

관광상품개발을 위한 전통창살 문양의 티셔츠 디자인 연구

*서경대학교 예술대학 패션 디자인학과 겸임교수
**서경대학교 예술대학 패션 디자인학과 교수

신정숙*·정혜정**

목 차

I. 서론

II. 연구방법

III. 연구결과 및 고찰

1. 관광상품 개발사례 분석
2. 국내외 관광상품의 현황에 관한 고찰
3. 관광 섬유제품의 현황
4. 창살문양의 이론적 고찰

IV. 결론 및 제언

참고문헌

Abstract

1. 서론

- 1) 문화관광부, 1998년도 관광동향에 관한 연차보고서, p.3, 9, 1998
- 2) 한국관광연감, 한국관광개발연구원, p.14~19, 1999
- 3) 문화관광부, 1999년도 관광동향에 관한 연차보고서, p.108~109, 168~169, 9, 1999
- 4) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, p.4, 21, 114, 1999
- 5) 한국관광공사, 외래객 여론조사 (1983-1997), 1998
- 6) 김혜경, 정성일, 관광상품개발을 위한 cap 디자인 연구: 전통박쥐문양의 응용을 중심으로, 24(8), p.1209-1219, 2000
- 7) 한국관광연감, 한국관광개발연구원, p.14-19, 1999

우리나라의 관광산업은 1988년 서울 올림픽 개최 이후 외국관광객 수가 꾸준히 증가되고 있어서 적은 투자로 부가가치를 창출하는 주요산업으로 인식되고 있다. 또한 환경 및 정보통신 산업과 함께 21세기를 주도해나갈 성장산업으로 국가 이미지를 고양시키는 효과가 크므로 세계 여러나라에서도 전략적으로 집중 육성하고 있는 산업이다¹⁾²⁾³⁾. 관광수입의 큰 비중을 차지하고 있는 관광상품은 외국 관광객들의 선호도에 따라서 다양화되어야 하지만 어느 지역이나 모두 비슷한 상품이 판매되고 있어 전통공예품, 민예품, 한국적 이미지를 담고 있는 관광상품의 판매가 매우 저조한 상황이다⁴⁾. 우리나라 관광상품의 품목별 판매현황을 보면 의류 (38.0%), 식료품 (35.6%), 김치 (33.1%), 피혁제품 (25%), 인삼 (18%), 신발류 (16.9%), 보석류 (16.6%), 화장품 (15.6%), 주류 (14.7%), 도자기 (9.8%)의 순으로 외국인이 선호하는 관광상품으로 가장 많이 구입하는 품목은 티셔츠, 넥타이, 스카프, 모자 등 의류품이라고 할 수 있다⁵⁾. 그러나 지금까지 관광상품의 종류는 주로 토산품, 공예품, 민예품등과 같은 고가의 장식소품에 집중되어있다^{6,7)}. 2002년 월드컵 등 다양한 국제행사에 대비하여 한국적

이미지를 표현하고 독창성을 지니면서도 외국 관광객이 선호할 수 있는 관광섬유제품의 개발이 필요하다고 본다.

전통문화는 오래전부터 우리 삶에 녹아내려온 역사적 생명력을 가지고 있는 고유의 생활문화이다. 전통의 표현은 곧 우리 민족 문화에 대한 긍지를 심는 것이며 현재 우리의 생활을 창조적인 예술차원으로 발전시킬수 있는 가능성을 제공하는 요소의 하나라고 할 수 있다. 전통성의 중요성을 인식하여 전통적 이미지 표현을 전통 건축의 창살 문양에서 나타난 조형성으로부터 찾아보았다. 이를 의류제품중 티셔츠에 적용시키고자 한다.

한국 전통 문화중 창살문양은 역사적으로 고대의 단순한 형태로부터 조선시대까지 발전하면서 여러 가지 형태의 창살이 만들어졌다. 창살에 종이를 붙일때에는 안쪽에 붙임으로서 실내공간에서는 면적구성을, 외부에서는 선적구성을 이룬다.

따라서 본 연구에서는 전통문양중 현대적인 감각을 나타낼 수 있는 기하학적인 창살 무늬를 응용하여 외국인이 선호하는 관광상품중의 하나일 뿐만 아니라 실용적으로 사용될 수 있는 티셔츠를 현대인의 기호에 적합한 관광상품으로 디자인 개발을 하고자 한다.

II. 연구방법

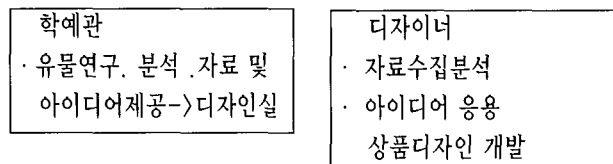
본 연구는 티셔츠 관광상품을 개발하고자 관광상품 개발 사례분석, 관광상품에 관한 통계자료를 분석, 관광의류상품에 관한 현황을 2001. 3월-8월에 걸쳐 조사, 문헌과 사진자료를 통하여 창살의 문양을 형태별로 분류하였고 창살의 선이 주는 기하학적인 조형미를 분석하여 전통적인 이미지를 현대적인 감각으로 재구성하는 디자인을 시도하였다.

III. 연구결과 및 고찰

1. 관광상품 개발사례 분석

국내의 국립 박물관과 미술관은 관광상품의 개발을 위하여 아이디어, 디자인 개발, 상품생산 및 판매를 체계화하여 관광상품을 개발하고 있다.

표 1. 관광상품 개발 모형



· 공예제작실 설치
금속, 도자기, 지류, 섬유, 목공예 등 5대
공방을 단계적으로 설치, 개발된 디자인
의 상품화

· 면세점, 한국관광공사 판매, 공
항면세점, 한국관광공사 관련
shop에 상품판매 코너 설치

Museum Shop
공방에서 생산한 상품 판매

이와같이 박물관들은 관광상품을 개발하기위해 개발 모형을 만들어 이것을 토대로 제작하고 있다^{8,9)10)}.

8) 지식산업사, 문화대국으
로 가는길, 1999
9) 손경필, 전통문양을 응용
한 문화상품개발에 관한 연구
: 관광상품을 중심으로, 조선
대 대학원, 2000
10) 박현택, 국립박물관 문화
상품의 디자인 개발과 활성화
방안: 국립박물관 문화 관광
상품 특별전, p.36, 1999

2. 국내외 관광상품의 현황에 관한 고찰

외국관광객수가 1988년 서울올림픽을 계기로 급속한 증가를 이루어 현재는 1년에 4백만 정도의 외국인이 우리나라를 방문하고 있어 외국관광객을 대상으로 하는 관광상품의 필요성이 대두되었고 외화를 벌어들이는 관광수입의 중요한 부분을 차지하고 있다. 관광상품에 의한 수입이 차지하는 비중은 40%정도를 차지한다. 판매되고있는 주요지역별 관광상품과 우리나라를 방문하는 외국인들의 10대 쇼핑품목을 알아보면 표 2, 3과 같다.

표 2. 국내주요 관광지역별 관광상품

관광지역	관광상품
서울	캐릭터상품 (서울시, 롯데월드)
부산	공예품 (악세사리함, 거북형 인주함, 할머니상, 금속류)
대전	공예품 (가죽, 목, 칠, 도자기, 섬유, 종이)
용인	캐릭터상품 (에버랜드), 이수자반상, 옥로주
강릉	신사임당상, 이이상, 수반, 함지, 관솔기경, 옥기, 대나무 젓가락, 수저, 관노가면탈
공주	부여 백제금동대향로, 공주 계룡 백일주
전북	전주 태극선, 합죽선, 한지, 이강주
	무주 머루주
	남원 남원목기, 부채, 춘향이 캐릭터상품
	정읍 난, 복조리
경주	신라인의 얼굴, 기마인물형 토기, 에밀레종 모형, 금관, 서라벌향기, 캐릭터 (화랑이)
제주	돌하르방, 물허벅여인상, 해녀상, 제주향수, 용암석조각품, 정동제품 (맹명이덩굴 수공예품), 산호공예품

11) 문화관광부, 관광기념품 개발부분 실태조사, p.14 1999

표 3. 우리나라 외래관광객의 10대 쇼핑품목 실태조사¹¹⁾

쇼핑품목	비율(%)
도자기	9.8
주류	14.7
화장품	15.6
보석류	16.6
신발류	16.9
인삼	18.1
피혁제품	25
김치	33.1
식료품	35.6
의류	38

표 2에서 볼 때 우리나라에서 주로 판매되고 있는 관광상품은 공예품, 민예품, 토산품인 것을 볼 수 있다. 그러나 우리나라를 방문하는 외국인들이 선호하는 10대 관광품목을 표 3에서 보면 의류제품인 것으로 나타났다. 그러므로 외국인들이 선호하는 의류제품을 관광상품으로 보다 더 적극적인 개발이 필요하다고 본다.

3. 관광 섬유제품의 현황

티셔츠는 사용하기 편하며 실용적이기 때문에 남녀노소에 제한없이 자유롭게 사용되고 있다. 관광지에서 판매되고 있는 티셔츠 디자인에 관한 실태조사를 하기위해서 관광상품을 판매하고 있는 제주도 관광상품 판매점, 국립중앙박물관, 가나아트, 롯데호텔, 인천공항, 오사카공항을 방문조사하였다. 조사내용은 판매되고 있는 모든 관광 섬유제품의 종류를 파악하였고 티셔츠의 경우 세부적인 디자인 특징인 형태, 색상, 문양의 종류를 분석하였다. 조사를 한 관광섬유제품 판매업체에서 판매하고 있는 섬유제품을 조사분석한 결과는 표와 같다. 국립중앙박물관에서는 한국적인 문양을 디자인한 티셔츠, 빅타이, 스카프, 손수건, 가방을 판매하고 있었다.

롯데호텔에서는 한국의 전통 복주머니, 인형, 지갑 등을 판매하고 있었고 티셔츠의 경우 한국적인 이미지와는 전혀 관계없는 나이키 브랜드 등 외국브랜드가 판매되고 있었다. 관광객들이 유명브랜드를 선호하고 보다 저렴하게 구매하고 싶어하기 때문에 일본 등보다 저렴한 가격으로 유명 브랜드를 판매하고 있었다.

인천공항에서는 티셔츠, 인형, 가방, 어린이 한복, 스카프, 지갑, 방석 등 보다 다양한 섬유제품을 판매하고 있었다. 그러나 문양은 한국전통문양, 한국의 관광지도였지만 티셔츠를 제조한 원산지는 레이블에 메이드 인 차이나로 표시되어있었다. 또한 너무나 한국적인 것을 강조하다보니 세련되고 고급스러운 이미지가 나타나지 않았다. 문양을 표현하는 기법면에서도 투박해 보이는 날염외에 다양성이 부족하였다. 공항

에서 판매되고 있는 외국브랜드의 경우 브라이트 스톤, 형광염료 등 트렌드를 반영한 염색기법, 재료를 사용하였고 그나라를 표현하는 전통적인 패턴이 아니더라도 우리나라 제품과는 차별화 되었다. 제주도에서는 티셔츠 제품은 발견하지 못하였다. 오사카 공항에서 판매하는 섬유제품의 경우 전체적으로 우리나라의 섬유제품과 비슷한 분위기의 제품을 판매하고 있었다. 티셔츠의 경우 일본 전통적인 기모노 복장을 한 여인, 스모선수, 관광지 등의 문양을 날염한 티셔츠를 판매하고 있었다. 그러나 지갑의 경우 전통적인 자카드문양을 사용하여 화려함을 강조하였고 목욕용 가운의 경우 세련되어 보이는 전통적인 매화, 대나무 등을 탁해 보이지 않게 날염한 제품을 판매하고 있었다.

이상의 실태조사 결과로 볼 때 우리나라 관광지의 관광상품 판매업체에서 판매하고 있는 티셔츠의 경우 날염법이 너무 둔탁하였고 천편일률적으로 전통문양에만 의존한 경향이 있는 것으로 나타났다. 따라서 다양한 관광객의 기호에 맞으면서 현대적인 이면서 한국적인 감각이 동시에 나타날 수 있는 다양한 티셔츠 디자인 개발이 필요하다고 본다.

표 4. 우리나라 및 일본 관광 섬유제품 현황 및 티셔츠디자인 분석

관광지	관광섬유제품	티셔츠디자인		
		형태	색상	문양
국립중앙박물관	넥타이, 스카프, 티셔츠, 손수건	반팔	흰색	탈, 월드컵공, 도깨비
가나아트 롯데호텔	스카프, 가방, 넥타이, 티셔츠, 복주머니, 인형, 스카프, 지갑	판매하지않음 반팔, 긴팔	회색, 검정, 흰색	글자, 나이키마크
인천공항 shop	티셔츠, 인형, 가방, 어린이한복, 스카프, 손지갑, 방석, 실패, 타월, 부채 & 부채집, 보석함, 루즈통, 컵바침, 매듭, 복주머니,	반팔	흰색	농악대, 관광지도, 건축물, 탈, 도깨비, 글자, 단청, 학, 용, 호랑이, 자유의 집, 흥배, 남대문, 하트, 연꽃, 스님, 곰, 태극기, 원두막, 서울지도, 하트 & 글자,
제주도	스카프, 한복용 핸드백, 갈옷	판매하지않음		
오사카공항 shop	기모노가운, 티셔츠, 스카프, 가방, 지갑	반팔	흰색	기모노를 입은 여인, 스모선수, 관광지도
JAL기내 판매상품	티셔츠, 스카프	반팔	흰색	열대어, TV화면에 비친 바다, 호랑이, 물방울, 글자와 미키마우스

4. 창살문양의 이론적 고찰

창살은 공예, 회화, 건축 등의 공간을 구성하는 요소와 장식적인 역할을 하는 동시에 인간심리에 깔려있는 욕구의 표현이기 때문에 문양의 보편성에서 벗어나기 어렵다. 대체적으로 문양의 발생은 풍토적인 자연현상에 의한 것이기도하고 환경에 따르는 생활 수단의 공동적인 산물이기도 하다. 또한 주술적 원시종교의 표현에서 출발한 것이 수차례에 걸쳐 미적 감정의 수반과 더불어 성장, 정형화된 것이다. 창살은 단순히 기하학적 역할만 하는 것이 아니라 인간의 사고가 다양해지고 조직화 되면서부터 어떤 의미가 부여되기 시작하였다. 창살 문양의 가장 원시적인 형태에는 초자연적인 것이나 신에 대한 기원을 표현하는 주술적인 의미를 지닌 종교성도 포함되어 있으며 우리 선조들의 생활양식, 이치, 문화적 원형등을 내포하고 있다. 또한 건축공간의 조형적 특징에 있어서 창살의 선이 가지고 있는 아름다움이나 조형적 역할은 매우 중요한 위치를 차지한다. 단순하고 부드러운 조화미, 단순한 선으로 구성된 크고 작은 공간이 자아내는 여백의 미는 한국의 창에서 만 느낄 수 있는 개성으로 추상적 의미의 한국적 조형의식이라고 표현할 수 있다.

한국의 가옥 구조에 창살이 이용되는 심리는 맑고 담백한 한국인의 감성이 체질화되고 조화되어서 조형적으로 나타난 것을 볼 수 있다. 또한 동양적 시공관과 음악관이 담기는 소우주와 같은 것이라고 확대해석 할 수 있다.

3-1. 창살문양

1) 수직으로 구성된 창살

살창: 세로로 일정한 간격으로 메운 형태

2) 수직과 수평으로 구성된 창살

미살: 정사각형과 직사각형이 교대로 나타나는 문양으로 한국창살의 대표적인 형태

用자살: 한자의 用자에서 유래된 형태로 살이 적어 단순하면서 여백의미를 잘 살려 전체 분위기를 시원하고 여유있게 만든다.

井자살: 한자의 井자에서 나온 형태로 가로살과 세로살에 의해 형성된 공간이 정사각형을 이루는 문양이며 창살 문양중 가장 기본적인 형태이다.

亞자살: 한자의 亞자에서 나온 형태로서 아자살의 살과 살사이에서 나타나 정사각형이나 직사각형의 형태는 단정한 아름다움을 특징으로 한다.

卍자살: 아자살과 마찬가지로 비례관계를 기본으로 자체내에서 크고 작은 9획이 율동적인 변화를 이루고 있어 생동감있고 박력있는 남성스러운 느낌이 화려했고 장식적이다.

숫대살: 창살을 날줄과 씨줄이 물려들어 가는 것과 같은 모양으로 반듯하게 교차시키는 것이 기본이나 빗살로 한 것도 있다.

3) 사선으로 구성된 창살

빗살: 간살을 좌우에서 45도 각도로 비스듬이 짠 형태

4) 사선과 수직선으로 구성된 창살

격자빗살, 격자교살: 사선과 수직선으로 구성된 창살에 수평선이 첨가된 형태로서 격자살 내에 45도 대각선상으로 빗살을 대되 한편만 덴 격자빗살과 교차하여된 격자교살이 있다.

5) 기타

귀자살: 한자의 귀자를 문양화한 창살

귀갑살: 거북이의 잔등에서 얻은 문양

3-2. 꽃살문양

· 꽃살 : 조각기법이 독특해서 하나의 조각으로서 가치를 지니는 것으로 모양이 모두 꽃으로 단장된 것을 말한다

· 井자살 꽃살변형: 정자살의 가로와 세로가 교차하는 곳에 꽃을 조각한 것으로 꽃살문양 중에서도 독특한 형태라고 할 수 있다.

· 빗살 변형 꽃살 : 빗살변형 꽃살은 빗살변형과 같은것이나 그위에 꽃을 조각하여 붙이고 살의 전체적인 형태가 꽃과 같은 가로살이 첨가된 형태이다.

· 빗꽃살: 빗살의 교차점에 꽃을 조각하여 넣은 창살이다.

· 빗꽃살 변형 : 빗꽃살과는 대조적으로 통판을 깎아만든 것으로 빗살 그자체가 꽃의 형태를 이루고 있는 것이다.

· 소슬 빗꽃살 : 소슬 빗꽃살은 소슬 빗살에 새겨 넣은 형태로서 빗꽃살보다 다양하고 화려하여 가장 많이 쓰이는 꽃살이다.

· 소슬 빗꽃살 변형: 운문사의 소슬 빗꽃살 변형으로서 소슬 빗꽃살이 꽃을 중심으로 잎이 살대의 역할을 하고 있는데 비해 살 자체가 꽃 모양을 표현하고 있어 매우 단순하고 울동적인 느낌을 준다¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾

12) 이미정, 조선시대 창살문양을 응용한 복식디자인 연구, 이대산미대학원, 1986
13) 김영중, 창살문양에 관한 연구, 동국대학교 교육대학원, 1982
14) 이종석, 한국민가의 창살무늬, 공간사, 1971

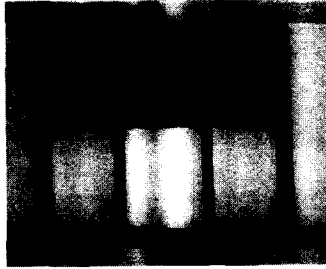


그림 1. 살창: 경남하동면 향단

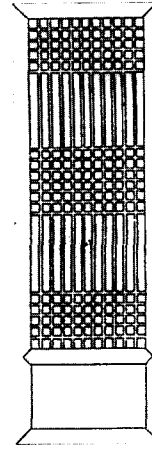


그림 2. 띠살: 서울 민가

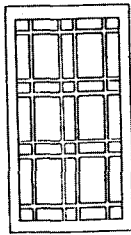


그림 3. 용자살

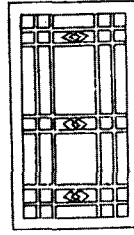


그림 4. 정자살 변형: 창경궁낙선제

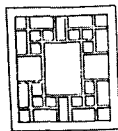
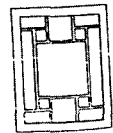


그림 5. 아자살

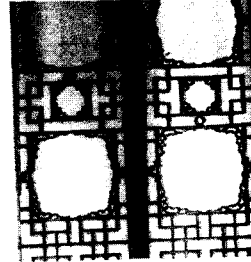


그림 6. 만자살: 창덕궁 낙선제

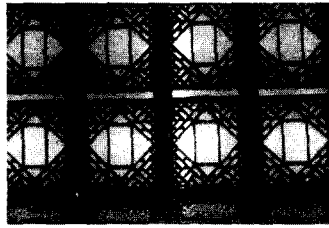


그림 7. 만자살: 경복궁 집옥재

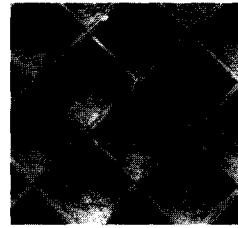


그림 8. 빗살: 구례화엄사

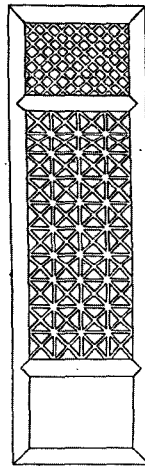


그림 9. 격자살

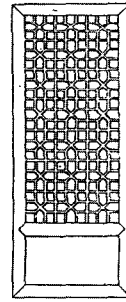


그림 10. 귀갑살 변형

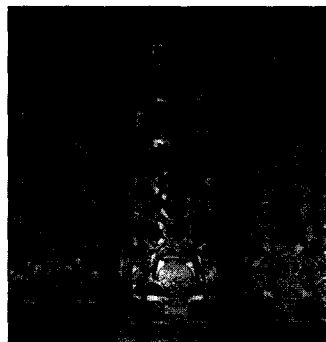


그림 11. 꽃살: 정수사법당

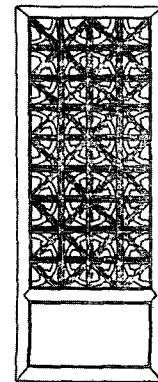


그림 12. 빗살변형 꽃살: 봉정사 호엄강당

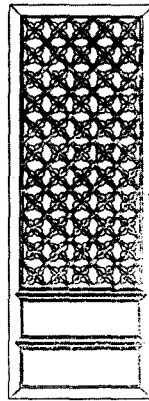


그림 13. 빛꽃살: 범어사 대웅전



그림 14. 빛꽃살: 논산쌍계사

5. 격자문양을 이용한 티셔츠 디자인 연구

현재 관광상품으로 개발되어있는 공예품, 민예품은 고가이고 전통성만 강조하여 관광객의 구매욕구를 충족시켜 주지 못하여 관광상품으로서의 선호도가 낮은편이다. 그러나 티셔츠, 넥타이, 스카프같은 의류품은 가격이 저렴하고 실용적이어서 외국이 관광상품으로 가장 선호하는 품목들이다. 본 연구에서 티셔츠 디자인 의도는 전통문양을 이용하여 한국적인 이미지를 현대적으로 표현하고자 하였다.

그림 15는 귀갑살 변형으로 작품 1에 응용하여 흥배와 같은 전통적인 이미지와 수직, 수평선을 이용하여 현대적인 이미지가 복합적으로 나타나도록 의도 하였다. 그림 17은 흔히 볼 수 있는 서울 민가의 띠살이며 작품 II의 격자무늬 형태로 응용하였다. 자칫 단조로워 보이기 쉬운 디자인에 변화를 주고자 검정바탕에 격자무늬를 작은 점무늬의 금속을 사용하여 재질의 광택으로 인한 다양성을 시도하고자 한다.

그림 19는 경북궁 집옥제의 만자살이다. 작품 III에서 가슴부분과 팔 부분에 일자로 응용하여 가슴의 면적감이 더 커보이는 착시현상을 의도하였다. 그림 21은 창경궁 낙선제의 정자살 변형으로 이를 응용하여 작품 IV에서 입체적인 느낌의 해링본 패턴이 표현되도록 의도하였다. 그림 23은 창덕궁 낙선제의 만자살이고 작품 V에서 시각적으로 화려한 무늬를 나타내고자 하였다. 그림 26의 작품 VI은 하트형태로 변형하여 한 개의 하트를 2-3개의 유사색조화로 색의 다양성을 표현하고자 의도하였다.

그림 27은 표훈사 약보전의 빛꽃살로 작품 VII에서 팔과 어깨부분에 응용하여 팔을 들어올렸을 때 수평으로 연장되는 디자인을 의도하였다.

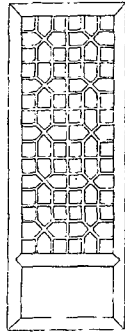


그림 15. 작품모티브

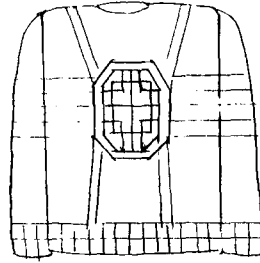


그림 16. 작품 I

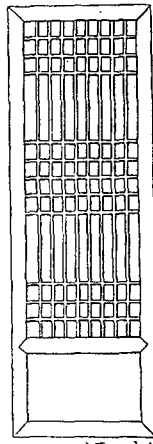


그림 17. 작품모티브

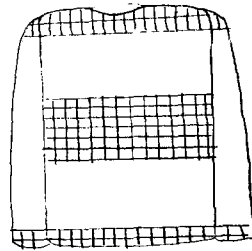


그림 18. 작품 II

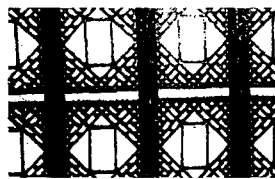


그림 19. 작품모티브

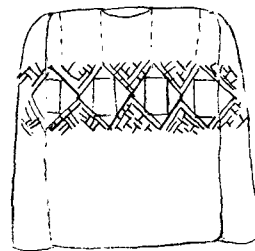


그림 20. 작품 III

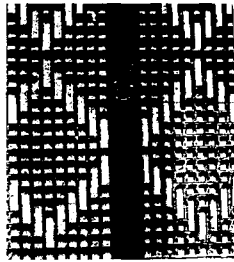


그림 21. 작품모티브

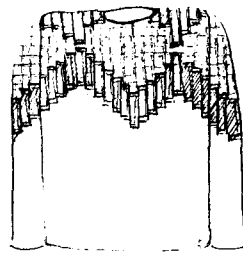


그림 22. 작품 IV

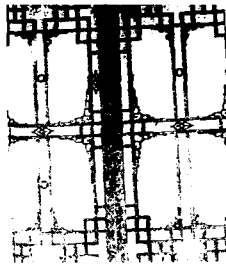


그림 23. 작품모티브

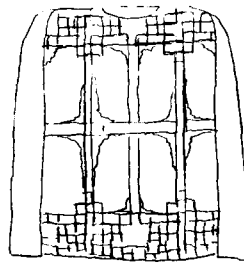


그림 24. 작품 V

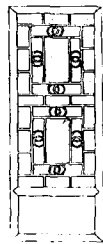


그림 25. 작품모티브



그림 26. 작품 VI



그림 27. 작품모티브

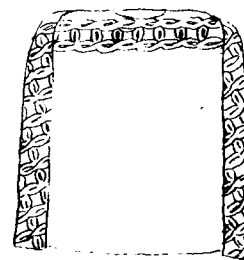


그림 28. 작품 VII

VI. 결론 및 제언

본 연구에서는 티셔츠가 외국인이 선호하는 관광상품의 하나일 뿐만 아니라 실용적으로 사용될 수 있으므로 전통문양중 현대적인 감각을 나타낼 수 있는 기하학적인 창살문양의 응용하여 현대인의 기호에 적합한 관광상품으로 디자인을 시도한 결과는 다음과 같다.

1. 창살문양의 일반적인 형태는 용자살, 아자살, 띠살 등이 있고 좀더 복잡한 형태로는 아자살, 만자살, 빗살, 숫대살, 귀자살, 귀갑살 등이 있다.

2. 창살문양은 조형원리의 하나인 완전비례의 형태를 이루어 시각적으로 질서있는 안정감을 준다.

3. 창살문양의 기하학적인 선을 색, 재료, 착시현상 등을 이용하여 현대적인 감각으로 티셔츠 디자인에 도입하고 조화 시키고자 하였다.

이상의 결과에서 현재 생산, 판매되고 있는 티셔츠에서 전통의 조형성과 미의식의 표현기법에 많은 문제점이 있다고 본다. 전통문양을 이용한 티셔츠 디자인을 다양한 표현기법으로 현대화 시키는 것이 해결해야하는 과제로 나타났다.

참고문헌

- 1) 김혜경, 정성일, 관광상품개발을 위한 cap 디자인 연구: 전통박쥐문양의 응용을 중심으로, 24(8), p.1209-1219, 2000
- 2) 김영중, 창살문양에 관한 연구, 동국대학교 교육대학원, 1982
- 3) 문화관광부, 1998년도 관광동향에 관한 연차보고서, p.3, 9, 1998
- 4) 문화관광부, 1999년도 관광동향에 관한 연차보고서, p.108~109, 168~169, 1998
- 5) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, p.4, 21, 114, 1999
- 6) 박현택, 국립박물관 문화상품의 디자인 개발과 활성화 방안: 국립박물관 문화 상품관광상품 특별전, p.36, 1999
- 7) 손경필, 전통문양을 응용한 문화상품개발에 관한 연구: 관광상품을 중심으로, 조선대 대학원, 2000
- 8) 이미정, 조선시대 창살문양을 응용한 복식디자인 연구, 이대산미대학원, 1986
- 9) 이종석, 한국민가의 창살무늬, 공간사, 1971
- 10) 지식산업사, 문화대국으로 가는길, 1999
- 11) 한국관광연감, 한국관광개발연구원, p.14-19, 1999
- 12) 한국관광공사, 외래객 여론조사 (1983-1997), 1998

Abstract

T-shirts Design Using Traditional Window-Frame Pattern on Tourism Souvenir Development

Jung-Sook, Shin' · Hye-Jung, Chung "

* Concurrent
Professor, Dept. of
Fashion Design,
Seogyong University
**Professor, Dept. of
Fashion Design,
Seogyong University

Foreign tourists prefer a T-shirts as a souvenir and it can be used practically.

The objective of this study is to development T-shirts design using traditional window frame pattern for tourism souvenir. T-shirts design applied traditional window-frame pattern, which is a geometrical figure among traditional shapes.

The results are as follows. 1. Window-frame pattern were general shape and complicated shape. 2. Window-frame pattern is visually ordered and stabled because has perfect ratio. 3. Geometrical line of window-frame applied on a T-shirt and match with modern sense.