

# 남녀 신입사원의 의복행동변화에 관한 연구

Clothing behavior of young male and female professionals

박 철 원 · 구 자 현 · 이 재 호

한양대학교 의류학과

Cheul-Won Park · Ja-Hyun Koo · Jae-Ho Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Han Yang University

## Abstract

This study was started to find out the interrelations among a company's atmosphere, the growing job separation rate, and clothing under the assumption that there are some relations among them. we analyzed statistically with spss program using questionnaire to new employees who entered the company in last two years, working for 4 different companies in Korea. As a result, it was revealed that the more the companies suggest at least some dress code, the more loyalty the employees have; and the more new employees are interested in clothing, the better they adopted to the companies, and they tend to be influenced by others. It points out that companies which propose appropriate dress code, and new employees who are interested in clothing might lower the separation rate.

**Key words :** young professionals, clothes behavior

**주제어 :** 신입사원, 의복행동

Received November 5, 2013; Revised December 18, 2013; Accepted December 30, 2013

## 1. 연구배경

97년 IMF이후로 직장인들의 이직률이 지속적으로 상승하고 있으며 이는 기업에서 하나의 큰 문제로 자리 잡게 되었다. 이는 기존에 우리가 가지고 있던 종신고용, 평생직장의 개념이 급속도로 무너지면서 심화되었다. 직장인들의 이직률은 이제 보편화된 현상으로 자리 잡아, 기업에서는 신입사원을 뽑을 때 이직률이 낮은 비교적 나이 많은 신입사원들을 선호하는 경향까지 일어나고 있다. 기업에서는 어떻게 하면 우수한 인재들의 이직을 줄이느냐가 큰 문제로 자리 잡았다.

직장을 하나의 집단으로 볼 때 개인은 자신이 속한 집단의 규범에 동조할 때 집단 구성원들로부터 소속을 인정받을 수 있다. 보수적이고 집단일수록, 또는 집단의 결속력이 강할수록 집단에 대한 동조에 대한 압력이 클 수 있다(강혜원 외, 2012). 대학이라는 자유로운 공간에서 대학생이라는 신분으로 그에 맞는 의복행동을 하다 어느 순간 취업을 하고 기업이라는 비교

적 보수적이고 권위적인 성향이 강한 기업의 신입사원으로 신분이 바뀌게 된다. 새로운 환경에서 신입사원들은 그 소속을 인정받기 위해 집단의 규범에 맞는 의복 행동을 할 것이라 생각된다.

인은 자신이 처한 상황에 따라 이에 적합한 의복을 선택해서 착용한다. 직장이라는 새로운 상황에 처한 신입사원들은 구체적인 의복행동 기준이 없다고 하여도 새로운 상황을 인지하고 규정하여 그에 맞는 적절한 의복행동을 보일 것으로 생각된다. 직장이라는 새로운 환경에 적응하고자 하는 목적으로 새로운 의복구매행동을 보일 가능성이 매우 높다고 생각되며, 단지 그것만을 목적으로 의복구매를 할 가능성 역시 매우 높을 것이라 생각된다.

한편 대학 졸업 후 사회 초년생이 되었을 때 영향을 미치는 변인으로는 브랜드 충성도, 의복 구매 시 소비자 관여도, 준거 집단 등이 있다. 타 브랜드에 비해 자주 구매하는 브랜드가 있을 경우 그 브랜드에 대한 충성도가 높다고 판단된다. 각 개인별로 기존에 자주 구매하던 브랜드가 있는 경우와 없는 경우에 따라 취업 후 의복 구매 행동에 영향을 줄 수 있을 것이라고

\* Corresponding Author : Jae-Ho Lee  
E-mail : Jeylure@gmail.com

생각되어진다. 의복을 구매할 때 구매자의 의사가 얼마나 개입되는지의 정도, 각 개인이 의복을 구매할 때 얼마나 개입하느냐는 의복에 대한 관심과도 높은 상관성이 있다고 판단되며, 이러한 관심의 차이가 취업 후 의복구매행동에 많은 차이를 줄 것으로 생각되어진다. 직장에서 의복행동을 참고 할 만한 상사나 동료에 있을 경우 이들은 모방하고자 하는 준거의 대상 혹은 준거인(reference people)이 되며, 준거인의 존재는 새로운 의복행동을 용이하게 하여 시행착오 등의 감소로 의복구매에 영향을 줄 것으로 판단

직장의복에 대한 선행연구에서는 주로 의복행공, 상표충성, 직업특성의 영향을 본 선행연구가 대부분으로 실제로 의복행동에 큰 변화가 일어날 수 있는 신입사원 시기에 대한 연구는 상대적으로 적은 편이다. 본 연구에서는 남녀 신입사원들이 새로운 환경에 적응해 나가면서 겪는 의복행동의 변화에 대해 살펴보고 적절한 의복행동 변화가 새로운 환경인 기업에 적응하는데 도움이 되는지 또한 기업에 대한 충성도 및 업무집중에 도움이 되어 최종적으로 이직의사를 낮추는데 영향을 미치는지에 대해 알아보고자 한다. 그리고 그 결과를 통해 기업에는 직원들의 의복행동에 어떠한 도움을 줄 수 있을지 제안하고, 그로 인해 직원들의 애사심을 높임으로서 이직률을 낮추는데 도움이 되고자 한다. 또한 신입사원들에게는 적절한 의복행동이 새로운 환경적응에 어떠한 도움을 줄 수 있는지 이를 통해 얼마나 조직에 몰입 할 수 있으며 나아가 업무효율의 향상에도 도움을 줄 수 있음을 제시 하고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 연구 문제

본 연구의 목적은 직장이라는 새로운 환경에 진입한 신입사원들이 새로운 환경에 적합한 의복행동을 함으로 인해 직장에 잘 적응 할 수 있는지 그로 인해 어떠한 긍정적인 효과가 있는지 알아보고자 한다. 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 신입사원 의복행동에 있어서 성별의 영향에 대하여 알아본다.

연구문제 2. 직장에서 준거인의 유무에 따른 직장인의 의복행동 차이를 알아본다.

연구문제 3. 취업 전 선호브랜드의 유무와 입사 후 의복행동에 어떠한 관계가 있는가를 알아본다.

연구문제 4. 소속직장의 보수성 정도가 의복행동에 영향을 미쳤는지 알아본다.

연구문제 5. 응답자의 의복에대한 관심이 의복행동에 영향을

주었는지 알아본다.

## 2. 연구대상 및 측정방법

본 연구는 설문지를 이용하여 자료를 수집하였다. 설문지는 소속 직장에 대한 보수성 정도 측정 5 문항, 의복에 관한 관심도 측정 6문항, 구체적인 의복 구매 방법 및 횟수등에 대한 문항 2문항, 적절하다고 판단되는 의복에 대한 긍정적 영향에 대한 문항 4문항 등 총 24개의 문항으로 설문지 구성하였으며 문항은 5단계로 나누어 측정하였으며 자유기술식 문항 두문항도 포함하였다. 자료분석은 SPSS version 11을 이용하였다.

## III. 연구결과

### 1. 응답자의 일반적인 의복행동

응답자들의 일반적인 의복행동을 분석하여 본 결과 먼저 의복구매장소로는 백화점(56.5%)이 가장 높은 비중을 나타내었으며, 인터넷(17.8%), 가두매장(16.6%), 홈쇼핑(7.1%)의 순이었다. 1년에 10회이상 옷을 구매한다(44.3%)는 신입사원이 반 정도를 차지해 의복에의 높은 관심을 나타냈다. 의복구매시 동반자에 대한 응답에는 45.1%의 응답자가 친구와 함께 구매한다고 하였다. 의복에 대한 정보는 압도적으로 인터넷이 가장 많았다(60.6%). 잡지(15.5%)와 매장직원(15.2%)이 다음으로 많았고 적은 응답으로는 주위사람, 매장디스플레이, 전단지 의 응답이 나왔다. 자신의 옷을평가하는 사람에 대한 응답에는 압도적으로(50.0%) 직장상사와 동료라는 응답을 하여 직장복 구매에는 상사와 동료의 평가를 상당히 염두에 둘 것이라는 예상을 할 수 있었다. 그러나 자신의 옷차림을 평가하는 사람은 없다고 응답한 신입사원도 41.0%나 있었다. 자신의 옷차림을 평가하는 사람에 대한 응답결과는 Table 1에 정리하였다.

Table 1. 생 의복평가자 빈도

자신의 옷차림을 평가하는 사람	응답자 퍼센트
상사, 동료	50.0%
여자동료	3.8%
거래처	1.3%
라이벌	1.3%
친구	1.3%
인사부 관리자	1.3%
없다	41.0%

## 2. 신입사원 의복행동에 있어서 성별의 영향

신입사원의 성별의 차이에 따라 의복행동이 어떻게 달라지는지를 알아보기 위해 차이가날 것이라고 예상되는 15개 항목을 t-test에 의하여 알아보았다(Table 2). 분석결과 년 간 의복구매빈도와 패션에 대한 관심도에서만 남녀의 차이가 나타났으며 예상했던 직장생활과 관련된 의복행동에서는 차이가 보이지 않았다. 의복이 환경적응에 도움이 된다가나, 취업전 브랜드를 착용한다거나, 적절한 의복은 조직생활에 도움이 된다는 응답 등 제반 응답에 남녀의 차이가 존재할 것으로 예상하였다. 왜냐하면 남성보다는 여성 신입사원이 의복구매 및 소비행동에 있어서 변화가 덜 할 것이라고 예상했기 때문이다. 그러나 본 연구에서는 직장복과 관련된 제반 문항에는 유의한 차이가 나지 않았다. 후속연구에서 보다 구체적으로 검증해야 할 내용으로 보인다. 특히 소속직장의 유형과 성별의 관계를 통제하는 표본추출방법을 사용하여보는 것도 시도할 만 할 것으로 보인다.

실제로 유의하게 차이가 난 두 문항은 패션에 대한 관심과 년간 의복구매빈도에 대한 문항이다. 이와 같은 결과는 여성이 남성보다 패션에 관심이 많으며 구매빈도가 높다는 기존의 여러 연구와 일치하는 결과이다. 한편 남성보다(Mean=2.43) 여성이(Mean= 3.51) 1년간 의복구매빈도가 높았다. 패션에 대한 관심은 여성신입사원이(Mean :3.13)이 남성 신입사원(Mean=2.77)보다 유의하게 높았다.

Table 2. 신입사원 의복행동에 있어서 성별의 영향

문항	남자 신입사원 (n=37)	여자 신입사원 (n=63)	t-value
1년간 의복구매빈도	2.43	3.51	-5.72***
패션에 대한 남다른 관심	2.77	3.13	-2.22*

\*p < .05, \*\*\*p < .001

## 3. 신입사원 의복행동에 있어서 준거인의 영향

직장에 의복행동에 있어서 롤모델이 될 만한 준거인의 존재가 의복행동에 미치는 영향을 알아보기 위하여 총 9문항에 대한 평균차이를 검증하여 보았다(Table 3). 총 100명의 응답자 중 60명이 직장에서 패션준거인이 존재한다고 응답하였고, 40명이 준거인이 존재하지 않는다고 하였다.

분석결과 모든 문항에서 유의하게 준거인이 존재하는 경우 직장복의 기능 및 역할에 대한 응답을 유의하게 높게 한 것을 알 수 있다. 가장 큰 차이는 의복구매시 동료의 옷차림에서 참고한다는 응답에서 나왔다(t=5.44, p<.001). 성공을 위해 옷을 구매한다는 문항(t=4.48, p<.001)과 적절한 의복은 소속감을 증

대시킨다(t=3.28, p<.001)의 문항에서도 두 집단간에 강한 차이가 나타났다. 직장에 준거인이 존재할수록 의복을 성공의 도구로 사용할 가능성이 높으며 적절한 의복은 소속감을 증대시킨다고 응답한 것이다. 이외에도 준거인이 존재하한다고 한 응답자들은 직장에서는 외모의 기준을 제시해주며, 의복구매가 직장에서 필요하며 동료의 옷차림을 즐겨보며 취업전후의 의복변화가 크다고 응답하였다. 또한 적절한 의복은 업무효율에 도움을 주고 소속감을 증대시키며 이직의도를 낮추는 등 전반적으로 조직행동에 있어서 긍정적인 응답을 한 것을 알 수 있었다.

Table 3. 준거인 유무와 신입사원 의복행동

문항	준거인 있음 (n = 60)	준거인 없음 (n = 40)	t-value
직장에서 외모의 기준을 제시해 준다	3.28	2.73	2.82**
의복구매가 직장에서 필요하다	3.42	2.90	2.70**
취업전후 의복의 변화가 크다	3.62	3.18	2.01*
주위사람들의 옷차림을 즐겨본다	3.67	3.33	2.01*
의복구매시 동료의 옷차림을 참고 한다	3.27	2.33	5.44***
성공을 위해 옷을 구매해 본적이 있다	3.35	2.48	4.48***
적절한 의복은 업무효율에 도움을 준다	3.48	2.90	3.28**
적절한 의복은 소속감을 증대시킨다	3.48	2.78	3.94***
적절한 의복은 이직의도를 낮추는 등의 긍정적 효과가 있다.	3.00	2.53	2.61*

\*p < .05, \*\*p < .01, \*\*\*p < .001

## 4. 취업 전 선호브랜드의 유무와 입사 후 의복행동

취업 전 선호브랜드의 유무가 신입사원의 의복행동에 어떠한 차이를 주는지 알아보기 위해 t-test를 실시하였다.

기본적인 의복에 대한 태도와 행동에 대한 문항을 분석해본 결과 유의한 차이가 나는 문항을 Table 4에 나타내었다. 취업전에 즐겨입는 브랜드가 있었던 응답자들은 선호브랜드를 아직도 그 브랜드에서 의복을 구매하는 것으로 나타났다(t=5.09, p<.001). 즉 브랜드 충성도가 높았던 응답자들은 취업 후에도 상당부분 해당브랜드 의류제품을 구매한다는 것으로 해석할 수 있다. 또, 즐겨입는 브랜드가 있던 설문자들은 그렇지 않은 설문자들에 비해 주위사람들의 옷차림을 즐겨보고(t=2.27, p<.001), 패션에 남다른 관심이 있는 것으로 나타났다(t=3.18, p<.001). 실제로 이들은 의복구매빈도도 유의하게 높았다(t=3.28, p<.001).

Table 4. 선호브랜드 유무와 신입사원 의복행동

문항	취업 전 선호브랜드 있음 (n = 62)	취업 전 선호브랜드 없음 (n = 38)	t-value
취업전 선호브랜드를 아직도 구매한다	3.21	2.24	5.09***
주위사람들의 옷차림을 즐거본다	3.68	3.29	2.27*
패션에 대한 남다른 관심이 있다	3.18	2.71	2.91**
1년간 의복구매 빈도	3.34	2.74	2.90**

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

## 5. 소속직장의 보수성과 의복행동

설문지에는 본인이 종사하는 직장이 보수적으로 생각하는가라는 문항이 포함되었다. 5점 리커트 척도로 측정이 된 응답에 대하여 보통이라고 응답한 사람들을 제외하고 ‘전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다’라고 대답한 사람들을 개방적 직장 종사자, ‘그렇다, 매우 그렇다’라고 대답한 사람들을 통합하여 보수적 직장 종사자로 분류하여 평균비교 분석에 이용하였다. 총 42명의 응답자가 개방적인 직장에서 종사하는 것으로 구분되었고 총 34명의 응답자가 보수적인 직장의 신입사원으로 종사하는 것으로 구분되었다.

기본적인 의복에 대한 태도와 행동에 대한 문항을 분석해본 결과 유의한 차이가 나는 문항을 Table 5에 나타내었다. 유의한 차이가 나는 8가지 항목 중에서도 상반된 결과가 나타났다. 개방적직장의 신입사원이 유의하게 높은 응답을 보인 것은 취업 전 브랜드를 아직도 구매한다는 응답이다( $t=2.17$ ,  $p<.05$ ). 또한 개방적인 직장 종사자들이 1년간 의복구매빈도가 높은 것으로 나타났다( $t=2.69$ ,  $p<.01$ ). 개방적인 직장의 경우 직장복에 대한 기준이 상대적으로 약하기 때문에 보다 다양하고 개성을 추구하는 방향으로 의복을 선택할 가능성이 높고 따라서 실지 의복 구매빈도는 높은 것으로 해석할 수 있겠다.

한편 보수적인 직장 종사자들은 유의하게 높은 평균점수로 직장에서 외모의 기준을 제시해주며( $t=-5.31$ ,  $p<.001$ ), 직장을 위해 의복구매가 필요하다( $t=-3.33$ ,  $p<.01$ )고 응답하였다. 이들은 또한 성공을 위하여 즉 사회적응을 위하여 옷을 구매한 적이 있다고 응답하였다( $t=-3.02$ ,  $p<.01$ ). 전반적으로 보수적인 조직에 적응하기 위하여 의복을 적절하게 사용하고 있는 것을 알 수 있다. 자유로운 의복행동을 하던 대학생시절의 의복을 상당부분 착용하기 어려웠을 것으로 보이는데 취업 전후 의복의 변화가 크다는 응답에 유의하게 높게 나타났다( $t=-4.17$ ,  $p<.001$ ).

보수적인 직장 종사자들은 개방적인 직장 종사자들보다 유의

하게 적절한 의복이 소속감과 몰입하게 하며( $t=-2.28$ ,  $p<.05$ ) 적절한 의복은 이직의도를 낮추는 등 긍정적인 효과가 있다고 하였다( $t=-2.89$ ,  $p<.05$ ). 이들은 직장의복이 보수적인 조직을 유지하고 효율적이게 하는데 긍정적인 기능을 한다는 생각을 하는 것이다. 보수적인 기업에서 직장복을 보다 적극적으로 이해해야 한다는 시사점을 제시할 수 있는 대목이다.

Table 5. 소속직장의 보수성과 의복행동

문항	개방적직장의 신입사원 (n = 42)	보수적직장의 신입사원 (n = 34)	t-value
직장에서 외모의 기준을 제시해 준다	2.67	3.76	-5.31***
의복구매가 직장에서 필요해진다	2.90	3.62	-3.33**
취업 전후 의복의 변화가 크다	3.05	4.06	-4.17***
취업전 브랜드를 아직도 구매한다	3.16	2.67	2.17*
성공을 위하여 옷을 구매한 적이 있다	2.69	3.41	-3.02**
적절한 의복이 소속감과 몰입하게 한다	2.98	3.47	-2.28*
적절한 의복은 이직의도를 낮추는 등의 긍정적 효과	2.50	3.09	-2.89**
1년간 의복구매빈도	3.40	2.82	2.69**

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

## 6. 패션에 대한 관심과 직장의복가치관의 관계

패션에 대한 관심도와 직장에서 의복 가치관과의 관계를 알아보기 위하여 두 변수군의 상관관계 분석을 실시하였다(Table 6). 상관관계 검증 결과, 패션에 대한 관심도는 의복이 환경적응에 도움이 되고 적절한 의복은 업무효율에 도움을 주며 소속감을 증대시키고 이직의도를 낮추는 경향과 긍정적인 상관관계가 나타났다( $r>.02$ ,  $p<.05$ ). 패션에 남다른 관심이 많은 신입사원일수록 직장에서 의복의 도구적인 기능에 긍정적인 생각을 가지고 있는 것이다.

Table 6 패션에 대한 관심도와 직장의복가치관 변인들 간의 상관관계

	패션관심도
의복이 환경적응에 도움이 된다	.21*
적절한 의복이 업무 효율에 도움을 준다	.26**
적절한 의복은 소속감을 증대시킨다	.23*
적절한 의복은 이직의도를 낮추는 등의 긍정적 효과가 있다	.22*

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ ,

## IV. 결론

본 연구에서 도출한 주요한 결과로 직장이 비교적 보수적인 경우 응답자들은 직장에서의 외모에 관한 기준을 제시해 주고 있는 것으로 나타났으며 이러한 외모적 제시 기준이 직장에 대한 소속감과 몰입감을 향상시키는데 도움을 주며 나아가 애사심을 향상시켜 이직의도를 낮추는데 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 이러한 결과에 의해 기업에서는 신입사원들에게 어느 정도의 외모에 관한 기준을 제시하여 주는 것이 신입사원들의 관리에 도움이 된다는 점을 인지해야 할 것이다. 하지만 소수의 응답자지만 기업의 외모에 관한 보수적인 성향 때문에 불편한 의복을 입고 업무에 임할 경우 업무효율을 떨어뜨린다고 응답하였다. 기업에서는 외모의 기준을 제시해 주는데 있어 어느 정도 까지 제시 할지 고민해야 할 듯하다.

직장 내 준거인의 존재에 대한 결과분석에 대하여 직장에서의 외모에 관해 참고 할 인물이 있는 경우의 응답자들이 그러한 인물이 없는 경우 보다 주위 동료들의 외모에 관심이 많으며 의복을 구매 할 때 동료들의 의복을 참고 하여 구매하는 것으로 나타났다. 또한 이들은 성공적인 생활을 목적으로 의복을 구매하는 경향도 있으며, 의복에 대한 구체적인 태도 역시 확인한 차이가 있었다. 이들은 직장에서의 적절하다고 판단되는 의복이 업무효율의 향상에 도움이 된다고 생각하고 있으며, 또한 직장에서의 소속감을 높이는데도 도움이 된다고 생각하고 있다. 나아가 이러한 긍정적인 효과로 인해 이직의도를 낮추는데도 도움이 된다고 응답하였다. 이러한 부분은 직장에서의 외모기준을 제시해 줄 인물이 있는지 없는지에 따라 그 영향이 매우 큼을 나타내고 있다. 따라서 기업은 기업 내의 조직적 관리도 중요하겠지만 위와 같이 외모기준을 제시해줄 사원을 어떻게 제시할지 고민해야 할 것이다.

패션에 대한 관심의 긍정적 역할에 대한 연구결과 분석결과 패션에 관한 남다른 관심이 있는 신입사원들의 경우 그렇지 않은 응답자에 비해 1) 의복이 새로운 환경적응에 도움을 주며, 2) 업무효율 향상에 도움을 줄 수 있으며, 3) 직장에서의 소속감을 높이는데 도움을 주며, 4) 나아가 이직의도를 낮추는데도 도움을 줄 수 있다고 생각 하였다.

이러한 결과에 따라 기업은 신입사원들의 기업 내 착용 의복에 대한 관심을 어떻게 높일 것인지에 대한 고민이 필요하다고 생각된다. 하지만 지나친 외모에 관한 관심으로 오히려 업무효율이 떨어지는 현상이 발생할 수도 있다는 점 또한 상기해야 할 것이다.

이에 따라 선행연구의 결론이었던 “의복만족도가 높으면 사회적인 자아존중감이 높다” 와 같은 결과가 나온 것으로 볼 수 있다. 이번 연구에서 새롭게 유추해 볼 수 있는 결론으로는 신

입사원의 입사 후 의복에 관심을 가지고 의복행동을 하며, 회사에서도 적절한 규제를 통해 신입사원에게 기업이미지와 애사심을 자연스럽게 심어 줄 수 있다면 빠르게 적응하고, 이직률을 낮출 것이라는 점이다.

본 연구의 제한점으로는 응답한 신입사원이 네 개의 기업에 분포되어 특정계열로 한정되어 있고, 설문응답의 수가 적은 것이다. 연구의 속성상 신입사원만을 대상으로 한 것으로 실제 다수의 응답자를 상대로 조사하기는 어려울 것이라 예상하였지만 흥미롭고 실용적인 주제로 설문 응답자의 수가 많았다면 신입사원, 기업, 혹은 신입사원을 타깃으로 하는 의류기업에 좀 더 정확하고 유용한 데이터가 될 수 있었을 것이다. 후속연구에서는 보다 다양한 인구 통계적 변인과 측정척도, 또한 관련변인을 포함하여 연구를 진행하여야 할 것이다.

## 참고문헌

- 강혜원, 이금실, 고애란, 정미실, 남미우. (2012). 의상사회심리학. 서울: 교문사.
- 김건수. (2004). 라이프스타일에 따른 의복가치가 상표지향성에 미치는 영향: 남성소비자를 중심으로. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김광경. (1992). 남성적, 여성적 의복이 직장여성의 직업특성과 직업적합성지각에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 최윤경. (1990). 여성의 성역할태도 및 직업과 의복행동과의 관계. 연세대학교 대학원 석사학위논문.