



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

성(性) 이미지 변화에 따른
현대 남성 재킷의 디자인 특성

Characteristics in Contemporary Men`s Jacket Design
According to the Change of Gender Images

이진경

한양대학교 대학원

2011년 2월

석사학위논문

성(性) 이미지 변화에 따른
현대 남성 재킷의 디자인 특성

Characteristics in Contemporary Men`s Jacket Design
According to the Change of Gender Images

지도교수 이 연 희

이 논문을 이학 석사학위논문으로 제출합니다.

2011년 2월

한양대학교 대학원

의류학과

이 진 경

이 논문을 이진경의 석사학위 논문으로 인준함.

2011년 2월

심사위원장 서미아 (서명)

심사위원 어미경 (서명)

심사위원 이연희 (서명)

한양대학교 대학원

목 차

국문요지	viii
I. 서론	1
1. 연구의 목적.....	1
2. 연구의 내용.....	3
II. 이론적 배경.....	5
1. 성(性) 이미지.....	5
2. 시대별 남성성의 변화.....	9
3. 남성복 변화의 사회문화적 요인.....	14
1) 사회적 가치관 변화.....	14
2) 여성의 사회진출 증가.....	14
3) 미의 개념 변화.....	15
4) 웰빙의 추구.....	15
5) 대중문화와 정보의 다양화.....	16
4. 재킷.....	17
1) 재킷의 정의.....	17
2) 재킷의 유래.....	18
3) 재킷의 종류.....	19
III. 연구방법 및 범위.....	23
1. 연구방법.....	23
2. 분석 대상 브랜드 선정.....	23
3. 남성 재킷의 범위.....	24
IV. 성(性)이미지 변화에 따른 현대 남성 재킷의 디자인 특성 분석..	28

1. 남성 재킷의 디자인 특성	28
1) 형태	28
2) 색채	37
3) 소재	43
4) 디테일	49
5) 코디네이션	54
2. 남성 재킷의 브랜드 별 디자인 특성	58
1) 디올 옴므(Dior homme)	58
2) 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)	62
3) 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)	65
4) 루이 비통(Louis Vuitton)	69
5) 폴 스미스(Paul Smith)	73
6) 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)	77
 V. 요약 및 결론	 82
 참고문헌	 86
 ABSTRACT	 92

표 목차

<표 1> 패션 디자인 요소별 성 이미지 특성.....	8
<표 2> 2001년~2010년에 나타난 남성성 이미지의 변화.....	13
<표 3> 브랜드별 남성 재킷 출현빈도.....	26
<표 4> 디자인 요소별 특성 분석 기준.....	27
<표 5> 남성 재킷의 브랜드별 실루엣 분석.....	30
<표 6> 브랜드별 남성 재킷의 길이 분석.....	33
<표 7> 브랜드별 남성 재킷의 소재 특성 분석(두께).....	43
<표 8> 브랜드별 남성 재킷의 소재 특성 분석(광택).....	44
<표 9> 브랜드별 남성 재킷에 나타난 종류별 무늬의 출현빈도.....	46
<표 10> 남성 재킷의 여밈.....	51
<표 11> 남성 재킷의 이너웨어 코디네이션.....	55

그림 목차

<그림 1> 재킷의 부분별 명칭.....	18
<그림 2> 노퍽 재킷 삼화와 도식화.....	19
<그림 3> 테일러드칼라 재킷.....	20
<그림 4> 솔칼라 재킷.....	21
<그림 5> 셔츠칼라 재킷.....	21
<그림 6> 스탠드칼라 재킷.....	22
<그림 7> 칼라리스 재킷.....	22
<그림 8> 브랜드별 남성 재킷 출현빈도.....	25
<그림 9> 남성 재킷의 실루엣.....	29
<그림 10> 연도별 남성 재킷의 실루엣 빈도 추이.....	30
<그림 11> 남성 재킷의 브랜드별 실루엣 분포.....	31
<그림 12> 재킷의 길이 기준.....	32
<그림 13> 브랜드별 남성 재킷의 길이.....	33
<그림 14> 미드리프 라인(midriff line)의 남성 재킷 사례.....	34
<그림 15> 웨이스트 라인(waist line)의 남성 재킷 사례.....	34
<그림 16> 힙본 라인(hipbone line)의 남성 재킷 사례.....	34
<그림 17> 힙 라인(hip line)의 남성 재킷 사례.....	35
<그림 18> 언더 힙 라인(under hip line)의 남성 재킷 사례.....	35
<그림 19> 튜닉 라인(tunic line)의 남성 재킷 사례.....	35
<그림 20> 니 라인(knee line)의 남성 재킷 사례.....	36
<그림 21> 언더 니 라인(under knee line)의 남성 재킷 사례.....	36
<그림 22> 2001년~2010년 남성 재킷의 색상 분포(40색 기준).....	37
<그림 23> 2001년~2010년 남성 재킷의 무채색 분포.....	38
<그림 24> 2001년~2010년 남성 재킷의 색조 분포.....	39
<그림 25> 연도별 남성 재킷의 색상 빈도 변화(10색 기준+무채색(N)).....	40
<그림 26> 연도별 남성 재킷의 무채색 사용 빈도.....	40

<그림 27> 연도와 시즌별 남성 재킷의 색조 빈도 변화.....	41
<그림 28> 시즌별 남성 재킷의 무채색 사용빈도.....	42
<그림 29> 시즌별 남성 재킷의 색조의 사용빈도.....	42
<그림 30> 브랜드별 남성 재킷의 소재 특성(두께).....	44
<그림 31> 브랜드별 남성 재킷의 광택 소재 사용 빈도.....	45
<그림 32> 광택 소재의 남성 재킷과 비치는 소재의 남성 재킷.....	45
<그림 33> 남성 재킷의 다양한 무늬.....	47
<그림 34> 브랜드별 남성 재킷의 무늬의 종류 및 분포.....	48
<그림 35> 남성 재킷의 자연적 무늬와 추상적 무늬의 추이.....	48
<그림 36> 남성 재킷의 면분할 사례.....	49
<그림 37> 남성 재킷의 다양한 소매 길이 사례.....	50
<그림 38> 남성 재킷의 싱글 버튼 여밈 사례.....	52
<그림 39> 남성 재킷의 더블 버튼 여밈 사례.....	53
<그림 40> 남성 재킷의 다양한 여밈 사례.....	54
<그림 41> 남성 재킷의 다양한 코디네이션.....	56
<그림 42> 남성 재킷의 다양한 액세서리.....	57
<그림 43> 디올 옴므 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지.....	59
<그림 44> 디올 옴므 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지.....	59
<그림 45> 디올 옴므 남성 재킷의 내부구성선에 나타난 여성성 이미지....	59
<그림 46> 디올 옴므 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지..	60
<그림 47> 디올 옴므 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지..	60
<그림 48> 디올 옴므 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지.....	60
<그림 49> 디올 옴므 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지.....	61
<그림 50> 디올 옴므 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지....	61
<그림 51> 디올 옴므 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지....	61
<그림 52> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지...	63
<그림 53> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지...	63
<그림 54> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지	

.....	63
<그림 55> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지	64
<그림 56> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지.....	64
<그림 57> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지.....	64
<그림 58> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지	65
<그림 59> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지	65
<그림 60> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지	67
<그림 61> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지	67
<그림 62> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이 미지.....	67
<그림 63> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이 미지.....	68
<그림 64> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지..	68
<그림 65> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미 지.....	68
<그림 66>> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미 지.....	69
<그림 67> 루이 비통 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지.....	70
<그림 68> 루이 비통 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지.....	70
<그림 69> 루이 비통 남성 재킷의 내부구성선에 나타난 여성성 이미지....	71
<그림 70> 루이 비통 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지..	71
<그림 71> 루이 비통 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지..	71
<그림 72> 루이 비통 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지.....	72
<그림 73> 루이 비통 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지.....	72
<그림 74> 루이 비통 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지....	72
<그림 75> 루이 비통 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지....	73
<그림 76> 폴 스미스 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지.....	74

<그림 77> 폴 스미스 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지	74
<그림 78> 폴 스미스 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지 ..	75
<그림 79> 폴 스미스 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지 ..	75
<그림 80> 폴 스미스 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지	75
<그림 81> 폴 스미스 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지	76
<그림 82> 폴 스미스 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지	76
<그림 83> 폴 스미스 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지	76
<그림 84> 폴 스미스 남성 재킷의 변형된 디자인의 재킷 사례	77
<그림 85> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지	78
<그림 86> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지	78
<그림 87> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 내부구성선에 나타난 여성성 이미지.....	78
<그림 88> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 색상과 무늬에 나타난 여성성 이미지.....	79
<그림 89> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 색상과 무늬에 나타난 남성성 이미지.....	79
<그림 90> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지 ..	79
<그림 91> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지 ..	80
<그림 92> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지.....	80
<그림 93> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지.....	80
<그림 94> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 다양한 착장법	81

국문요지

2000년 이후에 사회의 각 분야에서는 남성과 여성의 역할에 대한 뚜렷한 경계가 사라지고 양성의 경계를 넘나드는 경향이 대세를 이루었다. 지난 10년 동안 남성복 패션도 이러한 영향을 받으면서 빠른 속도로 과감하고 다양하게 변화되어 왔다. 이와 같은 상황에서 과거 10년간의 성(性) 이미지 변화에 따른 남성복 패션의 변화를 살펴보는 것은 앞으로 변화하게 될 남성복 패션의 방향을 가늠해 보는 데 중요한 의미가 있다. 남성복의 대표적인 아이템은 재킷이라고 할 수 있으므로 남성 재킷의 변화를 분석해보는 것은 남성복 패션 변화의 흐름을 파악하는 데 크게 도움이 될 것이다. 그러므로 본 연구의 목적은 지난 10년간 성 이미지의 변화에 따른 남성 재킷의 디자인 특성을 분석함으로써 앞으로의 남성복 패션 변화 경향을 예측할 수 있는 기초 자료를 제공하는 데 있다.

본 연구에서는 문헌자료를 통하여 성 이미지와 남성 재킷의 개념을 파악하고 남성복 패션의 변화에 영향을 미친 사회문화적 배경을 살펴보았으며, 연구 대상이 되는 현대 남성 재킷의 기준을 설정하였다. 그 기준을 토대로 2001년 S/S 컬렉션부터 2010년 F/W 컬렉션까지 총 20시즌 동안 컬렉션을 발표한 디올 옴므(Dior homme), 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana), 조르지오 아르마니(Giorgio Armani), 루이 비통(Louis Vuitton), 폴 스미스(Paul Smith), 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)의 6개 브랜드에서 3263개의 남성 재킷 사진을 수집하였다.

수집한 사진자료의 디자인 특성을 형태, 색채, 소재, 디테일, 코디네이션으로 나누어 분석하였다. 색채 분석은 포토샵(Adobe Photoshop CS3)프로그램을 이용해 재킷의 대표 RGB 값을 구하고 먼셀 색체계(Munsell Conversion System 2010)를 이용해 HV/C 값으로 변환하여 분석에 활용하였다. 소재 분석은 사용된 소재의 두께, 광택, 비침정도, 무늬 등의 재질을 시각적으로 분석하였다. 그 밖에 재킷에 사용된 장식기법과 코디네이션에 대하여도 분석하였다.

본 연구의 결과를 통하여 다음과 같은 결론을 도출하였다.

현대 남성 재킷의 디자인 특성을 살펴보면, 실루엣은 허리를 강조하고 인체의 곡선을 살려주는 X형이 많이 나타났다. 남성 재킷의 색채는 2000년 이전부터 남성의 색으로 인식되어 오던 푸른 계열의 색상이 가장 많이 사용되었으며, 색조는 대체적으로 저채도에 다양한 명도차가 있는 것이 사용되었다. 남성 재킷에 사용된 소재는 대부분 무늬가 없는 것이었지만, 일부에서는 여러 가지 무늬가 있는 것도 볼 수 있었다. 또한 무광택이고 균질 표면인 소재를 사용한 재킷이 많았지만, 얇고 비치는 소재나 광택이 나고 비균질 표면으로 된 유연한 소재의 재킷도 볼 수 있었다.

2001년부터 10년 동안을 초반, 중반, 후반으로 나누어 볼 때, 그 기간별로 남성 재킷에 나타난 성 이미지 특성은 조금씩 변화하고 있었다. 초반에는 남성의 외모에 대한 관심이 높아지면서 재킷의 색상과 코디네이션 등에서 눈에 띄는 변화가 시도되었다. 중반에는 메트로섹슈얼 현상이 절정에 다다르며 여성성 이미지의 디자인 특성을 반영한 재킷이 주류를 이루었다. 후반에도 여성성 이미지를 나타내는 디자인 요소들이 사용되었지만, 과거 중반에 있었던 시도와는 달리, 여성성 이미지의 디자인 요소를 그대로 받아들인 것이 아니라 수정과 보완을 통해 남성 재킷으로서의 특징을 잃지 않으며 변화하고 있었다.

남성 재킷에 나타난 성 이미지를 브랜드별로 살펴보면 다음과 같다.

디올 옴므(Dior homme)의 남성 재킷 실루엣은 X형과 H형이 비교적 고르게 나타났으며 유연하고 부드러운 여성성 이미지가 강하게 느껴졌다. 붉은 계열 색상과 작은 무늬, 광택이 나는 소재, 유연한 소재 또는 비치는 소재로 이루어진 재킷에서도 여성성 이미지를 볼 수 있었다.

돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)의 남성 재킷은 대부분 X형 실루엣으로 여성성 이미지가 가장 강하게 나타났다. 재킷의 형태에서는 구조가 단순하고 내부의 장식은 적지만, 대체적으로 곡선적인 형태로 여성성 이미지의 특성을 느낄 수 있었다. 색채는 전체적으로 남성성 이미지를 나타내는 무채색과 푸른 계열의 사용빈도가 높으나, 다른 브랜드에 비해 여성성 이미지를 보여주는 자주색이나, 분홍색 재킷을 많이 볼 수 있었다.

조르지오 아르마니(Giorgio Armani)의 남성 재킷은 X형 실루엣을 유지하면

서도 다른 브랜드의 재킷에 비해 여유있고 편안한 형태로 나타났다. 무채색과 푸른 계통의 색상이 많이 사용되었고 무늬가 없는 경우가 많았으며, 스트라이프나 체크의 형태도 많이 나타나는 등 전체적으로 남성성 이미지를 강하게 보여 주었다.

루이 비통(Louis Vuitton)의 남성 재킷에서는 X형과 H형 실루엣이 고르게 나타났다. 선보인 재킷들은 내부 장식선을 곡선으로 디자인하거나 허리부분에 절개선을 넣어 허리를 강조하는 것을 통해 여성성 이미지 특성을 볼 수 있었다. 색상은 무채색과 유채색이 다양하게 사용되었으며 무늬가 거의 없는 것을 특징으로 들 수 있었다.

폴 스미스(Paul Smith)의 남성 재킷에서는 여성성 이미지의 X형 실루엣이 더 많았다. 그러나 대체적으로 푸른 계열의 저채도 색상을 많이 사용하여 남성성 이미지도 느낄 수 있었다. 메트로섹슈얼이 절정에 달한 2004년부터 2006년경까지는 다른 브랜드에 비해 자연적 무늬나 추상적 무늬의 재킷이 많이 보였다. 그리고 여성성 이미지가 느껴지는 광택소재나 유연한 특성을 가진 소재가 사용되었다.

비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)의 남성 재킷 실루엣은 X형과 H형이 고르게 나타났다. 변형된 형태의 재킷이 눈에 띄는 것이 특이하였다. 색상은 화려한 유채색이 많이 사용되었고, 다른 브랜드들에 비해 고채도의 색상이 많이 사용되었다. 소재에서는 광택 소재와 안이 비치는 레이스 소재 등을 사용해 여성성 이미지 특성을 나타냈다.

요컨대 지난 10년간 남성 재킷에는 각 브랜드마다 차이는 있지만, 모두 여성성 이미지가 반영되어 있었다. 메트로섹슈얼이 절정을 이루는 2004년경에는 모두 다양하고 과감하게 여성성 이미지를 나타내는 디자인 요소들을 직접적으로 반영한 재킷이 선보였다. 그리고 2007년 이후에는 과감하고 직접적인 시도가 점점 줄어들고 절제된 변화들이 일어났음을 볼 수 있었다. 현대 사회는 극단적으로 남성성 이미지나 여성성 이미지 중 어느 하나만을 강요하는 것이 아닌, 양자가 적절히 어우러지는 것이 긍정적으로 받아들여지기 때문에 이러한 변화는 앞으로도 계속 이어질 것으로 보인다.

I. 서론

1. 연구의 목적

2000년 이후에 사회의 각 분야에서는 남성과 여성의 역할에 대한 뚜렷한 경계가 사라지고 양성의 경계를 넘나드는 경향이 대세를 이루었다. 이러한 현상은 의복에서도 예외는 아니다. 의복패션은 성(性) 역할에 따라 결정되는 경향이 있는데, 성 역할 변화에 따라 성(性) 이미지도 변화되고 의복 패션도 변화하게 되었다.

성 역할과 성 이미지의 변화에 따른 남성패션의 변화는 일반적으로 여성의 사회진출, 남성의 가치관 변화, 남성미의 변화 등을 원인으로 들 수 있다. 먼저 여성의 사회진출 증가는 가정의 소득을 증대시킴으로써 지금까지 가족 부양의 의무에 묶여 있던 남성들에게 경제적 여유를 주게 되었고, 과거 전통적인 성 이미지의 의식에도 변화를 주게 되었다. 이에 따라 경제적 여유가 생기게 된 남성들은 자신을 가꾸는 데 관심을 갖게 됨으로써 획일적으로 규범의 틀에 갇혀 지내던 과거와는 다른 패션을 추구하게 되었다.

남성미의 변화 역시 남성패션의 변화에 큰 영향을 주는데, 이는 과거사회에서 보여졌던 성 이미지의 이분법적 원리에서 벗어난 결과이다. 과거에 여성은 연약한 이미지, 남성은 강인한 이미지가 성별에 따른 미의 기준이었다면 2000년대에 들어서면서 성 이미지의 인식변화에 따라 여성의 강인한 이미지나 남성의 부드럽고 아름다운 이미지도 미의 기준으로 작용할 수 있음을 보여주고 있다. 따라서 현대 남성패션은 과거와는 달리 위엄과 힘을 나타내는 데 얽매이지 않고, 여성적 감수성과 취향을 선택하는 경향이 있다. 즉, 현대 남성들에게 중요한 것은 자신만의 스타일을 표현하는 삶이며, 과거 남성 중심 사회가 만들어낸 책임과 이성적 사고의 비중이 감소되고 있음을 보여준다.

성 이미지의 변화로 발생한 '꽃미남', '메트로섹슈얼(metrosexual)' 등의 문화현상은 남성의 라이프스타일을 변화시키며, 남성패션에도 많은 영향을 주었다. 과거의 남성패션은 뚜렷한 의복규범 속에서 변화가 거의 없었는데, 최

근에는 남성들이 여성적 이미지가 느껴지는 의복과 액세서리를 착용하거나, 여성취향의 헤어스타일과 메이크업에 관심을 갖고 취하기도 하는 것으로 나타났다. 이는 남성패션에 여성성 이미지가 반영된 것이다.

이러한 성 이미지의 변화에 따른 패션현상을 2001년에서 2010년까지의 남성패션을 통해 살펴보면 그 초반에는 강하고 딱딱하게 굳어져 있던 고전적인 남성적 이미지가 2005년 전후로는 메트로섹슈얼 등의 영향으로 부드럽고 아름다움을 추구하는 새로운 남성의 이미지로 변화되었다. 그 후반으로 오면 남성미와 여성취향적 아름다움을 추구하는 성향이 적절히 융합되면서 남성패션도 다시 변화되는 현상을 보이고 있다. 그러므로 과거 10년간의 성(性) 이미지 변화에 따른 남성복 패션의 변화를 살펴보는 것은 앞으로 변화하게 될 남성패션의 경향을 가늠해 보는 데 중요한 의미가 있다고 본다.

성 개념의 변화에 따른 패션현상에 대한 연구와 남성패션에 대해 진행되었던 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 성 개념의 변화에 따른 패션현상 연구로는 양성화에 관한 연구와 메트로섹슈얼에 대한 연구가 주류를 이루고 있는데 남성복의 양성화 경향에 관한 연구로는 조형 요소별로 분류한 김세영¹과 김지연²의 연구가 있고, 양성화의 배경과 경향을 연구한 박미라³의 연구가 있다. 2000년 이후로는 사회문화적 현상으로 두드러지게 나타난 메트로섹슈얼에 관한 권지은⁴, 이현지⁵ 등의 연구와 젠더 특징과 연관지은 김정연⁶, 한솔비⁷의 연구가 있다. 성 개념과 남성패션을 연관지은 대부분의 연구들은 남성패션 전

¹ 김세영, "현대 남성복의 조형적 특성에 나타난 양성화 경향" (경희대학교 대학원 석사학위논문, 1995).

² 김지연, "과리 컬렉션에 나타난 현대 남성 패션에 관한 연구" (홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2004).

³ 박미라, "남성복의 여성화에 대한 연구 -1991-95을 중심으로-" (동덕여자대학교 대학원 석사학위논문, 1995).

⁴ 권지은, "현대 남성패션에 나타난 메트로섹슈얼 현상에 관한 연구" (국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위논문, 2003).

⁵ 이현지, "국내 남성패션의 여성화 경향에 관한 연구" (경성대학교 대학원 박사학위논문, 2007).

⁶ 김정연, "현대 남성 패션에 나타난 젠더 특성" (한양대학교 대학원 석사학위논문, 2007).

⁷ 한솔비, "현대 남성 드레스 셔츠에 나타난 젠더 밴딩 (Gender-bending) 디자인 특성" (한양대학교 대학원 석사학위논문, 2009).

체를 분석함으로써 포괄적인 분석만을 다루고 있었으나 최근에는 한솔비⁸, 이정호⁹의 연구와 같이 남성복 중에서도 셔츠, 한 가지 아이템만을 분석한 연구도 있다. 남성패션의 변화 흐름을 가늠하기 위해서는 남성복의 대표 아이템을 선정해 분석해보는 것이 필요하며, 남성 복식 아이템의 종류는 여성 복식 아이템에 비해 다양하지 않기 때문에 대표적인 아이템 한가지를 분석하는 것도 중요한 의미가 있다. 남성 복식의 대표적인 아이템은 재킷, 바지, 셔츠, 베스트, 코트로 나누어 볼 수 있다. 그 중에서도 재킷은 계절마다 상의로 가장 많이 착용되는 아이템이고 남성복에서 중요하게 여겨지므로 그 변화 경향을 분석하는 것은 남성복패션의 변화경향을 이해하는 데 큰 의미가 있다고 본다.

본 연구는 남성패션에 대한 문헌적 고찰과 패션정보업체의 트렌드 자료에 대한 분석을 통해 성 이미지 변화에 따른 남성패션의 변화 경향을 파악하고자 한다. 따라서 본 연구의 목적은 남성복 컬렉션 사진을 사용하여 남성복의 대표 아이템인 재킷의 디자인 특성을 형태, 색채, 소재, 디테일, 코디네이션으로 나누어 성 이미지 변화와 연관시켜 분석함으로써 앞으로의 남성패션의 변화 경향을 예측하고, 향후 남성패션의 디자인개발에 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구의 내용

본 연구의 구체적인 내용은 다음과 같다.

문헌자료를 바탕으로 성 이미지와 재킷의 개념을 파악한다. 저서와 논문 및 학술연구보고서 등을 바탕으로 성 이미지의 개념을 정리하고, 패션정보업체의 트렌드 분석 자료를 통해 2001년에서 2010년까지 등장한 남성성을 살펴보며 변화하는 남성성에 영향을 미친 사회문화적 배경도 알아보고자 한다.

그리고 남성복 대표 4대 컬렉션(Paris, Milan, New York, London)의 2001년

⁸ 한솔비, op. cit..

⁹ 이정호, "현대 남성셔츠에 나타난 성개념과 미적 가치" (서울대학교 대학원 석사학위논문 2007).

S/S 컬렉션에서 2010년 F/W 컬렉션까지 수집한 사진 자료를 통하여 현대 남성 재킷의 디자인 특성을 형태, 색채, 소재, 디테일, 코디네이션으로 나누어 고찰하고자 한다. 형태에서는 재킷의 전체적인 실루엣과 재킷의 길이를 분석하고, 색채에 대하여는 포토샵(Adobe Photoshop CS3) 프로그램을 이용해 재킷의 대표 RGB 값을 구하고 먼셀 색체계(Munsell Conversion System 2010)를 활용하여 HV/C 값으로 변환하여 분석에 이용하고자 한다. 소재 분석은 사용된 소재의 두께, 광택, 비침정도, 무늬 등의 재질을 시각적으로 살펴보고자 한다. 디테일은 내부구성선, 소매, 여밈의 종류로 나누어 분석하고자 한다.

그 다음에는 남성 재킷 디자인에 표현된 성 이미지 특성을 브랜드별로 검토하자 한다. 성 이미지 특성은 문헌고찰을 통해 남성성 이미지와 여성성 이미지로 나누어 디자인 특성을 정리하고 남자 재킷에 반영된 양성 이미지의 특성을 분석하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 성(性) 이미지

성의 역사에 있어서 18세기말은 페미니즘이 제기된 결정적 전환기로 평가된다. 이때부터 성에 관한 논의의 근거에는 이것이 과연 자연, 즉 생물학적 영역에 귀속되는 것인가 아니면 사회화 또는 양육의 결과인가 하는 양자택일적 입장을 취하게 되었다. 따라서 성(sex)은 암수의 결합에 의하여 종족보존을 뜻하는 명사형으로 부각되기 시작하였으며, 생물학적 차원의 성과 달리 사회문화적 차원에서 남녀를 구분하는 경우 젠더(gender)라는 용어를 사용하게 되었다. 젠더를 성과 동의어로 사용하는 경우도 있지만, 엄밀한 의미에서 젠더는 출생 이후 사회적, 문화적, 심리적인 환경에 의하여 학습된 후천적으로 주어진 남녀의 특성을 의미한다. 철학이나 언어학에서만 사용되던 이 용어는 1955년 Money가 외부 생식기가 불분명한 상태로 태어난 사람들의 남성 또는 여성적인 상태를 기술하는데 사용하면서 심리학에 적용되기 시작했다.¹⁰

현재, 성(性)의 정체성을 구분 짓는 판단기준으로는 생물학적 성(Sex)과 사회문화적 성(Gender)이 사용된다. 생물학적 성은 신체물리학적 조건의 차이에 기반을 두고 있으며 생득적인 면에서의 결정을 말한다. 사회문화적 성은 남성다움과 여성다움과 같이 사회적으로 만들어지고 문화적으로 정의되는 남녀 간의 사회적 의미의 차이를 말하는 것으로 사회의 규범, 가치관, 성역할에 대한 사회의 태도와 기대, 사회의 고정관념 등에 의해 학습되고 구성된 성으로 남녀성의 성 정체성을 뜻하고 성 역할 등과 관계된다.¹¹

여성을 연구 대상으로 삼은 역사가들은 성적 차별화 구조가 여성과 남성 모두에게 어떤 식으로 영향을 주었는지 논의하게 되었으며, 이러한 구조를 묘사하기 위하여 1980년대 초반에는 '젠더(gender)'라는 용어를 시용하기 시작했다

¹⁰ 윤가현, *성 문화와 심리* (서울: 학지사, 1999), p.17.

¹¹ 조은주, "대중문화에 나타난 Metrosexual 현상과 패션 이미지 특성" (중앙대학교 대학원 박사학위 논문, 2004), p.6.

다. 바로 그 시점부터 기본적으로는 신체적이고 형태학적이며 해부학적인 차이를 의미하는 '성(sex)'과, 문화적으로 구조화되고 역사적으로 변하며 종종 불안정하기까지 한 차이를 의미하는 '젠더'가 구별되어 사용되었다. '젠더'를 제목으로 삼고 있는 다수의 연구는 변함없이 여성에 초점을 맞추고 있지만 더러는 양성 모두를 대상으로 하거나 남성의 역사 또는 새로운 남성 연구라고 명명하면서 남성의 경험에 집중하는 연구도 있다. 다양한 분야의 학자들은 점차 성보다는 젠더를 더 적절한 용어로 인정하기 시작했다. 예를 들어 '성역할'은 '젠더역할'로, '성 차이'는 '젠더 차이'로 바뀌었다. 이와 같은 새로운 시각에 관심을 갖게 된 역사가들은 젠더가 단지 여성 또는 가족 관련 분야만이 아니라 그야말로 모든 역사적인 발전과 전개과정을 살펴볼 수 있는 유용한 분석 범주임을 확신하게 되었다. 정치적, 지적, 종교적, 경제적, 사회적, 심지어 군사적인 변화는 모두 남성과 여성의 행동과 역할에 영향을 미친다. 그리고 한 문화의 젠더 구조는 거꾸로 여타 모든 영역의 구조와 발전에도 영향을 미친다.¹²

어떤 개인이 속해있는 문화 또는 사회에서 그 구성원들에 대해 남성 또는 여성이라는 신체적 구분에 대하여 기대하는 특성, 태도, 가치, 또는 행동(성)역할이라고 한다.¹³ Bem은 성역할 연구에서 이전까지의 남성성과 여성성이 단일 연속선상에 있는 양극적 개념이라는 입장을 탈피하여 양성성(androgyne) 개념을 도입하였는데, 양성성이란 '사회의 성역할 고정관념을 이루는 내용 중에서 바람직한 여성성 특성과 바람직한 남성성 특성이 결합되어 공존'하는 것을 의미한다고 했다. 현대 산업사회의 구조적 변화로 인하여 사회 내에서의 남성과 여성의 지위와 역할이 변화되면서 개인에게 사회적으로 요구되는 특성도 변화되는데, 전통적으로는 남성들은 남성적이고 여성들은 여성적일 것이 기대되었다면, 점차 많은 여성들이 사회로 진출하면서 기존의 성

¹² Wiesner-Hanks, Merry E., *젠더의 역사*, 노영순 역 (서울: 역사비평사, 2009), p.15.

¹³ Lenney, E. Chapter 11. Sex roles: The measurement of masculinity, femininity and androgyny. In J. P. Robinsion, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman (Eds.). *Measures of personality and social psychological attitudes*. (San Diego, CA: Academic Press, 1991), pp.573-660, 재인용, 이윤정, "남성들의 외모관리행동의 동기에 관한 연구-성역할 정체성과의 복추구해택을 중심으로-", *한국의류학회지*, Vol.31 No.4 (2007), p.552.

역할에 대한 기대가 모호해졌고 이에 따라 양성성(androgyny)의 개념이 제기되었다는 것이다. 즉, 1970년대 이전에는 여성성과 남성성이 하나의 연속선의 양극으로 여겨졌던 데 반하여, 1970년대 이후부터 여성성과 남성성을 공존할 수 있는 별개의 특성으로 보기 시작했다.¹⁴

의복에서의 성 구분은 오랜 동안, 여성성은 “장식성” 또는 “정교화된 코드(elaborated code)"로, 남성성은 “절제된 코드(restricted code)" 또는 “여성성의 부재(absence of femininity)"로 정의 되어왔다.¹⁵ 따라서 전통적으로 색상 또는 직물의 문양, 레이스 등의 부자재 등을 통한 장식성은 모두 여성적인 것으로 인식되어 왔었다. 그에 반하여 남성적인 것은 검은 색, 회색, 또는 감색의 짙은 정장 신사복과 흰 셔츠에 대비되는 색의 넥타이로 대변되어 왔다. 1980년대 이전까지만 해도 사회적으로 남성들에게 기대되던 스타일은 모든 장식이 절제된 넥타이 맨 정장 스타일이었다. 화려한 색 또는 장식이 많은 의복은 여성들의 전유물이었고, 남성들은 외모를 통해서 자신의 심미적 취향이나 개성 보다는 사회에서의 지위 또는 공적인 역할만을 표출하도록 허용된 것이다. 남성의 치장은 의복에서만 아니라 몸에 대해서도 최소화될 것이 요구되어 화장을 하거나 머리를 가꾸는 행위 등의 행위는 비남성적이고, 신체 부위에 있는 털을 밀지 않고 자연스러운 상태로 노출하는 것이 남성적인 것으로 여겨져 왔다.¹⁶

패션에 있어서 남성성과 여성성을 나타내는 요소를 살펴본 선행연구를 살펴보면, 박미라¹⁷는 Northrup의 이론과 Horn & Gurel의 이론을 바탕으로 남성성과 여성성을 음과 양의 특징으로 설명하였다. 김세영¹⁸과 한솔비¹⁹는 선행연구

¹⁴ Bem, S. L. The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, (1974). pp.155-162, 재인용, Ibid., p.553.

¹⁵ Michelman, S. O. Chapter 5. Appearance through gender and sexuality. In M.L. Damhorst, K. A. Miller, & S. O. Michelman (Eds.), *The meanings of dress*, (NY: Fairchild, 1999). pp. 168-176, 재인용, Ibid., p.553.

¹⁶ Boroughs, M., Cafri, G., & Thompson, J. K. Male body depilation: Prevalence and associated features of body hair removal. *Sex Roles: A Journal of Research*, 52(9-10), (2005). pp 637-644, 재인용, Ibid., p.553.

¹⁷ 박미라, op. cit., pp.6-14.

¹⁸ 김세영, op. cit., pp.9-10.

를 토대로 남성성과 여성성의 복식 이미지를 선(형태), 색채, 소재, 무늬로 나누어 분석하였다. 선행연구들의 성 이미지 분석을 살펴보면 남성적 이미지의 개념을 디테일이 거의 없고 분할되지 않은 직선, 큰 무늬, 대담하고 강한 대비색, 무겁고 거칠며 뻣뻣한 재질이라 하고 여성적 이미지의 개념을 작은 디테일을 만들어 주는 분할선이 있는 부드러운 곡선, 작은 무늬, 대비가 약한 색상, 부드럽고 유연하고 얇은 재질이라 하였다.

선행연구들을 바탕으로 정리한 패션 디자인 요소별 성 이미지 특성은 <표 1>과 같다. 본 연구는 이 표에 나타난 성 이미지의 특성을 기준으로 남성 재킷 디자인의 특성을 분석하고자 한다.

<표 1> 패션 디자인 요소별 성 이미지 특성

디자인 요소		남성성 이미지	여성성 이미지
형태	실루엣	Y형 실루엣, H형 실루엣, 어깨 강조, 직선적인 분위기	X형 실루엣, 허리 강조, 곡선적인 분위기
	구조	솔기, 다트, 개더 등 적고 단순한 세부장식	솔기, 다트, 개더 등 많은 세부장식
	내부	직선적인 네크라인, 칼라, 소매, 기타 직선적인 장식 분할되지 않은 직선	곡선적인 네크라인, 칼라, 소매, 기타 곡선적인 장식, 개더, 러플, 플라운스 디테일
색채		무채색, 저명도, 저채도, 푸른 계통, 대비가 강한 색상	화려한 유채색, 고명도, 중채도, 고채도, 붉은계통, 패일 톤, 대비가 약한 색상
소재		두꺼운, 비치지 않는, 무광택, 균질표면, 무겁고 거친 직물	얇은, 비치는, 유광택, 비균질 표면, 유연한 직물
무늬		큰 무늬, 기하학무늬, 스트라이프, 무지	작은 무늬, 자연적 무늬, 추상적 무늬

¹⁹ 한솔비, op. cit., pp.17-18.

2. 시대별 남성성의 변화

20세기 후반부터 진행되기 시작한 포스트모던(postmodern) 문화 내에서는 권력이 탈중심화되기 시작하였고, 이에 따라 이전의 고전적-모더니즘적 문화 내에서 절대적 지지를 받던 미적 가치들이 붕괴되고 있다. 남성성 역시 이를 형성하는 주체가 다양해진 만큼 다양한 남성의 이미지들이 생산, 확대되고 있다.²⁰

1970년대 후반과 1980년대 전반, 고도성장의 시기에는 근육질과 정력이 남성성의 대표적인 속성이었다. 그러나 고도성장의 성과가 어느 정도 나타나고 정보화 사회로 대두되는 1980년대 후반과 1990년대 초 중반에는 더 이상 정력과 근육으로 상징되는 남성은 남성성의 대표적 특성 역할을 하지 못했다. 이 시기에는 위기 상황에서 강력한 카리스마와 터프함으로 문제를 해결하고 여기에 인간적 고뇌까지 겹쳐지는 남성상이나 자유스러운 사고와 화려한 소비생활을 위한 부, 강한 카리스마, 그리고 여성을 사랑할 줄 아는 태도까지 갖춘 X세대가 떠오르기 시작했다.²¹

여성의 주체성을 확립하는 것을 본질로 하는 페미니즘은 1980년대에 들어 탈 권력에의 의지, 탈 중심화 현상으로서의 이성과 감성이라는 양극화의 대립 상태에서 융합, 해체, 그리고 초월성이란 영원성의 반 미학을 추구하는 포스트모더니즘과 결합하면서 서구문화를 주도해온 남성중심의 이성주의 담론의 해체를 추구하였으며 이것의 한 현상으로 앤드로지너스 룩이 나타났다.²²

복식에서 남녀가 거의 동일한 형태를 착용함으로써 생겨난 유니섹스의 1980년대 모습으로 보는 앤드로지너스 룩은 여성성과 남성성이라는 고정 관념을 뛰어넘어 이성의 복식을 공유함으로써 남자와 여자가 지니는 특성을 부정하지

²⁰ 이민선, "남성의 몸과 패션에 표현된 미적 이미지" (서울대학교 대학원 박사학위논문, 2001), p.2.

²¹ 삼성디자인넷, (2010년 5월 10일 검색); available from world Wide Web @ <http://www.samsungdesign.net/>

²² 이경희, 김윤경, *남성 Fashion 디자인*. (서울: 교문사, 2004), p.46.

않고 자유롭게 융합시키는 표현방식으로 남성에게 있어서는 여성의 자유로운 감성과 미에 대한 악의 없는 모험을 시도한 것이다. 포스트모던 페미니즘은 페미니즘을 여성만의 해방운동으로부터 남녀 공동의 인간 해방, 주체성의 해방운동으로 전환해 나갔다. 이 개혁은 여성이 주체가 되어 남성과 여성을 동등한 인간적 수준으로 존중한다는 가치중립적 입장의 수립에 그 의의를 두고 있으나 남성 또한 기존의 사회적 규범과 규제에 대한 억압된 감성을 패션을 통해 표현하게 되었다.

남녀평등이 강조되던 1990년대 중반부터는 남성의 강인함과 터프함 대신 부드러움과 자상함이 매력적인 남성으로 부상했다. 여성들은 사나이답기보다는 섬세하고 다정다감한 남성상을 좋아했으며 이에 따라 부드러운 남자와 꽃미남 배우들이 선풍적인 인기를 끌었다. 하드웨어가 중시된 산업사회에서는 남성의 강한 힘이 절대적으로 필요했지만 소프트웨어가 중요한 정보화시대에서는 부드러움과 섬세함 그리고 감성이 요구되는데 따른 것으로 분석된다.²³

기존의 남성패션은 이성적이고 실제적인 것으로 규정되어 왔다. 외양의 영역에서 남성들이 의복에 있어 여성적인 코드들을 채택하는 것은 남성적인 정체성의 본질 자체에 반하는 것이었다. 그러나 이러한 가치체계는 20세기 후반에 들어오면서 의복에서의 남성적인 코드, 여성적인 코드를 구분 짓고 성에 따라 나누어 사용되어야만 한다는 사고의 전환을 가져왔으며 남성패션에서의 권위적인 이미지는 더 이상 중요하지 않게 되었다.

이러한 성 계급의 붕괴는 의복은 오로지 자신의 표현수단이며 남성 또한 자신을 가꾸고 개성을 표현하는 수단으로 여성적인 코드를 사용할 수 있다는 사고를 갖게 하였다. 남성들은 의복을 통해 좀 더 자유로워지고 행복해 질 수 있다는 것을 내포하고 있으며 이에 대한 반발이나 거부감도 줄어들고 있다.

2000년에서 2010년 사이의 주요 남성성의 이미지를 구체적으로 살펴보면, 메트로섹슈얼, (新)레트로섹슈얼, 워버섹슈얼, 크로스섹슈얼, 게트로 섹슈얼을 들 수 있다. 2004년 주류를 이루었던 메트로섹슈얼(Metrosexual)은 대도시

²³ 삼성디자인넷, (2010년 5월 10일 검색); available from world Wide Web @ <http://www.samsungdesign.net/>

에 생활하며 패션과 외모에 관심이 많아 자신을 가꾸는 남성들이다. 메트로섹슈얼의 대표적인 예로는 축구선수인 데이비드 베컴을 들 수 있다. 그는 축구로 단련된 탄탄하고 남성적인 몸매를 자랑하면서도 귀걸이를 하고 매니큐어를 칠하며 다양한 스타일의 머리 모양을 숨 가쁘게 바꾸면서, 쇼핑을 즐길 만큼 경제적인 여유도 지니고 있는 모습을 통해 메트로섹슈얼적 성향을 보여주었다.

2005년에는 레트로섹슈얼과 위버섹슈얼이 나타났다. 먼저 레트로섹슈얼(Retrosexual)은 과거로 돌아간다는 의미의 '레트로(retro)'와 '섹슈얼(sexual)'을 합성한 단어로 메트로섹슈얼, 이른바 꽃미남으로 대변되던 부드럽고 여성적인 남성들이 마초적인 성향의 강인한 이미지로 회귀하고 있다는 의미로 나온 것이다. 곱게 포장된 남성의 이미지에서 탈피, 원래 가진 기본적인 남성성을 자연스럽게 표현하려는 이와 같은 현상은 단순한 복고 무드인 '과거로의 회귀'에서 한 단계 뛰어 넘어 '新 레트로섹슈얼'이란 신조어를 낳았다. 이 같은 新 레트로섹슈얼의 등장은 장기 불황으로 인한 실업 여파와 직장에서 언제 해고될지 모르는 불안감이 강한 카리스마를 가진 남성을 원하고 있는 사회적 흐름에 영향을 받기도 한 결과이다.

이와 함께 부각되는 거친 듯 부드러운 남성인 위버섹슈얼(Uebersexual)은, '~의 위에, 초월한'이란 뜻인 독일어 '위버(ueber)'를 '섹슈얼(sexual)'에 붙인 개념이다. 미국 광고회사의 트렌드 분석가인 메리언 솔즈먼은 이 용어를 자신감, 지도력, 정열, 자비심과 같은 남성의 긍정적인 측면을 지니면서도 여성에 대한 경멸, 감정적 공허함, 문화적 소양부족과 같은 남성에게서 흔한 찾을 수 있는 약점들을 극복한 사람들이라고 했다. 메트로섹슈얼에 비해 상대적으로 화려하지 않은 클래식한 느낌의 패션 스타일 선호하고 꾸미지 않은 자연스러운 멋을 추구한다. 위버섹슈얼이 표상하는 바는 권위적인 '마초'와는 다르다. 강인하고 자신감이 흐르지만, 스타일리쉬한, 긍정적인 남성성과 신사적인 매너가 결합된 남성이다. 빼어난 외모와 '부드러움과 자신감'의 조화를 보여주는 영화배우 조지 클루니가 대표적인 '위버섹슈얼'이다.²⁴

크로스섹슈얼(Crosssexual)은 여성의 의류나 장신구나 헤어스타일 등을 하

²⁴ Salzman, Marian, *남자의 미래*, 이현주 역 (서울: 김영사, 2006), pp.71-72.

나의 패션 코드로 여겨 여성적인 비주얼을 지향하는 남성을 말한다.²⁵ 크로스 섹슈얼은 1970, 80년대 유행했던 글램룩 스타일의 현대화된 모습이라고도 할 수 있다. 이들은 자기만의 스타일을 개발해 색깔을 찾아가며, 유행이나 한 가지 스타일에 얽매이지 않는 경향이 있다. 대표적인 예로 영화 '왕의 남자'의 이준기를 들 수 있다. 이러한 현상은 장기적인 경기침체와 청년실업, 빈부 격차 심화 등으로 기존의 남성에게 부과된 경제적 책임감과 부담감을 회피하기 위한 기제로 풀이되기도 한다.²⁶

영국 소비자 조사 단체인 퓨처 파운데이션(Future foundation)이 내놓은 '개스트로섹슈얼의 부상(The Emergence of the Gastrosexual)'이란 보고서를 보면 '주변 사람에게서 요리를 해주면서 즐거움을 느끼는 25~44세의 남성들'로 정의되어 있다. 통계청의 <비경제활동인구> 통계에 따르면, 2007년 말 집에서 아이를 돌보거나 살림을 맡고 있는 남성은 총 14만 3천명으로 2003년 대비 35%가 증가했다고 한다. 이는 국내에서도 개스트로섹슈얼의 확대 가능성을 뒷바침하고 있다.²⁷

그 밖에 미적 감각이 뛰어나고 테크놀로지에 대한 애정을 가진 남자들을 지칭하는 테크노섹슈얼(technosexual)족과 자신의 성적 정체성을 감추는 포모섹슈얼(pomosexual)족이 있다. 테크노섹슈얼족은 메트로섹슈얼의 성향에 최신 IT기기나 컴퓨터 테크놀로지에 투자하는 성향이 더해진 사람들이다. 메트로섹슈얼이 멋지게 치장하고 한국시리즈 결승 경기장에 가서 응원하는 사람들이라면, 테크노섹슈얼은 차량용 최신 PDA를 통해 강변에서 이성과 생중계를 보는 사람이라 할 수 있다. 포모섹슈얼족은 동성애자나 이성애자라는 성적 취향을 기준으로 개개인을 정의하는 성향에 반대하는 성향을 가지고 있다. 'pomo'는

²⁵ 위키백과사전, "크로스섹슈얼," (2008년 4월 19일[2010년 6월 17일 검색]); available from world Wide Web @

http://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%81%AC%EB%A1%9C%EC%8A%A4_%EC%84%B9%EC%8A%88%EC%96%BC

²⁶ 인터패션 플래닝, "Consumer-크로스 섹슈얼," (2010년 5월 12일 검색); available from world Wide Web @ http://www.ifp.co.kr/consumer/trendinfo_contents.asp?idx=7

²⁷ 인터패션 플래닝, "0910 FW Lifestyle Trend-Intersexual," (2010년 5월 12일 검색); available from world Wide Web @

http://www.ifp.co.kr/consumer/lifestyle_contents.asp?summary_idx=197&theme_idx=1035&contents_subdtl_name=0910 FW Lifestyle Trend

포스트모던의 약자로 포모섹슈얼은 성(gender)이나 분리주의의 영역을 넘어선 성(erotic)의 실체이다.

2001년에서 2010년 사이에 나타난 주요 남성성의 이미지를 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 2001년~2010년에 나타난 남성성 이미지의 변화

명칭	메트로섹슈얼 Metrosexual	레트로섹슈얼 Retrosexual	위버섹슈얼 Uebersexual	크로스섹슈얼 Crosssexual	개스트로섹슈얼 Gastrosexual
성 이미지	남성의 나르시시즘 동성애 이미지	우직하고 순정적이었던 전통적 남성 이미지	남성적 이미지	양성적 이미지 중성적 이미지	중성적 이미지
성향	여성처럼 외모에 신경쓰지만 남성적이고 여성스럽게 보이려 애쓰지는 않음	자기 외모를 가꾸는데 거의 신경을 쓰지 않고 몸치장에도 무관심함	강인한 남성 이미지에 내면에 부드러운 여성성도 받아들임	외모는 양성적, 중성적 이미지이지만 내면은 남성을 강조	주변 사람에게 요리를 해주면서 즐거움을 느끼는 25~44세의 남성.
표현양상	외모와 멋 부리기에 대해 잘 알고 패션에 관심을 갖는 현대 남성. 자신의 여성성에 대해 개방적이고 그것을 적극적으로 포용	남자가 꾸며야 할 이유를 알지 못하며, 시간이 있다면 생산적이고 실용적인 일에 시간을 투자할 하겠다는 스타일의 남성	강인한 남성성과 부드럽고 스타일리쉬한 면을 모두 지닌 남성상. 터프함과 함께 자상함, 감성의 풍부함을 드러내는 남성	의상, 헤어스타일, 액세서리 등을 하나의 패션코드로 생각하고 치장을 즐기는 남성. 여성의 화려한 패션도 차용하는 등 자신만의 스타일을 추구	패션뿐만 아니라 내적으로 부드럽고 자상한 남성. 요리도 잘하는 것이 특징.

3. 남성복 변화의 사회문화적 요인

1) 사회적 가치관 변화

매스미디어의 발달로 사람들이 획일화, 규격화되는 것에 반감을 갖게 되면서 남들과는 차별화된 개인의 개성이 중시 되었다. 이는 사람들이 남들과 동일하게 보이기보다는 자기 자신의 개성을 표출하여 자아실현 할 수 있는 욕망을 갖게 되었다는 것으로 볼 수 있다. 개성에 주목하다 보니 사람들은 자신만의 감정이나 경험을 중요시하게 되었고 이에 따라 감성을 추구하는 사회가 되었다. 결국 과거에는 남성에게 남성성을 강조하며 남성적인 것을 강요하였으나, 이제는 감성을 중요시하는 것으로 변화하였고 상품을 구매할 때도 자기 자신의 개성과 경험이나 느낌을 충족할 수 있는 감성을 중시해 선택하게 되었다. 이는 자연스럽게 남성패션에도 영향을 미치게 되어 남성복에서도 남성성이 강조된 의류가 아닌 각자의 개성을 살리고 감성을 반영한 상품들이 등장하게 되었다.

2) 여성의 사회진출 증가

남녀가 동등한 교육의 기회를 갖게 됨에 따라 여성의 교육이 활발히 이루어지면서 여성의 사회진출 증가로 이어졌다. 이러한 여성의 사회진출은 전통적인 성역할의 변화로 야기했다. 그 중 가정에서의 변화를 빼놓을 수 없는데, 여성의 사회진출로 인해 남성들이 가부장 제도의 의무감에서 해방되었다. 이를 통해 남성들의 권위적이고 강한 이미지가 부드러운 이미지로 변화하게 되는 계기가 되었다.²⁸ 그 결과 남성들은 그동안 무관심하게 여겼던 부분에 대한 호기심과 관심이 증가하게 되었고 그런 세태에 따라 외모에 대한 관심이 높아지게 되었다. 결국, 여성의 사회진출이 남성의 역할 변화에 영향을 주며

²⁸ 박옥련, 이현지, "1990년대 이후 국내 남성복의 여성화경향," *한국의류학회지*, 28권 2호 (2004), p.365.

피부 관리, 화장품, 헤어스타일, 패션 등 남성외모관련 시장에 큰 변화를 일으켰다.

3) 미의 개념 변화

아름다움의 기준은 시대에 따라 변화했다. 시간의 흐름에 따라서 혹은 문화의 영향을 받아 사람들이 일반적으로 평가하는 미의 기준은 지금도 계속 변화하고 있다.²⁹ 과거에는 남자에게 '남성다움'이, 여자에게는 '여성다움'이 강요되었다. 하지만 최근에는 남자가 여성성을 띠거나 여자가 남성성을 띠는 것이 이상한 일이 아니다. 특히 남자가 여성성을 띠는 것은 중요한 변화로 볼 수 있는데, 남자는 예전처럼 가장으로서의 역할에만 충실한 것이 아니라 다방면에서 자기 자신을 가꾸는 데에도 많은 관심을 가지기 시작하였기 때문이다. 외모를 가꾸고 치장하는 것이 예전에는 여자들만의 것이었지만 지금은 남자들 또한 관리의 필요성을 느낀다. 과거에 남자들은 특별한 치장을 하지 않은 거친 면을 부각시키고 싶어 했지만, 그런 시대는 지났다고 해도 될 것이다. 요즘에 남성들은 헤어스타일을 바꾸고 자기에게 어울리는 스타일에 맞춰 옷을 입으며 피부 관리나 손 관리도 받고 있다. 이 모든 것이 남성의 아름다움에 대한 사람들의 의식이 변화하였기 때문이다. 이러한 경향은 의복에서 두드러지게 나타난다. 남성복은 항상 기본적인 스타일을 고수하거나 특별한 장식이나 눈에 띄는 색상을 사용하지 않는 것이 보통이었지만 미의식의 변화로 인해 다양한 디자인과 스타일을 볼 수 있게 되었다.

4) 웰빙의 추구

웰빙은 well(건강한, 만족한, 안락한) being(인생)을 모토로 살아가는 것이다. 현대 산업사회의 병폐를 인식하고, 육체적·정신적 건강의 조화를 통해

²⁹ C. W. Franklin II, *The Changing Definition of Masculinity*, (N.Y.: Plenum Press, 1984), 재인용, 최지성, "남성의 외모관리에 대한 태도 연구-성역할 및 감각추구성향과의 관련성을 중심으로-" (연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002), p.5.

아름다운 삶을 영위하려는 사람들이 늘어나면서 나타난 새로운 삶의 방식이다. 웰빙을 추구하는 사람들은 대체로 과시적 소비가 아닌, 자기만족을 위한 조화롭고 건전한 소비를 지향한다.³⁰ 생명과 자연의 가치, 건강을 최우선으로 삼으며 육체뿐 아니라 정신적 건강도 중시하는 것이 일반적이기 때문에 바쁜 생활을 피하고 몸과 마음의 평화를 추구하여 생식이나 슬로우 푸드, 스파 마사지, 아로마 요법, 요가 등을 즐긴다. 웰빙 열풍은 삶의 질을 중요시하고, 자기에 대한 투자를 아끼지 않으며 개인의 안녕을 중요시 하기 때문에 패션도 자기를 가꾸는 하나의 수단이라는 인식을 갖게 하였다.

5) 대중문화와 정보의 다양화

21세기에는 인터넷 망의 발전으로 인해 거의 모든 사람들이 공통적인 정보를 빠르게 접할 수 있게 되었다. 또한 넘쳐나는 광고도 사람들에게 많은 정보를 제공하고 있다. GQ, 에스콰이어, 아레나 움프, 등과 같은 남성들의 생활과 패션 정보를 다루는 교양잡지 발간의 증가와 인터넷 및 컴퓨터 문화의 발달은 전 세계를 하나의 네트워크로 연결함으로써 사람들이 전문적이고 다양한 패션 정보를 신속하고 쉽게 대중문화를 접할 수 있게 해주었다.³¹ 이러한 영향으로, 유행은 더욱 빠르게 변지고 인터넷에서 화젯거리가 된다. 인터넷에서 빠르게 손쉽게 패션 정보를 얻음으로써 패션에 대한 관심에 도움을 주고 남성들의 패션에 변화를 가져다 주었다.³²

³⁰ 이은주, "남성을 위한 Portable beauty kit에 관한 연구-메트로섹슈얼 남성을 중심으로-" (홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 2005), pp.6-7.

³¹ 현희정, "시대극 의상에 나타난 크로스 섹슈얼적 표현에 관한 분석-영화 '왕의 춤'과 '파리 벨리'를 중심으로-" (국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위논문, 2008), p.7.

³² 박옥련, 이현지, op. cit., pp.365-366.

4. 재킷

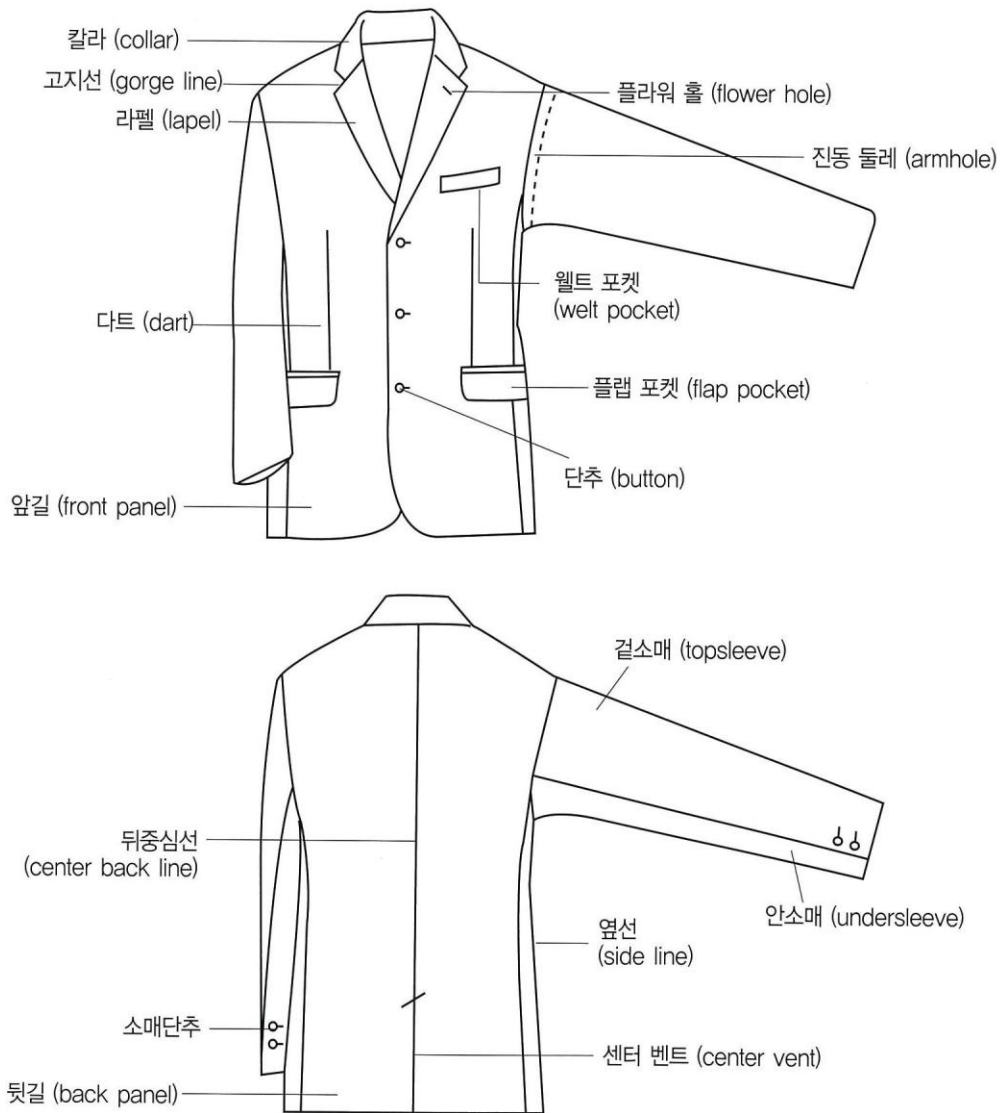
1) 재킷의 정의

재킷(jacket)은 엉덩이 정도까지의 길이로 된 소매 달린 상의의 총칭으로, 하의와 한 벌로 된 수트의 상의나 상의와 하의를 분리하여 입는 단독의 옷을 의미한다. 수트는 남자의 상의(재킷 또는 코트), 베스트, 바지의 세 가지가 갖추어진 한 벌의 옷으로 남성복에서는 르네상스 시대에 그 기초가 되는 형이 나타나 19세기 후반에 오늘날과 같은 일반적인 형태로 자리 잡았다.³³

재킷의 부분별 명칭은 <그림 1>과 같다.

³³ 이경희, 김윤경, op. cit., p.112.

Calasibetta Charlotte Mankey, *The Fairchild dictionary of fashion* (New York: Fairchild Publications, 2003), p.85.



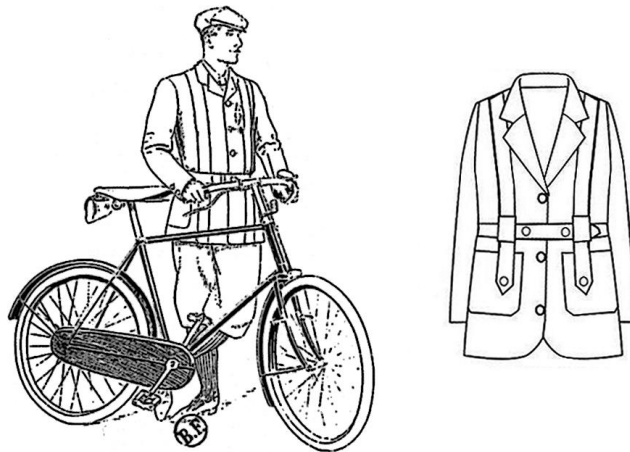
<그림 1> 재킷의 부분별 명칭

<출처: 남성복 실무>

2) 재킷의 유래

남성패션에서 가장 중요한 아이템 중의 하나인 재킷은 19세기 후반 교외 스포츠와 오락이 대중화되기 전에는 일부 상류층紳사들이 스포츠를 즐길 때 주로 입는 것이었다. 재킷은 빅토리아 시대 영국의 노포크(Norfolk)공작이 즐겨

입었던 수렵복인 노포크 재킷에서 비롯되었다<그림 2>. 노퍽 재킷은 어깨 부위가 느슨하고 편안할 뿐만 아니라 앞쪽에 두 군데, 뒤쪽에 한 군데 넓은 주름을 잡아서 몸을 움직이기 쉽도록 고안된 것이다. 이는 스포츠를 즐기는 사람들을 위한 스포츠 재킷으로 이어졌으며, 1920년대를 즈음해서 스포츠 목적 외에 지금과 같은 개념의 재킷으로 입기 시작하였다.³⁴



<그림 2> 노퍽 재킷 삽화와 도식화
(출처: 남성 Fashion 디자인 / 패션 디자인)

3) 재킷의 종류

재킷은 용도, 형식, 여밈 등에 따라 분류할 수 있다. 먼저, 용도별로는 타운(town)재킷, 칵테일(cocktail)재킷, 이브닝(evening)재킷, 디너(dinner)재킷, 비즈니스(business)재킷, 블레이저(blazer), 스포츠(sports)재킷, 사파리(safari)재킷, 슈팅(shooting)재킷, 라이딩(riding)재킷 등으로 구분된다.³⁵ 블레이저는 재킷의 한 종류로 캐주얼 웨어에서 포멀 웨어에 이르기까지 표현 영역이 넓은 품목으로 재킷 중에서 가장 가까우며 싱글의 2버튼, 3버튼과 더

³⁴ 이경희, 김윤경. op. cit., pp.112-113

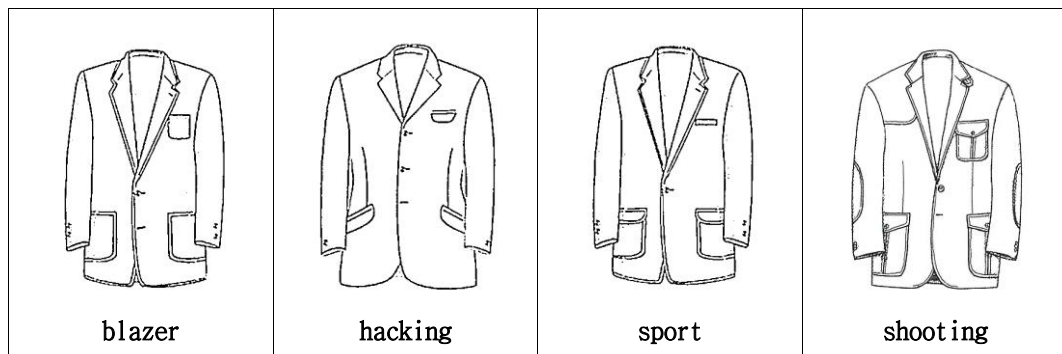
³⁵ 서광, *신사복이야기* (서울: 금비문화, 1993), pp.90-93.

블의 4버튼, 6버튼 스타일이 있다. 스포츠 재킷은 캐주얼 재킷이라고도 하며 스포츠 용도로 만들어진 것이 아닌 일반적으로 재킷이라고 일컫는 스타일을 말한다.³⁶ 형식별로는 테일러드(tailored)재킷, 카디건(cardigan)재킷, 싱글브레스티드(single-breasted)재킷, 더블브레스티드(double-breasted)재킷 등으로 구분된다.³⁷ 단추를 채우는 방법에 따라서는 1버튼 재킷, 2버튼 재킷, 3버튼 재킷 등으로 나눌 수 있다.

본 연구에서는 재킷의 종류를 칼라 종류에 따라 정리하고자 한다. 칼라 종류는 칼라 달림선의 모양에 따라 분류하면 어떠한 모양의 칼라라도 쉽게 구분되므로, 강순희, 서미아의 분류기준인 칼라 달림선의 모양에 따라 구분하였다.³⁸

(1) 테일러드칼라 재킷

테일러드칼라는 18세기말 프랑스 혁명 후 남자 양복에 처음 등장하였다. 여밈의 위치, 너치(notch)의 위치와 모양, 라펠(lapel)의 넓이와 형태, 여밈의 더블(double)/싱글(single) 여부에 따라 디자인을 다양하게 변화 시킬 수 있다<그림 3>.



<그림 3> 테일러드칼라 재킷

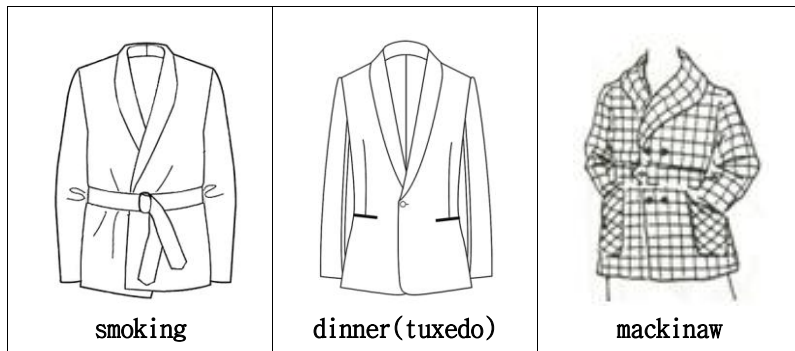
³⁶ 이경희, 김윤경. op. cit., pp.112-113.

³⁷ 패션전문자료사전 편찬위원회. *Fashion전문자료사전(일명.복식대사전)*, (서울: 한국사전연구사, 2001), pp.667-668.

³⁸ 강순희, 서미아, *의복의 입체구성 이론 및 실기*, 개정판 (서울: 교문사, 2002), pp.98-133

(2) 숄칼라 재킷

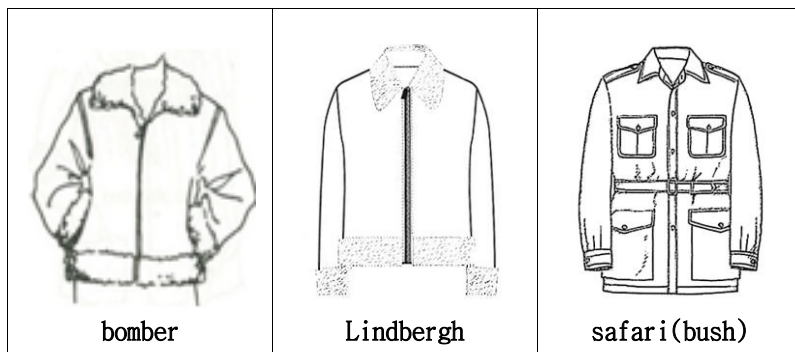
뒷길의 칼라로부터 앞길의 칼라 끝까지 너치가 없이 등글게 계속 이어진 칼라이다. 숄(shawl)을 단 것 같은 모양이어서 숄칼라라고 이름이 붙여졌는데, 칼라의 폭과 길이를 다양하게 하여 여러 모양으로 변화시킬 수 있다<그림 4>.



<그림 4> 숄칼라 재킷

(3) 셔츠칼라 재킷

셔츠 칼라는 원래 셔츠에 붙이는 칼라를 말하나, 여기서는 칼라 뒷중심에 스탠드분이 있고 앞으로 오면서 차츰 스탠드분이 적어지는 칼라를 셔츠 칼라라고 정의한다<그림 5>.

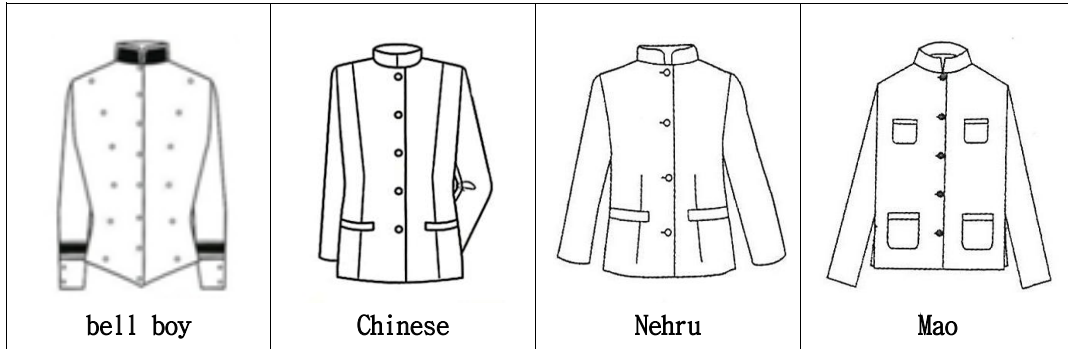


<그림 5> 셔츠칼라 재킷

(4) 스탠드칼라 재킷

스탠드칼라는 목둘레선을 따라 스탠드 된 칼라이다. 스탠드 상태를 변화시

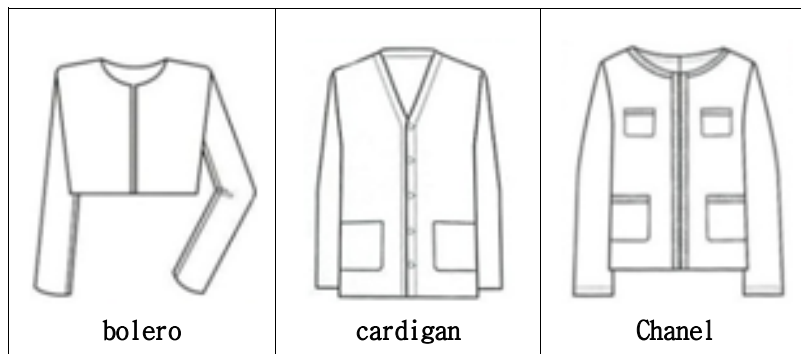
켜 디자인을 여러 가지로 응용할 수 있다<그림 6>.



<그림 6> 스탠드칼라 재킷

(5) 칼라리스 재킷

칼라리스(collarless) 재킷은 칼라를 달지 않고, 길의 네크라인 모양을 여러 가지 디자인으로 변화시켜 그대로 이용하는 것으로 노칼라(no collar)라고도 한다<그림 7>.



<그림 7> 칼라리스 재킷

(6) 기타

기타에는 위의 칼라 분류에 포함되지 않은 것으로 후드 등이 포함된다. 후드(hood)는 비바람이나 추위를 막는 방한용으로 많이 이용된다.

Ⅲ. 연구방법 및 범위

1. 연구방법

본 연구는 2001년에서 2010년까지의 컬렉션에 등장한 현대 남성 재킷의 디자인 특성을 살펴보고자 한다. 디자인 특성은 형태, 색채, 소재, 디테일, 코디네이션으로 나누어 분석하고자 한다. 형태는 재킷의 전체적인 실루엣과 재킷의 길이를 분석하고, 색채는 포토샵(Adobe Photoshop CS3) 프로그램을 이용해 재킷의 대표 RGB 값을 구하고 먼셀 색체계(Munsell Conversion System 2010)를 활용해 HV/C 값으로 변환하여 색상과 색조를 살펴보고자 한다. 소재는 사용된 소재의 두께, 광택, 비침정도, 무늬 등을 시각적으로 분석하고, 디테일은 내부구성선, 소매, 여밈의 종류로 나누어 분석하고자 한다.

그 다음으로 브랜드별 남성 재킷 디자인에 표현된 성 이미지 특성을 알아본다. 수집된 남성 재킷 사진 자료를 토대로 각각의 브랜드마다 남성 재킷 디자인에 나타난 성 이미지 특성을 살펴보고자 한다. 성 이미지 특성은 문헌고찰을 통해 남성성 이미지와 여성성 이미지로 나누어 디자인 특성을 정리하고 남자 재킷에 반영된 두 가지 성 이미지의 특성을 고찰하고자 한다.

2. 분석 대상 브랜드 선정

본 연구의 분석대상 브랜드를 선정하기 위하여 패션정보사이트인 퍼스트 뷰 코리아(<http://www.firstviewkorea.com/>)에서 2001년 S/S 컬렉션부터 2010년 F/W 컬렉션까지 남성복 4대 컬렉션(Paris, Milan, New York, London) 중 총 20개 시즌의 패션쇼에 참여한 브랜드를 조사하였다. 조사 결과 코스튬 내셔널(Costume National), 디 앤 쥐(D & G), 디스퀘어드(D Squared²), 디올 옴므(Dior homme), 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana), 조르지오 아르마니(Giorgio Armani), 구찌(Gucci), 에르메스(Hermes), 아이스버그(Iceberg), 루이 비통

(Louis Vuitton), 폴 스미스(Paul Smith), 프라다(Prada), 로베르토 까발리(Roberto Cavalli), 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood), 총 14개의 브랜드가 추출되었다.

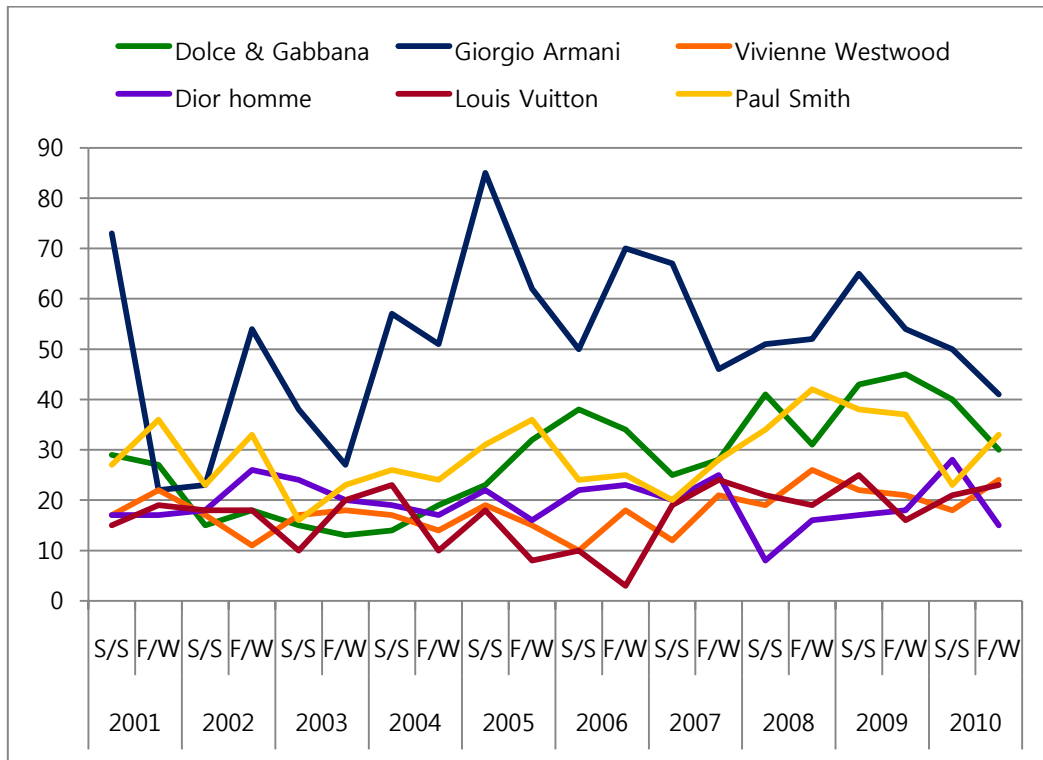
전문가 집단의 의견을 바탕으로 D & G, Iceberg를 제외한 나머지 12개의 브랜드들에서 재킷의 요건에 충족되는 8400여장의 사진자료를 수집했다. 그 중에서 재킷을 선보인 빈도가 높은 브랜드를 밀라노 지역의 브랜드 3개(Dolce & Gabbana, Giorgio Armani, Vivienne Westwood)와 파리 지역의 브랜드 3개(Dior homme, Louis Vuitton, Paul Smith)를 최종 분석 대상으로 선정하였다.

3. 남성 재킷의 범위

문헌 자료 조사 결과, 재킷에 포함되는 종류가 다양했다. 본 연구에서는 깊이 있는 연구를 위하여 분석할 재킷의 특징을 한정하였다. 재킷은 한 벌 수트로서의 상의와 단독으로서의 상의가 포함된다. 앞 여밈이며, 길이는 무릎라인까지로 제한을 두었다. 소매는 반듯이 있어야 하나 테일러드 재킷의 느낌이 강한 것 중에서 소매가 없는 경우는 재킷의 변형 형태로 해석하여 연구대상에 포함하였다. 그 외에 다른 것과 결합할 수 있는 가디건형 재킷, 코트형 재킷, 점퍼형의 재킷은 분석에서 제외하였다. 실루엣에서도 지나치게 박시한 느낌을 주는 것들은 제외하였다. 소재는 시각적으로 지나치게 두꺼워 보여 코트와 혼동을 줄 수 있는 경우도 제외하였다.

본 연구에서 한정지은 재킷의 정의를 바탕으로 6개 브랜드에서 1차로 수집된 사진 자료를 재정리한 결과 총 3263장의 사진자료가 수집되었고, 수집된 자료는 모두 분석에 사용되었다. 수집된 사진자료를 브랜드별 재킷의 출현 빈도로 정리한 것은 <그림 8>, <표 3>과 같다. 조르조 아르마니(Giorgio Armani)의 경우, 다른 브랜드에 비해 상당히 많은 재킷을 선보이고 있음을 알 수 있었다. 다음으로는 폴 스미스(Paul Smith)와 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)가 많은 재킷을 선보였다. 연도별로 살펴보았을 때는 2000년대 초반

보다는 후반에 더 많은 수의 재킷이 등장했다. 시즌 별로 보았을 때는 각각의 브랜드 모두 S/S와 F/W 컬렉션에 비슷한 수량의 재킷이 선보여졌다. 이는 남성 재킷의 경우 계절을 불문하고 많이 착용되기 때문으로 보인다.



<그림 8> 브랜드별 남성 재킷 출현빈도

<표 3> 브랜드별 남성 재킷 출현빈도

연도 시즌 Brand name		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		Total
		S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	
Milan	Dolce & Gabbana	29	27	15	18	15	13	14	19	23	32	38	34	25	28	41	31	43	45	40	30	560
	Giorgio Armani	73	22	23	54	38	27	57	51	85	62	50	70	67	46	51	52	65	54	50	41	1038
	Vivienne Westwood	17	22	17	11	17	18	17	14	19	15	10	18	12	21	19	26	22	21	18	24	358
Paris	Dior homme	17	17	18	26	24	20	19	17	22	16	22	23	20	25	8	16	17	18	28	15	388
	Louis Vuitton	15	19	18	18	10	20	23	10	18	8	10	3	19	24	21	19	25	16	21	23	340
	Paul Smith	27	36	23	33	16	23	26	24	31	36	24	25	20	28	34	42	38	37	23	33	579
Total		178	143	114	160	120	121	156	135	198	169	154	173	163	172	174	186	210	191	180	166	3263

디자인 특성의 분석 틀은 선행연구를 비롯한 문헌자료를 바탕으로 본 연구에 맞도록 수정, 보완하였다<표 4>. 분석 기준을 바탕으로 이론적 배경에서 살펴본 남성성과 여성성의 이미지 특성이 남성 재킷 디자인에 어떻게 반영되었는지를 고찰하였다.

<표 4> 디자인 요소별 특성 분석 기준

요 소		특 성
형태	실루엣	X, Y, H
	길이	midriff line, waist line, hipbone line, hip line, under hip line, tunic line, knee line, under knee line,
소재	사진자료에서 시각적으로 느껴지는 두께, 광택, 비침정도	
	무늬	자연적 무늬, 추상적 무늬, 스트라이프, 체크, 기하학무늬, 무지
색채	색상	주조색의 색상
	색조	주조색의 색조
디테일	내부 구성선	실루엣 안의 선으로 구성선(솔기, 다트), 네크라인, 소매라인, 장식적인 선, 면분할 등
	소매	소매길이 및 소매 폭
	여밈	여밈의 종류별 분류
코디네이션	이너웨어	재킷과 함께 코디네이션 한 이너웨어의 종류
	액세서리	넥타이, 스카프, 머플러, 목걸이 등과의 코디네이션

IV. 성(性)이미지 변화에 따른 현대 남성 재킷의 디자인 특성 분석

1. 남성 재킷의 디자인 특성

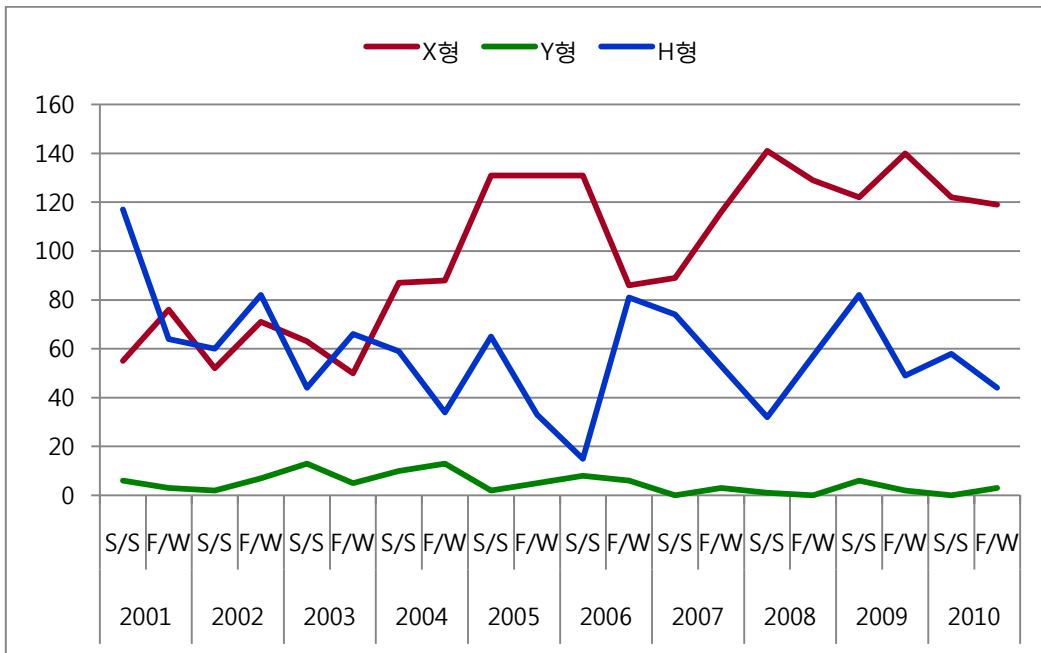
1) 형태

남성 재킷의 디자인 특성을 살펴보기 위하여 형태에서는 재킷의 실루엣과 재킷의 길이를 분석하였다. 실루엣은 X형, Y형 및 H형의 세 가지로 분류하였다. X형 실루엣은 다트를 잡아 허리를 강조한 형태로, 실루엣에서 곡선적인 느낌을 살려주며 여성성 이미지를 나타낸다. Y형 실루엣은 어깨를 강조한 형태로 전형적인 남성성의 이미지를 보여주고, H형 실루엣은 직선적인 느낌으로 남성성 이미지를 표현한다<그림 9>. 분석 결과, 전체적으로 X형의 실루엣이 많이 나타났다. 그 다음으로 H형 실루엣이 많이 나타났다. 어깨를 강조한 Y형 실루엣은 매우 적게 나타났다. X형 실루엣은 2004년에 들어서면서 그 수치가 증가해 2005년엔 상당히 많은 재킷들이 X형 실루엣으로 디자인 되었음을 알 수 있었는데, 이는 2004년 당시 세계적으로 이슈화 되었던 메트로섹슈얼의 영향으로 보인다. 2006년에는 위버섹슈얼이 유행하면서 남성성 이미지가 다시 강조되어 실루엣에서도 X형 실루엣이 줄어든 것으로 보여진다. 2008년부터 2010년 사이에는 다시 X형 실루엣이 증가했다<그림 10>. 이는 다양하게 시도되었던 실루엣이 사회문화적으로 대중들이 선호하는 인체의 곡선을 살려줄 수 있는 디자인으로 변화된 것으로 이해할 수 있다.

남성 재킷의 실루엣을 브랜드별로 살펴본 결과, 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)의 재킷은 대부분 X형 실루엣이었다. 조르지오 아르마니(Giorgio Armani) 재킷은 X형 실루엣이 H형 실루엣보다 2배 정도 많이 나타났고, 나머지 브랜드의 재킷들은 X형과 H형 실루엣이 고르게 나타났다<표 5>, <그림 11>.

X형 실루엣	Y형 실루엣	H형 실루엣
 <p data-bbox="268 831 596 864">Dolce & Gabbana 2010 S/S</p>	 <p data-bbox="644 831 948 864">Louis Vuitton 2004 F/W</p>	 <p data-bbox="991 831 1319 864">Vivienne Westwood 2003 S/S</p>
 <p data-bbox="300 1337 564 1370">Dior homme 2001 F/W</p>	 <p data-bbox="660 1337 932 1370">Paul Smith 2010 F/W</p>	 <p data-bbox="991 1337 1319 1370">Giorgio Armani 2005 S/S</p>
 <p data-bbox="272 1843 596 1877">Giorgio Armani 2005 F/W</p>	 <p data-bbox="628 1843 963 1877">Vivienne Westwood 2005 S/S</p>	 <p data-bbox="1023 1843 1299 1877">Paul Smith 2009 S/S</p>

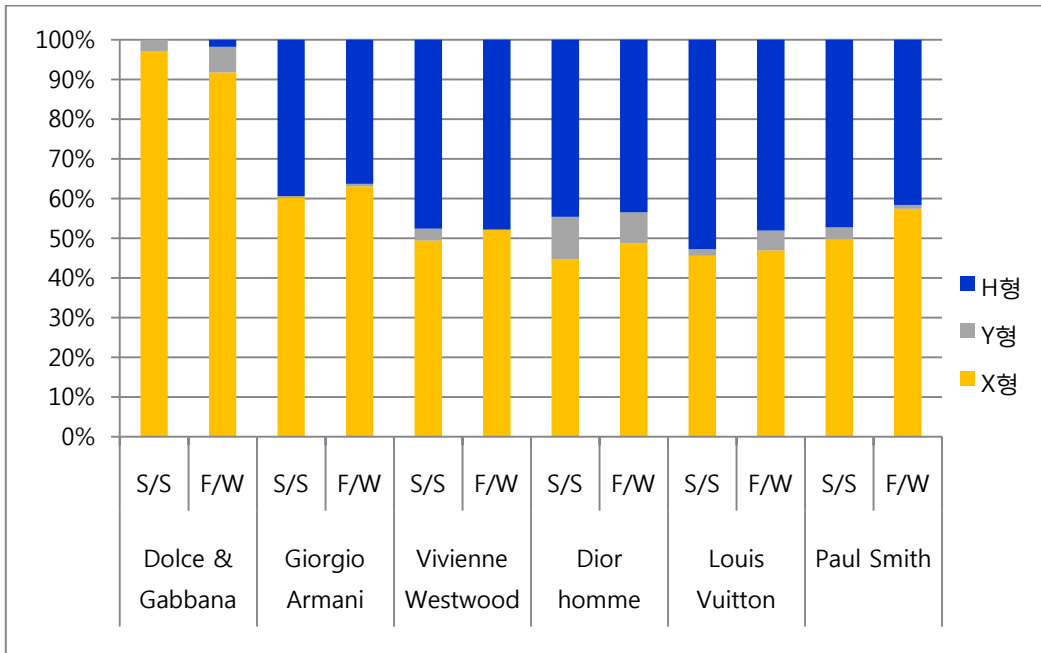
<그림 9> 남성 재킷의 실루엣



<그림 10> 연도별 남성 재킷의 실루엣 빈도 추이

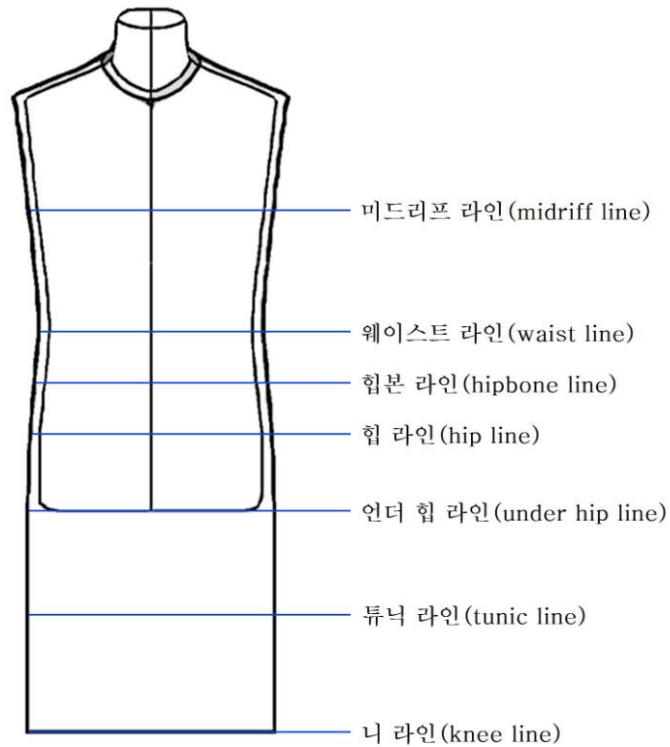
<표 5> 남성 재킷의 브랜드별 실루엣 분석

Brand 시즌	Dolce & Gabbana		Giorgio Armani		Vivienne Westwood		Dior homme		Louis Vuitton		Paul Smith		Total
	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	
X형	275	254	336	302	83	99	87	94	82	75	130	182	1999
Y형	8	18	3	3	5	0	21	15	3	8	8	3	95
H형	0	5	220	174	80	91	87	84	95	77	124	132	1169
Total	283	277	559	479	168	190	195	193	180	160	262	317	3263



<그림 11> 남성 재킷의 브랜드별 실루엣 분포

재킷의 길이는 문헌 자료를 바탕으로 미드리프 라인(midriff line), 웨이스트 라인(waist line), 힙본 라인(hipbone line), 힙 라인(hip line), 언더 힙 라인(under hip line), 튜닉 라인(tunic line), 니 라인(knee line), 언더 니 라인(under knee line)의 8가지로 구분하였다<그림 12>. 재킷의 길이는 니 라인(knee line)까지로 제한을 두었지만, 한 벌의 수트임에도 불구하고 니 라인(knee line)이 넘어가는 길이의 재킷이 있어 예외적으로 분석에 추가하였다.



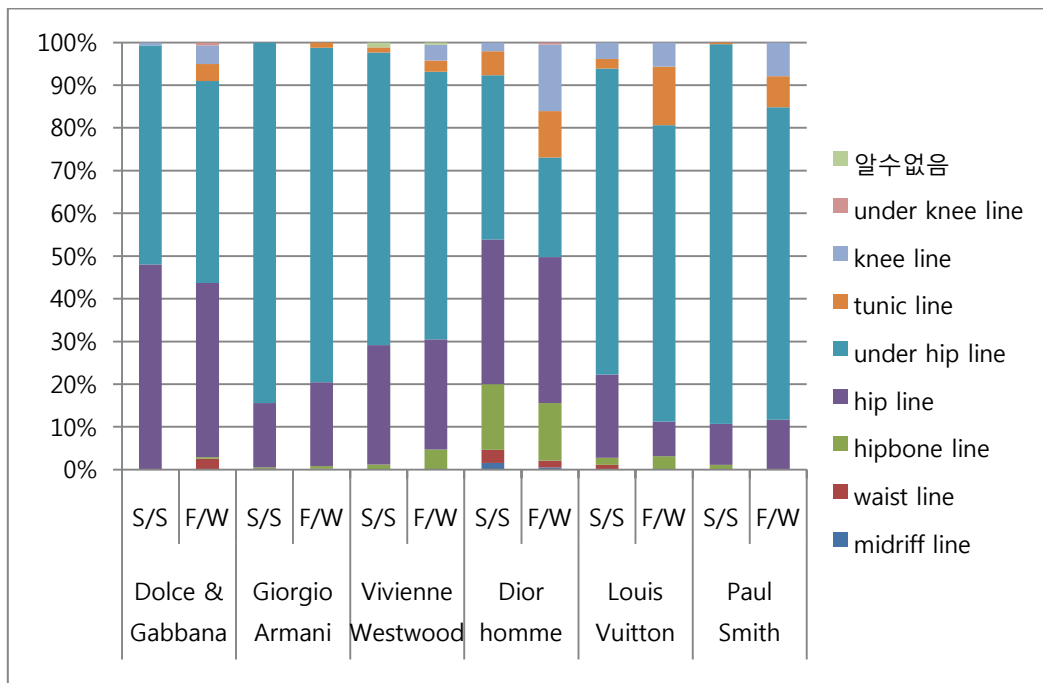
<그림 12> 재킷의 길이 기준

분석결과, 재킷의 길이는 언더 힙 라인(under hip line)의 빈도가 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 힙 라인(hip line), 튜닉 라인(tunic line), 니 라인(knee line), 힙본 라인(hipbone line)과 웨이스트 라인(waist line)의 재킷 순으로 나타났다<표 6>. 적은 수 이긴 하지만, 디올 옴므(Dior homme)에서 미드리프 라인(midriff line)의 재킷이 있는 것이 인상적이 었다<그림 14>.

비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)에서 재킷의 길이를 알 수 없는 것이 있었다<표 6>. 이는 재킷을 바지 안에 넣어 입은 사례가 있었기 때문이다. 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)와 디올 옴므(Dior homme)는 언더 니 라인(under knee line)의 재킷도 선보였다<그림 17>.

<표 6> 브랜드별 남성 재킷의 길이 분석

Brand 시즌	Dolce & Gabbana		Giorgio Armani		Vivienne Westwood		Dior homme		Louis Vuitton		Paul Smith		Total
	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	
미드리프 라인 (midriff line)	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	4
웨이스트 라인 (waist line)	0	7	0	1	0	0	6	3	2	0	0	0	19
힙본 라인 (hipbone line)	0	1	3	3	2	9	30	26	3	5	3	0	85
힙 라인 (hip line)	136	113	84	94	47	49	66	66	35	13	25	37	765
언더 힙 라인 (under hip line)	145	131	472	375	115	119	75	45	129	111	233	232	2182
튜닉 라인 (tunic line)	0	11	0	6	2	5	11	21	4	22	1	23	106
니 라인 (knee line)	2	12	0	0	0	7	4	30	7	9	0	25	96
언더 니 라인 (under knee line)	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3
알수없음	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	3
Total	283	277	559	479	168	190	195	193	180	160	262	317	3263



<그림 13> 브랜드별 남성 재킷의 길이



<그림 14> 미드리프 라인(midriff line)의 남성 재킷 사례



<그림 15> 웨이스트 라인(waist line)의 남성 재킷 사례



<그림 16> 힙본 라인(hipbone line)의 남성 재킷 사례



<그림 17> 힙 라인(hip line)의 남성 재킷 사례



<그림 18> 언더 힙 라인(under hip line)의 남성 재킷 사례



<그림 19> 튜닉 라인(tunic line)의 남성 재킷 사례



Dolce & Gabbana 2003 S/S

Paul Smith 2008 F/W

Dior homme 2008 F/W

<그림 20> 니 라인(knee line)의 남성 재킷 사례



Dolce & Gabbana 2001 F/W

Dolce & Gabbana 2001 F/W

Dior homme 2003 F/W

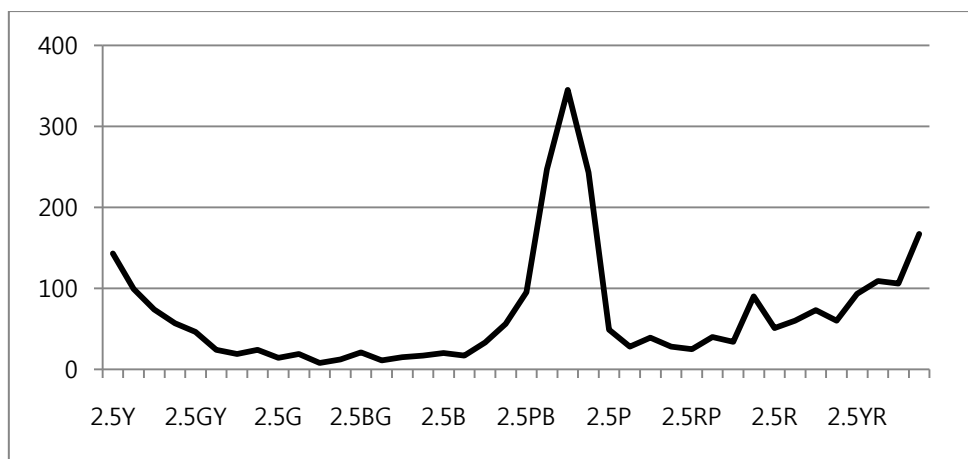
<그림 21> 언더 니 라인(under knee line)의 남성 재킷 사례

2) 색채

지난 10년 간의 컬렉션에 등장한 남성 재킷의 색채 분석에서 색상은 먼셀 색체계의 40색상을, 색조(tone)는 PCCS(practical color coordination system) 체계를 기준으로 하였다.

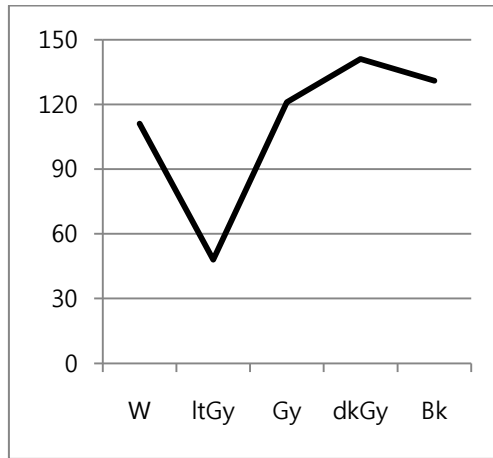
먼셀의 색상 분할은 R(빨강), Y(노랑), G(초록), B(파랑), P(보라)의 5가지의 주요 색상에 YR, GY, BG, PB, RP의 5가지 중간색을 삽입한 합계 10색상에 그 중간색을 포함하고 다시 그 중간까지 포함하여, 2.5, 5, 7.5, 10위치의 40 색상이다.³⁹

색채 분석결과, 전체 3263개의 재킷 중에서 유채색의 재킷은 2711(83%)개, 무채색의 재킷은 552(17%)개로 나타났다. 유채색의 재킷들 중에서는 먼셀 색체계의 40색을 기준으로 분석하였을 때는 2.5Y(5%), 5PB(9%), 7.5PB(13%), 10PB(9%), 10YR(6%)으로 7.5PB의 빈도가 가장 높게 나타났다<그림 22>. 먼셀 색체계의 10색상을 기본으로 분류했을 때는 PB(34%), YR(18%), Y(14%), R(9%)의 순으로 빈도가 높게 나타났다. 무채색의 경우는 Dark Gray(26%), Black(24%), Gray(22%), White(20%), Light Gray(8%)로 나타났다<그림 23>.



<그림 22> 2001년~2010년 남성 재킷의 색상 분포(40색 기준)

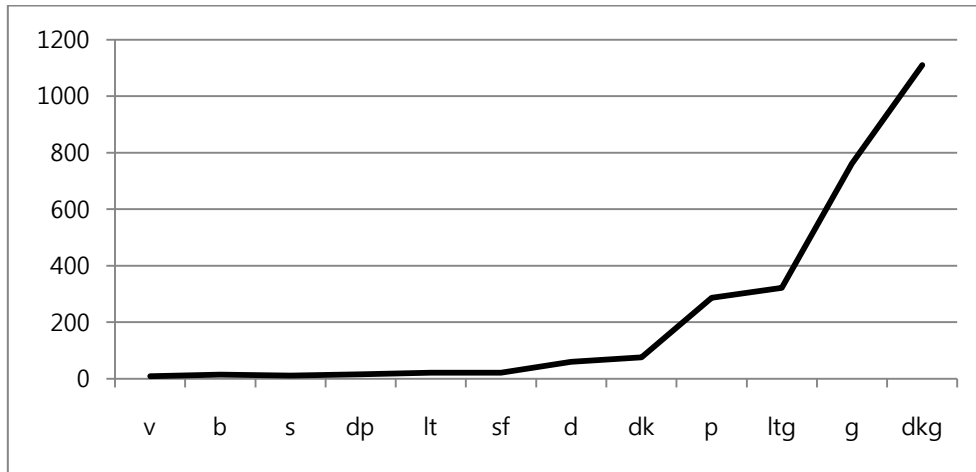
³⁹ 윤희림, *색채지각론과 체계론*, (서울: 도서출판 국제, 2008), pp.94.



<그림 23> 2001년~2010년 남성 재킷의 무채색 분포

색조는 명도와 채도를 통합한 개념이다. 본 연구에서 색조는 PCCS에 의해 분석하였는데, PCCS의 색조(tone)개념을 살펴보면, 고채도의 선명한(vivid, v), 밝은(bright, b), 기본색(strong, s), 진한(deep, dp), 중채도의 밝은(light, lt), 흐린(soft, sf), 탁한(dull, d), 어두운(dark, dk), 저채도의 연한(pale, p), 밝은 회색조(light grayish, ltg), 회색조(grayish, g), 어두운 회색조(dark grayish, dkg), 총 12종의 톤으로 나뉘어 있다.⁴⁰ 분석 결과, 색조는 3263개의 재킷 중에서 1110개 재킷의 색조가 dark grayish 톤으로 나타났다. 이는 전체의 41%를 차지하는 것으로 dark grayish 톤이 사용빈도가 매우 높은 것으로 나타났다. 그 다음으로 grayish(20%), light grayish(12%), pale(11%) 순으로 나타났다. vivid, bright, strong, deep 톤의 재킷은 매우 적게 나타났다. 분석결과 저명도, 저채도인 dark grayish톤이 가장 많이 사용되지만, 그 다음으로 grayish, light grayish, pale 톤의 색조가 많이 사용되는 것을 통해 남성 재킷에 사용되는 색조는 대체적으로 저채도에 다양한 명도 차이가 있는 것을 사용하는 것으로 나타났다<그림 24>.

⁴⁰ 윤희림, *색채지각론과 체계론*, (서울: 도서출판 국제, 2008), pp.124.

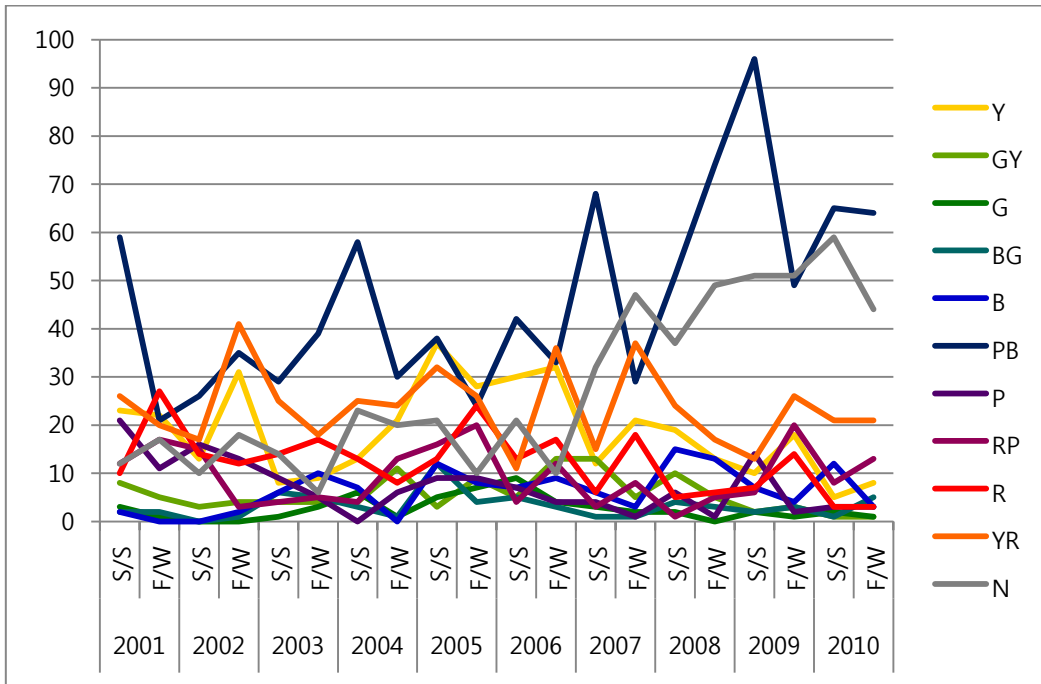


<그림 24> 2001년~2010년 남성 재킷의 색조 분포

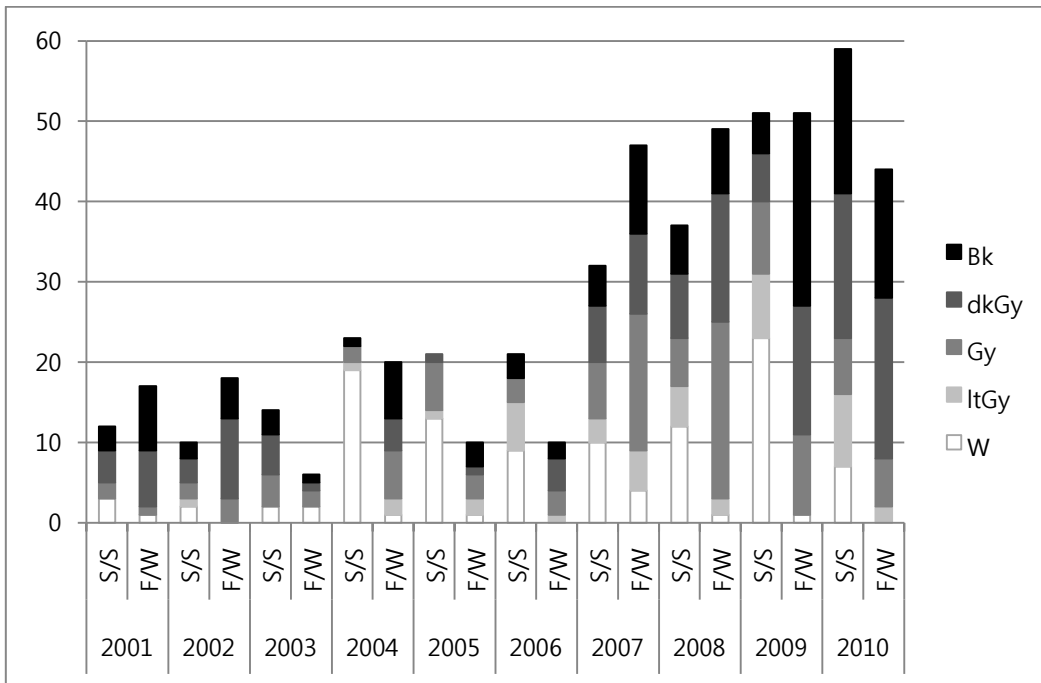
연도별로 살펴보았을 때는 2005년과 2006년에는 다른 해에 비해 PB 계열의 색상 사용이 감소하고 나머지 색상의 사용이 증가한 것으로 나타났다. 그 중에서도 Y 계열 색상 사용이 증가한 것으로 나타났는데, 당시 유행하던 메트로 색슈얼의 영향으로 남성 재킷에 다양한 색상이 사용된 것으로 보인다. 2007년 이후로 갈수록 무채색(N)과 PB 계열 색상의 사용이 증가하는 것을 볼 수 있다 <그림 25, 26>.

색상의 경우 감색계통은 남성성의 이미지를 붉은 계통은 여성성의 이미지 특성으로 나타난다. 전체적으로 보았을 때, 남성성의 이미지 특성을 보여주는 PB 계열의 색상 사용이 많지만, 감색계통인 GY, G, BG, B, PB 계열의 색상과 붉은 계통인 P, RP, R, YR, Y 계열의 색상 사용량을 비교해보면 2001년부터 2006년까지는 붉은 계통의 색상이 2007년부터 2010년에 사이에는 푸른 계통의 색상이 많이 사용된 것으로 나타났다.

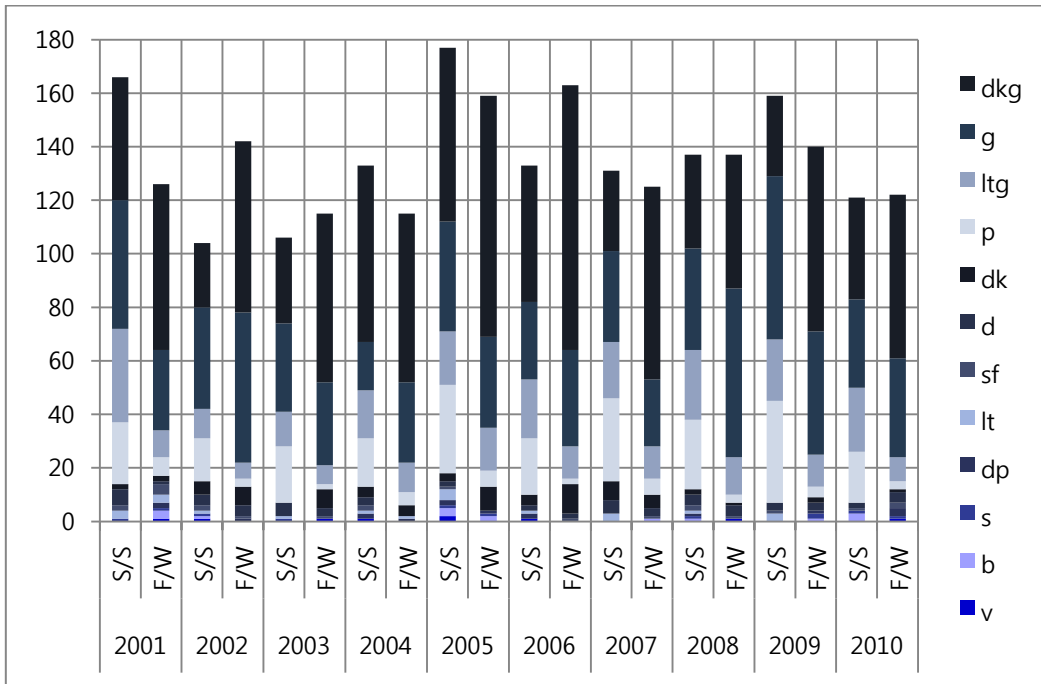
남성 재킷의 색조의 빈도 변화를 연도별로 살펴본 결과, 저채도인 grayish 와 dark grayish톤은 꾸준히 많이 사용된 것으로 나타났다. 2001년과 2005년에는 S/S와 F/W 시즌 모두 다른 해에 비해 고채도와 중채도의 사용빈도가 높았다<그림 27>.



<그림 25> 연도별 남성 재킷의 색상 빈도 변화(10색 기준+무채색(N))



<그림 26> 연도별 남성 재킷의 무채색 사용 빈도

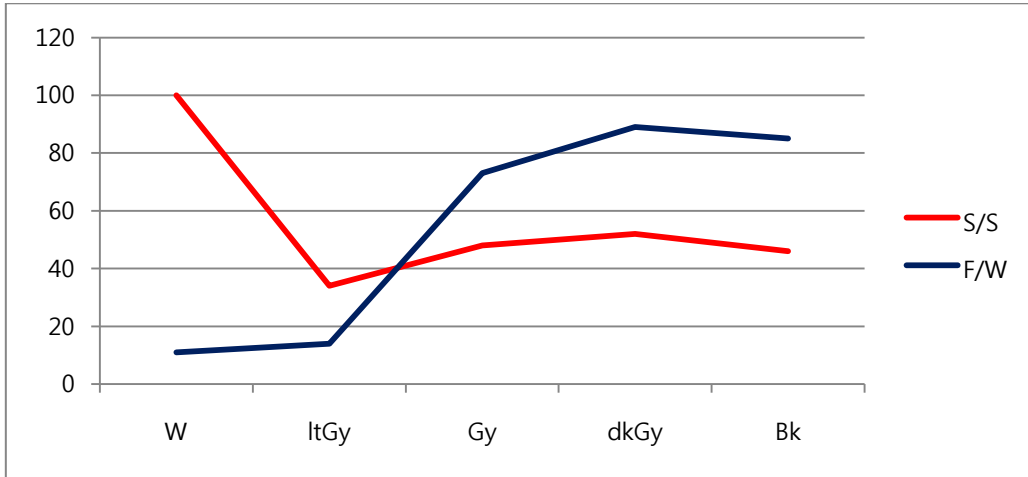


<그림 27> 연도와 시즌별 남성 재킷의 색조 빈도 변화

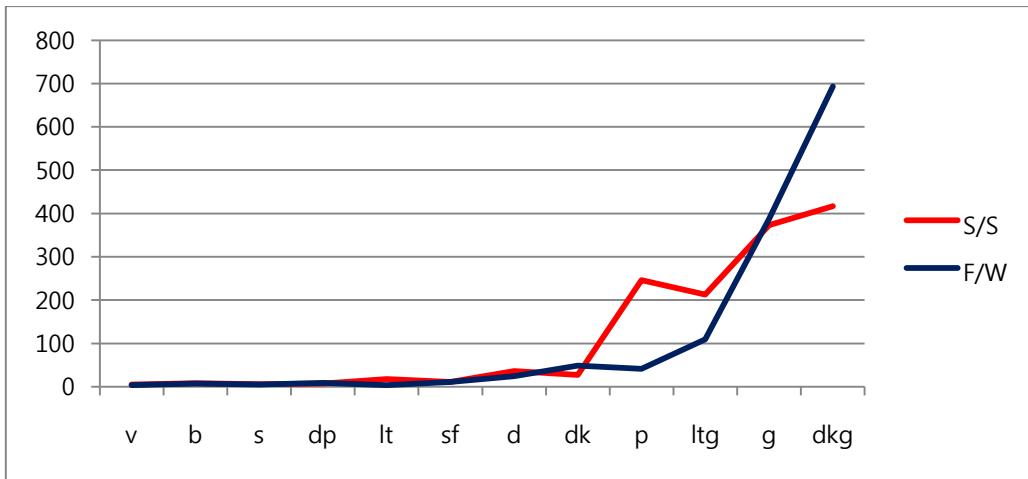
시즌별로 살펴보면 전체적으로 사용하는 색상의 분포와 거의 일치하는 것으로 나타났다. 즉, 색상의 경우는 계절과 상관없이 PB 계열의 색상을 가장 많이 사용하고 다음으로 YR, Y, R의 순으로 많이 사용되었다. 무채색과 색조의 경우에는 차이가 나타났는데, 무채색의 경우, S/S 시즌에 F/W 시즌보다 White와 Light Gray의 사용빈도가 높게 나타나고 Gray, Dark Gray, Black의 사용빈도는 낮게 나타났다<그림 28>. 색조의 경우는 S/S 시즌에는 pale톤이 F/W 시즌에는 dark grayish톤이 많이 사용되었다. 이는 색상에서 변화를 주지 않는 대신 S/S 시즌에는 고명도, 저채도의 색상을 많이 사용해 보다 밝고 연한 느낌의 색채를 사용하고 F/W 시즌에는 저채도, 저명도의 색채를 사용해 어둡고 무거운 느낌을 주는 것으로 보였다. 이를 통해 남성복의 경우 계절에 따라 색상에 있어서는 크게 구매를 받지 않지만, 무채색과 색조에서는 차이가 있다는 것을 알 수 있었다<그림 29>.

전체적으로 살펴보면 컬렉션에 발표된 재킷은 대체적으로 PB 계열의 저채도 색채의 사용빈도가 높음을 알 수 있었다. PB 계열의 색상이나 저채도는 남성

성의 이미지를 나타내는 것으로 재킷의 색채의 측면에서 보았을 때는 남성성 이미지의 특성이 많이 나타남을 알 수 있다.



<그림 28> 시즌별 남성 재킷의 무채색 사용빈도



<그림 29> 시즌별 남성 재킷의 색조의 사용빈도

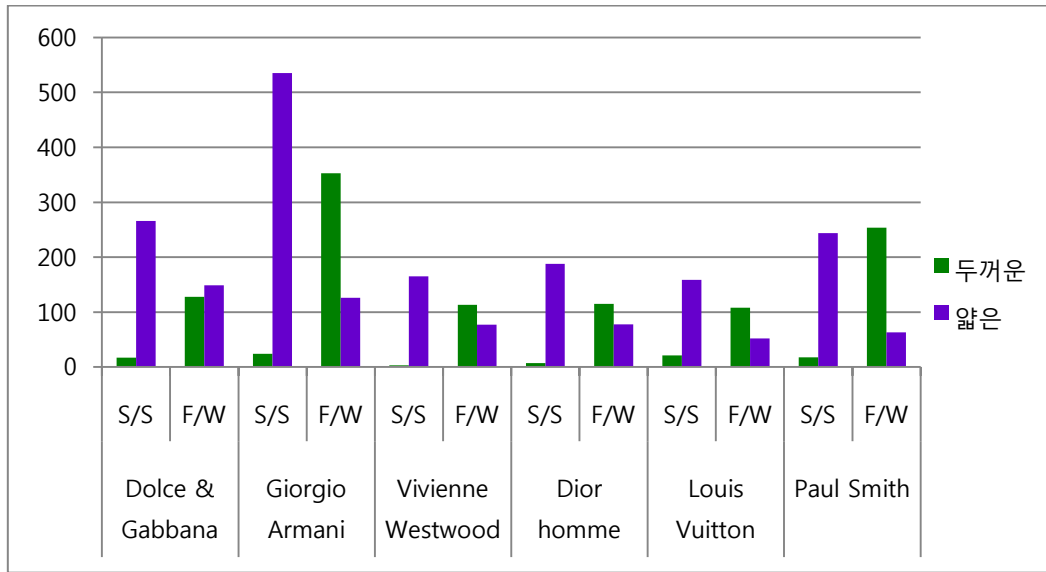
3) 소재

남성 재킷에서 소재는 사진자료를 통해 시각적으로 느껴지는 두께와 유연성, 광택, 비침정도, 무늬로 나누어 분석하였다.

소재의 두께에 대해 분석한 결과, 두꺼운 재킷보다 얇은 재킷의 수가 더 많게 나타났다<표 7>, <그림 30>. 이는 S/S 시즌에는 날씨의 영향으로 얇은 재킷을 착용하고, F/W 시즌의 경우에는 재킷 위에 코트 등의 외의를 착용하기 때문에 전체적으로 얇은 재킷의 수가 많은 것으로 보인다. 더불어 냉난방 시설의 발달로 환경적 요인으로부터 자유로워진 영향도 있다고 보여진다. 또한, 2000년대에 들어서며 남성복에서도 미를 강조한 결과 여성성 이미지를 나타내는 얇고 유연한 소재를 많이 사용한 것으로도 볼 수 있다.

<표 7> 브랜드별 남성 재킷의 소재 특성 분석(두께)

Brand 시즌 소재 특징	Dolce & Gabbana		Giorgio Armani		Vivienne Westwood		Dior homme		Louis Vuitton		Paul Smith		Total
	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	
두꺼운/ 거친	17	128	24	353	3	113	7	115	21	108	18	254	1161
얇은/ 유연한	266	149	535	126	165	77	188	78	159	52	244	63	2102
Total	283	277	559	479	168	190	195	193	180	160	262	317	3263

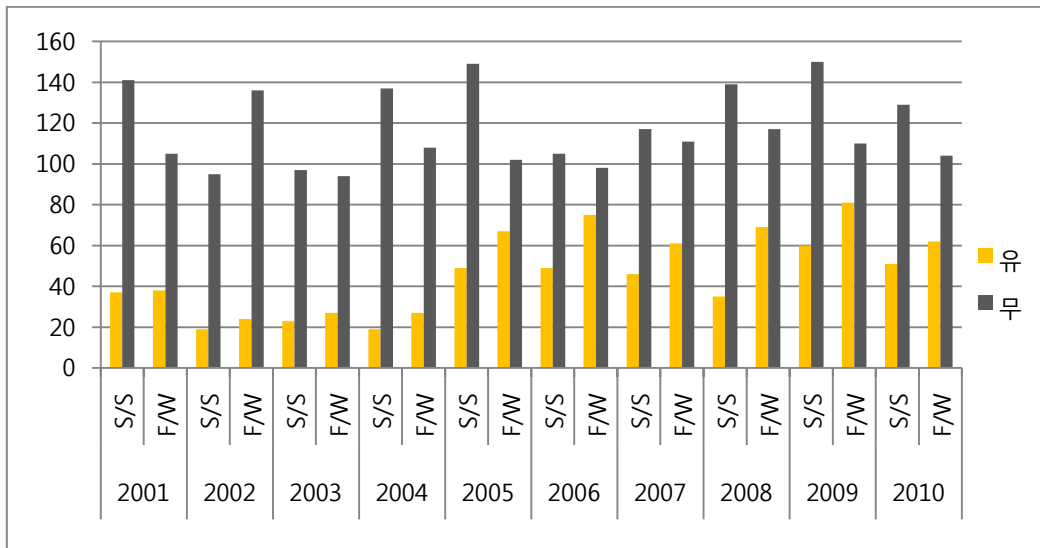


<그림 30> 브랜드별 남성 재킷의 소재 특성(두께)

남성 재킷의 사진자료에서 시각적으로 느껴지는 소재의 광택에 대해 살펴본 결과 다른 브랜드에 비해 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)에서 광택이 있는 재킷을 많이 볼 수 있었다. 소재에 광택이 있는 경우를 여성성 이미지로, 없는 경우를 남성성 이미지의 특징으로 보는데, 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)의 경우 소재 측면에서도 여성성 이미지를 갖고 있는 것을 많이 사용하는 것으로 나타났다<표 8>. 연도별로 보았을 때는 2005년 이후부터 광택이 있는 소재의 사용이 증가했음을 알 수 있다<그림 31>. 소재의 비치는 정도는 비치는 것은 여성성 이미지로, 비치지 않는 것은 남성성 이미지로 분류되는데, 매우 적은 수치로 나타났지만 비치는 재킷도 볼 수 있었다<그림 32>.

<표 8> 브랜드별 남성 재킷의 소재 특성 분석(광택)

브랜드 시즌 광택	Dolce & Gabbana		Giorgio Armani		Vivienne Westwood		Dior homme		Louis Vuitton		Paul Smith		Total
	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	
유	105	121	112	170	36	64	61	35	37	53	37	88	919
무	178	156	447	309	132	126	134	158	143	107	225	229	2344
Total	283	277	559	479	168	190	195	193	180	160	262	317	3263



<그림 31> 브랜드별 남성 재킷의 광택 소재 사용 빈도



<그림 32> 광택 소재의 남성 재킷과 비치는 소재의 남성 재킷

남성 재킷의 무늬는 자연적 무늬, 추상적 무늬, 스트라이프, 체크, 기하학 무늬, 무지 6가지로 구분하여 분석하였다<그림 33>. 무늬는 스트라이프, 체크, 기하학무늬, 무지는 남성성 이미지 특성을 가진 것으로 자연적 무늬, 추상적 무늬는 여성적 이미지의 특성을 나타낸다. 분석결과, 전체적으로 무늬가 없는

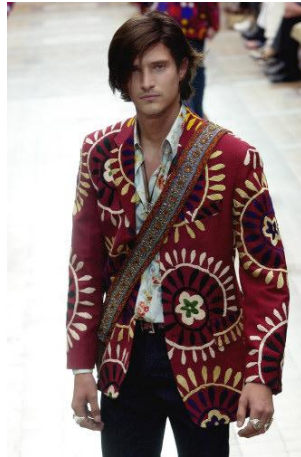
것이 2336벌(71%)로 가장 많이 나타났다. 다음으로 스트라이프가 443벌(13%), 체크가 331벌(10%), 추상적 무늬가 53벌(2%) 자연적 무늬가 51벌(2%), 기하학 무늬가 49벌(2%)로 나타났다. 남성 재킷은 남성성 이미지를 띄는 것이 많은 것으로 나타났다<표 9>, <그림 34>. 남성성 이미지를 상징하는 무늬들보다 사용된 빈도는 낮지만, 여성성 이미지를 띄는 자연적 무늬와 추상적 무늬 두 가지만을 살펴보았을 때는 2001년, 2005년, 2010년에 많이 나타났다<그림 35>. 이는 2000년대 초반에 남성의 외모에 관심을 가지며 아름다움을 표현하는 또 하나의 방법으로 여성성 이미지를 가진 무늬를 사용한 것으로 볼 수 있다. 이러한 현상은 2004년 이후 메트로섹슈얼 현상이 절정에 다다르며 여성성 이미지 무늬의 사용이 다시 증가 추세를 보였다. 이후 남성적인 것에 관심을 두는 워버 섹슈얼이 등장하며 그러한 현상이 차츰 감소 하였다가 2010년에는 다시 증가하는 추세를 보였는데, 이전과 다른 점은 자연적 무늬보다 추상적 무늬가 많이 사용된 것으로 보아 남성 재킷에 반영하였을 때 선호되는 적절한 선의 무늬를 찾은 것으로 보여진다.

<표 9> 브랜드별 남성 재킷에 나타난 종류별 무늬의 출현빈도

Brand 무늬	Dolce & Gabbana		Giorgio Armani		Vivienne Westwood		Dior homme		Louis Vuitton		Paul Smith		Total
	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	S/S	F/W	
자연적무늬	13	2	2	5	6	3	0	1	1	0	12	6	51
추상적무늬	18	7	1	5	2	1	3	5	6	4	0	1	53
스트라이프	39	36	64	45	45	42	9	14	3	11	85	50	443
체크	14	34	31	77	22	38	3	1	4	6	28	73	331
기하학무늬	5	5	10	12	0	1	4	5	2	1	0	4	49
무지	194	193	451	335	93	105	176	167	164	138	137	183	2336
Total	283	277	559	479	168	190	195	193	180	160	262	317	3263



Paul Smith 2005 S/S



Paul Smith 2005 S/S



Louis Vuitton 2008 F/W



Dolce & Gabbana 2010 S/S



Dolce & Gabbana 2009 S/S



Vivienne Westwood 2010 F/W



Giorgio Armani 2005 F/W

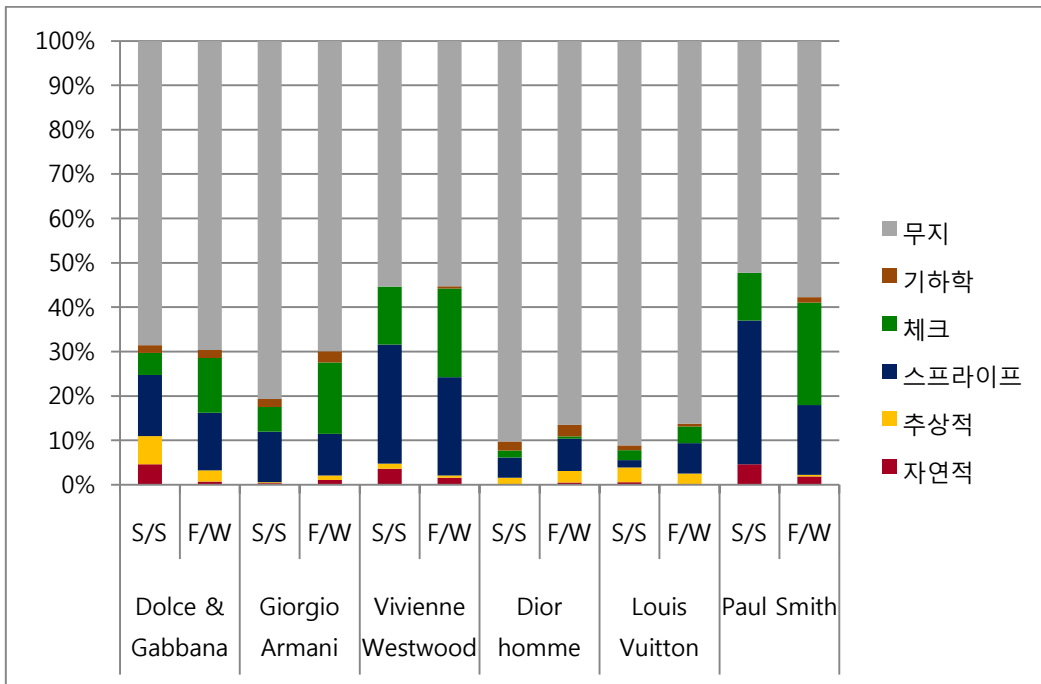


Dior homme 2010 F/W

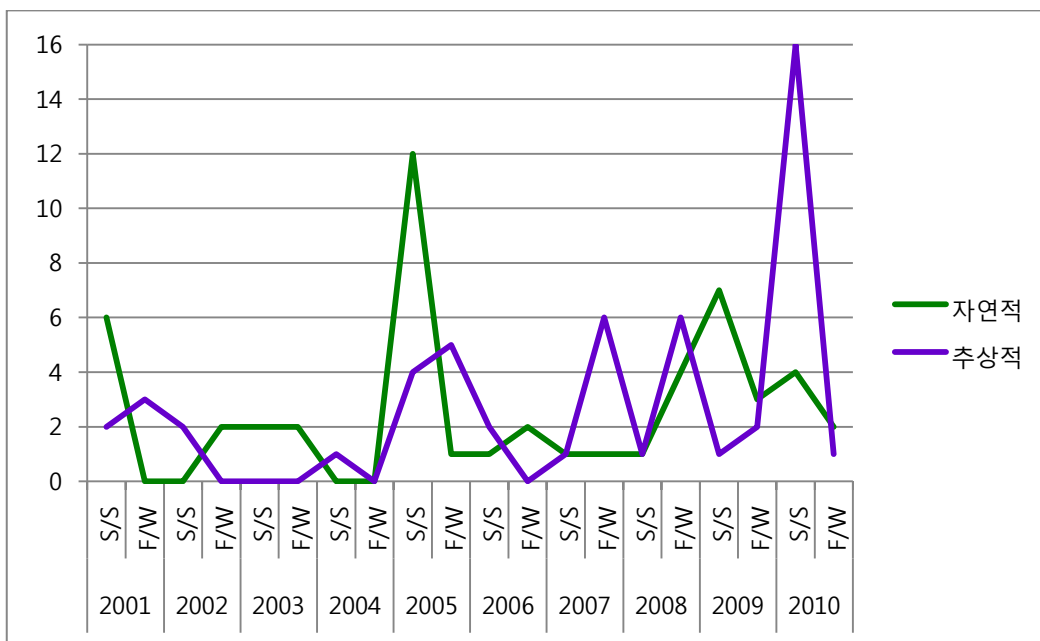


Paul Smith 2010 S/S

<그림 33> 남성 재킷의 다양한 무늬



<그림 34> 브랜드별 남성 재킷의 무늬의 종류 및 분포



<그림 35> 남성 재킷의 자연적 무늬와 추상적 무늬의 추이

4) 디테일

(1) 내부구성선

재킷 내부에 사용된 선들 중에서 재킷의 면이 절개선을 이용해 분할된 경우를 볼 수 있었다. 재킷의 허리 부분에 절개선을 넣고 다른 소재나, 색상을 사용함으로써 허리를 강조한 디자인도 나타났다<그림 36>. 이러한 재킷은 시선을 허리로 집중시킴으로써 허리선을 강조하는 디자인으로 내부 장식선을 통해 여성성 이미지를 보여준 것이라고 할 수 있다.



<그림 36> 남성 재킷의 면분할 사례

(2) 소매

남성 재킷의 소매 길이와 소매 폭에 대해 살펴본 결과, 소매 길이는 대체적으로 긴소매가 많았다. 그러나, 디올 옴므(Dior homme)에서는 슬리브리스와 캡소매, 반소매 등의 디자인이 나타났다<그림 37>. 소매 폭은 전체적으로는 타이트 슬리브와 루즈 슬리브가 비슷하게 나타났는데, 브랜드별로 보았을 때는 각 브랜드별로 차이가 있는 것을 볼 수 있었다. 돌체 앤 가바나(Dolce &

Gabbana)의 경우는 타이트 슬리브를 많이 사용하고 폴 스미스(Paul Smith)의 재킷에서는 루즈 슬리브가 많이 나타났음을 알 수 있었다.



<그림 37> 남성 재킷의 다양한 소매 길이 사례

(3) 여밈

남성 재킷의 여밈을 종류별로 분류하였다. 일반적으로 재킷의 여밈은 싱글 1버튼, 싱글 2버튼, 싱글 3버튼, 더블 4버튼, 더블 6버튼 정도를 생각하지만 분석 결과 싱글은 1~7버튼, 더블은 2~10버튼으로 나타났다. 그 밖에, 속단추나 지퍼, 벨트 등 매우 다양한 여밈의 종류가 있었다. 기타로 분류되어진 것은 재킷을 오픈해서 입었거나 목도리등의 액세서리로 가려져 정확한 여밈을 알 수 없는 경우이다. 전체적으로 싱글 2버튼과 싱글 1버튼이 가장 많이 사용되었고 그 다음으로는 싱글 3버튼을 볼 수 있었다<표 10>. 남성 재킷이 슬림한 실루엣으로 변화하며 싱글 버튼이 많이 사용된 것으로 보인다. 브랜드별로 살펴보면 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)는 싱글 1버튼이, 조르지오 아르마니(Giorgio Armani), 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood), 디올 옴므(Dior homme)는 싱글 1~3버튼이 비슷한 빈도로 나타났다. 루이 비통(Louis Vuitton)은 싱글 2버튼이 폴 스미스(Paul Smith)는 싱글 2버튼과 3버튼이 많이 사용되었다. 브랜드 중에서 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)는 더블 4

버튼, 6버튼 뿐만 아니라, 더블 10버튼의 여밈도 볼 수 있었다. 그 외에서 속 단추나 지퍼 등 다양한 여밈을 사용한 것으로 나타났다.

<표 10> 남성 재킷의 여밈

Brand		Dolce & Gabbana	Giorgio Armani	Vivienne Westwood	Dior homme	Louis Vuitton	Paul Smith	Total
여밈종류	1버튼	311	234	113	85	53	27	823
	2버튼	112	276	137	99	149	274	1047
	3버튼	27	204	66	16	23	121	457
	4버튼	5	31	2	1	8	56	103
	5버튼	4	16	2	8	0	13	43
	6버튼	0	6	1	2	0	6	15
	7버튼	0	1	0	0	0	0	1
싱글	2버튼	3	8	0	8	10	1	30
	4버튼	3	79	12	9	17	3	123
	6버튼	63	35	10	27	34	17	186
	8버튼	16	6	3	4	1	1	31
	10버튼	0	2	0	0	0	0	2
더블	속단추	4	40	10	23	7	22	106
	1버튼+속단추	0	9	1	9	18	3	40
	2버튼+속단추	0	0	0	4	7	3	14
	지퍼	0	3	1	1	0	3	8
	벨트	0	0	0	1	0	0	1
기타	12	88	0	91	13	29	233	
Total		560	1038	358	388	340	579	3263



Louis Vuitton 2009 S/S



Vivienne Westwood 2004 F/W



Louis Vuitton 2009 S/S



Giorgio Armani 2004 F/W



Dolce & Gabbana 2007 F/W



Paul Smith 2001 S/S



Paul Smith 2008 F/W

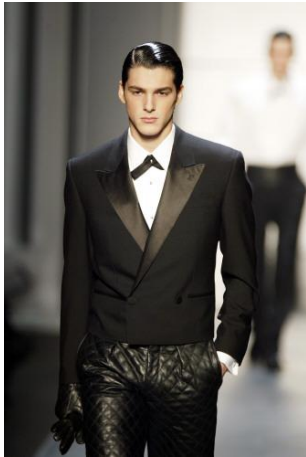


Dior homme 2007 S/S



Giorgio Armani 2006 S/S

<그림 38> 남성 재킷의 싱글 버튼 여밈 사례



Louis Vuitton 2003 S/S



Giorgio Armani 2005 F/W



Vivienne Westwood 2010 S/S



Giorgio Armani 2004 F/W



Dior homme 2006 F/W



Louis Vuitton 2010 F/W



Dolce & Gabbana 2001 F/W



Vivienne Westwood 2001 F/W



Giorgio Armani 2002 F/W

<그림 39> 남성 재킷의 더블 버튼 여밈 사례



Dolce & Gabbana 2009 F/W

Dior homme 2010 F/W

Vivienne Westwood 2010 F/W

Dior homme 2006 S/S

Dior homme 2009 F/W

Louis Vuitton 2005 S/S

<그림 40> 남성 재킷의 다양한 여밈 사례

5) 코디네이션

(1) 이너웨어

최근의 패션에서는 코디네이션의 개념 또한 매우 중요하게 여겨지고 있다. 재킷은 일반적으로 셔츠 위에 입는다는 개념이 강하게 자리 잡고 있던 과거와 달리 현재는 다양한 코디네이션을 볼 수 있다. 컬렉션에 등장한 다양한 코디네이션 방법들 중에서 높은 빈도를 나타내는 아이템을 기준으로 재킷과 함께 코디네이션 한 이너웨어에 대해 알아보았다<표 11>. 가장 많이 나타난 코디네

이션은 셔츠와 매치한 것으로 나타났다. 재킷을 떠올렸을 때, 셔츠는 가장 기본적으로 매치하는 아이템으로 흰색의 기본 드레스셔츠만을 떠올리기 쉬운데, 분석 결과, 꽃 무늬 셔츠, 광택이 있는 셔츠, 비비드한 컬러의 셔츠, 칼라나 소매 등이 변형된 셔츠 등 다양한 종류를 볼 수 있었다. 셔츠 다음으로는 티셔츠와 매치한 경우가 많았다. 이는 딱딱한 남성적 이미지에서 벗어나 자유로워지고 편안한 이미지도 시도하는 것으로 볼 수 있다. 티셔츠와의 매치는 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)에서도 많이 볼 수 있었는데, 조르지오 아르마니의 경우 재킷에서 느껴지는 전형적인 남성성 이미지를 코디네이션을 통해 감소 시켜주고자 하는 것으로 보인다. 분석 중 특이한 점은 다른 브랜드에서는 시도된 이너웨어를 입지 않고 재킷만을 단독으로 착용한 코디네이션이 폴 스미스(Paul Smith)에서는 단 한 별도 시도되지 않았다<그림 41>.

<표 11> 남성 재킷의 이너웨어 코디네이션

이너웨어 Brand	셔츠	니트	티플넥	티셔츠	재킷 단독착용	기타	Total
Dolce & Gabbana	453	12	14	55	4	22	560
Giorgio Armani	710	75	18	157	34	44	1038
Vivienne Westwood	205	33	11	74	21	14	358
Dior homme	256	7	17	80	17	11	388
Louis Vuitton	207	47	17	30	27	12	340
Paul Smith	457	25	19	73	0	5	579
Total	2288	199	96	469	103	108	3263

(2) 액세서리

남성의 액세서리에는 넥타이, 스카프, 머플러, 목걸이, 모자, 선글라스, 벨트, 장갑, 구두, 가방 등이 있다. 재킷과 매치한 액세서리들 중에서 꽃모양의 코사지나 스카프, 목걸이 등에서는 여성성 이미지를 느낄 수 있었다<그림 42>.



Dior homme 2002 F/W



Paul Smith 2005 S/S



Vivienne Westwood 2005 F/W



Louis Vuitton 2006 F/W



Louis Vuitton 2002 F/W



Dolce & Gabbana 2006 FW



Vivienne Westwood 2010 S/S



Dolce & Gabbana 2006 S/S



Giorgio Armani 2009 F/W

<그림 41> 남성 재킷의 다양한 코디네이션



Giorgio Armani 2008 F/W



Paul Smith 2001 F/W



Paul Smith 2007 F/W



Dolce & Gabbana 2009 F/W



Dior homme 2003 F/W



Vivienne Westwood 2005 F/W



Vivienne Westwood 2009 S/S



Vivienne Westwood 2009 S/S



Louis Vuitton 2009 F/W

<그림 42> 남성 재킷의 다양한 액세서리

2. 남성 재킷의 브랜드 별 디자인 특성

1) 디올 옴므(Dior homme)

디올 옴므의 역사는 곧 에디 슬리먼(Hedi Slimane)이라는 언급을 피할 수 없다. 반세기 이상의 역사를 여성복과 쿠티르에만 쏟아온 디올 하우스는 그로 인해 남성복을 만들기 시작했다. 그는 2000년 데뷔와 동시에 부드럽고 섬세한 남성복을 내놓아 패션계에 강력한 센세이션을 일으켰다. 2007년 4월부터는 크리스 반 아쎬(Kris van assche)가 하우스를 이끌고 있다.⁴¹

디올 옴므 재킷의 실루엣은 X형과 H형의 실루엣이 비교적 고르게 나타났다. 에디 슬리먼이 이끌었던 2007년까지의 재킷은 전체적으로 매우 타이트하고 슬림한 것이 특징이라 할 수 있다. 실루엣에서는 남성 재킷에서 떠올릴 수 있는 딱딱하고 무거운 남성성의 이미지보다 유연하고 부드러운 여성성 이미지가 강하게 느껴진다. 그러나 크리스 반 아쎬가 발표한 2008년 컬렉션부터의 재킷은 이전에 비해 강하고 정교한 느낌을 준다. 실루엣에서는 과거에 비해 남성성 이미지가 느껴진다고 해도 나비모양의 코사지 장식이나 광택 소재 등으로 여성성 이미지를 표현하고 있다<그림 43, 44>.

그 외에 재킷의 곡선적인 단처리, 허리를 강조되게 해 보이는 X형 앞여밈, 드레이프되는 앞여밈, 칼라가 없는 곡선적인 네크라인 등의 내부 요소들에서도 여성성 이미지를 볼 수 있다<그림 45>.

붉은 계통 컬러와 작은 무늬의 재킷도 볼 수 있다<그림 46>. 광택이 있는 소재와 유연한 소재, 비치는 소재로 이루어진 재킷도 나타났다<그림 48>.

그 밖에, 꽃 코사지를 달거나 팔토시를 착용하거나 네크라인에 리본 여밈이 있는 블라우스와 매치하거나 주름이 많은 바지와 함께 코디네이션한 것에서 여성성의 이미지의 느낌을 주었다<그림 50>.

⁴¹ 스타일닷컴. "Men's Collection-Dior Homme," (2010년 9월 12일 검색); available from world Wide Web @ http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01010400&s_type=4&s_code=44&d_code=208



<그림 43> 디올 움프 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지



<그림 44> 디올 움프 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지



<그림 45> 디올 움프 남성 재킷의 내부구성선에 나타난 여성성 이미지



<그림 46> 디올 움프 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지



<그림 47> 디올 움프 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지



<그림 48> 디올 움프 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지



<그림 49> 디올 움프 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지



<그림 50> 디올 움프 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지



<그림 51> 디올 움프 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지

2) 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)

돌체 앤 가바나는 1958년 이탈리아 남부 시칠리아에서 태어난 도미니코 돌체(DOMENICO DOLCE)와 1962년 이탈리아 북부 베니스에서 태어난 스테파노 가바나(STEFANO GABBANA)가 1985년 런칭한 브랜드이다. 각자 밀라노에서 디자이너로 활동하다가 1982년 패션 컨설턴트 스튜디오를 오픈하고, 1985년에 돌체 앤 가바나라는 브랜드를 설립하여 밀라노 컬렉션에 참가했다. 당시 오리지널 드레스 시리즈로 큰 반향을 일으켰다. 언더웨어 및 수영복에 이어 1994년에 세컨 브랜드인 D&G를 차례로 런칭해 모두 성공을 거두고 있다.⁴²

돌체 앤 가바나는 거의 모든 재킷이 X형 실루엣으로 디자인되어 실루엣 측면에서 본 연구의 분석 대상인 6개의 브랜드 중 가장 여성성 이미지를 느낄 수 있다<그림 52>. 남성성 이미지의 실루엣은 적게 나타났다<그림 53>. 재킷의 형태를 보았을 때는 구조가 단순하고 내부의 장식은 적지만, 칼라나 앞단 등이 곡선적인 형태로 나타나며 여성성 이미지의 특성을 나타낸다.

전체적으로 무채색과 PB 계열의 사용빈도가 높으나, YR과 R 계열의 색채도 볼 수 있다. 자주색이나, 분홍색의 경우는 남성 재킷에서 흔히 사용되는 색상인 아님에도 불구하고 다른 브랜드에 비해 많이 볼 수 있다<그림 54>. 여성성 이미지를 보여주는 소재로는 주로 광택 소재와 비치는 소재가 사용되었다<그림 56>. 코디네이션에서는 유채색의 셔츠와, 꽃 모양의 브로치, 스카프 등이 나타났다<그림 58>.

⁴² 최경원, 김세나. 유재부, *World fashion designer story* (서울: 패션인사이트, 2005), pp.52-61.

온포스 편집부, *ON COLLECTION(2010-2011 FALL & WINTER)* (서울: ONFOS MAGAZINE, 2010), p.162.



<그림 52> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지



<그림 53> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지



<그림 54> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지



<그림 55> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지



<그림 56> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지



<그림 57> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지



<그림 58> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지



<그림 59> 돌체 앤 가바나 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지

3) 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)

1934년 이탈리아에서 태어난 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)는 의대를 그만두고 1954년 리나센터 백화점에 입사해 남성복 스타일리스트 일을 시작했다. 1974년에 자신의 상점을 개점하고 「조르지오 아르마니」 그룹을 설립한 후 남성복과 여성복 라인을 런칭했다. 1974년 밀라노컬렉션에서 부드러운 어깨 라인을 위하여 패드를 없앴고 부드러운 소재로 넉넉하면서도 우아한 아르마니 풍 재킷을 탄생시켰는데, 이는 어깨에 딱딱한 패드를 넣어 역삼각형으로 경직됐던 기존 재킷을 전혀 다른 모습으로 바꾼 것이다.

현재는 '아르마니 블랙라인', '조르지오 아르마니 프리베', '아르마니 콜레지오니', '엠포리오 아르마니', '아르마니 진즈', '아르마니 주니어', '익스체인지' 등 29개의 컬렉션 라인을 보유하고 있으며 시계, 아이웨어, 주얼리, 피폼, 코스메틱 호텔 사업 등 다양한 방면으로 브랜드 확장을 보여주고 있다.⁴³

아르마니 재킷의 실루엣은 X형 실루엣이 H형에 비해 2배정도 많이 나타났다. 하지만, 아르마니의 재킷은 X형 실루엣을 유지하면서도 다른 브랜드의 재킷에 비해 타이트하지 않으며 편안하고 자연스럽게 흐르듯이 디자인 된 것이 특징이다<그림 60>. 아르마니는 무채색과 푸른 계통의 색상이 많이 사용되었다. 무늬는 없는 경우가 많았으며, 스트라이프나 체크의 형태도 많이 나타났는데 이는 모두 남성성 이미지의 특징이다. 무늬에서도 여성성 이미지를 표현하는 자연적 무늬나 추상적 무늬는 매우 적게 나타났다. 소재에서도 광택이 나는 소재의 사용이 드물었다. 코디네이션에서는 솔을 두르거나 붉은 계통의 이너웨어와 매치하는 등으로 부드러운 느낌을 주기도 한다<그림 62>. 아르마니는 실루엣에서는 여성성 이미지를 느끼게 하지만, 다른 요소들에서 남성성 이미지의 특징을 보여주어 전체적으로 남성성 이미지가 강하게 느껴진다<그림 63, 64>.

⁴³ 스타일닷컴. "Men's Collection-Giorgio Armani," (2010년 9월 12일 검색); available from world Wide Web @ http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01010400&s_type=4&s_code=44&d_code=45
최경원, 김세나. 유재부, op. cit., pp.82-89.
온포스 편집부, op. cit., p.226.



<그림 60> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지



<그림 61> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지



<그림 62> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지



<그림 63> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지



<그림 64> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지



<그림 65> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지



<그림 66>> 조르지오 아르마니 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지

4) 루이 비통(Louis Vuitton)

루이 비통은 1854년에 창립된 브랜드로서 대표적인 명품기업인 LVMH의 대표 브랜드이다. 1996년부터 총괄은 마크 제이콥스가 담당하며, 남성복은 폴 앨버즈가 이끌고 있다.⁴⁴ 2000년대 초반의 루이 비통 재킷은 H형 실루엣이 많이 나타났다. 그러나, 2005년 이후에는 갈수록 X형의 실루엣이 많이 나타나, 전체적으로 보았을 때는 X형과 H형 실루엣이 고르게 나타났다<그림 67>.

여성성 이미지 특성을 보이는 재킷들은 내부 장식선을 곡선으로 디자인한 것, 허리부분에 절개선을 넣고 다른 소재로 변화를 주어 허리를 강조한 것 등이 있다<그림 69>.

색상은 무채색과 유채색이 다양하게 사용되고 있으며 유일하게 그라데이션 재킷도 볼 수 있다<그림 70>. 재킷의 무늬는 거의 없는 것이 특징이다. 여성성 이미지 특성을 보이는 소재의 재킷으로는 광택소재, 비균질 표면의 소재와 유연한 직물로 된 것이 있다<그림 72>.

⁴⁴ 스타일닷컴. "Men's Collection-Louis Vuitton," (2010년 9월 12일 검색); available from world Wide Web @ http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01010400&s_type=4&s_code=44&d_code=66
 온포스 편집부, op. cit., p.14.

코디네이션에서는 작은 크로스 백을 메거나, 자연물 모양의 브로치를 달거나, 분홍색의 이너웨어를 입은 경우를 통해 여성성 이미지를 볼 수 있다<그림 74>.



<그림 67> 루이 비통 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지



<그림 68> 루이 비통 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지



<그림 69> 루이 비통 남성 재킷의 내부구성선에 나타난 여성성 이미지



<그림 70> 루이 비통 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지



<그림 71> 루이 비통 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지



<그림 72> 루이 비통 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지



<그림 73> 루이 비통 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지



<그림 74> 루이 비통 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지



<그림 75> 루이 비통 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지

5) 폴 스미스(Paul Smith)

영국에서 태어난 폴 스미스는 스마트하면서 쿨한 의상과 독특한 액세서리로 영국 출신 디자이너 중에서도 세계적으로 성공한 디자이너라는 평가를 받고 있다. 1946년 노팅힐에서 태어난 스미스는 1970년에 자신의 상점을 열고 1976년 자신의 이름으로 파리 컬렉션에 참가했다.⁴⁵

폴 스미스 재킷에는 X형의 실루엣이 비교적 많이 나타났다. 2001년에는 여유있는 H형 실루엣이 많았지만, 중반 이후 X형 실루엣이 많이 나타나고 있다<그림 76>. 색상은 대체적으로 PB 계열의 저채도 색상의 사용빈도가 높았다. 폴 스미스 컬렉션의 경우 일반적으로 화려하고 다양한 색상이 많이 사용된다고 평가되고 있지만, 색채 특성의 분석한 결과, 2000년 이전부터 남성의 색으로 평가되던 PB 계열의 색상이 많이 사용되는 것으로 나타났다. 폴 스미스의 남성복은 다양한 색채가 사용되었다고 평가되어짐에도 불구하고, 포인트로 사용된 소수의 재킷들을 제외하고는 전반적으로 큰 변화 없이 기존의 남성복의 색채 특징을 유지하고 있음을 알 수 있었다. 2005년에는 자연적 무늬와 추상적 무늬의 재킷이 많이 나타나는 데, 일부 무늬들은 실제 꽃무늬를 크기를 크

⁴⁵ 최경원, 김세나. op. cit., pp.136-141.

온포스 편집부, op. cit., p.390.

게 하고 형태를 단순화 시키거나 더 복잡하게 하는 등 변형을 해 사용하기도 하였다<그림 78, 79>. 이는 다른 브랜드에서는 볼 수 없는 독특한 디자인이다. 소재에서는 광택소재와 유연한 소재들을 볼 수 있었다<그림 80>. 코디네이션에서는 꽃무늬 셔츠 또는 분홍색 이너웨어와 매치하거나, 목에 스카프를 두르는 등으로 여성성 이미지 특성을 표현하고 있었다<그림 82>.

폴 스미스의 재킷 중에는 라펠에 지퍼가 달린 형태나, 옷핀으로 여밈을 한 것, 몸판은 테일러드 재킷의 형태이나, 칼라와 여밈, 밑단에 시보리를 대고 점퍼형 소매를 달아 재킷과 점퍼의 혼합형태로 보이는 변형된 재킷 디자인도 볼 수 있었다<그림 84>.



<그림 76> 폴 스미스 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지



<그림 77> 폴 스미스 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지



<그림 78> 폴 스미스 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 여성성 이미지



<그림 79> 폴 스미스 남성 재킷의 색상 및 무늬에 나타난 남성성 이미지



<그림 80> 폴 스미스 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지



<그림 81> 폴 스미스 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지



<그림 82> 폴 스미스 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지



<그림 83> 폴 스미스 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지



<그림 84> 폴 스미스 남성 재킷의 변형된 디자인의 재킷 사례

6) 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)

비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)는 1941년 영국의 더비셔에서 태어났다. 그녀는 1971년 킹로드에 `렛잇 록(Let It Rock)`이라는 스텝을 오픈 하면서 디자이너로 첫발을 내디뎠다. 브랜드 로고는 왕관과 지구를 모티브로 했다. 웨스트민스터 유니버시티와 미들섹스 유니버시티를 졸업했으며 1990년, 1991년과 2006년 세 차례에 걸쳐 British Designer of the Year에 선정되었다. 비비안 웨스트우드는 지난 20년 동안 가장 영국적인 디자이너로 사랑 받고 있다.⁴⁶

비비안 웨스트우드의 재킷 실루엣은 X형과 H형이 고르게 나타났다<그림 85, 86>. 재킷의 형태가 변형된 디자인이 많이 등장했다. 색상은 화려한 유채색이 많이 사용되었고 다른 브랜드들에 비해 고채도의 색상이 많이 사용되었다<그림 88>. 소재는 광택 소재와, 안이 비치는 레이스 소재도 볼 수 있었다<그림 90>. 코디네이션에서는 꽃무늬 가방, 분홍색 구두, 치마, 숄 등을 매치한 것을 볼 수 있었다<그림 92>. 그 밖에 분석 브랜드 중에서 유일하게 재킷을 바지 속에 넣어 입는 착장법을 선보였다<그림 94>.

⁴⁶ 최경원, 김세나. 유재부, op. cit., pp.178-187.
온포스 편집부, op. cit., p.398.



<그림 85> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 실루엣에 나타난 여성성 이미지



<그림 86> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 실루엣에 나타난 남성성 이미지



<그림 87> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 내부구성선에 나타난 여성성 이미지



<그림 88> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 색상과 무늬에 나타난 여성성 이미지



<그림 89> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 색상과 무늬에 나타난 남성성 이미지



<그림 90> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 소재에 나타난 여성성 이미지



<그림 91> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 소재에 나타난 남성성 이미지



<그림 92> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 여성성 이미지



<그림 93> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 코디네이션에 나타난 남성성 이미지



<그림 94> 비비안 웨스트우드 남성 재킷의 다양한 착용법

V. 요약 및 결론

본 연구에서는 2000년부터 10년 동안 사회문화적으로 성 이미지가 변화됨에 따라 남성 재킷의 디자인에 나타난 변화의 특성을 분석하였다. 남성복의 대표적인 아이템은 재킷이라고 할 수 있으므로, 지난 10년 동안 남성 재킷의 디자인 특성 변화를 고찰하는 것은 향후 남성복 패션에 대한 변화의 경향을 예측하는 데 크게 도움을 줄 수 있기 때문이다.

우선 문헌자료를 통해 성 이미지와 남성 재킷의 개념을 정리하고 남성복 패션의 변화에 영향을 미친 사회문화적 배경을 알아보았다. 그리고 연구대상이 되는 남성 재킷의 기준을 설정하고 남성복의 대표 브랜드 6개를 선정하여 2001년부터 2010년까지 3263장의 남성 재킷 사진을 수집하였다. 수집한 사진 자료의 디자인 특성을 형태, 색채, 소재, 디테일, 코디네이션으로 나누어 분석하였다. 색채 분석은 포토샵(Adobe Photoshop CS3)프로그램을 이용해 재킷의 대표 RGB 값을 구하고 먼셀 색체계(Munsell Conversion System 2010)를 이용해 HV/C 값으로 변환하여 분석에 활용하였다. 소재 분석은 사용된 소재의 두께, 광택, 비침정도, 무늬 등의 재질을 시각적으로 분석하였다. 그 밖에 재킷에 사용된 장식기법과 코디네이션에 대하여도 분석하였다.

이러한 연구방법을 통하여 분석한 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 지난 10년 동안 남성 재킷의 디자인을 보면, 실루엣은 허리를 강조하고 인체의 곡선을 살려주는 X형 실루엣이 많이 나타났다. 어깨를 강조하고 직선적인 분위기로 인식되었던 과거의 남성 재킷의 형태에서 자연스럽게 인체를 따라 흐르는 부드럽고 편안한 실루엣을 추구하는 것을 알 수 있었다. 재킷의 길이는 힙 라인(hip line)과 언더 힙 라인(under hip line)이 많이 나타났지만, 그 외에도 다양한 길이의 재킷을 볼 수 있었다.

둘째, 색채는 2000년 이전부터 남성의 색으로 평가되던 PB 계열의 색상이 가장 많이 사용되었으며, 색조는 대체적으로 저채도에 다양한 명도차가 있는 것을 사용하는 것으로 나타났다. 2000년대에 들어서면서부터 남성복의 색채에 다양한 시도가 이루어졌다고 평가됨에도 불구하고, 포인트로 사용된 소수의

재킷들을 제외하고는 전반적으로 큰 변화 없이 기존의 남성성 이미지 특성을 나타내는 색채 사용이 유지되고 있었음을 알 수 있었다.

셋째, 과거의 남성 재킷 소재의 대표적인 특징이 무광택, 균질표면의 무늬이었다. 2000년 이후의 재킷에 사용된 소재도 대부분 무늬가 없는 것이었지만, 일부에서는 여러 가지 무늬가 있는 것도 볼 수 있었다. 또한 무광택이고 균질 표면인 소재를 사용한 재킷이 많았지만, 얇고 비치는 소재나 광택이 나고 비균질 표면으로 된 유연한 소재로 여성성 이미지를 나타내는 재킷도 볼 수 있었다.

넷째, 남성 재킷에 나타난 성 이미지 특성은 2001년부터 10년 동안을 초반, 중반, 후반으로 나누어 볼 때, 그 기간별로 조금씩 변화하고 있음을 알 수 있었다. 초반에는 남성의 외모에 관심을 갖기 시작하며 재킷에도 그동안 사용되지 않았던 색상들이 사용되거나, 새로운 코디네이션을 시도해보는 등의 작은 변화가 생겼다. 2004년 이후 메트로섹슈얼 현상이 절정에 다다르며 재킷에도 과감한 색상이나, 무늬, 실루엣변화 등의 시도가 일어났다. 이후 남성적인 것에 관심을 두는 위버섹슈얼이 등장하며 그러한 현상이 차츰 감소하였다. 시간이 흐르며 과하지도 부족하지도 않은 자연스러운 남성미의 적정선을 찾아 그 후반에는 다시 여성성 이미지를 나타내는 디자인 요소들의 사용이 증가하고 있다. 그러나 그 중반의 시도와는 달리, 여성성 이미지의 디자인 요소를 그대로 받아들이는 것이 아니라 수정과 보완을 통해 남성 재킷으로서의 특징을 잃지 않으며 변화하고 있었다.

남성 재킷에 나타난 성 이미지를 브랜드별로 살펴보면 다음과 같다.

디올 옴므(Dior homme) 재킷의 실루엣은 X형과 H형의 실루엣이 비교적 고르게 나타나며 유연하고 부드러운 여성성 이미지가 강하게 느껴졌다. 재킷의 곡선적인 단처리, 허리를 강조해 보이는 X형 여밈, 드레이프되는 앞여밈, 칼라가 없는 곡선적인 네크라인 등의 내부 요소에서도 여성성 이미지를 볼 수 있었다. 붉은 계통 컬러와 작은 무늬, 광택이 있는 소재와 유연한 소재, 비치는 소재로 이루어진 재킷에서도 그런 특징이 나타났다. 그 밖에, 꽃 코사지를 달거나 팔토시를 착용하거나 네크라인에 리본 여밈이 있는 블라우스와 매치하거

나 주름이 많은 바지와 함께 코디네이션한 것에서 여성성 이미지의 느낌을 주었다.

돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)는 거의 모든 재킷이 X형 실루엣으로 디자인되어 실루엣 측면에서 본 연구의 분석 대상인 6개의 브랜드 중 가장 여성성 이미지를 느낄 수 있다. 재킷의 형태를 보았을 때는 구조가 단순하고 내부의 장식은 적지만, 칼라나 앞단 등이 곡선적인 형태로 나타나며 여성성 이미지의 특성을 나타낸다. 전체적으로 무채색과 PB 계열의 사용빈도가 높으나, YR과 R 계열의 색채도 볼 수 있다. 이 브랜드에서는 여성성 이미지를 보여주는 자주색이나, 분홍색이 남성 재킷에서 흔히 사용되는 색상은 아님에도 불구하고 다른 브랜드에 비해 많이 보였다.

조르시오 아르마니(Giorgio Armani) 재킷의 실루엣은 X형 실루엣을 유지하면서도 다른 브랜드의 재킷에 비해 타이트하지 않으며 편안하고 자연스럽게 흐르듯이 디자인 된 것이 특징이다. 조르시오 아르마니는 무채색과 푸른 계열의 색상이 많이 사용하였다. 무늬는 없는 경우가 많았으며, 스트라이프나 체크의 형태도 많이 나타났는데, 이는 모두 남성성 이미지의 특징이다. 소재에서도 광택이 나는 소재의 사용이 드물었다. 조르시오 아르마니는 실루엣에서는 여성성 이미지를 느끼게 하지만, 다른 요소들에서 남성성 이미지의 특징을 보여주어 전체적으로 남성성 이미지가 강하게 느껴졌다.

2001년부터 2003년까지의 루이비통(Louis Vuitton) 재킷은 H형 실루엣이 많이 나타나지만, 2004년 이후 갈수록 X형의 실루엣이 많이 나타나, 전체적으로 X형과 H형 실루엣이 고르게 나타난다. 재킷들은 내부 장식선을 곡선으로 디자인하거나 허리부분에 절개선을 넣어 다른 소재로 변화를 주는 것 등을 통해 여성성 이미지 특성을 볼 수 있었다. 색상은 무채색과 유채색이 다양하게 사용되고 있으며 유일하게 그라데이션 재킷도 있었다. 재킷에는 무늬가 거의 없는 것이 특징이다.

폴 스미스(Paul Smith) 재킷에서는 X형의 실루엣이 비교적 많이 보였다. 색상은 대체적으로 PB 계열의 저채도 색상의 사용빈도가 높았다. 일반적으로 폴 스미스는 남성복에서 다양한 색채를 사용한다고 평가됨에도 불구하고, 포인트

로 사용된 소수의 재킷들을 제외하고는 전반적으로 큰 변화 없이 기존의 남성복의 색채 특징을 유지하고 있음을 알 수 있었다. 2005년에는 자연적 무늬와 추상적 무늬의 재킷이 많이 나타나는데, 일부 무늬들은 실제 꽃무늬를 크기를 크게 하고 형태를 단순화 시키거나 더 복잡하게 하는 등 변형을 하여 사용하기도 하였다. 이는 다른 브랜드에서는 볼 수 없는 독특한 디자인이다. 소재에서는 광택소재와 유연한 소재들을 많이 볼 수 있었다.

비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)의 재킷 실루엣은 X형과 H형이 고르게 나타났다. 재킷의 형태가 변형된 디자인이 많이 등장했다. 색상은 화려한 유채색이 많이 사용되었고 다른 브랜드들에 비해 고채도의 색상이 많이 사용되었다. 소재는 광택 소재와 안이 비치는 레이스 소재 등을 사용해 여성성 이미지 특성을 나타냈다.

요컨대 2001년에서 2010년까지 성 이미지의 변화에 따른 패션현상을 남성 재킷 디자인 변화를 통해 살펴보면 각 브랜드마다 차이는 있었지만, 모두 여성성 이미지를 가지고 있었다. 그리고 메트로섹슈얼이 절정을 이루는 2005년 경에는 모두 다양하고 과감하게 여성성 이미지를 나타내는 디자인 요소들을 직접적으로 반영한 재킷이 선보였다. 2007년 이후 갈수록 과감하고 직접적인 시도들이 줄어들고 절제된 변화들이 일어났음을 볼 수 있었다. 현대 사회는 극단적으로 남성성 이미지나, 여성성 이미지 중 어느 하나만을 강요하는 것이 아닌, 두 가지가 적절히 어우러지는 것이 긍정적으로 받아들여지기 때문에 이러한 변화는 앞으로도 계속 이어질 것으로 보인다.

본 연구를 통해 딱딱하게 정형화 된 틀 안에서 별다른 변화가 없다고 느꼈던 재킷에서도 지난 10년간 다양한 변화가 일어났음을 알 수 있었다. 이러한 변화는 남성들의 외모에 대한 관심과 외모관리에 대한 욕구로 인해 지속될 것으로 보인다. 이는 앞으로 남성 패션의 중요성이 더욱 증대될 것임을 뜻하며 남성 패션 전반에 대한 활발한 연구의 필요성을 제기하는 것으로 이행된다.

참고문헌

<국내 외 단행본>

- 공미란 (2004). *패션도식화*. 서울:경춘사.
- 김월순 (2004). *토탈 패션 코디네이션*. 서울:예림.
- 김지영, 광연신, 백운현 (2007). *시스템오더에 의한 남성복 실무*. 서울: 경춘사.
- 남윤자 (2003). *남성복 패턴메이킹*. 서울: 교학연구사.
- 박치수, 안민영 (2009). *패션 도식화! 난 컴퓨터로 그린다*. 서울: 경춘사.
- 서광 (1993). *신사복이야기*. 서울: 금비문화.
- 신혜순 (2010). *아이템에 따른 패션용어해설집*. 파주: 유림플러스.
- 온포스 편집부 (2010). *ON COLLECTION(2010-2011 FALL & WINTER)*. 서울: ONFOS MAGAZINE.
- 윤가현 (1999). *성 문화와 심리*. 서울: 학지사.
- 윤희림 (2008). *색채지각론과 체계론*. 서울: 도서출판 국제.
- 이경희 외 (2006). *복식의 아이템*. 서울: 경춘사.
- 이경희, 김윤경 (2004). *남성 Fashion 디자인*. 서울: 교문사.
- 이미연 (2008). *실무 도식디자인 북*. 서울: 교학연구사.
- 이은영 (2003). *복식디자인론*. 서울:교문사.
- 이재정, 박은경 (2006). *라이프스타일과 트렌드*. 서울: 예경.
- 이화인문과학원 (2009). *젠더와 탈/경계의 지형*. 이화여자대학교 출판부.
- 진경옥 (2008). *Insight fashion design*. 서울: 교학연구사.
- 최경원, 김세나, 유재부 (2005). *World fashion designer story*. 서울: 패션

인사이트.

- 최경희 (2009). *패션 속의 성*. 파주: 한국학술정보.
- 타이콘 패션연구소 (1997). *남자의 옷 이야기 1, 정장편*. 서울: 시공사.
- 패션전문자료사전 편찬위원회 (2001). *FASHION 전문자료사전(일명.복식대사전)*. 서울: 한국사전연구사.
- 황정선 (2009). *Men's image tuning*. 서울: 황금부엉이.
- 田中千代 (1986). *服飾辭典*. 東京: 同文書院.
- Butler, Judith (2008). *젠더 트러블: 페미니즘과 정체성의 전복*. 조현준 역. 파주: 문학동네.
- C. W. Franklin II (1984). *The Changing Definition of Masculinity*. N.Y.: Plenum Press.
- Ireland, Patrick John (2004). *패션 디테일*. 송정희 역. 서울: 예경.
- George L. MoSse (2004). *남자의 이미지(The Image of Man)*. 이광조 역. 서울: 문예출판사.
- Lenney, E. (1991). Chapter 11. Sex roles: The measurement of masculinity, femininity and androgyny. In J. P. Robinsion, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman (Eds.). *Measures of personality and social psychological attitudes*. San Diego, CA: Academic Press.
- Marilyn J. Horn and Lois M. Gurel. (1995). *의복: 제2의 피부*. 이화연 외 역. 서울: 까치.
- Mary D. Tranquillo, 한희원 역 (1991). *패션스타일에 관한 용어집*. 서울: 경춘사.
- Michelman, S. O. (1999). Chapter 5. Appearance through gender and sexuality. In M.L. Damhorst, K. A. Miller, & S. O. Michelman

- (Eds.), *The meanings of dress*. N.Y: Fairchild.
- Ramet, Sabrina Petra (2001). *여자 남자 그리고 제3의 성: 젠더역전과 젠더 문화*. 노영숙 역. 서울: 당대.
- Salzman, Marian, 이현주 역 (2006). *남자의 미래*. 서울: 김영사.
- Schmid, Beate (2001). *패션의 클래식*. 황연숙 역. 서울: 예경.
- Tranquillo, Mary D. (1991). *패션스타일에 관한 용어집*. 한희원 역. 서울: 경춘사.
- Udale, Jenny (2008). *텍스타일과 패션*. 서혜옥 역. 서울: 디자인 리서치 앤 플래닝
- Wiesner-Hanks, Merry E. (2009). *젠더의 역사*. 노영순 역. 서울: 역사비평사.

<학위논문>

- 권지은 (2003). "현대 남성패션에 나타난 메트로섹슈얼 현상에 관한 연구." 국민대학교 테크노디자인 전문대학원 석사학위논문.
- 김명옥 (2009). "남성 슬림 핏 재킷패턴 설계방법연구- 30대 남성을 중심으로 -." 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 김세영 (1995). "현대 남성복의 조형적 특성에 나타난 양성화 경향." 경희대학교 석사학위논문.
- 김정연 (2007). "현대 남성 패션에 나타난 젠더 특성." 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김지연 (2004). "파리 컬렉션에 나타난 현대 남성 패션에 관한 연구." 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 박미라 (1995). "남성복의 여성화에 대한 연구- 1991~95을 중심으로-." 동덕

- 여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 송은영 (2003). "현대 영국 남성복의 조형성 연구- Paul Smith의 디자인을 중심으로-." 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 안보은 (2005). "패션광고에 나타난 메트로섹슈얼에 관한 연구- G.Q. Korea를 중심으로-." 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 안현주 (2006). "남성 패션의 성이미지 유형 및 표현 특성." 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 이민선 (2001). "남성의 몸과 패션에 표현된 미적 이미지." 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 이은주 (2005). "남성을 위한 Portable beauty kit에 관한 연구-메트로섹슈얼 남성을 중심으로-." 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 이정호 (2007). "현대 남성셔츠에 나타난 성개념과 미적 가치." 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이현지 (2007). "국내 남성패션의 여성화경향에 관한 연구." 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 조은주 (2004). "대중문화에 나타난 Metrosexual 현상과 패션 이미지 특성." 중앙대학교 대학원 박사학위 논문.
- 최지성 (2002). "남성의 외모관리에 대한 태도 연구-성역할 및 감각추구성향과의 관련성을 중심으로-." 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 한솔비 (2010). "현대 남성 드레스 셔츠에 나타난 젠더 밴딩 (Gender-bending) 디자인 특성." 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 현희정 (2008). "시대극 의상에 나타난 크로스 섹슈얼적 표현에 관한 분석-영화 '왕의 춤'과 '파리벨리'를 중심으로-." 국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위논문.

<학술지 논문>

손희순, 최혜옥 (2000). "성인 남자의 수트 디자인 선호도 조사." *대한가정학회지*, Vol.38 No.5.

윤을요 (2010). "남성 잡지 표지 모델의 섹슈얼 이미지." *한국콘텐츠학회논문지*, Vol.10 No.6.

안소현, 이경희 (2000). "20세기 후반 패션에 나타난 성 개념 변화추이 분석." *한국의류학회지*, Vol.24, No.5.

이윤정 (2007). "남성들의 외모관리행동의 동기에 관한 연구-성역할 정체성과 의복추구혜택을 중심으로-." *한국의류학회지*, Vol.31, No.4.

Bem, S. L. (1974). "The measurement of psychological androgyny." *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42.

Boroughs, M., Cafri, G., & Thompson, J. K. (2005). "Male body depilation: Prevalence and associated features of body hair removal." *Sex Roles: A Journal of Research*, 52(9-10).

<인터넷 자료>

삼성디자인넷, (2010년 5월 10일 검색); available from world Wide Web @
<http://www.samsungdesign.net/>

스타일닷컴. "Men's Collection-Dior Homme," (2010년 9월 12일 검색);
available from world Wide Web @
http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01

010400&s_type=4&s_code=44&d_code=208

스타일닷컴. "Men's Collection-Louis Vuitton," (2010년 9월 12일 검색);

available from world Wide Web @

[http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01](http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01010400&s_type=4&s_code=44&d_code=66)

010400&s_type=4&s_code=44&d_code=66

스타일닷컴. "Men's Collection-Giorgio Armani," (2010년 9월 12일 검색);

available from world Wide Web @

[http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01](http://www.style.co.kr/collection/coll_view.asp?f_name=&menu_id=01010400&s_type=4&s_code=44&d_code=45)

010400&s_type=4&s_code=44&d_code=45

위키백과사전, "크로스섹슈얼," (2008년 4월 19일 작성[2010년 6월 17일 검색]);

available from world Wide Web @

http://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%81%AC%EB%A1%9C%EC%8A%A4_%EC%84%B9

%EC%8A%88%EC%96%BC

인터패션 플래닝, "Consumer-크로스 섹슈얼," (2010년 5월 12일 검색);

available from world Wide Web @

http://www.ifp.co.kr/consumer/trendinfo_contents.asp?idx=7

인터패션 플래닝, "0910 FW Lifestyle Trend-Intersexual," (2010년 5월 12일 검색);

available from world Wide Web @

[http://www.ifp.co.kr/consumer/lifestyle_contents.asp?summary_idx=1](http://www.ifp.co.kr/consumer/lifestyle_contents.asp?summary_idx=197&theme_idx=1035&contents_subdtl_name=0910 FW Lifestyle Trend)

97&theme_idx=1035&contents_subdtl_name=0910 FW Lifestyle Trend

퍼스트뷰코리아, ; available from world Wide Web @ <http://www.firstviewkorea.com/>

ABSTRACT

Characteristics in Contemporary Men`s Jacket Design According to the Change of Gender Images

Lee, Jinkyong
Dept. of Clothing and Textiles
The Graduate School
Hanyang University

After the new millennium, dividing line between roles of men and women has disappeared and tendency to cross over each other's territory became popular. For the last decade, men's wear has also been under such influence and therefore, it changed both radically and diversely in fast pace. Now, these changes are beginning to enter into a stable phase. Regarding such circumstance, examining the changes of men's wear for the last decade due to the changes of gender images is quite meaningful for assuming the future changes that men's wear may face. Since jacket is considered to be the core item of men's fashion, it would be helpful to evaluate the changes of men's jacket in a way to understand the trend of changes that men's wear has experienced. Therefore, this study analyzed characteristics in contemporary men's jacket design according to the change of gender images in order to grasp the trend of changes that men's wear is showing.

Following study comprehends gender images and the concept of man's jacket through series of collected data and observes the influence that socio-cultural background had upon men's wear. A standard of

contemporary men's jacket, the subject of this study, is established based on the review of literature. According to this specific standard, photos of men's jacket were obtained from men collection and from these data the characteristics of men's jacket were analyzed. And, characteristics of contemporary men's jacket design that appeared distinctly from each brand were examined in relation to gender images.

The method of this following study was to establish a standard of data collection from review of literature and to gather 3263 photos of men's jacket from 6 brands, Dior homme, Dolce & Gabbana, Giorgio Armani, Louis Vuitton, Paul Smith, Vivienne Westwood, which consistently appeared in first view korea for 20 seasons from 2001 s/s collection to 2010 f/w collection. Design characteristics of collected data were categorized by shape, color, fabric, detail, and coordination. Color analysis was done by using Adobe Photoshop CS3 to extract jacket's main RGB numbers and transforming these numbers into HV/C settings by Munsell conversion System 2010 for analysis. Fabric Analysis was done by visually scanning the fabric's thickness, gloss, see-through, pattern. Also, decoration techniques and coordination used in jacket were also analyzed.

This study brought forth following results.

When observing the characteristics of men's jacket design, it could be found that silhouette of Men's jacket emphasized waist and formed mostly in X-shape which supplements the line of body. Color of men's jacket was most widely applied with hue of PB series which were regarded as men's color since 2000, and the tone was mostly done with different brightness in low chroma. Fabric of men's jacket showed diverse patterns and touch. In most of the jackets, patterns were absent and surface was

not glossy, however there were some jackets with thin and see-through fabrics and glossing, heterogeneous surfaces.

Characteristics of gender images in men's jacket has been changing evidently through early, middle, late stages for the last decade since 2001. In the early stage, as men's interest on their appearances, new application of color and coordination on jackets started to be seen. In the middle stage, the phenomenon of metrosexuality reached its peak and thus wild and brave use of color, pattern, and silhouette could be found in jackets. In the late stage, designs with feminine characteristics were applied, but unlike those used in the middle stage, feminine designs were not used directly but edited and replenished to preserve the unique characteristic of men's jacket.

Characteristics of gender images in contemporary men's jacket shown in each brand are such as following.

Dior Homme's men's jacket silhouettes were regularly appeared in X-shape and H-shape and showed flexible and smooth image of feminine images. Jackets with R series of color, small patterns, glossing and flexible fabric, and see-through fabric were all showing feminine images.

Dolce & Gabbana's jacket were mostly done in X-shape silhouette, most explicitly expressing feminine image. For the shape of jackets, there were little inside decoration and simple structure, but mostly shaped in line so that characteristics of feminine image could be found. Color is mostly seen in achromatic color and PB series to display masculine image, but compared to other brands, quite a lot of violet and pink jackets could be found.

Louis Vuitton's jackets showed X-shape and H-shape silhouette in similar portion. Displayed jackets had inside decoration line in curved design or had cutting lines in waist section to emphasize waist, all of

whom showed feminine images. Color was diversely used with both achromatic color and chromatic color. Also, nearly no pattern could be found on jackets.

Paul Smith's jacket had more X-shape silhouette of feminine image. Color was mostly low chroma of RB series, so that masculine images could be pointed out. Compared to other brands, from 2004 to 2006, more jackets with natural pattern and abstract pattern were widely seen. In terms of fabric, feminine fabrics with glossy and flexible characteristics were used.

Viviane Westwood's jackets showed regular pattern of X-shape and H-shape silhouette. Numerous jackets with changed shape could be found. Much of color was in chromatic color, and more of high chroma color was visible compared to other brands. Fabric was mostly glossy and see-through, imposing feminine images.

For the last decade, each brand had difference from one another, but all of them contained feminine images. In 2004, when metrosexuality reached its pinnacle, every brand came out with jackets containing design factors that both variously and bravely expressed feminine images. And after 2007, wild and direct application decreased and controlled changes were happening. These changes are expected to remain till some time in the future, since the contemporary society, instead of extremely enforcing one side of gender images, views harmonious mixture of masculinity and femineity as something positive.