

신한복 치마에 대한 인식과 디자인 선호도에 관한 연구

허승연 · 차수정[†] · 안명숙^{††}

광주대학교 패션주얼리학과 교수 · 국립목포대학교 패션의류학과 교수[†]
· 광주대학교 패션주얼리학과 교수^{††}

A study on the perception and design preference of New Hanbok's skirt

Seungyeun Heo · Sujoung Cha[†] · Myungsook An^{†††}

Professor, Division of Fashion & Jewelry, Gwangju University

Professor, Dept. of Fashion & Clothing, Mokpo National University[†]

Professor, Division of Fashion & Jewelry, Gwangju University^{†††}

(2020. 3. 26 접수; 2020. 5. 14 수정; 2020. 6. 9 채택)

The purpose of this study is to identify the perception of New-Hanbok Skirts that female consumers have and to analyze the design preference based on the analysis of designs of skirt products currently in distribution. Based on the analysis of the New-Hanbok brand website, the research was conducted through a survey of 355 women in their 20s and older. The survey consisted of 24 questions which were divided into pattern, color, material, and recognition type questions. The research results are as follows. First, most adult women answered that a New-Hanbok skirt is appropriate to wear at a holiday, anniversary, or outer dress for the spring and autumn seasons, and the design is the most important thing when considering buying. However, the ratios of wearing experience and possession were very low. Second, the preferred design aspects of a New-Hanbok skirt were the Jarak-skirt or Deot-skirt, calf-length, 5cm width of the waistband, 3cm uniform crease, a normal length waistband, bright neutral colors, and a waistband in different colors. For the double skirt, the design that shows 4cm of lining fabric and the different colors of upper fabric was the most preferred. The most preferred material was plain cotton. On the other hand, small floral patterns were preferred for patterned materials, and opaque upper fabric was most preferred for the double skirt. Through this study, it was confirmed that the Hanbok is seen as a positive aspect for modern consumers.

Key Words: actual wearing condition(착용실태), design preference(디자인 선호도), new-Hanbok(신한복), perception(인식), skirt(치마)

[†]Corresponding author ; Sujoung Cha

Tel. +82-61-450-2532

Email: carollain@mokpo.ac.kr

^{††}Corresponding author: Myungsook An

Tel. +82-62-670-2348

Email: msan@gwangju.ac.kr

I. 서론

신한복 브랜드는 한복을 매일매일 입고 싶은 데일리룩으로 재해석한 코리안 시크(Korean chic)를 콘셉트로 2014년과 2015년에 온라인 쇼핑몰로 출현하기 시작했다. 전통 한복과 양장을 접목한 뉴트로(new-tro)풍의 신(新)한복은 연령대를 불문하고 현대 소비자에게 호응을 얻으면서 전통복식문화의 대중화를 이끌고 있다(박근희, 2019). 최근 들어 신한복 브랜드들이 다양한 유통채널을 통해 매출이 신장하면서 해외 진출을 모색하고 있다. 그 중 신한복 허리치마는 전통 한복 치마를 응용하여 평상시 데일리룩으로 착용이 가능하도록 전통 한복 치마의 단점을 보완한 제품으로서 현대 한복산업 영역의 확대를 주도하고 있다.

신한복은 2014년 한복진흥센터의 주관으로 이루어진 ‘한복 예쁘게 입기’, ‘한복의 날’과 같은 한복 행사를 계기로 주목받기 시작하였으며, 이는 전년 대비 26%의 한복판매량이 증대를 가져왔다. 특히, 신한복은 20대를 주축으로 한복과 함께한 일상을 담아 올린 SNS 사진 게시물을 통해 이슈화되기 시작했다. 다양한 신한복 디자인의 출현은 기존 50대 이상 연령대에게만 관심 받던 한복을 타 연령대에게 까지 소비영역이 확장되면서 현재까지 꾸준한 성장세를 지속하고 있다(최유진, 2019).

전통적으로 한복 치마는 단독으로 착용되기 보다는 저고리와 함께 착용되어 왔다. 조선시대 치마는 다양한 형태가 있다고 알려져 있으며, 한복 치마에 초점을 맞춘 디자인분야 선행연구는 <표 1>과 같다. 하지만 신한복을 비롯한 전통복식문화에 대한 관심과 수요가 증가하고 있음에도 불구하고

고 신한복 치마에 대한 연구는 미흡한 상황이다.

특히 기존 전통한복에 비해 부피가 작고 착용이 간편해진 신한복 치마는 현대 기성복과의 믹스매칭이 쉬워 전통복식문화에 관심이 있는 소비자의 접근이 어렵지 않은 아이템 중 하나이다. 따라서 본 연구는 현재 유통되고 있는 신한복 브랜드 치마 제품의 디자인 유형 분석을 기반으로 현대 여성 소비자가 신한복 치마에 대해 가지고 있는 인식을 파악하고, 신한복 치마에 대한 디자인 선호도를 분석하고자 한다. 이로써 새로운 장르의 현대 의복으로서 신한복을 한순간의 유행으로 끝내지 않고 일상생활 속에 정착시키고 발전시키는데 필요한 실증적 연구, 즉 신한복의 대중화와 활성화를 위한 기초자료를 제공하는데 연구의 의의를 두고자 한다.

II. 연구방법 및 내용

본 연구는 신한복 치마에 대한 이해를 위해 한복 관련 선행연구와 문헌연구, 신한복 브랜드 공식 웹사이트 분석을 바탕으로 이론적 고찰을 하였고, 설문조사를 통해 신한복 치마에 대한 인식과 디자인 선호도를 분석하고자 한다.

연구대상은 신한복 브랜드 웹사이트에 노출된 신한복 치마 중에서 자락치마 유형으로 치마폭, 허리말기, 치마끈으로 구성된 전통성에 바탕을 둔 치마로 한정하였다. 타이트스커트나 페플럼스커트 등 시대적 유행에 따른 치마는 제외하였다. 연구를 위한 설문조사는 <표 2>와 같이 총 24문항으로, 디자인선호도와 구매행동을 연구한 박은주(2013)와 생활한복 착용실태 및 선호도를 연구한

<표 1> 디자인분야 한복 치마 선행연구

연구명	연구자
해외 컬렉션에 나타난 한국적 디자인 연구	구남옥 (2004)
한복치마의 가변성을 이용한 디자인 연구	구남옥 (2004)
한국 전통치마의 착용 실루엣 연구	이수현, 조우현 (2004)
현대 한복치마에 사용된 장식기법의 유형과 특성	옥명선, 박옥련 (2011)
20세기 치마 저고리의 소재 연구	조효숙, 임현주 (2012)
한국적인 모티프를 응용한 스커트 디자인 연구	강경림, 김정희 (2013)
16~18세기 조선시대 치마 주름의 조형미	김혜경, 조우현 (2014)
조선시대 스란치마 연구	허정애 (2014)

〈표 2〉 설문문항 구성

구분	문항	수	
실태와 인식	착용 경험, 보유여부, 호감도, 용도, 계절감, 구매고려 기준	6	
디자인	형태	전체형태, 기장, 허릿단 폭, 주름 유형, 주름 폭, 허리띠 길이, 이중치마의 기장 관계	7
	색상	색상 계열, 밝기, 기본형 배색 관계, 이중형 배색 관계	4
	소재	문양 유무, 문양 분위기, 문양 크기, 계통, 종류, 투명도 관계, 문양 종류	7

유혜원(2001), 생활한복 소비자 선호도에 따른 디자인을 연구한 김수지(2017)의 한복 관련 디자인 분야 연구에서 사용된 설문문항을 기초로 신한복 치마에 대한 실태와 인식 6문항, 형태와 색상 및 소재로 구분된 디자인 선호도 18문항으로 재구성하였다.

제작된 설문지는 2019년 11월 14일부터 11월 23일까지 패션전공 박사 이상 학력 5명 대상 예비조사를 한 후, 수정을 통하여 최종 완성되었다. 설문조사는 2019년 12월 9일부터 2020년 1월 23일까지 온라인상에서 이루어졌다. 본 설문은 국내 20대 이상 여성을 대상으로 이루어졌으며, 응답자는 총 355명으로 20대가 159명(44.8%)으로 가장 많았고, 30대 53명(14.9%), 40대 78명(22%), 50대 이상 65명(18.3%)이었다.

본 연구를 위해 수집된 설문자료는 SPSS 25.0 통계프로그램으로 분석하였다. 연구결과 분석을 위해 문항별로 빈도와 백분율을 산출하였고, 연령층과 신한복 치마 보유 여부에 따라 신한복 치마의 인식과 디자인 선호도에서의 차이를 알아보기 위해 교차분석(χ^2 test)을 실시하였다. 유의수준은 $\alpha=.05$ 에서 검증하였다.

연구의 내용은 다음과 같다. 첫째, 신한복 치마에 대한 착용실태와 인식을 파악한다. 둘째, 신한복 치마에 대한 형태·색상·소재 디자인 선호도를 조사·분석한다.

Ⅲ. 이론적 고찰

1. 전통한복 치마의 이해

1) 한복 치마의 구성

여성의 하반신에 둘러 감싸는 의복인 한복 치마는 체형에 관계없이 치마폭을 직사각형으로 마름질하여 제작하고, 치마허리에 겹치는 부분을 여

유 있게 두어 체형에 상관없이 착용하도록 구성된다. 이처럼 한국 전통 치마는 평면으로 구성되는 것이 특징이고, 봉제 후 인체에 둘러져 그 완전한 형태가 갖춰진다(이수현, 조우현, 2004).

한복 치마는 치마폭, 치마허리, 끈으로 구성되며, 치마허리에 치마폭을 맞추기 위하여 주름이 규칙적으로 잡혀있는 것이 일반적이다. 치마 주름은 치마허리를 부착하기 위한 필수불가결한 요소로, 주름으로 평면적인 치마에 약간의 자연스러운 입체감을 생성시킨다. 한복 치마의 주름은 넉 주름 형태로, 셔링과는 달리 한 방향으로 규칙적으로 잡혀있고 나이프 플리츠(knif pleats)와 달리 단까지 주름이 이어지지 않는 특징이 있다(구남옥, 2004). 이러한 주름은 플리츠와 소프트플리츠 유형으로 분류되는데, 플리츠는 일정한 간격의 주름을 인위적인 힘으로 접은 상태로써 통일성과 단정함이 돋보이고, 소프트플리츠는 늘리거나 다림질하지 않은 자유로움을 나타내는 주름을 말한다(김혜경, 조우현, 2014).

전통적인 치마허리는 일자 형태이고 주로 백색을 사용하였다. 다른 용어로 치마말기라고도 한다. 한편 저고리 밑으로 살짝 보이는 백색 배색의 치마허리는 오늘날 거의 사용되지 않는 대신 대부분 치마폭과 같은 소재와 색상이 적용되고 있다. 현대의 한복 치마는 치마가 흘러내리는 문제를 개선하기 위하여 일자형의 말기 대신 조끼허리를 단 것이 보편적이고(구남옥, 2004).

치마끈은 치마를 여민 후, 풀리지 않도록 고정하고, 옷이 흘러내리지 않도록 가슴을 조여 주는 역할을 한다. 조선시대 치마끈은 치마허리와 같은 백색에 넓이도 넓고 길이도 길게 하여 흰 치마끈이 치마폭 위로 흘러내리는 것이 하나의 장식적인 역할을 하기도 하였다. 한편 오늘날 치마끈은 2.5cm 미만으로 폭이 줄고, 길이도 짧아져 장식적 요소가 아니라 실용성을 위해 치마폭과 동색으로 표현되고 있다.

2) 한복 치마의 종류와 형태

우리나라 치마는 역사적으로 다른 한복 아이템에 비해 변화가 가장 적은 아이템 중에 하나이다. 치마는 평면으로 마름질과 봉제 후, 허리 주변에 둘러져서 형태를 이루는 것이다.

치마의 종류는 고분벽화와 출토복식들을 통해 주름치마, 색동치마, 주름 없는 치마로 구분 지어 살펴볼 수 있다. 치마는 길이, 가선의 유무와 수, 주름 폭, 색동의 수 등으로 형태를 분류하였다(이수현, 조우현, 2004). 조선시대 치마의 종류에는 일상복인 자락치마, 예복용인 스란치마, 대란치마, 전행옷치마, 속치마인 대습치마, 무지기 등이 있고, 겹치마 위에 덧입는 행주치마가 있다. 자락치마는 조선전기에는 허리에 치마끈을 매어 저고리 길이가 엉덩이 정도로 짧고, 후기부터는 점점 치마 길이가 길어져 가슴에 치마끈을 매어 둘러입는 치마를 말한다. 자락치마는 계절에 따라 홀치마, 겹치마, 솜치마로 만들었다(2020, 한국민속대백과사전). 스란치마와 대란치마는 길이가 보통 치마보다 30cm 이상 짧아 끌리도록 길고 폭이 넓은 것이다. 스란치마는 스란단 하나를 치마 밑단에 대어 소례복으로 착용한 것을 말하며, 대란치마는 30cm 간격으로 스란치마 위에 추가로 1단을 대어 대례복으로 착용한 것을 의미한다. 궁중에서 예복으로 입혀진 전행옷치마는 왕비가 대례복을 입을 경우 대란치마 위에 덧입는 치마이다. 이외에도 서민부터 양반층 부녀자까지 폭 넓은 층이 사용한 내외용 쓰개치마와 외출용 장옷 등이 있다(2017, 최경은).

오늘날 한복 치마의 형태는 가장 보편적으로 착용되어 왔던 자락치마, 조끼허리치마, 통치마로 크게 구분할 수 있다. 첫째, 자락치마는 일자형 치마허리가 달려 있는 것으로 조선시대 치마의 보편적인 형태이다. 둘째, 조끼허리치마는 자락치마에 조끼허리를 달아 일자형 허리의 단점인 흘러내리는 것을 개선한 것이며, 셋째, 통치마는 1910년대 개화기 이후 사용되기 시작한 것으로서 치마폭을 자락 없이 통으로 하여 조끼허리를 달아 만든 것이다(구남옥, 2004).

3) 한복 치마의 장식성과 색상, 문양

한복 치마를 장식하는 표현 방법에는 자수, 금

박, 은박, 그림 그리기, 색동, 조각 잇기, 아플리케, 선치기, 염색, 잣물림, 매듭, 핀터 등의 단독 표현법과 두 가지 이상의 장식이 조합되어 나타나는 혼합 표현법이 있다(옥명선, 박옥련, 2011). 이러한 장식 표현법과 더불어 치맛단의 두 단 이상의 겹침에 의한 길이 변화와 색상 배색, 그리고 치마 말기에 덧단을 대어 연결시키거나 치마 앞면 중앙 부위에 별도로 덧댄 장식 원단을 사용해 장식하는 표현법 등이 있다.

전통치마는 차지하는 면적이 커서 시각적으로 매우 큰 영향을 미친다. 이경은, 조우현(2013)의 한복 배색에 관한 연구에 의하면 전통 한복 치마는 주로 빨강, 남색, 보라, 분홍, 검정, 회색 계열이 많이 사용되었고, 과거에 많이 사용되었던 빨간색보다는 점차 분홍과 회색의 사용이 증가한 것으로 나타났다.

오늘날 전통한복 치마의 색상은 새로운 문화, 현대인의 감성과 라이프스타일에 영향을 받아 원단의 색상이 다채로워졌고, 개인의 취향과 피부색에 따라 색상 선택의 폭이 넓어졌다. 또한 기존 전통 한복에서 상복으로 주로 사용되었던 흰색부터 검정색까지 폭넓게 사용됨으로써 색상의 제약이 없다. 문양은 주로 꽃문양이 가장 많았고, 스트라이프나 기하학, 에스닉, 도트, 십장생, 산수화 등이 사용되었다. 또한, DTP(Digital Textile Printing)의 발달로 인해 업체별 소량생산이 가능한 문양을 개발하여 재질의 변화 대신 문양으로 변화를 준 디자인이 증가 되는 추세이다.

2. 신한복 치마의 이해

신한복 치마는 치마폭, 치마허리, 치마끈으로 구성된 전통한복 치마에 기반을 둔 것으로서, 전통한복처럼 평면으로 마름질되는 것부터 인체의 굴곡에 따라 입체적인 것까지 구성과 디자인은 다양하게 표현될 수 있다.

현재 대부분 신한복 브랜드 매장들은 서울 인사를 주축으로 송파, 동대문, 홍대, 용산, 삼성동, 선릉 인근에 위치하고 있다. 신한복 브랜드는 해가 거듭될수록 점진적으로 증가하고 있지만, 선발주자로서 최근 5년 동안 공식 웹사이트 운영을 유지하면서 꾸준한 상품개발과 유통을 전개하고 있는 브랜드는 리슬, 수설화, 꼬마크, 꼬래야노,

〈표 3〉 신한복 치마 형태의 유형

자락치마	덧치마	양면치마	통치마
			
〈그림 1〉 꼬레아노 (출처: http://coreano.kr)	〈그림 2〉 수설화 (출처: http://soosulhwa.com)	〈그림 3〉 리슬 (출처: http://leesle.com)	〈그림 4〉 꼬마꼬 (출처: http://ccomaque.co.kr)

〈표 4〉 신한복 치마의 유통 빈도

	리슬	수설화	꼬마꼬	꼬레아노	웨이유	데일리한	Total
자락치마	10	39	16	22	14	30	131
덧치마	5	-	1	-	-	8	14
양면치마	6	-	-	-	-	-	6
통치마	-	-	1	-	-	-	1
Total	21	39	18	22	14	38	152

웨이유, 데일리한 등과 같이 6개로 파악되었다. 6개 브랜드의 공식 웹사이트와 카탈로그에서 2019년 7월부터 약 7개월 동안 유통되고 있는 151개의 신한복 치마를 분석한 결과, 신한복 치마의 형태는 〈표 3〉과 같이 4가지 유형으로 자락치마, 덧치마, 양면형 리버시블치마, 뒷지퍼가 있는 통치마로 분류되었다. 6개 브랜드의 치마 중 서양식 랩치마와 유사한 형태인 자락치마는 131개(86.8%)로 가장 높은 빈도로 분석되었다(표 4). 자락치마 외에 신한복 치마는 착용된 기존 의상 위에 덧입는 치마를 의미하는 덧치마(9.3%), 겹면과 이면이 모두 활용 가능한 양면치마(3.9%), 허리를 지퍼로 고정시키는 통치마(0.7%)로 구분할 수 있었다.

IV. 연구결과

1. 신한복 치마의 착용실태와 인식

신한복 치마의 디자인 선호도를 파악하기 위해 우선적으로 착용경험과 보유여부와 같은 신한복 치마의 착용실태에 대한 설문을 실시한 결과 〈표 5〉처럼 전체 응답자의 34.6%가 신한복 치마 착용 경험이 있었고, 25.4%만이 신한복 치마를 보유하고 있었다. 연령별로는 50대 이상(50.8%)에서 착

용 경험이 가장 많았으며, 다음으로 20대(32.1%), 30대와 40대(각 30.2%) 순으로 나타났다. 신한복 치마의 연령별 보유는 50대 이상(47.7%), 40대(21.8%), 20대(20.1%), 30대(18.9%) 순으로 나타났다. 50대 이상의 여성이 신한복 치마의 착용 경험 대비 치마 보유율의 차이가 가장 작게 나타남으로써, 50대 이상의 연령대가 신한복 치마를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

신한복 치마의 인식을 알아보기 위해서 신한복 치마 제품을 사진을 제시하고 호감도, 용도, 착용 희망 계절, 구매 고려 기준을 조사하였고(표 6), 그 결과 신한복 치마에 대한 호감 정도에 있어 부정응답이 27.6%인 것에 비해, 긍정 응답이 72.4%로써 응답자 대부분이 신한복 치마에 대한 호감이 있었다. 연령층별 긍정 응답률 역시 50대(86.1%)가 가장 높았고, 40대(80.5%), 20대(71.7%), 30대(60.4%) 순으로 나타났다. 보유집단(81.2%)이 미보유집단(70.4%)에 비해 상대적으로 만족도가 조금 높은 것으로 분석되었다.

신한복 치마의 용도에 대한 인식에서 전체적으로 명절 및 기념행사에 입는 것이 적절하다는 응답(33.0%)이 가장 높았고, 외출복(24.8%), 평상복(22.0%), 예복(11.0%), 무대복(7.3%), 근무복/유니폼(2.0%) 순으로 나타났다. 연령층별로는 20대(39.0%), 30대(35.8%), 40대(32.1%)는 모두 명절 및 기념행사에 입는 것이 적절하다는 응답이 가

〈표 5〉 신한복 치마의 착용경험과 보유여부

구 분	total		20대		30대		40대		50대 이상	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
착용 경험	있음	123 (34.6)	51 (32.1)	16 (30.2)	23 (29.5)	33 (50.8)	108 (67.9)	37 (69.8)	55 (70.5)	32 (49.2)
	없음	232 (65.4)	108 (67.9)	37 (69.8)	55 (70.5)	32 (49.2)	$\chi^2=9.308, df=3, p=.025$			
보유 여부	있음	90 (25.4)	32 (20.1)	10 (18.9)	17 (21.8)	31 (47.7)	265 (74.6)	127 (79.9)	43 (81.1)	61 (78.2)
	없음	265 (74.6)	127 (79.9)	43 (81.1)	61 (78.2)	34 (52.3)	$\chi^2=21.136, df=3, p=.000$			
total	355 (100)	159 (100)	53 (100)	78 (100)	65 (100)					

〈표 6〉 신한복 치마의 호감도, 용도, 착용 희망 계절

구 분	total		20대		30대		40대		50대 이상		보유		미보유	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
호감도	아주 좋다	84 (23.7)	33 (20.8)	9 (17.0)	18 (23.1)	24 (36.9)	32 (35.6)	52 (19.6)	173 (48.7)	81 (50.9)	23 (43.4)	37 (47.4)	32 (49.2)	132 (49.8)
	좋다	92 (25.9)	40 (25.2)	21 (39.6)	22 (28.2)	9 (13.9)	17 (18.9)	75 (28.3)	6 (1.7)	5 (3.1)	0 (0.0)	1 (1.3)	0 (0.0)	6 (2.3)
	그저 그렇다	6 (1.7)	5 (3.1)	0 (0.0)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (2.3)	$\chi^2=18.660, df=9, p=.028$					
	좋지 않다								$\chi^2=11.792, df=3, p=.008$					
용도	평상복	78 (22.0)	25 (15.7)	16 (30.2)	21 (26.9)	16 (24.6)	30 (33.3)	48 (18.1)	88 (24.8)	27 (17.0)	11 (20.8)	17 (21.8)	33 (50.8)	57 (21.5)
	외출복	39 (11.0)	26 (16.4)	4 (7.5)	8 (10.3)	1 (1.5)	4 (4.4)	35 (13.2)	39 (11.0)	26 (16.4)	4 (7.5)	8 (10.3)	1 (1.5)	4 (4.4)
	명절 및 기념행사	117 (33.0)	62 (39.0)	19 (35.8)	25 (32.1)	11 (16.9)	21 (23.3)	96 (36.2)	7 (2.0)	1 (1.9)	3 (3.8)	2 (3.1)	2 (2.2)	5 (1.9)
	직장 근무복/유니폼	26 (7.3)	18 (11.3)	2 (3.8)	4 (5.1)	2 (3.1)	2 (2.2)	24 (9.1)	$\chi^2=54.552, df=15, p=.000$					
	한국무용등 무대복								$\chi^2=24.025, df=5, p=.000$					
	total	355 (100)	159 (100)	53 (100)	78 (100)	65 (100)	90 (100)	265 (100)						
착용 희망 계절	봄, 가을	241 (67.9)	119 (74.8)	32 (60.4)	46 (59.0)	44 (67.7)	62 (68.9)	179 (67.5)	15 (4.2)	9 (5.7)	2 (3.8)	4 (5.1)	0 (0.0)	4 (4.4)
	여름	9 (2.5)	1 (1.9)	3 (5.7)	1 (1.3)	4 (6.2)	3 (3.3)	6 (2.3)	9 (2.5)	1 (1.9)	3 (5.7)	1 (1.3)	4 (6.2)	3 (3.3)
	겨울	90 (25.4)	30 (18.9)	16 (30.2)	27 (34.6)	17 (26.2)	21 (23.3)	69 (26.0)	$\chi^2=20.128, df=9, p=.017$					
	계절에 상관없이 입을								$\chi^2=5.528, df=3, p=.913$					
구매고려 기준	가격	52 (14.6)	25 (15.7)	10 (18.9)	6 (7.7)	11 (16.9)	15 (16.7)	37 (14.0)	47 (13.2)	16 (10.1)	11 (20.8)	12 (15.4)	8 (12.3)	10 (11.1)
	옷감의 질	211 (59.4)	92 (57.9)	30 (56.6)	53 (67.9)	36 (55.4)	52 (57.8)	159 (60.0)	21 (5.9)	13 (8.2)	1 (1.9)	2 (2.6)	5 (7.7)	5 (5.6)
	디자인	14 (3.9)	7 (4.4)	1 (1.9)	4 (5.1)	2 (3.1)	3 (3.3)	11 (4.2)	10 (2.8)	6 (3.8)	0 (0.0)	1 (1.3)	3 (4.6)	5 (5.6)
	색상								$\chi^2=17.749, df=15, p=.276$					
	관리								$\chi^2=4.154, df=5, p=.527$					
	바느질, 문양 등													
total	355 (100)	159 (100)	53 (100)	78 (100)	65 (100)	90 (100)	265 (100)							

장 높았으나, 50대 이상은 외출복(50.8%)으로 입는 것이 적절하다는 응답이 가장 높은 것으로 나타나 신한복 치마의 용도에 대한 인식에 차이를 나타냈다. 또한, 연령대와 상관없이 신한복 치마 보유집단이 명절 및 기념행사(23.3%)보다는 외출복(34.4%)과 평상복(33.3%)으로 입는 것이 적절하다는 인식이 높았다. 미보유집단이 외출복(18.1%)과 평상복(21.5%)보다는 명절 및 기념행사(36.2%)에 입는 것이 적절하다는 응답이 높게 나타난 이유는 신한복 치마의 용도가 외출복이나 평상복으로 적절하다는 50대 이상 연령대가 다른 연령대에 비해 신한복 착용 경험 및 보유율이 높기 때문으로 파악된다.

신한복 치마의 착용 희망 계절을 살펴보면, 주로 봄이나 가을에 착용 희망하는 경우가 67.9%로

가장 높았고, 다음으로 계절에 상관없이 입겠다는 응답(25.4%)이 높았으며, 여름(4.2%)이나 겨울(2.5%)에 입겠다는 응답은 소수였다. 연령층별로 신한복 치마의 착용 희망 계절에 대한 인식에 유의미한 차이를 보였는데($\chi^2=20.128, df=9, p<.001$), 주로 봄이나 가을에 입겠다는 응답은 20대(74.8%), 50대 이상(67.7%), 30대(60.4%), 40대(59.0%) 순으로 높았으나, 계절에 상관없이 입겠다는 응답은 40대(34.6%), 30대(30.2%), 50대 이상(26.2%), 20대(18.9%) 순으로 앞의 결과와는 반대되는 인식에 차이를 보였다. 한편 신한복 치마 보유 여부에 따라 치마의 착용 희망 계절에 대한 인식에 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

신한복 치마 구매 시 고려하는 기준으로는 디자인(59.4%), 가격(14.6%), 옷감의 질(13.2%) 순으로

〈표 7〉 신한복 치마의 형태 선호도

구 분		total		20대		30대		40대		50대 이상		보유		미보유	
		n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
전체 형태	자락치마	100	(28.2)	35	(22.0)	18	(34.0)	23	(29.5)	24	(36.9)	34	(37.8)	66	(24.9)
	덧치마	108	(30.4)	63	(39.6)	11	(20.8)	16	(20.5)	18	(27.7)	20	(22.2)	88	(33.2)
	양면치마	99	(27.9)	46	(28.9)	18	(34.0)	24	(30.8)	11	(16.9)	22	(24.4)	77	(29.1)
	통치마	48	(13.5)	15	(9.4)	6	(11.3)	15	(19.2)	12	(18.5)	14	(15.6)	34	(12.8)
		$\chi^2=22,322, df=9, p=.000$										$\chi^2=7,498, df=3, p=.058$			
기장	짧은(무릎 위)	54	(15.2)	38	(23.9)	7	(13.2)	5	(6.4)	4	(6.2)	13	(14.4)	41	(15.5)
	보통(무릎 아래)	119	(33.5)	36	(22.6)	17	(32.1)	40	(51.3)	26	(40.0)	27	(30.0)	92	(34.7)
	긴(종아리)	136	(38.3)	60	(37.7)	26	(49.1)	25	(32.1)	25	(38.5)	41	(45.6)	95	(35.8)
	매우 긴(발목)	46	(13.0)	25	(15.7)	3	(5.7)	8	(10.3)	10	(15.4)	9	(10.0)	37	(14.0)
		$\chi^2=35,570, df=9, p=.000$										$\chi^2=2,959, df=3, p=.398$			
허릿단 폭	넓은(두꺼운) 7cm 이상	98	(27.6)	41	(25.8)	16	(30.2)	21	(26.9)	20	(30.8)	31	(34.4)	67	(25.3)
	보통 5cm 내외	210	(59.2)	101	(63.5)	33	(62.3)	43	(55.1)	33	(50.8)	44	(48.9)	166	(62.6)
	좁은(얇은) 3cm 내외	47	(13.2)	17	(10.7)	4	(7.5)	14	(17.9)	12	(18.5)	15	(16.7)	32	(12.1)
			$\chi^2=6,875, df=6, p=.333$										$\chi^2=5,260, df=2, p=.072$		
주름 유형	주름 없음	31	(8.7)	15	(9.4)	2	(3.8)	7	(9.0)	7	(10.8)	7	(7.8)	24	(9.1)
	주름이 치마 전체에 있음	156	(43.9)	68	(42.8)	24	(45.3)	37	(47.4)	27	(41.5)	44	(48.9)	112	(42.3)
	주름이 일부에만 있음	88	(24.8)	38	(23.9)	12	(22.6)	17	(21.8)	21	(32.3)	22	(24.4)	66	(24.9)
	주름이 치마의 일부에 맞주름으로 있음	80	(22.5)	38	(23.9)	15	(28.3)	17	(21.8)	10	(15.4)	17	(18.9)	63	(23.8)
		$\chi^2=6,591, df=9, p=.680$										$\chi^2=1,514, df=3, p=.679$			
허릿단 밑의 주름 폭 선호도	넓은 (두꺼운) 6cm 이상	109	(30.7)	64	(40.3)	16	(30.2)	17	(21.8)	12	(18.5)	22	(24.4)	87	(32.8)
	보통 3-4cm	206	(58.0)	87	(54.7)	28	(52.8)	52	(66.7)	39	(60.0)	51	(56.7)	155	(58.5)
	좁은 (얇은) 2cm	40	(11.3)	8	(5.0)	9	(17.0)	9	(11.5)	14	(21.5)	17	(18.9)	23	(8.7)
			$\chi^2=24,622, df=6, p=.000$										$\chi^2=7,792, df=2, p=.020$		
허리띠 길이 선호도	긴	85	(23.9)	39	(24.5)	11	(20.8)	16	(20.5)	19	(29.2)	28	(31.1)	57	(21.5)
	보통	214	(60.3)	101	(63.5)	29	(54.7)	47	(60.3)	37	(56.9)	49	(54.4)	165	(62.3)
	짧은	56	(15.8)	19	(11.9)	13	(24.5)	15	(19.2)	9	(13.8)	13	(14.4)	43	(16.2)
			$\chi^2=6,854, df=6, p=.335$										$\chi^2=3,404, df=2, p=.182$		
이중 치마의 겹감과 감의 기장 관계	짧은 기장의 겹감	41	(11.5)	16	(10.1)	8	(15.1)	14	(17.9)	3	(4.6)	6	(6.7)	35	(13.2)
	보통 기장의 겹감	178	(50.1)	80	(50.3)	25	(47.2)	33	(42.3)	40	(61.5)	51	(56.7)	127	(47.9)
	긴 기장의 겹감	136	(38.3)	63	(39.6)	20	(37.7)	31	(39.7)	22	(33.8)	33	(36.7)	103	(38.9)
			$\chi^2=9,541, df=6, p=.145$										$\chi^2=3,598, df=2, p=.165$		
total		355	(100)	159	(100)	53	(100)	78	(100)	65	(100)	90	(100)	265	(100)

로 중요하다고 응답했고, 색상(5.9%)이나 관리(3.9%), 바느질이나 문양(2.8%)의 정도는 미비한 것으로 나타났다. 연령층과 신한복 치마 보유 여부에 따라 신한복 치마의 구매 시 고려 기준에 차이가 있는지를 살펴본 결과, 모두 디자인을 가장 고려하는 것으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

2. 신한복 치마의 형태 선호도

신한복 치마 디자인에서 형태에 대한 선호도를 전체형태, 기장, 허릿단 폭, 주름 유형, 주름 폭, 허리띠 길이, 이중치마의 기장 관계로 구분하여 조사하였다. 그 결과 전체형태는 덧치마(30.4%)에 대한 선호도가 가장 높았고, 자락치마(28.2%), 양면치마(27.9%), 통치마(13.5%)의 순으로 선호도가

나타났는데, 이는 20대의 덧치마 선호가 압도적으로 높은 것이 전체 평균치에 영향을 미친 것으로 판단된다. 신한복 치마 형태는 20대 덧치마가 39.6%, 30대는 자락치마와 양면치마가 각각 34.0%로 같았고, 40대에서도 양면치마가 30.8%, 50대 이상은 30대와 마찬가지로 자락치마(36.9%)가 가장 선호되는 것으로써, 각 연령대별로 치마 형태의 선호도 차이가 있음을 알 수 있었다. 또한, 신한복 치마 보유 여부에 따라 보유집단은 자락치마(37.8%), 미보유집단은 덧치마(33.2%)를 가장 선호하는 것으로 나타났으나 유의미한 차이를 보이지는 않았다(표 7).

신한복 치마의 기장은 종아리 정도의 긴 기장(38.3%)에 대한 선호가 가장 높았고, 무릎 정도의 보통 기장(33.5%), 무릎 위의 짧은 기장(15.2%),

발목까지 내려온 매우 긴 기장(13.0%)의 순으로 선호되었다. 연령층별로는 20대(37.7%)와 30대(49.1%)는 종아리 정도의 긴 기장을 선호하였으나, 40대(51.3%)와 50대(40.0%)는 무릎 정도의 보통 기장을 선호하여 차이를 나타냈다. 또한, 50대가 주름 이루고 있는 신한복 치마 보유집단(45.6%)과 미보유집단(35.8%) 모두에서 종아리 정도의 긴 기장을 가장 선호하여 차이를 보이지는 않았다.

치마 허릿단 폭 선호도를 살펴보면, 연령대 및 보유 여부와 관계없이 5cm 내외의 보통 폭(59.2%)의 선호도가 가장 높았고, 7cm 이상의 폭이 넓은(27.6%), 3cm 내외의 얇고 좁은(13.2%) 순으로 나타났다. 신한복 치마의 주름 정도는 주름이 치마 전체에 있는 것(43.9%)을 가장 선호하였고, 일부에만 있는 주름(24.8%), 맞주름(22.5%), 주름 없음(8.7%) 순으로 선호도가 나타났다. 한편 연령대와 보유 여부에 따른 유의미한 차이는 없었다.

치마의 허릿단 아랫부분 주름 간격 정도의 선호도를 살펴보면, 3-4cm의 보통 간격 주름(58.0%)을 가장 선호하였고, 6cm 이상의 넓은 간격(30.7%), 2cm 정도의 좁은 간격(11.3%) 순으로 나타났다. 3-4cm 주름 폭을 가장 선호하는 연령대는 40대(66.7%)였고, 6cm 이상 넓은 주름 간격의 경우 20대(40.3%)가 상대적으로 높은 선호도가 나타남으로써 신한복 치마의 허릿단 밑의 주름 폭에 대한 선호도에 유의미한 차이를 보였다. 치마 보유 여부에 따라서는 보통 3-4cm 주름 폭의 선호도가 신한복 치마 보유 집단(56.7%), 미보유 집단(58.5%) 모두 비슷하게 높았으나 넓은(두꺼운) 6cm 이상 주름 폭의 선호도는 신한복 치마 미보유집단(32.8%)이 보유집단(24.4%)에 비해 상대적으로 높게 나타나 허릿단 밑의 주름 폭에 대한 선호도에 유의미한 차이를 보였다.

신한복 치마의 허리끈 길이는 보통 길이(60.3%)의 선호도가 가장 높았고, 긴 길이(23.9%), 짧은 길이(15.8%)의 순으로 선호도가 높게 나타났다. 또한, 연령대나 보유 여부와 무관하게 모두에게 보통 길이의 허리끈이 가장 많이 선호되는 것으로 나타나 유의미한 차이를 보이지 않았다.

신한복 치마의 걸감과 안감과의 기장 관계 선호를 살펴보면, 4-5cm 걸감의 길이가 안감보다 위로 올라온 보통 기장의 걸감(50.1%)이 달린 자락

치마가 가장 높은 선호도를 띄었고, 걸감이 길어 안감이 거의 보이지 않음(38.3%), 걸감의 기장이 짧아 안감의 많은 부분이 보임(11.5%) 순으로 나타났다. 그리고 연령층이나 보유 여부와 상관없이 모두 보통 기장의 걸감 정도를 선호함으로써 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

3. 신한복 치마의 색상 선호도

신한복 치마의 색상 선호도는 전체 색상의 계열 및 밝기, 기본형 자락치마의 치마폭과 치마허리, 치마끈 배색의 경우의 수에 따른 관계, 속치마 밑단에서 아래로 5~10cm 정도 길게 연장되어 걸단의 밑으로 기장 차이를 보이는 형태인 이중형 자락치마 배색의 경우의 수에 따른 관계를 조사하였다. 전체 색상은 무채색(33.8%), 붉은색(25.4%), 파란색(13.0%), 보라색(13.0%), 녹색(5.1%), 주황색(3.9%), 노란색(3.7%) 계열 순으로 선호되는 것으로 나타났다. 연령층별로 살펴보면 붉은색을 가장 선호하는 20대를 제외한 모든 연령대에서 무채색 계열을 가장 선호하였다. 무채색 선호도는 신한복 치마 보유집단(41.1%)이 미보유집단(31.3%)에 비해 높았고, 붉은색 계열의 선호도는 미보유집단(27.2%)이 보유집단(20.0%)에 비해 다소 높았으나 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 색상 밝기는 밝은(33.0%)에 대한 선호도가 가장 높았고, 보통(25.9%), 어두운(19.4%), 매우 밝은(16.9%), 매우 어두운(4.8%) 순으로 선호되었다. 또한, 비교적 연령이 낮은 20대(40.9%)와 30대(37.7%)에서 약간 밝은 색상의 선호가 가장 높은 반면, 40대는 보통(32.1%), 50대 이상은 어두운 색상(36.9%)을 선호함으로써 연령층별로 차이가 나타났다. 신한복 치마 보유 여부에 따라 보유집단은 보통(33.3%), 미보유집단은 약간 밝은(35.5%) 색상을 선호하지만, 두 집단 모두 매우 어두운 밝기는 선호하지 않는 것으로 나타났다(표 8).

신한복 자락치마의 배색 선호도 경우, '허리끈과 허릿단과 걸감 동색'이 다른 경우의 배색(37.7%)을 가장 선호하였고, '걸감과 허릿단과 허리끈 동색'이 다른 경우의 배색(22.0%), '허릿단과 걸감+허리끈 동색'이 다른 경우의 배색(17.5%), '허릿단과 허리끈, 걸감 동색'이 모두 같은 경우의

〈표 8〉 신한복 치마의 색상 선호도

구 분		total	20대		30대		40대		50대 이상		보유		미보유	
		n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)			
색상 계열	붉은색 계열	90 (25.4)	54 (34.0)	16 (30.2)	12 (15.4)	8 (12.3)	18 (20.0)	72 (27.2)						
	주황색 계열	14 (3.9)	3 (1.9)	2 (3.8)	6 (7.7)	3 (4.6)	5 (5.6)	9 (3.4)						
	노란색 계열	13 (3.7)	9 (5.7)	2 (3.8)	2 (2.6)	0 (0)	2 (2.2)	11 (4.2)						
	녹색 계열	18 (5.1)	4 (2.5)	4 (7.5)	4 (5.1)	6 (9.2)	5 (5.6)	13 (4.9)						
	파란색 계열	46 (13.0)	14 (8.8)	6 (11.3)	13 (16.7)	13 (20.0)	11 (12.2)	35 (13.2)						
	보라색 계열	46 (13.0)	17 (10.7)	5 (9.4)	14 (17.9)	10 (15.4)	10 (11.1)	36 (13.6)						
	무채색 계열	120 (33.8)	53 (33.3)	18 (34.0)	25 (32.1)	24 (36.9)	37 (41.1)	83 (31.3)						
기타	8 (2.3)	5 (3.1)	0 (0)	2 (2.6)	1 (1.5)	2 (2.2)	6 (2.3)							
		$\chi^2=37.080, df=21, p=.016$						$\chi^2=5.168, df=7, p=.639$						
색상 밝기	매우 밝은(매우 연한)	60 (16.9)	42 (26.4)	6 (11.3)	12 (15.4)	0 (0)	9 (10.0)	51 (19.2)						
	밝은(연한)	117 (33.0)	65 (40.9)	20 (37.7)	17 (21.8)	15 (23.1)	23 (25.6)	94 (35.5)						
	보통	92 (25.9)	28 (17.6)	17 (32.1)	25 (32.1)	22 (33.8)	30 (33.3)	62 (23.4)						
	어두운(짙은)	69 (19.4)	16 (10.1)	8 (15.1)	21 (26.9)	24 (36.9)	25 (27.8)	44 (16.6)						
	매우 어두운(매우 짙은)	17 (4.8)	8 (5.0)	2 (3.8)	3 (3.8)	4 (6.2)	3 (3.3)	14 (5.3)						
		$\chi^2=57.281, df=12, p=.000$						$\chi^2=12.811, df=4, p=.021$						
배색	(허릿단+허리끈+겉감)이 모두 같은 경우	43 (12.1)	23 (14.5)	5 (9.4)	8 (10.3)	7 (10.8)	10 (11.1)	33 (12.5)						
	(허리끈)과 (허릿단+겉감)이 다른 경우	134 (37.7)	48 (30.2)	21 (39.6)	35 (44.9)	30 (46.2)	32 (35.6)	102 (38.5)						
	(겉감)과 (허릿단+허리끈)이 다른 경우	78 (22.0)	38 (23.9)	10 (18.9)	17 (21.8)	13 (20.0)	19 (21.1)	59 (22.3)						
	(허릿단)과 (겉감+허리끈)이 다른 경우	62 (17.5)	34 (21.4)	10 (18.9)	11 (14.1)	7 (10.8)	16 (17.8)	46 (17.4)						
	(허릿단+허리끈+겉감)이 모두 다른 경우	38 (10.7)	16 (10.1)	7 (13.2)	7 (9.0)	8 (12.3)	13 (14.4)	25 (9.4)						
		$\chi^2=11.075, df=12, p=.522$						$\chi^2=1.876, df=4, p=.759$						
이중 치마의 배색	모두 같은 색상	27 (7.6)	11 (6.9)	4 (7.5)	5 (6.4)	7 (10.8)	4 (4.4)	23 (8.7)						
	모두 다른 색상	68 (19.2)	34 (21.4)	9 (17.0)	17 (21.8)	8 (12.3)	21 (23.3)	47 (17.7)						
	허릿단만 다른 색상	67 (18.9)	26 (16.4)	10 (18.9)	17 (21.8)	14 (21.5)	17 (18.9)	50 (18.9)						
	허리끈만 다른 색상	45 (12.7)	12 (7.5)	6 (11.3)	15 (19.2)	12 (18.5)	17 (18.9)	28 (10.6)						
	겉감만 다른 색상	80 (22.5)	48 (30.2)	9 (17.0)	15 (19.2)	8 (12.3)	13 (14.4)	67 (25.3)						
	안감만 다른 색상	27 (7.6)	9 (5.7)	8 (15.1)	5 (6.4)	5 (7.7)	4 (4.4)	23 (8.7)						
	(허릿단+허리끈)과 (겉감+안감)이 다른 색상	17 (4.8)	5 (3.1)	2 (3.8)	2 (2.6)	8 (12.3)	6 (6.7)	11 (4.2)						
	(허릿단+허리끈)과 (겉감)과 (안감)이 다른 경우	24 (6.8)	14 (8.8)	5 (9.4)	2 (2.6)	3 (4.6)	8 (8.9)	16 (6.0)						
		$\chi^2=38.997, df=21, p=.010$						$\chi^2=13.136, df=7, p=.069$						
total		355 (100)	159 (100)	53 (100)	78 (100)	65 (100)	90 (100)	265 (100)						

배색(12.1%), ‘허릿단과 허리끈, 겉감’이 모두 다른 (10.7%) 경우의 배색 순으로 선호도 차이가 나타났다. 연령층이 높을수록 ‘허리끈과 허릿단과 겉감 동색’이 다른 배색에 대한 선호도도 점차 상승하였다.

신한복 치마 밑단의 기장이 차이가 있는 이중치마의 배색 선호도를 살펴보면, 겉감만 다른 배색(22.5%)이 가장 선호되었고, 모두 다른(19.2%), 허릿단만 다른(18.9%), 허리끈만 다른(12.7%), 모두 동일(7.6%)과 안감만 다른(7.6%), ‘허릿단과 허리끈 동색’과 ‘겉감과 안감’이 다른(6.8%), ‘허릿단과 허리끈 동색’과 ‘겉감과 안감 동색’이 다른(4.8%) 순으로 선호도가 나타났다. 연령층별로 20대는 겉감만 다른 배색(30.2%)을 가장 선호하였고, 30대는 허릿단만 다른 배색(18.9%)과 모두 부분이

다른 배색(17.0%), 겉감만 다른 배색(17.0%)을, 40대는 모두 다른 배색(21.8%)과 허릿단만 다른(21.8%) 배색을, 50대 이상은 허릿단만 다른(21.5%) 배색과 허리끈만 다른(18.5%) 배색을 상대적으로 많이 선호하는 것으로 나타나 신한복 이중치마의 배색 선호도에 차이를 보였다. 또한, 보유 여부에 따라서는 신한복 치마 보유집단은 허릿단만 다른(18.9%) 배색과 허리끈만 다른(18.9%) 배색을, 미보유집단은 겉감만 다른(25.3%) 배색을 많이 선호하는 것으로 나타났으나 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

4. 신한복 치마의 소재 선호도

소재에 따른 선호도는 원단의 문양 유무, 문양

〈표 9〉 신한복 치마의 소재 선호도

구 분		total	20대	30대	40대	50대 이상	보유	미보유
		n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
소재의 문양 유무	문양이 없는	178 (50.1)	91 (57.2)	29 (54.7)	36 (46.2)	22 (33.8)	29 (32.2)	149 (56.2)
	문양 프린트가 위주인	137 (38.6)	51 (32.1)	17 (32.1)	32 (42.3)	36 (55.4)	48 (53.3)	89 (33.6)
	문양이 있는 부분과 없는 부분이 혼합된	40 (11.3)	17 (10.7)	7 (13.2)	9 (11.5)	7 (10.8)	13 (14.4)	27 (10.2)
		$\chi^2=13.110, df=6, p=.041$					$\chi^2=15.590, df=2, p=.000$	
소재의 문양 분위기	전통적인 문양	176 (49.6)	81 (50.9)	20 (37.7)	35 (50.0)	36 (55.4)	45 (50.0)	131 (49.4)
	현대적인 문양	179 (50.4)	78 (49.1)	33 (62.3)	35 (50.0)	29 (44.6)	45 (50.0)	134 (50.6)
		$\chi^2=3.974, df=3, p=.264$					$\chi^2=.009, df=1, p=.926$	
소재의 문양 크기	문양이 작고 작은	280 (78.9)	124 (78.0)	41 (77.4)	66 (76.9)	55 (84.6)	66 (73.3)	214 (80.8)
	문양이 시원시원하고 큰	75 (21.1)	35 (22.0)	12 (22.6)	18 (23.1)	10 (15.4)	24 (26.7)	51 (19.2)
		$\chi^2=1.612, df=3, p=.657$					$\chi^2=2.221, df=1, p=.136$	
소재 계통	전통 한복치 원단	133 (37.5)	65 (40.9)	16 (30.2)	24 (30.8)	28 (43.1)	35 (38.9)	98 (37.0)
	현대 일상복 원단	222 (62.5)	94 (59.1)	37 (69.8)	54 (69.2)	37 (56.9)	55 (61.1)	167 (63.0)
		$\chi^2=4.356, df=3, p=.226$					$\chi^2=.104, df=1, p=.747$	
소재의 종류	면 직물	100 (28.2)	55 (34.6)	16 (30.2)	18 (23.1)	11 (16.9)	22 (24.4)	78 (29.4)
	실크 직물	88 (24.8)	44 (27.7)	6 (11.3)	21 (26.9)	17 (26.2)	16 (17.8)	72 (27.2)
	린넨(마) 직물	93 (26.2)	30 (18.9)	23 (43.4)	25 (32.1)	15 (23.1)	22 (24.4)	71 (26.8)
	양모 직물	7 (2.0)	5 (3.1)	0 (0.0)	2 (2.6)	0 (0.0)	1 (1.1)	6 (2.3)
	폴리에스테르 직물	46 (13.0)	14 (8.8)	4 (7.5)	9 (11.5)	19 (29.2)	25 (27.8)	21 (7.9)
	레이온 직물	11 (3.1)	3 (1.9)	3 (5.7)	2 (2.6)	3 (4.6)	2 (2.2)	9 (3.4)
	편성물, 천연가죽, 양모 펠트 등 기타	10 (2.8)	8 (5.0)	1 (1.9)	1 (1.3)	0 (0.0)	2 (2.2)	8 (3.0)
		$\chi^2=49.290, df=18, p=.000$					$\chi^2=24.465, df=6, p=.001$	
소재의 투명도 관계	안감이 보이지 않는 불투명한	142 (40.0)	48 (30.2)	24 (45.3)	34 (43.6)	36 (55.4)	43 (47.8)	99 (37.4)
	안감이 비치는 투명한 시스루	118 (33.2)	62 (39.0)	17 (32.1)	25 (32.1)	14 (21.5)	22 (24.4)	96 (36.2)
	안감이 비치는 투명한 레이스	86 (24.2)	44 (27.7)	11 (20.8)	17 (21.8)	14 (21.5)	21 (23.3)	65 (24.5)
	안감이 비치는 투명한 망사	9 (2.5)	5 (3.1)	1 (1.9)	2 (2.6)	1 (1.5)	4 (4.4)	5 (1.9)
		$\chi^2=14.613, df=9, p=.102$					$\chi^2=6.402, df=3, p=.097$	
total		355 (100)	159 (100)	53 (100)	78 (100)	65 (100)	78 (100)	65 (100)

이 있을 경우 전통적이거나 현대적인 분위기 정도, 문양의 크기, 전통한복에 사용되는 전통소재와 현대 기성복에 사용되는 현대소재의 구분에 따른 선호 계통, 투명도 관계, 문양 종류로 구분하였다. 소재 선호도의 설문분석결과는 〈표 9〉와 같다. 신한복 치마 소재의 문양 유무 선호도를 살펴보면, 문양 없음(50.1%)에 대한 선호도가 가장 높았고, 문양 프린트 위주(38.6%), 문양이 있는 부분과 없는 부분이 혼합된(11.3%) 순으로 나타났다. 연령대별로 문양 프린트가 위주인 소재를 가장 선호한 50대(55.4%)를 제외한 모든 연령층에서 문양이 없는 소재를 가장 선호하였는데, 이는 신한복 치마 보유집단이 50대 위주로 구성되어 있음으로써 문양 프린트 위주의 소재(53.3%)를 가장 선호하는 것과 상관관계가 있음을 알 수 있다.

치마 소재의 문양 분위기 선호도에 대해서는 현대적인 문양(50.4%)과 전통적인 문양(49.6%)의

선호가 비슷한 비율로 나타났다. 한편, 신한복 치마 보유 여부에 따라서도 신한복 치마 보유집단과 미보유집단의 현대적인 문양과 전통적인 문양의 선호도가 거의 비슷한 것으로 나타나 유의미한 차이는 보이지 않았다.

신한복 치마의 문양 크기 선호도는 작고 작은 문양(78.9%)이 시원시원하고 큰 문양(21.1%)에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다. 연령층별로는 타 연령층보다 50대 이상이, 그리고 치마 미보유집단(80.8%)이 보유집단(73.3%)에 비해 작고 작은 문양에 대한 선호도가 높았으나 유의미한 차이는 보이지 않았다.

소재 계열에서 현대 일상복 소재(62.3%)에 대한 선호도가 전통 한복치(37.5%)에 비해 높았으며, 특히 30대(69.8%)와 40대(69.2%)가 20대(59.1%)와 50대 이상(56.9%)에 비해 현대 일상복 소재를 더욱 선호하는 것으로 나타났다.

선호되는 소재의 종류는 면(28.2%), 린넨(마)

〈표 10〉 신한복 치마의 소재 문양 선호도

구 분	total (n=355)		20대 (n=159)		30대 (n=53)		40대 (n=78)		50대 이상 (n=65)		보유 (n=90)		미보유 (n=265)	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)	n	(%)
꽃	168	(47.3)	75	(47.2)	24	(45.3)	34	(43.6)	35	(53.8)	40	(44.4)	128	(48.3)
삼각	57	(16.1)	15	(9.4)	9	(17.0)	19	(24.4)	14	(21.5)	17	(18.9)	40	(15.1)
사각	65	(18.3)	39	(24.5)	6	(11.3)	14	(17.9)	6	(9.2)	17	(18.9)	48	(18.1)
원	52	(14.6)	13	(8.2)	12	(22.6)	12	(15.4)	15	(23.1)	8	(8.9)	44	(16.6)
에스닉(민속적)	48	(13.5)	27	(17.0)	7	(13.2)	8	(10.3)	6	(9.2)	7	(7.8)	41	(15.5)
한국 회화	16	(4.5)	6	(3.8)	2	(3.8)	6	(7.7)	2	(3.1)	4	(4.4)	12	(4.5)
서양 회화	13	(3.7)	5	(3.1)	2	(3.8)	3	(3.8)	3	(4.6)	3	(3.3)	10	(3.8)
사실적 자연 풍경	18	(5.1)	11	(6.9)	0	(.0)	1	(1.3)	6	(9.2)	2	(2.2)	16	(6.0)
전통 조각보	64	(18.0)	22	(13.8)	8	(15.1)	18	(23.1)	16	(24.6)	25	(27.8)	39	(14.7)
한국 전통	100	(28.2)	61	(38.4)	13	(24.5)	16	(20.5)	10	(15.4)	20	(22.2)	80	(30.2)
금/은박 한국 전통	81	(22.8)	31	(19.5)	14	(26.4)	20	(25.6)	16	(24.6)	23	(25.6)	58	(21.9)
문자 또는 숫자	27	(7.6)	12	(7.5)	2	(3.8)	9	(11.5)	4	(6.2)	7	(7.8)	20	(7.5)
페이즐리	46	(13.0)	19	(11.9)	11	(20.8)	8	(10.3)	8	(12.3)	11	(12.2)	35	(13.2)
스트라이프	45	(12.7)	15	(9.4)	10	(18.9)	10	(12.8)	10	(15.4)	12	(13.3)	33	(12.5)
체크	74	(20.8)	32	(20.1)	14	(26.4)	14	(17.9)	14	(21.5)	23	(25.6)	51	(19.2)
카모플라주(밀리터리)	3	(.8)	1	(.6)	0	(.0)	1	(1.3)	1	(1.5)	1	(1.1)	2	(.8)
애니멀(호피)	16	(4.5)	12	(7.5)	2	(3.8)	2	(2.6)	0	(.0)	4	(4.4)	12	(4.5)
그래픽(착시적 옵티컬 아트)	14	(3.9)	3	(1.9)	1	(1.9)	6	(7.7)	4	(6.2)	7	(7.8)	7	(2.6)
고전 전원풍 그림	46	(13.0)	17	(10.7)	8	(15.1)	13	(16.7)	8	(12.3)	18	(20.0)	28	(10.6)
캐릭터	9	(2.5)	6	(3.8)	1	(1.9)	1	(1.3)	1	(1.5)	1	(1.1)	8	(3.0)
인물	9	(2.5)	7	(4.4)	0	(.0)	1	(1.3)	1	(1.5)	2	(2.2)	7	(2.6)

(26.2%), 실크(24.8%), 폴리에스테르(13.0%) 순으로 나타난 것이 비해 레이온(3.1%)과 양모(2.0%), 편성물, 천연가죽, 양모 펠트(2.8%)에 대한 선호도는 매우 낮았다. 연령층별로는 20대는 면(34.6%), 30대(43.4%)와 40대(32.1%)는 린넨(마)(43.4%), 50대 이상은 폴리에스테르(29.2%)에 대한 선호도가 가장 높은 것으로 나타나 신한복 치마 소재의 종류에 대한 선호도 차이를 나타냈다. 또한, 신한복 치마 보유집단은 폴리에스테르(27.8%), 면(24.4%)과 린넨(마)(24.4%) 순으로 선호되었으나, 미보유집단은 면직물(29.4%), 실크(27.2%), 린넨(마)(26.8%) 순으로 두 집단 간에 선호 차이가 있는 것으로 분석되었다.

치마 겉감 소재의 투명도에 있어, 안감이 보이지 않는 불투명한 소재(40.0%)의 선호도가 가장 높았고, 안감이 비치는 투명한 시스루(33.2%), 안감이 비치는 투명한 레이스(24.2%), 안감이 비치는 투명한 망사 소재(2.5%) 순으로 선호하는 것으로 나타났다. 연령층별로는 안감이 보이지 않는 불투명한 소재는 50대(55.4%), 30대(45.3%), 40대(43.6%), 20대(30.2%) 순으로 선호되는 것으로 나타났으나, 20대의 경우 안감이 비치는 투명한 시스루 소재(39.0%)를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 안감이 보이지 않는 불투명한 소재는 신한복 치마 보유집단(47.8%)이 미보유집단(37.4%)에

비해, 안감이 비치는 투명한 시스루 소재는 신한복 치마 미보유집단(26.2%)이 보유집단(24.4%)에 비해 상대적으로 높았으나 유의미한 차이는 보이지 않았다.

신한복 치마의 소재 문양 선호도 분석에 따른 결과는 〈표 10〉과 같다. 전반적으로 모든 연령층과 집단에서 꽃문양(47.3%)에 대한 선호도가 가장 높았고, 한국 전통(28.2%), 금/은박 한국 전통(22.8%), 체크(20.8%), 사각(18.3%), 전통 조각보(18.0%), 삼각(16.1%), 원(14.6%), 에스닉(민속적)(13.5%), 페이즐리(13.0%)와 고전 전원풍 그림(13.0%), 스트라이프(12.7%) 등의 문양 순으로 높은 선호도를 보였다. 연령층별로 보면 꽃문양을 제외하고 20대는 한국 전통(38.4%)과 사각(24.5%), 30대는 금/은박 한국 전통(26.4%)과 체크(26.4%), 30대는 금/은박 한국 전통(25.6%)과 삼각(24.4%), 50대 이상은 전통 조각보(24.6%)와 원(23.1%) 문양을 각각 선호하였다. 신한복 치마 보유 여부에 따라서도 꽃문양을 제외하고, 보유집단은 전통 조각보(27.8%), 금/은박 한국 전통(25.6%)과 체크 문양(25.6%)에 대한 선호도가 높았고, 미보유집단은 한국 전통(30.2%)과 금/은박 한국 전통 문양(21.9%)에 대한 선호도가 높게 나타났다.

V. 결 론

전통문화는 사회적 흐름에 따라 현재까지 끊임 없이 변천해왔으며, 복식 또한 그 미의 관념과 시대적 반영에 따라 재해석되어왔다. 오늘날 신한복은 전통복식문화의 정신을 이어감과 동시에 현대인의 라이프스타일에 따른 감성과 욕구를 충족시키기 위해 출현한 것이다. 본 연구는 전통과 한복이 현대인의 생활 속에서 경쟁력을 갖고 발전되고 지속될 수 있는 방안을 모색하는 것으로부터 시작되었다.

본 연구는 전통복식문화의 안정적인 현대사회 정착을 위해 신한복 치마를 중심으로 착용실태와 인식을 조사하였고, 신한복 치마를 더욱 심미적으로 발전시키기 위해 디자인 선호도를 분석하였다. 전반적인 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

신한복 치마의 착용실태와 인식에서 착용 경험 및 보유는 50대 이상이 가장 많았고, 응답자의 과반수가 신한복 치마에 대해서는 연령층에 따라 명절 및 기념행사, 또는 평상복과 일상복으로 활용 가능한 것으로 긍정적인 응답을 하였다. 착용을 원하는 시기는 봄 또는 가을을 선호했고, 신한복 치마 구매를 고려할 시 가격이나 질보다는 디자인적인 면이 가장 중요하였다.

신한복 치마의 디자인 선호도는 형태, 색상, 소재로 구분하여 분석하였다. 가장 선호하는 신한복 치마는 연령대에 따라 그 선호 형태가 다르게 나타났지만, 전체 응답자를 놓고 보았을 때 덧치마를 가장 선호하였다. 하지만 보유하고 있는 응답자의 경우에는 자락치마를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 치마의 기장은 종아리 정도의 긴 기장을, 허릿단은 5cm 내외의 보통 폭을 과반수가 선호했다. 또한, 신한복 치마는 3-4cm 정도의 보통 주름이 전체적으로 잡혀있고, 길거나 짧지 않은 보통 길이의 허리끈을 가장 선호하였다. 겹감과 안감의 밀단 차이가 있는 이중치마의 경우에는 겹감이 짧아 안감이 4-5cm 정도가 겹감 밑으로 보이는 디자인에 대한 선호도가 높았다. 응답자가 선호하는 신한복 색상은 밝은 무채색이었고, 허릿단과 겹감은 동색이지만 허리끈이 다른 배색으로 구성된 것을 선호하였다. 겹감이 안감보다 짧은 이중치마의 경우에는 겹감만이 다른 배색을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 소재는 문양이

없는 것이 가장 선호되었고, 문양이 있는 경우에는 현대적이거나 전통적일 수 있는 문양 분위기는 비슷한 비율이었지만, 전통 한복지보다는 현대 일상복처럼 세탁이 용이한 소재, 그리고 문양이 잔잔하고 작은 것을 선호하였다. 선호하는 소재 종류로는 면이 가장 우세하였고, 이중치마일 경우에는 대부분 안감이 보이지 않는 불투명한 소재를 선호했지만, 20대는 예외적으로 안감이 비치는 투명한 시스루 소재를 선호하였다. 문양의 종류로는 꽃문양이 모든 연령대에서 가장 선호되었는데, 이런 꽃문양을 제외하고서는 모든 연령대에서 선호하는 문양의 여러 차이가 있음을 알 수 있었다.

본 연구를 통해 우리 생활 속에서 한복이 현대 소비자에게 긍정적인 측면으로 인식되고 있다는 것을 확인할 수 있었고, 이로써 전통문화의 계승과 진보를 위한 현 상황 점검과 문제점 파악에 초점을 맞춘 조사와 이를 개선시킬 수 있는 방안에 대한 연구가 더욱 체계적으로 활발히 지속되어야 함을 알 수 있었다.

신한복이 현대 패션산업에서 대중에 힘을 입어 경쟁력을 갖추기 위해서는 이에 대한 정보와 이해를 도울 수 있는 다양한 분야와 협력함으로써, 오랜 기간 동안 좁은 관점으로 고착화된 전통성을 완화시키고 새롭게 진화된 미적관념을 받아들이는 과정이 필요할 것이다. 이러한 노력들을 통해 신한복은 전통이라는 테두리 안에서 미래 글로벌 네트워크 사회에서 한국의 정통성을 영속적으로 부각시킬 수 있는 영속적으로 지속가능한 문화유산으로 자리 잡혀야 할 것이다. 본 연구를 통해 현대인의 감성과 요구가 반영된 신한복은 전통문화산업 측면에서도 국가상징적인 브랜드가치를 높이는 수단임과 동시에, 전 세계 대중과 소통하고 공유할 수 있기 위한 디딤돌 역할을 할 수 있을 것으로 기대한다.

본 연구의 디자인 선호 결과는 한국의 전통복식문화를 계승할 수 있으며 현대인의 감성에 부합하는 신한복 치마 디자인을 개발하기 위한 선행연구로서 큰 의미와 가치가 있을 것으로 사료된다. 본 연구는 학술적 측면에서 서양복식 측면에서 전통복식의 단점을 개선하고 현대인의 기호에 부합할 수 있는 신한복 치마 디자인을 연구한 것이다. 이처럼 신한복 연구는 일과성이 아닌 장기적으로 지속 발전되어야 하며, 이를 위한 후속

연구의 관심과 지원이 꾸준히 이루어져야만 할 것이다.

본 연구결과에서 신한복 치마를 보유한 연령대가 기존 대중매체의 보도와는 달리 50대 이상으로 집중되어 있었던 것으로 분석되었다. 향후 각 연령대 별로 신한복 구매자와 보유자를 구분지은 정밀조사가 진행된다면, 더욱 정확한 시장분석과 소비자의 요구가 반영된 신한복 디자인 개발로 인해 전통복식문화의 고도화를 지속적으로 유지·발전시킬 것이라 판단된다. 또한, 후속연구에서는 전통문화의 현대화를 위해 도출된 기초연구 결과들을 토대로 신한복 치마의 실물개발과 착의 평가가 실증적으로 이루어질 것으로 기대한다. 본 연구는 오늘날 글로벌 한류 트렌드에 자연스럽게 합류할 수 있는 전통문화상품의 활성화를 고취시킬 것이며, 한국의 주요 국가 상징 중 하나인 전통복식의 계승과 발전에 기여할 수 있다는 점에서 큰 의미를 두고자 한다.

참고문헌

구남옥. (2004). 한복치마의 가변성을 이용한 디자인 연구. *한복문화*, 7(3), 113-127.

구남옥. (2004). 해외컬렉션에 나타난 한국적 디자인 연구. *한복문화*, 7(1), 41-54.

김수지. (2017). *여성 생활한복의 소비자 선호도에 따른 디자인 개발 연구*. 한양대학교 대학원 석사학위논문.

꼬레아노. (2019). 자료검색일 2019. 9. 1, 자료출처 <http://coreano.kr/>

꼬마꼬. (2019). 자료검색일 2019. 9. 1, 자료출처 <http://ccomaque.co.kr/>

데일리한. (2019). 자료검색일 2019. 9. 1, 자료출처 <http://dailyhan.co.kr>

리슬. (2019). 자료검색일 2019. 9. 1, 자료출처 <http://leesle.com/>

박근희. (2019. 9. 7). 평소에도 입을 '뉴트로 한복' 장만하고... 명절 기분도 내고. *조선일보*. 자료검색일 2019. 12. 1, 자료출처 http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2019/09/06/2019090602007.html

박은주. (2013). *전통한복의 디자인선호도와 구매*

행동에 관한 연구. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.

수설화. (2019). 자료검색일 2019. 9. 1, 자료출처 <http://soosulhwa.com>

옥명선, 박옥련. (2011). 현대 한복치마에 사용된 장식기법의 유형과 특성. *복식문화연구*, 19(4), 712-722.

웨이유. (2019). 자료검색일 2019. 9. 1, 자료출처 <http://wayyu.co.kr/>

유혜원. (2001). *생활한복 착용실태 및 선호도 분석을 통한 대중화 방안 연구*. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

이경은, 조우현. (2013). 한복 배색에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 15(2), 107-119.

이수현, 조우현. (2004). 한국 전통치마의 착용실루엣 연구. *한국의상디자인학회지*, 6(1), 73-87.

자락치마, 한국민속대백과사전, 자료검색일 2020. 05. 20, 자료출처 <http://folkency.nfm.go.kr/kr/topic/detail/7148>

조효숙, 임현주. (2012). 20세기 치마 저고리의 소재 연구. *복식*, 62(6), 53-66.

최경은. (2017). *전주시 한복문화 산업 육성계획 수립*. 전주: 전주교육대학교 산학협력단.

최유진. (2019). 새로운 한복의 디자인 특성 연구. *기초조형학연구*, 20(3), 421-432.