

# 문인화를 이용한 한국적 이미지의 문화상품용 의상디자인 개발

오 현 정\* · 오 선 희\*\* · 이 귀 례\*\*\*

광주대학교 디자인학부 부교수\* · 광주대학교 디자인학부 교수\*\* · 카네티 부티크 대표\*\*\*

## Clothing Design of Korean Image for Cultural Products -using the literary artist's works-

Hyun-Jeong Oh\* · Sun-Hee Oh\*\* · Gye-Ryee Lee\*\*\*

Associate Professor, Division of Design, Gwangju University\*

Professor, Division of Design, Gwangju University\*\*

Designer, Canetti Boutique in Gwangju\*\*\*

(2002. 11. 27 투고)

### ABSTRACT

The purposes of this study are to develop a Korean image clothing design for cultural products by using the literary artist's works and to satisfy the demand of the local self-government and of Gwangju · Chonnam area's small and medium-sized companies.

The image of traditional Korean clothing can be expressed with adjectives like pure, plain, rhythmical, neatness, plentiful, and calm etc. These attributes are similar to the characteristics of the literary artist's style, which is expressed as suggestive, animated, spatial, possibility of stationary, serene and still.

The features of the traditional Korean clothing design can be described as 'The Beauty of Elegance', 'The Beauty of Plainness', 'The Beauty of Asymmetric Balance' and 'The Beauty of rhythm'. It can be expressed in the modern fashion design, which is developed through the combination of the most important feature like 'The Beauty of Space' in the literary artist's style. At the time of production we tried to express spatial beauty and plentiful taste of the literary artist's style in the clothing design of Korean image for cultural products by considering the balance between them.

Six works of the literary artist were selected which satisfied the purpose of the developed clothing design item. The results were nine clothing designs of Korean image, like a skirt suit made up of a blouse and a skirt, a pants suit made up of pants and a jacket, two evening dresses with a shawl, and also T-shirts and one-pieces etc.

---

Corresponding author: Hyun-Jeong Oh, E-mail: ohhj@gwangju.ac.kr

본 연구는 2001년도 디자인혁신센터 활성화를 위해 교내지원을 받은 연구과제임.

Key words : Cultural product(문화상품), Korean image(한국적 이미지), Clothing image(의복이미지),  
The literary artist's works(문인화)

## I. 서론

디지털 시대, 문화정보시대라고 불리는 세계적인 소비 트렌드는 끊임없는 산업기술 발달에서 소외된 소비자들이 문명화 이전의 보호받았던 자연 환경이나 순수했던 시절의 문화적 전통과 가치를 그리워하고 소중하게 여길 것이라는 소비변화 예측에서 보고되어 진 바 있다(전경련, 2000; 문숙재·여윤경, 2001). 우리나라에서도 1990년대 이후 국제화와 유통시장 개방 등의 변화를 겪으면서 세계시장을 겨냥한 경쟁력 있는 상품개발에 관심을 갖게 되었고, 디자인 차별화의 방법으로 우리 고유의 혹은 전통적인, 한국적인 디자인 개발에 집중하게 되었다. 디자인 차별화에 대한 우리의 요구는 선진국에서 보여준 문화산업 혹은 문화상품 디자인 개발로 구체화되면서 21세기는 고유문화가 새로운 형태의 재화로 창출될 것으로 보고 있다(배천범 외, 1998; 안영환 외, 1998). 문화상품은 한국문화의 정체성 확립과 국가 이미지 홍보의 소재로 활용될 수도 있어서 더욱 중요하다고 하겠다(박현택, 1998).

최근 우리나라도 한국의 문화적 소재를 활용한 문화상품에 대한 관심이 집중되고 있으며(박은미, 2000), 한국의 이미지가 표현된 국제 수준의 문화상품개발에 관한 연구가 활발히 진행되고 있다(김영아, 2000; 박동수, 2000; 장엽, 1997). 연구결과로 시계, 티셔츠, 넥타이, 테이블용품, 열쇠고리 등 생활소품과 액자, 화병, 입체퍼즐, 토우 등의 장식품 중심의 문화상품이 개발되었다. 특히 손경필(2000)과 강성운(1997)은 일상복으로 생활한복, 전통적 이미지가 뚜렷한 한복 그리고 고분별화를 응용한 의상디자인 사례를 언급한 바 있으나 문화상품으로 의상디자인을 개발하거나 제시한 연구는 부족한 형편이다.

세계적인 패션상품으로 널리 알려진 영국의 타

탄 체크(Tartan Check) 머플러와 스커트, 버버리의 트랜치코트(Trench coat), 프랑스의 샤넬, 이태리의 베네통, 미국의 나이키나 랄프 로렌 등이 자국의 전형적인 문화상품 혹은 브랜드인 것을 볼 때 문화상품으로서 패션상품 혹은 패션 브랜드 개발의 중요성과 필요성은 충분하다고 본다. 특히 예향의 고장임을 자부하는 광주·전남 지역의 소박한 전통문화를 소재로 세계적인 패션문화상품을 개발한다면 지방자치화의 정책적 요구에 부응할 뿐 아니라 지역적으로 열악한 중소 패션업체에 경쟁력을 부여할 수 있으므로 연구가 절실히 필요하다 하겠다.

따라서 본 연구는 광주·전남 지역의 전통문화를 발굴하고 자긍심을 고양하기 위하여 남도의 전통을 세계적인 감각에 소구할 수 있는 패션상품을 개발하고자 하였다. 아울러 지방자치라는 정책적 요구에 부응하고, 광주·전남 지역의 중소 패션업체의 활성화를 위하여 본 연구에서는 한국적이고 남도 문화적인 문인화를 이용하여 한국적 이미지의 문화상품용 의상디자인 개발을 목적으로 하였다.

특히 본 연구는 디자인혁신센터(DIC) 활성화와 나아가 광주·전남 지역의 디자인 중소기업 활성화를 기대하는 과제로 수행되었다. 즉 광주대학교 문화관광 디자인혁신센터(TIDIC)에 설립된 디지털 프린터를 활용하여 광주 지역의 패션업체와 공동 연구를 행함으로써 디자인 컨설팅 지원이라는 산학연 공유 인프라 구축에 기여하도록 지원 받았다. 나아가 광주·전남 지역의 열악한 생산기반을 고려할 때 본 연구는 패션산업의 활성화에 기여할 것이며, 문인화와 한국적 이미지의 특성을 패션의 류 상품으로 구체화시킴으로써 한국적 의상디자인 연구에 기여할 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 우리나라 문화상품 현황

삶의 질을 추구하는 21C 문화정보시대를 맞아 문화에 대한 관심이 더욱 고조되면서 시장 경쟁원리에 따라 문화가 산업으로 발전되고 있다(강은선, 1997). 문화산업은 문화상품의 생산·유통·소비와 관련된 산업으로 정의되고, 그 범위로는 출판산업, 음반산업, 게임산업, 영화산업, 방송산업, 캐릭터와 공예산업 등이 포함된다. 국내 디자인 문화산업 시장 규모는 2000년 기준으로 1조 3,000억 원으로 추정되며(문화관광부, 2002.1), 특히 향후 5년 간 디자인 산업의 매출액은 약 19%씩 증가할 것으로 예측된다(문화관광부, 2001.1)

한국적인 문화상품으로 개발된 일차적인 결과물은 한국적인 소재, 표현기법, 제작기술 등을 이용한 공예분야, 생활문화용품, 미술품 복제, 캐릭터 상품 등이 포함된다(문화관광부, 1999). 현재 박물관을 중심으로 가장 많이 판매되고 있는 품목은 장신구, 의류, 잡화, 실내장식용품 등이었다(정용순, 2001). 섬유소재를 이용한 패션문화상품으로 가장 많이 접하는 품목은 넥타이나 스카프라 하겠고, 이들 대부분은 전국공예대전에서 수상한 작가의 작품으로서 미술관과 박물관, 관광지의 기념품 판매소 등에서 판매되고 있으며, 고급품으로서 한국적인 문화상품의 명분을 다하는 품목이라고 하겠다.

문화관광상품으로서의 재킷이나 블라우스 같은 의류제품은 주로 호텔의 기념품 판매점에서 취급되고 있으나 디자인 개발과정이나 결과물이 한국적인 문화상품으로서의 역할을 담당한다고 판단하기 어려운 형편이다. 일반 의류에 비해 보다 한국적이라고 평가되는 생활한복은 주로 인사동과 한국관광기념품점 등지에서 내·외국인에게 판매되고 있으며, 이는 1990년대 이후 혁신 상품의 특성을 띠고 등장하여 소비자에게 채택되어진 대표적인 한국적인 패션상품이라 할 수 있겠다(최은영, 2001). 생활한복은 전통 한복시장의 틈새에서 발생하였고, 앞으로의 성장가능성도 큰 것으로 간주되

고 있다(양정은·유송옥, 2000). 그러나 영세한 제조규모에서 뿐 아니라 전통 한복시장의 틈새라는 한계에서 그 성장이 주춤한 형편이지만 외국관광객을 목표집단으로 하는 디자인 개발이라든가 서양복 패턴에 한국적 요소를 가미하는 등에서 앞으로의 연구과제라 하겠다.

### 2. 한국적 이미지와 복식디자인의 조형적 특징

이미지란 실제적인 요소들과 감정적인 요소들이 조합된 것으로(Marks, 1976), 복식에서 표현되는 이미지란 의복이 전달해 주는 전반적인 느낌이다(Kaiser, 1985). 그렇다면 한국적인 의복이미지는 의복에서 전달되는 한국적인 느낌이라 할 수 있겠다. 한국적 이미지를 구성요인이나 의미구조로 제시하였던 연구에서 동양적 혹은 한국적 의복이미지 차원으로 우아성, 단순성, 단정성, 여성성, 여유성, 현시성, 매력성, 색시함, 활동성, 중량감, 고전성, 성숙성 등이 제시된 바 있다(김희경, 이경희, 2000; 이경희, 1997; 장수경, 1997). 이런 계량적인 분석법 이외에도 브레인스토밍 기법에 의해 한국적 이미지가 보다 구체적으로 설명한 바 있다(오현정·오선희, 2002). 한국적 이미지는 전체적으로 모가 나지 않은 형태이며, 부드러운 파스텔 톤의 포근하면서도 자연의 거침이 내포하는 것으로써, 총체적으로 자연스러워서 가공되지 않은 듯한 순수함과 소극적이고 수동적이며, 온화하지만 끈질긴 생명력으로 표현할 수 있다. 이는 눈에 잘 띄지 않고 작으면서 나지막한 야생화나 들꽃에서 찾을 수 있는 이미지라 하겠다.

한국적인 아름다움의 대표적인 표현이 '멋' 이었다면(조지훈, 1964), 복식에 표현된 한국적인 아름다움의 표현은 맵시와 태(態), 고음, 단정 등이 있겠다(김영자, 1991). 이는 한국인의 자연스러운, 순수한, 담백한, 유연한 미의식을 바탕으로 표출된 차림새에서 얻을 수 있는 멋과 아름다움이라 하겠다(금기숙, 1988). 한국복식에서 표현되는 내용미로 언급되었던 내적 가치라면 자연미, 인격미 혹은

의례미, 주술적 의미의 벽사(辟邪)의 미, 보수성향의 전통미로 설명할 수 있다(금기숙, 1990; 최세완, 김민자, 1993). 이러한 내적 가치가 표현되었던 한국 디자인의 조형적인 특징은 형태, 색채, 소재와 문양, 장신구 등으로 설명된 바 있다(강희경, 1998; 금기숙, 1999). 이들 연구에서 조명된 한국복식의 미적 특징은 먼저 편안하고 자연스러워 보이는 풍성한 형태감 속에서 볼 수 있는 유연한 곡선미를 갖는다는 점이다. 다음은 비대칭성이나 울동감을 통해 표현된 뛰어난 균형감과 다양한 형태미를 볼 수 있다는 점이다. 색채를 통해 알 수 있는 미적 특징은 깊이 있고 차분한 소색(素色)과 백의의 아름다움 위에 흑백의 조화, 원색과 색동의 조화 같은 의외의 변격이 표현되는 것으로 설명되었다. 소재로는 생성감을 지니는 자연 그대로의 소재가 애용되었으며 매끄럽고 고운 소재, 투박하거나 부드러운 재질 등 거칠면서도 소박한 마직물과 정교하고 섬세한 표현성을 갖는 투명한 느낌의 모시 등이 애용되었다고 분석하였다.

1980년대 이후 한국적·전통적·동양적 복식 디자인의 특징을 현대 패션 디자인에서 규명하려는 연구가 활발히 진행되었다. 김윤희(1990)는 20세기 서양패션에 나타난 동양복식의 형태를 드레이프드(drafted)형이라고 제시하면서 동양에서는 복식을 통해 인체의 윤곽을 표현하고자 하는 욕구가 없었던 것으로 해석하였다. 한국복식의 전통미를 연구한 최세완, 김민자(1993)는 1980년대 이후 한국 패션계에서는 의복 전반에 흐르는 자연스럽고 유연한 선을 가장 많이 응용하여 자연주의적인 미의식이 지배적이라고 하였다. 강희경(1998)은 한국적 의상디자인의 방향은 한국적 풍토에 입각한 자연주의의 연구를 통해 전통을 있는 그대로 이해하고 이를 현대화하여 디자인을 창출해 나가야 한다고 주장하였다.

이와 같이 한국적인 디자인 전개 과정에서 제시되었던 일차적인 의복디자인 특성은 우선 외형적 측면에서 논의되었고, 한복의 풍성한 형태와 흐르는 듯한 실루엣을 통한 전통적인 의복형태를 유지하려고 하였다(금기숙, 1992). 이는 주로 전통적 요소의 응용이나 재현의 성격이 강하여 국제적이라

기보다 지역주의적 경향이었음이 지적된 바 있다(김인경, 1995). 그러나 한국적인 복식디자인의 특성을 연구하는 일련의 과정에서 최근에 제시되는 한국적인 의복디자인 특성이라면 초기에 비해 실루엣과 색채는 단순화되고, 형태·소재·장식기법이 다양화되었으며, 무늬·장신구는 민속화되어 국제화·세계화 방안과 맥을 같이하고 있음을 알 수 있다(김찬주, 장인우, 1995).

### 3. 문인화와 한국적 의복디자인

문인화(文人畫)란 전문적인 화가가 아닌 시인, 학자 등 문인이나 사대부들이 학문과 관리생활 그리고 서예와 시작(詩作)을 위주로 그리는 그림을 말한다(정승섭, 1972). 문인화는 양식의 개념보다는 정신적 이념을 담은 가장 의지적인 이상을 구축하면서 성립된 예술로서 학문과 인격이 높은 사대부들에 의해 이루어진 예술이라고 한다(김경희, 1970). 초기에는 시(詩)·서(書)·화(畫)에 능했던 문인들이 그렸던 그림을 포함하였으나, 점차 형식화되고 양식화되어 문인 취향의 그림을 말하거나 작가의 내면 세계를 표출한 품격 높은 그림을 가리킬 때의 양식어(樣式語)로 쓰이기도 한다.

문인화는 처음에 특정한 양식을 갖지 않았으나 원 말(元末) 4대가의 출현으로 부드럽고 온유한 필법으로 여러 번 중첩하여 그렸으며, 담묵화가 주로 쓰이는 등 산수화의 양식적인 면모를 갖추었다(두산세계대백과). 이후 명(明)·청(淸)을 거쳐 남화(南畫)로부터 문인화 특유의 양식이 정착되었다고 본다. 문인화의 탄생은 인물 중심의 회화에서 자연 중심의 산수화로 전환점이 되었으며(강행원, 2001), 문학풍조의 정취를 담고 문인의 시정(詩情), 서취(書趣), 화의(畫意)의 삼 요소가 서로 혼연(渾然) 조화되어 동양특유의 새로운 예술미를 이룬 것이다.

현대에 와서 문인화가들은 옛 선비들이 나타내 고자 했던 정신성을 이어받아, 자연 속에서 시(時)적 여운과 서(書)적인 생동감, 여백의 여유로움을 전달하고자 한다. 문인화의 표현 기법을 연구한 홍주(1997)는 문인화의 조형적 특징으로 여백의미를

강조하였고, 이는 시각적인 집중효과, 대상의 이미지 전달 효과, 연속공간의 표출, 표현이 정지된 가능의 세계, 담담하고 정적인 아름다움의 유지 효과가 있다고 설명하였다.

문인화의 조형적 특징이라 할 수 있는 여백의 미가 갖는 여운, 생동, 여유, 정지된 가능성, 담담, 정적 등의 미적 효과는 한국 복식의 미적 특성으로 제시되었던 순수, 담백, 울동, 단정, 풍성, 여유라는 특징과 유사하며, 한국적 이미지로 제시된 단순, 순수, 소박, 소극적, 수동적, 은화한 등의 특징과도 같은 맥락임을 알 수 있다. 이미 금기숙(1992)이 한국 전통 복식미의 현대적 활용을 위한 조형적 분석에서 의복의 표면을 여백의 공간으로 사용하고 있음을 지적한 바 있다. 또한 최근 한국 복식의 형태미를 단순성, 울동성, 우아성, 비균제성의 특징으로 설명하였던 이영아(1999)는 한국적 패션디자인의 첫 번째 형태미로 담백한 형태를 추구하는 여백과 평면성을 제시하였고, 다음으로 다양한 형태를 연출할 수 있는 여밈의 가변성, 풍성한 여유로움, 비대칭 균형에서 오는 아름다움을 설명한 바 있다.

이는 문인화로 대표되는 예술영역과 의생활로 대표되는 생활문화의 일체성을 증명하는 결과일 뿐 아니라 한국 복식은 이미 한국적 이미지를 가장 적절히 표현하고 있다는 것과 문인화 역시 한국복식의 미를 더하기에 적절한 예술이란 점이 확인된 것으로 이해할 수 있겠다.

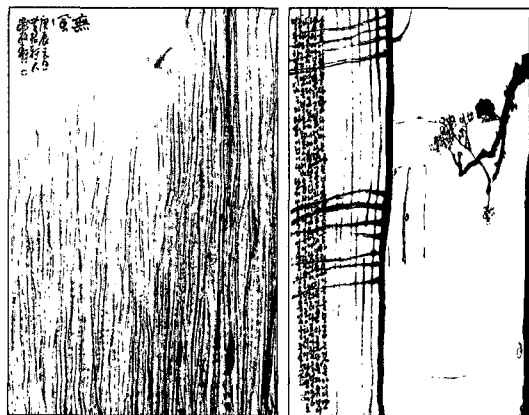
### Ⅲ. 연구방법 및 절차

한국적인 이미지의 패션문화상품을 개발하기 위하여 한국 복식미의 특징과 유사하다고 판단되는 문인화와의 접목을 시도하였다. 문인화가는 본 연구의 의도와 의의를 충분히 이해하고 함께 할 수 있는 작가로서 연구자의 편의에 따라 선정되었다. 선정된 우송 김영삼은 전통적 문인화의 정신과 의미를 가지고 있으면서 현대적인 시각과 새로운 해석을 시도하는 작가로 알려진 남도 문인 화가이다. 그는 문인화적 정신을 가지고 원색적 칼라와 현대

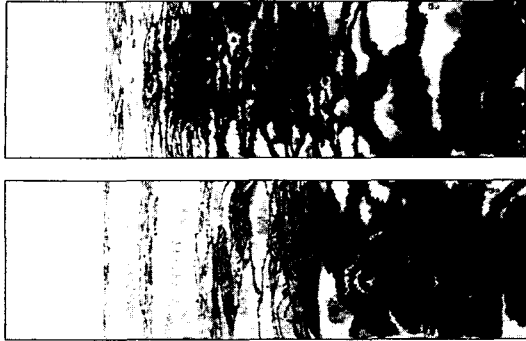
적 정취가 풍기는 산수화로 지역화단에 신선한 충격을 던진 바 있으며, 문인화의 영역을 확장시켰다고 평가받는다(자료 1, 1993). 그는 문인화가 건조한 현대사회에서 마음의 대화를 이어주는 매개체가 될 것이라고 믿으며, 동양미술이 지닌 '여백의 미'를 정신 미의 극치로 평가함으로써 일정 화폭 속에서 우주든 자연이든, 유무형의 세계를 어우르고 펼쳐내는 통찰력과 감각의 무한공간이라고 믿는 화가이다(자료4, 2000).

디자인 개발은 최고의 원단과 기술을 사용하여 독점성을 제공하고자 하였으며, 다품종 소량생산 방식의 고품질화로써 최상층 고객을 목표집단으로 설정하였다. 외국인을 목표 고객으로 하고, 이들에게 한국적 이미지를 전달하기 위해 이국적이고 신비한 오리엔탈리즘을 자극할 수 있도록 디자인 컨셉을 설정하였다.

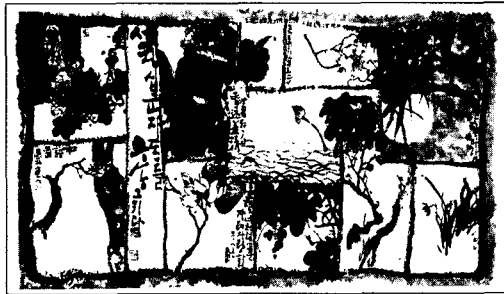
우선 한국적 이미지의 문양으로서 문인화를 선정하였다. 본 연구에서 이용된 문인화 <그림 1> '바람 한 점 없는 날'과 <그림 4> '봄 이야기'는 제 3회 개인전시 화집에서 추출되었다(자료 3, 1998). <그림 2> '사랑가'는 제 2회 한국 현대문인화 연구회전 자료집에서 선택되었고(자료 2, 1997), <그림 3> '터 1'과 '터 2'는 제 4 회 개인전시 화집에서 수집되었다(자료 4, 2000). <그림 5> '세칭, 십 군자도'는 남봉 미술과 전시 화집에서 추출되는(자료 1, 1993) 등 총 6 점이 사용되었고, 그림은 다음에 제시되었다.



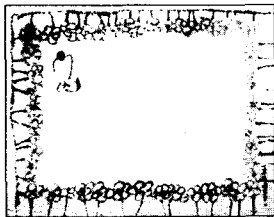
<그림 1> 바람 한 점 없는 날      <그림 2> 사랑가



<그림 3> 터 1 과 터 2



<그림 4> 세칭, 십 군자도



<그림 5> 봄 이야기

문인화를 문양으로 의상소재에 표현하는 방법은 디지털 프린터의 사용 활성화라는 본 과제수행의 목적에 따라 광주대학교 문화관광 디자인혁신센터(TIDIC)에 설치된 폴리에스터 전용 디지털 텍스타일 프린팅 시스템을 활용하였다(Textile Printer KS1600-2). 의복 아이템 별로 선택된 문인화는 스캐닝으로 그림 정보를 컴퓨터에 입력하고, 원본과 똑같은 상태로 출력될 수 있도록 컬러를 조절한 후 의상소재에 출력하여 마감 처리되었다.

의상소재와 색은 천연섬유의 자연스런 느낌과 색으로 통제하면서 디지털 프린팅 시스템을 활용

할 수 있는 100% 폴리에스터이지만 전통 자연섬유 중 고급스러운 이미지를 제공할 수 있는 실크와 유사한 텍스처를 갖는 소재를 사용하였다.

본 연구에서 개발된 의상디자인은 색채와 소재, 문양이라는 조형적 요소는 가능한 통제되면서 복식의 형태미를 중심으로 전개되었다. 우선 우리나라 전통 복식의 실루엣과 이미지를 사용하여, 의복 구성 시 문인화가 갖는 여백의 미와 풍취가 표현되도록 조화로운 제작을 시도하였다.

개발된 의상은 아이템별 기본 사이즈 패턴으로 제작되었다. 의상디자인을 위해 블라우스와 스커트로 구성된 스커트 수트 한 벌, 팬츠와 재킷으로 구성된 팬츠 수트 한 벌, 드레스와 솔로 구성된 이브닝 드레스 두 벌, 단품으로 티셔츠와 원피스 등 6 개 아이템이 제작되었고, 총 9 개 의상디자인을 개발하였다.

#### IV. 문화상품 디자인 개발 결과

문인화를 이용한 한국적 이미지의 의상디자인으로 스커트 수트, 팬츠 수트, 이브닝드레스와 솔, 티셔츠와 원피스가 개발되었다.

##### 1. 스커트 수트(skirt suits)

스커트와 블라우스로 구성된 스커트 수트는 여자 한복의 형태미에서 자주 언급되었던 유연한 곡선미, 곡선과 직선이 공유되는 주름진 선에서 얻을 수 있는 풍성한 형태감을 반영하였다. 실루엣에서 느낄 수 있는 여유롭고 풍성한 우아미와 간결한 선과 절제된 장식에서 느껴지는 단순미를 한국적 의복이미지로 표현하고자 하였다. 여백미와 우아미, 간결미를 표현하기 위하여 연한 아이보리 컬러에 실크의 손맛을 갖는 최고급 폴리에스터 소재를 사용하였다.

블라우스는 한복 저고리의 깃, 도련, 배래선을 현대 의상의 칼라, 앞여밈, 소매로 변형하였고, 특히 소매는 배래선과 도련에서 표현되는 곡선 구성

을 사용하였다. 스커트는 한복치마의 비대칭 여밈을 여유로운 곡선의 풍성함으로 디자인되었고, 획일적이지 않은 다양한 형태미를 통해 엘레강스한 이미지를 표현하였다.

문인화 ‘바람 한 점 없는 날’을 스커트의 랩(Wrap) 부분에 프린트함으로써 여백의 미와 한국복식의 풍성한 안정감을 표현하고자 하였으며, 결과물은 <그림 6>에 제시되었다.

## 2. 팬츠 수트(pants suits)

팬츠와 재킷으로 구성된 팬츠 수트는 한국복식미 중 단순하게 흘러내리는 선의미를 통해 단순, 소박, 절제, 간결한 미적 특징을 중심으로 표현하였다. 남자 한복의 저고리와 조끼, 마고자 등 상의에서 볼 수 있는 평평하고 단순한 이미지와 남자 바지가 갖는 다소 풍성한 형태미를 복원하고자 하였다. 옷감은 여성복 정장 의류에서 많이 이용되는 트윌(twill)지를 사용하여 고급스러움을 더하였다. 색상은 파스텔 톤의 연 노란색을 사용하여 무겁거나 가벼워 보이지도 않는 자연스런 이미지를 강조하였다.

재킷은 마고자 여밈의 이미지를 표현하고자 하였고, 좌우 비대칭 형태로서 한국복식의 비대칭 균형미를 표현하고자 하였다. 바지는 남자 한복바지의 사선 여밈 이미지를 표현하여 서양복의 일상적인 규범을 탈피한 비정형적인 특징으로써 한국적 이미지를 더욱 살리고자 의도하였다.

문인화 ‘사랑가’를 재킷의 오른쪽 바디스에 표현함으로써 상체를 강조하는 효과로서 활동적인 남성 이미지의 팬츠 수트를 의도했으며, 결과물은 <그림 7>에 제시되었다.

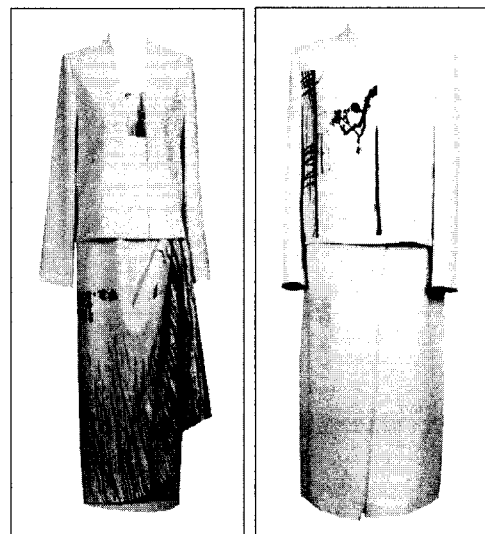
## 3. 이브닝 드레스와 솔

이브닝 드레스는 여성의 인체를 감싸면서 흐르는 듯한 자연스러운 윤곽선을 드러내는 롱 드레스로 우아한 여성미와 여백의 미로써 담담하고 정적인 아름다움을 표현하고자 하였다. 우아함, 생동감 있는 여유, 울동, 풍성함 등의 한국적 이미지를 표

현하기 위하여 드레스의 목선(neckline)과 스커트의 밑 선(hem-line)에 부드러운 곡선이 형성하도록 바이어스(bias) 처리하였으며, 충분한 여백을 두고 문양을 디자인하였다.

또한 어깨에 걸치는 솔은 신라시대 여성복식에서 볼 수 있는 표(褙: 유희경, 1986)를 염두에 둔 디자인으로서 소매가 없는 드레스를 단품으로서가 아니라 한 벌의 정장이라는 느낌을 더해 주어 한국적 이미지의 고급화를 의도하기에 충분한 아이템이라고 생각하였다. 소재는 시스루(see through)의 얇은 시폰 소재를 이중으로 사용하여 무아레 효과(moire interference)를 연출함으로써 신비스러운 여성미를 강조하였다.

문인화 ‘터 1’과 ‘터 2’를 드레스와 솔 전체에 프린트함으로써 서구적이면서 오리엔탈 이미지를 표현하여 동서양의 조화를 꾀하고자 하였으며, 결과물은 <그림 8>와 <그림 9>에 제시되었다.



<그림 6> 스커트 수트      <그림 7> 팬츠 수트

## 4. 티셔츠(T-shirts)

단품으로 기획하였던 티셔츠와 원피스는 허리에 자연스러운 곡선을 사용하여 여성스런 실루엣을 강조한 가장 현대적인 디자인을 의도하였다. 스커트 수트, 팬츠 수트, 이브닝 드레스와 솔에 사용된

회화적 문인화와 다르게 단순, 절제, 간결, 정지 등의 모더니티(modernity)를 함축하고 있는 그림을 사용하였다.

문화상품으로 개발되어 판매되고 있는 기존의 티셔츠류는 남녀 공용의 스트레이트 라인 혹은 박스 실루엣에 전통문양이나 그림을 프린트한 디자인이 주를 이루었다는 점에서 본 연구에서 개발된 티셔츠와 다르다. 옷감은 소비자들이 선호하는 신축성 있는 저지(jersey)를 사용함으로써 활동에 편안함을 제공하고자 하였다.

문인화 ‘봄 이야기’를 가슴부분에 프린트하였으며, 분홍색 티셔츠를 기본으로 하고, 최근 패션칼라의 경향을 고려하여 밝고 산뜻한 느낌의 노랑색과 보라색을 컴퓨터 그래픽 변형으로 제공함으로써 유행경향을 추구하려는 여성 소비자의 요구를 반영하고자 하였다. 결과물로 기본 컬러인 분홍색 티셔츠만 <그림 10>에 제시하였다.

### 5. 원피스(one-piece)

원피스는 민소매 단품으로서 활동성과 실용성을 지닌 정장 느낌을 추구하였다. 슈트류의 풍성, 여유, 우아미 표현방법과 다른 정지된 가능성, 내재된 울동성, 함축된 간결미, 절제된 단순미, 예외적인 파격미 등을 추구함으로써 본 연구에서 개발된 품목 중 가장 현대적인 디자인을 의도하였다.

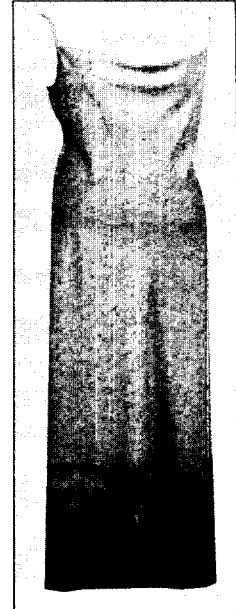
일상에서 사용되고 있는 다양한 종류의 재킷이나 상의와 코디네이션(coordination) 되도록 클래식 스타일(classic style)로 디자인하였다. 티셔츠와 마찬가지로 만곡선(彎曲線)의 실루엣을 사용하여 여성스러운 이미지를 의도하였고, 옷감은 티셔츠와 동일한 신축성 있는 저지를 사용하였다.

원피스의 그림 활용은 지금까지 제시된 의상 디자인과 다르게 한국의 조각천 잇기 전통기법을 활용하였다. 이는 문인화 ‘세칭, 십 군자도’를 서양 바느질 기법의 패치워크(patch work) 방식으로 배치한 것이기도 하다. 조각 잇기의 방향과 간격에서 비정형적인 파격미를 추구함으로써 일상적이지 않은 리듬감과 평면적 여백미, 옵아트(op-art)적 느낌의 현대미를 표현하고자 하였다. 결과물은 <그림 11>에 제시되었다

림 11>에 제시되었다



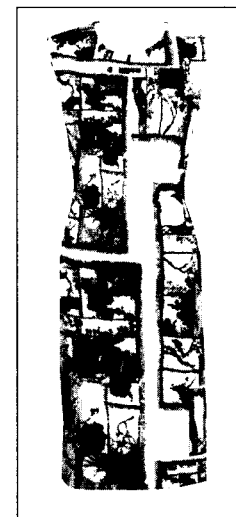
<그림 8> 이브닝 드레스과 솔



<그림 9> 이브닝 드레스 2



<그림 10> 블라우스



<그림 11> 원피스

## V. 결론 및 제언

한국은 산업의 발달과 21세기 소비자의 관심 변



화에 따라 문화상품에 대한 관심이 커졌으며, 지방 자치라는 정책적 요구와 광주·전남 지역의 중소기업 활성화를 목표로 본 연구에서는 한국적이고 남도 문화적인 문인화를 이용하여 한국적 이미지의 문화상품용 의상디자인을 개발하고자 하였다.

한국적 이미지로 제시되는 단순, 순수, 소박, 소극적, 수동적, 온화한 등의 한국적 이미지 특징과 순수, 담백, 율동, 단정, 풍성, 여유라는 한국복식 디자인의 특징은 여운, 생동, 여유, 정지된 가능성, 담담, 정적인 등 문인화의 특징과 유사하였다. 이렇게 남도 문화적인 문인화의 대표적인 조형적 특징이라고 평가되는 '여백의 미'와 한국적 디자인의 형태에서 관찰되는 조형적 특징인 '풍성함', '단순함', '우아미', '간결미', '비대칭 균형미', '율동미' 등을 조합하여 한국적 이미지가 표현된 한국적인 패션디자인을 개발하였다. 결과물은 블라우스와 스커트로 구성된 스커트 수트 한 벌, 팬츠와 재킷으로 구성된 팬츠 수트 한 벌, 이브닝드레스와 솔로 구성된 이브닝 드레스 두 벌, 단품으로 티셔츠와 원피스 등 6개 아이템이 제작되었고, 총 9개의 의상 디자인을 제시하였다.

본 연구는 광주·전남 지역의 대표적인 문화 중 하나인 문인화를 선택하여 한국적 의복이미지에 표현하고자 하였고, 특히 문인화가 중 연구자의 편의에 따라 한 명의 작품을 중심으로 진행했다는 연구의 한계를 갖는다. 그러나 전통적이고 평면적인 것으로 취급되던 문인화에 대해 현대 패션 문화상품으로의 사용 가능성을 제시했다는 점에 의의를 두었다. 결과물은 개발의 가능성 제시라는 점에서 샘플만 제작되었고, 샘플은 매장에 전시함으로써 곧바로 상품화할 수 있었다. 개발품을 계속 생산·판매할 수 없었던 것은 광고, 홍보, 유통경로 확보라는 마케팅 활동을 개별적으로 추진해야 한다는 부담과 함께 개발업체의 영세성과 지속적인 참여 의지 부족 등으로 인해 일회적인 사업으로 끝났다는 한계 또한 갖고 있다.

이처럼 개발품이 일회적인 아이디어 상품이 아니라 한국의 혹은 광주·전남지역의 문화상품으로 인지되려면 보다 전문적인 상품화나 브랜드화에 대한 관심과 실천이 절실하고, 이를 위한 국가의

적극적인 지원과 개별적인 사업 노력 등 마케팅 활동이 역시 뒷받침되어야 할 것이다. 지속적인 상품화를 위해 우선 한국적 이미지의 문화상품이라는 안정된 컨셉유지가 필요할 것이다. 즉 보다 세분화된 한국적 이미지 내지는 한국적 브랜드 컨셉 등에 관한 다양하고 구체적인 후속연구가 필요하다. 특히 세계 시장을 대상으로 하는 문화상품을 개발하려면 목표 고객이 생각하는 한국문화나 한국적 이미지가 무엇인지에 대해 충분히 이해하고 파악할 수 있는 연구가 필요하다 하겠다. 이런 연구를 바탕으로 세계적, 국제적인 고객이 선호하는 한국적인 디자인의 조형적인 특징에 대한 구체적인 연구가 뒤따라야 할 것이다. 나아가 국제적인 감각에 소구된 문화상품 컨셉을 공유할 수 있는 다양한 아이템을 개발하고, 디자인제품이 확장된다면 단편적, 일회적인 영세한 제품개발에서 벗어나 보다 전문적, 지속적인 개발로 이어질 수 있을 것이다.

이와 같은 연구를 근거로 연속성 있는 디자인 개발과 함께 관·산·학이 연계된 세계 일류화 지향을 위한 디자인 개발과 미래의 문화산업을 위한 과감한 투자 확대 및 지원이 지속적으로 유지될 때, 디자인 및 브랜드에 있어서 세계화에 한발 더 나아가갈 수 있을 뿐 아니라 세계일류상품이 될 수 있는 기반이 될 것이다.

## 참고문헌

- 1) 전국 경제인 연합회 트렌드 사무국 (2002). 2003년도 산업디자인 트렌드 보고서.
- 2) 문숙재·여윤경 (2001). 소비자트렌드 21세기. 서울: 시그마프레스, pp. 57-64.
- 3) 배천범 외 (1998.12). 패션디자인 문화상품 개발·육성방안 연구. 문화관광부.
- 4) 안영환 외 (1998). 주요국의 문화상품 개발 지원제도 및 우리 문화상품의 해외진출 방안: 전통문화상품을 중심으로. 문화관광부.
- 5) 박현택 (1998). 한국적 문화이미지 고양·확대를 위한 문화상품 개발-전통문화의 활용을 중심으로-. 디자인 연구, 11(2), pp. 203~213.
- 6) 박은미 (2000). 도자공예 문화상품 개발에 관한 연구. 경기대학교 대학원 석사학위논문.

- 7) 김영아 (2000). 국립박물관 문화상품 개발에 관한 연구 : 금속공예품을 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 8) 박동수 (2000). 신라토우의 문화상품 개발에 관한 연구 : 실내 장식용 토우. 홍익대학교 대학원 석사학위 논문.
- 9) 장엽 (1997). 학의 이미지를 응용한 문화상품 디자인에 관한 연구. 홍익대학교대학원 석사학위 논문.
- 10) 손경필 (2000). 전통문양을 응용한 문화상품 개발에 관한 연구. 조선대학교 대학원석사학위 논문.
- 11) 강성윤 (1997). 문화상품 개발에 관한 연구. 조선대학교 대학원 석사학위 논문.
- 12) 강은선 (1997). 우리나라 문화상품의 디자인개발 진흥정책에 관한 연구. 매일경제연구소.
- 13) 문화관광부 (2002.1). 공개자료 280. 2002년도 문화산업진흥 연차보고서. <http://www.mct.go.kr>.
- 14) 문화관광부 (2001.1). 공개자료 239. 2001년도 문화산업진흥 연차보고서. <http://www.mct.go.kr>.
- 15) 문화관광부 (1999). 문화상품 실태조사보고서. <http://www.mct.go.kr>.
- 16) 정용순 (2001). 문화상품 개발을 위한 발전방안 연구 -국립박물관 뮤지엄 샵을 중심으로. 디자인학연구, 14(2), pp. 7~14.
- 17) 최은영 (2001). 소비자의 생활한복 채택과정에 관한 연구. 서울대학교 대학원 박사학위논문
- 18) 양정은 · 유송옥 (2000). 생활한복의 디자인 현황과 고급화 방안 연구. 복식, 50(3), pp. 145-159.
- 19) Marks(1976). Operationalizing the Concept of Store Image. *Journal of Retailing*, 52(3), pp. 37~46.
- 20) Kaiser, S. B. (1985). *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*. New York: Fairchild Publications.
- 21) 김희정 · 이경희 (2000). 동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제1보)-한국, 중국, 일본을 중심으로-. 한국의류학회, 24(1), pp. 24~33.
- 22) 이경희 (1997). 한국적 의복이미지와 디자인과의 관계. 한국의류학회, 21(2), pp. 302-313.
- 23) 장수경 (1998). 한국전통문양의 이미지 형상화 소고. 한국의류학회, 22(8), pp. 1001~1010.
- 24) 오현정 · 오선희 (2002). 브레인스토밍 기법에 의한 한국적 의복이미지 유형- 「고요한 아침의 나라」 이미지를 중심으로-. 복식, 52(6), pp. 41-50.
- 25) 조지훈 (1964). 한국인과 문학사상-뎨 연구. 서울:일조각. pp. 379-460.
- 26) 김영자 (1991). 한국의 복식미. 서울:민음사. pp. 259-302.
- 27) 금기숙 (1988). 조선시대 복식에 표현된 한국인의 미의식 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 28) 금기숙 (1990). 한국 복식미의 탐구. 복식, 14, pp. 167~183.
- 29) 최세완 · 김민자 (1993). 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미-1980년 이후 한국디자이너 작품을 중심으로-. 한국의류학회, 17(1), pp. 103~117.
- 30) 강희경 (1998). 한국적 의상디자인에 표현된 자연주의에 관한 연구. 복식, 38, pp. 213~231.
- 31) 금기숙 (1999). 패션 디자인을 위한 전통복식의 활용현황에 관한 연구. 복식, 48, pp. 69~82.
- 32) 김윤희 (1990). 20세기 서양 패션에 나타난 동양 복식미의 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 33) 최세완 · 김민자 (1993). 앞의 논문, pp. 103~117.
- 34) 강희경 (1998). 앞의 논문, pp. 213~231.
- 35) 금기숙 (1992). 한국전통미의 현대적 활용. 복식, 19, pp. 29~40.
- 36) 김인경 (1995). 한국적 패션디자인의 특성에 관한 연구. 한국의류학회, 19(3), pp. 536-547.
- 37) 김찬주 · 장인우 (1999). 한국 현대패션에서의 한국적 디자인 전개과정 분석과 세계화를 위한 제안. 복식, 48, pp. 5~24.
- 38) 정승섭 (1972). 남종 문인화에 대한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 39) 김경희 (1970). 문인화에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 40) 강행원 (2001). 문인화론의 미학. 서울: 서문당. pp. 19-42.
- 41) 두산세계대백과. <http://www.kr.yahoo.com>
- 42) 자료집 1 (1993). 제1회 개인전. 남봉 미술관, 광주, 11월 11일~21일.
- 43) 홍주 (1997). 문인화의 표현기법에 관한 연구. 계명대학교 미술대학원 석사학위논문.
- 44) 금기숙 (1992). 앞의 논문. pp. 29~40.
- 45) 이영아 (1999). 한국적 패션디자인의 형태미에 관한 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 46) 자료집 4 (2000). 제4회 개인전. 신세계 갤러리, 광주, 6월 20일~26일.
- 47) 자료집 3 (1998). 제3회 개인전. 백악예원, 서울, 11월 12일~18일, p. 15, p. 28.
- 48) 자료집 2 (1997). 제2회 한국 현대 문인화 연구회전. 공평아트센터. 서울, 2월 19일~25일, p. 29.
- 49) 자료집 4. 앞의 책, 2000, p. 44.
- 50) 자료집 1. 앞의 책, 1993, p. 14.
- 51) 유희경 (1986). 한국 복식사 연구. 이화여자대학교 출판부, p. 93.