



웨딩 패션 관련 국내 연구 동향 분석

Analysis of Domestic Research Trends in Wedding Fashion

김선영*

순천대학교 패션디자인학과

Kim, Sun Young*

Dept. of Fashion Design, Suncheon National University

Abstract

This study aims to point out a progressive orientation and activation of related works by analyzing the research trends in wedding fashion. The scope of the study covers domestic dissertations and those released in academic journals between 1969 and July 2017. An analysis of the research was conducted to identify the main research fields, the research subjects within each field, the methods used for research, the research target and research target area. Results from this study are as follows. First, research about wedding fashion increased greatly in the 2000s and continued to persistently increase. Second, the research field that took the largest portion was design/aesthetics, followed by marketing, history of costume, others, and apparel technical design/production, in descending order. Third, the preferred research methods used in the research included development studies, investigative studies, literature studies, case studies and experimental studies, also in descending order. Depending on the research field, however, it concentrated unequally on a certain method. Fourth, the research targets were primarily women, thus necessitating an extension to include men in the target audience. The research category leaned towards costume, which means that a diversity of research item is required. Fifth, regarding the targeted area, China was mentioned most except Korea. As to the comparison of area between Korea and China appeared most. As to the research period about costume history, 20C was researched the most often. However, when it came to traditional Korean wedding costumes, the research concentrated mostly on the Joseon period. Finally, the research on the usage of images unique to Korea and traditional costumes, focused on design development of costume history field or design/aesthetics field. The future research of wedding fashion would improve by reflecting the changes of the times and the changing needs of consumers if it could have access to research field, theme and method in more balanced and coordinated way.

Key words: Wedding(결혼), Fashion(패션), Research trend(연구 동향)

I. 서론

결혼은 사회의 기초적 구성단위인 가족을 형성하는 초석이 되며, 예로부터 인륜지대사의 하나로 큰 의미를 지닌다. Encyclopedia of Korean Culture(n.d.)에 따르면 결혼은 사회에 따라서 개인, 또는 가족 간의 결합을 강조하는가에 따라 차이가 있을 수 있으나 남녀 두 개인이 결합

하여 부부가 되었음을 사회적으로 인정하는 의례로서, 두 개인의 권리와 의무의 표현인 동시에 통과의례(通過儀禮) 중의 하나라고 하였다. 즉 결혼 당사자인 남녀의 인생에 있어 중요한 의례임은 물론 합법적인 부부관계가 성립됨을 선포하는 것이나, 최근 급변하는 사회·문화적 변화로 인해 결혼에 대한 대중의 인식도 달라지고 있으며, 이것은 관련 산업에까지 큰 영향을 주고 있다.

* Corresponding Author: Kim, Sun Young
Tel: 061-750-3685 Fax: 061-750-3680
E-mail: ksy6341@sunchon.ac.kr

오늘날 한국의 경우 전통 혼례 방식을 벗어나 서구식 혼례가 일반화되었지만 전통 혼례 절차 중 하나인 폐백 절차를 유지하는 등 한국 특유의 혼례 문화를 이어가고 있다. 그러나 웨딩 분야 전반이 산업화되면서 상업화된 유사 웨딩 상품들이 등장하여 양적 팽창을 이루었고, 웨딩 컨설팅업체 및 웨딩 플래너의 출현에 이르기까지 다양한 변화가 전개되고 있다. 또한 패션산업의 발달과 더불어 웨딩드레스 분야 역시 다채로운 디자인과 가격대, 품질로 세분화되는 등 시장 규모의 확장이 전개되었다. 그러나 사회문화적인 환경 및 소비자 인식 변화는 웨딩 산업 및 웨딩 패션에 대한 새로운 변화를 요구하게 되었고 과거와는 다른 양상으로 전개되고 있는 실정이다. 특히 근래 들어서는 경제 불황의 영향으로 합리적인 소비를 지향하고 차별화된 웨딩 문화를 모색하고자 하는 소비자들의 인식 변화에 따라 웨딩 분야에서도 자신만의 개성을 추구하는 스몰 웨딩(Small wedding), 셀프 웨딩(Self wedding) 등이 등장하였고, 평균 수명의 연장과 더불어 시니어 세대에서 리마인드 웨딩과, 리마인드 웨딩의 한 형식으로 자리 잡고 있는 금혼식, 은혼식의 수요가 늘어나는 등 웨딩문화의 새로운 트렌드가 전개되고 있다. 한국소비자원은 이러한 추세에 따라 ‘나만의 의미 있는 작은 결혼’ 실천 사례 공모전을 실시하는 등 올바른 결혼문화를 정착시키기 위한 문화 확산 캠페인을 전개하였고(Kim, 2017), 산업통상자원부는 2010년 국내 상품 중 세계무대에서 경쟁력을 가질 수 있는 수출 유망 아이템을 선정하였는데 그 중 하나가 한류 문화를 활용한 웨딩 네트워크 서비스이다(Ministry of Trade, Industry and Energy, 2010). 이는 웨딩분야가 의상을 비롯하여 미용, 연회, 사진, 관광 등 여러 분야를 포괄하는 융합 산업으로서 향후 다양한 분야로 확대 성장할 수 있는 가능성을 지니고 있음을 의미한다고 할 것이다.

그러나 지금까지 웨딩과 관련된 선행연구는 웨딩 산업 전반에 걸친 컨설팅이나 예식 홀 등과 관련된 사회과학적 측면에서의 연구들이 있고, 패션 분야에서는 웨딩드레스 디자인을 비롯하여 웨딩 메이크업, 헤어 디자인 개발, 전통 혼례복 관련 연구, 소비자의 웨딩 행동이나 구매 태도, 선호도 등 다각적인 측면에서 발표되었다. 이와 같이 웨딩 패션 관련 연구는 다양한 연구 분야와 주제를 중심으로 이루어졌으나 연구 동향 분석은 이루어지지 않은 실정이다.

이에 본 연구의 목적은 국내에서 발간된 학위논문과 학술지 논문을 대상으로 웨딩 패션 관련 연구의 연대별 추

이, 웨딩 패션 연구 분야와 세부 주제, 웨딩 패션의 연구 방법, 웨딩 패션의 연구 대상, 웨딩 패션의 관련 지역 연구 등을 종합적으로 분석함으로써, 향후 웨딩 패션과 관련된 분야 연구의 기초자료로 활용하고자 한다. 또한 추후 웨딩패션 연구에서 연구 방향과 필요성이 요구되는 분야에 대한 방향 제시에 도움을 주고, 웨딩 패션산업 발전에 유용한 정보를 제공하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 자료 수집

웨딩 패션 관련 연구 동향을 분석하기 위한 자료 수집은 국내 석사, 박사 학위 논문과 한국학술진흥재단에서 선정된 등재 및 등재 후보 학술지를 대상으로 하였다. 자료 수집은 국회전자도서관과 한국교육학술정보원(KERIS)의 논문 검색 프로그램 및 각 학회 홈페이지의 논문 검색 프로그램을 활용하여 키워드 검색으로 이루어졌다. 검색 키워드는 웨딩 패션, 웨딩, 결혼, 혼례, 웨딩드레스, 혼례복, 결혼 예복, 웨딩 코디네이션, 웨딩 헤어, 웨딩 메이크업 등을 입력하여 검색하였고, 수집된 논문의 참고문헌을 통해 연관성 있는 논문을 재검색하여 포함하였다. 본 연구가 웨딩 패션 분야 연구 동향을 분석하기 위한 것으로 웨딩 홀이나 웨딩 연회 관련 연구, 패션 분야가 제외된 웨딩 플래너의 직무 관련 연구는 제외하였고, 의상 및 미용 등 패션분야 측면에서 접근된 연구만으로 한정하였다. 자료 수집은 웨딩 패션 관련 연구가 처음 발표된 1969년을 기점으로 연구자가 자료를 수집한 2017년 7월까지 발표된 것으로, 총 289편을 대상으로 하였다<Table 1>.

2. 분석 방법

본 연구의 연구 방법은 수집된 자료의 내용분석을 선택하였고, 분석 기준과 방법은 의류학 및 미용 분야 연구 동향에 대한 선행연구(Choi, 2012; Choi, 2013; Kim, 2016, Kim & Lee, 2011; Lee & Lee, 2007)와 관련 학회의 연구 분야 기준을 참고로 하여 디자인/미학, 의류설계/생산, 마케팅, 의류소재, 복식사, 기타(실태조사)로 구분하였다. 미용분야는 웨딩 패션분야에서 비중이 크나, 관련 산업이 세분화되기 시작한 2000년대 이전에는 독립된 분야가 아닌 패션의 한 분야로 다루어져 왔다. 따라서 수집된 논문

(Table 1) Analysis targets

		N(%)	
Division	N(%)	Division	N(%)
Master thesis	161(55.70)	Journal of The Korean Society of Cosmetology	8(2.77)
Doctoral thesis	11(3.81)	Asian Journal of Beauty and Cosmetology	2(0.69)
Journal of Korean Traditional Costume	9(3.11)	Journal of the Korean Society of Beauty and Arts	5(1.73)
Journal of the Korean Society of Fashion Design	3(1.04)	Journal of Investigative Cosmetology	1(0.35)
The Journal of the Korean Society of Knit Design	1(0.35)	Journal of Korean Society of Design Science	1(0.35)
Journal of the Korean Society of Costume	17(5.88)	A Journal of Brand Design Association of Korea	2(0.69)
The Research Journal of the Costume Culture	14(4.84)	Journal of Korea Design Forum	5(1.73)
Journal of Fashion Business	4(1.38)	Journal of Digital Convergence	2(0.69)
Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles	8(2.77)	Journal of Basic Design & Art	2(0.69)
Fashion & Textile Research Journal	7(2.42)	Journal of the Korean Society of Design Culture	11(3.81)
Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association	7(2.42)	The Eastern Art	2(0.69)
Family and Environment Research	3(1.04)	Journal of Korea TAPPI	1(0.35)
The Journal of Korean Historical Manuscripts	1(0.35)	The Journal of Seoul Studies	1(0.35)
Total		289(100)	

중 웨딩과 관련된 미용 분야 연구는 디자인이나 마케팅 분야에 집중되어 따로 구분하지 않았으며, 각 분야에 따른 세부 연구 주제 및 내용에서 구분하였다. 연구 방법은 앞서 언급한 선행연구를 참고하여 개발 연구(디자인 제안 및 개발, 패턴 개발, 메이크업과 헤어 및 네일 디자인 개발 등), 문헌연구, 사례연구, 조사연구(설문, 면접, 인터뷰 등), 실험 연구로 분류하였고, 여러 방법을 병행한 경우 연구 결과를 도출하기 위해 사용된 최종 연구 방법만으로 조사하였다. 그리고 웨딩 패션 관련 연구 동향을 파악하기 위해 연대별 연구 동향과 연구 분야별 세부 주제, 연구 대상의 성별과 세부 항목 등을 분석하였으며, 복식사 분야에서는 관련 연구시기를 조사하였고, 수집된 전체 자료 중 한국 이외 특정 국가를 대상으로 하거나 한국 웨딩 패션과 타 국가를 비교한 연구를 대상으로 연구 지역을 조사하였다. 본 연구에서의 연도 분류는 웨딩 패션 관련 연구가 처음 발표된 1969년을 기준으로 10년 간격의 기간

으로 묶어 제 1기(1969~1978년), 제 2기(1979~1988년), 제 3기(1989~1998년), 제 4기(1999~2008년)로 분류하였고, 제 5기(2009~2017년)는 2017년 7월까지를 포함하였다.

Ⅲ. 연구 결과

1. 연대별 연구 분포

웨딩 패션 관련 국내 학술 연구의 연대별 연구 동향은 [Figure 1]과 같다. Park(1969)의 한국 혼례복의 착용 실태에 관한 연구를 시작으로 제 2기까지 발표된 논문은 7편(2.42%)에 불과했고 학위논문으로만 발표되었다. 그러나 제 3기에는 14편(4.84%)으로 학술지에서도 웨딩 패션 관련 논문이 발표되기 시작하였고, 제 4기에 이르러 111

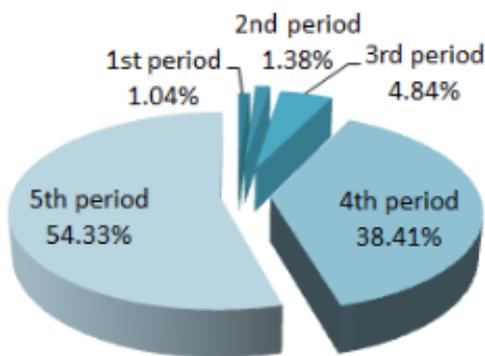
편(38.4%)으로 급격한 증가를 보였으며, 제 5기 역시 157 편(54.3%)으로 조사되었다. 2000년대 이후 제 4기부터 양적 팽창을 보인 웨딩 패션 관련 연구는 제 5기까지 지속적인 증가를 보이고 있음을 알 수 있다. 그러나 [Figure 2]와 같이 학위논문인 경우 제 3기와 제 4기 구간에서 급격한 증가를 보인 이후 완만한 증가 추세를 나타냈지만, 학술지는 제 3기와 제 4기는 물론 제 4기와 제 5기 구간 모두 큰 증가 추세를 나타냈다. 이는 2000년 이후 여러 학문분야에서 다양한 학술지가 등장하였고 사회문화적인 변화에 따라 웨딩 패션 관련 연구가 보다 전문화되고 세분화되어 접근되었기 때문으로 사료된다.

2. 연구 분야와 주제

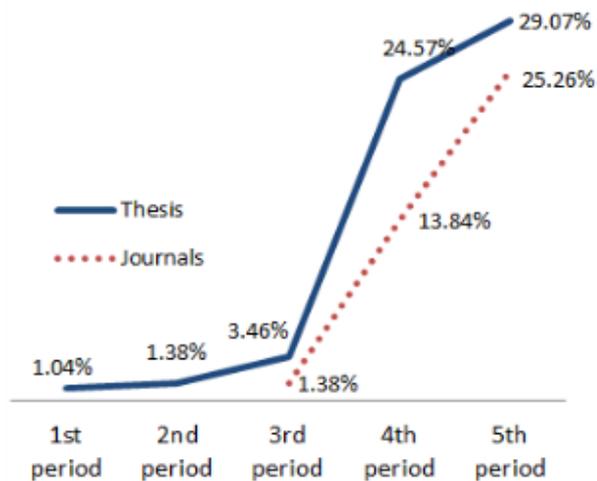
연구 분야의 자료 분류는 각 논문별로 연구 제목과 내용을 파악하여 해당 분야에 포함시켰으며, 분야별 분포는 [Figure 3]과 같다. 분석 결과 디자인/미학분야가 142편(49.13%)으로 가장 큰 비중을 차지하였고, 마케팅 분야가 77편(26.64%), 복식사 56편(19.38%), 기타 8편(2.77%), 의류설계/생산 6편(2.08%)으로 조사되었으며 의류소재 분야는 나타나지 않았다. 그리고 연도별로 분석한 결과 [Figure 4]와 같이 제 1기와 제 2기에는 복식사 분야에서만 발표되었고, 제 3기에 이르러 디자인/미학 및 마케팅 분야 연구가 발표되기 시작하였으며, 제 4기부터 의류설계/생산 및 기타 분야까지 확장되었다. 이는 웨딩 패션 관련 연구의 양적 증가가 시작되면서부터 보다 다양

한 분야로 확대된 것으로 파악된다. 복식사 분야는 제 1기부터 제 5기까지 꾸준히 발표되었는데, 웨딩 패션 관련 연구의 양적 확장을 보인 제 4기에 다소 증가하는 추세를 나타냈다. 반면 디자인/미학과 마케팅 분야는 제 2기까지 나타나지 않았고 제 3기부터 발표되었으며, 디자인/미학 분야는 제 3기 8편(2.77%)에서 제 4기 56편(19.38%), 제 5기 78편(26.99%)으로 급격한 증가 추세를 보였고, 마케팅 분야 역시 제 3기에 1편(0.35%)에 불과했으나 제 4기에 31편(10.73%), 제 5기에 45편(15.57%)으로 크게 증가하였다. 의류설계/생산 분야는 제 4기에 1편을 시작으로 발표되기 시작하였으나 제 5기에도 저조한 경향을 나타냈다.

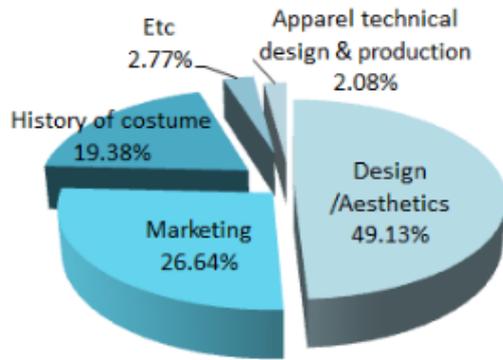
각 연구 분야별로 세부 주제를 분석한 결과는 <Table 2>와 같다. 디자인/미학 분야는 디자인 개발 및 제안, 트렌드 분석, 디자인 요소나 조형성 관련, 사회문화적 측면 및 미학 관련 연구, 스타일링이나 토탈 코디네이션 연구, 국외 디자인 사례나 디자인 비교 연구 등 다양한 주제로 구분되었다. 디자인/미학 분야의 논문 총 142편 중 웨딩 의상, 웨딩 메이크업이나 헤어, 네일 디자인과 같은 미용 전반, 장신구, 웨딩 스타일링, 가상 체험 앱 프로그램 디자인 개발 및 제안이 105편(73.94%)으로 가장 큰 비중을 차지했고, 이 가운데서도 의상디자인 개발에 집중된 것으로 조사되었다. 다음으로는 디자인 요소나 조형성 관련 연구 14편(9.86%), 웨딩 패션의 트렌드 분석 9편(6.34%)의 순으로 나타났고, 웨딩 패션에 대한 미학적 측면이나 사회문화적 현상에 대한 연구는 낮은 비중을 차지하였다. 특



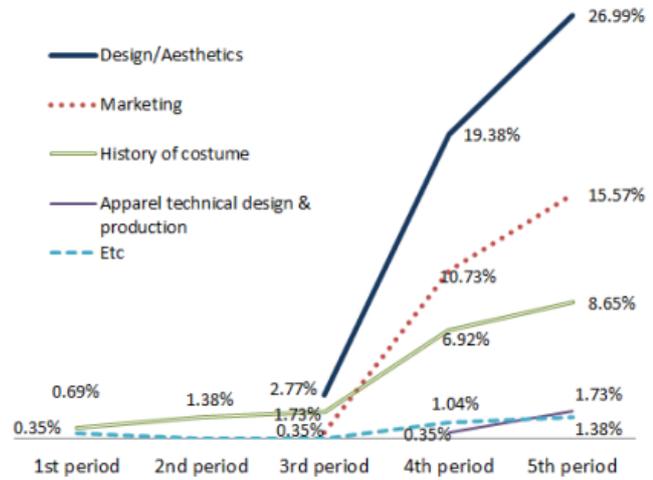
[Figure 1]
Research trends by period



[Figure 2]
Distribution of journals and thesis by period



[Figure 3]
Distribution of research fields



[Figure 4]
Distribution of research fields by period

<Table 2> Subject of research field

Field	Subject of study	N(%)	Field	Subject of study	N(%)		
Design /Aesthetics	Costume	67 (48.59)	Marketing	Preference	26 (33.76)		
		Beauty		21 (14.79)	Purchasing behavior, attitude, etc	25 (32.47)	
	Design development			Accessories	6 (4.23)	Psychology, image evaluation, etc	19 (24.68)
		Coordination & styling		3 (2.11)	Wedding fashion industry	7 (9.09)	
	Etc	Total		8 (5.63)	Total	77 (100)	
				Trend	9 (6.34)	Traditional Wedding costumes	21 (37.50)
				Design elements & style analysis	12 (8.45)	Recovering costumes	1 (1.79)
			Culture & aesthetics	5 (3.52)	History of costume	Wedding costume in specific areas of Korea	9 (16.07)
	Apparel technical design & production	Total	4 (2.82)	Foreign wedding costumes	11 (19.64)		
			5 (3.52)	Traditional Wedding costumes & culture	10 (17.86)		
5 (3.52)			Domestic / foreign comparison	4 (7.14)			
Apparel technical design & production	Total	142 (100)	Etc	Total	56 (100)		
		5 (83.33)			Survey	6 (75.00)	
		1 (16.67)			Education services	2 (25.00)	
		6 (100)			8 (100)		

히 웨딩 패션과 관련하여 디자인/미학 분야 연구가 발표되기 시작한 제 3기에는 주로 의상디자인 개발이나 국외 사례, 미학적 측면에서의 연구만이 발표되었으나, 제 4기부터는 보다 다양한 주제로 연구되었고 헤어나 메이크업 등 미용 분야 디자인 개발이 점차 확대되는 양상을 보인 반면 의상디자인 개발은 다소 감소하는 추세를 나타냈다.

마케팅 분야 역시 웨딩 의상이나 헤어·메이크업, 스타일링에 대한 선호도, 이미지 지각이나 이미지 평가 등 심리 측면에서의 연구, 웨딩 패션산업 관련 연구, 소비자 측면에서의 구매태도나 웨딩 의상 및 미용 행동에 관한 연구 등 다양하게 파악되었다. 총 77편 중 선호도 관련 연구가 26편(33.76%)으로 가장 많았고, 소비자 행동이나 구매태도 관련 연구가 25편(32.47%), 이미지 지각 등 심리 측면 연구가 19편(24.68%), 웨딩 패션산업 9편(9.09%)의 순으로 나타났다. 특히 마케팅 분야의 연구 주제는 제 3기에 선호도 관련 연구가 1편이었지만 제 4기와 제 5기에는 보다 세분화된 주제로 확대되었는데, 이는 웨딩 패션과 관련하여 의상 및 미용의 세부 요소에 따라 다양한 연구 주제로 확장되었고, 변화된 사회 환경에 따라 소비자의 구매태도나 행동, 이미지 지각 등 여러 연구 주제가 파생되었기 때문으로 파악되었다.

복식사 분야 연구의 세부 주제는 한국 전통 혼례복을 비롯하여 특정 지역의 혼례복 변천, 혼례복을 비롯하여 혼례문화 변천이나 풍습, 국외 혼례복 변천, 과거 한국과 국외 전통 혼례복의 비교 연구 등으로 나타났다. 총 56편 중 한국 전통 혼례복 관련 연구가 21편(37.50%)으로 가장 많았고, 국외 혼례복 변천에 관한 연구 11편(19.64%), 전통 혼례복을 포함한 혼례문화 변천이나 풍습 관련 연구 10편(17.86%), 한국 특정지역의 전통 혼례복 변천 9편(16.07%), 한국과 국외 전통 혼례복의 비교 연구 4편(7.14%), 전통 혼례복 고증 관련 연구 1편(1.79%)의 순으로 나타났다. 그러나 국내의 전통 혼례복의 비교 연구를 제외한 46편 모두 한국 전통 혼례복에 집중된 양상을 나타냈으며, 제 2기까지는 한국 전통 혼례복 관련 주제만이 다루어졌으나 제 3기부터 보다 세분화된 연구 주제로 접근되었음을 파악할 수 있었다.

반면 의류설계/생산 분야 연구는 사이즈 분류나 드레스 패턴 개발 관련 연구에 한정되어 연구 주제의 다양성이 요구되는 것으로 나타났다. 의복구성분야는 디자인이나 마케팅 분야와 비교하였을 때 상대적으로 연구량이 낮은 비중을 보였는데, 드레스 제작을 위한 패턴 개발 관련 연구 5편, 사이즈 분류 관련 연구 1편만으로 저조한 양상을

나타냈다. 특히 패턴 개발 연구는 제 5기에 해당하는 2010년에 처음 발표된 것으로 다양한 체형이나 성별, 연령대에 따른 패턴 개발이 요구되었다. 또한 기타 분야 연구로는 혼례복 실태조사 및 웨딩 패션분야를 포함한 웨딩 관련학과 교육 서비스 연구 등으로 조사되었으나 총 3편으로 낮은 비중을 차지하였다.

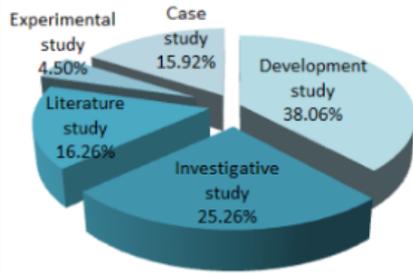
이와 같이 웨딩 패션 관련 연구는 디자인 분야, 특히 드레스 디자인이나 메이크업 및 헤어 디자인 개발에 집중되는 양상을 나타내 마케팅, 복식사, 의류설계/생산 분야 등 여러 분야에서 다양한 주제로 접근되어 균형 있는 연구가 진행되어야 할 필요성이 요구되었다.

3. 연구 방법

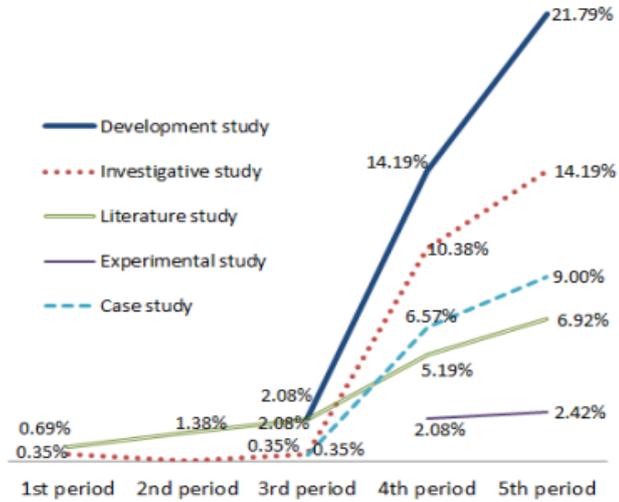
웨딩 패션 관련 연구 방법 분석 결과 [Figure 5]와 같이 개발 연구가 110편(38.06%)으로 가장 큰 비중을 차지했는데 의상 디자인을 비롯하여 헤어, 메이크업, 네일 디자인, 장신구, 스타일링, 가상 체험 프로그램, 웨딩 의상 패턴 등을 개발하거나 제안하고 있었다. 다음으로는 설문이나 인터뷰, 면접에 의한 조사연구가 73편(25.26%), 문헌 연구 47편(16.26%), 사례연구 46편(15.92%), 실험연구 13편(4.50%)의 순으로 나타났다.

시기별로 연구 방법을 분석한 결과는 [Figure 6]과 같이 제 1기와 제 2기에는 문헌연구가 주로 사용되었으나 제 3기부터 다양한 연구 방법이 활용된 것으로 파악되었다. 개발 연구는 제 3기를 시작으로 큰 폭의 상승 경향을 나타냈고, 조사연구는 제 1기와 제 3기에 각 1편씩 사용되었고 제 2기에는 나타나지 않았으며, 제 4기부터 확대되는 양상을 나타냈다. 사례연구 역시 제 3기에 처음 나타났으나 제 4기부터 확대되었고, 실험연구는 제 4기부터 사용되었으나 제 5기에도 타 연구방법에 비해 낮은 비중을 차지하였다. 이러한 경향은 제 2기까지 문헌연구를 기반으로 한 복식사 분야를 중심으로 발표되었고 제 3기부터 다양한 연구 분야로 확대된 것과 연관성이 있는 것으로 사료된다.

각 연구 분야의 시기별로 연구 방법을 분석한 결과는 <Table 3>과 같다. 디자인/미학분야는 개발연구 105편(73.94%)으로 가장 큰 비중을 차지하였고, 그 다음으로는 사례연구 32편, 조사연구 3편, 문헌연구와 실험연구 각 1편씩으로 조사되었다. 디자인/미학 분야의 개발연구와 사례연구는 제 3기를 시작으로 지속적인 상승 경향을 보인 반면, 문헌연구와 실험연구는 제 3기와 제 4기에 각 1편씩 나타났고 이후 나타나지 않았다. 복식사 분야는 문헌



[Figure 5]
Research method



[Figure 6]
Chronological field trend in research method

<Table 3> Research method according to year of research field

N(%)

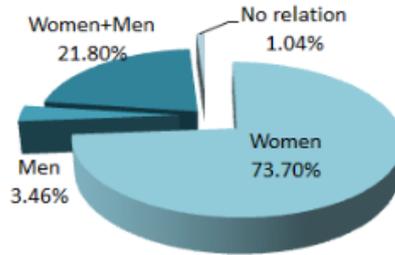
Division	Period	1st period	2nd period	3rd period	4th period	5th period	Total	
Design /Aesthetics	Development study			6 (4.23)	41 (28.87)	58 (40.84)	105 (73.94)	142 (100)
	Investigative study				1 (0.70)	2 (1.41)	3 (2.11)	
	Literature study			1 (0.70)			1 (0.70)	
	Experimental study				1 (0.70)		1 (0.70)	
	Case study			1 (0.70)	13 (9.15)	18 (12.68)	32 (22.53)	
History of costume	Investigative study				1 (1.78)		1 (1.78)	56 (100)
	Literature study	2 (3.57)	4 (7.14)	5 (8.93)	15 (26.79)	19 (33.93)	45 (80.36)	
	Case study				4 (7.14)	6 (10.71)	10 (17.85)	
Marketing	Investigative study			1 (1.30)	25 (32.47)	35 (45.45)	61 (79.22)	77 (100)
	Literature study					1 (1.30)	1 (1.30)	
	Experimental study				5 (6.49)	7 (9.09)	12 (12.58)	
	Case study				1 (1.30)	2 (2.60)	3 (3.90)	
Apparel technical design & production	Development study					5 (83.33)	5 (83.33)	6 (100)
	Case study				1 (16.67)		1 (16.67)	
Etc	Investigative study	1 (12.50)			3 (37.50)	4 (50.00)	8 (100.00)	8 (100)

연구가 45편(80.36%)으로 가장 많았고 사례연구 10편, 조사연구 1편으로 순으로 나타났으며, 문헌연구는 제 1기를 시작으로 지속적인 상승 경향을 보인 반면 조사연구는 제 4기에 1편을 제외하고는 나타나지 않았다. 마케팅 분야는 조사연구가 61편(79.22%)으로 가장 큰 비중을 차지하였고 제 3기부터 지속적인 증가 추세를 나타냈다. 그리고 제 4기부터 조사연구 외에 다양한 연구방법이 사용되고 있는 것으로 파악되었다. 의류설계/생산 분야는 제 4기에 사례연구 1편이었고, 제 5기에는 개발연구에 집중되는 경향을 나타냈으며 기타 연구방법은 나타나지 않았다. 기타 분야는 제 1기에 조사연구가 사용된 이래 제 4기 이후에도 동일한 연구방법만이 사용되고 있는 것으로 나타났다.

4. 연구 대상

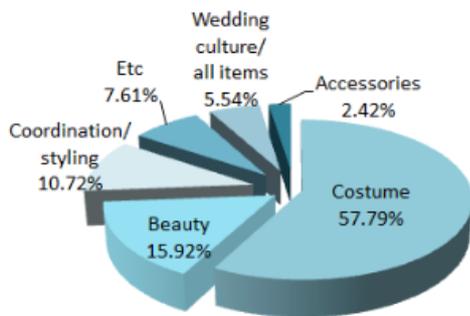
웨딩 패션에 대한 연구 대상의 성별과 품목을 분석한 결과는 다음과 같다. 연구 대상의 성별 분포는 [Figure 7] 같이 여성을 대상으로 한 것이 213편(73.70%)으로 가장 높은 비중을 차지했고, 남성과 여성 모두인 경우 63편, 남성 10편, 성별구분 없는 것 3편의 순으로 나타나 여성에 집중된 연구 경향을 나타냈다. 그러나 연구 분야별로 분석한 결과 연구 대상의 성별 분포는 상이한 차이를 보였다. 디자인/미학 분야 총 142편 중 130편(91.55%), 마케팅 분야 총 77편 중 58편(75.32%), 의류설계/생산 총 6편 중 5편(83.33%)이 여성을 대상으로 한 연구에 집중된 반면, 복식사 총 56편 중 35편(62.50%), 기타 총 8편 중 7편

(87.50%)은 남녀 모두를 대상으로 하고 있어 연구 분야에 따라 차이를 보였다.

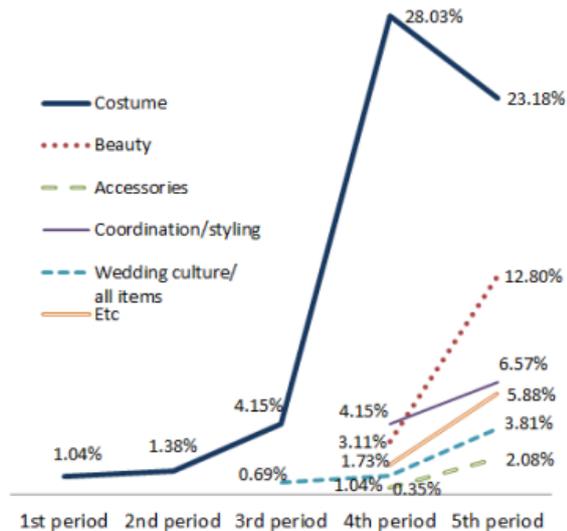


[Figure 7]
Gender distribution of research target

그리고 수집된 논문의 내용 분석 결과, 웨딩 패션 관련 연구 대상 중 품목은 남녀 의상, 헤어와 메이크업, 네일 등 미용부분, 장신구, 토털 코디네이션이나 스타일링, 혼례문화를 비롯한 상품 전반, 기타로 구분되었다. 전체적인 품목 분포는 [Figure 8] 같이 의상 관련 부문이 167편(57.79%)으로 가장 많았고, 미용 관련 46편(15.92%), 토털 코디네이션이나 스타일링 관련 31편(10.72%), 기타 22편(7.61%), 혼례문화나 웨딩 관련 상품 전반에 관한 것 16편(5.54%), 장신구 관련 7편(2.42%)의 순으로 조사되었다. 그러나 가장 큰 비중을 차지한 의상을 비롯하여 모든 품목에서 여성을 대상으로 한 연구에만 집중되고 있어 남성 대상의 연구가 필요할 것으로 사료된다. 시기별로 연구 대상 품목을 분석한 결과 [Figure 9] 같이 의상 관련 연구는 연구 분야와 무관하게 제 1기를 시작으로 제 5기



[Figure 8]
Items distribution of research target



[Figure 9]
Items distribution by period

<Table 4> Items distribution according to research field N(%)

Field	Items	Costume	Beauty	Accessories	Coordination/styling	Wedding culture/all items	Etc	Total
Design /Aesthetics		90 (63.38)	27 (19.01)	5 (3.52)	14 (9.86)	1 (0.70)	5 (3.52)	142 (100)
History of costume		41 (73.21)	1 (1.79)	1 (1.79)	-	13 (23.21)	-	56 (100)
Marketing		25 (32.47)	18 (23.37)	1 (1.30)	17 (22.08)	1 (1.30)	15 (19.48)	77 (100)
Apparel technical design & production		6 (100.00)	-	-	-	-	-	6 (100)
Etc		5 (62.50)	-	-	-	1 (12.50)	2 (25.00)	8 (100)

까지 지속적으로 다루어졌고, 제 5기에는 다소 감소하는 경향이 나타났다. 혼례문화 및 상품 전반을 다룬 연구는 제 3기를 시작으로 제 5기까지 나타났고, 나머지 부문은 웨딩 패션 관련 연구의 급격한 증가를 보인 제 4기부터 다루어졌음을 알 수 있다. 특히 미용 관련 연구는 제 4기를 시작으로 크게 증가하는 경향을 나타냈는데, 이는 2000년대 미용 분야 교육기관과 학회 등이 활성화됨에 따라 디자인 및 마케팅 분야를 중심으로 관련 연구가 활발하게 진행되었다고 사료된다.

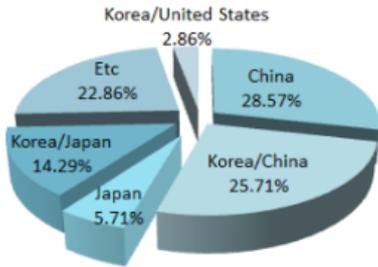
연구 분야별로 연구 대상 품목을 분석한 결과는 <Table 4>와 같다. 웨딩 패션과 관련하여 디자인/미학 분야는 다양한 연구 대상을 중심으로 전개되었는데, 의상 관련부문이 90편(63.38%)으로 가장 큰 비중을 차지했고, 미용 27편, 토털코디네이션이나 스타일링 관련 14편, 장신구와 기타 관련이 각각 5편, 혼례문화나 상품 전반을 다룬 것이 1편으로 조사되었다. 미용이나 스타일링 디자인에 관한 연구도 비중 있게 다루어졌으나 웨딩드레스를 중심으로 한 연구가 압도적인 비중을 차지하고 있었다. 복식사 분야는 전통 혼례복에 집중된 연구가 이루어졌는데, 역사적 변천과 더불어 혼례 시 화장이나 장신구, 혼례문화 전반에 대한 균형 있는 연구가 필요할 것으로 사료된다. 마케팅 분야는 디자인/미학 분야와 같이 다양한 연구 대상을 중심으로 전개되었으나 웨딩드레스나 혼례복을 키워드로 한 소비자 선호도 및 소비자 행동, 구매태도 관련 연구가 25편(32.47%)으로 가장 많았고, 미용, 스타일링, 기타 관련 연구는 비교적 고른 분포를 나타냈다. 그러나 의류설계/생산 분야는 모두 신부 웨딩드레스를 위한 원형

개발이나 신랑 연미복 패턴에 관련된 것만으로 장신구나 각종 소품 등 여러 대상으로 확대시킬 필요성이 요구되었다. 기타 분야는 웨딩 패션과 관련한 가상 체험 프로그램이나 앱 개발 등이 포함되었으나 이 역시 의상과 관련된 것들로 장신구나 미용, 스타일링 전반에 관한 것 등 연구 대상을 확장시킬 필요성이 있다고 사료된다.

5. 연구 지역 및 기타

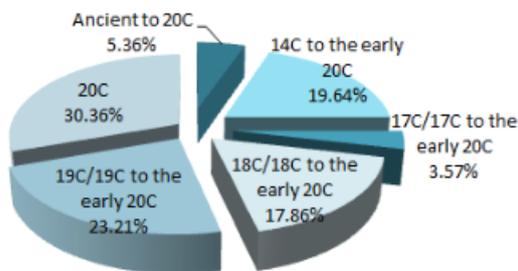
웨딩 패션과 관련하여 한국을 제외한 특정 지역 및 한국과 국외 지역을 비교한 연구는 총 289편 중 35편(12.11%)으로 조사되었고, 분포는 [Figure 10]과 같다. 중국의 웨딩 의상, 웨딩 헤어나 메이크업 등 미용부문, 웨딩 소비 행동, 웨딩 뷰티 이미지, 전통 혼례복 등을 연구한 것이 10편(28.57%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 다양한 웨딩 패션 관련 연구 주제를 기반으로 한국과 중국을 비교한 것이 9편(25.71%), 기타 지역 8편(22.86%), 한국과 일본의 전통 혼례복 비교나 선호도 비교, 웨딩 패션 비교 등이 5편(14.29%), 일본 전통 혼례복 관련 연구 2편(5.71%), 한국과 미국의 비교 연구 1편(2.86%)의 순으로 조사되었다. 기타 지역에는 몽골, 영국, 러시아와 우크라이나를 중심으로 한 동슬라브 민족, 특정 시기의 미국 웨딩드레스 등이 포함되었다. 즉 웨딩 패션 관련 연구에서 한국을 제외한 경우 인근 지역인 중국과 일본에 편중되는 경향을 나타내 다른 지역을 대상으로 한 연구가 필요할 것으로 사료되었다. 또한 한국 특정 지역의 전통 혼례복 관련 연구는 주로 복식사 분야에서 다루어졌는데, 제 2기

에 서울지역 전통 혼례복에 관한 연구를 시작으로 제 4기에는 평양, 경남, 충청, 경기지역 혼례복이나 혼례문화에 관한 연구, 제 5기에는 충청, 제주, 경남 지역으로 확대되고 세분화되는 경향을 보였으나 그 외 기타지역의 연구는 나타나지 않았다.



[Figure 10]
Research target area

그리고 복식사 분야에서 특정한 연구시기를 분석한 결과는 [Figure 11]과 같다. 총 56편의 논문 중 한국과 중국, 서구의 20C를 대상으로 한 것이 17편(30.36%)으로 가장 많았고, 19C만을 특정하거나 19C~20C 초반을 대상으로 한 것 13편(23.21%), 한국의 조선시대 및 중국 명·청 시대에 해당하는 14C~20C 초반을 대상으로 한 것 11편(19.64%), 18C만을 특정하거나 18C~20C 초반을 대상으로 한 것 10편(17.86%), 고대 그리스시대부터 현대까지 서구 웨딩드레스 디자인이나 색상의 변천 과정을 대상으로 한 것 3편(5.36%), 17C만을 특정하거나 17~20C 초반을 대상으로 한 것 2편(3.57%)의 순으로 조사되었다. 그러나 한국 전통 혼례복과 관련된 연구 중 20C를 대상으로 한 것을 제외하면 모두 조선시대에 집중되는 경향을 나타냈는데, 조선시대를 대상으로 한 20편 중 조선시대 말기를 대상으로 한 것이 13편으로 가장 많았고, 조선시대 중기 및 시대 구분 없이 조선시대 전반을 대상으로 한



[Figure 11]
Research period of history of costume field

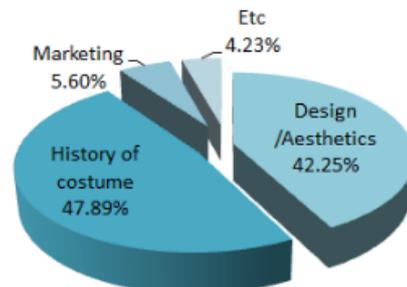
것이 각각 3편, 조선시대 초기를 대상으로 한 것은 1편으로 나타났다.

또한 수집된 자료 중 한국적 이미지를 활용하거나 전통 혼례복과 관련된 연구는 총 289편 중 71편(24.56%)으로 조사되었고, 복식사 분야에서는 제 1기를 시작으로 꾸준히 나타났고, 디자인/미학 분야에서는 제 3기부터, 마케팅 분야는 제 4기부터 나타났다. 각 분야에서의 분포는 [Figure 12]와 같이 복식사 분야에서 34편(47.89%)으로 가장 많았고, 디자인/미학 분야에서는 30편(42.25%)으로 주로 전통 혼례복의 디자인 요소 및 전통 문양 등을 활용한 디자인 개발 관련 연구로 조사되었다. 마케팅 분야에서는 전통 혼례복에 대한 인식이나 선호도, 전통 문양을 활용한 뷰티 디자인에 대한 선호도 등 4편(5.60%), 기타 분야는 실태조사 중심의 3편(4.23%)이 있고, 의류설계/생산 분야에서는 전혀 나타나지 않았다. 즉 한국적 이미지를 활용하거나 전통 혼례복과 관련된 연구는 주로 복식사나 디자인/미학 분야에서 다루어졌음을 파악할 수 있다.

IV. 결론

본 연구는 국내 학위논문과 등재 및 등재 후보 학술지에 게재된 논문을 대상으로 웨딩 패션 관련 연구의 연대별 추이, 연구 분야와 세부 주제, 연구 방법, 연구 대상, 관련 지역 등을 분석하였고, 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 웨딩 패션 관련 국내 학술 연구는 제 2기까지는 학위논문에서만 다루어졌으나 제 3기에 해당하는 1990년대 중반부터 학술지에서도 발표되기 시작하여 제 4기부터 큰 폭으로 상승하였고 지속적으로 증가하는 추세를 알 수 있었다. 특히 학술지의 경우 제 3기와 제 4기에는 주로 의류 및 가정학 분야 학술지를 통해 발표되었으나 제 5기



[Figure 12]
Distribution of utilizing the Korean image and traditional wedding clothes in research

에 들어서면서 미용 및 디자인 등 여러 분야로 확대되는 추세를 나타냈다.

둘째, 연구 분야는 디자인/미학분야가 142편(49.13%)으로 가장 큰 비중을 차지하였고, 마케팅, 복식사, 기타, 의류설계/생산의 순으로 나타났다. 제 2기까지는 주로 복식사적인 측면에서만 다루어졌으나, 제 3기에 디자인/미학 및 마케팅 분야로 확대되었고 제 4기부터 전 연구 분야로 확장되었다. 그러나 의류설계/생산 분야는 타 분야와 비교할 때 여전히 낮은 비중을 차지하고 있어 관련 연구 활성화가 요구되었으며, 의류 소재나 물성 등 피복과학 분야에서의 연구 역시 시도되어야 할 것으로 사료되었다.

셋째, 각 연구 분야별로 세부 주제를 분석한 결과, 디자인/미학 분야는 웨딩 관련 의상, 메이크업, 헤어, 네일, 장신구, 웨딩 스타일링, 가상 체험 앱 프로그램 등 디자인 개발 및 제안이 105편(73.94%)으로 가장 높은 비중을 차지했고, 이 가운데서도 의상디자인 개발에 집중되었다. 제 4기부터 의상디자인 개발이 다소 감소하는 추세를 보인 반면 미용 분야 디자인 개발이 확대되는 양상을 나타냈으나, 디자인 개발 외에 시대의 변화에 따른 사회문화적 측면에서의 연구나 미학, 스타일 분석 등 다양한 연구 주제로 확대된다면 보다 균형 있는 연구로 발전될 수 있을 것이다. 또한 웨딩 의상 디자인 개발에서 기존 웨딩 의상이나 전통 혼례복을 활용한 리폼이나 스타일링 개발, 다양한 체형과 연령대를 위한 디자인 개발 및 스타일링 제안 등을 고려할 수 있을 것이다. 마케팅 분야에서는 웨딩 의상이나 미용, 스타일링에 대한 선호도 연구가 26편(33.76%)으로 가장 높았고, 제 4기부터 이미지 지각이나 이미지 평가 등 심리 측면에서의 연구, 웨딩 패션산업 관련 연구, 소비자 측면에서의 구매태도나 웨딩 의상 및 미용 행태에 관한 연구 등 다양한 주제로 확대되었다. 복식사 분야에서는 한국 전통 혼례복을 비롯하여 특정 지역의 혼례복 변천, 혼례문화 변천이나 풍습, 국외 혼례복 변천, 한국과 국외 전통 혼례복 비교 등이 연구되었으나 한국 전통 혼례복 관련 연구가 가장 높은 비중을 차지하였다. 의류설계/생산 분야는 사이즈 분류나 패턴 개발에 국한되어 있었고, 기타 분야 역시 특정 지역의 혼례복 실태조사 및 웨딩 관련학과 교육 서비스 등으로 연구 주제의 다양성이 요구되었다.

넷째, 연구 방법은 개발연구, 조사연구, 문헌연구, 사례연구, 실험연구의 순으로 나타났으며, 제 2기까지는 주로 문헌연구가 사용되었으나 제 3기부터 다양한 연구 방법이 활용된 것으로 파악되었다. 각 연구 분야의 시기별로 분

석한 결과 디자인/미학분야의 개발연구와 사례연구는 제 3기를 시작으로 지속적인 상승 경향을 보인 반면 문헌연구와 실험연구는 제 4기 이후 나타나지 않았다. 마케팅 분야에서는 주로 조사연구가 사용되었고, 제 4기부터 비교적 다양한 연구방법이 활용되고 있는 것으로 파악되었다. 그러나 의류설계/생산 분야는 개발연구에 집중되어 있어 다양한 연구 방법의 필요성이 요구되었다. 이와 같이 연구 방법은 시기별 연구 동향 및 연구 분야와 연관성을 지니는 것으로 파악된다. 그러나 각 연구 분야의 특성을 고려하더라도 특정 연구 방법에 집중되기보다는 다양한 연구 방법의 시도가 요구되며, 웨딩 패션에 포함되는 다양한 분야들을 고려할 때 연구 분야와 방법을 넘나드는 융합적인 시각이 필요할 것이다.

다섯째, 연구 대상의 성별은 여성과 남성 모두를 대상으로 한 연구도 있으나 주로 여성에 집중되어 있었다. 시대의 변화에 따라 남성들도 패션과 미용에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서 웨딩 패션과 관련된 남성 예복, 미용, 스타일링 등 다각적인 측면에서의 연구가 활성화되어야 할 것이다. 연구 대상의 품목은 전 연구 분야에 걸쳐 의상 부문에 집중되었고, 미용, 토털 코디네이션이나 스타일링, 기타, 혼례문화나 웨딩 관련 상품 전반, 장신구의 순으로 나타났다. 제 5기에 의상 관련 연구가 다소 감소하였고 미용 관련 연구가 증가하는 추세를 보이나, 의상이나 미용 부문 외에 다양한 장신구나 소품은 웨딩 패션을 완성하게 하는 중요한 부분으로 관련 연구의 활성화가 요구되며 사회문화적 변화에 따른 웨딩 패션문화에 관한 연구도 필요할 것으로 사료된다.

여섯째, 연구 지역에서 한국을 제외한 특정 지역 및 한국과 국외 지역을 비교한 연구는 수집된 자료 중 35편(12.11%)으로 중국 및 한국과 중국을 비교한 연구가 가장 많았다. 이 외에 일본, 미국, 몽골, 영국, 동슬라브족을 대상으로 한 연구들이 진행되었으나 보다 확대된 지역으로 확장시킨다면 웨딩 패션 관련 연구의 발전을 도모할 수 있을 것이다. 또한 복식사 분야에서 진행된 연구시기를 분석한 결과 한국이나 중국, 서구의 20C를 대상으로 한 것이 가장 많았으나, 한국 전통 혼례복과 관련된 연구 대부분은 조선시대에 집중되는 경향을 나타냈다. 다양한 문헌과 자료가 남아있어 해당 시기의 연구가 활성화되었고 사료되나 이전 시기 및 근대 한국의 혼례복 연구 및 한국 이외 지역에 대해서도 다양한 시기를 대상으로 한 사적 연구가 진행되어야 할 것이다.

일곱째, 한국적 이미지를 활용하거나 전통 혼례복과 관

련된 연구는 71편(24.56%)으로 복식사 분야를 제외하면 디자인/미학 분야의 디자인 개발 관련 연구를 중심으로 이루어져 앞으로 마케팅이나 의류설계/생산 분야에서도 보다 활발하게 진행될 필요성이 요구되었다. 오늘날 국내 웨딩 패션이 서구 사회에서 유입된 웨딩드레스를 중심으로 전개되었지만, 근래 들어서 웨딩 전반에 걸친 인식의 변화로 자신만의 개성 있는 웨딩 패션을 추구하는 경향이 부각되고 있으므로 한국적 이미지를 활용한 웨딩 패션 개발은 소비자 욕구에 부응할 수 있을 것이다.

이상의 결과를 통해 웨딩 패션 관련 국내 학술 연구는 과거에 비해 현저하게 증가하면서 다양한 연구 분야와 주제, 방법으로 진행되었음을 확인할 수 있었다. 그러나 웨딩 패션의 주 대상이 신부라는 고정관념에서 벗어나 신랑을 비롯하여 혼주, 하객 등으로 연구 대상의 확대를 고려할 필요가 있으며, 디자인 분야에서 웨딩드레스디자인 개발은 웨딩 패션의 핵심적 요소라는 측면에서 중요하지만, 웨딩드레스와 함께 종합적 스타일링을 구성하는 분야의 연구가 균형 있게 이루어질 필요가 있다. 현재 국내 결혼 연령층은 경제 불황, 고용 불안, 싱글라이프를 선호하는 젊은 층과 결혼에 소요되는 비용의 부담, 스몰 웨딩과 같은 결혼문화의 변화 등으로 결혼의 감소가 심화되고 있다. 하지만 사회적 변화에 부응하면서 새로운 웨딩 문화가 형성되고 있듯이 웨딩 패션 분야 역시 급변하는 사회문화적 상황 및 소비자 인식 변화에 따라 다변할 것으로 예측된다. 본 연구는 웨딩 패션 관련 연구의 발전을 위한 기초적 작업으로 의미를 지니며, 향후 연구 방향성을 제시할 수 있다는데 의의가 있다. 앞으로 웨딩 패션 관련 연구가 시대의 변화에 따른 소비자 욕구에 부응할 수 있도록 의류학을 비롯한 여러 학문분야에서 융합적인 차원으로 활성화되고 관련 산업에 기여할 수 있기를 기대한다.

주제어: 웨딩, 패션, 연구 동향

REFERENCES

Choi, H. J. (2012). A survey on the research trends of fashion design-aesthetic field in Korea: Focused on the Journal of the Korean Society of Costume (2001~2010). *Journal of the Korean Society of*

Costume, 62(3), 152-162.

Choi, H. J. (2013). A survey on the research trends of clothing construction in Korea: Focused on journal publications from 2001 through 2010. *Journal of the Korean Society of Costume*, 63(3), 138-150.

Encyclopedia of Korean Culture. (n.d.). Wedding. *Daum*. Retrieved August 5, 2017, from <http://100.daum.net/encyclopedia/view/14XXE0063893>

Kim, J. M. (2017, June 23). Korea Consumer Agency, 'A meaningful little wedding' to spread the culture. *Newsis*. Retrieved August 5, 2017, from http://www.newsis.com/view/?id=NISX20170623_000020895&cID=13001&pID=13000

Kim, K. H. (2016). The analysis of research trend on beauty field: Since 2005. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 14(3), 87-93.

Kim, M. S., & Lee, J. R. (2011). Analysis of research trends on domestic medical attire. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(5), 612-620.

Lee, Y. R., & Lee, M. Y. (2007). A comparison between the fashion marketing field in university curricula and in research published in the journal of the Korean Society of Costume. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(5), 123-139.

Ministry of Trade, Industry and Energy. (2010, June 10). Top 10 small and medium service overseas road map. *Ministry of Trade, Industry and Energy*. Retrieved August 5, 2017, from http://www.motie.go.kr/motie/ne/press/press2/bbs/bbsView.do?bbs_cd_n=81&bbs_seq_n=62470

Park, K. J. (1969). *Study on the traditional Korea wedding dresses: Focused in woman's wedding dress*. Unpublished master thesis, Ewha Womans University, Seoul.

Received 27 March 2018;

1st Revised 27 April 2018;

Accepted 2 May 2018