



양초 '촛불나라' 포장디자인

'Candle land' Package Design

최영은 / 대구대학교 응용미술학과 3학년

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

우리의 생활 전반의 모든 제품들에서 이제 패 키지는 하나의 질을 나타낸다고 할 수 있을 것이다.

상품의 가치와 이미지를 만들어 소비자로 하여금 지속적인 구매를 충동을 갖게 하도록 세세한 부분까지 그 제품의 특징을 위한 패키지가 디자인 되어야 할 것이다. 오늘날 소비자의 욕구가 다양해짐에 따라 현대적 포장디자인의 기능이 확대 되어가고 좀더 기존의 브랜드와 확실한 차별과 그 상품의 부가 가치를 높일 수 있어야 한다.

포장디자인은 기능위주의 생활을 하였던 이전의 시대와는 달리 경제발전의 영향으로 디자인 시대로 변환되면서 모든 실생활용품에 미의식이 중요시되었고 그 영향이 여기까지 미치게 되었다.

또한 포장디자인은 단순한 상품 보호를 목적

으로 하는 것에서 멈추지 않고 그 자체가 하나의 광고 내용이나 상품으로 인정받아 직접 구매 동기로 연결되거나 때로는 상품 이상으로 상품적 가치를 가지는 경우 등 그 범위가 매우 넓어졌다.

이에 따라 우리는 양초를 하나의 상품에 그치지 않고 패키지와 함께 하나의 미적인 존재로 인식되고자 간략하면서도 남녀노소 모두에게 흥미를 유발 할 수 있는 깔끔하면서도 고급스러운 감각을 적용하고자 한다.

지금까지의 양초 패키지는 저렴함과 비변질성을 갖추고 있어야 했기에 고급스럽게 포장되는 것을 멀리하고 지금까지도 같은 용기에 같은 방법으로 포장되어졌으나 포장의 의미가 바뀌고 있는 이 시대에는 그 방법 또한 바뀌어야 한다는 것을 얘기하고자 한다.

2. 연구 범위 및 방법

전기가 생기기 시작하면서 우리 생활에서 멀어지게 되어 생일이나 특별한 장소와 시간에만



◀ '촛불나라' 포장디자인

사용하게 된 양초를 다시 한 번 생활 가까이에서 쓰일 수 있도록 그 위치를 만들고자 하였다.

양초의 포장디자인 연구를 위하여 양초의 재료인 파라핀의 구성과 원료, 쓰임새 등을 조사했다.

국내 제품과 국외 제품을 대상으로 포장의 색상, 로고타입, 레이아웃, 일러스트레이션 등의 조형적 분석을 통해 국내 양초 패키지의 실용성과 고급화에 중점을 두었다.

뿐만 아니라 기존 양초의 브랜드 네임이 양초의 이름과 동일시되었고 양초임을 나타내는 특정한 이름이 없었기에 새로운 브랜드인 『Aroma』와 양초의 이름인 『촛불나라』를 제작하여 보다 세련되고 깔끔한 이미지, 양초의 느낌을 받을 수 있도록 만들어 국내 뿐만 아니라 해외까지도 생각해 만들어 친숙함을 나타내하고자 한다.

II. 본론

1. 자료조사

1-1. 양초 배경

양초는 '파라핀·밀랍' 등과 같이 적당한 온도에서 녹는 가연성(可燃性) 고체를 원통형 등으로 성형하고 그 중심에 무명 등의 심지를 삽입한 '등화용 연료' 라고 정의되어 있다.

이처럼 양초의 처음 등장은 연료로써 사용되던 것이었는데 현대사회에서는 그 이상의 기능을 가지고 쓰이게 되면서 모든 실생활 용품과 어울릴 수 있도록 미의식이 중요시 되고있다.

우리는 결혼식장에서 신랑, 신부의 부모가 예식 초반에 양초에 불을 붙이는 모습을 익히 보아왔다. 이것은 양초의 모양에서 기인한 풍습이다. 즉, 양초의 모습이 남근 모양을 하고 있다고



해서 결혼이나 수정 의식에 사용되어왔던 것 동시에 양초는 처녀의 순결을 상징하는 소품으로도 인식되어 왔다.

양초는 또 이러한 용도가 아닌 거의 모든 종교를 막론하고 빠지지 않는 배경 소품으로 등장해 왔다. 특히 장례식, 사당, 무덤에서 늘 그 자리를 지켜왔는데 이것은 죽은 자의 영혼, 떠나간 자에 대한 사랑과 소원, 하늘의 소망, 또 그리스도의 빛과 살아있는 자와 죽은 자를 위한 기도를 표현하기 위함이었다.

이러한 풍습은 유대 교회에서도 찾아볼 수 있는데, 하나님, 영적 계몽, 지혜, 혹은 하나님을 찾는 자에게 제공하는 빛을 알리기 위하여 일곱 가지 촛대를 사용했다는 기록만 봐도 그러하다. 고대 그리스의 지하 세계 신(神)들 또한 선물로 양초를 받았다는 신화가 전해져 온다.

특히 크리스마스 속의 양초는 그리스도, 그의 순결, 그리고 주님이 '세상의 빛'의 역할로 특별히 인간에게 주시는 구원의 표상으로 그려져 있다. 촛불이 예수님의 신성 또는 영성을 나타낸다면 양초는 예수님의 인간성, 즉 육신의 상징물이었다. 이러한 전통은 지금도 크리스마스에 촛불을 밝혀두는 풍습으로 이어지고 있다.

아기 예수님을 환영하기 위하여, 또 동방박사의 별의 상징물로써 말이다. 더불어 마리아가 성령으로 잉태함을 기념하며 2월 2일에 거행되는 성촉절(candlemas)에는 아직도 촛불 행진이 행해지고 있다.

1-2. 양초 기능

예전부터 그래왔듯이 양초의 본래 목적은 전기가 들어오기 전까지 전기를 대신해 불을 밝

히는 용도로만 쓰였다. 밤에 길을 나서거나 글을 읽을 때 항상 양초를 이용하였고 이것이 발전해 횃불이나 불화살 같은 다양한 곳에 쓰이게 되었다. 양초는 불을 이용한 도구로써 인류가 생기기 시작했을 무렵 동물로부터 자신을 보호하기 위해 인간이 만들어낸 하나의 보호막이었다. 그러던 것이 음식을 익혀 먹게 되는 도구로 발전하게 되었고 불을 이용해 밤 시간을 이용할 수 있게 되었던 것이다. 그리하여 불을 가둬둘 수 있도록 하기 위해 처음에는 기름을 넣은 통에 천 조각을 이어서 그 끝에 불을 붙이는 옛 우리 조상의 호롱불이 만들어지게 되었으며 그것을 응용해 이동하면서 들고 다닐 수 있도록 만든 것이 최초의 초 형태였다.

이렇게 만들어진 초가 시대를 거듭할수록 기능면에서 뿐만 아니라 디자인에 있어서도 변화를 추구하게 되었고 현대에 와서는 디자인 시대로 변화하면서 미의식이 중요시되고 있다.

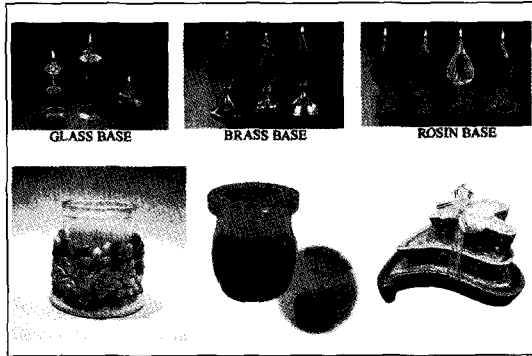
양초의 기능은 예전과 달라진 것이 없다고 하나 양초의 종류가 다양해짐에 따라 그에 따른 기능들이 생겨나고 있는데 우리는 여기서 향기 치료라고 불려지는 아로마 초에 대해 이야기해보자한다.

1) 향기(아로마) 치료 효과

① 일반적인 증세에 간단히 사용할 수 있다.

아로마 치료는 면역기능을 높여 주고 각 내부 장기, 분비선, 호르몬에 대한 기능에 영향을 주며 박테리아나 바이러스, 곰팡이 균에 대한 저항력을 높여준다.

또한 신경을 자극시켜 주고 근육을 강화시키거나 이완시켜 우리의 마음을 안정시켜주기 때문에 큰 병보다는 생활에서 흔히 겪게 되는 작



▲ 다양한 양초 종류

은 증세를 없애는데 도움이 된다(두통, 소화장애, 스트레스, 긴장후근, 불면증 등).

각 오일의 치료적 성질에 따라 거의 모든 병, 모든 증세에 치료 효과를 기대할 수 있으며 중독의 위험이 없는 자연적인 방법이기 때문에 약으로 인한 부작용도 줄일 수 있다.

② 감정을 조절해 준다

향을 감정에 영향을 주어 감정을 안정시키거나 흥분상태나 성욕을 일으키게 하며 특히 흡입을 하면 감정을 변화시켜 슬픔, 불안, 공포, 우울, 분노 등의 감정을 조절시켜 주기도 한다.

③ 성 기능을 원활하게 해준다.

성호르몬을 자극해서 성적인 활기를 불어넣어 주고 신경화학 물질을 자극하여 마음과 몸을 진정시켜 줌으로써 성을 만족스럽게 이끌어 준다. 성기나 생식기관을 자극, 강화시켜 신체적 원인에 의한 불감증이나 성 기능장애를 극복하도록 도와준다. 상대방에게 마음의 문을 열게 해서 성적화합이 자연스럽게 이루어지도록 한다.

④ 피부미용 효과가 뚜렷하다.

향은 피부관리에 광범위하게 쓰여지는 것은

물론 화상, 여드름, 감염균, 염증, 자극성 피부 등의 치료에도 쓰인다.

에센셜 오일은 약물성 미용제와는 달리 생명을 가진 약재로써 살아있는 세포를 생동감있게 만들어 주는 효과가 있어 탈모, 머리카락의 탈색, 비듬 등에도 효과가 있다.

⑤ 명상상태로 이끌어 준다.

정신세계에 영향을 주어 이완, 명상, 높은 차원의 정신세계로 이끌어 준다. 일부 종교에서는 영과 육의 치료를 위해 특별한 에센셜 오일을 사용하기도 한다.

⑥ 주위 환경개선에 도움을 준다.

방이나 사무실에 상쾌한 향기를 만들어내고, 일하는 공간에 활력을 제공해준다.

옷과 침대에도 사용하며 편안함과 안락함을 줄 수 있고 공기를 신선하게 하며 접시나 그릇에서 나는 냄새 제거는 물론 살균효과를 얻을 수도 있다.

1-3. 양초 분류

양초의 종류에는 크게 파라핀을 녹여만든 고체형 양초와 오일을 사용하여 램프에 불을 켜는 오일형 양초가 있는데 파라핀 양초에는 센테이션, 티라이트, 파티 라이트, 필라, 글래스 컵 등이 있고 오일형 양초에는 미니램프, 벨 램프, 플로팅 램프, 글래스 테이퍼, 라이브 캔들, 테라 램프 등이 있다.

1) 파라핀 오일

파라핀 오일은 무드램프(moodlamp)의 연료로서 사용시 냄새나 그을음이 없이 깨끗하며 오일이 연소되면서 실내 담배연기나 음식 냄새 등 악취를 제거해 주는 효과가 있다.



램프가 넘어져 오일이 흘러도 인화되지 않고
오일칼라는 빨강 파랑, 노랑, 초록, 핑크, 무색
등 다양해 젊은 세대들에게 인기가 많다.

파라핀 오일의 원료는 Normal Paraffin으로
원유의 정제과정에서 나오는 부산물이며, 본 제
품은 충분히 정제된 제품으로 선진국 제품과 비
교해도 손색이 없을 것이다. 파라핀 오일은 1l
용량으로 약 150시간 연소한다.

2) 파라핀 왁스

양초에는 파라핀 왁스를 녹여 만든 고체 양초
가 있는데 파라핀 왁스는 양초의 원료이며, Oil
함유량에 따라 Semi Refined wax와 Fully
Refined Wax로 나누어진다.

3) Fog

또 Fog는 공기 중에 인공으로 연기를 만드는
화학제품으로 액체 Fog를 Fog Machine에 넣
고 난 후 모터를 작동시키면 계속해서 인공연기
가 나온다. 방송국, 연극무대, 나이트클럽 등에
서 사용하고 있으며 연기는 인체에 무해하다.

4) 아로마 버너

램프의 증발접시에 3~4방울의 오일 향과 함
께 물을 부은 다음 촛불을 켜서 데우면 향이 발산
하는데 아로마 향이 호흡기를 통해서 인체에 전
달되면 스트레스 해소, 감정의 이완, 집중력 고
조, 성적 흥분 등 아로마테라피(Aromatherapy)
효과가 있게 된다.

1-4. 기존 포장 분석 문제점

기존의 양초 포장은 양초의 미적임을 중요시
하는데 비해 그에 따른 패키지 디자인의 중요
성에 대해서는 관심을 가지지 않은 것이 사실
이다. 하지만 포장이 소비자의 소비 심리에 많

은 영향을 끼치고 있는 현대 사회에서 양초 포
장의 변화를 필요로 해야한다.

먼저 양초의 특징과 고려사항을 살린 포장디
자인을 하여금 양초의 질적 향상 또한 브랜드
이미지에 많은 영향을 끼칠 것이고 대중적인 이
미지를 주면서도 사람들의 편견에서 벗어나 일
상 생활용품 중 하나로 양초가 자리잡게 되는
소비문화를 이룩하게 될 것이다.

예를 들어 우리가 디자인한 『촛불나라』의 경
우 부드러운 파스텔 톤을 중심으로 고급스러움
을 유지하면서도 강한 컬러로 신 감각을 표현하
여 고급스러움 우아함, 창의적 즉 현대 소비자
가 원하는 고급지향형과 시각적 즐거움을 동시
에 충족시킬 수 있다.

2. 디자인 계획

2-1. 디자인 의도

모든 연령층이 쉽게 양초를 사용하고 관심을
가질 수 있는 마음을 이끌어 낼 수 있도록 디자
인하였다.

타 회사 제품들과는 확실히 다른 제품과 마케
팅 전략으로 브랜드의 고급화를 추구하였고 시
각적으로 시선을 끌 수 있는 양초의 불꽃 모양
을 브랜드에 사용함으로써 소비자로부터 친근
함을 유발할 수 있었다. 그럼에 따라 전반적으
로 직선의 사용보다 곡선의 우아함을 살리고자
하였으며 또한 곡선의 부드러움을 파스텔톤의
색상을 사용함으로써 더욱 강조할 수 있었으며
고급스러움과 부드러운 느낌을 줄 수 있어서 누
구나 한번쯤 사용해 보고싶다는 느낌이 들도록
하였다.

2-2. Brand Name

거의 모든 세대가 사용하게 되는 양초는 양초의 이름에서부터 그 브랜드의 양초에 대해서 느낄 수 있도록 쉬우면서도 양초에서 느껴지는 모든 분위기를 설명하고자 『촛불나라』라는 브랜드 네임을 쓰게되었다.

영문을 써서 거의 모든 브랜드 네임을 사용하고자 하는 현대의 양초 제품들과는 달리 수출을 하게 되더라도 『Candle Land』라는 영문을 쓰도록 하면 되므로 한글 브랜드 네임을 만들게 되었다.

2-3. Symbol, Logo Design

촛불의 불꽃 모양에서 모티브를 얻어 보다 부드러우면서 고급적인 성향을 나타내었고 모든 연령에서 관심을 가질 수 있도록 컬러 또한 파스텔톤으로 하였다.

여느 양초 회사들의 촛불과 상관없는 단어(안성 양초, 기린 등)를 사용해 로고를 만들지 않고 브랜드 네임을 그대로 사용하여 로고를 만들었던 기존의 회사들과는 달리 브랜드 네임에 이어 로고까지 양초와 관계 있는 다양한 단어들로 만들게 되었다.

'촛불나라' 라는 단어와 CANDLE이라는 영어 단어가 서로 연관되어 이어져 있고 양초의 불꽃이 단어들과 어울려 은은함 느낌을 주고자 하였으며 글자 뒤로 하나의 붓 터치로 인해 정리된 듯한 느낌을 받을 수 있었다.

로고의 글자들이 양초와 어울리도록 둥근 형태를 사용하였고 우아함을 강조하기 위해서 영문은 조금 서정적이면서도 우아한 타입을 선정하여 제작했으며 효과적인 로고의 사용으로 촛

불의 이미지와 우아함을 깔끔하면서도 개성있게 연출하였다.

2-4. 표면 디자인

표면디자인에 있어서는 전체적으로 각각의 지기 종류에 따라 다양한 향기의 아로마 효과를 나타내는 방법과 종류가 나와 있으며 종류에 따라 색상을 달리하였다. 그리고 향기에 맞게 색상을 적용(로즈마리-붉은색)하였으며 아로마 종류의 실사 사진을 넣음으로서 소비자들에게 흥미를 유발시키고 다양한 정보를 얻을 수 있다.

2-5. 지기구조

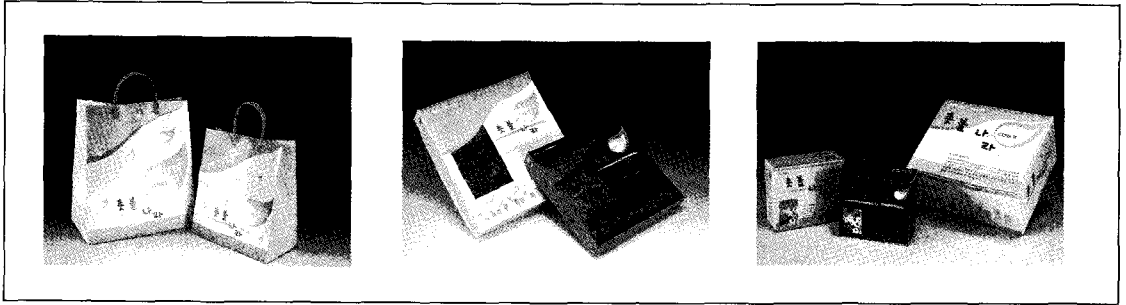
포장이라는 것은 '물품의 운반과 보관에 있어서 가치와 상태를 보호하고 판매를 촉진하기 위하여 접합한 재료를 사용하여 포장하는 방법 및 상태'를 말하는 것으로 오늘날에는 포장에 따라 물건의 판매가 달라질 정도로 포장의 중요성이 높아가고 있다.

포장은 단순히 담고 운반하는 것에서 그치지 않고 브랜드 이미지를 나타내는 용도로도 쓰인다. 포장의 형태와 크기, 구조는 제품 판매에 있어서 중요한 역할을 담당하는데 포장의 방식과 구조 재질 또한 디자인되어 있어야 할 것이다.

초의 크기와 잘 녹는 초의 보호를 위해 제품의 내부에 충격보호를 위해 고정시킬 수 있는 구조와 개폐가 용이하도록 하고 디스플레이를 효과를 높일 수 있는 지기구조를 선정하였다.

2-6. Lay out, color

짜임새가 강한 레이아웃이 아니라 은은하면서도 흐르는 듯한 이미지를 표현하고자 하였으며



▲ '촛불나라' 자기구조

IV. 결론

언제인가부터 포장디자인은 이제 단순한 포장의 역할이 아닌 디자인의 역할까지 담당하게 되었다.

초기 산업 사회에서 포장의 역할은 '단순히 상품을 감싼다', '상품을 안전하게 담는다' 라는 의미가 목적적이었는데 현대 사회로 들어서면서부터 단순한 포장디자인이 아닌 부수적인 기능이 첨가된 포장디자인의 등장이 필요하게 되었다. 곧 디자인 그 자체가 하나의 상품이 될 수 있는 시대가 오게 된 것이다.

더구나 이러한 감성적 디자인 상품의 가치는 다양하고 까다롭게 변화하고 있는 소비자의 취향을 만족시키는데 다른 상품의 가치요소보다도 효과적이며 그 어떤 상품의 구성인자보다도 경쟁력은 물론이고 부가가치를 노릴 수 있다는 데 그 중요성이 있다.

포장디자인은 소비자의 다양한 욕구를 충족시키는데 가장 영향력 있는 힘을 발휘할 수 있다는 점에서 그 목적을 찾을 수 있으며 현대 사회에서 포장디자인이란 물질적 기능과 감성적 기능을 합한 다양한 목적을 달성하기 위해 형태를

취하고 이를 담는 형태를 만들어 내는 활동을 뜻하는 것이 되었다.

앞으로 포장디자인은 다양한 분야와 방법으로 발전해 나갈 것인데 이런 주장의 가장 큰 원인은 포장디자인 그 자체가 하나의 디자인으로써 인정받을 수 있기 때문이다.

특히 생활용품 포장디자인은 가장 가까이에서 디자인되어진 결과물을 소비자들에게 보여질 수 있으므로 변화하는 사회에 빠르게 적응해 나갈 수 있을 것이라 예상된다.

양초가 생활 용품의 역할과 동시에 장식의 도구와 치료의 효과(아로마초)에까지 쓰이게 되면서 포장디자인의 역할이 점차 증가되고 있는 상황이다.

그러므로 단순히 양초의 포장이 아니라 소비자의 생활을 좀 더 편리하고 유익하게 사용할 수 있는 편의성도 갖춰야 하며 환경을 생각하면서 디자인되어야 하며 문화적인 가치도 창출해 낼 수 있어야 할 것이다. 뿐만 아니라 양초 디자인은 양초와 함께 그 자체가 하나의 상품으로 인정받을 수 있도록 색상이나 레이아웃, 로고에 많은 관심을 기울여야 판매를 증진 할 수 있을 것이다. ☐