

한복 문화의 활성화를 위한 한복행사에 관한 제언

소 황 옥
중앙대학교 의류학과 교수

On Hanbok Cultural Event for Promotion Traditional Costume

Hwang-Oak Soh

Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Chung-Ang University
(2009. 9. 25. 접수; 2009. 10. 26. 수정; 2009. 10. 28. 채택)

Abstract

This paper starts with the assumption that in order for the popularization of hanbok leading to greater interest among the public for Hanbok and its uses in everyday life, the period for Hanbok events each year must be solidified, making it a standardized provide opportunities for participation regardless of demographic.

Globalization of Hanbok most occur through a combination of related academic fields, division of roles in fields of expertise, and a scientific understanding of Hanbok. Thus various Hanbok-related programs such as contests, fashion shows, experience centers and exhibitions should be provided in one unified setting.

Government sponsored Hanbok cultural events have generally been aimed at foreigners or foreign human residency, while events in Korea hae generally been carried out by a more diverse rage of groups, making it difficult for the general population to obtain information or participate actively.

In order for hanbok to maintain its tradition as the national costume of Korea, Long-term develop plans must be set. Along with popularization in order to bring hanbok into everyday life, methods for the globalization of hanbok must be explored, providing opportunities to spotlight the diversity and characteristics of Korean costumes, in various events which promote participation, festival-forming and globalization of hanbok culture considering elements such as time (yearly, monthly etc.) and audience (age group, social level etc.).

Key Words: Hanbok(한복), Hanbok cultural events(한복 문화행사), Han-style(한국스타일), Promotion Hanbok(한복 활성화)

Corresponding author ; Hwang-Oak Soh
Tel. +82-31-670-3279, Fax. +82-31-676-9932
E-mail : oaksoh@cau.ac.kr

※ 이 논문은 2006년 중앙대학교 학술연구지원비에 의한 것임.

I. 서론

한복은 오랜 역사를 지키며 내려온 한국의 민족복으로서 한국을 대변해주는 역사와 문화의 아이콘이다. 세계화 되어가는 국제사회에서 한국의 이미지를 높이고 좀 더 한국을 알리기 위해서는 우리나라를 대표할 수 있는 아이콘들을 발전시킬 필요가 있다.

세계화와 글로벌 마인드를 자연스럽게 이야기 하는 현대인들에게 전통 문화는 민족의 정체성과 국가 이미지를 나타내 줄 수 있는 중요한 요소가 되는 것이며, 미래 산업을 향한 무한한 가능성을 제시해 주고 있기에 유구한 역사와 전통을 민족적 자산으로 갖고 있는 한국인은 축복 받은 민족 중 하나임에 틀림이 없다. 다만 여기에서 우리의 가장 큰 과제는 한국 전통문화의 정체성을 한국적 이미지로 표출시킬 수 있는 내용과 방법을 개발하고 발전시켜 나가는 것이라 할 수 있을 것이다.

초현대적 가치의 물결 속에서 인터넷을 통하여 다양한 정보를 접할 수 있고 감각적인 비트와 디지털 환경에 익숙해져 있는 젊은이들에게 동, 서양 문화의 차이는 신선한 충격이 될 수 있으며, 세계화를 통한 동서양 문화의 조화는 새롭게 재창조해 가야 할 미래문화의 장이 될 것이다.

한국적 전통문화를 발굴하여 세계인들에게 한국적 이미지를 부각시키며, 경쟁력 있는 한국의 고부가가치의 상품으로 세계시장에서 자리매김 할 수 있는 한국의 명품 브랜드를 만들어 나가기 위한 첫걸음은 우선적으로 한국인, 우리만이 느끼고, 우리만이 자유롭게 표현할 수 있는 한국인들의 감성을 독자적 아름다움으로 분출시켜 한국적 이미지를 차별화하여, 세계인들에게 알리고, 그들에게 한국의 미를 이해시키며, 그들의 공감대를 형성하여 세계시장에서 한국의 문화 코드를 상품화시켜 나가는 것이라 할 수 있다.

우리나라에서는 88올림픽을 계기로 한국의 전통 문화와 국가 이미지에 대한 중요성이 국가 경쟁력 향상의 요인으로 인식되었으며, 한국인의 독자적 감성에서 비롯되어진 한국의 미가 세계인들에게 어필 할 수 있겠는가에 대한 의구심

과 함께 산·학계의 문화 상품 개발의 노력은 계속되어 왔다. 신국부론의 저자인 기소르망은 산업자원부 차세대 성장산업 국제회의에서 “한국은 ‘Made in Korea’의 브랜드 이미지를 매력적으로 형성 할 수 있는 문화적 자산을 가지고 있다. 전통적이면서도 현대적 측면을 동시에 가지고 있는 한국문화는 국가 성장 동력이 될 수 있다.”¹⁾고 한국 문화의 미래 산업을 전망하였다.

한복입기 활성화는 한복이 세계 속에서 한국의 문화를 대표하는 중요한 문화코드이며, 한민족의 정체성과 독창성을 지닌 민족복으로서 그 의미를 찾을 수 있다. 또한 현대화되어진 한복이 창의적이고 실용적인 복식으로 자리 잡을 수 있는 문화의 장을 마련할 수 있다는 점에서 한복문화의 중요한 콘텐츠가 될 수 있다. 하지만 현재의 한복은 노령계층에 한하여 입혀지거나 환갑, 혼인 등의 특별한 날에만 입을 수 있는 특수 한복으로 여겨지고 있는 실정이다. 한복의 유지·발전을 위한 방안 모색과 한복이란 문화유산을 대중과 소통할 수 있는 계기가 필요하며, 한복의 생활화를 위해서는 한복의 멋과 아름다움을 소개하는 장을 마련하여 한복을 체험할 수 있는 문화 행사가 요구된다. 현재 각종 한복문화 관련 행사들²⁾은 각 단체별로 진행되고 있어 한복이 대중에게 다가가기 힘든 점이 있기 때문에 한복입기 활성화를 위해서는 한복의 미를 대한민국의 이미지를 나타내는 중요한 문화코드로서 세계인에게 알리고, ‘한복입기 붐’을 조성하는데 각 단체들의 합동 행사가 필요하다.

또한 전통 문화 관련 행사에서 중요한 것은 ‘문화의 가치를 어디에 두고 행사를 진행하느냐’이다. 행사를 기획하고 주관하는 사람들이 행사의 목적을 어디에 두느냐에 따라 행사의 내용과 방향이 달라질 수 있기 때문이다. 이것은 임재해교수가 새뮤얼 헌팅턴이 주장하는 ‘경제적 가치로서의 문화는 정말 중요하다’는 외침속의 허구를 “문화상품이 풍부하게 개발되고 문화산업이 발전하는 것은 바람직한 일이다. 문제가 되는 것은 문화산업 정책이 문화정책이고 문화작품과 문화상품을 분별하지 못하는 것이 근본적인 문제다. 그것은 문화를 오직 시장논리로 이해하는 데서 비롯된다.”³⁾라고 지적하고 있는 맥락과도 서로 상응될 수 있다.

본 연구는 근간에 이루어지고 있는 한복관련 문화행사를 전통문화콘텐츠의 중요한 요소로 보았으며, 한복문화의 여러 분야 중에서 현대인의 한복입기 활성화를 위해 이루어지고 있는 행사의 현황과 문제점을 알아보고, 한복행사의 방향을 제시하고자 한다.

II. 한복 행사의 현황

한복스타일(HANSTYLE)란 한브랜드 또는 한스타일의 새로운 명칭으로 2009년도부터 사용하기 시작하였다. 한복스타일은 전통문화 콘텐츠의 생활화, 산업화, 세계화를 통하여 고용 및 부가가치를 창출하고 국가이미지를 고양시키고자 하는 목적에서 전통문화의 브랜드화를 의미한다. 한국전통문화브랜드 네이밍으로 탄생되어진 한복스타일의 사용은 내국인들에게 통합된 문화 이미지와 가치를 의도적으로 알리기 위해 기획된 상징체계이며 한국전통문화브랜드의 개별 문화의 통합 이미지를 만드는데 핵심요인이 있다.

한국전통문화브랜드 네이밍⁴⁾은 문화적 자산으로서 한국 전통문화의 통합적 이미지를 확립하기 위해 필요하며, 한국 전통문화의 아름다움과 독창성을 하나의 통합 이미지로 브랜드화하여 국가의 자산 가치로 활용할 필요가 있다. 이것은 국가브랜드 시대와 문화 중심 패러다임을 통한 경쟁력 확보를 위하여는 무엇보다도 한국 전통브랜드 네임을 지정하여 통합된 국가 이미지의 네임으로 세계시장에 한국과 전통 문화를 알리고 홍보하는 중요한 국가적 과제임이 확인되고 있기 때문이다.

문화체육관광부에서는 2007년 세계문화와 소통하는 한국문화의 르네상스 실현을 목표로 2011년까지 진행할 ‘한스타일 육성 종합계획’⁵⁾을 발표하였는데, 한국 문화원류로서의 대표성과 상징성을 나타낼 수 있는 분야를 선정함으로써 문화의 가치를 새롭게 재발견하며, 한국 고유문화 콘텐츠의 생활화·산업화·세계화를 진행시킴으로써 현대적으로 재창조하는데 의의를 두고자 하였다. 본 계획의 목표는 2011년의 국가 브랜드 가치를 세계 8위 수준(2006년 현재 10위)

까지 끌어올리는 것으로서, 한복스타일을 세계적인 문화명품으로 육성하여 국가 이미지, 세계적 보편성, 새로운 문화적 코드 형성에 밑바탕이 되고자 하는 것이다.

한복스타일의 선정은 우리 문화의 원류로서 대표성과 상징성을 갖고 있으면서도 글로벌 경쟁시대의 현대사회에서 생활화, 산업화, 세계화가 가능한 분야를 중심으로, 여기에는 우리 삶의 근간이 되는 의·식·주 분야, 우리 고유의 전통문화를 대표하는 분야, 세계무대에서 소비될 수 있는 상품가치를 지닌 분야, 미지원 분야로 시장기능에 의존이 어려운 분야 등이 대상으로 부각되었다. 최종적으로 선정되어진 한복스타일의 핵심 분야⁶⁾는 한국의 대표성과 한국이미지의 긍정적 상징성을 갖고 있는 한국 고유문화의 6대 분야(한글, 한식, 한복, 한옥, 한지, 한국음악)를 선정하였으며, 이에 대한 집중육성을 통하여 세계시장에서의 한국적 브랜드화, 글로벌 시대의 ‘신한류’ 조성 노력의 핵심 사업으로써 대중문화에서 비롯된 한류를 한국문화 전방으로 확대, 발전시키고자 한 것이다.

1. 한복스타일 속의 한복입기활성사업

한스타일 육성 종합 계획에서 나타나고 있는 한복 분야는 한복스타일이라는 한국전통문화 브랜드 네이밍의 효과를 충분히 발휘 할 수 있는 중요한 문화 아이টে으로서 세계 패션계의 새로운 명품브랜드로서 자리매김하기 위한 기반 구축을 위한 한복 진흥 센터 설립을 추진하고 있으며, 한복의 대중화와 한복산업의 활성화를 도모하기 위하여 한복 착용자에 대하여 박물관이나 고궁을 무료입장할 수 있는 혜택을 주는 등의 방안들이 제시되고 있으며, 한복디자이너 개발을 통한 세계화 작업에 밀거름이 될 수 있는 한복 문화체험 교육 및 프로그램 개발 등이 포함되어 있다. 또한 외국인에게 한국 전통 이미지를 각인시키기 위하여 재외 공관이 한복 패션쇼장으로 활용되도록 유도하거나, 한복디자이너를 육성하기 위한 디자인 공모전을 개최하는 한편, 전통복식과 현대패션의 조화를 통한 새로운 한복 디자인 개발을 위한 신세대 한복 패션관련 기업의 네트워크 구축 및 정보교류의 활성화와

<표 1> 한복사랑페스티벌 행사 내용

	2008	2009
주 행사	- 디자이너 컬렉션 - 신소재 한복디자인 공모전	- 디자이너 컬렉션 - 온누리 한복디자인 공모전
부대행사	- 개막패션쇼(한국복식의 시대적 변천사)	- 민속혼례복/회혼례복 패션쇼 - TV드라마 의상 패션쇼
국민참여행사	- 한복어린이모델 콘테스트 - 한복스타 콘테스트 - 추억의 한복 사진 공모전 - 생활 속의 아이디어 배우기 ①한복리폼②생활소품 만들기 ③한복소재활용 책갈피 만들기 ④한복 종이 접기 - 한복테마 포토존-댕기머리 시연 - 전통문양 페이스페인팅	- 카메라에 담은 한복 - 댕기머리 드리우며 - 매듭 속에 스며드는 아름다움 - 가을빛 차마폭에 물들다 - 차가 있는 풍경

대책 방안 등이 제시되고 있다.

한복입기 활성화를 위한 한복문화행사로 진행되어진 한복사랑페스티벌은 문화체육관광부의 주최로 2008년도부터 시작되었다.

2. 한복 사랑 페스티벌

문화체육관광부는 2008년도 한(韓)스타일사업의 하나로 한복입기 활성화 사업을 공모하였다. 중앙대학교가 선정되어 주관한 ‘2008 한복사랑페스티벌’은 우리나라 최초로 한복디자이너들이 함께 참여하는 ‘한복디자이너 컬렉션’을 야외에서 시도하여 한국의 한복패션사의 새로운 장을 여는 계기를 마련하였다. 또 하나의 주요 내용으로 한복신소재의 활용과 새로운 한복디자인 및 한스타일 유니폼 디자인 개발을 위해 ‘신소재 한복디자인 공모전’이 개최되어 변화되어 가는 한복의 트렌드를 접할 수 있는 기회를 마련하였다. 한복문화행사로 자리잡기 위하여 시작되어진 본 행사의 주요 목적은 한복사랑페스티벌이 한복인과 일반 대중과의 공개적 만남의 장을 마련하여 한복인에게는 자신의 디자인을 발표하는 자리로, 일반인에게는 한복을 입을 수 있는 기회로, 외국인에게는 아름다운 한복의 문화를 함께 즐길 수 있는 자리를 조성함으로써, 한복 패션 트렌드화·한복의 대중화·세계화라는 중장기적 비전을 함께 제시하고자 하였다.

한복사랑페스티벌의 주요 행사 내용은 2008년도에 이어 2009년도에도 한복디자이너 컬렉션과 한복디자인 공모전이 주행사로 진행되었고, 한복단체들이 참여하는 부대행사와 한복과 관련된 국민 참여 행사 등으로 나누어 개최되었다.

2008년도의 여의도에 이어 2009년 덕수궁에서 열린 ‘한복사랑페스티벌’은 다른 행사들과 달리 정제화 된 프로그램이 특징이다. 주 행사인 디자이너 컬렉션과 한복디자인 공모전은 두 해 모두 같은 형태로 진행 되었으며, 한국복식의 시대적 변천을 알린 2008년 개막 패션쇼와 2009년 TV드라마 의상 패션쇼, 민속혼례복·회혼례복 패션쇼는 부대행사로써 관람객을 맞았다. 또한, 2008년 ‘한복사랑페스티벌’에서는 한복어린이 모델 콘테스트와 전통문양 페이스페인팅 등 다양한 국민참여행사를 기획하여 관람객이 직접 참여할 수 있는 공간을 연출했고 올해도 댕기머리와 매듭 시연 등의 참여 행사를 만들어 전체 행사의 통일성을 유지했다.

III. 한복의 현대화

한복의 세계화(그림 1)는 한복의 활성화를 통한 현대화 작업에서 비롯되어야 하며 한국미의 재창조를 통하여 만들어진 현대한복이 현대인들의 생활 속에서 공감대를 형성 할 수 있어야

한다고 본다. 전통은 과거 어느 시대의 문화 형태가 그대로 정지되어 머무르는 것이 아니라 새로운 시대에 의하여 미래를 향하여 끊임없이 변화되어야 한다. 그것은 전통 문화를 둘러싸고 있는 주변의 생활환경과 외래문화가 변화되고 있는 삶을 살아가기 때문이다. 세계화를 지향하는 현대 사회에서 전통문화를 과거의 문화라는 범주에 넣어 현대와는 별개의 특별한 존재로 분리시켜 보존하고 유지하는 것으로 일관한다면, 세계에 한국 문화를 알리고 국가 이미지를 상징하며, 민족의 정체성을 나타내기에 부족함이 없는 한국인의 미를 재창조해나가야 하는 과제를 안고 있는 젊은 세대들이 전통문화를 현대화하여 세계에서 주목받고 국가이미지로 정착될 수 있는 한국의 미를 발굴하고 발전시키는 작업과정에 적지 않은 걸림돌이 될 수 있을 것이다.

‘한국미의 근원’에 대한 특별 기획으로 2007년 문화예술계 사람들을 대상으로 설문조사가 실시되었다.⁷⁾ 조사대상은 문화예술계 47명이었으며, 2007년 7월 10~22일까지 한국 미의 근원(정체성, 전형, 뿌리)을 가장 잘 보여주는 단편과 작품 5점을 통하여 한국 미에 대한 관점을 알아보는 것으로서 일부 문화예술계를 대상으로 한 조사이기 때문에 조사결과를 일반화할 수는 없으나 조사결과를 정리해 보면, 한국의 미는 인간미, 단아함, 곡선미의 대칭미, 순박함과 소박함, 탈격의 미, 여백의 미, 대범함과 역동성, 배려의 미, 중용의 미, 융합성과 다양성 등에 근원을 두고 있음을 나타내고 있다. 여기에서 한국미는 한국인들이 과거로부터 느껴왔고 잠재적으로 가지고 있는 한국인들만이 공유할 수 있는 것들로서 이루어지고 있다는 것을 알 수 있다. 한국미를 색상과 형태로 표현하고 있는 한복은 단아함, 자연미, 융합성, 다양성 등의 미적 요소를 보이며, 이를 토대로 세계인에게 한국의 미를 알릴 수 있는 중요한 매개체가 될 수 있다.

21세기 현대 학문의 새로운 트렌드로 부각되고 있는 학문의 융합과 소통은 학문의 성격과 내용이 상이하어 학문적 접근성이 전혀 없는 것처럼 보이는 이질적 학문영역들에서 공통주제를 놓고 서로 전공분야를 연계하여 융합하고 소통하여 새로운 학문적 영역을 만들어 가는 것으로서 이미 대학 현장에서는 자연과학과 인문사

회의 융합학문, 연계전공과 자유전공 등의 다양한 학문과 전공의 창출이 자연스럽게 논의되어 실행되어지고 있다. 물과 기름처럼 서로 다른, 전혀 공통점이 보이지 않는, 절대적으로 한 무리에 두고 생각 할 수 없는 것들의 융합과 소통은 극단의 세분화와 최첨단 테크놀로지로 둘러싸인 현대인들의 생활환경에서 부딪치게 되는 다양한 문제점에 대한 대안을 찾기 위한 좋은 본보기가 된다. 전통문화인 한복과 관련된 학문과의 정보 공유화 작업을 통하여 수집된 자료를 데이터베이스하여 디지털화함으로써 문명(첨단 테크놀로지)과 전통문화의 상생효과를 얻을 수 있다.

앨빈 토플러는 한국의 미래산 경쟁력에 대하여 ‘한국은 IT와 BT의 융합기술을 토대로 신산업·신시장을 창출해야 하며 한국의 미래는 융합에 달려 있다’⁸⁾고 하였다. 이것은 전통과 신문화(IT)의 융합을 통하여 전통문화와 한복이 미래지향적으로 진보해야 한다는 과제를 의미하는 것으로 해석 할 수 있다. 우리나라의 패션과 스포츠 수준은 괄목할만한 성장을 거듭하고 있으며, 골프, 스케이팅과 같은 개인종목은 세계적인 자랑하고 있지만 이들 선수들이 입고 있는 유니폼에서 한국을 상징할 수 있는 한국문화 이미지를 느낄 수 없음이 의상전공자로서 많은 아쉬움을 갖고 있는 것도 사실이다. 한국적 이미지를 충분히 나타낼 수 있는 스포츠 의류 디자인과 스포츠 과학을 바탕으로 한 기능성 신소재 스포츠의류의 개발과 브랜드화는 전통문화와 첨단기술의 융합과 연계과정을 통하여 보다 효과적인 결과를 가져올 수 있을 것이다.

융합 학문의 필요성과 함께 한복 문화를 계승·발전시키는 중요한 자원으로서의 한국복식 분야의 각 학문 영역과 전문분야의 역할 분담(학자, 현장 전문가, 전문 제품 생산 기술자 등)을 통한 협동 연구가 요구된다고 할 수 있다. 즉, 유물 발굴 및 복원, 보존과학, 콘텐츠 자료 조사, 직물연구 및 생산, 박물관 전시연구, 기술기획 담당 및 개발, 정부의 문화정책 등 각 분야의 학계 및 전문가들의 깊이 있고 지속적인 연구가 이루어지는 한편, 현장에서 활동하고 있는 한복인과 산업계의 전문가들이 전통한복을 사명감을 갖고 보존과 유지와 신세대들의 감각에 맞는

디자인 개발을 통하여 한복의 현대화를 실현시킬 수 있다면 한복문화의 위치가 재조명됨과 동시에 한복 세계화의 초석을 다질 수 있을 것이다.

한편 한국 복식의 과학적 이해를 바탕으로 새롭게 접근할 수 있는 새로운 학문분야로서의 한복 구성과 한복 텍스타일의 개발이 필요하다고 본다. 한복을 응용과학의 하나로 인식하고, 복식의 기능성(내구성, 활동성, 보건, 세탁 등)을 충족시킬 수 있는 활발한 연구와 색채·디자인 등의 개발로 선택 대상의 만족도를 높인다면 전통과 현대의 공존·조화를 통한 한복의 재창조 기회를 마련할 수 있다고 본다. 한복문화의 발전은 주변학문과의 융합과 전문 분야의 역할분담, 한복의 과학적 이해를 통하여 궁극적으로 세계화에 발돋움할 수 있을 것이다. 문화관련 상품의 부가가치는 전통적 요소와 현대적 요소가 동시에 살아 있으면서도 세계적으로 공감대를 형성할 수 있어야 하는 어려움이 있다. 즉, 세계무대에서의 미래의 한복은 우리만이 느끼고 표현할 수 있는 독자적인 아름다움, 우리의 정서와 역사를 담고 있는 전통적이면서도 현대적 측면을 동시에 갖고 있어야 함을 의미한다. 또한, 한국의 문화 이미지 제고를 통한 국가브랜드 가치 향상과 전통문화의 산업화로 경제적 부가가치 및 고용 창출이 활발해질 수 있으며, 세계적인 디자인 창출로 이어진 신한류의 새로운 동력이 될 것이며, 시대와 소비자들의 기호를 탐색하여 만들어진 트렌디한 새로운 형태의 디자인 한복이 지속적으로 창출되어야 하는 것이다.

IV. 한복문화의 활성화

현재의 한복 착용의 실태는 노령사회나 혼인 등 몇몇 계층의 특수한 상황 이외에 그 착용실태가 줄어들고 있는 실정인데다, 한복을 입고 생활하는 사람이나 명절에 한복을 입는 것 등이 방송에서 다룰 정도로 한복을 입는 것이 이슈가 되어가는 실정이다. 1996년 한복의 날이 선언되면서 매월 첫째 토요일에 한복 입는 날로 선포되었음에도 불구하고 일반 시민 뿐 아니라 한복 관계자들에게도 인식이 부족한 상태이다. 9회의 ‘한복의 날’ 행사가 진행되는 동안 각 행사의 일

시가 부정확하여 ‘한복의 날’에 대한 인식과 집중력이 부족한 실태이다. 또한, 행사의 내용이 패션쇼, 전시회, 체험, 공모전 등의 단편적인 행사가 주를 이루고 있으며, 제2회 한복의 날 행사 이후 홍보를 위해 민간 관련 업체가 주관하여 실시하였으나 행사 규모가 작아지고 홍보가 축소됨에 따라 시민과 관련단체의 참여가 줄어들고 있다.

한복이 한국인의 민족의상으로서 갖고 있는 민족의 주체성과 전통성을 이어나가고, 이기 위한 문화적 행사를 기획하는 데는 우선적으로 정부의 지원을 통한 장기적인 추진계획을 세워져야 할 것이다. 또한 현대인들에게 한복이 생활복으로 자리 잡고, 현대인들의 의식 속에서 함께 살아 숨 쉴 수 있는 대중화 과정을 통하여 자연스럽게 세계화되어 갈 수 있는 방안을 모색해야 한다. 한국 복식의 우월성과 다양성을 세계인들에게 조명하는 계기를 마련할 수 있고, 나아가서 문화행사를 기획하고 진행하는 과정 속에서 범국민적 참여, 한복문화의 축제화, 한복문화의 세계화를 꾀할 수 있음이다. 따라서 한복문화의 행사들이 기간(연중·월중 등), 대상(다양한 연령층, 계층 등) 등을 대상으로 차별화 될 수 있는 다양한 행사로서 준비되어 진행된다면 보다 더 효과적인 문화 행사로서 자리 잡을 수 있다고 본다.

한복문화 관련 행사는 한복발전과 한복문화 활성화를 위해 시민의식을 고취시킬 수 있도록 시기를 확정하여 매해 반복적으로 행사를 진행하고, 행사내용을 다양화하여 모든 행사에 여러 계층의 일반 시민들과 결혼 이민자 가족들을 포함한 외국인들이 참여할 수 있는 기회가 될 수 있어야 한다. 예를 들어, 공모전, 패션쇼, 체험마당 전시회 등 다양한 한복관련 프로그램을 한자리에서 접할 수 있는 공간과 기회를 제공하고, 각 한복 행사에 대하여 정기적으로 ‘한복의 날’ 이외에 시대적 트렌드를 보여주는 주제에 택하여 연속성 있는 행사로 부각시키며, 각 매체를 이용해 시민 참여를 유도, 한복관련자들의 잔치가 아닌 국민대축제로 초점을 맞추어야 한다. 또한, 유아, 초·중·고, 대학생 등 관련 체험 교육 프로그램을 개발하여 미래의 꿈나무와 젊은이들에게 한복의 중요성과 소중함을 일깨워

한복을 일상에 자연스러운 옷으로 인식하고 미래를 위한 궁극적인 한복발전의 계기를 마련하는 좋은 계기가 될 수 있다고 본다.

2. 한복문화 행사를 위한 제언

한복문화 행사는 한복의 대중화, 한복의 세계화를 위한 한복입기 활성화 사업을 기본으로 한복의 대중화란 범국민적인 분위기를 조성하는 기반을 마련한다. 이를 바탕으로 ‘한복 행사의 축제화’를 이루고, 학계와 산업체의 화합과 소통의 장을 마련함으로써 한복문화의 문화적, 산업적 비전을 도모하여 새로운 한복문화콘텐츠로서 창출되기 위해서는 다음의 몇 가지가 포함되어야 할 것으로 보인다.

첫째로, 한복행사가 단편적이고 폐쇄적이지 않은 국민적 축제로 유도해 나감으로서의 한복인의 생활화·산업화·세계화를 위한 대화합의 원년으로 삼아, 앞으로 매년 열리는 축제적 분위기의 국가적 연중행사가 되도록 한다. 둘째, 한복 패션산업의 활성화와 한복의 세계적 브랜드화를 위한 학문적·기술적·홍보적 측면의 정보를 각계·각층분야 사람들이 모여 공유, 소통할 수 있는 기회의 장이 되게 한다. 셋째, 국내에 있는 일반인에는 한복에 대한 이해와 관심을 높이며, 외국인에게는 보다 한복과 가까워질 수 있는 기회를 마련한다. 또한 매스컴을 통하여 세계인들에게는 한복의 미를 알리는 한복 축제를 국가이미지 관광 상품으로 개발하며, 한국인의 한복에 대한 사랑을 세계에 보여 줄 수 있는 기회를 마련한다. 넷째, 유·초·중·고등학

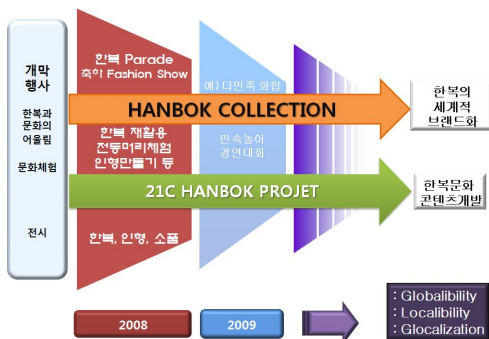
생들에게 한복과 친근해질 수 있도록 보고, 느끼고, 체험할 수 있는 교육의 장을 마련하여 민족복으로 활성화 한다. 다섯째, 한복 디자이너들에게 공개적인 통합컬렉션(예: SFAA, KFDA, NWS 등)을 개최할 수 있는 장의 예시를 마련한다. 마지막으로 한복문화교육 및 체험프로그램이 외부의 전문기관과 연계하여 진행 된다면, 일반인과 전문가 학계와 산업체등이 함께 참여하여 보다 의미있고 효과적인 한복문화행사가 될 것이다.

한복 축제 기간을 조성하여 한복디자이너 컬렉션, 한복디자인 공모전 등의 주요행사와 한복 바르게 입기, 각종 한복관련 체험 행사, 학술대회 등의 부대행사, 한복입기 활성화를 위한 다양한 교육·체험·전시 등의 행사를 기획·진행한다.

3. 한복문화행사의 기대효과

한복문화행사를 통하여 문화적 측면의 기대효과는 우선적으로, 한복 착용에 대한 친밀감 증진으로 한복의 활성화를 기대할 수 있다. 한복 문화 저변 확대를 통한 한복 산업기반 구축 및 한스타일의 세계화를 꾀한다. 한복 문화와 역사 등을 홍보할 수 있으며, 이를 문화 경쟁력 강화의 요인으로 이용할 수 있다. 또한, 한류 문화콘텐츠의 국제화, 한류 문화의 산업화, 국가 이미지 제고, 국내 문화교육 수준을 고양, 해외 문화교육과 결합하여 시너지 효과를 창출하여 한복문화 알리기를 통한 한류 문화의 국제화를 꾀할 수 있다. 더 나아가서 한복 바르게 입기 체험과 전통예절을 배우으로써 전통복식과 문화를 통해 우리의 정체성을 고양시키는데 기여할 수 있다. 또한, 개인 및 가족단위가 공유할 수 있는 체험공간을 준비하여 전통문화를 실제로 체험하는 열린 학습으로써 현실 생활과 더불어 공존하는 문화를 인지도 할 수 있다.

한복문화행사는 산업적으로 한복분야의 인제 발굴 및 육성과 한복관련 디자인 개발은 한국을 대표하는 상징 및 아이콘으로서 산업분야에 다양하게 활용 할 수 있는 기대효과를 갖고 있다. 또한 국내외 홍보 및 행사를 제공함으로써 관광산업의 활성화에 기여하여 문화산업의 경쟁력



<그림 1> 한복문화행사의 방향

에 이바지 할 수 있으며, 차별화된 정보와 우리의 문화 원형을 현대적 감각 및 엔터테인먼트 요소와 결합시킴으로써 사용자층의 저변을 확대할 수 있다. 문화상품으로의 연계 및 판매증대로 자원의 상품화가 가능하도록 하며, 다양하고 고품격인 한복에 대한 관심을 고조시킬 수 있다. 한편, 한복작가들은 전통성이 있는 한복 작품을 제작하고 발표할 수 있는 기회를 얻을 수 있어, 다양한 주제의 창의적이고 실용적인 한복을 현대인의 트렌드에 맞는 한복 디자인을 개발함으로써 유행 코드로 자리 잡게 한다.

V. 결 론

한복이 한국인의 민족의상으로서 갖고 있는 민족의 주체성과 전통성을 이어나가고, 이기 위한 문화적 행사를 기획하여 성공적인 결과를 얻기 위하여는 정부의 지원은 물론 한복 관련 산업 현장에서 종사하고 있는 한복인들과 복식학계의 학자들의 소통과 협조를 바탕으로 장기적인 안목에서의 체계적이고 장기적인 추진계획이 마련되어야 할 것이다. 또한 현대인들에게 특히 젊은이들에게 한복이 어떠한 형태로라도 한국인의 미감을 표출하는 생활복으로서 자리 잡히고, 이를 기반으로 한국디자이너가 제시한 상품들이 세계시장에서 한국의 미를 재창조한 부가가치의 상품으로서 인정받을 수 있는 원천이 되어야 할 것이라고 생각한다.

과거 오랜 기간을 통하여 크고 작은 한복문화 행사가 있었고 현재에도 진행되고 있는 것도 사실이다. 하지만 그동안 대부분의 한복관련 행사가 매우 단편적이거나 극히 전문화되어진 한복 행사로 일관되어진 경향이 있어, 일반인들의 참여나 교류의 기회가 많지 않았고, 전통문화의 계승이라는 차원과 한국을 홍보하는 전통 문화의 하나로서 주로 한복관련 전문가 집단에 의하여 참여하고 진행되는 것이 도리어 자연스러운 것으로 여겨진 것도 사실이다. 급변하는 글로벌 시장에서 각국의 전통문화가 국가의 중요한 경제가치의 하나이며, 국가의 고부가가치 산업으로의 개발 가능성을 진단하고 콘텐츠를 개발하고자 하는 노력⁹⁾이 어제 오늘의 일은 아니지만,

이를 담당하여야 할 현대의 젊은이들과 관련 전문가들이 교육과 체험을 통한 한국 전통문화에 대한 이해가 얼마나 되어 있느냐에 관하여는 크게 문제시 되고 있지 않은 듯하다. 전통문화를 세계시장에 알리고, 외국인들에게 한국문화를 상징하는 국가이미지로서의 부각시키기 위해서는 전통문화를 계승 발전시키는 전문가 그룹과 이를 현대화하여 세계 속의 한국적 전통문화로 재창조할 수 있는 신진 전문가 그룹이 함께 참여하여 현대인들이 공감하고, 인정 할 수 있는 새로운 전통문화의 콘텐츠 작업을 계속하여야 할 것이다.

이와 같은 관점에서 볼 때 2008년 ‘한복사랑 페스티벌’을 통해 한복인 들과 일반 대중들과의 공개적인 만남의 장을 마련하고, 이를 계기로 2009년에는 더 나아가 한복과 일반 대중과의 공감대 형성과 더불어 한복산업의 활성화를 이루고자 하였다. 일반 대중과의 자유로운 소통의 장이 마련되어감에 따라 한복 산·학계의 활성화는 자연스럽게 이루어져 갈 것이며, 이는 한복의 세계화를 향한 발판이 될 것이다. 한복사랑페스티벌과 같은 내용의 한복관련 행사는 그동안의 일시적이고 단편적인 여타 행사들과는 달리 그 일관성을 지킨 행사였다고 말 할 수 있다. 그러나 어떤 행사든지 정례 화되어 계속된다고 하더라도, 그 행사를 맡아 진행하는 주관자에 의해 본래의 행사의 의미가 변질 될 수 있다는 문제점을 안고 있다. 하지만 적어도 ‘한복 사랑페스티벌’과 같은 시도는 전통문화라는 특수성으로 안주하며, 과거의 문화를 그대로 유지하는 것만을 최상의 정답으로 생각하고 있는 대부분의 한복인에게 새로운 도전의 기회가 될 것이며, 새로운 한복문화의 새바람을 일으킬 수 있는 기폭제의 역할이 될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 1) 산업자원부 산업기술국 (2003). 차세대 성장 산업 국제회의 세션별 발표자료-제1세션: 세계경제의 메가트랜드. 2003. 7. pp.6-7.
- 2) 한스타일 육성사업 추진실적 (06-07년) <http://www.mcst.go.kr/web/dataCourt/assemblyInfo/>

- assemblyInfoView.jsp
- 3) 임재해 (2009). 무형문화유산의 보존과 전승 방향의 재인식. *H/교민속학* 39, pp.441-442.
 - 4) 김도일 외 (2006). 한국전통문화브랜드 ‘한스타일(HANSTYLE)’ 네이밍 비전과 홍보확산전략. 한브랜드 이미지화 및 키워드 개발 연구 용역, pp.2-4.
 - 5) 문화체육관광부 (2007). 한스타일 집중육성 정책.
 - 6) 한스타일 홈페이지. www.han-style.com
 - 7) 한국 미의 근원에 대한 특별기획. <http://blog.naver.com/designmaeg/1500133890430>
 - 8) 엘빈토플러 (2001). ‘위기를 넘어서: 21세기 한국의 비전’ 보고서.
 - 9) 2009 문화체육관광부 문화 관광축제 선정현황: 대한민국 대표축제(출처: <http://www.mcst.go.kr/web/dataCourt/assemblyInfo/assemblyInfoView.jsp>)
서울시 축제(출처: <http://www.seoul.go.kr/main/culture.html>)
 - 10) 엘빈토플러 (2005). 산업혁신포럼.
 - 11) 소강훈 (2008. 2. 27). 이주민 한국어·문화교육 실태와 개선방안. 다문화포럼.
 - 12) 류용재, 김덕모 (2008). 소통하는 문화기획론: 삶을 기획하는 열린 문화장을 위하여. *한국학술정보*.
 - 16) 문화관광부 (2007). 문화관광축제 변화와 성과. 1996-2005.
 - 17) 문화체육관광부 (2007). 한스타일 집중육성 정책. 문화산업 경쟁력강화 대책.
 - 18) 문화체육관광부 (2007). 2007 문화관광축제 종합평가 보고서.
 - 19) 문화관광부 (2006). 한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구 1-2.
 - 20) 최승순 (2008). 문화관광축제와 지역 이미지. 경기대학교대학원 석사학위논문.
 - 21) 정강환 (2006). 문화관광축제 10년간의 주요 특징과 변화추세분석. *한국관광정책 제26호*.
 - 23) 민양기 (2006). 문화관광축제 참여 영향요인이 행위의도에 미치는 연구. 경기대학교대학원 박사학위논문.
 - 24) 한양덕 (2001). 외국인 관광객이 인지하는 한국의 이미지에 관한 연구. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
 - 25) 박현경 (1999). 이종문화 경험과 문화적 정체성의 구성 -한국거주재미교포들의 사례를 중심으로. 서강대학교 대학원 석사학위논문.