

한국의 이미지를 이용한 의류상품개발 모델의 연구

- 청바지와 티셔츠를 중심으로 -

이 영 미 · 이 상 은*
건국대학교 의상디자인학과 강사 · 건국대학교 의상디자인학과 교수*

A process of developing experimental Korean image fashion items focused on jeans and T-shirts

Young-Mee Lee · Sang-Eun Lee*
Dept. of Fashion Design Konkuk Univ. Instuctor
Dept. of Fashion Design Konkuk Univ. Prof.*
(2003. 10. 20. 접수)

Abstract

This study is a process of developing experimental Korean image fashion items that can appeal to the younger generation. The sample models are focused on jeans and T-shirts.

This project had two goals. First, giving chance to the students of Konkuk- University of producing fashion items adopting Korean image in university venture company. Second, contributing to Korean image fashion market if the items have been proved to have competitive power through the market of Konkuk- University and it's cooperated company.

The research is restricted within ornament techniques of Korean traditional dress and its ornament's element, they are patchwork wrapping-cloth(Chokakbo), embroidery, gold and silver foil on cloths, and transcription.

Such Korean image elements are graphic patterned as 30 jeans and 50 T-shirts and eventually evaluated by 100 university students majoring in garments.

The evaluation scale contains repletion of Korean image, possibility of market, and preference.

Through this process, 6 jeans and 7 T-shirts were produced.

Key Words: korean image(한국적 이미지), fashion item(의류상품), T-shirts(티셔츠), jean pants(진바지), develop(발전)

I. 서론

현대패션에서의 한국적 디자인 전개과정은 전

체적으로 실루엣과 색채가 단순해진다는 점에서 단순화, 그리고 형태와 소재, 장식기법이 다양해진다는 점에서 다양화, 무늬와 장신구가 일상 서

※ 본 연구는 학술진흥재단 연구비에 의해 쓰여진 논문임.

민들의 한국적 정서를 표현한다는 점에서 민속화라는 3가지 주요한 경향으로 대표할 수 있다고 본다. 이러한 단순화, 다양화, 민속화의 경향은 현대 패션의 세계적인 유행경향의 흐름과 거의 일치한다. 세계의 패션거리를 보면 현대적으로 민속풍을 변형시킨 스타일과 민속풍의 옷을 캐주얼한 셔츠나 바지들과 조화시켜 독창적인 스타일로 착용하는 것이 젊은이들 사이에 하나의 패션 트렌드로 자리 잡았음을 알 수 있다. 패션제품의 주고객 층인 유행 지향적인 젊은 소비자들이 착용하기 위해서는 실용성 있는 테마가 함께 추구되어야 한다¹⁾.

현대 패션디자인에서 전통복식의 활용은 특정 품목 즉, 재킷, 코트, 원피스, 투피스 등에 집중적으로 활용되고 있어 다양한 방법을 시도해 볼 필요가 있다²⁾.

이에 따라 본 연구의 선행연구로 '韓國의 이미지의 패션 商品 開發에 관한 研究'에서 한국적 이미지가 무엇인지, 이러한 이미지를 활용한 패션상품을 개발하려면 어떤 방향으로 나가야 하는지를 검토한 바 있다³⁾.

이 연구에서 필자는 한국인의 입장에서 대표되는 한국적 이미지 요소는 전통적인 문화유산으로써, 전통복식의 소재, 형태, 색깔, 한글, 전통 문양(태극, 색동, 기와 벽돌), 태권도, 소나무, 호랑이, 천연 염료나 천연소재 등이며, 외국인이 본 한국적 이미지는 IMF경제난, 극심한 노사분규 등 데모, 남북대치, 싸구려 물건, 등과 같은 부정적인 이미지에 일부, 올림픽, 월드컵, 노벨 평화상, 경제발전, 근면 등의 긍정적인 요소가 혼재 되어있는 국가 이미지라는 것이 일반화 되어있다는 것을 밝혔다.

또한 이러한 한국적 이미지를 활용한 패션상품이 성공하려면

- 이미지의 키워드를 지정하여 국가적 차원에서 이미지 통합
- 톱 디자이너를 양성하여 톱 디자이너 중심

의 패션산업 세계화 추진

- 전통복식(형태, 소재, 문양, 색채 등)의 세계화
- 전세계적으로 통용될 수 있는 보편적인 한국적 이미지의 상품을 개발 등 장기적이고 거시적인 방안과 함께
- 국내의 젊은층부터 한국적 이미지의 패션상품을 유행시켜 해외 진출
- 악세사리와 모자 가방 스카프 등의 소품을 우선 개발하여 고급의상으로 발전시키자는 단기적으로 실현 가능한 대안을 제시한 바 있다.

본 연구에서는 위의 연구('韓國의 이미지의 패션 商品 開發에 관한 研究')의 후속 연구로써, 위 연구에서 제시했던 단기적인 대안을 구체화하기 위해 청바지와 티셔츠에 한국적 이미지를 응용하는 모델을 제시함으로써 1차 연구의 구체적 적용을 시도하고자 한다.

본 연구결과의 활용방안은 다음과 같다. 첫째, 국내 소재대학의 교내 의류제작 벤취 업체를 이용하여 제품을 제작, 판매한다. 둘째, 학생들에게 한국적 이미지를 활용한 제품을 실제로 개발해 보는 기회를 갖는 교육 목적으로 활용한다. 셋째, 교내 제작 및 판매 실적에 따라 대외적인 판매까지도 추진해 봄은 물론 유사제품을 제작하는 업체와 제휴하여 한국적 이미지의 의류제품이 시장에서 확산되는 데 기여하고자 한다.

II. 한국적 이미지의 제품 활용 분석

1. 국가이미지 상품개발 이론

1). 신상품 개발 전략

신상품을 개발하려면, target설정, 독창적 / 차별화 상품컨셉트의 설정, 신상품의 목표기능,

1) 김찬주, 장인우 (1999). 현대패션에서의 한국적 디자인 전개과정 분석과 세계화를 위한 제안. 복식 48호, pp.6-22.

2) 급기숙 (1990). 패션디자인을 위한 전통복식의 활용현황에 관한 연구. 복식 43호, pp.70-82.

3) 이상은, 이영미 (2001). 한국적 이미지의 패션상품 개발에 관한 연구. 한국의상디자인학회 3(1).

성능 (target function / performance) 목표 가격 (target price) 목표 시기 (target timing) 선정, 표적 고객에게 맞춘 확고한 브랜드 포지셔닝, 장기적 관점에서 전략적 브랜드 매니지먼트 등의 과정을 거치게 된다. 국가이미지의 신상품 개발도 마찬가지로 전략을 거쳐야 할 것이다.

2002년 무역협회가 발간한 「문화가 체계화된 수출상품 개발전략」은, '과거와 같은 낮은 가격의 쓸만한 품질로는 더 이상 세계시장에서 경쟁하기 힘들고 우리문화가 체계화된 우리고유의 문화 상품을 수출해야 한다' 면서, '새로운 마케팅 전략, 새로운 브랜드개발, 한국전통문화와 현대미술에서 영감을 받은 한국적이면서도 세계적인 디자인, 이런 것이 필요하다'는 방향을 제시하였다.

비단 무역협회의 주장만이 아니라도 우리는 국가이미지의 상품성공화 사례를 일상적으로 느끼며 살고 있다. 아르마니, 베르사체 등의 여성복이 고가임에도 팔리는 것은 소비자가 단순히 드레스 하나를 사서 입는다고보다는 그 옷에 구체화된 문화를 사는 것이다. 「이태리를 입는다」는 말도 그래서 나오는 것이다.

패션 같은 분야에만 문화 상품이 적용되는 것은 아니고 자동차와 같은 중공업에도 문화 및 미술은 중요한 역할을 한다. 벤츠나 BMW를 사는 사람은 독일 제품이 주는 성능, 안정성, 디자인, 명성을 구입하는 것이라고 한다. 도요타, 닛산, 혼다 등 일본차는 고장이 없는 편리함, 애프터서비스, 깔끔한 일본 디자인의 매력이 소비자에게 어필하는 것이다⁴⁾.

2). 국가이미지 응용

미국의 성조기나 영국의 유니언 잭이 의상에 문양으로 적용되는 것은 이제 세계인에게 익숙해져 있다. 심지어는 수영복에까지 응용되어 국기는 이제 존엄성에서 벗어나, 생활 속에서 국민

통합의 중요한 기능은 물론 그 나라를 알리는 역할까지 하고 있다. 우리나라도 2002 월드컵때에 응원과정에서 청소년을 중심으로 태극기가 폭넓게 활용됨으로써 태극기의 패션활용 가능성을 보여주었다. 이러한 관점에서 태극기의 이미지를 적용하는 방안을 생각해 볼 수 있음에도 아직도 그러한 상품이 성공한 사례는 거의 없다.

태극문양의 패션상품화 한계성을 여러 가지로 들 수 있으나 백종원(2001, 디자인네트 편집인)⁵⁾은 첫째로, 생산자가 고객의 취향과 다르게 태극문양에 너무 많은 의미를 부여하였고 둘째로, 고객 자체가 태극 문양을 생활용품으로 사용하는 데 거부감이 많고, 패션성이 떨어짐. 셋째로, 만들고 사용하는 경험이 모두 적어서 시장 자체가 형성되지 않는 데다, 디자인 수준 자체가 태극기의 권위적인 개념을 뛰어넘기가 어렵다는 점 등으로 분석한 바 있다.

백종원의 분석 이후 몇 년이 지났으나 여전히 이러한 분석의 한계를 벗어나지 못하고 있다. 백종원은 특히 국내 기업의 디자인 수준에 깊은 관심을 보였는데, 가장 한국적인 디자인으로 꼽는 한샘 C.I는 색동을 모티브로 일본의 파오스가 개발한 것이며, LG정유는 부석사 무량수전을 모티브로 미국의 랜더사가 C.I화 해서 성공시킨 것임을 지적 하면서, 한샘과 LG정유의 사례는 우리가 찾지 못한 우리의 아름다움을 외국의 디자이너가 제시한 것이라고 하였다.

우리는 여기서 하나의 시사점을 발견할 수 있다고 본다. 즉, 디자인을 선도할 수 있는 집단에서 과감하게 국가적 상징물과 같은 이미지를 의상에 적용하는 시도가 필요하다는 것이다.

2. 한국적 이미지의 패션상품 개발연구

1). 한국적 이미지의 특징

한국적 이미지의 특징은 精神的인 면이 강하며, 자연의 순리와 陰陽五行, 儒佛敎에 바탕을

4) 내외경제신문. 1997년 10월 17일, 문화상품에대한논단.

5) 신동아. 2001년 5월호, 국가상징을 새롭게.

둔, 정과 평화의 사고, 무위와 작위에 희소성, 대법성과 여유, 유통과 기변에 따른 생명성, 의미와 상징성, 기능과 장식의 조화의 자세 등을 들 수 있다.

이러한 精神과 造形에서 나온 전통제품은 '자연', '단순', '간결', '소박', '청초', '담백', '은은', '따스함', '추상', '해학', '명량', '울동', '비례구조미', '품위', '오감', '조화' 등으로 귀결되고 있다.

전통적인 한국의 조형 이미지는 그 자체가 종교의식이나 생활관을 종합적으로 표현하는 것으로, 이와 같은 총체적인 한국적 이미지의 개념은 선사 이전부터 조선시대의 각종 생활조형을 통하여 잘 나타나고 있다⁶⁾.

현대에 들어와서 이러한 한국적 이미지는 많은 변화를 겪었지만 근본적인 정신적 측면을 유지되고 있다고 본다. 산업자원부(1999)의 국가 이미지 조사에 의하면 전 연령층, 계층에서 한국적 이미지로 태극을 가장 많이 연상하였으며(특히 여성에서) 태극 다음으로 백의민족, 곡선, 한복, 무궁화를 연상하였다. 그리고 한국을 대외적으로 잘 나타낼 수 있는 상징물로는 우리의 전통 의상인 한복을 꼽았고 그 다음으로 태극, 김치, 탈로 나타났다. 또한 한국의 이미지를 대외적으로 잘 표현할 수 있는 색으로는 빨강과 파랑이 가장 많이 꼽혔다⁷⁾.

2). 한국적 이미지의 상품 가능성

한국적 이미지의 예술성과 상품가능성은 지속된 논쟁속에서도 확고한 평가를받지 못해왔다 그러나, 몬드리안의 작품을 연상시키는 조각보 하나만을 보아도 한국적 이미지의 예술성과 상품개발 가능성은 충분하다. 현재 남아 있는 조각보들을 보면 한결같이 조형 작품으로서도 손색이 없다. 재료상의 취약점에도 불구하고 세련되고, 전체적으로 면 구성이나 색 구성이 조화를

이루는 작품을 창조했다는 데 조각보의 가치가 있다. 즉 조형 예술 작품을 만들 때는 작품에 대해 구상을 하고 거기에 맞는 재료를 선택하는 것이 통례이지만, 조각보는 선택의 여지가 없어진 제한된 재료를 가지고 작품을 만들 수밖에 없었다. 버려질 운명이던 가지각색의 보잘것없는 조각을 모아 하나의 작품으로 통합할 줄 알았던 능숙한 솜씨와 탁월한 미적 감각은 조각보를 예술적 평가의 대상이 되게 하기에 충분하다⁸⁾.

3). 상품개발 사례

이러한 한국적 이미지를 응용한 상품개발은 매일경제연구소(1996)의 문화상품 개발 사례 연구에 의하면 우리민화를 현대 판화기법으로 재현한 한국민화시리즈 35종/백제 금동용봉 봉래산 향로의 문양활용을 통한 문화상품 디자인 개발(정연중) 및 복제품이 개발. 시판/ 해인사 소장 '80화엄변상도'를 현대목판화(김상구)로 재현/ 서양화가 우길제씨의 작품을 처음으로 패션에 접목시킨 이광희씨의 작품 개발/ 이신우씨의 고구려 고분벽화 문양을 활용한 패션작품(스카프, 의상, 자켓, 등) 개발/ 진태옥, 설운형씨의 패션작품/ 한지판화 및 응용 상품개발(판화 캘린더, 판화시계, 컵받침, 쿠션, 방석, 머그잔 /첨단 컴퓨터게임 분야에서 네트워크 게임인 '단군의 땅' '광개토왕' 등 개발/ 한국의 전통춤, 악기, 소리를 담은 CD-ROM 등 전통에서 첨단까지 다양한 상품이 개발되어 선보인다⁹⁾.

2000년 문화관광부의 "공예문화상품 제작 유통 실태조사"에 의하면 국립중앙박물관에서는 문화재, 전통문양, 유물, 한글, 전통공예품 등을 자료로 티셔츠, 넥타이, 지갑, 스카프, 우산, 목걸이 같은 장신구 등을 문화상품으로 개발하고 있고, 국립경주박물관에서는 개발활용자료로 성덕대왕의 신종의 몸체에 조각된 비천상 문양과 반구대 암각화 문양, 기와문 등을 이용해 넥타

6) 고유섭 (1963). 한국고유미술의 특색과 그 전승문제, p.8.

7) 한국시각정보디자인 협회. (1999) 한국의 국가이미지 시각화 시스템 연구: 국가 상징물의 개발과 활용계획. 산업자원부, p.19.

8) 허동화 (1999). 「전통조각보의 미학」-조선왕조 시대의 이름없는 여인들의 조각보 예술행위-. 한국자수박물관.

9) 매일경제연구소. (1994). 「우리나라 문화상품의 디자인 개발 진흥정책에 관한 연구」, pp. 56-57.

이, 티셔츠, 장식타일, 액자 등을 문화상품으로 개발하고 있다. 또한 국립공주박물관에서는 무령왕릉, 출토유물인 금제장식, 돌집승, 금동신발 등을 자료로 하여 금속제 악세사리, 도자기, 소품과 가방 등의 문화상품을, 그리고 국립전주박물관에서는 우리 문화재에 시문된 전통문양과 한국적 상징무늬들을 가지고 엽서, 찻상보, 전통받침 등의 문화상품을 개발하고 있다¹⁰⁾.

산업자원부는 2002년 주요업무보고에서, 세계 5위 섬유류 수출국으로서 고부가가치 패션산업을 육성하기 위하여 월드컵 행사와 연계하여 [2002 한·일 공동패션쇼]를 개최하고, 서울컬렉션(4월,10월)을 세계6대¹¹⁾ 컬렉션으로 육성하고, 대구에 패션·어패럴밸리(35만평)를 조성하고, 동대문의류, 전북 니트, 진주 견직물산업과 연계방안을 마련하겠다고 하였다. 특히, 우리 고유의 패션브랜드 개발을 집중 지원(250억원)하고 산업브랜드 통합정보망을 구축하여 브랜드 강국 이미지를 구축하겠다고 하여 한국적인 것의 중요성을 더해주고 있다.

지난 95년 지방자치제가 전면 실시된 이래 각 자치단체 역시 캐릭터 개발에 관심을 갖게 되었다. 이는 단순히 행정의 홍보효과 제고뿐만 아니라 지역 민들 사이의 유대감과 지역 정체성 확보, 더 나아가 캐릭터를 이용한 각종 문화관광상품의 개발이라는 여러 긍정적 효과를 인식한 때문이다.

이들은 주로 전통적인 캐릭터를 사용하는데, '춘향과 이도령', '홍부와 놀부, 변강쇠와 웅녀' 포항시의 연오랑 세오녀, 등이 있다.

이 외에도, 비녀의 변신을 한국적 이미지에서 테크노의 상징으로¹²⁾ 해석한 견해도 있다. 작자는 성인식, 혼례 등의 전통적 이미지를 가진 비녀를 '구식, 구세대'를 의미하는 것으로 여겨지기도 하며, 현재.. 한복과 더불어 일상용이 아닌 "의례용" 장신구로 남아 있을 뿐이고 완벽히 '전통적인

것'으로 여겨지지만 현대 사회 속에서 여성 패션의 한 부분으로 다시 등장하고 있다고 주장하였다. 즉, 업스타일로 올린 머리에 한 두 개쯤 꽃은 큐빅 박힌 비녀, 모양도 끝이 꼬인 것, 구부러진 것.. 부채처럼 짝악 퍼진 것 등 가지가지라는 것이다. 특히 가수 정현의 트레이드 마크와 같은 의상은 여성스러움, 어머니다움, 정갈하고 깔끔함의 상징이었던 비녀가 현대 사회 속에서 전혀 다른 의미로 다가왔다고 분석했다. 한국적인 것을 상징하던 비녀가 느닷없이 테크노 가수의 장신구로 사용되어 가장 현대적이며 가장 세련된 이미지를 나타내는 것으로 여겨지는 현상이 나타나기 시작했다는 것이다.

지금까지 인정받는 우리 고유의 전통문양을 활용한 디자인의 성공 사례를 보면 다음과 같다.

-국내 최초의 전통문양을 이용한 화장품 용기 디자인인 피어리스 아미드팜 색조 제품 디자인은 단청의 곡선과 전통색 다섯 가지를 현대적 이미지로 되살려 국내외 디자인상을 수상하였다.

-2000년 9월에 출시된 베르당 클래식은 '아름다움은 만드는 것보다 지켜가는 것'이라는 한국 전통미를 살린 디자인이다. 베르당 클래식은 한국 전통문양인 십장생을 그대로 살려 디자인했는데 조선시대 관리의 관복에서 착안해 디자인 되었다. 제품의 직사각형 외형은 목함의 이미지를 모던화했고, 용기 상측이 명판은 흥배문양에서 응용된 것이다. 이와같은 베르당 클래식은 흥배문양에서 쌍학과 구름이 어우러진 십장생 문양을 진청색 그대로 유추한 후 상감화된 표현 기법을 사용해 전통 이미지와 함께 기법에 있어서도 한국적인 아름다움을 완성한 디자인이다¹³⁾.

-(주)새암디자인 그룹에서 1998년에 제작한 컵받침 디자인은 우리 전통문양중에서 특히 도깨비 문양을 활용하여 제작하여 한국의 미를 현대 디자인 감각으로 접목해 변화하는 소비자의 욕구를 만족시키고 수출 전략상품으로서 경쟁력

10) 문화관광부 (2000). 공예상품 유통실태 조사.
 11) 세계5대 컬렉션 : 밀라노, 파리, 뉴욕, 런던, 동경.
 12) <http://chamccot.hihome.com/boksik/비녀3>.
 13) 디자인 신문. 2000년 1월 20일. 317호, p.14

강화에 일조했다는 평가로 98년도 우수 산업디자인상품에 선정되기도 했다.

-천지의 모든 현상과 모든 사물은 음과 양으로 구분되어 있으며 음과 양의 배합으로 하여 만물이 창조되고 모든일이 이루어지며 음과 양의 유전에 따라 만물이 변화하고 생성되고 새로워져서 발전을 계속한다는 사상을 가지고 있는¹⁴⁾

태극을 모티브로하여 한국방송공사는 한국을 대표하는 공영방송국을 상징하는 동시에 세계로 뻗어가려는 의지를 시각적으로 표현하였다.

-용평 리조트는 심볼로 용을 소재로 사용하였는데 이것은 초월적인 힘을 가진 선의 수호신인 동시에 왕권과 왕의 상징이기도 했다¹⁵⁾

위의 내용에 나타난 전통문양의 활용에는 태극, 흥배, 도깨비 등이 적절히 선택 사용되고 있음을 알 수 있다.

그러나, 위의 여러 사례를 보더라도 한국적 이미지의 상품개발 사례 연구는 많지 않을 뿐 아니라 실제 적용된 상품조차도 그다지 일반인의 기억에 남는 것이 거의 없다.

한국적 이미지를 가장 많이 활용한다고 볼 수 있는 공예분야¹⁶⁾에서도 예술과 산업간의 성격 불분명의 한계를 극복하지 못하고 있고, 전통공예와 현대공예는 공예라는 공통점에도 불구하고 많은 차이점을 노정하고 있어 보완적인 발전을 이루지 못하여 한국적인 이미지를 제대로 표현하지 못하고 있다¹⁷⁾.

Ⅲ. 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

- 한국적 이미지는 전통복식 요소로 문양과 표현기법으로 한다

- 또한 의상 디자인 전공 대학생이 인식하고 선호하는 전통문양과 문양 표현기법을 표현한 청바지와 티셔츠 제품 개발을 제시한다.
- 전통복식 요소 중 전통문양은 태극, 용, 도깨비를 사용하고 문양의 표현기법으로는 자수, 금박, 조각보를 사용한다.

2. 연구의 방법

1). 문헌연구

- 한국적 이미지(전통문양과 문양 표현기법)를 활용한 상품개발에 관한 연구를 인터넷, 연구논문 등에서 검토한다.

2). 한국적 이미지의 도식화

- 의상 디자인 전공학생들이 인식하는 한국적 이미지를 표현한 티셔츠와 청바지를 도식화한다.

3). 2차 조사 : 도식화평가

- 대학생 180명을 대상으로 도식화에 대한 평가를 한다.

4). 제품 개발

- 2차 조사에서 선정된 도식화를 이용하여 청바지 4점, 티셔츠 5점의 시제품을 개발한다.

Ⅳ. 실험 제품 제작 보고

1. 제작방법 : 도식화를 거쳐 작품제작

1). 티셔츠

- 전사를 이용한 T-Shirt Design
- 재료 : T-Shirt (white, gray, black 등등), 전사용지, 다리미

- (1) Design에 맞는 Image를 Photoshop으

14) 「국가상징의 디자인 모티브」 (1998), 한국산업디자인 진흥원.

15) 김만희 (1999), 「한국의 용」, 한국민속칼라박스, pp.98-102

16) 관광민예품 및 토산품제조업체는 총 129개 업체, 나전칠기는 282개 업체, 가정용 및 장식용 도자기는 1,659개 업체, 귀금속 및 장신구 관련제품(금속)은 253개 업체.

17) 황동열 (2000). 공예문화상품제작유통실태조사 연구. 문화관광부 연구책임자 : (한국문화정책개발원 초빙연구원).

로 작업한다.

- (2) 작업한 이미지를 잉크젯 프린터에서 전사용지로 출력한다.
 - (3) 출력된 이미지의 여백을 5mm정도 남겨둔 채 잘라 낸다.
 - (4) 부드러운 천을 준비한다. 예를 들어 2~3장의 키친 타올 또는 담요를 준비하여 평평하게 한 후 티셔츠를 올려놓는다.
 - (5) 전사할 티셔츠 위에 출력된 이미지를 아래로 향하도록 올려놓는다.
 - (6) 다리미를 중간 온도로 예열 시킨 후 다리미의 중앙을 이용하여 60초 내외로 이미지의 모든 부분에 압력을 가해 준다. 단, 물을 뿌려서는 안된다.
 - (7) 전사가 끝난 후 바로 용지 뒷면의 모서리부터 천천히 벗겨낸다. 전사를 잘하기 위해서는 다리짐을 하기 전에 용지의 뒷면을 떼어 내지 않는다.
- 열 프레스를 사용할 경우에는 160℃ 의 온도로 40초 가량 눌러 준다.

-조각보를 이용한 T-Shirt Design

재료 : 여러 종류의 주단, T-Shirt (white, gray, black 등)

- (1) 여러 종류의 주단을 조각조각 자른다.
- (2) 조각된 주단을 가지고 조각조각 이어 조각보를 만든다.
(세로 5~6cm, 가로 40~50cm 가량)
- (3) 티셔츠의 가슴부위에 조각보를 붙여 완성한다.

- 자수를 이용한 T-Shirt Design

재료 : 자수된 문양, T-Shirt (white, gray, black 등), 전사용지, 다리미

- (1) 이미지에 맞는 자수를 선택한다. (크기, 색상 등을 고려한다.)
- (2) 선택한 자수를 T-Shirt의 앞판과 뒷판에 붙여주거나 또는, T-Shirt에 그대로 자수를 놓는다.
- (3) Design에 맞는 Image를 Photoshop으로 작업한다.

(4) 작업한 Image를 전사용지에 출력한다.

- (5) 자수가 놓아진 T-Shirt에 원하는 글씨를 전사하는데 전사방법은 위의 전사방법과 같다. (주의사항 - 프린트 하기 전에 거울에 비친 상태 즉 「수평반전」시켜서 출력해야 전사했을 때 바르게 나타난다.)

2). 청바지

-전사를 이용한 청바지 Design

재료 : 청바지, 전사용지, 큐빅

- (1) Design에 맞는 Image를 Photoshop으로 작업한다.
- (2) 작업한 Image를 전사용지에 출력한다.
- (3) 청바지 위에 출력한 이미지를 놓고 다리미로 눌러 준다.
- (4) 전사된 청바지에 큐빅을 붙여주어 완성한다.

-조각보를 이용한 청바지 Design

재료 : 청바지, 여러 종류의 주단, 자수된 천, 끈

- (1) 여러 종류의 주단을 조각조각 자른다.
- (2) 조각된 주단을 가지고 조각조각 이어 다이아몬드형의 조각보를 여러장 만든다.
- (3) 청바지의 바깥쪽 양옆에 트임을 준다.
- (4) 청바지 앞면 양쪽가운데에서 15cm가량 내려온 지점부터 다이아몬드형으로 잘라낸다.
- (5) 청바지의 잘라낸 부분에 조각보를 붙여 준다.
- (6) 끈을 이용하여 조각보가 붙여진 부분에 다이아몬드형으로 꾸며준다.
- (7) 청바지 뒷 주머니에 자수된 천을 꿰구르기 해준다.

-금박, 은박을 이용한 청바지 Design

재료 : 청바지, 금박, 은박, 다리미

- (1) 원하는 Image의 금박과 은박을 선택한다.
- (2) Design에 맞는 금박과 은박을 청바지 위에 올려놓는다.
- (3) 청바지 위에 금박과 은박을 올려 놓은 후 다리미로 눌러준다.(다리미 온도는 중,강 정도로 예열 시킨 후 다리미의 중앙을 이

용하여 30초 가량 눌러준다)

(4) 다리미로 누른 후 모서리 부분부터 조금씩 떼어 내준다.

「Design 2」-색다른 Design을 원하면 청바지에 염색을 하시거나 페인트를 묻혀 또 다른 느낌을 낼 수도 있다.

-주단을 이용한 청바지 Design *

재료 : 주단, 청바지, 단추, 끈, 큐빅



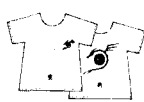




- (1) 청바지 바깥쪽의 양옆에 원하는 만큼의 트임을 준다.
- (2) 트임 길이에 맞게 주단은 세모 모양으로 각각 잘라 준다.
(세로 70~80cm, 가로 10~15cm 가량)
- (3) 끈을 이용하여 단추크기에 맞춰 고리를 만든다.
- (4) 트임 부분에 자른 주단을 붙여주고 8~10cm 간격으로 고리를 달아준다.
- (5) 고리간격에 맞춰 단추를 청바지 양옆에 달아준다.
- (6) 청바지 양옆에 큐빅을 붙여주어 완성한다.

2. 한국적 이미지의 도식화



2002년 3월 15일- 4월 15일 국내 소재 대학 의상디자인 전공 학생들(50명)에 의해 한국적 이미지를 활용한 청바지와 티셔츠 총 80점(청바지 30점, 티셔츠 50점)을 도식화하였다.

이것을 의상전공 학생 180명에게 한국적 이미지의 충실 반영도, 상품화 가능성, 개인적인 선호도 등에 따라 도식화에 스티커를 붙이도록 하였다. 티셔츠의 한국적 이미지의 도식화는 조각보, 태극문양, 용 문양, 전통자수, 십이지신 캐릭터, 고름의 이미지 문양, 수묵화, 당초문양 등이다. 청바지의 한국적 이미지의 도식화에는 조각보, 금.은박, 용 문양, 전통자수, 꽃문양 등이다. 티셔츠와 청바지에 나타난 것들은 대부분 전통적인 한국적 요소를 나타냈고 그 외 강조부분에 사용한다든지 하는 것으로 나타났다. <표1>은 티셔츠에 도식화 한 결과이며, <표2>는 청바지에 도식화한 결과이다.

<표1> 티셔츠에 도식화 사례

구분	방법	도식화 그림의 예	
조각보 응용	소재는 면, 색상은 흰색, 검정색, 회색, 재료는 다양한 색상의 공단 그리고 티셔츠.		
		조각보티 도식1	조각보티 도식2
태극문양 응용	소재는 면, 색상은 흰색, 회색, 재료는 태극문양의 전사용지와 티셔츠		
		태극문양티 도식 1	태극문양티 도식2
도깨비문양 응용	소재는 면, 색상은 검정 혹은 흰색, 재료는 도깨비 문양의 전사용지		
		도깨비문양티 도식1	
용문양 응용	소재는 면, 색상은 흰색, 재료는 티셔츠와 학 문양의 전사용지		
		용문양티 도식 1	
전통자수 응용	소재는 면, 색상은 흰색, 회색, 재료는 전통문양의 자수 혹은 전사용지		
		전통자수티 도식 1	

<표2> 청바지에 도식화 사례

구분	방법	도식화 그림의 예	
조각보 응용	소재는 데님, 색상은 파랑색, 재료는 여러 색의 공단, 단추, 큐빅, 자수된 천		
		조각보청바지 도식 1	
금.은박 응용	소재는 데님, 색상은 파랑색, 재료는 전통문양의 금,은박		
		금은박바지 도식	
용문양 응용	소재는 데님, 색상은 파랑색, 재료는 용 문양의 전사용지		
		용문양 바지 도식	

3. 도식화를 응용한 실제 작품제작

1). 조각보 응용작품

조각보의 구성미는 서구의 몬드리안이나 클레 등의 회화작품들과도 간혹 비교되기도 하는데, 이들의 작품들이 색의 질서와 조화 등을 충분히 고려하여 제작된 데 비해 백여 년 앞서 제작된 우리 나라 조각보의 색채구성은 보다 자유롭고 순수하다고 할 수 있다. 이렇듯 조각보는 우리조상들의 실용성과 더불어 뛰어난 배색능력과 특별히 맞추어 계산하지 않고도 조각조각 조화를 이뤄낼 줄 아는 탁월한 미적 감각을 확인시켜주는 것이라 할 수 있다¹⁸⁾.

조각보는 그동안 현대 패션디자인에 가장 많이 활용된 기법으로 허동화(1988)¹⁹⁾로, 김문자(1990)²⁰⁾가 전통조각보문양 기법을 현대의상에 접목시킨 것을 대표적인 것이라 볼 수 있다. 작품 제작에서도 이러한 경향을 따라 조각보 문양의 응용을 비중을 높게 잡았으며, 다양한 도식화를 거쳐 의상 전공학생들을 대상으로 한 조사에서 채택된 작품을 제작하였다.

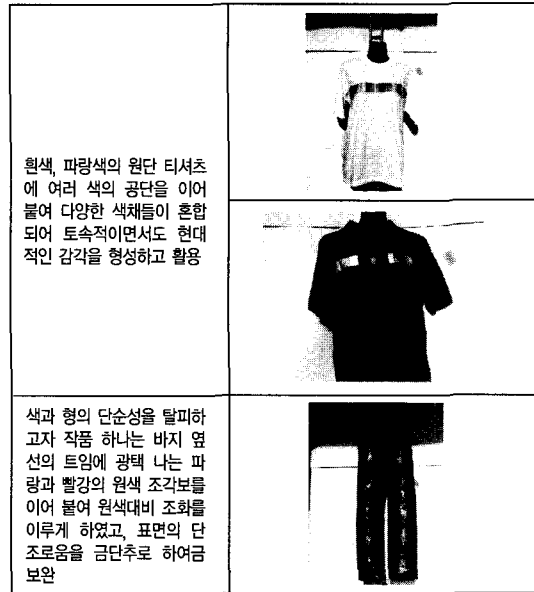
티셔츠는 흰색, 파랑색의 원단 티셔츠에 여러 색의 공단을 이어 붙여 다양한 색채들이 혼합되어 토속적이면서도 현대적인 감각을 형성하고 활용하고자 하였다.

청바지는 색과 형의 단순성을 탈피하고자 작품 하나는 바지 옆선의 트임에 광택 나는 파랑과 빨강의 원색 조각보를 이어 붙여 원색대비 조화를 이루게 하였고, 표면의 단조로움을 금단추로 하여금 보완하였다. 작품 둘은 허벅지부터 발목까지 다양한 색의 공단을 다이아몬드 형태로 이어 주었다. <표3>은 조각보를 응용하여 제작한 티셔츠와 청바지의 샘플이다.

2). 도깨비 문양 응용

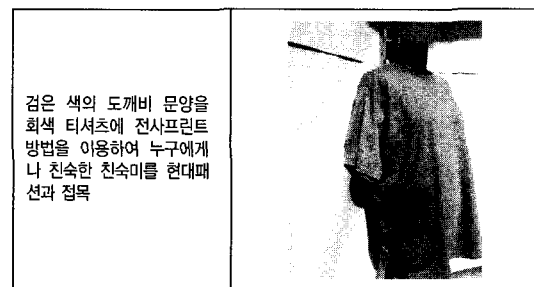
도깨비는 귀형의 얼굴 모습을 나타낸 것이며 이른바 도깨비의 형상을 상상하여 의인화한 문

<표3> 조각보를 응용하여 제작한 티셔츠와 청바지의 샘플



양으로 그 형식은 가가 지역에 따라 특성을 나타내며 다양한 모습을 보여준다. 주술적인 제기의 장식의장이나 건축 또는 고분에서 상징적인 그림으로 많이 나타난다. 도깨비의 상징적 의미는 신이 갖는 무한한 힘을 빌어 수재, 화재, 풍재 등 천재 지변적 현상과 병란, 병역, 기근 등의 각종 재앙을 물리치고자하는 토속신앙에 기원을 두고 있으며 지금까지 전해오고 있다. 형상화된 검은 색의 도깨비 문양을 흰색과 회색 티셔츠에 전사프린트 방법을 이용하여 누구에게나 친숙한 친숙미를 현대패션과 접목하고자 하였다. <표4>는 도깨비 문양을 응용한 샘플작품이다.

<표4> 도깨비 문양을 응용한 샘플작품



18) 국립중앙박물관 (1999). 한국의 미 -우리규방문화-

19) 허동화 (1988). The Wonder Cloth:옛 보자기. 한국자수박물관, pp.44-171

20) 김문자 (1990). 조각보의 조형성을 응용한 복식디자인 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

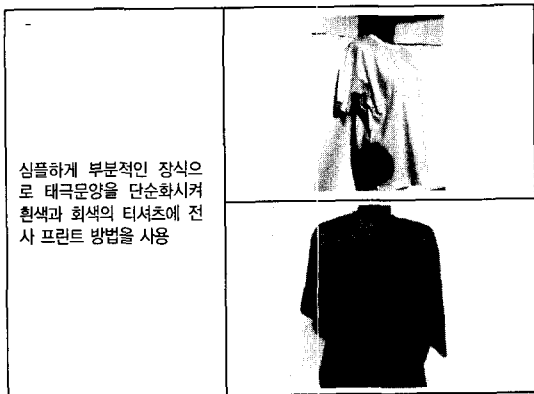
3) 태극문양 응용

'태극(太極)'은 한자어로 하늘과 땅이 나뉘기 전에 우주 만물의 근원이요 본체인 태극의 상태에서 음양이 생기고, 음양의 조화에서 오행(五行)이 생겼다고 한다. 우리 나라 국기는 이 태극을 기본으로 하기 때문에 태극은 우리 나라를 상징한다. 이제 태극 문양은 2002 월드컵을 통해 세계에 우리를 알리는 대표적 문양으로 자리하여 우리들의 겉옷에 자랑스럽게 활용되고 있다.

특히 10대 20대 층에서 한국의 대외적인 상징물로 높게 생각하는 만큼 심플하게 부분적인 장식으로 태극문양을 단순화시켜 흰색과 회색의 티셔츠에 전사 프린트 방법을 사용하였다.

〈표5〉는 태극 문양을 응용한 샘플작품이다.

〈표5〉 태극 문양을 응용한 샘플작품

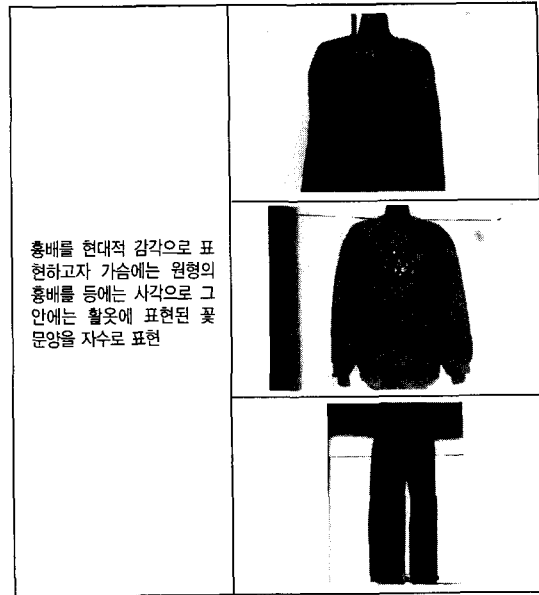


4) 전통자수 응용

한국 전통복식에서 문양을 표현하는데 자수의 기법은 소박함을 지니고 치밀하지 않으나 문양의 배치나 색채의 배합이 색 분화에 의한 명도, 채도를 중요시하여 작품 하나하나에 정감이 가도록 표현하였다. 그림에서는 흥배를 현대적 감각으로 표현하고자 가슴에는 원형의 흥배를 등에는 사각으로 그 안에는 활옷에 표현된 꽃 문양을 자수로 표현하였다.

〈표6〉은 전통자수를 응용하여 제작한 티셔츠와 청바지의 샘플이다.

〈표6〉 전통자수를 응용하여 제작한 티셔츠와 청바지의 샘플



5) 용 문양 응용

-용 문양은 전통복식에서 절대권력을 상징하는 것으로 회화적으로 화려하게 전개되었다. 용 문양의 표현기법에서는 발염, 전사날염 등의 다양한 프린트 기법과 컴퓨터 자수가 주류를 이루고, 용 문양과 함께 운문이 가장 많이 나타났고 묵단문, 봉황문도 표현되었다. 용 문양의 표현은 원피스나 티셔츠에 많이 나타나고 단순하고 절제된 복식에 용 문양을 표현하였다. 용 문양이 표현된 현대복식의 조형의지는 크게 오리엔탈리즘의 반영, 신비주의의 영향, 그로테스크현상으로 집약되었다.(남미현,1990)²¹⁾

티셔츠에는 둥근원 안에 혹은 단독문으로 검은 색의 용 문양을 전사 프린트하여 가슴과 뒤 중심에 제작하였고, 청바지는 바지의 다리 앞면과 뒷면에 전사 프린트하였는데 용의 형상이 크고 짙은 색과 옅고 작은 용 문양이 살아서 움직이는 느낌의 생명성을 청바지와 어울리도록 제작하였다.

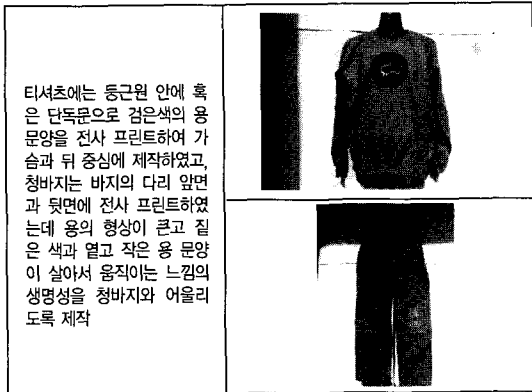
한국적인 디자인에 활용된 전통문양의 종류를 보면 기하학적 문양, 화문, 문자문, 동물문 등이

21) 남미현 (1999). 현대패션에 표현된 용에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.

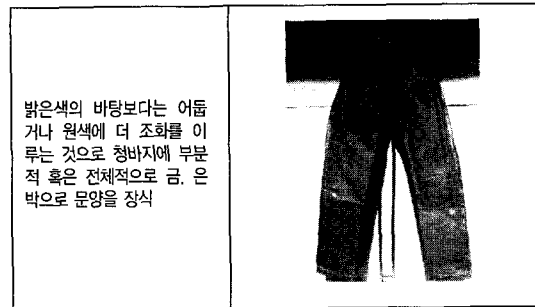
많았고, 그외에 색동문, 도깨비문, 인물문, 운문 등이 프린트, 자수, 직조, 아플리케 등의 여러 장식기법들과 함께 활용되고 있다.

새로운 표면 디자인을 발견하기 위한 시도는 소재의 다른 표현성과 바느질 기법을 활용한다든지 문양의 배치와 상태에 따른 시각효과를 창출할 수 있었다.

〈표7〉 용문양을 응용한 샘플작품



〈표8〉 금은박을 응용한 샘플작품



이상의 작품들은 한국적 이미지를 도식화하여 청바지와 티셔츠에 사용된 장식기법으로는 조각보, 자수, 금, 은박, 전사 프린트 법을 이용한 도깨비, 태극, 용의 문양을 사용하였다.

초기 한국적 디자인 개발에 사용되었던 장식기법은 옷깃이나 소매 끝, 치마 단 등에 다른 색으로 선을 대어주는 선 처리 기법과 금박, 은박이 전부였으나 90년대 이후 증가하여 여러 가지 기법의 묶음이나 고름을 이용한 여밈 장식과 자수, 조각보, 누비가 새롭게 응용되었고 최근에는 흥배를 이용한 장식기법도 선보였다. 따라서 조각보, 자수, 전사 프린트 등의 다양한 장식기법들을 청바지와 티셔츠에 활용함으로써 전통복식요소의 활용범위를 넓혀 보았으며, 또한 문양의 표현방법들을 현대화하여 새로운 스타일과 이미지를 개발할 수 있었다.

6). 금박 응용

금, 은박은 금사(金絲)로 화려한 문양을 짜 넣는 직금(織金)이 금이 많이 들 뿐 아니라 직조방법이 까다로워 이를 애용하기에는 여러 가지 어려움이 따랐으므로, 아름다운 직금의 효과를 그대로 살리면서 좀더 손쉬운 방법을 생각해 낸 것이 금박술(金箔術)이다.

금박의 제작과정을 보면, 목판에 문양을 새겨 접착제를 사용하여 풀잎처럼 얇은 금박지(金箔紙)를 비단 위에 입히는 어려운 기술로, 그 문양은 대개 부귀·다남·장수를 상징하는 것들이다. 금, 은박에 대한 한국적 디자인의 개발은 남숙현(1992)에 의해 전통 금박문양을 재구성하여 새로운 금박문양의 기법을 개발하기도 하였다. 밝은색의 바탕보다는 어둡거나 원색에 더 조화를 이루는 것으로 청바지에 부분적 혹은 전체적으로 금, 은박으로 문양을 장식하였다. 남숙현(1992), 금박문양을 응용한 의상디자인. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

표8 은 금은박을 응용한 샘플작품이다.

V. 요약 및 제언

본 연구는 청년층에 어필할 수 있는 청바지와 티셔츠를 중심으로 한국적 이미지를 활용한 의류상품 개발 모델을 제시하였다. 연구의 활용 방안으로는 우선 국내 소재대학의 벤처 업체를 이용하여 제품을 제작, 판매하고, 한국적 이미지를 활용한 제품을 의상전공 학생들에게 실제로 개발해보는 기회를 갖는 교육목적으로 활용할 수 있다. 그리고 교내 제작 및 판매 실적에 따라 업체와 제휴하여 한국적 이미지의 제품이 패션시장에 확산되는데 기여하고자 한다.

연구방법은 전통적인 복식의 요소 중 전통문양(태극, 도깨비, 용)와 문양 표현기법을 활용(조각보, 자수, 금박)하고 전사 프린트 기법을 이용하여 청바지와 티셔츠에 사용하였다. 먼저 의상전공 학생들로 하여금 한국적 이미지 디자인을 응용한 청바지(30점)와 티셔츠(50점)를 도식화하도록 하였으며 이것을 대학생 180명에게 한국적 이미지의 충실반영도, 상품화 가능성, 개인적인 선호도 등을 포함시켜 도식화를 평가하도록 하고, 선택된 것을 가지고 청바지 4점, 티셔츠 5점을 실물로 제작하였다.

- 1)티셔츠와 청바지에 표현된 한국적 이미지 즉 전통적 요소는 태극문양, 도깨비 문양, 용 문양이 활용되었다.
- 2)문양 표현기법으로는 전통자수, 금박, 조각보 그리고 전사 프린트의 현대적 기법이 이용되었다.

이와 같은 실물제작은 한국적 디자인을 활용한 전통문양과 함께 다양한 장식기법을 이용함으로써 새로운 표면 디자인을 발견하였고, 더불어 소재의 다른 표현성과 문양의 배치 및 상태에 따른 시각적 효과를 창출할 수 있었다. 그리고 한국적 이미지의 요소들의 접목이 다양하게 시도될 수 있음을 알 수 있었다. 또한 한국적 이미지를 이용한 의류상품개발에 관한 연구는 현재까지 공예 등 타 분야에 비해 미흡했던 의류측면에서 한국적인 다양한 의류 문화상품 개발의 범위를 넓혔고, 한국복식문화의 정체성을 확립하고 세계화시킨다는 관점에서 의의가 있다. 앞으로의 과제는 문양의 표현방법의 다양성과 체계적인 연구를 통해 실질적인 많은 모델이 제시되어야 하겠다

참고문헌

- 강병희, 조희래, 김영인 (1998). 한국적 복식디자인의 개발을 위한 색동의 색채분석. 한국의류학회지. 22(5).
- 고유섭 (1963). 한국고유미술의 특색과 그 전승 문제(서울: 통문관).
- 김기숙 (1990). 패션디자인을 위한 전통복식의 활용현황에 관한 연구. 복식 43호.
- 김문자 (1990). 조각보의 조형성을 응용한 복식 디자인 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김민자, 최세완 (1993). 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미-1980년대 이후 한국 디자이너의 작품을 중심으로-. 복식31호.
- 김정희 (2000). 주역의 색동화와 그 응용을 위한 실험적연구. 복식30호.
- 김중자, 조지현 (2000). 한국전통무늬의 현대적 응용을 위한 선호도 및 이미지 평가. 한국의상디자인학회지 2(1).
- 김찬주, 장인우 (1999). 현대패션에서의 한국적 디자인 전개과정 분석과 세계화를 위한 제안. 복식 48.
- 남미현 (1999). 현대패션에 표현된 용에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사논문.
- 남숙현 (1992). 금박문양을 응용한 의상디자인. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박상의 (1978). 색동에 관한 연구. 이대교육대학원 석사학위논문.
- 이미강, 이인자 (1996). 성인여성의 의복디자인 선호도와 자아개념과의 관련성 연구. 한국의류학회지 9(1).
- 이혜숙, 김재숙 (1998). 복식색과 색조합의 이미지 지각(제1보). 한국의류학회지 22(5).
- 이상은, 이영미 (2001). 한국적 이미지의 패션상품 개발에 관한 연구. 한국의상디자인학회 3(1).
- 장광애 (1997). 한국의 전통문양을 이용한 패턴 디자인 개발에 관한 연구 -연화문을 중심으로-. 부산정보대학논문집 19.
- 장수경 (1998). 한국전통문양의 이미지 형상화 소고. 한국의류학회지 22(8).
- 조민정, 김영인 (1998). 국내 섬유패션업계의 색채 사용 체계화에 연구. 한국의류학회지. 22(5).
- 조희래, 김영인 (1996). 색동을 응용한 한국적

- 디자인의 개념(1). 한국의류학회지 20(5).
- 채금석 (2001). 관광사업을 위한 한국적 이미지의 휴식복 개발(아산재단연구총서 제89집), 집문당.
- 허동화 (1988). TheWonderCloth:옛 보자기. 디자인 신문. 2000년 1월 20일. 317호.
- 「국가상징의 디자인 모티브」 (1998). 한국산업디자인 진흥원.
- 문화관광부 (2000). “공예문화상품 제작 유통 실태조사”.
- 매일경제연구소 (1994) 「우리나라 문화상품의 디자인 개발 진흥정책에 관한 연구」.
- 한국시각정보디자인 협회(1999) 한국의 국가이미지 시각화 시스템 연구: 국가 상징물의 개발과 활용계획. 산업자원부.
- 김만희 (1999). 「한국의 용」. 한국민속칼라북스, pp.98-102.