

중국 남성의 키 불만족 해소를 위한 복장 방식에 대한 연구

- 근거 이론(Grounded Theory)에 기반하여 -

유 사 원 · 이 동 설 · 김 승 현⁺

국민대학교 일반대학원 패션학과 박사과정 · 국민대학교 일반대학원 패션학과 박사과정 ·
국민대학교 일반대학원 의상디자인학과 부교수⁺

Research on the Use of Clothing to Solve Chinese Male Height Dissatisfaction

- Based on Grounded Theory -

Siyuan Liu · Dongxue Li · Sung Hyon Kim⁺

Doctoral course, Dept. of Fashion, Kookmin University

Doctoral course, Dept. of Fashion, Kookmin University

Associate Professor, Dept. of Fashion, Kookmin University⁺

(received date: 2022. 8. 10, revised date: 2022. 10. 6, accepted date: 2022. 10. 12)

ABSTRACT

Wearing the right clothing can not only lessen body dissatisfaction but can also enhance masculine charm, maximize the display of personality, and increase one's attractiveness to others. This research uses the method of *Grounded Theory* to collect reports, discussions and evaluations on solving male height dissatisfaction from online media and social platforms and constructs a theoretical framework for eliminating Chinese male height dissatisfaction through top-down three-level coding. The research found that there are eight initial categories of clothing that can be used to eliminate height dissatisfaction in Chinese men, which are upper outer clothing styles, bottom outer clothing styles, clothing color, clothing fabrics, clothing patterns, clothing matching, clothing technology, how the wearers themselves can solve their height dissatisfaction. These eight initial categories can be further classified into four main categories, which are the three elements of clothing, clothing decoration, clothing technology, and wearer. This research can be applied to help clothing manufacturers and men's clothing designers understand the dress choices of Chinese male consumers who are dissatisfied with their height, and provide ideas and inspiration for the design and development of modern male clothing.

Key words: Chinese male(중국 남성), clothing ways (복장착용 방식), grounded theory (근거 이론), male body dissatisfaction (남성체형불만족), male height dissatisfaction (남성 키 불만족).

I. 서론

체형 만족도는 자아인식의 한 부분으로 간주되며, 체형에 대한 자기 평가는 복장 착용 방식선택 및 선호도에 있어 매우 중요한 역할을 한다(Cook & Wall, 1980; Wu, 2012). 체형 만족도에서 키는 중요한 요소로서 현대 중국 남성에게 커다란 비중을 차지하고 있으며, 이는 계속해서 증가하고 있는 추세이다. 2022년 4월 중국 최대 온라인 쇼핑몰인 타오바오(Taobao)에서 키커 보이는 복장 착용 방식을 검색한 결과, '다리가 길어 보이는 남성 바지' 36만9678건, '날씬해 보이는 남성 바지' 82만 4526건, '남성 키 높이 운동화'가 164만895건인 것으로 드러났다. 또한 수많은 남성들은 자신의 키가 크지 않기 때문에 힘이 세지 않다고 여겼다(Yang, Liu, & Bai, 2017). 이 외 연구에서는 동양 남성이 서양 남성에 비해 자신의 키에 만족하지 않는다는 수치가 더욱 높은 것으로 나타났다(Brown & Bardoukas, 2013; Ricciardelli, McCabe, Williams, & Thompson, 2007).

현대 남성들은 자신의 체형적 매력을 강조하는 동시에 자신 없는 부위를 감추는 체형 커버 스타일을 선호한다(Lunceford, 2010). 연구에 따르면 현대 남성 소비자들은 패션 감각이 좋으며, 개성을 표출해 자신을 드러낸다(Fernandez, 2009). 따라서 자신의 키에 따라 어떻게 복장 착용 방식을 매치할지 결정하는 것으로 컬러, 도안, 원단 및 액세서리 등의 요소가 선택에 있어 영향을 미친다(Ko, 2020; Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014).

선행 연구에서는 대부분 여성의 체형 불만족에 초점이 맞춰져 있다(Bell & Dittmar, 2011; Cheng, McDermott, Wong, & La, 2016; Jordan, 2019; Kawabata & Rabolt, 1999). 그러나 현대 사회에서는 남성들도 점차 체형에 관해 관심을 가지고 이에 대한 불만족을 표출하고 있다. 남성 복장 착용 방식의 소비층이 증가함에 따라 수많은 남성들이 옷을 구매할 때, 자신의 취향과 욕구를 드러내

고 있으며, 이에 관한 남성 체형 커버 복장 착용 방식에 대한 연구도 이어지고 있다(Boersma & Jarry, 2013; Barry, 2015; Lee, 2021; Sung & Yan, 2020). 위에서 언급한 내용을 정리해 보면 선행 연구에서는 남성 체형 커버와 관련된 복장 착용 방식 연구가 이루어지고 있으나 키작은 남성의 키커 보이는 스타일에 대한 연구는 드문 동시에 이를 모델링한 연구는 전무하다. 남성의 키는 남자다운 매력을 좌우하는 중요한 지표로서 체형의 중요한 요소로 여겨진다. 사실상 키작은 남성에게 대한 차별은 현대 사회에서도 여전히 존재한다(Melamed, 1992). 그렇기 때문에 키작은 남성들의 복장 착용 방식을 연구하는 것은 현대 남성들의 패션 욕구를 충족시키는 데 있어 커다란 의미가 있다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 키작은 중국 남성들의 체형을 커버하는 복장 착용 방식을 연구함으로써 해당 연구 공백을 메우고자 한다. 따라서 본 연구의 목적은 키작은 중국 남성의 체형 커버에 대한 연구를 통해 체형을 보완할 수 있는 복장 착용 방식의 이론적 모델(Framework)을 제시하는데 있다.

본 연구는 인터넷 매체 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 키작은 남성의 불만족 관련 기사 및 자료를 정리, 분석하고 관련 사진 텍스트, 동영상 등 유효한 데이터 자료를 수집했다. 그 중 사진자료는 설명문을 추가하여 더욱 쉬운 이해를 도왔다. 텍스트 데이터는 원문과의 무결성을 최대한 유지하기 위해 그대로 가져오는 것으로 했다. 동영상 자료의 경우에는 텍스트로 변환하였다. 본 연구는 불명확한 표현과 상관관계가 없는 마케팅 홍보, 중복된 내용, 문법적 오류 등의 무효한 데이터 자료를 배제해 1,098건의 유효한 데이터 중 53건의 자료를 선별했다. 또한 키작은 남성의 불만족과 관련된 개념 간 연관성을 심층적으로 분석해 데이터 자료의 코드와 속성을 구축하고, 이를 해소시킬 수 있는 복장 착용 방식을 획득했다. 예를 들면 짧은 상의, 하이웨스트 바지, 낮은 명암비

의 복장, 세로 스트라이프 도안, 편안한 키높이 신발 등으로 작은 키 남성들의 키 불만족을 해소시킬 수 있는 복장 착용 방식에 대한 이론적 모델을 구축했다.

본 논문에서는 복장 생산업체 및 남성복 디자이너 관련 종사자들에게 이론적 참고 자료를 제공해 중국의 키작은 남성 집단의 특징을 이해하고 그들에 맞는 남성복 제품을 생산할 수 있도록 도왔다. 또한 키작은 남성의 불만족과 복장 착용 방식에 대한 경로 연구 모델을 모색하여 현대 남성복의 디자인 개발과 코디에 아이디어와 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 중국 남성 소비자

예로부터 인간은 두 가지의 주요 자원 접근 방식이 존재했는데, 남성은 수렵행위, 여성은 수집행위로 수백만 년 변천 과정에서도 여전히 남아 있다. 미국 하버드 경영대학원의 마이클 포터(Michael E. Porter) 교수는 저서 '경쟁우위'에서 생활방식이나 자기감각과 같은 측정하기 어려운 요소를 소비자 구매행위의 중요한 결정요인으로 꼽았다(Michael, 2004). 또한 중국 남성 소비자에 대한 선행 연구에서는 여성 소비자는 '정신적' 소비자 반면 남성 소비자는 '실용적' 소비를 한다는 연구결과가 있다(Liao & Wei, 2021). 즉, 남성 소비자는 장단점을 따져보고, 문제를 신속하게 처리하기 때문에 상품이 자신의 요구에 부합하면 구매 행위를 하는 것이다. 반대로 상품이 자신의 요구에 부합하지 않으면 소비행위는 중단될 수 있다(Yu, 2015). 퀘스트 모바일(Quest Mobile)에서 발표한 보고서에 따르면 2021년 4월 기준 중국 모바일 인터넷의 남성 이용자는 6억1300만 명으로 52.8%를 차지해 여성의 비율보다 더욱 높았다. 또한 소비 금액이 1000위안에 달하는 남성 이용자 수는 점차 증가해 2021년 4월에 1억2200만 명으로 전체 소비자의

55%를 차지했다. 이를 통해 남성 이용자가 소비 시장의 새로운 중심축으로 부상하고 있음을 알 수 있다(QuestMobile, 2021). 이처럼 남성의 소비 인식이 깨어나 중국 '타경제(他經濟, 남성 소비경제)' 시대가 도래하고, 남성의 소비에너지가 끊임 없이 방출되고 있다.

실제로 2017년부터 남성의 온라인 소비 지출은 여성을 앞질렀다. 천하재경(天下財經) 컬럼 중 중국 은련(銀聯)이 발표한 2017 모바일 인터넷 결제 안전 조사 보고서에 따르면 남성의 23%가 월 5천 위안 이상을 온라인에서 소비한 반면 여성은 15%에 불과하다고 전했다(CCB, 2018). 이뿐만 아니라 DataEye-EDX의 최근 한 달간 매출 순위 TOP10에서도 남성 관련 제품이 30%를 차지한 것으로 드러났으며, 남성 상의, 남성 바지, 남성 신발 등의 비중도 점차 증가하고 있다(DataEye, 2020). 남성의 사회적 신분이 변화됨에 따라 외적 이미지, 옷 코디, 품위 등에 대한 관심이 높으며(Outh.cn, 2021), 초기 중국 남성의 소비 영역도 자동차, 디지털 제품, 시계, 백주(白酒) 등에서 스킨케어, 뷰티, 헤어스타일, 옷 코디 등 영역으로 확대되었다. 이를 통해 중국 남성의 소비 수요가 점차 기능적 수요에서 감정적 수요로 진화하고, 이들은 독특한 개성과 개인의 취향에 부합하는 제품을 선호하는 것을 알 수 있다(XinlangVR, 2021). 따라서 남성복 소비 시장은 날이 부상하고, 다양한 형태의 복장 착용 방식을 통해 자신의 개성을 드러내 소비 분야에서 커다란 잠재력을 보이고 있다(Xiaokeduo, 2021).

현대 중국 남성 소비자들은 온라인 플랫폼을 통해 자신에게 어울리는 옷을 잘 입는다. 그 원인으로서는 온라인 쇼핑 환경에서 착용 사진과 영상 등의 후기를 통해 복장 착용 방식, 원단, 컬러, 액세서리 등에 대한 정보를 획득할 수 있기 때문이다. 이어 남성 소비자는 제품의 명확한 카테고리 분류를 중요시 여겼다(Liao & Wei, 2021). 즉, 비교를 통해 유효하지 않은 데이터를 배제함으로써

불필요한 시간 소모를 줄이기 위함이다. 이뿐만 아니라 다양한 테이터 환경 속에서 복장 착용 방식을 파악하고, 자신의 욕구를 충족시킬 수 있는지 여부를 판단할 수 있어 궁극적 구매 의도와 행동에 영향을 미친다고 할 수 있다.

2. 키작은 체형의 불만족과 보완할 수 있는 복장 착용 방식

체형 불만족(Body dissatisfaction), 즉 체형 이미지 불만족(Body image dissatisfaction, BID)은 개인이 자신의 체형에 대해 부정적이고 주관적인 평가를 하며, 이로 인해 불쾌한 정서적 체험을 하게 되는 것을 가리킨다(Chen, 2006). 그리스의 학자인 헤포크로테스(Hippocrotos, 기원전 460~375)는 사람의 성격과 체형 간에는 밀접한 관계가 있다고 했다(Li, 1998). 대다수의 연구에 따르면 체형 불만족은 체중에 대한 과도한 관심, 섭식장애, 낮은 자존감, 심지어는 부정적인 감정과 우울증, 불안감 등의 심리적 문제를 야기시킨다고 전했다(Wang, 2016). 마호니(Mahoney)와 핀치(Finch)는 남성의 23가지 체형적 특징 중에서 키, 체중, 얼굴형, 체형, 목소리, 모발량 등 6가지의 요소가 체형적 만족도와 밀접한 관련이 있다는 것을 발견했다(Che, 2001). 체형 불만족은 키가 작다는 자기 부정평가(Negative Physical Self-Short, NPS-S)라고도 하며, 자신의 키에 대한 부정적 인식, 부정적 감정, 그에 따른 태도를 가리킨다. 나폴레옹(Napoleon)은 자신이 키가 작다는 것을 인정하며, 만약 키로 인해 자신을 비웃는 이가 있다면 그의 머리를 잘라 키 차이를 줄이겠다고 언급한 적 있다(Wu, Zhang, & Xie, 2020). 심리학자인 아들러(Adler)는 이에 대해 나폴레옹 콤플렉스(Napoleon Complex)라고 제기하였으며, 작은 체형은 남성에게 열등감을 가져다주고, 어떠한 행동으로 인해 이를 보상받고자 한다고 전했다(Adler, 1956). 서양 문화에서도 키는 사회적 자존감과 높은 상관관계를 보이는 것으로($\rho=0.41$) 키가 큰 경우, 사

회적 자존감이 더 높아진다는 연구결과가 있다(Judge & Cable, 2004). 과거에도 키가 클수록 남성적 매력이 더욱 두드러진다고 여겨져 왔고(Beth, Jeanie, & Scott, 2019), 작은 키가 교제와 개인의 발전에 부정적인 영향을 미치는 것은 서양뿐만 아니라 동양 문화에도 존재한다. 파크(park)의 아시아 남성의 키 만족도 조사에 따르면 절반 이상이 자신의 키에 만족하지 않는 것으로 드러났다(Chen, 2020). 중국 사회에서는 키 차별이 불합리하다고 여겨지지만 은행원, 변호사, 항공사 등의 일부 직업은 남성의 최소 신장이 170cm 이상이 되어야 한다고 규정하고 있다. 한 연구 결과에 따르면 중국의 10대들은 키에 대한 기대치가 높으며, 키에 대한 불만족이 외모와 몸매에 대한 불만족보다 더 높은 것으로 나타났다(Chen, 2006).

남성은 이상적인 체형적 이미지(Body Image, 자기 체형의 미적 또는 성적 매력에 대한 개인의 인식)에 도달하지 못하면 이를 고치거나 숨기기 위해 내적 스트레스를 받는다. 현대 사회에서 남성의 뛰어난 외적 조건은 부의 창출과 연애에 매우 중요한 영향을 미친다(Salska et al., 2008). 또한 자신의 키가 사회적 업무나 생활에 지장을 미친다고 여기면 복장 착용 방식의 변화를 주는 것을 선택한다. 예를 들어, 하이웨이스트 바지, 세로 스트라이프 패턴의 바지와 짧은 상의를 매치하면 키가 커보일 수 있다.

체형적 비율(Proportion)은 자신의 외적인 미를 인식하는 과정에서 드러나는 것으로 이는 백분율, 황금 분할, 표준 등의 세 가지 방식이 있다. 그 중 가장 널리 알려진 것이 정수리에서 턱끝까지를 얼굴이라고 하고, 이것을 키의 8분의 1로 설정하게 되는 것인데 체형적 비율이 좋은 사람을 8등신이라고 부른다(Li, 1998). 이러한 체형적 비율은 시각적, 조형적으로 모두 이상적인 체형적 형태로 인식되고 있다. Jersild의 연구에서 '나는 누구인가?'라고 질문할 때, 대부분 남성의 50%가 자신의 체형과 관련된 대답을 했다. 또한 자신이 키가 작

다고 여기면 복장 착용 방식을 통해 이를 개선하고자 하며, 비율 법칙을 통해 키가 커보이고자 노력한다는 연구결과를 도출했다(Li, 2002).

복장 착용 방식은 시장의 수요와 밀접한 관련이 있다. 이에 따라 키가 작은 남성의 고민을 해결해 줄 키 커 보이는 복장 착용 방식은 현재 중국 남성복 시장에 이미 존재한다. 예를 들어 타오바오(Taobao)에서 상위권을 차지한 다리가 길어 보이는 남성 바지는 월 2000장 이상 판매되는 것으로 드러났다. 이 외에도 다리가 길어 보이는 편안한 남성용 바지의 제품 이미지는 다리 길이가 길어보이게 잡아주는 독특한 핏을 강조하여 월 1000장 이상 판매되고 있다. 키작은 남성을 위한 의류 사이트에는 반팔 티셔츠와 데님 9부 팬츠의 코드를 통해 작은 키를 커버할 수 있는 해결책을 제시해주었다. 이처럼 남성복 시장에서는 키작은 남성들의 고민을 해소시켜주는 복장 착용 방식의 디자인 개발에 큰 영향을 미치고 있다(Rosen, Srebnik, Saltzberg, & Wendt, 1991).

III. 연구 설계

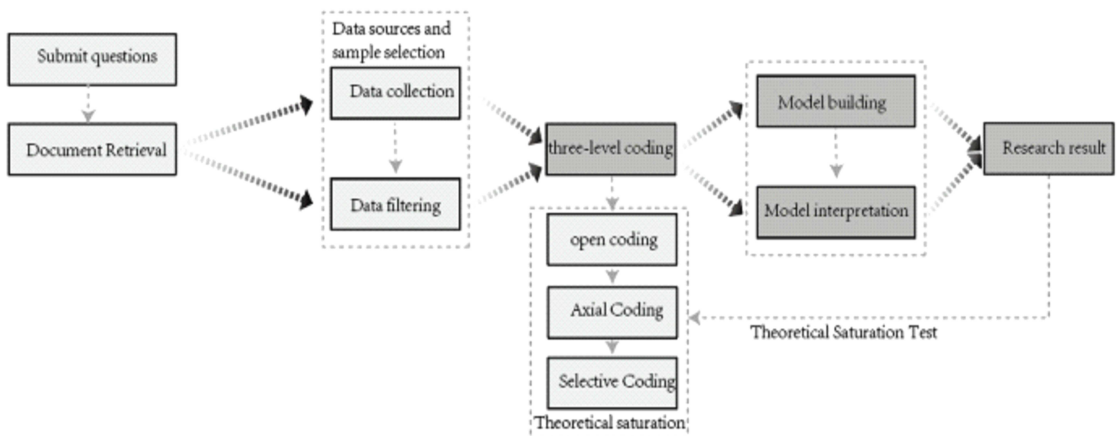
1. 연구 방법

본 논문에서는 근거 이론적 연구 방법에 기반을 두었다. 근거 이론(Grounded Theory, GT)은 1967년에 미국의 학자 Barney Glaser와 Anselm Strauss가 경험적 자료를 토대로 이론적 모델을 만들기 위해 제안한 질적 분석을 전문적으로 하는 효과적인 연구 방법이다. 예시 <Fig. 1>를 보면, Strauss는 개방 코딩, 축 코딩, 선택 코딩의 세 가지 핵심 단계를 포함하는 단계별 코딩을 근거 이론의 가장 중요한 일환으로 간주하였다(Strauss & Corbin, 1998). 이 세 단계는 자료 수집, 개념 형성, 통합 및 재구성, 이론적 추출의 연속적인 과정이다(Glaser & Strauss, 1967).

본 논문의 연구과정은 다음과 같다.

1) 연구문제 제기 및 관련 데이터 자료 수집

본 연구에서는 인터넷 매체 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)에서 자신의 키에 불만족한다는 자료 총 1,098개를 수집했다. 그 중 인터넷 매체 기사와 평론



<Fig. 1> Grounded Theory Research
(Drawn by authors, 2022)

이 312건, 타오바오(Taobao) 517건, 위챗(Wechat) 57건, 샤오홍슈(Xiaohongshu) 269건으로 드러났다.

2) 데이터 수집 및 자료선별

본 연구에서 수집된 자료 중 불명확하고, 상관관계가 없는 마케팅 홍보, 중복된 내용, 문법적 오류 등의 데이터를 배제하여 총 53건의 자료를 선별했다.

3) 데이터 자료의 하향식 3단계 코딩

데이터 수집은 일반적으로 이론적 분포를 원칙으로 한다. 본 연구에서는 <Table 1>과 같이 개방코딩(Open Coding)을 통해 작은 키를 보완할 수 있는 상의, 하의, 쉼터, 원단, 도안, 액세서리, 복장 공예 및 작은 키의 고민을 해소할 수 있는 방법 등의 8가지 범주를 구축했다. 이어 <Table 2>에서는 축 코딩(Axial Coding)중 8가지 범주를 추가로 종합하고, 복장 3요소 방식, 복장 장식 방식, 복장 공예 방식, 착용자 방식 등의 4가지 주요 범주로 구축했다. 또한 <Fig. 3>에서는 최종적으로 중국 남성의 작은 키 고민을 해소할 수 있는 복장 착용 방식모델을 만들었다.

4) 모델 구축 및 모델의 주된 스토리 라인에 따른 해석

본 연구에서 구축한 작은 키의 고민을 해소할 수 있는 복장 착용 방식모델의 주된 스토리 라인에서는 착용자 방식, 복장 3요소 방식, 복장 장식 방식, 복장 공예 방식이 상호 보완적관계이다. 착용자는 다양한 복장 착용 방식일을 통해 키가 커 보일 수 있으며, 복장의 속성은 작은 키 고민을 해소시켜주는 중요한 요소이다.

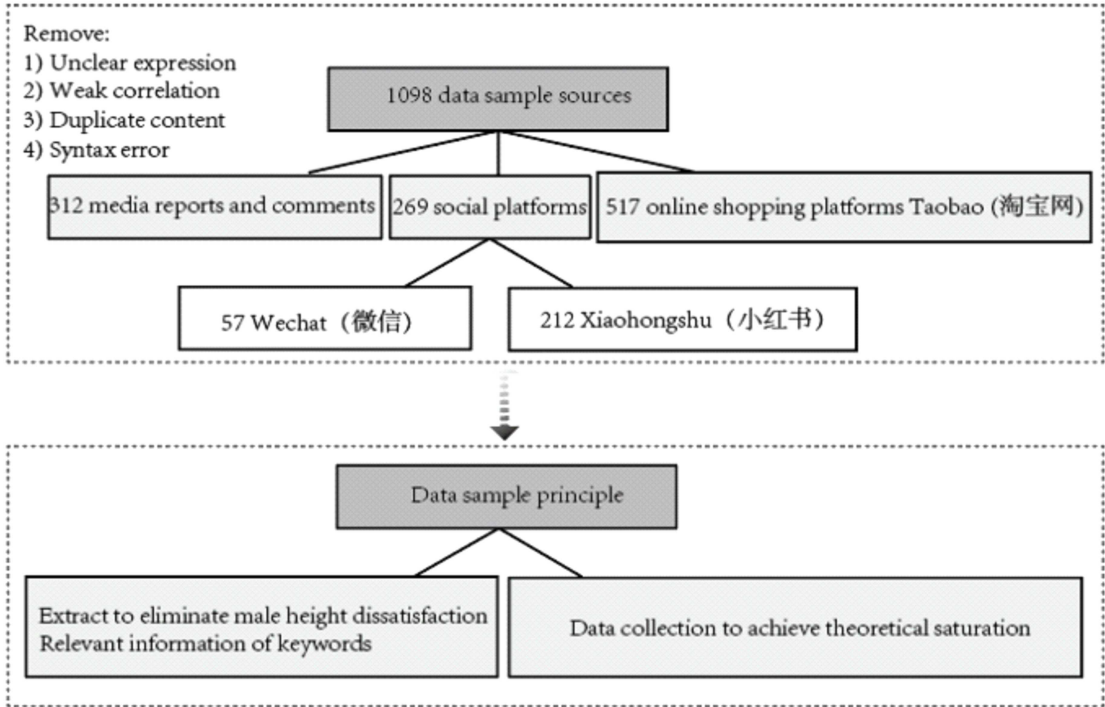
5) 연구 결과 토론 및 이론적 분포도 검증

본 연구에서는 남성복 디자이너와 복장 생산업체에게 키작은 남성의 고민을 해소시켜주는 복장 착용 방식및 이론적 참고와 새로운 시사점을 제공

한다. 또한 이론적 분포에 대한 실험에서는 인터넷 매체 및 소셜 네트워크 서비스(SNS), 타오바오(Taobao)를 통해 무작위로 자신의 키에 불만족한다는 15건의 데이터를 수집해 실시했다.

2. 자료수집

본 연구는 인터넷 매체의 기사, 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 평가 등 남성 키 불만족 해소와 관련된 데이터 자료를 기반으로 주로 다음과 같은 원인에 근거했다. 첫째, 최근 온라인 쇼핑 조사 데이터에서 볼 수 있듯이, 키작은 남성의 체형 보완을 위한 복장 착용 방식들이 점차 많은 관심들 받아 시장 수요를 촉발시키고 있다(QuestMobile, 2021). 이에 관련 인터넷 자료와 평론 등도 계속해서 늘어나고 있는 추세이다. 둘째, 코로나19로 인해 온라인 플랫폼에서의 패션시장이 성장하면서 소셜미디어는 패션 트렌드를 선보이는 플랫폼으로 자리 잡아가고 있다(Yotka, 2020). 이는 즉, 온라인상에서 일정한 내용의 데이터를 획득할 수 있어 쉽게 분석할 수 있다는 것을 말한다. 본 연구에서는 자신의 키에 불만족하는 중국 남성의 데이터를 최대한 포괄적으로 다루기 위해 인터넷 매체 기사, 온라인 쇼핑 플랫폼 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 3가지 측면에서 1,098건의 자료를 선별해 원본 데이터를 수집, 정리했다. 그 중 312건의 인터넷 매체 기사와 평론은 주로 키작은 남성의 고민을 해소할 수 있는 방법을 조언하는 것으로 드러났다. 이어 중국 최대 온라인 쇼핑 플랫폼인 타오바오(Taobao)에서 수집한 517건의 자료에서는 주로 상품 홍보와 피드백을 통해 작은 키에 대한 불만족을 해소하는 것으로 나타났다. 마지막으로 소셜네트워크서비스(SNS)인 위챗(Wechat), 샤오홍슈(Xiaohongshu)에서 수집한 269건은 주로 작은 키 불만족에 대한 자료를 추천하고 평론하는 것으로 나타났다. 구체적으로 말하자면 인터넷 매체 기사, 온라인 쇼핑 플랫폼, 소셜 네트워크 서비스(SNS) 등 3가지 측면의 데이터를 통해 제품 소



<Fig. 2> Data Collection
(Drawn by authors, 2022)

비자, 제품 생산업체, 기타 참여자가 작은 키에 대한 불만족을 해소하는 관점을 포함한다. 이러한 관점은 서로 다른 의미를 지니지만 본 연구에서 제시한 키작은 남성의 불만족을 해소하는 방법에 적용시킬 수 있기 때문에 이 3가지 측면을 관련 데이터 출처로 선택한 것이다. 본 연구에서는 수집한 1,098건의 자료를 선별해 불명확하고 상관관계가 없는 마케팅 홍보, 중복된 내용, 문법적 오류 등의 데이터를 배제해 총 53건의 자료를 획득했다. 그 중 인터넷 매체에서는 총 25건, 온라인 쇼핑 플랫폼과 소셜네트워크서비스(SNS)에서는 각각 15건, 13건을 획득했다.

본 논문에서의 연구 데이터 샘플은 주로 다음과 같은 원칙에 근거하여 선정했다. 첫째, 키작은 남성의 불만족 해소 키워드에 관한 자료를 추출했다. 둘째, 데이터 수집은 이론적 분도를 원칙으로

하였다. 따라서 연구에서는 남성의 작은 키 불만족을 해소하는 복장 착용 방식에 대한 이론적 모델을 구축해 예시 <Fig. 2>와 같이 이론적 가치를 실현했다.

3. 분석방법

인터넷에서 수집한 자료는 필사를 통해 근거이론(Grounded Theory)을 기반으로 분석했다. 근거이론의 연구방법은 기존의 자료에서 경험적 자료를 정리한 후 체계적인 이론으로 발전시키는 것으로 즉, 실천적 경험에서 이론을 추가시키는 개념이다(Glaser & Strauss, 1967).

근거 이론은 탐구적 연구에서 더욱 뛰어난 추출 효과를 나타내며, 논리적인 검증보다 발견에 중점을 두는데, 이러한 특징은 본 연구에서의 탐

구적 특징과 부합한다. 또한 실증적 범주 하에서 경험적 관념 또는 기존 이론적 모델이 사용한 자원 및 획득한 결론 범위에 대한 요식적 제한을 피할 수 있다. 게다가 키작은 남성의 불만족을 해소시켜주는 복장 착용 방식은 아직까지 제대로 된 이론적 모델이 없으므로 비교연구 방법과 정량적 연구방법, 질적 연구방법이 적합하다.

본 연구는 근거 이론 연구를 통해 인터넷 매체 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)에서 키작은 남성의 불만족을 해소할 수 있는 방법과 관련 기사, 토론 등의 자료를 수집했다. 그 후 3단계 코딩으로 체계적으로 분석하여 키작은 남성 체형 복장 착용 방식에 대한 이론적 모델을 구축함으로써 연구 목적을 달성하고자 한다.

IV. 연구결과

1. 개방 코딩 결과: 자료의 범주화

개방 코딩(Open Coding)이란 연구자가 수집한

자료를 분석, 검토, 비교 및 개념화, 범주화 등을 하는 과정이다(Glaser & Strauss, 1967). 코딩 결과의 신뢰성과 유효성을 확보하기 위해 최대한 기존 내용을 사용하고, 이를 토대로 초기 개념을 탐색했다. 코딩 과정에서는 여러 번 반복하고 비교하는 것을 통해 일관된 의견과 결과를 도출했다. 본 연구 데이터는 이론적 분포 원칙에 근거하여 인터넷 매체 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 키작은 남성의 불만족 해소 방법에 대한 기사, 토론 및 평가 등의 자료를 수집하여 총 1,098건의 자료를 선별했다. 필터링을 거쳐 불명확하고, 관련성이 없는 마케팅 홍보, 중복된 내용, 문법적 오류 등의 데이터를 배제하고 총 53건의 자료를 획득했다. 그 중 인터넷 매체의 기사는 25건으로 AN으로 표기, 온라인 쇼핑 플랫폼은 15건으로 BN으로 표기, 소셜네트워크서비스(SNS)는 13건으로 CN으로 표기했다. 그 중N은 변수로 순위를 기재하지 않았으며, <Table 1>을 토대로 8가지의 범주를 형성했다.

<Table 1> Main Results of Open Coding

| Category | Initial Concept Code | Extract of Original Materials |
|--|--|---|
| Upper outer clothing style to solve height dissatisfaction | Wear a shorter style upper outer clothing | C25 The shorter the upper body, the longer the legs. The longer the leg, the higher it will be visually. So try to choose shorter shirts, T-Shirts, suits, leather jackets, jeans, etc. |
| | Wear a waist retraction upper outer clothing | C36 The waist shirt can even highlight the figure. For example, many military uniform designs are slim at the waist, and the wearer will look very tall and straight. If you have a protruding stomach, don't wear clothes that are too tight around the waist. |
| | Wear a low collar upper outer clothing | A35 The neck ratio should be lengthened, and you can wear a V-neck jacket. The V-neck can modify the neck and face shape, lengthen the neck in the head body ratio, reduce the head proportion and make the head body ratio more harmonious. |
| | Wear a upper outer clothing with sleeves of appropriate length | A25 The sleeve of the coat is also a part that we often ignore. If the arm line is too short, the whole person becomes short hands and short legs. If it is too long, it is not sharp enough. It is better to just cover the length of the wrist, or push it up slightly to expose the edge of the inner garment. |
| | Don't wear loose fitting upper outer clothing | A14 People who are short should not wear loose clothes, such as tent like shirts, hip-hop style and oversize men's jackets. Loose clothes will pull the lines horizontally, making them appear short, while clothes that fit can pull the lines vertically, making them appear thin and tall. |

| Category | Initial Concept Code | Extract of Original Materials |
|---|---|--|
| | Don't wear long upper outer clothing | A11 If the length of the long coat is too long, and it reaches below the calf, it is not suitable for a short man. It will appear that the clothes are too large and the height is lower. |
| | Don't wear O-type upper outer clothing | A15 O-shaped T-shirts, shirts, coats, etc. will make people look fat. It is suggested that a short boy should try not to wear a coat with a fat coat. |
| | Don't make your upper outer clothing pocket too big | A19 An Oxford shirt may have a breast pocket, which is too big for a short, thin man. Not to mention, it may be too low in the chest, which will only make you look shorter. |
| Bottom outer clothing style to solve height dissatisfaction | Wear a high waist pants | C33 It is best to wear high waisted and slim pants. The high waist will optimize your body proportion and make your legs longer, while the slim pants can optimize your leg shape. |
| | Wear a pants with appropriate length | B17 When wearing pants, you must pay attention to avoid excessive accumulation of pants on the vamp. There are a large number of accumulated wrinkles at the ankle, which makes them look very messy. |
| | Wear a bell-bottom trousers | B26 Bell-bottoms are suitable for matching with high shoes, modifying the leg shape and showing great height. |
| | Wear a straight pants | C28 The design of high waist straight pants is more inclusive. Long straight pants can be directly matched with high shoes, or rolled up to match with high shoes. |
| | Wear a wide leg pants | B30 Long wide leg pants can stretch the visual effect of long legs. It is recommended to choose long wide leg pants with high waist for more obvious effect. |
| | Wear a pants with slit hem | B29 The side or front and rear trouser legs are split, which can stretch the lines of the legs. With thick soled shoes, it is very suitable for short men. |
| | Wear a slim cropped pants | A27 Cropped pants are a very effective and universal method of heightening, and can be used all year round. Dark color is relatively higher. Wearing cropped pants in winter can match with dark socks. |
| | Wear shorts that are above the knee | A18 If you need to wear shorts, you should choose the position where the length is about one punch above the knee. Such pants can expose the thin part of the thigh, making the lower body more slender. |
| | Don't wear crotch pants | B13 It is suggested that men with low stature should not wear crotch pants as far as possible. If the crotch moves down, the leg lines will disappear or become very short, and the legs will naturally appear short, so the stature will appear very low. |
| | Don't wear low waist pants | B42 Low rise men's pants will move the waistline down, making the lower body shorter, which is not suitable for a short man. |
| | Don't wear pants with tight cuffs | A31 Loose pants are suddenly tightened at the cuffs of the pants, resulting in a large number of wrinkle, which is easy to divide the legs into two sections, and will also attract visual attention. It is not suitable for short people. |
| Clothing color to solve height dissatisfaction | Wear a bright color clothing | A7 Black jacket + black pants + black leather shoes make the whole line. White is a bright color, which only appears in the upper body. This collocation will be much higher than the multi-layer mix and match on the left, moving the visual center to the upper body. |

| Category | Initial Concept Code | Extract of Original Materials |
|--|---|---|
| | Wear low contrast color clothing | A20 By wearing clothes with low contrast, visual unity and consistency can be increased, such as dark blue tops with black pants. Try not to wear the upper body and lower body to form a sharp horizontal contrast. |
| | wear the same color Shoes and trousers | A9 The shoes and trousers are of the same color, so that the legs and feet are connected as a whole. Visually, the length of the legs is stretched, and the whole looks high. Shoes and trousers are of the same color, but they do not have to be completely the same color. Similar dark colors such as dark blue and black, dark gray and black can achieve this effect. |
| | Wear cool color clothing | A52 The cold color system generally includes blue, green, purple, etc., which will have a "shrinking" effect visually, while the warm color system generally includes red, yellow, orange, etc., which has an "expanding" visual effect. Because the clothes in the cold color system are thinner than those in the warm color system, they are also higher. |
| | Don't wear bright pants | C38 Gorgeous and bright colors are very easy to attract people's attention. It's best not to use them on pants, which makes people focus on the lower body at once, so they don't feel high. |
| | Don't wear bright socks | B5 High purity and bright colored flowered socks attract visual attention to the feet. |
| | Don't wear bright shoes | B39 Bright shoes are not suitable for short men. They will focus everyone's attention on the shoes and appear to have short legs. |
| Clothing fabric to solve height dissatisfaction | Wear longitudinal stripe texture clothing fabric | C46 Try to use some fabrics with longitudinal stripe texture. Whether it's tops or pants, adding longitudinal lines will make them look higher. |
| | Wear stiff clothing fabric | A43 It is suggested that men choose stiffer fabrics, which will make the lines of clothes more straight and more able to modify their body shape than invisible fabrics. For example, straight suits will be thinner and taller than soft knitted coats. |
| | Wear natural drape fabrics pants | B37 If the pants fabric is natural, it will appear that the lower body lines are particularly smooth, thin and high. |
| | Don't wear heavy fabrics coat | A22 Bulky, fluffy and oversized coats often dwarf the short man, making him look shorter and stronger than he really is. It is recommended to wear a lighter down jacket or wool coat instead of a heavy down jacket or lamb hair coat. |
| | Don't wear wrinkle prone clothing fabric | C32 Fabrics that are prone to a large number of folds will appear sloppy. For example, thickened sports knitted fabrics will look layer by layer after wearing, and will easily deform after washing. |
| Clothing pattern to solve height dissatisfaction to solve height dissatisfaction | Wear a vertical stripe clothing pattern | A10 Vertical stripes pull the vision vertically, while horizontal stripes expand horizontally, so the vertical stripes look higher. One piece of striped clothes includes striped shirt and striped jacket. Striped suit is the most common match for the whole set of striped clothes. However, it is suggested that the vertical stripes should not be too large. |
| | Don't wear a thick horizontal stripe clothing pattern | C21 Short men should try not to wear thick horizontal stripes. Thick horizontal stripes will appear too large on short men, and the horizontal patterns will also appear short. |
| | Don't wear clothes | A34 Too large, exaggerated or too rich patterns will be visually more |

| Category | Initial Concept Code | Extract of Original Materials |
|--|---|--|
| | with rich clothing patterns | chaotic, lack of unity, and will appear shorter. At the same time, it's better not to use the pattern on the pants, which makes people focus on the lower body at once, so they don't feel high. It is recommended that you choose solid color and simple pattern at ordinary times, which is also grand and fashionable. |
| | Don't wear socks with rich clothing patterns | B5 Flowered socks with rich patterns attract visual attention to the feet. |
| | Don't wear shoes with rich clothing patterns | A40 "Wearing white high top sneakers is the short leg effect in the middle picture. It goes without saying what effect short people wear. The black matching on the left shows a much longer figure." |
| Clothing accessories to solve height dissatisfaction | Use head accessories | C1 Fix the visual center at a high position, and you can use the matching of hats and glasses to attract attention. Or wear it with men's earrings. If you wear a hat, you can increase the height of the vertical lines, and you can also achieve a high visual effect! |
| | Use shoulder and neck accessories | C3 It is also possible to attract the visual center to the collar. In winter, scarves, neck ties, collar pins and necklaces can be matched to attract attention. The long bib is suitable for lengthening the curve of the body and the proportion of the body, so as to achieve the effect of showing height and thin, especially for short people! |
| | Use a suitable belt | B41 After the top is tucked into the pants, a belt can be tied to make the body proportion better. However, it is not recommended that the belt with bright color or exaggerated style will move the visual center down. |
| Clothing technology to solve height dissatisfaction | Use shoulder pads | A47 Shoulder pads are used on the shoulders to decorate the width and lines of men's shoulders, making them appear tall and straight and more energetic. But be careful not to pad your shoulders too much, because if your shoulders are too wide, you will be short. |
| | Use linings | A48 In the upper collar, front placket and waist of trousers, linings are used to make the clothing style structure more reasonable, comfortable and modify the body shape. |
| | Use clothing line | A49 In jeans, leather jackets and other decorative lines or color contrast lines, the lines on these clothes have the function of decoration and lengthening. |
| The wearer how to solve the height dissatisfaction | Choose a three-dimensional hairstyle | A2 Hair sticking to the forehead or flattening will lower the center of the face. When the hair style on the forehead is exposed, the visual center of the face will move up. With the three-dimensional hair style, the visual center will be further improved. |
| | comfortable booster shoes | C23 For short men, you can wear high shoes, such as Martin boots or thick heels, but you should be careful when choosing elevator shoes or lifts, because they are not particularly comfortable. |
| | Put your coat open | C51 Similar to suits, jackets, denim coats, and even when wearing shirts as coats, you don't need to fasten the buttons. The coat opens and naturally forms a vertical line, which makes people visually taller. |
| | Tuck your upper outer clothing into your trousers | B24 Increase the proportion of the whole leg in the body, and move the position of the waist line up as much as possible. Tuck your coat into your trousers. |

| Category | Initial Concept Code | Extract of Original Materials |
|----------|---|--|
| | Don't button the top button of the neckline | C44 A short man wearing a jacket with buttons can button one or two buttons less on the top of the collar, making his neck look longer. |
| | Roll up your trousers | B53 Pull up your trouser legs, match them with socks of the same color in winter and expose your ankles in summer, which will make you feel like your legs are long. |
| | Roll up your sleeves | B45 If the sleeve length is not appropriate, you can roll up the sleeve to make the arm longer. |
| | Don't slouch | A16 Keep a good posture, raise your head and keep your chest straight without bowing your back, so that the physical increase is two centimeters, and the psychological increase may also be two centimeters. To do this, you should pay attention to your usual walking and sitting posture. In particular, many office workers and students sit for a long time, and their habits become hunchbacked. |
| | Don't wear a big and wide hairstyle | A24 People who have studied art should know a concept called "head to body ratio". Generally, the head to body ratio of adults is 1:7.5, and 8 or 9 heads to body is the golden ratio. The larger the head to body ratio, the higher the height. The body proportion of Asians is different from that of Europeans and Americans. Generally, the head is larger and the shoulders are narrower, which will make them visually shorter. |
| | Don't wear high top men's shoes | B12 Men wearing bright color high top shoes are easy to divide their legs into several parts, damaging the overall smoothness of clothing. |
| | Don't mix and match clothes | A8 Short people are not recommended to wear sports mix and match. This kind of mix and match looks like it will divide people's body into five parts: black jacket, long white T-shirt, shorts, long leggings and high top shoes. If a short man wears it like this, his already short figure will be shorter because he is segmented. |

2. 축 코딩 결과: 범주와 패러다임 요소 간의 관계 파악

축 코딩(Axial Coding)을 통해 초기 개념 간의 공통성을 모색하고, 개념 속성 간 접점을 설정하는 것을 통해 보다 더 정확하게 해석할 수 있다 (Glaser & Strauss, 1967). 본 연구에서는 예시

<Table 2>와 같이 중국 남성들의 작은 키에 대한 불만족을 해소할 수 있는 상의, 하의, 컬러, 원단, 도안, 액세서리, 복장 공예, 키작은 착용자의 체형 커버 방법 등 8가지의 초기 범주로 분류했다. 또한 이는 복장 3요소 방식, 복장 장식 방식, 복장 공예 방식, 착용자 방식 등의 4가지 주요 범주로 구분할 수 있다.

<Table 2> Main Results of Spindle Coding

| Main Category | Initial Category | Category Connotation | |
|------------------------------|--|--|---|
| Clothing three elements mode | Upper outer clothing style to solve height dissatisfaction | Wear a shorter style upper outer clothing | Don't wear loose fitting upper outer clothing |
| | | Wear a waist retraction upper outer clothing | Don't wear long upper outer clothing |
| | | Wear a low collar upper outer clothing | Don't wear O-type upper outer clothing |
| | | | |

| Main Category | Initial Category | Category Connotation |
|--------------------------|--|--|
| | | Wear a upper outer clothing with sleeves of appropriate length |
| | | Don't make your upper outer clothing pocket too big |
| | Bottom outer clothing style to solve height dissatisfaction | Wear a high waist pants Wear a pants with appropriate length Wear a bell-bottom trousers Wear a straight pants Wear a wide leg pants Wear a pants with slit hem Wear a slim cropped pants Wear shorts that are above the knee |
| | Bottom outer clothing style to solve height dissatisfaction | Don't wear crotch pants Don't wear low waist pants Don't wear pants with tight cuffs |
| | Clothing color to solve height dissatisfaction | Wear a bright color clothing Wear low contrast color clothing wear the same color Shoes and trousers Wear cool color clothing |
| | Clothing color to solve height dissatisfaction | Don't wear bright pants Don't wear bright socks Don't wear bright shoes |
| | Clothing fabric to solve height dissatisfaction | Wear longitudinal stripe texture clothing fabric Wear stiff clothing fabric Wear natural drape fabrics pants |
| | Clothing fabric to solve height dissatisfaction | Don't wear heavy fabrics coat Don't wear wrinkle prone clothing fabric |
| Clothing decoration mode | Clothing pattern to solve height dissatisfaction to solve height dissatisfaction | Don't wear a thick horizontal stripe clothing pattern Don't wear clothes with rich clothing patterns Don't wear socks with rich clothing patterns Don't wear shoes with rich clothing patterns |
| | Clothing accessories to solve height dissatisfaction | Use head accessories Use shoulder and neck accessories Use a suitable belt |
| Clothing technology mode | Clothing technology to solve height dissatisfaction | Use shoulder pads Use linings Use clothing line |
| Wearer mode | The wearer how to solve the height dissatisfaction | Choose a three-dimensional hairstyle, Wear comfortable booster shoes Put your coat open Tuck your upper outer clothing into your trousers Don't button the top button of the neckline Roll up your trousers Roll up your sleeves |
| | The wearer how to solve the height dissatisfaction | Don't slouch Don't wear a big and wide hairstyle Don't wear high top men's shoes Don't mix and match clothes |

3. 선택 코딩 결과: 키작은 남성의 불만족을 해소할 수 있는 복장 착용 방식에 대한 이야기 도출

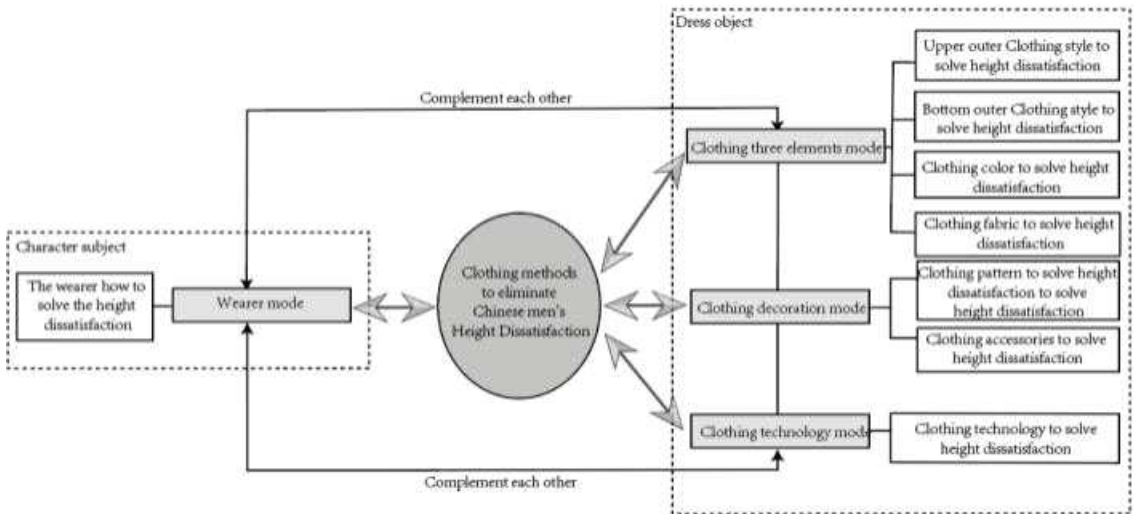
본 연구에서는 근거 이론의 연구 패러다임과 시스템 분석에 따라 키작은 중국 남성의 불만족을 해소할 수 있는 복장 착용 방식이 선택적 코딩의 핵심 범주임을 발견했다. 이 핵심 범주를 둘러싼 '스토리 라인'은 다음과 같이 정리했다. <Fig. 3>과 같이 본 연구에서는 복장 3요소 방식, 복장 장식 방식, 복장 공예 방식 및 착용자 방식을 스토리 라인으로 논리적 추론, 주 범주, 부 범주, 기본 범주를 통합하고, 모든 범주와 개념을 포함하는 연결 체계를 초보적으로 구축했다.

구체적으로는 착용자 방식과 복장 3요소 방식, 복장 장식 방식, 복장 공예 방식은 상호보완적 관계이다. 착용자 주체는 다양한 복장 착용 방식을 통해 키가 커 보일 수 있으며 여기서 복장 자체의 속성은 착용자가 작은 키에 대한 불만족을 해소시켜주는 중요한 요소이다. 이러한 복장 자체의 속성에 있어 복장 3요소는 작은 키에 대한 불만족을

해소시켜주는 상의, 하의, 컬러, 원단 등의 4가지 요소가 포함된다. 이어 복장 장식 방식에서는 도안, 액세서리 등의 2가지 요소가 포함되며, 복장 공예의 경우에는 복장 공예가 있다.

1) 복장 3요소 방식

복장 3요소는 복장 착용 방식, 컬러, 원단 이 세 가지 요소를 포함하는 것으로 이는 즉,복장의 속성을 의미한다. 올바른 복장 3요소의 속성 정보는 착용자 복장에 대한 인식을 쉽게 바꿀 수 있어 디자이너가 작은 키에 대한 불만족이 해소시킬 때, 이 복장 3요소의 방식을 잘 구현했다고 볼 수 있다. 이와 동시에 디자이너는 복장 3요소의 방식을 적용하는데 있어 착용 대상, 원단 선택, 디자인 설정 등을 종합적으로 고려해야 하며, 이는 미적 효과를 달성할 뿐만 아니라 착용 대상의 특정 상황에 부합해야 한다(Feng, 2010). 옷(복장) 스타일의 디자인은 이상적인 체형의 유도 인자일 뿐만 아니라 착용자의 체형과 사회가 '소통'할 수 있는 산물이다(Bi, 2017). 또한 이상적인 복장 착용 방



<Fig. 3> Clothing Ways Model to Solve Chinese Male's Height Dissatisfaction (Drawn by authors, 2022)



〈Fig. 4〉 Oversized Top
(Drawn by authors, 2022)

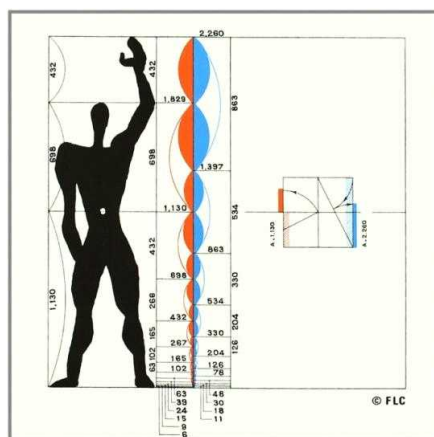


〈Fig. 5〉 Low Waist Pants
(Drawn by authors, 2022)

식은 착용자의 체형을 보완해주고, 체형 미를 돋보이도록 해주며, 사회 문화적 배경의 미적 기준에 더욱 잘 부합하도록 해준다. 즉, 디자이너는 형식적 미의 복장 착용 방식을 통해 착용자의 체형을 더욱 아름답게 만들어 주어 이상적인 몸을 구현시킬 수 있다(Feng & Liu, 2015). 예를 들어 키가 작은 남자에게 맞는 짧은 상의는 비율이 좋아 보이도록 하는데 이는 상체가 짧을수록 하체 다리도 길어 보이기 때문에 시각적으로 키가 더욱 커 보이게 한다. 이 외에도 로우넥에 적당한 소매 길이의 상의는 남성의 목과 팔의 상체 라인을 보정할 수 있어 체형적 균형을 최적화할 수 있다. 반면 지나치게 길고 큰 코트의 경우 남의 옷을 입은 것처럼 보일 수 있으며, 이는 〈Fig. 4〉와 같이 나타내었다. 하의의 경우에는 하이웨스트, 슬림핏, 롱 기장과 트임 등의 바지에 키높이 신발을 매치하면 다리 모양을 잡아주면서 다리 길이를 늘려주는 효과를 연출할 수 있다. 반대로 배기팬츠, 로우 웨이스트 디자인이나 기장이 맞지 않는 바지는 하체 라인을 망가뜨려 더욱 작아 보이게 만든다. 이는 〈Fig. 5〉와 같이 나타내었다.

결론적으로 말하자면 체형적 비율과 형태를 최적화하는 것이 가장 중요하며, 키가 작더라도 복장 착용 방식속성을 통해 상의와 하의의 비율이

1:1.618인 황금비율을 연출할 수 있는 것이다. 건축가이자 화가인 Le Corbusier가 그린 체형 황금비율과 같이 배꼽을 경계로 머리 위부터 배꼽까지를 a, 배꼽에서 발바닥까지를 b라고 한다면 $a:b=b:(a+b)=1:1.618$ (Li, 1998)라고 정의할 수 있으며, 이는 〈Fig. 6〉과 같이 나타내었다.



〈Fig. 6〉 Golden Proportions in the Human Body Proposed in Le Corbusier's
(Zeynepdzvol, 2020)

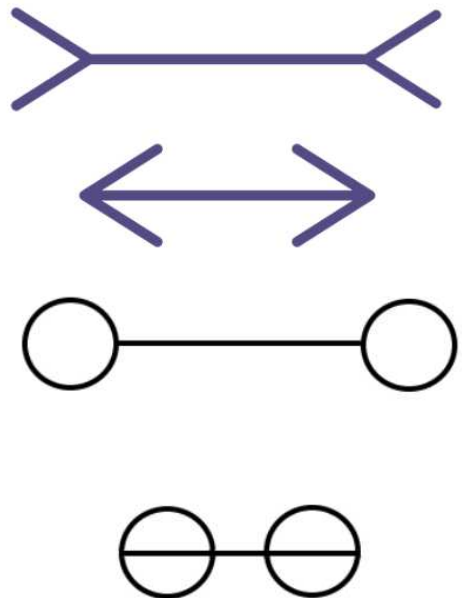
복장 3요소 중 작은 키 불만족을 해소시켜주는 컬러는 명암비가 낮은 복장 착용 방식으로 이는 시각적 통일성을 더할 수 있다. 여기서 신발과 바지

를 동일한 컬러로 매치하면 다리와 발이 하나로 연결돼 시각적으로 다리길이가 길어 보이게 할 수 있다. 또한 저순도 및 어둡고 차가운 컬러 계열의 복장 착용 방식은 시각적으로 수축효과가 있어 날씬하고 키가 커 보일 수 있다. 이어 고순도 및 밝고, 따뜻한 컬러 계열은 착용자의 볼륨감을 높여 주고, 확장성을 지녀 작은 키 체형 커버 디자인에 적합하지 않다. 이에 따라 디자이너는 컬러 기본 원칙을 파악하고, 컬러의 3요소(컬러, 명도, 순도) 특징을 잘 이해해 디자인 실력을 키워야 한다(Feng, 2010). 마지막으로 복장 3요소 중 작은 키 불만족을 해소시킬 수 있는 원단 속성은 뽀뽀한 세로 스트라이프의 원단이 있으며, 이는 날씬하고, 키가 커 보이게 연출할 수 있다. 반면 두꺼운 패딩 점퍼, 무스탕, 두꺼운 니트 소재는 뚱뚱하고 키가 작아 보이게 만든다. 복장 원단의 속성은 디자이너가 옷을 디자인하기 위한 물질적 토대로서 적절한 원단의 선택은 제품의 독창적인 아이디어와 가치를 더욱 잘 실현시킬 수 있다(Feng & Liu, 2015). 결론적으로 디자이너는 복장 3요소의 속성적 특성을 인지해 작은키에 대한 불만족을 해소시킬 수 있다.

2) 복장 장식 방식

작은 키를 보완할 수 있는 복장 장식 방식은 도안과 액세서리 두 가지가 있다. 복장 장식은 오랜 역사를 가지고 있으며, 이러한 장식은 사회적 문화, 종교 사상, 심미적 욕구, 개인의 신분 등의 역할을 해왔다(Li, 1998). 다양한 도안은 복장의 시각적 효과에 중요한 역할을 하며, 독특한 특징을 반영할 수 있다. 도안은 일반적으로 구상 도안과 추상 도안으로 구분할 수 있다. 구상 도안은 기존에 존재하는 물상에 기초해 만든 것이며, 추상 도안은 추상적인 점, 선, 면 요소 등 형식미의 법칙에 따라 구성된 것이다. 또한 다채롭고 구상적인 복장 도안은 시각적인 중심을 흐트러뜨리고, 추상 기하학 도안은 시각적 착각을 일으키기 쉽

다. 예를 들어 독일의 정신과 사회학자 Müller-Lyer가 1889년 생리학 저널 Archiv für Anatomie und Physiologie, Physiologische Abteilung에 발표한 Müller-Lyer Illusion은 동일한 길이의 두 수평선 화살표 방향을 다르게 하여 착시 현상을 일으켰다(Illusions index, n.d). 마찬가지로 화살표를 원형으로 바꾸었을 때도 동일한 현상이 나타나는 것을 <Fig. 7>과 같이 볼 수 있다.



<Fig. 7> Geometric Illusion (Illusions index, n.d)

이처럼 디자이너도 복장에 기하학적인 착시효과를 연출할 수 있는데 예를 들어 스트라이프 도안이 있다. 구체적으로 말하자면 추상적인 세로 스트라이프 도안은 시각적 길이를 늘이는 효과가 있는데 그 이유는 세로는 길어 보이고, 가로는 넓어 보이는 시각적 원칙 때문이다. 이러한 원인에서 디자이너는 점, 선, 면 등의 서로 다른 기하학적 도안 사용 시, 크기, 굵기, 각도, 간격, 컬러 등을 고려하는 것이 필요하다. 인간의 일반적인 시각점 관점은 위로 편향되어 있다. 이러한 원칙에

따라 디자이너는 모자, 귀걸이, 피어싱 등 헤어 액세서리나 스카프, 넥타이, 칼라, 목걸이 등 어깨와 목 부분의 액세서리를 추가하는 방식으로 시각적 중심을 위로 이동시키거나 착용자의 머리에 초점을 두어 키가 커 보이게 연출할 수 있다. 중국 남성 소비자의 욕구는 빠르게 변화하기 때문에 이를 충족시키기 보다는 복장 장식 행위에 대한 태도를 바꾸는 것이 더욱 쉽다. 따라서 디자이너는 남성들의 복장 장식 방식에 대한 태도 변화를 통해 작은 키에 대한 불만족을 해소시킬 수 있다.

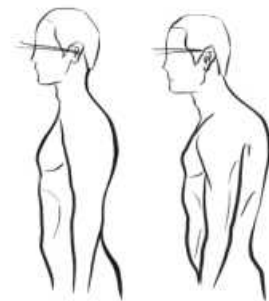
3) 복장 공예 방식

전체적인 방식 중 착용자의 복장 제작 참여도가 가장 낮았다. 이에 디자이너의 적절한 복장 공예 채택은 남성들의 작은 키 불만족을 해소하는데 효과적이라고 볼 수 있으며, 이것은 어깨 패드, 안감, 라인 장식 등이 포함된다. 남성복에서 어깨 패드를 사용하는 원인은 다음과 같이 세 가지로 구분할 수 있다(Kim & Kim, 2002). 첫째, 어깨의 앞뒤 모양 조절과 둥글고 딱 채워주는 느낌을 만들어 주기 때문이다. 둘째, 비스듬한 어깨, 좁은 어깨, 좌우 어깨의 비대칭 등을 보정해 남성적인 어깨 형태를 만들 수 있다. 셋째, 어깨를 돋보이게 만들어 주는 스타일링을 연출할 수 있다. 예를 들어 어깨가 넓은 디자인은 남성적인 미를 드러낼 수 있다. 또한 디자이너는 어깨패드가 있는 남성복을 제작하면 상반신 형태를 보정해주면서 풍만함을 느낄 수 있다. 적절한 안감의 사용은 작은 키를 보완해 줄 수 있고, 넥라인, 소매단, 복장 자락, 밑단 등을 매끄럽게 처리해 남성적인 핏과 자세를 살릴 수 있다. 디자이너는 남성복의 라인 장식이 길어 보이게 연출할 수 있으며, 이는 세로 라인 장식이 있다. 가죽 상의, 하의의 박음질 이음매나 포켓 등의 장식은 보색이나 밝은 컬러의 라인장식을 사용할 수 있으며, 기하학적 세로 라인은 착용자의 체형이 전체적으로 길어보이게 만든다. 착용자의 심리적인 태도는 의외로 쉽게 변화

시킬 수 있다. 이 때문에 디자이너는 새로운 복장 공예를 적용해 복장 제작에 대한 고정관념을 바꾸고, 그들의 키작은 체형의 불만족을 해소시킬 수 있다.

4) 착용자 방식

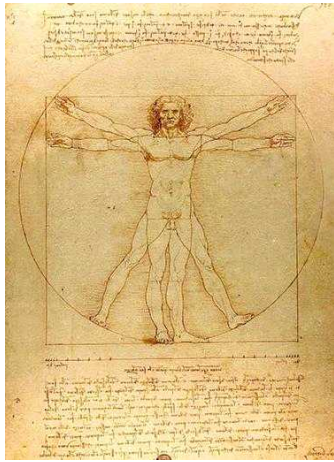
복장의 자체적인 속성뿐만 아니라 착용자 본인이 각기 다른 방식으로 체형을 보완할 수 있는 것을 착용자 방식이라고 한다. 복장의 형태는 체형적 구조와 밀접한 관련이 있으므로 이는 복장의 조형 및 형태과 직간접적인 영향을 미친다. 착용자가 체형에 자신감이 없을 때, 복장을 통해 보완할 수 있으며, 스스로 해결점을 찾지 못한다면 디자이너의 조언을 통해 이를 해소할 수 있다. 예를 들어 착용자에게 허리와 가슴을 펴고 고개를 치켜드는 자세를 유지하도록 할 수 있으며, <Fig. 8>과 같이 미세한 변화만으로도 키가 커 보일 수 있다.



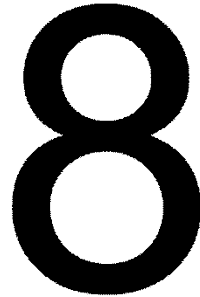
<Fig. 8> Different Body Postures
(Drawn by authors, 2022)

Da Vinci의 체형 대패 실험과 데이터 통계에서 인간의 머리 높이는 키의 1/8, 어깨 너비는 키의 1/4, 두 팔은 키와 같다는 체형적 비율 관계를 밝혔으며, 이는 <Fig. 9>와 같이 나타났다. 또한 동일한 크기의 형체를 위아래로 나타낼 경우, 상부가 지나치게 큰 작각을 일으키기 때문에 상부를 축소시켜야 시각적 균형을 이룰 수 있는 것으로 이는 <Fig. 10>과 같다.

이러한 이론에 근거해 작은 키의 남성은 전체



<Fig. 9> The Proportions of the Human Body according to Vitruvius
(Thepaper, 2017)



<Fig. 10> Number
(Drawn by authors, 2022)

적인 비율에 영향을 미치는 머리가 커보이고, 어깨가 좁아 보이는 헤어스타일은 피해야 한다. 이어 착용자가 트렌디한 패션을 추구하나 이것이 작은 키 체형을 보완하지 못할까봐 우려할 때, 디자이너는 한 가지 요소에 변화를 주어 불안정한 심리를 해소시킬 수 있다. 예를 들어 편안한 키높이 구두에 자켓을 오픈하여 착용, 상의를 바지 안으로 집어넣어서 착용, 네크라인의 버튼을 풀고, 소매를 걷어 올리는 등의 착용법으로 체형의 비례관계를 보정해 작은 키를 보완할 수 있다.

본 논문에서는 위에서 언급한 바와 같이 중국 남성의 작은 키 보완을 위한 복장 착용 방식모델을 정리함으로써 이론을 도출하였다. 미국의 소비자행동학자인 헨리 애슬(Henry Assael)이 제기한 불만족 해소 이론 중 광고 기획자는 소비자의 욕구를 충분히 고려해야 하며, 소비자의 불만족을 해소하는 효과적인 전략을 구사해야 한다고 전했다. 헨리 애슬(Henry Assael)은 소비자태도와 시장행위(Consumer behavior and Marketing Action)라는 책에서 광고 불만족 해소 이론의 주요 이론적 관점과 원칙을 설명했다. 복장 불만족 해소 이론은 복장 착용 방식을 통해 작은 키에 대한 불만

족을 해소시키는 일종의 확장형 불만족 해소 이론이라고 간주할 수 있다. 따라서 본 논문에서는 복장 착용 방식에 대한 연구를 통해 중국 남성들의 작은 키에 대한 불만족을 해소하고, 이에 대한 이론적 연구 모델과 실천적 개발 경로를 구축했다(Henry, 2000).

결론적으로 남성 작은 키 불만족 해소 모델은 복장의 핵심적 특징과 다양한 방식 간의 관계라는 두 가지 관점에서 분석할 수 있다.

첫째, 작은 키 불만족 해소를 위한 복장 3요소 방식, 복장 장식 방식, 복장 공예 방식, 착용자 방식을 5가지 핵심 특징으로 정리할 수 있다. 시각적 중심의 상향 이동, 균일한 시각적 효과, 체형적 비율 보정, 세로 라인, 좋은 자세 등은 모두 이 5가지 핵심적 특징을 토대로 세분화되고 확장된다.

둘째, 본 연구에서 구축한 키작은 남성의 불만족을 해소하는 네 가지 복장 착용 방식중 착용자 방식은 인물 주체가 존재한다. 그러나 다른 세 가지 방식(3요소, 장식, 공예)은 복장 객체가 존재하는 것으로 이 두 가지는 상호 보완의 변증법적 관계이다. 인물 주체인 착용자는 다양한 복장 착용 방식을 매치해 작은 키 체형을 보완하는 시각적

효과를 연출할 수 있다. 반면 인물 주체의 착용 방식이 잘못되면 작은 키 체형이 부각되는데 직접적인 영향을 미칠 수 있다. 또한 복장 객체로서의 세 가지 복장 착용 방식 또한 착용자에게 일정한 영향을 미칠 수 있고, 복장 자체의 속성적 특징은 복장 자체의 시각적 높이에 영향을 미친다. 따라서 남성 소비자의 작은 키 불만족을 해소하기 위한 복장 착용 방식은 주체(남성)와 객체(복장)를 복합적으로 고려하는 것이 필요하다. 즉, 이 두 가지가 촉진작용을 해야만 키 체형 커버에 대한 시각적 욕구가 극대화되어 작은 키를 보완할 수 있다. 디자이너가 비록 체형을 완벽히 보완하지 못했다고 하더라도 그에 대한 노력과 수고는 헛되지 않으며, 완전한 제품 개발을 위해서는 복장 착용 방식, 컬러, 원단, 액세서리 및 공예 등을 종합적으로 조사하고 특징을 요약하는 것이 필요하다. 이 외에도 소비자의 니즈 등을 분석해 제품의 기능과 특징을 정확히 파악하는 것이 중요하다(Choi & Park, 2019). 종합해서 말하자면 디자이너는 키작은 남성의 체형을 보완하기 위해 소비자 주체와 복장 객체 속성간 변증법적 관계를 명확히 인지하고, 그들이 맞는 복장 착용 방식을 선택할 수 있도록 도와야 한다.

4. 이론적 분포 검증

본 논문에서는 근거 이론 연구과정의 과학성 및 연구결과의 분포도를 보장하기 위해 인터넷 매체, 소셜 네트워크 서비스(SNS) 및 타오바오(Taobao)에서 무작위로 5부씩선별해 총 15부의 키작은 남성의 불만족에 관한 자료를 수집했다. 그 후 이론적 분포를 검증하고 이를 분석 및 코딩한 결과, 신생 개념과 범주를 발견하지 못했다. 따라서 본 연구에서는 초보적으로 구축된 선택적 코딩은 이론적 모델에서 포화상태라고 본다.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 키작은 중국 남성의 불만족을 해소시킬 수 있는 복장 착용 방식을 중심으로 근거 이론을 통해 인터넷 매체와 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 키작은 남성의 불만족 해소에 관한 기사, 토론, 평론 등을 수집했다. 그 후 데이터 자료의 코드와 속성을 구축해 키작은 중국 남성의 불만족을 해소시키는 복장 착용 방식의 8가지 초기 범주를 획득했다. 다음으로 이 8가지 초기 범주를 복장 3요소 방식, 복장 장식 방식, 복장 공예 방식, 착용자 방식의 4가지 주요 범주로 구분했다. 또한 키작은 중국 남성의 불만족을 해소시킬 수 있는 복장 착용 방식모델을 분석해 복장의 핵심적 특징(시각적 중심의 상향 이동, 통일된 시각적 효과, 체형적 비율 보정, 세로 라인, 좋은 자세)과 다양한 방식 간 상호 보완의 변증법적 관계를 정리했다.

본 논문에서는 근거 이론의 연구 방법을 통해 키작은 남성들의 불만족을 해소시킬 수 있는 복장 착용 방식의 이론적 모델을 획득했다. 이로써 복장 생산업체와 남성복 디자이너 관련 종사자들이 이들의 심리적 욕구와 복장 특징을 이해할 수 있도록 도왔다. 이 뿐만 아니라 그들의 목표 소비층에 부합하는 남성복 제작의 참고점과 현대 남성복 디자인의 개발 및 코딩 연구에 많은 아이디어와 시사점을 제공했다.

또한 본 논문의 연구자는 향후에도 키작은 남성의 체형 보완을 위한 후속 연구가 계속해서 이루어지기를 희망한다. 다음은 연구함에 있어 미흡하거나 부족한 점에 대해 정리했다. 첫째, 텍스트 데이터를 수집해 코딩하는 과정에서 자료의 분포도 원칙을 최대한 고려하였지만, 데이터 자료의 완전성과 전면성에 있어 부족함이 있어 후속 연구에서는 관련 자료를 더욱 많이 수집할 수 있기를 바란다. 둘째, 키작은 남성들의 불만족을 해소시킬 수 있는 방법에 대한 자료를 심도있게 연구하고,

데이터 모델을 추가 검증해 보완할 수 있기를 기대한다. 최근 키작은 남성들의 불만족을 해소시킬 수 있는 복장 착용 방식과 관련된 연구들이 복장학 분야에서 주목을 받고 있으며, 향후에도 이러한 연구들이 활성화되어 미래 패션산업 발전에 기여하기를 희망한다.

References

- Adler, A. (1956). *The individual psychology of Alfred Adler*. New York, U.S.: Basic Books.
- Barry, B. (2015). The toxic lining of men's fashion consumption: The omnipresent force of hegemonic masculinity. *Critical Studies in Men's Fashion*, 2(2-3), 143-161. doi:10.1386/csmf.2.2-3.143_1
- Bell, B. T. & Dittmar, H. (2011). Does media type matter? the role of identification in adolescent girls' media consumption and the impact of different thin-ideal media on body image. *Sex Roles*, 65, 478-490. doi:10.1007/s11199-011-9964-x
- Beth, O., Jeanie, S., & Scott, G. (2019). Does masculinity moderate the relationship of height with height dissatisfaction? findings from an internet forum for short statured men. *Body Image*, 31, 112-119. doi:10.1016/j.bodyim.2019.09.002
- Bi, H. (2017). *Costume aesthetics*. Beijing, China: China Textile Publishing House.
- Boersma, K. E. & Jarry, J. L. (2013). The paradoxical moderating effect of body image investment on the impact of weight-based derogatory media. *Body Image*, 10(2), 200-209. doi:10.1016/j.bodyim.2012.11.002
- Brown, J. & Bardoukas, N. (2013). Predictors of body dissatisfaction in Asian and Caucasian males: A preliminary test of a three factor model. *International Journal of Men's Health*, 12(1), 3-16. doi:10.3149/jmh.1201.3
- CCB. (2018, January 19). 23% of men's monthly average online consumption exceeded 5000, and men's online consumption power surpassed that of women for the first time. *Baidu*. Retrieved from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1589989117999075610&wfr=spider&for=pc>
- Che, W. B. (2001). *Encyclopedia of psychological counseling*. Hangzhou, China: Zhejiang science and Technology Press.
- Chen, F. G. (2020). *Cognitive neural mechanism of short negative body self men's attention bias to height information* (Unpublished doctoral dissertation). Southwest University, Chongqing, China.
- Chen, H. (2006). *Theory and demonstration of teenagers' physical self*. Beijing, China: Xinhua press.
- Cheng, H. L., McDermott, R. C., Wong, Y. J., & La, S. (2016). Drive for muscularity in Asian American men: Sociocultural and racial/ethnic factors as correlates. *Psychology of Men & Masculinity*, 17(3), 215-227. doi:10.1037/men0000019
- Choi, Y. J. & Park, J. H. (2019). Formateness and aesthetic characteristics in Gucci collections by creative directors. *Journal of the Korean Society of Costume*, 69(8), 1-15. doi:10.7233/jksc.2019.69.8.001
- Cook, J. & Wall, T. (1980). New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non fulfillment. *Journal of occupational psychology*, 53(1), 39-52.
- DataEye. (2020, April 23). Men are popular, and men can buy half a day! *DataEye*. Retrieved from <https://zhuanlan.zhihu.com/p/135221087>
- Feng, L. (2010). *Introduction to fashion design*. Shanghai, China: Donghua University Press.
- Feng, L. & Liu, X. G. (2015). *Introduction to fashion design*. Shanghai, China: Donghua University Press.
- Fernandez, S. (2009). *Comparing generation X to generation Y on work-related beliefs* (Unpublished master's thesis). San Jose State University, California, U.S.A.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago, U.S.A.: Aldine Publishing Company.
- Henry, A. (2000). *Consumer behavior and marketing strategies*. (D. C. Han, Trans.). Beijing, China: Machinery Industry Press. (Original work published 1987).
- Illusions index. (n.d.). Müller-lyer. Retrieved from <https://www.illusionsindex.org/ir/mueller-lyer>
- Jordan, A. K. (2019). *Differences and similarities in male body image in young, Middle-Aged, and older man* (unpublished master's thesis). Michigan State University, East Lansing, U.S.A.
- Judge, T. A. & Cable, D. M. (2004). The effect of physical height on workplace success and income: Preliminary test of a theoretical model. *Journal of Applied Psychology*, 89, 428-441. doi:10.1037/0021-9010.89.3.428
- Kawabata, H. & Rabolt, N. J. (1999). Comparison of clothing purchase behaviour between US and Japanese female university students. *International Journal of Consumer Studies*, 23(4), 213-223. doi:10.1046/j.1365-2737.1999.00112.x
- Kim, Y. M. & Kim, I. S. (2002). The effect of reference price advertisements of service on consumers' perception. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 10, 91-110.
- Ko, H. J. (2020). A historical review of black dandyism. *Journal of the Korean Society of Costume*, 70(2), 98-116. doi:10.7233/jksc.2020.70.2.098

- Lee, M. (2021). A study investigating the relationships between selfie practices on social media, muscularity and body fat dissatisfaction among young Korean men. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 45(3), 510-524. doi:10.5850/JKSC.2021.45.3.510
- Liao, Y. N. & Wei, Z. Q. (2021). Design from the perspective of consumption based on men's "Practicality" bias and women's "Spiritual" choice of consumption. *Youthful years*, 2021(28), 66-67.
- Li, D. Q. (1998). *Introduction to clothing*. Beijing, China: Higher Education Press.
- Li, Z. (2002). On the proportional design of clothing modeling. *Journal of Soochow University, Engineering Edition*, 22(1), 78-84.
- Lunceford, B. (2010). Clothes make the person? performing gender through fashion. *Communication Teacher*, 24(2), 63-68. doi:10.1080/17404621003680864
- Melamed, T. (1992). Personality correlates of physical height. *Personality and Individual Differences*, 13, 1349-1350. doi:10.1016/0191-8869(92)90179-S
- Michael, E. P. (2004). *Competitive AdvanLage*. (X. Y. Chen, Trans.). Beijing, China: Huaxia press. (Original work published 1985).
- Outh.cn (2021, November 8). The era of "other economy" is coming: A new trend of Chinese male consumption. *China Youth Network*. Retrieved from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1715826375385370415&wfr=spider&for=pc>
- QuestMobile. (2021, June 16). Men's consumption power continues to upgrade, and the number of users with online consumption of more than 1000 yuan has exceeded 122 million. *Baidu*. Retrieved from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1702708108397013504&wfr=spider&for=pc>
- Ricciardelli, L. A., McCabe, M. P., Williams, R. J., & Thompson, J. K. (2007). The role of ethnicity and culture in body image and disordered eating among males. *Clinical Psychology Review*, 27(5), 582-606. doi:10.1016/j.cpr.2007.01.016
- Rosen, J. C., Srebnik, D., Saltzberg, E., & Wendt, S. (1991). Development of a body image avoidance questionnaire. *Psychological Assessment: A Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 3(1), 32. doi:10.1037/1040-3590.3.1.32
- Salska, I., Frederick, D. A., Pawlowski, B., Reilly, A. H., Laird, K. T., & Rudd, N. A. (2008). Conditional mate preferences: Factors influencing preferences for height. *Personality and Individual Differences*, 44, 203-215. doi:10.1016/j.paid.2007.08.008
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research techniques*. New Delhi, India: SAGE Pub.
- Sung, J. & Yan, R. N. (2020). Predicting clothing behaviors of Generation Y men through self-esteem and body dissatisfaction. *Fashion and Textiles*, 10 (2020). doi:10.1186/s40691-019-0200-6
- Thepaper. (2017, March 8). Retrieved from https://m.thepaper.cn/api_prom.jsp?contid=1634307&from=
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222. doi:10.1037/ppm0000047
- Wang, Y. H. (2016). *The influence of mass media on male physical dissatisfaction: Basedon social and cultural theory* (Unpublished master's thesis). Southwest University, Chongqing, China.
- Wu, D. X. (2012). *Relationship between female body satisfaction and dress style preference* (Unpublished master's thesis). Southwest University, Chongqing, China.
- Wu, Q., Zhang, C. Y., & Xie, J. Y. (2020). Evolution of Napoleon complex: Relative height disadvantage, mating motivation and men's risk-taking behavior. *Acta Psychologica Sinica*, 53(1), 95-110. doi:10.3724/SP.J.1041.2021.00095
- Xiaokeduo. (2021, July 8). With the rise of "other economy", your underestimated male consumers are quietly spending a lot of money! Retrieved from <https://zhuanlan.zhihu.com/p/387888344>
- XinlangVR. (2021, June 24). 2021 "other economy" research report: Men spend more than 1000 yuan online every month, and 55% of male users account for 1. *Baidu*. Retrieved from <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1703416970121187181&wfr=spider&for=pc>
- Yang, X. L., Liu, X. X., & Bai, B. Y. (2017). The psychological effects of body height and the mechanisms. *Advances in Psychological Science*, 25(5), 857 - 865. doi:10.3724/SP.J.1042.2017.00857
- Yu, X. G. (2015). The influence of modern consumer psychology on packaging design. *China Packaging Industry*, 2015(19), 90-91.
- Yotka, S. (2020, December 16). Fashion shows are dead, long live fashion shows!. *Vogue*. Retrieved from <https://www.vogue.com/article/future-of-fashion-shows-2020-2021>
- Zeynepdzyl(2020, February 28). Arch 102-the modulator-le corbusier. *L'ARCHITETTURA*. Retrieved from <https://zeynepduzyl.wordpress.com/2020/02/28/the-modulator-le-corbusier/>