

패션문화상품 개발을 위한 전통 여성 수식의 디자인 선호도 연구

권진 · 김선영⁺

한서대학교 의상디자인학과 겸임교수 · 순천대학교 패션디자인학과 부교수⁺

A Study on Design Preference about Traditional Feminine Head Ornament for Development of Fashion Cultural Products

Jin Kwon · Sun Young Kim⁺

Concurrent Professor, Dept. of Fashion Design, Hanseo University
Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Suncheon National University⁺
(투고일: 2011. 12. 1, 심사(수정)일: 2012. 2. 19, 게재확정일: 2012. 2. 20)

ABSTRACT

This research aims at the contribution to globalize and modernize the traditional Korean image by comprehending the taste of design that domestic college students have for traditional feminine head ornaments and subsequently elaborate the development of cultural products that are related to these decorative objects. In regards to this research method, the examination on the traditional feminine ornaments was followed through a review of literature and precedent studies and a survey was conducted on the preference about them. After the adoption of final valid responses, an analytical method, PASW 18.0, was used for frequency analysis, technical analysis, reliability, and regression analysis. The results were as follows. First, in the category of tendency analysis for the application of traditional feminine headpiece in fashion cultural products, it was revealed that a taste for the design that meet the satisfaction for both trend and practicability was prominently prevalent. Also, the design that express the individual characteristic was taken as a preferred option. Second, in the preference for the design of traditional feminine headpieces in fashion cultural products, the result indicated that the modern type was preferred in the form of re-creation as long as those products deform the tradition. As for the selective taste for patterns, their preference came in the order of plant, animal, and geometry-abstract types. Especially, for the case of plant and animal patterns, the reinterpreted design of modernized shapes were opted rather than a simply recopied format of the conventional type of the feminist head ornament. Third, for the category of item selection to apply the feminine head ornament in order to design the fashion cultural products, it turned out that people preferred the application to accessory rather than clothing. Lastly, it was found that rarity, harmony with other fashion goods, pattern, and design should be considered when the traditional motif was used for cultural products.

Key words: design preference(디자인 선호도), fashion-cultural products(패션 문화상품),
traditional feminine head ornament (전통 여성 수식)

I. 서론

21세기인 현대사회에 있어 한 민족의 고유한 문화는 독자적인 가치를 지닌 하나의 경쟁력으로 인식되고 있다. 이러한 인식은 세계 각국이 민족 고유의 문화를 유지하고 계승시키는 것뿐만 아니라 전 세계인과 공감할 수 있고 민족의 정체성을 반영한 문화상품의 개발을 통해 국가이미지 전략으로 활용하고 있음에서도 그 중요성을 짐작할 수 있다. 문화상품은 각 나라의 고유한 문화 영역이 경제적 영역과 결합되어 파생된 산업적 생산 및 소비의 대상으로 나타나는 전 분야를¹⁾ 지칭하듯이 문화상품의 고부가가치성은 무한한 잠재력을 가지고 있다고 할 수 있다.

한국 고유의 문화 역시 타문화와 구별되는 독자적 가치를 지니고 있으며, 우리 문화를 세계 속에 알릴 수 있는 진정한 매체로서 이를 활용한 문화상품 역시 무한한 가치를 내재하고 있음은 부인할 수 없는 사실이라 할 수 있겠다. 특히 패션문화상품은 한 민족의 전통과 문화적 이미지 및 정체성이 내재된 것은 물론 유행에 민감한 특성을 지닌 패션상품이라 할 수 있으며, 1995년 이후 외국관광객에게 가장 선호되는 1위 쇼핑품목으로 등장하였음은²⁾ 패션문화상품이 고부가가치 상품의 하나임을 입증한다고 할 수 있다.

이와 같이 전통문화의 국제화, 세계화 추세에 힘입어 패션문화상품에 관한 연구는 상품개발 및 국내외 소비자 태도나 구매의도, 이미지 연상, 패션문화상품의 고부가가치화를 위한 전략적 연구 등 다양한 학문적 연구가 진행되었다. 전통문화의 이미지나 요소를 활용한 패션문화상품 디자인 및 상품 개발에 관한 연구는³⁾ 주로 전통 창살이나 꽃담, 탈, 민화, 백자, 청자 등 다양한 유물이나 한국적 이미지를 활용한 패션문화상품디자인에 관한 연구가 진행되었고, 한국적 패션문화상품의 현황 및 상품개발전략에 관한 연구⁴⁾도 진행되어 다양한 전략적 방안들을 제시하였다. 특히 패션문화상품에 대한 태도나 구매행동, 구매의도, 선호도에 관한 연구는⁵⁾ 국내 소비자뿐만 아니라 우리나라를 방문한 외국인을 대상으로 한 다각적인 연구가 진행되었다.

그러나 전통 여성 수식에 관한 선행연구는⁶⁾ 역사

적 고찰이나 여성 수식의 문양에 관한 연구, 또는 여성수식의 장식적 요소를 활용한 의상디자인 연구만으로 전통 여성 수식이 갖는 이미지나 선호도에 대한 연구는 부족한 실정이며 이를 활용한 문화상품 역시 미흡한 실정이다. 전통 장신구는 고유의 복식인 한복과 조화를 이루면서 전통의 아름다움을 강조하며 우리 조상들의 의생활과 관련된 미의식을 엿볼 수 있는 문화유산이라 할 수 있다. 특히 다양한 장신구들 중 첩지, 비녀, 뒤꽂이, 떨잠, 땡기, 족두리, 화관 등 갖가지 종류의 여성 수식들은 우리 고유의 머리양식과 함께 화려한 장식미를 나타낸다. 따라서 전통 수식을 활용한 문화상품의 개발 및 우리 전통문화를 계승 발전시키게 될 젊은 세대들이 전통 여성 수식에 대해 인식하는 이미지에 대한 연구는 필요하다고 생각한다.

이에 본 연구는 국내 대학생들을 대상으로 전통 여성 수식에 대한 디자인 선호도를 파악하여 향후 전통 여성 수식을 기반으로 한 문화상품 개발에 기초자료로 활용하고 한국 전통 이미지의 세계화 및 현대화에 기여하고자 하는데 그 목적을 두었다. 연구 방법은 전통 여성 수식에 대한 관련 문헌과 선행연구들을 문헌 고찰하고, 전통 여성 수식에 대한 디자인 선호도 분석을 위한 설문조사를 실시하였다. 그리고 전통 여성 수식은 조선시대를 중심으로 하였으며, 쓰개 종류인 화관과 족두리, 땡기를 제외한 뒤꽂이와 떨잠, 비녀, 첩지로 한정하였다.

II. 전통 여성 수식에 관한 일반적 고찰

조선시대 여성 수식에는 첩지, 비녀, 뒤꽂이, 떨잠과 땡기, 족두리, 화관 등 다양한 종류로 구분할 수 있다. 본 연구에서 대상으로 삼은 비녀, 첩지, 뒤꽂이, 떨잠을 중심으로 여성 수식에 관해 고찰하면 다음과 같다.

비녀는 기혼여성의 쪽진 머리에 사용하거나 관이나 가če 등을 머리에 고정시키기 위하여 사용하던 것으로 비녀의 재료나 장식에 따라 다양한 명칭으로 불리어졌다. 비녀는 다른 수식과 같이 장식적인 목적

뿐만 아니라 머리 형태를 고정시키는 여성의 일상적인 용품 중 하나로 상징적 의미를 지니기도 한다. 용잡은 예장 시 큰 낭자머리에만 사용하였고, 수절하는 부인은 매죽잡이나 죽장을, 상중에는 흰 나무비녀를 꽂았으며, 비녀의 선물은 청혼을 상징하기도 하였다.⁷⁾ 비녀의 형태는 채(釵)와 잠(簪)으로 구분되는데, 채는 \cap 형태로 머리에 꽂는 부분이 두 가닥으로 갈라졌고 윗부분에 장식이 달린 장식비녀의 형태이며, 잠은 <그림 1>⁸⁾과 같이 가늘고 긴 잠신부분과 다양한 장식과 형태로 구성된 잠두부분으로 구성된 것으로 조선시대에 널리 사용되었다.⁹⁾ 비녀의 몸체에 해당하는 잠신부분은 금, 은, 백동, 놋쇠, 백동, 옥, 빨, 뼈, 나무 등을 사용했고, 잠두부분의 장식은 산호나 유리, 파란, 칠보 등 다양한 장식으로 치장하였으며 비녀의 재료나 장식형태에 따라 다양한 명칭으로 불리었다.

뒤꽂이는 쪽진 머리에 비녀 외에 덧꽂던 장신구로 장식을 위한 용도뿐만 아니라 실용적인 목적을 겸한 뒤꽂이도 포함된다. 실용적 기능을 겸한 뒤꽂이는 가르마를 타거나 빗살사이의 때를 제거할 때 사용되던 빗치개 뒤꽂이와 귀지를 파내던 것이 장식화 되어 꽃아진 귀이개 뒤꽂이다. 뒤꽂이 형태는 <그림 2>¹⁰⁾와 같이 대부분 가늘고 긴 침부와 장식부로 구분되며, 장식용 뒤꽂이의 경우 문양과 기법에 따라 화접, 화형, 소형, 연봉뒤꽂이로 구분된다. 화접뒤꽂이는 나비, 국화, 매화의 구성으로 3지형으로 된 것이고, 화형뒤꽂이는 두 송이의 꽃으로 구성되었으며, 소형뒤꽂이는 평평한 은판에 입체감 없이 다양한 문양으로

만 구성된 것이고, 연봉뒤꽂이는 비취, 밀화, 산호, 유리 등을 이용해 막 피어나는 연봉의 형상을 나타낸 것이다.¹¹⁾

또한 상류층 부녀자나 궁중에서 예복을 착용할 때 하던 어여머리나 큰머리에 착용한 떨잠은 여성수기에 있어 화려함의 극치를 나타낸다고 할 수 있다. 머리 앞 중앙에 꽂은 선봉잠은 <그림 3>¹²⁾과 같이 봉황이나 나비 형태의 것이 많았고, 좌우에 꽂는 떨잠은 새나 벌, 꽃의 형태가 많았다.¹³⁾ 떨잠의 형태는 기타 꽃이의 형태와 같이 가늘고 긴 침부와 장식부분으로 구분되며, 원형, 각형, 접형 등 장식 판의 형태에 따라 구분되었다. 장식 판의 재료는 대부분 옥으로 구성되었으며 그 위를 진주, 칠보, 산호, 공작석 등으로 장식하였고, 또 다시 금, 은사를 활용하여 가는 용수철을 만들고 꽃이나 새, 갖가지 보석을 달아 흔들리게 한 떨새 장식을 통해 화려함의 극치를 나타냈다.¹⁴⁾

침지 역시 떨잠과 같이 의례용 수식용품으로 쪽머리의 앞가르마에 얹어 착용하였다. 황후는 도금한 용침지를, 비와 빈은 도금한 봉 침지를, 내외명부는 지체에 따라 <그림 4>¹⁵⁾와 같이 도금, 은, 놋쇠로 된 개구리침지를 사용하여 신분을 나타내는 수단으로 활용되기도 하였다. 특히 궁중에서는 잠자리에 들 때를 제외하고는 항상 착용하였고, 사대부의 경우는 예장시에만 착용하였다.¹⁶⁾

이러한 여성수식의 경우 사용된 재료는 나무, 빨, 뼈를 비롯하여 금, 은, 백동, 옥, 산호, 진주, 파란, 밀화, 공작석, 호박, 마노, 수정 등 다양한 귀금속류가



<그림 1> 매죽잡, 19c
- 궁중유물, p. 111.



<그림 2> 화접뒤꽂이, 19c
- <http://museum.sookmyung.ac.kr>



<그림 3> 선봉잠, 19c
- <http://www.gogung.go.kr>



<그림 4> 도금 개구리침지, 19c
- 전통장신구, p. 22.

사용되었고 하나의 소재가 단독으로 사용되거나 혹은 다양한 소재가 복합적으로 사용되기도 하였다. 또한 여성 수식에 사용된 문양은 식물, 동물, 기타 길상문양 등을 통해 저마다의 염원이나 상징적인 의미들을 내포하고 있다. 식물문양은 국화, 모란, 대나무, 연꽃, 석류 등 꽃 문양이 주를 이루며, 동물문양은 용, 봉황, 나비, 벌, 박쥐, 학 등 조류나 곤충류가 주를 이루었다. 특히 수식에 있어 각기법(刻技法)과 같은 세밀한 조각을 통해 다양한 길상문자나 십장생 등을 나타내기도 하였고, 여기에 파란을 입힌 파란기법, 또 이러한 기법과 함께 다양한 보석을 물린 보석물림 기법 등을 활용하여¹⁷⁾ 각 문양들에 내재된 상징성과 함께 화려한 장식성을 표현하였다.

Ⅲ. 연구의 방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구는 전통 여성 수식을 활용한 패션문화상품 개발의 기초단계로서 전통 여성 수식의 디자인 선호도를 파악하고자 하는데 목적이 있으며 이를 위한 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 전통문화를 모티브로 한 문화상품에 대한 관심과 중요도에 대해 살펴본다. 둘째, 패션문화상품에 전통 여성 수식의 디자인을 적용하기 위한 심미적, 의미적, 실용적 측면에서의 기호성향을 파악한다. 셋째, 패션문화상품을 개발하기 위한 전통 여성 수식 디자인의 선호도를 분석한다. 넷째, 전통문화상품 개발 시 고려사항을 살펴본다.

2. 연구 대상 및 자료 수집

본 연구의 조사 대상자는 현재 서울, 경기도, 강원도, 충청도, 전라도 소재 대학의 대학생을 중심으로 편의표본추출법으로 조사하였다. 자료 수집을 위한 조사기간은 2011년 6월 1일부터 2011년 6월 20일로 하였다. 설문지는 총 270부 가운데 256부가 회수되었으며, 불성실함이나 회피내용 등이 포함된다고 판단되는 응답자료 15부를 폐기하여 총 241부를 유효 표본으로 하였다.

3. 측정 도구 및 분석방법

조사도구는 설문지법을 이용하였다. 측정도구는 선행연구에서 사용된 측정도구와 이론적 배경을 바탕으로 연구자가 개발한 동향을 첨가하였고 예비조사를 거쳐 연구목적에 맞게 수정, 보완한 설문지를 활용하였다. 본 연구에 적합한 패션문화상품의 개발을 위한 여성 수식 디자인 선호도에 관련된 표준화된 설문지가 없기 때문에, 본 연구에 사용된 설문지는 강나영¹⁸⁾, 이지연¹⁹⁾, 채지원²⁰⁾, 최선진²¹⁾의 연구 설문 문항과 장숙환²²⁾, 진지현²³⁾의 이론적 배경을 바탕으로 개발된 문항을 본 연구에 적합한 양식으로 설계하여 의류학 분야 박사 5명에게 내용의 타당성을 검증 받아 중복되거나 유사한 항목들은 통합하고, 중요도가 낮은 항목이나 연관성이 낮은 항목들은 삭제하여 최종 설문지를 완성하였다.

설문지는 크게 세부분으로 전통여성 수식의 선호도에 관한 문항, 전통 여성 수식디자인 모티브를 적용한 패션문화상품 개발을 위한 디자인 선호도에 관한 문항, 그리고 인구통계학적 특성을 묻는 문항으로 구성하였다. 유효 표본에 대한 통계분석방법은 PASW 18.0 통계프로그램을 이용하여 빈도분석, 기술통계, 회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 신뢰도를 측정하기 위하여 Cronbach's alpha를 활용하였고, 전통여성 수식의 선호도에 관한 문항은 5점 리커트 척도에 따른 기술통계, 회귀분석을 실시하였으며, 전통 여성 수식디자인 모티브를 적용한 패션문화상품 개발을 위한 디자인 선호도에 관한 문항과 인구통계학적 특성의 문항은 빈도분석을 실시하였다.

Ⅳ. 결과 및 고찰

1. 인구통계학적 분석

본 연구에서 추출된 표본의 인구 통계학적 특성은 성별, 연령, 학력, 월평균 가구소득, 그리고 월 패션상품 구입비로 구분하여 살펴보았고 그 결과는 <표 1>과 같다.

성별은 여자가 전체의 82.6%로 대부분을 차지하였으며, 연령분포는 18세~20세가 52.7%로 가장 많

〈표 1〉 조사 대상자의 인구통계학적 특성

구분		빈도 (%)	구분		빈도 (%)
성별	남	42(17.4)	대학 소재지	서울·경기도	71(29.4)
	여	199(82.6)		강원도	46(19.1)
연령	18세~20세	127(52.7)		충청도	59(24.5)
	21세~23세	102(42.3)		전라도	65(27.0)
	24세~26세	10(4.1)	200만원 미만	43(17.8)	
	26세 이상	2(0.8)	200만원~399만원	90(37.3)	
월 패션 상품 구입비	10만원 미만	68(28.3)	월평균 가구 소득	400만원~599만원	71(29.5)
	10만원~29만원	133(55.2)		600만원~799만원	22(9.1)
	30만원~49만원	29(12.0)		800만 원 이상	15(6.2)
	50만원~69만원	8(3.3)			
	70만 원 이상	3(1.2)			

왔고 21세~23세도 42.3%로 높은 비율을 차지하였다. 대학의 소재지는 서울과 경기도가 29.4%로 가장 많았으나, 전라도는 27.0%, 충청도는 24.5%, 강원도는 19.1%로 전국적으로 고르게 분포되었다. 월 패션상품 구입비는 10만원~29만원이 55.2%로 가장 많았고, 다음으로는 10만원 미만이 28.3%, 30만원~49만원이 12.0%, 50만원~69만원이 3.3%, 70만 원 이상이 1.2%의 순으로 나타났다. 월평균 가구소득은 200만원~399만원이 37.3%로 가장 많았고, 400만원~599만원이 29.5%, 200만원미만이 17.8%, 600만원~799만원이 9.1%, 800만 원 이상이 6.2%의 순으로 나타났다.

2. 전통문화상품에 대한 관심과 중요도

전통문화상품과 전통 수식에 관한 관심과 중요도를 알아보기 위하여 기술통계의 평균값을 살펴보았

으며, 그 결과는 〈표 2〉와 같다.

한국의 전통문화에 대한 인식은 한국의 전통문화를 좋은 문화라고 생각하는 경우의 평균값이 4.21의 결과를 보여 현재 대학생들은 한국의 전통문화에 대하여 긍정적으로 인식하고 있음을 알 수 있었다. 특히 한국의 전통문화가 좋은 문화라고 생각하지만 현대적으로 재해석하여 계승해야한다는 문항의 평균값이 4.05로 나타나 전통문화에 대한 계승에 있어 현대적 해석이 요구됨을 알 수 있었다.

전통문화상품에 대한 관심을 살펴보면, 전통문화상품에 대하여 관심을 가지고 있다는 3.12로 나타나 젊은 세대가 전통문화에 대하여 긍정적으로 인식하고 있지만 전통문화상품에 대한 직접적인 관심은 전통문화에 대한 인식보다 낮은 수준임을 알 수 있었다. 뿐만 아니라 문화상품에 대한 구입경험의 평균값

〈표 2〉 전통문화상품과 전통 수식에 대한 관심과 중요도

문 항		M	SD	Cronbach's alpha
전통 문화에 대한 인식	전통문화가 좋은 문화라고 생각함	4.21	0.870	0.747
	전통문화를 현대적으로 재해석하여 계승해야 함	4.05	1.007	
	전통문화는 원형 그대로 계승되어야 함	3.21	1.102	
전통문화 상품에 대한 관심	전통 문화상품에 대한 관심을 가지고 있음	3.12	1.002	
	전통 문화상품 구입 경험이 있음	2.76	1.183	
	전통 문화상품을 소유하고 있음	2.66	1.173	
전통 수식에 대한 지식	한국 전통 여성 수식에 대하여 알고 있음	2.46	1.024	
	한국의 전통 여성 수식을 모티브로 패션제품을 소유하고 있음	2.06	1.120	
	한국의 전통 여성 수식을 구매한 경험이 있음	1.82	1.820	
구매 의사	전통 여성 수식을 모티브로 한 패션 문화 상품을 구매할 의향이 있음	3.10	1.085	

은 2.76, 그리고 전통문화상품의 소유는 2.66으로 낮은 수치를 보여 전통문화에 관한 인식과 전통문화상품에 대한 관심이 일치하지 않음을 알 수 있었다. 특히 전통 수식에 대한 지식은 전통문화상품에 관한 관심보다 낮은 수준을 보였다. 한국 전통 여성 수식에 대하여 알고 있다는 평균값은 2.46의 결과를 보였고, 전통 여성 수식에 대한 구매경험은 1.82가 나타나 젊은 세대의 전통 여성 수식에 대한 지식과 관심도가 매우 낮음을 알 수 있으며 직접적 구매율도 매우 낮은 것을 알 수 있었다. 그럼에도 불구하고 전통 여성 수식을 모티브로 한 패션 문화상품이 개발될 경우 구매할 의향이 있다는 항목의 평균값은 3.10의 결과를 보여 전통문화를 계승한 문화상품 개발에 대하여 개발과 발전의 가능성이 있다고 사료된다.

3. 전통 여성 수식 디자인의 적용 및 변형

패션문화상품 개발을 위한 전통 여성 수식 디자인에 대한 적용과 변형에 관한 기호 성향은 기술 통계의 평균값으로 살펴보았으며, 그 결과는 <표 3>과 같다.

전통 여성 수식의 디자인을 패션문화상품에 적용하기 위한 기호성향을 살펴보면 현대적 감각에 맞추어 디자인되어야 한다는 항목의 평균값이 4.07로 가장 높은 결과를 보여 현대의 젊은 세대들은 전통문화 디자인에 대한 현대적 트렌드의 해석을 요구함을 알 수 있었다. 또한 한국 전통 문화의 모티브가 패션문화상품 개발에 활용되어야 한다는 평균값은 3.80으로 나타났으며, 패션문화상품의 모티브는 유행이 있다고 생각한다는 3.65의 결과를 보여 많은 대학생들

이 패션문화상품의 유행이 있다고 생각하며 현대적인 감각에 맞춘 디자인을 요구하고 있다는 점을 알 수 있었다.

패션문화 상품에 적용되는 전통여성 수식 디자인의 모티브 변형에 대한 생각에서는 전통을 헤치지 않는 범위에서 디자인을 변형해야 한다는 3.79로 나타났고, 전통을 헤치지 않는 범위에서 색상을 변형해야 한다는 3.78로 나타나 전통 여성 수식을 현대 패션문화상품의 모티브로 적용할 경우 전통성을 계승하면서 현대인의 기호에 맞게 발전시킨 디자인과 색상이 요구됨을 알 수 있었다.

4. 전통 여성 수식 디자인의 적용을 위한 기호 성향

전통 여성 수식 디자인을 적용하기 위한 전통문화상품 기호성향은 기술통계의 평균값과 그것으로부터 도출된 순위 분석을 통하여 파악하였다. 우선 기호성향을 디자인에 관련된 심미적 측면, 의미적 측면, 실용적 측면으로 구분하여 대학생들의 문화상품의 구입 시 영향을 미치는 요소를 살펴보았으며, 각각의 기호성향을 세부 항목으로 나누고 각 측면에서 영향을 미치는 요인을 파악하였다.

<표 4>는 대학생들이 문화상품 구입 시 고려하는 점을 살펴본 기술통계의 결과로 문화상품 구입 시 디자인이나 색상을 고려한다는 항목의 경우 평균값이 3.53으로 나타났고, 전통의 의미가 잘 표현되는가를 고려한다는와 실용적인 측면을 고려한다는 3.12의 동일한 평균값을 보였다. 이와 같은 결과를 통해 대

<표 3> 패션문화상품 개발을 위한 전통 여성 수식 디자인의 적용 및 변형

문 항		M	SD	Cronbach's alpha	
전통 여성 수식에 대한 디자인의 적용	현대 감각에 맞추어 디자인되어야 함	4.07	0.961	0.641	
	한국 전통 문화의 모티브가 활용되어야 함	3.80	0.889		
	패션문화 모티브의 유행이 있다고 생각함	3.65	1.002		
전통 여성 수식에 대한 디자인의 변형	전통성을 헤치지 않는 범위에서 디자인 변형 요구	3.79	0.871		
	전통성을 헤치지 않는 범위에서 색상 변형 요구	3.78	0.892		
	전통성을 헤치더라도 디자인 변화 요구	3.34	1.081		
	전통성을 헤치더라도 색상 변화가 요구	3.25	1.074		
	전통성을 유지할 위하여 변형이 요구되지 않음	2.24	0.191		

〈표 4〉 전통 문화상품의 기호성향

문항	M	SD	Cronbach's alpha
디자인이나 색상을 고려함	3.53	1.008	0.811
전통이미 표현을 고려함	3.12	0.848	
실용성을 고려함	3.12	0.901	

〈표 5〉 전통 여성 수식 디자인을 위한 기호 성향

문항		M	SD	Cronbach's alpha
심미적 측면	디자인을 중요하게 여김	3.98	0.824	0.812
	색상을 중요하게 여김	3.87	0.880	
	독창성을 중요하게 여김	3.79	1.000	
	문양을 중요하게 여김	3.78	0.924	
의미적 측면	희귀성을 중요하게 여김	3.59	0.992	
	소장가치를 중요하게 여김	3.56	0.951	
	상징성을 중요하게 여김	3.48	0.885	
실용적 측면	가격을 고려함	3.89	0.825	
	기타 패션제품들과의 어울림을 고려함	3.85	0.935	
	활동성이나 착용감을 고려함	3.39	0.907	

학생들이 문화상품을 구입할 때 디자인을 포함하는 심미성, 전통의 의미성, 실용성을 모두 고려함을 알 수 있었으며, 그 가운데 디자인을 가장 중요하게 여김을 알 수 있었다. 따라서 젊은 세대를 위한 전통 여성 수식 디자인이 적용된 패션문화상품을 개발할 경우 실용성과 전통의 의미가 내포된 제품으로 디자인에 중점을 둔 상품이 개발되어야 할 것으로 사료된다.

〈표 5〉는 전통 여성 수식의 디자인을 패션문화상품에 적용하기 위하여 〈표 4〉의 각 측면을 세부 항목으로 구분하여 기술통계 분석한 디자인에 대한 구체적 기호성향의 결과이다.

심미적인 측면의 평균값을 순위를 살펴보면 디자인을 중요하게 여긴다(3.98), 색상을 중요하게 여긴다(3.89), 독창성을 중요하게 여긴다(3.79), 문양을 중요하게 여긴다(3.78)의 순으로 나타나 심미적 측면에서는 디자인을 가장 중요하게 여기며, 다음으로는 색상의 요소가 문화상품 디자인의 기호 성향에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 심미적 측면의 세부 항목들만을 비교할 경우 독창성과 문양은 낮은 순위를 보이지만, 모든 항목들을 비교할 경우 높은 순위

의 평균값을 보인다는 점에서 문화상품 개발에서 배제할 수 없는 요인임을 알 수 있었다.

전통성에 대한 의미적 측면에서의 평균값은 희귀성을 중요하게 여긴다(3.59), 소장가치를 중요하게 여긴다(3.56), 상징성을 중요하게 여긴다(3.48)의 순위로 나타나, 젊은 세대의 패션문화상품 선택 기준은 문화상품이 가지는 상징성이나 소장의 가치보다는 개인의 개성을 표현할 수 있는 희귀성을 중요하게 여김을 알 수 있었다. 또한 의미적 측면의 평균값은 다른 심미적 측면이나 실용적 측면의 평균값보다 대체적으로 낮은 결과를 보인다는 점에서 젊은 세대들의 패션문화상품의 구매 시 전통 문화상품에 내제되어 있는 전통의 의미성이 다른 요인들과 비교하여 중요한 선택의 요인이 되지 못함을 알 수 있었다.

실용적인 측면의 요인들에 대한 순위는 가격고려(3.89), 소장제품들과의 조화(3.85), 활동성이나 착용감(3.39)의 순으로 나타났다. 특히 가격요인에 대한 평균값은 3.89로 심미적 측면의 디자인 요소 다음으로 높은 결과를 보여 젊은 계층이 패션문화 상품을 구입할 때 가격요인이 선택에 대한 중요한 요소로 작용함을 알 수 있었다. 뿐만 아니라 기타 패션제품

들과의 조화를 중요하게 여긴다는 항목의 평균값이 3.85로써 가격요인과 유사한 결과를 보여 다른 패션 제품들과의 조화가 패션문화상품 선택의 중요한 요인이 되는 것을 알 수 있었다. 반면 활동성이나 착용감의 고려에 대한 항목은 모든 요인들 가운데 가장 낮은 평균값이 나타났다.

따라서 젊은 계층을 위한 패션 문화상품을 개발할 경우 그들이 요구하는 디자인의 요소를 가장 고려해야 하고, 다른 패션 제품들과도 쉽게 조화될 수 있는 패션 제품이 제작되어야 할 것이다. 또한 가격은 디자인의 요소와 더불어 젊은 계층의 상품선택의 중요한 요인으로 작용하기 때문에 패션문화상품 개발 시 그들의 경제적 사정을 고려한 적절 수준의 가격이 반드시 고려되어야 할 것으로 사료된다.

5. 전통 여성 수식 디자인 선호도

패션문화상품의 개발을 위한 전통 여성 수식 디자인에 대한 선호도는 수식의 종류, 문양, 이미지, 색상

계열, 색상 이미지, 문양 배치, 문양 크기, 전통 수식의 적용 아이템, 그리고 전통 수식 적용 시 의류 아이템의 문항으로 구분하였고, 빈도분석을 통하여 <표 6>과 같이 검증하였다.

전통 여성 수식 디자인에 관한 선호도를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 전통 여성 수식의 종류에 대한 선호도를 알아보기 위하여 첩지, 비너, 뒤꽂이, 떨잠의 사진자료를 제시하였으며, 그 가운데 가장 높은 빈도를 나타낸 것은 전체의 46%가 선택한 비너이다.

문양은 전통 여성 수식에 적용된 문양을 꽃과 같은 식물 문양, 용·나비·별 등의 동물 문양, 기하학적 문양, 복합문양으로 유형화하여 사진자료로 제시하였으며, 분석 결과 34.9%를 차지하는 식물문양이 가장 높은 빈도를 차지하였고, 다음으로는 동물문양, 기하학적 문양, 복합문양의 순으로 나타나 젊은 계층이 선호하는 수식의 문양은 식물문양임을 알 수 있었다.

이미지에 대한 선호도 순위는 세련된 디자인이

<표 6> 전통 여성 수식을 응용한 문화상품 개발을 위한 디자인 선호도

항 목		빈도(%)	항 목		빈도(%)
수식 종류	비너	112(46.5)	색상 이미지	전통 이미지를 살릴 수 있는 색상	86(35.7)
	뒤꽂이	67(27.8)		선명하고 밝은 느낌의 색상	80(33.2)
	떨잠	58(24.1)		은근한 파스텔 느낌의 색상	54(22.4)
	첩지	4(1.7)		어두운 무게감 있는 느낌의 색상	21(8.7)
문양	식물문양	84(34.9)	문양 배치	자유배치	112(46.5)
	동물문양	62(25.7)		규칙적 배치	57(23.7)
	기하학적 문양	50(20.1)		좌우대칭	47(19.5)
	복합문양	45(18.7)		좌우비대칭	25(10.4)
이미지	세련된 디자인	63(26.1)	문양 크기	중간크기 문양	178(73.9)
	우아한 디자인	43(17.8)		작은 문양	44(18.3)
	모던한 디자인	35(14.5)		큰 문양	19(7.9)
	화려한 디자인	35(14.5)		전통 여성 수식 적용 아이템	액세서리(스카프, 넥타이)
	고급스러운 디자인	32(13.3)	가방		38(15.8)
	여성스러운 디자인	17(7.1)	의류		26(10.8)
	단순한 디자인	8(3.3)	신발		11(4.6)
	색상 계열	귀여운 디자인	8(3.3)	의류 적용 아이템	기타
붉은색 계열		113(46.9)	원피스		102(42.3)
보라색 계열		30(12.4)	셔츠		67(27.8)
푸른색 계열		29(12.0)	스커트		34(14.1)
노란색 계열		29(12.0)	재킷		29(12.0)
검정 및 회색 계열		27(11.2)	팬츠		9(3.7)
흰색 계열		11(4.6)			
초록색 계열		2(0.8)			

26.1%로 가장 높았으며, 우아한 디자인, 모던한 디자인, 화려한 디자인, 고급스러운 디자인, 여성스러운 디자인, 단순한 디자인, 귀여운 디자인의 순으로 나타났다.

색상의 계열의 분석 결과를 살펴보면, 46.9%가 붉은색 계열을 선호하여 가장 높은 빈도를 차지하였고, 보라색 계열은 12.4%, 푸른색 계열과 노란색계열은 각각 12.0%의 결과 값이 나타나 세 가지 색상계열은 낮은 비율을 차지하지만 유사한 빈도의 선호도가 나타나는 것을 알 수 있었다.

색상의 이미지는 전통적인 이미지를 살릴 수 있는 색상이 35.7%로 가장 높은 빈도를 차지하였다. 그러나 다음의 순위인 선명하고 밝은 느낌의 색상 또한 33.2%의 유사한 빈도를 차지하여 색상의 이미지는 전통의 이미지를 살릴 수 있는 색상과 선명하고 밝은 느낌의 색상이 선호되었다.

문양의 배치와 크기를 살펴보면 자유로운 배치가 46.5%로 가장 높은 결과를 보였고, 규칙적인 배치, 좌우대칭 배치, 그리고 좌우비대칭배치의 순으로 나타나 전통 수식 문양을 패션 문화상품에 적용할 경우 정형화된 패턴의 규칙적 배치보다는 패턴의 크기나 문양이 자유롭게 배열된 텍스타일 패턴이 개발되어야 할 것으로 사료된다. 문양의 크기에서는 중간크기의 문양을 73.9%가 선택하여 작은 문양이나 큰 문양보다는 대부분 중간크기의 문양을 선호하는 것을 알 수 있었다.

전통 여성 수식의 디자인을 활용한 패션 아이템은

스카프와 넥타이를 포함한 액세서리류가 66.4%로 매우 높은 선호도를 보여 전통 여성 수식 디자인을 패션 아이템에 적용할 경우 액세서리류의 개발이 요구됨을 알 수 있었다. 그러나 가방은 15.8%, 의류는 10.8%로 낮은 선호도가 나타났으며, 신발 또한 4.6%로 매우 낮은 선호도를 보였다. 전통 여성 수식 디자인을 의류에 적용할 경우 가장 선호하는 아이템은 42.3%를 차지하는 원피스이며, 그 다음으로는 셔츠, 스커트, 재킷, 팬츠의 순으로 나타났다.

6. 전통문화상품 개발 시 고려사항

전통문화상품을 개발 할 경우 고려해야할 사항은 전통 모티브의 활용과 문화상품의 관심 요소와의 회귀분석, 그리고 가격요인과 문화상품의 관심 요소와의 회귀분석 결과를 통하여 <표 7>과 같이 검증하였으며, 분산분석에서 모형 적합도는 매우 유의적 ($p < 0.05$)으로 나타났다.

문화상품에 있어 전통 모티브의 활용 시 고려해야 할 사항에 대한 회귀분석 결과는 회귀성을 증시한다는 항목의 유의확률이 0.004의 값을 보여 전통문화상품의 모티브를 현대 문화상품에 적용할 경우 문화상품의 회소가치에 대한 특성을 중요하게 고려해야 할 것으로 나타났다. 또한 소유하고 있는 패션제품들과의 어울림을 고려한다는 항목의 유의확률이 0.060이며, 문양을 중요하게 여긴다가 0.065, 그리고 디자인을 중요하게 여긴다가 0.071의 값으로 세 문항의 유

<표 7> 전통문화상품 개발 시 고려하여야 할 사항

독립변수		B	SE	β	t	Sig.
상수(constant)		1.101	0.354	-	3.109	0.002
문화상품의 전통 모티브 활용 시 고려사항	회귀성 중시	0.185	0.064	0.207	2.908	0.004**
	기타 패션제품들과의 어울림 중시	0.128	0.068	0.134	1.893	0.060*
	문양 중시	0.138	0.075	0.144	1.854	0.065*
	디자인 중시	0.165	0.019	0.153	1.813	0.071*
상수(constant)		1.171	0.382	-	3.059	0.002
문화상품의 가격요인과 개발 시 고려사항	기타 패션제품들과의 어울림 중시	0.245	0.073	0.238	3.354	0.001**
	독창성 중시	0.162	0.069	0.169	2.358	0.019**
	디자인 중시	0.193	0.099	0.166	1.964	0.051*

* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$

의확률 값이 유사한 결과를 보이는 것으로부터 문화상품의 희귀성과 함께 문양을 포함하는 디자인의 요소와 기타 패션제품들과의 조화를 고려하여 현대적 감각에 맞는 패션문화상품이 개발되어야 함을 알 수 있었다.

가격요인에 대한 희귀분석 결과는 소유하고 있는 패션제품들과의 어울림을 고려한다는 항목의 유의확률 값이 0.001의 결과를 보였으며, 독창성을 중요하게 여긴다가 0.019, 그리고 디자인을 중요하게 여긴다가 0.051의 유의확률 값을 보였다. 그 결과 전통 여성 수식 디자인을 적용한 패션문화상품을 개발할 때 젊은 세대가 보편적으로 가지고 있는 기타의 패션제품들과의 조화를 고려하여 구입할 수 있는 가격의 부담을 주지 않는 범위 내의 제품을 개발하여야 할 것이다. 더불어 현대 젊은 계층의 트렌드를 반영한 패션아이템과 디자인을 선정하여야 하며, 그와 함께 독창성을 표현할 수 있는 문화상품이 개발되어야 할 것으로 사료된다.

V. 결론

본 연구는 전통 여성 수식 디자인을 적용한 패션문화상품 개발을 위한 기초연구로써 서울, 경기도, 강원도, 충청도, 그리고 전라도 소재 대학의 학생들을 대상으로 전통문화를 모티브로 한 문화상품에 대한 관심과 중요도, 패션문화상품에 대한 기호성향, 패션문화상품을 개발하기 위한 전통 여성 수식 디자인의 선호도 그리고 전통문화상품 개발 시 고려해야 될 사항을 분석한 것으로 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 현재 한국의 대학생들은 전통문화상품에 대하여 대체적으로 관심을 가지고 있고 것으로 나타났으며, 한국의 전통문화가 좋은 문화라고 생각하지만 반드시 원형 그대로 계승되어야 한다고 생각하기 보다는 시대에 맞게 현대적으로 재해석하여 계승되어야 한다고 생각하였다. 그럼에도 불구하고 전통문화상품의 구매의 경험이 낮으며, 전통 여성 수식에 대한 관심이 적고, 잘 알고 있지 않는 것으로 나타났다. 그러나 전통 여성 수식을 모티브로 한 패션 문화상품이 개발될 경우 많은 학생들이 구매 의사가 있다고

응답하였다. 전통문화를 모티브로 한 문화상품에 대한 관심과 중요도의 결과로 볼 때, 젊은 세대들이 한국의 전통문화에 대한 관심을 높일 수 있는 현대적 디자인 트렌드에 부합하는 젊은 감각의 전통문화상품 개발이 요구되며, 더불어 한국의 전통문화에 대한 지식의 폭을 넓힐 수 있는 전통문화 콘텐츠 개발이 적극적으로 이루어져야 할 것이다.

둘째, 젊은 세대들은 대체적으로 한국의 전통 문화의 모티브가 패션문화상품에 적용되어야 한다고 여기고 있으며, 현대 패션의 유행에 맞도록 전통문화 모티브가 현대적 감각으로 디자인되어야 한다고 여겼다. 따라서 전통 여성 수식을 패션문화상품에 적용할 경우, 전통성을 계승하면서 전통 디자인을 현대적으로 발전시킨 디자인 모티브가 개발되어야 할 것이다. 전통 여성 수식의 디자인 변형에서는 전통성을 헤치더라도 현대적으로 디자인되어야 한다보다는 전통성을 헤치지 않는 범위에서 기호에 맞게 디자인되어야 한다는 결과가 나타나 전통 여성 수식의 디자인을 패션문화상품에 원형 그대로 적용하기 보다는 수요자의 디자인 성향을 파악한 후 그들의 요구에 따르는 모티브를 개발하여야 할 것으로 사료된다.

셋째, 젊은 세대들이 전통문화상품을 선택할 때 심미적 측면, 전통성의 의미적 측면, 실용성을 모두 고려하는 것으로 나타났으며, 그 중에서도 심미적 측면이 전통문화상품 선택 기준에 가장 큰 영향을 미치는 것을 나타냈다. 각 측면에서의 구체적인 기호 성향을 살펴보면, 심미적 측면에서는 디자인을 가장 중요하게 여기며, 다음으로는 색상, 독창성, 문양의 순으로 나타났다. 의미적 측면에서는 희귀성, 소장가치, 상징성의 순으로 나타났으며, 실용적 측면에서는 가격을 가장 중요하게 여기며 다음으로는 가지고 있는 패션제품들과의 어울림을 고려하는 것으로 나타났다. 세 측면을 통합한 평균값 순위에서는 디자인, 가격, 색상의 순으로 나타나 대학생들의 문화상품선택에 있어서 디자인 요소뿐만 아니라 가격도 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있다. 따라서 젊은 세대를 위한 패션문화상품의 개발 시 그들의 경제적 사정을 고려한 적절한 가격이 형성되어야 할 것으로 사료된다.

넷째, 전통 여자 수식 디자인의 선호도를 살펴보면

면, 수식의 종류에서는 비녀를, 문양에서는 식물문양을, 이미지에서는 세련된 이미지를 가장 많이 선택하였다. 색상의 계열은 붉은색을 가장 많이 선호하였고 색상의 이미지는 전통을 살릴 수 있는 색상을 가장 많이 선택하였다. 문양에서는 자유로운 배치와 중간 크기의 문양을 가장 많이 선호하였다. 전통 여성 수식 디자인의 문화상품 적용아이템의 선호도 순서는 액세서리, 가방, 의류, 신발, 기타의 순이었으며, 의류에 적용하기 위한 아이템의 선호도 순서는 원피스, 셔츠, 스커트, 재킷, 팬츠의 순으로 나타났다.

다섯째, 문화상품의 전통 모티브 활용 시 회귀성, 기타 패션제품들과의 어울림, 문양 그리고 디자인이 고려되어야 하는 것으로 파악되었다. 가격에 따른 문화상품 개발 시 고려사항은 기타 패션제품들과의 어울림, 독창성 그리고 디자인으로 나타났다. 모티브의 활용과 가격 사항 모두에서 기타의 패션 제품과의 조화의 항목이 포함되어 있기 때문에 패션문화상품을 개발할 경우 젊은 계층의 패션 트렌드를 반영한 디자인과 패션 아이템의 선정이 중요함을 알 수 있었고, 더불어 젊은 세대의 개성을 표현할 수 있는 회귀성과 독창성이 반영된 디자인의 연구가 요구된다고 할 수 있다.

이상의 연구결과 대학생들이 가지고 있는 전통문화에 대한 긍정적인 인식을 바탕으로 그들의 전통문화상품에 대한 관심 증대와 전통 문화 지식의 함양을 위하여 패션문화상품의 개발이 필요함을 알 수 있었다. 특히 현대 패션을 이끌어가는 중요한 주역이라 할 수 있는 젊은 세대들의 기호성향을 파악하여 전통 여성 수식을 활용한 패션문화상품 개발의 가능성을 제시함으로써 한국 전통 이미지의 보편화와 현대화에 기여할 수 있을 것이며, 나아가 한국의 전통 디자인에 대한 현대적 발전 가능성과 세계화를 기대할 수 있을 것이라 예측된다. 본 연구에서 분석한 선호도를 바탕으로 후속 연구에서는 전통 여성 수식의 모티브를 패션문화상품에 적용하기 위한 디자인의 심도 있는 분석과 이를 활용한 구체적인 패션문화상품 개발이 이루어 질 수 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

- 1) 김은실, 도윤희 (2010), 광주지역 패션문화상품의 전략적 방안에 관한 연구, *한국디자인문화학회지*, 16(2), p. 122.
- 2) 이진화, 김민자, 이진민 (2005), 한국 패션문화상품의 고부가가치화를 위한 대응 전략 연구, *한국의류학회지*, 29(7), p. 968.
- 3) 김선영 (2010), 전통 꽃담 문양을 이용한 패션 문화상품 디자인 개발, *복식문화연구*, 18(4), pp. 731-740.
김선영 (2010), 전통 창살 문양을 응용한 패션문화상품 디자인 개발, *복식*, 60(9), pp. 16-25.
김소형 (2005), 패션문화상품 디자인 개발-전통 조각보의 이미지를 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
김현주, 서수현, 장남경 (2005), 태극기를 응용한 패션 상품개발을 위한 디자인 프로세스, *복식*, 55(4), pp. 1-15.
손경필 (2000), 전통 문양을 응용한 문화상품 개발에 관한 연구, 조선대학교 대학원 석사학위논문.
이재민 (2002), 지역문화를 기반한 패션문화상품 개발 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
이종분, 이수철 (2000), 한국의 전통 적 곡선미를 이용한 문화상품 개발에 관한 연구, *디자인연구집*, 6(1), pp. 456-468.
정진순 (2009), 조선 청화백자에 표현된 사군자 문양을 이용한 직물디자인 개발 및 패션제품 제작, *한국의류산업학회지*, 11(2), pp. 242-251.
- 4) 남재경, 금기숙 (2004), 한국적 이미지를 응용한 패션 문화상품의 현화 분석에 관한 연구, *한국복식학회 2004춘계학술대회 논문집*, pp. 352-353.
이우휘 (2002), 한국전통 문화고찰을 통한 문화상품 개발 방향 연구, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
이진화, 김민자 (2004), 한국패션문화상품의 고부가가치화를 위한 대응전략 연구, *한국의류학회 2004춘계학술대회논문집*, p. 35.
정은슬기, 정성혜 (2001), 우리나라 관광쇼핑상품의 시장현황과 패션문화상품 개발에 관한 연구, *한국패션디자인학회지*, 1(1), pp. 187-208.
현선희, 배수정 (2007), 패션문화상품의 한국 전통문양 활용 실태에 관한 연구, *한국의류학회지*, 31(8), pp. 96-105.
- 5) 김하연 (2008), 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 한국인 소비자의 태도 및 구매의도, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
김하연, 이유리 (2008), 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 한국인 여성 소비자의 태도 및 구매의도, *한국의류학회지*, 32(11), pp. 1715-1725.
문희강, 윤초롱 (2011), 청소년들의 전통 문화인식에 따른 한국적 패션문화상품에 대한 이미지 연상, *한국의류학회지*, 35(1), pp. 51-62.
이진화 (2006), 한국 패션문화상품 소비자에 대한 시장 세분화와 구매행동 연구-방한 일본 관광객을 중심으로, *한국의류산업학회지*, 8(4), pp. 427-432.

- 장세정, 이유리 (2008), 방한 외국인의 한국에 대한 국가이미지가 패션문화상품 선호도에 미치는 영향, *한국 의류학회지*, 32(4), pp. 669-680.
- 조윤경 (2008), 소비자 특성과 점포요인에 따른 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 태도와 구매의도, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 조윤진 (2007), 한국 방문 외국인의 패션문화상품에 대한 태도와 관련 변인 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 조윤진, 이유리 (2007), 패션문화상품에 대한 태도와 구매의도, *복식*, 57(10), pp. 74-86.
- 이지연 (2010), 전통 관광기념품 기획을 위한 외국인 관광객의 선호도 및 구매행동 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 6) 고쟁 (2010), 조선시대 여성의 머리장식에 관한 연구, 부산외국어대학교 대학원 석사학위논문.
- 김봉희 (2007), 조선시대 여성 장신구의 현대적 변용 연구, 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 손희정 (2004), 전통문양의 이미지를 활용한 장신구 디자인 연구, 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 송연진 (2005), 조선후기 여성 수식의 장식적 요소를 활용한 의상디자인 연구, 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 이유정 (2008), 조선 후기 여성수식 장신구에 관한 연구, 동아대학교 석사학위논문.
- 조현영 (2009), 조선시대 여성 장신구에 나타난 문양 연구, 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 홍은정 (2008), 조선시대 규방문화를 반영한 의상디자인 개발, 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위논문.
- 7) 홍은정, *op. cit.*, p. 18.
- 8) 한석홍, 임원순 (2007), *궁중유물*, 서울: 대원사, p. 111.
- 9) 조현영, *op. cit.*, p. 37.
- 10) "화접뒤꽂이", 자료검색일 2011. 11. 8, <http://museum.sookmyung.ac.kr/>
- 11) 장숙환 (2002), *전통장신구*, 서울: 대원사, pp. 44-46.
- 12) "선봉잠", 자료검색일 2011. 11. 8, http://www.gogun.g.go.kr/royal/search_view.jsp?no=64&rn=45&tot=1515&gubun=&pg=6&searchvalue=&ret=search
- 13) 조현영, *op. cit.*, p. 44.
- 14) 고쟁, *op. cit.*, p. 37.
- 15) 장숙환, *op. cit.*, p. 22.
- 16) *Ibid.*, p. 22.
- 17) *Ibid.*, p. 44.
- 18) 강나영 (2010), 프리미엄 진 선호 및 구매의도의 영향 요인 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, pp. 77-88.
- 19) 이지연 (2010), 전통 관광기념품 기획을 위한 외국인 관광객의 선호도 및 구매행동 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, pp. 79-86.
- 20) 채지원 (2010), 컨템포러리 패션 트렌드 선호도 분석에 기반한 여성복 상품 기획 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, pp. 139-157.
- 21) 최선진 (2007), 현대 여성의 웨딩문화 변화에 따른 웨딩드레스 디자인 선호도 분석, 경희대학교 대학원 석사학위논문, pp. 72-79.
- 22) 장숙환 (2008), 조선시대의 전통장신구를 보는 열린 눈, *복식*, 58(5), pp. 51-70.
- 23) 전지현, 앤드류 레프터리 (2009), 전통문화 정체성에 관한 조형성 특성과 패션문화상품 개발, *복식*, 59(7), pp. 65-76.