

현대패션에 나타난 국기(國旗)를 이용한 디자인에 관한 연구

김 선 영

순천대학교 패션디자인학과 조교수

A Study of Design Using National Flags in Modern Fashion

Sun-Young Kim

Assistant Professor, Dept. of Fashion Design, Suncheon National University

(투고일: 2008. 9. 3, 심사(수정)일: 2008. 10. 8, 게재확정일: 2009. 3. 1)

ABSTRACT

The purpose of this study is to discuss the modern fashion design that incorporates national flags, by each country, methods of their expressions and distinct characteristics. Moreover, it intends to contribute in creating the image of Korea and our own unique fashion identity through creative designs that coincides with the modern trend by adopting Taegueukgi. The results of this study can be summarized as follows: The American flag and the British Union Jack were most widely used and even though it was less frequent, flags of the France, Korea, Israel, Germany as well as Argentina have been featured in modern fashion. The expression methods also varied and it demonstrated the unlimited options as to how a flag can be presented. Some used the traditional flag as is. Some only used a portion of a flag or its colors as a motive or sometimes the flags were completely redesigned. There are distinctive characteristics when flags are incorporated into fashion. First, the shapes or colors of the flags were used to emphasize the image of a country in rather simple silhouette without many details. Second, through altered shapes, shades, colors or rearrangement, the country's image is presented in more subtle, indirect manner. Third, a flag is a mere element of a formation with various changes to its shape or color, and it no longer holds the traditional significance of a flag. It may also represent the playful or ironic image by combining with other items or execution techniques.

Key words: national flags(국기), emphasis(강조성), suggestion(암시성), pleasure(유희성)

I. 서론

어느 나라 어느 민족을 막론하고 그 나라를 상징하는 국기가 있다. 이것은 그 나라의 심벌이며 민족성을 상징하고 국가의 주권을 대표하는 숭고한 표현으로 세계 어느 나라에서나 국기를 소중히 하는 것은 국가와 국민의 상징으로서 우러러보고 사랑하기 때문이다. 그러나 제 2차 세계대전 이후 국기의 용도는 주로 한 나라 안에서만 의미를 갖던 이전의 관례를 벗어나 그 영역이 확대되어 오늘날 국기는 국가간의 커뮤니케이션을 수행하는데 있어서 각국의 고유한 특성들을 표시해내는 구실을 한다. 한 나라의 정체성을 가장 분명하게 표현하는 시각적 상징으로서 국기의 시각적 형태는 그 나라의 내면적인 관념에 바탕을 두고 역사와 미래를 대변하게 되므로¹⁾ 오늘날 국가들 사이의 관계가 긴밀해지고 그와 함께 국기를 사용하는 일도 빈번해지면서 국기들이 지니고 있는 시각적인 표현에 대한 관심 또한 증대되고 있다.

그러나 세계 여러 나라의 국기 중 미국의 성조기나 영국의 유니언 잭처럼 다양한 제품에 활용된 국기도 있지만 대부분의 국기는 포스터나 광고, 기념품 또는 특정 행사시의 유니폼, 운동선수의 유니폼 등에 이용되고 있으며, 국기에 대한 연구²⁾는 국기자체의 디자인 효용성에 대한 연구나 국기의 상징성에 대한 지리학적 연구 또는 국기를 소재로 한 유니폼 디자인 연구, 일반 제품디자인을 위한 활용방안 등으로 현대패션에서 국기를 이용한 디자인에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구는 현대패션에 나타난 국기를 이용한 디자인에 관한 연구로 각 국가별로 구분하여 어떠한 방법으로 국기를 표현하고 있으며, 그 특징이 무엇인지 알아보고자 한다. 현대패션의 경향이 다양한 장르와 연계되고 고정관념에서 탈피하여 자유롭게 전개되고 있는 시점에서 권위주의나 국가의 정치적 산물이 아닌 디자인적 요소로서 국기를 이용하여 표현되는 패션에 관한 연구는 의의가 있다 하겠다. 특히 다양한 디자인분야에 있어 차별화된 강력한 브랜드 구축 및 이미지를 위해 자국의 문화나 특징적

상징성을 이용하여 디자인함으로써 한 국가의 이미지를 표출하고 자국의 아이덴티티를 구축할 수 있다. 따라서 이러한 연구를 통해 현대패션에 있어 태극기를 이용하여 현대적 트렌드에 부합될 수 있고 한국의 이미지를 보다 새롭게 창출하는 디자인으로 전개할 수 있는 기초자료를 제공할 수 있다고 생각한다. 연구방법은 먼저 이론적 배경으로서 문헌고찰을 통해 국기에 대한 개념과 국기를 이용한 디자인의 사례를 알아보고, 1990년대 이후 현대패션에 나타난 국기를 이용한 디자인은 국내의 패션잡지와 컬렉션 지, 인터넷 검색 등을 통한 실증적 연구를 하였으며, 운동선수의 경기용 유니폼은 제외하였다.

II. 이론적 배경

1. 국기의 어원과 개념

기(Flag)라는 영어 단어는 고대 색슨 어와 게르만어의 플라켄(Flaken), 플레오간(Fleogan)에서 파생된 언어로,³⁾ 국기의 사전적 의미는 한 국가의 존위와 존엄을 표상하는 것으로서 국가의 전통과 이상을 특정 한 빛깔과 모양으로 나타낸 기이다.⁴⁾ 넓은 의미에서 보면 고대 국가의 여러 부족이나 집단의 표시로 사용된 깃발도 국기로 볼 수 있으나 현대의 국기와 관련이 있는 깃발이 사용된 것은 십자군 원정 이후의 일로서 중세의 기사들이 사용한 문장이나 기장은 여러 국기의 기원이 되고 있다. 세계에서 가장 오래된 국기는 덴마크의 <단네브로(Dannebrog)>로, 1219년 울디마르 2세가 이교도와 싸우게 될 때 신의 계시로 적색지에 백 십자기를 군기로 삼았다가 큰 승리를 거둔데서 유래된 것이다.⁵⁾

봉건시대도 기장과 같은 것이 사용되었으나 그것은 황제나 군주 또는 황실의 권위를 유지하기 위하여 채택된 것이지 결코 일반 국민이나 국가의 상징성을 의식하여 제정된 것은 아니며, 이러한 깃발이 진정한 의미의 국기로서 국가를 상징하게 된 것은 봉건시대의 전제군주제가 무너지고 근대 입헌 주의적 국민주권국가가 탄생된 프랑스 혁명 때 이후이다. 그 당시 루이 16세의 폭정에 저항하여 들고 일어난

혁명부대가 사용한 깃발인 삼색기가 현재의 프랑스 국기로 되었는데, 이 삼색기는 절대군주제를 타파하고 국민주권을 탄생시킨 시민혁명의 상징이라 할 수 있다.⁶⁾

이와 같이 국기는 사용하는 사람이나 집단에 따라 자신들의 정체나 목적을 드러내는 도구로 나름대로의 형태, 모양, 색채 등을 통해서 자신들을 다른 사람 혹은 집단과 구별하도록 하였는데 이는 국기가 단순히 정체성만을 표현하는 도구가 아니라 미래에 대해 희망과 기대와 의지를 공유하는 집단의 정신적인 가치를 포함하는 개념이라 하겠다.

2. 국기의 형태와 색상

오늘날 국기의 규격은 네팔을 제외한 모든 국기가 장방형 아니면 정방형으로 구성되는데, 기폭의 가로와 세로의 비는 스위스처럼 결정하지 않은 나라도 있으나 대부분 일정한 비율을 정하고 있다. 국기의 중형비에서 가장 많은 것은 2:3의 규격으로 한국·일본 등이 속하며, 1:2의 비율인 나라는 영국·오스트리아·뉴질랜드 등이 있다. 이 외에 정사각형모양인 바티칸, 5:8의 스웨덴·폴란드, 10:19의 비율인 미국, 11:18의 비율인 핀란드 등 다양한 규격이 있다.⁷⁾

국기의 색상은 멀리서도 눈에 잘 띄고 쉽게 알아볼 수 있도록 백색을 포함하여 적, 청, 황, 녹색 등 선명하고 인식하기 쉬운 것을 사용하고 있으나, 국기에 사용되는 색은 같은 계통의 색이라도 나라와 민족의 특성에 따라 많이 다르게 사용된다. 국기에 표현된 상징물의 경우 태양, 별, 달 등 천체의 여러 형상을 표현하거나 또는 천연자원, 관광 등이 국가의 주요 수입원이거나 지리적 위치가 중요시 되는 나라들은 국토의 모양이나 풍경을 표시하기도 한다. 또 국기 소재로 등장하는 동식물은 대부분 그 나라의 특산물이거나 건국신화와 관련된 것들이 많으며, 자국의 국가명이나 특정 종교의 한 구절을 국기에 담기도 하며, 인물이나 신체의 일부분을 국기에 표현하거나, 태극기와 같이 철학적 내용을 담고 있는 경우도 있다.⁸⁾ 이와 같이 어느 국가든지 한 나라의 시각적 상징은 국기라는 매체로 그 이미지가 집약된다. 이것은 특정 국가의 구성원 즉 국민의 과거로부터의

문화적 배경과 미래지향적 이상을 하나의 축약된 심벌로 표현하는 것이며 따라서 여러 가지 의미가 부여되는 것이다.⁹⁾

3. 국가상징과 국가이미지로서의 국기

국가상징이란 국제사회에 한 국가가 존재한다는 사실을 알리기 위해 자기 나라를 잘 알릴 수 있는 내용을 그림, 문자, 도형 등으로 나타낸 징표로서 국민적 자긍심의 상징이라 할 수 있다. 국가 상징은 어느 한 순간에 인위적으로 만들어진 것이라기보다는 오랜 세월 동안 국가가 형성되는 과정에서 그 나라의 역사, 문화, 사상이 스며들어 자연스럽게 국민적 합의가 이루어져 만들어진 것이다. 따라서 국가 상징은 연령이나 신분, 빈부의 격차에도 불구하고 그 나라 국민이면 누구도 부정할 수 없으며 누구나 공감하고 하나가 될 수 있는 최고의 영속적인 가치를 갖는다. 따라서 국가적 상징은 그 사회의 신화와 이데올로기를 종합적으로 표현하는 것이며 국가적 가치관이나 신념을 나타내 준다.¹⁰⁾

오늘날 모든 국가는 그 나라를 상징적으로 대표하는 표식으로서의 국기, 국가, 국화, 국토를 가지고 있다. 특히 국기는 이제 단순히 특정의 국가를 나타내고 다른 나라와의 구별을 위한 깃발이 아니고 독립된 주권의 상징으로 변모하였고, 이에 따라 어떤 국가의 국기에 대한 취급은 그 나라에 대한 외교적인 문제로까지 등장할 뿐만 아니라 한 국가의 이미지를 인식시키는데 큰 역할을 한다.

국가이미지란 이미지의 개념을 국가라는 차원으로 투사한 것으로서 국제사회에서 인식되는 한 나라의 이미지를 뜻한다. 국가 이미지는 '어떤 국가 혹은 그 나라 국민들에 대해서 사람들이 가지고 있는 인지적 묘사' 혹은 '어떤 국가 또는 그 나라 국민에 대해서 사람들이 일반적으로 사실이라고 믿고 있는 것'으로 정의할 수 있다.¹¹⁾ 즉 국가가 이미지 형성의 대상이 되는 경우 어떤 국가에 대하여 사람들이 갖는 다양한 정보를 바탕으로 형성된 종합적이고 복합적인 심상이며¹²⁾ 몇 가지 단어로 설명해 내기 어려운 추상적 무형적 이미지로 그 나라의 역사, 정치, 문화, 외교, 경제, 사회 및 예술, 스포츠 등의 요소가 복합적

으로 작용하는 것으로 내외국인들의 평가가 종합적으로 반영되어 형성된다.

국가이미지가 국가 경쟁력과 심리적 친밀도를 바탕으로 형성되는 어떤 국가에 대한 사람들의 종합적이고 복합적인 심상이라면 국가브랜드는 사람들로 하여금 특정국가의 집단이나 제품, 서비스를 식별하고 다른 국가와 구별하도록 의도된 이름 및 이에 따른 용어, 기호, 심벌, 디자인 또는 이것들의 조합이라고 정의할 수 있다. 예를 들어 국명, 국기, 국화, 국가, 원산지 표기명 등이다.¹³⁾ 이러한 국가 상징들은 한나라의 국민을 하나로 통합하는데 중심체 역할을 할 수 있는 공식적인 표상으로서 대내적으로는 국민적 일체감을 조성하고 대외적으로는 국제사회에서 그 나라의 이미지를 부각하는데 매우 중요한 역할을 하고 있다.

4. 국기를 이용한 디자인 사례

국가 상징이란 국제사회에 한 국가가 존재한다는 사실을 알리기 위해 자기 나라를 잘 알릴 수 있는 내용을 그림, 문자, 도형 등으로 나타낸 징표로서 국민적 자긍심의 상징이라 할 수 있다.¹⁴⁾ 국가 상징은 어느 한 순간에 인위적으로 만들어진 것이라기보다는 오랜 세월 동안 국가가 형성되는 과정에서 그 나라의 역사, 문화, 사상이 스며들어 자연스럽게 국민적 합의가 이루어져 만들어진 것이다.

이러한 국가 상징물로 표현되는 국가이미지에는 예술의 차원만이 아니라 시각 환경과 인간의 의식구조, 인간의 존재방식과 권력의 작용방식 전반에 걸친 문화가 투영되어 나타난다. 지식, 정보, 디지털 환경에서는 하드웨어보다 무형적 가치인 소프트파워가 더욱 중요해지고 있는데 소프트파워란 풍요한 문화, 매력적인 이념, 그리고 감성적인 제도에서 나오는 것으로서 제품 내에 기능적인 유형적 가치보다 소비자의 인식과 심리저변에 존재하는 무형적 가치를 중시하는 것을 말한다.¹⁵⁾ 가까이는 가방, 스카프, 의류, 식기 등과 같은 생활용품에서부터 여러 디자인 제품에 이르기까지 국기를 심벌화 시켜 그대로 제품에 부착 시킴으로서 한눈에 보아도 그 나라 제품임을 알 수 있도록 하는 등 차별화되고 강력한 브랜드를 구축하

기 위한 방법의 하나이다. 즉 자국의 문화나 특징적 상징성을 응용, 디자인함으로써 한 국가의 이미지를 표출함과 동시에 세계 여러 나라에까지 영향을 주게 되는데, 문화선진국의 기업에서는 자국을 대표할 수 있는 상징적 시각적 이미지나 특히 국기를 디자인 소재로 응용하여 브랜딩 하는 사례가 많다.

1997년 영국의 경우 직, 간접적으로 경쟁관계에 있던 여러 선진국들에 비해 뚜렷한 국가 이미지를 가지고 있지 못하자 영국만의 국가 이미지를 구축하기 위해 정부와 기업이 함께 노력하였다. '패널 2000'이라는 정부와 민간의 협력을 통한 조사를 통해 영국의 국가 이미지의 핵심을 '창의성'으로 정의하였고 다양한 분야에서 이러한 메시지를 전달하려 하였다. 영국디자인협회는 'Millennium Product Project'의 테마로 2000년 창의적인 디자인의 비전과 방향을 제시하였고, 토니 블레어 총리와 세계적 팝 그룹인 스파이스걸스가 해외에서 영국제품의 판촉을 위해 행사에 참여하고 영국의 국기인 유니온 잭의 다양하고 실용적인 디자인을 보여주고 상품화하여 이러한 창의적인 이미지를 강화하기 위해 노력하였다.¹⁶⁾ 또 영국국기인 유니온 잭은 특정회사의 심벌마크로 이용되는데, 의류브랜드 '미치코 런던'에서는 유니온 잭을 심벌마크로 하여 유니온 잭의 형태는 그대로 유지하면서 폭과 길이의 비례를 다양하게 하여 제품에 적용하고 있다.¹⁷⁾

스위스의 경우 국가브랜드 이미지가 매우 좋게 평가되고 있는데, 스위스 시계브랜드 '스와치'는 스위스 국기를 브랜드 로고에 그대로 사용하고 있으며, 프랑스 국기를 사용하는 브랜드로는 유아복 브랜드인 '압소바'가 있고, 캐나다 국기의 11각 단풍잎을 활용하는 기업에는 의류브랜드인 '루츠'가 있다. 루츠는 캐나다 국기를 사용하여 '편안하고 자유로운 나라 캐나다'의 이미지를 제품에 연결하는 마케팅 전략으로 세계시장으로 확대되고 있다. 또 국기를 활용하는 패션 브랜드로는 미국의 '폴로'가 대표적이다. 폴로는 아예 미국국기를 제품에 표시하고 생산되는 의류제품의 컬러도 미국 국기의 색인 레드, 블루, 흰색을 많이 사용하고 있다. 또한 '토미 힐퍼거' 역시 미국국기의 삼색, 형태이미지를 응용하여 클래식 아메리칸 스타

일로 명성을 떨치고 있다.

국내 스포츠 캐주얼브랜드의 경우도 외국의 국기를 이용한 이른바 국기 마케팅이 확산되고 있는데, '카파', '콜하스', '에스크' 등 업체들이 외국의 국기를 디자인 모티브로 이용하거나 제품의 전면에 배치하는 방법으로 외국의 국기를 활용하고 있다. CI 인터내셔널의 '카파'는 이태리 국기의 고유 컬러인 레드와 화이트, 그린을 제품에 반영하여 브랜드의 오리지널리티를 살리기도 하였고, 신원의 '콜하스'는 스포츠 라인에 북유럽 5개국의 국기에 있는 십자가와 엠블럼을 디자인 테마로 활용하여 북유럽의 감성과 문화를 표현한 마케팅을 펼치기도 하였으며, '리복'을 비롯해 '흙', '에스크', '크릭스', '지피지기' 등도 영국국기인 유니온 잭을 디자인 포인트로 활용하였다.¹⁸⁾

'힐라' 역시 2004 아테네 올림픽을 앞두고 스포츠 경기에 대한 소비자들의 관심이 높아지자 외국 국기를 디자인 모티브로 활용한 의류와 신발 등 다양한 용품으로 구성된 'FWC(Fila World Collection)라인'을 선보였다. 당시 제품에 활용된 국기는 그리스, 프랑스, 폴란드, 멕시코, 미국, 스위스 총 6개국이나 앞으로 4개국을 추가하여 다양한 제품을 선보일 예정이라고 했는데, 신발 등 일부 제품은 외국에 생산을 의뢰해 오리지널리티를 살릴 수 있도록 했다. 또 '푸마'는 2004년 올림픽 개최국을 테마로 한 'Heritage Edition 라인'을 출시하였는데, 멕시코, 미국, 일본, 이탈리아, 한국 등 올림픽 역대 주요개최국을 모티브로 가슴부분과 바지허리·밑단 등에 국기를 새기거나, 국기 색상을 넣었다.¹⁹⁾

이와 같이 다양한 나라의 국기들이 제품디자인이나 브랜드의 로고로 동일시되면서 활용되고 있는 반면 태극기는 주로 우리나라를 대표하는 단체나, 기업, 관공서, 국제적인 행사에서 심벌이나 로고로 이용되었으나, 2002년 월드컵 이후 국기에 대한 관심이 높아지면서 그 활용범위가 점차 확대되어 패션소품이나 생활용품, 문구, 사무용품 등에 태극기의 형태 및 컬러를 변화시킨 다양한 상품으로 개발되고 있다.

어느 국가이든지 한나라의 시각적 상징은 국기라는 매체로 그 이미지가 집약된다. 오늘날 세계는 교통과 통신의 발달로 국가 간 민족 간의 교류는 다양

해지고 한 나라를 대표하고 인상짓는 각종 시각적 상징물에 대한 관심은 날로 커지고 있다. 미국, 영국, 캐나다 등 여러 나라에서는 오래전부터 자국의 국기를 패던화 시켜 여러 부문에서 응용하고 있는데 이러한 국기 마케팅은 브랜드 컨셉을 명확히 하고 오리지널리티를 살리는데 중요한 역할을 한다고 할 수 있다.

Ⅲ. 현대패션에 나타난 국기를 활용한 디자인과 특성

현대사회에서 국기는 각 국가의 상징이며 민족성을 표현함과 동시에 일종의 기호화된 커뮤니케이션으로 예술과 일상의 실제사이를 연결시켜주는 미학적 소통의 도구라고 할 수 있다.²⁰⁾ 국기에 대한 관심은 본래의 기능을 넘어 특정한 장소와 시대의 문화를 반영하는 사회적인 유산이며, 모든 종류의 상업적 도구에 다양한 방법으로 사용되고 디자인되며 그 용도는 깃발형태의 기념품에서 의류에 이르기까지 자유롭고 다양한 형태로 나타났다. 현대패션에 나타난 국기를 각 나라별로 고찰하면 다음과 같다.

1. 현대패션에 나타난 국기를 활용한 디자인

1) 영국

영국 국기는 1603년 스코틀랜드 왕인 제임스 6세가 영국 왕을 겸하게 되어 스코틀랜드와 잉글랜드 연합왕국의 국기가 성립되었고, 1801년 아일랜드가 합병된 이후 아일랜드기의 디자인이 추가로 합해져서 성 조지(잉글랜드), 성 앤드루(스코틀랜드), 성 패트릭(아일랜드)을 상징하는 십자가의 조합인 오늘날의 영국국기가 완성되었다. 영국국기는 잉글랜드기와 스코틀랜드기가 합해져서 이루어진 이유로 연합기 또는 유니온 잭으로 불리는데,²¹⁾ 유니온 잭은 특정군기, 해군기, 왕실기, 그 밖의 여러 기에서 다른 기와 함께 합성되기도 하며, 하와이 주, 오스트레일리아의 여러 주, 캐나다의 3개주뿐만 아니라 영국 연방 국가들의 국기 한부분에 그려져 있다.²²⁾

유니온 잭의 활용사례는 조형적 측면에서 살펴보

〈표 1〉 영국 국기를 이용한 디자인

국기	영국 국기를 이용한 디자인				
 <p>영국</p>	 <p>〈그림 1〉 Jean Charles de Castelbajac, 2006F/W</p>	 <p>〈그림 2〉 Jean Charles de Castelbajac, 2006F/W</p>	 <p>〈그림 3〉 Comme des Garçons, 2006S/S</p>	 <p>〈그림 4〉 Fake London, 2002S/S</p>	 <p>〈그림 5〉 Fake London, 2002S/S</p>

면 원형을 그대로 활용하거나 십자가와 바탕색 같은 구성요소를 변형시켜 자유롭게 배치하고 장식적인 문자와 패턴을 혼용하기도 하였다. 〈그림 1〉²³⁾은 2006 F/W 장 샤를 드 카스텔 바작(Jean Charles de Castelbajac)의 작품으로 유니온 잭의 원형을 그대로 앞가슴 위에 프린트하고, 스커트 부분에는 다이애나비의 초상화를 프린트한 원피스이고, 〈그림 2〉²⁴⁾는 유니온 잭의 형태를 코트 위로 옮겨 디자인의 한 구성 요소로 활용하였고 영국 근위병의 모자와 함께 연출하여 영국적인 국가의 이미지를 한층 강조한 것이다. 〈그림 3〉²⁵⁾은 2006 S/S에 유니온 잭이 프린트된 핫팬츠와 평키한 타탄체크를 입고 영국 엘리자베스 여왕을 상징하는 왕관을 쓴 곱슬머리 모델들이 대관식 행진곡, 영국 성공회 성가 등에 맞춰 무대를 행진한 콤 데 가르송(Comme des garçons)의 작품으로 영국을 대표하는 모든 아이템을 혼합하여 영국의 이미지를 강조함과 동시에 유희적인 이미지를 나타냈다.

이와 같이 유니온 잭의 색상과 형태를 그대로 활용하기도 하고, 〈그림 4〉²⁶⁾와 같이 셔츠 몸판에 유니온 잭의 모티브를 살리고 각기 다른 패턴으로 변화를 주어 스포티한 스타일로 연출하거나, 〈그림 5〉²⁷⁾와 같이 유니온 잭에 형태는 그대로 살리고 색상에만 변화를 주어 다른 여러 가지 패턴과의 조합으로

유머러스한 이미지를 표현하기도 하였다.

2) 미국

미국의 국기는 일반적으로 성조기(Stars and Stripes)라고 하는데 미국인들은 오랜 영광(Old Glory)이라고도 부르고 있다. 성조기가 미국국기로 정해진 것은 1777년이며 그 후 수가 증가할 때마다 별이 하나씩 늘어 1959년 하와이가 주로 승격됨으로써 오늘날과 같은 50성 13조의 성조기가 되었다.²⁸⁾ 옆으로 그려진 7개의 붉은 줄과 6개의 흰줄을 합한 13개의 줄은 미국이 처음으로 독립한 당시의 13주를 상징하고 푸른색 위에 그려진 50개의 별은 주의 수를 나타내고 있다. 성조기로 상징되는 미국인들은 개방적이고 명랑하며 활기에 찬 미국이라는 이미지로 인종과 민족의 배경을 넘어서 미국적인 사회와 문화 위에 정착한 국민적인 공통성이라 할 수 있는데, 성조기의 흰색은 깨끗한 행정기관을, 빨강은 권력 앞에 용기 있고 정의로운 사법기관을, 파랑은 정의로운 입법기관을 의미한다.²⁹⁾

성조기의 활용사례는 조형적 측면에서 살펴보면 성조기의 구성요소인 별과 스트라이프의 형태상의 응용으로 나타난다. 형태상의 응용을 몇 가지로 분류해보면 성조기를 그대로 표현한 예, 성조기의 외형만 변형시킨 예, 구성요소인 별과 스트라이프를 자유롭게



게 배치시켜 성조기의 이미지를 표현한 예로 나눌 수 있다.

먼저 성조기를 그대로 표현한 예로 <그림 6>³⁰⁾은 오스카 드 라 렌타(Oscar de la renta)의 작품으로 2002 S/S 컬렉션 개최 시 참석한 모든 에디터와 바이어에게 성조기 완장을 나누어 주었고 모델들 역시 모든 작품에 이 완장을 연출하고 등장하였는데³¹⁾ 그림과 같이 흰색 원피스 위에 성조기가 프린트된 팔찌 같은 완장을 매어 장식의 효과를 나타냈고, <그림 7>³²⁾은 도나카란(Donna Karan)의 흰색 드레스로 허리 아랫부분에 작은 성조기를 붙여 장식의 효과를 나타냈는데, 이러한 작품들은 2001년 발생한 9.11 테러에 대해 미국의 디자이너들의 테러에 대한 분노와 세계평화에 대한 기원을 표현한 것으로 성조기 원형을 그대로 이용하여 미국의 이미지를 강조하였다. 이

러한 테러의 여파는 미국패션계에 큰 영향을 미쳐 테러 이후 편안함과 안전함에 대한 선호도가 증가했으며, 미국 내에서는 빨강, 파랑, 흰색 등 애국심을 강조하는 성조기 컬러가 큰 인기를 끌었고 패션잡지사들도 성조기를 배경으로 한 화보를 실기도 하였다.³³⁾

국기의 외형만 변형시킨 것으로는 <그림 8>³⁴⁾과 같이 성조기의 원형을 그대로 살리되 약간 바란 듯한 색상으로 변화를 주었고 마치 로봇과 같은 부츠, 카우보이모자와 함께 연출하여 미국의 과거와 현재, 미래를 동시에 보는 것 같은 유희적인 이미지를 나타냈다. <그림 9>³⁵⁾는 2006 F/W에 존 갈리아노(John Galliano)가 남부군을 주제로 애국심과 미국의 근간을 이루는 노동자 계급을 표현한 컬렉션의 한 작품으로 성조기의 색상 톤을 변형시키고 바람에 날리는 형태로 표현한 것이다. 또 성조기 형태는 그대

<표 2> 미국 국기를 이용한 디자인

국기	미국 국기를 이용한 디자인			
 미국				
	<p><그림 6> Oscar de la renta, 2002S/S</p>	<p><그림 7> Donna Karan, 2002S/S</p>	<p><그림 8> Beauty: Beast, 1999S/S</p>	<p><그림 9> John Galliano, 2006F/W</p>
				
	<p><그림 10> D&G, 2002S/S</p>	<p><그림 11> Catherine Malandrino, 2001F/W</p>	<p><그림 12> Catherine Malandrino, 2001F/W</p>	<p><그림 13> Number Nine, 2006S/S</p>

로 유지하면서 의류나 각종 제품에 적용하기도 하는데 <그림 10>³⁶⁾과 같이 성조기와 일러스트, 문자 등을 접목하여 사용한 예도 있다.

또 성조기의 외형을 그대로 유지하기보다는 성조기의 구성요소인 별과 스트라이프의 배치를 자유롭게 표현하여 변형된 디자인으로도 표현되었다. 2001 F/W에 카트린 말란드리노(Catherine Malandrino)는 <그림 11>³⁷⁾과 같이 성조기의 별과 스트라이프 모티브를 이용하여 스웨터로, 또 <그림 12>³⁸⁾와 같이 스트라이프를 다양한 방향으로 변형시키고 별모양을 혼합한 시폰 소재의 원피스로 표현하는 등 미국의 독립기념일 같은 성조기 프린트의 시리즈를 다양하게 표현하였는데 이러한 작품들은 성조기 색채인 청색과 적색이 어우러져 성조기의 이미지를 강하게 나타내며, 울동적 이미지가 강조된다 하겠다. 또한 성조기의 모티브인 별과 스트라이프를 혼합하지 않고 <그림 13>³⁹⁾과 같이 바지 양쪽에 각각 양분하여 배치시켜 자유로운 이미지로 성조기의 폭 넓은 응용가능성을 제시하기도 하였다.



3) 프랑스

프랑스 국기는 귀족을 상징하는 청색, 왕을 상징하는 흰색, 무산계급 또는 서민계급을 상징하는 붉은색의 3색으로 이루어졌으며, 프랑스 대혁명의 해인 1789년 최초로 사용되었다. 프랑스 혁명도중 루이 16

세가 파리 시청을 방문 한때 혁명세력과 화해한 적이 있었는데 이때 부르봉 왕가의 상징인 백색과 파리의 상징인 청색, 적색을 합하여 국왕과 국민의 화합의 상징으로 3색 기가 만들어졌다. 자유 평등, 박애는 프랑스의 국민정신을 뜻하는 것으로 국기의 3색 의미와는 관련이 없으며, 프랑스 국기는 3색 기의 원조로서 의장 면에서 세계 여러 나라가 영향을 받아 각각 다른 색깔의 3색 기를 사용하는 나라가 많다.⁴⁰⁾ 프랑스 국기가 파랑, 흰색, 빨강의 세로줄로 구성된 반면, 네덜란드, 유고슬라비아, 룩셈부르크, 러시아 등은 3색을 이용하여 색의 순서만 다를 뿐 가로줄로 배열하고 있다.

프랑스 국기의 활용사례는 조형적 측면에서 살펴보면 국기의 구성요소인 스트라이프를 다양하고 자유롭게 배치시키거나 3색을 이용하여 이미지를 표현하고 있다. <그림 14>⁴¹⁾는 헤어밴드와 짧은 블루중예 프랑스 국기의 색을 암시적으로 연상시키는 빨강, 파랑, 흰색을 면 분할을 이용하여 세련되고 활동적인 이미지를 표현한 것이다. <그림 15>⁴²⁾는 흰색 원피스 위에 3색으로 된 허리밴드를 연출하여 프랑스 국기의 이미지를 암시적으로 사용하여 장식의 효과를 나타냈으며, <그림 16>⁴³⁾은 프랑스의 국조인 수탉을 로고로 한 프랑스 스포츠 브랜드 'Le coq sportif'의 제품으로 티셔츠 어깨부분에 프랑스 국기의 스트라이프를 장식 선으로 활용하여 스포티한 이미지를 나

<표 3> 프랑스 국기를 이용한 디자인

국기	프랑스 국기를 이용한 디자인			
 <p>프랑스</p>	 <p><그림 14> Jean Charles de Casteibajac, 2002S/S</p>	 <p><그림 15> Antoni&Alison, 2002F/W</p>	 <p><그림 16> Le coq sportif, 2004S/S</p>	 <p><그림 17> Dirk bikkemberg, 2002F/W</p>

타내는데 국기의 형태와 색을 그대로 이용하여 국가의 이미지와 브랜드의 이미지를 동일화 시켜 강조한 예라 하겠다. 또 <그림 17>⁴⁴⁾과 같이 프랑스 국기의 스트라이프를 변형하여 몸에 피트한 가죽바지에 적용시켜 여성스러운 매력을 표현하기도 하였다.

4) 한국

태극기가 우리나라 국기로 처음 상징된 것은 1882년 수신사 박영효가 국기의 필요성을 절감하고 고종의 허락을 받아 일본을 방문하러 가던 중 선상에서 그린 것으로 기록되어 있으며, 태극기가 오늘날과 같은 디자인으로 통일 제정된 것은 1949년 당시 이승만 대통령의 지시로 국기 제정위원회를 구성하여 제정한 것이다.

태극기는 흰색 바탕에 기원 중앙에는 적색과 청색의 태극이 도안되어 있고, 사방 모서리의 대각선상에는 건(乾)·곤(坤)·이(離)·감(坎)의 사괘가 검은색으로 그려져 있다. 태극은 우주자연의 궁극적인 생성원리를 상징하며, 빨간색은 존귀와 양(陽)을 의미하고, 파란색은 희망과 음(陰)을 의미하는 창조적인 우주관을 담고 있다. 또 태극기의 사방에 위치한 4괘 즉 건, 곤, 감, 이가 배치되어 있는데, 건, 감이 상단 좌측과 우측에 있고 이, 곤이 하단 좌측과 우측에 검은색으로 그려져 있다. 이 4괘는 주역의 기본이 되는 사상으로 창조적인 우주관을 담고 있는데 건은 천

(天)·춘(春)·동(東)·인(仁), 곤은 지(地)·하(夏)·서(西)·의(義), 이는 일(日)·추(秋)·남(南)·예(禮), 감은 월(月)·동(冬)·북(北)·지(智)를 뜻한다.⁴⁵⁾ 태극기의 4괘는 태극도형과 더불어 우주만물이 생성, 발전하는 대자연의 이치를 나타내며, 조형적으로 이 4괘는 원에 비해 선적인 성격이 강하게 표현되는 요소로서 태극 원을 사방에서 감싸는 형태를 하고 있다. 태극기의 도형이 지니고 있는 의미는 창조, 발전, 자유, 평등, 무궁의 뜻을 지니고 있을 뿐만 아니라 태극기의 바탕인 흰색은 깨끗하고 맑은 백의민족의 순결성과 단일성을 상징하는 동시에 모든 것을 포용하는 뜻을 지니고 있다.⁴⁶⁾

미국의 성조기나 영국의 유니언 잭이 다양한 분야에서 폭 넓게 활용된데 반해 태극기는 국가 권위주의 상징물의 하나로 인식되어 다양한 제품에 활용되지 않았으나, 2002년 월드컵을 기점으로 태극기에 대한 태도변화로 인해 친근한 이미지로 사람들을 하나로 묶어주는 매개체의 역할을 담당하여 각종 응원 도구로 다양하게 활용되었고, 월드컵 경기 동안 태극기는 한국 팀에 대한 애정의 표현과 승리를 기원하는 상징으로 활용되었다. 즉 태극기라는 것이 국가의 상징이나 권위의 상징물이 아닌 한국 축구 대표 팀의 상징이며 하나의 문양으로 또 디자인으로 받아들여진 것이다. 이와 같이 태극기에 대한 이미지가 긍정적으로 바뀌면서 태극기는 미국의 성조기나 영국

<표 4> 태극기를 이용한 디자인

국기	태극기를 이용한 디자인			
 <p>한국</p>	 <p><그림 18> 최정화, 1999 (김민수의 문화디자인, p.134)</p>	 <p><그림 19> 태극기를 이용한 연출</p>	 <p><그림 20> Fashion world cup, 2006 (Vogue, 2006.6, p. 224)</p>	 <p><그림 21> Fashion world cup, 2006 (Vogue, 2006.6, p. 210)</p>

의 유니언잭처럼 하나의 디자인으로 자리 잡을 수 있을 정도로 다양한 아이템들이 등장하였는데, 태극기를 이용한 치마와 티셔츠, 원피스, 탱크 톱, 속옷, 수영복, 망토, 스카프, 두건뿐만 아니라 페이스페인팅의 단골로도 이용되었다. 이와 같이 국기를 응원 패션으로 활용하는 것은 세계 젊은이들의 공통된 현상으로 볼 수 있는데 독일의 시사 주간지 <슈테른(Stern)>은 월드컵 참가국들의 국기를 활용한 다양한 패션과 연출방법을 소개하기도 하였다.⁴⁷⁾

태극기의 활용사례는 <그림 18>⁴⁸⁾과 같이 한국대중문화의 코드를 적용하여 예술 의상에 도입하기도 하였으나, 대부분 <그림 19>⁴⁹⁾와 같이 태극기를 자르거나 변형시키지 않고 그대로 사용하여 탑이나 랩스커트, 두건 등으로 이용하거나, <그림 20>⁵⁰⁾과 같이 태극기의 4괘와 태극기의 색상 이미지를 이용하여 변화를 주기도 하고, <그림 21>⁵¹⁾과 같이 4괘의 이미지와 형태를 단순화 시켜 재킷의 구성요소로 표현하고 명찰로 전환시켜 재킷의 장식요소로 활용하기도 하였다.








5) 기타

현대패션에 나타난 국기를 이용한 디자인은 대부분 미국이나 영국, 프랑스 국기를 중심으로 이루어져 있으나 <그림 22>⁵²⁾와 같이 이스라엘 국기를 이용한 경우도 나타났다. 이스라엘 국기에 표현된 파랑과 흰

색은 유대교 기도자의 어깨걸이 빛깔이고 중앙의 6각 별모양은 2개의 삼각형으로 이루어져 있는데, 고대 이스라엘 다윗왕의 방패를 나타낸다.⁵³⁾ 2004S/S에 아카디우스(Arkadius)는 이라크 전쟁을 주제로 이스라엘 국기, 미국을 상징하는 별과 스트라이프, 자유의 여신상, 달리화 지폐 등에서 영감을 받은 프린트들로 이루어진 컬렉션을 발표했는데, <그림 22>는 이스라엘 국기와 미국국기의 스트라이프를 혼합하여 바디슈트 전면에 프린트한 작품으로, 또 <그림 23>⁵⁴⁾과 같이 바지에는 미국 성조기와 일러스트를 혼합하여 표현하고, 모델의 상반신은 아무것도 입지 않고 이스라엘 국기만으로 페인팅 하여 마치 문신한 것처럼 표현하여 이라크 전쟁에 대한 이미지를 유머러스하게 표현하였다.

또 일본의 일장기를 이용한 디자인도 나타나는데, 일장기는 1872년 메이지 왕 시절에 최초로 철도가 개통되었을 때 처음으로 사용한 것으로 태양을 상징한다.⁵⁵⁾ 그러나 그 형태가 성조기나 유니언 잭 등 다른 나라들에 비해 단순함을 특징으로 하여 강렬한 레드컬러를 부각시키는 디자인으로 표현되었다. 2007 S/S에 꿈 데 가르송의 레이 가와쿠보(Rei Kawakubo)는 일장기의 상징인 커다란 빨간 원을 모티브로 컬렉션을 구성하였는데 그녀는“이 원은 세상에 존재하는 디자인 형태 중 가장 순수한 형태이다.”⁵⁶⁾라고 하였다. <그림 24>⁵⁷⁾와 같이 티셔츠의 중앙에

<표 5> 이스라엘, 일본, 독일 국기를 이용한 디자인

국기	이스라엘, 일본, 독일 국기를 이용한 디자인			
 이스라엘	 <그림 22> Arkadius, 2004S/S	 <그림 23> Arkadius, 2004S/S	 <그림 24> Comme des Garçons, 2007S/S	 <그림 25> Miguel Adrover, 2002S/S
 일본				
 독일				

일장기의 모티브인 빨간 원과 함께 'Simplicity, Nature, Beauty, Grace and Nature'와 같은 단어들로 프린트하여 신임 아베 수상을 맞아 일본의 긍정적인 변화를 나타내는 메시지를 암시적으로 표현하였다.

이와 같이 국기를 이용하여 정치적인 메시지를 나타내기도 하나 <그림 25>⁵⁶⁾와 같이 검정, 빨강, 노랑의 순으로 배열된 색상만으로 독일 국기의 색상을 연상하게 되기도 하며, <그림 21>의 재킷 안 원피스에 표현된 하늘색과 흰색 스트라이프에서 아르헨티나 국기를 연상하게 되는 등 색상만으로도 국기의 이미지를 표현하였다.

2. 현대패션에 나타난 국기를 활용한 디자인의 특성

이상에서와 같이 현대패션에서 활용된 국기를 살펴보면 미국의 성조기와 영국의 유니온 잭이 가장 많이 활용되었는데, 국기원형을 그대로 살린 경우, 국기 형태에 있어 한 부분만을 모티브 삼거나 색상을 활용한 경우, 국기를 다양한 방법으로 변형하여 활용한 경우로 나타났으며, 강조성, 암시성, 유희성의 특성을 나타냈다.

첫째, 국기를 이용한 국가이미지의 강조성을 들 수 있다. 강조란 표현하려는 메시지를 더욱 강화하여 인식시키는 작용이다. 직접적이고 간결한 메시지일수록 강조의 효과는 커지게 되는데, 국기 형태나 색상의 직접적인 표현, 국기 문양의 단순하고 직접적인 표현 등에서 강조미를 유추할 수 있다. 국기는 국가 자체를 표상하는 가장 직접적이고 대표적인 상징물로서 친숙성과 동시에 각 민족의 정체성을 가지는 매체라 할 수 있다. 따라서 단순한 실루엣이나 디테일이 생략된 의상에 국기의 형태나 색상, 상징물을 그대로 살린 경우 국가이미지를 강조하는 요소라 할 수 있다.

둘째, 국기의 직접적인 표현에 의해 강조성을 나타낸다면 암시성은 경험이나 정보에 의한 연상 작용으로 국기임을 상상할 수 있는 은유적인 표현방법으로 직접적이기보다는 간접적으로 이용한 것이다. 국기 색상의 직접적 표현보다는 명도나 채도의 변형, 국기문양의 변형과 재배치 등 간접적으로 국기의 형

태를 제시함으로써 세련되고 암시적으로 국기의 이미지를 전달한 것이라 할 수 있다.

셋째, 국기의 형태나 문양, 색상에 다양한 변화를 주어 국기 자체가 갖는 상징성은 생략된 채 의상디자인의 한 조형요소로 표현되거나, 다른 아이탬과의 조합이나 연출방법의 다양화로 풍자적이고 유희적인 이미지를 나타냈다. 본래 유희는 단독으로 나타나는 물리적인 현상이나 심리적인 상태를 의미하는 것이 아니라 희극을 이루는 다양한 요소 즉 일상규칙의 위반, 이질적 요소의 도입, 강조, 변형, 모순 등을 통해 보는 이에게 놀라움, 쾌감, 우월감을 갖게 해서 웃음을 자아내는 것으로, 오늘날 현대사회의 정치적 불안이나 무거운 현실에 대한 반동으로 문화예술의 거의 모든 분야에서 진지함 대신 가벼움을 추구하고, 놀람과 웃음을 자아내게 하는 경향이 두드러지고 있어 국기를 이용한 패션 역시 엄숙함이나 권위적인 상징 대신 단순한 즐거움으로 표현된다 하겠다. 특히 이러한 특성은 고정관념의 탈피와 경계 허물기로 새로움을 표현하고자 하는 현대패션의 한 단면을 보여주는 것으로 근엄하고 엄숙한 민족주의의 산물이 아닌 인간중심의 새로운 민족주의적 표현이라 할 수 있다.

IV. 결론

세계화와 정보화가 국가와 민족의 경계를 허물어 뜨리는 오늘날 국기는 한 나라의 정체성과 권위를 상징하는 민족주의의 한계를 넘어서 새로운 변화와 다양성으로 인간중심의 디자인, 생활 속의 디자인으로 전개되어 표현되고 있다.

본 연구는 현대패션에 나타난 국기를 이용한 디자인에 관한 연구로 각 국가별로 구분하여 표현방법과 특성을 알아보고, 이를 통해 현대패션에 있어 태극기를 이용하여 현대적 트렌드에 부합될 수 있고 한국의 이미지를 보다 새롭게 창출하는 디자인으로 전개할 수 있도록 기초자료를 제공한다는데 목적을 두었다.

연구결과 미국의 성조기와 영국의 유니온 잭이 가장 다양하고 폭 넓게 사용되었고, 프랑스 국기, 태극기, 이스라엘 국기, 독일 국기, 아르헨티나 국기 또한

그 사용빈도는 적으나 현대패션에 다양하게 이용되었다. 표현방법은 국기원형을 그대로 살린 경우, 국기 형태에 있어 한 부분만을 모티브 삼거나 색상을 활용한 경우, 국기를 다양한 방법으로 변형하여 활용한 경우 등 국기라는 개념보다 하나의 생활디자인 패턴으로서 무한한 다양성을 보여주었다.

또한 국기를 이용한 패션에서 나타난 특성은 첫째, 단순한 실루엣이나 디테일이 생략된 의상에 국기 형태나 색상의 직접적인 표현, 국기 문양의 단순하고 직접적인 표현 등으로 국가이미지를 강조하였다. 둘째, 암시성으로 국기 색상의 직접적 표현보다는 명도나 채도의 변형, 국기문양의 변형과 재배치 등 간접적으로 국기의 형태를 암시함으로써 세련되게 국가의 이미지를 전달하였다. 셋째, 국기의 형태나 문양, 색상에 다양한 변화를 주어 국기 자체가 갖는 상징성은 생략된 채 의상디자인의 한 조형요소로 표현되거나, 다른 아이템과의 조합이나 연출방법의 다양화로 풍자적이고 유희적인 이미지를 나타냈다.

이상의 결과 미국의 성조기나 영국의 유니언 잭의 활용은 다양하고 폭 넓게 사용되었고 국기라는 개념보다 하나의 생활패턴으로 또 패션디자인의 조형요소로서 그 응용도가 무한함을 알 수 있었다. 디자인적 측면에서도 태극기와는 달리 다양한 방법으로 응용되어 세련된 조형미를 보여주었다. 태극기를 세계 속의 디자인으로 그리고 생활 속의 디자인으로 개발하기 위해서는 의상뿐만 아니라 다양한 패션소품 및 패션액세서리 등 누구나 쉽게 그리고 널리 사용할 수 있도록 디자인을 시도하여야 하고, 태극기의 구성요소별 특징을 해석하여 형태를 분리, 조합하는 등 디자인 원리에 응용하는 방법을 고려할 수 있겠다. 이러한 응용은 패션아이템 및 텍스타일 등에 모던함과 세련된 조형미를 표현할 수 있으며, 특히 태극기의 구성요소인 태극과 4괘를 현대적인 감각으로 재해석한 디자인으로 다양한 변화를 줄 수 있다고 사료된다.

우리나라 국기의 상징은 태극으로 타국가의 국기와 달리 무한한 철학적 의미가 내포되어 있다. 따라서 우리도 태극기에 대한 고정관념을 버리고 보다 다른 시각으로 태극기를 보고 응용하여 생활 속에

함께 할 수 있고 여러 가지 시도를 통하여 감성적인 디자인으로 세계인과 공감할 수 있는 디자인으로 활용되어야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 손희영 (2004). 현대사회에서 기호와 상징으로 재현된 국기 디자인의 효용성에 관한 연구. *디자인포럼*, 21(7), p. 1.
- 2) 강지영 (2004). 국기의 상징성에 대한 *지리학적 연구*. 부산대학교 교육대학원 석사학위 논문.
- 김영희 (1998). 국가 상징물 태극기를 소재로 한 디자인 활용방안에 관한 연구. *한국디자인포럼*, 3, 96-112.
- 송지은 (2003). 태극기를 응용한 텍스타일 디자인 연구. 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문.
- 임지숙 (2004). 국가 이미지가 표현된 올림픽 선수 유니폼 디자인 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 3) 손희영. *앞의 책*, p. 2.
- 4) 강지영. *앞의 책*, p. 6.
- 5) 한종인 (1991). 국가의 절대상징 표상으로서 태극기에 관한 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, p. 9.
- 6) 강지영. *앞의 책*, p. 7.
- 7) 신현신 (2002). *세계의 국기와 국가*. 서울: 효리원, p. 281.
- 8) 한종인. *앞의 책*, pp. 14-24.
- 9) 강지영. *앞의 책*, p. 8.
- 10) 백남혁 (1983). *초·중등학교 학생들의 국가의식조사 연구*. 서울대학교 대학원 석사학위논문, p. 7.
- 11) 송지은. *앞의 책*, p. 7.
- 12) 임지숙. *앞의 책*, p. 6.
- 13) 송지은. *앞의 책*, p. 11.
- 14) 임지숙. *앞의 책*, p. 6.
- 15) 송지은. *앞의 책*, p. 1.
- 16) *위의 책*, p. 18.
- 17) 김영희. *앞의 책*, p. 107.
- 18) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://cafe141.daum.net>
- 19) 올림픽보다 뜨거운 올림픽 패션경쟁 (2004. 8. 3). *조선경제*, B6.
- 20) 손희영. *앞의 책*, p. 13.
- 21) 김영희. *앞의 책*, p. 106.
- 22) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://enc.daum.net/dic100>
- 23) 2006F/W Collection (2006. 5). *W Korea* 별책부록, p. 19.
- 24) 2006F/W Collection (2006. 5). *Vogue* 별책부록, p. 74.
- 25) 2006S/S Collection (2005. 12). *Harper's Bazaar* 별책부록, p. 28.
- 26) 2002S/S Collection (2001. 12). *Harper's Bazaar* 별책부록, p. 9.

- 27) 2002S/S Collection (2001. 12). *L'Officiel* 별책부록, p. 152.
- 28) 김영희, *앞의 책*, p. 104.
- 29) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://enc.daum.net/dic100>
- 30) 2002S/S Collection (2001. 12). *L'Officiel* 별책부록, p. 138.
- 31) *ibid.*, p.138.
- 32) 2002S/S Collection (2001. 12). *Vogue* 별책부록, p. 46.
- 33) 양보라 (2004). *9.11 테러와 이라크 전쟁이 현대복식에 미친 영향에 관한 연구*. 세종대학교대학원 석사학위논문, p. 47.
- 34) 1999S/S Tokyo Collection (1999. 3). *Collections III*, p. 178.
- 35) 2006F/W Collection (2006. 5). *Vogue* 별책부록, p. 59.
- 36) 2002S/S Collection (2001. 12). *Harper's Bazaar* 별책부록, p. 32.
- 37) 2001F/W Collection (2001. 5). *Vogue* 별책부록, p. 54.
- 38) *ibid.*, p. 54.
- 39) 2006S/S Collection (2005. 9). *Gap*, 7, p. 7.
- 40) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://blog.naver.com/jiyeon329>
- 41) 2002S/S Collection (2001. 12). *L'Officiel* 별책부록, p. 40.
- 42) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 www.firstview.com
- 43) 2004S/S Collection (2004. 6). *Harper's Bazaar* 별책부록, p. 134.
- 44) 2002F/W Collection (2002. 5). *Vogue* 별책부록, p. 22.
- 45) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://enc.daum.net/dic100>
- 46) 김영희, *앞의 책*, pp. 101-102.
- 47) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://happyday.donga.com>
- 48) 김민수 (2007). *김민수의 문화디자인*. 서울: 다우출판사, p. 134.
- 49) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://happyday.donga.com>
- 50) Fashion world cup (2006. 6). *Vogue*, p. 224.
- 51) Fashion world cup (2006. 6). *Vogue*, p. 210.
- 52) 2004S/S Collection (2003. 12). *Harper's Bazaar* 별책부록, p. 38.
- 53) 자료검색일 2008. 6. 2. 자료출처 <http://blog.naver.com/hellosoyeon>
- 54) 2004S/S Collection (2003. 12). *Harper's Bazaar* 별책부록, p. 38.
- 55) 이보람 (2005). *태극기를 모티브로 한 디자인 활용연구*. 이화여자대학교대학원 석사학위논문, p. 41.
- 56) 2007S/S Collection (2006. 12). *Vogue* 별책부록, p. 56.
- 57) *ibid.*, p. 56.
- 58) 2002S/S Collection (2001. 12). *L'Officiel* 별책부록, p. 140.