

성인여성의 생활한복 디자인 인식에 관한 연구

이영희¹⁾ · 이송자¹⁾ · 이수정²⁾

1) 경상대학교 가정교육학과

2) 경상대학교 의류학과

A Study on the Recognition of the Saenghwalhanbok Design in Adult Females

Young-Hee Lee¹⁾, Song-Ja Lee¹⁾ and Su-Jeong Lee²⁾

1)Dept. of Home Economics of Education, Gyeongsang National University, Chinju, Korea

2)Dept. of Clothing and Textile, Gyeongsang National University, Chinju, Korea

Abstract : The purpose of this study is to analyze the satisfaction, practical use, preference in design and recognition of the Saenghwalhanbok in the adult females living in Gyeongnam province. The data used for this study were collected by questionnaires and 420 questionnaires were used for statistic analysis. The data were analyzed by using the SPSS 8.0 to perform the ANOVA, X^2 -test, t-test. The results of this study can be summarized as follows; Most women have Saenghwalhanbok for wearing in festive days. who showed good impression on the Saenghwalhanbok is high-educated people, and high-incommer showed positive preference as well. The color of blouse and skirt is different each other. The most preference color is soft color. The purchasing behavior on the Saenghwalhanbok was verified that there are planning of purchase because of convenience in wearing. The primary reason for not buying Saenghwalhanbok is price. So the goods of various level of price should be prepared, and the preference factors of purchasing for younger ages were color, patterns and design, and for old ages were quality of clothes, colors and patterns. Major application of the Saenghwalhanbok was found that wearing for festive days as it is Korean traditional costume.

Key words : Saenghwalhanbok, Korean traditional wear, festive day

1. 서 론

인류의 역사와 더불어 시작된 복식은 민족에 따라 달랐고, 시대에 따라 계속 변화하여 왔다. 이러한 복식형태의 차이와 변화를 가져오는 근원으로는 사회환경의 변화를 들 수 있다.

현대사회에서 현대인의 생활양식이 과거와 다른 만큼 현대인이 필요로 하는 복식의 형태도 과거와 달라지게 마련이다. 즉, 사회가 고도산업사회로 발전하고 가정에서의 생활양식이 전통적인 생활양식에서 벗어나 서구화되면서 가정에서의 복식도 역시 변화하였으며, 경제도약기였던 1960년대에 들어 우리의 민속복식인 전통한복이 평상복의 기능을 거의 잃게되고 최근에 와서는 전통적인 민속행사나 의식을 위한 특수 예복화되고 일상복으로서의 기능이 사라지게 되었다.

전통한복이 우리민족의 정서와 감각을 살린 의상으로 인식되고 있으나 비활동적인 단점으로 인해 점점 착용기회가 줄어들고 있는 이즈음, 전통한복의 단점을 어느 정도 개선한 의상으로 생활한복이 등장하였다. 초기에는 수요계층도 노동운동을

하는 사람 등 일부계층을 중심으로 생활한복을 착용하였지만 최근 들어서는 대학생, 일반인 등 우리 옷을 찾는 층이 다양해지면서 생활한복이 점차 자리를 잡아가고 있고 활용범위도 넓어졌다. 이제는 생활한복이 특정한 날이 아닌 일상생활에서도 무난하게 입을 수 있는 옷으로 인식이 전환되고 있으며 설날에도 전통한복 대신 생활한복을 차려입는 젊은 부부들의 모습을 많이 볼 수 있다.

또한 우리 옷 살리기 차원에서 몇몇 단체를 중심으로 생활한복의 대중화 운동을 추진하고 있으며 정부차원에서도 관련행사 등을 통해 우리 옷 찾기 운동을 추진하고 있다. 이러한 시대적인 요청과 디자인의 향상으로 다양한 형태의 생활한복이 선보임으로서 생활한복에 대한 인식도 큰 폭으로 나아지고 있다.

한편 근래에는 생활한복 전문매장도 많이 늘어나 매출이 갈수록 신장하는 무한한 잠재시장으로 보고 있으며 1997년 생활한복 시장규모는 재래시장 물량을 포함하여 연간 2천억원 규모로 추정되고 있다(고정민, 1997). 하지만 아직까지 생활한복에 대한 연구 및 소비자 구매행동에 관한 조사는 생활한복이 우리의 민족의상을 대체하는 민족고유의 의상으로 발전되기 위해서는 이에 대한 좀 더 많은 연구가 필요하다.

본 연구는 경남지역의 성인여성을 대상으로 연령층에 따른

생활한복에 대한 착용실태 및 인식, 디자인 선호도, 구매태도, 활용도와 만족도를 조사해 보고 이를 통해 생활한복이 좀 더 수준 있는 의상으로 발전되어 소비자 욕구를 충족시키고 생활한복이 우리에게 더 편리하고 쉽게 입혀질 수 있는 계기가 되는데 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 생활한복의 개념

우리의 전통복식인 한복의 개념으로 한복은 우리 민족의 의식구조와 기후풍토에 가장 알맞게 정착된 고유의상으로서 한국이라는 특정한 지역 안에서 한국인이 고대로부터 현대에 이르기까지 착용해 온 한국의 전통복식을 의미하는 것으로 정의(오운자, 1998)하고 있으며 전통한복의 대체 의상으로 자리 잡고 있는 생활한복은 '개량한복', '우리 옷', '겨레 옷' 등으로도 불리우며, 88올림픽을 전후로 우리 것에 대한 관심이 높아지면서 시작되었다.

그러나 생활한복은 전통한복과는 다른 새롭게 나타난 한복 형태로 생활한복에 대한 정의는 여러 사람들의 견해가 있는데 지금까지 연구발표되어 나온 생활한복의 정의에 대한 것을 종합, 정리해보면 첫째, 전통한복의 입고 벗을 때의 절차를 간소화하고 착용시의 답답함, 작업시의 거추장스러움 등 전통한복의 단점을 보완한 한복이라는 견해(이인자·이태욱, 1993), 둘째, 예전의 개량한복의 착용은 일부계층에서 제한되었고 일상복으로 착용이 저조하던 것을 개선하여 편리하게 입을 수 있게 디자인된 옷으로 한복으로 보기보다는 양복에 한국적 복식요소를 응용한 새로운 패션이라는 견해(황의숙, 1995), 셋째, 현대의 생활에 좀 더 편리하고 기능적으로 대처하기 위해 약간 변형된 우리 옷으로 보는 견해(안명숙 등, 1998), 넷째, 한복의 전통미를 유지하되 활동성이 떨어지는 전통한복의 문제점을 보완하여 현대생활에 편리하도록 디자인된 한복을 말하고, 개화기 이후 '개량한복 또는 변형한복'으로 불리워졌으나 개량이라는 단어는 한복에 대한 부정적 이미지가 강하기 때문에 1990년대부터 생활한복이라는 호칭으로 정착되어가는 추세로 보는 견해(조효숙 등, 1998), 다섯째, 개량한복의 개념은 1907년 전통한복의 형태에 기능성과 활동성을 부여하여 만든 편리한 새로운 형태의 한복을 말하며 1900년초 개량한복은 현재의 생활한복을 가리키는 것이며 이러한 개량한복이 1998년 현재까지 전해지면서 최근에 생활한복으로 명칭이 바뀌어 진다는 견해(최경순·김선령, 1999) 등이 있다.

이상으로 보아 생활한복을 생활한복은 우리의 전통한복의 기본적인 요소에 현대 생활양식에 맞게 실용성과 현대적인 감각을 더한 한복으로 정의하고자 한다. 현재 생활한복은 기성복화되어 생산, 시판되고 있으나 선행연구(김선경 등, 1999)의 결과에서 시판되고 있는 생활한복에 대한 불만족한 이유들이 나타나고 있다. 생활한복이 전통한복과 같은 점으로는 한복의 기본선, 전체 유행등을 유지하며 생활한복이 전통한복과 다른 점은

옷의 소재, 색상, 디자인 등에 있어 전통에서 형과 색을 본떠왔지만 동시에 전통을 응용, 변형시켜 재창조한다는 것이 다른 점으로 들 수 있다.

그러므로 생활한복도 다양하게 변화하는 현대 사람들의 기호나 요구에 따라 변화해야 하므로 생활한복에 대한 인식과 선호도를 조사하여 현대감각에 맞고 일상복으로 선호할 수 있는 미적이고 기능적인 패턴을 제시하는 기초자료를 파악하고자 한다.

2.2. 생활한복의 변천과정

한복 개량운동은 한복을 개선하여 현대화함으로써 일상생활에서 실용복으로 정착시키고자 하는 운동으로 해방이후에 나타났다(한정미, 1988). 이를 통해 생활한복의 시작은 한복 개량운동의 일환으로 전통한복에 활동성과 기능성을 부여하자는 것으로 볼 수 있다.

생활한복의 변천과정을 선행연구를 중심으로 살펴 보면 다음과 같다.

개화기(1880-1910): 개화 초기는 양복보다는 한복을 입던 습관이 남아 있었으므로 개량된 통치마에 긴 저고리의 개량이 여성이 활동하기에 가장 편리하므로 설득력이 있어 받아들여진 것이다. 여학교 교복으로 정해진 통치마가 일반 여성복식의 개량을 주도했기 때문이기도 하다(김경희·조효순, 1997). 1885년 이후 신교육실시, 신생활운동, 단발령 등으로 인해 국민 의식구조와 의식주 등 일상생활에 많은 영향을 미치게 되었고(이기백, 1975), 여성의 복식은 서서히 서구복식을 수용하면서 변화를 가지게 된다(박용욱, 1984).

한복은 비활동적일 뿐만 아니라 세탁하려면 옷을 모두 뜯어서 세탁한 후 다시 봉제하는 과정을 거치는 번거로운 작업이 항상 따르므로 여성들의 의식속에 한복 개선의 필요성을 느끼게 된 것이다. 처음에는 새로운 것에 대한 저항이 있었으므로 양장의 도입보다는 한복개량부터 시작하였다. 일반 여성복식의 유행은 먼저 여학교의 교복에서 시작한 바 1907년 처음으로 양장교복이 등장하였으나 3년 후 사라진다. 또 이화 초창기교복으로 저고리를 길게 하여 위아래 같은 색의 개량한복이 등장하여 훗날 동색배색의 한복 유행의 효시가 되기도 하였다(백영자, 1993).

개화기 후기(1910-1930): 개화의 속도가 빨라지기 시작하면서 서구 문물의 영향이 복식 문화에까지 깊숙이 침투하였으며 여성들은 치마허리의 개량과 신여성의 상징인 통치마와 함께 양복을 부분적으로 수용한 반 양복 차림이 유행하였다(윤은재, 1988), 긴 저고리, 어깨 허리 짧은 통치마, 땡기 머리나 트레머리, 버선에 구두를 신은 차림은 신교육을 받은 여학생과 신여성들 사이에서 많이 볼 수 있다. 이와 동시에 치마와 저고리의 반비례적인 길이 변화와 조끼허리의 출현 등으로 나타난 한복 개량 운동은 다시 상당한 효과를 거두었다.

광복기(1930-1945): 1930년대는 전쟁과 경제공황으로 매우 혼란한 시기이며 한국인들은 일제에 대한 저항과 계몽운동을

계속해 나갔으며 여성교육이 양적으로 팽창한 결과 신 여성층이 증가하였다. 이로 인해 양장을 착용하는 인구가 증가하여 1920년대에 비해 다양해졌다.

1930년대 초반에는 저고리 길이가 36-37 cm로 더욱 길어져 겨드랑이 밑 13-14 cm 정도까지 길쭉하게 내려갔는데 활동하기에 편하도록 화장은 짧아졌다. 1930년대 후반 한복은 20년대 말기보다 오히려 저고리 길이가 짧아져 다시 가슴 선까지 올라가기도 한다(백영자, 1993). 이 시기의 외형적인 변화의 특징은 실용화, 간편화 그리고 신분상징성의 감소를 지향하고 있다(이유경·김진구, 1995). 광복후기(1945-1960)는 광복 직후 저고리 형태는 1930년대와 별 차이가 없었으나 소매 배래와 깃선이 눈에 띄게 곡선으로 변화하고 역시 신여성들은 짧은 통치마를 착용한다(백영자, 1993).

이 때의 한복 개량운동은 일제하의 강제적인 것과는 달리 애국심에서 발생한 국민생활 검소화운동이었다. 그러나 서양복에 비해 한복의 비활동성과 비실용성으로 인식되어 착용자가 차츰 줄어들게 되었다. 그리고 1949년부터 1961년까지 국민복식생활 검소화의 일환으로 한복 개량운동이 계속되었으며 1958년 여대생들이 구상한 농촌 개량복이 발표되기도 한다(황의숙, 1995).

경제개발기(1960-1980): 처음의 한복 개량운동은 부녀자를 통하여 고름을 없애자고 하자 고름을 처음에는 짧게 잘라 리본 모양으로 가슴에 매었다가 나중에는 아주 없애고 브로치로 대치하게 되었다(조효순·최영미, 1995). 한복의 개량운동은 양단이나 비단 등의 한복지를 사용했을 뿐 우리 고유 옷이라는 느낌을 찾아 볼 수 없으며, 한복의 개량이라고 하기보다는 양장과 다름이 없었다. 이러한 개량한복은 고유 미를 상실하여 품위가 없고 경박해 보인다는 이유로 그 대중화가 이루어지지 않았다. 이는 결과적으로 한복의 전통미를 상실하고 있음을 의미하는 것이다. 반면에 외출용 의상으로서의 한복은 명절 또는 특별한 모임에 착용하는 예가 늘어난다. 이러한 영향으로 한복은 궁중복식으로 관심이 집중되어 한복 개량의 노력은 일단 퇴조하는 현상이 나타난다.

고도의 경제성장기(1980-1990): 1980년대에 들어 와서 세계적으로 유행하고 있던 Rich look이 도입되었다. 이 영향은 한복에도 나타나 파티복의 색 문양 등에 화려함이 극치를 이루면서 한복의 은은한 전통미를 해친다는 비판을 받기도 한다(백영자, 1993). 또한 냉난방 시설의 보급으로 계절에 관계없이 얇은 직물의 한복이 유행한다.

세계화 시대(1990-현재): 현재 복고풍이라는 세계적인 패션 흐름에 한복의 형태도 전통적인 선으로 다시 돌아가고 있다. 구성과 색 옷감의 선택에서 옛 것을 그대로 지키려는 경향이 짙어지면서 한복은 또 한 번의 시대조류를 타고 있다. 1990년대 이전 계절에 관계없이 옷감을 택했으나 이제는 계절에 적합한 직물을 사용하여 옷감에서부터 고전미를 느낄 수 있게 된다. 화려함이 사라지고 전통미가 되살아나는 시기라 할 수 있다.

이와 더불어 국제행사를 통하여 세계 속의 한국으로 발돋움하면서 한국의 전통의상의 아름다움을 알리기도 한다. 한복을

국제행사의 유니폼으로 사용한 것은 주로 관객과 운영위원을 구별하는 용도로 주로 사용했으나 현재는 유니폼의 기능 뿐만 아니라 패션성을 가미하여 행사 분위기를 높이고 나아가서는 한국의 이미지를 전시 혹은 연출수단으로 적극적으로 활용하고 있다.

3. 연구방법

3.1. 연구대상자 및 측정기간

본 연구는 경남지역에 거주하는 성인여성 30명을 대상으로 1999년 9월 7일부터 9월 10일까지 예비조사를 실시한 후 발견된 문제점을 수정, 보완하여, 1999년 9월 13일부터 9월 21일에 걸쳐서 본 조사를 실시하였다. 총 450부를 배부하여 무성의하거나 불완전한 응답 30부를 제외한 420부를 최종 통계자료로 사용하였다.

3.2. 조사도구 및 조사방법

본 연구의 측정도구는 설문지를 이용한 자유응답법으로 오윤자(1998), 고정민(1997), 최은정(1991)의 조사도구를 참고로 하여 본 연구자가 일부 수정하여 인구통계학적 변인으로 연령, 결혼여부, 학력, 거주지, 직업, 월평균소득을 조사하였고, Likert type 척도로 구성되는 문항의 신뢰도 측정을 위해서 Cronbach alpha를 구하였다.

본 연구에 사용한 설문지는 다음과 같은 내용으로 이루어졌다. 성인여성의 생활한복의 착용실태 및 인식, 디자인 선호도에 관한 14 항목, 성인여성의 생활한복 구매태도에 관한 7문항, 성인여성의 생활한복 활용도 7문항, 성인여성의 생활한복 만족도에 관한 6문항으로 전체 34문항으로 구성하였고, 각 문항은 Likert 5점 척도법으로 조사하였다.

3.3. 자료 분석방법

본 연구의 자료분석은 SPSS 8.0을 이용하였고, 수집된 자료에 대하여 독립성검정, 정규검정을 하였는데, 서로 독립성을 가지며 정규분포를 따르는 것으로 나타났다. 생활한복의 착용실태 및 인식, 디자인 선호도, 구매태도, 활용도 및 만족도 등을 사회인구학적 변인에 따라 차이의 유무를 검증하기 위하여 비울분석, F검정, 검정, F검정을 실시하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1. 조사대상자의 일반적 사항

조사대상자의 일반적인 사항은 Table 1과 같이 성인여성의 연령은 30대가 42.9%로 가장 많고 그 다음은 40대(28.1%), 20대(20.7%), 60대(5.0%), 50대(3.3%)순으로 나타났다. 결혼 여부별로는 기혼(76.2%), 미혼(23.3%)으로 나타났고, 학력별로는 대졸이상(40.8%), 고졸(37.6%), 중졸(19.5%) 순으로 나타났다. 거주지별로는 시 지역(49.0%), 읍, 면지역(50.9%)이 비슷한

Table 1. 조사 대상자의 일반적 사항

변인	변인구분	빈도(n)	비율(%)
연령	20대	87	20.7
	30대	180	42.9
	40대	118	28.1
	50대	14	3.3
	60대	21	5.0
	전 체	420	100.0
결혼여부	기혼	320	76.2
	미혼	98	23.3
	무응답	2	0.5
	전 체	420	100.0
학력	중졸	82	19.5
	고졸	158	37.6
	대졸이상	171	40.8
	무응답	9	2.1
	전 체	420	100.0
거주지	시지역	206	49.1
	읍·면지역	214	50.9
	전 체	420	100.0
직업	학생	33	7.9
	전업주부	147	35.0
	직장인	147	35.0
	자영업	51	12.1
	기타	40	9.5
	무응답	2	.5
전체	420	100.0	
월평균소득	100만원 미만	150	35.7
	100-200만원	176	41.9
	200-300만원	71	16.9
	300만원이상	9	2.2
	무응답	14	3.3
	전 체	420	100.0

비율이며 직업별로는 전업주부(35.0%)와 직장인(35.0%)이 같은 비율을 나타냈고 그 외 자영업(12.1%), 기타(9.5%), 학생(7.9%) 순으로 나타났다. 월평균 소득별로는 100-200만원(41.9%)이 가장 많았고, 100만원미만(35.7%), 200-300만원(16.9%), 무응답(3.3%), 400만원 이상(2.1%)순이었다.

4.2. 생활한복에 대한 일반적 인식

연령별 생활한복 착용실태 및 인식도 : 연령별 생활한복착용 실태 및 인식도에 대해 조사한 결과는 Table 2와 같이 소유하고 있는 생활한복의 수에 있어서 $p < .1$ 에서 유의한 차이를 보이고 있는데 소유 수에 있어서는 1벌이 가장 많았다. 생활한복의 정보획득 방법에 있어서는 $p < .1$ 에서 유의한 차이를 보이고 있는데 20대에서는 광고지나 안내책자를 통해 정보를 얻으며, 다른 연령에서는 친구나 친척, 이웃을 통해서 정보를 얻는 것

로 나타났다. 생활한복의 용도에서 많이 이용하는 순서로 2가지를 답한 복수응답의 결과는 50대를 제외한 모든 연령에서 명절에 가장 많이 활용하고 있다고 응답하였으나 50대는 기념행사(회갑·졸업)에 가장 많이 활용하고 있는 것으로 나타났다. 호감도에서는 20대에 가장 높은 호감도를 보이고 있으며 50대에서는 비교적 낮은 호감도를 나타내고 있다. 연령별 태도에서는 전체 연령층에서 가격이 적당하고 실용적인 것을 선호하는 것으로 나타났으나 유의차는 인정되지 않았다.

생활한복에 대한 가격은 전체 연령층에서 비싸다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 생활한복의 대중화(수요확산)에 있어서는 유의한 차이를 보이지 않고 있는데 20대에서 가장 높은 호응도를 보여주고 있다. 이는 앞의 호감도 내용과 일치함을 알 수 있다. 생활한복의 대중화를 위해 필요한 요인에 대한 복수응답의 결과는 20, 30, 40대에서 입기에 용이하고 실용적이어야 한다는 순으로 답하였고 50, 60대에서는 저렴한 가격과 입기에 실용적이어야 한다는 순으로 답하였다. 따라서 생활한복이 실용복으로 인식되고 있는 것으로 보여진다.

4.3. 생활한복 디자인 선호도

연령별 디자인 선호도 : 연령별 디자인 선호도에 대하여 조사한 결과는 Table 3과 같다. 연령별 선호도에서는 유의한 차이가 나타나지 않고 있다.

옷감은 혼방·화학섬유를 많이 선호하고 있고 60대에서는 자연섬유의 선호도도 42.9%로 다른 연령에 비해 높게 나타났다. 전체 스타일은 한복의 멋을 살린 활동적인 것을 가장 선호하고 있으며, 상하의 배색에서는 비슷한 계열의 색과 약간 다른 계열의 색을, 전체유형에서는 치마·저고리구성을 가장 선호하며, 문양은 있는 것과 없는 것을 비슷한 비율로 선호하고 있는 것으로 나타났다.

색상에서는 부드러운 느낌의 색을 가장 많이 선호하나 20대와 30대는 밝고 가벼운 색을, 40대와 50대, 60대에서는 점잖고 중후한 색을 다음으로 선호하여 디자인 개발시 다양한 연령층의 욕구를 만족시키는 제품들이 나와야 할 것으로 보여진다.

4.4. 생활한복의 구매태도

연령별 구매태도 : 연령별 구매태도에 대한 조사결과는 Table 4와 같이 구입계획여부에서 앞으로 생활한복을 구입하겠다는 답이 매우 높게 나타났고 젊은층에서 더 높은 비율을 보이고 있다. 구입하고 싶은 이유에 대한 복수 응답의 결과는 60대는 우리 옷에 대한 자부심을 가질 수 있기 때문, 착용이 편리하고 활동이 자유로워서 순으로 응답하였고 다른 연령대에서는 착용이 편리하고 자유로워서, 우리옷에 대한 자부심을 가질 수 있기 때문 순으로 응답하였다. 이는 생활한복이 편리하게 입혀질 수 있으면서 우리 고유의 정서를 살리는 옷으로 인식되고 있음을 나타내는 것으로 분석되어진다.

구입계획이 없는 경우 그 이유는 20대는 타인의 시선이 싫기 때문, 몸에 어울리지 않아서 순으로, 30대와 40대에서는 가

Table 2. 생활한복의 연령별 착용실태 및 인식도

구분	내용	설문문항	20대	30대	40대	50대	60이상	χ^2 값
착용실태	소유상황	1벌	19(22.1)	47(26.1)	32(27.4)	4(28.6)	4(19.0)	29.67*
		2~3벌	5(5.8)	30(16.7)	31(26.5)	2(14.3)	3(14.3)	
		4~5벌	1(1.2)	4(2.2)	2(1.7)	1(7.1)	1(4.8)	
		5벌 이상	0(0.0)	1(0.6)	3(2.5)	0(0.0)	2(9.5)	
		없다	61(70.9)	98(54.4)	49(41.9)	7(50.0)	11(52.4)	
	정보획득방법	친구, 친척, 이웃	19(22.1)	58(32.6)	48(41.0)	8(57.2)	9(42.9)	30.54*
		광고지, 안내책자	26(30.2)	40(22.5)	17(14.5)	0(0.0)	0(0.0)	
		진열상품	19(22.1)	40(22.5)	31(26.6)	5(35.7)	5(23.8)	
		TV, 잡지	20(23.3)	39(21.8)	19(16.2)	1(7.1)	3(14.3)	
		상인 혹은 점원	2(2.3)	1(0.6)	2(1.7)	0(0.0)	4(19.0)	
용도	결혼식	11(7.1)	33(10.1)	23(10.9)	1(4.0)	7(17.0)	복수응답	
	기념행사(회갑,졸업)	29(18.8)	63(19.3)	45(21.3)	8(32.0)	7(17.0)		
	친목·단체모임	14(9.2)	24(7.3)	20(9.5)	2(8.0)	4(9.8)		
	명절	36(23.4)	95(29.1)	63(29.9)	4(16.0)	12(29.4)		
	평상시	32(20.8)	56(17.1)	30(14.2)	6(24.0)	4(9.8)		
	의출복	22(14.3)	33(10.1)	23(10.9)	1(4.0)	7(17.0)		
	직장 근무복	10(6.4)	23(7.0)	7(3.3)	3(12.0)	0(0.0)		
인식	호감도	아주 좋음	19(22.1)	22(12.2)	12(10.2)	0(0.0)	4(19.0)	20.58
		좋음	50(58.1)	103(57.2)	62(52.5)	3(23.1)	10(47.6)	
		보통	14(16.3)	55(30.6)	42(35.6)	8(61.5)	5(23.8)	
		좋지 않음	2(2.3)	0(0.0)	2(1.7)	1(7.7)	1(4.8)	
		매우 좋지 않음	1(1.2)	0(0.0)	0(0.0)	1(7.7)	1(4.8)	
	태도	가격무관, 멋 우선	13(15.1)	19(10.6)	8(6.8)	1(7.1)	0(0.0)	5.96
		가격적당, 실용적	73(84.9)	160(89.4)	110(93.2)	13(92.9)	21(100)	
	가격	매우 비싸다	5(5.8)	13(7.2)	7(5.9)	3(21.4)	2(9.5)	26.30
		비싸다	53(61.6)	112(62.2)	59(50.0)	5(35.8)	10(47.6)	
		보통이다	21(24.4)	48(26.7)	36(30.5)	3(21.4)	2(9.5)	
싸다		1(1.2)	0(0.0)	3(2.6)	0(0.0)	1(4.8)		
매우 싸다		6(7.0)	7(3.9)	13(11.0)	3(21.4)	6(28.6)		
대중화(수요확산)	적극 찬성	34(39.1)	58(33.0)	30(25.6)	2(15.4)	6(30.0)	15.70	
	찬성	35(40.2)	54(30.6)	36(30.8)	1(7.7)	5(25.0)		
	보통	18(20.7)	62(35.2)	48(41.0)	8(61.5)	8(40.0)		
	반대	0(0.0)	1(0.6)	3(2.6)	1(7.7)	1(5.0)		
	적극반대	0(0.0)	1(0.6)	0(0.0)	1(7.7)	0(0.0)		
대중화에 필요한 요인	저렴한 가격	40(24.4)	115(32.5)	63(28.5)	7(26.9)	16(42.1)	복수응답	
	입기에 용이, 실용적	65(39.6)	137(38.8)	88(39.8)	6(23.1)	14(36.8)		
	다양한 디자인	18(11.0)	27(7.7)	13(5.9)	4(15.5)	0(0.0)		
	적극적인 광고	7(4.3)	8(2.3)	6(2.7)	1(3.8)	2(5.3)		
	다양한 사이즈	0(0.0)	1(0.2)	3(1.4)	1(3.8)	0(0.0)		
	세탁 및 관리에 용이	34(20.7)	65(18.5)	48(21.7)	6(23.1)	6(15.8)		
기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(3.8)	0(0.0)			

*p<.1

격이 비싸서, 타인의 시선이 싫기 때문의 순으로 50대와 60대에서는 몸에 어울리지 않아서, 타인의 시선이 싫기 때문이라고 응답하였다. 이것은 생활한복을 구매하지 않는 이유로 전체 연령층에서 타인의 시선이 싫고, 몸에 어울리지 않기 때문에 구매하지 않는 것으로 나타나 타인의 주목을 받고 싶지 않은 심리적인 측면의 거부감이 나타나는 것으로 해석할 수 있다.

구매기준으로는 20대만 디자인을 가장 중요시하고 있고 나머지 연령대는 옷감의 질로 나타났다. 구매경험에서는 40대가 39.0%로 가장 높게 나타났고 20대가 19.5%로 가장 낮은 비율을 나타내 p<.05에서 유의한 차이를 보이고 있다.

실제구매가격은 20대, 40대, 60대는 6~10만원, 30대는 11~20만원의 분포를 나타내고 있다. 구매기준으로는 20대와 30

Table 3. 생활한복의 연령별 디자인 선호도

unit : n(%)

내용	설문문항	20대	30대	40대	50대	60이상	χ^2 값
옷감	자연섬유	16(18.6)	44(24.4)	32(27.4)	4(28.6)	9(42.9)	6.91
	혼방, 화학섬유	70(81.4)	136(75.6)	85(72.6)	10(71.4)	12(57.1)	
스타일	한복에 가까운 것	6(7.0)	18(10.1)	12(10.3)	3(21.4)	5(23.8)	18.93
	양장과 한복의 중간	19(22.1)	31(17.3)	30(25.6)	3(21.4)	3(14.3)	
	양장에 가까운 것	2(2.3)	35(1.7)	1(0.9)	1(7.1)	1(4.8)	
	한복의 멋을 살린 활동적인 것	59(68.6)	127(70.9)	74(63.2)	7(50.1)	12(57.1)	
상하의 배색	같은 색	6(7.0)	12(6.7)	6(5.2)	3(21.4)	1(4.8)	19.06
	비슷한 계열의 색	36(41.9)	75(41.7)	50(43.5)	4(28.6)	10(47.6)	
	약간 다른 계열의 색	30(34.9)	72(40.0)	45(39.1)	4(28.6)	6(28.6)	
	아주 다른 계열의 색	6(7.0)	11(6.0)	8(7.0)	1(7.1)	3(14.2)	
	아무래도 좋다	8(9.2)	10(5.6)	6(5.2)	2(14.3)	1(4.8)	
전체 유형	치마, 저고리	47(54.7)	128(71.1)	82(69.5)	8(61.5)	15(71.4)	14.86
	바지, 저고리	5(5.8)	22(12.2)	11(9.3)	3(23.1)	0(0.0)	
	치마, 저고리, 두루마기	25(29.1)	12(6.7)	16(13.6)	1(7.7)	5(23.8)	
	바지, 저고리, 두루마기	1(1.2)	6(3.3)	1(0.8)	0(0.0)	0(0.0)	
	아무래도 좋다	8(9.2)	12(6.7)	8(6.8)	1(7.7)	1(4.8)	
문양	문양이 있는 것	39(45.3)	79(44.1)	48(40.7)	5(35.7)	7(35.0)	8.35
	문양이 없는 것	32(37.2)	75(41.9)	50(42.4)	7(50.0)	8(40.0)	
	아무래도 좋다	15(17.5)	25(14.0)	20(16.9)	2(14.3)	5(25.0)	
색상	밝고 가벼운 색	27(31.8)	33(18.5)	19(16.4)	0(0.0)	4(19.0)	27.51
	부드러운 느낌의 색	44(51.8)	103(57.9)	55(47.4)	5(38.5)	10(47.6)	
	선명하고 눈에 띄는 색	4(4.7)	5(2.8)	4(3.4)	1(7.7)	0(0.0)	
	집잡고 중후한 색	7(8.2)	25(14.0)	32(27.6)	4(30.8)	5(23.9)	
	고풍스러운 색	3(3.5)	12(6.8)	6(5.2)	3(23.0)	2(9.5)	

대에서는 색상과 무늬를 가장 중요시하는데 반해 50대는 옷감의 질, 40대와 60대는 옷감의 질, 색상과 무늬를 들고 있다. 이를 통해 볼 때 연령층에 따른 색상과 디자인 선호도를 연구하여 마케팅 전략에 의한 세분화된 디자인 연구가 필요한 것으로 생각된다.

4.5. 생활한복의 활용도 및 만족도

성인여성의 생활한복 활용도 : 생활한복의 활용도를 측정하기 위해 결혼식참석, 기념행사(회갑, 졸업), 친목, 단체모임, 명절, 평상복, 외출복 그리고 근무복으로 구분하여 조사한 결과는 Table 5와 같다.

Table 5에 나타난 바와 같이 연령별에서는 결혼식참석에서 p<.05에서 유의한 차이를 보이고 있는데 50대(M=3.00)의 활용도가 다른 집단 보다 높은 것으로 나타났고, 기념행사에는 60대(M=3.00)의 활용도가 제일 높게 나타나 p<.05에서 유의한 차이를 보이고 있다. 그 외 항목에서는 유의한 차이는 없으나 친목·단체모임에서는 40대(M=2.06)의 활용도가 제일 높게 나타났고, 명절에서는 60대(M=3.42), 평상복에는 40대(M=1.86), 외출복에서는 30대(M=1.94), 근무복에서는 30대(M=1.85)의 활용도가 가장 높게 나타났다.

성인여성의 생활한복 만족도 : 생활한복의 만족도를 측정하기 위해 가격, 디자인, 바느질 상태, 옷감의 질, 무늬, 색상, 전

체적인 형태 그리고 관리(세탁·손질)로 구분하여 조사한 결과는 Table 6과 같다.

Table 6에 나타난 바와 같이 생활한복 만족도는 전체적으로는 색상, 옷감의 질, 바느질, 디자인, 관리, 가격의 순으로 나타났다. 연령별로는 20대는 색상(M=3.58), 옷감의 질과 바느질(M= 3.52), 디자인(M=3.37), 관리(M=3.00), 가격(M=2.96)순으로, 40대에서는 색상(M=3.60), 바느질(M=3.45), 디자인(M=3.43), 옷감의 질(M=3.40), 관리(M=3.15) 순으로 나타났다. 50대에서는 옷감의 질(M=3.00), 가격, 디자인, 바느질과 색상(M=2.75), 관리(M=3.15)순으로, 60대에서는 옷감의 질과 색상(M=3.59), 디자인과 바느질(M=3.42), 가격(M=2.85), 관리(M=2.71)의 순으로 나타났다.

이상에서 보면 가격, 디자인과 바느질, 색상, 관리에서 40대의 만족도가 가장 높게 나타나 연령별 소유상황에서 40대의 소유율(48.1%)이 가장 높은 것과도 연관이 있는 것으로 보여진다.

5. 결 론

경남지역에 거주하는 성인여성을 대상으로 생활한복의 착용실태와 인식, 디자인 선호도, 생활한복 구매태도 및 활용도와 만족도를 분석한 결과를 통하여 얻은 결론은 다음과 같다.

1. 생활한복의 착용실태는 아직은 소유하지 않는 사람이 더

Table 4. 생활한복 연령별 구매태도

		unit: n(%)					
내용	설문문항	20대	30대	40대	50대	60이상	χ^2 값
구입계획	있다	63(75.0)	139(77.7)	88(75.2)	7(50.0)	10(47.6)	2.53
	없다	21(25.0)	40(22.3)	29(24.8)	7(50.0)	11(52.4)	
구매이유	착용과 활동이 용이	35(38.5)	82(39.2)	54(40.3)	5(38.5)	4(30.8)	복수응답
	저렴한 가격	4(4.4)	8(3.8)	10(7.5)	2(15.4)	1(7.7)	
	디자인이 좋아서	14(15.4)	44(21.1)	14(10.4)	0(0.0)	2(15.4)	
	다양한 색상	2(2.2)	4(1.9)	1(0.7)	0(0.0)	0(0.0)	
	우리옷에 대한 자부심	28(30.7)	59(28.3)	37(27.6)	5(38.5)	6(46.1)	
	체형의 결점을 커버	5(5.5)	8(3.8)	15(11.3)	1(7.8)	0(0.0)	
	기타	3(3.3)	4(1.9)	3(2.2)	0(0.0)	0(0.0)	
구매하지 않는 이유	디자인이 싫어서	4(13.3)	10(13.5)	3(6.5)	1(11.1)	2(11.1)	복수응답
	몸에 어울리지 않아서	9(30.0)	17(23.0)	10(21.7)	3(33.3)	6(33.3)	
	색상이 싫어서	2(6.7)	5(6.8)	4(8.7)	0(0.0)	0(0.0)	
	가격이 비싸기 때문	5(16.7)	22(29.7)	16(34.8)	1(11.1)	5(27.8)	
	타인의 시선	10(33.3)	19(25.6)	13(28.3)	3(33.3)	5(27.8)	
	기타	0(0.0)	1(1.4)	0(0.0)	1(11.1)	0(0.0)	
구매기준	색상과 무늬	34(22.1)	74(22.3)	32(15.0)	7(26.9)	7(18.9)	복수응답
	디자인	48(31.2)	64(19.3)	46(21.6)	3(11.6)	4(10.9)	
	가격	28(18.2)	60(18.1)	37(17.4)	5(19.3)	10(27.0)	
	유행성	3(1.9)	7(2.1)	4(1.9)	1(3.8)	0(0.0)	
	바느질 상태	11(7.1)	37(11.1)	31(14.5)	2(7.7)	5(13.5)	
	옷감의 질	30(19.5)	86(25.9)	60(28.2)	7(26.9)	11(29.7)	
	상점의 명성·신용	0(0.0)	2(0.6)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
	기타	0(0.0)	2(0.6)	3(1.4)	1(3.8)	0(0.0)	
구매경험	있다	17(19.5)	53(29.4)	46(39.0)	4(28.6)	7(33.3)	13.93**
	없다	70(80.5)	127(70.6)	72(61.0)	10(71.4)	14(66.7)	
구매경험 (구입가격)	5만원 이하	1(5.9)	4(8.0)	4(8.7)	2(50.0)	0(0.0)	17.55**
	6만원~10만원 이하	9(52.9)	16(32.0)	21(45.7)	0(0.0)	4(57.1)	
	11만원~20만원 이하	6(35.3)	28(56.0)	15(32.6)	1(25.0)	2(28.6)	
	21만원 이상	1(5.9)	2(4.0)	6(13.0)	1(25.0)	1(14.3)	
구매경험 (구매기준)	색상과 무늬	12(35.3)	33(35.9)	19(22.9)	0(0.0)	4(30.8)	복수응답
	디자인	8(23.5)	16(17.4)	19(22.9)	2(28.6)	2(15.4)	
	가격	4(11.8)	12(13.0)	11(13.2)	1(14.3)	2(15.4)	
	유행성	0(0.0)	2(2.2)	2(2.4)	0(0.0)	0(0.0)	
	바느질 상태	5(14.7)	7(7.6)	13(15.7)	0(0.0)	1(7.8)	
	옷감의 질	5(14.7)	20(21.7)	19(22.9)	3(42.8)	4(30.8)	
	상점의 명성·신용	0(0.0)	2(2.2)	0(0.0)	1(14.3)	0(0.0)	
	기타	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	

** $p < .05$

많았고 소유하고 있는 경우는 대부분이 1벌 정도를 가지고 있었으며, 용도는 주로 명절용으로 이용하는 것으로 나타났다.

2. 생활한복에 대한 인식에서는 연령이 낮을수록 호감도가 높게 나타났다. 생활한복의 대중화(수요확산)에 대해서는 매우 긍정적으로 나타났고 대중화에 필요한 요인으로는 입기에 편리하고 실용적이며 가격이 저렴해야 한다고 답해 생활한복이 실용복으로 인식되고 있다는 오운자(1998)의 선행연구와 일치하는 것으로 나타났다.

3. 생활한복의 디자인 선호도에서는 옷감의 소재에서는 혼방·화학섬유를 선호하여 기능성을 중요시함을 알 수 있고 전체스

타일에서는 한복의 멋을 살린 활동적인 것을 원해 생활한복이 평상복이나 근무복 등 일상복으로서의 기능을 가지면서 우리의 전통한복을 대체하는 민족의상의 기능도 함께 갖기를 원하는 것으로 나타났다. 상하의 배색은 대체로 대부분 약간 다른 색을 선호하는 것으로 나타났다.

4. 생활한복에 대한 태도 및 구매행동에서는 대부분 앞으로 구매할 계획이 있다고 답하였고, 구매이유로는 입기 편리하고 활동성이 좋은 이유를 들고 있고, 구매하지 않는 이유로는 가격이 비싸다고 답해 다양한 가격대의 상품이 나와야 할 것으로 생각되어 진다. 구매 경험여부에서는 40대가 39.0%로 가장 많

Table 5. 성인여성의 생활한복 활용도

연령	결혼식		기념행사(회갑졸업)		친목·단체 모임		명절		평상복		외출복		근무복	
	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증
20대	1.64 (0.78)		1.62 (0.88)		1.29 (0.58)		2.47 (1.23)		1.52 (0.71)		1.35 (0.79)		1.41 (0.87)	
30대	2.54 (1.09)		2.36 (1.11)		1.90 (1.11)		2.84 (1.40)		1.84 (0.93)		1.94 (0.93)		1.85 (1.08)	
40대	2.44 (1.25)	2.46**	2.50 (1.16)	2.50**	2.06 (1.10)	1.76	2.60 (1.40)	0.87	1.86 (1.12)	0.94	1.73 (1.08)	1.43	1.63 (1.05)	1.35
50대	3.00 (1.82)		2.25 (1.25)		1.75 (0.95)		2.25 (0.50)		1.25 (0.50)		1.75 (0.50)		1.25 (0.50)	
60대	2.85 (1.77)		3.00 (1.15)		2.14 (1.34)		3.42 (1.81)		1.42 (0.78)		1.42 (0.78)		1.14 (0.37)	
합계	2.41(1.20)		2.35(1.14)		1.89(1.07)		2.72(1.39)		1.77(0.97)		1.75(0.96)		1.65(1.01)	

**p<.05

Table 6. 성인여성의 생활한복 만족도

연령	가격		디자인		바느질		옷감의질		색상		관리 (세탁, 손질)	
	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증	M(SD)	F검증
20대	2.82 (0.72)		3.37 (0.88)		3.52 (0.94)		3.52 (0.87)		3.58 (1.00)		3.00 (1.11)	
30대	2.96 (0.91)		3.41 (0.66)		3.37 (0.82)		3.40 (0.75)		3.45 (0.78)		2.98 (0.92)	
40대	3.09 (0.60)	0.532	3.43 (0.71)	0.822	3.45 (0.72)	0.809	3.41 (0.67)	0.189	3.60 (0.68)	1.208	3.15 (0.66)	0.826
50대	2.75 (0.95)		2.75 (0.95)		2.75 (0.95)		3.00 (1.15)		2.75 (0.95)		2.50 (0.57)	
60대	2.85 (0.69)		3.42 (0.78)		3.42 (0.97)		3.57 (0.78)		3.57 (0.97)		2.71 (1.38)	
합계	2.98(0.77)		3.40(0.73)		3.41(0.81)		3.43(0.80)		3.51(0.80)		3.01(0.89)	

있고 실제구매시의 기준으로는 젊은층(20-30대)에서는 색상과 무늬, 디자인을, 40대 이상에서는 옷감의 질과 색상과 무늬를 중요기준으로 한 것으로 나타났다.

실제 구입가격에서는 11-20만원이 가장 높아 가격 비싸다고 생각하면서도 마음에 드는 제품을 택하는 것으로 나타나, 가격이 좀 더 저렴하면서도 질 좋은 제품이 개발되면 수요가 급속히 늘 것으로 생각되어진다.

5. 생활한복의 활용도에서는 전 연령층에서 명절에 제일 많이 활용한다고 답해 생활한복이 우리의 옷으로 자리잡아가고 있음을 보여주고 있다.

6. 생활한복의 만족도에서는 젊은 층에서 만족도가 높게 나타났다, 50대가 가장 낮게 나타났다.

6. 제 언

생활한복이 우리의 전통한복을 대체하는 우리의 옷으로 편리하게 입혀질 수 있는 생활복으로 정착되기 위한 수행과제로 위의 결과를 바탕으로 다음의 몇 가지 방안들을 제시하고자 한다.

1. 우리옷 살리기 차원에서 한국 전통복식의 미적가치를 유지하면서 현대적 감각을 살린 의상으로서 자리 매김 될 수 있도록 하기 위해서는 생활한복에 대한 국민들의 꾸준한 관심을 유도할 수 있도록 지속적으로 홍보되어야 하겠으며, 정부차원의 관심이 필요하리라 본다.

2. 디자인 측면에서 사회인구학적 특성에 맞는 디자인 개발에 관심을 기울여야 하고, 다양한 계층의 욕구를 수용할 수 있는 제품연구가 이루어진다면 서양의복에 밀려 점차 자리를 잃어가고 있는 전통한복 수요층을 흡수하고 생활한복이 우리의 옷으로 정착될 수 있을 것으로 여겨진다.

3. 현재 결혼 및 약혼식과 같은 특수복으로는 서양의복이 거의 대부분을 차지하고 있고 이런 옷들이 1회성의 용도로 착용되는 실정에서 실용성과 전통미를 가미한 좀 더 수준 있는 생활한복을 연구, 개발하여 이를 특수복으로 활용한다면 우리의 주체성을 살리고 의류자원의 낭비를 줄이는 방안이 되리라 여겨진다.

4. 생활한복에 관한 연구에서는 주로 생활한복의 긍정적인 부분을 다루고 있고 본 연구에서도 매우 긍정적인 결과를 볼 수 있었다. 그러나 생활한복의 활동성과 실용성을 지나치게 강조하다보면 자칫 우리고유의 전통미를 상실할 우려가 있다. 따라

서 생활한복의 대중화에 앞서 학교교육에서는 전통한복의 특징을 정확히 가르쳐서 전통성을 인식시키고, 생활한복 생산업체나 관련단체에서는 전통의 틀을 유지하면서 제품연구나 생산이 이루어지도록 해야만 생활한복이 국적없는 옷이 아닌 우리 옷으로 자리 매김 될 수 있으리라 생각되어진다.

참고문헌

고정민 (1997) 생활한복에 대한 의식구조와 디자인 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
 김경희 · 조효순 (1997) 한국 개화기 여성복식의 변천요인. *복식* 32, 160.
 김선경 · 조효숙 · 전인희 (1999) 생활한복 착용경험자들의 소비실태 및 의식연구(I)-소유 및 착용, 불만족 지각을 중심으로-. *한복문화학회지*, 2(1), 121-134.
 박용옥 (1984) “한국근대여성운동사”. 한국정신문화연구원, p.31.
 백영자 (1993) “한국의 복식”. 경춘사, 서울, pp.440-445.
 안명숙 · 김은정 · 양숙향 (1998) 현대 생활한복 형성의 배경과 방향. *복식*, 39, 91-96.
 오윤자 (1998) 한복 착용실태와 구매행동에 관한 연구. 제주대학교

대학원 석사학위논문.
 윤은재 (1988) 근대 한국여성 복식에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
 이기백 (1975) “한국사신문”. 일조각, 서울, pp.350-353.
 이유경 · 김진구 (1995) 우리나라 양복 수용과정의 복식변천에 대한 연구. *복식*, 26, 123-142.
 이인자 · 이태옥 (1993) 한복 생활화와 디자인 개발에 관한 연구. *복식*, 21, 177-192.
 조효순 · 최영미 (1995) 한복의 구매형태에 관한 조사분석. *복식*, 13, 135-150.
 조효숙 · 김선경 · 이희승 (1998) 생활한복의 구매실태 연구. *한복문화연구회*, 1(2), 67-82.
 최경순 · 김선령 (1999) 생활한복의 변천에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 1(1), 34-42.
 최은정 (1991) 한복 구매행동에 관한 연구. 서울여자대학교 대학원 석사학위논문.
 한정미 (1988) 국내 패션쇼에 관한 실태분석 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
 황의숙 (1995) 한국여성 전통복식의 양식변화에 관한 연구. *복식*, 26, 289-310.

(2003년 6월 30일 접수)