

상업에 이용된 곤충



추 호 렬

경상대학교 농과대학 교수

자연속 美추구에 관심높아져

지구상에서 가장 번성하고 성공한 유기체 집단인 곤충은 전동물의 3/4을 차지하는 대동물군으로 풍부한 활동범위와 분포범위를 갖고 있으며, 색상과 모양에 있어서도 다양하여 인간의 미적 욕구를 충족시키기에 매우 훌륭한 자연요소이다. 일찌기 유럽의 선진국가들에 있어서 많은 사람들이 곤충의 아름다움에 지대한 관심을 가져왔으며, 그 외에도 지금까지 곤충은 여러가지 면에서 직접 간접으로 인간

생활의 구석구석에 까지 파고들어 인간과 깊은 관계를 맺고 있다.

한편, 경제성장에 따른 문화생활의 향상은 소비생활의 다양화와 함께 인간의 욕구도 변화시켰다. 즉, 생활에 여유가 생김에 따라 자연속에서 미를 찾는 데 점차 관심을 갖게 되었다. 특히, 요즈음과 같이 독창적이고도 참신한 아이디어를 요구하는 상품판매에 있어 아름답고도 특이한 창조적 아이디어로 차츰 곤충을 상업에 이용하는 사례들이 많이 나타나고 있다.



잠자리를 카세트 선전에 이용한 사례

곤충 이용사례 해마다 늘어나

1985년에서 1988년에 걸쳐 발행된 주간, 순간, 계간의 시중 잡지류와 신문, TV 등 대중매체에서 곤충을 상업에 이용한 사례들과 또 진주시내의 시장조사를 통하여 의류, 신발, 장난감 및 기타 생활용품에 이용된 곤충의 종류를 조사해 보았다.

그 결과 곤충을 상업에 이용한 사례들을 년도별로 보면, '85년 21건, '86년 27건, '87년 40건, '88년 80건으로 매년 증가하고 있고 곤충별로는 나비가 가장 많이 이용되고 있음을 알 수 있었다. 그외 잠자리, 벌등이 '87년부터 점차 이용횟수가 늘어나고 있고 딱정벌레류도 보였다. 곤충의 모양이나 색상 외에도 아름다운 소리를 이용한 경우가

보일러와 자명종 시계에서도 찾아볼 수 있었다.

이와같이 해마다 곤충을 상업에 이용하는 횟수가 증가하는 경향을 보이는 것은 경제발전으로 생활이 윤택해짐에 따라 자연의 미적 요소에 사람들의 관심이 높아져 이것을 상품선전이나 상품자체의 상표 및 문양으로 이용한 것으로 보인다. 또 비교적 나비가 많이 이용된 것은 우리 주변에서 쉽게 나비류를 접할 수 있기 때문으로 생각된다. 특히 귀뚜라미 처럼 정취를 풍기는 아름다운 소리를 상품에 이용한 것이 최근의 특징으로, 이와같은 현상은 앞으로도 계속발전, 이용될 것으로 보인다.

소비자에 친근감 판매효과 기대

상표와 상품선전에 곤충을 이용한 경우들을 보면 곤충의 모양자체를 상표로 이용한 경우는 의류와 싱크대에 나비를 이용한 것이었다. 상품선전에는 나비외에도 잠자리가 카세트 선전에, 벌이 벌꿀의 첨가를 나타내는 음료수 선전에 그리고 보일러 선전에는 귀뚜라미 울음소리를



나비를 여성용 의류에 사용한 사례

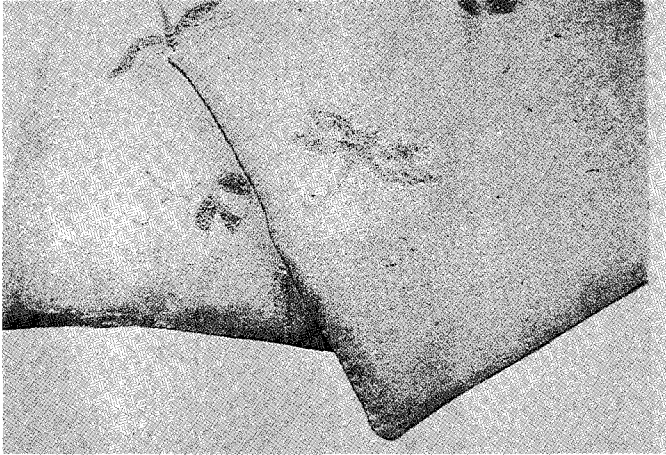
이용하고 있었다. 여성용 화장품에는 아름다운 나비들이 이용되고 있었는데, 이는 섬세하고 미적 감각이 뛰어난 여성들에게 보다 호기심을 호소할 수 있어 판매효과가 있기 때문으로 생각된다.

조사된 곤충중 분류가 가능하였던 종류는 구두선전에서 나비인 *Euremahecabe mandarina* de l'Orza와 의류선전의 *Favanius latifasciatus* Shirozu et Hayashi였다. 우리 주변에는 아름다운 곤충들이 많이 있기 때문에, 곤충의 모양 보다는 실존하는 곤충의 모습을 그대로 이용하는 것이 보다 효과적일 것으로 생각되며, 이러한 현상은 앞으로도 계속 증가되리라 여겨진다.

상품에 직접, 간접으로 곤충을 이용한 사례는 신발의 경우 아

동용과 숙녀용에 나비, 의류에서도 아동복, 숙녀용 의복등에 나비가 많이 이용된 경우를 찾아볼 수 있으며, 여자의 수영복등에도 나비문양을 이용하고 있다. 목걸이 등의 장신구, 벽걸이등의 장식품에도 나비외의 곤충이 이용되고 있는데 특히, 벌과 잠자리가 많이 보인다. 이 곤충들도 우리 주변에서 항상 접할 수 있어 익히 잘 아는 곤충으로 소비자에게 쉽게 친근감을 주어 판매효과를 얻을 수 있기 때문으로 생각된다. 브로치와 스티커에 무당벌레와 길앞잡이를 이용한 것도 돋보이는 경우였다. 나비나 잠자리 외에도 이러한 곤충들을 많이 이용하면 구매호기심과 가시적인 효과보다 크게 노릴 수 있다고 생각된다.

생활용품에는 대부분 나비류가 컵, 접시, 우산, 이불, 침대카바, 방석등에 이용되고 있는데 이불과 방석에는 잠자리도 상당히 보인다. 곤충이 남성용품보다 아동용이나 여성용품에 많이 이용된 것은 연령과 성에 따른 감각적 차이라고 생각된다.



방석에 문양해 놓은 잠자리

다양한 곤충 이용이 바람직

곤충은 앞으로 인간과 불가분의 밀접한 관계를 맺고 있을 것이며 점진적인 생활향상은 소비생활의 다양화와 이에 따른 판촉활동도 수반될 것으로 생각되어 더욱더 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 아이디어를 요구할 것이다. 이러한 경향은 자연속의 수없이 많은 미적 요소에 더욱더 관심을 가지게 될 것이고 따라서 곤충을 상업에 이용하는 사례는 급속히 계속적으로 증가하리라 생각된다.

그러나 우리 주변에는 나비,

벌, 잠자리 외에도 그 모양과 색상, 소리 등이 아름답고 관심을 끄는 종류가 수없이 많기 때문에 나비나 벌등의 이용 일면도에서 탈피하여 다른 곤충들도 그 목적에 따라 전문가의 도움을 얻어 사용함이 바람직하다고 생각된다. 특히 어린이용 의류의 문양, 과자, 장난감 등과 여성용 의류의 대부분, 남자용인 경우는 넥타이핀등의 장신구, 의류에 있어서도 T셔츠, 기타 생활용품 등에도 다채로운 곤충의 모양과 색상, 소리등을 상업적으로 이용하게 되면 큰 효과가 있을 것으로 생각된다.