

## 국가 상징 이미지로 무궁화를 모티브로 활용한 패션문화상품 개발에 관한 연구

김 미 현

중앙대학교 패션디자인 전공 조교수

### A Study on the Development of Fashion Cultural Products of National Symbol Using Mugunghwa

Mi-hyun Kim

Assistant Professor, Dept. of Fashion Design, Chung-Ang University

(투고일: 2012. 2. 10, 심사(수정)일: 2012. 4. 26, 게재확정일: 2012. 5. 28)

#### ABSTRACT

Using the official marker of the Korea's national symbol to inform the world of the country's existence to the global community in the 21<sup>st</sup> century enhances the autonomy and the competitiveness of Korea. It is thought that selecting a motif for promoting the national identity through cultural products or costumes can prepare an opportunity for gaining competitiveness internationally. The purpose of this study is to enhance understanding on the use of a traditional Korean symbol, *Mugunghwa*, and how it increases the cultural value of Korea, and develops the modern Korean image. The specific contents of this study are as follow. First, searching for the scope of usage of the national flower *Mugunghwa* from various angles for enhancing the Korean image. Second, developing a national symbol image of modern sense that reflects trend by using *Mugunghwa*. Third, clarifying the application scope and role of the national symbol image using *Mugunghwa*, and present a specific usage plan for creating more value. As for the study method, the study is conducted through theoretical and empirical research and six pieces of work of modern *Mugunghwa* image are presented as the result. Based on the development of the image of *Mugunghwa* as a national symbol, this study proposed a role of a cultural ambassador by applying *Mugunghwa* to fashion products or costumes. As for the expected effect, it can provide an opportunity for developing another national symbol and a new perspective on national symbol will appear. It is thought that the cultural value of a national symbol can be understood through this study and it can provide an opportunity for developing various national symbols for enhancing the national image.

Key words: fashion cultural products(패션문화상품), Korean image(한국적 이미지),  
national symbol(국가 상징), Mugunghwa(무궁화)

## I. 서론

21세기 글로벌 사회에서 한 국가가 존재한다는 사실을 알리기 위해 국가 상징이라는 공식적 징표를 활용하여 세계에 한국적 이미지를 알리는 것은, 국가의 주체성과 경쟁력을 높이는 의의를 가진다. 특히 패션문화상품을 통하여 국가 정체성을 살려줄 수 있는 모티브의 선정은, 세계적으로 경쟁력을 얻을 수 있는 계기를 마련할 수 있을 것으로 보여진다. 이에 본 연구에서는 문화적 정통성을 간직한 나라꽃 무궁화를 이용하여 한국의 문화적 가치에 대한 인식을 높이고, 국가 상징 이미지로 부각시킬 수 있는 무궁화 모티브를 활용하여 현대적인 한국적 이미지의 패션문화상품을 제안하고자 한다. 본 연구의 구체적 내용은 다음과 같다. 첫째, 한국적 이미지 제고를 위하여 국화인 무궁화를 다양한 각도에서 살펴보고 활용 범위를 모색한다. 둘째, 국가 상징 이미지로서 무궁화를 모티브로 한 일반적인 사례와 패션문화상품으로 활용된 사례를 고찰함으로써 국가 상징 이미지의 적용범위와 역할을 명확히 한다. 셋째, 무궁화를 활용하여 트렌드를 반영한 현대적 감각의 국가 상징 이미지 모티브를 디자인 하고, 고부가가치 창출을 위한 구체적인 활용방안으로 패션문화상품 12작품을 제시한다. 연구 방법은 이론적 고찰과 사례 고찰을 토대로 국가 상징 이미지로서 무궁화를 모티브로 한 패션문화상품의 활용 방안을 모색하고, 결과로써 현대적 감각의 무궁화 모티브를 활용한 패션문화상품 12작품을 제시한다. 이때 패션문화상품의 아이템은 선행연구를 바탕으로 그 선호도와 구매도가 높은 패션 소품으로 한다.

선행연구 조사는 패션문화상품과 무궁화가 키워드인 것으로 하는데, 패션문화상품에 관한 선행연구들은 제품에 대한 태도와 구매 행동에 관한 마케팅 관점의 연구와 패션문화상품 디자인 개발에 관한 것으로 나누어 살펴본다. 마케팅 관점의 연구로는 김하연<sup>1)</sup>, 조윤경<sup>2)</sup>, 장세정<sup>3)</sup>이 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 태도가 구매 의도에 미치는 영향과 상관관계에 대해서 살펴보았다. 그리고 패션문화상품 디자인 개발에 관한 연구는 한국 이미지를 활용한

이미지 개발과 지역 축제에 관한 연구로 다시 구분 이 되었다. 김현화<sup>4)</sup>, 전유진<sup>5)</sup>, 김소형<sup>6)</sup>, 신혜선<sup>7)</sup>, 남재경<sup>8)</sup>이 한국 전통 문양 이미지를 활용한 디자인 개발에 관한 연구를 진행하였고, 정경희<sup>9)</sup>, 이재민<sup>10)</sup>이 지역 상징물을 강조한 문화관광 축제의 활성화를 위한 연구를 통하여 고부가가치 문화 상품 개발을 위한 전략과 패션 문화 상품 디자인을 제안하였다. 이처럼 선행 연구가 주로 한국을 상징하는 이미지를 활용하여 다각적 관점에서 문화상품을 개발에 관한 것이나 문화상품의 구매태도에 관한 것으로, 공식 국가상징이자 국화인 무궁화를 주제로 패션문화상품에 관한 연구가 미흡하여 선행연구와 차별된다고 할 수 있다.

## II. 이론적 배경

### 1. 국가상징 이미지로서의 무궁화

국가상징이란 국제사회에 한 국가가 존재한다는 사실을 알리기 위해 자기 나라를 잘 알릴 수 있는 내용을 그림이나 문자도형 등으로 나타낸 공식적인 징표로서 국민적 자긍심의 상징이라 할 수 있다.<sup>11)</sup> 그리하여 국가상징은 어느 한 순간에 인위적으로 만들어진 것이라기보다는 그 국가사회의 역사와 문화적 환경이나 학습, 관습에 의한 주관적 의미체계를 지니고 있으며, 그 관념들을 커뮤니케이션하기 위해 기호화한 표현이다.<sup>12)</sup> 이러한 국가 상징은 국민의 가치관과 태도적 측면을 나타내고 있으며, 국가의 가치관과 신념을 표현할 수 있다. 스코트에 의하면 국가 이미지란 '그 국가를 떠올릴 때 생각 또는 기억나는 속성들의 집합으로 그 국가에 대한 여러 가지 이미지가 상호 밀접하게 관련되어 나타나는 총체적 이미지'를 의미한다고 하였다.<sup>13)</sup> 이상의 논의에서 볼 때 국가 이미지는 특정 국가에 대해 갖는 인식의 총체로서 역사, 정치, 문화, 외교, 문화, 예술, 스포츠적 요소가 복합적으로 작용하며, 이들 각 분야에 대한 내외국인들의 평가가 종합적으로 반영되어 형성된다고 할 수 있다. 즉, 이러한 국가 이미지를 통하여 국민 스스로의 자발적 참여를 유도하여 화합과 조화를 기

초로 한 사회통합을 지향하며, 문화의 지속성을 보장함으로써 국가의 영속성을 도모할 수 있다.<sup>14)</sup> 우리나라의 공식적인 국가상징으로는 태극기, 애국가, 무궁화, 국새, 나라문장 등이 있다. 이와 같은 대한민국의 국가상징을 관리하고 있는 행정안전부의 의정관에서는 국가상징의 개념과 기능을 정의하여 밝히고 있으며, 대한민국의 정체성 확립을 위하여 국가상징에 대한 선양사업을 다양하게 실시하고 있다.

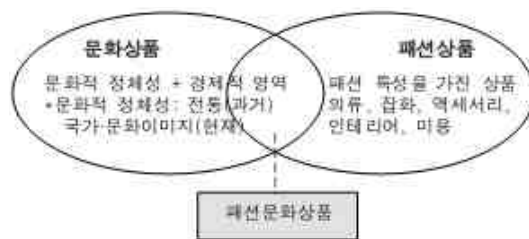
그 중에서도 국화는 나라를 상징하는 꽃과 식물로 나라꽃을 가리키며, 나라꽃은 법령으로 제정한 나라들도 있으나 그 나라의 자연, 풍토, 역사, 문화와 관련이 깊은 식물이 자연스럽게 정해지는 경우가 많다.<sup>15)</sup> 국화인 무궁화는 우리나라를 상징하는 꽃으로 '영원히 피고 또 피어서 지지 않는 꽃'이라는 뜻을 지니고 있으며, 이른 새벽부터 매일 새롭게 피어남으로써 근면성과 진취성을 나타낸다. 또한 100일 이상 끊임없이 피어나는 꽃으로 우리 민족의 끈기와 인내를 표상하며, 흰 바탕에 꽃심 부분이 붉은 꽃으로 단일민족의 순결성, 결백성을 보여준다. 무궁화는 7월 초순에서 10월 하순까지 매일 꽃을 피워 보통 한 그루에 2~3천여 송이가 피며, 옮겨 심거나 꺾꽂이를 해도 잘 자라고 공해에도 강한 특성을 지니고 있어 민족의 무궁한 발전과 번영을 기원하는 마음을 잘 나타내 주기도 한다.<sup>16)</sup>

역사적으로 우리 민족은 무궁화를 고조선 이전부터 하늘나라의 꽃으로 귀하게 여겼고, 신라는 스스로를 '근화향'이라고 부르기도 하였다. 중국에서도 우리나라를 오래 전부터 '무궁화가 피고 지는 군자의 나라'라고 칭송했다. 이처럼 오랜 세월 동안 우리 민족과 함께해 온 무궁화는 조선말 개화기를 거치면서 '무궁화 삼천리 화려강산'이란 노랫말이 애국가에 삽입된 이후 더욱 국민들의 사랑을 받아왔다. 이와 같은 무궁화에 대한 우리 민족의 한결 같은 사랑은 일제강점기에도 계속 되었고, 광복 후에 무궁화를 자연스럽게 나라꽃으로 자리 잡게 하였다.<sup>17)</sup> 그리고 88년 서울 올림픽 때는 무궁화동산과 거리조성을 하였고, 1990년에 꽃잎 중앙에 붉은 꽃 심이 있는 단심계 홑꽃을 정부 보급품종으로 지정했다. 2002월드컵을 계기로 무궁화축제 개최 등으로 붉이 조성되어 2007년

에는 8월 8일을 무궁화의 날로 지정하였다. 이에 민족과 함께 영광과 수난을 같이해 온 무궁화를 사랑하고 잘 가꾸어 그 고귀한 정신을 길이 선양해야 할 것이다.<sup>18)</sup>

## 2. 패션문화상품의 정의와 분류

패션문화상품은 문화상품, 즉 한 국가 혹은 사회의 독특한 문화적 가치와 경제적 효용가치가 결합되어 생산되는 모든 상품 중에서 패션 특성을 가진 상품을 말한다.<sup>19)</sup> 홍희숙<sup>20)</sup>, 신혜선<sup>21)</sup>은 국가 혹은 지역의 문화적 요소나 이미지를 활용한 패션상품을 패션문화상품이라 하였고, 이진화<sup>22)</sup>는 한국 문화의 특성을 반영한 상품 의류, 패션 잡화, 기념품 티셔츠, 모자, 보석, 액세서리, 생활한복 그리고 섬유공예품으로 분류 정의하였다. 현선희<sup>23)</sup>는 자국의 전통문화와 이미지에 트렌드를 반영한 상품으로 규정하고, 패션문화상품의 범위를 패션의류와 밧 잡화, 액세서리로 그리고 생활소품으로 분류하였다. 특히 조운진<sup>24)</sup>은 전통적 요소와 한국의 현대적 이미지까지 포함하는 문화적 정체성을 나타내는 패션상품이라 하였고, 패션문화상품의 개념을 <그림 1><sup>25)</sup>과 같이 도식화 하였다.



<그림 1> 패션문화상품 개념의 도식  
- 한국 방문 외국인의 패션문화상품에 대한 태도와 관련 변인 연구, p. 11.

이처럼 패션문화상품에 관한 정의는 다양한 적용 기준에 따라 여러 가지로 제안되고 있는 것으로 나타났다. 이에 본 연구에서는 한 국가의 정체성을 바탕으로 변별성을 가지며 국민의 폭넓은 지지와 경쟁력을 가지는 패션상품이라는 공통적 정의를 포함하는 국가상징이미지를 나타내는 패션상품으로 정의하

고자 한다.

나라꽃인 무궁화를 공식적으로 알리고 있다.

### Ⅲ. 무궁화를 모티브로 한 국가 상징 이미지에 관한 고찰

#### 1. 국가 상징 이미지로 활용된 무궁화 모티브의 사례

세계의 각 나라마다 그 역사와 문화를 기초로 한 국기, 국가, 국화 등을 국가상징으로 정하여 대내적으로는 국민들의 애국심을 고취시키고 대외적으로는 나라 이미지를 부각시키기 위해 노력하고 있다. 이에 국가 상징인 무궁화 이미지에 대한 체계적인 시스템을 갖추는 것은 나라의 안정감과 건실함을 상징하며 총체적으로 국가 이미지를 긍정적으로 형성하는 상호보완적인 기능과 역할을 충족시킬 수 있을 것이다.

역사적으로 무궁화는 독립서언서, 보신각 종, 옛 서울역 천장 등의 역사적 기념물에서 상징적 의미로 사용된 사례가 있으며, 국가를 상징하는 상징물로 다양하게 활용되어 왔다. 국가기록원과 행정안전부에서는 5대 국가 상징물에 무궁화를 포함 시키고 있으며, 무궁화의 활용 범위를 다른 국가상징에 활용, 국가기관의 기, 훈장 및 상장, 배지 및 모표, 국경일 행사에 활용으로 정하고 있다.

먼저 무궁화가 사용되는 국가상징에는 <그림 2><sup>26)</sup>의 정부 문양이 있는데 외국에 발신하는 공문서와 국가적 중요문서 및 기타 시설과 물자 등에 대한민국을 상징하는 휘장으로 사용되고 있다. 그 외에 국기봉과 <그림 3><sup>27)</sup>의 대통령 휘장에도 봉황새 가운데 나라의 국화인 무궁화 사용되어 나라꽃으로 상징처럼 사용되고 있다. 그리고 각급 국가기관을 상징하는 기에 활용되고 있는데, 정부기, 법원기, 국회기 등의 경우에는 무궁화꽃 도안의 중심부에 기관 명칭을 넣어 사용하고 있고, 무궁화는 <그림 4><sup>28)</sup>의 훈장, 배지, 모표 그리고 경찰과 군인의 계급장에도 사용된다. 또한 정부에서 주관하는 국경일 등 각종 행사에서도 행사장을 장식하는 데에 무궁화를 활용하고 있으며, 일부 행사참석자에게도 무궁화 리본을 달아주고 있다.<sup>29)</sup> 그리고 유통되고 있는 화폐나 우표 등에 사용되어,



<그림 2> 국가 문장  
- <http://www.constance.com.ne.kr>



<그림 3> 대통령 휘장  
- <http://www.1stcabinet.tistory.com>



<그림 4> 무궁화대훈장  
- *한국민족문화대백과*, p. 72.

#### 2. 무궁화 모티브를 활용한 패션문화상품의 사례

본 장에서는 현재 디자인 주제로 활용되고 있는 무궁화 모티브의 활용 사례의 현황과 전통문화상품에 활용되고 있는 무궁화 모티브의 기능과 문제점을 분석하여 디자인 개선 방안을 모색하고자 하였다. 또한 패션에 도입된 사례를 살펴보고 적용 범위와 디자인 방향을 하고자 하였다.

<표 1>의 무궁화 모티브가 활용된 사례를 살펴보면, 먼저 무궁화는 우리나라의 국화로서 국민의 감정과 정서를 내포하는 상징적 의미를 가지고 있었다. 고 육영수 여사가 10여년 동안 즐겨 입었던 <그림 5><sup>30)</sup>의 진한 주황색 양단 한복에는 무궁화 문양이 새겨져 있는데, 대외적으로 나라 꽃 무궁화를 알리고자 했던 육영수 여사의 의지가 보인다. <그림 6><sup>31)</sup>는 62주년 광복절을 기념한 시청사 모뉴먼트로 진홍빛 화심을 통해 겨레의 얼과 흰색 무궁화 종인 백단심

〈표 1〉 무궁화 모티브가 활용된 사례와 특성

구분	무궁화 모티브가 활용된 사례	특성
상징적 의미	 <p>〈그림 5〉 육영수여사 유품 - <a href="http://www.chosun.com">http://www.chosun.com</a></p> <p>〈그림 6〉 서울시청사 모뉴먼트 - <a href="http://www.newsis.com">http://www.newsis.com</a></p> <p>〈그림 7〉 광복특집화보 프로젝트 - GQ, 8월호</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-국민의 감정과 정서 내포</li> <li>-우리 민족의 끈기와 인내를 표상</li> <li>-민족정신 고취: 국가 상징 이미지의 제고</li> </ul>
문화 상품	 <p>〈그림 8〉 넥타이 - <a href="http://www.hanmaru.or.kr">http://www.hanmaru.or.kr</a></p> <p>〈그림 9〉 넥타이 - <a href="http://www.urisalim.com">http://www.urisalim.com</a></p> <p>〈그림 10〉 무궁화스카프 - <a href="http://www.happyceo.net">http://www.happyceo.net</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-전통적 모티브를 강조한 제품</li> <li>-전통 공예품이나 관광 기념품이라는 인식: 무궁화 모티브의 활용 방안확대</li> </ul>
잡화 및 액세서리	 <p>〈그림 11〉 무궁화 백 - <a href="http://www.qoomiori.com">http://www.qoomiori.com</a></p> <p>〈그림 12〉 무궁화 반지 - <a href="http://www.liebli.com">http://www.liebli.com</a></p> <p>〈그림 13〉 2009 코리아 주얼리 어워드 대상 작품 - <a href="http://www.epochtimes.co.kr">http://www.epochtimes.co.kr</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-현대적 감각의 디자인 시도</li> <li>-고부가가치 상품으로 가능성 제시: 트렌드를 반영한 창의적 디자인 적용</li> </ul>
패션 의류	 <p>〈그림 14〉 무궁화패션쇼 2009, - <a href="http://www.segye.com">http://www.segye.com</a></p> <p>〈그림 15〉 서울패션위크 F/W 2011, 정훈중 - <a href="http://www.hankyung.com">http://www.hankyung.com</a></p> <p>〈그림 16〉 무궁화모티브 수영복 - <a href="http://www.locaboutique.co.kr">http://www.locaboutique.co.kr</a></p> <p>〈그림 17〉 NEPA의 마크리오레 플리스판 집업티 - <a href="http://www.inews24.com">http://www.inews24.com</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-현대적 감각의 디자인 부족</li> <li>-실용적 디자인 사례 미흡: 현대적 감각의 실용적 디자인 제안</li> </ul>

으로 무궁화 정신의 정신을 형상화하고자 하였다. 남성 잡지 GQ의 8월호 광복특집 화보 프로젝트에서 무궁화 나라 연구소를 배경으로 패션 화보 촬영을 하여 <그림 7><sup>32)</sup>, 패션을 통해 광복절 정신을 고취하고자 하였다. 이처럼 무궁화는 현대에 와서 더욱 다양한 방법으로 민족정신과 나라 사랑을 일깨워주는 국가 상징 이미지로 사용되고 있었다.

일반적으로 국가 상징 이미지를 활용하는 분야는 전통성을 강조한 문화상품 분야로 국한되었다.<sup>33)</sup> 그렇기 때문에 문화상품에서 패션의 특성을 가지는 패션문화상품 역시 전통 공예품이나 관광 기념품으로 한정 지어지는 한계점을 가지고 있어 이를 개선할 수 있는 방안이 요구되어 진다. <그림 8, 9>에서처럼 무궁화는 주로 문화상품을 판매하는 브랜드에서 제품의 모티브로 활용되는 것으로 나타났는데, <그림 8><sup>34)</sup>이나 <그림 9><sup>35)</sup>와 같이 넥타이에 활용된 사례가 많이 나타난다. 그러나 최근에는 브랜드의 고부가가치 창출과 국제화를 시도하는 브랜드에서 한국을 상징하는 전통 모티브를 활용한 제품을 선보이고 있는데, 유명 인사들이 착용한 패션 소품을 제작한 '누브티스'는 한국적인 아름다움과 서구적인 패션의 조화를 시도하고 있다. 한명숙 전 국무총리의 무궁화 스카프<그림 10><sup>36)</sup>, 허영근의 태극 넥타이, 힐러리 클린턴의 해시계 스카프 등을 제작한바 있다. 그 외에도 무궁화는 패션 소품의 디자인 요소로 제시되기도 하는데, 한국의 전통적 소재를 찾아 제품으로 형상화하는 브랜드 '쿠미오리'에서 출시한 <그림 11><sup>37)</sup>의 무궁화 백은 가방 입구의 디테일이 무궁화가 만개한 형상과 닮았다고 해서 무궁화 백이라 이름 지어졌다. 이처럼 현재의 개념을 포함한 문화로 개념화하고자하는<sup>38)</sup> 시도는 현대적 감각의 국가 상징 이미지 개발의 필요성을 시사한다.

그리고 무궁화는 <그림 12, 13><sup>39)</sup>처럼 반지나 목걸이 등의 액세서리 디자인으로 활용되어 고급스러움을 나타내기도 하는데, <그림 13><sup>40)</sup>는 '코리아 주얼리 어워드'에서 한글과 무궁화를 모티브로 한 주얼리로 대통령 표창을 받은 목걸이 이다. 이러한 사례로 볼 때 무궁화 모티브를 활용한 고부가가치 제품 개발의 계기를 마련할 수 있겠다.

의류 분야에서도 국가 상징 이미지를 패션 디자인의 요소로 활용하고자 하는 시도가 나타나고 있는데, 한글을 모티브로한 의상을 발표하여 한글의 아름다움으로 세계적인 주목을 받은 디자이너 이상봉의 작품이 좋은 사례라 할 수 있겠다. 먼저 무궁화의 아름다움을 널리 알리고자 개최된 '나라꽃 무궁화 축제'에서 디자이너 박종철이 흰색 의상에 무궁화의 단아함과 화려함을 프린트한 작품 <그림 14><sup>41)</sup>를 무궁화 패션쇼에서 선보였다. <그림 15><sup>42)</sup>는 2011년 '서울 패션위크'에서 소개된 패션 디자이너 정훈종의 무궁화 드레스로, 무궁화의 순백의 이미지에서 탈피해, 어두운 남보라색 계열과 매치함으로서 기존의 무궁화와는 다른 느낌을 주고 있다. 그리고 무궁화를 모티브로 디자인된 스포츠 웨어도 있는데, <그림 16><sup>43)</sup>은 유명 연예인이 애용하는 브랜드에서 출시한 트렌디한 디자인의 수영복 디자인과, 아웃도어 스포츠 캐주얼 브랜드 네파의 집업티도 무궁화 모티브를 사용해 디자인되었다. <그림 17><sup>44)</sup>의 사례도 한글날을 기념하여 출시한 제품으로 국가 기념일이 아닌 일반 시즌을 겨냥한 트렌디한 모티브 개발이 필요해 보였다. 이렇듯 무궁화를 디자인 요소로 활용하여 브랜드화의 시도는 바람직하나 아직 실용성이 배제된 컬렉션의 작품 의상이 대부분이 이어서 이에 대한 대안이 필요하다 하겠다.

이와 같은 사례 분석 결과에 따르면, 먼저 무궁화는 국화로 한국인의 감성과 정서를 내포하고 있어, 대한민국을 대표하는 국가 상징으로의 미적 가치를 가지고 있었다. 그리고 무궁화는 현대적 디자인으로 활용되기 적합한 국가 상징 이미지로 나타났으며, 무궁화는 트렌드를 반영할 수 있는 모던한 모티브로서 패션문화상품의 디자인 요소와 다양한 활용 가능성을 나타냈었다. 하지만 무궁화 모티브는 디자인 주제로 활용되는 현대적 활용 방안이 도입되고 있지만, 주로 전통문화상품의 모티브로 사용되어 디자인의 세련됨이나 모던함이 부족하였다. 그리고 패션 디자인의 경우에도 실용성이 떨어지는 아트 웨어의 컨셉으로 사용되는 사례가 대부분으로 실생활에 도입이 미흡하여 친근성이 떨어져 이에 대한 보완이 필요한 것으로 나타났었다.

#### IV. 무궁화 모티브를 활용한 패션문화상품 개발

##### 1. 디자인 의도 및 모티브를 활용한 패턴 제작

본 장에서는 무궁화를 모티브로한 패션문화상품을 제안하고자, 무궁화 모티브를 패션 이미지에 따라 디자인하고 이를 패턴화하는 작업을 진행하였다. 패턴의 칼라나 디자인 방향은 컨셉별로 분류하여 그 특성이나 내적 상징성을 표현하고자 하였다. 패션 이미지는 에스닉, 로맨틱, 모던, 액티브로 분류하였고, 패션문화상품에 다양하게 적용할 것을 고려하여 패션 이미지별로 무궁화 모티브를 각 3작품씩 디자인 하였다. 무궁화 이미지를 활용하여 모티브를 디자인하고 패턴화하는 작품 제작 작업에는 컴퓨터 그래픽 프로그램 Adobe Illustration CS5가 사용되었다. <표 2>는 무궁화 모티브를 활용한 패턴 디자인 작업에 관한 것으로 이에 관한 내용은 컨셉과 작품에 따라 다음과 같이 진행되었다.

먼저 동양적 색채와 전통 문양에서 아이디어를 얻은 <패턴 1, 2, 3>은 한국의 동양적 느낌을 강조한 에스닉 컨셉으로 무궁화와 전통 소재를 현대적으로 재해석 하고자 하였다. <패턴 1>은 떡살 문양과 무궁화 모티브를 간결화한 디자인으로, 전통 문양인 떡살 꽃문양과 무궁화 모티브에 유행 칼라를 제시하여 패션 트렌드를 반영하고자 하였다. <패턴 2>는 동양적 색채 상징성을 강조한 디자인으로 오방색에서 붉은 색이 나쁜 기운을 물리치고 복을 부른다는 내적 의미를 강조하여 무궁화의 모티브를 디자인 하였다. <패턴 3>은 전통 창살 이미지에 무궁화 모티브를 겹겹이 겹쳐 피고 또 피는 무궁화의 영원성을 상징하였고, 전통 창살의 색채와 무궁화의 모티브가 그 상징성을 표현하였다.

<패턴 4, 5, 6>은 국가상징물인 무궁화가 꽃이라는 점을 고려하고 로맨틱 컨셉으로 무궁화 자체의 온유하고 부드러움을 표현하고자 하였다. <패턴 4>는 바람에 날리는 듯 한 흔들림을 표현한 패턴으로 가을의 푸른 하늘과 무궁화의 모티브를 파스텔 색조로 로맨틱하게 디자인 하였다. <패턴 5>는 결혼식날 신부의

부케를 표현한 것으로 무궁화의 일편단심이라는 꽃말이 어울리는 디자인으로 표현하였다. 무궁화는 7월에서 10월까지 지지 않고 꽃을 피우므로 정원을 장식하는 꽃으로 적당하다. <패턴 6>은 여름에서 가을까지 지지 않고 정원에 만발한 모습을 형상화 한 것으로 끝없이 이어 피는 긴 생명력을 가지는 의미를 강조하며 핑크로 로맨틱 무드를 강조하고자 하였다.

모던 컨셉은 현대적이며 도시적인 감각이 돋보이는 이미지로 간결한 미를 추구하는 것이 특징이다.<sup>45)</sup> 외국인을 대상으로 제작되었던 문화상품 이미지에서 벗어나고자 선택된 컨셉으로, <패턴 7, 8, 9>는 모던 칼라인 검정과 하양의 무채색으로 디자인 되었다. <패턴 7>은 검정과 흰색만으로 무궁화와 나비 모티브를 활용하여 자연 이미지를 모던하게 표현 하였다. <패턴 8>은 체크 패턴과 무궁화 모티브를 합성한 디자인으로 그래픽한 패턴 디자인이 특징이다. <패턴 9>도 검정과 흰색으로 디자인 하였는데, 무궁화 모티브만을 간결하게 강조하여 장식성을 배제 하였다.

<패턴 10, 11, 12>는 액티브 컨셉을 최근 패션의 디자인의 영감으로 부각되고 있는 아트 인스피레이션을 주제로 디자인 하였다. 컨셉은 팝아트의 영감을 반영한 것으로, <패턴 10>은 앤디 워홀의 작품에서 영감을 얻은 것으로 무궁화 모티브를 단순화하고 화려한 색채로 배색하였다. <패턴 11>은 팝 아트 칼라를 강조한 것으로 무궁화 모티브를 표현하였는데, 배달계, 단심계, 아사달계에 따라 나타나는 무궁화색의 다양성을 표현한 것이다. <패턴 12>는 루이뷔통과의 협업으로 잘 알려진 무라카미 다카시의 작품에서 영감을 받은 것으로 화려한 팝 아트적 색채의 무궁화 모티브의 조화를 나타내고자 하였다.

##### 2. 무궁화 모티브를 적용한 패션문화상품 제안

패션문화상품의 아이템은 선행연구에서 선호도나 구매율이 높은 것으로 나타난 의류 및 잡화의 상품군의 스카프, 넥타이, 가방으로 선정하였다. 넥타이와 스카프는 패션 액세서리로 의상과 매치하여 사용할 수 있는 활용도가 높았고, 가방은 환경 문제과 트렌드를 반영한 에코 백으로 하여 전반적인 공감대를 형성할 수 있는 시류를 반영하고자 하였다.

<표 2> 무궁화 모티브 디자인 작업

무궁화 모티브 디자인 작업 내용					
패턴	컨셉	칼라	모티브	패턴화	디자인 특성
패턴 1	에스닉				전통 떡살 문양과 무궁화 이미지를 사용
패턴 2					나쁜 기운을 물리치고 복을 바라는 동양적 색채 강조
패턴 3					전통 창살 문양 이미지에 무궁화를 활용
패턴 4	로맨틱				하늘에 날리는 꽃바람을 나타내는 패턴
패턴 5					결혼식날 신부를 위한 원형의 부케를 표현한 디자인
패턴 6					핑크를 메인으로 꽃이 만발한 정원의 이미지를 상징
패턴 7	모던				체크와 무궁화 이미지를 그래픽화 시킨 모던 디자인
패턴 8					검정과 흰색으로 무궁화와 나비를 단순화 시킨 패턴
패턴 9					검정과 흰색으로 무궁화 모티브 만을 강조
패턴 10	액티브				앤디 워홀 작품에서 영감을 얻은 디자인
패턴 11					팝 아트 칼라로 무궁화 이미지 표현
패턴 12					아트 인스피레이션의 팝아트 칼라를 강조한 무궁화 문양 디자인



〈표 3〉 무궁화 모티브를 활용한 패션문화상품 디자인 제안

무궁화 모티브를 적용한 패션문화상품 디자인 작업 내용									
컨셉	작품 /아이템	활용 패턴	작품제안	디자인 특성	컨셉	작품 /아이템	활용 패턴	작품제안	디자인 특성
에스닉	작품 1 /스카프			트렌드 칼라를 반영한 디자인	로맨틱	작품 4 /스카프			로맨틱 컨셉의 환상적 디자인
	작품 2 /넥타이			동양적 색채의 상징성을 강조한 디자인		작품 5 /넥타이			로맨틱한 남성복 연출을 위한 아이템
	작품 3 /에코백			전통 모티브와 내적 상징성을 표현한 디자인		작품 6 /에코백			일상생활에서도 사용이 가능한 세련된 디자인
컨셉	작품 /아이템	활용 패턴	작품제안	디자인 특성	컨셉	작품 /아이템	활용 패턴	작품제안	디자인 특성
모던	작품 7 /스카프			도회적 디자인의 의상을 위한 스카프	액티브	작품 10 /스카프			캐주얼한 느낌의 화려한 칼라 배색
	작품 8 /넥타이			그래픽한 모티브의 모던한 넥타이		작품 11 /넥타이			트렌드 칼라를 반영한 세련된 디자인
	작품 9 /에코백			도시적 감각의 간결한 디자인의 에코백		작품 12 /에코백			젊은층이 상황에 상관없이 들 수 있는 디자인

〈작품 1, 2, 3〉은 에스닉을 주제로 동양적 색채와 한국 전통 문양을 무궁화 모티브와 조화시킨 디자인으로 동양적 색채와 내적 의미를 표현하였다. 〈작품 1〉의 스카프는 〈패턴 1〉에 사용된 칼라를 배색하여 현재 유행 경향을 반영한 주황의 화려함을 강조하였

다. 〈작품 2〉는 액운을 물리치는 색의 의미를 강조한 〈패턴 2〉를 사용하여 동양적 이미지의 넥타이를 디자인하였다. 〈작품 3〉의 에코백은 무궁화 모티브를 전통 문창살의 이미지로 표현한 〈패턴 3〉을 활용한 것으로 문을 열듯이 가방을 열어 좋은 것을 담는다

는 상징성을 표현하고자 하였다.

로맨틱 이미지는 사랑스럽고 귀여운 느낌, 낭만적이며 환상적인 느낌으로, <작품 4, 5, 6>은 이러한 로맨틱 분위기를 돋보이게 하고자 페일 톤의 핑크 그리고 이와 잘 어울리는 파스텔 톤으로 칼라를 선정하였다. <작품 4>는 바람에 날리는 스카프와 무궁화 패턴의 이미지를 결합하여 디자인 되었다. <작품 5> 로맨틱 분위기를 연출하고자 하는 남성복 연출에 맞추어 디자인 되었다. 가볍고 잔잔한 무궁화 모티브가 강조되는 <작품 6>의 에코백은 일상생활에서 활용이 가능하도록 하였다.

<작품 7, 8, 9>는 현대적이고, 도시적인 모던 이미지로, 검정과 흰색을 대비시킨 심플함을 강조하고자 하였다. <작품 7>은 도회적 디자인의 슈트를 세련되게 완성시켜줄 스카프 디자인이고, <작품 8>은 무궁화를 그래픽하게 표현한 넥타이로 모던 감각을 강조하고자 하였다. <작품 9>는 정장에 들어도 어색함이 없는 직선적이고 도시적인 감각의 간결한 디자인을 강조하였다.

<작품 10, 11, 12>는 경쾌하고 활동적인 느낌의 팝아트 컨셉을 포함하는 액티브 이미지로 팝아트 칼라와 팝 아트 작가의 작품에서 영감을 받은 패턴을 활용하였다. <작품 10>은 2012년 S/S 트렌드 칼라를 바탕으로 화려한 칼라의 배색을 강조한 스카프는 젊은 계층을 대상으로 캐주얼에도 잘 어울릴 수 있도록 하였다. <작품 11>은 밝고 선명한 색상을 강조한 넥타이로 트렌드 칼라를 반영한 세련된 느낌을 강조하였다. <작품 12>의 에코백은 루이비통과 협업한 무라카미 다카시의 작품에서 영감을 받은 것으로 학생들이 캐주얼하게 들 수 있도록 디자인 하였으며, 입체감과 역동감을 주기위하여 가방에 무궁화 코르사주를 부착하였다.

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 무궁화를 활용한 국가 상징 이미지 개발을 바탕으로, 패션문화상품에 한국을 대표하는 국가 상징 이미지로 무궁화를 적용함으로써 문화대사로서의 역할을 제안하고자 하였다.

문헌고찰과 사례분석을 바탕으로 도출된 국가 상징 이미지로서 패션문화상품에 활용되고 있는 무궁화 모티브의 활용가능성과 문제점은 다음과 같다. 첫째, 무궁화는 대한민국을 대표하는 국가 상징으로 미적 가치를 가지고 있는 것으로 나타났다. 현재 국가 홍보 상징물로 캐릭터 개발이나 관련 콘텐츠 개발이 시도되고 있기는 하지만 패션문화상품에 적용되는 사례의 범위가 미흡한 것으로 나타났다. 둘째, 무궁화는 사례조사에서 현대적 디자인으로 활용되기 적합한 국가 상징 이미지로 나타났다. 그러나 패션문화상품에 적용되고 있는 무궁화 모티브의 창의적인 디자인 적용이 미흡한 것으로 도출되었다. 셋째, 무궁화는 디자인 요소로서 다양한 활용 가능성을 가지고 있었다. 그리하여 일상생활에서 널리 활용할 수 있는 친근한 이미지의 디자인 제안이 필요한 것으로 보여진다.

이에 따른 국가 상징 이미지로서 무궁화 모티브를 활용한 패션문화상품의 개선 방향과 활용방안을 제시하고, 결과로써 패션문화상품 12작품을 제안하였다. 첫째, 무궁화 모티브를 적용한 패션문화상품을 컨셉과 아이템별로 12작품 제안하여 활용 범위를 넓히고자 하였다. 그리하여 국가 이미지를 대표할 수 있는 국가 상징 이미지 가치 향상 방안을 도모하고자 하였다. 둘째, 패션 트렌드를 반영한 패션 이미지 에스닉, 로맨틱, 모던, 액티브를 컨셉으로 아이템에 따라 디자인의 다양성을 추구하였다. 이는 국가 상징 이미지의 창의적 디자인 개발에 대한 인식 제고와 새로운 디자인의 계기가 될 것이다. 셋째, 일상생활에서도 자주 접할 수 있는 친근한 이미지의 패션문화상품을 제안하여 국가 상징에 대한 새로운 이미지를 형성할 수 있도록 하였다. 이를 계기로 국가 상징 이미지의 새로운 가치 추구하고 공감대를 형성하고자 하였다.

본 연구의 한계점으로 패션문화상품군에서 구매도가 높은 스카프, 넥타이, 가방으로 아이템을 한정하였으므로, 연구 결과를 다른 아이템에 확대 적용시킬 경우 무리가 있을 수 있음을 밝히고자 한다. 이에 국가상징 이미지를 활용한 패션문화상품의 창의적 아이템 개발에 관한 후속 연구가 이어져야 할 것으로

사료된다.

이러한 연구의 기대효과로는 또 다른 국가 상징 이미지 개발의 계기가 될 것이며, 국가 상징 이미지에 대한 새로운 시각이 나타나리라 기대한다. 또한 본 연구를 통하여 국가 상징의 문화적 가치를 인식하고, 국가 이미지 선양을 위한 다양한 국가 상징 이미지 개발의 계기를 마련할 수 있을 것이라 기대한다.

## 참고문헌

- 김하연 (2008), 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 한국인 소비자의 태도 및 구매의도, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 조윤경 (2008), 소비자특성과 점포요인에 따른 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 태도와 구매의도, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 장세정 (2007), 방한 외국인의 한국에 대한 국가이미지가 패션문화상품 구매태도에 미치는 영향, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김현화 (2007), 스토리텔링 기법을 응용한 패션문화상품 디자인 연구, 국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위논문.
- 전유진 (2007), 프랙탈(Fractal)기법을 이용한 패션 문화상품 디자인 개발, 국민대학교 테크노디자인전문대학원 석사학위논문.
- 김소형 (2005), 패션문화상품 디자인 개발 : 전통 조각보의 이미지를 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 신혜선 (2003), 한국 단청 문양을 모티브로 한 패션문화상품 디자인에 관한 연구, 성균관대학교 생활과학대학원 석사학위논문.
- 남재경 (2011), 국가브랜드 이미지 제고를 위한 패션 디자인 연구 : 한국의 상징 모티프 활용을 중심으로, 홍익대학교 대학원 박사학위논문.
- 정경희 (2009), 문화관광축제 활성화를 위한 패션문화상품 디자인 개발 연구, 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이재민 (2003), 지역 문화를 기반한 패션 문화 상품 개발 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- "국가상징의 개념", 자료검색일 2011. 10. 27, [http://www.mpas.go.kr/gpms/view/korea/korea\\_index\\_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief\\_06\\_04\\_04](http://www.mpas.go.kr/gpms/view/korea/korea_index_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief_06_04_04)
- 국가상징물연구소, 자료검색일 2011. 10. 20, [http://www.ksitt.co.kr/hom02/hom02\\_01.php#4](http://www.ksitt.co.kr/hom02/hom02_01.php#4)
- Scott, W. A. (1966), Psychological and social correlates of international image, In C. Kelman(Eds), *International behavior*, NY: Halt, Rinehart and Winston, p. 67.
- 행정안전부 국가상징, 국화(무궁화), 자료검색일 2011. 10. 27, [http://www.mopas.go.kr/gpms/view/korea/korea\\_index\\_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief\\_06\\_04\\_04\\_sub01](http://www.mopas.go.kr/gpms/view/korea/korea_index_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief_06_04_04_sub01)
- 네이버 백과사전, 자료검색일 2011. 10. 6, <http://100.naver.com/100.nhn?docid=23241>
- 행정안전부 국가상징, 국화(무궁화), 자료검색일 2011. 10. 27, [http://www.mopas.go.kr/gpms/view/korea/korea\\_index\\_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief\\_06\\_04\\_04\\_sub01](http://www.mopas.go.kr/gpms/view/korea/korea_index_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief_06_04_04_sub01)
- 국가상징물연구소, 자료검색일 2011. 10. 20, [http://www.ksitt.co.kr/hom02/hom02\\_01.php#4](http://www.ksitt.co.kr/hom02/hom02_01.php#4)
- 국가상징물연구소, 자료검색일 2011. 10. 20, [http://www.ksitt.co.kr/hom02/hom02\\_01.php#4](http://www.ksitt.co.kr/hom02/hom02_01.php#4)
- 김하연 (2008), 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 한국인 소비자의 태도 및 구매의도, 서울대학교 대학원 석사학위논문, p. 12.
- 홍희숙 (2001), 추구해택과 패션이미지가 제주지역 패션문화상품 같은 구매의도에 미치는 영향, *대한가정학회지*, 39(2), pp. 73-84.
- 신혜선 (2003), 한국 단청 문양을 모티브로 한 패션문화상품 디자인에 관한 연구, 성균관대학교 대학원 석사학위논문, p. 32.
- 이진화, 김민자, 이진민 (2005), 한국 패션문화상품의 고부가가치화를 위한 대응전략 연구, *한국의류학회지*, 29(7), pp. 968-977.
- 현선희 (2006), 한국 전통문양을 응용한 패션문화상품 디자인 개발, 전남대학교 대학원 석사학위논문, p. 9.
- 조윤진 (2007), 한국 방문 외국인의 패션문화상품에 대한 태도와 관련 변인 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문, p. 11.
- Ibid.*, p. 11.
- 자료검색일 2011. 10. 27, <http://www.constance.com.ne.kr/s-frame.htm>
- 자료검색일 2011. 10. 23, <http://1stcabinet.tistory.com/tag/%ED%9C%98%EC%9E%A5>
- 자료검색일 2011. 11. 20, <http://christianprotocol.com/iprotocol/11arprocedure/arface.htm>
- "무궁화의 활용 상태", 자료검색일 2011. 10. 27, [http://www.mopas.go.kr/gpms/view/korea/korea\\_index\\_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief\\_06\\_04\\_04\\_sub04](http://www.mopas.go.kr/gpms/view/korea/korea_index_vm.jsp?cat=bonbu/chief&menu=chief_06_04_04_sub04)
- 자료검색일 2011. 10. 23, <http://www.chosun.com/se/news/200505/200505240302.html>
- 자료검색일 2011. 10. 23, <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=003&aid=0000526965>
- 자료검색일 2011. 10. 29, <http://news.mk.co.kr/news/Read.php?year=2009&no=407311>
- 조윤진 (2007), 한국 방문 외국인의 패션문화상품에 대한 태도와 관련 변인 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문, pp. 9-10.
- 자료검색일 2011. 12. 6, [http://hanmaru.or.kr/kor/shop/item.php?it\\_id=1319592395](http://hanmaru.or.kr/kor/shop/item.php?it_id=1319592395)
- 자료검색일 2011. 12. 6, [http://www.urisalim.com/src/products/products\\_detail.php?product\\_category\\_id=84&product\\_category\\_id\\_main=0&product\\_mst\\_id=0084\\_00023&now\\_page=1](http://www.urisalim.com/src/products/products_detail.php?product_category_id=84&product_category_id_main=0&product_mst_id=0084_00023&now_page=1)

- 36) 자료검색일 2011. 11. 29, [http://happyceo.net/shop/goods/goods\\_\\_view.php?&goodsno=42&category=002002](http://happyceo.net/shop/goods/goods__view.php?&goodsno=42&category=002002)
- 37) 자료검색일 2011. 12. 6, [http://www.qoomiori.com/shopping/shopping\\_\\_view3.php?prizeNo=0000000011&acagid1=00040000&page=1](http://www.qoomiori.com/shopping/shopping__view3.php?prizeNo=0000000011&acagid1=00040000&page=1)
- 38) 정경희, *op. cit.*, p. 36.
- 39) 자료검색일 2011. 12. 6, <http://www.liebli.com/>
- 40) 자료검색일 2011. 12. 10, <http://m.epochtimes.co.kr/news/view.html?section=182&category=183&style=title&page=7&no=111190>
- 41) 자료검색일 2011. 12. 6, <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2011040282857&nid=109>
- 42) 자료검색일 2011. 12. 10, <http://artsnews.mk.co.kr/news/140629>
- 43) 자료검색일 2011. 11. 20, <http://www.locoboutique.co.kr/>
- 44) 자료검색일 2011. 10. 23, [http://news.inews24.com/php/news\\_\\_view.php?g\\_\\_menu=703110&g\\_\\_serial=519717](http://news.inews24.com/php/news__view.php?g__menu=703110&g__serial=519717)
- 45) 박연선 (2007), *색채용어사전*, 서울: 예림, p. 46.