

매화꽃을 모티브로 한 패션 문화 상품 디자인 개발

김 선 영[†]

순천대학교 패션디자인학과

Development of Fashion Culture Goods Designs Motivated by Ume Flowers

Sun Young Kim[†]

Dept. of Fashion Design, Sunchon National University

(2009. 6. 4. 접수일 : 2009. 7. 24. 수정완료일 : 2009. 12. 10. 게재확정일)

Abstract

This study was aimed to develop ume flower image into a competitive fashion culture product image by reinterpreting the image in modern terms, manufacturing patterns and applying them to various items. In terms of method, ume flower petal was used as a motive and developed into a pattern, using Adobe Illustrator 10, a computer design program. Based on the symbolic image and realist form of ume flower, three new basic motives of new figurative image were set using form omission, simplification, overlapping, repetition and graphic elements. Each motive developed transformed patterns through the change, transformation, combination of colors. The repetitive unit of each motive set expressed geometrical patterns and combination of flower patterns using pattern repetition and 45° repetition technique in combination with the check arrangement using quadrangle, and set the direction of design that would fit for each item of fashion culture products. Also, consistency and practicality were sought in the goods planning composition of each item by applying motive pattern results to the fashion culture goods, such as neckties, scarves, T-shirts that can be consumed in everyday life. It seems that more creative culture goods including ume flowers will be developed by seeing our own cultural elements as well as flower patterns like ume flower with modern trends.

Key words: ume flower(매화꽃), motive(모티브), fashion culture goods(패션 문화 상품).

I. 서 론

21세기 세계화, 지방화 시대를 맞이하면서 한 나라와 지역의 문화는 그곳의 역사를 이끌어 나갈 수 있는 슬기와 역량을 보여주는 중요한 의미를 갖게 되었으며, 산업 발전의 가장 뚜렷한 흐름은 정치적 이

념이나 경제 제일주의가 아니라 문화 자체가 우리의 삶과 산업을 좌우하는 새로운 시대로 도래되고 있다. 오늘날과 같은 경제와 문화의 세기에 있어 문화적 가치 치는 시장 경쟁 원리에 따라 상품이라는 새로운 형태의 재화로 창출되어 문화 상품에 생명력을 부여하고 있다¹⁾. 문화디자인, 문화산업디자인 등 다양한 용어의 등장에서도 알 수 있듯이 디자인은 곧 문화인 것

[†] 교신저자 E-mail : bcbgyoung@hanmail.net

이다.

세계 각국의 나라들이 자국만의 문화와 전통을 바탕으로 다양한 문화 상품을 개발하고 판매하고 있으며, 우리나라 역시 본격적인 지방자치시대의 정착에 따라 많은 자치단체들이 문화 축제나 이벤트 개발에 열을 올리고 있으며, 해를 거듭할수록 문화 상품에 대한 경쟁이 가열되고 있다. 이러한 문화 상품 디자인 개발에 관한 선행 연구²⁾는 국내 작가의 작품을 응용한 디자인, 박물관 유물을 모티브로 한 디자인, 세계박람회나 월드컵 및 각종 세계 행사, 지방 문화 축제를 위한 디자인, 전통문화나 문양을 모티브로 한 디자인 개발 등 다양한 문화 상품 디자인 개발에 관한 연구가 이루어졌으며, 주로 텍스타일 디자인 개발 및 생활 소품, 장식품, 기념품 개발을 중심으로 이루어졌다.

본 연구의 목적은 매화꽃을 디자인 개발의 소재로 선택하여 매화꽃의 이미지를 트렌드에 맞게 현대적으로 재해석하고 패턴을 제작하여 다양한 분야에 적용함으로써 한국적이면서 현대적이고 경쟁력 있는 패션 문화 상품 디자인을 개발하는데 도움을 주고자 하는데 있다. 꽃은 아름다운 외적인 형태미와 생태학적인 특징으로 인한 내적 의미로 인해 많은 조형 예술 작품에 응용되고 있는데, 꽃문양 중에서도 매화는 사군자와 세한삼우, 송죽매의 하나로 우리 선조들이 어려운 환경 속에서도 향기로운 꽃을 피우는 매화의 고고한 특성으로 꽃 중의 으뜸으로 꼽았으며, 봄을 알리는 전령사로 우리 생활 주변에서 사랑받는 주제로 다양한 분야에 표현되어져 본 연구의 모티브로 선정하였다. 연구방법은 컴퓨터 디자인 프로그램인 Adobe Illustrator

10을 이용하여 매화 꽃잎을 모티브화하고, 이를 우리 실생활에서 밀접하게 소비되어질 수 있는 넥타이와 스카프, 티셔츠에 적용하였다. 그리고 모티브 패턴의 결과물을 각 아이템별 디자인에 공통적으로 적용시켜 상품기획 구성에 있어서도 서로 통일성과 실용성을 가질 수 있게 하였다.

II. 이론적 배경

1. 매화에 관한 일반적 고찰

꽃은 아름다운 형태를 지니고 있을 뿐 아니라 고유의 색과 싱그러운 향기, 조화로운 아름다움으로 우리 생활 주변에서 쉽게 접할 수 있는 대상인 동시에 인간 생활의 메마른 정서를 윤택하게 하여 시각적, 심리적으로 희망, 환희, 기쁨 등을 안겨준다³⁾. 많은 꽃들 중에서도 매화는 추위를 이기고 눈 속에서 피는 강인하면서도 고귀한 운치를 그 특성으로 하고 눈이 채 녹기도 전에 꽃이 피기 시작하므로 맨 처음 봄 소식을 알려주는 나무로 사랑을 받아왔다. 매화는 꽃 색깔에 따라 백매(白梅)와 홍매(紅梅)로 나누며, 꽃의 모양에 따라 겹꽃과 홑꽃으로 나뉜다. 또한 피는 시기와 자라는 곳에 따라 그 종류도 매우 다양하며, 오랜 세월 접을 붙여 번식시키는 과정에서 수많은 변종들이 생겨나고 그 종류가 대단히 많아져 오늘날에 이르렀다⁴⁾. 동지 전에 피는 것 또는 열매가 일찍 맺는 것을 조매(早梅)라 하며, 눈이 내릴 때 핀다고하여 설중매(雪中梅), 한매(寒梅), 동매(冬梅)라고 부르기도 한다. 또 가지가 구부러지고 푸른 이끼가 끼고 바늘

1) 정진순, “연꽃문양을 이용한 직물디자인 개발 및 문화상품 제작,” *한국의류산업학회지* 6권 4호 (2004), p. 426.

2) 박미령, 김상률, “유용생물자원을 이용한 천연염료의 개발 및 문화상품 전개,” *한국의류산업학회지* 8권 6호 (2006), pp. 665-671.

이상필, 김선홍, “CAD를 활용한 함평나비축제 문화상품 디자인 콘텐츠 연구,” *복식문화연구* 15권 5호 (2007), pp. 24-33.

정은슬기, 정성혜, “우리나라 관광쇼핑상품의 시장현황과 패션문화상품 개발에 관한 연구,” *한국패션디자인학회지* 1권 1호 (2001), pp. 187-208.

김소형, “패션문화상품 디자인 개발” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2004).

김애숙, “광주시립미술관 문화상품개발에 관한 연구,” *한국공예논총* 6권 1호 (2003), pp. 51-65.

전승현, “조선시대 매화문을 응용한 복식디자인 연구” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

이재민, “지역문화를 기반한 패션문화상품개발연구” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

이종분, 이수철, “한국의 전통적 곡선미를 이용한 문화상품 개발에 관한 연구,” *디자인학연구집* 6권 1호 (2000), pp. 456-468.

3) 이주연, “꽃문양을 이용한 생활용품디자인” (목원대학교 대학원 석사학위논문, 2007), p. 7.

4) 이선옥, “조선시대 매화도 연구” (한국학중앙연구원 박사학위논문, 2004), p. 5.

같은 껍질이 생겨 파리하게 보이는 것을 고매(古梅)라 하여 귀중하게 여긴다. 꽃봉오리가 충성하고 잎이 층을 이루면 중엽매화(中葉梅花)라 하고, 가지와 줄기가 녹색이면 녹색매(綠葉梅)라 한다. 원앙매(鴛鴦梅)는 한 꼭지에 두 개의 열매가 열리는 것을 말하고, 둥글고 작은 열매가 열리면 소매(消梅)라고 하였다⁵⁾.

매화의 원산지는 중국으로 알려져 있으며, 우리나라에 들어온 연대는 정확히 알 수 없지만 문헌상에 나타난 매화의 최초의 기록은 <삼국사기>에서 고구려 대무신왕 24년 8월에 ‘매화꽃이 피었다’는 기록이며, <삼국유사>에서도 승려 일연이 신라에 불교가 전파된 것을 상징하여 표현한 기록이 있다. 따라서 당(唐)대에 중국으로부터 들어와 삼국시대에 널리 재배된 것으로 추정한다⁶⁾.

서양에서는 꽃에 꽃말이라는 것을 두어 각각 꽃이 가지고 있는 특성을 의인화 된 언어로 표현해 의미를 부여하였으나, 동양의 경우 음양오행을 바탕으로 한 독특한 자연관이 모든 문화의 근간을 이룬다. 우리 선조들은 꽃을 대하는데 있어서 꽃의 아름다움보다 꽃이 가지고 있는 상징적인 가치를 더 존중하였다. 꽃을 바라보는데 있어 그 색깔과 생김새가 아름답다거나 향이 좋거나 하는 물리적인 면을 기준으로 삼지 않고 인간 세상의 윤리성을 갖대고 그 꽃의 품격을 정하고 그 격에 따라 꽃을 좋아하고 싫어하는 기준으로 삼았다⁷⁾.

예부터 문인들이 매화를 꽃 중의 으뜸으로 꼽았던 것은 어려운 환경 속에서도 향기로운 꽃을 피우는 매화의 고고한 특성 때문이었다. 매화는 추위를 이기고 꽃을 피운다고 하여 불의에 굴하지 않는 선비의 표상으로 삼아 설중군자(雪中君子), 청향(清香), 옥골(玉骨), 화거사(化衡史), 청객(淸客), 세외가인(世外佳人)으로 부르기도 하였으며⁸⁾, 매화는 쾌락, 행복, 장수, 순리 등 오덕을 간직하고 있으며, 봄의 선구자, 희망, 회춘, 선비 정신, 군자, 절개, 아름다운 여인을 상징한

다. 또 옛 문인들은 매화의 꽃이 드물고 나무가 오래 되고 가지가 마르고 꽃봉오리 진 것을 사귀(四貴)로 정하여 관상의 요점으로 잡기도 하였다⁹⁾. 조선 초기의 문신인 서거정은 매화의 각 부분을 비유하여 옥빛 꽃, 금빛 꽃술, 용처럼 서린 뿌리, 학 같은 줄기, 향기의 덕성, 고결한 품격, 냉엄한 자태, 차가운 꽃 등의 표현을 통해 꽃과 꽃술, 줄기와 뿌리 등 식물로서의 특성이나 향기와 자태와 같은 매화의 품성과 기호를 전통적인 관념과 표현을 활용하여 묘사하였다¹⁰⁾.

매화는 고려 이래로 우리 미술에서 다양하게 다루어진 소재이다. 고려도자에 의장문양으로 나타나는 매죽문은 그다지 많지 않지만 청자상감 매죽 수금 문 매병 등이 있다. 또한 조선시대에도 초기 청화백자에서 수목화풍을 주로 한 문인 화풍의 매화 그림이 장식되었다. 또 매화는 대나무와 함께 매죽 문으로 시문한 것도 있고 소나무와 함께 세한삼우로 시무하기도 하였다. 선비들이 사용하는 문방제구 가운데 시전지, 벼루, 연적, 묵호, 지통 등에서 매화 문이나 매죽문을 볼 수 있다¹¹⁾. 또 부녀자의 신변용품 가운데 비녀에 매죽잠을 볼 수 있고 또 꽃신에도 매화가 수 놓아진 것을 볼 수 있다. 이처럼 사군자와 세한삼우, 송죽매의 하나인 매화는 그 생태적 특성과 시대 혹은 보는 사람의 시각에 따라 다양한 상징성을 갖고 우리 생활 주변에서 사랑받는 주제로 다양한 분야에 표현되어졌다.

2. 패션 문화 상품의 개념

문화는 인간이 생활이상을 실현하는 과정 및 그 과정 중에서 이룩해낸 학문, 예술, 종교, 도덕 등 인간이 인간에 의해 변화되고 한 세대에서 다음 세대로 전해지는 삶의 습관과 도구의 산물이며 이러한 문화가 상품가치를 창출시켜 다양한 문화 상품을 만들어 낸다. 세계 각국은 문화의 시대를 맞이하여 자국의 전통과 의식이 담긴 문화 상품에 대한 관심이 고조되

5) 김지선, “한국전통 꽃문양의 상징성과 형태 및 색채 특성에 따른 조형성” (연세대학교 대학원 박사학위논문, 2007), p. 66.

6) 이상희, *매화*, (서울: 넥서스, 2004), p. 24.

7) 이상희, *우리 꽃 문화 답사기*, (서울: 넥서스, 1999), p. 24.

8) 전승현, *op. cit.*, p. 23.

9) 강희안, *양화소록*, (서울: 을유문화사, 2000), p. 45.

10) 김지선, *op. cit.*, p. 54.

11) *Ibid.*, p. 67.

고 있으며, 세계적인 소비 형태도 특정 국가나 특정 지역의 문화가 반영된 상품에 대한 선호도가 높아지고 있다¹²⁾.

현대경영학의 아버지이자 세계적인 미래학자 피터 드러커(Peter Drucker)는 “21세기는 문화산업에서 각국의 승패가 결정될 것이고, 최후 승부처가 바로 문화산업이다.”라고 단언했을 정도로 문화산업의 중요성을 강조하였다¹³⁾. 문화 상품은 특정 국가 또는 지역의 문화나 역사적인 특성에서 유래한다. 그러므로 이는 경제적인 가치 이외에도 시대적인 문화적 가치가 반영되어야 하며, 또 그 나라나 지역의 상징적인 이미지를 담고 있어야만 문화 상품이라 할 수 있겠다. 즉, 상품으로서의 역할인 기능적 측면과 문화적인 품위나 이미지도 지켜야 하는 성격을 지니고 있으므로 상품 자체의 부가가치 외에 문화의 성향과 이미지를 심어주는 무형의 부가가치를 함께 포함하고 있는 특성을 가지고 있다¹⁴⁾.

문화 상품이란 문화적 소재를 활용한 산업 활동 과정에서 생산되는 최종 결과물로서 문화적 부가가치가 높은 아이디어의 집약적, 기술집약적 상품으로 문화와 기술 그리고 창조의 산물로서 다중성, 다양성, 비유사성 및 고부가가치성의 특징을 갖고 있다. 따라서 새로운 상품 개발 과정에서 과학기술로 대표되는 기술과 조형예술의 산물인 미적 형태의 유기적인 조화를 꾀하는 고객의 총체적 만족이 중요하게 다루어져야 한다¹⁵⁾. 또한 문화산업은 현대 사회에서 문화와 경제 및 기술들이 서로 융합되어가는 과정에서 생성된 문화 현상으로 문화 상품의 육성은 국가의 문화적 정체성, 간접적 국가 이미지 전달과 홍보 역할, 수요의 지속적 창출을 통해 국가 전체의 경쟁력 제고와 직결되어진다¹⁶⁾.

문화 상품 내에서도 패션 문화 상품은 이미지로 판매되는 고부가가치 문화 상품이다. 의류, 스카프, 넥타이, 손수건, 지갑, 가방, 각종 액세서리 등 다양한

섬유 소재 제품으로 구성된 패션 문화 상품은 사회, 문화적인 영향을 많이 받으며, 라이프 사이클이 짧은 특성을 지니고 있을 뿐 아니라 실생활에서 쉽게 접할 수 있는 아이템들로 다양한 개성을 소유한 소비자의 패션 욕구를 충족시키는데 적합하다고 할 수 있다. 또 동시에 심미적, 예술적 가치를 지닌 패션 상품의 개발은 어떠한 문화 상품보다도 문화적 정체성과 경쟁력을 겸비한 고부가가치 상품으로서의 경쟁력이 있다고 하겠다.

III. 매화꽃을 이용한 모티브 디자인 전개

많은 예술가들이 자연에서 받은 감동을 구체화시키고 재창조하여 새로운 조형적 표현으로 시도하고자 노력해 왔으며, 자연의 생명성을 예술이란 형식으로 표현하여 왔다. 또한 자신들의 내적 심상을 작품으로 표현하기 위해 어떠한 소재나 물질에 특별한 의미를 부여하고 때론 그 소재의 본질을 확대시키거나 이미지를 해체하는 등 형태의 재구성을 통해 그 소재를 형상화 시켜 표현하기도 한다¹⁷⁾. 이 표현의 대상 중 꽃은 풍부한 이미지를 가지고 그 자체만으로도 충분히 조형성을 지니고 있다. 꽃문양이 주는 느낌은 곡선적인 부드러움과 꽃 자체가 지닌 아름다운 조화의 미와 색채의 미묘한 조화를 가지고 있고 또 자연의 일부인 꽃의 표현으로 자연과의 친숙한 감정을 내포하고 있으며 또한 생명이 있는 아름다움을 가지고 있다¹⁸⁾.

본 연구에서는 매화꽃의 이미지를 이용하여 독창적인 형상을 모색해 보고 이를 바탕으로 새로운 조형적 이미지의 기본 모티브 3개를 설정하였다. 모티브 1은 5장의 매화 꽃잎을 둥근 원형으로 하여 서로 겹치게 배열하여 원형의 내부에 타원형의 또 다른 꽃잎 5장이 위치하도록 한 것이며, 모티브 2는 5장의 둥근 매화 꽃잎 외곽 부분에 가는 줄무늬로 음영의 효과를

12) 이상필, 김선홍, op. cit., p. 25.

13) 이주연, op. cit., p. 16.

14) 이재민, op. cit., p. 5.

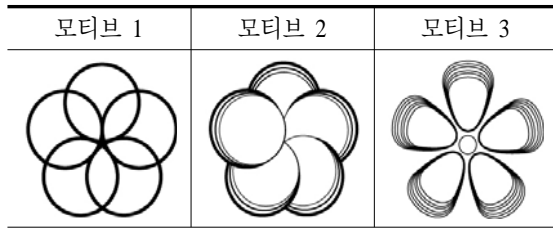
15) 강은선, “우리나라 문화상품의 디자인 개발 진흥정책에 관한 연구,” 매일경제연구소 (1997), p. 14.

16) “21세기 문화산업 어떻게 할 것인가,” 문화예술, 1998년 3월, pp. 16-29.

17) 이주연, op. cit., p. 12.

18) 윤정, “패션트렌드 디자인에 나타난 꽃문양의 특성에 관한 연구” (중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2003), p. 20.

〈표 1〉 매화꽃을 이용한 기본 모티브 디자인



주었으며, 각 꽃잎을 순차적으로 배열하고 내부의 선을 삭제함으로써 보다 추상적으로 변화를 주었다. 모티브 3은 매화꽃의 꽃술을 생략하고 꽃술부분의 작은 원을 구심점으로 매화 꽃잎을 타원형으로 변형하였고, 각 꽃잎의 외곽부분을 여러 개의 구획으로 나누어 다양한 변화를 줄 수 있도록 하였다. 각각의 설정된 모티브의 반복 단위는 사각형을 이용한 바둑판 배열과 조합하여 패턴 반복과 45도 반복 기법을 사용하여 기하학적인 문양과 꽃문양의 혼합을 표현하였고, 패션 문화 상품의 각 아이টে에 적합하도록 디자인의 방향을 설정하였다. 모티브에 대한 기본적인 색상은 일반적인 매화꽃의 색상인 홍매(紅梅)와 백매(白梅)의 색상과 매화의 연두 빛 나뭇잎 색상을 기본으로 화이트와 핑크, 그린 톤을 사용하였으며, 여기에 그레이 톤을 외곽선과 일부분에 사용하여 모던하고 차분한 이미지를 갖도록 계획하였다.

〈표 2〉는 각 모티브에 색상을 적용하여 반복하고 또 45° 각도로 변형하여 반복시킨 응용물이다. 모티브 1은 5장의 매화 꽃잎을 둥근 원형으로 하여 서로 겹치게 배열하여 원형의 내부에 타원형의 또 다른 꽃잎 5장이 위치하도록 한 패턴물로 색상에 변화를 주어 두 가지의 모티브로 변형하였다. 모티브 1-1은 테두리 부분은 M:40%를, 내부 꽃잎에는 K:50%를 적용시킨 것이고, 모티브 1-2는 모티브 1-1과 반대로 테두리 부분은 K:50%를 내부 꽃잎에는 M:40%를 적용시켜 핑크 톤과 그레이 톤의 꽃잎 색상으로 서로 변화를 주면서 화사하면서도 차분한 이미지를 나타냈다.

모티브 2는 5장의 둥근 매화 꽃잎 외곽 부분에 가는 줄무늬로 음영의 효과를 주었으며, 내부의 선을 삭제함으로써 보다 추상적으로 변화를 준 것으로 꽃잎 색상에 변화를 주어 변형하였다. 모티브 2-1은 테두리 부분에 K:60%를 꽃잎 내부에는 M:20%를 적용시켜 파스텔 색상의 꽃잎으로 보다 부드러운 이미지를

갖게 하였으며, 모티브 2-2는 이른 봄 백매화에서 느낄 수 있는 연두빛 이미지를 표현하기 위하여 테두리 부분에 C:80%를, 꽃잎 내부에는 Y:20%를 적용시켜 선명하면서도 화사한 이미지로 변화를 주었다.




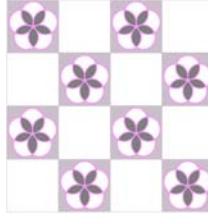
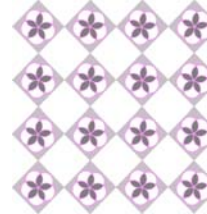
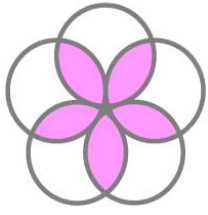
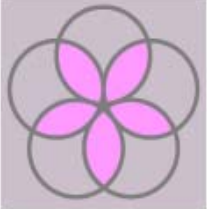
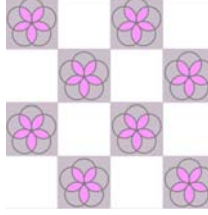
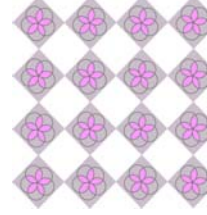



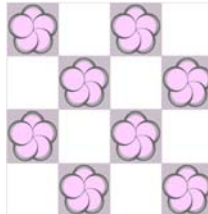
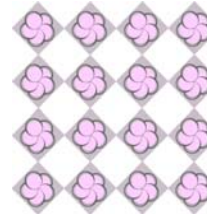


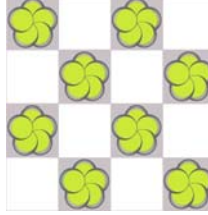
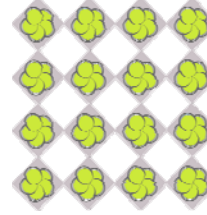

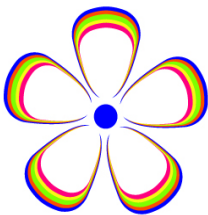
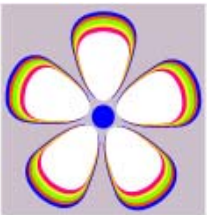
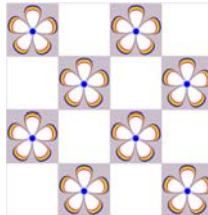
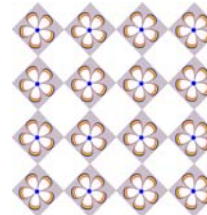

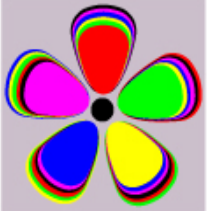
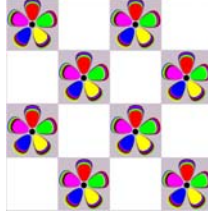
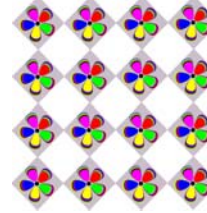
모티브 3은 매화꽃의 꽃술을 생략하고 꽃술부분을 구심점으로 매화 꽃잎을 타원형으로 변형하였고, 각 꽃잎의 외곽부분을 여러 개의 구획으로 나누어 다양한 색상을 적용하였다. 모티브 3-1의 꽃잎 중앙의 원은 C:100%와 M:100%를 적용시켰고, 각 꽃잎의 외곽부분은 안쪽에서부터 M:100% Y:50%, Y:100%, C:50% Y:100%, M:70% Y:100%, C:100% M:100%를 적용시켜 흰색 매화꽃에 우리 고유의 이미지를 연상시킬 수 있는 색동의 컬러를 조합함으로써 모던하면서도 전통적인 이미지를 갖도록 하였다. 모티브 3-2는 꽃잎 중앙의 원은 K:100%를 적용시켰고, 각 꽃잎 색상은 정중앙에서 시계방향 순으로 M:100% Y:100%, C:90% Y:100%, Y:100%, C:100% Y:100%, C:0.5% M:94%를 적용하여 다섯 가지의 색상으로 화려한 색동의 이미지를 표현하였으며, 각 꽃잎의 외곽 테두리부분에는 색상의 순서를 바꿔가며 같은 색상을 적용하였다.

각 모티브의 배경색은 M:5%와 K:20%를 혼합하여 동일하게 적용시켰으며, 각 모티브의 패턴 반복과 45° 각도 반복 기법을 사용하여 표현함으로써 전체적으로 조화와 통일감을 갖도록 하였다.

IV. 매화꽃을 모티브로 한 패션 문화 상품 디자인 개발

섬유 소재를 이용한 패션 문화 상품 중 텍스타일 디자인에 의해 전개되는 많은 상품들은 소재 위에 표현되는 모티브의 형태와 특성, 레이아웃, 색채 조화 등에 따라 디자인이 가져오는 감성 효과가 달라진다. 문양은 개념상으로는 모티브와 패턴으로 구분되는데, 모티브는 문양을 이루는 기본 단위의 형태이며, 패턴이란 하나 또는 다수의 모티브들이 여러 가지 방식으로 배열되고 조합되어 형성되는 것이다. 한편, 레이아웃이란 텍스타일 디자인 과정에서 모티브들을 평면에 배열하는 방식 및 기법으로 모티브의 크기, 모티브 간의 방향 대비, 반복 배열 기법, 모티브와 배경의 면적비 등에 따라 다르게 전개되며, 동일한 종류의 모티브로 구성된 디자인이라 할지라도 주어진

<표 2> 매화꽃을 모티브로 한 문양 패턴

모티브	모티브의 컬러 적용	배경색 적용	반복 패턴	45° 각도 반복 패턴
	1-1 			
	1-2 			
	2-1 			
	2-2 			
	3-1 			
	3-2 			

공간 내에서 모티브가 어떻게 배열되는가에 따라 전체 문양이 주는 느낌은 달라질 수 있으므로 레이아웃






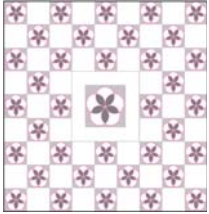

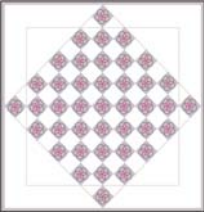
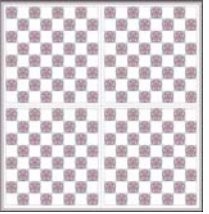




은 텍스타일 디자인에서 중요하게 고려되어야 할 문제라고 할 수 있겠다¹⁹⁾.

19) 조현승, 이주현, “소비자 감성분석을 기반으로 한 꽃문양 스카프디자인의 레이아웃 기법 제안: 제 1보,” 한국감성과학회지 1권 2호 (1998), p. 24.






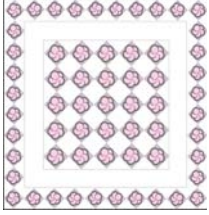
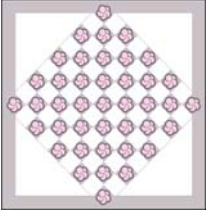
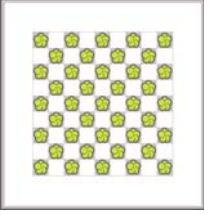
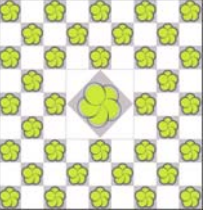
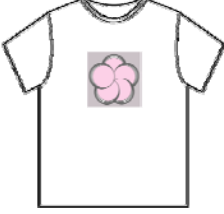


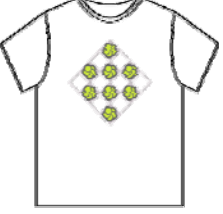
본 연구에서는 실제 매화꽃의 형태를 단순화, 생략, 반복, 중첩 등을 통해 현대적인 이미지의 기본 모티브를 설정하였고, 이를 다시 정사각형의 바둑판 배열에 적용하거나 각도의 변형을 통해 모던한 이미지

를 갖도록 하였다. 특히 넥타이와 스카프 디자인의 경우 상하좌우 대칭 및 모티브와 배경의 면적비 등을 고려하여 세련된 현대적 이미지를 표현하도록 하였다. <표 3, 4, 5>는 각 매화 꽃문양의 모티브 디자인






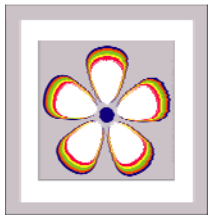
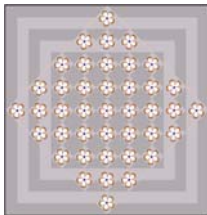
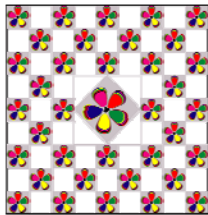
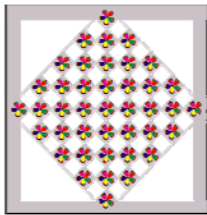
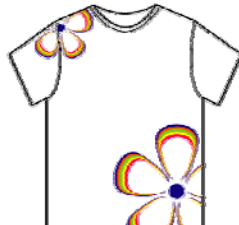
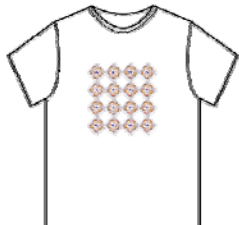


<표 3> 모티브 1의 패턴물을 적용한 패션 문화 상품 디자인

모티브 1 	넥타이				
	스카프				
	티셔츠				

<표 4> 모티브 2의 패턴물을 적용한 패션 문화 상품 디자인

모티브 2 	넥타이				
	스카프				
	티셔츠				

<표 5> 모티브 3의 패턴물을 적용한 패션 문화 상품 디자인

모티브 3 	넥타이				
	스카프				
	티셔츠				

패턴물의 결과를 넥타이, 스카프, 티셔츠 등에 적용하여 패션 문화 상품의 디자인으로 개발한 것이다. 디자인 넥타이에는 각 모티브에서의 반복 패턴과 45°각도 반복 패턴을 그대로 적용하여 모던하고 세련된 이미지를 갖도록 하였다. 스카프 문양 배열의 경우 사용할 때 접혀지는 상태에서 문양의 효과가 높아지도록 구성하는 것이 좋으며, 가장자리와 사각 모서리 부분 및 중심부분을 강조하여 배치하는 것이 일반적이다. 따라서 이러한 점을 염두에 두고 각 모티브에서의 반복 패턴과 45° 각도 반복 패턴의 응용, 스카프의 면적 분할, 모티브와 패턴의 혼합 사용 등 다양한 응용을 통해 모던하면서도 화려한 이미지를 갖도록 하였다. 티셔츠에는 각 모티브에서의 반복 패턴과 45° 각도 반복 패턴의 응용, 모티브의 확대와 축소, 모티브와 패턴의 혼합 사용, 색상의 변화 등 다양한 응용을 통해 모던하면서도 캐주얼한 이미지를 갖도록 하였다.

V. 결 론

문화 상품은 제품에 문화적 요소를 가미, 고부가 가치 상품을 창출하는 것으로 한 국가와 지역의 정체

성과 이미지를 담아낼 수 있는 정신적 가치와 심리적 특성이 내재되는데, 특히 오늘날과 같은 문화와 디자인이 강조되고 있는 시점에서 고유의 정서와 전통, 그리고 현대적인 감각의 접목을 통한 독창적인 문화 상품의 개발과 보급은 경제적 가치 이상의 의미를 갖는다고 하겠다.

본 연구는 매화꽃을 디자인 개발의 소재로 선택하여 매화의 이미지를 현대적으로 재해석하고 패턴을 제작하여 다양한 아이템에 적용함으로써 한국적이면서 현대적이고 경쟁력 있는 패션 문화 상품 디자인을 개발하고자 하였다. 연구 방법은 컴퓨터 디자인 프로그램인 Adobe Illustrator10을 이용하여 매화 꽃잎을 모티브 화하고 패턴물로 전개하였다.

매화는 이른 봄에 추위 속에 피는 강건한 특성으로 예로부터 훌륭한 덕성을 지닌 군자의 강인한 절개와 여인의 지조 및 세속을 초월한 은일로 상징되었으며, 봄을 알리는 전령사로 우리 생활 주변에서 사랑받는 주체로 다양한 분야에 표현되어졌다. 이러한 매화의 상징적 이미지와 사실적인 꽃의 형태를 바탕으로 형태의 생략과 단순화, 중첩, 반복 및 그래픽적인 요소를 이용해 새로운 조형적 이미지의 기본 모티브 3개를 설정하였으며, 각 모티브마다 색상의 변화와

전환, 혼합 등을 통해 모티브의 변형 패턴을 전개하였다. 각각의 설정된 모티브의 반복 단위는 사각형을 이용한 바둑판 배열과 조합하여 패턴 반복과 45° 반복 기법을 사용하여 기하학적인 문양과 꽃문양의 혼합을 표현하였고, 패션 문화 상품의 각 아이템에 적합하도록 디자인의 방향을 설정하였다. 그리고 모티브 패턴의 결과물을 우리 실생활에서 밀접하게 소비되어질 수 있는 넥타이와 스카프, 티셔츠 등 패션 문화 상품에 공통적으로 적용시켜 각 아이템의 상품 기획 구성에 있어서도 서로 통일성과 실용성을 가질 수 있게 하였다.

매화꽃뿐만 아니라 우리만이 가지고 있는 고유한 문화적인 요소들을 이용하여 현대적인 트렌드와 접목한 미래적인 시각으로 바라봄으로써 보다 독창적인 문화 상품을 개발할 수 있을 것이다. 또한, 본 연구결과를 바탕으로 다양한 색상과 디자인 변형 및 응용을 통해 보다 다양한 디자인을 전개할 수 있으며, 넥타이나 스카프, 티셔츠 외의 기타 패션 소품이나 생활 소품, 전반적인 의류 등 다양한 독창적인 이미지의 패션 문화 상품에 전개할 수 있어 후속 연구를 기대할 수 있겠다.

참고문헌

강은선 (1997). “우리나라 문화 상품의 디자인 개발 진흥정책에 관한 연구.” 매일경제연구소.
 강희안 (2000). 양화소록. 서울: 을유문화사.
 김애숙 (2003). “광주시립미술관 문화 상품개발에 관한 연구.” 한국공예논총 6권 1호.
 김지선 (2007). “한국전통 꽃문양의 상징성과 형태 및 색채특성에 따른 조형성.” 연세대학교 대학원 박

사학위논문.

박미령, 김상률 (2006). “유용생물자원을 이용한 천연 염료의 개발 및 문화 상품전개.” 한국의류산업학회지 8권 6호.
 윤정 (2003). “패션트렌드 디자인에 나타난 꽃문양의 특성에 관한 연구.” 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
 이상필, 김선홍 (2007). “CAD를 활용한 합평나비축제 문화 상품 디자인 콘텐츠 연구.” 복식문화연구 15권 5호.
 이상희 (1999). 우리 꽃 문화 답사기. 서울: 넥서스.
 이상희 (2004). 매화. 서울: 넥서스.
 이재민 (2002). “지역문화를 기반한 패션 문화 상품개발연구.” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
 이종분, 이수철 (2000). “한국의 전통적 곡선미를 이용한 문화 상품 개발에 관한 연구.” 디자인연구집 6권 1호.
 이주연 (2007). “꽃문양을 이용한 생활용품디자인.” 목원대학교 대학원 석사학위논문.
 전승현 (2002). “조선시대 매화문을 응용한 복식디자인 연구.” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
 정은슬기, 정성혜 (2001). “우리나라 관광쇼핑상품의 시장현황과 패션 문화 상품개발에 관한 연구.” 한국패션디자인학회지 1권 1호.
 정진순 (2004). “연꽃문양을 이용한 직물디자인 개발 및 문화 상품 제작.” 한국의류산업학회지 6권 4호.
 조현승, 이주현 (1998). “소비자 감성분석을 기반으로 한 꽃문양 스카프 디자인의 레이아웃기법: 제 1보.” 한국감성과학회지 1권 2호.
 문화예술 (1998년 3월). “21세기 문화산업 어떻게 할 것인가.”