

버네클러 디자인 관점에서 본 신한복 스타일

이 정 호

신구대학교 섬유영상코디과 강사

A Study on the New-Hanbok Style from the Perspective of Vernacular Design

Jung-Ho Lee

Instructor, Dept. Textile & Clothing Coordination, Shingu College

(received date: 2016. 7. 7, revised date: 2016. 8. 16, accepted date: 2016. 11. 10)

ABSTRACT

The purpose of this study is to delve into the identity of the New-Hanbok style in modern fashion, and to survey its formative characteristics and internal values from the perspective of vernacular design. Arguments can be summed up as follows. The study historically examines the changes in Hanbok and concludes that the social and cultural backgrounds and factors that caused the advent of the New Hanbok are ① the change and expansion of the basic social, cultural, and popular perception toward the Korean image, ② the rapid spread of a subculture centering on the younger generation, and ③ the voluntary and systematic activities of nonprofit clubs, communities and private organizations. This is the cycle of the spread of Hanbok, which shows the subcultural selection and development process of upward propagation. Furthermore, the public, in addition to holding fast to an independent attitude regarding their choices, also show that they tolerate diversity. As a perspective of analyzing the New Hanbok style, the study suggests the characteristics of the vernacular design perspective as ① a spontaneous indigenous nature ② living everydayness ③ and the subcultural-ness of the era. From such a perspective, the study examines the formative characteristics of the basic costume configuration of the New Hanbok style including jeogori, traditional Korean skirts, Cheollik one-pieces, and Trompe l'oeil one-pieces, and draws out the meanings contained in the New Hanbok style, which are ① spontaneous indigenous nature and directivity toward tradition, ② living everydayness and modernity, and ③ open subcultural-ness.

Key words: modernity(현대성), New-Hanbok(신한복), subculture(하위문화), vernacular design(버네클러 디자인)

I. 서론

세계의 패션기업은 세계적 보편성과 특수성을 강조하는 글로벌적 시각과 글로벌적 시각을 단계적으로 견지해왔다. 시장의 확장을 전제로 두는 관점은 저성장기조의 장기화, 경기침체, 소득의 양극화에 따른 소비자의 합리적 가치소비 추구경향과 소비형태 및 심리의 다원화·세분화 경향에 의해 초니치(ultra-niches)마켓을 공략하는 시장 상황에 맞도록 수정이 요구되었고, 이에 따라 글로벌적 시각은 세계적인 관점으로부터 지역에 안착하는 방향에 이어, 지역의 특수성을 발굴하여 세계화하는 방향으로 변화하고 있다. 이에 디자인계는 특정 지역의 문화적 특수성을 집약하고 있는 버내쿨러(vernacular) 디자인에 대해 관심을 가져왔으며, 복식 디자인 역시 버내쿨러의 의미에 주목하고 있다.

이에 본고는 버내쿨러 디자인이 복식에도 디자인 원천으로서 차이와 독창성의 근거가 될 수 있으며, 소비자의 요구와 일치할 경우 높은 시장 점유율과 수익창출이 가능하며, 나아가 전체 문화에 다양성과 생동감을 부여하는 대안 문화로서 작용할 수 있다는 가정 하에, 버내쿨러 디자인적 특성이 신한복을 통해 어떻게 나타나고 있는지 논의하고자 한다. 현재 한국에서 젊은 세대를 중심으로 유행하고 있는 신한복 스타일의 발전 가능성을 가능할 근거로서 다양한 관점의 분석이 요구되고 있는 바, 본고는 버내쿨러 디자인의 관점을 신한복에 적용한다. 그러나 아직 신한복에 대해 체계적인 개념과 정의가 이루어지지 않고 있고, 그로 인해 신한복을 다루는 매체에서조차 '패션 한복', '데일리 한복', '캐주얼 한복', '디자인 한복', '로드 한복', '퓨전 한복' 등 여러 명칭을 혼용하고 있는 현실이므로, 신한복의 개념도 정의하고자 한다. 이를 위한 연구의 흐름은 다음과 같다.

첫째, 선행연구를 통해 버내쿨러 디자인의 개념과 버내쿨러 디자인의 특성을 고찰한다. 둘째, 한

복번천을 한복이 버내쿨러 문화적, 디자인사적 과정을 거쳐 온 것으로 파악하고, 이 과정을 통해 나타난 신한복의 개념과 사회문화적 발생배경을 고찰한다. 셋째, 신한복의 조형특성을 살펴보고, 신한복에 나타난 버내쿨러 디자인 특성을 도출한다.

실증적 분석으로 국내에서 '신한복'을 포함하여 '패션 한복', '데일리 한복', '캐주얼 한복', '디자인 한복', '로드 한복', '퓨전 한복' 등의 슬로건을 가진 업체들의 상품사진과 각종 매체에 실린 패션사진을 활용한다. 신한복 관련 사진의 수집기간은 2015년 10월~2016년 6월이며, 8개 브랜드의 2015 F/W와 2016 S/S 시즌의 저고리, 치마, 원피스(첼릭, 트롱프뢰유) 각 50장씩 총 200장의 사진을 대상으로 조사하였다. 신한복 아이템으로 저고리, 치마, 원피스를 선정한 이유는 현재 신한복 업체들이 이들 아이템을 중심으로 출시하는 비율이 타 아이템들에 비해 현저히 높기 때문이다.

현재 10대~30대의 젊은 소비자를 목표로 신한복 스타일의 패션상품이 다양하게 소개되고 있으며, 앞으로 내수시장의 확대와 더불어 해외시장 진출도 빠르게 이루어질 것으로 예상된다. 본 연구는 버내쿨러 디자인 관점을 통해 신한복 스타일을 고찰하여, 버내쿨러 디자인의 특성을 내포하는 신한복이 국내뿐만 아니라 해외 시장까지 진출할 수 있는 학문적 기초를 제공하는 데에 연구의 의의를 둔다.

II. 버내쿨러 디자인 특성에 관한 고찰

1. 버내쿨러 디자인의 개념

버내쿨러는 라틴어의 verna, vernacula, vernaculus가 확장된 것으로 '기존의 사들인 노예가 아닌 애초 주인집에서 태어난 노예'를 의미하는 것에서 '한정된 한 마을 또는 한 지역 내에서만 거주한 사람, 그 지역의 원주민', '한 가지 일에만 고정적으로 종사하는 사람'으로 확대되었다(Jackson, 1986). 이후 현대적 관점에서vernacular의 의미가

정립되어, '특정한 지역이나 집단에서 쓰이는 방언, 토착적인, 풍토적인'이라는 사전적 의미를 가진다(Kang, 2015).

주로 건축과 환경디자인 분야에서 문화적 사물에 나타나는 특정 지역의 민족적 특성과 지역적 전통이 지닌 특성으로 광범위하게 설명되어온 버네쿨러는 그 특성이 나타나는 과정으로서 의미를 가지기도 한다. 문화적 관점에서 버네쿨러는 일련의 과정으로 이해된다. 지배자에 의해 그들의 언어를 강요당한 하위주체들이 그 언어를 습득하고 지배질서에 복속된 후, 다시 지배질서의 물질을 재료삼아 내용을 변형시키고, 그를 통해 독자적인 목소리를 내는 문화적 과정으로 보는 것이다.

디자인사에서 버네쿨러 디자인은 모더니즘적 자기 검열로부터 자유로우면서, 교육으로 길들여지지 않은 감수성과 자연스러움이 있는 것으로, 과거의 역사·민족적 양식과의 단절을 추구한 모더니즘 디자인과 중심의 역사에 대한 수정의 의미를 지닌다(Cho, Kwon, Ahn, & Lee, 2000). 또한 주류와 비주류의 권력과 질서의 관계로서 버네쿨러 디자인을 바라보는 관점에서는 버네쿨러 디자인이 역사의 재포장에 불과하며 과거를 현재의 뿌리로 다루지 않고, 단지 멀리 떨어진 타자로 다루고 있으며, 삶의 맥락과 분리된 디자인은 알맹이 없는 껍질에 불과하다는 비판을 하기도 한다(Lupton, 1999).

버네쿨러 디자인에 관한 정의 또한 다양하게 이루어졌다. Yoon(2003)은 '주류 디자인의 변방에 있는 지역의 자생적 스타일'이며 '모던 디자인에 통제되지 않은 일상에 편재한 개별적인 다양한 사물들'이라고 함으로서, 버네쿨러 디자인의 자생적이고 일상적인 특징을 언급하고, '디자이너가 디자인하지 않은 디자인'이라고 함으로써 모더니즘의 중심 흐름에서 벗어난 디자인을 버네쿨러 디자인으로 보고 있다. 그 결과로 한국에서 버네쿨러 디자인은 한국문화의 특수성과 연관되어 전통적 사물을 전유한 디자인, 생활관습과 관련된 디자인,

하위문화를 전유한 디자인으로 나타난다고 하였다. Ryu & Moon(2005)은 모더니즘의 중심적 흐름을 인정한다. 버네쿨러 디자인은 '일상적이고 습관적인 특성을 지닌 민속 조형 예술', '지리적, 풍토적 생활환경과 전통적 생활양식이 잘 반영되며 계승, 발전하는 것', '정규디자인 교육을 받은 디자이너가 지역적 토속성에서 유래된 요소를 현대적 의미에 맞게 재해석하여, 산업생산물로 제품화한 것'으로 정의함으로써, 버네쿨러 디자인의 일상적, 토속적, 전통적인 특징과 함께 디자인 주체의 중요성을 언급하였다. Chae & Oh(2009)는 대상과 주체에 관한 모더니즘적 관점이 아닌 버네쿨러 디자인의 근대성을 새로운 기준으로 제시하고, 이를 기준으로 '근대 기술의 영향력이 덜 미친 전통적이고 토착적인 것'과 '전통적 생활관습과 테크놀로지가 결합하여 새롭게 만들어진 것'으로 버네쿨러 디자인을 구분하였다.

버네쿨러 디자인에 관한 선행연구를 정리해 보면, ①전통공예품과 토산품처럼 과거로부터 전수된 제작방식과 재료로 만들어진 토속적이고 일상적인 디자인, ②지역적인 토속성에서 유래된 사물들을 현대적으로 재해석한 디자인, ③모더니즘 디자인 범주에 포함되지 않는, 디자이너(디자이너라는 자의식을 가진 주체)가 디자인하지 않은 디자인, ④전문적 디자인과정과 산업적 생산과정을 통해 특정 문화를 반영하는 디자인으로 나눌 수 있다. 이러한 분류는 버네쿨러 디자인에 관한 대상, 주체, 근대성 등을 포괄한 넓은 범주에서의 구분이라 할 수 있다. 다음 절에서 버네쿨러 디자인 특성을 '자생적 토속성', '생활적 일상성', '시대적 하위문화성'으로 나누고, 각각의 특성을 재료, 형태, 기술, 정서적 측면으로 살펴보도록 한다.

2. 버네쿨러 디자인 특성

1) 자생적 토속성

특정 지역의 풍토적이고 관습적인 생활양식의

말로로 나타나는 버네클러 디자인은 한 개인의 독창적인 창조적 산물이 아니라 집단과 지역의 산물인 동시에 생태적 결과물이라 할 수 있다. 자생적 토속성은 인공적이거나 타문화적 영향력이 어느 정도 혼합되어 있으나 지배적이지 않으며, 시대를 거치면서 특정 문화 내에서 자연스럽게 형성되어 온 필연적 속성으로 이해될 수 있다. 따라서 조형 예술에 있어서 민족적인 특성은 자생적 토속성을 통해 가장 잘 나타나며, 종족마다 구별되는 특정 지역의 향토적 재료(자원), 본래의 형태, 특정한 기술 및 정서를 엿볼 수 있다.

자생적 토속성은 환경적 요인에 우선적으로 영향을 받는 재료의 측면에서 잘 나타난다. 첫째, 주변 환경에서 쉽게 구할 수 있는 재료를 사용하는 것, 둘째, 다른 목적을 위해 사용하고 남은 재료를 사용하는 것, 셋째, 다른 도구나 혹은 다른 목적을 위해 만들어진 생산물을 재활용하여 탄생하는 것을 통해 그 지역만의 환경적 특색과 자연친화적 경향이 강하게 나타난다.

자생적 토속성은 형태적 측면에서 의식적인 미의 추구나 양식에는 소홀한 것으로 나타난다. 그 대신 어떠한 형태를 만들어내는 데에 있어서 주어진 문제를 해결하려고 하거나 쓸 만한 수단이 무엇인가에 집중한다. 즉 버네클러 디자인 산물은 형태적으로 합목적성에 우선 부합하는 경향이 있다. 그러나 미와 양식에 소홀하다는 것이 아름다움을 전혀 추구하지 않는다는 의미는 아니다.

자생적 토속성은 기술적 측면에서 특정 지역의 수공예적 특성으로 나타난다. 이는 장식적 수공예에 관한 것이 아니라, 기술적 측면에서 산업화 이전의 전근대적인 방식의 수공예적 기술을 의미한다. 과거 기술의 전수 내지는 숙련되지 않은 미성숙한 기술로 인해 나타나는 수공예적 특성은 형태적 측면에서 세련되지 않은 투박함을 야기하여 필연적으로 미의 추구나 양식에 소홀한 것으로 귀결된다.

자생적 토속성은 정서적 측면에서 친근함과 향

수(鄉愁)를 나타낸다. 객관화, 표준화, 세련된 디자인에서 느낄 수 없는 부족함과 어리숙함은 인간적이고 자연적인 감성을 나타내며, 이는 친근함과 더불어 피로감을 덜어주는 역할을 한다. 형태적 측면에서 촌스럽고 어설피고 낡은 버네클러 디자인을 만들어내는, 기술적 측면의 전근대적 제작방식은 친근함과 더불어 복고적 이미지에 의한 향수를 불러일으킨다. 이 때 친근함과 향수와 같은 정서적 측면은 시간과 장소의 제약을 받는다. 특정 지역의 특정 시기에 공감대를 형성했던 것에 대해서 버네클러 디자인 산물을 통해 발생하는 정서적 반응이기 때문이다.

살펴보았듯이, 자생적 토속성은 재료, 형태, 기술, 정서면에서 버네클러 디자인 산물의 1차적 요소로 작용한다. 그리고 자생적 토속성은 생활적 일상성의 본질이 된다. 앞서 언급한 버네클러 디자인의 다양한 정의 중 '전통공예품과 토산품처럼 과거로부터 전수된 제작방식과 재료로 만들어지는 토속적이고 일상(자생)적인 디자인 산물'뿐만 아니라 '모더니즘적 디자인 범주에 들지 못하는 디자이너(디자이너라는 자의식을 가진 주체)가 디자인 하지 않은 디자인 산물'이 자생적 토속성을 잘 반영한다. 후자의 예로서, 청계천의 장사동 기계공구상가는 현대화 과정 속에서 자생적 토속성이 잘 나타나는 공간이다. 수공예적 간판들은 이곳에서 흔히 구할 수 있는 재료인 철판으로 제작되어 있으며, 상가 거리를 구축하고 있는 철제 기둥과 플라스틱 슬레이트 지붕 등 비전문적 건축물들이 버네클러 디자인의 자생적 토속성을 잘 드러내고 있는 것이다.

2) 생활적 일상성

생활적 일상성은 자생적 토속성에 대한 버네클러적 재구조화로 나타난다. 재구조화란 근원적인 맥락은 유지하면서, 버네클러 사물들을 현대적으로 재해석하는 과정이다. 이는 버네클러 디자인의 정의 중 '지역적인 토속성에서 유래된 사물들을

현대적으로 재해석한 디자인'과 관련된다.

재료적 측면에서 자생적 토속성이 강한 디자인은 지역 특성이 잘 드러나는 날 것의 질료를 사용한다면, 생활적 일상성에서의 질료는 현대성이 가미된 것이다. 즉 현대적 일상생활에 맞게끔 향토적이고 토속적인 재료를 변용하는 것이다. 재료에 있어서의 버네쿨러적 변용의 예를 들자면, 가정에서 벽난로를 때는 문화권에서 불을 지피는 재료가 원래 참나무나 자작나무를 토막 낸 목재 뿔감이었다면, 그 대신 압축 목재나 우드브리켓과 같은 기능성과 실용성이 향상된 뿔감을 사용하는 것이다. 따라서 여기에는 인공적이거나 타문화적인 영향이 지배적으로 나타난다.

형태적 측면과 기술적 측면에서의 생활적 일상성은 합목적성과 수공예적 특성 외에도 현대인의 일상생활에 기능성과 실용성, 편리성, 효율성, 미적 측면을 고려한 것으로 나타난다. 예를 들어 우리나라 각 지역의 환경과 기후조건에 따라 각기 다른 형태로 제작되어 온 옹기(독)의 경우, 김치냉장고로 수렴되었고, 가마솥을 대체하는 전기압력밥솥, 가마솥과 형태는 비슷하지만 알루미늄 재질로 만들어진 소형가마솥, 한약재를 달이는 전기약탕기, 한 상 반찬문화를 대변하는 섹션이 나누어진 반찬보관용기, 온돌을 대체하는 전기온열매트, 습식 욕실문화를 대변하는 플라스틱 슬리퍼와 플라스틱 바가지, 붓펜과 같은 문방구류 등 일상생활을 위한 형태와 기술에서의 다양한 버네쿨러적 재구조화가 나타난다.

20세기를 통해 의식주를 비롯한 기타 여러 버네쿨러 디자인적 사물들은 근·현대화되어가는 시대적 흐름에 따라 서로 다른 정서를 내포하게 된다. 20세기 전반 근대화 과정에서는 모더니즘적 합리적 사고방식과 과학과 기술의 발전에 대한 신뢰를 통해 생활적 일상성을 추구하는 경향을 보였다면, 20세기 후반 현대화 과정에서는 자생적 토속성을 추구하는 경향을 보여준다. 전통에서 벗어나려는 움직임과, 그와 반대로 전통을 지향하는

움직임이 모순된 정서로 교차한 것인데, 여기에는 버네쿨러 디자인의 문화적 생성 과정이 녹아 있다고 볼 수 있다. 앞서 언급했듯이 지배자에 의해 그들의 언어를 강요당한 하위주체들이 그 언어를 습득하고 지배질서에 복속된 후, 다시 지배질서의 물질을 재료삼아 내용을 변형시키고 그를 통해 독자적인 목소리를 내는 일련의 과정을 말한다.

3) 하위문화성

버네쿨러 디자인은 본질적으로 아래로부터의 문화에서 탄생한다. 또한 독자적인 특질과 정체성이 나타난다는 점에서도 하위문화와 버네쿨러 개념은 상통한다. 사회 또는 문화는 제도화된 영역과 일상적 영역, 공식적인 영역과 비공식적인 영역이 활발히 상호작용하면서 균형을 유지하고, 이를 통해 다양성과 역동성을 가지고 자생할 수 있는 힘을 갖게 되는데, 버네쿨러 디자인이 특정한 사회계층이나 집단이 나타내는 독특한 행동양식 및 가치관을 반영하는 경우 그것이 가진 하위문화적 성격이 강하게 나타나게 된다. 이는 버네쿨러의 정의 중 '전문적 디자인과정과 산업적 생산과정을 거쳤지만, 특정 문화를 반영하는 디자인'에 속한다고 할 수 있다.

디자이너가 하위문화와 관련된 작업을 할 때에 주류디자인 표현의 한계에서 벗어나 자유롭고 다양한 표현을 할 수 있으며, 주류문화의 논의 선상에서 다루어지지 않았던 소재들을 다룸으로써, 다양한 사회계층의 각각의 취향을 선별적, 세부적으로 만족시킬 수 있게 된다. 이는 현재 흩어져 있거나 잊혀진 하위문화 스타일을 버네쿨러 디자인이 전유함으로써 다시금 유행으로 되살리거나, 변화된 새로운 트렌드를 창조할 수 있는 계기가 되기도 한다.

장난감 모형인형인 피겨에서 시작된 키덜트 현상은 하위문화의 응집력을 버네쿨러 디자인 상품들이 담아낸 좋은 예이다. 10만 명가량의 애호가를 바탕으로(Kim, Jeon, Lee, Lee, Kim & Choi,

2013), DIY 열풍과 커스터마이징 추세에 힘입어 3D 종이접기인 페이퍼 토이에 이어 추억의 종이 인형까지 아날로그 유행의 반열에 올려놓았다. 키덜트 하위문화의 영향은 장난감산업 뿐만 아니라 의류, 도서, 미용에 이르기까지 여러 산업에 미치고 있다.

또한 대중매체를 통한 대중문화 콘텐츠도 버네쿨러 디자인의 하위문화성을 뒷받침한다. 2012년 Mnet 채널의 '소미더머니 시즌1' 이래로 현재까지 지속되는 인기는 주류패션으로서의 힙합스타일을 넘어서서 힙합의 본고장인 뉴욕 브롱스의 1970년대의 단상 구석까지 되짚어내고 있으며, 인기리에 방영되었던 tvN 채널의 '응답하라 시리즈'는 당시의 청소년문화와 청년문화에 대한 세대적인 공감대를 통해, 당시에 널리 사용되었거나 새롭게 출시되어 유행했던 상품들이 시장에 재생산되어 나오거나 버네쿨러적으로 전유되어 나타났다. 이와 같이 세대효과와 시대효과에 힘입은 버네쿨러 디자인은 다양한 하위문화를 전유하여 발현될 수 있다. 이는 단지 소비자들의 향수를 자극하는 특정 상품의 복고적 재현뿐만 아니라, 새로운 아이디어와 의미로 연관 상품 디자인으로 확장 발전할 수 있다는 점에서 매우 바람직하다.

3. 복식과 버네쿨러 디자인

앞서 논의한 바, 버네쿨러 디자인 과정을 거친 산물은 일반적으로 지역적 향토성을 기초로 하며, 동시에 일상성과 하위문화적 특성을 강하게 나타낸다. 또한 버네쿨러 디자인 산물이 일상에 쓰이는 하나의 대상으로 발전하여 나타나는 과정 속에는 자의적, 타의적 영향이 혼재한다. 우리는 타의적 영향 즉 타자에 의한 정치·경제·사회·문화적 지배질서를 근·현대사를 통해 겪었으며, 복식도 예외가 아니다. 한반도의 기후특성과 농경생활에 적합한 전개형 및 체형형의 유(襦)·고(袴)·포(袍)·상(裳)을 기본형식으로 변형 및 발전해 온 한복은 일제강점기 식민체제와 광복 후 미국문

화를 중심으로 한 선진문화의 문화제국주의적 대두에 이어 세계화라는 명목 하에 이루어진 정부차원의 비효율적 정책 및 열악한 시장상황으로 인해 존재의 과정을 타의적으로 겪어 온 것이다. 그럼에도 개량한복 및 생활한복으로의 변화와 기성복과의 절충을 통한 꾸준한 생명력과 자생력으로 현재 신한복이라는 새로운 양식을 자의적으로 만들었으며, 생활 속에서 하나의 새로운 트렌드로 정착할 수 있었다는 사실은, 신한복이 버네쿨러 디자인 산물이라는 것을 문화적 관점과 디자인사적 관점을 통해 방증하는 것이다.

위와 같이, 복식에서도 버네쿨러 디자인이 지역적, 풍토적 생활환경과 문화, 전통에 따라 각기 다른 독특한 양식으로 나타나며, 이러한 양식이 각 지역의 일상적이거나 습관적인 방법에 의해 표현되며, 현재에 이르러 디자이너에 의해 계획적인 버네쿨러적 방법으로 구상되어 제작되면서 시대의 흐름과 특성이 반영되고 있을 것으로 사료된다. 따라서 복식에 나타나는 버네쿨러 디자인을 분류하면 자생적 토속성에 의해 ①전통공예품과 토산품처럼 과거로부터 전수된 제작방식과 재료로 만들어진 토속적이고 일상(자생)적인 디자인, 생활적 일상성에 의해 ②지역적인 토속성에서 유래된 사물들을 현대적으로 재해석한 디자인, 하위문화성에 의해 ③전문적 디자인과정과 산업적 생산과정을 통해 특정 문화를 반영하는 디자인으로 나눌 수 있다.

Ⅲ. 한복의 버네쿨러적 변천과 신한복

1. 한복의 버네쿨러적 변천과 한계

한복의 변천을 일련의 버네쿨러 문화적 관점과 디자인사적 관점으로 이해하는 것으로, 신한복이 등장하는 역사적 과정을 ①복식문화에 큰 영향력을 갖는 지배권력집단(주류집단)이 기존의 복식문화를 영위하던 하위주체에게 새로운 복식문화를 강요하는 단계, ②하위주체가 새로운 복식문화를

습득하면서 지배질서에 복속되어가는 단계, ③하위주체가 지배질서의 문화를 완전히 습득하여, 지배질서의 물질을 재료삼아 내용을 변형시키고, 이를 통해 하위주체만의 독자적인 목소리를 내는 단계로 보는 것이다.

첫 번째 단계는 복식문화 분리기(1870년대~1940년대)의 정부 차원의 기능성과 실용성을 강조한 복식제도개량과 복색개량과 1940년대로 접어들면서 나타난 표준복(간단복)을 제정하여 의복착용의 획일화가 시도된 것에서 볼 수 있다.

두 번째 단계는 복식문화 침식·습득기(1950년대~1970년대)에 들어서 미국을 중심으로 한 서구 문물의 대량 유입과 서양문화에 대한 사대주의적인 무비판적 수용이 우리의 것을 구시대적 것으로 인식하게 하였고, 지속적으로 전통 관념이 약화되는 것에서 볼 수 있다. 사회·기술적인 변화와 전반적인 미의식의 변화가 나타나 '신생활복 착용안'과 같은 정부 차원의 양복의 기성복화, 일상복화가 급격히 이루어지는 한편 한복은 한·양복의 절충을 통해 표준 간소복이나 국민 생활복과 함께 개량화되어 나타난다. 그러나 이 시기에 한복에 양복의 요소를 단순히 결합시킨 것이나 양복에 한복의 요소를 결합시킨 것은 한복의 고유한 전통미를 상실하여 한복다운 개량한복이 없다고 비판받기도 하였으며, 1960년대 이후 구조면에서 양복의 형식을 택한 개량한복은 구성면에서도 양복의 특징들이 그대로 나타나 한복은 이름뿐이고 내용은 양복을 그대로 따르는 추세를 보인다(Koo, 1997). 지배질서에 복속되는 복식문화에 대하여 Seo(2010)는 이러한 현상이 아시아 여러 지역에 나타난 공통적인 현상으로서, 19세기 이후 아시아의 개화현상 및 세계화 현상과 맥락을 같이 한다고 하였다. 외래선진문화의 활발한 유입과 이에 대한 동경 및 동조현상, 전통적인 것에 대한 기피현상은 당시 산업적으로 진보된 문화권에 대한 한국사회의 이상향 추구였다. 이 시기의 개량한복은 어설픈 모던 스타일, 즉 한복의 구조에 서양복의 요소

를 가미하거나 서양복에 한복의 특징적인 요소를 반영하는 것으로 나타나며, 전통에 대한 표현은 상품의 가치를 강조하는 방향으로 흘러서 결과적으로 장식적인 표현이 강화된 것으로 나타났다. Lee(2010)는 전통복식의 현대화 과정이 나타나는 현상에 대해, 유행성과 기능성에서 밀리면서 전통 한복은 예복으로서의 장식적 성격이 강해지며, 다른 한편으로 전통한복에 대한 인식 및 전통한복의 모습을 되찾고자 하는 시도가 생활한복 디자인으로 발현되는 요인이 된다고 하였다.

세 번째 단계는 한복의 대중화·현대화·세계화를 위한 한국적 정체성 논의와 한국적 디자인에 대한 논의, 생활한복에 대한 개념정의가 다양하게 이루어진 시기로서, 우리복식문화에 침투한 외래복식문화를 완벽히 습득하고 적극적으로 우리의 것으로 변용하고자 하는 시도가 이루어지는 복식문화 습득·변형기(1980년대~1990년대)라 할 수 있다. 이 시기는 세계화와 더불어 주체적 문화요구에 의해 생활한복이 부흥하는 시기이다. 1986년 아시안 게임과 1988년 서울올림픽은 세계 속의 한국을 인식하는 계기가 되었고, 우리의 것에 대한 정체성 논의와 현대화·세계화 방안이 제시되었다. 이에 따라 한복이 한국 패션을 세계화시킬 수 있는 주요 수단으로 떠올랐으므로, 한복의 생활화, 현대화를 이루기 위해서는 근대한복의 변천이 개량한복이 아닌 생활한복으로 변화되어야 한다는 인식이 생겨났다. 생활한복이라는 명칭이 확실하게 자리 잡으면서, 고급전통한복과는 완전히 분리가 되어 발전하게 되며, 문화상품으로서 상품성에 대한 고찰과 대중화 방안이 정책적으로 논의되기 시작하였다.

그러나 이 시기의 한복을 포함한 전통문화에 대한 논의는 한계점을 나타내었는데, 민족적 자부심을 고취시키기 위한 민족주의적인 관점과 잘못된 탈식민주의적인 관점에서 우리 스스로를 서양주체에 대해 타자화시키는 것이 그것이었다. 이는 디자인사적 관점에서 세계화에 대한 잘못된 이해,

즉 맹목적 미국화(Americanization)의 산물이라고 할 수 있다. 시기적으로는 포스트모더니즘의 시대로 진입하였으나, 사회·문화적으로는 아직까지 모더니즘적 사고방식이 지배적이었던 것이다. 따라서 많은 디자이너들이 전통표현을 주제로 한 작품들을 민족적 주체의식의 발로와 함께 발표하였지만, 독창적이고 독자적인 디자인 개발에는 미처 성공하지 못하고 여전히 장식적인 것에 치중하였다. 또한 생활한복의 경우, 대학가를 중심으로 민주화운동의 상징으로서의 소박하고 검소한 민중복식으로만 인식되었던 것도 생활한복의 미적 발전을 저해하는 요인으로 작용하였다.

1990년대부터는 정부 차원에서 정책적으로 생활한복의 발전방안이 제시되어 추진되었다. 이 시기의 한국 패션계는 국제화 추세에 맞춘 유통구조 개발 및 소비자의 생활향상에 따른 국제적 경쟁력의 중요성을 인식함과 동시에, 상품에 있어서의 디자인 차별화에 대한 재인식이 이루어지고 있었다. 그러나 내적으로는 생활한복이 패션스타일의 한 부분을 담당하기에는 여전히 역부족이었던 것으로 사료된다. 당시 대중화와 고급화를 각각 담당한 생활한복과 전통한복은 시장의 성숙도와 디자인 역량의 축적, 상품에 대한 소비자 니즈에 있어서 불균형적 양상을 보였다. 그럼에도 외적인 현상은 생활한복의 지속적인 거품성장을 보여주고 있었다.

급속도로 팽창한 생활한복 시장의 불균형은 1990년대 중반 ‘우리 옷 입기 운동’, ‘한국적인 것이 세계적인 것이다’ 및 ‘한복입는 날’ 제정 등에서 보여지듯이, 생활한복이 일상복으로서 대중소비자에게 확산된 결과라기보다는 이를 세계화, 산업화하기 위한 중요한 원동력으로 인식하는 정부 정책과 애국적 유행심리에 힘입은 경향이 크다. 이에 따라 1990년대 중반에는 무려 2천여 개에 달할 정도로 생활한복 관련업체가 난립하는 거품시장을 형성하게 된 것이다(Yoo, 2015). 대기업들까지 가세한 포화된 시장 속에서 상품기획, 디자인,

생산, 유통 등에 전반적으로 취약한 군소업체들의 경쟁은 저가경쟁으로 이어져 생활한복의 디자인과 질은 급격히 저하되었고, 단가경쟁에 유리한 단체 유니폼 제작 및 디자인 저하현상이 일반화되었다. 1997년 IMF 사태를 통해 국가부도라는 위기상황에 따른 애국심 고취 분위기 속에서 우리의 것에 대한 중요성을 다시 한 번 각인시킬 기회가 있었지만, 이미 저급상품군 중의 하나로 인식된 생활한복에 대한 관심을 대중으로부터 다시 가져오기에는 역부족이었다. 한편 고급화된 전통한복은 철저히 예복화되어 갔고, 디자이너 브랜드에서 한국적 이미지를 표현하는 데에만 활용되는 경향을 보였다.

위와 같이 1990년대에 생활한복의 부흥과 급격한 쇠퇴는 생활한복의 정체성이나 디자인 개발 방향의 난항, 생활한복에 대한 관·산·학의 지원노력과 판단오류, 이에 따른 대중소비자의 호응과 외면에 연유한 것으로 사료된다. 이에 1990년대 후반부터 생활한복에 대한 연구가 매우 활발히 진행되었는데, 선행연구(Chea, 1999; Chea, 2000)는 위와 같은 한계를 지적하면서, 생활한복에 대한 의식조사를 통해 실용성, 대중성, 다양성이 미흡하였음을 도출하고 현대화방안을 논의하였다. Kim, Cho, & Chung(1999)도 생활한복 착용경험자들의 소비 실태와 의식조사를 통해 가격, 디자인, 색상, 소재, 맞춤새에 관한 불만족 사항에 대하여 방안을 제시하였고, 또한 Park(2003)은 생활한복 디자인 개발을 위한 조사를 통해 캐주얼웨어와의 코디, 디자인과 가격의 중요성, 캐주얼웨어화된 실용성, 대중성, 다양성을 갖춘 생활한복을 제안하였다. Lee(2001, 2002)는 생활한복 생산과정에 있어서의 문제점을 지적하고 구체적인 개선방안과 앞으로의 개발방향성을 제시하였다. 또한 다수 연구를 통해 생활한복에 대한 정의도 이루어졌는데, 전통한복에 기능적인 요소를 가미한 것과 현대적인 감각에 맞추어 새롭게 디자인한 복식까지 포괄적으로 정의되는 경향을 보였다. 그러나 지속적으로

로 이루어졌던 생활한복에 대한 소비자 니즈조사와 이에 맞춘 생산자의 디자인 및 생산개선방안에 대한 다양한 연구도 2000년대가 되면서 연구의 동력을 잃게 되었다. 1990년대 중반 2000여개에 달하던 생활한복 업체가 50~60여개로 급격히 축소되면서 생활한복 시장 자체가 축소되었기 때문이었다.

1980년대와 1990년대에 생활한복이 등장하여 외형적으로 급속도로 확장되었던 배경에는, 세계화되어가는 상황 속에서 급격히 성장한 한국사회의 존재감과 정체성을 인식하게 되고, 이에 대응하기 위해 성급하게 한국적 정체성이 담긴 패션디자인의 방향을 제시하고, 이를 하나의 운동으로서 정책적으로 추진·변화시키려고 했던 폐단이 있었다. 이는 세계적 변화의 흐름 속에 우리 문화를 스스로 타자화하여 외부의 세계로 파악함으로써, 변해야 할 대상으로 삼았다는 점에서 명백한 한계를 드러낸 것이다. 이러한 태도는 주체적으로 생활한복을 바라보는 시선을 불가능하게 하며, 결과적으로 미완의 것, 외래문화에 대해 우리문화를 수동적인 자세로 견지하게 하는 것이었다. 결과적으로 생활한복은 한국의 문화와 정서를 제대로 담을 수 없었고, 또한 대중에게 일상복으로 받아들여지기에는 한계를 가질 수밖에 없었다.

2. 신한복의 개념과 사회문화적 발생배경

1) 신한복의 개념

신한복은 현재 인터넷 등 여러 매체를 통해 다양한 스타일로 소개되고 있으나, 그 분류가 명확하지 않다. 한복시장의 분류에 대해서 Bae, Lee, & Kim(2016)은 전통한복, 생활한복, 신한복으로 구분하였는데, 그 기준이 명확하지 않았다. 신한복에 포함시킨 ‘친의무봉’, ‘차이 김’, ‘유연화 한복’, ‘문계옥 한복’의 경우 한복진흥센터의 ‘신(新)한복 프로젝트’에 참여한 사실로서 분류의 기준을 세웠는데, 이 프로젝트에는 위의 브랜드 외에도 다양

한 브랜드가 참여하였고, 매 해 선정되는 브랜드가 달라질 가능성이 있다는 점에서 적절하지 않다. 또한 생활한복으로 분류한 돌실나이, 리슬 등의 브랜드도 소비자 연령대, 가격대, TPO 등 수요시장 세분화에 따라 각각 꼬마크, 손짱으로서 신한복 및 한복모티브 드레스로 각각 사업을 진행하고 있다는 점에서 분류의 기준이 모호하다. 따라서 디자인의 다양성과 마케팅적 기준을 고려하여 신한복 브랜드의 분류기준을 새롭게 제시할 필요가 있다.

현재 신한복은 스타일에 있어서 크게 세 가지로 나타난다고 보여진다. ①전통한복의 조형성을 강조하여 변형을 최소화한 스타일, ②한복을 모티브로 일상복의 성격을 강조하여 캐주얼화한 스타일, ③한복의 이미지적 요소를 차용하여 전통한복과는 외향적으로 뚜렷이 구별되는 개성적이고 독창적인 스타일 등이다. 이는 앞서 언급한 ①전통공예품과 토산품처럼 과거로부터 전수된 제작방식과 재료로 만들어지는 토속적인 디자인, ②지역적인 토속성에서 유래된 사물들을 현대적으로 재해석한 디자인, ③전문적 디자인과정과 산업적 생산과정을 통해 특정 문화를 반영하는 디자인으로 설명한 복식의 버네클러 디자인 분류와 유사하다. 본고는 이 중 한복을 모티브로 일상복의 성격을 강조하여 캐주얼화한 스타일에 집중한다. 따라서 버네클러 디자인 관점에서 신한복이란 ‘전통복식에 대한 문화적 정체성을 체화한 디자이너가 전통복식의 조형성을 이해하고, 동시대의 소비자들이 추구하는 유행경향 및 소비문화를 반영하여 자생적 토속성, 일상적 생활성, 하위문화성이 잘 나타나도록 디자인한 복식’으로 정의할 수 있다.

2) 신한복의 사회문화적 발생배경

2000년대로 들어서며 생활한복 시장이 축소되면서 국내 한복시장은 전반적으로 위기를 맞았지만, 한국의 대중문화의 저변 확대로 한류라는 새로운 문화적 흐름이 세계적으로 각광을 받기 시작

하였다. 1990년대 후반 드라마로부터 시작된 한류 열풍은 영화, 음반, 게임시장으로 확대되었고, 패션과 미용에 이르기까지 한국의 문화 콘텐츠들이 주목을 받게 되었다. 이러한 한류열풍은 결국 국내 대중문화 산업의 성숙도가 높아졌기 때문에 가능한 것이었다. 특히 한복에 있어서 2000년대를 통해 사극드라마와 코스튬드라마(시대영화물)에서 보여준 세련미와 현대미는 전통복식으로서 한복의 변화가능성에 대해 회의적이었던 대중의 인식을 바꾸어 놓기에 충분하였다. Lee & Lee(2007)에 따르면, 영화를 통해 현대적 재해석으로서 나타난 시대의상들이 전통복식과는 다르게 극대화된 상경하중의 실루엣에서 현대적인 화려함이, 전통적인 음양오행설을 벗어난 창의적인 색채 배합에서 세련미가 잘 나타나며, 그럼에도 우리의 전통복식이 가지는 자연성, 심미성, 전통성을 기반으로 하여 영화의 스토리와 잘 어울림으로써, 대중이 한국적 아름다움을 쉽게 이해하고 다가갈 수 있었다고 하였다.

이러한 한국 대중문화 콘텐츠의 성숙과 더불어, 2000년대를 통해 한복은 괄목할만한 질적 성장을 이루었다. 대표적인 한복 디자이너 이영희의 파리 및 뉴욕 컬렉션과 미술관 및 박물관과의 지속적인 협업은 정책적이고 외형적인 차원의 발전을 넘어선 질적 성장으로 인식된다. Lee(2011)은 이영희 디자이너가 우리 옷이 담고 있는 한국인의 정신세계와 문화를 올바르게 이해하고 세계무대에 소개하였다는 점에서 제대로 된 한국적 패션디자이너이며, 그 가치를 인정받을 수 있다고 하면서, 반면에 Carolina Herrera의 2011 S/S ready-to-wear 컬렉션에서 나타난 한국적 요소는 역사적 상징성이나 정신적 이해의 부족에서 오는 물리적 특성의 단순한 조합에 지나지 않는다고 평하였다. 이 외에도 이리자, 김혜순, 김영석, 박슬녀 등의 정상급 한복 디자이너들의 노력도 한복의 지속적인 발전에 기여하였다.

정책적으로도 당시 문화관광부 주도로 '한(韓)

스타일 프로젝트'가 국가 과제로서 2005년부터 시행되었다. 이는 한국어, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국음악 등 우리의 전통문화를 현대산업에 맞도록 브랜드화 하여 국가이미지 상승과 경제적 부가가치를 동시에 창출하는 중장기 전략으로서, 한복 문화의 확산과 정착을 위한 다양한 정책을 다룬다. 이에 따라 '한 스타일 한복'이라는 모토로, 전통을 탈피하여 현대적 스타일에 초점을 맞춘 한복 디자인에 대한 연구도 다양하게 이루어졌다. 그러나 국가이미지 제고를 통해 '코리아 프리미엄'을 향상시키고 세계무대에서 통할 대표적인 한국문화를 디자인화하고, 제품화하고, 브랜드화 하는 과정에서 오히려 국내시장을 간과하는 한계와 고급화에 따른 대중적 눈높이를 맞추는 데에 소홀한 경향을 보인다. 그럼에도 전반적으로는 산학의 유기적인 연결고리를 정부차원에서 제공함으로써 한복에 대한 연구가 다각도로 이루어졌다는 점은 긍정적이다.

한복시장은 2010년대로 접어들면서, 시장의 성격이 다양하게 분화되는 양상을 보이고 있다. 축적된 연구 노하우를 바탕으로 조형적인 측면에서 현대화를 이루어가고 있는, 맞춤복 위주의 고가의 전통한복 디자이너 브랜드 시장과, 생활한복이 두 갈래로 나누어진 생활민속한복과 신한복 시장이 그것이다. 2014년 통계 기준으로 전체 패션시장규모 대비 한복시장의 비중은 2% 정도로서 매우 미비하나, 최근 3~4년 사이 고급전통한복이 아닌 '신한복', '패션 한복', '데일리 한복', '캐주얼 한복', '디자인 한복', '로드 한복', '퓨전 한복' 등의 슬로건을 내세우는 브랜드가 다수 등장하여 10대~30대 젊은 세대를 중심으로 영향력을 넓히고 있다. 한복진흥센터가 300개 한복업체를 선정하여 창업연환을 조사한 2014년 자료에서 5년 이하인 업체가 48개로 나타났으며, 또한 온라인 마켓인 옥션의 보도 자료는 2014년도 전체 26%(20대 30%, 30대 16%), 2015년도 전체 11%(20대 21%, 30대 21%)로 최근 3년간 여성한복 판매량이 20대와 30

대를 중심으로 꾸준히 증가하였음을 보여준다(Kim, 2015). 이러한 시장경향을 인지하여, 생활한복업체는 물론 예복중심이었던 전통한복업체에서도 앞다투어 신한복 스타일을 따르는 상품들을 선보이고 있다. 이렇게 신한복 시장이 2010년대 이후 본격적으로 활성화된 배경은 다음과 같다.

첫째, 사회문화적으로 한국적 이미지에 대한 대중적 인식의 저변이 확대되었다는 점을 들 수 있다. 이는 한류가 성숙기에 접어들면서 세계 대중문화의 한 축으로서 인지되고, 우리문화 산물의 예술적 독자성과 우수성에 대한 국민적 공감대가 형성되면서, 정책적 차원의 운동이 아닌 밑에서부터의 인식변화가 일어나는 데에 기인한다. 특히 젊은 세대들에게 있어서 한복은 지켜야 할 우리의 전통이라는 의무감이 드는 대상이기 이전에 단지 특별하고 아름다운 패션스타일 중의 하나로서 인식되며, 따라서 여타의 패션스타일과 달리 특별하게 한국적 이미지를 잘 드러내는 한복은 할로윈 등과 같은 젊은이들의 축제에 입고 싶은 옷으로서 자연스럽게 채택되어 착용되고 있다. 우리의 것을 지켜야한다는 의무감보다는 특별해보이면서도 아름다운 패션스타일이 심지어 우리의 것이라는 자부심이 더욱 크게 작용하는 것이다.

둘째, 이러한 젊은 세대를 중심으로 SNS 등을 통한 하위문화의 빠른 확산을 들 수 있다. 개인을 중심으로 한 하위문화의 개발 및 형성은 개인의 개성 내지는 스웨그적인 의생활을 적극적으로 표현하고, 이에 대한 공유와 공감을 중요시하는 젊은 세대들 사이에 나타나는 현상이다. 더욱이 SNS가 성숙기에 접어들어 1인 미디어로서의 역할을 담당하면서, 자기표현 성향이 자기 중심적 자기표현에서 청자 대상적 자기표현으로 변화해가면서, 하위문화를 생성하는 데에 더욱 좋은 여건을 갖추어가고 있다. 특히 신한복의 경우 공적자기 인식에 있어서 긍정적 효과를 가져오는 콘텐츠로서, 특별함과 동시에 우리문화를 사랑하는 의식있는 행위로 비추어지기 때문에 더욱 쉽게 공감되며

빠르게 확산되는 경향을 보인다. 이러한 현상에 대하여 Jeong, Park, & Shin(2016)은 한복이 인스타그램에서 나타나는 현상을 분석함으로써, 한복으로 자신의 일상을 드러내고, 장소와의 시너지를 창출하며, 다른 문화적인 생산을 돕는 요인으로 의미가 확장되어가고 있다고 하였다. 또한 한복이 디지털 플랫폼과 만남으로써 '지금 여기(here and now)'의 일상을 표현하는 하나의 문화가 되어가고 있다고 함으로서, 신한복 스타일이 하나의 패션 스타일로 일상화될 수 있는 가능성을 열어두고 있다.

셋째, 개인을 중심으로 한 하위문화의 개발 및 형성 외에도 한복놀이단, 한복입기 좋은 날, 한복 세상을 꿈꾸다, 한복잔치기획단 팝한 등 여러 비영리 동아리 및 커뮤니티, 한복문화 콘텐츠를 제작하는 비영리 민간단체 및 업체의 조직적인 활동을 통해 SNS와 더불어 오프라인에서의 다양한 행사와 이벤트 등을 진행함으로써, 신한복 착용을 젊은 세대뿐만 아니라 전 세대에 걸친 복식문화로 정착시켜 나아가고 있는 것을 들 수 있다. 특히 2011년 '한복 입고 놀자'라는 모토의 동호회 성격으로 출발한 비영리단체 한복놀이단은 단 3명이 기획한 놀이문화로 시작하여 2016년 현재에는 4000여 명의 회원을 보유하고 있으며, 전국 지부까지 운영되고 있다. 또한 2014년에 발족한 한복진흥센터와 연계하여 다양한 프로젝트를 진행할 정도로 영향력이 크다. 이는 어디까지나 SNS를 통한 자발적인 참여와 참가신청을 통해 시작된 것이었고, 운영위원회도 자발적으로 선발하여 운영되는 것으로서, 구속력이 강하지 않다는 것이 주목할 가치가 있다.

하위주체화된 경험을 공유한 특정 지역(한국)의 사람들이 구사(표현)하는 시각언어이자 공간언어, 그리고 사물의 언어가 된 신한복은 한복문화를 이해하고 한복을 착용하고 다양한 활동을 경험한 것을 바탕으로 지속적으로 한복확산의 순환고리를 강화해 나아가고 있다. 이 순환고리는 신한

복의 열린 개념을 잘 나타내는 것으로서, 하위주체화된 소비자 주변을 흡수하면서, 신한복을 하나의 패션스타일 내지는 자랑스럽게 드러내고 싶은 문화 콘텐츠로 채택하면서 자연스럽게 영향력을 확산시키고 있다.

이러한 사회문화적 배경을 통해, 신한복의 태동은 관·산·학 어디에서도 먼저 일어나지 않았으며, 젊은 세대를 중심으로 한 대중적인 관심과 인식 저변의 확대를 통한 상향전파식의 하위문화적 선택·발전과정을 보여주고 있음을 알 수 있다. 또한 이들의 한복에 대한 관심이 예복 중심의 화려하고 고급스러운 전통한복에 머무르는 것이 아니라, 기능적 측면과 미적 측면에서 다양한 변화를 보여주는 신한복으로 확장되어 나타나는 것으로 볼 때, 전통을 하나의 스타일로 전유하여 현대의 디자인으로 받아들이는 과정에 있어서 주체적 태도를 견지함과 동시에 다양성에 대한 용인이 나타나고 있음을 알 수 있다. 이는 1970년대 이후 1990년대에 이르기까지 문화적 정체성과 주체성을 세우는 과정에서 전통적 디자인의 변용에 대해 대중들이 나타냈던 반감과는 근본적으로 달라진 태도와 사고라 할 수 있다.

IV. 신한복에 나타난 버넌쿨러 디자인 특성

신한복은 우리 고유복식의 기본 형태를 바탕으로 새로운 스타일로서 나타난다. 여성 신한복의 기본 복식품목이며, 가장 전형적으로 스타일링되고 있는 저고리, 치마, 철릭 원피스, 트롱프뢰유 원피스를 중심으로 특징적인 부분을 살펴보고, 신한복에 버넌쿨러 디자인 특성이 나타남을 밝힌다.

1. 신한복의 조형특성

1) 저고리

신한복 저고리는 전통한복 저고리의 형태를 바

탕으로 한다. 상의로서 저고리의 구조는 몸판(길), 소매, 깃, 동정, 섹, 고름으로 크게 나뉘어 디자인되며, 신한복 구성복식 중 가장 보수적인 특성을 나타낸다. 따라서 신한복 저고리는 한복의 이미지를 가장 잘 전달하는 복식이라고 할 수 있다.

신한복의 몸판은 길이에 따라 허리선 위의 짧은 몸판과 허리선 아래의 긴 몸판으로 구분된다. 짧은 몸판의 단저고리는 봄·여름용, 긴 몸판의 장저고리는 가을·겨울용으로 많이 활용된다. 그러나 몸판의 길이가 계절에 크게 영향을 받는 것은 아니며, 착용방식에 있어서 스커트와의 코디네이션을 고려하여 다양하게 디자인된다. 구성적으로 다트분량을 조절하여 상체에 적당히 맞는 실루엣을 나타내며, 밑단 옆선에 트임을 주어 기능적 측면을 고려하기도 한다. 이러한 트임은 장저고리를 치마 밑으로 넣어서 입거나 바깥으로 내어서 입을 때에 옷매무새를 다듬는 데에 유용하다.

신한복 저고리의 가장 특징적인 부분은 깃과 소매에서 나타난다. 깃의 경우 한복의 가장 대표적인 조형적 특성으로 신한복 디자인 요소로서 매우 중요하게 활용되고 있다. 깃은 목판깃, 칼깃, 당코깃, 둥그레깃 등 다양하게 나타나며, <Fig. 1> 맞깃의 여밈 형태보다 돌림깃의 여밈 형태가 지배적으로 나타난다. 동정은 생략되거나 혹은 작은 디테일로서의 바인딩이나 디자인 선의 요소로서 사용되는 경우가 많다. <Fig. 2> 가장 현대화된 부분인 소매는 기본적인 형태가 세트인슬리브의 착수형으로서 일반 기성복 상의의 소매형태와 일치하며, 소매길이에 있어서도 슬리브리스부터 롱슬리브까지 다양하게 나타난다. 소매 끝에 커프스와 단추를 달아 기능성과 미적측면을 모두 고려한 형태가 나타나는 것을 볼 수 있다. <Fig. 3>

고름은 우밈의 여밈방식을 유지하는 기능적 역할과 동시에 장식적 역할을 한다. 고름은 전통한복에 비해 폭이 좁고 길이가 짧은 형태를 나타내며, 고름 대신 매듭단추 또는 스냅단추를 사용하여 여밈의 기능을 대체하기도 한다. 특히 안에서



〈Fig. 1〉 Danko collar
Jeogori with breast darts
and side seam splits
(Ccomaque, n.d.-a)



〈Fig. 2〉 Short-sleeve
Jeogori with mokpan
collar
(Hanlook, n.d.-a)



〈Fig. 3〉 Jeogori with cuffs
and button
(Dailyhan, n.d.-a)



〈Fig. 4〉 Knife collar
Jeogori with inner
string
(Ccomaque, n.d.-b)

여미는 겹옷고름의 경우 제원단과 다른 원단을 사용하여 저고리 밑으로 길게 늘어뜨림으로써, 겹에서 여미는 고름과 함께 디자인 포인트로서 장식적 효과를 내는 것을 볼 수 있다.〈Fig. 4〉 저고리의 구성 부분 중 섀는 생략되거나, 장식을 위한 배색의 역할을 하는 것으로 그 역할이 축소되었다.

2) 치마

신한복 치마는 허리치마와 어깨치마로 크게 구분되며, 활동성을 고려한 치마바지의 형태로 응용되기도 한다. 치마의 길이는 니랭스에서 미디가 대부분이며, 미니와 맥시는 기능적, 활동적 측면에서의 불편함과 한복으로서의 이미지적 측면에 있어서 단점으로 작용하므로 배제되는 경향이 있다.

허리치마는 허리띠와 치마폭으로 구성된 간단한 구조이다. 전통한복 치마의 풍성한 실루엣을 바탕으로 전반적으로 A라인 스커트의 형태를 나타낸다. 허리선에서 주름 또는 개더를 잡아 밑으로 풍성하게 떨어지며, 소재의 물성과 주름 및 개더량에 따라 A라인 실루엣이 다양하게 나타난다.〈Fig. 5〉 이 때 주름은 전통한복의 통치마와 같이 외주름이 허리치마 전체에 한 방향으로 일정하게 구성되는 경우가 지배적이다. 이러한 주름과 개더에 의한 실루엣은 날씬한 허리를 강조하며,

허리부분에 허리말기 장식을 통해 날씬해 보이는 효과를 극대화하기도 한다.〈Fig. 6〉 허리치마의 경우 레이어드 시스루 룩으로도 활용되는데, 첼릭 원피스와 함께 착용하여 덧치마의 역할을 함으로써, 첼릭 원피스를 단품으로 착용했을 때의 실루엣을 더욱 풍성하고 여성스럽게 만드는 역할을 하기도 한다.〈Fig. 7〉 이 외에도 기계주름치마, 무지기치마를 겹옷화한 티어드치마, 보온성을 높인 패딩치마 등이 A라인 실루엣으로 다양하게 나타난다.

어깨치마는 저고리와 조합을 이루는 아이템으로서, 목판이 짧은 단저고리를 착용하였을 때 어깨치마의 상체부분이 레이어드된 것처럼 드러나는 효과를 나타낸다. 형태적으로 허리선이 높고 소매가 없는 하이웨이트 슬리브리스 원피스이며, 여미는 대부분 뒷중심선에서 지퍼로 이루어진다. 허리치마와 마찬가지로 스커트부분은 주름 또는 개더를 잡아 풍성한 A라인의 실루엣이며, 상체부분은 소재와 색채를 스커트와 다르게 매치하기도 한다. 단품으로도 착용가능하며, 저고리와의 코디네이션을 고려하여 슬리브리스의 형태가 대부분이며 캐미솔의 형태로도 나타난다. 네크라인의 형태도 저고리 착용시 노출되는 것을 방지하기 위해 스퀘어, U, 라운드 네크라인으로 다양하게 디자인된다.〈Fig. 8〉〈Fig. 9〉 스커트 부분을 레이어드하여



〈Fig. 5〉 A-line silhouette skirts
(Ccomaque, n.d.-c)



〈Fig. 6〉 Waist belt
(Ccomaque, n.d.-d)



〈Fig. 7〉 Layered
see-through skirt
(Ccomaque, n.d.-e)



〈Fig. 8〉 Shoulder skirt
(Ccomaque, n.d.-f)



〈Fig. 9〉 Shoulder skirt
(Leesle, n.d.-a)



〈Fig. 10〉 Layered shoulder skirt
(Leesle, n.d.-b)



〈Fig. 11〉 Waist
string shoulder skirt
(Hanlook, n.d.-b)

장식성과 보온성을 높이거나, 허리선의 스트링으로 사이즈를 자유롭게 조절가능하게 하여 실용성과 활동성을 높이기도 한다.〈Fig. 10〉〈Fig. 11〉

3) 철릭원피스

철릭은 기본적인 형태가 상의와 주름잡은 치마를 따로 구성하여 허리부분에서 연결시킨 직령우임의 포이다. 고려시대에 원에서 들여온 복식으로 「삼재도회」에 철릭을 입고 있는 고려인을 소개한 것에서 보여지듯이 서민들이 많이 입었으며(Ryu,

Kim, Cho, Park, Shin, Kim, & Choi, 2001), 원대 복식의 요선오자의 형태와 유사한 형태로 고려시대 이후로 남성 복식이었던 철릭은 조선시대에는 용복으로 착용되었고(Kim & Choi, 2008), 현재에는 신한복 스타일로서 여성복의 원피스 드레스로 디자인되어 착용되고 있다.

철릭 원피스는 고유복식의 구성과 마찬가지로, 신한복 스타일의 저고리와 치마를 허리선에서 연결한 형태와 어깨치마의 구성적 특성을 혼합한 형태로 나타난다. 소매와 깃은 저고리와 마찬가지로



〈Fig. 12〉 Sleeveless cheolik dress with knife collar and dongjeong (Leesle, n.d.-c)



〈Fig. 13〉 Cheolik dress (Tchaikim, n.d.)



〈Fig. 14〉 Cheolik dress (Ccomaque, n.d.-g)



〈Fig. 15〉 Cheolik overalls (Ccomaque, n.d.-h)



〈Fig. 16〉 Sleeveless cheolik dress with Jeogori (Leesle, n.d.-d)

슬리브리스부터 룡슬리브까지와 목관깃, 당코깃, 칼깃이 다양하게 나타나며, 동정 또한 최소화되거나 생략되는 등 유사한 경향을 보인다.〈Fig. 12〉 전통복식에서 첼릭이 직령교임(우임)의 여밈방식으로 겨드랑이 밑의 옆허리선까지 깊게 둘러쳐서 여밈던 것에 비해 신한복 스타일의 첼릭 원피스는 여밈의 깊이가 얕다.〈Fig. 13〉 고름도 길고 넓은 한 쌍의 고름이 사용되기보다 짧고 좁은 두 쌍의 고름이 지배적으로 나타난다.〈Fig. 14〉 전체적인 실루엣이 프린세스 실루엣으로 여성성이 강조되는 형태를 나타낸다. 저고리부분과 치마부분의 소재와 컬러를 다르게 하여 미적 다양성을 표현하며, 바지형 첼릭으로 오버올의 형태가 나타나기도 한다.〈Fig. 15〉

착용방식에 있어서 소매가 있는 첼릭 원피스는 허리치마와 코디네이션하여 치마 실루엣을 풍성하게 하며, 슬리브리스 첼릭 원피스의 경우는 저고리를 안에 착용하기도 하는 등 다양하게 연출할 수 있다.〈Fig. 16〉

4) 트롱프뢰유 원피스

트롱프뢰유 원피스는 신한복의 기본 복식들의 조형적 특성을 시각적으로 조화롭게 섞는다. 〈Fig. 17〉은 어깨치마에 슬리브리스 저고리를 덧입은 코디네이션으로 보이지만, 뒷중심선에 여밈이 있는 원피스이며, 〈Fig. 18〉도 저고리와 허리치마를 코디네이션한 것처럼 보이는 원피스이다. 이러한 트롱프뢰유 원피스는 저고리와 치마를 따로 착용하였을 때보다 여성인체를 더욱 효과적으로 날씬하게 표현할 수 있으며, 또한 편리한 착용방식을 보여준다.

2. 신한복의 버네클러 디자인 특성

1) 자생적 토속성과 전통지향성

앞서 버네클러 디자인 산물의 자생적 토속성은 전통과 가장 맞아있는 특성으로 특정 지역의 환경적 특성과 자연친화적인 특성이 향토적 재료, 합목적적 형태, 향토수공예적 기술, 친근함과 향수를 통해 잘 나타난다고 하였다. 신한복 스타일에서는 한국 전통복식의 향토적 재료의 추구, 본래



〈Fig. 17〉 Trompe l'oeil dress
(Ccomaque, n.d.-i)



〈Fig. 18〉 Trompe l'oeil dress
(Ccomaque, n.d.-j)

의 형태와 구성의 추구, 특정한 기술 사용 등을 통해 자생적 토속성을 나타내며, 이는 전통지향성으로 수렴된다.

신한복 스타일은 전통복식의 기본구성과 구조, 조형성을 기반으로 디자인된다. 이는 저고리와 치마가 기본착장으로 인식되는 것, 복식 착용방식을 답습하는 것, 한복으로 쉽게 인지되는 특징적 요소의 답습 또는 한복으로 쉽게 인지될 수 있는 이미지를 시각화하여 부각시키는 것 등이 있다. 착장구성에 있어서 전개형 우입방식의 V넥을 유지하는 저고리와 주름을 잡은 A라인 치마를 코디네이션하는 것, 소재 사용에 있어서 시각적으로 전통한복의 느낌을 주는 소재의 활용(노방과 시폰) 또는 천연 직물을 염색한 느낌을 주는 다양한 혼방직물(면, 리넨, 레이온, 폴리에스터, 스판)의 사용, 의복구성에 있어서 여밈의 기능을 갖고 있으면서도 장식적 기능만을 담당하기도 하는 고름의 사용, 본래의 기능과 의미가 퇴색된 채로 한복 이미지를 위해 장식적 요소로서 동정이 사용되는 것 등이 버네쿨러 디자인적으로 전통지향성이 강한 자생적 토속성이 잘 나타나는 예이다. 철릭 원피스 역시, 과거의 구군복의 의미에서 벗어났지만 그 기본적인 구조는 유지하면서 신한복 스타일에서 여성복으로 활용되고 있다는 점은 버네쿨러 디

자인의 의미를 잘 담아내고 있는 것이다. 장식적 조형성에 있어서 조각잇기와 전통문양의 도안적 활용도 역시 토속성에 따른 전통지향성을 나타낸다.

2) 생활적 일상성과 현대성

생활적 일상성은 버네쿨러 사물들이 현대 일상 생활에 적합하도록 변화하는 것으로, 지역적이고 향토적인 것이 현대성을 갖기 위해 변모되고 맞추어지는 과정에서 잘 드러난다. 재료, 형태, 기술적 측면에서의 현대성의 추구는 기능성, 실용성, 편리성, 효율성, 미적측면을 모두 고려하여 획득되며, 자생적 토속성에서 도출되는 전통지향성과 상대적으로 대립되는 개념이라 할 수 있다. 상대적 대립 관계는 두 대립항이 모두 존재해야 유지될 수 있는 관계이며, 외적으로 대립되나 내적으로는 상호 보완적인 관계라고 할 수 있다. 따라서 자생적 토속성이 명맥을 유지할 때 생활적 일상성이 가능하며, 생활적 일상성이 잘 드러나는 부분이 곧 자생적 토속성이 잘 유지되어 온 부분이라 할 수 있다.

신한복 스타일에서 생활적 일상성에 따른 현대성이 잘 나타나는 예로 소재, 의복구성, 코디네이션을 들 수 있다. 관리가 편리하면서도 기능성이 향상된 소재를 활용하거나, 전통지향적인 패턴과 현대적인 패턴이 조합된 소재를 활용하는 것, 또

한 현대적 소재를 사용하더라도 시각적으로 한복의 이미지를 크게 벗어나지 않도록 전체적인 디자인을 통해 조정하는 것, 소재의 패턴을 자수와 같은 전통적 기법으로 표현하지 않고 DTP와 같은 현대적 기법으로 표현하는 것 등이 소재를 통한 생활적 일상성이 잘 나타나는 것이라 할 수 있다.

의복구성의 경우, 일상복으로 착용하고 활동하기에 불편함이 없도록 함과 동시에 현대인의 미적 감각에 맞도록 전통한복의 구성방식을 과감히 벗어나 입체구성을 활용하는 것, 다양한 부자재를 활용하여 전통적인 모양새는 유지하면서 착탈의 과정만을 간소화하는 것, 전통지향적인 이미지가 강한 장식적 요소를 간소화하여 현대적 감각의 디자인과 혼용하거나, 반대로 전통지향성이 강화된 이미지를 전체적인 디자인에서 강조점으로 활용하여 현대성에 함몰되어 정체성이 퇴색될 수 있는 디자인에 전통성을 살려주는 것 등이 있다.

코디네이션에서의 생활적 일상성은 신한복 저고리와 치마의 조합, 기성복과 신한복의 조합에서 잘 나타난다. 어깨치마로 인해 상체노출의 위험이 없어지면서, 저고리 디자인의 자유도가 높아지며, 기성복과 코디네이션을 해도 이질성이 느껴지지 않게끔 기성복의 디자인요소들을 활용하여 통일감을 부여하는 신한복 스타일이 그것이다. 여기에 더하여 첼릭 원피스에 덧치마를 착용하는 것은 신한복 스타일에서 나타나는 가장 독특한 착장양식으로 과거에는 없던 양식이 현대적으로 창조된 것이라 할 수 있다.

3) 열린 하위문화성

특정 하위문화를 공유하는 구성원들은 그들의 문화가 갖는 특유의 정체성과 집단적 결속력을 통해 자신들만의 특정한 소속감과 연대감을 강화하려고 한다. 그러나 신한복 스타일에 내재된 하위문화성은 열린 개념을 가진다. 신한복 착용(경험)자의 신한복에 대한 일반적인 인식과 행태는 자기만 추구하거나 또는 동조할 그룹을 찾아 폐쇄적인

활동을 고수하기보다는 적극적으로 추천한다는 것이다. 이는 신한복 스타일이 특정 세분화 소비자 그룹에만 한정되지 않고 하나의 패션 스타일로 확산될 수 있는 가능성을 보여준다. 신한복 착용(경험)자가 신한복의 착용을 열린 개념의 하위문화의 하나로 정착시켜 가고 있음은 신한복 스타일이 지역, 유람, 여행과 강한 연결고리를 형성하고 있다는 사실에서 유추할 수 있다. 이는 다른 복식 스타일과 구별되어 신한복 스타일이 갖는 독자적 특질이라고 할 수 있는데, 한국적 전통경관이나 자연경관, 공원, 변화가와 같은 배경이 명확한 장소를 방문하는 경우, 신한복을 착용하는 것이 하나의 정형화된 현상으로 나타나고 있으며, 한국이 아닌 외국 여행의 경우에 있어서도 이국적인 환경과 신한복의 조화를 추구하는 경향이 나타나고 있다. 여행용품 리스트에 신한복이 포함되고 있는 것이다. 이는 신한복 착용이 즐거움 또는 새로움을 경험하는 계획에 있어서 병행되어야 하는 하나의 의식 또는 문화로 발현되고 있음을 보여주는 것이다. 여기에 '인증샷'이라고 하는 젊은 세대의 취향이 신한복을 촬영의 소재로 삼으면서, 젊은 세대들의 SNS를 통한 이미지 생산, 공유, 소통은 신한복을 중심으로 하는 취향공동체를 형성하는 과정으로 발전한다. 이 취향공동체는 폐쇄적인 것이 아닌 개방된, 열린 개념의 취향공동체로서 어떠한 신한복을 어떻게 착용하는가에 대한 신한복 착용행위(상품 코디네이션), 신한복을 왜 착용하는가에 대한 착용목적(파티, 유람, 여행, 데이트 등), 신한복을 어디서 착용하였는가에 대한 착용공간(전통관광지, 자연공원, 변화가 등)을 유기적으로 연동시키는 작용을 한다. 앞서 언급했듯이 확산의 순환고리가 작용하는 것이다. 따라서 신한복과 함께하여 시너지 효과를 낼 수 있는 파트너는 폐쇄적이고 전문적인 조직이 아닌, 열린 개념의 하위문화공동체, 즉 취향공동체의 열린 하위문화성이라고 할 수 있다. 과거 생활한복의 시장 확장성이 여러 제약적 배경에 의해 매우 한정적이었

던 것에 반해 신한복이 내포하고 있는 열린 하위 문화성은 아직까지 생산, 유통, 판매, 홍보 등 갈 길이 먼 신한복 시장에 청신호이다.

V. 요약 및 제언

오늘날 소비사회에서 나타나는 여러 징후들은 대량생산을 전제로 하는 글로벌리즘과 글로벌리즘 시각에 수정을 요구하고 있다. 이에 본고는 한국의 지역적 특수성에 주목하여 신한복 스타일이 버네쿨러 디자인 특성을 내포한 하나의 패션 스타일로 성장할 가능성을 모색하였다. 한복의 변화과정을 사적으로 고찰함으로써, 버네쿨러적 특성을 지닌 신한복 스타일로의 변화가 나타나는 사회문화적 배경과 요인을 ①한국적 이미지에 대한 사회·문화·대중적 인식 저변의 변화와 확대, ②젊은 세대를 중심으로 한 하위문화의 빠른 확산, ③비영리 동아리, 커뮤니티, 비영리 민간단체들의 자발적이고 조직적인 활동에 따른 한복확산의 순환고리로 이해하였고, 이는 상향전파식의 하위문화적 선택·발전과정을 보여주며 선택한 내용에 대하여 주체적 태도를 견지함과 동시에 다양성에 대한 용인이 나타나고 있음을 확인하였다. 이어서 버네쿨러 디자인적 특성으로 제시한 자생적 토속성, 생활적 일상성, 시대적 하위문화성을 바탕으로, 근대화 와 탈근대적 현대화를 거치면서 지속적으로 변화를 겪으며 나타나게 된 현재의 신한복 스타일이 ①자생적 토속성과 전통지향성, ②생활적 일상성과 현대성, ③열린 하위문화성을 내포하고 있음을 논의하였다.

버네쿨러 디자인적 특성을 내포한 신한복 스타일은 현재의 패션시장에서 대안적 스타일로서 긍정적인 것으로 사료된다. 초니치 마켓을 공략해야 하는 저성장·불황형 시대에, 축적된 지역적 모티브를 자산으로 하는 신한복은 그 자체로 경쟁력을 갖추고 있는 것이다. 신한복 시장은 이제 막 성장기에 접어들었으며, 안정적인 정착 및 발전이 필

수적이다. 생활한복이 그랬던 것처럼 시장 확장에 대한 조급함과 근시안적 전략으로 인한 전철을 밟지 말아야 한다. 관·산·학이 앞장서 인식전환과 관심을 불러일으키려 했던 과거의 모양새와는 반대로, 대중적 인식변화와 관심을 통해 자발적으로 성장하고 있는 현재의 신한복 시장을 관·산·학이 뒤에서 지원하고 다듬는 것이 필요하다.

이를 위해 학계에서는 신한복이 하나의 패션 스타일로 받아들여질 수 있는지에 대한 다양한 관점에서의 연구와, 한복구성을 기본으로 하는 품목 이외에도 다양한 아이템을 개발하여 발전할 수 있는 가능성을 가늠해 보는 연구가 절실하다. 또한 국내는 물론 해외 소비자를 대상으로, 다양한 디자인 차별화 단계를 제시하여 어느 수준까지 한복의 이미지를 인식할 수 있는지에 대한 연구도 필요하다. 앞으로 신한복에 관한 다양한 관점에서의 연구가 이루어지길 기대한다.

References

- Bae, R. T., Lee, M. S., & Kim, E. J. (2016). A study on the current status of Hanbok brands and aesthetic characteristics. *Journal of Fashion Business*, 20(1), p. 134.
- Ccomaque (n.d.-a). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=357&category=001
- Ccomaque (n.d.-b). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=307&category=001
- Ccomaque (n.d.-c). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__list.php?category=003&page=1
- Ccomaque (n.d.-d). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=292&category=003
- Ccomaque (n.d.-e). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=337&category=003
- Ccomaque (n.d.-f). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=255&category=002
- Ccomaque (n.d.-g). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=365&category=002

- Ccomaque (n.d.-h). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=365&category=002
- Ccomaque (n.d.-i). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=395&category=002
- Ccomaque (n.d.-j). Retrieved from http://www.ccomaque.com/shop/goods/goods__view.php?goodsno=363&category=002
- Chae, K. S. (1999). Development of practical Korean costume model(I). *Journal of the Korean Society of Costume*, 46, pp. 122-123.
- Chae, K. S. (2000). Development of practical Korean costume model(II). *Journal of Korean Traditional Costume*, 3(1), pp. 99-109.
- Cho, Y. J., Kwon, M. K., Ahn, S. S., & Lee, S. J. (2000). *The dictionary of contemporary design*. Seoul, Republic of Korea: Ahn graphics publishers.
- Chae, H. J. & Oh, C. S. (2009). The desire of products following vernacular in modernization. *Journal of Korean Society of Design Science*, 22(3), p. 57.
- Dailyhan (n.d.). Retrieved from http://www.dailyhan.co.kr/product/detail.html?product_no=137&cate_no=1&display_group=2
- Hanlook (n.d.-a). Retrieved from http://www.hanlook.co.kr/product/detail.html?product_no=67&cate_no=25&display_group=1
- Hanlook (n.d.-b). Retrieved from http://www.hanlook.co.kr/product/detail.html?product_no=37&cate_no=26&display_group=1
- Jackson, J. B. (1986). *Discovering the vernacular landscape*. Yale University Press, Ltd.
- Jeong, S. M., Park, S. Y., & Shin, D. H. (2016). Hanbok and Instagram: Interaction between tradition and social media. *Proceedings of HCI Korea 2016*, p. 343.
- Kang, J. H. (2015). A study on characteristic of expressions and aesthetic significance of the vernacular design in contemporary fashion (Unpublished master's thesis). Kyungpook National University, Republic of Korea.
- Kim, J. H. (2015, October 28). Now more than ever, wo men in their 20s-30s are spending their money on Hanbok["이번 핼러윈 의상은 한복?"...옥션, 한복 구매하는 2030 여성 늘어]. *Asia Today*. Retrieved from <http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20151028010015441>
- Kim, S. K., Cho, H. S., & Chung, I. H. (1999). A study on consumption experience and the consciousness for Saenghwal Hanbok(I). *Journal of Korean Traditional Costume*, 2(1), pp. 133-134.
- Kim, Y. S. & Lim, Y. J. (2001). A study on changes in the form of traditional dress with its popularization. *Journal of Korean Traditional Costume*, 4(1), p. 108.
- Kim, N. D., Jeon, M. Y., Lee, H. E., Lee, J. Y., Kim, S. Y., & Choi, J. H. (2013). *Trend Korea 2014*. Seoul, Republic of Korea: Miraebok.
- Kim, J. H. & Choi, J. W. (2008). Research on the modernization of Cheolik design. *Journal of Korean Traditional Costume*, 11(3), p. 97.
- Koo, M. J. (1997). A historical research on improved changes of Korean traditional costume. *Journal of Natural Science*, 10(1), p. 130.
- Leesle (n.d.-a). Retrieved from http://www.leesle.com/product/detail.html?product_no=300&cate_no=48&display_group=1
- Leesle (n.d.-b). Retrieved from http://www.leesle.com/product/detail.html?product_no=208&cate_no=48&display_group=1
- Leesle (n.d.-c). Retrieved from http://www.leesle.com/product/detail.html?product_no=167&cate_no=48&display_group=1
- Leesle (n.d.-d). Retrieved from http://www.leesle.com/product/detail.html?product_no=80&cate_no=48&display_group=1
- Lee, C. W. (2001). A study on improvements in the process of practical Hanbok production. *Journal of Korean Traditional Costume*, 4(1), pp. 56-59.
- Lee, C. W. (2002). Strategies for cultural commercialization of Korean costumes for practical life. *Journal of Korean Traditional Costume*, 5(4), pp. 89-91.
- Lee, J. M. (2010). An inquiry into the aesthetic characteristics in the process of modernization of Korean and Japanese women's costumes. *Journal of the Korean Society of Costume*, 60(4), p. 166.
- Lee, U. Y. & Lee, I. S. (2007). Study on the modern expression and aesthetic symbolism in films. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(7), pp. 129-135.
- Lee, Y. Y. (2011). An iconological analysis of Lee young hee's fashion design. *Journal of Korean Society of Design Culture*, 17(4), pp. 481-482.
- Lupton, E. (1999). *Design writing research: writing on graphic design*. London: Phaidon.
- Park, Y. S. (2003). A consumer cognitive degree survey for design of the modernized Korean costume. *Journal of Korean Traditional Costume*, 6(3), p. 25.
- Ryu, H. K., Kim, M. J., Cho, H. S., Park, M. Y., Shin, H. S., Kim, Y. J., & Choi, E. S. (2001). *Two thousand years of Korean fashion and culture*. Goyang, Republic of Korea: Misulmunwha.
- Ryu, S. H. & Moon, C. (2005). The understanding for acceptance of kitsch and vernacular concepts in product design. *Journal of Korean Society of Design Science*, 18(3), p. 203.
- Seo, B. H. (2010). Study on modernization of the costumes of the ethnic minority in Yunnan, China. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 10(2), pp. 27-29.

- Tchaikim (n.d.) Retrieved from http://tchaikim.kr/product/detail_special.html?product_no=293&cate_no=44&display_group=1
- Yoo, J. H. (2015, July 18). Kim namhee, the CEO of Do lsilnai[20년 장수 브랜드 '돌실나이' 김남희 대표]. *Midas*. Retrieved from http://www.yonhapmidas.com/article/150808172731_702044
- Yoon, S. H. (2003). A study of vernacular design which is based on the peculiarity of Korean culture (Unpublished master's thesis). Hongik University, Republic of Korea.