

세계화 시대의 의생활문화, 우리의 갈등과 과제

김 미 영 (경원대학교 의상학과)

21세기를 준비하면서 전 세계가 관심을 갖고 있는 문제는 '세계화'이다. 세계화를 가능하게 한 배경에는 교역장벽 완화, 정보통신 혁명 및 교통체계의 발달, 다국적 기업활동과 국제기구의 역할 증대, 국가간 상호 의존성 증대 등이 있다. 이런 배경에 의해 세계 여러 나라들이 문화를 교류하게 되면서 문화의 동질성이 높아지게 되었다(Levitt, T., 1983). 소위 '세계의 문화수렴현상'이 일어나고 있는 것이다(Robins, 1989). 세계문화의 동질화는 의생활문화에서 더욱 뚜렷하게 나타나는데 이것은 의생활문화가 그 사회의 변화를 가장 가시적으로 반영하기 때문이다. 따라서 세계적인 사회환경 변화에 따른 의생활과 미의식의 변화를 살펴보고, 세계화 시대와 관련된 의생활문화에 대한 연구 경향을 파악하여 우리 의생활문화의 갈등과 과제를 생각해 보고자 한다.

1. 세계화 시대의 사회환경 변화와 의생활 및 미의식의 변화

사회환경은 의생활의 변화에 영향을 미치므로 우선 세계 사회의 환경 변화와 사람들의 가치관 변화를 살펴보고 이에 따른 의생활과 미의식의 변화를 살펴보고자 한다.

1) 기술의 발달과 의생활·미의식의 세계화, 캐주얼화, 편리화

새로운 세기의 가장 큰 사회환경 변화는 기술의 발달이라고 하겠다. 컴퓨터와 초고속 정보 통신망의 보급, 빠른 교통수단의 발달 등은 다른 세기와 다른 생활양식 유형과 가치관을 갖게 하였다. 즉 정보화 사회를 이루었으며, 세계간의 다양한 문화를 접촉하고 수용하게 하였고, 유통 구조를 변화시켜 세계의 전자 상거래를 가능하게 하였다. 즉 인류의 세계화를 촉진시키고, 세계 중심적 가치관을 갖게 한 것이다. 이런 세계화 시대의 삶 속에서 문화의 동질성이 높아지고 있으며 이런 경향은 의생활문화에서도 나타나고 있다. 즉 의생활과 패션에 대한 미의식이 세계적으로 동일해지고 있는 것이다. 이런 현상은 특히 세계의 10대 청소년 집단에서 뚜렷하게 나타나고 있다. 예

를 들어 힙합패션문화, 노출문화 등에서 찾아 볼 수 있다.

또한 컴퓨터의 사용과 재택근무, 자동화 시스템 등으로 근무유형이 변하고 여가시간이 많아지며, N세대가 등장하게 되면서 사람들이 속도나 여가시간을 중요시하는 시간 중심적 가치관을 갖게 되었다. 그러자 의생활도 편안하고 관리가 용이하여 가사노동 시간을 활용할 수 있고, 여가 시간에도 입을 수 있는 캐주얼 웨어를 선호하는 경향으로 바뀌어 가고 있다. 의생활 관리는 속도와 여가생활을 중요시하는 시간 중심적 가치관에서는 중요한 문제가 될 것이다.

2000년대 의생활의 가장 큰 특징은 캐주얼화 현상이라고 세계적인 디자이너들은 한결같이 예상하고 있다. 호주의 울마크 컴퍼니는 향후 10년간의 패션 흐름을 전망한 보고서에서 현재 23 대 77로 나뉘어 있는 정장 대 캐주얼·스포츠웨어 시장이 2010년경에는 21 대 79로 바뀔 것이라고 내다봤다.

회사를 전부로 생각했던 기존의 직장인들의 문화가 붕괴되고 동시에 일하는 스타일도 자율적으로 변화하게 되면서 의생활에도 자유롭고, 편안함과 실용성을 강조하는 캐주얼 스타일의 근무복을 선호하게 되었다. 향후 패션시장의 주역인 N세대들은 원하는 시간에 컴퓨터만 있다면 출·퇴근 시간, 폐점시간, 장소 등에 구애받지 않고 일을 해결할 수 있게 되므로, 고객을 만나기 위해 정장을 해야 할 필요가 점점 더 줄어 편안하고 실용성이 가미된 캐주얼 웨어를 선호하게 된 것이다. 소재 개발도 이런 트렌드에 맞춰 편안함을 강조한 방향으로 진행될 것이다. 기능성이 가미된 편안함은 미래 의생활문화의 키워드로 등장할 것이다. 또한 인류의 최대 관심인 환경 문제는 환경 친화 소재를 발전시키는 원동력으로 작용할 것이다.

2) 새로운 문화집단의 등장과 의생활·미의식의 다양화

사회 전반적으로 사람들이 개성을 주장하면서 획일성보다는 다양성이 사회 근간을 이루고 있다. 이처럼 다양성이 중요시되는 사회의 패션산업은 대량생산과 대량소비의 체제에서 벗어나 소비자들의 욕구를 충족시키기 위해 다품종 소량생산으로 전환될 것이다. 의생활 문화 역시 다양화와 개성화가 가속화되고, 사회내에도 다양한 문화집단들이 등장하고 있다. 예를 들어 독신 집단, N세대와 Tween세대 집단, 노년 집단들이 새로운 문화를 형성하면서 사회적으로 부각되고 있다.

젊은 세대 중에는 자신만의 독립적인 생활을 중시하는 경향과 만혼이나 이혼 등의 증가에 따라 독신 집단이 증가하고 있다. 즉 자신들의 창조성 발휘, 자아실현, 자아표현 등 자아 중심적 가치관에 따른 변화라고 할 수 있다. 이들은 자아와 여가시간을 중요시하는 세대들로 의생활의 형식이나 규범을 원치 않으며 개성 있고 편안한 스타일을 추구함은 물론이며, 의복의 세탁과 관리의 편리성 등을 중요시하는 그들만의 새로운 문화를 형성할 것이다.

새로운 문화집단 중에서 요즘 가장 주목받고 있는 연령층은 N세대, Tween세대이다. N세대는 컴퓨터의 보급과 함께 태어나 자라기 시작한 77년 이하의 출생 연령층으로 인터넷 공간을 자유롭게 누비고 현실 세계만큼 사이버 공간을 삶의 중요한 무대로 인식하며 편지나 전화 대신 전자메

일을 주고 받는 Net Generation을 뜻한다. 인터넷을 통한 전자상거래의 증가는 N세대 소비층을 더욱 부각시킬 것이다. 특히 이들은 세계적으로 공통적인 미의식을 공유하면서 의생활문화의 세계화, 동질화를 나타내는 세대라고 하겠다. Tween세대란 'between'에서 따온 말로 청소년과 아동사이의 자신의 또래들보다 빨리 성숙한 8~12세의 어린이를 일컫는다. 이들은 옷자란 어린이인 만큼 장난감 인형, 컴퓨터 게임보다는 외모 꾸미기에 더 큰 관심을 보이며 청소년 못지 않은 높은 소비 성향을 보인다. Tween세대는 외부의 영향에 민감하고 최신 제품을 열렬히 좋아하는 특성을 가지고 있다(패션마케팅기획실, 2002).

우리나라의 인구구조는 출산율의 저하와 평균수명의 연장으로 인하여 인구의 노령화 현상이 가속화될 전망이다. 인구는 계속 증가하고 있지만 증가율은 1960년대 이후부터 점차 감소되기 시작하였으며, 2021년에는 인구 증가가 정지될 것으로 예측되고 있다(통계청, 1995). 또한 21세기 초반에는 60세 이상의 인구가 20세 미만을 앞지르게 될 것이며 2020년경에는 천만명에 이르는 노년 인구가 생성될 것으로 예측된다. 통계청(1995)에 따르면 2030년에는 전체 인구 중 65세 이상이 19.3%에 이르러 인구 분포도가 긴 막대 형태를 띠게 된다. 이런 노년 집단은 경제발전과 연금제도의 발달로 과거의 노년 집단과는 다른 가치관과 의생활문화를 형성하게 된다. 편안한 스타일, 구매와 관리의 편리성을 중요시 하면서도 늙어 보이는 스타일을 거부하고, 다양한 여가활동과 이에 적합한 다양한 의복을 원할 것이다.

이런 새로운 문화 집단들의 등장은 다양한 의생활과 미의식을 형성하게 될 것이며, 반면 집단 간의 갈등도 초래할 것이다. 노년 집단과 젊은 집단의 의생활 문화는 스타일간의 갈등, 가족간의 의생활 문화나 예복문화의 갈등, 의생활 규범의 갈등 등 세대간의 갈등을 형성하고, 또한 이를 화합하는 길을 모색하게 할 것이다.

3) 사회적 남녀 평등과 의생활 · 미의식의 유니섹스화

여성의 사회진출의 증가는 여성들의 남성복 채택(테일러드 수트와 바지 등)을 가져 왔으며 남성들의 가치관의 변화와 여성화는 의복에 대한 관심을 높이고 여성복의 특성(장식성, 화려함, 색채 등)을 수용하게 하였다. 세계화 시대엔 이런 남녀 평등의 가치관이 더욱 강조되면서 유니섹스 스타일이 심화되고, 의복의 구매와 관리에도 영향을 줄 것이다. 남성복의 선택과 구매가 여성 주도적인 것에서 남성 주도적인 것으로 바뀔 것이다. 의복의 세탁과 관리는 여성 주도적인 것에서 남녀 공동적인 것이나 전문관리업체에서 관리하는 것으로 바뀔 것이다.

이상의 세계적인 사회환경 변화에 따른 세계 중심적 가치관, 시간 중심적 가치관, 개성 · 다양성 중심적 가치관, 남녀평등 중심적 가치관의 변화를 볼 수 있고, 의생활문화에서도 패션에 대한 미의식의 세계화, 캐주얼화, 개성의 강조와 다양화, 관리와 구매의 편리화, 유니섹스화 등의 변화들을

볼 수 있다.

이런 사회 환경의 변화 속에선 세대간의 의생활문화의 갈등도 심화될 것이다. 즉 의생활문화의 캐주얼화, 유니섹스화, 구매·관리의 편리화, 미의식의 세계화 등은 우리 전통적인 의생활문화와 갈등을 겪게 될 수밖에 없을 것이다.

2 세계화 시대의 의생활문화 연구 경향 고찰

세계화 시대의 의생활문화와 관련된 연구들은 어떤 것들이 있으며, 어떤 방향으로 연구되고 있는지 파악해 보고자 한다.

미래의 세계에선 다양한 문화를 수용하면서 개별문화, 지역문화, 민족문화의 정체성에 대한 요구가 약화되는 것이 아니라 강화되는데 의생활문화의 연구에서도 그런 경향을 발견할 수 있다. 즉 전통복식의 유지, 보존, 보급에 대한 연구와 전통복식의 현대화에 대한 연구가 이루어지고 있었고, 최근 들어서는 현대 패션산업을 세계화하는 연구가 이루어지고 있었다.

문화관광부가 96년 한국문화를 대표적으로 나타내는 문화 상징물로 전통복식을 지지하였고 이와 더불어 전통복식 입는 날을 제정하면서 전통복식에 대한 의식향상을 지지하였다. 그 후 전통복식을 보급하기 위한 연구로 활발해지기 시작한 것이 생활한복에 대한 연구이다. 생활한복에 대한 소비자 조사와 디자인 개발, 보급방안에 대하여 연구하기 시작하였다. 생활한복에 대한 의식구조와 선호도, 구매실태, 생활한복의 채택에 영향을 미치는 요인, 생활한복 디자인 개발과 특성, 생활한복의 산업구조 개선을 위한 한복제작업의 경영 및 유통 실태분석, 생활한복의 디자인 현황과 고급화 방안에 대한 연구 등이 그 예이다.

그 다음 활발히 연구되고 있는 것이 현대 복식에 전통복식을 접목시키는 연구로 현대 복식과 전통복식의 퓨전을 추구하는 연구들이다. 이는 일상화 된 현대 복식에 우리의 전통적인 의생활 문화를 접목시키겠다는 목적하에 이루어진 연구들이다. 특정 시대의 전통복식 품목을 활용하거나, 색, 문양, 선, 직물 등을 부분적으로 활용하는 방안이나 내용들을 연구하고 있으며, 이런 전통복식의 현대화에 따른 소비자들의 인식이나 이미지의 특성들을 연구하고 있다. 예를 들어 패션디자인을 위한 전통복식의 활용현황, 한국전통복식의 현대적 활용, 한국적 의복이미지의 구성요인과 디자인 특성, 한국전통문양의 이미지 형상화, 한국적 패션디자인의 특성, 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미, 파리컬렉션에 나타난 한국적 패션디자인 특성에 대한 연구 등이 있다. 또 다른 연구로는 타 문화권에서의 전통복식의 세계화 추세와 우리 전통복식과의 비교, 타 문화권에서의 우리 전통복식에 대한 인식, 다른 나라의 전통복식과 우리 전통복식의 이미지 비교에 대한 연구를 통해 우리 전통 복식의 세계화 방안을 모색하고자 하는 연구들이다. 예를 들어 한국적 의복이미지와 디자인에 대한 한국인과 미국인의 인식 비교, 한·중·일의 동양적 복식 디자인의 특성과 이미지 비

교, 아시아 전통문화양식의 전개과정에 관한 비교문화 연구 등이 있다.

2000년대 들어서는 새롭게 패션산업의 유통이나 생산, 공급, 수출입의 세계화에 대한 연구가 이루어지고 있다. 세계화의 추세에 맞춰 우리의 전통성 유지나 보존에 그치는 것이 아니라 패션산업의 세계화 연구가 이루어지고 있는 것이다. 예를 들어 한국의류 및 섬유산업의 경쟁우위 향상에 관한 제언, 한국 섬유 및 의류 산업의 세계화 연구, 한국의류산업의 범세계적 조달전략 결정요인에 관한 연구, 세계산업구조의 세계화 등이 있으며, 수입의류의 국내 시장 침투와 원산지에 대한 소비자 태도를 조사하여 국내 의류와 수입의류의 특성을 비교하는 연구 등이 있다.

이상의 연구 경향은 크게 국내적으로 우리의 전통 의생활문화를 유지, 보급시키고자 하는 노력과 국제적으로 전통복식을 세계화시키고, 패션산업을 세계화시키고자 하는 연구로 나뉘 볼 수 있다. 이런 연구의 경향을 고찰하면서 그 문제점과 앞으로 세계화 시대에 우리가 해결해야 할 의생활문화의 갈등과 과제가 무엇인가를 생각해 보아야 할 것이다.

3. 세계화 시대의 의생활문화, 갈등과 과제

우리는 지금 우리의 의생활 문화를 어떻게 세계화 시켜야 하는가? 하는 과제를 안고 있다. 그런 시점에서 우리는 이 과제를 생각하고 방향을 제시해야 할 때이다. 그러나 누가 이런 어려운 과제, 미래를 예측해야 하는 과제에 쉽게 대답할 수 있겠는가. 본인 역시 쉽게 대답 할 수 없는 과제이다. 그러나 지금까지의 연구들과 세계 사회의 변화를 보면서 몇 가지 방향에서 과제를 생각해 보고자 한다.

1) 전통적·세계적 미의식간의 갈등과 화합

지금 '세계화'에 관심을 갖게 된 것은 패션에 대한 감각이나 미의식이 세계적으로 동질화되었기 때문이다. 즉 세계인들은 유사한 패션감각 또는 패션에 대한 미의식을 갖게 되었다는 것이다. 이미 우리는 세계인의 패션이나 복식을 거리낌없이 아름답다고 받아들이고 있는 것이다. 물론 이런 세계적인 미의식을 공유하게 되는데는 앞에서 언급한 사회환경의 변화와 이에 따른 가치관의 변화에 의해 가능해진 것이다. 반면 우리에게 전통적으로 이어져 오는 전통복식과 전통적인 미의식이 있다. 따라서 우리는 전통적인 미의식과 세계적인 미의식을 양립시키고자 노력과 연구를 하여야 할 것이다. 이런 노력이 필요하다는 것은 결국 세계적인 미의식과 전통적인 미의식이 서로 갈등하고 있다는 것을 말해 주는 것이다. 우리는 이미 세계화된 생활양식과 가치관을 갖게 되었고 의생활 문화에서도 세계화된 미의식에 익숙해 있는 것이다. 세계화된 일상 생활 속에서 우리의 전통적인 미의식을 강요한다고 하여도 그것은 수용되기 힘들다. 따라서 갈등은 심화될 수밖에 없다. 그렇다고 우리의 전통적인 미의식을 무시하고 사장시키는 것은 의생활문화를 보존해야 할 의류학

자들로서 간과할 수는 없는 일이다.

따라서 우리는 가장 먼저 세계 사회의 변화를 인지하고 이런 세계 사회의 변화에 따른 세계적 인 미의식을 파악하여야 하며 우리의 전통적인 미의식과의 갈등 부분을 분석하여야 한다. 이런 갈등의 분석과 화합 방안의 모색에서 우리의 갈 방향을 찾을 수 있을 것이다. 이런 예는 생활한복의 보급과 연구, 전통복식의 현대적 디자인 활용과 연구 등에서 찾아볼 수 있다. 그러나 이런 연구와 사회적 보급운동, 디자인 운동 등이 활발히 이루어지긴 했으나 전통적 미의식이나 전통복식을 보급시키는데 크게 효과를 나타내지 못했다. 이것은 결국 세계적인 미의식과의 갈등으로 현대의 의생활과 미의식에 맞지 않기 때문이었다. 애국심만으론 전통적인 의생활문화를 보급시킬 수가 없었다는 것이다. 생활한복에 대한 인식조사에서도 눈에 띄는 것이 싫다거나 아름답지 않다거나 하는 점을 지적한 사람들이 있었는데 이는 지금의 인체 실루엣이 중요한 미의식인 시대에 맞지 않는 감각이기 때문이다. 그러나 우리 주변의 중국의 치파오나 베트남의 아오다이나 아오바바가 세계인의 미의식에 쉽게 접근할 수 있었던 것은 우선 두 복식 다 인체의 실루엣을 드러내는 세계적인 미의식과 일치되는 점이 있기 때문이었다. 따라서 전통적인 미의식과 세계적인 미의식간의 갈등 부분을 분석하여 이에 대한 화합 내지는 해결방안을 찾는 것이 우선의 과제이다.

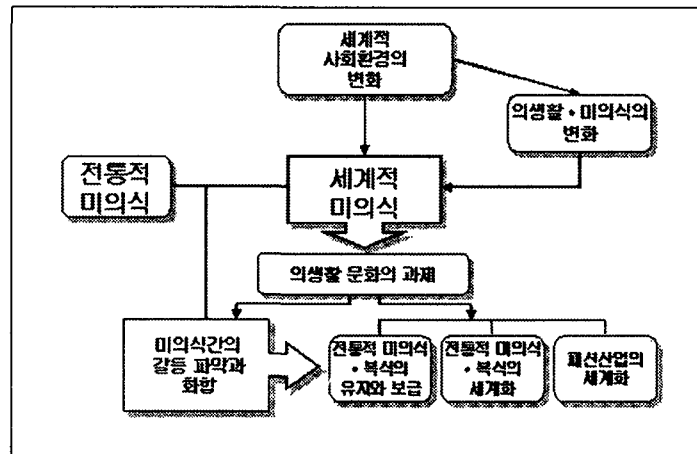
세계화를 위한 디자인으로 현대복식과 전통복식을 혼합시킨 디자인도 역시 그리 성공적이었다고 할 수 없었다면 이것 역시 세계인의 미의식에 맞지 않는 것이다. 우리는 우리 전통의 문화 속에서 우리의 미의식을 키워온 배경이 있지만 그렇지 않은 세계인에게는 호기심과 재미를 줄지언정 입고 싶게 하거나 구매하게 하지는 못했다는 것이다. 물론 세계적인 유행의 흐름이 동양적인 것이나 민속적인 것에 초점을 맞출 경우 우리의 전통적인 미의식이나 복식이 세계화할 기회를 얻을 수 있을 것이다. 그러나 그 유행이 지나갈 경우에는 다시 세계적인 흐름에 혼자 힘으론 끼어 들기 힘들 것이다. 물론 우리 전통의 미의식이나 복식을 세계화시킬 수 없다고 할 순 없다. 그러나 그 전에 세계인의 미의식에 우리 전통의 미의식을 인식하게 해주어야 하는 것인데 이것은 단시일 내에 이루어 질 수 없는 과제이다. 그러므로 우선은 단기적인 관점에서 전통적 미의식과 복식의 세계화(세계화를 위한 지역화)와 패션산업의 세계화(세계화를 위한 동일화)로 나눠 과제를 생각해 볼 수 있을 것이다. 기존의 연구나 노력들은 주로 전통적인 미의식과 세계적인 미의식의 혼합에서 찾고자 하였으나 아직도 어려움을 겪고 있다면, 세계적인 미의식과 전통적인 미의식을 분류하여 세계화 시켜볼 수 있을 것이다.

2) 전통적 미의식과 복식의 유지 및 보존

세계화 속에 강화되고 있는 전통문화의 보존의식은 사회·가정·학교의 교육과 홍보에서 찾아볼 수 있다. 예를 들어 전통복식에 대한 학교 교육과 체험교육, 가정에서의 교육과 체험, 가족 예복으로서의 활용 등을 들 수 있고, 전통복식에 대한 문화 교육으로 책자나 홍보용 자료, 비디오

자료의 활용, 박물관 참가 등을 들 수 있으며, 전통복식을 입는 문화적 행사를 만들어 활용할 수도 있다. 그 외에 학교 실습용 한복 등을 학교에서 구매하여 활용하는 방안도 있을 것이다. 젊은 세대들은 세계화 시대의 세대이므로 전통적인 미의식보다는 세계적인 미의식을 강하게 가지고 있게 때문에 전통문화와의 갈등은 우리가 해결해 나가야 할 과제이다. 이미 세계 시장의 청소년들은 인터넷의 보급과 세계문화와의 빈번한 교류와 여행 등을 통해 동질적인 시장이 되어 있다. 여기서 인터넷 보급률이 높은 우리나라가 예외일 수는 없다. 따라서 우선 청소년들의 교육과 체험, 홍보를 통해서 우리의 전통적인 미의식과 자부심을 갖도록 해야 할 것이다. 전통적인 미의식이나 전통복식을 강요한다고 해서 이루어질 수 있는 것이 아니라고 생각한다.

또한 전통복식 착용과 구매의 문제점, 소비자 수요, 구매행동의 특성에 대한 기초 자료 연구가 우



<그림 1> 세계화 시대의 의생활문화, 갈등과 과제



<사진 1> 캐주얼한 스타일의 근무복



<사진 2> Tween 세대, N 세대 집단과 의생활



<사진 3> 치마 입은 남성들의 유니섹스 스타일



<사진 4> 미의식의 다양화



<사진 5> 전통복식의 현대화

선 되어야 할 것이다. 전통복식에 대한 소비자 행동에 대한 철저한 기초 연구가 없이싼 사격의 한복 보급과 홍보에만 주력하고 있으나 본질적인 문제 파악이 없다면 큰 효과를 거둘 수 없을 것이다.

3) 전통적 미의식과 복식의 세계화

전통적 미의식과 복식의 세계화 방안은 앞에서 언급했듯이 세계적인 미의식에 우리의 전통적인 미의식이 얼마나 일치하는가 하는 문제가 우선한다. 이 문제는 장기적인 문제로 남겨 놓고 우선 단기적으로 문화상품화와 관광상품화로 접근하여야 할 것이다. 전통복식이나 우리 의생활문화의 특성을 해석과 함께 소개하는 홍보 책자 및 이벤트, 박물관 관광, 입어보기 문화 체험, 전통복식의 기념품화, 관련업종 및 관광지의 유니폼 등을 개발하는 것이다. 이외에도 단순히 전통복식을 보여주는 것이 아니라, 전통적 복식이나 의생활문화의 특성을 사회적 배경과 함께 해석해 주는 의생활문화 관광가이드를 육성하는 것이다. 이런 문화상품화와 관광상품화를 통해 우선 전통적인 미의식과 의생활문화를 세계적으로 인식시키는 '인식의 단계'가 우선되어야 할 것이다(Rogers,1971). 우리 전통의 미의식과 문화의 인식과 지식없이 현대 복식에 우리 전통복식의 부분적인 활용이나 전통복식의 부분적인 현대화는 세계인의 지속적인 관심과 구매를 유도하기 힘들 것이다.

4) 패션산업의 세계화

우리의 패션산업이 세계화되기 위해선 산업구조(생산, 공급, 유통, 광고, 마케팅)의 세계화와 상품의 세계화, 브랜드의 세계화, 디자이너의 세계화를 들 수 있다. 이런 세계화에 대한 방향을 잡기 위해서 먼저 세계시장 및 소비자 변화를 파악하고, 세계인의 미의식을 인식해야 하는 것이다. 이런 세계적인 미의식을 인지하고 이것을 상품화, 브랜드화 하는 마케팅과 디자인이 개발되어야 할 것이다. 세계 시장에 무조건 우리의 전통적인 미의식을 강요하여서는 안 된다는 것이다. 다음은 이런 세계적인 미의식과 안목을 가진 디자이너를 육성하고, 지도하며, 이들에게 국가적 차원에서 세계 패션문화와 소비자에 대한 기초 자료들을 제공해 주어야 할 것이다. 즉 전통복식을 부분적으로 활용하는 디자이너보다는 세계인의 미의식을 알고, 세계적인 변화를 파악할 수 있는 디자이너의 세계화가 우선하여야 할 것이다.

생산·유통·공급, 수출·수입 등에서의 세계화 역시 패션산업의 세계화에서 중요한 위치를 차지하고 있다는 것은 말할 것도 없을 것이다.

■ 참고문헌

- 고정민·채금석(1999). 생활한복에 대한 의식구조와 선호도에 따른 디자인 연구. 한국의류학회지. 제23권 5호. pp.654-666.
- 금기숙(1992). 한국 전통복식미의 현대적 활용. 복식. 19호. pp.29-39.
- 금기숙(1999). 패션디자인을 위한 전통복식의 활용현황에 관한 연구. 복식. 43호. pp.69-81.
- 김희정·이경희(1997). 한국적 의복이미지의 구성요인과 디자인 특성. 한국의류학회지. 제21권 3호. pp.589-599.
- 김관일·김미영(2000). 21C 패션의 분석과 예측. 경원대학교 생활과학연구지. 제6권. pp.25-41.
- 김선경·조효숙·정인희(1999). 생활한복 착용경험자들의 소비 실태 및 의식연구(1) -소유 및 착용, 불만족 지각을 중심으로-. 한복문화학회. 제2권 1호. pp.121-172.
- 김용주(1999). 한국의류산업의 범세계적 조달전략 결정요인에 관한 연구. 한국의류학회지. 제23권 1호. pp.42-53.
- 김유덕·김미영(2000). 노년 의류시장의 분석과 제언. 경원대학교 생활과학연구지. 제6권. pp.43-59.
- 김인경(1995). 한국적 패션디자인의 특성에 관한 연구 -1980년대 이후 한국패션디자이너의 작품을 중심으로-. 한국의류학회지. 제19권 3호. pp.536-547.
- 김인경(1998). 파리컬렉션에 나타난 한국적 패션 디자인의 특성에 관한 연구. 복식. 38호. pp.233-244.
- 김희정·이경희(1997). 한국적 의복이미지의 구성요인과 디자인 특성. 한국의류학회지. 제21권 3호. pp.589-599.
- 김희정·이경희(2000). 동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제1보) -한국, 중국, 일본을 중심으로-. 한국의류학회지. 제24권 1호. pp.24-33.
- 김희정·이경희(2000). 동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제2보) -한국, 중국, 일본을 중심으로-. 한국의류학회지. 제24권 3호. pp.313-322.
- 박광희·김정원·유화숙(2000). 섬유·패션 산업. 교학연구사:서울. pp.135-164.
- 손미영·이은영(2001). 한국 섬유 및 의류 산업의 세계화 연구. 한국의류학회지. 제25권 6호. pp.1131-1142.
- 신홍순(2000). 패션마케팅·의상심리분과 특별강연 : 세계화시대의 한국패션 산업의 기회와 도전. 2000한국의류학회 국제 학술심포지움 및 추계 학술발표회지. pp.29-31.
- 안명숙·김은정·양숙향(1998). 현대 생활한복 형성의 배경과 방향. 복식. 39호. pp.91-98.
- 양정은·유송옥(2000). 생활한복의 디자인 현황과 고급화 방안 연구. 복식. 제50권 3호. pp.145-159.
- 오용운(2000). 창조적 디자인과 문화. 제24회 한국의류학회 춘계학술발표회지. pp.2-4.

- 유혜경·홍나영·이주현·김찬주(1998). 아시아 전통문화양식의 전개과정에 관한 비교 문화연구 (제1보) -근대 동남아시아 민속복식을 중심으로-. 한국의류학회지, 제22권 8호, pp.1043-1051.
- 유혜경(2000). 21세기 소비자 변화와 패션 산업. 제24회 한국의류학회 춘계학술발표회지, pp.5-13.
- 이경희(1997). 한국적 의복이미지와 디자인과의 관계 -한국과 미국의 비교-. 한국의류학회지, 제21권 2호, pp.302-313.
- 이은주·권경난(2001). 한국 의류 및 섬유 산업의 경쟁우위 향상에 관한 제언. 한국의류학회지, 제25권 2호, pp.458-469.
- 이은영(1999). 패션마케팅. 교문사:서울, pp.54-91.
- 이인자·이태욱(1993). 한복 생활화를 위한 디자인 개발에 관한 연구 -남성 일상복을 중심으로-. 복식, 21호, pp.177-192.
- 이주현·유혜경·김찬주·홍나영(2001). 현대 한국인의 한복 착용 : 아시아 전통문화 양식의 전개 과정에 관한 비교문화 연구(제3보). 한국의류학회지, 제25권 1호, pp.37-49.
- 이지원·나수임(2001). 생활한복 소비자의 가치체계와 의복구매행동에 관한 연구. 복식, 제51권 8호, pp.13-24.
- 장수경(1998). 한국 전통문양의 이미지 형상화 소고. 한국의류학회지, 제22권 8호, pp.1001-1010.
- 전경숙·민신기(1997). 시장 개방하에서 수입 의류의 시장 침투와 의류상품의 원산지에 대한 소비자 태도 조사. 한국의류학회지, 제21권 2호, pp.357-367.
- 정혜경(2001). 생활한복의 형성 배경과 그 내용적 특성에 대한 고찰. 복식, 제51권 2호, pp.27-42.
- 조오순·전정희(2001). 여성 생활한복을 위한 디자인 개발. 한국의류학회지, 제25권 8호, pp.1378-1385.
- 조효순·전양진·이상은(1998). 한복 제작업체의 경영 및 유통 실태 분석. 한복문화학회, 제1권 2호, pp.165-172.
- 채금석(1999). 생활한복 모형개발 연구 (I). 복식, 46호, pp.109-131.
- 최세원·김민자(1993). 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미 -1980년대 이후 한국디자이너 작품을 중심으로-. 한국의류학회지, 제17권 1호, pp.103-117.
- 최은영(1999.7). 생활한복의 구매동기에 관한 연구 -부산지역을 중심으로-. 복식, 45호, pp.71-83.
- 통계청(1995). 장래인구추계.
- 패션마케팅 기획실(2002). Tween!!, fashion marketing, 2002년 2월호, pp.34-70.
- Hann, M.A. and MacGillivray, M.S.(2000). The Internationalisation of Fashion Consumption -Challenges for the Twenty-First Century-. 2000 International Costume Culture Conference Proceedings, pp.13-25.
- Kazama, Ken (2000). Analysis of the Decreasing Clothes Consumption in Japan -Some New

Tendencies of Consumer Behavior in the Basis of Data of Psychology, Time-use and Expenditure. 2000 International Costume Culture Conference Proceedings, pp.29-31.

Levitt, T.(1983). The Globalisation of Markets. Harvard Business Review. Vol.61 No.3. pp.92-102.

Robins, K.(1989). Gloval Times. Marxism Today. December. p23. In Hann, M.A. and MacGillivray,

M.S.(2000). The Internationalisation of Fashion Consumption -Challenges for the Twenty-First Century-. 2000 International Costume Culture Conference Proceedings. p.13.

Rogers, D.M.(1971). Communication of Innovation. N.Y.: Free Press. p.102.