

90년대 후반 생활한복의 혁신특성과 채택에 관한 연구

A Study on the Innovative characteristics and the Adoption of Casual Hanbok in the late of 1990s

*성심외국어대학 디자인학부 한국의상디자인전공, 서울대학교 생활과학대학 의류학과
최은영* · 이은영

*Division of Design, Sungsim College of Foreign Languages
Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National University
Eun Young Choi* · Eun Young Rhee
(2002. 4. 15 접수)

Abstract

In this study, the diffusion phenomenon of casual Hanbok, which started in the mid 1990s and has been widely spread ever since with innovative features in design, materials, etc., was reviewed.

Through the interviews of 45 people who have worn casual Hanbok, the advantages and disadvantages of casual Hanbok related to its innovative characteristics were recorded and analyzed. Through the questionnaires distributed to 482 adults living in Seoul, Busan, and Daejeon, the factors related to the adoption of casual Hanbok were examined.

The following are the results from the empirical study.

First, the adoption of contemporary casual Hanbok is due to the consumers' positive response to the excellence of casual Hanbok's various innovative characteristics. What the consumers perceived as innovative characteristics of casual Hanbok in the survey results validated the findings of the depth interview, identifying seven subcategories of the innovative characteristics of casual Hanbok; aesthetics, positive training effect on body and mind, difficulty in use, practicality, psychological attachment for "Our Clothes", economic efficiency, and symbolic compatibility.

And consumers who think highly of such spiritual and identity values as national consciousness, nature affiliation, and community consciousness, had high evaluation to casual Hanbok. However, consumers' prejudice against Hanbok, that Hanbok is for old people, uncomfortable, and not suitable to modern life, turned out to have a negative influence on the adoption.

From these results, it can be concluded that casual Hanbok of the late 1990s is a fashion with innovative characteristics, different from the one in the 1980s worn by the demonstrators of popular movements and democratic movements, and it emerged as a new symbol with the characteristics of cultural movement like community consciousness and nature affiliation.

Key words: casual Hanbok, innovative characteristics, sociocultural value;
생활한복, 혁신특성, 사회 문화적 가치

I. 서론

1960년대 초까지만 해도 농업사회의 구조를 지니고

있었던 한국사회는 불과 몇 십 년 사이에 공업중심의 산업사회와 대중사회로 급속히 변화하였다. 이에 따라 우리의 가치관과 생활양식도 빠른 속도로 서구화 되었으며 전통복식은 비실용적인 의복으로 인식되어

일상복에서 사라지게 되었고 점차 예복의 기능만을 갖게 되었다.

이러한 가운데 90년대 중반부터 예복 중심의 재래 전통한복과는 달리 다양한 용도로 일상 생활 속에서 입혀질 수 있는 '생활한복' 이라고 통칭되는 기성복 상품이 시중에 출시됨으로써 과거와는 다른 양태로 활발히 확산되기 시작하였다. 90년대 중후반의 생활한복에 대한 수요의 증가추세와 시장 확대는 과거 수 차례의 개량한복 대중화가 실패하였던 것과는 대조적으로 확산추이에 있어 현격히 다른 양상을 보여주었다.

이와 같은 현상의 배후에는 여러 가지 원인이 있겠으나 가장 가시적인 요인으로서 현대의 생활한복이 소재와 디자인 면에서 과거의 개량한복들과는 다른 특징을 가진 새로운 상품으로 소비자에게 받아들여지고 있다는 점을 들 수 있다. 생활한복을 실용적인 한복이라는 일종의 혁신 상품이라고 파악할 때, 이러한 혁신 특성들은 무엇이고 이에 대한 소비자의 반응은 어떠한 것인가를 적극적으로 파악할 필요가 있다. 이는 생활한복의 확산현상을 설명해줄 수 있는 주요한 내용임과 동시에 이를 근거로 상품속성에 대한 개선과 강화노력을 수반함으로써 소비자의 지속적인 수용을 유도하여 결과적으로 생활한복이 하나의 스타일로 자리잡는데 기여할 수 있기 때문이다.

그 동안 생활한복의 확산에 따라 디자인 개선이나 착용실태 등에 관련된 연구들이 많이 진행되어 왔으나, 생활한복 상품에 대한 소비자의 반응과 채택의도와 의 관계를 심도 있게 이해하는 데는 미흡함이 있었다. 따라서 본 연구에서는 질적, 양적 분석을 통해 이를 체계적으로 밝혀보고자 한다.

또한, 생활한복의 기능적 개선이 확산의 주요원인으로 부각되고 있는 것과 함께 이의 근거에는 주요한 사회 가치 변동이 존재한다고 생각된다. 생활한복의 확산은 단순히 새로운 의복 스타일로서의 확산이라기 보다 현 사회의 전반적인 문화조류의 흐름이 작용하고 있는 것으로 보이며 하나의 새로운 사회현상으로 파악된다. 즉, 80년대에 민주화 운동권의 의복으로 주목받았던 생활한복은, 민주 투쟁의 상징성을 벗은 대신에 물질주의의 팽배와 세계화, 생태주의의 화두 속에서 이제 더 다양한 의미를 우리에게 전달하고

있는 것으로 보여진다.

따라서 본 연구에서는 생활한복의 혁신특성을 체계적으로 규명하고 혁신특성의 평가와 채택에 관련된 사회문화적 가치 등의 혁신채택요인들을 실증적으로 밝힘으로서 90년대 중후반의 생활한복의 출현과 확산 현상에 대한 이해를 돕고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 생활한복의 혁신적 요소

생활한복은 기존 전통 한복의 단점들이 개선되어 디자인되고 있는 특성을 가지며 현대의 서양의상이 줄수 없는 독특한 물리적, 심리적 효용을 갖고 있다. 따라서 그 주요한 상품특성으로 혁신적이라는 것을 들 수 있다.

이은영(1997)은 스타일 혁신이 되려면 기존의 것과 어느 정도 다른 것을 혁신으로 볼 것인가 하는 문제와 관련하여 의복은 이질적 선매품이므로 적어도 새로운 유행의 경향을 제시할 만한 변화가 있어야 혁신으로 구분될 수 있다고 하였다. 한편, Sproles(1987)는 개인이 어떤 제품에 대해 처음 알게 되는 당시에만 반드시 새로운 것은 아니고 혁신에 대해서 알고 그의 특정상황에 비추어 혁신의 가치나 기능성에 관하여 태도를 형성할 기회를 가질 때까지는 새로운 것이라고 하였다. 이와 같이 제품혁신은 소비자의 관점에서는 특정혜택 및 편익에서 고객의 지각이 새로워지거나 개선된 것을 의미하고 제품의 측면에서는 제품계열을 구성하는 물리적 실체에 가해진 변화나 추가된 것을 의미한다.

<표 1>은 '95년 이후의 생활한복과 관련되는 기사와 상품 카탈로그 등을 자료로 전통한복과 비교하여 개선, 변화된 점이나 생활한복만의 혁신적 요소를 정리한 것이다.

표에서 분류 요약된 바와 같이 생활한복은 소재, 색, 실루엣, 디테일과 관련하여 서양복의 구성법과 소재 등이 혼용되어 디자인에 변화가 있었으며 착용법의 편리성과 다양성, 관리 및 용도 활용성이 증진되었다. 또한 상품의 유통 면에서도 변화를 보이며 이러한 변화들은 소비자에게 새로운 편익을 제공하고 있다. 이와 같이 디자인, 착용, 관리, 용도 면에서 혁신적 속성을

〈표 1〉 생활한복의 혁신적 요소

혁신적 요소	혁신의 내용	혁신의 이점	
디자인	소개	면, 마의 천연소재 ¹⁾ 모직이나 코듀로이등 서양복의 소재 혼용 ²⁾	자연지향성의 표출 실용적 소재로 일상성의 강조
	색	쪽물, 감물 등의 천연염색 ¹⁾ 오방색(흑, 적, 청, 백, 황)주로 사용 ³⁾ 패션화의 가속에 따라 파스텔 톤등 다양한 색조등장 ⁴⁾	자연지향성의 표출 동양적 이미지 강조 개성적 색조
	실루엣	허리까지 오는 여자 저고리길이 변화와 종아리까지 오는 치마길이 ⁴⁾ 프린세스 라인의 사용 ⁵⁾ 여자용 바지와 원피스형 치마 등장 ⁶⁾	활동성의 증대 인체의 자연스런 윤곽 강조 새 아이템으로 활동성과 착용편리 증대
	디테일	깃의 변형 다양 ⁷⁾ 동정을 없애거나 티셔츠형의 앞이 막힌 저고리 ⁸⁾ 상의 - 고름대신 단추나 매듭 여밈, 주머니 부착 ⁷⁾ 남자바지 - 지퍼부착, 고무줄허리, 대넒대신 끈 부착, 주머니부착 ⁷⁾ 여자치마 - 양쪽 허리에 단추부착 여밈, 사이즈 조절가능 ⁷⁾ , 치마주름의 간소화, 부분적 주름 처리, 랩스커트 등의 서구 디자인도입 ⁹⁾	디자인의 다양성증대 간편한 착장 가능 물품휴대편리 안락감 증진 사이즈 조절 가능 활동성의 증대
착장	상하의 코디 개념 도입 ⁹⁾ 타 서양의복과 조합가능 ⁹⁾ 커플룩의 등장 ¹⁰⁾ 악세서리 소품 다양화(구두, 노리개, 핀 등) ¹¹⁾	경제성, 실용성의 증대 새롭고 다양한 이미지 창출	
관리	물빨래 가능, 다림질 필요 없음 ⁶⁾	경제성, 실용성의 증대	
용도	실내복, 근무복, 교복, 예복, 수련복 등 다양 ¹⁴⁾	새롭고 다양한 용도창출, 적용용도 확대	
유통	사이즈별 기성복 ¹¹⁾ 대리점 유통, 복합상표매장 등장 ¹²⁾ , 대기업출현 ¹³⁾ 대중매체를 통한 광고, 카탈로그 제작 ¹¹⁾	대량생산을 통한 저가 실현 기성복으로 소비자 시간 절약과 번거로움 제거 경쟁체제로 인한 상품력의 향상 상품정보제공	

* <참고문헌의 번호참조>

보유한 90년대의 한복을 본 연구에서는 생활한복으로 정의하고 혁신상품으로서 접근하고자 한다.

2. 생활한복의 혁신특성범주

소비자들이 혁신 채택과정에서 어떤 요인을 고려하고 어떠한 수용과정을 거치게 되는지를 설명하고자 많은 연구들이 진행되어왔는데 이 중 특히 Rogers의 연구는 혁신 채택 비율의 예측요인으로서 상품의 특성을 주요하게 다루고 있다. 혁신상품의 특성요인이라 '인지된 혁신속성'을 의미하며 따라서 혁신특성요

인이 객관적으로 존재한다기보다 소비자의 평가에 의해 규정되어진다는 점을 강조하였다. Rogers는 혁신의 특성을 상대적 이점, 적합성, 복잡성, 시용 가능성, 가시성으로 요약 제시하였으며 이 중 복잡성은 채택에 부적인 영향을 미치며 나머지 특성은 긍정적 영향을 미친다고 하였다.

Gatignon & Robertson(1985)도 선행 혁신연구들을 종합한 결과, 혁신의 속도에 영향을 미치는 차원들 중 가장 주요한 것은 소비자가 판단하는 혁신의 가치이나 혁신확산에 정적인 영향을 미치는 상대적 이점이

라는 다차원적 개념과 측정은 그렇게 간명하지 않고 하였다. 따라서 생활한복의 채택의도를 이해하기 위해서는 혁신적 요소들에 대한 소비자의 지각과 그에 대한 가치 평가를 밝히는 것이 중요함을 알 수 있다.

한편, 혁신의 적합성이란 신제품의 특성이 집단의 규범, 요구, 가치 체계 등과 일치한다고 소비자가 지각하는 정도를 의미한다. 의복의 경우 사회의 도덕기준, 규범, 라이프스타일, 미의식 등이 맞을 때 채택의 속도가 빠르고 그렇지 않으면 거부될 가능성이 크다(이은영, 1997). 특히, 라이프스타일은 정규적인 토대위에서 수행되는 활동과 사회적 역할로 구성되어 있으며 패션은 때때로 이러한 활동과 역할을 반영하고 상징하기 위하여 선택되어 진다. 그러므로 소비자의 생활한복의 착용용도 유무와 그 적용이 채택에 있어 중요한데 이는 소비자가 주관적으로 인지하는 라이프 스타일에서의 적합성이라 할 수 있다.

혁신의 복잡성은 신제품을 사용하기 위해 습득하여야 하는 기술의 복잡성 정도를 의미한다. Rogers(1995)가 말한 방법지식과 원리지식이 이에 해당하는데 의복혁신에 대한 지식은 착장과 관리가 방법 지식이라면, 의복 스타일혁신에 대한 상징이나 사회적 의미 해석에 따른 용도의 적용은 원리지식으로 보아야 할 것이다. 생활한복의 경우 기존 상품인 전통한복과는 다른 특징을 가지고 있으므로 그 사용에 따른 새로운 지식의 습득이 요구되며 이에 대한 복잡성의 지각이 혁신의 수용에 영향을 미치게 될 것이다.

사용 가능성이란 혁신을 어느 정도 시용해 볼 수 있는가를 말하는 것으로서 시용 가능한 혁신은 수용자들에게 위험을 덜 느끼게 하므로 혁신의 시용성은 수용속도와 긍정적인 관계에 있다(Ram, 1987). 의류상품도 혁신초기에는 개발비와 신 스타일의 프리미엄 등으로 높은 가격대의 신상품이 생산되므로 상품 가격에 대한 지각은 소비자의 구매수단의 보유도와 함께 사용 가능성을 결정짓는 주요한 요인이라 할 수 있다.

또한, 높은 가시성은 채택의 결과가 남에게 보여지는 상징적 전달력이 높은 것을 의미하며 의복의 경우 높은 가시성이 추구이점인 소비자에게는 이것이 과시욕구의 충족을 주는 혁신의 장점으로 작용할 수 있다. 그러나 한편으로는 생활한복의 경우 전통복식이라는

타 유행과 구별되는 범주의 의복이어서 그 가시성은 아주 높는데, 오히려 이러한 이유로 채택을 연기하거나 거부하는 결과를 가져올 수도 있을 것이다.

이상과 같이 생활한복에 대해 Rogers의 혁신특성 범주를 중심으로 상품 채택과의 관계를 고찰한 결과 동일한 혁신요소에 대해서도 소비자의 평가와 해석이 혁신의 채택을 촉진하거나 저해할 수 있음을 알 수 있었다.

3. 생활한복 혁신특성의 평가 관련 요인

Rogers모델(1995)에서는 혁신의 평가와 채택에 영향을 주는 요인으로서 소비자의 이전관행과 사회가치규범, 그리고 소비자의 커뮤니케이션 행동 등과 같은 요인들을 제시하였다. 특히 이러한 요인들은 현대 생활한복의 평가와 채택에도 밀접하게 관련되어 있다고 보여지므로 이에 초점을 맞추어 논의해보고자 한다.

1) 이전관행

새로운 혁신이 출현했을 때 과거 상품의 사용습관과 고정관념은 혁신채택에 긍정적 또는 부정적 영향을 미칠 수 있을 것이다. 또, 소비자들이 혁신제품을 이전에 사용했던 경험이 부정적이었거나 거부했던 제품과 유사하다고 인지될 때에도 채택에 유의한 영향을 줄 것으로 생각된다. 즉, 과거에 한복에 대하여 부정적 편견을 가지고 거부했던 집단은 생활한복에 대해서도 그러한 관념이 전이될 가능성이 크다. 한복에 대해 활동이 불편하다거나 거추장스럽다는 등의 고정관념을 가진 경우는 생활한복의 활동성의 향상에 의구심을 가지고 부정할 가능성이 많을 것이며 한복이 생활양식에 맞지 않는다는 이유로 일상생활에 착용을 거의 하지 않고 예복으로만 사용하였다면 용도에 대한 고정관념도 존재하게 된다. 실제로 최근 한국 도시여성의 한복 착용 실태 연구를 보면 일년에 한두 번 이하의 착용자가 70%에 달하고 전혀 착용하지 않는 집단도 10%에 달한다(최선희, 정인희, 강순제, 1998). 이러한 착용습관은 생활한복을 일상복으로서 채택하는데 장애가 될 것이다.

2) 사회의 가치와 규범

Rogers(1995)와 Gatignon & Robertson(1985)은 사회

의 가치 및 규범의 변화는 해당 혁신의 평가와 그에 따른 확산의 속도를 결정하게 된다고 하였으며 가치나 규범은 고정적인 것이 아니므로 이것의 진화는 시간에 따라 잠재시장에 영향을 주게 된다고 하였다. 한 사회의 가치지향을 의미하는 문화적 가치(cultural value)를 사회학적 관점에서 정의한다면 '어떤 활동, 감정, 목표가 그 사회의 정체나 복리에 중요하다고 널리 받아들여진 신념이나 생각'이라 할 수 있다(최병용, 1996).

생활한복의 경우, 그 모태가 된다고 할 수 있는 80년대 운동권 복식의 민중한복도 문화적 정체성과 민족자주성을 부각하기 위한 민중운동의 서민적 요소가 그 상징이었다는 점을 상기해볼 때 역사 속에서 한복의 출현은 한복이 갖는 의미와 결부된 그 사회의 가치변동의 표현이라는 관점에서 접근해 볼 필요가 있다 하겠다.

90년대의 생활한복도 IMF의 영향과 외래문화의 범람 속에서 확장되어왔으며 이에 민족과 개인에 대한 자부심을 유지함으로써 긍정적 자아 정체감을 유지하려는 동기가 작용하는 것으로 보인다. 자신이 소속하고 있는 집단특성에 대한 긍정적 평가와 그에 대한 재해석이 민족 문화의 활발한 연구와 보급을 가져온 계기가 되었다고 볼 때, 소비자가 자신의 정체감과 관련하여 민족집단에 대한 중요성을 얼마나 부여하는냐 하는 민족에 대한 애집단 의식이나 충성심은 생활한복의 채택에도 영향을 미칠 것으로 생각된다.

그리고 최근 의·식·주의 모든 분야에 걸쳐 공통적으로 발견되는 대표적인 징후로서 자연친화적 사회 경향을 확인할 수 있다. 정준(1997)은 산업문명에의 염증 등 산업화의 한계성에 대한 저항감과 자기보호본능이 부지불식간에 팽배하면서 사람들은 생태보전, 환경보전의 중요성을 인식하고 심정적으로 자연주의로 돌아서기에 이르렀다고 하였다.

현대에서 생활한복에 대한 호응은 이러한 자연주의 이념을 반영하는 대표적 현상으로 생각되어진다. 초기 개발된 생활한복의 경우 과거 자연과 친화하였던 산업화 이전의 토속적인 농촌생활을 연상하게 하는 것으로 면, 마와 같은 소박한 질감의 천연소재와 천연 염색의 색조를 이용하여 보다 자연 친화적인 느낌을 강조하였고 피부나 환경에도 좋다는 점을 강조하였다

(조선일보, 1997.9.10). 이러한 점은 자연에 가까운 느낌을 주는 소재, 빛깔, 모양새에 주력한다거나(조선일보, 1996.12.15) 수익금의 일부를 귀농 사업에 보조하고 있으며 자연 친화적 사업으로 발전시킬 계획을 갖고 있다는 생활한복 생산 업체의 의도를 통하여도 확인할 수 있다.

또한 이러한 자연친화적 사회경향은 물질과 소유의 가치전환을 수반하고 있다. 박이문(1997)은 인간은 자연의 소유자가 아니라 자연, 우주의 영원히 순환적인 한 고리에 불과하며 이러한 생태학적 세계관 속에서 우리의 태도는 자기중심적 배타성이 공동체 중심적인 포용적 협동으로, 공격적 지배성이 조화로운 유연성으로 전환될 수 있다고 하였다. 뿐만 아니라 과학기술, 물질적 풍요가 아무리 중요하다 하더라도 이것이 인간의 삶에 끼치는 가치의 관점에서만 중요하다고 하였으며, 그러므로 생태학적 세계관은 물질적 소유, 쾌락적 경험을 강조하는 현대문명의 대상 중심적 가치관으로부터 관조적 감상, 내면적 체험을 중시하는 가치중심적 시각으로의 전환을 요구한다고 하였다.

정준(1997)은 현대 라이프스타일의 분석에서 이러한 물질의 소비와 소유에 대한 가치관의 변화가 확연히 일어나고 있음을 지적하였다. 90년대 중반 이후 소비자나 물질적인 안정의 목표로부터 생활의 질과 자신의 정체성을 확립하고 자기개발에 힘쓰며 지역사회와 환경에 대한 배려와 같은 공동체의식을 통한 자아의 회복이 삶의 주요 목표가 되고 있다는 것이다. 이와 같이 내적 요소의 충족이라는 정신문화의 중시경향은 하나의 새로운 질서로서 나타나게 되었다.

이는 사람들의 관심사가 물질을 통한 '자신의 존재 확인'에서 진일보하여 자기성장을 위한 소비로 방향을 선회하고 있음을 말해준다. 이러한 경향은 '심성과 정신'이라는 내적 요소의 충족에 보다 큰 비중을 둔 레저붐, 기수련, 왕성한 창작 및 공연활동 등을 통하여 엿볼 수 있다. 전통문화가 하나의 레저로서 자리잡는 경우가 많아짐에 따라 생활한복의 경우 다도회, 국악 등 고전 예술회, 전통무예수련 등에서 그 활용도가 높은 것을 관찰할 수 있다. 사실 생활한복의 시장 형성과정에서도 이런 기수련 등의 단체복이 기성복으로 공급 유통되면서 그 시장의 형성에 중요한 공헌을 하였던

것이다. 그리고 생활한복의 소박하면서도 차분한 이미지는 이러한 심성중시의 가치관과 부합되는 것이라 할 것이다.

이와 같이 민족의식, 자연친화성, 공동체의식, 탈물질주의와 같은 사회문화적 가치지향들이 생활한복의 평가와 채택에 관련성을 가지는지를 실증적 연구를 통하여 알아보고자 한다.

3) 커뮤니케이션 행동

신제품의 경우 소비자는 구매결과에 대해 확신을 가질 수 없기 때문에 신제품에 대한 자신의 태도를 강화시킬 필요를 느끼게 된다. 따라서 주위의 여러 정보원에 수동적 또는 능동적으로 접촉하여 자신의 태도에 대한 확신을 얻어낼 가능성이 혁신의 채택에 중요하다.

Rogers(1995)는 소비자는 자신이 보유한 요구나 관심, 그리고 태도에 일치하는 커뮤니케이션 정보에 특히 더 주의를 기울이는 경향이 있다고 하였으며 이를 선택적 노출(selective exposure)이라고 하였다. 이는 생활한복 상품 정보에의 노출도가 상품에 대한 욕구와 상품의 평가와도 관련되어 있을 것임을 예상하게 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구에서는 생활한복의 혁신적 특성을 규명하며 생활한복의 평가와 채택에 관련된 여러 요인들을 도출하고 그 관계를 밝힘으로서 생활한복상품에 대한 소비자의 채택을 이해하고자 한다.

첫째, 생활한복에 대해 소비자가 지각하는 혁신특성의 내용과 차원을 밝히고자 한다. 이를 위해 소비자 면접법을 통하여 생활한복의 혁신특성 내용과 범주를 도출하고 대량설문조사를 통하여 이에 대한 소비자의 지각 차원을 밝힌다.

둘째, 생활한복의 혁신특성 평가와 채택에 관련된 사회문화적 가치 및 소비자의 이전 관행, 커뮤니케이션 행동변인들을 도출하고 그 상관관계를 밝힌다.

2. 조사대상 및 방법

연구문제의 규명을 위한 조사방법은 연구자가 생활

한복 채택자를 개별적으로 면접 조사하는 질적 연구 방법과 설문지 조사에 의한 양적 연구 방법을 병행하였다. 면접조사는 2000년 4월과 5월에 걸쳐 생활한복 착용자 45인을 생활한복 접포 및 주변소개로 접촉하였으며 피면접자는 60대 2명, 50대 13명, 40대 16명, 30대 5명, 20대 8명, 10대 1명이 포함되었고 남성 19명, 여성 26명으로 구성되었다. 면접조사는 준비된 질문지를 중심으로 연구자가 질문하고 응답을 기록하는 방식으로 진행되었으며 생활한복에 대한 다양한 소비자의 반응을 수렴하면서 쉽게 응답할 수 있도록 생활한복의 특성을 이점과 단점으로 구분하여 질문하였다. 그리고 응답자의 인적사항, 생활한복 보유량 등을 질문하여 참조하였다.

질적 자료의 분석은 면접 조사 기록에서 유의미한 진술사례들을 추출하고 어절 단위로 편집한 뒤 혁신 특성 지각 내용별로 분류하여 개념적인 군을 형성하는 여러 군집으로 축약하고 통합하였다. 그리고 각 군집의 내용에 해당하는 사례의 출현 빈도수에 따라 분석결과를 제시하고 해석하였다. 면접조사 결과에서 내용분석을 통하여 도출된 개념적 구조들은 후속적으로 양적 분석을 통하여 다수의 소비자를 대상으로 그 타당성을 입증하고자 하였다.

생활한복의 채택에 대한 실증적 연구를 위하여 2000년 7월 10일부터 30일에 걸쳐 서울, 부산, 대전의 3개 도시의 남녀소비자를 대상으로 질문지 조사를 실시하였다. 각 도시마다 착용자와 비착용자의 구성이 절반이 되도록 배부하였고 남녀 성비 및 연령의 분포가 편중되지 않도록 조사자 교육후 조사되었다. 응답이 누락된 설문지를 제외하고 총 482부가 통계처리에 사용되었으며 이는 표본의 지역이나 연령 분포 등에서 고른 분포를 나타내었다.

3. 측정도구

다음 변인의 문항들은 예비분석 및 요인분석을 통해 추출되었으며 신뢰도 검증을 거쳐 사용하였다. 각 측정 변인들의 신뢰도인 크론바의 알파 계수는 .65에서 .83의 범위내에 분포하였다.

먼저, 생활한복이 혁신상품으로서 갖는 특성변인을 측정하기 위한 문항은 면접 조사를 통하여 얻어진 소

비자들의 생활한복에 대한 평가내용 진술을 범주별로 포함시켜 예비조사를 거쳐 구성하였다. 측정은 5점 평정 척도법을 사용하였다.

그리고 생활한복 혁신특성 평가 관련변인으로서 한복에 대한 편견, 사회문화적 가치, 커뮤니케이션 노출도가 포함되었다. 한복에 대한 편견변인은 혁신 이전의 기존 상품에 대한 고정관념을 측정하는 것으로 소비자가 한복 상품 범주에 대하여 갖고 있던 부정적 편견의 정도를 의미한다. 문항내용은 이론적 고찰을 통해 착용자 연령, 활동성, 현대생활에의 적합성에 대한 편견을 각각 5점 척도로 측정하였다.

사회문화적 가치의 하위 측정 변인들로서는 민족의식, 자연지향성, 공동체 의식, 물질주의 가치가 포함되었으며 각 문항은 7점 척도로서 평가되었다. 민족의식 변인은 홍은화의 한국인의 정체성 연구(1995)에서 사용된 민족에 대한 충성심 문항이 민족의식으로서의 아집단 의식을 측정하고 있어 본 연구의 목적에 적합하였다. 따라서 민족의식을 '한국인으로서의 민족에 대한 충성심과 자부심의 정도'로서 정의하고 예비조사를 거쳐 4개의 문항을 선정하였다. 자연지향성과 공동체 의식 변인은 선행연구의 적합한 척도가 발견되지 않으므로 예비조사와 요인분석을 통하여 문항을 추출하고 전문가 3인의 안면타당도 검증과 신뢰도 검증을 통하여 구성하였다. 자연지향성 변인은 '자연을 찾고 즐기며 보존하려는 자연 친화적 태도'로서 정의하였으며, 관련 주제의 서적을 참조로 다수 문항을 선정하여 분석을 거쳐 3개의 문항을 추출하였다. 그리고 공동체 의식 변인은 '타인과 이웃 및 지역과의 관계성 속에서 이들에 대한 배려와 봉사를 우선하고자하는 의식'으로 정의하고 최종 3개의 문항을 추출하였다. 마지막으로 물질주의 변인은 Richins & Dawson(1992)의 물질주의 척도 중 하나의 하위척도인 성공지표로서의 물질주의를 사용하였다. 즉, '삶에 있어 물질의 획득을 성공의 대리지표로 삼는 정도'를 4개의 문항으로 평가하였다.

커뮤니케이션 노출도는 '각종 매체에서 생활한복 관련 내용을 접해본 정도'로서 정의하였으며 매체의 선정은 생활한복의 광고행태를 참작하였다. 채택의도는 '생활한복의 선호에 의한 착용 의도 및 앞으로의 구매가능성'을 각각 5점 척도로서 평가하였으며 이는 혁

신상품에 대한 정신적, 물리적 수용을 의미한다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 생활한복의 혁신특성도출

1) 상대적 이점에 관한 혁신특성 범주

소비자의 면접조사에서 언급된 생활한복의 혁신특성에 대한 평가진술들을 내용분석하고 군집화한 결과 의류상품이 갖는 추구혜택의 범주에 따라 그 특성이 분류되고 있었으며 생활한복만의 고유한 심리적 효과 유목도 나타났다. 그 분류유목과 각 진술사례의 예 그리고 사례 빈도수를 <표 2>에 제시하였다. 그 내용을 살펴보면, 피면접자들이 응답한 생활한복의 장점들 중 가장 언급빈도가 많은 것은 높은 기능성으로서 옷의 넉넉한 여유와 디자인과 구성법의 개선에 따른 활동성을 높이 샀으며 전통한복에 비해 착용의 간편함도 주요한 장점이었다. 그 외에도 옷의 여유공간이 좋아 편안한 착용감을 느끼며 위생성 뿐 아니라 의복의 가감에 의한 온도조절력도 우수하다고 하였다.

생활한복의 상징성과 관련하여 분류된 내용은 생활한복의 착용시 타인에게 좋은 면경이미지를 준다는 점과 생활한복이 자신의 이미지에 적합하고, 전통문화의 상징적인 측면을 가져 관련 직업군 및 활동영역에 유용함은 물론, 외출, 근무, 취미활동에서 두루 활용도가 높다고 하였다.

다음으로 지적이 많았던 내용은 생활한복에서 느낄 수 있는 심리적 효과로서 우리옷 의식에 대한 것과 심성수련효과에 관한 것으로 대별된다. 우리옷 의식은 우리옷이라는 점에 자긍심을 가지며 한국적 이미지의 선호 및 옛정서에 대한 우호적 감정과 향수가 의복과 착용자와의 일체감을 가져다 주는 것으로 풀이된다. 한편, 특기할 점은 생활한복이 현대 서양복에서는 쉽게 찾아보기 힘든 심성수련 효과를 발휘한다는 점이다. 감정이 의복의 채택이나 사용에 영향을 미친다는 선행연구가 있어왔지만 특히 생활한복은 그 좋은 예로서 착용시 안정감, 안식처, 몸가짐, 마음을 다스림과 같은 표현의 지적이 나타났다. 이는 최선형(1993)의 연구에서의 분류에 따르면 감정의 유목 중에도 특히, 편안함, 포근함과 같은 안정감과 자유로움, 흥분함과

〈표 2〉 생활한복의 상대적 이점

혁신특성범주	상대적 이점		사례수
	분류유목	세부내용	
실용성	활동성	· 여유 있는 품 · 활동성이 개선된 디자인 (치마폭조정, 고름과 동정 제거, 여성복 바지 아이템)	14
	착용감	· 좋은 촉감과 편안한 기분	11
	착장 편의	· 착장 방법 간소화 (대님, 허리끈, 고름 제거) · 착장 절차 간소화 (착장가지수, 속옷 차려입기 간편)	9
	관리용이성	· 세탁 용이성 · 내방추성 · 동정 교환 불필요	7
	위생/보온성	· 환기성 우수 · 온도 조절력 우수 (자유로운 착장 가지수의 가감)	3
	체형보완	· 체형의 노출도가 적음	1
	정숙성	· 저고리 길이가 길어 노출불안 감소	1
		계:46	
상징성	좋은 면경이미지	· 안정감과 친근감 (차분하고 부드럽고 푸근하며 편안하고 밝은 이미지) · 점잖고 품위있음 (경륜있고 우아, 단정해 보임)	15
	라이프 스타일 적합	· 근무복, 취미활동복 (직업, 취미활동 이미지와의 적합성)	8
	자기 이미지 적합성	· 자기 이미지와의 적합성과 그에 대한 위부강화 · 이지적 이미지 고양 · 연령규범에 적합	8
		계:31	
심리적효과	우리옷 의식	· 자긍심, 정서적 일체감, 한국미 선호	11
	심성수련효과	· 안정감, 안식을 주고 절제와 예절을 갖추게 함	7
		계:18	
심미성	디자인 우수성	· 현대적 미와 고전미를 함께 갖춘 · 화려하거나 부담스럽지 않은 아름다움	13
	유행미/가시성	· 차별화 욕구 충족 (높은 가시성)	3
		계:16	
경제성	용도적용 다양성	· 다양한 용도 (외출복, 평상복, 예복, 명절옷, 행사복 등) · 용도별 의복선정에 대한 부담 감소	11
	가격 요인	· 부담 없고 적당한 가격 · 착용빈도 증가에 따른 경제성 · 전통한복에 비한 경제성	3
		계:14	

같은 능동적 정서를 유발하는 것으로 보여진다. 착용 시 성격까지 변화하는 것 같다는 착용자의 언급은 의복이 인간에게 가장 가까운 환경으로서 착용자의 심성에 영향을 미칠 수 있다는 것을 증명하기도 한다. 이를 구체적으로 지적인 응답자도 상당수임을 보아 이러한 심성수련 효과는 생활한복에서 주요한 착용이점으로 간주되고 있는 것으로 보인다. 다음으로, 생활한복의 심미성에 관하여는 디자인의 현대성과 우수성, 유행미가 언급되었다. 특히, 자연색의 아름다움에 대한 언급이 많았으며 화려하지 않은 고전미에 대해 높은 평가를 내리고 있다.

마지막으로 용도적용 다양성이나 가격 요인을 포함하는 경제성의 측면이 언급되었다. 한복이 가지는 예복의 상징성과 생활복으로서의 기능성이 복합되어 여러 용도에 포괄적으로 착용됨으로서 의복 착용에 있어 심리적, 금전적 부담을 덜어준다는 것이다. 그리고 가격이 적당하고 부담없으며 기존 전통한복에 비해 경제적 실용적이라는 평가는 생활한복의 가격평가가 단가의 높고 낮음에 대한 것 뿐 아니라 활용도와 밀접하게 관련되어 있음을 알 수 있었다.

이상에서 생활한복의 혁신특성을 살펴본 결과 Rogers가 말한 상대적 이점, 적합성, 복잡성, 가시성, 시용가능성 측면에 대해 평가진술들이 연구에서 발견되고 있었으나, 이 진술들의 대부분이 상대적 이점에 대한 것들에 포함되고 있으므로 그 이점들의 내용적 측면을 중시하여 분류하고 논의하였다.

2) 상대적 단점에 관한 혁신특성 범주

〈표 3〉에서는 생활한복의 상대적 단점들이 지적되었으며 그 해당사례와 언급빈도를 제시하였다. 표의 내용을 살펴보면 같은 혁신특성에 대해서도 각기 다른 평가를 내리는 소비자 반응이 존재한다는 것을 알 수 있었다. 그 주 내용은 실용성, 심미성, 상징성, 경제성 면에서 현재의 일상복이나 기존 전통한복에 견주었을 때 인지되는 상대적 단점에 관한 것이었다.

2. 생활한복 혁신특성의 하위차원 분석(대량 설문조사)

면접연구에서 추출된 혁신특성 평가문항들을 유목

〈표 3〉 생활한복의 상대적 단점

혁신특성 범주	상대적 이점		사례수
	분류유목	세부내용	
실용성	복잡성	· 신발등 부대소품조합 착용의 어려움 · 매장위치 등 구매지식 필요	5
	품질불만	· 재질불만(색상견뢰도, 내필링성, 세탁후 원형회복)	5
	활동성불만	· 전통한복 및 평소 정장차림에 대해 편리성 비교 우위 없음 · 민족복식이라는 신성감으로 인한 부담	4
	대중성부족	· 착용세대 한정 · 홍보부족	3
			계:17
심미성	디자인불만	· 세련되고 다양한 디자인부족 · 유사한 디자인으로 개성표현 안됨	14
		· 색상 단순 · 치수 다양성 불만 · 전통한복에 비해 품위결여	
상징성	자기 이미지 부적합	· 연령, 자기이미지에의 부조화	8
	높은 가시성	· 시선 주목에 따른 불편	5
			계:13
경제성	고가격, 낮은 활용도	· 평상복 용도 대비 고가격 · 일반 기성복보다 낮은 활용도	10

별로 질문지에 포함시켜 응답자의 평가를 통하여 그 핵심적 하위 차원들을 밝히고자 하였으며 이를 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 주성분분석과 적교회전을 이용하여 고유값 1이상의 요인을 추출하였고 그 결과 7개의 요인이 추출되었으며 요인부하치 0.3 이상을 보이는 요인에 대해 〈표 4〉와 같이 정리하였다.

그 구체적 내용을 살펴보면, 요인 1은 심미적 요인으로서 생활한복의 색상 선호, 디자인의 현대성과 이미지에 관한 긍정적 평가의 내용이다. 요인 2는 생활한복의 착용이 정신적 안정감을 주며 한편으로 심리적 차분함을 강제하는 역할도 하고 있음을 보여주므로 심성수련 효과로 명명하였다. 한편, 자연색 선호나 편안하고 부드러운 인상을 준다는 문항은 심미적 평가

이외에 심성수련효과에도 높은 부하치를 보이고 있는데 이는 색이나 심미적 특성이 심리적 효과를 가져오는 것이라고 하겠다.

제 3요인인 사용상의 어려움 지각 요인은 Rogers의 복잡성의 의미에 해당되며 생활속에서 새로운 스타일의 용도 적용과 착용법의 어려움 그리고 소재에 따른 관리 어려움, 디자인의 유사성에 의한 상품의 질 또는 구매시 판단의 어려움과 같은 내용이 포함되고 있다.

제 4요인은 생활한복의 착용 편이성, 활동성, 관리에 관한 높은 실용성 요인이며 요인 5는 향수, 애국심, 전통, 자부심과 같은 우리옷 의식으로 타 요인들과는 달리 심미성과 심성수련효과에도 높은 부하치를 나타내는 요인들로 나타나 우리옷이라는 자부심의 근원이 이러한 요인들로부터 복합적으로 형성되고 있음을 알 수 있게 해준다.

요인 6은 경제성 요인으로 단가 및 품질대비 가격의 인지, 활용도에 따른 경제성의 인지 항목으로 구성되며 요인 7은 상징적 적합성에 관한 것으로 자신의 직업, 취미, 선호스타일, 취향에 생활한복이 적합한 의복인가에 대한 평가이다. 이들 7개 요인들에 의한 전체분산은 63.4%로 나타났다.

3. 생활한복 채택관련요인들의 상관관계

생활한복의 채택의도와 채택 관련요인들간의 상관관계를 파악해 보고자 변인들의 표준점수를 이용하여 피어슨의 상관계수를 얻었으며 그 결과는 〈표 5〉와 같다.

먼저, 생활한복의 채택의도에 가장 큰 상관을 갖는 것은 생활한복 혁신특성들에 대한 평가로 나타났다. 생활한복 혁신특성의 하위 차원인 심미성, 심성수련효과, 우리옷의식, 상징적 적합성, 사용상의 어려움, 실용성, 경제성 면의 평가는 생활한복의 채택의도와 모두 높은 상관관계를 형성하고 있어 소비자의 채택결정에 주요하게 작용함을 알 수 있다.

그리고 민족의식, 자연 지향성과 공동체 의식은 혁신특성의 차원 평가도와 채택의도에 정적인 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 먼저, 민족의식의 경우 자연 지향성과 공동체 의식에 정적인 상관을 가지며 생활한복의 심성수련효과와 우리옷 의식, 상징적 적합성

〈표 4〉 생활한복 혁신특성의 하위자원

요인	문항	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6	요인 7	고유값 분산 누적분산
요인1 심미성	색상이 아름다움	.794							3.74 13.9% 13.9%
	고상하고 품위있음	.766							
	현대적 변형이 아름다움	.723							
	자연색상으로 느낌이 좋음	.599	.347						
	남들과 달라 보여 좋음	.556							
	전통한복보다 품위 없음	-.548							
요인2 실성 수련 효과	편하고 부드러운 인상을 줌	.522	.415						3.34 12.4% 26.2%
예절과 몸가짐을 갖추게 함		.801							
함부로 행동 않아 성격변화		.800							
바쁜 생활속 정신적안식을 줌		.794							
요인3 사용상의 어려움	심리적 안정감과 심성수련효과		.682		.455				2.12 8.1% 34.4%
언제 입을지 용도 불분명			.760						
신발, 가방등 갖춰입기 어려움			.656				.315		
소재불량, 색상이나 형태 변형			.569						
요인4 실용성	디자인이 모두 유사함	-.323		.539					2.15 8.0% 42.3%
고름대님 없어 탈착 용이				.778					
거추장스럽지않고 활동성 좋음				.756					
요인5 우리옷 의식	구김이 덜가서 관리 용이				.708				2.11 7.8% 50.1%
옷에서 고향의 향수가 느껴짐					.770				
착용시 애국심을 느낌			.354		.704				
전통을 되살리는데 기여함	.338				.568				
요인6 경제성	우리옷 착용의 자부심을 가짐	.363	.397		.498				1.84 6.8% 57.0%
가격이 부담 없음						.825			
품질에 비해 가격이 비쌌(역산)						.691			
요인7 상징적 적합성	여러 용도로 입어 경제적임						.582	.390	1.74 6.5% 63.4%
직업, 취미활동 이미지에 적합							.757		
스타일과 취향에 적합							.722		

에 유의한 정적 상관을 나타내어 민족의식이 높을수록 우리옷이 주는 정서적 효과를 높이 평가하며 자신의 스타일이나 취향에 적합한 것으로 평가한다는 것을 알 수 있다. 자연 지향성은 공동체 의식, 커뮤니케이션 노출 및 모든 혁신특성에 대해 정적인 상관을 가지며 사용상의 어려움에는 부적인 상관을 나타내어 낮은 사용상의 어려움 지각 및 생활한복에 대한 우호적 평가와 관련되어 있음을 알 수 있었다. 소비자의 공동체 의식도 또한 같은 경향을 나타내어 혁신속성의 평가도 및 채택의도와 유의한 정적 상관을 보인다. 특히,

심성수련효과에 높은 상관을 보여주고 있는데 이는 소비자의 내면 가치 추구 경향과 혁신속성 평가간의 관련성을 입증해주고 있다. 그리고 생활한복에 대한 커뮤니케이션 노출도는 자연 지향성, 공동체 의식과 정적 상관이 있었으며, 한복에 대한 편견과는 부적 상관을 보인다. 커뮤니케이션 노출도가 높을수록 심미성요인 등 생활한복의 혁신차원에 대해 긍정적 평가를 나타내었다.

한편, 한복에 대한 편견 변인은 자연지향성과 공동체 의식에 부적인 상관을 보이며 생활한복의 모든 혁

〈표 5〉 생활한복 채택관련요인들의 상관관계

	한복에 대한 편견	물질주의	민족의식	자연지향성	공동체 의식	커뮤니케이션 노출	심미성	심성수련효과	우리웃 의식	상징적 적합성	사용상 어려움	실용성	경제성
한복에 대한 편견	1.000												
물질주의	.241***	1.000											
민족의식	-.023	-.065	1.000										
자연지향성	-.205***	-.164***	.223***	1.000									
공동체 의식	-.242***	-.112*	.158***	.386***	1.000								
커뮤니케이션 노출	-.179***	-.030	-.041	.162***	.114*	1.000							
심미성	-.254***	-.131**	.070	.143**	.210***	.249***	1.000						
심성수련효과	-.170***	-.070	.168***	.178***	.256***	.106*	.533***	1.000					
우리웃 의식	-.163***	.017	.158***	.147***	.219***	.113*	.509***	.580***	1.000				
상징적 적합성	-.280***	-.045	.192***	.093*	.191***	.138**	.448***	.474***	.478***	1.000			
사용상의 어려움	.429***	.199***	-.014	-.162***	-.151***	-.174***	-.456***	-.259***	-.227***	-.340***	1.000		
실용성	-.304***	-.110*	.066	.184***	.142**	.163***	.230***	.277***	.275***	.284***	-.364***	1.000	
경제성	-.250***	-.132**	.042	.196***	.157***	.193***	.320***	.281***	.279***	.422***	-.399***	.393***	1.000
채택의도	-.481***	-.119**	.048	.244***	.222***	.225***	.500***	.356***	.320***	.489***	-.438***	.340***	.283***

* : p<0.05 ** : p<0.01 *** : p<0.001

신특성 변인의 평가에도 부적으로 높은 상관관계를 형성하고 있다. 이러한 결과는 한복에 대한 편견이 생활한복의 평가에도 부정적으로 적용되고 있음을 시사해준다. 그리고 물질주의의 변인은 한복에 대한 편견에 유의한 정적상관이 있으며 자연지향성과 공동체 의식, 채택의도에 부적인 상관을 나타내어 생활한복의 평가와 채택의도에 부정적 요소로 작용함을 알 수 있었다.

V. 요약 및 결론

본 논문은 90년대 중반부터 활발하게 보급되어온 생활한복 상품에 대해 혁신상품으로서의 여러 특성요인과 관련 사회문화적 가치 등 소비자의 채택 요인들을 밝혀 우리웃의 재출현에 대한 의미를 파악하고 생활한복 상품의 채택과 확산 연구에 기여하고자 하였다.

실증적 연구 결과 얻은 결론은 다음과 같다.

연구 결과를 통해 본 생활한복에 대한 소비자의 채택은 현대 생활한복의 혁신특성의 우수함에 가장 크게 기인한다. 즉, 90년대 후반의 생활한복은 미적으로도 우수하면서 실용적인 디자인으로 소비자에게 인식되어 큰 호응을 가져온 것이다. 또한 전통문화의 재인

식이 의식주 문화와 여가활동 등 사회의 다방면에서 활성화되면서 생활한복의 적용가능성이 커진 점도 직업, 취미 활동 등에 대한 소비자의 상징적 적합성을 높여주어 채택으로 이어지게 한 것으로 보인다.

생활한복은 특히, 다른 의복에서 발견되지 못한 혁신특성인 심성수련효과를 가지는 것으로 나타났으며 이는 바쁜 현대 생활 속에서 의복의 착용 시 느끼는 물리적 편안함을 넘어서 심리적 안정감과 차분함을 갖게 하는 점으로 우리웃이 가진 주요한 이점으로 간주된다. 또한 생활한복의 평가에는 우리웃이라는 우호적 인식이 작용하는데, 이는 우리 것에 대한 자긍심, 정서적 함치와 옛 것에 대한 향수, 한국적인 미에 대한 선호의식이 혼재 되어 있었다.

한편, 혁신상품으로서 사용상의 어려움 차원이 생활한복 상품에서 나타나고 있으며 이는 혁신채택에 저해요인이 되고 있다. 생활한복에서 지각되는 사용상 어려움이란 용도적용의 문제와 코디와 착용법, 소재의 관리, 디자인의 품질 판단 어려움과 같은 내용으로 나타났다.

이와 같은 혁신특성의 차원들은 면접조사와 대량 질문조사에서 의복의 추구혜택 차원에 따라 지각되고 도출되고 있었으며 Rogers가 제시한 상대적 이점, 적

합성, 복잡성, 시용 가능성과 같은 차원을 내용 면에서 포함하고 있다. 이러한 결과는 의류상품에서의 혁신 원천에 대한 정보들을 제공해준다.

우리의 생활복이 서구화된 이후로 역사에서 우리옷의 상징성에는 외세에 대한 민족자존과 우리것의 계승이라는 이슈가 함께 해 왔다. 최근 생활복의 확산 현상의 차이점이라면 이러한 민족의식에 의한 요인 외에도 물질주의의 현대사회에서 상실되어 가는 정신 가치로서의 공동체 의식, 자연 지향성이 산업화 이전의 사회를 상징하는 우리옷의 평가에 결부되어 있다는 점이다. 그리고 스타일의 혁신을 통해 현대의 양복이 주는 것과는 다른 심리적, 물리적 편안함을 주는 우리옷을 발견하고 예복이 아닌 생활복으로서의 가능성의 지평을 열었다는 점으로 요약된다. 이는 생활복이 80년대 운동권의 의복이 아닌 새로운 상징으로서 출현하였다는 점을 밝혀주며 이를 그 시기의 소비자에 대해 양적 연구로서 논증을 시도한 데 연구의 의의가 있다 하겠다.

참 고 문 헌

- 1) 조선일보, 96년 12월 15일자 기사, 뉴비즈니스-한복봄 타고 '겨레옷 사업 확대'.
- 2) 고지나래 상품 카탈로그, 고지나래, '98년 가을.
- 3) 조선일보, 97년 9월 8일자 기사, 전통+실용=생활한복 '이렇게 편할 수가'.
- 4) 김윤희. 인체의 추상형/사실형 개념에 따른 인체와 복식에 대한 미의식 연구, 복식, 41, 5-22, 1997.
- 5) 천중숙, 생활한복 저고리 디자인의 구성적 특징에 관한 연구, 한국의류학회지, 22(6), 691-698, 1998.
- 6) 조선일보, 97년 9월 10일자 기사, 한복이 바뀐다-대님 대신 단추 '편하게 입자'.
- 7) 조선일보, 95년 1월 20일자 기사, 명륜동 설빔전시회/다양한색상의 개량한복 보여.
- 8) 질경이 상품 카탈로그, 질경이, '98 가을.
- 9) 스포츠조선, 97년 11월 19일자 기사, '마당패 뜯쇠사물놀이' 생활한복 전문점 오픈.
- 10) 스포츠조선, 97년 9월 11일자 기사, '명절맞이 생활한복-화사하고 눈에 띄네'.
- 11) LG홈쇼핑 카탈로그, LG홈쇼핑, '992월.
- 12) 조선일보, 97년 7월 23일자 기사, 쇼핑-생활한복으로 '시원한 여름'.
- 13) 섬유저널, 98년 10월호 기사, 생활한복, 대기업: 전문업체 신진전.
- 14) 섬유저널, 98년 7월호 기사, 생활한복 춘추전국시대 돌입.
- 15) 이은영, 패션마케팅, 교문사, 1997.
- 16) Sproles, G. B., Fashion Marketing, Minneapolis: Burgess Publishing Company, 1979.
- 17) Rogers, E. M., Diffusion of Innovation, Fourth Edition, New York: The Free Press, 1995.
- 18) Gatignon, H. G., Robetson, T. S., "A Propositional Inventory for Diffusion Research", *Journal of Consumer Research*, 11(4), 849-867, 1985.
- 19) Ram, S., "A Model of Innovation Resistance", *Advances in Consumer Research*, 14, 208-212, 1987.
- 20) 최선형 · 정인희 · 강순제, 한국도시여성의 한복착용 및 구매실태, 복식, 37, 33-46, 1998.
- 21) 최병용, 최신소비자 행동론, 박영사, 1996.
- 22) 정준, 가치관의 변화와 라이프 스타일의 변모, 한국소비자보호원, 1997.
- 23) 박이문, 문명의 미래와 생태학적 세계관, 도서출판 당대, 1997.
- 24) 홍은화, 한국인의 정체성연구-민족 정체성에 대한 태도를 중심으로, 고려대학교 대학원 박사학위논문, 1995.
- 25) Richins, M. L. & C. Dawson, "A Consumer Values Orientation for Materialism and its Measurement: Scale Development and Validation", *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316, 1992.
- 26) 최선형, 의류제품에 대한 감정적 반응이 태도형성에 미치는 영향, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1993.