

태극기를 응용한 패션상품개발을 위한 디자인 프로세스

김 현 주* · 서 수 현** · 장 남 경***

이화여자대학교 대학원 복식디자인전공* · (주)파크랜드 프렐린 디자이너**

이화여자대학교 복식디자인전공 강사***

Design Process for Fashion Product Development Applying Taekuki

Hyun-Joo Kim* · Soo-Hyun Seo** · Nam-Kyung Jang***

Master Course, Fashion Design Major, Ewha Womans University*

Parkland. CO. LTD. PLELIN**

Part-time Instructor, Fashion Design Major, Ewha Womans University***

(2004. 11. 15 토)

ABSTRACT

For every country, the flag is a major symbol that represents the country. Establishing image through the use of the country's symbol is more important for achieving national competitiveness in this global age. In Korea, Taekuki has not been actively applied to fashion products, however Korean people began to realize the Taekuki as a motif of fashion with 2002 World Cup. Thus, research on fashion product development applying Taekuki is needed. This research developed designs for fashion product development applying Taekuki. In addition, through suggesting various applied motives, this research explored the product possibility of global fashion design that represents Korean identity and fashion. For research method, after reviewing research on fashion design process, design development was progressed according to the 4-phases that comprehends processes previous researchers presented.

First, in the problem recognition phase, background on the introduction of Taekuki to products and Taekuki fashion during 2002 World Cup was analyzed. Then, the need and possibility of fashion product development applying Taekuki's formative characteristics were found. Second, in research and analysis phase, meaning and history of Taekuk as well as flag fashion product developments in the U.S. and England examples were reviewed. Also, individual interviews with experts and consumers were conducted to collect qualitative data regarding product and design direction. Third, in idealization for problem solving phase, 62 designs including 43 apparels and 19 accessories were emerged. Finally, in evaluation phase, 40 university students majoring design evaluated designs' creativity, function, uniqueness, symbol, aesthetics, and harmony. Through this research, it is expected that fashion products applying Taekuki will be formally established as a fashion item. Furthermore, it is also expected that product development in other categories, brand planning, and product development using other national symbols such as name, anthem, and flower will be followed.

Key words: fashion product development(패션상품개발), fashion design process(패션디자인 프로세스), Taekuki(태극기)

I. 서론

우리나라에서는 오랫동안 태극기가 권위의 상징으로 인식되면서 경외의 대상이 되어 왔다. 따라서 자국의 정체성이 담긴 국기에 대해 일찍이 관심을 갖고 국기를 응용한 패션상품을 개발, 세계 시장에 수출하여 자국의 긍정적 이미지를 구축할 뿐만 아니라 막대한 수익까지 올리고 있는 미국, 영국, 프랑스 등 외국과 달리 우리나라는 보수적인 시각으로 인해 태극기의 상품화에 대한 개발과 투자가 미비하였다. 그러나 2002년 한일 월드컵이 개최되면서 당시 시민들의 열기는 태극기를 패션 코드화 하는데 큰 역할을 하였고, 국민들의 생활 속에 친근하게 다가와 기준의 지나친 태극기 엄숙주의에서 벗어나는 계기를 마련하였다. 또한, 정부는 2002년 11월 16일 “태극기 사랑 운동 실천 지침” 개정령을 공포하고 태극기 문양을 속옷이나 양말, 일회용 소모품에도 사용 할 수 있도록 하였다.¹⁾ 따라서, 이러한 시대적 환경에 맞춰 국민의 자긍심을 고취하고 세계 속에서 우리 국가의 이미지를 알리기 위해 패션상품에 활용될 수 있는 디자인 요소로서의 태극기의 조형적 가치를 새롭게 재조명하는 노력이 절실히 필요하다.

디자인은 패션상품 경쟁력의 핵심요소이기 때문에 그동안 패션디자인에 관한 많은 학술 연구가 진행되어 왔다. 패션디자인에 관한 선행연구 중 한 주제에 대한 디자인 개발에 관한 논문을 살펴보면, 많은 디자인 개발과정이 개념적인 모형(conceptual framework)이 없이 주관적으로 진행되는 경향을 볼 수 있다. 디자인이란 조형적인 측면뿐만 아니라, 어떤 목표를 설정하고 이를 이루기 위해 계획하고 문제를 해결하는 과정임에도 불구하고, 이에 대한

인식에 바탕을 한 패션디자인 연구는 활발히 이루어지고 있지 않다.

본 연구는 국가 상징물인 태극기를 응용한 패션상품개발을 위한 디자인 개발을 프로세스 따라 진행하는 동시에 다양한 응용모티브를 제공함으로서 한국의 정체성과 패션을 알릴 수 있는 글로벌 패션디자인의 상품화 가능성 을 시도해보고자 한다. 따라서 이러한 상품개발이 활성화된다면 국내적으로는 국가에 대한 자부심을 일깨우고 세계적으로는 우리나라에 대한 긍정적인 국가 이미지를 구축하여 국가 경쟁력을 향상시키는데 기여할 것이다.

연구의 내용 및 방법으로는 패션디자인 프로세스에 관한 선행연구를 살펴본 후, 선행 연구자들이 발표한 패션디자인 프로세스들을 종합한 4단계(문제 제기, 조사 및 분석, 아이디어 도출, 실행 및 평가)를 지표로 하여 디자인 개발을 진행하였다.

II. 이론적 배경

1. 패션디자인에 관한 선행연구

패션디자인에 관한 학술연구는 크게 두 부류로 나눌 수 있다. 하나는 한 주제와 연관된 디자인에 관한 연구들인데, 패션디자인 학술연구의 대다수를 차지하는 이러한 연구들은 디자이너들에 의해 이미 발표된 디자인을 자료로 수집하여 분석하는 형식을 이루고 있다. 연구자가 선정한 주제의 범위는 매우 다양하며, 본 연구와 연관성이 있는 우리나라 고유의 아름다움을 재현하기 위한 노력을 주제로 한 최근 연구들을 살펴보면 김인경²⁾은 한국적 패션디자인이 어떻게 현대화되고 있는가를 1980년부터 1995년까지 ‘멋’에 발표된 한국적 패션디자인을 대상으로 외형적, 내면적 요인으로 나

누어 분석하였다. 외형적 요인으로는 형태, 색 문양, 소재를 내면적 요인으로는 디자인 방법과 이데올로기를 분석하였으며 한국적이며 현대적인 의상을 창출하기 위해서는 작품성보다는 기능성과 대중성을 고려해야 한다고 제언하였다. 김찬주와 장인우³⁾는 1980년대 중반부터 1997년까지 발표된 한국적 의상디자인들을 대상으로 패션에서의 한국적 디자인 개발작업이 전개되어온 과정을 살펴보았다. 그 결과, 앞으로 한국적 디자인의 세계화를 위해 나아가야 할 방향을 제시하였는데, 상품성을 높이기 위한 방법으로는 한국 고유의 전통적 이미지와 패션트렌드의 조화, 사용자의 용도, 그리고 소비자의 가치관과 라이프스타일을 반영하여야 한다고 하였다.

또 다른 연구동향은 디자인개발에 관한 연구이다. 이러한 종류의 연구들은 한 주제를 선정한다는 점은 이미 발표된 디자인을 분석한 위의 연구들과 같으나, 실제 디자인 개발을 수행하여 디자인 프로토타입 또는 실물을 제시한다는 점이 다른 점이라고 할 수 있다. 국내 연구로는 전통박쥐문양을 응용한 관광상품개발을 위해 모자를 디자인하고 실물을 제시한 김혜경과 정성일의 연구⁴⁾, 기능성과 심미성에 중점을 두고 전통미를 살린 여자 한복 저고리와 치마의 디자인을 개발하고 실물을 제작한 조오순과 전정희의 연구⁵⁾, 레트로 이미지를 응용하여 상품화될 수 있는 패션 베스트 디자인을 개발한 김지은과 박혜원⁶⁾의 연구가 있다. 연구 방법을 좀 더 구체적으로 살펴보면, 설문을 통해 표적집단 또는 전문가의 의견을 수렴한 후 디자인 개발을 수행한 연구들이 있는데, 여기에는 환자복의 실태 및 선호도에 따른 디자인을 기획한 유미애와 박옥련의 연구⁷⁾, 해외배낭 여행자들의 다기능성 의류제품에 대

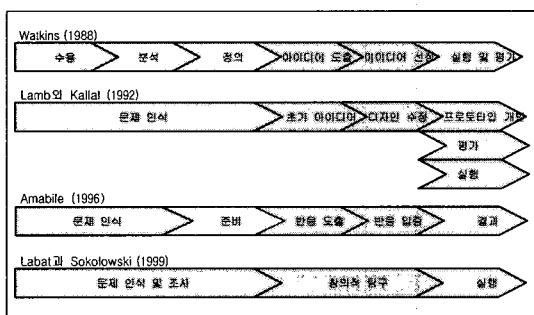
한 선호도를 고찰한 후 이를 반영하여 다기능 여행용 채켓의 프로토타입을 개발한 서윤정과 이주현의 연구⁸⁾, 한국 여성 경찰복 디자인을 개발한 박진영과 양숙희의 연구⁹⁾ 등이 포함된다. 또한, 김민자, 박주희¹⁰⁾는 축구유니폼의 착용실태를 분석하고 한국의 고유한 이미지를 응용한 축구유니폼 디자인을 개발하였고, 최경희, 엄준희, 김민자¹¹⁾는 오방색과 태극문을 중심으로 한 한국적 이미지의 경기용 수영복의 디자인 개발을 Lamb과 Kallal¹²⁾의 디자인 프로세스에 맞추어 진행하였다. 국외 연구로 Tan, Crown과 Capjack¹³⁾은 열로부터 신체를 보호할 수 있는 소방대원의 의복을 디자인, 평가하였고, LaBat과 Sokolowski¹⁴⁾는 3단계 디자인 프로세스에 따라 운동선수용 발목보호대를 개발하였다. 이상의 선행연구들을 종합해보면 국내 선행연구들의 디자인 개발 과정이 주관적으로 수행되거나 설문을 통한 의견을 수렴한 후 디자인에 반영하는 경우가 대부분임을 알 수 있다.

2. 패션디자인 프로세스

디자인 프로세스는 생각을 현실로 바꾸고, 아이디어로부터 실행 가능한 해결책을 발견하는 과정이다. 디자인의 첫 번째 목표는 복잡한 문제들을 단순하게 재구성하는 것이며 이를 위해 디자인 프로세스 이론을 바탕으로 한 조직적인 디자인 접근을 필요로 한다.

디자인 프로세스 모델 중 패션디자인과 관련된 연구들을 살펴보면 다음과 같다. 기능성 패션디자인 교육에서 디자인 프로세스를 적용함으로써 학생들의 창조적인 문제 해결 능력을 개발시키고자 하였던 Watkins¹⁵⁾는 단순한 제품의 디자인보다 디자인 프로세스 개발의 지향이 긴 안목으로 보았을 때 많은 장점이

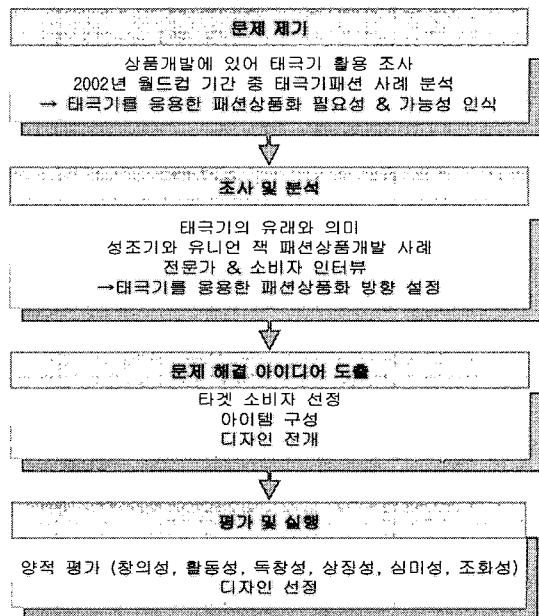
있으며 더욱 중요하다고 강조하였다. Watkins의 디자인 프로세스는 총 7단계, 즉 수용-분석-정의-아이디어 도출-아이디어 선택-수행 및 평가로 구성되었다. Lamb & Kallal¹⁶⁾은 모든 종류의 의류 디자인에 적용될 수 있는 좀 더 발전적인 모델을 제안하였다. 이들의 “기능적-표현적-심미적 소비자 니즈 모델(Functional-Expressive-Aesthetic Consumer Needs Model)”은 문제인식-예비아이디어-디자인 보완-프로토타입 개발-평가-수행의 6단계로 이루어져 있다. Le Pechoux, Little과 Honeycutt¹⁷⁾은 그동안 학계에 발표된 대표적인 패션 디자인 프로세스 모델들을 종합하였는데, 이는 <그림 1>과 같다. <그림 1>에서 보는 바와 같이, 연구자들이 제시하는 디자인 프로세스는 각각 그 프로세스 내의 세부 단계들이 서로 다르게 구성되어 있지만, 이들 프로세스 모두가 공통적으로 크게 네 단계의 흐름을 따라 이루어졌음을 알 수 있다. 즉, 문제를 인식하고, 조사와 분석을 통해 문제를 명확히 정의하고, 이 문제를 해결하기 위하여 동원할 수 있는 모든 방법과 아이디어를 모색하여 그 해결 방안을 구체적으로 작업화 한 후, 마지막으로 문제 해결의 결과물을 실행하고 그것을 평가하는 과정을 거친다.



<그림 1> 패션디자인 프로세스 모델

III. 태극기를 응용한 패션디자인 프로세스

이론적 배경을 통해서 패션디자인개발에 관한 다수의 국내 선행연구들이 체계적인 디자인 프로세스에 따라 진행되지 않은 경향이 있으며, 패션디자인 프로세스는 크게 4단계로 이루어짐을 알 수 있었다. 따라서 본 연구에서는 문제 제기, 조사 및 분석, 아이디어 도출, 실행 및 평가를 포함한 4단계를 지표로 하여 태극기를 응용한 패션디자인 개발을 진행하였다. 본 연구의 디자인 프로세스를 시각적으로 정리하면 <그림 2>와 같다.



<그림 2> 태극기를 응용한 패션디자인 프로세스

1. 문제 제기

문제 제기 단계에서는 상품개발에 있어 태극기가 응용된 배경과 2002년 한일 월드컵 기간 중의 태극기패션 사례를 분석함으로써, 태극기의 조형적 특성을 응용한 패션상품개발의

필요성과 가능성을 인식하였다.

1) 상품개발과 태극기의 응용

오랫동안 우리나라에서는 태극기를 응용한 상품개발과 판매를 금지해왔다. 그러나 1996년 “대한민국 국기에 관한 규정”을 개정하여 1997년 1월 1일부터 국기 문양에 대한 활용의 내용으로 국기의 품위를 손상하지 않는 범위 안에서 각종 물품의 제조와 판매를 전면 허용하였다.¹⁸⁾ 하지만, 이 규정에 따르면 ‘태극기에 대해 국민들이 친근한 이미지를 형성하도록 국기의 존엄성이 훼손되지 않는 범위 안에서 각종 물품의 문양으로 활용이 가능하다.’라고 되어 있어 태극기로 치마나 두건을 만드는 등 의상으로 활용하는 것은 국가의 존엄성을 해치는 행위로 금지되어 있었다. 따라서 태극기를 소재로 한 패션상품개발은 거의 이루어 지지 않았고, 당시 IMF라는 경제위기를 타고 애국운동과 함께 태극기를 디자인에 응용하려는 시도는 있었지만 큰 호응은 얻지 못했다.

그러나 2002년도에 개최된 한일 월드컵 패션은 붉은 악마의 레드 패션으로 전국을 붉게 물들이며, 태극기를 패션 코드화 하는데 성공, 패션이 민족적 자긍심의 표현이 될 수 있다는 것을 확실히 증명하였다. 당시 태극기는 가장 인기 있는 패션 도구로 등장하였으며, 성스러운 태극기가 섹시한 탑과 두건, 스커트로 변신하였다. 이에 따라 행정자치부는 2002년 11월 태극기를 속옷이나 양말, 일회용 소모품에도 사용할 수 있도록 했다.¹⁹⁾ 이로써 태극기는 의식을 위한 보관의 대상에서 일상 속에서 숨쉬는 애국적인 소품이 되었다. 이렇게 2002 한일 월드컵의 태극기 패션은 우리에게 국민 단합의 힘을 일깨웠을 뿐 아니라 보다 자유로워진 태극기의 응용과 그 다양성을 인정하는 사

회로 향하는 큰 전환점이 되었다.

2) 2002년 월드컵 기간 중의 태극기 패션

태극기 패션의 새로운 장을 연 한일 월드컵 시기에 태극기가 패션에 얼마만큼, 어떻게 응용되었는지를 알아보기 위해 대표성이 있다고 판단되는 5개 신문(동아일보, 조선일보, 중앙일보, 한국일보, 경향신문)을 선정하여 당시 입혀졌던 태극기 패션 사례를 수집, 분석하였다. 태극기가 패션에 응용된 사례를 (1)아이템과 (2)조형적 응용에 따른 분류로 나누어 살펴보면 다음과 같다.

(1) 아이템에 따른 분류

태극기를 응용한 패션을 아이템에 따라 분류하여 살펴 본 결과, 2002년 월드컵 당시 태극기는 셔츠, 스커트, 바지, 스카프, 망토 등 의류뿐 아니라, 두건, 모자와 같은 액세서리로 변화되어 거리 응원 매체로 사용된 것을 볼 수 있었다. 여성들의 대대적인 응원 참여로 인해 붉은 티셔츠에 코디시켜 랩 스커트로 둘러 입거나, 원피스로도 다양하게 응용되어졌다. 더 나아가, 태극기는 Face Painting, Body Painting의 주요한 소재가 되어 스티커를 이용하거나 Painting 재료를 사용하여 직접적으로 표현되기도 하였으며, 얼굴 또는 신체 일부분에 작은 크기로 그리거나 전체에 대담하게 그려내는 방법으로 다양하게 연출되었다.〈그림 3〉

(2) 조형적 응용에 따른 분류

태극기의 조형적 응용에 따른 응용사례를 태극기를 그대로 표현한 예와 태극기의 구성 요소를 변형시켜 표현한 예로 나누어 분석하였다. 더 많은 응용도를 보인 사례는 태극기를 그대로 표현한 것으로 태극기를 그대로 둘러

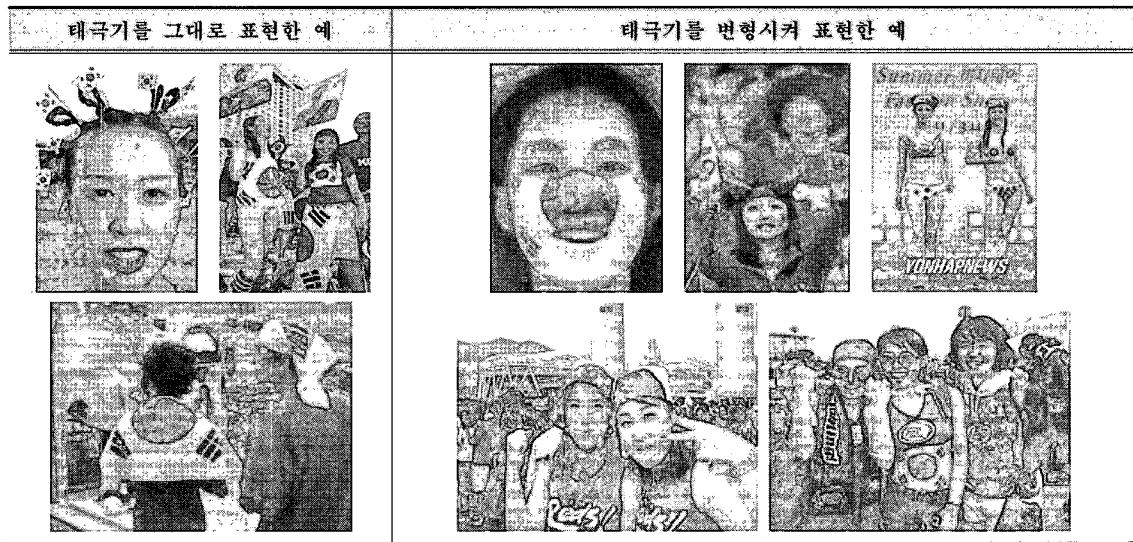


〈그림 3〉 태극기 패션의 아이템에 따른 분류

서 입은 상의, 망토, 두건이나 치마 등에서 찾을 수 있었다. 이는 착용자가 응원을 위해 실제 태극기를 즉흥적으로 응용했기 때문으로 추정된다. 한편, 태극기의 구성요소인 태극과 패를 변형시켜 표현한 예도 나타났는데, 변형의 방법이나 정도도 다양하게 볼 수 있었다. 태극기의 외형만 변형시킨 것으로는 태극기의 외형이 원으로 바꾸어 표현하거나, 태극과 4패를 자유롭게 배치한 것도 많이 응용되고 있었는데, 태극이나 패만을 사용하거나 두 가지 모두를 혼용한 예 등 무한한 변화의 가능성을 보여주었다. 태극기의 이미지만을 나타낸 경우도 볼 수 있었는데, 직접적인 태극기의 형태는 없으나 보는 이로 하여금 태극기를 응용한 것이라는 인상을 받게 하는 것으로 대표적으로는

월드컵 축구단과 응원단 붉은 악마의 유니폼을 들 수 있다.〈그림 4〉

이상에서 살펴본 바와 같이 월드컵 기간 중에 패션에서의 태극기의 표현 방법은 태극기를 그대로 적용하는 단순함을 많이 보여주었고 디자인적인 변화도 제한적이었다. 그러나, 태극기를 의복과 액세서리를 포함한 패션에 활용하고, 태극기의 조형성을 다양하게 변화시키고자 하는 시도를 확인할 수 있었다. 따라서, 태극기 패션이 일시적 유행에 끝나버리지 않도록 변형과 단순화 등의 그래픽 작업을 통해 태극기 문양을 더욱 ‘패셔너블’하게 승화시킬 해답을 찾아야 할 것이다.²⁰⁾



〈그림 4〉 태극기 패션의 조형적 응용에 따른 분류

2. 조사 및 분석

문제의 조사 및 분석 단계는 크게 세 분야로 나누어 수행되었다. 먼저, 태극기에 관한 이론적 지식의 습득을 위해 태극기의 유래와 조형성을 살펴보았다. 그 다음으로는 태극기의 패션상품화 가능성을 탐색하기 위해, 선진사례로서 가장 많이 볼 수 있는 미국의 성조기와 영국의 유니온 잭을 응용한 패션상품 개발 사례를 조사, 분석하였다. 조사방법으로는 최근 5년(1998년~2003년) 동안 발행된 패션전문 잡지 중 대중패션과 컬렉션 분야에서 각각 대표성이 있다고 판단되는 *Vogue*와 *Collezioni*를 선정하여 성조기와 유니온 잭을 응용한 패션상품을 수집, 분석하였다. 마지막으로, 전문가와 일반인을 대상으로 일대일 인터뷰를 통한 질적자료를 수집하여 상품과 디자인 방향에 대한 의견을 수렴하였다.

1) 태극기의 역사와 조형성

(1) 태극기의 역사

태극기가 우리나라 국기로 처음 상징된 것

은 1882년 8월 수신사 박영효가 국기의 필요성을 절감하고 고종의 허락을 받아 일본을 방문하러 가던 중 메이지 마루호 선상에서 그린 것으로 전해진다. 이어 1883년 당시 외교 통상 사무를 취급하던 통리교섭 통상사무 아문의 건의에 따라 태극기를 국기로 사용하도록 왕명으로 공포하여 우리나라의 기장으로 확정하게 되었다.²¹⁾ 그러나 당시의 태극기는 단지 태극을 가운데 두고 네 귀퉁이에 4괘를 배치하는 것으로 오늘날과 같은 통일된 디자인으로 사용되지는 못하였다. 그 후에도 여러 가지로 혼용되어 오다가 오늘날과 같은 디자인으로 통일되어 제정된 것은 1949년 국기 제정위원회를 구성·하여 제정한 후였다.²²⁾

(2) 태극기의 의미와 조형성

태극은 그 자체의 의미나 조형성에 비추어 볼 때 적절한 균형과 조화를 이루는 과학적인 디자인이라고 할 수 있는데, 각 조형요소를 살펴보면 다음과 같다.

① 태극: 태극은 동양철학의 꽃이며 핵심인 음양오행 사상의 상징이다. 이 세상은 음과 양의 조화로 존재하고 있다. 이 두 세력이 균형을 이루며 조화를 이를 때 생명이 탄생되고 우주가 운행되는 것인데, 태극도형은 음과 양 두 질서가 서로 갈등하지 않고 조화를 이루며, 완벽한 하나의 원을 만들어내는 대자연의 진리를 형상화한 도형이다. 태극기의 색채를 살펴보면 바탕의 흰색은 평화를 상징한다. 태극의 적색은 양의 세계를 뜻하여 강렬하고 약동하는 태양의 힘을 표현하고, 청색으로 상징되는 음의 세계는 조용하고 차분함을 느끼게 해준다.²³⁾

② 4괘: 태극기에는 대각선 사방에 4괘가 배치되어 있는데 상단좌측부터 건은 하늘, 감은 땅, 이는 불, 곤은 물을 상징한다. 따라서 태극기의 4괘는 원에 비해 선적인 성격이 강하게 표현되는 요소로서 태극원을 사방에서 감싸는 형태를 하고 있다. 이는 통일과 조화에 대한 우리 국민의 이상을 표현한 것이라고 할 수 있다.

2) 미국 성조기와 영국 유니언잭 응용사례

(1) 미국의 성조기

성조기가 패션에 응용된 사례를 조형적 응용에 따른 분류로 나누어 살펴보면 다음과 같다. 성조기의 조형성을 이루고 있는 구성요소인 별과 스트라이프의 응용 방법에 따라 성조기를 그대로 표현한 예와 성조기의 구성요소를 변형시켜 표현한 예로 나누어 살펴보았다. 성조기를 그대로 제품에 적용한 예보다 구성요소를 변형시켜 표현한 예가 더욱 다양하게 이루어지고 있음을 알 수 있었다. 별과 스트라이프에 변화를 주거나 다른 방법으로 배치한 예, 다른 구성요소와 접목하여 표현한 예, 그리

고 별과 스트라이프를 따로 사용한 것을 볼 수 있었다. Ralph Lauren은 성조기 형태에 별을 삭제하고 Ralph Lauren의 약자 'RL'을 넣고, Tommy Hilfiger는 수를 제한한 별과 스트라이프, 또는 단순한 구성에 성조기의 색채만으로 미국제품임을 시사하였다. 반대로, 구성요소는 활용하되 색채를 청색과 적색이 아닌 다른 색채를 사용한 예를 볼 수 있었다. 이러한 제품들에서는 구체적으로 성조기를 적용하지는 않았지만, 성조기의 이미지와 제품이 어우러져 미국적임을 강하게 표현하고 있다. <그림 5>

이상에서 살펴본 바와 같이 성조기는 디자인적인 변화를 다각도로 시도하여 패션상품에서 다양한 방법과 디자인으로 응용되고 있음을 알 수 있었다. 아이템으로 의류로는 티셔츠와 점퍼를 포함한 상의에 가장 많이 응용 되었으며, 액세서리로는 성조기를 응용한 모자, 가방, 신발, 스카프, 우산 등을 볼 수 있었다. 따라서 대중들로 하여금 쉽게 접근할 수 있는 아이템과 디자인으로 국민들에게 미국에 대한 애착심이나 자부심을 일상에서 심어주고 있었다.

(2) 영국의 유니언 잭

유니온 잭이 패션에 응용된 사례를 조형적 응용에 따른 분류로 나누어 살펴보면 다음과 같다. 유니언 잭의 조형적 응용은 유니언 잭을 그대로 표현한 예와 구성요소를 변형시켜 표현한 예로 나누어 살펴보았다. 먼저 유니언 잭을 그대로 표현한 예는 티셔츠, 모자, 가방 등에 유니언 잭의 형태가 그대로 사용된 제품들이다. 한편, 구성요소인 십자가와 바탕색을 자유롭게 배치한 사례, 형태는 그대로 유지하면서 폭과 길이의 비례를 다양하게 하거나 형태를 변형시키거나 일부만을 응용한 사례 등을 찾아볼 수 있었다. 유니온 잭의 조형적 응용



〈그림 5〉 성조기 패션상품의 예



〈그림 6〉 유니온 잭 패션상품의 예

사례를 성조기와 비교해 볼 때 공통점과 차이 점을 발견할 수 있었다. 공통점은 성조기와 마

찬가지로 친근감 있게 사용할 수 있도록 대중적인 아이템에 널리 적용되어 있다는 점이고,

차이점으로 유니언 잭은 성조기 보다 다각도로 변형되어 사용되고 있지는 않은 것으로 분석되었다. <그림 6> 아이템을 살펴보면 유니온 잭을 응용한 패션상품들은 성조기 사례와 같이 상의 중에서도 티셔츠를 가장 많이 볼 수 있었으며 그 외 모자, 신발, 가방 등을 볼 수 있었다.

3) 전문가 & 소비자와 일대일 면접

일대일 인터뷰는 특별한 가이드 없이 태극기를 응용한 패션디자인에 대한 자유로운 의견을 수렴하는 방향으로 진행되었다. 인터뷰에는 패션 전문가의 관점에서 의견을 듣기 위하여 패션디자이너 3명과 교수 2명, 그리고 소비자관점에서의 의견을 듣기 위해 일반인 15명을 포함시켰다. 가장 빈번하게 거론된 내용은 기존의 태극기에서 느끼는 촌스러운 이미지를 어떻게 극복할 것인가였다. 이를 극복할 수 있는 방법으로는 태극이나 꽈의 형태 그리고 색채에 변화를 주는 것이 바람직하다는 의견이 많이 논의되었다. 그리고 패션상품군 중에서 젊은 층을 타겟으로한 베이직 캐주얼에 적용하는 것이 가장 바람직하다는 의견이 압도적으로 많았다.

3. 문제해결을 위한 아이디어 도출

문제인식 과정과 조사 및 분석 단계를 통해 월드컵 기간 동안 태극기를 응용한 패션을 가장 많이 보여준 집단, 미국과 영국의 국기를 응용한 상품개발의 타겟 소비자의 연령대가 일치함을 발견할 수 있었다. 이는 또한 전문가와 일반인을 대상으로 한 면접결과와도 일치하였다. 따라서 본 연구에 있어서 상품개발의 핵심 중 하나인 타겟 소비자는 10대 후반에서 20대 중반으로 선정하고 디자인 개발을 진행

하였다. 태극기의 응용정도는 태극기를 그대로 응용하는 디자인과 태극기의 구성요소에 변화를 주는 디자인 모두를 개발하되 변화를 주는 디자인에 중점을 두었다. 아이템의 범위는 티셔츠와 아웃웨어를 포함한 상의, 스커트와 팬츠를 포함한 하의, 그리고 신발, 가방, 열쇠고리를 포함한 액세서리로 확장시켜 적용하였다. 각 아이템의 스타일은 10대후반에서 20대 중반을 메인타겟으로 하지만 태극기가 국가 상징물로서 범국민적인 착용으로 확대가 가능할 수 있다는 점에 착안하여 베이직이 주류를 이루되 트렌디한 스타일도 포함시켜 패션성을 유지하는 동시에 다양한 방향으로 응용이 가능함을 보여주고자 하였으며, 특정 시즌에 제한을 두지 않았다. 그 결과, 43개의 의류와 19개의 액세서리를 포함한 총 62종류의 태극기 패션상품의 디자인이 도출되었다. <그림 7> <그림 8> <그림 9> <그림 10> <그림 11> <그림 12>

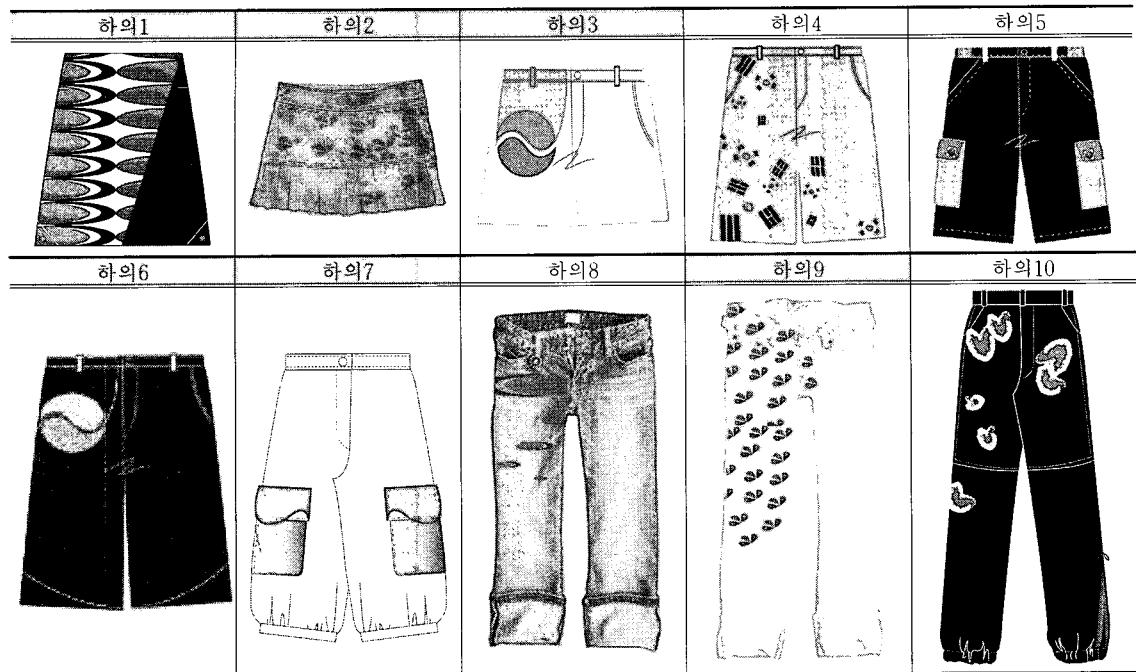
4. 결과물 평가

본 연구의 목적이 상품 가능성 탐색을 위한 디자인 개발이므로 소비자 반응에 기초한 평가를 수행하기 위해 도출된 디자인은 타겟 소비자층인 디자인 전공 대학교 1학년 학생 40명을 대상으로 평가되었다. Lamb과 Kalla²⁴⁾ 과 Kidd과 Workman²⁵⁾의 연구를 바탕으로 창의성, 활동성, 독창성, 상징성, 심미성, 조화성의 6가지 항목을 5점 척도로 평가하는 양적평가를 실시하였다. 평가 결과, 항목별 점수를 합산한 총점이 가장 높은 5개의 의류디자인은 원피스1, 상의21, 상의13, 상의22, 수영복3이었고, 액세서리는 가방5, 가방2, 신발4, 가방4, 신발6 순이었다. 각 아이템별로 평균점 보다 높은 점수를 받은 디자인은 위의 그림에서 명암을 주어 어둡게 표시하였다. 또한, 아이템별로 살펴

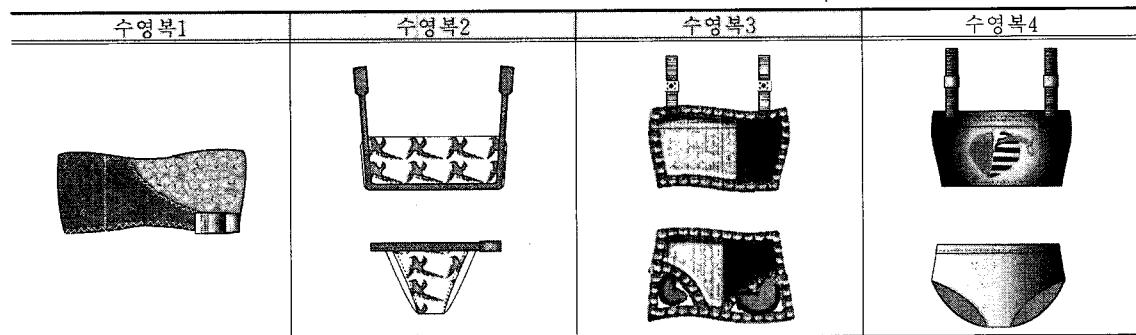
태극기를 응용한 패션상품개발을 위한 디자인 프로세스



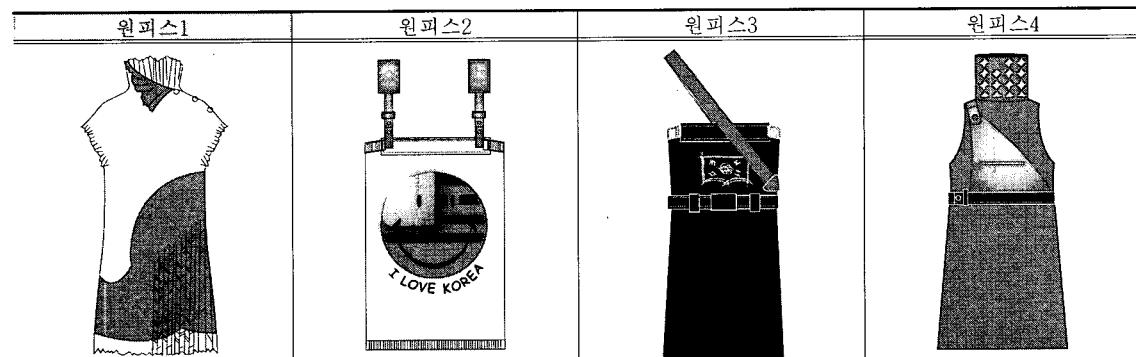
〈그림 7〉 태극기를 응용한 디자인 - 상의



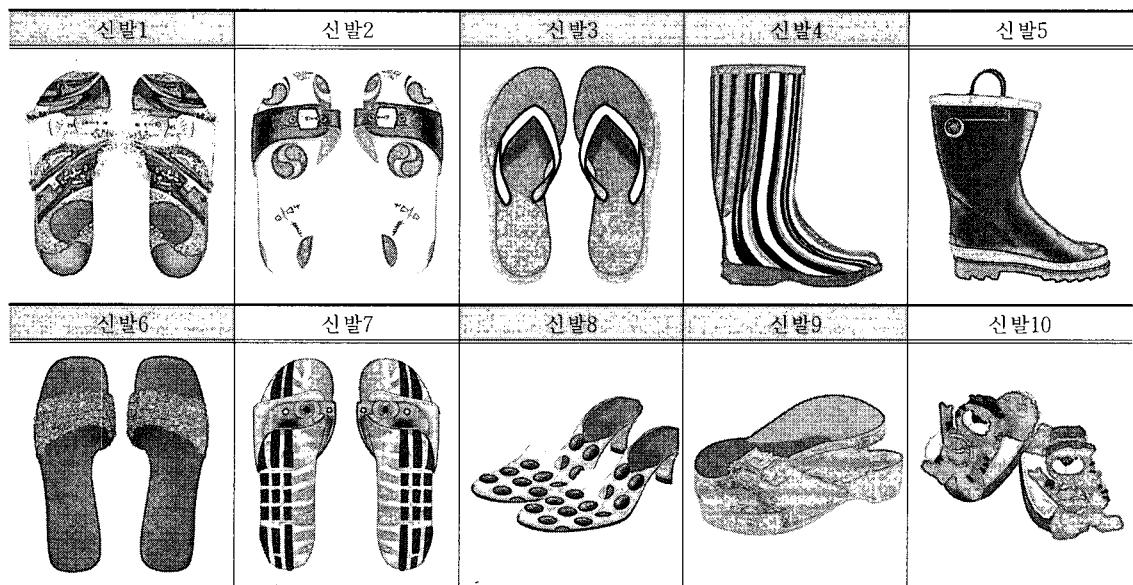
〈그림 8〉 태극기를 응용한 디자인 - 하의



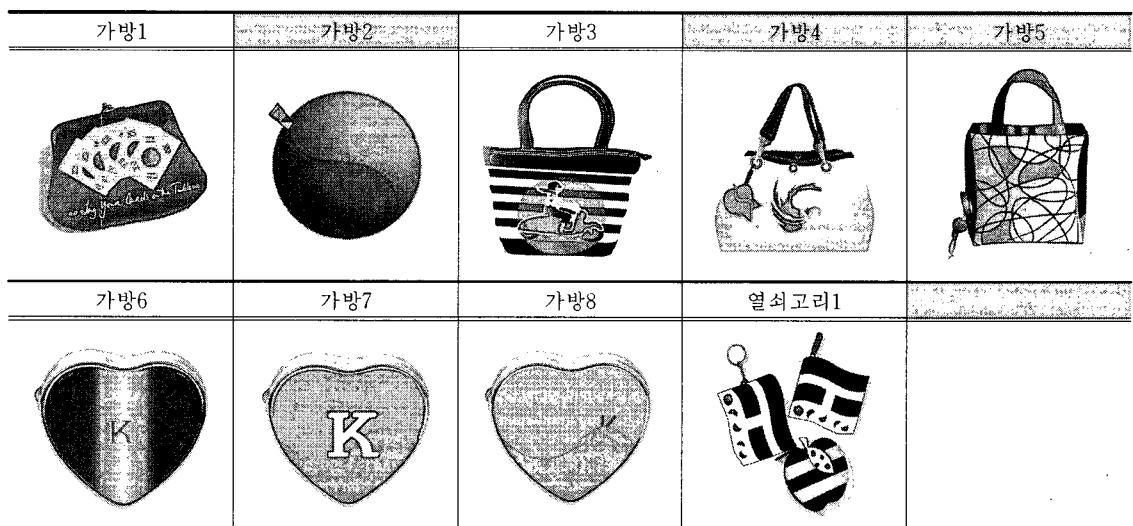
〈그림 9〉 태극기를 응용한 디자인 - 수영복



〈그림 10〉 태극기를 응용한 디자인 - 원피스



〈그림 11〉 태극기를 응용한 디자인 - 신발



〈그림 12〉 태극기를 응용한 디자인 - 가방, 열쇠고리

보면 본 연구에서 개발을 시도한 모든 아이템이 소비자들에게 꼽고루 선호되는 것으로 나타났고, 태극기의 응용도면에 있어서는 태극과 패를 현대적으로 감각으로 재해석한 디자인이 선호되는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 국가를 상징하는 국가이미지 중 하나인 태극기를 응용한 패션상품개발을 위한 디자인 개발을 프로세스 따라 진행하는 동시

에 다양한 응용모티브를 제공함으로서 한국의 정체성과 패션을 알릴 수 있는 글로벌 패션디자인의 상품화 가능성을 시도해보고자 하였다. 따라서 이러한 패션상품 디자인 개발을 통해 국내, 외적으로 긍정적인 국가이미지 형성에 기여하고자 하였다. 디자인 개발을 위한 연구 방법으로는 디자인 프로세스에 따라 문제 인식, 자료 수집과 및 분석, 문제해결을 위한 디자인 전개, 그리고, 타겟 소비자 집단의 평가과정 순으로 진행하였다. 첫째, 문제 제기단계에서는 상품개발에 있어 태극기가 응용된 배경과 2002년 월드컵 기간 중의 태극기패션 사례를 분석함으로써, 태극기의 조형적 특성을 응용한 패션상품개발의 필요성과 가능성을 인식하였다. 둘째, 조사 및 분석 단계에서는 태극기의 유래와 의미를 고찰하고, 미국의 성조기와 영국의 유니언 잭을 응용한 패션상품 개발 사례를 분석하고, 전문가와 일반인을 대상으로 일대일 인터뷰를 통한 질적자료를 수집, 분석하여 상품과 디자인 방향에 대한 의견을 수렴하였다. 셋째, 문제해결을 위한 아이디어 도출 단계에서는 43개의 의류와 19개의 액세서리를 포함한 총 62종류의 태극기 패션상품의 디자인을 도출하였다. 넷째, 결과물 평가 단계에서는 디자인 전공 대학교 1학년 학생 40명을 대상으로 도출된 디자인의 창의성, 활동성, 독창성, 상징성, 심미성, 조화성을 포함한 6가지 항목을 평가하였다. 하지만, 실물이 아닌 일러스트레이션만을 제시하여 40명의 제한된 인원만을 가지고 평가단계를 거쳤으므로 평가결과를 일반화시키기에는 한계가 있다.

본 연구는 국가 이미지를 응용한 글로벌 패션 디자인 개발이 요구되는 현 시점에서 태극기를 응용한 다양한 패션디자인을 제시함으로써 국가이미지를 응용한 제품개발에 대한 기

초자료를 제공할 것이다. 뿐만 아니라, 디자인 개발에 있어 패션디자인 프로세스에 따라 진행되는 과정을 설명함으로서 패션디자인 연구 방법에 새로운 시각을 제공할 수 있으리라 사료된다.

본 연구를 기초로 패션제품 뿐 아니라 생활 소품등의 다른 분야의 제품이나 더 나아가 국가 상징에 기반을 둔 브랜드 개발에 대한 연구가 가능하리라 생각한다. 뿐만 아니라 국호, 국가나 국화와 같은 다른 국가상징물을 응용한 제품개발에 대한 연구가 활발히 이루어지리라 생각한다. 그리고 태극기가, 디자인적으로 다양하게 응용되고 패션상품으로 개발되어 또 하나의 패션 아이템으로 확고히 자리 잡을 수 있기를 기대한다.

참고문헌

- 1) 법제처 (2004). 자료검색일 2004년 4월2일 자료출처 <http://www.moleg.go.kr>
- 2) 김인경 (1995). 한국적 패션디자인의 특성에 관한 연구 -1980년대 이후 한국패션디자이너의 작품을 중심으로-. 한국의류학회지, 19(3), pp. 536-547.
- 3) 김찬주, 장인우 (1999). 한국 현대패션에서의 한국적 디자인 전개과정 분석과 세계화를 위한 제안. 복식, 48, pp. 5-24.
- 4) 김혜경, 정성일 (2000). 관광상품개발을 위한 cap 디자인 연구 -전통박물관의 응용을 중심으로-. 한국의류학회지, 24(8), pp. 1209-1219.
- 5) 조오순, 전정희 (2001). 여성생활한복을 위한 디자인 개발. 한국의류학회지, 25(8), pp. 1378-1385.
- 6) 김지은, 박혜원 (2003). 레트로 이미지를 이용한 패션 상품개발 -베스트(Vest)를 중심으로-. 복식, 53(7), pp. 9-28.
- 7) 유미애, 박옥련 (2004). 환자복의 실태 및 선호도에 따른 디자인 기획. 한국패션디비즈니스학회지, 8(1), pp. 61-75.
- 8) 서윤정, 이주현 (2002). 다기능성 여행용 재킷의 디자인 개발. 한국패션디비즈니스학회지, 6(4), pp. 46-61.
- 9) 박진영, 양숙희 (2001). 한국 여성 경찰복 디자인 개발. 한국패션디비즈니스학회지, 5(1), pp. 117-130.
- 10) 김민자, 박주희 (2000). 한국적 이미지의 축구유니폼 디자인개발에 관한 연구. 복식, 52 (4), pp. 125-139.
- 11) 최경희, 엄준희, 김민자 (2003). 한국적 이미지의 경기용 수영복 디자인 개발에 관한 연구(II) 오방색과 태극문을 중심으로-. 복식, 53(4), pp. 49-69.

- 12) Lamb & Kallal (1992). A conceptual framework for apparel design. *Clothing and Textile Research Journal*, 10(2), pp. 42-47.
- 13) Tan, Y., Crown, E. M., & Capjack, L. (1998). Design and evaluation of thermal protective flightsuits Part I: The design process and prototype development. *Clothing and Textiles Research Journal*, 16(1), pp. 47-55.
- 14) LaBat, K. L., & Sokolowski, S. L. (1999). A three stage design process applied to an industry-university textile product design project. *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(1), pp. 1-11.
- 15) Watkins, S. M. (1988). Using the design process to teach functional apparel design. *Clothing and Textile Research Journal*, 7(1), pp. 10-14.
- 16) Lamb & Kallal, *op. cit.*
- 17) Le Pechoux, B., Little, T. J., & Honeycutt, T. (2001). Developing a pattern language for fashion innovation management. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 5(4), pp. 298-302.
- 18) 법제처. 앞의 책.
- 19) 문화일보 (2002. 7. 13). 자료검색일 2003. 11. 26 자료출처 <http://www.munwha.com>
- 20) 동아일보 (2002. 6. 21). 월드컵과 태극패션...발랄한 거리속으로. 자료검색일 2004. 12. 26 자료출처 <http://www.donga.com>
- 21) 대한민국전자정부. 자료검색일 2004. 5. 4 자료출처 <http://www.ego.go.kr>
- 22) 김영희 (1998). 국가 상징물 태극기를 소재로 한 디자인 활용방안에 관한 연구. *시각디자인학술지*, pp. 96-112.
- 23) (사)대한민국국기선양회. 자료검색일 2003. 11. 20 자료출처 <http://www.koreaflag.org>
- 24) Lamb & Kallal, *op. cit.*
- 25) Kidd, L. K., & Workman J. E. (1999). Assessment of creativity in apparel design. *Clothing and Textile Research Journal*, 17(1), pp. 58-64.