

무궁화를 활용한 패션문화상품 개발 연구

라 선 정[†]

공주대학교 의류상품학과 조교수[†]

A study on the development of fashion culture products using Mugunghwa

Sun-Jung Ra[†]

Assistant Prof., Dept. of Fashion Design and Merchandising, Kongju National University[†]
(2020. 12. 16 접수; 2021. 2. 3 수정; 2021. 2. 11 채택)

Abstract

This paper is intended to apply Mugunghwa, which is the official flower that symbolizes the country, to fashion cultural products to promote the identity and enhance the cultural value of South Korea. The purpose of this study is to increase the understanding and use of tradition. As for study methods, first, the range of uses for Mugunghwa were examined from diverse angles, second, images associated with modern senses that reflect trends were developed to create more value. Third, the role of a cultural ambassador was proposed by adding the image of Mugunghwa to fashion accessories and miscellaneous goods applicable to real life. This was carried out through theoretical and empirical studies, such as literature reviews and case study analysis, and as a result, 13 textile designs and 26 fashion cultural products were developed. It is hoped that the foregoing will enable the pursuit of new values of the image symbolizing the country and the forming a bond, and it is expected that the foregoing can provide opportunities to develop diverse national symbols, thereby enhancing the national image.

Key Words: national symbol(국가상징), Mugunghwa(무궁화), fashion culture products(패션문화상품), national image(국가이미지), contents(콘텐츠)

I. 서론

글로벌 사회에서 대한민국의 주체성과 경쟁력을 높이기 위한 방법으로 한국적 이미지가 담긴 국가 상징물을 공식적 지표로 활용한다. 특히 패션문화상품을 통해 국가의 정체성을 높

일 수 있는 모티브를 선정하는 것은 세계적으로 경쟁력을 확보하고 제고시킬 수 있는데 그 영향력이 크다. 이에 본 연구에서는 대한민국 국화인 무궁화를 이용하여 한국의 문화적 가치 및 정통성에 대한 인식을 높이고자 무궁화 모티브를 활용한 텍스타일 디자인을 개발하고 이를 바탕으로 현대적 감각에 맞는 패션문화상품

[†]Corresponding author ; Sun-Jung Ra
Tel. +82-41-850-8304
E-mail : ralra98@kongju.ac.kr

을 제안하고자 한다.

본 연구의 구체적 내용은 다음과 같다. 먼저 나라꽃인 무궁화의 상징적 의미를 여러 측면에서 살펴보고 활용범위를 모색한다. 다음으로 무궁화를 모티브로 한 문화상품으로 활용된 사례를 점검함으로써 국가 이미지로서의 적용 범위와 역할을 명확히 한다. 또한 무궁화를 바탕으로 하여 트렌드를 반영한 텍스타일 디자인 13점과 이를 활용하여 고부가가치 창출을 위한 패션문화상품 26점을 제안한다. 이때 패션문화상품의 아이템 구성은 최근 3년간 판매된 사례를 조사하여 선호도 및 구매도가 높은 패션잡화 및 생활소품으로 선정한다.

연구 방법은 문헌고찰의 이론적 연구와 작품 제작의 실증적 연구를 진행하고자 한다. 이론적 고찰을 통하여 무궁화의 정의 및 특성을 이해하고, 국가 이미지 제고를 위한 문화상품 개발을 위해 현재 국가 이미지를 활용한 패션문화상품의 사례를 살펴본다. 국가 이미지의 개념을 고찰하기 위해 행정자치부의 자료를 분석하였고, 온라인 검색을 통해 국화인 무궁화를 활용한 패션문화상품 사례를 고찰하였다.

선행 연구는 무궁화와 문화상품을 키워드로 조사되었는데 주로 패션문화상품 디자인 개발에 관한 연구와 제품에 대한 태도 및 구매행동에 관한 마케팅 연구로 나뉘어졌다. 한국 전통문양 이미지를 활용한 디자인 개발에 관한 연구가 진행되었고(김미현, 2012; 김여경 외, 2013; 범서희 외, 2010), 지역 상징물을 바탕으로 문화관광 축제 활성화를 위해 연구되었다(정경희, 2009). 또한 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 태도가 구매의도에 미치는 영향과 상관관계에 관해 연구되었다(김하연, 2008; 조운경, 2008; 장세정, 2007). 여러 선행연구를 종합하면 문화상품 구매태도에 관한 내용으로 국화를 주제로 한 패션문화상품에 대한 연구가 요구되었고, 국가 이미지 향상을 위한 패션문화상품의 연구의 중요성이 제시되었다. 이에 본 연구에서는 실생활의 활용도가 높은 문화상품군으로 확대하여 국화인 무궁화를 활용하여 국가 이미지를 향상시킬 수 있는 문화상품을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 무궁화의 국가상징적 의미

국가상징이란 국제사회에 한 국가가 존재한다는 사실을 알리기 위해 자국을 잘 알릴 수 있는 내용을 그림이나 문자도형 등으로 나타낸 공식적인 징표로서, 국민적 자긍심의 상징이라 할 수 있다(국가상징개요, 2020). 국가상징은 어느 한 순간에 인위적으로 만들어진 것이라기보다는 그 국가사회의 역사와 문화적 환경이나 학습 그리고 관습에 의한 주관적 의미체계를 지니고 있으며, 그 관념들을 커뮤니케이션하기 위해 기호화한 표현이다(김미현, 2012). 이렇듯 국가상징은 세계의 각 나라마다 그 역사와 문화를 기초하여 국가의 상징물로 정하고 있다. 이는 대내적으로는 국민들의 애국심을 화합하고 조화를 고취시키며, 대외적으로는 나라의 이미지를 부각시키고, 국가의 영속성을 도모한다.

무궁화는 우리나라를 상징하는 국화로, ‘피고 또 피어 영원히 지지 않는 꽃’이란 의미를 지닌다. 국문명으로 ‘무궁화’, 학명으로 *Hibiscus syriacus* (*Althaea frutex*)로 쓰인다. 영문명은 ‘Rose of Sharon, Shrub Althea’이며 한문은 ‘無窮花’이다(행정자치부, 2016).

무궁화가 언제부터 우리나라의 국화로 제정되었는지는 확실하지 않지만, 역사적으로 우리나라를 상징하는 꽃의 의미로 사용된 예는 많이 알려져 있다. 먼저, 문헌기록 가운데 무궁화가 언급된 시작은 고려시대 이규보의 문집 『동국이상국집(東國李相國集)』에서 살펴볼 수 있다. 무궁화를 근화(樓花)로 부르게 되었는지에 대한 내용을 시작으로 ‘이 꽃은 원래 잠깐 피어 하루를 가지 않음이 허무한 인생과 같지만 이를 두고 오히려 무궁(無窮)이라 이름한 것이다.’ 라는 끝을 맺고 있다.

중국 지리서 『산해경(山海經)』에는, “해동(海東)에 군자의 나라가 있는데, 의관 차림에 칼을 차며 사양하기 좋아하고 다투지 않으며, 근화초(樓花草)가 있어 아침에 피고 저녁에 진다.” 하였고, 또 『고금기(古今記)』에는, “군자의 나라는 지방이 1천 리인데 목근화(木樓花)가 많다.” 하였고, 또 『동방삭신이기(東方朔神異記)』에는, “동방(東

方) 사람이 있으니, 남자는 모두 흰 띠에 고관(古冠)을 쓰고 여자는 모두 채색 옷을 입으며, 항상 공손히 앉아 서로 침범하지 않으며, 서로 칭찬하고 헐뜯지 않으며, 남의 환란을 보면 사지라도 뛰어들어 구제한다. 얼른 보아 어리석은 것 같으나 이를 일러 선인(善人)이라 한다.” 하였으니, 이는 모두 우리나라를 가리켜 말한 것이다. 대개 우리나라는 태초(太初)부터 민속이 순고한데다가 기자(箕子)가 교화를 퍼 크게 문화를 변화시킴으로 인해 그 의관문물(衣冠文物)이 반드시 위에서 말한 바와 같은 것이었다. 『후한서(後漢書)』에 또, “천성이 유순하여 도(道)로 다스리기 쉽고, 변(弁)을 쓰고 비단을 입으며 그릇은 조두(俎豆)를 쓴다.” 하였으니, ‘이것은 필시 기씨(箕氏)의 교화가 미쳐 그런 것이리라. 애석하게도 이와 같은 사실이 본국에는 전하지 않는다. 그래도 중국 서적에 이처럼 보이니 참으로 다행한 일이다.’ 라고 하여 중국 문헌의 내용을 바탕으로 예부터 우리나라를 무궁화와 연결 지었다는 것을 말하고 있다. 이 내용은 『임하필기(林下筆記)』에도 그대로 인용되어 사용되었는데 “당(唐) 현종(玄宗)은 신라(新羅)를 군자의 나라라고 하였고, 또 고려 때 표사(表詞)에 우리나라를 일컬어 근화향(槿花鄉)이라 하였으니 이는 대개 위 글에 기인한 것이다. 여기에 기록하여 이문(異聞)으로 삼는다.” 라는 내용으로 인용되어 있다. 즉, 무궁화는 우리 민족과 함께 살아 숨 쉬는 정신적·정서적인 의미가 작지 않음을 알 수 있다.

무궁화에 대한 여러 가지 기록도 확인된다. 『산해경(山海經)』의 ‘근화초(槿花草)’, 『구당서(舊唐書)』의 ‘금화향(槿花鄉)’, 『양화소록(養花小錄)』의 ‘목근화(木槿花)와 근역(槿域)’, 『왜기(倭記)』의 ‘조선의 국화’, 애국가 가사의 ‘무궁화 삼천리 화려 강산’, ‘조선에서 불려진 이름(한국민족문화백과사전, 1993)’ 등 다양한 표현으로 무궁화를 말하고 있다. 이런 내용을 종합하면 무궁화는 이미 한국을 대표하는 꽃으로 고조선 때부터 삼국, 통일신라, 고려, 조선, 대한제국, 대한민국으로 이어지는 동안 변함없이 그 위상을 확보하고 있었다. 공식적으로 국화가 제정되지 않은 상황에 국토와 연관된 꽃인 무궁화를 나라꽃 또는 겨레 꽃의 의미로 통용하였던 인식이 무궁화를 채택하게 된 배경으로 볼 수 있다(목수현, 2008). 즉, 무궁화는

역사적으로 국토를 상징하는 나라꽃으로 또한 국가를 상징하는 꽃으로 삼았다 할 것이다.

무궁화를 고조선에서는 ‘하늘나라의 꽃’으로, 신라에서는 ‘근화향’이라고 부르는 등 우리 민족과 함께 오랜 세월을 견뎌 온 무궁화는 애국가에 가사가 삽입되면서 더욱 국민들의 사랑을 받아왔다. 일제강점기에도 무궁화에 대한 한결같은 사랑은 계속되었다. 당시 우리나라 국민은 “역사도 배울 수 없고, 국기도 볼 수 없었으며, 국가도 부를 수 없었던 일제하에서 오로지 무궁화만이 해마다 자라고 꽃을 피워 우리나라 국민이 한민족임을 자각하게 하고 또한 독립을 염원하게 하였다.” 하였고(염도의, 1982), 광복 후 무궁화는 자연스럽게 나라꽃으로 확고히 하게 되었다(행정자치부, 2016). 이러한 무궁화의 상징성은 1988년 서울 올림픽을 계기로 무궁화동산 및 거리 조성, 2002년 월드컵 시기 무궁화 축제가 개최되면서 더욱 커지게 되었고, 2007년 대한민국 국회에 국화 법제화 추진과 함께 8월 8일 무궁화의 날로 지정되었다. 이처럼 역사의 아픔과 영광을 함께 한 우리나라 꽃 무궁화의 정신을 선양해야 할 것이다. 또한 우리나라의 국가 상징물로서 무궁화의 지속적 관리와 발전을 위한 노력이 계속되어야 할 것이다.

국가 상징물인 무궁화는 우리나라의 역사와 문화 나아가 민족정신까지 깃든 상징물이며, 누구나 공감하고 결속력을 다질 수 있는 영속적 가치를 가진 우리나라의 대표 이미지라 할 수 있다. 우리나라의 국가 상징을 관리하고 있는 행정자치부의 정당당관에서는 국민 통합과 자긍심의 상징인 국가 상징의 개념과 의미를 정의하고, 대한민국의 정체성 확립을 위한 다양한 선양 사업을 진행하고 있다.

이러한 국가 상징은 각종 디자인의 모티브로 사용되면서 국가브랜드 또는 국가 이미지 조성 및 상향에 활용되고 있다. 이러한 개념은 한 국가의 주체성 또는 고유성에 기반을 두고, 국가의 경쟁력으로 활용될 수 있다. 따라서 세계 여러 나라에서는 국가브랜드를 형성하고 국가 상징물을 활용하여 국가의 이미지를 높이기 위한 활용 방안에 대한 노력이 계속되고 있다. 이에 문화상품은 국가 상징의 이미지에 긍정적 역할을 할 수 있는 시의적절한 활용방법이라 할 수 있다.

〈표 1〉 무궁화 모티브 활용 문화상품 사례

구분	무궁화 모티브가 활용된 문화상품				
패션잡화 및 악세서리	 <p>〈그림 1〉 손수건 (출처: http://www.khmall.or.kr)</p>	 <p>〈그림 2〉 손수건 (출처: https://www.museumshop.or.kr)</p>	 <p>〈그림 3〉 손수건 (출처: https://gemmyart.modoo.at/)</p>	 <p>〈그림 4〉 스카프 (출처: https://gemmyart.modoo.at/)</p>	 <p>〈그림 5〉 반다나 (출처: https://gemmyart.modoo.at/)</p>
	 <p>〈그림 6〉 에코백, 파우치 (출처: https://www.styleshare.kr/)</p>	 <p>〈그림 7〉 에코백 (출처: https://gemmyart.modoo.at/)</p>	 <p>〈그림 8〉 넥타이 (출처: http://www.urisalm.com)</p>	 <p>〈그림 9〉 넥타이 (출처: http://www.urisalm.com)</p>	 <p>〈그림 10〉 쥬얼리 (출처: https://www.styleshare.kr/)</p>
기타	 <p>〈그림 11〉 비닐폴더 (출처: http://www.khmall.or.kr)</p>	 <p>〈그림 12〉 노트 (출처: https://www.museumshop.or.kr)</p>	 <p>〈그림 13〉 부채 (출처: https://gemmyart.modoo.at/)</p>	 <p>〈그림 14〉 부채 (출처: http://www.urisalm.com)</p>	 <p>〈그림 15〉 보석함 (출처: http://www.urisalm.com)</p>

문화상품은 국가 혹은 사회가 지닌 독창적 문화 가치와 경제적 효용 가치가 결합되면서 생산되는 모든 상품을 말하는데 단순한 상품으로서의 역할이 아니라 한국의 이미지를 전달하고 국가브랜드를 각인시키고 가치를 높일 수 있는 중요한 매개체라는 점에서 의의가 있다.

2. 무궁화를 모티브로 한 문화상품 활용 사례

무궁화를 적용하여 디자인된 문화상품이 판매되는 사례를 찾아보기 위하여 국립박물관문화재단 문화상품점 및 국립박물관 뮤지엄샵, 한국문화재단의 전통문화테마숍(KHmall)을 비롯하여 최근 3년 이내 무궁화를 소재로 한 각종 공모전을 개최·참여한 기관 및 기업을 대상으로 조사하였다. 최근 3년간 국립박물관 문화재단에 소속된 기

관은 국립중앙박물관, 국립경주박물관, 국립대구박물관, 국립김해박물관, 국립진주박물관, 국립광주박물관, 국립제주박물관, 국립익산박물관(국립미륵사지 유물 전시관), 국립민속박물관, 국립한글박물관, 대한민국의역사박물관, 대한민국 국회, 대통령기록관, 아시아문화전당, 정부세종청사 등 총 15곳으로 확인된다. 조사기간은 2020년 2월 1일부터 5월 31일까지이며 조사품목은 최근 3년 이내 팸플릿 및 온라인에 제시 판매된 상품을 대상으로 하였다.

〈표 1〉과 같이 무궁화의 모티브가 활용된 문화상품 사례를 살펴보면 〈그림 1〉, 〈그림 2〉, 〈그림 3〉의 무궁화 꽃잎을 모티브로 한 손수건이 제작되었고, 〈그림 4〉, 〈그림 5〉와 같이 무궁화를 모티브로 한 기하학적 문양을 활용한 스카프 및 반다나가 제작되었다. 〈그림 6〉, 〈그림 7〉의 에코백

과 파우치로 활용된 사례도 있으며, <그림 8>, <그림 9>의 넥타이로 제작된 사례 역시 확인되었다. 이렇듯 무궁화는 각종 문화상품을 판매하는 브랜드에서 활용된 것으로 나타났고, 제품의 모티브로 무궁화의 이미지가 활용된 것으로 나타났다. 특히 손수건, 스카프, 넥타이, 가방 등의 패션 잡화 및 소품으로 그 활용도가 높은 것으로 확인되었다.

<그림 10>과 같이 목걸이, 귀걸이 등의 주얼리 디자인에 모티브가 활용되어 고급스러움을 나타내기도 하였으며, <그림 11>, <그림 12>처럼 학용품으로 활용된 사례도 확인되었다. 한국적 아름다운 요소를 담아 형상화할 수 있는 <그림 13>, <그림 14>의 부채와 <그림 15>의 나전칠기 보석함도 제작되었다.

이러한 사례로 보았을 때 무궁화 모티브를 활용하여 제작된 상품은 우리 일상생활에서 편리하게 사용할 수 있는 제품에서부터 고부가가치를 창출할 수 있는 제품에 이르기까지 다양한 문화상품 개발 가능성을 보여주고 있음을 알 수 있다. 총 15종의 무궁화 활용 문화상품이 제작, 판매되었으며 이 가운데 손수건 3종, 넥타이 2종, 스카프 1종, 반다나 1종, 에코백 2종으로 5가지의 패션소품이 제작되었다. 따라서 본 연구에서는 기왕의 사례를 참고하여 5종의 패션소품을 문화상품으로 제안하고자 한다.

이와 같은 사례를 분석해 본 결과, 무궁화는 국화로서 한국인의 정서와 감정을 내포하고 있어 대한민국을 대표하는 국가상징으로서의 미적가치를 지니고 있었다. 무궁화는 트렌드를 반영하여 활용할 수 있는 모던한 모티브이며, 디자인 요소를 적용시켜 다양한 분야의 패션문화상품으로 활용할 수 있는 가능성이 높은 아이টে이다. 현대적 디자인을 적용하여 세련되면서 모던함을 추구할 수 있고 실생활에 도입하여 친근하게 활용할 수 있는 상품의 개발은 무궁화가 지닌 가치를 더욱 빛나게 할 수 있는 소스가 될 것으로 여겨진다.

Ⅲ. 무궁화 모티브 활용 패션문화상품 개발

1. 디자인 컨셉 및 텍스타일 디자인 제작

무궁화를 모티브로 한 패션문화상품을 제안하기 위하여 먼저 디자인 컨셉을 설정하였다. 설정된 패션이미지에 맞추어 무궁화 모티브를 활용한 디자인, 패턴화 할 수 있는 텍스타일 디자인 작업을 진행하였다.

패턴의 칼라나 디자인 이미지는 내추럴·에스닉·로맨틱 등 무궁화가 지닌 본래 이미지를 담아 컨셉을 정하였다. 또한 현대적 디자인 감각이 드러날 수 있는 퓨전 스타일을 더하였다.





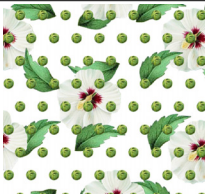



무궁화 원형의 이미지를 살리고 자연친화적 소재를 더하여 디자인한 내추럴 스타일의 텍스타일 디자인 4점과 토속적 아름다움을 추구할 수 있는 에스닉 스타일의 텍스타일 디자인 3점, 곡선형 이미지를 더하여 우아함을 살린 여성스럽고 부드러운 추구하고자 한 로맨틱 스타일의 텍스타일 디자인 3점, 자연스러운 흐름과 대비되는 기하학적 패턴으로 크로스오버적인 이미지의 퓨전 스타일의 텍스타일 디자인 3점으로 총 13점을 패턴화하여 텍스타일 디자인 하였다.

무궁화의 이미지를 모티브로 하여 디자인하고 패턴화하는 작업은 Adobe Photoshop CS6와 Adobe Illustration CS6을 사용하였다. 각각의 디자인 컨셉에 따른 모티브, 주요칼라와 이를 바탕으로 패턴화 작업한 텍스타일 디자인을 종합하면 <표 2>와 같다.

2. 무궁화를 적용한 패션문화상품 제안

제안하고자 하는 패션문화상품의 아이টে은 무궁화를 모티브로 한 문화상품 활용 사례 조사 결과와 같이 문화상품 제작 사례 및 선호도가 높은 것으로 나타난 상품군인 손수건·스카프·넥타이·에코백을 제안하고자 하며, 10-20대 중심으로 다양하게 활용할 수 있는 반다나 소품을 추가 선정하였다. 선정된 아이টে은 각각의 유형에 맞추어 패션문화상품으로 제안되었는데, 넥타이와 스카프는 패션 소품으로서 의상과 매치하여 사용할 수 있는 활용도가 높은 아이টে이며 에코백은 친환경과 트렌드를 반영하여 전반적인 공감대를 형성할 수 있는 현 시점의 경향을 따르고자 하였다.

〈표 2〉 무궁화 모티브로 한 텍스타일 디자인

디자인 컨셉	주요 칼라	주요 모티브	텍스타일 디자인
내츄럴			
			
			
			
에스닉			
			
			

디자인 컨셉	주요 칼라	주요 모티브	텍스타일 디자인
로맨틱			
			
			
퓨전			
			
			

〈표 3〉 아이템별로 제안된 패션문화상품

아이템	제안된 상품				
손수건					
스카프					
					
에코백					
반dana					
넥타이					

각각의 아이템별로 제안된 상품은 손수건 7점, 스카프 8점, 에코백 5점, 반dana 4점, 넥타이 2점으로 총 26점이다. 각각 제안된 상품은 〈표 3〉과 같이 정리될 수 있다.

IV. 결 론

지금까지 무궁화를 활용한 국가 상징 이미지 제고를 바탕으로 패션문화상품에 한국을 대표하는 국가 상징 이미지를 무궁화를 적용함으로써 문화대사로서의 역할을 제안하였다. 이의 내용을 정리하면 다음과 같은 결론을 얻을 수 있다.

이론적 문헌고찰과 실증적 사례분석을 통하여 도출된 국가 상징으로서 패션문화상품에 활용된 현재와 발전 가능성은 다음과 같다. 첫째, 대한민국을 대표하는 국화인 무궁화는 국가 상징으로서 미적 가치를 지니고 있는 것으로 나타났다. 무궁화가 지닌 상징적 의미를 더하여 다양한 캐릭터 개발이나 관련 콘텐츠 개발이 다양하게 이루어져야 할 것으로 보인다. 둘째, 무궁화는 사례조사 결과 현대적 디자인으로 활용하기 적합한 국가 상징 이미지로 나타났다. 따라서 패션문화상품에 적용된 무궁화 모티브의 창의적인 디자인이 필요하며 이를 활용한 아이템이 다각적으로 개발되어야 할 것으로 보인다. 셋째, 무궁화는 디자인 측면에서 다양하게 활용할 수 있는 가능성을 찾았다. 그에 따라 실생활에서 다양하게 활용할 수 있는 편안하고 친근한 이미지의 디자인 제안이 필요하다고 판단된다.

검토된 결과를 바탕으로 국가 상징 이미지로서 무궁화 모티브를 이용한 패션문화상품의 활용방안을 제시하고, 결과로써 텍스타일 디자인 13점과 패션문화상품 26점을 제안하였다. 첫째, 무궁화 모티브를 적용한 패션문화상품을 컨셉과 아이템 별로 제안하여 활용 범위를 넓히고자 하였다. 이를 통해 국가 이미지를 더욱 부각시킬 수 있는 국가 상징 이미지의 가치를 향상시킬 수 있는 방안을 모색하였다. 둘째, 트렌드를 반영한 패션 이미지 가운데 내추럴·에스닉·로맨틱·퓨전을 컨셉으로 하여 아이템에 따라 디자인의 다양성을 추구하였다. 이는 국가 상징 이미지의 보다 높은 창의적 디자인 개발에 대한 인식이 높아질 수 있으며, 새로운 디자인의 계기를 제공해 줄 수 있을 것이다. 셋째, 실생활에 자주 접할 수 있는 편안하고 친근한 이미지의 패션문화상품을 제안하여 국가 상징으로서의 새로운 이미지 형성에 도움을 주었다. 국가 상징 이미지의 공감대를 형성하고 나아가 새로운 가치 추구를 기대할 수 있을 것으로 여겨진다. 본 연구의 한계점으로는 패션문화상품 가운데 구매도가 높은 손수건·스카프·넥타이·가방 등 패션잡화 및 소품으로 한정하였기 때문에 연구의 결과를 다른 아이템에 적용시킬 경우 무리가 있음을 지적한다. 따라서 다양한 국가 상징 이미지를 바탕으로 한 패션문화상품의 아이템 개발 등의 후속 연구가 이어져야 할 것으

로 사료된다. 이러한 연구결과를 바탕으로 다른 국가 상징 이미지를 발굴할 수 있기를 기대하며, 국가 이미지의 문화적 가치를 재인식하고 국가 이미지 제고를 위한 다양한 영역의 문화상품 개발 제안의 계기를 마련할 수 있기를 바란다.

참고문헌

- 국립박물관 뮤지엄샵. (2020). 자료검색일 2020. 4. 23, 자료출처 <http://www.khmall.or.kr/show/main/In dex.php>
- 김미현. (2012). 국가 상징 이미지로 무궁화를 모티브로 활용한 패션문화상품 개발에 관한 연구. *복식*, 62(1), 29-40.
- 김여경, 김정민, 홍나영. (2013). 무궁화무늬를 활용한 박물관 패션문화상품에 대한 연구. *복식*, 63(7), 49-64.
- 김하연. (2008). 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 한국인 소비자의 태도 및 구매의도. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 목수현. (2008). 한국 근대 전환기 국가 시각 상징물. 서울대학교 박사학위논문.
- 범서희, 김현정. (2010). 국가 상징 이미지를 활용한 골프웨어 텍스타일 디자인 개발-국화인 무궁화 꽃을 중심으로. *한국디자인문화학회지*, 16(2), 263-273.
- 염도의. (1982). *나라꽃 무궁화*. 성남: 한국학 중앙연구원.
- 장세정. (2007). 방한 외국인의 한국에 대한 국가이미지가 패션문화상품 구매태도에 미치는 영향. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 정경희. (2009). 문화관광 축제 활성화를 위한 패션문화상품 디자인 개발 연구. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 조윤경. (2008). 소비자특성과 점포요인에 따른 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 태도와 구매의도. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 한국고전종합DB. 자료검색일 2020. 4. 23, 자료출처 <http://db.itkc.or.kr>
- 한국문화재단 전통문화테마숍. (2020). 자료검색일 2020. 4. 23, 자료출처 <https://www.muse>

- umshop. or.kr/kor /main.do
- 한국정신문화연구원. (1993). 한국민족문화백과사전, 8, 145-146.
- 행정자치부 의정담당관. (2016). *대한민국 국가상징*. (주)범신사.
- 『舊唐書』, 『東國李相國集』, 『山海經』, 『養花小錄』, 『倭記』 국가상징개요. 자료검색일 2020. 2. 3, 자료출처 <https://mois.go.kr>