

민화 호랑이를 응용한 스포츠웨어 디자인 연구

김 율 계

성신여자대학교 의류학과 전임강사

A Study of Sportswear Designs Using the Tiger Motif found in Folk Painting

Weolkye Kim

Full-time Lecturer, Dept. of Clothing, Sungshin Women's University

(투고일: 2010. 3. 9, 심사(수정)일: 2010. 4. 21, 게재확정일: 2010. 5. 14)

ABSTRACT

This study's purpose is to contrive the national brand image, developing sportswear design and related-culture by using tiger which represents Korea used to design sportswear's logo and design. For the method of study, illustrator CS3 was used to design three vests and three sports shirts for both men and women by characterizing tiger image from Korean folk painting tiger. Tiger appears commonly in paintings, folk tales and literature of Korea since ancient times. It was even used as a mascot of Seoul Olympic on 1988. Many global sports companies choose an animal that represents their brand to advertise such as Lacoste, le coq sportif and musingwear, wolsey. This study could provide example design adapting Korean traditional patterns, also expects for culture advertising Korean traditional culture and developing designs of Korean fashion companies.

Key words: characterize(특성화), cultural product(문화상품), folk paintings(민화), sportswear(스포츠웨어), tiger motif(호랑이 도안)

I. 서론

현대사회는 경제적으로 점차 여유로워지면서 여가 생활이 중요한 부분을 차지하게 되었다. 현대인은 평균 수명의 연장에 따라 건강하고 아름답게 살아가기 위한 노력을 기울이고 있으며 건강한 삶을 위하여 다양한 종류의 스포츠를 즐기게 되었다. 이에 따라 각 스포츠에 맞는 스포츠웨어에 대한 관심 또한 커지고 있다. 또한, 스포츠웨어는 활동하기 편리하게 구성되어 있으므로 운동 시 뿐 만 아니라 평상복으로도 착용하는 경향이 나타나고 있어 그 시장성이 높다고 볼 수 있다.

세계적인 스포츠 브랜드들은 각각 자기 브랜드를 상징하는 동물을 로고로 사용하여 브랜드 이미지를 높이는 홍보수단으로 이용하고 있다. 본 연구는 이러한 점에 착안하여 우리나라를 상징하는 동물인 호랑이를 이용하여 그 용맹함을 스포츠 정신에 접목시켜 로고로 디자인하고 스포츠웨어 디자인에 활용하고자 한다. 이는 국가 홍보차원에서 이미 개발되어 있는 브랜드에 상응할 만한 시장성을 지닌 로고로 발전시킬 수 있다고 사료된다. 구체적으로 호랑이가 가지고 있는 상징적인 의미, 용맹하다는 점과 우리나라를 상징한다는 점, 또한 민화에 나타난 호랑이의 이미지를 이용하여 공포의 대상 이라기보다는 친근하고 마치 고양이에게 가깝게 느껴지는 귀여운 이미지를 사용하면 도안에 이용하기 적합하다고 생각된다. 이러한 이미지의 특징을 살려 귀여운 이미지로 단순화시키고 도안화하여 스포츠웨어에 로고 겸용 문양으로 사용하면 스포츠 기업은 물론 국가 홍보용 문화상품으로도 활용할 수 있다고 사료된다.

민화와 관련된 디자인 개발 선행연구로는 화조화를 응용하여 의상을 디자인한 이연제¹⁾, 권지현²⁾, 한지수³⁾의 연구가 있다. 고미경⁴⁾은 문자도를 응용하여 니트웨어를 디자인하였고 강기옥⁵⁾은 용과 봉황문을 응용하였으며 김은경⁶⁾은 책거리 그림을 응용하여 의상을 디자인 하였다. 그리고 민화 호랑이 그림을 활용하여 CAD로 니트의 문양을 개발한 이승훈⁷⁾의 연구가 있다. 본 연구는 민화 문양의 한 가지가 아닌 우리나라를 대표하는 동물로 호랑이를 부각시킨다는

점과 실용적으로 착용할 수 있는 스포츠웨어에 민화를 접목시켰다는 점, 그리고 브랜드 로고를 중심으로 디자인을 개발하였다는 점에 의의가 있다.

연구를 위하여 먼저 호랑이 문양의 유래와 민화까지 호랑이에 대해 살펴보고 동물을 로고로 상징하는 브랜드를 살펴본다. 그리고 스포츠웨어 디자인을 위하여 민화 중 도안하기 적합한 호랑이를 선정하여 캐릭터 화하고 디자인된 캐릭터를 사용하여 남녀 셔츠 각각 3점, 조끼 각각 3점 총 12점을 일러스트레이터 CS3로 디자인하여 민화의 호랑이를 응용한 로고와 스포츠웨어 디자인을 제시하고자 한다. 이러한 작업은 앞으로 한국의 전통문화를 홍보하고 세계인이 공감할 수 있는 상품을 개발하는데 좋은 모델이 될 것이라 생각된다. 나아가 역동적으로 발전하고 있는 한국패션업체들이 한국적인 이미지를 이용하여 국가 경쟁력을 높일 수 있는 디자인 개발에 도움이 될 수 있으리라 기대한다.

II. 이론적 고찰

1. 호랑이 문양의 유래 및 역사

도안의 모티브가 된 민화 호랑이를 살펴보기에 앞서 호랑이에 대하여 일반적으로 고찰해 보고자 한다.

호랑이는 서식하는 지역에 따라 백두산, 시베리아 호랑이, 벵골호랑이 등으로 나뉘는데 우리나라의 백두산 호랑이는 크기와 용맹함에서 최고로 인정받는다. 우리나라 호랑이는 고조선 및 고구려 등 우리의 옛 영토권이었던 아무르(Amur) 강에 연해 있는 소흥안령 산맥에서 동으로 연해주와 남으로 한반도 전체에 이르는 지역에 서식하였는데 명칭은 한국 호랑이가 아닌 시베리아 아무르 타이거, 만추리 타이거, 동북호(東北虎)로 알려져 있다.⁸⁾

호랑이는 건국신화인 단국신화에 등장하며⁹⁾ 후한 서에는 "범을 신(神)으로 대접하여 사당에 모셔 제사를 올린다."는 내용이 있어 산이 많은 지형에 적응하여 살아온 우리 민족이 일찍부터 산중 최대의 위력자인 호랑이를 맹수로만 여기지 않고 신수(神獸)로 여기고 숭배해왔음을 알 수 있다.¹⁰⁾ 신수로 자리

잡은 호랑이는 잡귀를 물리치는 영물(靈物)로서 산령(山靈), 산중호걸(山中豪傑)로 불렸다. 민속(民俗)에 나타나는 호랑이는 효행(孝行)을 알고 은혜(恩惠)를 아는 예의 바른 동물로 또는 꿀탕을 먹일 수 있는 어리석은 동물도 되고 힘을 과시하는 일 외에 어려운 일, 몹쓸 일 등 호환(虎患)의 대상이 되기도 하는 등 각 시대마다 생활 전반에 걸쳐 등장하는¹¹⁾ 매우 친근한 동물이다.

또한, 그림으로는 경남 울주군의 반구대 암각화 <그림 1>¹²⁾에서 가장 오래된 호랑이 그림을 찾아볼 수 있다. 삼국시대에는 무용총 벽화에는 사냥하는 장면에서 호랑이가 뛰어가하는 모습이 보인다<그림 2>.¹³⁾ 그리고 고구려 고분벽화의 사신도에서 백호의 모습 <그림 3>¹⁴⁾을 볼 수 있으며 신라에서는 십이지상으로 나타나 수호신의 역할을 담당하였음을 알 수 있다. 고려시대의 것으로는 국립박물관 소장인 석관에 새겨진 호랑이상<그림 4>¹⁵⁾이 있는데 이와 같이 고려시대까지는 고분벽화나 석상에서 호랑이를 볼 수 있었다¹⁶⁾. 조선시대에 들어와서는 무관의 상복에 호랑이 흉배<그림 5>¹⁷⁾가 제도화되어 사용되었고 회화, 공예품이나 자수 등으로 그 용도가 다양화되었으며¹⁸⁾ 특히 민화에서 자주 등장하였다.

살펴 본 바와 같이 아주 오래전 옛날을 표현할 때 호랑이는 호랑이 담배 피는 시절이라고 할 만큼 오래 전부터 우리나라에 존재하며 문학, 미술, 민속 등 여러 분야에 등장하는 우리 민족과 친밀한 동물이다. 또한 우리나라 지도를 호랑이 형태에 비교한 것과 1988년 올림픽 때 마스코트로 호랑이를 도안화 한 호돌이를 선정한 것, 그리고 구전동화나 민속에 나타난 바와 같이 선조들의 생활에 교훈을 주는 동물로 등장하는 호랑이는 우리 정서에 가장 잘 맞는 동물

이라 할 수 있으며 민화에서도 소재로 자주 등장하는 점 등을 종합해볼 때 우리 민족을 대표하는 동물이라 사료된다.

2. 민화 가치 호랑이의 개념 및 특징

호랑이는 우리 민족의 생활 속에서 쉽게 찾아볼 수 있는 가장 친근한 동물 중 하나라는 것을 살펴본다. 호랑이는 고대부터 그림으로 많이 표현되어 왔으며 조선시대에 와서는 민화 속에서 쉽게 발견할 수 있다.

민화란 통념적으로 조선시대의 민예¹⁹⁾적(民藝的)인 그림을 의미한다. 즉 민화는 감상용으로 그려진 그림이 아니라 일상생활 용품을 장식하거나 민속적인 관습에 따라 제작된 실용화(實用畵)로²⁰⁾ 각각 상징적인 의미를 가지고 있다. 우리나라 민화의 기원은 청동기 시대 암각화와 고구려 벽화에서 찾아볼 수 있으며 고려시대에는 불화(佛畵)를 통해 그 존재 여부를 알 수 있었고 조선시대에 이르러 민화가 본격적으로 제작되었다. 오늘날까지 남아 있는 대부분의 민화는 조선시대에 제작된 것이라 볼 수 있다.²¹⁾ 민화는 작가가 밝혀져 있지 않으며 소박하고 진솔하게 우리 민족의 정서와 미의식을 보여주는 것이 특징이다.

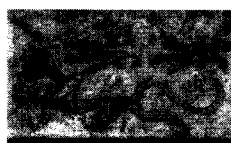
호랑이는 조선시대에 까치와 함께 그려져 까치 호랑이(鵲虎圖)라는 제목으로 불렸다. 까치는 기쁜 소식을 전해준다는 길조로 주변에서 쉽게 볼 수 있는 친숙한 새이고 호랑이는 서낭신의 신지를 받들어 시행하는 신령스런 동물로 여겨졌다. 따라서 이 그림은 까치가 서낭신의 메시지를 호랑이에게 전하고 있는 모습으로 악한 것을 막는 벽사와 기쁜 일이 많기를 기원하는 의미로 사용되었다. 조상들은 정월 초하루에 까치 호랑이 그림을 대문에 붙여 1년 내내 사악



<그림 1> 경남 울주군 반구대 암각화. 한국의 암각화, p. 26.



<그림 2> 고구려 무용총 벽화. 회화, p. 44.



<그림 3> 고구려사신도백호. 회화, p. 49.



<그림 4> 고려시대 석관에 새겨진 백호상. 한국전통문양의 이해, p. 85.



<그림 5> 무관 흉배. 한국복식문화사전, p. 425.

한 잡귀의 출입을 막고자 하였다.

구성은 까치가 소나무에 앉아 있고 그 밑에 호랑이가 앉아 있는 모습으로 많이 그려졌으며 까치호랑이 그림에는 까치와 호랑이 뿐 아니라 소나무가 왼쪽 또는 오른쪽에 등장한다.〈그림 6-9〉를 보면 호랑이는 몸을 세우고 꼬리를 말고 앉은 모습으로 고양이와 같은 인상을 준다. 〈그림 6〉은 가장 잘 알려진 그림으로 현재 통일 익스프레스의 로고〈그림 7〉²²⁾로도 사용 중이며 익살스러우면서도 귀여운 얼굴이 보는 사람에게 친근함을 준다. 몸통의 줄무늬가 단순하게 표현되어 있으며 얼굴과 목 아래 부분의 문양을 점 모양으로 표현한 것이 특징적이다. 〈그림 8〉²³⁾에는 여러 마리의 까치와 호랑이가 등장하며 〈그림 9〉은 앞의 그림과 반대편으로 몸을 세우고 꼬리를 만 형태이다.

〈그림 10-13〉에서 호랑이는 먹이를 노리듯 눈을 부릅뜨고 막 달려 나갈 것 같이 긴장한 자세이며 꼬리를 S자형으로 치켜 뻗고 있다. 〈그림 10〉은 실제 호랑이와 가깝게 묘사되어 있으며 〈그림 11〉는 몸통을 검은 색으로 표현한 것이 특징적이다. 〈그림 12〉의 호랑이 역시 실제의 모습과 가깝게 묘사되어 있으며 이마와 등 부분에 등근 점을 사용하였다. 〈그림 13〉에서는 얼굴 뒤 몸통 부분에서 정면과 측면의 모습을 일시에 표현하는 동시성 기법²⁴⁾을 찾아 볼 수 있다.

〈그림 14-17〉 그림에서 호랑이는 자세는 서로 다르나 모두 나무위의 까치를 바라보고 있는 모습이라는 점에서 공통점을 가지고 있다. 걸어가면서 뒤돌아 나무위의 까치를 쳐다보는 호랑이의 모습〈그림 14, 15〉과 몸통을 마치 소나무의 일부처럼 표현한 호랑



〈그림 6〉 작자미상, 까치와 호랑이. 민화그리기, p. 90.



〈그림 7〉 통일익스프레스 로고.
<http://www.tonginnet.com>



〈그림 8〉 까치와 호랑이. 민화II, p. 423.



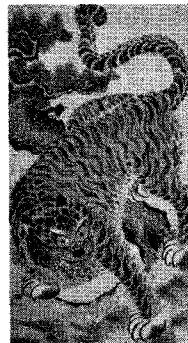
〈그림 9〉 까치와 호랑이. 민화III, p. 434.



〈그림 10〉 까치와 호랑이. 민화III, p. 426.



〈그림 11〉 까치와 호랑이. 민화III, p. 424.



〈그림 12〉 까치와 호랑이. 민화III, p. 427.



〈그림 13〉 까치와 호랑이. 민화, p. 59.



〈그림 14〉 까치와 호랑이.
민화III, p. 432.



〈그림 15〉 까치와 호랑이.
민화그리기, p. 89.



〈그림 16〉 까치와 호랑이.
민화III, p. 425.



〈그림 17〉 까치와 호랑이.
민화III, p. 428.

이의 모습도 볼 수 있다(그림 16). 〈그림 17〉의 호랑이는 꼬리를 말고 앞다리를 세운 채로 까치를 바라보고 있는데 타원형의 눈을 부각시켰다.

살펴본 바와 같이 민화 까치 호랑이에 나타난 호랑이는 표정에 차이는 있으나 전체적으로 무서운 존재이기 보다는 고양이 같은 인상을 풍기며 특유의 줄무늬는 점무늬와 함께 표현하거나 또는 줄무늬만 표현하므로 호랑이 문양의 특징을 살렸다. 특히 눈은 등근형, 타원형으로 그린 후 양쪽 눈동자의 위치를 달리 하여 익살스럽고 어리 숙한 모습으로 표현되기도 하였다. 전체적으로 호랑이 꼬리는 굵고 길며 힘차게 표현되어 호랑이의 기상을 나타내고 있다.

3. 스포츠 웨어 브랜드와 동물 캐릭터

스포츠 웨어(sports wear)란 우리말로 운동복을 의미하며 크게 나누면 경기전문용(active sports clothes)과 관전용(spectators sports clothes)의 2가지로 구분할 수 있다. 경기전문용은 특정 스포츠를 하기 위해 규정한 경기용 유니폼과 스포츠에 적응하는 기능을 가진 복장으로 수영복·승마복·테니스복·스키복 등이 이에 속한다. 반면 관전용은 스포츠 관전에 편하고 단순하며 스포티한 복장을 의미한다²⁵⁾. 본 연구에서는 경기전문용 스포츠웨어가 아닌 관전용에 가까운 스포티하면서도 활동성이 좋은 스포츠 웨어 개발로 한정하여 디자인하고자 하였다.

세계적인 스포츠 브랜드들은 상징적인 동물을 캐

릭터 화하여 로고와 문양으로 이용하고 있다. 가장 대표적인 브랜드로 1933년 테니스 챔피언인 르네 라코스테(Rene Lacoste)가 직접 디자인한 악어 로고를 티셔츠에 새겨 넣은 악어브랜드 '라코스테'〈그림 18〉²⁶⁾를 들 수 있는데 이 브랜드는 이후 세계적인 스포츠 브랜드로 성장하였다. 다른 스포츠웨어 브랜드들도 용맹하고 민첩한 이미지의 동물 로고를 내세우기 시작하였고 스포츠의 엔터테인먼트적 성격이 강화되면서 귀여운 이미지의 동물 캐릭터가 더욱 주목받고 있다. 세계적인 스포츠 브랜드 중 동물을 로고로 하는 브랜드를 살펴보면 프랑스의 르 꼬끄 스포르티프(Le Coq Sportif)는 프랑스를 상징하는 수탉을 상징적인 동물로 이용하고 있고 라코스테(Lacoste)는 악어, 먼싱웨어(Mungshinwear)는 펭귄, 잭 니콜라우스는 황금 곰을, 올시는 황금 여우, 라일 앤 스킵트는 황금 독수리, 퓨마는 퓨마를 블랙 앤 화이트(Black & White), 엠유 스포츠(MU Sports)와 아다바트(Adabat)는 개를 상징적으로 사용하고 있다.

라코스테(Lacoste)는 프랑스의 테니스 선수인 르네 라코스테(René Lacoste)가 1927년 미국을 꺾고 데이비스컵에서 우승하면서 미국 언론이 라코스테가 시합장에서 결코 먹이를 놓치지 않으려는 모습을 악어라는 애칭으로 불렀던 것에서 유래하였으며 악어는 먹이를 놓치지 않는 치열함을 상징한다. 악어 로고가 새겨진 티셔츠는 한 니트웨어 생산업체의 CEO '앙드레 길러'에 의해 제작되어 테니스 뿐 만 아니라, 다양한 분야의 스포츠웨어로 각광받게 되었다. 라코

스테는 스포츠 웨어 전문 브랜드에서 패션 브랜드로의 영역을 확장하면서 로고를 수정하여 현재 사용하는 귀여운 초록 악어로 변화하였다(그림 18)²⁷⁾.

르 꼬끄 스포르티프(le coq sportif)(그림 19)²⁸⁾는 1882년 에밀 카무제(Emile Camuset)에 의해 탄생된 스포츠 브랜드로 1948년부터 프랑스의 국조인 수탉(le coq)을 신성하고 상징적인 의미로 사용하였다. 1960년대에는 로마와 도쿄 올림픽 선수 복을 공급하였고 1970년대 중반에서 1980년대에 트랙 슈트 컬렉션과 슈즈라인 강화와 테니스 복 런칭으로 80여 개국에 수출하는 브랜드로 성장하였다²⁹⁾.

먼싱웨어(Munsingwear)(그림 20)³⁰⁾는 1886년 미국의 조지 먼싱(George Munsing)이 설립한 니트웨어회사이다. 1953년 1500여명의 골퍼를 대상으로 한 골프웨어 앙케이트를 바탕으로 1955년 세계 최초로 펭귄 로고를 사용한 골프웨어 전문 브랜드를 런칭하였다. 이 후 최고의 기능성과 최첨단 섬유, 과학기술을 지향하면서 오늘날에 이르렀다³¹⁾.

잭니콜라우스(그림 21)³²⁾는 20세기 가장 위대한 골프선수로 손꼽히는 잭 니콜라우스(Jack Nicklaus)가 설립한 회사이다. 로고로 사용된 황금 곰(Golden Bear)은 1961년 잭 니콜라우스의 이미지에 대해 질문을 받은 멜버른 헤럴드(Melbourne Herald)의 스포츠 기자가 잭 니콜라우스를 곰에 비유한 것에서 유래하였다³³⁾. 곰처럼 굳은 의지와 진취적 기상, 두려움과 긴장의 순간을 즐기는 그를 황금 곰이라는 애칭으로 부르면서 상징적인 용어가 되었다. 이후 황금 곰은 명예와 강직하고 충실한 스포츠 정신을 상징하게 되었다.

블랙 앤 화이트(Black & White)(그림 22)³⁴⁾는 스코틀랜드의 세계적인 스카치 위스키 회사인 United Distilleries Company에서 초기에 까만 병에 흰 라벨을 붙였던 것에서 유래한 명칭이다. 로고의 까만 강아지는 스코틀랜드의 명견인 스코티쉬 테리어(Scottish Terrier)로 용감하고 싸우기를 좋아하면서도 애교가 있으며 하얀 강아지는 웨스트 하일랜드 화이트 테리어(West Highland White Terrier)로 부드러운 표정과 청초한 느낌을 가지고 있다. 일본의 미쯔이 상사가 두 강아지를 모티브로 의류 라이선스를 받아 골프웨어 브랜드 블랙 앤 화이트를 운영하고 있다³⁵⁾.

울시(Wolsey)(그림 23)³⁶⁾는 17세기 이래로 영국 편직물의 중심지인 레스터 주에서 시작한 영국 정통 골프웨어 브랜드로 1897년 Wolsey상표를 등록하여 사용하기 시작하였다. 울시의 로고인 황금빛 여우는 푸른 잔디 위에서 꼬리를 흔들며 달리는 모습을 연상시키며 세계대전의 전쟁과 살육의 본능을 스포츠를 통하여 정화하려는 순수한 열정을 표현하였다³⁷⁾.

아다바트(adabat)(그림 24)³⁸⁾는 일본의 골프웨어 브랜드로 a dab at'~의 달인, 명인이라는 뜻으로 골프 뿐 아니라 인생에 있어서도 달인이 되기를 바란다는 의미가 들어있다. 로고에는 사루키(saluki)라는 기원 전 5000년 경 부터 존재했다고 알려지는 가장 오래된 종류의 개를 이용하였다. 사루키는 이집트 시대 클레오파트라의 애견으로 사막을 빛과 같이 헤치고 다녔다고 전해지며 이와 같이 전설을 간직한 사루키의 매력이 오늘날 현대인들에게 인생의 큰 꿈과 같다는 상징적인 의미로 심벌이 되었다고 한다³⁹⁾.

라일 앤 스코트(Lyle & Scott)(그림 25)⁴⁰⁾는 1874



〈그림 18〉 라코스테 로고.

<http://www.lacoste.co.kr>



〈그림 19〉

르꼬끄스포츠티프 로고.

<http://www.lecoqsportif.co.kr>



〈그림 20〉 먼싱웨어 로고.

<http://blog.naver.com>



〈그림 21〉

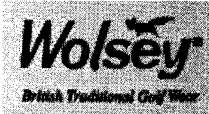
잭니콜라우스 로고.

<http://blog.naver.com>



〈그림 22〉 블랙 앤 화이트 로고.

<http://blog.naver.com>



〈그림 23〉 울시 로고.
http://blog.naver.com



〈그림 24〉 아다바트
로고http://blog.naver.com



〈그림 25〉 라일 앤
스코트 로고.
http://blog.naver.com



〈그림 26〉 퓨마 로고.
http://kin.naver.com



〈그림 27〉 엠유 스포츠
로고.
http://549.co.kr

년 스코틀랜드에서 윌리엄 라일과 윌트 스코트가 런칭 한 니트웨어 회사이다. 1967년 스코틀랜드의 상징인 골든 이글(Golden Eagle)을 로고로 사용하기 시작하였는데 골든 이글은 창공을 비약하는 용맹성과 정확성을 상징한다. 1970년대부터는 왕실용 골프웨어를 시작으로 최첨단 소재를 사용한 고급 골프웨어 브랜드 이미지를 이어나가고 있다⁴¹⁾.

퓨마(그림 26)⁴²⁾는 1924년에 독일에서 설립되었고 1948년 Rudolf Dassler가 퓨마라는 브랜드명을 사용하여 런칭 하였다. 용맹스러우면서도 민첩한 퓨마를 로고로 하여 스포츠 웨어를 생산하였다⁴³⁾. 일본브랜드인 엠유 스포츠(MU Sports)(그림 27)⁴⁴⁾는 1996년 MUS KOREA 설립이후 한국에서 1999년 의류영업을 시작하였고 강아지 라피와 뮤를 캐릭터 화하여⁴⁵⁾ 토털 골프 패션 브랜드로 성장하였고 2009년 (주)이애프엘이 인수⁴⁶⁾하여 현재에 이르고 있다.

앞서 살펴본 브랜드들은 모두 동물을 로고에 사용하였다는 공통점을 가지고 있으며 로고 디자인에 있어서 상징하는 동물을 단순화하여 사용하였는데 그 정도에 차이가 있었다. 르 꼬르뽀 스포르티프와 울시, 퓨마, 잭 니콜라우스는 가장 단순화된 도안으로 디테일 없이 실루엣에 색을 채워 넣은 형식이다. 라일 앤 스코트과 아다바트, 먼싱웨어는 각각 날개와 얼굴, 몸통의 디테일을 표현하여 동물의 특징을 살렸다. 라코스테와 블랙 앤 화이트는 상징하는 동물을 가장 세밀하게 표현한 로고이며 엠유 스포츠는 상징하는 동물을 캐릭터 화하여 로고에 사용하였다. 개는 인간과 가장 오랫동안 지내온 동물로 충성심과 헌신, 민

음, 희생을 상징⁴⁷⁾하며 여러 스포츠 브랜드에서 상징적인 동물로 사용되었다.

각국의 스포츠 웨어 브랜드들은 자신들이 추구하는 이미지를 상징하는 동물을 사용하여 로고와 스포츠 웨어 디자인에 사용하므로 브랜드 마케팅에 적극적으로 활용하고 있음을 확인할 수 있었다.

Ⅲ. 디자인 개발

호랑이는 우리나라를 대표하는 동물로 다양한 유물에서 그 모습을 찾아볼 수 있다. 회화 특히 현전하는 조선시대 민화 까치호랑이에 표현된 호랑이는 친근하면서도 본래의 특징적인 요소들이 잘 나타나 있다. 이러한 점에 착안하여 호랑이를 캐릭터화한 로고를 디자인 하여 우리나라의 대표성을 가지는 스포츠 브랜드의 로고의 예를 제시하고자 하였다. 또한, 로고를 스포츠 웨어에 문양으로 사용하여 남녀 스포츠 셔츠와 조끼를 함께 디자인하여 레이어드 착용할 수 있도록 구성하였다.

1. 로고 디자인

여러 종류의 까치 호랑이 그림 중 우리나라를 대표하는 동물로 호랑이를 홍보하려면 대중에게 익숙한 문양이 대표성을 가질 수 있으리라는 판단 하에 가장 잘 알려져 익숙하고 안정적인 이미지의 〈그림 6〉〈그림 8〉을 선택하여 두 그림의 특징을 서로 종합하여 디자인하였다. 두 그림의 호랑이를 검정색 선으

〈표 1〉 호랑이 로고 디자인 과정



로 단순화한 다음 〈그림 6〉의 실루엣을 중심으로 〈그림 8〉의 눈, 코, 입을 사용하여 새로운 이미지로 디자인하였다(표 1).

2. 스포츠웨어 디자인

개발한 호랑이 로고를 사용하여 남녀 셔츠와 조끼 각각 3점씩 씩 총 12점을 디자인하였다. 색상은 전체적으로 전통색인 오방색(황색, 청색, 적색, 흑색, 백색)을 중심으로 간색인 녹색과 연한 청색, 상아색을 배색으로 사용하였다.

남자의 스포츠 셔츠와 조끼에는 호랑이를 작게 패턴화한 직물을 요크나 뒤편에 사용하여 포인트가 되도록 하였으며 여자의 터틀넥 스웨터와 조끼에는 최근 로고의 대형화 유행을 반영하여 호랑이 패턴을 크게 만들어 디자인 특징이 되도록 하였다.

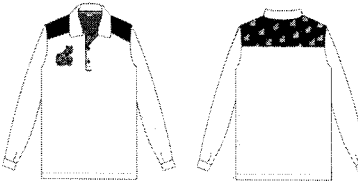
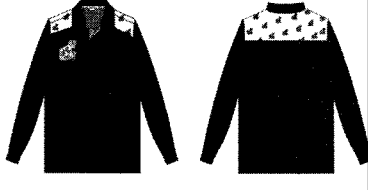
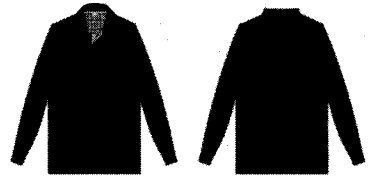
1) 남자 셔츠 디자인

남자 셔츠는 가장 기본적인 스타일의 스포츠 셔츠로 셔츠칼라에 앞 중심선을 터 3개의 단추로 여미는 형태이다. 어깨 요크 부분은 호랑이 문양이 패턴으로 들어있는 배색 천을 사용하여 구성하였다. 같은 형태에 배색을 달리하여 3가지로 디자인하였으며 오른쪽 가슴에는 호랑이 로고를 자수로 수놓아 장식하였다(표 2).

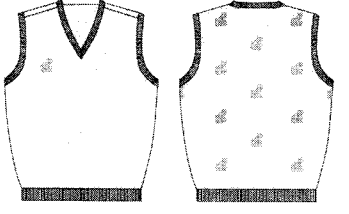
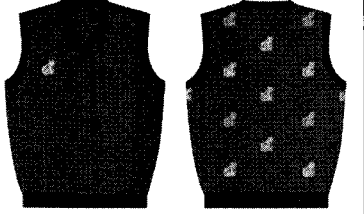
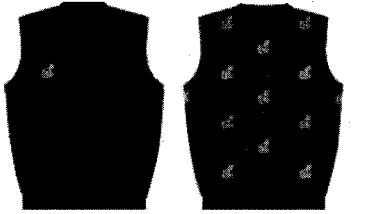
2) 남자 조끼 디자인

남자 조끼는 브이 네크라인에 허리선이 조여지는 기본형의 니트 조끼로 앞판에는 로고를 자수하였고 뒤편은 하늘색과 분홍색의 호랑이 패턴을 3가지 색상 모두에 넣어 배색하였다. 셔츠와 함께 착용할 수 있도록 배색하였다(표 3).

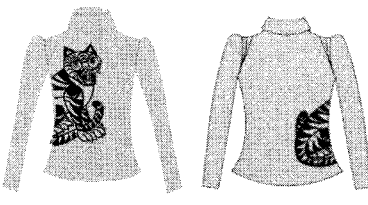
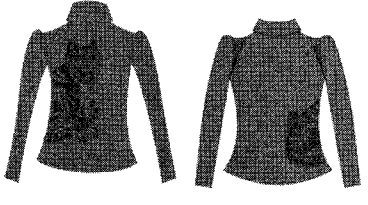
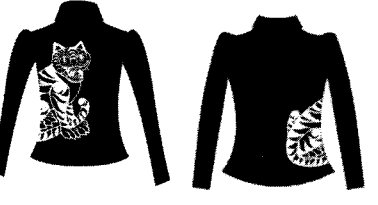
〈표 2〉 남자 셔츠 디자인 개발

남자 셔츠 디자인 1	남자 셔츠 디자인 2	남자 셔츠 디자인 3
		
<p>흰색을 바탕색으로 사용하고 로고는 적색, 요크는 적색에 호랑이 패턴은 흰색으로 넣어 색상대비가 강하면서도 산뜻한 디자인이다.</p>	<p>녹색을 기본으로 사용하였고 로고는 흰색으로 하고 흰색 요크 위에 녹색의 호랑이 패턴이 들어가도록 디자인하였다.</p>	<p>청색을 바탕색으로 로고는 흑색, 요크는 흑색에 청색의 호랑이 패턴을 넣어 디자인하였다.</p>

〈표 3〉 남자 조끼 디자인 개발

남자 조끼 디자인 1	남자 조끼 디자인 2	남자 조끼 디자인 3
		
<p>상아색 니트 조끼로 앞판에는 분홍색 로고를 수놓고 뒷판은 하늘색과 분홍색의 호랑이 패턴을 넣었다.</p>	<p>연한 청색 바탕 조끼에 로고는 분홍색, 호랑이 패턴은 하늘색과 분홍색으로 넣었다.</p>	<p>흑색 바탕에 분홍색의 로고를 넣고 뒷판은 호랑이 패턴으로 장식하였다.</p>

〈표 4〉 여자 터틀넥 스웨터 디자인 개발

여자 터틀넥스웨터 디자인 1	여자 터틀넥스웨터 디자인 2	여자 터틀넥스웨터 디자인 3
		
<p>상아색 터틀넥 스웨터에 호랑이 패턴을 적색으로 직조하되 문양이 앞 뒤판에 연결되도록 하여 변화를 주었다.</p>	<p>황색바탕에 연한 청색으로 호랑이를 직조하였다.</p>	<p>흑색 바탕에 흰색으로 직조하여 색상대비를 이루도록 배색하였다.</p>

3) 여자 터틀넥 스웨터 디자인

여자의 터틀넥 스웨터는 단독 또는 조끼와 함께 착용할 수 있도록 디자인하였다. 어깨부분에 두 번의

절개선을 넣어 활동이 편리하도록 구성하였고 로고는 조끼와 함께 착용하였을 때 속에 입은 터틀넥 스웨터의 호랑이와 조끼의 호랑이 그림이 맞춰질 수

〈표 5〉 여자 조끼 디자인 개발

여자 조끼 디자인 1	여자 조끼 디자인 2	여자 조끼 디자인 3
		
<p>겉은 분홍색, 안과 소매, 허리는 황색으로 구성하였고 호랑이 패턴은 바탕색보다 약간 진하게 직조하여 여성스러운 느낌을 살렸다.</p>	<p>겉은 청색, 안과 소매, 허리는 백색으로 하였으며 호랑이는 연한 청색과 청색으로 배색하여 직조하였다.</p>	<p>겉은 흑색으로 구성하였고 소매와 안, 허리는 백색으로 하였으며 호랑이는 황색으로 직조하여 고급스럽게 디자인하였다.</p>

있도록 위치를 조절하여 디자인하였다(표 4).

4) 여자 조끼 디자인

여자 조끼는 가슴을 U자로 깊이 파고 캡 소매를 달아 여성스럽게 디자인 한 니트 조끼이다. 호랑이 로고는 크게 배치하였으며 착용하지 않았을 경우 앞판과 뒤판의 안쪽에 호랑이 그림이 연결되어 보이도록 하였고 속에 터틀넥 스웨터와 함께 착용하여 호랑이 그림이 맞추어 질 수 있도록 변화를 주어 디자인하였다. 겉과 안을 이중직으로 짜서 색을 달리하였고 소매와 허리부분 안쪽의 색상을 같게 구성하였다(표 5).

IV. 결론

여가 생활의 증대는 다양한 스포츠웨어의 발전을 가능케 하였다. 본 연구는 현대인들이 운동 시 뿐 만 아니라 활동에 편안한 스포츠웨어를 즐겨 착용한다는 점에 착안하여 스포츠웨어를 디자인하고자 하였다. 그리고 한국적인 이미지를 스포츠웨어에 접목시키기 위하여 세계적인 스포츠 브랜드 들이 상징적인 동물을 브랜드 로고에 사용하여 효과적인 마케팅 전략을 펼치고 있는 점에 초점을 맞추어 우리나라의 상징적인 동물로 고대부터 회화, 민속, 문학 등에서 친밀하게 접해온 호랑이를 선정하였다. 호랑이는 여러 가지 모습으로 표현되는데 용맹하면서도 민첩하다는 점과 함께 익살스럽고 귀여운 이미지로 표현된

조선시대 민화 까지 호랑이가 스포츠웨어 로고로 도안하기에 가장 적합한 이미지라고 사료되었다.

동물을 로고에 사용하는 스포츠 브랜드로는 라코 스텔을 비롯하여 르 꼬끄 스포르티프, 먼싱웨어, 잭 니콜라우스, 블랙 앤 화이트, 울시, 아다바트, 라일 앤 스코트, 퓨마, 엠유 스포츠 등이 있으며 각각 정도를 달리하여 캐릭처화한 로고를 사용하고 있었다.

디자인을 위하여 여러 가지 형태의 까치 호랑이를 조사하고 유형을 분류하여 가장 많이 알려지고 도안 화하기 좋은 두 그림을 골라 단색 작업 후 부분 혼합을 통하여 로고를 디자인 하였다. 디자인 된 도안은 로고로 사용할 수 있을 뿐 아니라 원단에 패턴으로 사용하거나 소품에 장식문양으로 사용할 수 있다. 디자인은 일러스트레이터 CS3를 이용하여 남녀 셔츠 각각 3점씩, 조끼 각각 3점씩을 오방색을 중심으로 녹색과 연한 청색, 상아색, 분홍색 등을 섞어 배색을 달리하여 디자인하였다. 남자 셔츠는 요크 부분을 배색하고 호랑이 패턴은 넣어 로고와 함께 포인트를 주었다. 남자 조끼는 앞판에 로고자수를 넣고 뒤판은 호랑이 패턴을 직조하여 변화를 주었다. 여자 터틀넥 스웨터에는 커다란 호랑이 로고를 직조하였고 여자 조끼는 가슴을 U 네크라인으로 파고 캡 소매를 달아 여성스러움을 강조하였으며 속에 입은 스웨터의 호랑이와 조끼의 호랑이 문양이 맞춰져서 하나의 문양을 이룰 수 있도록 디자인하였다.

본 연구는 여러 가지 상징적인 동물 중에서 우리나라를 가장 잘 드러낼 수 있는 호랑이로 스포츠 셔

츠와 조끼 디자인을 하였다. 앞으로는 스포츠웨어뿐 아니라 다양한 아이템을 개발하여 프랑스의 수탁과 미국의 독수리와 같이 우리나라를 상징하고 알릴 수 있는 많은 복식이나 상품이 디자인되고 사용되기를 희망한다. 아울러 이러한 디자인 과정이 앞으로 우리나라 전통 회화나 문양에서 발견 할 수 있는 여러 가지 요소들을 활용하고 현대화하여 세계화할 수 있는 계기가 되기를 기대한다.

참고문헌

- 1) 이연제 (2002). 한국민화를 응용한 의상디자인 연구: 화조화를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 2) 권지현 (1999). 조선조 민화를 응용한 의상디자인 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 3) 한지수 (2007). 민화 「화조화」를 응용한 메이커업과 의상디자인 연구. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 4) 고미경 (2005). 민화의 문자도를 응용한 니트 디자인 연구. 국민대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 강기욱 (2005). 조선 후기 민화에 나타난 용과 봉황문을 활용한 패션디자인 연구. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 6) 김은경 (2002). 한국 민화의 책거리 그림을 응용한 의상디자인 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 7) 이승훈(2005). CAD를 활용한 니트웨어 문양연구: 조선 후기 민화의 호랑이그림을 중심으로. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 8) 남철균 (2005). 문양의 의미. 서울: 태학원, p. 198.
- 9) Seo-Ha Min·Min-Ja Kim (2009). Brand Personality and Archetypical Symbolism of Animal Applied to Fashion Logos. *International Journal of Costume*, 9 (1), p. 21.
- 10) 후한서, 권 85 동이열전 제 75 예(濼), 남철균. 앞의 책, pp. 199-200 재인용.
- 11) 위의 책, pp. 199-200.
- 12) 임세련 (2003). 한국의 암각화. 서울: 대원사, p. 26.
- 13) 나정태 (1998). 민화그리기. 서울: 대원사, p. 86.
- 14) 정병모 (2001). 회화I. 서울: 예경, p. 49.
- 15) 최충식 (2006). 한국전통문양의 이해. 대구: 대구대학교 출판부, p. 85.
- 16) 위의 책, pp. 81-82.
- 17) 김영숙 (1999). 한국복식문화사전. 서울: 미술문화, p. 425.
- 18) 위의 책, p. 82.
- 19) 서민의 생활 속에서 생겨난, 지방의 특유한 품도·품물·정서·관습 따위를 표현한 예술. 자료검색일 2010. 2. 8. 자료출처 네이버 백과사전. <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=14906400>
- 20) 자료검색일 2010. 2. 8. 자료출처 네이버 백과사전. <http://100.naver.com/100.nhn?docid=68000>
- 21) 김영학 (2000). 민화. 서울: 대원사, p. 10.
- 22) 자료검색일 2010. 2. 5. 자료출처 http://www.tonginn.com/branch_home/company03.asp
- 23) 윤열수 (2005). 민화II. 서울: 예경, p. 423.
- 24) 위의 책, p. 59.
- 25) 네이버 백과사전, 자료검색일 2010. 1. 21. 자료출처 <http://100.naver.com/100.nhn?docid=99712>
- 26) 자료검색일 2009. 4. 27. 자료출처 http://www.lacoste.co.kr/library/pdf/LACOSTE_history_histoire.pdf
- 27) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 <http://www.lacoste.co.kr/kor/main.html>
- 28) 자료검색일 2009. 4. 27. 자료출처 http://www.lecoqsportif.co.kr/Make/special_multi.asp
- 29) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 <http://www.lecoqsportif.co.kr/intro/history.asp>
- 30) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://blog.naver.com/thenavs/40013090244>
- 31) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 <http://www.mungwear.co.kr/brand/history.asp>
- 32) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://blog.naver.com/thenavs/40013090244>
- 33) 자료검색일 2010. 1. 21. 자료출처 http://www.jacknicklaus.co.kr/jacknicklaus/App/Brand/brand_logo.jsp
- 34) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://blog.naver.com/thenavs/40013090244>.
- 35) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 <http://www.blacknwhitegolf.co.kr/2009fw/brand/logo.asp>
- 36) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://blog.naver.com/thenavs/40013090244>
- 37) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 <http://www.wolsey.co.kr>
- 38) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://blog.naver.com/thenavs/40013090244>
- 39) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 http://www.worldkorea.com/wk_adabat_brand_intro.asp
- 40) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://blog.naver.com/thenavs/40013090244>.
- 41) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 <http://www.lyleandscott.co.kr/company/company02.asp>
- 42) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://kin.naver.com/detail/detail>
- 43) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 <http://about.puma.com>
- 44) 자료검색일 2009. 4. 28. 자료출처 <http://549.co.kr/data/view.html?folder=10&num=256>
- 45) 자료검색일 2010. 1. 15. 자료출처 http://www.musports.co.kr/MU/charactor/charactor_01.html
- 46) 최민지 (2009. 5. 27). 아동복업체 이에프엘, 일본 골프브랜드 인수, *아주경제*. 자료검색일 2010.1.21. 자료출처 <http://www.ajnews.co.kr/uhtml/read.jsp?idxno=200905271701296440290>
- 47) Seo-Ha Min·Min-Ja Kim (2009). 앞의 책, p. 21.