

한복 디자인 인지 속성 요인으로써 모델 활용 경향에 관한 연구

이 신 영 · 배 한 이⁺

동아대학교 패션디자인학과 부교수 · 동아대학교 대학원 의상섬유학과 석사과정⁺

Investigating the Impact of Fashion Model Selection on Hanbok Design Perception

Shin-Young Lee · Han-I Bae⁺

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Dong-A University

Master Course, Dept. of Fashion and Textiles, Dong-A University⁺

(received date: 2023. 4. 24, revised date: 2023. 5. 10, accepted date: 2023. 5. 23)

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate the prevalent trends and styles in popular Hanbok designs before the onset of the COVID-19 pandemic. Additionally, it seeks to analyze the trend in the choice of fashion models as a crucial factor in shaping the perception of the Hanbok image in order to provide basic materials for Hanbok design planning. The findings of this study are as follows. First, based on the frequency analysis of Hanbok designs in the overall materials, the results indicate that both traditional and fashion Hanbok have a similar frequency. However, an analysis of the types of Hanbok designs in materials by year reveals that there has been a recent decrease in the rate of traditional Hanbok, while the rate of fashion Hanbok is on the rise. This trend suggests that the fashion Hanbok market is becoming increasingly important in addition to the traditional Hanbok market within the Hanbok industry. Second, the frequency of male and kid models was found to be lower than that of adult female models. This suggests that there is a significant potential for the Hanbok market to expand into the male and kids' demographic in the industry. Third, the selection of fashion models is considered a significant factor in shaping the perception of the Hanbok image, reflecting changes in attitudes and sensibilities towards Hanbok. Interestingly, the selection of fashion models varies depending on the type of Hanbok design. For instance, white models tend to represent the image of cultural exchange when wearing traditional Hanbok; the image of going global when wearing modernized Hanbok; and the image of luxury and diversity when wearing fashion Hanbok. On the other hand, black models were selected solely to showcase fashion Hanbok, with the intent to demonstrate multicultural inclusion and a more casual sensibility in terms of its activity and functionality. Lastly, the Hanbok industry is currently experiencing a change and hybrid trend in various contexts and meanings associated with Hanbok. While some people are interested in Hanbok as a tradition and a historical responsibility, such as genderless and street fashion, are emerging in terms of design concepts as the fashion Hanbok market expands.

이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 인문사회분야 중견연구자지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5A2A01046727). 연구책임자 이신영 e-mail: syoung@dau.ac.kr

Corresponding author: Han-I Bae, e-mail: qax159@gmail.com

Key words: fashion Hanbok(패션한복), model type(모델 유형), modified Hanbok(변형한복), traditional Hanbok(전통한복)

I. 서론

최근 한복은 전통적 미의 재인식과 더불어 실용적인 의복으로서 20대를 타겟으로 한 다양한 패션한복의 출시로 새로운 전환기를 맞고 있다. 디자인 면에서 기존의 생활한복(개량한복)들과는 다른 특징을 가진 새로운 패션 상품으로, 한복 관련 검색 키워드는 지속적으로 패션 분야 빅데이터에 그 비중을 드러내고 있다. 일상에서 소소히 즐기는 놀이문화로 한복 중심의 동호회가 형성되고, 대한민국 국민으로서 국가적, 문화적 자부심과 애정을 표출하는데 한복이 도구가 되고 있어 한복 입고 고궁 가기, 한복 입는 놀이문화 확산, 해외 여행지에서 한복 즐기기를 하고 있다. 여기에 디지털 콘텐츠의 발달로 한류문화가 전세계로 확산되고 있으며, K-drama와 K-pop 등에서 한복을 착용한 한류문화의 노출이 늘어나면서 국내는 물론 국외로도 한복에 대한 관심이 증가하고 있다 <Fig. 1>-<Fig. 2>. 통계적으로 키워드 검색량을 확인할 수 있는 구글 트렌드에서 예술, 엔터테인먼트 분야의 'Hanbok' 검색량이 꾸준히 증가하는 것은 한류문화의 확산과 한복에 대한 글로벌한 관심이 밀접히 연결되어 있는 것으로 해석할 수 있

다(Yoo & Chang, 2021).

한복이 국내외적으로 큰 관심과 사랑을 받고 있는 최근의 상황에서 한복의 아름다움을 알리고 보다 다양한 소비자를 만족시킬 수 있는 상품 개발, 한복 문화의 확산은 한복산업의 재도약을 위해 필수적이라 할 수 있다. 이에 본 연구는 코로나 이전 한복산업 내 패션한복을 포함한 한복 디자인 유형 경향을 확인하고, 시각적인 이미지로 제시되는 한복 화보 이미지의 구성 요소 중 주요한 인지 속성 요인인 모델과 한복 유형의 연관성에 대해 살펴보고자 한다. 한복 유형의 변화와 한복 유형별 모델 활용 경향을 살펴봄으로써 모델 유형과 한복의 디자인 기획 연관성에 대해 논의하고, 향후 한복산업의 글로벌 비즈니스를 위한 기초자료를 제시하고자 하는 것이다. 이를 통해 변치 않는 가치로서 전통문화 콘텐츠의 현대적 해석 및 변화의 가능성을 확인하고, 관련 인식을 확산하는데 본 연구 결과의 의의가 있다.

II. 연구방법

1. 연구대상

분석 자료의 수집은 한복진흥센터(Hanbok Ad-



<Fig. 1> Try on BTS's Hanbok (Yoon, 2018)



<Fig. 2> BLACKPINK's "Hip Hanbok" (Ahn, 2020)

vancement Center)에서 발간한 ‘입고 싶은 우리 옷 한복 HANBOK’에 실린 한복 디자인을 중심으로 진행되었다. 해당 간행물은 2015년 January 창간호부터 년 2회 발간되어 2019년까지 총 12호가 발간되었으며, 코로나 시기인 2020년부터 현재까지 한복진흥센터 홈페이지에서 온라인 뉴스레터로 제공되고 있다. 주로 한복에 대한 정부 정책, 한복진흥센터의 주요 사업과 성과를 보고하거나 한복 관련 경향에 대해 정리하고 있다. 이를테면 한복의 날, 한복 개발 및 유통 지원, 한복 개발 프로젝트, 우수문화상품(한복분야) 지정제도 운영, 한복 브랜드 강화 지원(한복 브랜드 육성, KCDF 유통망 연계, 한복 비즈니스), 한복 세계화 및 문화 보급(해외 패션스쿨 한복 특강 한복 문화 콘텐츠 보급 등), 한복과 해외 패션 브랜드(디자이너)와의 협업으로 디자인 및 작품 개발을 하는 한복 콜라보레이션 등의 내용을 기재하고 있다. 또한 한복 문화산업계의 공감과 대중과의 소통을 위한 한복 및 관련 분야 이슈도 포함되어 있다. 시대와 상황, 지역에서 나타나는 한복의 변화나, 한복 고유의 정신학적, 형이상학적 특성, 전세계 한복에 대한 시선, 다양한 문화 정체성을 가진 한복 인식에 관한 내용들이 실려 있다. 이러한 정보들을 통해 한복의 정체성, 시대성의 조화로 나타나는 다양한 시각과 미래의 전통 의상이 어떠한 모습으로 나타날지, 다양한 문화 콘텐츠와 다양한 의견을 통해 한복의 영역 확장과 가치 있는 성장을 기원하는 간행물이다.

본 연구에서는 코로나 이전 발간 잡지에 실린 한복 사진 총 413개를 대상으로 한복유형 및 모델유형을 분석하였다. 모델이 착용하였거나, 모델이 착용하지 않았어도 저고리와 치마의 디자인을 확인할 수 있는 제품 촬영컷, 화보 작품사진, 런웨이 사진, 모델 유형이 분석 가능한 저고리 착용사진 등이 분석 대상으로 선정되었으며, 두루마기와 활옷 등 외투 사진의 경우는 저고리, 바지 없이도 분석 대상에 포함하였다. 미술 회화 작품에 표현

된 한복, 저고리 혹은 치마의 부분 확대 컷, 착용하지 않은 저고리만 있는 경우는 제외하고, 동일한 작품이 여러장 찍혔을 경우 또는 권호가 달라도 같은 작품이 있는 경우에는 선행권호에 있는 사진만을 분석하였다. 한복유형 및 모델유형에 대한 빈도분석 및 교차분석을 실시하였으며, 해당 사진의 기사내용 분석을 통해 한복이미지에 대한 정성분석을 수행하였다.

한복 모델 활용에 관한 선행연구(Kim, 2013)로 2007년 1월부터 2012년 8월까지 ‘Vogue’와 ‘Harper’s Bazaar’에서 전통한복과 한국적 이미지의 소품을 활용한 화보 159개를 대상으로 한 연출 분석 연구가 있다. 한복과 한국적 이미지의 소품 구성 화보, 한복과 서양복 구성의 화보로 구분하여 고찰하였으며, 모델의 특성에 대해서는 남성, 여성만으로 구분하여 연구 결과를 제시하고 있다. 모델의 특성보다는 화보 주제, 아이템, 소재, 색상, 문양과 장식소품, 헤어스타일, 화보 배경 등의 연출적 측면에 대한 분석이 주를 이뤄, 시각적 이미지에서 큰 영향을 끼치는 모델의 영향력에 대한 논의는 충분하지 못했던 것으로 사료된다. 이에 본 연구에서는 모델 유형을 ‘황인’, ‘백인’, ‘흑인’, ‘뒷모습 등으로 알 수 없음’, ‘사용안함’으로 구분하였으며, 모델을 사용한 경우 성별과 연령에 대한 조사도 함께 진행하였다.

2. 한복 유형 분류

‘입고 싶은 우리옷 한복’에 나타난 한복 디자인 유형은 전통한복, 변형한복, 패션한복으로 구분하여 분석하였다. 전통한복, 변형한복, 패션한복의 분류에는 형태적 측면, 기능적 측면, 미감의 표현 측면에 있어 다음과 같은 차이를 갖도록 정의하였다. 전통한복은 <Fig. 3>-<Fig. 6>과 같이 ‘전통적 형태’와 현대적 관점의 ‘낮은 생활 기능성’, ‘고귀하고 전형적 아름다움의 표현’을 위한 디자인으로 정의하였다. 변형한복은 <Fig. 7>-<Fig. 10>과 같이 ‘변형 혹은 실험적 형태’와 ‘낮은 생활 기능성’,



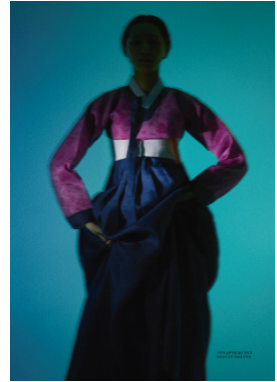
<Fig. 3> Traditional Hanbok I
(Kim, 2015, p. 28)



<Fig. 4> Traditional Hanbok II
(Song, 2015-a, p. 37)



<Fig. 5> Traditional Hanbok III
(Hanbok Lynn, 2016, p. 9)



<Fig. 6> Traditional Hanbok IV
(Bora, 2018-a, p. 23)



<Fig. 7> Modified Hanbok I
(Honbok Lynn, 2017, p. 34)



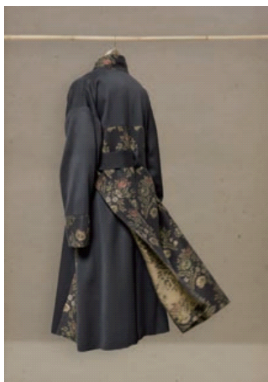
<Fig. 8> Modified Hanbok II
(Song, Kim, Nam, Jo, & Son, 2018, p. 6)



<Fig. 9> Modified Hanbok III
(Kang, 2019, p. 55)



<Fig. 10> Modified Hanbok IV
(Joo, 2019, p. 23)



<Fig. 11> Fashion Hanbok I
(Kim, 2016, p. 45)



<Fig. 12> Fashion Hanbok II
(Bora, 2018-b, p. 31)



<Fig. 13> Fashion Hanbok III
(Shin, 2019-a, p. 23)



<Fig. 14> Fashion Hanbok IV
(J. Y. Lee, 2019, p. 17)

‘변화와 새로움을 위한 혁신적 표현’을 위한 디자인으로, 한복 디자인의 다양성을 실험하는 도전적 디자인 변형이 가해진 작품들을 포함한다.

패션한복은 <Fig. 11>-<Fig. 14>와 같이 ‘전통적 형태, 또는 변형 형태’이면서 ‘높은 생활 기능성’을 가지고 있다고 볼 수 있다. ‘대중적 소비를 위한 유행지향적 표현’을 위한 디자인으로, 이는 전통한복의 디테일을 가지고 있으며 기능성 소재를 사용하는 등 트렌드에 맞추어 개발된 패션성을 지닌 한복을 의미한다. 한복 디자인의 변화 양상을 포괄적으로 포용할 수 있으면서도, 글로벌한 이미지를 가질 수 있는 한복으로, 현대 기성복과 믹스 매치되어 있는 제품은 패션한복으로 분류하였다. 변형한복과 패션한복의 경계가 모호해질 수 있는 부분을 감안하여, 패션한복의 경우 해당 제품의

소비와 생산에 있어 대중성, 대량생산 가능성을 고려하였다.

III. 분석결과

1. 전체 빈도 분석 결과

분석대상인 413개 한복 사진에 대한 전체 빈도 분석 결과는 다음 <Table 1>과 같다.

한복유형은 전체 한복디자인 중에서 패션한복이 192개(46.5%)로 가장 많이 나타났으며 전통한복은 166개(40.2%), 변형한복은 55개(13.3%) 순으로 나타났다. 모델 유형은 황인이 276개(66.8%), 백인이 26개(6.3%), 흑인 4개(1%)의 순으로 나타났다. 이 외 모델을 사용하지 않는 경우

<Table 1> Total Frequency Analysis

| Variable | | n | % | Cumulative Percent (%) |
|----------|--------------------|-----|------|------------------------|
| Year | 2015 | 69 | 16.7 | 16.7 |
| | 2016 | 86 | 20.8 | 37.5 |
| | 2017 | 96 | 23.2 | 60.8 |
| | 2018 | 67 | 16.2 | 77 |
| | 2019 | 95 | 23 | 100 |
| Type | Traditional Hanbok | 166 | 40.2 | 40.2 |
| | Modified Hanbok | 55 | 13.3 | 53.5 |
| | Fashion Hanbok | 192 | 46.5 | 100 |
| Model | Asian | 276 | 66.8 | 66.8 |
| | White | 26 | 6.3 | 73.1 |
| | Black | 4 | 1 | 74.1 |
| | Unidentifiable | 17 | 4.1 | 78.2 |
| | Unused | 90 | 21.8 | 100 |
| Gender | Female | 237 | 57.4 | 57.4 |
| | Male | 86 | 20.8 | 78.2 |
| | Unused | 90 | 21.8 | 100 |
| Age | Adult | 301 | 72.9 | 72.9 |
| | Children | 22 | 5.3 | 78.2 |
| | Unused | 90 | 21.8 | 100 |
| Total | | 413 | 100 | |

90개(21.8%), 뒷모습이나 알 수 없는 모델이 17개(4.1%)임을 확인할 수 있다. 전체 성별 중 여성이 237개(57.4%), 남성은 86개(20.8%)의 분포를 보이고 있으며, 성별을 알 수 없는 것이 90개(21.8%)임을 확인하였다. 또한, 성인이 301개(72.9%)로 가장 많은 비중을 차지했으며, 아동이 22개(5.3%)로 나타났다. 이 외에 나이를 알 수 없는 유형이 90개(21.8%)를 차지했다. 즉, 전체 분석대상 중 전통한복과 패션한복이 비슷한 비율로 많이 나타났으며, 황인 모델이 가장 많이 사용되었지만 백인과 흑인 모델의 착용도 확인할 수 있었다. 모델의 성별은 여성이 가장 많이 나타났으며, 성인의 비율이 높았다.

한복 유형별 모델인종, 성별, 연령 경향은 <Table 2>와 같다.

전통한복, 변형한복, 패션한복에서 황인을 제외한 모델인종으로 백인 모델이 꾸준히 사용되는 것을 확인할 수 있는데, 특히 전통한복과 패션한복은 비슷한 수치로 전통한복에서는 황인 모델 112개(67.5%), 백인 모델 11개(6.6%)이며, 패션한복에서는 황인 모델 125개(65.1%), 백인 모델 12개(6.3%)로 확인된다. 전통한복과 변형한복에서는 흑인 모델의 사용이 나타나지 않지만 패션한복에서만 흑인 모델의 사용이 4개(2.1%)가 나타났다. 이는 패션한복이 전통한복보다 디자인의 다양성과 한복의 세계화를 위해 제작되는 한복으로써 다양

<Table 2> Hanbok Model, Gender and Age Frequency Analysis by Type

| Variable | | Traditional Hanbok | Modified Hanbok | Fashion Hanbok | Total |
|----------|----------------|--|-----------------|----------------|--------------|
| Model | Asian | 112 ^a 67.5% ^b | 39 70.9% | 125 65.1% | 276 66.8% |
| | White | 11 6.6% | 3 5.5% | 12 6.3% | 26 6.3% |
| | Black | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 2.1% | 4 1.0% |
| | Unused | 32 19.3% | 13 23.6% | 45 23.4% | 90 21.8% |
| | Unidentifiable | 32 6.6% | 0 0.0% | 6 3.1% | 17 4.1% |
| Gender | Female | 103 62.0% | 35 63.6% | 99 51.6% | 237 57.4% |
| | Male | 31 18.7% | 7 12.7% | 48 25.0% | 86 20.8% |
| | Unused | 32 19.3% | 13 23.6% | 45 23.4% | 90 21.8% |
| Age | Adult | 124 74.7% | 40 71.4% | 137 71.4% | 301 72.9% |
| | Children | 10 6.0% | 10 5.2% | 10 5.2% | 22 5.3% |
| | Unused | 32 19.3% | 13 23.6% | 45 23.4% | 90 21.8% |
| Total | | 166 | 55 | 192 | 413 |

a: frequency, b: %

한 모델인증이 활용되는 것으로 사료되었다. 한복 유형별 성별 분석 결과, 전통한복에서는 여성이 103개(62.0%), 변형한복에서는 35개(63.6%), 패션한복에서는 99개(51.6%)로 나타나 3가지 한복 유형 모두에서 여성의 비율이 높은 것을 알 수 있다. 남성모델의 활용은 패션한복 25.0%, 전통한복 18.7%, 변형한복 12.7%의 순으로 나타났는데, 각 한복디자인 유형별 여성모델의 활용비율을 고려하면 남성복 디자인에 대한 관심은 패션한복에서 가장 높고 변형한복에서 가장 낮았음을 확인할 수 있었다. 이는 한복디자인의 대중성과 소비성의 측면에서 패션한복에 남성복 시장의 중요성을 보여주는 것으로 해석되었으며, 변형한복의 경우 한복의 조형적 아름다움을 실험하고 다양한 변형에의 시도는 여성한복이 좀 더 적합했을 것으로 사료되었다. 한복 유형별 연령 분석 결과, 전통한복에서 성인 모델은 124개(74.7%), 변형한복에서 40개(71.4%), 패션한복에서 137개(71.4%)로 비슷한 비율로 나타났는데, 전체적으로 아동보다 성인의 비율이 높지만 아동 모델의 사용 또한 꾸준히 나타남을 알 수 있다.

2. 발행년도별 분석 결과

1) 발행년도별 한복 유형 차이

발행년도별 한복유형 차이를 살펴보기 위하여

교차분석을 실시한 결과, <Table 3>과 같이 차이가 있는 것으로 나타났다.

전통한복은 2016년에 가장 높은 비율로 나타났으며, 2019년에 가장 적게 나타났다. 변형한복은 2017년, 2019년에 가장 높게 나타났으며, 2015년과 2016년, 2018년에 적게 나타났다. 패션한복은 2019년에 가장 높게 나타났으며, 2016년 가장 적게 나타났다. 즉, 2015년과 2016년에는 변형한복과 패션한복에 비해 전통한복이 높게 나타났으며, 2017년도에는 변형한복의 비율이 다른 년도에 비해 증가했고, 2018년, 2019년도에는 패션한복의 비율이 높게 나타나고, 2019년도에는 전통한복의 비율이 다른 년도에 비해 낮은 비율로 나타났다. 한복디자인의 유형이 전통한복 디자인에서, 새로운 한복 디자인 개발을 위한 실험적 디자인 전개, 한복의 가능성을 확인하는 변형한복 디자인으로, 이후 패션성이 가미된 대중적 미감을 위한 패션한복 디자인으로 변화해온 방향성을 확인할 수 있었다. 여기에는 한복진흥센터의 정책적 방향과 실행전략에의 변화가 반영된 것으로 사료되었는데, 잡지 발행 초기 한복문화의 중요성을 알리고 관련 인식을 확산하기 위해 전통한복에 대한 소개 기사의 비중이 높았던 반면, 이후 한복의 조형적 아름다움에 주목하는 시기를 지나 한복문화 확산을 위한 패션한복 디자인 개발 및 다문화 시대에 전통문화에 대한 인식 전환을 위한 기사를 통해 한복의 현대

<Table 3> Trend of Hanbok Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|--------------------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Type | Traditional Hanbok | 32 ^a 46.4% ^b | 49 57.0% | 35 36.5% | 26 38.8% | 24 25.3% | 166 40.2% | 21.22** |
| | Modified Hanbok | 8 11.6% | 10 11.6% | 14 14.6% | 8 11.9% | 15 15.8% | 55 13.3% | |
| | Fashion Hanbok | 29 42.0% | 27 31.4% | 47 49.3% | 33 49.3% | 56 58.9% | 192 46.5% | |
| | Total | 69 100.0% | 86 100.0% | 96 100.0% | 67 100.0% | 95 100.0% | 413 100.0% | |

a: frequency, b: %, ** $p \leq .01$

화와 산업 진흥을 위한 노력을 기울인 것으로 판단되었다.

2) 발행년도별 모델인종 추이

발행년도별 모델인종 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시한 결과, <Table 4>와 같이 차이가 있는 것으로 나타났다.

황인은 다른 년도에 비하여 2017년도에 많이 나타났으며, 2015년도에는 적게 나타났다. 백인은 2015년도가 다른 년도보다 많이 나타났으며, 2018년과 2019년도에 적게 나타났다. 모델을 사용하지

않은 것은 2015년과 2019년도에 많이 나타났으며 2017년도에 적게 나타났다. 뒷모습이나 알수없음과 흑인은 2018년도에 많이 나타났다. 즉, 2015년도에는 모델을 사용하지 않거나 백인이 많았으며, 2016년도에는 황인이 많았다. 2017년도에는 황인의 비율이 높았고 2018년도에는 뒷모습, 알수없음이나 흑인이 많았으며, 2019년도에는 황인과 모델을 사용하지 않은 것이 많은 것으로 나타났다. 황인 모델을 활용한 사진은 모델을 사용하지 않거나 백인, 흑인 모델을 활용한 사진에 비해 보다 한국적 정서를 드러내는 바, 모델 활용 변화는 한복을

<Table 4> Trend of Model Race Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Model | Asian | 33 ^a 47.8% ^b | 59 68.6% | 82 85.4% | 39 58.2% | 63 66.3% | 276 66.8% | 91.78*** |
| | White | 11 15.9% | 4 4.7% | 7 7.3% | 2 3.0% | 2 2.1% | 26 6.3% | |
| | Black | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 6.0% | 0 0.0% | 4 1.0% | |
| | Unused | 22 31.9% | 22 25.6% | 4 4.2% | 12 17.9% | 30 31.6% | 90 21.8% | |
| | Unidentifiable | 3 4.3% | 1 1.2% | 3 3.1% | 10 14.9% | 0 0.0% | 17 4.1% | |
| Total | | 69 100.0% | 86 100.0% | 96 100.0% | 67 100.0% | 95 100.0% | 413 100.0% | |

a: frequency, b: %, *** $p \leq .001$

<Table 5> Trend of Model Age by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Age | Adult | 43 ^a 62.3% ^b | 57 66.3% | 81 84.4% | 55 82.1% | 65 68.4% | 301 72.9% | 43.18*** |
| | Children | 4 5.8% | 7 8.1% | 11 11.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 22 5.3% | |
| | Unused | 22 31.9% | 22 25.6% | 4 4.2% | 12 17.9% | 30 31.6% | 90 21.8% | |
| Total | | 69 100.0% | 86 100.0% | 96 100.0% | 67 100.0% | 95 100.0% | 413 100.0% | |

a: frequency, b: %, *** $p \leq .001$

바라보는 시각과 정서의 변화가 투영되는 것으로 사료되었다. 모델 활용 경향에 대한 자세한 분석 내용은 한복유형별 모델 활용 경향 분석에서 좀 더 중점적으로 다루고자 한다.

3) 발행년도별 모델연령 추이

발행년도별 모델연령 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시한 결과, <Table 5>와 같이 차이가 있는 것으로 나타났다.

성인은 다른 년도에 비하여 2017년도와 2018년도에 많이 나타났으며, 2015년도에는 적게 나타났다. 아동은 2017년도가 다른 년도보다 많이 나타났으며, 2018년도와 2019년도에 적게 나타났다. 모델을 사용하지 않은 것은 2015년과 2019년도에 많이 나타났으며 2017년도에 적게 나타났다. 즉, 2015년도에는 모델을 사용하지 않은 것이 많았으며, 2016년도에는 아동이 많았다. 2017년도에는 성인과 아동의 비율이 높게 나타났으며, 2018년도는 성인이 많이 나타났다. 2019년도에는 모델을 사용하지 않는 것이 많이 나타났다. 아동 모델의 경우 2015년부터 2017년까지 빈도가 증가하다가 2018년, 2019년에는 전혀 나타나지 않았는데, 한복 산업에서 2017년까지 아동한복 시장의 확대 경향을 보여주는 지표로 해석되었으며, 2018년 이후는 아동한복 시장 활성화화를 위한 이슈가 필요했을 것으로 생각되었다.

4) 발행년도별 모델성별 추이

발행년도별 모델성별 차이를 살펴보기 위하여 교차분석을 실시한 결과, <Table 6>과 같이 차이가 있는 것으로 나타났다. 여성은 다른 년도에 비하여 2017년도에 많이 나타났으며, 2019년에는 적게 나타났다. 남성은 2017년과 2019년도에 많이 나타났으며, 2016년도에 적게 나타났다. 모델을 사용하지 않은 것은 2015년과 2019년도에 많이 나타났으며 2017년에 적게 나타났다. 즉, 2015년도에는 모델을 사용하지 않는 것이 많았으며, 2016년도에는 여성이 많았고, 2017년도에는 여성과 남성이 많았으며, 2018년도에는 여성이 많았다. 2019년도에는 남성과 모델을 사용하지 않는 것이 많이 나타났다. 2017년, 2019년 남성 모델의 증가는 소비자의 다양성을 확보하는 한복 시장 변화의 경향을 보여주는 것으로 해석되었다.

한편, 2017년은 전체 분석 기간 중 모델 활용이 가장 높았던 시기로, 전체 95.8%의 사진에서 모델 유형을 확인할 수 있었다. 이는 다른 년도에 비해 매우 높은 비율로 모델 활용이 이뤄졌음을 나타내는데, 자세히 살펴보면 모델인종에서는 황인의 비율이 높고, 연령에 있어서는 성인과 아동의 비율이 모두 높으며, 성별에 있어서는 여성과 남성의 비율이 모두 높았다. 해당 년도는 전통한복과 패션한복의 비율이 역전되는 시기로, 앞선 년도에서 패션한복에 비해 전통한복의 비율이 높았던 반면

<Table 6> Trend of Model Gender by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|--------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Gender | Female | 37 ^a 53.6% ^b | 53 61.6% | 65 67.7% | 42 62.7% | 40 42.1% | 237 57.4% | 36.42*** |
| | Male | 10 14.5% | 11 12.8% | 27 28.1% | 13 19.4% | 25 26.3% | 86 20.8% | |
| | Unused | 22 31.9% | 22 25.6% | 4 4.2% | 12 17.9% | 30 31.6% | 90 21.8% | |
| Total | | 69 100.0% | 86 100.0% | 96 100.0% | 67 100.0% | 95 100.0% | 413 100.0% | |

a: frequency, b: %, *** $p \leq .001$

2017년 이후 패션한복의 비율은 전통한복의 비율을 지속적으로 앞서게 된다. 모델 다양성은 패션한복의 대중성과 디자인 다양성, 그리고 한복문화의 확산을 확인할 수 있는 것으로, 2017년이 국내 한복산업의 변화에 있어 매우 중요한 시기였던 것으로 판단할 수 있었다.

3. 한복유형별 모델 활용 경향 분석 결과

1) 전통한복 모델 활용 경향 분석

(1) 전통한복 모델인종 추이

전통한복에 있어 발행년도별 모델인종 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table

<Table 7> Trend of Traditional Hanbok Model Race Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Model | Asian | 17 ^a 53.1% ^b | 39 79.6% | 29 82.9% | 13 50.0% | 14 58.3% | 112 67.5% | 52.70*** |
| | White | 6 18.8% | 3 6.1% | 2 5.7% | 0 0.0% | 0 0.0% | 11 6.6% | |
| | Black | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | |
| | Unused | 8 25.0% | 6 12.2% | 3 8.6% | 5 19.2% | 10 41.7% | 32 19.3% | |
| | Unidentifiable | 1 3.1% | 1 2.0% | 1 2.9% | 8 30.8% | 0 0.0% | 11 6.6% | |
| Total | | 32 100.0% | 49 100.0% | 35 100.0% | 26 100.0% | 24 100.0% | 166 100.0% | |

a: frequency, b: %, *** $p \leq .001$



<Fig. 15> Wearing the Traditional Hanbok of White model I (Song, 2015-b, p. 34)



<Fig. 16> Wearing the Traditional Hanbok of White model II (Lee, 2015, p. 35)



<Fig. 17> Wearing the Traditional Hanbok of White model III (Song, 2016, p. 35)



<Fig. 18> Wearing the Traditional Hanbok of White model IV (Bora, 2017-a, p. 28)

7)과 같이 차이가 있는 것으로 나타났다. 황인은 다른 년도에 비하여 2017년도와 2016년도에 많이 나타났으며, 2015년과 2018년도에는 적게 나타났다. 백인은 2015년도가 다른 년도보다 많이 나타났으며, 2018년, 2019년도에 적게 나타났다. 모델을 사용하지 않은 것은 2019년도에 많이 나타났으며 2017년도에 적게 나타났다. 뒷모습이나 알수없음은 2018년도에 많이 나타났으며 흑인 모델은 전통한복에서 나타나지 않았다. 즉, 2015년도에는 모델을 사용하지 않거나 백인이 많았으며, 2016년도에는 황인 모델이 많았다. 2017년도에도 황인의 비율이 높았고 2018년도에는 다른 해에 비하여 황인이 적었고 뒷모습이나 알수없음이 많았으며 2019년도에는 모델을 사용하지 않는 것이 많이 나타났다.

전통한복의 모델 중 백인은 2015년부터 2017년도까지 3년간 꾸준히 나타나다 2018년, 2019년도에는 나타나지 않았다. 전통한복에 있어 백인모델의 활용은 2015년도의 경우 한복을 입고 관광하는 모습<Fig. 15>, 전통의상 패션쇼<Fig. 16> 등 전통한복의 홍보에 관한 내용이 나타났으며, 2016년도에는 외국인과의 결혼으로 인하여 서로의 문화를 경험하는 내용의 기사<Fig. 17>에서 나타났다. 2017년도에는 한복 착용 경험을 통한 한국 이해하기<Fig. 18>에 관한 내용으로 확인되었는데, 이러한 백인모델 활용은 전통한복을 입은 외국인에 대한

시각적 환기 효과를 통해 전통문화에 대한 의식을 깨우고, 한복 자체로서의 아름다움에 대한 인식 확산과 한복디자인의 우수성에 대한 자부심을 이끌어낼 수 있는 것으로 사료되었다.

(2) 전통한복 모델연령 추이

전통한복에 있어 발행년도별 모델연령 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table 8>과 같이 차이가 없는 것으로 나타났다.

(3) 전통한복 모델성별 추이

전통한복에 있어 발행년도별 모델성별 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table 9>와 같이 차이가 있는 것으로 나타났다.

여성은 다른 년도에 비하여 2016년과 2018년도에 많이 나타났으며, 2019년도에는 적게 나타났다. 남성은 2019년도에 많이 나타났으며, 2018년도에는 적게 나타났다. 모델을 사용하지 않은 것은 2019년도에 많이 나타났으며 2017년도에 적게 나타났다. 즉, 2015년도에는 모델을 사용하지 않는 것이 많았으며, 2016년도에는 여성 모델을 많이 사용하였다. 2017년도에는 사용안함이 다른 년도에 비하여 작았으며, 2018년도에는 여성모델이 많았고 남성모델이 적었으며, 2019년에는 반대로 모델을 사용하지 않거나 남성모델이 많이 나타났다.

앞서 살펴본 바와 같이 2017년 이후 패션한복

<Table 8> Trend of Traditional Hanbok Model Age Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------------|
| Age | Adult | 20 ^a 62.5% ^b | 39 79.6% | 30 85.7% | 21 80.8% | 14 58.3% | 124 74.7% | 18.09 (n.s) |
| | Children | 4 12.5% | 4 8.2% | 2 5.7% | 0 0.0% | 0 0.0% | 10 6.0% | |
| | Unused | 8 25.0% | 6 12.2% | 3 8.6% | 5 19.2% | 10 41.7% | 32 19.3% | |
| Total | | 32 100.0% | 49 100.0% | 35 100.0% | 26 100.0% | 24 100.0% | 166 100.0% | |

a: frequency, b: %

<Table 9> Trend of Traditional Hanbok Model Gender Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|--------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Gender | Female | 17 ^a 53.1% ^b | 36 73.5% | 24 68.6% | 20 76.9% | 6 25.0% | 103 62.0% | 24.87** |
| | Male | 7 21.9% | 7 14.3% | 8 22.9% | 1 3.8% | 8 33.3% | 31 18.7% | |
| | Unused | 8 25.0% | 6 12.2% | 3 8.6% | 5 19.2% | 10 41.7% | 32 19.3% | |
| Total | | 32 100.0% | 49 100.0% | 35 100.0% | 26 100.0% | 24 100.0% | 166 100.0% | |

a: frequency, b: %, ** $p \leq .01$



<Fig. 19> Unused model of Traditional Hanbok I
(Lee, 2017. p. 8)



<Fig. 20> Unused model of Traditional Hanbok II
(Park, 2019. p. 53)

의 비율이 높아짐에 따라 전통한복에서의 소구절은 보다 더 조형적 아름다움의 측면으로 이동한 것으로 해석되었다. 이에 따라 모델 역시 뒷모습이나 알수없음, 혹은 사용하지 않음으로써 작품 자체의 미감 표현에 집중했던 것으로 판단되었는데, 전통한복에서 모델을 사용하지 않는 경우는 한복의 정리된 단아한 아름다움을 보여주는 사례로, 작품 그 자체가 조형예술로 인정받을 수 있는 전통한복의 공예적 아름다움을 드러내고 있었다 <Fig. 19>-<Fig. 20>.

2) 변형한복별 모델 활용 경향 분석 결과

(1) 변형한복 모델인종 추이

변형한복에 있어 발행년도별 모델인종 차이를

살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table 10>과 같이 차이가 없는 것으로 나타났다. 특이점으로 백인 모델은 변형한복 모델로 활용되었으나 흑인 모델의 활용은 없었는데, 백인 모델의 활용은 주로 패션쇼에서 확인할 수 있었다. 한복 세계화를 위하여 도전적 디자인과 더불어 한복의 글로벌 비즈니스 진출을 가시화하기 위해 백인 모델을 활용한 것으로 판단되었다 <Fig. 21>.

(2) 변형한복 모델연령 추이

변형한복에 있어 발행년도별 모델연령 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table 11>과 같이 차이가 없는 것으로 나타났다.

<Table 10> Trend of Modified Hanbok Model Race Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------------|--------------------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| Model | Asian | 4 ^a 50.0% ^b | 8 80.0% | 13 92.9% | 6 75.0% | 8 53.3% | 39 70.9% | 9.34 (n.s) |
| | White | 1 12.5% | 1 10.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 6.7% | 3 5.5% | |
| | Black | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | |
| | Unused | 3 37.5% | 1 10.0% | 1 7.1% | 2 25.0% | 6 40.0% | 13 23.6% | |
| | Unidentifiable | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | |
| Total | | 8 100.0% | 10 100.0% | 14 100.0% | 8 100.0% | 15 100.0% | 55 100.0% | |

a: frequency, b: %



<Fig. 21> Wearing the Modified Hanbok of White model
(Y. H. Lee, 2019, p. 5)

(3) 변형한복 모델성별 추이

변형한복에 있어 발행년도별 모델성별 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table 12>와 같이 차이가 없는 것으로 나타났다.

3) 패션한복 모델 활용 경향 분석 결과

(1) 패션한복 모델인종 추이

패션한복에 있어 발행년도별 모델인종 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table 13>과 같이 차이가 있는 것으로 나타났다. 황인은 다른 년도에 비하여 2017년도와 2019년도에 많이 나타났으며, 2015년과 2016년도에는 적게 나타났다. 백인은 2015년과 2017년도가 다른 년도보다 많이 나타났으며, 2016년도에 적게 나타났다. 모델

<Table 11> Trend of Modified Hanbok Model Age Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------|--------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|----------------|
| Age | Adult | 5a 62.5% ^b | 9 90.0% | 11 78.6% | 6 75.0% | 9 60.0% | 40 72.7% | 11.54 (n.s) |
| | Children | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 14.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 3.6% | |
| | Unused | 3 37.5% | 1 10.0% | 1 7.1% | 2 25.0% | 6 40.0% | 13 23.6% | |
| Total | | 8 100.0% | 10 100.0% | 14 100.0% | 8 100.0% | 15 100.0% | 55 100.0% | |

a: frequency, b: %

<Table 12> Trend of Modified Hanbok Model Gender Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|--------|--------------------------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| Gender | Female | 5 ^a 62.5% ^b | 8 80.0% | 9 64.3% | 5 62.5% | 8 53.3% | 35 63.6% | 9.70 (n.s) |
| | Male | 0 0.0% | 1 10.0% | 4 28.6% | 1 12.5% | 1 6.7% | 1 6.7% | |
| | Unused | 3 37.5% | 1 10.0% | 1 7.1% | 2 25.0% | 6 40.0% | 13 23.6% | |
| Total | | 8 100.0% | 10 100.0% | 14 100.0% | 8 100.0% | 15 100.0% | 55 100.0% | |

a: frequency, b: %

을 사용하지 않은 것은 2016년도에 많이 나타났으며 2017년도에 적게 나타났다. 뒷모습이나 알수없음은 2016년도에 적게 나타났으며, 흑인은 2018년도에 많이 나타났다. 즉, 2015년도에는 모델을 사용하지 않거나 백인이 많거나 뒷모습, 알수없음의 비율이 높게 나타났다. 2016년도에는 모델을 사용하지 않는 것이 많았으며, 2017년도에는 황인의 비율이 높았다. 2018년도에는 흑인과 뒷모습, 알수없음의 비율이 높았으며, 2019년도에는 황인이 많은 것으로 나타났다.

백인과 흑인 모델 활용의 경우, 주로 실생활에서 입을 수 있도록 캐주얼과 한복을 믹스하여 한복 활용의 다양성을 높이거나, 활동성과 기능성을

개선하여 편하게 입을 수 있도록 제작된 패션한복 감성을 강화하기 위해 전통적 이미지의 황인 모델 대신 백인이나 흑인 모델을 활용한 것으로 사료된다(Fig. 22)-(Fig. 26). 한편, 샤넬이나 하이더 아커만, 아크네, 로샤스 등과 같은 전세계 하이패션 디자이너들이 한복을 모티프로 하여 컬렉션을 선보이면서 해당 컬렉션을 소개하는 사진(Fig. 27)을 통해 백인 모델 활용을 확인할 수 있었다. 다른 한복유형과 달리 흑인모델(Fig. 28)의 활용 또한 패션한복 이미지의 특이점이었는데, 흑인 모델을 활용함으로써 인종과 나이를 떠나 다양한 사람들의 취향으로써 현시대에 맞추어 변화하는 한복 문화를 보여주는 것으로 해석되었다. 2018년 당시

<Table 13> Trend of Fashion Hanbok Model Race Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Model | Asian | 12a 41.4%b | 12 44.4% | 40 85.1% | 20 60.6% | 41 73.2% | 125 65.1% | 66.21*** |
| | White | 4 13.8% | 0 0.0% | 5 10.6% | 2 6.1% | 1 1.8% | 12 6.3% | |
| | Black | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 12.1% | 0 0.0% | 4 2.1% | |
| | Unused | 11 37.9% | 15 55.6% | 0 0.0% | 5 15.2% | 14 25.0% | 45 23.4% | |
| | Unidentifiable | 2 6.9% | 0 0.0% | 2 4.3% | 2 6.1% | 0 0.0% | 6 3.1% | |
| Total | | 29 100.0% | 27 100.0% | 47 100.0% | 33 100.0% | 56 100.0% | 192 100.0% | |

a: frequency, b: %, ***p≤ .001



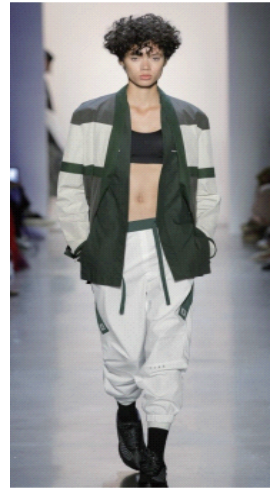
<Fig. 22> Wearing the Fashion Hanbok of White model I
(Seo, 2015-a, p. 14)



<Fig. 23> Wearing the Fashion Hanbok of White model II
(Bora, 2017-b, p. 39)



<Fig. 24> Wearing the Fashion Hanbok of White model III
(Bora, 2018-c, p. 35)



<Fig. 25> Wearing the Fashion Hanbok of Black model I
(Ahn, 2019, p. 31)



<Fig. 26> Wearing the Fashion Hanbok of Black model II
(Park, 2018, p. 56)



<Fig. 27> Hanbok that caught the blue eyes: 2015 S/S Collection Rochas
(Seo, 2015-b, p. 15)



<Fig. 28> The radiant touch: Han Hyun min
(Bora, 2018-d, p. 30)

모델 한현민의 이슈성으로 다국적 문화포용력을 보여주었으며, 패션한복의 캐주얼 감성 강화에 흑인모델의 유효성이 있는 것으로 판단되었다. 그러나 2019년에는 다시 흑인모델 활용 예가 없어 좀

더 많은 사례를 통해 모델 다양성의 측면과 디자인 컨셉 강화 효과를 확인해 볼 수 있는 후속 연구가 수행되어야 할 것으로 사료되었다.

(2) 패션한복 모델연령 추이

패션한복에 있어 발행년도별 모델연령 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table 14>와 같이 차이가 있는 것으로 나타났다. 성인은 2017년, 2019년도에 가장 높은 비율로 나타났고, 2016년도에 가장 낮은 비율로 나타났다. 아동은 2017년도에 높게 나타나고 2015년, 2018년, 2019년도에는 가장 적은 것으로 나타났다. 모델을 사용하지 않는 것은 2016년도에 가장 높은 비율로 나타났으며, 2017년도에 가장 낮은 비율로 나타났다.

2017년의 아동 모델은 부모와 함께할 수 있는 커플 한복의 제안<Fig. 29>이나 아이들이 편하게 입을 수 있도록 실용성을 고안한 아동 한복 브랜드의 론칭<Fig. 30>이 주요 내용으로 아동한복 디자인의 다양성과 시장 확장이 있었던 시기였던 것으로 판단되었다.

(3) 패션한복 모델성별 추이

패션한복에 있어 발행년도별 모델성별 차이를 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과, <Table

<Table 14> Trend of Fashion Hanbok Model Age Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|----------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Age | Adult | 18a 62.1%b | 9 33.3% | 40 85.1% | 28 84.8% | 42 75.0% | 137 71.4% | 50.95*** |
| | Children | 0 0.0% | 3 11.1% | 7 14.9% | 0 0.0% | 0 0.0% | 10 5.2% | |
| | Unused | 11 37.9% | 15 55.6% | 0 0.0% | 5 19.2% | 14 25.0% | 45 23.4% | |
| Total | | 29 100.0% | 27 100.0% | 47 100.0% | 33 100.0% | 56 100.0% | 192 100.0% | |

a: frequency, b: %, *** $p \leq .001$



<Fig. 29> Children model of Fashion Hanbok I (Yoon, 2017, p. 47)



<Fig. 30> Children model of Fashion Hanbok II (Bora, 2017-c, p. 52)

<Table 15> Trend of Fashion Hanbok Model Gender Type by Year

| Variable | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | χ^2 |
|----------|--------|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|----------|
| Gender | Female | 15 ^a 51.7% ^b | 9 33.3% | 32 68.1% | 17 51.5% | 26 46.4% | 99 51.6% | 37.71*** |
| | Male | 3 10.3% | 3 11.1% | 15 31.9% | 11 33.3% | 16 28.6% | 48 25.0% | |
| | Unused | 11 37.9% | 15 55.6% | 0 0.0% | 5 15.2% | 14 25.0% | 45 23.4% | |
| Total | | 29 100.0% | 27 100.0% | 47 100.0% | 33 100.0% | 56 100.0% | 192 100.0% | |

a: frequency, b: %, *** $p \leq .001$



<Fig. 31> Male model of Fashion Hanbok I
(Kang, 2018, p. 36)



<Fig. 32> Male model of Fashion Hanbok II
(Shin, 2019-b, p. 22)

15>와 같이 차이가 있는 것으로 나타났다.

여성은 다른 년도에 비하여 2017년도에 많이 나타났으며, 2016년도에는 적게 나타났다. 남성은 2017년도와 2018년도에 많이 나타났으며, 2015년과 2016년도에 적게 나타났다. 모델을 사용하지 않은 것은 2015년과 2016년도에 많이 나타났으며 2017년도에 적게 나타났다. 즉, 2015년도와 2016년도에는 모델을 사용하지 않는 것이 많았으며 2015년도에는 남성 모델이, 2016년도에는 여성과 남성 모델을 다른 년도에 비하여 적게 사용한 것으로

나타났다. 2017년도에는 남성과 여성 모델 사용이 많았고 사용안함이 작았으며, 2018년과 2019년도에는 남성 모델이 많이 나타났다.

패션한복에 있어 남성 한복의 이미지는 간결하고 정리된 아름다움의 표현<Fig. 31>으로, 고급스러우면서도 여유로운 삶의 감성을 보여주고 있었다. 여기에 젠더리스 감성의 표현<Fig. 32>도 확인할 수 있었는데, 이러한 결과는 한복 디자인의 다양성이 여성복을 넘어 남성복에까지 이어진 것으로, 향후 보다 적극적인 패션한복 디자인 개발이

기대되는 바였다.

VI. 결론

본 연구는 코로나 이전 한복 디자인 유형 경향을 살펴보고, 한복 이미지의 인지 속성 요인으로써 모델 활용 경향을 분석함으로써 한복 디자인 기획을 위한 기초자료를 제시하고자 하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 전체 빈도 분석 결과 한복 디자인 유형으로 전통한복과 패션한복의 빈도수가 비슷하게 나타났는데, 발행년도별 한복 디자인 유형 분석 결과 최근 전통한복의 비율은 줄어들고 패션한복의 비율이 증가한 것을 확인할 수 있었다. 이는 한복 산업에서 전통한복 뿐 아니라 패션한복 시장의 중요도를 나타내는 것으로, 최근 높아진 한복에 대한 관심을 전통한복의 소개 및 이벤트적인 향유뿐 아니라 일상의 소비로, 생활 문화로 이끌어 낼 수 있도록 패션한복 산업 활성화를 위한 정책적 지원이 더욱 확대되어야 할 것으로 사료되었다.

둘째, 여성 성인 모델 활용 빈도에 비해 아직까지 남성과 아동 모델 활용 빈도는 빈약한 것으로 나타났는데, 이는 한복산업에서 남성한복과 아동한복 시장의 가능성을 보여주는 것으로 생각되었다. 다시 말해, 남성한복과 아동한복 디자인 개발을 통한 새로운 시장 개척으로, 한복산업 시장 확대의 측면에서 관련 디자이너의 육성이 요구되는 것으로 판단되었다.

셋째, 한복 이미지의 인지 속성 요인으로써 모델 활용은 한복을 바라보는 시각과 정서의 변화가 반영되는 것으로 판단되었다. 한복 디자인 유형별 모델 활용의 차이가 있는 것으로 나타났는데, 전통한복에서 백인 모델은 문화적 교류의 이미지로, 변형한복에서는 한복 세계화의 이미지로, 패션한복에서는 고급스러움과 다양성의 표현으로 인지될 수 있었다. 흑인모델은 패션한복에서만 나타났는데, 다국적인 문화적 포용력을 드러내며 활동성

및 기능성을 포함한 패션한복의 캐주얼 감성 강화를 위해 흑인 모델이 활용된 것으로 판단되었다. 이러한 흑인 모델의 활용은 변화하는 한복산업의 감성적 측면을 보여주는 것으로 생각되었는데, 기존 전통 이미지의 한복에 대한 글로벌 이미지를 강화하고, 전통과 스트릿패션의 새로운 조합으로 유니크한 디자인 제품으로써 스타일리쉬한 감성을 표현하기 위해 흑인 모델의 활용 효용성이 높을 것으로 사료되었다. 패션한복 그 자체로 전통성과 유행성의 믹스 컨셉이기에, 전통적 감성을 강화하는 측면에서는 황인모델의 활용이, 유행지향적이며 변화하는 감각을 드러내기 위해서는 백인 또는 흑인모델의 활용이 효과적인 것으로 사료되었다.

마지막으로, 오롯이 전통으로써의 한복에 대한 관심과 역사적 책임감, 패션한복 시장의 성장에 따른 한복 디자인의 컨셉 측면에서 스트릿 뿐 아니라 젠더리스와 같은 다양한 감성 이미지의 표현, 한복 그 자체의 예술적 아름다움을 드러내기 위해 제품이 아닌 작품으로 접근하는 등 한복의 다양한 맥락과 의미부여는 현재 한복산업의 변화의 흐름과 하이브리드 성향을 가속화시키고 있다. 이에 한복산업의 발전적 미래 전망을 위해서는 전통문화에 대한 지속적인 관심과 현대적 변용에 대한 이해, 전통한복 종사자와 패션한복 종사자 간 교류, 생활문화로써 한복산업 육성 정책 개발 및 교육 연계를 위한 전문 인력 양성의 측면에서도 논의의 확대가 이루어져야 할 것이다. 본 연구의 제한점은 2019년도까지만 출간된 입고 싶은 우리 옷 한복 HANBOK을 대상으로 하였기 때문에, 2020년도부터 현재까지의 한복 유형 및 모델 유형 분석이 이루어지지 못한 점이다. 후속 연구를 통해 코로나 전후 비교를 수행하고자 하며, 여기에 패션한복을 중심으로 백인, 혹은 흑인 모델 활용이 컨셉적으로 소비자에게 어떻게 인지되는지 살펴보고자 한다. 이러한 연구는 한복 현대화에 대한 논의의 다양성을 부여하며, 디자인 기획에 있어 모델을 포함한 다양한 인지 요소의 활용에 대

한 기초자료를 제공함에 연구의 의의가 있다.

References

- Ahn, J. Y. (2020, July 1). BLACKPINK's "Hip Hanbok" ... The world went wild. *Munhwa*. Retrieved from <https://www.munhwa.com/news/view.html?no=2020070101031812069002>
- Ahn, Y. S. (2019, January 25). Current changes in Design and Consumption: 2019 S/S IISE new york collection [PDF document]. *The Korean dress we love to wear Hanbok No.9*, 31. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=78dae75a961b4d4beacef51cbea9f59cc_1672972069720.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Bora. (2017-a, October 13). Hints of autumn: On a crisp october day [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 6, 28*. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=6b653a7b06e54e719f03a62e075d30f9_1672972196287.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Bora. (2017-b, October 13). A day for Walking [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 6*, 39 Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=6b653a7b06e54e719f03a62e075d30f9_1672972196287.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Bora. (2017-c, October 13). Wearable culture: Hanbok lyn designer, Kim min jeong [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 6*, 52. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=6b653a7b06e54e719f03a62e075d30f9_1672972196287.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Bora. (2018-a, February 23). Hanbok silhouette, a pure and natural wave [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 7*, 23. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=9613d24f34404386af72d04f22001298_1672972176362.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Bora. (2018-b, February 23). The radiant touch: Han hyun min [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 7*, 31. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=9613d24f34404386af72d04f22001298_1672972176362.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Bora. (2018-c, February 23). The radiant touch: Christian burgos [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 7*, 35. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=9613d24f34404386af72d04f22001298_1672972176362.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Bora. (2018-d, February 23). The radiant touch: Han hyun min [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 7*, 30. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=9613d24f34404386af72d04f22001298_1672972176362.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Hanbok Lynn. (2016, September 30). Trends and fashions did exist in joseon dynasty, too. [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 4*, 9. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=94d6c0b438e64f2cb010251022b3665_1672972294288.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Hanbok Lynn. (2017, October 13). Mujigi(korean slip) to day: From Inner to Outer Garments [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 6*, 34. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=6b653a7b06e54e719f03a62e075d30f9_1672972196287.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Joo, Y. K. (2019, October 30). Lookbook: Boys and girls meet the autumn colors [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 11*, 23. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=12c5ddb9e4d544608ca5c532aceab734_1672971936802.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Kang, M. J. (2018, October 12). 'MARBLE' at the design thinking outside of the box and its elegance: Korean newborn in daily life [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 6*, 36. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=f1607058d20a47438128c3158bfc6def_1672972097033.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Kang, M. J. (2019, January 25). Hanbok advancement center news [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 9*, 55. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=78dae75a961b4d4beacef51cbea9f59cc_1672972069720.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Kim, S. K. (2015, January 31). Actress Lee yuri talks about hanbok [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 1*, 28. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=9c016641d422453fa75117b13cf78a68_1672972520431.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Kim, S. Y. (2013). Glocalism trend in the pictorials of domestic licensed Fashion Magazines. *Journal of the Korean Society of Fashion Design Culture*, 13 (1), 47-69.
- Kim, Y. H. (2016, March 3). 2015 New Hanbok project [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 3*, 45. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=3008a133b02f43afaf1d742dc83ff0a5_167297248810

- 4.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Lee, J. Y. (2019, December 24). Hanbok meets folk paintings [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 12*, 17. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=4246e643854245a5bab5fd1eab29182a__1672971909711.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Lee, M. J. (2017, February 16). A great combination of science and Art, Hanbok [PDF document] *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 5*, 8. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=7cf0f258d86b46798b27b7fbf94be0a6__1672972239426.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Lee, Y. H. (2015, January 31). K-fashion honbok: The clothes of th wind, Lee young hee Hanbok Fashion Show [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 1*, 35. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=9c016641d422453fa75117b13cf78a68__1672972520431.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Lee, Y. H. (2019, December 24). Clothes of wind gathering freedom and elegance [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 12*, 5. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=4246e643854245a5bab5fd1eab29182a__1672971909711.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Park, Y. E. (2018, October 12). 2018 Hanbok Culture Week [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 9*, 56. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=f1607058d20a47438128c3158bfc6def__1672972097033.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Park, Y. E. (2019, January 25). Exhibition introduction & Review: People from gangneung 400 years ago, choi kyung sun [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 9*, 53. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=78dae75a961b4dbeacef51cbea9f59cc__1672972069720.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Seo, S. B. (2015-a, September 9). Hanbok that caught the blue eyes: 2015 S/S collection Carolina Herrera [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 2*, 14 Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=75e73f9f99614c9dbdebd80d37824388__1672972217847.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Seo, S. B. (2015-b, September 9). Hanbok that caught the blue eyes: 2015 S/S collection Rochas [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 2*, 15 Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=75e73f9f99614c9dbdebd80d37824388__1672972217847.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Shin, S. H. (2019-a, July 29). Lookbook: Hanbok with various color and generous silhouette [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 10*, 23. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=e217f8af68124f19b98ceebea8262d98__1672971957803.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Shin, S. H. (2019-b, July 29). Lookbook: Hanbok with various Color and generous Silhouette [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 10*, 22. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=e217f8af68124f19b98ceebea8262d98__1672971957803.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Song, C. R. (2015-a, September 9). New the journal of hamel [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 2*, 37. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=75e73f9f99614c9dbdebd80d37824388__1672972217847.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Song, C. R. (2015-b, September 9). New the journal of hamel [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 2*, 34. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=75e73f9f99614c9dbdebd80d37824388__1672972217847.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Song, C. R. (2016, March 3). Meet Hanbok in Life [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 3*, 35. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=3008a133b02f43afaf1d742dc83ff0a5__1672972488104.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Song, S. M., Kim, M. J., Nam, B. R., Jo, E. J., & Son, E. B. (2018, February 23). The Stories told by Hanbok [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 7*, 6. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=9613d24f34404386af72d04f22001298__1672972176362.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/
- Yoo, J. Y. & Chang, M. J. (2021). Analysis of domestic and international reactions to modern hanbok in korean wave: Use of textmining methods. *Journal of Korean Traditional Costume*, 24(3), 179-197. doi:10.16885/jktc.2021.09.24.3.179
- Yoon, G. E. (2018, September 25). Try on BTS's Hanbok ..."BTS Hanbok experience special exhibition.". *Yonhap News Agency*. Retrieved from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20180922018000004?section=search>
- Yoon, S. Y. (2017, February 16). 2016 New Hanbok Project 'Hanbok in the 21st Century' [PDF document]. *The Korean Dress we love to wear Hanbok No. 5*, 47. Retrieved from https://www.kcdf.or.kr/_static/kcdfleader/skin/doc.html?fn=7cf0f258d86b46798b27b7fbf94be0a6__1672972239426.pdf&rs=/jnrepo/viewer/202306/