

패션문화상품의 한국전통문양 활용 실태에 관한 연구

현선희 · 배수정[†]

전남대학교 생활과학대학 의류학과/생활과학연구소

A Study on the Utilization of Korea Traditional Patterns for Fashion Cultural Products

Seon Hee Hyun · Soo Jeong Bae[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Human Ecology Research Institute, Chonnam National University
(2007. 3. 7. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to grasp the utilization of traditional Korean Patterns used for fashion cultural products. To achieve this purpose, this study examined the range of fashion cultural products through literature review, previous researches, and market surveys and analyzed the situation of fashion cultural products and the kinds, expression methods, expression techniques, and repeat styles of utilized patterns. The analysis results are as follows. First, in the use of traditional pattern, the most frequently-used fashion cultural products were small and inexpensive accessories, followed by fashion apparel, miscellaneous goods, and living cultural goods. Second, the most frequently-used traditional patterns were plant patterns, especially flower patterns. The next frequently-used ones were mixed patterns, especially in the mixture of flower and letter patterns, and cloisonné and flower patterns. The next frequently-used traditional patterns were animal patterns(especially butterfly patterns), followed by geometric patterns, lucky omen patterns, and letter patterns. In the expression methods of used patterns, most products except handicrafts preferred simplified patterns to real patterns. Finally, in the expression techniques of traditional patterns, the most frequently used technique was traditional embroidery, followed by the use of weaving fabrics such as fine gauze and brocade which are used for Hanbok. Also, transfer dyeing which is one of printing techniques, DTP(digital textiles printing), a mixed technique which adds embroidery to weaving fabrics, hand-painting, and a gilt technique were used. The results of this study suggest that most fashion cultural products except few designers' works attached weight to some specified patterns and expression techniques regardless of the characteristics of products since there is little understanding of a variety of patterns and are few researches and development on expression techniques.

Key words: Fashion Cultural Products, Traditional Korean Patterns; 패션문화상품, 한국전통문양

I. 서 론

오늘날 세계 각 국에서는 삶의 질을 향상시키는 수단으로 문화에 대한 인식을 새롭게 하고 있으며, 문

화를 국가 발전의 핵심동력으로 간주하여 문화의 진흥을 위한 정책 수립과 이에 대한 투자가 이루어지고 있다(문화관광부, 2004). 실질적으로 선진 국가들은 이미 문화적 코드가 담긴 고부가가치의 기술집약적인 문화상품을 개발하여 새로운 시장을 형성하고 있을 뿐 아니라 국가의 정책적인 차원에서 자국의 패션

[†]Corresponding author

E-mail: sjbae@chonnam.ac.kr

문화상품을 개발하는 전문디자이너를 육성하여 부가가치가 높은 상품 개발을 주도하고 있다(문은아, 2002).

우리나라에서도 이러한 시대적 조류에 따라 국가적 차원에서 한국의 전통문화나 이미지를 이용한 문화산업 개발을 위한 다각적인 노력을 기울이고 있으며, 최근에는 문화의 가치적 측면과 산업적 측면이 동시에 발전할 수 있는 정책이 추진되고 있다. 특히 아시안게임, 올림픽, 월드컵 등의 다양한 국제행사를 주최함으로써 세계 속의 강국으로 급부상했을 뿐 아니라 해외 무역의 규모가 확대되면서 많은 외국 관광객의 방문이 증가함에 따라 우리 정부는 국가적인 차원에서 문화산업 육성의 필요성을 인식하여 이에 대한 인프라 구축과 문화콘텐츠 개발을 추구하고 있다.

이와 같은 문화산업에 대한 관심은 실제 다양한 전통문화상품의 개발로 이어졌으며, 일반적으로 전통문화상품이라 하는 경우에는 주로 전통문양이 활용되고 있음을 쉽게 찾아 볼 수 있다. 이는 우리의 전통문양이 다른 주변국과 구별되는 독창성과 우리 민족의 감정 및 생활의식이 반영된 한국 고유의 문화적 자산으로 평가받고 있을 뿐 아니라 단순한 장식적 요소 이상으로 계층을 초월한 공예품의 미적 감수성을 표현하는 문화적 요소로서 그 가치가 크기 때문이다(국립중앙박물관, 1998). 이러한 측면에서 우리 정부에서는 우리의 고유한 문화를 세계에 알리는 동시에 자국민에게 그 가치를 인식시키기 위하여 전통문양의 콘텐츠 구축은 물론 이를 활용한 구체적 상품개발에 이르기까지 다양한 분야에서 활용하고 있음을 볼 수 있다.

이에 학계에서도 전통문양을 활용한 문화상품에 관한 연구가 지속적으로 이루어지고 있는 실정으로 선행 연구를 살펴보면, 한국전통문양을 응용한 넥타이 디자인 제안(박윤정, 1999), 한국 고유의 섬유를 소재로 한 문화상품 개발과 활용 방안(서현화 2001), 단청문양을 응용한 니트웨어 디자인 제안(김혜경 외, 2004), 전통모란문을 응용한 크리스마스용 소품 개발(조효숙 외, 2004), 태극기를 응용한 패션상품 개발을 위한 디자인 프로세스 제안(김현주 외, 2005), 연꽃 문양을 이용한 직물디자인 개발 및 문화상품 제작(정진순, 2004), 고구려 와당 문양을 응용한 문화상품 개발(이미석, 2006), 한국 전통 압각화 문양을 응용한 문화상품 디자인 개발(박순천, 2006) 등 전통문양을 활용한 다양한 패션 관련 문화상품 개발 및 이에 관한 연구가 이루어지고 있다.

그러나 1995년 이후 패션 관련 문화상품이 외국 관광객에게 의해 가장 선호되는 1위의 쇼핑품목으로 등장하면서 그 비중이 커지고(이진화 외, 2005), 외국인에게 우리문화를 알릴 수 있는 문화상품으로서 중요한 가치를 지니고 있음에도 불구하고 패션 관련 문화상품의 종류와 전통문양의 활용 현황에 관한 연구는 이루어진 바 없다.

따라서 본 연구는 패션문화상품의 정의와 그 범위를 살펴보고, 패션문화상품에 많이 사용되고 있는 한국전통문양을 중심으로 패션문화상품의 현황과 활용 실태를 파악함으로써 패션문화상품 디자인 개발을 위한 기초자료 및 방향을 제시하고자 한다.

연구의 방법은 패션문화상품의 범주 및 한국전통문양의 종류와 형태를 파악하기 위한 선행연구, 단행본을 중심으로 한 문헌연구, 전통문양을 활용한 패션문화상품의 시장조사 및 분석으로 이루어졌다. 연구의 범위로는 선행연구 및 정부관련 기관 보고서, 관련 문헌을 통해 문화상품의 개념과 패션상품의 범위를 고찰하고, 한국복식사, 한국미술사, 한국전통문양사, 출토복식에 관한 문헌고찰과 박물관 답사를 통해 전통문양의 종류와 형태 및 활용기법을 고찰하였다.

사례분석은 2005년 6월 20일부터 2005년 12월 10일까지 한국관광공사에서 국내 유명 관광지로 선정한 국립박물관(중앙, 민속)과 인사동, 한국민속촌 등을 현장 답사하여 전통문화상품 판매처에서 판매되고 있는 문화상품에 활용된 전통문양의 종류와 문양의 특징, 활용 기법을 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 패션문화상품의 정의 및 범위

문화상품이란 상품에 문화적 요소를 표현하거나 접목시킨 상품을 의미하는 것으로 정의되거나(박중수, 1997) 한 국가 혹은 사회의 독특한 문화적 가치와 경제적 효용가치가 결합되어 생산되는 모든 상품으로 정의되어져 왔다(매일경제연구소, 1997). 그러나 문화관광부에서는 넓은 의미로 문화상품이란 문화산업의 모든 결과를 뜻하는 것으로, 문화의 영역이 경제적 영역과 결합함으로써 산업적 생산 및 소비의 대상으로 나타나게 되는 모든 분야라 한 바 있다(문화관광부, 2001). 따라서 문화상품은 영화, 도서, 음반, 신문·잡지, 애니메이션, 출판, 텔레비전 프로그램부터

한국적인 소재, 표현기법, 제작기술 등을 차용한 공예 분야, 생활문화상품, 미술품 복제, 캐릭터 상품을 포괄한다.

이와 같이 다양한 분야의 문화상품은 종류, 용도, 소재별로 분류하여 그 범주를 분류한 바 있으나(산업자원부, 2000) 아직까지 패션 관련 문화상품의 개념과 범위는 명확하게 정립되어 있지 않다. 선행보고서에 따르면, 문화관광부(2000)에서는 패션 관련 문화상품을 섬유공예 문화상품에 포함시킨 바 있다. 구체적으로 섬유공예 문화상품은 장식용품, 관광기념품, 생활문화상품으로 분류하여 장식용품에는 매듭, 인형, 노리개, 부채, 방석, 보석함, 생활소품, 손거울, 안경집 등이 포함되고, 관광기념품에는 가방, 넥타이, 복주머니 그리로 생활문화상품에는 이불, 가방, 실내용, 보료, 방석, 생활한복/한복, 옷감류, 앞치마, 거울, 보자기, 베개, 의류, 열쇠고리, 액자, 양초, 자수/수예품, 잡지꽂이, 휴지상자로 분류하였다. 이 외에 홍희숙(2001)과 신혜선(2002)은 국가 또는 지역의 문화적 요소나 이미지를 활용한 패션상품을 패션문화상품이라고 하였으며, 이진화 외(2005)는 한국문화의 특성을 반영한 셔츠, 바지, 원피스 등의 의류와 스카프, 넥타이, 손수건, 모자, 가방, 손지갑, 신발, 시계 등의 액세서리류 그리고 섬유공예품으로 정의한 바 있다.

이상과 같은 선행연구를 토대로 패션문화상품을 규정하면, 패션 관련 상품의 경우 문화적 요소가 반영되었다 하더라도 트렌드가 반영되지 않으면 소비자에게 매력적인 상품으로서의 그 가치를 상실하므로(신혜선, 2002), 패션문화상품이란 자국의 전통문화나 이미지에 당시의 트렌드가 반영된 직물을 이용한 상품이라 할 수 있다.

이러한 관점에서 살펴본 패션문화상품의 범주로는 패션의류 및 잡화, 액세서리, 생활소품으로 분류할 수 있으며, 세부적으로 패션의류 및 잡화는 의류, 가방(토트백, 파우치, 숄더백), 넥타이, 스카프, 지갑(명함, 키홀더, 도장), 손수건, 모자 및 두건 등이 포함되고,

액세서리는 휴대폰고리, 열쇠고리, 목걸이, 브로치, 안경집, 헤어핀, 손거울 등이 있으며, 생활소품은 식탁용품·침구 및 인테리어·기타 소품으로 다시 분류하여 먼저, 식탁용품에는 식탁러너, 식탁 매트, 컵받침, 앞치마, 수저집으로 구분하였고, 침구 및 인테리어에는 이불, 보료, 방석, 베개, 쿠션, 커텐으로 구분하였으며, 기타 소품에는 액자, 휴지상자, 타올, 보석함, 보자기, 주머니, 전통인형 등으로 구분하여 이를 정리하면 제시한 <표 1>과 같다.

2. 패션문화상품의 현황

본 연구에서는 패션문화상품의 시장 현황을 파악하기 위하여 2005년 6월 20일부터 2005년 12월 10일까지 패션문화상품을 판매하고 있는 박물관, 관광명소의 기념품 판매점 및 인사동 문화상품 판매점을 총 2회 현장 답사를 실시하였다. 현장 답사를 실시한 패션문화상품의 범위로는 패션문화상품에 고유한 브랜드가 있거나 작가의 작품인 경우, 관광명소로 알려진 쇼핑물에서 판매되는 상품으로 한정하였다. 답사 현장의 선정은 2004년 한국관광공사의 조사자료에 근거하였으며(한국관광공사, 2004a), 서울, 경기 지역에 소재하고 있는 국립중앙박물관, 국립민속박물관, 인사동 문화상품 판매점, 한국민속촌을 방문하여 패션문화상품 현황을 조사하였다.

1) 박물관(국립중앙·국립민속)

서울에 소재하고 있는 국립중앙박물관과 국립민속박물관은 많은 외국인 관광객이 찾는 관광명소로, 특히 국립중앙국립박물관으로서는 유일하게 1995년 이래로 박물관 내에 전통문화상품을 개발하기 위한 디자인 개발 부서를 운영하는 등 문화상품 개발을 이끌어가는 중추역할을 하고 있으며, 본격적인 디자인 개발은 2000년 이후에 시작되었다(김태선, 2000). 따라서 2000년까지는 국립중앙박물관 뮤지엄 샵의 상품

<표 1> 패션문화상품의 범위

분 류	아이템	
패션의류 및 잡화	의류·가방(파우치/주머니)·넥타이·스카프·지갑(명함/도장)·손수건·모자 및 두건·키홀더	
액세서리	휴대폰고리·열쇠고리·목걸이·브로치·안경집·헤어핀·손거울	
생활소품	식탁용품	식탁러너·매트·컵받침·앞치마·수저집
	침구 및 인테리어	이불·보료·방석·베개·쿠션·커텐
	기타 소품	액자·휴지·상자·타올·보석함·시계·보자기·전통인형

구성은 각종 서적이거나 공예품, 기념품 중심이었으며, 패션문화상품이라 할 수 있는 아이템으로는 스카프, 넥타이, 티셔츠, 지갑 등으로 종류가 한정적이었다(김소형, 2005). 그러나 2000년 이후 본격적인 디자인 개발에 들어가 문화상품 컨테스트를 통해 새롭고 독창적인 상품을 개발하고, 전문디자이너를 발굴하는 등 상품 개발에 대한 박차를 가하고 있다. 최근 박물관 측은 문화상품의 적극적인 홍보를 위해 홍보물이나 브로슈어를 제작하고 있으며, 박물관 내의 '문화상품점'에서는 국내·외 관광객을 대상으로 다양한 상품을 판매하고 있다.

국립중앙박물관에서 전시·판매되고 있는 패션문화상품은 조끼, 셔츠 등의 의류와 토드백, 파우치 백, 숄더백 등의 가방, 넥타이, 숄, 스카프, 지갑(동전, 명함, 도장), 휴대폰집, 주머니, 조끼 등의 패션의류 및 잡화와 열쇠고리, 헤어밴드, 브로치, 우산 등의 액세서리 그리고 수첩, 필통, 봉투 등의 문구류와 베개, 쿠션, 슬리퍼, 러너, 매트, 앞치마와 같은 홈인테리어 제품을 판매하고 있다. 이 중 가방과 지갑, 휴대폰집, 열쇠고리, 헤어밴드, 브로치 등에는 전통직물과 자수기법이 주로 사용되었으며, 스카프와 숄에는 민화를 활용하기도 하였다. 의류의 경우는 프린트 된 민화의 일부를 이어 붙이거나 누비 처리된 조끼와 한국의 탈을 캐릭터처럼 표현한 문양의 T셔츠가 판매되고 있었다. 또한 만자문, 호접문과 같은 문양을 직조하여 제작한 넥타이도 큰 비중을 차지하고 있었다. 홈인테리어 제품으로는 민화나 당초문과 같은 문양이 도안된 러너나 매트가 판매되고 있었다.

국립민속박물관 내에는 2개의 뮤지엄 샵이 있으나 문화상품을 위탁 판매하는 형태로 운영되며 상품개발이나 제작에 직접적으로 참여 하지는 않고 있었다. 따라서 국립민속박물관의 문화상품은 다른 관광기품점에서 판매되고 있는 상품과 비슷한 수준이었으며, 민속박물관의 특성을 반영하고 있는 문화상품은 그 수가 적은 실정이었다.

국립민속박물관의 뮤지엄 샵에서 전시·판매되고 있는 패션문화상품은 주로 전통적인 요소를 이용한 현대적 감각의 상품이 주를 이루고 있었다. 패션상품으로는 토드백, 숄더백, 파우치, 전통주머니 등 가방류가 대부분이었으며, 여기에 사용된 소재의 제작기법은 주로 전통문양을 응용한 전사염, 자수, 조각보 기법이 사용된 것으로 나타났다. 또한 조각보 기법을 응용한 러너와 다포(茶布), 컵받침 등 홈인테리어 제

품이 판매되고 있었으며, 규방문화를 대표하는 골무 등도 판매되고 있었으나 의류는 찾아볼 수 없었다.

국립민속박물관 내의 또 다른 뮤지엄 샵은 앞서 언급한 뮤지엄 샵과는 다른 분위기로 전체적으로 전통적이면서 토속적 제품들로 구성되어 있었다. 이 중 패션문화상품으로는 스카프와 넥타이, 가방, 파우치, 지갑, 동전지갑 등이 있었으며, 가방의 경우 주로 모시를 조각보 기법으로 제작한 수공예적인 것이었다. 그리고 먹물 염색한 듯한 느낌의 소재를 사용한 토드백, 누비 동전지갑 등이 판매되고 있었으며, 유물을 응용한 디자인을 개발하여 이를 상품으로 제작한 핸드백, 지갑, 명함지갑을 전시·판매하고 있었다.

2) 인사동 거리

인사동은 1980년 이후 골동품점, 고미술품, 화랑, 고가구점, 화방, 민속공예품 판매점들이 속속 들어서면서 현재는 서울의 명실상부한 전통문화예술 활동의 중심지로 자리매김 하였다. 살아있는 전통문화의 거리라고 불리어지는 인사동은 1987년 시작된 인사 전통문화축제를 계기로 널리 알려지게 되었으며, 2001년 인사동 재개발 정책으로 인사동 거리에는 우리의 전통적인 색채를 유지하면서도 현대화를 추진하는 움직임이 활발하게 진행되고 있다. 실제 한국공예문화진흥원에서는 전통문화상품의 정확한 현황 파악을 위해 '인사동 점포 실태조사'를 실시하였는데, 2005년 9월, 일반 도로변의 공예상품점은 179개로 파악되었으며, 그 외에도 한국관광명품관, 서울관광상품판매관, 삼지길 점포 70개 등에서도 전통문화상품을 판매하고 있는 것으로 나타났다("인사동 공예품 '토종'도 많다", 2005).

특히 삼지길은 2004년 12월 18일에 개장된 공예품 전문 쇼핑몰(shopping mall)로서 공예품점, 문화상품 및 기념품가게, 갤러리, 음식점들이 집적되어 있어 "인사동 속의 새로운 인사동"으로 국내·외 관광객에게 관광 명소가 되고 있다. 삼지길에는 한국의 인간문화재가 만든 최고급의 전통공예품에서부터 현대공예작품에 이르기까지 한국의 멋이 깃든 디자인 제품들이 고루 갖춰져 있다.

또한 인사동에는 외국 관광객들에게 쇼핑명소로 알려진 가나아트갤러리가 자리잡고 있으며, 이곳은 다양한 문화상품을 전시, 판매할 뿐만 아니라 현대 작가의 작품과 전통문화를 응용한 제품을 직접 개발하는 체제로 운영되고 있다. 특히 인사동 지점의 경우 외

국민 고개의 구매가 판매수량의 절반 이상을 차지하여 외국인을 위한 필수 관광코스에 포함될 정도로 호응을 얻고 있다. 가나아트에서 판매되고 있는 패션문화상품에는 천연염색한 스카프 가방 및 지갑으로 구성된 패키지 상품과 전통문양을 응용한 고급스러운 홈인테리어 제품이 판매되고 있었다.

이 외에도 인사동에는 인사코리아, 인사 아트프라자, 한국관광명품점 등의 관광기념품점과 그 외 천연염색을 이용한 생활한복 및 전통직물을 부분적으로 이용한 의류판매점이 있으며, 그 외에 조각보 기법을 이용한 홈인테리어 제품을 판매하는 점포들이 있다.

3) 한국민속촌

한국민속촌은 민족문화자원의 보존 및 교육을 위한 학습장 및 내외국인을 위한 전통문화의 소개 등을 설립 취지로 하여 1974년에 완공되었으며, 조선시대 후기의 생활상을 재현하고 있다(한국관광공사, 2004b). 한국 민속촌은 외국인 관광객이 서울, 부산지역을 제외하고 가장 많이 찾는 관광명소임에도 불구하고 이곳의 특색을 반영한 공예품이나 문화상품이 개발되지 않아 여타 관광지과 다를 바 없는 기념품을 판매하고 있다. 이곳의 기념품점에서 판매되고 있는 전통문화상품에는 탈, 담뱃대, 책갈피, 전통인형, 우표 등

이며, 패션문화상품으로 볼 수 있는 것으로는 전통매듭 휴대폰고리, 양단소재의 담배주머니, 손수건 정도가 구비되어 있는 것으로 파악되었다.

이상에서 살펴본 바와 같이 국내 유명 관광지에서 판매되고 있는 패션문화상품의 종류는 의류의 경우 셔츠나 조끼 또는 생활한복 등으로 매우 한정적이었으며, 잡화의 경우 토드백, 파우치백, 솔더백, 전통직물을 소재로 한 가방, 넥타이, 스카프, 숄, 지갑, 휴대폰집, 주머니 등이었으며 대체적으로 다양한 아이템들로 파악되었다. 액세서리 종류로는 부채, 휴대폰고리, 열쇠고리, 브로치, 자수거울, 담배주머니 등이며, 생활용품 종류로는 냉장고 자석, 가위집, 쿠션, 컵받침, 침구류, 러너, 앞치마와 같은 홈인테리어 제품과 자수액자, 자수 노리개, 골무 등과 같은 기타 소품과 필통, 북마크 등의 문구류가 있는 것으로 파악되었다. 이상에서와 같이 국립중앙박물관, 국립민속박물관, 인사동, 한국민속촌에서 판매되고 있는 패션문화상품 현황은 제시된 <표 2>와 같다.

3. 한국전통문양의 유형 및 종류

본 연구에서는 한국전통문양에 관한 선행연구(김희수, 2000; 민속학술자료총서, 2002; 박옥련, 2002;

<표 2> 관광객 방문선호지역에 판매되고 있는 패션문화상품 현황

장소		제품의 종류	의 류	잡 화	액세 서리	생활용품
국립 박물관	국립 중앙		조끼 T-셔츠	가방(토드백 · 파우치백 · 솔더백) 넥타이 스카프 · 숄 지갑(동전 · 명함 · 도장) 휴대폰집 및 주머니	열쇠고리 헤어밴드 브로치 우산	홈인테리어 제품 (베개 · 쿠션 · 슬리퍼 · 러너 · 매트 · 앞치마 · 컵받침) 문구류(수첩 · 필통 · 봉투)
	국립 민속			가방(토드백 · 솔더백 · 파우치 백) 주머니 스카프 지갑(동전 · 도장)	열쇠고리 안경집	홈인테리어(러너 · 컵받침 · 다포) 장식소품(골무 · 전통인형 · 벽걸이)
인사동 거리		재킷 조끼 원피스 생활한복	지갑	가방(토드백솔더백파우치 백) 스카프 머플러 넥타이 지갑 손수건 주머니	부채 휴대폰고리 열쇠고리 브로치 자수거울 담배주머니	홈인테리어 (냉장고 자석 · 가위집 · 쿠션 · 컵받침 · 침구류 · 식탁러너 · 앞치마) 기타 소품(자수액자 · 자수 노리개 · 골무 · 인형) 문구류(필통 · 북마크)
한국 민속촌				생활한복 (갈옷, 천연염색)	담배주머니 손수건 스카프 모자	열쇠고리

<표 3> 전통문양의 종류

문양의 유형	문양의 종류
기하문 (幾何紋)	회문(回紋) · 귀갑문(龜甲紋) · 태극문(太極紋) · 팔괘문(八卦紋)
동물문 (動物紋)	용문(龍紋) · 봉황문(鳳凰紋) · 학문(鶴紋) · 기린문(麒麟紋) · 원앙문(鴛鴦紋) · 귀문(龜紋) · 호문(虎紋) · 사슴문(鹿紋) · 호접문(胡蝶紋) · 도깨비문(鬼面紋) · 편복문(蝙蝠紋)
식물문 (植物紋)	매화문(梅花紋) · 난초문(蘭草紋) · 국화문(菊花紋) · 죽문(竹紋) · 천도문(天桃紋) · 석류문(石榴紋) · 포도문(葡萄紋) · 모란문(牡丹紋) · 당초문(唐草紋) · 보상화문(寶相華紋) · 연화문(蓮花紋) · 불수감문(佛手柑紋)
길상도안 · 문자문(文字紋)	칠보문(七寶紋) · 팔길상문(八吉祥紋) · 잡보(雜寶) 수(壽) · 복(福) · 희(喜) · 부(富) · 귀(貴) · 강(康) · 녕(寧) · 만수(萬壽) · 부귀(富貴) · 다남(多男) · 희(禧) · 만수무강(萬壽無疆) · 부귀다남(富貴多男) · 자손창성(子孫昌盛) · 인의예지(仁義禮智) · 노계충신(老悌忠信) · 부귀영화(富貴榮華)

임영주, 1998; 장소영, 2002)를 토대로 전통문양의 유형을 재분류하여 기하문(幾何紋), 동물문(動物紋), 식물문(植物紋), 길상도안 및 문자문으로 구분하였으며, 이에 따라 문양의 종류를 고찰하였다.

전통문양의 유형에 따른 문양의 종류를 살펴보면, 기하문은 일반적으로 돌림무늬를 총칭하는 회문(回紋)과 귀갑문(龜甲紋), 태극문(太極紋) · 팔괘문(八卦紋), 운문(雲紋)으로 분류하고, 동물문은 용문(龍紋), 봉황문(鳳凰紋), 기린문(麒麟紋)과 거북문(龜紋), 호문(虎紋), 박쥐를 표현한 편복문(蝙蝠紋), 사슴문(鹿紋), 학문(鶴紋), 원앙문(鴛鴦紋), 꿩을 소재로 한 적문(翟紋)으로 분류하였다. 식물문은 석류문(石榴紋), 천도문(天桃紋), 불수감문(佛手柑紋)과 포도문, 매화, 난초, 국화, 대나무를 문양화한 사군자문, 모란문(牡丹紋), 당초문(唐草紋), 연화문(蓮花紋), 연꽃의 형상의 변형인 보상화문(寶相化紋)으로 분류하였다. 길상도안 및 문자문은 칠보문(七寶紋)이나 팔길상문(八吉祥紋) · 잡보(雜寶)와 같은 보문(寶紋)을 형상화한 길상도안문과 문자를 문양화한 문자문(文字紋)으로 분류하였으며, 이를 정리하면 <표 3>과 같다.

따라서 본 연구에서는 이를 토대로 패션문화상품에 활용된 전통문양을 분석하였다.

III. 패션문화상품의 한국전통문양 활용 실태 시장조사

1. 조사지역

본 연구에서는 패션문화상품의 한국전통문양 활용 실태 및 시장 현황을 파악하기 위해 한국관광공사에서 실시한 2004년 자료를 토대로 국내 · 외 관광객이

주로 방문하고, 문화상품의 판매 및 소비가 원활하게 이루어지는 서울, 경기 지역을 중심으로 전통문화상품 판매에 대한 현장 답사를 실시하였다. 선정된 장소는 국립중앙 · 민속박물관 뮤지엄 샵, 인사동 전통문화상품 판매점, 한국민속촌 전통문화상품 판매점으로 한정하였다.

2. 조사시기

국립중앙 · 민속박물관 뮤지엄 샵(3개 점포), 인사동 문화상품 판매점(22개 점포), 한국민속촌의 시장조사는 2005년 6월 20일-23일까지 4일간에 걸쳐 이루어졌으며, 이 후 2005년 12월 9일-10일까지 2일에 걸쳐 총 2회 실시하였다.

3. 분석범위 및 방법

패션문화상품의 분석범위는 제품의 가격, 독창성, 공예적 성향을 반영하여 유명 쇼핑몰이나 관광상품점에서 판매되고 있는 높은 질적(high-quality) 수준의 고가격의 제품, 공예적 특성으로 인해 그 가치가 높게 평가되는 경우, 공예가나 작가들의 독창성이 적용된 고유 브랜드에 해당되는 상품으로 한정하였다.

분석을 위한 자료수집은 대부분의 전통문화상품 판매점에서 사진촬영이 불가능하고, 상품에 관련된 팜플렛이나 자료가 전무한 상태이므로 직접 관찰하는 방법으로 진행하였다. 분석범위 및 방법으로는 직물을 이용한 패션문화상품 중 전통문양이 활용된 패션문화상품을 중심으로 이를 패션의류 및 잡화, 액세서리, 생활소품으로 분류하였으며, 패션문화상품에 사용된 전통문양의 종류와 표현기법, 반복양식 그리고 형

태적 측면에서 사실형, 양식형, 추상형에 따른 표현방법을 중심으로 전통문양의 활용 실태를 분석하였다.

IV. 시장조사 결과 및 고찰

1. 패션문화상품의 전통문양 활용 현황

국내 유명 관광지지의 문화상품점에서 판매되고 있는 패션문화상품에는 전통문양과 조각보 기법을 활용한 것이 대부분이며, 이외 천연 염색기법을 이용한 아이템 등으로 나타났다. 본 연구에서는 전통문양이 활용된 패션문화상품을 중심으로 살펴보았다.

패션문화상품에서 전통문양의 활용은 대체적으로 전통적인 방법으로 제작된 고가의 공예품의 성향이 보이는 장식소품이나 열쇠고리와 같은 작은 액세서리에 주로 사용되고 있는 것으로 나타났다. 이는 패션문화상품에서의 전통문양이 활용되고 있으나 특정 상품에 치중되어 활용되고 있으며, 여타 문화상품에 비해 활용되고 있는 전통문양 또한 한정적이어서 패션문화상품에서 전통문양의 활용은 다소 저조한 것으로 파악되었다.

조사한 패션문화상품 중 전통문양이 활용된 것은 총 240개로 패션문화상품을 용도별 분류에 따라 아이템 현황을 파악한 결과는 <표 4>와 같다. 구체적으로 전통문양이 활용되고 있는 패션문화상품으로는 패션 의류 및 잡화류의 경우는 T셔츠, 가방(파우치, 토트백), 넥타이, 스카프, 지갑(명함), 손수건, 키홀더 등이었고, 액세서리류는 휴대폰고리, 열쇠고리, 목걸이,

브로치, 안경집, 헤어핀, 손거울, 도장집, 부채, 우산이었으며, 생활문화상품류로는 러너, 매트, 컵받침, 앞치마, 수저집과 같은 식탁용품과 방석, 베개, 쿠션, 슬리퍼 등의 침구 및 인테리어상품 그리고 액자, 주머니, 보석함, 시계, 보자기, 전통인형, 노리개, 핀꽃이, 실패, 필통, 골무 등의 장식소품으로 나타났다.

이 중 전통문양이 활용된 패션문화상품은 액세서리류가 35.42%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 패션의류 및 잡화로 32.5%, 마지막으로 생활문화상품이 32.08%로 파악되었다. 이 중 전통문양이 가장 많이 활용된 액세서리류는 제품의 특성상 부피가 작아 관광객들로 하여금 운반이 자유로울 뿐 아니라 가격면에서 다른 아이টে에 비해 가격이 저렴하여 구입하기 쉽기 때문에 사료된다. 반면 생활문화상품류는 아이টে의 종류가 의류나 액세서리에 비해 다양함에도 전통문양의 활용은 저조한 것으로 나타났다. 패션의류 및 잡화류는 <표 4>에서 제시한 바와 같이, 의류는 잡화에 비해 T셔츠 종류에 국한되어 판매되고 있었으며, 아직까지 의류를 포함한 잡화류의 다양한 아이টে의 부재와 디자인 개발이 이루어지지 않고 있음을 확인할 수 있다.

2. 패션문화상품에 활용된 전통문양의 종류

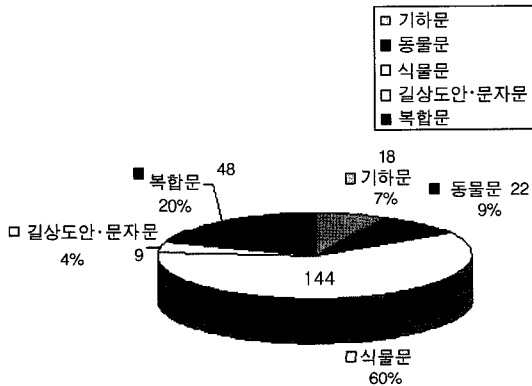
패션문화상품에 사용된 문양을 분석한 결과, 가장 많이 활용된 문양은 식물문이 60%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 복합문 20%, 동물문 9%, 기하문 7%, 길상도안·문자문 4% 순으로 나타났다(표 5).

<표 4> 전통문양이 활용된 패션문화상품의 현황

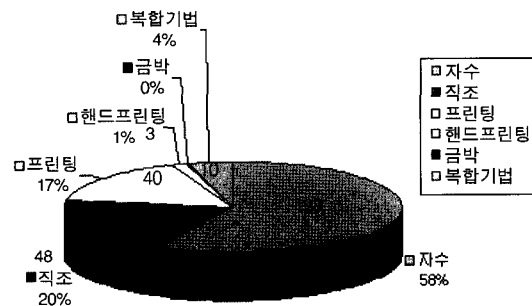
패션문화상품					
분 류	패션의류 및 잡화	액세서리	생활문화상품		
			식탁용품	침구 및 인테리어	장식소품
아이템	의류(셔츠)	휴대폰고리 (15)	러 너 (2) 매 트 (3) 컵받침 (5) 앞치마 (2) 수저집 (1)	방 석 (1) 베 개 (6) 쿠 셴 (3) 슬리퍼 (4)	액 자 (1)
	가방(파우치)	열쇠고리 (9)			주머니 (11)
	넥타이	목걸이 (2)			보석함 (3)
	스카프	브로치 (13)			전통인형 (4)
	지갑(명함)	안경집 (5)			노리개 (13)
	손수건	헤어핀 (9)			핀꽃이 (3)
	키홀더	손거울 (16)			실 패 (2)
		도장집 (6)			필 통 (8)
		부 채 (9)			골 무 (5)
		우 산 (1)			
	계	78(32.5%)			85(35.42%)
총 계(%)	240(100%)				

이 중 가장 높은 수치로 나타난 식물문의 경우, 제시된 <표 6>에서 보는 바와 같이 화문이 50개로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 모란문이 34개, 연화문 25개, 사군자문 19개, 당초문 10개, 포도와 불수감이 각 2개, 천도와 석류가 각 1개로 나타났다. 복합문의 경우는 화문과 문자문이 결합된 형태나 칠보문과 화문이 결합된 경우 그리고 화문에 화문이 자수로 처리된 형태로 나타났었으며, 대부분 직조된 직물이거나 직물 위에 자수로 2가지 이상의 문양이 장식되어 있는 형태로 나타났다. 동물문의 경우는 나비문(호접문)이 8개로 가장 많았으며, 용문과 호랑이문이 각 4개, 박쥐문 3개, 학문 2개, 봉황문 1개로 나타났다. 이 중 나비문의 경우 단독의 나비문이라기 보다는 대부분 화문과 같이 사용되고 있는 경향으로 나타났다. 기하문의 경우는 아(亞)자문이 9개, 운문 6개, 태극문 3개로 나타났으며, 길상도안·문자문의 경우는 수(壽)·희(囍)문 4개, 한글을 응용한 문양이 3개, 칠보문 2개로 파악되었다.

문양의 표현방법에 따른 형태적 특징으로는 식물문의 경우 가장 많이 활용된 화문의 형태에 있어서



<표 5> 패션문화상품에 활용된 전통문양의 유형



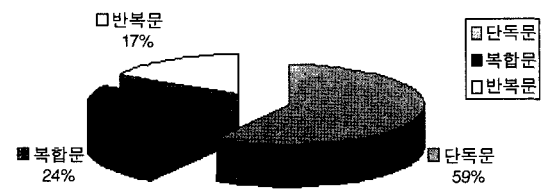
<표 6> 전통문양의 표현기법

전통적인 화문의 이미지보다 약식화된 형태로 사용되어 양식형이 대부분을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 반면 목단문은 화려하고 정교한 이미지로 다소 약식화된 경향을 보였으나 공예품에 포함되는 상품의 경우 대부분 섬세한 사실적 형태를 유지하고 있어 사실형에 가까운 형태로 사용되고 있는 것으로 파악되었다.

그 외 다른 식물문인 연화문, 사군자문, 포도문, 불수감문, 천도문, 석류문 등은 대체적으로 실물의 형태보다 다소 약식화되어 색채를 강조한 양식형의 문양으로 사용되고 있음을 알 수 있었다. 한편, 동물문의 경우는 식물문보다 대부분 사실적 형태에 가까운 문양으로 묘사되어 사용되었으나, 나비문(호접문)의 경우는 나비의 형태적 특징을 단순하게 표현한 양식형도 사용되고 있는 것으로 나타났다. 또한 기하문의 경우 아(亞)자문은 주로 연속적인 선의 이미지로 사용된 것이 특징이며, 길상도안·문자문에서의 경우 훈민정음과 한글을 자음과 모음으로 분리하여 사용되었으나 대부분 한자를 그대로 활용하고 있는 것으로 파악되었다.

3. 패션문화상품에 활용된 전통문양의 표현기법 및 구성양식

패션문화상품에 사용된 전통문양의 표현기법은 대부분의 아이템에서 전통문양을 표현하는 기법 중 하나인 자수가 58%로 가장 많이 활용되고 있는 것으로 나타났다(표 7). 이는 문화상품 중 부피가 작은 액세서리에 많이 사용됨에 따라 다양한 아이টে에 의해 차지하는 비율이 높을 뿐 아니라 자수기법이 국내·외 관광객에게 한국의 미를 표현하는 전통기법으로 인식되면서 그 활용도가 높게 나타났다고 볼 수 있다. 다음으로 직조된 직물이 20%로 높게 나타났으며, 사용된 직물의 종류로는 주로 한복에 많이 사용되는 갑사나 양단이 많은 것으로 파악되었다. 이 외에 소수의 공예가나 섬유작가에 의해 출토직물이나 유물에



<표 7> 전통문양의 반복양식

서 유래된 전통문양을 응용한 직물도 찾아 볼 수 있었으나, 이것은 소수의 한정적인 상품에만 적용된 것으로 나타났다. 그 다음으로 표현기법 중 프린트 기법 17%로 나타났으며, 최근 소량 다품종 제품을 위하여 DTP(digital textiles printing)를 이용한 프린팅 기법도 활용되고 있는 것으로 나타났다. 이 외의 표현방법으로는 직조된 직물 위에 자수로 장식된 복합기법과 채회기법인 핸드페인팅(hand-painting) 그리고 금박기법 등으로 나타났으며, 소수의 아이টে만 적용된 것으로 나타났다. 따라서 상품에 사용된 표현기법은 자수가 대부분으로 문양의 특성을 표현하는 기법의 다양성을 찾아보기 어려웠다.

이러한 표현기법은 문양의 구성양식을 결정하는 요인으로 작용하였는데, <표 7>에 제시된 바와 같이 고가의 공예품을 제외한 대부분의 아이টে의 경우 59%로 단독문이 가장 많이 사용되고 있는 것으로 파악되었다. 단독문은 주로 자수기법에 활용된 표현방법으로 단순화된 양식화 형태로 나타났으며, 소수의 핸드페인팅 기법에서도 단독문의 형태를 보였다. 그러나 핸드페인팅 기법은 인테리어나 장식소품과 같은 공예품 성향의 제품인 경우가 대부분으로 사실형에 가까운 단독문의 형태가 사용되었다. 다음으로 2개~5개의 문양을 함께 전개시킨 복합문이 24%, 한 개의 문양을 패턴의 배열 방법에 따라 전개된 반복문이 17%로 나타났으며, 복합문과 반복문은 직조된 직물과 프린팅된 직물의 경우에서 찾아 볼 수 있었다.

따라서 패션문화상품에 활용된 전통문양의 구성양식은 단독문이 일반적으로 활용되고 있으며, 이는 앞서 언급한 바와 같이 패션문화상품 중 부피가 작은 액세서리가 차지하고 있는 비율이 높고, 여기에 자수기법이 많이 활용됨에 따라 단독문의 구성양식에 치중되어 나타난 것으로 볼 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 패션문화상품에 활용된 전통문양의 활용 실태를 파악하기 위하여 문헌고찰, 선행연구, 시장조사를 통해 패션문화상품의 범위를 선정한 후 국립중앙·민속박물관 뮤지엄 샵, 인사동 전통문화상품 판매점, 한국민속촌 등에서 유명 소품물이나 관광상품점에서 판매되고 있는 높은 질적(high-quality) 수준의 고가격의 제품과 독창적이거나 공예적인 성향으로 인해 그 가치가 높게 평가되는 패션문화상품으로

한정하여 패션문화상품의 현황 및 활용되고 있는 문양의 종류, 표현기법, 반복양식에 따른 사례를 분석하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 국내 유명 관광지의 문화상품점에서 판매되고 있는 패션문화상품의 전통문양 활용은 고가의 공예품의 성향이 보이는 장식소품이나 열쇠고리와 같은 작은 액세서리에 주로 사용되고 있는 것으로 나타났다. 즉 전통문양이 활용되고 있는 패션문화상품으로 부피가 작고 저렴한 가격의 액세서리 종류가 가장 많았으며, 다음으로 패션의류 및 잡화, 생활문화상품 순으로 나타났다. 이 중 의류나 생활문화상품류의 경우는 아이টে의 종류가 다양함에도 불구하고 전통문양의 활용은 저조한 것으로 나타났으며, 이는 의류를 포함한 잡화류의 다양한 아이টে의 부재와 디자인 개발이 이루어지지 않고 있음을 알 수 있다. 따라서 패션문화상품에서의 전통문양의 활용은 액세서리와 같은 특정 아이টে에 치중되어 있으며, 한정된 아이টে로 여타 문화상품에 비해 패션문화상품에서의 전통문양의 활용은 저조한 것으로 볼 수 있다.

둘째, 패션문화상품에 사용된 전통문양은 식물문이 가장 높은 수치를 보였으며, 이 중 화문이 가장 높은 수치를 나타냈다. 다음은 복합문으로 특히 화문과 문자문이 결합된 형태나 칠보문과 화문이 결합된 경우가 많은 것으로 나타났다. 다음으로는 동물문으로 나비문(호접문)이 가장 많이 사용되었고, 기하문, 길상도안·문자문 순으로 나타났다. 사용된 문양의 표현 방법으로는 공예적 성향의 제품을 제외한 액세서리, 패션의류 및 잡화류 등의 대부분의 경우 사실형보다 단순화된 양식형 문양이 주로 사용되고 있는 것으로 나타났다. 따라서 패션문화상품의 전통문양의 활용은 다양한 문양에 대한 정보와 이해의 부재로 특정 문양을 양식화된 패턴을 중심으로 활용되고 있음을 확인할 수 있다.

셋째, 전통문양의 표현기법으로는 대부분의 아이টে에서 문양의 전통적인 표현기법의 하나인 자수가 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 한복 소재로 사용되고 있는 갑사와 양단과 같은 직조 직물의 사용이 많았으며, 그 외 프린팅 기법인 전사염이나 DTP(digital textiles printing)를 활용하는 경우도 볼 수 있었으며, 또 한 직조된 직물 위에 자수를 가미한 복합기법과 핸드페인팅 그리고 금박기법 등도 사용되었다. 또한 문양의 반복양식으로는 단독문이 59%로 가장 많이 사용되었으며, 다음으로 2개~5개의 문양을 함께

전개시킨 복합문이 24%, 한 개의 문양을 패턴의 배열 방법에 따라 전개된 반복문이 17%로 나타났다. 따라서 패션문화상품에 활용된 전통문양은 자주기법이 일반적으로 활용되고 있었으며, 사용된 문양의 반복양식은 양식화된 단순문으로 문양의 형태적 특징을 부각시키는 다양한 전개방법은 찾아보기 어려운 것으로 파악되었다.

이상과 같이 살펴본 결과 패션문화상품의 경우 소수의 작가 작품을 제외한 대부분의 상품은 다양한 문양에 대한 이해는 물론 표현기법의 연구와 개발이 다양하게 이루어지지 않고 있으며, 제품의 특징과 상관없이 몇몇의 특정 문양과 표현기법에 치중되어 있어 독창성과 다양성이 결여된 제품이 많은 것으로 나타났다.

따라서 국내·외 관광객을 위한 고감성·고부가가치의 패션문화상품을 개발하기 위해서는 문화적 가치를 내재한 전통문양에 대한 깊이 있는 연구와 이해를 토대로 전통문양의 한국적 미를 재해석하고, 나아가 전통문양 이외의 우리 문화유산이 패션문화상품에 적극적으로 활용되어져야 할 것으로 본다.

참고문헌

- 국립중앙박물관. (1998). *한국전통문양*. 서울: 국립중앙박물관.
- 김소형. (2005). *패션문화상품 디자인 개발-전통조각보의 이미지를 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김태선. (2000). *뮤지엄 샵 활성화를 위한 문화상품 발전방안 연구-국내·외 박물관의 문화 상품 현황분석을 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김현주, 서수현, 장남경. (2005). 태극기를 응용한 패션상품 개발을 위한 디자인 프로세스. *복식*, 55(4), 1-15.
- 김혜경, 이지영, 이혜성. (2004). 단청문양을 응용한 니트웨어 디자인. *한국의류산업학회지*, 6(4), 415-420.
- 김희수. (2000). *도깨비 문양의 상징성을 이용한 웹사이트 디자인 연구*. 경기대학교 대학원 석사학위 논문.
- 독자의 소리, "인사동 공예품 '도종'도 많다". (2005, 9. 21). *경향신문*. 자료검색일 2005, 10. 2, 자료출처 <http://news.khan.co.kr>
- 매일경제연구소. (1997). *보고서, 우리나라 문화상품의 디자인 개발-전통정책에 관한 연구*. 서울: 매일경제연구소.
- 문은아. (2002). 문화상품 산업화를 위한 디자인 기획 방향에 관한 연구-감성 요소 중심으로. *한국디자인포럼*, 7, 152.
- 문화관광부. (1998). *패션디자인 문화상품 개발·육성 방안 연구*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2000). *공예문화상품 통계조사 및 현황분석*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2001). *문화산업백서*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2004). *공예문화관광상품 제작 유통 실태조사 보고서*. 서울: 문화관광부.
- 민속학술자료총서. (2002). *전통복식2*. 서울: 우리마당터.
- 박순천. (2006). 한국 전통암각화 문양을 응용한 문화상품 디자인 개발에 관한 연구(1)-울산 반구대 암각화의 거북, 배, 사람얼굴 문양을 중심으로-. *한국복식학회*, 56(6), 33-44.
- 박옥련. (2000). *한국전통복식 문양사*. 서울: 형설출판사.
- 박윤정. (1999). *한국전통문양을 응용한 넥타이디자인 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박종수. (1997). 문화의 상품화를 통한 수출 기업의 경쟁우위 확보방안. *국제상학*, 13(3), 78.
- 산업자원부. (2000). *전통소재에 의한 한국문화상품의 특성화 연구*. 서울: 산업자원부.
- 서현화. (2001). 섬유를 소재로 한 문화상품 개발 연구-한국 전통이미지 중심으로-. *한국공예논총*, 4(1), 47-57.
- 신혜선. (2002). *한국 단청문양을 모티브로 한 패션문화상품 디자인에 관한 연구-의상디자인을 중심으로*. 성균관대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이미석. (2006). 고구려 와당(瓦當)문양을 응용한 문화상품 개발에 관한 연구. *복식*, 56(6), 87-95.
- 이연순. (2000). *직물디자인*. 서울: 형설출판사.
- 이진화, 김민자, 이진민. (2005). 한국 패션문화상품의 고부가가치화를 위한 대응전략 연구. *한국의류학회지*, 29(7), 971.
- 임영주. (1998). *한국전통문양*. 서울: 예원.
- 임영주. (2004). *한국의 전통문양*. 서울: 대원사.
- 장소영. (2002). *디지털 날염을 이용한 문화상품*. 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 정진순. (2004). 연꽃문양을 이용한 직물디자인 개발 및 문화상품제작(1)-연꽃문양의 자료조사 및 문화상품 사례조사를 중심으로. *한국의류산업학회지*, 6(2), 135-143.
- 조효숙, 김신경, 이은진. (2004). 전통 모란문을 응용한 크리스마스용 소품 개발. *한복문화학회*, 7(3), 81-88.
- 한국관광공사. (2004a). *외래관광실태조사 결과보고서*. 한국관광공사. 자료검색일 2005, 5. 4, 자료출처 <http://knto.co.kr>
- 한국관광공사. (2004b). *관광지*. 한국민속촌. 자료검색일 2005. 6. 20, 자료출처 <http://visitkorea.or.kr>
- 홍희숙. (2001). 추구혜택과 패션이미지가 제주지역 패션문화상품 갈옷 구매의도에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 39(2), 3-4.