

한국 전통신발을 이용한 한국적 이미지 패션신발 문화상품 개발

박혜령* · 차은진*

한서대학교 의상디자인학과 교수* · 동신대학교 의상디자인학과 교수*

Development of Fashion Shoes with Korean Image as Cultural Goods by Using Korea Traditional Shoes

Hea-Ryung Park⁺ · Eun-Jin Cha^{*}

Prof., Dept. of Fashion Design, Hanseo University⁺

Prof., Dept. of Fashion Design, Dongshin University^{*}

(2009. 6. 3. 접수; 2009. 7. 25. 수정; 2009. 7. 30. 채택)

Abstract

Recently, the development of design of cultural goods is focusing on excessively workmanship-oriented craft items. However, an advanced strategy that is practical and develops market-oriented goods in the world needs to be suggested from now on and the selection of goods item aimed to world market is very urgent. Therefore, the purpose of this study was to design practical and worldwide market-oriented shoes with Korean traditional image as a cultural goods.

As software tools, 2D Adobe Illustrator Adobe Photoshop and 3D MAX 8.0 Photoshop CS were used to design the shoes. From 8 types of pattern design to which Korean traditional pattern was applied and 7 types of shoe design to which Korean traditional shoes were applied, 60 types of planar shoes design coating developed pattern designs were made. Furthermore, 3D design of cultural goods of shoe made possible to observe it three-dimensionally and accurately from the top, the front and the side respectively. Finally, 43 types of cultural goods of shoe to which Korean traditional shoes were applied were designed successfully according to traditional patterns and colors.

The systematic database was established based on the developed pattern design of the shoes and might make the best use of the development of related design of cultural goods. Although there were partly some limitations in the aspects of design and material development of Korean traditional shoes, this study would help the economics of shoe industry in Korea producing high value-added products.

Key Words: Korean traditional shoes(한국 전통신발), Korean traditional image(한국 전통이미지), Cultural goods(문화상품), 2D(평면디자인), 3D(입체디자인)

Corresponding author ; Hea-Ryung Park

Tel. +82-41-660-1152, Fax. +82-41-660-1371

E-mail ; hrpark@hanseo.ac.kr

※ 이 논문 또는 저서는 2005년 정부(교육인적자원부)의 재원으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아 수행된 연구임(KRF-2005-044-G00002).

I. 서론

우리의 전통적인 역사와 사상 그리고 시대적인 유물을 살펴보고 응용하여 현대의 디자인 감각과 연계하여 새로운 상품을 제작하고자 하는 시도는 근래에 들어서 활발하게 움직임이 일고 있다. 현대인의 기호와 한국적인 이미지의 디자인적 감각을 지니고 있는 문화상품이야말로 경제적인 부가가치로서 뿐만 아니라 그 지역과 문화를 알리고 홍보하는 매개체의 역할로서 문화상품의 역할은 실로 크다고 할 수 있다. 문화상품은 생산국가의 가치관과 사고방식 생활양식 등 문화를 상품화함으로써 수요의 지속적인 창출이 가능하다. 또한 국가 이미지를 창출함으로써 일반 공산품을 비롯한 국가 전체의 경쟁력 제고와 직결되며 미래의 첨단 기술을 탄력적으로 수용함으로써 많은 고용기회를 창출하는 등 산업 연관 효과가 있는 분야라고 할 수 있다.

지금 까지 연구된 문화상품에 관한 정의들을 보면 국가 혹은 사회의 독특한 문화유산을 바탕으로 1) 문화적 가치를 경제적 효용가치와 결합하여 생산되는 모든 상품을 포괄한다. 2) 그러므로 문화 상품이란 자국의 문화적 부가가치가 높은 아이디어 집약적, 기술 집약적 상품으로 문화와 기술, 그리고 창조의 산물이라고 할 수 있다. 3) 국경의 의미가 약해지고 있는 현대사회에서 지역특성 상품 수출은 경제적 부의 증진과 문화가치인식이라는 이중효과를 가지는 새로운 재화라 하겠다. 문화 상품을 문화적 정체성과 속성을 지닌 상품이라고 정의한다면 4), 개성을 중시하는 21세기 소비자들에게 한국 문화 정체성에 바탕을 둔 차별적 디자인을 제시한다면 국제적인 경쟁력을 갖는 문화 상품으로 성장할 수 있을 것이다.

최근 문화 상품 상품디자인 개발을 위한 연구가 활발히 진행되었으며, 정진순(2004)⁵⁾, 김영아(2000)⁶⁾, 박현택(1998)⁷⁾ 등은 시계, 넥타이, 티셔츠, 테이블용품, 열쇠고리 등 다양한 생활소품을 제시하였고, 박동수(2000)⁸⁾, 박은미(2000)⁹⁾, 장엽(1997)¹⁰⁾ 등은 생활필수품 외에 액자, 화병, 입체퍼즐, 토우 등의 장식품 디자인을 제시한 바 있다. 또한 권미오(2002)¹¹⁾, 손경필(2000)¹²⁾, 권진·박혜령(2001)¹³⁾, 김인배 외(1998),¹⁴⁾ 강성운(1997)¹⁵⁾은 생활한복, 전통적 이미지가 뚜렷한

한복 그리고 고분벽화를 응용한 의상디자인 사례를 언급한 바 있다. 이처럼 전통문화를 현대적으로 재해석하여 다양한 재료의 문화상품이 제공되고 있으며¹⁶⁾, 국내 보급되고 있는 문화상품 중 목재를 이용한 디자인이 가장 많으며¹⁷⁾, 섬유소재를 활용한 문화상품^{18),19),20)}으로 지갑, 넥타이, 주머니, 티셔츠, 넥타이, 스카프, 쿠션, 보자기, 냄비받침, 앞치마 등이 제공되고 있다.

그러나 문화 상품 디자인개발은 생산업체가 갖고 있는 제작기술과 자본의 영세성, 협소한 시장규모, 후진적인 유통구조, 사회적인 인식부족 등의 문제점 극복이 필요하고²¹⁾, 전문인력양성과 정책적 지원 등에 대한 지속적인 관심과 노력이 뒤따라야 할 것이라고 지적되고 있다.²²⁾ 또한 박영순 외(2001)²³⁾는 소박하면서도 현대적이거나 한국적인 이미지가 앞으로 개발해 나가야 할 한국 문화상품의 방향이라고 제시했다. 더불어 자국만의 독특한 감각이나 보유기술을 조합하여 차별화하고 그 나라의 역사와 문화성을 상품제조기술에 접목시켜 미적 가치 등 상품 디자인의 부가가치를 높인다면 가장 한국적인 상품디자인이 자리매김하는 것은 결코 어려운 일이 아닐 것이다. 이를 위해서 문화상품은 해외시장과 새로운 환경에 대응하기 위하여 우리 문화유산을 토대로 하여 현대적인 기호와 트렌드 감각에 맞는 디자인을 개발하도록 해야 하며 이를 상품화하여 국제경쟁력이 있는 문화상품 디자인으로 육성하여야 할 것이다.

지금까지의 문화상품 디자인 개발은 지나치게 작품 지향적인 공예 상품개발 위주로 되어 있으나 이제부터는 실용적이고 세계 시장지향적인 상품개발이라는 한 단계 나아간 전략을 제시해야 할 것이며 이에 세계시장을 향한 아이템 선별이 중요하다고 할 수 있을 것이다.

따라서 본연구의 목적은 한국 전통신발을 이용한 한국 전통이미지 신발의 디자인은 뉴욕시장의 시장조사를 바탕으로 한국 전통이미지가 미되고 일상적이고 실용적이며 트렌드화된 신발 디자인을 하고자 하였다. 즉 한국 전통신발의 화려하지 않은 색상과 소재를 선택하여 실용적이고 트렌드화한 디자인을 하고자하며 실제로 신발을 제작할 다음 세가지의 특성을 살릴 수 있도록 디자인 하고자 하였다. 첫째, 전통신

발의 구성법과 이미지를 그대로 살리는 먼구성법과 굽은 스티치를 사용하고자 하며 둘째, 소재는 한국 문양이 직조로 짜여진 것을 선택하여 그 위에 다시 트렌드화한 한국전통이미지 문양을 전사하여 깊이가 있고 고급화한 소재를 만들고 셋째, 화려한 부자재를 사용하지 않고 한국의 전통신발의 특성 중에 하나인 가죽을 조합하여 실용적이면서 고급화한 신발을 제작하고자 한다.

이러한 한국 전통이미지 신발 디자인은 중국 전통이미지신발과 디자인에서 차별화되어 한국의 전통문화를 알리면서 문화상품으로서 우리나라를 널리 알릴 수 있는 기회가 될 것이다.

II. 이론적 배경

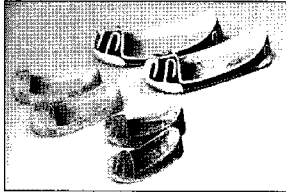
1. 한국 전통신발의 종류와 형태

우리나라의 신은 삼국 시대의 고분 벽화와 출토 유물로 미루어 조선 시대까지 그 기본형에는 거의 변화가 없다. 고대의 한국의 신은 크게 이와 화(靴)로 나눌 수 있고, 靴는 다시 목이 긴 靴와 목이 짧은 靴 둘로 나눌 수 있으며, 履와 관련된 것으로 말(襪)·말요(襪紬)·화대(靴帶) 등이 있다. 신라 흥덕왕 9년(서기 834년)에 복식에 대한 규제가 있었는데, 履와 말은 남녀 모두 착용했지만, 靴와 靴帶는 남자만 말요는 여자만 착용했다.

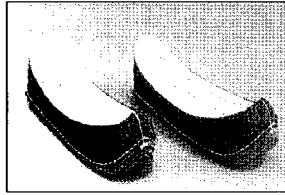
따라서 한국의 전통신발의 종류와 형태를 크게 나누어 보면 남자용과 여자용 신발, 남녀공용, 신분에 따라 다양하고 세분화되어 있다. 남자용 전통신발은 아무런 장식이 없는 신으로 신의 율타리는 흰색, 옥색, 검정색, 회색 등으로 비단이나 쟁피로 몸체를 만들고 율타리 윗 부분인 작위는 개가죽으로, 도리는 마피로 만들었으며 장식을 놓지 않은 것이 특징인 외코신과 신코에 장식이 있는 남자 신으로 화려하며 사대부들의 마른 신이다. 신의 운두(雲頭)가 깊지 않고 둘레의 율에 무늬가 없는 비단이나 양피를 대서 만들었다. 발막신과 함께 남자 마른신의 대표적인 신으로 사대부의 나이든 사람이 평복에 신었고 조선의 말기에는 왕도 평상복에 신었다. 가

죽신에 천으로 겹을 대었고 뒤축에는 흰 무늬를 새겨 넣은 <그림 1>와 같은 태사혜(太史鞋)가 있으며, 발막신은 마른신의 하나로 흔히 상류계급의 노인들이 신어 “발막”이라고 하였다. 뒤축과 코에 케멘 솔기가 없고 코 끝이 넓적하였으며 가죽조각을 대고 경분(염화제일수은)을 칠하였다. 발막신은 외코신과 그 형태가 흡사하며 신코에 아무런 장식이 없이 단조로운 것이 특징이며 가죽신은 가죽을 부드럽게 하여 만들었다.

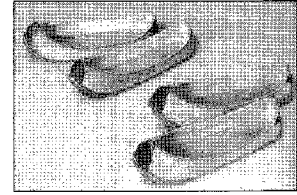
여자용 전통신발에는 <그림 2>와 같이 당혜(唐鞋)가 있는데 당혜는 당초문(唐草紋)을 수놓은 것이나 무늬가 있는 비단을 신둘레에 두른 관계로 당혜라 하였다. 당혜는 신코와 뒤축에 눈을 새겨 붙이며, 도리는 백마피로 들렀고 율타리와 눈은 여러 가지 색으로 배색하였다. 또한 <그림 3>과 같이 운혜(雲鞋)는 조선 여인들이 신던 마른신이었으며 가장 아름다운 신이었다. 앞코가 제비부리처럼 생겼다고 해서 제비부리신이라고도 불렀다. 바닥은 가죽을 댔으며 겹은 화려한 비단으로 만들고 그 안은 융을 대었다. 수혜(繡鞋)는 꽃신이라고도 불렀다. 이 꽃신은 검은 비단에 꽃무늬가 있으며 이 화문에는 여러 가지가 있는데 이는 수혜를 만드는 장인에게 특별히 부탁하여 자기 취향에 맞는 꽃무늬를 선택하기도 했다. 이것은 마른신의 일종으로 신코를 아름답게 보이도록 초록색으로 장식하였다. 궁혜(宮鞋)는 궁중여인들이 신던 신이었다. 이것도 마른신으로 안은 융같이 폭신한 재료로 하고 거죽은 여러 색으로 화사한 비단으로 백비하여 만든 다음 바닥에는 징을 박아 만든다. 남녀 공용 전통 신발로는 <그림 4>과 같은 진신(眞鞋)이 있는데 비오는 날이나 흐린 날에 신던 가죽신. 바닥에 징을 달아서 징신이라고 하기도 하며 비오는 날(진날)에 신는 신이라고 하여 진신이라 이름 붙여졌다. 가죽에 들기름을 입혀 방수가 되게 했고 바닥에 있는 징은 진흙이 신발에 묻는 것을 방지하는 역할을 함. 유혜(油鞋)하고도 한다. <그림 5>의 나막신은 나무로 만든 신발을 나막신이라고 하며 목격지, 목격, 나무신이라고도 한다. 나막신의 종류에는 굽이 있는 것과 굽이 없는 것이 있으며 굽이 있는 것은 주로 비나 눈이 올 때 신는 신발이며 아이들의 나막신에는 채색을 하기도 했다. 신분상으로 전통



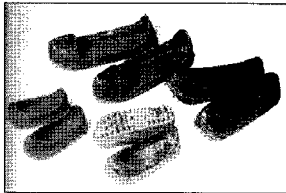
<그림 1> 태사혜



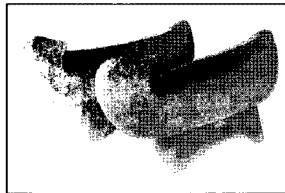
<그림 2> 궁혜(여성신발)



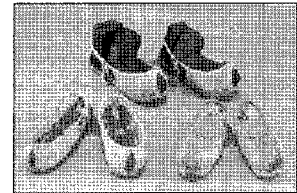
<그림 3> 당혜, 운혜(여성신발)



<그림 4> 유혜(장신)



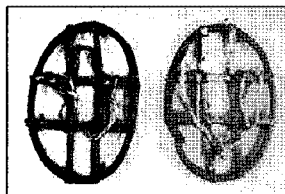
<그림 5> 나막신



<그림 6> 짚신, 미투리



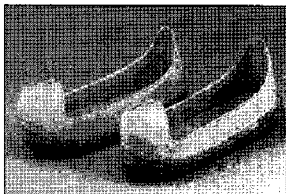
<그림 7> 승혜(흑혜)



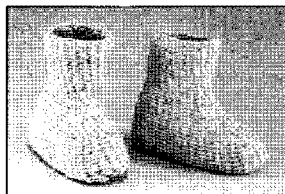
<그림 8> 설피



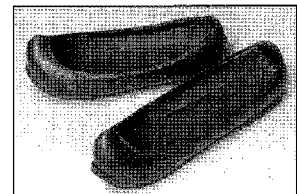
<그림 9> 화자



<그림 10> 녹피혜



<그림 11> 동구마니신



<그림 12> 흑피혜

신발을 구분하면 <그림 6>와 같이 초혜(草鞋)는 짚신을 말하며 서민들이 신던 일반적인 신발이었다. 짚신은 대개 26~30개의 총을 세워 만들며 고운 짚신이란 왕골, 부들 등을 가늘게 꼬아서 촘촘히 삼은 고급짚신이며 엄짚신은 벼짚으로 만든 것으로 상제가 초상때 부터 졸곡 때까지 신기도 했으며 이때 신는 짚신을 간이라고 불렀다. <그림 6>의 왼쪽 마혜(摩鞋)는 삼겹짚을 모아서 만든 신발로 짚신보다는 고급이기 때문에 유생이나 중인층에서 주로 신었으며 일명 미투리라고 했으며 이 신은 총을 50~60개 세워 만들었기 때문에 매우 낱싹했다. 총을 만드는 재료에 따라서 종이를 꼬아서 만든 것을 지총, 가죽

을 잘라서 만든 것을 피총이라고 했으며 절에서 신던 것을 절치라고 했고, 갈근 섬유로 만든 것을 치신이라고 불렀다. <그림 7>의 승혜(僧鞋)는 승려들이 신던 마른신으로 일명 흑혜(黑鞋)라고도 했고 용을 주재료로 했기 때문에 푹신한 것이 특징이며 밑바닥은 단창이고 형태는 포혜(佈鞋)와 비슷하였다. <그림 8>의 설피는 눈 위에서 신는 덧신으로 미끌어 지거나 눈 속으로 발이 빠져 들어가는 것을 막아 준다. 재료는 10년 생 정도의 다래나무 덩굴이나 물푸레 나무, 노가리 나무 등을 사용했다.

그밖에 <그림 9>의 조선시대 문무관료가 관복을 입을때 신었던 화자가 있으며 <그림 10>과

같이 사슴가죽으로 만든 녹피혜가 있다. 또한 <그림 11>와 같이 눈오는 날 미끄러움을 방지하고 방한을 위해 짚으로 만든 장화모양의 동구마니가 있으며 <그림 12>의 나이든 층에서 신은 흑피혜가 있다.

따라서 한국 전통신발은 중국 전통 신발처럼 비단에 자수나 패치워크기법을 이용하여 원색 배색의 조화나 자연의 화려한 문양을 표현하지 않고 한국 전통신발의 구성은 주로 비단이나 면, 마와 가죽 등을 면(공간) 분할에 의해 색상과 소재를 조화시켰고 직물의 문양은 비단에 주로 직조에 의해서 짜여져 화려하지 않고 단순하고 실용적인 느낌을 주어 오히려 현대적인 감각을 가지고 있다.

2. 한국 전통신발의 세부도

이경자 외(2005)²⁴⁾의 연구 자료에서 한국 전통신발의 세부도와 사용된 소재의 예를 몇 종류 들어보면 다음 <그림 13>와 같다. 일반적으로 태사혜의 소재는 실크와 가죽이 사용되었다. 남자용으로는 검정색 실크로 신발전체를 만들고 앞코와 뒤축 결면에 흰색 가죽으로 테사무늬를 만들어 애플리케이션으로 붙여 만들었으며 소년이 사용한 태사혜는 초록색의 실크와 붉은 가죽이 사용되었다. 운혜에 사용된 소재를 보면 가죽과 실크이며 여성용은 꽃무늬로 짜여진 실크를 사용했으며 신발의 코끝은 가죽이 사용되었다. 고무바닥은 이랑무늬와 요철무늬를 사용하여 오목볼록하게 만들었다. 소녀용은 격자무늬로 짜여진 핑크색의 실크가 사용되었으며 앞코와 뒷축은 초록색의 실크를 사용하였다. 뒷축의 중심에는 인디고 색상의 구름모양이 붙여져 있다. 짚신은 짚을 꼬아 만들었으며 발목에 검정 끈을 사용하였는데 그것은 신발바닥을 둘러 발등을 두르는 형태로 만들어 졌으며 신발바닥은 밧줄형태의 4개의 선을 연결하여 꼬아서 만들어졌다. 징신은 퍼릴라(perilla)라는 기름으로 방수가공을 한 가죽으로 만들어 졌으며 신발 바닥에는 징을 많이 박았다. 남자용 징신의 앞코는 태사혜의 앞코와 같으며 여자용 징신의 앞코는 당혜의 앞코와 같다. 나막신은 나무로 만들어 졌으며 신발의 굽은 5-7cm 정도로 높게 하였

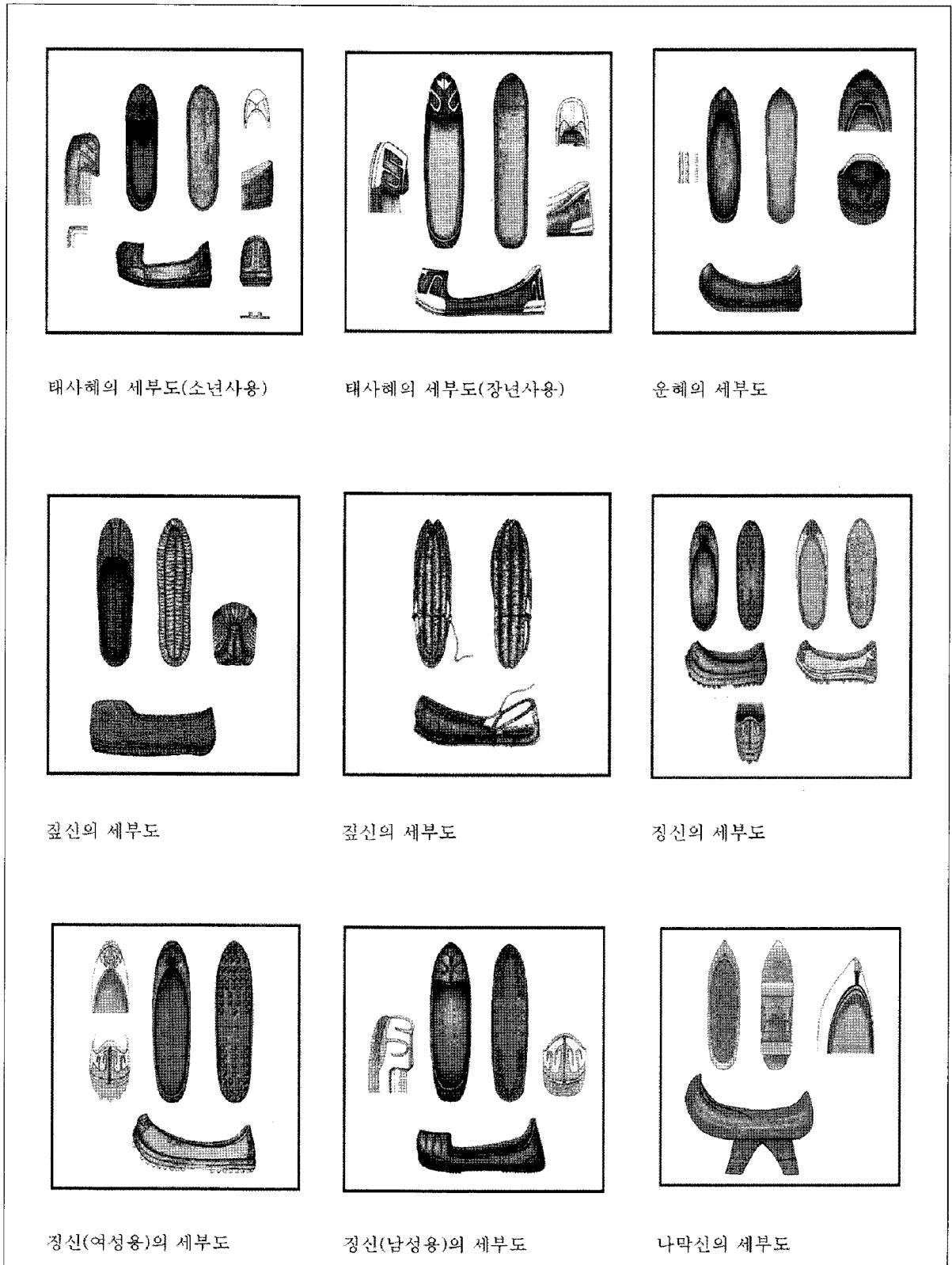
는데 이는 비온뒤 진흙 위를 걸을때 사용되기 위해서 이다. 나막신을 만들 때 신발 몸통과 신발 굽을 분리하여 만들지 않고 나무로 신발 몸통과 굽을 연결하여 깎아 만들었다. 굽은 모두 닳아 없어질 때 까지 신었으며 굽이 모두 닳으면 굽만 만들어 붙여 다시 사용하였다. 나막신의 신발문양은 표면을 파서 문양을 만들거나 패인트 칠을 하여 꽃무늬나 나무 넝쿨 문양을 만들었다.

3. 세계유명브랜드에 출시된 중국 전통이미지의 신발과 소품

중국은 자국의 전통이미지를 응용한 시장지향적인 문화상품을 세계 유명한 패션 브랜드와 신발 브랜드 등에 고유 전통 브랜드로써 많이 진출되고 있다. 그 가운데 중국 전통 이미지 신발은 문화에 따라 다양한 의미를 함축하고 있고 신체의 이미지를 표현하는 패션의 중요한 산물²⁵⁾이기 때문에 세계적인 트렌드와 잘 융합하여 국제적인 감각을 지닌 상품으로 개발되고 있으며, 외국인들이 일상적인 복식과도 상용할 수 있도록 실용적이고 전통적 이미지가 가미된 패션신발들을 지속적으로 개발하고 있다.

<그림 14>는 중국 전통 이미지 신발을 세계적 신발 트렌드와 조화시켜 실용화하고 일상적으로 착용할 수 있도록 제작하여 현재 미국 뉴욕시장에서 중국 이미지 신발과 소품브랜드로써 판매되고 있는 것 들이다. 신발 모형의 종류에는 정장슈즈, 샌들, 펌프스, 부츠등 여러 가지 형태의 화형(Shoe Last)²⁶⁾이 있으나 중국전통 이미지 패션 신발들은 대부분 로퍼와 플랫슈즈의 화형으로만 제작 되어 실용적이면서도 중국의 이미지를 더욱 부가시키고 있으며 신발 소재를 세계적 트렌드와 맞추어 다양한 디자인이 개발되고 있다.

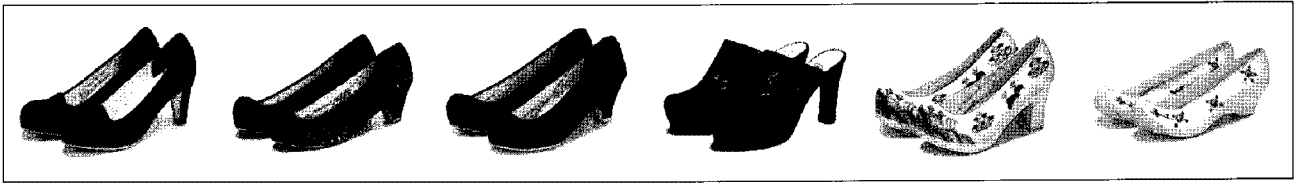
따라서 뉴욕에서 판매되고 있는 중국 전통 이미지 신발들은 중국 전통신발의 제작방법과 같이 주로 비단에 자수와 비즈, 스팅글을 주로 이용하여 문양을 표현함으로써 중국적인 화려함을 나타내고 있다.



<그림 13> 한국 전통신발의 세부도

	<p>1브랜드: Urban Outfitter 디자인이미지: Skimmer디자인으로 패브릭 원단으로 만들어진 자수가 놓인 에스닉한 플랫 슈즈 스타일 소재: 새틴, 비즈</p>
	<p>2브랜드: Naughty Monkey 디자인이미지: 뒷부분이 트인 스랑백 스타일과 함께 앵클 스트랩으로 한번 더 포인트를 준 에스닉한 스타일 소재: 메탈릭한 가공을 한 인조가죽</p>
	<p>3브랜드: Urban Outfitter 디자인이미지: upper에서 뒷꿈치 부분까지 장식되어 있으며 신발 입구를 따라 트리밍장식을 준 에스닉한 스타일 소재: 인조 스웨이드, 비즈</p>
	<p>4브랜드: Tow Lips 디자인이미지: 패브릭 소재와 자수디자인의 조화를 이룬 에스닉한 키튼힐 스타일 소재: 인조 스웨이드</p>
	<p>5브랜드: Tow Lips 디자인이미지: 광택있는 실크 패브릭과 시퀸, 비즈 등의 디테일이 자수와 함께 섬세하면서도 동양적인 멋으로 조화를 이루고 있는 슬립온 스타일의 모카신 소재: 실크, 비즈, 시퀸,가죽(신발안창과 굽)</p>
	<p>6브랜드: dELiAs.com 디자인 이미지: 단아한 라운드 토투 디자인과 upper와 대비되는 수장식, 크롭P 대테일등이 여성스러운 느낌을 강조하는 아이템 소재: 인조 스웨이드, Satin, Beads,</p>
	<p>7브랜드: Urban Outfitterd 디자인이미지: 버클처리된 스트랩과 슈즈 입구 부분을 한번 감싸준 트리밍이 깔끔한 메리제인 스타일의 플랫슈즈 소재: 벨벳, 면,고무</p>
	<p>8브랜드: dELiAs.com 디자인이미지: 에스닉을 연출해주고 upper에서 뒤꿈치까지 트리밍장식을 주어 화려한 이미지 소재: Satin, Beads</p>
	<p>9브랜드: Urban Outfitter 디자인이미지: 스티치 장식이 돋보이는 skimmer디자인으로 패브릭 원단으로 만들어져 편안한 스타일 소재: 가죽</p>
	<p>10브랜드: Urban Outfitter 디자인이미지: 패브릭 소재와 화려한 비즈와 잘어울려진 에스닉한 스타일 소재: 실크, 비즈</p>

<그림 14> 중국 전통 문화콘텐츠를 이용한 뉴욕시장에서 시판되고 있는 중국 이미지 신발 브랜드



<그림 15> 현재 시판되고 있는 한국적 이미지 신발 문화상품

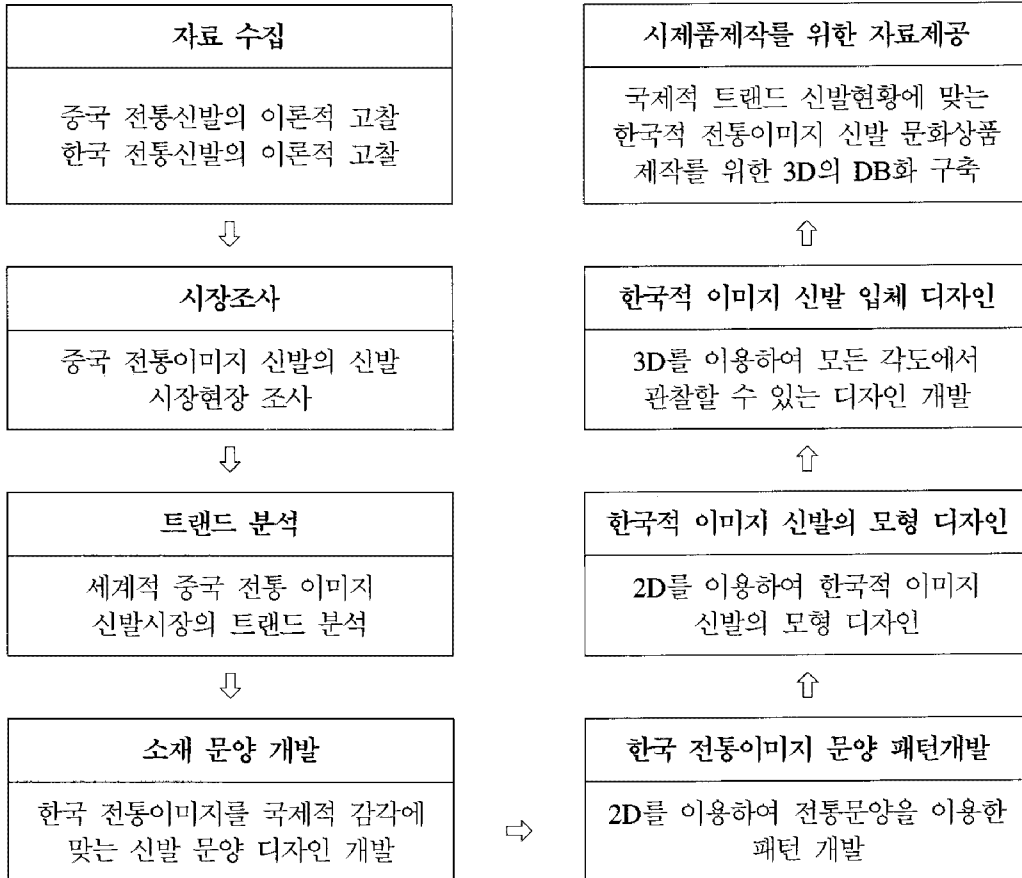
4. 한국 전통이미지 신발 시장현황

현재 시중에 나와 있는 한국 전통이미지 신발은 다음 <그림 15>와 같다. 한국적 전통 이미지의 신발 문화상품들은 모형과 소재가 지나치게 단조롭고 실용적이거나 일상적이지 못하며 디자인에 있어서는 국제적 감각과 트렌드에 미치지 못하고 있는 실정이다. 이러한 신발을 사용할 수 있는 상황도 한복을 착용할 때와 같은 특수한 상황에서만 사용할 수 있어 국제적인 패션 신발 문화상품으로는 다소 개선해야 할 점이 많다.

III. 한국 전통이미지의 신발 디자인

1. 디자인 프로세서

본 연구의 디자인 프로세스를 보면 <그림 16>과 같다. 첫째는 한국전통 이미지를 이용하여 시판되고 있는 한국 전통이미지 신발을 조사하여 문제점을 살펴본다. 둘째는 한국적 전통신발에 대한 이론적 고찰을 하여 한국적 전통신발에 대한 구성법과 소재, 사용된 문양 등을 조사한다. 셋째는 조사자료를 바탕으로 문양과 신발디



<그림 16> 한국 전통 이미지를 이용한 신발 디자인 프로세서

자인을 2D와 3D 기법을 이용하여 다양한 한국 전통이미지가 표현된 신발디자인을 도출하여 국제적 감각의 한국전통이미지의 신발을 디자인한다.

2. 한국 전통이미지 신발에 이용될 한국 전통 문양의 트렌드화된 이미지 도출과정

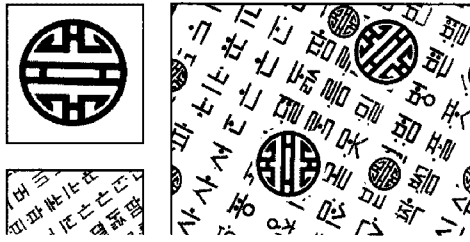
첫째, 사용된 소프트웨어는 어도비 일러스트레이터(Adobe Illustrator), 어도비 포토샵(Adobe Photoshop)이다 일러스트레이터는 캐릭터 디자인, 심볼 디자인 및 제품 디자인 등의 아트워크에 사용하는 소프트웨어이다. 화상 이미지의 고정밀도 분리 출력까지 지원하고 있는 포스트스크립트 형식으로 벡터 그래픽의 효과를 극대화할 수 있다. 일러스트레이터는 정점의 좌표값을 데이터로 기억하기 때문에 비트맵 그래픽에 비해 수정이 자유롭다는 장점을 가지고 있다. 포토샵은 전문적인 이미지 편집 소프트웨어로서 디지털 이미지 라인의 대표적인 것으로 비트맵 방식이다. 이미지를 원하는 데로 변형 및 수정하거나 자유로운 형태를 창작하는데 많은 역할을 한다.

둘째, 문양디자인 개발과정에서 문양 디자인은 우리나라 전통 문양을 원천으로 스캐닝하여 포토샵에서 이미지(문양)를 정리하였다. 벡터 방식인 일러스트레이터를 이용하여 세밀하게 제작하였다. 결과물은 전통문양을 유니트별로 일러스트하여 패턴화하였다. 15종류 유니트 디자인을 개발하고 개발된 문양 유니트와 패턴의 전개과정을 통해 신발문화상품에 이용될 8종류의 문양 패턴 디자인을 개발하였다. 특히 3D 맵핑 소스용이나 제품 표면 가공에 효율적으로 사용될 수 있도록 다양하게 응용하였다. 우리나라 전통 문양 가운데 요즘 트렌드에서 선호할 만한 문양을 선택하여 일러스트를 통해 선들을 교정하여 유니트화하고 2개 이상의 문양 유니트를 합하여 신발 문화상품에 이용할 문양 패턴을 개발하였다. <그림 17>에서 <그림 24>까지 8종류를 개발하였으며 <그림 17>은 우리나라 전통문양인 떡살문과 한글을 각각 유니트화하고 두 유니트를 합성하여 패턴문양을 개발했으며, <그림 18>은 운문과 초화문 떡살문을 각각 유니트화하

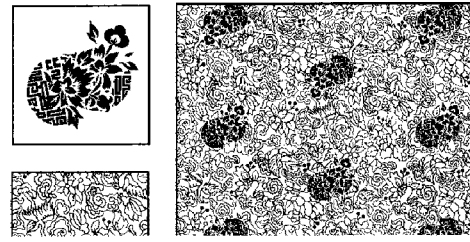
여 패턴화 했고 <그림 19>는 한글과 당초문의 각각의 유니트를 패턴으로 개발하였다. <그림 20>는 당초문과 운문 그리고 사엽문을, <그림 21>은 한글과 초화문, 떡살문을, <그림 22>는 초화문과 떡살문을, <그림 23>은 떡살문과 운문을, <그림 24>는 떡살문과 당초문으로 패턴을 개발하였다.

3. 한국 전통이미지를 이용한 문화상품 신발 외형 디자인 개발

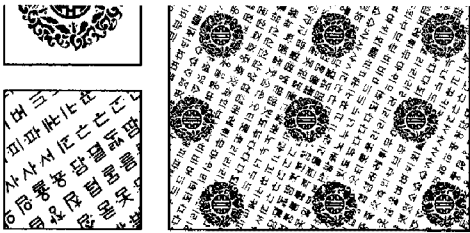
사용한 소프트웨어는 어도비 일러스트레이터(Adobe Illustrator)와 어도비 포토샵(Adobe Photoshop)이다. 우리나라 전통이미지 문화 상품 신발 외형 디자인 과정은 우리나라 전통 신발과 세부도를 원천으로 스캐닝하여 포토샵에서 이미지를 정리하였으며 벡터 방식인 일러스트레이터를 이용하여 세밀하게 제작하였다. 특히 3D 맵핑 소스용이나 제품 표면 가공에 효율적으로 사용될 수 있도록 다양하게 응용하였다. 결과물은 한국전통신발과 세부도에서 나타나는 신발 라인과 소재, 구성법을 참조하여 신발의 외형 형태 라인을 디자인개발 하였다. 결과물은 총 8종류의 외형 디자인 라인을 개발하였으며 그 가운데 5종류의 예를 다음 <그림 25>에 나타내었다. 테사체를 이용하여 디자인된 신발은 테사체의 구성상 특징인 앞부분을 절개함으로써 한국적 전통신발의 특성을 살려 디자인 되었으며, 운혜를 이용한 디자인은 앞 코부분을 절개하여 다른 특성의 소재를 사용할 수 있도록 디자인하였다. 나막신을 이용한 디자인에서는 나막신 신발의 외형라인의 특성을 그대로 유지하여 둔탁한 느낌의 절개선을 넣어 전통적인 느낌이 느껴지게 하였다. 또한 궁혜에서는 앞코 부분의 라인에 의해 완성되었다. 짚신을 이용한 신발외형 디자인에서는 짚신의 구성학적인 특성인 앞부분의 절개선을 이용하여 디자인하였다.



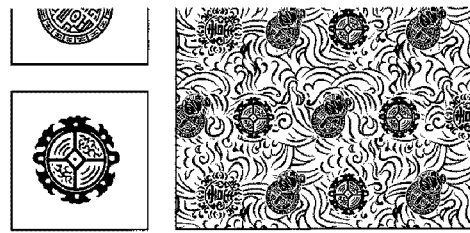
<그림 17> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 1



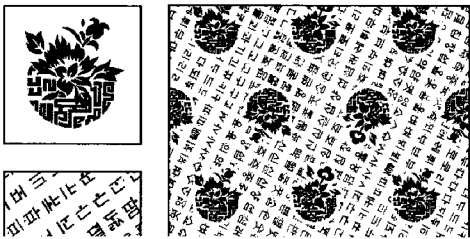
<그림 18> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 5



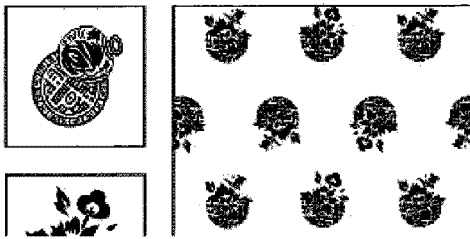
<그림 19> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 2



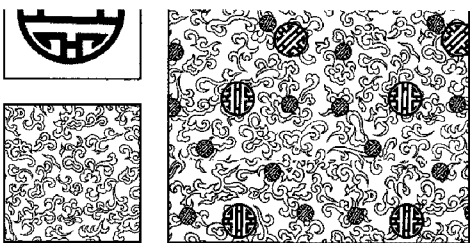
<그림 20> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 6



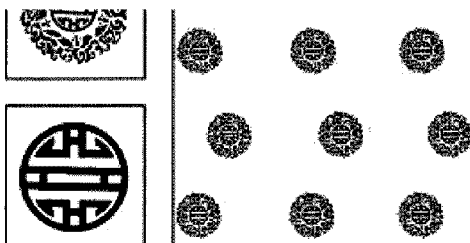
<그림 21> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 3



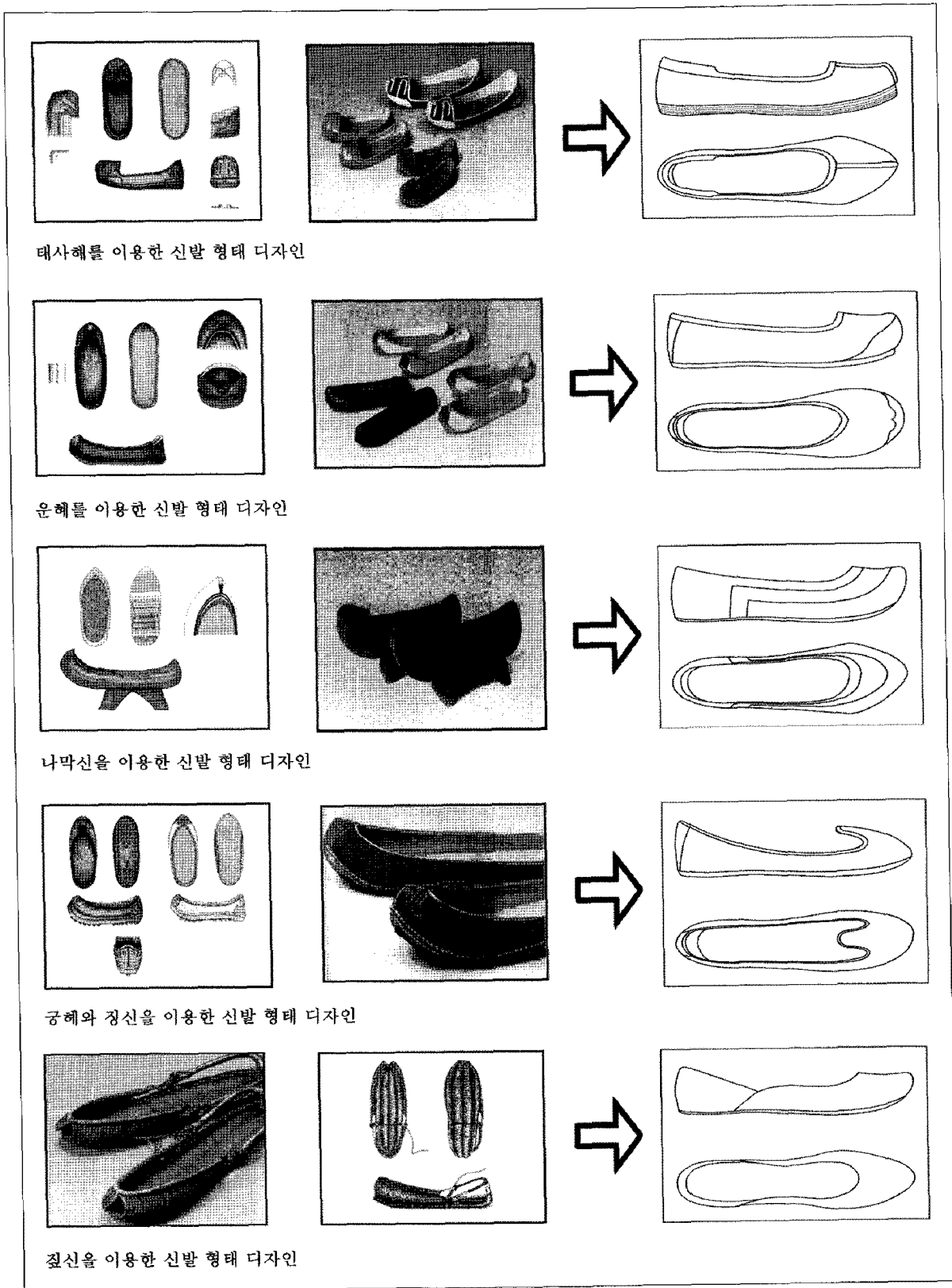
<그림 22> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 7



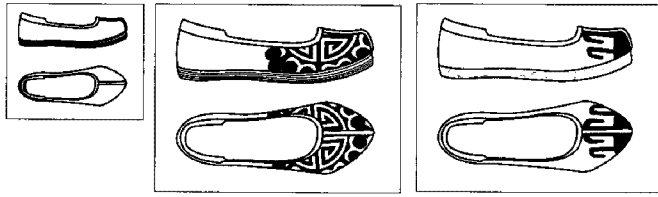
<그림 23> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 4



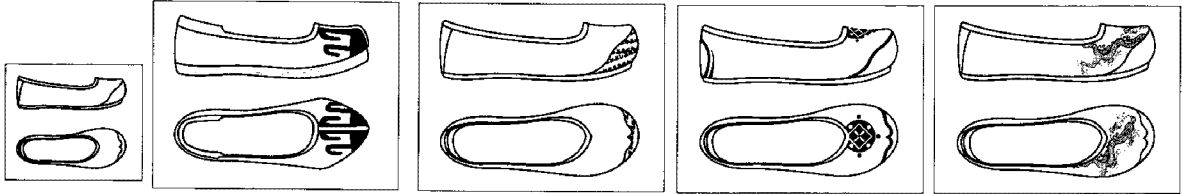
<그림 24> 우리나라 전통문양에서 응용된 문양과 패턴의 전개과정 8



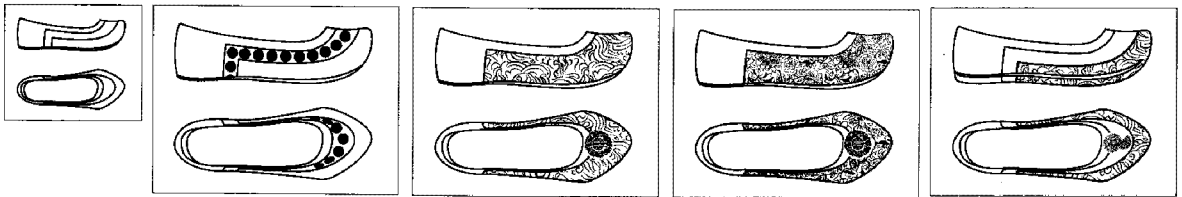
<그림 25> 한국 전통 신발을 응용한 문화상품 신발외형 디자인



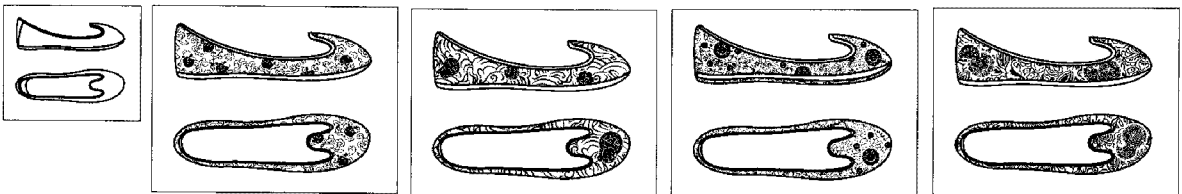
<그림 26> 태사혜를 이용한 디자인에 문양 wrapping하기



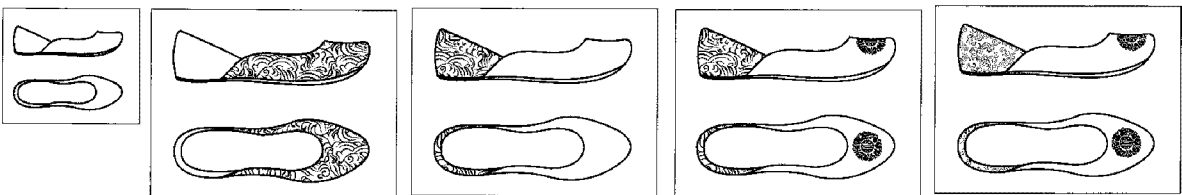
<그림 27> 운혜를 이용한 디자인에 문양 wrapping 하기



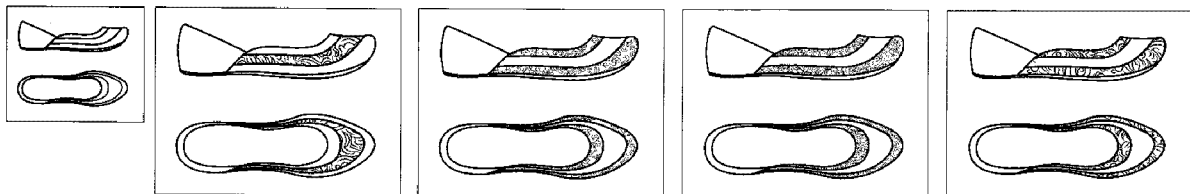
<그림 28> 나막신을 이용한 디자인에 문양 wrapping하기



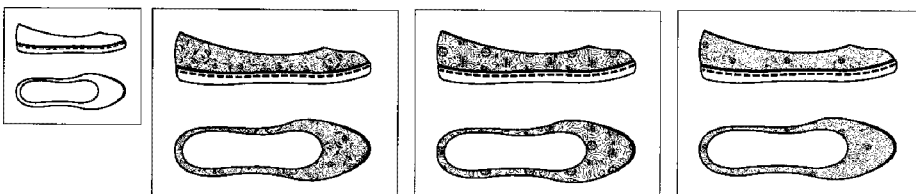
<그림 29> 짚신을 이용한 디자인에 문양 wrapping 하기



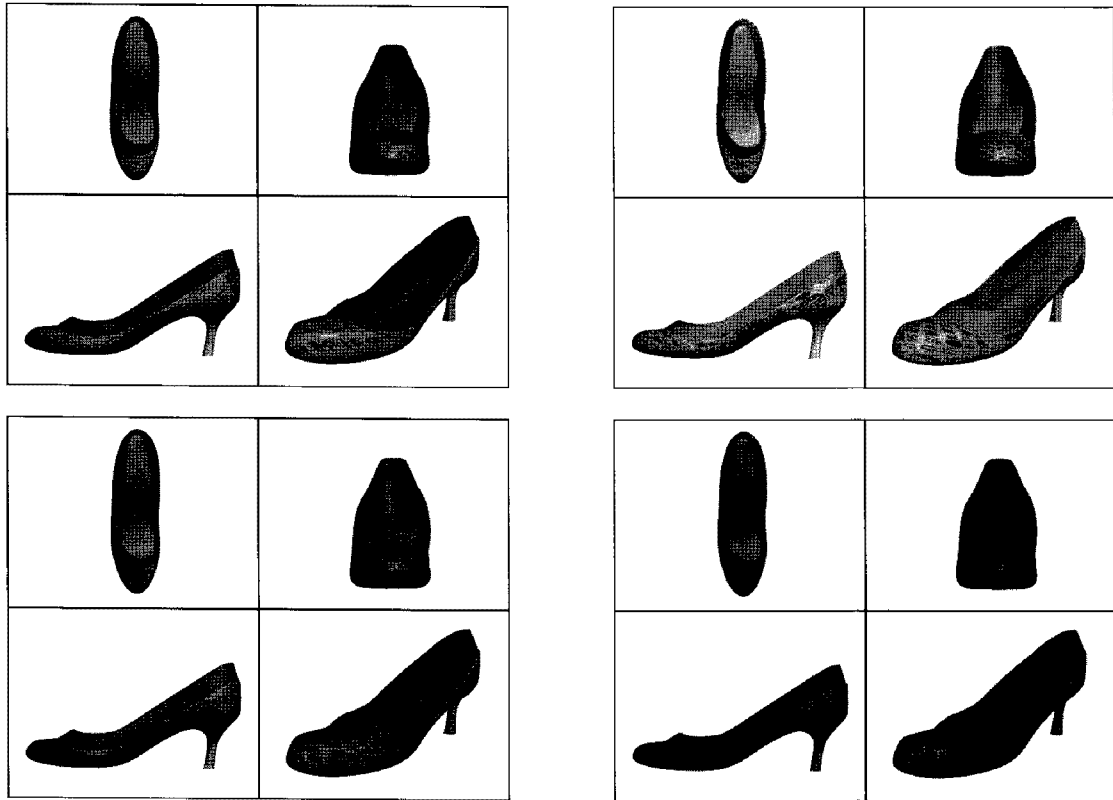
<그림 30> 짚신 미투리를 이용한 디자인에 문양 wrapping 하기



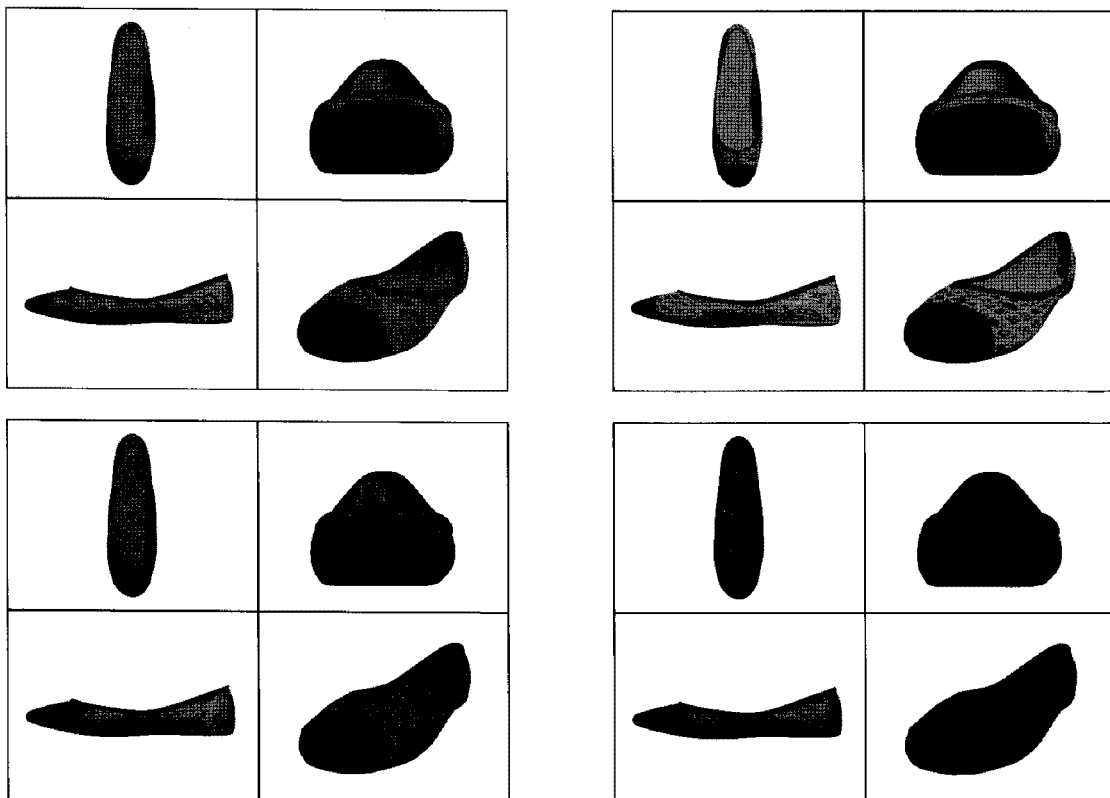
<그림 31> 짚신과 유혜를 이용한 디자인에 문양 wrapping 하기



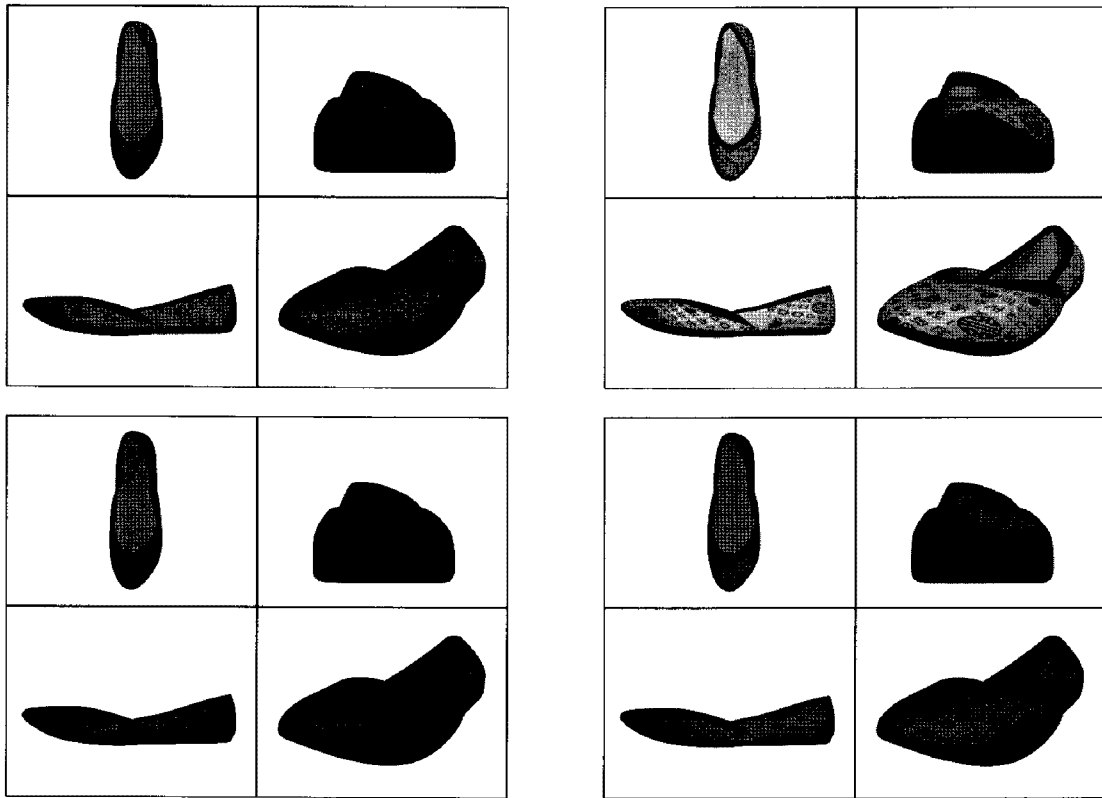
<그림 32> 태사혜와 짚신을 이용한 디자인에 문양 wrapping 하기



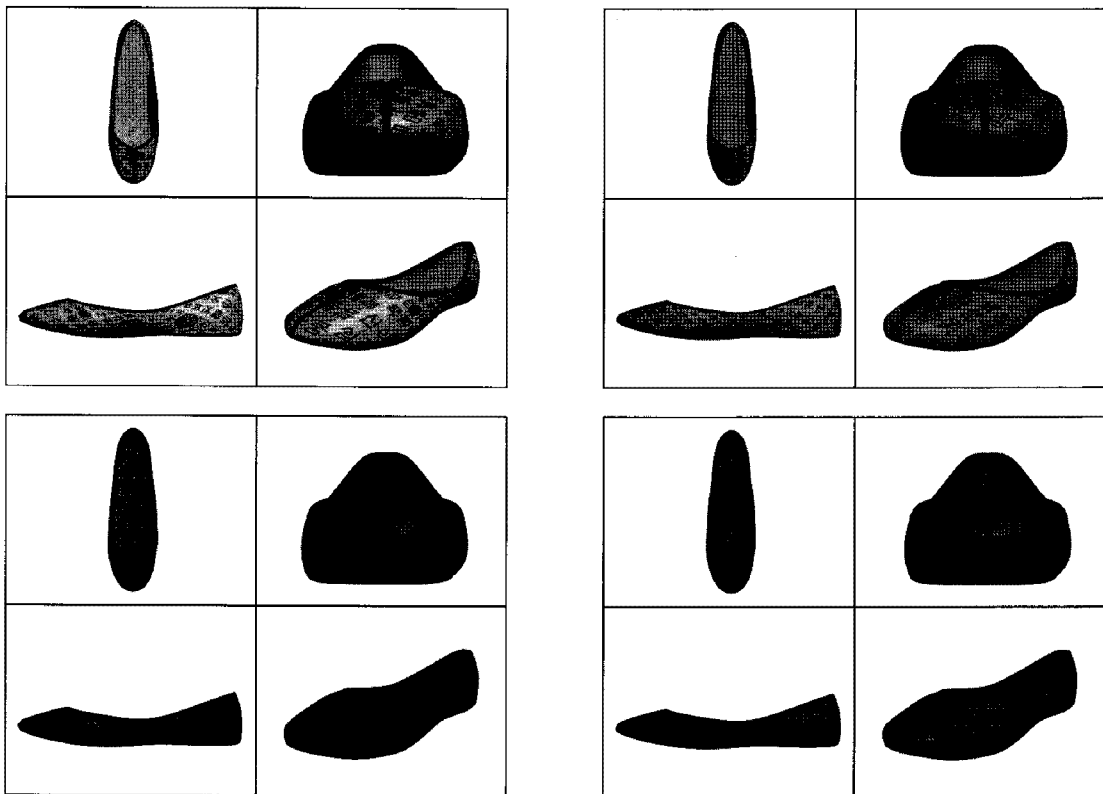
<그림 33> 펌프스 스타일로 완성된 한국 전통 이미지 신발의 입체디자인



<그림 34> 플랫슈즈 스타일로 완성된 한국 전통 이미지 신발의 입체디자인



<그림 35> 플랫폼슈즈 스타일로 완성된 한국 전통 이미지 신발의 입체디자인



<그림 36> 플랫폼슈즈 스타일로 완성된 한국 전통 이미지 신발의 입체디자인

4. 한국 전통이미지 신발 표면에 개발된 전통 이미지 문양패턴 입히기(wrapping) 과정

사용한 소프트웨어는 어도비 일러스트레이터(Adobe Illustrator), 어도비 포토샵(Adobe Photoshop)이며, 신발에 문양패턴을 입히는 과정에서 전통 문양을 이용해 개발된 문양패턴 디자인과 우리나라 전통 이미지를 바탕으로 디자인 개발된 신발을 원천으로 스캐닝하여 포토샵에서 이미지와 문양을 정리하였으며 벡터 방식인 일러스트레이터를 이용하여 세밀하게 제작하였다. 다양하게 개발된 신발형태 라인에 다양한 문양을 입혀 60종류의 전통이미지 신발디자인을 개발하였다. 그중에서 7종류의 신발외형 형태를 정면과 측면으로 하여 디자인 개발된 결과물을 <그림 26>에서 <그림 32>까지 나타내었다. <그림 26>은 테사혜를 이용하여 개발된 신발외형 라인에서 앞코 부분이 절개된 디자인 특성을 용하여 신발 앞부분을 좌우 대칭으로 문양 패턴을 입혀 디자인 개발되었으며, <그림 27>은 우리나라 전통신발인 운혜를 이용하였는데 운혜의 앞코 부분을 다른 소재로 이용할 수 있도록 절개하여 부분 문양을 입혀 디자인 개발된 것이다. <그림 28>은 나막신을 이용하여 개발된 신발형태에 면분할을 하여 문양패턴을 입혀 디자인 개발하였다. <그림 29>는 징신을 이용하여 디자인된 신발 형태에 신발전체에 문양을 입혔으며, <그림 30>의 짚신 미투리를 이용한 디자인에서는 신발 옆선이 구성상 잘려져 있기 때문에 잘린 선을 부각시키기 위하여 문양을 한쪽만 입혀 비대칭이 되도록 하였다. <그림 31>에서는 유혜의 라인과 짚신의 잘려진 옆선의 특성을 살리어 디자인하였으며 <그림 32>는 테사혜의 라인과 짚신의 구성법인 밑창의 특성을 살리어 밑창이 걸창을 감싸는 듯이 디자인하였다.

5. 3D를 이용한 한국 전통 이미지 신발의 입체 디자인 개발

사용된 소프트웨어 3D MAX 8.0, Photoshop CS이며 작업과정은 첫째, 디자인된 신발 이미지를 바탕으로 3D MAX 8.0(소프트웨어)으로 3차

원 모델링(modeling)을 한 후 모델링 된 오브제(Object)에서 (Map)좌표를 추출했으며, 둘째, 추출된 맵 좌표에 디자인된 신발이미지에 맞추어 Photoshop CS(소프트웨어)를 이용하여 문양 및 색을 입혔다. 셋째, 3D MAX 8.0에 모델링 된 오브제에 문양과 색을 입힌 맵(map)을 적용했으며, 넷째, 신발 각각에 맞는 재질을 적용한 후 이미지 데이터로 렌더링(rendering)했다.

결과물로는 실제 신발 모양으로 입체적으로 보여주고 있으며 하나의 신발 디자인을 신발의 정면, 옆면, 윗면, 안쪽면 등을 볼 수 있도록 하였다. 디자인된 결과물은 43종류의 입체적인 신발디자인이 개발되어 저장하여 제출하였으나 본문에는 4종류의 디자인을 선택하여 <그림 33>에서 <그림 36>까지 나타내었다.

IV. 결론

본 연구는 한국 전통신발을 바탕으로 한국적 이미지와 세계적 트렌드를 접목시켜 국제적 감각에 맞고 시장지향적인 한국전통 이미지 신발 문화상품 디자인을 개발하고자 하였다.

우리의 전통적인 역사와 사상 그리고 시대적인 유행을 살펴보고 응용하여 현대의 디자인 감각과 연계하여 새로운 상품을 제작하고자 하는 시도는 근래에 들어서 활발하게 움직임이 일고 있다. 현대인의 기호와 한국적인 이미지의 디자인적 감각을 지니고 있는 문화상품이야말로 경제적인 부가가치로서 뿐만 아니라 그 지역과 문화를 알리고 홍보하는 매개체의 역할로서 문화상품의 역할은 실로 크다고 할 수 있다.

중국은 역사가 길고 영토가 넓기 때문에 중국의 전통신발의 종류는 다양하다. 중국전통신발의 디자인학적인 특징을 보면 대단히 화려한 것을 알 수 있으며 구성면에서는 소재가 대부분 비단이고 패치워크나 자수기법으로 문양을 표현하고 있다. 신발에 사용된 문양은 주로 자연의 식물을 주제로 하고 있으며 도형화하지 않고 자연스러운 형태를 그대로 사용하고 있다. 또한 색상은 원색이나 원색배색을 사용하여 화려함을 더하고 있다. 뉴욕시장의 유명 브랜드에서 판매되고 있는 중국전통이미지 신발을 보면 중

국 전통신발과 비슷한 구성법을 택하고 있다. 비교적 실용적인 디자인으로 바뀌었으나 비즈나 스팅클을 이용한 화려한 자수기법은 중국 전통이미지를 느끼게 하고 있다.

반면 우리나라의 전통신발의 디자인학적 이미지는 감소하면서 실용적인 느낌을 준다. 우리나라 전통신발의 구성법을 보면 비단, 가죽, 나무, 짚 등 소재가 다양하고 주로 가죽과 함께 면분할 기법에 의해서 스티치를 많이 이용하고 있어 견고하면서 모던하고 소박한 느낌을 주고 있다. 이러한 특징은 요즘 유행하는 신발에서도 찾아 볼 수 있는데 오히려 이러한 특징을 부각시켜 우리나라의 전통신발을 국제적 트렌드에 맞추어 디자인하면 현재 세계의 신발시장에서 중국의 전통이미지 신발보다 더욱 매력적이고 실용적이며 상품으로서의 가치가 높은 전통 이미지 신발 상품이 될 것이다. 즉 외국 소비자들에게도 지나치게 낯설지 않은 한국적이미지가 가미되어 있어 중국 전통이미지 신발보다 한국 전통이미지 신발이 상품으로서 가치가 더 있을 것으로 보인다.

이번 한국적 전통 이미지의 신발 디자인 개발에서는 우리나라의 전통문양과 전통신발의 화형(Last)을 국제적 트렌드에 맞추어 디자인 개발함으로써 고부가 가치 상품으로써 가치가 있도록 하고자 하였다. 전통문양 패턴은 단위별로 라인을 단순화하여 패턴을 개발함으로써 트렌드에 맞도록 디자인 개발 하였으며 신발의 화형은 신발의 윗부분인 뚜껍은 전통신발에서 라인을 개발하고 전체 신발의 화형은 일상생활에서 자주 이용되는 펌프스 스타일과 플랫 스타일의 신발 바닥으로 결정하고 그 위에 디자인 개발된 한국적 전통 신발 이미지의 겹뚜껍을 올려 놓았다. 이를 기본으로 하여 다양한 문양 패턴을 3D를 이용하여 다양하게 개발된 전통이미지 신발에 입힘으로써 여러 디자인의 한국 전통이미지의 신발을 개발할 수 있었다. 또한 이러한 자료를 체계적으로 DB 구축하여 연속된 전통이미지 상품디자인 개발에 이용할 수 있도록 하였다.

그러나 이번 연구에서는 우리나라 전통신발의 소재 개발이나 디자인 면에서 부분적으로 한계가 있었으나 앞으로 지속적으로 우리의 전통신발을 계속 연구하여 세계속의 상품으로 디자

인된다면 고부가 가치 상품으로서 우리나라의 신발산업 경제에도 큰 도움이되리라 생각된다. 이러한 맥락에서 한국의 전통적 이미지를 갖는 신발 문화의 학문적 연구를 잇는 실용적 연구는 우리나라의 국가경쟁력을 키우는데 큰 역할을 한다고 할 수 있다. 현재 국내에서 가장 규모가 큰 신발시장은 외국인회사들이 주축이 되어 있는 스포츠슈즈 시장이며, 국내업체들은 기술력의 한계로 외국시장에 발붙일 틈이 없다는 점은 잘 알려진 사실이다. 그러나 우리나라 고유한 문화가 깃들여진 신발을 문화상품으로 만들어 국외시장에 경쟁할 경우 상당한 경쟁력을 갖는 달라진 상황이 될 것이다.

참 고 문 헌

- 1) 최혜숙, 이혜주 (2000). 한국의 문화상품 개발과 방향에 관한 연구. *대한가정학회지 추계학술대회 발표집*, pp.111-112.
- 2) 김혜숙 (2002). 문화상품 디자인 개발에 관한 연구. *디자인학연구 15(1)*, pp.299-308.
- 3) 안영환 (1998). 주요국의 문화상품 개발지원 제도 및 우리문화상품의 해외진출방안: 전통문화상품을 중심으로. *문화관광부*.
- 4) 김민수 (2002). *김민수의 문화디자인*. 서울: 다우, pp.246-255.
- 5) 정진순 (2004). 연꽃문양을 이용한 직물디자인 개발 및 문화상품 제작. *한국의류산업학회지 6(4)*, pp.118-119.
- 6) 김영아 (2000). 국립박물관 문화상품 개발에 관한연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 7) 박현대 (1998). 한국적 문화이미지 고양확대를 위한 문화상품 개발-전통문화활용을 중심으로. *디자인학연구 11(2)*, pp.203-213.
- 8) 박동수 (2000). 신라토우의 문화상품 개발에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 9) 박은미 (2000). 도자 공예문화상품 개발에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 10) 장엽 (1997). 학의 이미지를 응용한 문화상품 디자인에 관한 연구. 홍익대학교대

- 학원 석사학위논문.
- 11) 권미오 (2002). 전통문양을 응용한 문화상품의 개발과 홍보의 전개. *출판문화학회보* 10(1), pp.161-178.
 - 12) 손경필 (2000). 전통문양을 응용한 문화상품 개발에 관한 연구. 조선대학교 대학원 석사학위논문.
 - 13) 권진·박혜령 (2001). 생활한복의 깃 디자인 기원에 관한 연구. *한국의류산업학회지* 3(3), pp.211-218
 - 14) 김언배 외4 (1998). 한국전통문양을 활용한 문화상품개발에 관한 연구-국립경주박물관 소장품을 중심으로. 학술진흥재단 연구조성비에 의한 연구.
 - 15) 강성운 (1997). 문화상품 개발에 관한 연구. 조선대학교 대학원 석사학위논문.
 - 16) 박영순 외4 (2001). 한국의 전통적 소재를 적용한 문화상품 디자인제안. *디자인학연구 학술발표회논문집*, pp.26-27.
 - 17) 산업자원부 (2000). 전통소재에 의한 한국 문화상품의 특성화연구.
 - 18) 오현정·오선희 (2002). 브레인스토밍 기법에 의한 한국적이미지유형. *복식* 52(6), pp.41-50.
 - 19) 김애숙 (2003). 광주 시립미술관 문화상품 개발에 관한연구.-넥타이를 중심으로. *한국공예논총*, pp.51-65.
 - 20) 한선주 (2001). 전라남도 관광기념품을 위한 컴퓨터 전사디자인에 관한 연구(T-셔츠를 중심으로). *한국농촌공예*, p.170.
 - 21) 이병수, 이아라 (2003). 문화상품개발과 마케팅에 관한 연구. *한국디자인학회 2003(05) 봄 학술대회논문집*, pp.56-57.
 - 22) 문화관광부 (2002). 문화산업 진흥연차 보고서. 자료출처 <http://www.mct.go.kr>.
 - 23) 박영순 외4 (2001). 한국의 전통적 소재를 적용한 문화상품 디자인제안. *디자인학연구 학술발표회논문집*, pp.26-27.
 - 24) 이경자 외4 (2005). *전통한국의상*. 서울: 글로벌 오리엔탈.
 - 25) 조선희 (1997). 동북아시아 신문화에 관한 연구. 성신여대 대학원 박사학위논문.
 - 26) 이상현, 정연찬 (2001). 맞춤형구두를 위한 3차원 발 측정시스템. *대한산업공학회 춘계공동학술대회*, pp.465-467.