

광양매화축제를 기반으로 한 패션문화상품 디자인개발 연구

김 선 영

순천대학교 패션디자인학과 부교수

Development of Design for Cultural Fashion Products based on the *Gwangyang* Ume Flower Festival

Sun-Young Kim

Associate Professor, Dept. of Fashion Design, Sunchon National University

(투고일: 2009. 10. 29, 심사(수정)일: 2009. 11. 4, 게재확정일: 2009. 11. 24)

ABSTRACT

For the *Gwangyang* Ume Flower Festival, this study sought to develop competitive fashion culture goods design and to activate regional culture festival by reinterpreting ume flower image in accordance with current trends, manufacturing motive patterns, and applying them to neckties, scarves, and T-shirts. In terms of method, four basic motives were set that showed new figurative images of ume flowers using Adobe Illustrator 10. The repetitive units of each motive were combined with the ume flower motives and the geometrical patterns, such as quadrangle, triangle, and circle. The basic direction of design was set so that color and texture could have colorful, modern, and natural images using pastel tone and gradation. The set patterns were applied to the repetition, the repetition of the transformed patterns of 45 angle, and the stripe patterns, making it possible to display various images in the fashion items such as neckties, scarves, handkerchiefs, or T-shirts. The development of such fashion culture goods seems to be more significant, since they can be easily accessed by general festival participants. Accordingly, the *Gwangyang* Ume Flower Festival seems to develop not into food-led festival, but into a cultural festival that can publicize more various programs and create profits.

Key words: fashion culture goods(패션문화상품), *Gwangyang* Ume Flower Festival(광양매화축제), ume flower(매화꽃)

I. 서론

한 나라의 독창적인 문화는 하나의 정체성으로 그 나라의 모든 것을 대변하듯이 21세기는 문화가 지역 경쟁력의 기초를 이루는 시대가 되었다. 이미 세계 각국은 문화의 시대를 맞이하여 자국의 전통과 정체성이 담긴 문화상품에 대한 관심이 고조되고 있으며, 세계적인 소비형태도 특정국가나 특정지역의 문화가 반영된 상품에 대한 선호도가 높아지고 있다. 즉 문화를 바탕으로 한 디자인을 국가 이익의 중요한 수단으로 인식하고 이러한 요소를 바탕으로 적극적인 문화산업 정책을 펴는 한편 계속하여 시대적 변화에 부응하는 진흥방안을 모색하고 있는 것이다.

우리나라는 1990년 이후 관광산업을 국가의 전략 산업으로 육성한다는 계획을 수립하였고 이러한 중앙정부의 계획에 의해 각 자치단체에서도 지역의 특성을 살리면서 지역성장을 제고시킬 수 있는 지역개발 전략의 수단으로써 다양한 문화 행사 및 지역축제 등을 이용한 개발 전략을 채택하고 있다. 특히 지역축제는 각 지역의 전통문화를 대상으로 지역 정체성을 수립할 수 있으며 지역주민의 여가생활 확대와 소득증대 창출을 도모하게 한다. 그러나 각 지역에서 선보이고 있는 많은 지역축제의 경우 다양한 부대행사나 프로그램으로 활성화 되고 있으나, 이를 기반으로 한 문화 상품들은 지역적 정체성을 나타내는 고유의 이미지를 잘 나타내지 못하고 있으며, 특산물의 경우를 제외하고는 전국 어느 곳에서나 볼 수 있는 일반적인 상품디자인들이 대부분으로 각 지역의 특성을 살린 디자인 개발에 있어 미흡한 부분이 많다고 하겠다.

문화 상품은 경제적 부가가치가 크고 긍정적인 지역의 이미지 창출을 가져오며 지역발전의 토대로 작용하고 나아가서 국가 경쟁력의 기반으로 이어 나갈 수 있다. 따라서 본 연구에서는 올해로 제 13회를 맞았던 광양매화 축제를 대상으로 매화의 이미지를 트렌드에 맞게 현대적으로 재해석하고 패턴을 제작하여 다양한 분야에 적용함으로써 경쟁력 있는 패션문화상품디자인을 개발하고 지역문화축제의 활성화를 도모하고자 하였다. 연구 방법은 매화 꽃문양을 디자

인 개발의 소재로 선택하고 컴퓨터디자인 프로그램인 Adobe Illustrator10을 이용하여 모티브 화하고 이를 넥타이와 스카프, T-Shirt에 적용하였다. 그리고 모티브 패턴의 결과물을 각 아이템별 디자인에 공통적으로 적용시켜 기념품들의 상품기획 구성에 있어서도 서로 통일성과 실용성을 가질 수 있게 하였다. 섬유소재의 문화상품은 우리 실생활에서 밀접하게 소비되어질 수 있는 상품아이템으로, 특히 넥타이와 스카프, T-Shirt 등의 패션아이템은 일반 축제참여자 들이 그들의 일상생활에서 쉽게 접근할 수 있는 상품이므로 그 의의가 크다고 할 수 있으며, 이러한 패션문화상품 개발을 통해 매실을 중심으로 한 음식물 위주의 광양매화축제에 있어 새로운 발전방향을 제시하는데 도움이 되고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 지역문화축제의 의미

현재 우리사회에서 통용되는 축제의 개념은 '특정한 축제조직에 의해서 불특정 다수를 대상으로 년중의 일정한 시점에 짧게는 하루, 길게는 일주일 동안 특정한 의례행위와 여러 가지 오락, 놀이, 문화예술, 체육 프로그램으로 구성되는 행사'를 말하며, 여기에는 대학축제, 거리축제, 지역축제 등이 있다.¹⁾

현대사회에 있어 축제는 대체로 각 지역이라는 공간적인 제한을 바탕으로 이루어진 것으로, 이 지리적 공간을 문화와 연결시켜 그것이 한 지역의 전형적인 것으로 해석되고 다른 지역과 구분되는데 사용가치를 부여받는다. 즉 한 지역의 축제는 그 지역을 대변하며 다른 지역에서 찾을 수 없는 지역문화의 상징으로서 의의를 가지게 된다. 따라서 지역축제란 지방자치단체의 단위에서 이루어지는 지역축제들은 물론 이러한 지방범위 외에 노동자들의 지역별 축제, 직능집단의 지역별 축제, 산악지방의 축제 등 지역적 범위를 단위로 한 축제들이면 모든 지역축제라 할 수 있다.²⁾ 또한 지역적 특색을 바탕으로 문화를 결부시킨 지역문화축제는 비교적 적은 예산과 비용으로도 고효율의 관광개발에 접목시킬 수 있기 때문에 도시

마케팅에 있어서 매우 유리한 상품으로까지 인식되고 있다.

우리나라의 경우 지방자치제가 본격적으로 도입되기 시작한 1990년대 중반이후 지역문화와 관련하여 가장 두드러진 현상 중 하나는 지역축제가 붓물처럼 양산되기 시작했다는 것으로, 민선자치단체장의 지역 홍보효과 기대와 관광자원으로서 지역축제의 의미가 더욱 부각되고 있다.³⁾ 이러한 사실은 1994년까지 199개에 불과했던 지역축제가 10년이 경과한 2004년의 경우 약 1000여개에 이르게 되었다는 것을 통해 분명히 확인할 수 있다.⁴⁾ 오늘날 지역사회가 축제를 통해 추구하고자 하는 목표는 전통문화를 보존, 개발 전승하려는 측면에서 찾을 수 있고, 지역의 전통문화를 대상으로 지역정체성을 만들게 하기 위한 것이다. 또한 문화의 경제적 부가가치가 강조되고 있는 점, 현대의 지역축제의 특징이라 할 수 있는데, 지역 축제를 통해 지역주민의 연대감 형성과 여가 생활의 확대 및 소득증대, 지역축제의 관광 상품화를 통한 지역성장의 추구에서 그 목표를 찾을 수 있겠다.⁵⁾

2. 문화상품에 대한 고찰

모든 문화에는 가치가 반영되어 있으며 문화는 존재하는 것 그 자체가 가치라고 할 수 있다. 오늘날 세계화와 지방화 시대를 맞이하면서 한 나라와 지역의 문화는 그곳의 역사를 이끌어 나갈 수 있는 슬기와 역량을 보여주는 중요한 의미를 갖게 되었다. 그리고 산업발전의 가장 뚜렷한 흐름은 정치적 이념이나 경제 제일주의가 아니라 문화자체가 우리의 삶과 사회 전반을 좌우하는 새로운 시대로 도래되고 있다. 우리나라 또한 본격적인 지방자치시대의 정착에 따라 많은 자치단체들이 문화축제나 이벤트 개발에 열을 올리고 있으며 해를 거듭할수록 문화상품에 대한 관심이 고조되고 있다.⁶⁾

문화상품은 문화산업에 의해 생성된 산물들이다. 문화산업은 현대사회에서 문화와 경제 및 기술들이 서로 융합되어가는 과정에서 생성된 문화현상으로 문화상품의 육성은 국가의 문화적 정체성, 간접적 국가 이미지 전달과 홍보역할, 수요의 지속적 창출을 통해 국가 전체의 경쟁력 제고와 직결되어 진다.⁷⁾ 문

화상품은 문화적 부가가치가 높은 아이디어 집약적, 기술집약적 상품으로 문화, 기술, 창조에 의한 산물이며, 다중성, 다양성, 가치성의 큰 특징을 지니고 있다. 지니고제품에 문화적 요소가치성미하여 고부가가치 상품을 창출하는 것으로 새로운 상품개발과정에서 과학기술로 대표화상 기술과 조형예술의 산물인 미적형태의 유기적인 조화를 꾀하는 고객의 총체적 만족이 중요하게 다루어져야 한다.⁸⁾

문화상품은 특정국가 또는 지역의 문화나 역사적인 특성에서 유래한다. 그러므로 이는 경제적인 가치 이외에도 시대적인 문화적 가치가 반영되어야 하며 또 그 나라나 지역의 상징적인 이미지 또는 정체성을 담고 있어야만 문화상품이라 할 수 있겠다. 즉 상품으로서 역할인 기능적 측면과 문화적인 품위나 이미지도 지켜야하는 성격을 지니고 있으므로 상품 자체의 부가가치 외에 문화의 성향과 이미지를 심어주는 무형의 부가가치를 함께 포함하고 있는 특성을 가지고 있다.⁹⁾ 따라서 타 지역의 문화상품과 차별화 되어야 하며, 대상지역의 이미지를 미래지향적으로 고양시키는 잠재력을 지니고 있어야하고 타 지역 문화상품과의 경쟁력이 있어야 한다. 즉 문화상품은 일정한 용도와 한정된 물질적, 경제적 효용가치를 지니는 일반적인 상품보다는 상위의 개념으로서 한민족내지는 지역의 고유한 정신적, 문화적 가치가 경제적인 효용가치와 결합하여 생산되는 유·무형의 모든 상품을 포괄하는 광범위한 개념의 상품을 지칭한다.¹⁰⁾

문화상품 내에서도 패션문화상품은 이미지로 판매되는 고부가가치 문화상품으로 우리 문화의 독창적 이미지 및 국가 이미지를 부여한다면 문화적 정체성과 국가 경쟁력을 높일 수 있다.¹¹⁾ 또한 소비자의 패션욕구를 충족시키는 동시에 패션의 다양함과 독특함 그리고 독창적 이미지를 보유하여 패션상품이 곧 패션문화상품이라는 인식을 새롭게 하여야 한다.

Ⅲ. 광양의 지역문화 특징과 매화축제

1. 광양의 지리적 위치와 상징

광양시는 한반도 남단의 중앙부에 위치하면서 전

라남도의 동남부의 끝자락에 자리하고 있다. 백두대간의 끝 줄기인 백운산과 광양만을 에워싼 북산남해(北山南海)의 형태로 배치되어 있으며, 그 지리적 위치와 해양조건은 해양입국의 꿈을 실현할 수 있는 새로운 삶의 터전으로서 급변해 가는 광양을 만들어 가는 주요 자연환경의 요인으로 자리 잡아 가고 있다. 빛 광(光)과 별 양(陽), 찬란한 햇빛과 따뜻한 햇볕을 동시에 의미하는 광양시의 광양이란 지명은 원래 통일신라 경덕왕 16년(757년) 이전까지는 '마로현'으로 불리어졌고, 그 후에 '희양현'으로 개칭되었다가 고려 태조에 와서야 오늘날의 지명인 '광양현'으로 바뀌게 되었다.

광양을 상징하는 슬로건은 'Sunshine Gwangyang'으로 인간과 자연이 조화되어 살기 좋고 생기 넘치는 도시의 이미지를 표현하고 있으며, 레드(赤)는 태양을, 옐로우(黃)는 희망을, 블루(靑)는 협동·화합을 의미하며, 그린(靑)은 자연을 상징한다. 심벌마크는 전체적으로 광양만에 있는 큰 부두의 크레인 위로 떠오른 태양을 현대적 감각에 맞추어 세련성과 미래 첨단성을 가미하여 무한한 가능성을 지니고 있는 광양시를 이미지화한 것이며, 대표적인 캐릭터인 미래소년 '해아'라는 마스코트는 꿈과 광양만에 돋는 해를 의인화한 것으로 시민에게 따스함과 희망을 안겨주도록 디자인되었다. 또한 부지런함과 건강을 상징하는 고로쇠나무를 시목으로 하고 있으며, 끈기와 진취성을 상징하는 갈매기를 시조로, 향토애와 불굴의 의지를 상징하는 동백꽃을 시화로 하고 있다.¹²⁾

2. 광양매화축제에 관한 개요

최근 건강식품에 대한 관심이 증대하면서 전국에서 가장 품질이 좋은 매실과 매실 가공식품을 널리 알리고 판매를 촉진하기 위해 그리고 봄철에 만개한 매화의 아름다움을 널리 홍보하기 위해 개최된 광양매화축제는 1997년에 제 1회 축제를 시작으로 매년 3월 중에 개최되고 있다. 광양시 다압면 매실농원을 중심으로 전개된 섬진강과 백운산 주변의 다양한 자연관광자원은 매화축제의 봄철 흥을 더욱 돌아주는 축제로 알려져 있다.

이 축제는 광양시 매화축제 추진위원회에서 주최

하고 있으나 다압면 청년회가 주관하고 있어 주민 참여도가 매우 높은 축제의 전형을 보여주고 있고, 매실을 주원료로 식품을 만드는 기업과 함께 인근 농협의 후원을 받고 있는 행사이다. 축제내용은 추모제, 관광홍보관 운영, 매화 꽃길 음악회, 매화음식 경연대회, 매화분재 전시, 농촌 체험장, 전국 매화사진 촬영대회, 매화사생대회, 매화백일장 등 매화와 관련한 문화체험 프로그램 등으로 구성되어 있다.

매화문화축제를 세계적인 축제로 육성하는데 일조하고자 2003년 매실세계화기획단을 발족하여 2004년 제 8회 광양매화문화축제에서는 한·중·일이 공동 참여하는 매실심포지엄을 열어 동북아 국가 간 경제 및 문화교류를 확대하였다. 또 매실을 세계적인 작물로 육성하기 위한 '매실세계화의 밤' 행사를 추진하고, 놀이꾼과 나그네의 경계가 없는 큰 마당 축제를 개최하여 세계의 축제로 거듭나고자 노력하고 있다.¹³⁾

IV. 모티브 디자인전개 및 적용

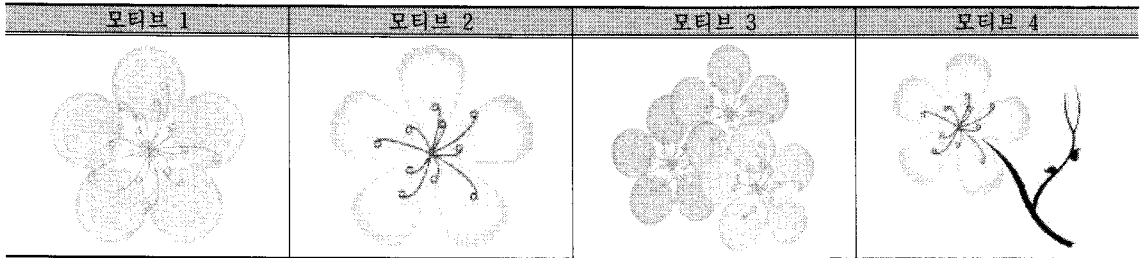
1. 매화꽃을 이용한 모티브 설정

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 이르렀다.¹⁴⁾

매화는 눈이 채 녹기도 전에 꽃이 피기 시작하므로 맨 처음 봄소식을 알려주는 꽃이며 선비의 표상, 사랑의 은유, 문학, 미술, 건축, 공예에 인기 있는 소재로 생활 주변에서 사랑받는 소재였다. 매화는 추위를 이기고 눈 속에서 피는 강인하면서도 고귀한 운치를 그 특성으로 하며, 추위 속에서도 풍기는 매화의 향기는 불의에 굴하지 않고 고난을 견디는 선비 정신의 표상으로 또 봄날의 사랑의 은유로서 한국, 중국, 일본의 문학, 미술, 건축, 공예에 있어 인기 있는 소재로 자리 잡았다.¹⁵⁾

매화에 관한 최초 기록은 943년 고려왕건릉 송·죽·매 벽화가 최초의 세한삼우도로 알려지고 최초

<표 1> 매화꽃을 이용한 기본 모티브 디자인



문헌기록은 고려 후기 일연(一然)의 삼국유사에 실린 매화 시이다. 사군자(四君子)와 세한삼우(歲寒三友) 중 하나인 매화나무도 고려시대에 중국에서 전래되었으며 조선 초 목매화로 매화가 유행, 길상문의 하나로 인정되어 사용되었다. 조선시대 초기 청화백자에서 수목화풍을 주로 한 문인화풍의 매화그림 장식이나, 대나무와 함께 매죽 분을 시문한 것, 소나무와 함께 세한삼우로 시문하기도 하였다. 또 선비들이 사용하는 문방제구 가운데 벼루, 연적, 묵호, 지통 등에서 볼 수 있으며, 부녀자의 비녀나 꽃신에서도 찾아볼 수 있다. 이처럼 매화는 우리생활주변에서 사랑받는 주제로 훌륭한 덕성을 지닌 군자의 강인한 절개와 지조 및 세속을 초월한 은일로 상징되고 있다. 이러한 매화를 가리켜 설중군자(雪中君子), 청향(清香), 옥골(玉骨), 화거사(化術史), 청객(淸客), 세외가인(世外佳人)으로 부르기도 하였다.¹⁶⁾

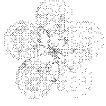
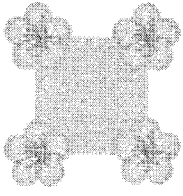
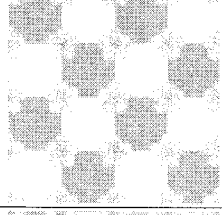
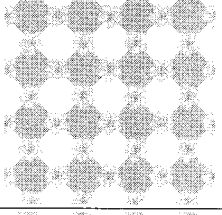
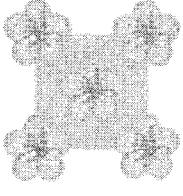
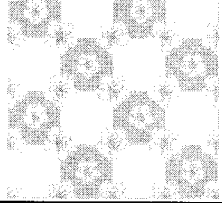
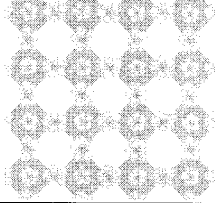
이러한 매화의 이미지를 이용하여 그래픽 적이며 사실적 형태의 문양으로 발전시키기 위하여 컴퓨터 프로그램을 이용하여 새로운 조형적 이미지의 기본 모티브 4개를 설정하였다. 모티브 1은 5장의 매화 꽃잎을 등근 원형으로 하여 각 꽃잎의 외곽부분에 음영의 효과를 주어 표현하였다. 색상은 꽃잎의 경우 M:20%와 외곽선에 M: 23%를 적용하였고 꽃술에 C:23.5%, M:14.5%, Y:90% K: 3%를 적용시켰다. 모티브 2는 매화 꽃잎을 타원형으로 변형하고 각 꽃잎의 외곽부분에 그라데이션효과를 주었다. 색상은 꽃잎의 경우 C:20%부터 45%까지 적용하여 그라데이션 시켰으며 꽃술은 K:53%를 적용시켰다. 모티브 3은 등근 원형으로 처리한 매화 꽃잎을 기본으로 3개의 꽃이 겹쳐 있는 형상으로 표현한 것이다. 색상

에 있어 보라꽃잎은 C:12.5%와 M:22.5%부터 C:20%와 M:30%까지 그라데이션 시켰고, 오렌지꽃잎은 M:20%와 Y: 25%에서 M:30%와 Y: 35%까지 그라데이션 시켰으며, 핑크꽃잎은 M:20%에서 M:30%까지 그라데이션 시켜 적용시켰고, 꽃술의 색상은 모티브 1과 동일하게 하였다. 모티브 4는 매화꽃과 줄기, 그리고 개화하지 않은 꽃 봉우리까지 포함하여 표현한 것으로, 꽃잎의 색상은 모티브 2와 동일하게 적용시켰으며, 줄기색상은 C:5%, M:50%, Y:78%, K:55%, 꽃 봉우리 색상은 C:20%를 적용시켰다.


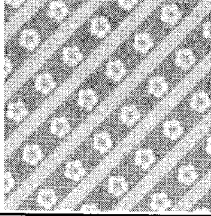
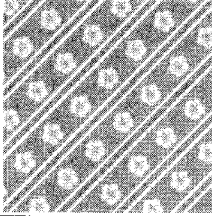
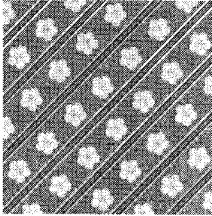
각각의 설정된 모티브는 현대적인 관점으로 해석하고 패션문화상품의 각 아이템에 적합한 조형요소를 적용하였다. 각 모티브의 반복단위는 매화모티브와 사각형, 삼각형, 원 등 기하학적 문양 및 스트라이프의 문양과 조합하여 디자인의 기본방향을 잡았고, 각기 반복시킴으로써 전체적으로 조화와 통일성을 이루도록 하였으며 이를 위해 Adobe Illustrator10을 이용하였다.

<표 2>는 5장의 매화꽃잎을 등근 원형으로 표현한 모티브를 응용한 패턴물이다. 모티브 1-1은 정사각형의 각 모서리에 꽃잎을 배치하고 이를 바둑판 배열로 표현한 것이고, 모티브1-2는 모티브 1-1의 사각형 내부에 꽃잎을 추가하여 배열한 것으로 배경색은 M:5%와 K:20%를 적용시켰다. 꽃잎의 색상을 핑크톤으로 하여 화사한 이미지를 나타냈으며 각각의 모티브를 패턴반복과 45도 반복기법을 사용하여 기하학적인 문양과 꽃문양의 혼합을 표현하였다. <표 2-1>은 3가지 유형의 스트라이프 패턴에 모티브 1을 적용한 것으로 패턴 1은 K:20%를 적용한 그레이톤의 단색으로 45도 각도의 굵은 스트라이프를 적용한

〈표 2〉 모티브 1의 문양패턴

모티브 1		모티브 1의 변형	반복 패턴	45°각도 반복 패턴
	1-1			
	1-2			

〈표 2-1〉 스트라이프 패턴을 적용한 모티브 1

모티브 1	스트라이프 패턴 1	스트라이프 패턴 2	스트라이프 패턴 3
			

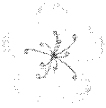
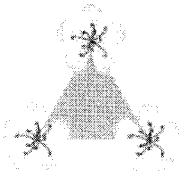
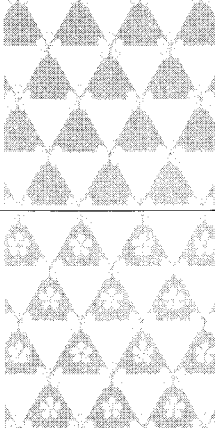
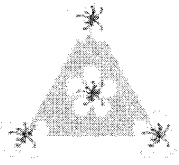
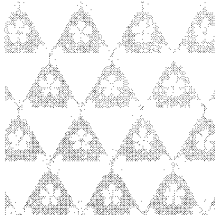
것이고, 패턴 2는 K:20%를 적용한 그레이 톤의 스트라이프 양쪽에 K:10%를 적용한 가는 스트라이프를 더해 보다 경쾌한 느낌이 들도록 하였으며, 패턴 3은 K:40%를 적용한 짙은 그레이 바탕에 K:10%와 K:65%를 적용한 여러 개의 스트라이프를 이용하여 차별하면서 매화 모티브를 강조하고 선명한 느낌이 들도록 표현하였다.

〈표 3〉은 매화꽃잎을 변형된 타원으로 표현하고 꽃잎의 외곽부분에 그라데이션 효과를 나타낸 패턴물이다. 모티브 2-1은 삼각형의 각 모서리 부분에 꽃잎을 배치하여 반복한 것이고, 모티브 2-2는 모티브 2-1의 삼각형 내부에 꽃잎을 추가하여 배열한 것이다. M:5% K:20%를 적용한 배경에 꽃의 색상을 블루 톤으로 하여 차별하면서 이지적인 이미지를 표현하였고, 각각의 모티브를 패턴반복과 45도 반복기법


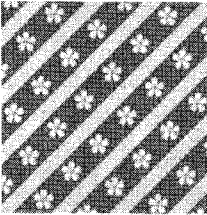
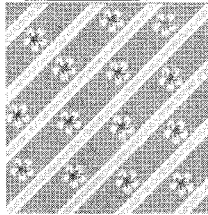
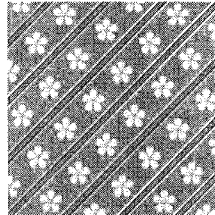
을 사용하여 표현하였다. 〈표 3-1〉 역시 3가지 유형의 스트라이프 패턴에 모티브 2를 적용하여 표현한 것이다. 스트라이프의 배경색은 모티브 1-1과 동일하게 적용하였다.

〈표 4〉는 오렌지, 핑크, 보라 톤 등 각각의 색상을 달리한 매화꽃 세 개가 겹쳐진 모티브로 나타낸 패턴물이다. 모티브 3-1은 그레이 톤의 바탕 위에 원원형을 배치하고 이 위에 모티브를 얹어 링 형태로 표현한 것으로 동적인 느낌을 갖게 한 것이고, 모티브 3-2는 서로 다른 크기의 두 개의 링을 이용하여 모티브를 겹쳐 놓은 것으로 둥근 원을 그리듯이 엮어진 형태로 보다 경쾌한 이미지를 갖게 한 것으로 배경색은 K:40%를 적용하였고, 각각의 모티브를 패턴반복과 45도 반복기법을 사용하여 표현하였다. 〈표 4-1〉 역시 3가지 유형의 스트라이프 패턴에 모티브


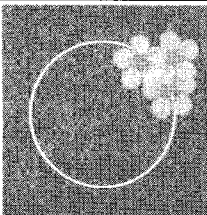
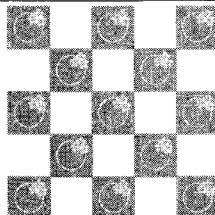
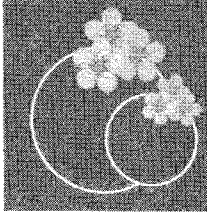
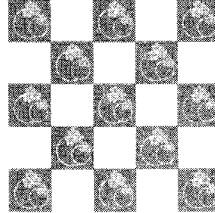
<표 3> 모티브 2의 문양패턴

모티브 2	모티브 2의 변형	반복 패턴	45°각도 반복 패턴
	2-1		
	2-2		


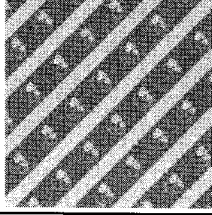
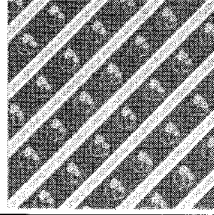
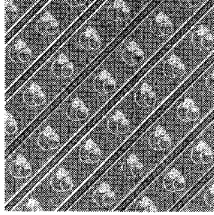
<표 3-1> 스트라이프 패턴을 적용한 모티브 2

모티브 2	스트라이프 패턴 1	스트라이프 패턴 2	스트라이프 패턴 3
			


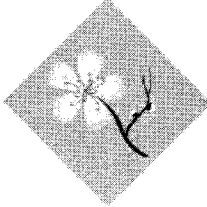
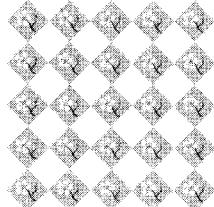
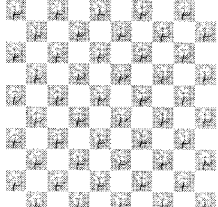
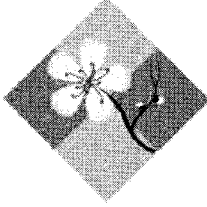
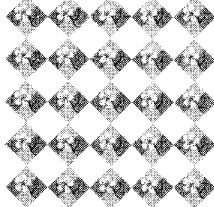
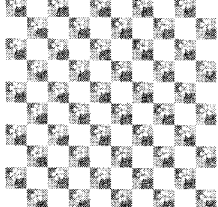
<표 4> 모티브 3의 문양패턴

모티브 3	모티브 3의 변형	반복 패턴	45°각도 반복 패턴
	3-1		
	3-2		


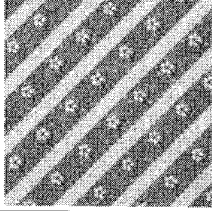
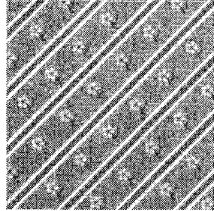
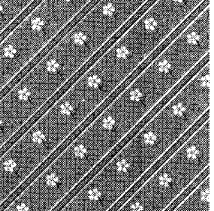
<표 4-1> 스트라이프 패턴을 적용한 모티브 3

모티브 3	스트라이프 패턴 1	스트라이프 패턴 2	스트라이프 패턴 3
			

<표 5> 모티브 4의 문양패턴

모티브 4	모티브 4의 변형	반복 패턴	45°각도 반복 패턴
	4-1 		
	4-2 		

<표 5-1> 스트라이프 패턴을 적용한 모티브 4

모티브 4	스트라이프 패턴 1	스트라이프 패턴 2	스트라이프 패턴 3
			

3을 적용하여 표현한 것이다. 스트라이프의 배경색은 모티브 1-1과 동일하게 적용하였다.

<표 5>는 매화꽃과 줄기, 개화하지 않은 꽃 봉우리까지 표현하여 사실적이면서도 단순화된 모티브로 나타낸 패턴물이다. 모티브 4-1은 M:5%, K:20%를

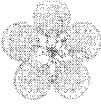
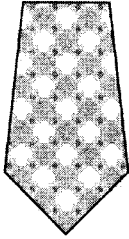
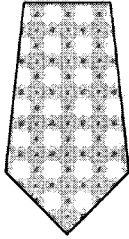
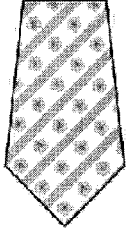
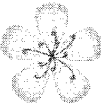
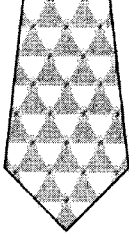
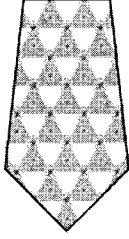


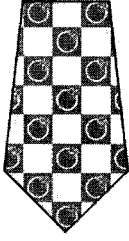



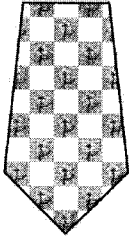
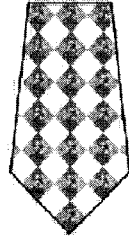

적용시킨 그레이 톤 색상의 마름모꼴 도형 안에 블루 톤의 매화꽃과 줄기를 배치하여 화려하면서도 차분한 이미지로 나타내었고, 모티브 4-2는 바탕의 마름모꼴을 다시 4등분하여 M:5%, K:20%와 K:40%로 배색을 달리한 후 모티브를 넣어 동적이면서 모

단한 이미지를 갖게 한 것이며, 각각의 모티브를 패턴반복과 45도 반복기법을 사용하여 표현하였다. <표 5-1> 역시 3가지 유형의 스트라이프 패턴에 모티브 4를 적용하여 표현한 것이다. 스트라이프의 배경색은 모티브 1-1과 동일하게 적용하였다.

2. 넥타이 모형과 패턴 적용

<표 6>은 매화 문양의 모티브디자인 패턴물의 결과를 넥타이에 적용시킨 것으로 각 모티브에서의 반복패턴과 45도 각도 반복패턴, 스트라이프 패턴을 그대로 적용하여 단순하면서도 현대적 이미지에 맞도록 하였다.

<표 6> 모티브 패턴에 따른 넥타이 디자인

구분	넥타이 디자인		
모티브1 			
모티브2 			
모티브3 			
모티브4 			

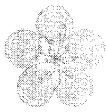
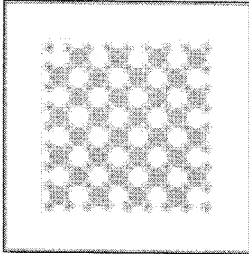
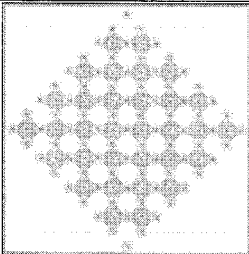
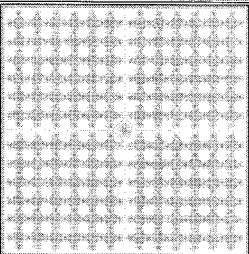
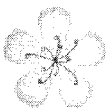
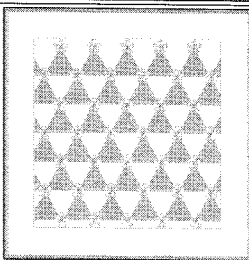
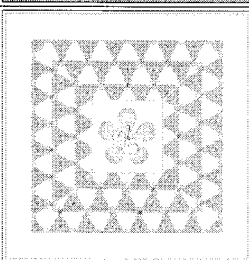
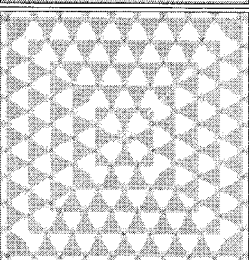
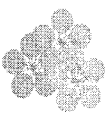
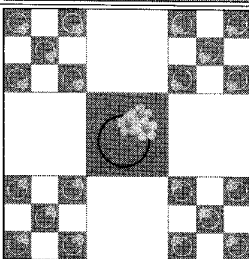
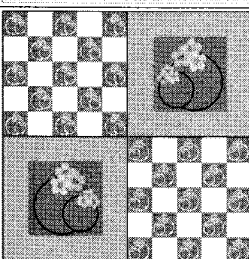
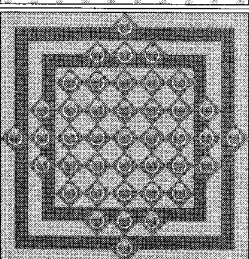

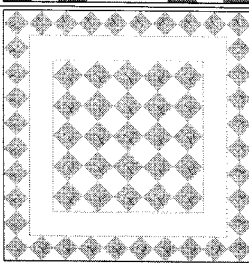
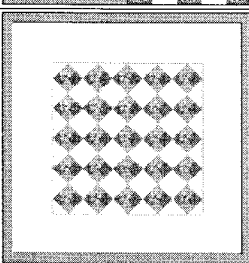
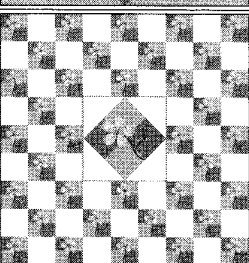
3. 스카프 모형과 패턴 적용

〈표 7〉은 매화 문양의 모티브디자인 패턴물의 결과를 스카프나 손수건에 적용시킨 것으로 각 모티브에서의 반복패턴과 45도 각도 반복패턴의 응용, 스카프의 면적 분할, 모티브와 패턴의 혼합사용 등 다양한 응용을 통해 모던하고 추상적이면서도 화려한 이미지를 갖도록 하였다.


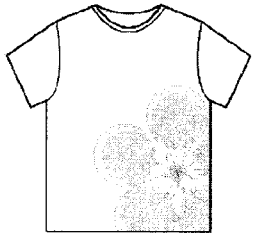
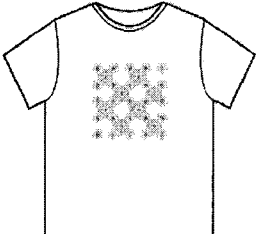
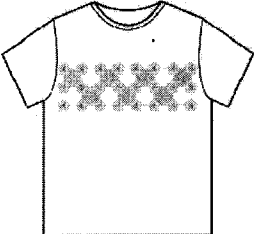
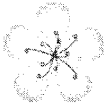
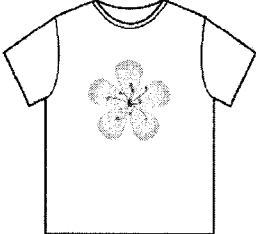
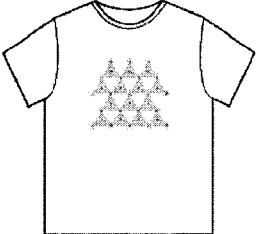
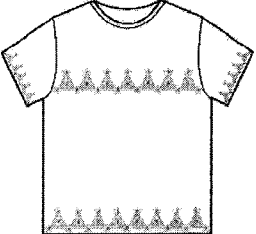

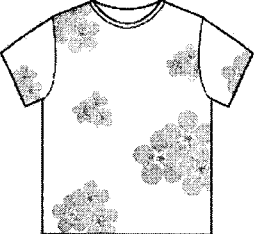
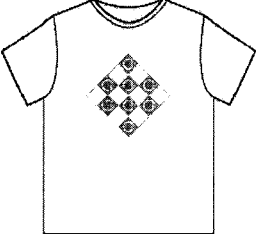
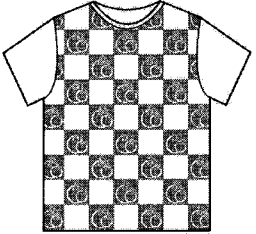

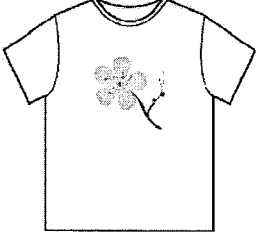
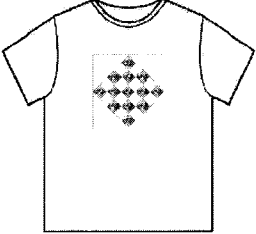
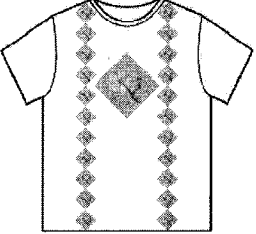
4. T-Shirt 모형과 패턴 적용

〈표 8〉은 매화 문양의 모티브디자인 패턴물의 결과를 T-Shirt에 적용시킨 것으로 각 모티브에서의 반복패턴과 45도 각도 반복패턴의 응용, 모티브의 확대와 축소, 모티브와 패턴의 혼합사용 등 다양한 응용을 통해 깔끔하고 모던하면서도 캐주얼한 이미지를 갖도록 하였다.

〈표 7〉 모티브 패턴에 따른 스카프 디자인

구분	스카프 디자인		
모티브1 			
모티브2 			
모티브3 			
모티브4 			

〈표 8〉 모티브 패턴에 따른 T-Shirt 디자인

구분	T-Shirt 디자인		
모티브1 			
모티브2 			
모티브3 			
모티브4 			

V. 결론

현 21세기는 국가발전이나 경쟁력 강화를 위해 차별화된 문화전략의 필요성이 증대되고 있으며, 지자체 역시 한 지역뿐만 아니라 나아가 국가를 대표할 수 있을 만큼 지자체의 특성화 정책 또한 주목받고 있다. 이를 위해 지역고유의 문화와 감수성을 바탕으로 한 문화상품 개발은 지자체의 특성화 정책을 성공적으로 실현하는데 도움을 줄 수 있으며 더 나아가 지역고유의 독창성과 국제경쟁력을 갖춘 문화상

품으로 발전시킬 수 있다.

본 연구는 올해로 제 12회를 맞았던 광양매화 축제를 대상으로 매화의 이미지를 트렌드에 맞게 현대적으로 재해석하고 모티브패턴을 제작하여 넥타이와 스카프, T-Shirt에 적용함으로써 경쟁력 있는 패션문화상품디자인을 개발하였다.

매화는 예로부터 추위를 이기고 눈 속에서 피는 강인하면서도 고귀한 운치를 그 특성으로 하며, 봄날의 사랑의 은유로서 문학, 미술, 건축, 공예 등 다양한 분야에 적용되어 왔다. 이러한 매화의 이미지를

그래픽 적이며 패션문화상품의 각 아이টে에 적합한 조형요소로 적용시키기 위해 현대적인 관점으로 해석하고, Adobe Illustrator10을 이용하여 새로운 조형적 이미지의 기본 모티브 4개를 설정하였다. 각 모티브의 반복단위는 매화 모티브와 사각형, 삼각형, 원 등 기하학적 문양과 조합하였으며, 색상과 질감에 있어서는 파스텔 색조와 그라데이션 등을 이용하여 화사하면서도 부드러운 이미지를 주어 전체적인 문양과 색상의 조합에 있어 현대적이면서도 자연적인 이미지를 갖도록 디자인의 기본방향을 잡았다. 설정된 패턴은 반복과 45도 각도 변형패턴의 반복, 그리고 스트라이프 패턴에 적용시킴으로써 다양한 이미지를 연출 할 수 있도록 하였고, 각 패션 아이টে에 적용시킴에 있어 전체적으로 조화와 통일성을 이루도록 하였다. 그리고 본 연구결과 외에도 다양한 색상과 디자인 변형 및 응용을 통해 보다 다양하고 독창적인 이미지의 패션문화상품을 전개할 수 있어 후속연구를 기대할 수 있겠다.

특히 넥타이, 스카프나 손수건, T-Shirt와 같은 섬유소재의 패션문화상품은 우리 실생활에서 밀접하게 소비되어질 수 있는 상품아이টে으로, 일반 축제참여자들이 그들의 일상생활에서 쉽게 접근할 수 있는 상품이므로 그 의의가 크다고 할 수 있으며, 이러한 패션문화상품 개발을 통해 광양매화축제가 매실을 중심으로 한 음식물 위주의 축제가 아닌 보다 다양한 프로그램과 홍보 및 수익을 창출할 수 있는 문화 축제로 발전할 수 있다고 생각한다.

참고문헌

- 1) 박미령, 김상률 (2006). 유용생물자원을 이용한 천연염료의 개발 및 문화상품전개. *한국의류산업학회지*, 8(6), p. 666.
- 2) 김유훈 (2001). 인터넷을 통한 도시마케팅 전략수립에 관한 연구. 전남대학교 대학원 석사학위논문, p. 23.
- 3) 이장섭 (2000). 지방문화 활성화, 누구를 위한 정책인가. *한독사회과학논총*, 10(2), pp. 273-287.
- 4) 임상오 (2004). 지역축제의 가치와 문화정책. *문화경제연구*, 7(1), p. 52.
- 5) 위의 책, p. 57.
- 6) 김애숙 (2003). 광주시립미술관 문화상품개발에 관한 연구. *한국공예논총*, 6(1), p. 52.
- 7) 21세기 문화산업 어떻게 할 것인가 (1998. 3). *문화예술*, pp. 16-29.
- 8) 강은선 (1997). 우리나라 문화상품의 디자인 개발 진흥 정책에 관한 연구. 매일경제연구소, p. 14.
- 9) 이재민 (2002). 지역문화를 기반한 패션문화상품개발연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 5.
- 10) 조선대학교 특성화 사업단 (2000). *전통문화 상품화 계획*, p. 9.
- 11) 정은슬기, 정성혜 (2001). 우리나라 관광쇼핑상품의 시장현황과 패션문화상품 개발에 관한 연구. *한국패션디자인학회지*, 1(1), p. 190.
- 12) 광양시지. 자료검색일 2008.10.30, 자료출처 <http://www.gwangyang.go.kr>
- 13) 매화에 관하여. 자료검색일 2008.10.30, 자료출처 <http://www.gwangyang.go.kr>
- 14) 김지선 (2007). 한국전통 꽃문양의 상징성과 형태 및 색채특성에 따른 조형성. 연세대학교 대학원 박사학위논문, p. 66.
- 15) 전승현 (2002). 조선시대 매화문을 응용한 복식디자인 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 23.
- 16) 위의 책, p. 23.