

조선시대 민화를 응용한 스카프 디자인 개발 - 화조화를 중심으로 -

정 성 혜*

인하대학교 의류디자인학과 교수*

요 약

K-pop 등 한류는 그 어느 때보다도 세계에서 주목받고 있으나 이를 접목하여 고부가가치 창출을 꾀할 수 있는 글로벌 패션 제품은 아직 미비한 상태이다. 이에 세계의 패션 트렌드의 중심에 한류가 서기 위해 우리만의 차별화된 전통과 문화를 발굴하여 알리고 이를 현대화하여 상품화시키는 작업의 일환으로 본 연구를 시작하였다. 본 연구는 조선시대 민화 중 화조화를 중심으로 자료조사와 이미지를 수집한 후 현대 트렌드와 접목하여 스카프를 개발하고, 개발된 디자인을 기초로 여러 고부가가치 패션 상품으로 창출하는데 기여하고자 연구되었다. 따라서 민화의 자료조사와 함께, 자국의 고유의 문화와 예술을 스카프를 비롯, 각종 패션 제품에 응용하여 성공한 대표적 글로벌 패션 브랜드 에르메스, 에트로, 마리아 꾸르찌, 래디컬 시크, 짐 톰슨을 선정하고 그의 역사와 디자인의 특징에 대해 알아보았다. 특히 위 브랜드들의 2018년 에콜로지 스카프 트렌드를 바탕으로 3가지 디자인 방법을 선정하여 수집된 민화 자료 중 초충도, 모란도, 연화도 11점을 통해 스카프 디자인 총 15점을 개발하였다.

연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 민화의 그림을 보정하여 최대한 옛 이미지를 살리는 방법으로 초충도 그림 5점과 격자 창살을 매치하여 동양적 섬세함과 기하학적 모던함이 공존하도록 하여 55*180cm 롱 스카프를 컬러 별 3점 완성하였다. 둘째, 민화의 그림 요소를 그대로 사용하되 재배열하여 새롭게 구성하는 방법으로 여러 점의 그림들 안의 모티브를 해체하고 개체들을 보정 후 리드로잉하여 한 디자인 안에 편집, 재구성하였다. 모란도, 연화도 안에 있던 꽃들과 초충도 안에 있던 나비들을 조화롭게 재배열하고 다양한 사이즈, 실크 및 울 혼방 소재에 DTP 하여, 55*180cm와 90cm, 110cm 사각 스카프 5점을 개발하였다. 셋째, 민화의 모티브를 그래픽화하여 활용하는 방법으로 연화도에서 개체를 분리 후, 어도비 일러스트레이터로 라인을 그려 도형화하고 시즌별 다양한 색감을 조화하여 90cm 사각 스카프 5점을 완성하였고, 트윙리도 시즌별로 색감을 맞추어 2종 개발하였다. 본 연구는 단지 텍스타일 디자인에만 끝나지 않고 트렌드와 시즌을 반영한 다양한 색감의 조화와 다양한 사이즈를 실크, 울의 고급 천연소재들에 적용하고 프린트 후 색조, 모티브 사이즈 등의 문제점을 재보정하여 3회 프린트 제작 후 완성본을 선정하였고, 상품성을 평가하기 위해 모델에 착용하거나 디스플레이 후 촬영하였다. 본 연구를 바탕으로 보다 다양한 시장조사와 마케팅 활동으로 많은 경쟁력 있는 패션문화상품이 개발되며, 패션을 통한 한류가 형성되길 기대한다.

주제어 : 화조화, 패션문화상품, 스카프 디자인, 글로벌 패션 브랜드

본 논문은 인하대학교 지원에 의해 연구되었음

+교신저자: 정성혜, shjung@inha.ac.kr

접수일: 2019년 2월 8일, 수정논문접수일: 2019년 2월 27일, 게재확정일: 2019년 3월 18일

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

세계적으로 K-pop과 드라마 등의 한국 대중문화가 크게 유행하고 있고, 이와 더불어 K-뷰티와 전자제품 등 다양한 분야가 세계의 우위를 차지하면서 한류를 통한 한국에 대한 관심은 그 어느 때보다 높아졌다. 하지만 한류를 통한 현대 문화에 대한 전파는 이미 세계적이나, 아직 섬유 패션 분야에서 고유문화에 대한 소개는 그동안의 많은 노력에도 불구하고 타 분야에 비해 글로벌 브랜드로서의 인지도는 미약한 상황이다. 오히려 외국의 유명 디자이너들이 한국 전통문화에 관심을 갖고 2011년 캐롤리나 헤레라(Carolina Herrera)는 한복을 주제로 패션쇼를 진행하였고, 2015년 샤넬(Chanel)은 색동을 주제로 크루즈 쇼를 진행한 바 있다. 이런 환경은 한국의 전통문화를 세계적인 트렌드에 맞게 패션화해서 상품화하기에 가장 적합한 시기이며, 일본이나 중국에 비해 알려져 있지 않은 우리의 전통문화는 신선하고 고부가가치의 상품으로 가치를 지니리라 믿는다.

특히 섬유 패션 제품은 디자인에 따라 고부가가치의 상품으로 발전되어 수익창출이 용이하고, 패션 스타일 연출 시 시각적 전달 효과가 높아, 많은 국가에서 자국의 전통문화를 텍스타일에 담은 패션 브랜드를 개발하고 홍보하고 있다. 태국의 짐 톰슨(Jim Thompson), 러시아의 래디컬 시크(Radical Chic), 핀란드의 마리아 꾸르끼(Marja Kurki)는 자국의 전통무늬와 풍경, 랜드마크 등을 이용하여 스카프 등의 섬유제품을 만들어 자국을 대표하는 명품 브랜드로서 자리매김하였다. 이외에도 이탈리아의 에트로(Etrot)는 페이즐리(paisley) 무늬를 이용한 원단 사업을 시작으로 글로벌 브랜드로 명성을 떨치고 있으며, 프랑스의 에르메스(Hermès) 또한 스카프 등의 패션 액세서리를 통해 세계적인

명품 패션의 제왕적 위치를 지니고 있다. 특히 스카프는 그 나라의 문화와 예술을 담아 상품화하기에 시각적 효과와 부가가치가 높아 위의 브랜드들의 중요한 아이템이다. 이에 본 연구는 조선시대 서민들의 즐기던 민화인 민화 속 자연을 통해 한국 전통 예술이 지닌 차별화된 색감과 화풍, 동양적 신비감을 담은 스카프 디자인을 통해 문화상품개발을 하고자 한다. 그간 민화에 대한 연구와 이를 통한 문화상품개발에 대한 연구는 많이 있어왔으나 대부분 민화에 있는 이미지를 응용한 의상, 혹은 생활 소품, 포장용품 등에 국한되어 있고 (Song, 2014; Song & Kim, 2011; Yum, 2016) 결과물이 판매를 목적으로 고부가가치 글로벌 문화상품으로 개발되어 제품화로 이어진 경우는 미비한 상황이다. 특히 최근 에스닉, 친환경, 자연주의 이미지는 많은 명품 브랜드를 통해 유행되고 있어 조선시대 민화 중 화조화, 초충도 속의 꽃과 자연의 이미지를 담은 스카프는 글로벌 패션 시장에서 상품적 가치가 높다고 사료되어 조선시대 민화 중 화조화에서 영감을 얻어 디자인 개발을 하였다. 본 연구는 우리 전통 예술의 창의성과 현대적 트렌드를 접목하여 글로벌 마켓에서 차별화된 경쟁력을 지닌 스카프 개발로 미술관, 면세점 등에서 우리의 전통문화상품으로 판매를 목적으로 개발되었다. 이를 바탕으로 우리의 전통문화가 다양한 패션 제품들에 응용되어 한국만이 갖는 차별화되고 창의적인 패션 이미지를 지닌 글로벌 브랜드들이 창출되는데 기여하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법으로는 먼저 참고문헌, 인터넷 자료들을 통하여 조선시대의 민화에 대한 이론을 고찰하고, 이미지 자료들은 국내외의 출판 도서들과 한국자수박물관, 강릉의 동양자수박물관, 제주 본태박물관 등에서 발행된 민화관련 도록과 화보집 등

을 수집하여 250여점을 스캔하였다. 이 연구를 통해 개발된 스카프가 실제적으로 시장에서 경쟁력을 지니 수익을 창출하고 한국의 미를 알리는데 기여하고자, 자국의 문화적 모티브를 기반으로 한 세계적인 스카프 브랜드를 조사하였다. 스카프를 중심으로 한 명품 브랜드로 글로벌 판매처를 가장 많이 지니고 있는 프랑스의 에르메스, 이탈리아의 에트로, 자국의 문화와 자연을 테마로 그 나라를 대표하는 패션 브랜드로 성공하여 세계적 판매망을 지니고 있는 핀란드의 마리아 꾸르끼, 러시아의 래디컬 시크, 태국의 짐 톰슨을 선정하여, 그들의 발전과정과 디자인 특징 등에 대해 알아보았다. 스캔 한 250여 점의 이미지 자료 중 선명도, 현대적 트렌드에 잘 부합하여 응용이 가능한 이미지 등을 고려하여 최종 11점을 선정하였다. 초충도 5점, 모란도 2점, 연화도 4점 등 선정된 이미지는 어도비 포토샵(Adobe Photoshop) CC버전을 이용하여 보정한 후 사용되었다. 디자인 개발은 첫째, 민화의 그림 이미지를 그대로 활용하여 현대적 패턴과 조화시키는 작업, 둘째, 민화의 구성요소들을 분리 재구성하고 색조를 변화시키는 방법, 셋째, 민화에 나오는 꽃과 풀, 벌레 등을 어도비 일러스트레이터(Adobe Illustrator) CC버전을 통해 현대적으로 그래픽화한 후, 이 모티브들을 재배치하고 다양한 색조를 배합하는 작업을 시도하여 디자인해 보았다. 최종적으로 총 110*110cm 사이즈 1종, 90*90cm 사이즈 3종, 55*180cm 사이즈 3종, 트윙클리 2종 등 9종류의 각각의 컬러웨이(color way)에 따라 모두 15매의 스카프를 디지털 날염(digital textile printing, DTP) 기법을 통해 완성품으로 제작하였다. 그러나 모티브들의 실사 크기와 프린트상의 색감 조정을 위해 개발된 모든 스카프는 3차에 걸쳐 재 프린트하여 봉제 후 스카프를 완성하였다. 이후 상품적 가치를 위해 모델 착용과 디스플레이(display) 사진을 200컷 이상 촬영하였다.

II. 이론적 배경

1. 민화

1) 민화의 정의

민화라는 용어는 일본의 야니기 무네시로에 의해 ‘민속적 회화’라는 의미로 1929년 3월 일본 교토(Kyoto)에서 열린 민예품전람회에서 사용하기 시작하였다(Song & Kim, 2011). 이런 민화는 감상보다는 실용성에 기초하여 제작되었으며, 민화의 민(民)은 사회 계층적의 의미가 더해져있으므로 흔히 우리가 민화라 부르는 그림들을 모두 포함하기에는 무리가 따른다는 것이 학계의 정설이다. 민화의 개념에 대해서는 차이가 있으나 우리가 흔히 민화라 부르는 그림들에는 다음과 같은 특징들이 나타나고 있다.

첫째, 민화는 채색화이다. 그림마다의 정도의 차이는 있으나 기본적으로 채색을 기반으로 그림이 구성되어있다. 둘째, 민화는 실용화로 다양한 기원을 상징물을 통하여 표현하고 있다. 셋째, 민화는 민족의 공통적인 정서와 철학, 사상, 생활양식 등을 가시적으로 나타내고 있다. 넷째, 민화는 장소와 밀접한 관계를 갖는다. 예를 들어 부부의 방에는 부부의 금슬과 화합을 나타내는 화조도와 어해도를, 사랑방에는 효자도나 책가도를 놓아 배움과 효를 중시하였고 돌잔치에서는 문방도, 혼인식장에는 부귀영화와 자손번창을 의미하는 모란도나 백동자도를 두었으며, 장례식과 제상에는 소병풍과 글씨 병풍을 두는 것이 일상적이었다(The National Folk Museum of Korea, 2005). 이런 민화가 지속될 수 있었던 것은 바로 주제가 갖는 상징과 의미 덕분일 것이다. 하지만 민화의 장르와 주제 역시 학자마다 다르게 분류하고 이름 짓고 있다. 본 논문에서는 화제와 상징성을 고려하여 민화를 세분화하고 유형화한 이우환의 민화분류에 따른 화조화를 중심으로 하고자 하였다. 민화 분

Table 1. 이우환의 민화분류.

제재	화조	동물	물고기	산수 수렵	풍속	사화	지역
화재	화조도 초충도 모란도 연화도 기타: 화훼 파초	사신도 호도 기타: 학 사슴 토끼 등	어락도: 어락 잉어도	산수도: 산수 풍경 팔경 금강산도 수렵도	백동자도 평생도 기타: 신선 궁중 행사 행렬 행실도 등	사화도: 삼국지 수호지 귀갑선도	지역도: 평양성 한성 고산구곡도 무이구곡도 화양구곡도
제재	권위	일화	지역	문방	문자	기타	-
화재	일월도	장생도 세사도: 황계 천도도	일화도: 구운몽 춘향전도	문방도	문자도	무속도	-

From Choi. (2012). p.15.

류 중 이번 연구에 사용된 화조화를 중심으로 상징과 의미를 살펴보면 다음과 같다(Table 1).

2) 화조화

화조화는 어떤 종류의 민화보다도 수요가 많으며, 이 그림들은 가문의 번창, 부부의 행복, 가정의 화합을 식물과 동물의 상징물들과 주변의 경관이 어우러져 다양한 구도와 형상으로 표현된 장식용 민화이다(Choi, 2015). 화조화에는 꽃과 새를 중심으로 꽃은 모란, 매화, 연화, 동백, 석류 등 다양하며, 화조화에 나타난 상징물들은 부귀와 다복, 행복을 기원하는 상징이 겹쳐져 행복의 메시지를 전하는데 사용된다(Jung, 2012). 화조화에서 사용되는 꽃인 모란은 꽃 중 왕으로 군자를 상징하며, 연꽃은 더러움이 묻지 않는 덕이 높은 선비, 국화는 절개 높은 선비를 상징하는 것으로 알려져 있다.

(1) 화조도

화조는 말 그대로 꽃과 새를 그린 그림으로 주로 꽃과 새, 나비가 어우러져 나타난다. 새는 항상 암수 한 쌍을 같이 그리는 것이 특징인데, 이는 금슬이 좋은 부부의 화합을 상징한다. 또한 꽃과 나비, 새의 조화로움은 행복을 느끼게 한다(Yoon, 1995). 많은 그림들이 생물학적, 생태적인 특성을 기반으로 구성되기보다는 의미적 조합으로 구성되

고 있다(The National Folk Museum of Korea, 2005).

(2) 초충도

화조화의 그림의 일부로 발달한 초충도는 한해 살이풀들과 풀벌레를 중심으로 그려진 그림이다. 화조도에 비하여 상대적으로 키가 작은 식물들과 친화 관계를 유지하는 작은 곤충들의 조화를 통하여 자연의 아름다움을 느끼도록 한 그림이며 상대적으로 여성적 정취를 느낄 수 있는 그림으로 알려졌다. 특히 나비와 꽃이 어우러지는 민화는 백접도라 불리기도 하며, 나비의 생동감과 화려한 색채감, 능숙한 세필 기법 등을 고려하였을 때 숙달된 화가들만이 백접도를 그렸을 것으로 추정하고 있다(Yoon, 1995). 꽃과 나비의 관계는 연인 사이의 행복을 뜻하며 부부간의 금실이 좋음을 뜻한다. 따라서 혼수품과 가구나 생활용품에 널리 사용되었다(Yum, 2016).

(3) 모란도

꽃 중 왕으로 불리는 모란은 민화에서 매우 비중이 있는 그림의 소재로 부귀 안락과 남녀의 화합을 상징하는 것으로 알려졌다. 이런 모란의 그림은 가정의 안방에서부터 궁중까지 두루 사용되었으며 재례용으로, 특히 부귀영화를 누리며 화복하게 지내는 가정을 상징하여 혼례식의 대례병에

서 사용되었다. 모란을 주제로 한 그림은 청, 옥, 백, 자 등의 색으로 된 괴석이나 화병 등과 함께 그리며, 특히 모란도는 좌우 대칭을 보이며 대담한 형태로 과장되게 표현되어 있다(Yoon, 2000).

(4) 연화도





인도가 원산지인 연꽃은 진흙에서 태어나지만 진흙에 물들지 않는 깨끗한 이미지를 가지며, 다년생의 꽃으로 다른 꽃보다 생명이 길어 생명의 꽃, 광명의 꽃이란 의미로 동양에서 주로 장식되었다. 중국과 인도에서는 태양과 관련하여 해와 달을 연상시키는 상징물로 연꽃을 이용하였고, 후에 불교에서는 경전을 통하여 열반의 네 가지 덕을 연꽃의 향기, 청정함, 유연함, 아름다움으로 표현하고 있다. 이런 연꽃은 불교에서는 대자대비의 상징으로 사용되고 있다. 우리나라에서는 삼국시대 이전에도 연꽃이 등장하며, 연꽃은 불교적인 의미뿐만 아니라 토속신앙의 기원의 상징물로 사용되었음을 알 수 있다(Ahn, 1990). 연화도의 그림에는 연꽃과 더불어 물고기, 원앙, 학이 어우러져 불로장생, 행복을 뜻하는 새가 함께 그려졌다(Yoon, 2005). 화조화의 대표적 그림들은 다음과 같다(Table 2).

2. 스카프

1) 스카프의 유래

스카프의 어원은 프랑스어 에스카르프(escarpe)에서 파생한 에샤르프(echarpe)로 기원의 정확한 연대는 밝혀지지 않았다(“Scarf”, n.d.). 스카프는 장식과 보온, 보호의 역할을 가지고 있어 다양한 시대와 국가와 문화에서 다양한 소재와 크기로 사용되어왔으며 발전한 것으로 보인다(Yoo & Choi, 2013). 고대 수메르나 바빌로니아에서도 스카프의 기원이 되는 장식 천을 찾아볼 수 있으며, 고대 그리스의 미트라(Mitra), 중세 시대의 비잔틴 복식과 로마네스크 복식에서도 나타나며, 고딕 양식에서는 모자 꼭대기부터 베일을 내리는 형태로 나타나기도 하였다(Kim, 2010). 지금과 같은 스카프의 역사가 시작된 곳은 군대로 오늘날 계급장처럼 계급에 따라 소재와 색상을 달리하며 군인들이 목에 스카프를 둘렀다. 처음에는 군사적인 이유로 착용되어오다가 시간이 흐르면서 18~19세기에 장신구의 개념으로 변화된 것으로 보인다. 이후 엘리자베스 1세 때 햇빛 방지와 장식을 위해서 술 장식이 달린 어깨걸이가 사용되었고(Yang, 2001), 1937

Table 2. 화조화의 분류.

화조화			
화조도	초충도	모란도	연화도
			
Figure 1. 『화조도』 (n.d.). From Lee (2015). p. 458.	Figure 2. 『초충도』 (16C). From Baik (2012). p.14.	Figure 3. 『괴석모란도』 (19C). From Jung (2017). p. 163.	Figure 4. 『연화도』 (19C 말 -20C 초). From Jung (2017). p.174.

년 에르메스에서 군인의 손수건에서 영감을 받은 정사각형의 스카프 ‘까레(carré)’를 발표하면서(Lee, 2014) 지금과 같이 패션 액세서리의 중요한 위치를 차지하며 발전되어왔다.

2) 스카프 브랜드 사례

(1) 에르메스

에르메스는 180년의 역사를 지닌 가방, 의류, 스카프, 신발, 시계, 향수 등을 제작·판매하는 프랑스의 하이엔드(high-end) 명품 브랜드이며, 매년 250여 가지 품목을 생산하는 가장 유명한 토털 패션 하우스이다(Lee, 1995). 1837년 티에리 에르메스(Thierry Hermès)가 프랑스 파리에서 안장과 마구용품 사업을 시작하면서 탄생한 에르메스는 승마를 즐기는 왕족, 귀족 사이에서 초기 인지도를 얻기 시작했다. 이후 1900년대 초반부터 티에리 에르메스의 아들인 샤를 에밀 에르메스(Charles Emile Hermès)와 손자인 아돌프 에르메스(Adolph Hermès), 에밀 모리스 에르메스(Emile Maurice Hermès)가 비즈니스에 합류하여, 1923년 지퍼가 달린 볼리드 백(Bolide Bag)으로 세계 최초의 여행용 백을 선보였고, 이후 1937년, 에르메스의 4대 회장인 로베르 뒤마(Robert Dumas)는 군인들이 지령이나 지도를 프린트하여 사용하는 것을 보고 이를 여성복 라인을 통해 선보이기를 위해 유명한 실크 기술공들이 많은 리옹(Lyon) 지역에서 90cm 정사각형의 여성용 실크 스카프를 만들게 되었다. 이렇게 탄생한 것이 바로 에르메스의 실크 스카프 ‘까레’이다. ‘까레’는

프랑스어로 정사각형이란 뜻이며, 이름처럼 에르메스의 스카프는 정사각형을 기반으로 제작되어 왔다. 에르메스의 첫 번째 까레는 1937년 마들렌(Madeleine)과 바스티유(Bastille) 간 버스 노선 개통을 기념하여 만든 ‘쥬 드 옴니버스 에 담즈 블랑셰(Jeux Des Omnibus Et Dames Blanches)’ <Figure 5>였다. 이후 스카프 등의 패션 액세서리로 유명해지면서 의류부터 호텔까지 다양한 협업을 하고 있다.

에르메스는 장인이 만들어내는 높은 품질의 브랜드로 전 세계에 알려져 있고 대부분의 명품 브랜드들이 주식회사에 소속된 것과 달리, 현재까지 6대에 걸쳐 가족기업의 형태로 사업을 이어오고 있다. 에르메스 스카프는 2011년과 2012년 각각 22% 성장한 이후 평균적으로 2010년 이후 매년 10% 이상의 성장률을 보이며 그 성장세가 더욱 확대되고 있는 상황이다. 경기와 상관없는 성장과 매출은 소장의 가치가 있는 예술품과도 같은 패션을 만들고 있기 때문이다. 이는 에르메스가 창업 이래 지켜져 오는 가훈(家訓)인 ‘손으로 만들 수 있는 범위의 사업 이외에는 하지 않는다’는 것인데 대량생산이나 하청, 라이선스(Licence) 생산도 전혀 하지 않으며, 지금도 숙련된 제조공이 하나 하나 손으로 만든다(Lee, 1995). 에르메스 한 장의 스카프가 완성에는 디자인 구상에 6개월, 최상의 실크 원단을 얻어 내는데 6개월, 마지막으로 필요한 색상 수에 따라서 도면을 그리고, 판화 틀을 조판하고, 착색·건조·손바느질로 테두리를 마감하기까지 추가로 1년이 걸린다고 한다(Yoo, 2012).

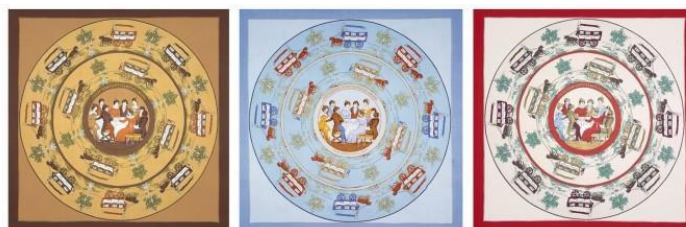


Figure 5. Jeux Des Omnibus Et Dames Blanches. (1937).

From Hermès. (n.d.). <https://terms.naver.com>

에르메스 스카프는 패션 아이템을 넘어 예술작품 처럼 액자에 넣어 수집하는 이들이 생기기도 했다. 에르메스의 까레는 ‘스카프 일러스트레이터(Scarf Illustrator)’라는 새로운 직업을 탄생시켰고, 에르메스와 아티스트와의 협력 관계가 하나의 전통으로 자리 잡도록 했다. 이런 장인 정신이 깃든 예술적 가치를 지닌 패션 명품이 에르메스를 세계 최고의 패션 하우스의 자리를 지키게 하고 있으며 패션의 격을 높이고 있다. 에르메스는 90*90cm 실크 스카프 한 장이 문화와 역사를 담고 예술적 가치를 부여하면 패션의 어떤 아이템도 능가할 수 없는 부가가치를 창출할 수 있는 예술 상품이 될 수 있도록 스카프의 가치를 전환시켰다.

(2) 에트로

페이즐리 무늬로 유명한 이탈리아 브랜드 에트로는 회장인 짐모 에트로(Gimmo Etro)가 작은아버지의 가업을 이어받아 텍스타일 디자이너로 밀라노에서 1968년 캐시미어, 리넨, 실크 등 천연섬유의 고급원단사업을 시작하여 전 세계 유명 디자이너들에게 공급하였다. 에트로는 여행 중 인도의 카슈미르(Kashmir) 지방의 전통 문양을 현대적 감각으로 재해석한 페이즐리 문양에 흥미를 느끼고 디자인하게 되었다. 고풍스런 캐시미어 술을 수집하면서 페이즐리 문양을 접하게 된 그는 이 문양의 독특함에 반해 직물에 사용하게 되었던 것이다. 페이즐리는 원래 모직물의 본고장이라 할 수 있는 영국 스코틀랜드(Scotland)의 작은 도시의 이름에서 따온 것으로 문양 역시 그 지역의 직물 패턴 중 하나이다. 에트로의 1981년 페이즐리 문양이라는 독특한 패턴에 에트로만의 풍부한 색감이 곁들여진 오묘한 이미지를 표현하여 컬렉션을 발표하면서 큰 호응을 얻게 되었다. 1984년부터는 스카프, 숄부터 핸드백과 의류 등에 페이즐리 문양이 적용되면서 커다란 호응과 함께 글로벌 명품 토털 패션 그룹으로 성장하게 되었다(“Etro”, n.d.). 최고

급 천연 섬유만을 사용하여 페이즐리 문양을 새롭게 재해석한 정교한 디자인과 신비하고 풍부한 색상을 곁들여 만든 에트로의 페이즐리 문양의 숄과 스카프, 가방 등을 비롯하여 의상에 이르기까지 고급스러운 소재와 동양적 이미지의 프린트 디자인으로 인해 수많은 에트로 마니아를 흡수하고 있다(“Etro”, n.d.).

(3) 마리아 꾸르끼

북유럽 패션 특유의 자연 친화적인 디자인과 클래식한 감성의 헤리티지로 핀란드 국민 브랜드일 뿐 아니라 북유럽 대표 브랜드인 마리아 꾸르끼는 사람들의 일상생활에 기쁨과 미학을 가져오고자 하는 철학으로 디자인되고 있다(Xiao, 2008). 1976년 설립된 마리아 꾸르끼는 1986년에 다양한 디자인 관련 상을 수상하면서 이름이 알려졌다. 1988년에는 마리메코(Marimekko)에서 마리아 꾸르끼를 인수하여 꾸르끼는 수석 디자이너로 일했고 1990년에는 스카프, 넥타이 등이 핀란드 정부 국민용 공식 선물로 선정되었다. 1991년에는 경영권을 재인수하여 핀란드의 럭셔리 패션 하우스로 전개되었다. 1996년 핀란드의 영향력 있는 20인에 선정되면서 힐러리 클린턴(Hillary Clinton)과 미팅을 갖게 되었고 여기서 시작된 인연으로 힐러리가 마리아 꾸르끼 스카프를 착용하면서 힐러리가 사랑하는 브랜드로 명성을 떨쳤다. 2006년 패션디자인 수출 대표브랜드 황금걸이상(Golden Hanger 2006 award)을 수상하였고 2012년에는 한국에 진출하는 등의 행보를 잇고 있다. 마리아 꾸르끼는 힐러리 외에 고다이애나비(Dianna Princess), 전 클린턴(Bill Clinton) 대통령, 전 미 국무부 장관 올브라이트(Madeleine Albright), 보리스 옐친(Boris Yeltsin) 전 러시아 대통령 등의 사랑을 받아 왔으며 유럽의회를 비롯한 유럽의 수많은 기업으로부터 프라이빗(private) 디자인을 진행하여 왔다. 또한 수년간 UN, 국제무역센터, 유엔무역개발 회의, GATT 산하의 아시아 많은

기관, 등 다양한 기업의 디자인 컨설팅, 교육을 하고 있는 북유럽 대표 디자인 기업이다. 마리아 꾸르끼의 디자인 특징으로는 핀란드의 신비롭고 아름다운 자연을 북유럽의 현대적 감성으로 접근한 패턴을 선보이고 있어 가장 자연 친화적이면서 가장 현대적인 북유럽 디자인 브랜드로 알려져 있다. 눈이 녹는 늦은 봄, 백야가 있는 여름, 수백 가지의 붉은빛으로 변하는 가을 등의 핀란드 풍경에서 영감을 받은 스카프를 시작한 디자인은 최근 친환경, 자연주의, 에콜로지(ecology) 트렌드의 확산과 더불어 자연 친화적인 북유럽 감성이 패션 트렌드의 중심이 되면서 세계 많은 패션인들에게 사랑을 받게 되었다. 현재 스카프, 타이 외에 핸드백, 주얼리 등 다양한 액세서리를 선보이며 사업이 확장되었고 마리아 꾸르끼 스카프는 핀란드 외에 워싱턴, 동경, 싱가포르, 독일, 스톡홀름, 베이징 등에서 전시되면서 세계 각국에 판매망을 지니고 있다.

(4) 짐 톰슨

1950년 미국인 짐 톰슨에 의해 설립된 짐 톰슨은 태국의 문화와 실크에서 영감을 받아 설립되었다. 짐 톰슨은 미국 프린스턴(Princeton) 대학을 졸업한 건축가이자 아트 컬렉터였다. 1930년 이후 무대의상, 인테리어 등 다양한 분야에 디렉터로 일하였으나, 2차 대전 때 장교로 참전 후 태국에 정착하게 되었고 태국의 문화와 예술에 매료되었다. 특히 동양의 신비감이 깃든 색감과 핸드메이드 실크의 질감 등이 미국과 유럽에서 호응을 얻을 것이라 예상하고 태국의 문화와 정취, 감성을 지닌 실크 회사를 설립하게 되었다. 짐 톰슨의 인맥과 노력으로 미국과 유럽의 인테리어, 패션 회사, 패션 미디어 등 다양한 채널을 통해 소개되었고 1960년대 세계적인 명성을 지닌 실크 회사로 자리매김하게 되었다. 1951년 미국의 브로드웨이 뮤지컬 『왕과 나(King and I)』에 사용된 실크를 직조하였고, 『보그(Vogue)』에 소개되어 국제적인 명

성을 획득하였다. 1959년에는 태국의 왕비 시리킷(Queen Consort Sirikit)이 고객이 되어 해외 순방을 위한 의상을 피에르 발망(Pierre Balmain)이 짐 톰슨의 텍스타일을 사용하여 드레스를 제작하면서 더욱 명성을 떨쳤다. 1967년 짐 톰슨은 말레이시아에서 미스터리하게 실종되었으나 사업은 계속되었다. 100% 핸드메이드로 제작되었던 짐 톰슨은 1982년 상업적 규모의 제품이 대량생산되었고, 태국과 아시아의 정취가 강하면서도 모던한 라이프스타일 디자인으로 스카프를 비롯한 패션 액세서리, 의류, 레스토랑까지 다양하게 영역을 확장하고 미국과 유럽에 쇼룸을 오픈하였다. 현재 태국에만도 40여 개의 리테일 스토어가 있으며 태국의 실크 산업의 부흥이라는 임무를 가지고 40여 개국 이상으로 진출되어 있다. 최근에는 태국은 물론 이태리, 한국, 핀란드 등 15명의 디자이너가 디자인을 개발하고 있으며 3000명이 넘는 직원들이 근무하는 대기업으로 성장하였다(Insideretailasia, 2017). 짐 톰슨은 태국을 사랑한 외국인 짐 톰슨의 전설을 통한 스토리와 함께 태국의 전통과 유산이 조화된 실크를 통한 현대적인 디자인을 중심으로 프리미엄 라이프스타일 콘셉트를 제안하면서 다른 실크 브랜드들과 차별화를 이루었으며 명실공히 태국을 대표하는 실크 브랜드로 자리매김하였다.

(5) 래디컬 시크

래디컬 시크는 러시아의 떠오르는 패션 액세서리 브랜드로, 러시아 섬유 디자인 스튜디오인 솔 스튜디오(Sol Studio Textile Design)의 계열사이다. 래디컬 시크의 창업자인 알렉산드라 칼로시나(Alexandra Kaloshina)는 모스크바 국립대학교(Moscow State University)에서 저널리즘을 공부한 후 2002년에 솔 스튜디오를 설립하였다. 이 스튜디오에서는 디자인이, 이탈리아 현지 공장에서는 생산이 각각 이루어진다. 솔 스튜디오는 이미 40여 개가 넘는 나라로 섬유 디자인을 수출하고 있다. 솔 스튜디오

는 러시아 최초의 텍스타일 디자인 스튜디오이며 현재 유럽에서 손꼽히는 텍스타일 디자인 회사로 파리의 프리미어 비죤(Premiere Vision)과 텍스월드(Texworld), 뉴욕의 인디고 피브이(Indigo PV), 뮌헨 패브릭 스타트(Munich Fabric Start) 그리고 상하이의 인터텍스타일(Intertextile) 등 글로벌 텍스타일 트렌드를 이끌고 있다.

래디컬 시크의 스카프는 러시아의 문화와 정서를 배경으로 한 보헤미안 스타일에 창의적이고 역동적인 모던함과 강렬하고 화려한 색감과 동서양이 교차하는 신비하고 우아함을 지니고 있다. 래디컬 시크는 모스크바의 트레이드 마크로 대표될 뿐 아니라 모스크바의 역사, 도시의 조형물, 전통, 행복과 우정, 사랑을 담은 라이프스타일 정서를 함축적으로 표현하고 있다. 스카프의 유니크하고 창의적인 디자인뿐만 아니라 이태리 최고의 섬유와 프린트로 품질과 패션성에서 러시아를 대표하는 글로벌 패션 명품 브랜드이다. 래디컬 시크는 패

션 에디터와 방송인들에게 사랑받고 트렌드를 리드하는 스카프 브랜드로 『보그』, 『엘르(Elle)』, 『하퍼스 바자(Harper's Bazaar)』, 『인스타일(Instyle)』 등 많은 세계 언론에서 주목받고 있으며 런던, 뉴욕, 파리, 밀라노, 도쿄 등 글로벌 패션 도시의 백화점과 가두점에서 접할 수 있는 글로벌 패션 브랜드이다.

조사한 글로벌 스카프 브랜드의 2018년도 주요 에콜로지 풍의 디자인 특징은 다음과 같다. 하나의 디자인마다 3-7개의 컬러웨이를 지니 풍부한 시즌별 색감을 지니고 있었으며 에콜로지 풍에서도 섬세한 꽃 이미지가 상당히 많은 부분을 차지하고 있었다. 그러나 자연 이미지를 그대로 쓰기 보다는 그래픽화하거나, 기하학적 모던한 감성과 조화를 이루고 있었으며(Figure 7, 11, 12), 한 스카프 안에 다양한 꽃 이미지를 혼합하여 재배치하거나(Figure 6, 10, 14, 15), 동물(Figure 7)이나 나비 문양과 조화시키기도 하였다(Figure 15). 에트로의 경



Figure 6. Hermes collection 2018.
From Scarves and silk accessories. (n.d.).
<http://korea.hermes.com>



Figure 7. Hermes collection 2018.
From Scarves and silk accessories. (n.d.).
<http://korea.hermes.com>



Figure 8. Etro collection 2018.
From Textile accessories. (n.d.).
<https://www.etro.com>



Figure 9. Etro collection 2018.
From Textile accessories. (n.d.).
<https://www.etro.com>



Figure 10. Marja Kurki collection 2018.
From Marja Kurki. (n.d.).
<http://www.marjakurki.co.kr>



Figure 11. Marja Kurki collection 2018.
From Marja Kurki. (n.d.).
<http://www.marjakurki.co.kr>



Figure 12. Jim Thompson collection 2018.
From Jim Thompson. (n.d.).
<https://www.jimthompson.com>



Figure 13. Jim Thompson collection 2018.
From Jim Thompson. (n.d.).
<https://www.jimthompson.com>



Figure 14. Radical Chic Collection 2018.
From Radical Chic- Fashion accessories. (n.d.).
<http://radicalchicfashion.com>



Figure 15. Radical Chic Collection 2018.
From Radical Chic- Fashion accessories. (n.d.).
<http://radicalchicfashion.com>

우는 식물 모티브를 도형화하여 사방으로 대칭되는 패턴화 시켰다(Figure 8, 9). 짐 톱슨의 경우는 꽃 이미지를 단순화된 문양으로 변형시켜 자유롭게 배치하고 오버랩 시켰다(Figure 12, 13).

III. 스카프 디자인

조사한 글로벌 스카프 브랜드의 트렌드를 바탕으로 본 연구의 디자인 전개방법을 다음 3가지로 선택하였다.





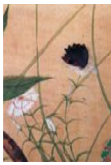




1. 민화의 이미지를 그대로 활용하는 방법

한국 전통만이 지닌 민화의 화풍을 그대로 살리고자 하였으나 현대적 의상과 어울리기 어려운 부담감을 줄이기 위해 기학적 선과 조화를 시켜보았다. 국내외에서 출판된 민화 이미지 중 초충도를 선별하여 '신도 Plustek Opticpro A3'의 스캐너에서 300dpi 이상으로 스캔되어 디지털 이미지화 작업을 하여 상품화할 수 있도록 작업하였다. 이런 과정을 통해 5작품의 초충도 민화<Figure 16>, <Figure 17>, <Figure 18>, <Figure 19>, <Figure 20>이 최종 선정되었다. 5작품의 민화는 신비한 색감과 보존 상태가 기타 초충도 민화에 비하여 좋았고 특히 나비의 디테일 등이 선명하게 살아 있어 선정되었

다. 선별된 민화 이미지들을 손상과 오염을 제거하기 위해, 포토샵을 사용하여 예스러운 느낌을 최대한 살려 보정 작업을 진행하였다. 보정을 거친 5점의 초충도는 이미지를 그대로 살리면서 격자 문양의 교차된 직선들과 몬드리안 구성과도 같은 모자이크 배색을 조화롭게 배치하여 전통과 현대적 감성이 공존하도록 디자인하였다(Figure 21). 시접을 고려하여 181*56cm에 다양하게 재배열되고 색 배합을 거쳐 최종적으로는 180*55cm의 스카프로 완성하였고, 4명의 디자이너에 의해 실버 블루 계열, 브라운 계열, 그레이 계열을 배색한 3점을 확정하였다. 소재는 격자의 직선을 더욱 살려 줄 수 있는 결이 보이는 실크 매쉬 소재를 사용하여 DTP 작업을 완성하였다. 컴퓨터에서 본 이미지 사이즈와 색의 차이가 많아 3회에 걸쳐 재프린트하여 최종 완성본이 봉재를 통해 제작되었다(Figure 22). 민화의 이미지를 그대로 활용하는 방법으로 제작된 스카프는 민화의 고유한 예술성을 그대로 감상할 수 있으면서도 모던한 구성으로 현대적인 느낌으로 재해석을 할 수 있었다.

2. 민화의 그림 요소를 분리하여 재배열하는 방법

민화의 그림 요소를 재배열하여 새롭게 구성하는 방법은 다른 그림들 안의 요소들이 새롭게 구성되는 콜라주 형태로 2018년 스카프 트렌드에서 빈번히 보이는 디자인 방법이다. 이런 방법을 통해 모란도 스카프, 연화도 스카프 5점의 디자인을 완성하였다. 먼저 모란도 스카프는 <Figure 23> 모란도에서 각 모란송이를 분리하여 재배열하는 방법으로 진행되었다. 민화에 나오는 모란송이 중 사용할 부분을 선정하여 보정한 후 포토샵과 태블릿 펜을 이용하여 스캔된 이미지 위에 레이어를 분리하여 드로잉한 후 병합시켜 이미지를 완성하였다. 다양한 배열을 위해 꽃송이마다 레이어를




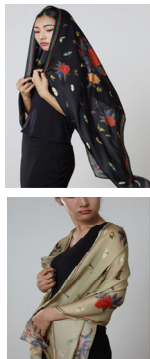
초충도		
자료	도안	완성본
 Figure 16. 『초충도』. (n.d.). From Cho, (1982). p.51  Figure 17. 『초충도』. (n.d.). From Yoon, (2000). p.186  Figure 18. 『초충도』. (n.d.). From Cho, (1982). p.65  Figure 19. 『초충도』. (n.d.). From Yoon, (2000). p.176  Figure 20. 『초충도』. (n.d.). From Yoon, (2000). p.174	 Figure 21. 초충도 스카프 도안.	   Figure 22. 초충도 스카프 완성 제품.




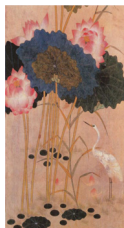
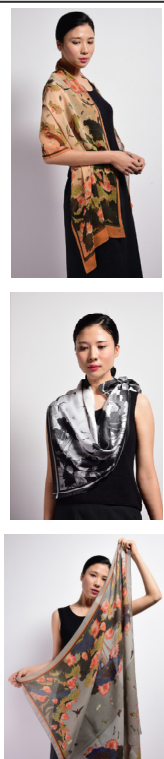
분리하여 배치하였다. 한국의 모란도에서는 나비가 없는 것이 일반적이거나 나비의 행복과 조화의 이미지를 더하고자 추가하였다(Figure 24). 나비의 경우 초충도의 나비 이미지를 수채화로 다시 그리고 고해상도 스캔을 한 후 아웃라인 작업을 하여 완성하였다. 스카프의 소재는 주로 실크 트윌을 사용하나 모란의 부귀와 동양의 화려하고도 은은함을 표현할 수 있는 실크 100%의 새틴 조젯 소재로 완성하였다. 여러 색상을 샘플 작업한 후 블랙과 올리브그린 2가지 색상으로 최종 결정되었다(Figure 25, 26).

연화도 스카프의 경우 비슷한 색조의 화풍을 지닌 연화도의 이미지를 수집 후 이미지에서 필요한 개체를 부분별로 분리하고 재조합하여 새로운 이미지를 구성하였다. 연화도의 이미지는 개체를 분리할 경우 기존의 이미지가 부분만 있으면, 그런 경우 잎의 부분을 연장하거나 다른 이미지를 겹쳐 사용하여 새로운 개체를 구성하였다. 롱 스카프의 경우는 <Figure 27>, <Figure 28>에서 분리

한 개체만으로 연화도를 구성하였다. 사용된 민화는 2점이지만 개체를 요소별로 분리 후 필요한 부분은 복구하였고 재조합을 통하여 다양한 개체를 확보하여 구성하였다. 대자대비를 뜻하는 연꽃과 나비, 새의 이미지를 추가하여 행복과 조화의 의미를 부여하였다(Figure 31). 55*180cm의 연화도 스카프의 경우에는 연꽃을 타원으로 배치하여 더욱 풍성한 느낌이 들도록 하였으며, 배경색은 타원형의 그라데이션 작업을 하여 부드러운 느낌을 주었다. 이런 느낌을 강조하고자 소재는 반투명의 실크 시폰 100%를 사용하여 작업하였으며, 다양한 색상을 작업하였으나 연꽃과의 색상을 고려하여 오렌지색 한 색상만을 선정하였다.

정사각형의 연화도 스카프는 연화도 롱 스카프의 구성요소에 <Figure 29>와 <Figure 30>의 개체를 추가하여 110*110cm 사이즈를 새롭게 디자인 하였다. 이 스카프는 색상의 감도가 다른 연화도들의 조화를 위해 개체의 구성 후 몇몇의 연잎 개체에는 포토샵의 블렌드 모드를 통하여 색상을 추

모란도			
자료	모티브	도안	완성본
 <p>Figure 23. 『괴석모란도』. (n.d.). From Yoon. (2000). p.218</p>	 <p>Figure 24. 모란도 모티브 작업.</p>	 <p>Figure 25. 모란도 스카프 도안.</p>	 <p>Figure 26. 모란도 스카프 완성 제품.</p>

연화도			
자료	모티브	도안	완성본
 <p>Figure 27. 『연화도』. (n.d.). From Cho. (1982). p.284</p>	 <p>Figure 31. 연화도 모티브 작업.</p>	 <p>Figure 28. 『연화도』. (n.d.). From Cho. (1982). p.285</p>	 <p>Figure 29. 『연화도』. (n.d.). From Yoon. (2000). p.162</p>
 <p>Figure 30. 『초충도』. (n.d.). From Yoon. (2000). p.166</p>		 <p>Figure 32. 연화도 스카프 도안.</p>	 <p>Figure 33. 연화도 스카프 완성 제품.</p>

가하여 이미지 간의 중간 색상을 만들어 조화를 이루도록 하였다. 배경은 사등분하여 투톤 작업을 하였고, 그 후 다양한 컬러 베리에이션을 샘플 테스트하였으나 최종 선택된 것은 <Figure 26>과 같이 갈색톤이 섞인 회색으로 65% 울과 35% 실크의 볼륨감 있는 소재에 완성되었다. 그 후 이 스카프 이미지를 모노톤으로 변경하여 실크 새틴 조젯 소재로 90*90cm 사이즈 스카프를 DTP 작업을 하여 완성하였다(Figure 32, 33). 이와 같이 민화의 그림 요소를 분리하여 재배열하는 방법은 민화가 가지는 예술성과 분위기를 그대로 살렸으나 새로운 이미지를 구현할 수 있다는 장점을 가진다.

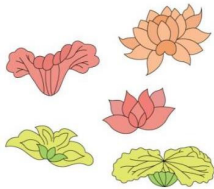

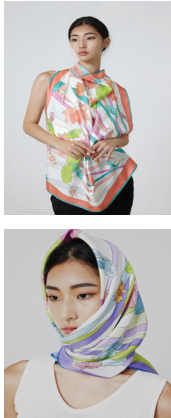
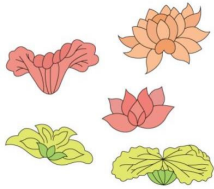

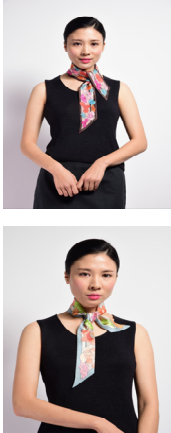

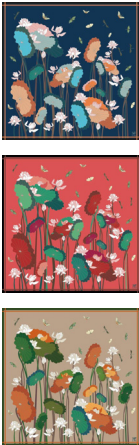
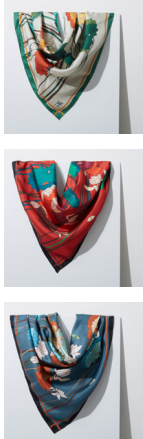
3. 민화의 모티브를 그래픽화하여 활용하는 방법

이 방법은 에트로에서 페이지러리 문양을 그래픽하여 세계적 트렌드로 만든 스카프에서 가장 오랫동안 쓰여 왔던 방법이다. 그러나 최근 스카프 트렌드는 단순하게 연속 문양 배열하기보다는 역동적인 다양한 구성력을 지녀 현대감을 살리고 있다. 이에 본 연구에서는 3종류의 그래픽 디자인을 전개하였다. 우선 연화도의 민화<Figure 27, 28, 29, 30>에서 연꽃과 연잎을 각각의 개체로 분리하여 일러스트레이터로 라인을 그린 후 분리된 도형마다 색을 채울 수 있도록 패스파인더 툴을 이용하여 분리하는 작업을 하였다. 이런 과정을 통해 5개의 기본 모티브가 제작되었고, 이 5개의 모티브는 다양한 사이즈와 색상으로 재생산되었다. 100% 실크 트윙 원단의 90*90cm 사이즈 연화도 물결 스카프는 이런 모티브들을 제작 후 모티브와 줄기들이 다양한 색상과 사이즈로 물결치듯 퍼져나가도록 구성하였다. 테두리 또한 물결치는 듯한 곡선으로 구성하여 통일감을 주었다. S/S용의 화사하고 생동감이 있는 색조화에 초점을 맞추어 3차에 걸친 프린트를 통해 디자인 에러 및 색상을 보정하여 완성된 제품

의 2가지 색상은 <Figure 35>와 같다. 한국적인 문양위에 서구의 화려함과 유행색을 더해 모던한 그래픽 터치를 살린 스카프가 완성되었다. 요즘 가방의 장식용 등 다양하게 사용되는 트윙리는 동일한 연화문 스카프의 모티브로 구성되었다. 스트라이프선과 매치하여 현대감을 주었고, 시즌 별 S/S, F/W용 2가지 컬러로 사이즈나 디자인이 다소 다르게 제작되었다. S/S용 5*95cm 회색의 트윙리의 경우에는 모티브를 크게 하여 접혀지는 곳까지 연결되어 있도록 디자인한 반면, F/W용 6.5*95cm 갈색의 트윙리는 접혀지는 선을 중심으로 모티브가 대칭이 되도록 배열하였다(Figure 38, 39).

연화문 트리 스카프는 연화문 물결 스카프와 같은 방법을 통해 디자인하였다. 연화문 물결 스카프의 경우 모티브를 분리하여 작업하였으나 연화문 트리 스카프는 <Figure 41>의 이미지를 모두 아웃라인과 패스파인더 작업을 통해 하나의 이미지를 구성하였다. 이 이미지를 중심으로 복사와 분리, 변형을 통해 새로운 이미지를 디자인하였다. 이렇게 구성된 이미지는 다양한 색상으로 전개되어 샘플 제작이 되었고, 그 후 색상 보정을 통해 제품화로 결정된 스카프는 F/W용의 은은한 동양적 자연미가 느껴지는 그레이쉬 네이비톤과, 베이지 그리고 송년의 화려한 느낌을 주는 레드와 그린의 조화된 색감으로 아래의 <Figure 41>과 같다.

연화문 물결은 S/S용으로 생동감을 주는 형태이며 연화문 트리는 한 폭의 그림과 같은 정적인 분위기의 F/W용으로 대조를 이루고 있다. 꽃 이미지를 문양화해서 그래픽으로 구성하는 방법은 이후에도 다양한 색상 개발이 용이하다는 장점을 가지며 트렌디 하면서도 모티브들이 서구의 스카프 문양과는 차별화된 고유성을 지니고 있다.

연화문 스카프		
모티브	도안	완성본
		
Figure 34. 연화문 모티브 작업.	Figure 35. 연화문 물결 스카프 도안.	Figure 36. 연화문 물결 스카프 완성 제품.
		
Figure 37. 연화문 모티브 작업.	Figure 38. 연화문 트윌리 도안.	Figure 39. 연화문 트윌리 완성 제품.
		
Figure 40. 연화문 트리 모티브 작업.	Figure 41. 연화문 트리 스카프 도안.	Figure 42. 연화문 트리 스카프 완성 제품.

IV. 결 론

본 논문은 조선시대 민화 중 화조화에서 표현된 이미지를 중심으로 현대적 스카프 디자인을 연구 개발한 것이다. 조선시대 민화 중 화조화는 최근 자연과 생태계 파괴로 인한 친환경, 자연주의 테마와 부합되어 현대적 디자인으로 재현될 때 패션성과 시장성이 높다고 사료되어 선정하였다. 먼저 조선시대 민화인 화조화 중에서 초충도, 모란도, 연화도를 중심으로 특징과 그림 자료들을 수집함과 동시에 스카프를 중심으로 글로벌 마켓에서 성공한 해외 브랜드들의 역사와 특징을 알아보고, 특히 본 연구 테마와 비교되는 꽃, 식물 등 자연적 이미지를 중심으로 한 2018년도 스카프 디자인을 살펴보았다. 해외 브랜드 사례로는 스카프를 패션의 중요 아이템으로써 예술적 가치를 지닌 명품이자 소장품으로 격을 상승시킨 프랑스의 에르메스, 페이지리 문양 하나로 세계적인 프린트 패턴의 트렌드를 리드한 이태리의 에트로, 북유럽의 친혜의 자연을 테마로 모던한 아름다움을 지닌 북유럽을 대표하는 스카프 브랜드 마리아 꾸르키, 동서양이 교차하는 러시아의 문화와 예술 감성을 표현한 러시아 대표 브랜드 래디컬 시크, 태국의 전통과 문화, 자연을 담은 아시아의 대표적 텍스타일 브랜드 짐 톱슨을 선정하였다. 그들만이 지닌 문화와 예술, 자연을 텍스타일 패턴에 담아 다양한 패션 액세서리, 의상으로까지 영역을 넓히며 자국의 대표 브랜드이자 세계적인 글로벌 패션 브랜드로 성장하게 되는 과정과 디자인의 특징들에 대해 알아보았다. 이 브랜드들의 2018년 에콜로지풍 스카프 디자인을 조사하여 이를 바탕으로 3가지 디자인 전개방법을 택하였다.

첫 번째는 민화의 화풍을 그대로 살리되 기하학적인 선과 면을 합성시키는 방법, 두 번째는 화조화 속의 이미지 요소를 분리하여 재배열하는 방법, 세 번째는 화조화의 요소들을 그래픽화하여

활용한 방법 등으로 디자인을 전개하고자 조사한 250여 점의 민화 중 최종 11점을 활용하였다. 선정된 초충도 5점, 모란도 2점, 연화도 4점을 활용하여 55*180cm 롱 스카프 3종, 컬러별 각 1, 2, 3개씩 총 6점, 90*90cm 사각 스카프 3종, 컬러별 1, 2, 3개씩 총 6점, 110*110cm 스카프 1점, 6.5*96cm, 5*96cm 사이즈 트월리 2점 등 8개 스타일 디자인의 총 15 점의 스카프를 개발하였고 완성된 스카프를 모델에 착용하거나 디스플레이한 후 촬영하여 상품성을 돋보이게 하였다. 개발한 스카프 디자인은 다음과 같다.

첫째, 선정된 초충도 5점은 책자에 있는 민화를 포토샵으로 최소한의 색과 형태 보정한 뒤 그대로 재현하되 현대성을 살리기 위해 변형된 격자 패턴과 몬드리안 스타일의 모자이크 배합을 합성하여 55*180cm의 롱 스카프 디자인을 실크 메쉬 조직에 프린트하였다. 최종적으로 그레이 계열, 실버 블루 계열, 브라운 계열의 3종 컬러로 자연미와 계절감을 지닌 색 조화를 주었고, 민화의 고풍스러운 화풍을 그대로 재현했지만 현대적인 기하학적인 구도와 매치되어 모던하면서 트렌디한 멋을 지니고 있다.

둘째, 민화의 그림 요소를 그대로 사용하되 재배열하여 구성하는 방법으로 여러 점의 그림들을 한 디자인 안에 편입, 재구성하였다. 선정된 모란도 2점, 연화도 4점 안에 있는 꽃 개체들을 해체한 후 보정하고, 포토샵과 태블릿 펜을 사용하여 리드로잉, 재구성 및 편집하였으며 초충도에서 따온 나비를 수채화로 그린 후 스캔하여 생동감을 살려 모란과 연꽃에 조화를 이루게 배치하고 구성하여 디자인하였다. 최종 55*180cm 롱 사이즈의 모란도 스카프 1점, 블랙과 올리브색 2점, 연화도 스카프 오렌지색 1점, 110*110cm 사이즈의 베이징 그레이 투톤 스카프 1점과 이를 모노톤화하여 시킨 90*90cm 사이즈의 스카프 1점 등 5점을 완성하였다. 모란도는 실크 새틴 조젯에 프린트하여 기

존 스카프에서 사용되지 않는 동양적인 화려함과 우아한 멋을 자아내도록 하였다. 연화도의 경우 룡 사이즈는 반투명한 시폰을 사용하여 오렌지빛 그라데이션 바탕으로 신비하고 은은한 멋을 자아내도록 연출하였다. 110*110cm 사이즈는 F/W용으로 65% 울과 35% 실크가 혼방된 원단에 투톤 컬러 바탕 위에 연화도를 대칭 구도로 배치하여 역동적이며 현대적인 감각을 살려 프린트하였다. 반면 같은 디자인을 모노톤 처리하여 실크 새틴 조켓 위에 90*90cm 사이즈로 프린트하여 은은하면서 동양적 세련미를 더하는 디자인을 하였다. 최근에는 디올(Dior)이나 구찌(Gucci) 등에서도 모란 등의 다양한 꽃 이미지를 살린 중국풍의 프린트가 유행하면서 한국 민화에서 차용된 모란, 연화는 새로우면서도 트렌디한 느낌을 주고 있다.

셋째, 민화의 모티브를 그래픽화하여 활용하는 방법으로 연화도 4점을 선정하여 연꽃과 연잎을 각각의 개체로 분리 후 일러스트레이터로 라인을 그려 도형화하였고, 색을 채울 수 있도록 패스와 인더 툴을 이용하여 분리하는 작업을 하였다. 총 3종의 디자인을 완성하였는데 90*90cm 사이즈 S/S 용 1종, F/W용 1종, 트월리 2종 등 총 4개 디자인에 컬러 배색이 다른 7점의 스카프를 완성하였다. S/S용 연화문 물결 스카프는 5개의 기본 연꽃 모티브가 도형화되었고 물결처럼 구비치는 역동감이 있는 줄기와 이 모티브들을 사이즈와 색상에 따라 다양하게 변화 배치하고 생동감 있는 색조화에 초점을 맞추어 디자인 1종을 완성하였으며, 피치 계열의 오렌지색과 보라색 계열의 2점을 최종 선정하였다. F/W용 연화문 트리 스카프는 같은 방법으로 도형화된 연꽃 모티브를 다양한 사이즈로 재배열하거나 초충도에서 추출된 나비들을 합성시키고 정적이면서 동양적인 화풍이 느껴지도록 구성을 하였으며 레드색, 톤 다운된 그레이쉬 네이비색, 베이지색 등 3점을 최종 선정하여 DTP 하였다. 트월리는 스트라이프 위에 연꽃 모티브를

배열하여 모던함과 조화를 이루게 디자인하였고 색상은 S/S용 오렌지 계열과 F/W용 브라운 베이지 계열 2점을 최종 완성하였다. 첫 번째, 두 번째 방법은 우리 민화만의 화풍을 그대로 살리되 현대적 감성이 교차되어 진부하지 않으면서 타브랜드와는 차별화된 고풍스러운 색감과 디테일을 살릴 수 있다. 반면 세 번째 방법은 민화의 요소들을 그래픽화하여 모던하면서도 창의적이고 색상과 디자인을 자유롭게 바꿀 수 있어 다양한 컬러 베리에이션과 디자인이 창출될 수 있는 장점을 지니고 있다.

본 연구에서 제작된 모든 디자인은 한국 민화만이 갖는 전통성과 예술성이 손상되지 않는 선에서 현대감과 패션 트렌드를 조화하여 글로벌 유명 브랜드와 경쟁할 수 있는 차별화된 상품성을 갖도록 고려하여 디자인되었다. 조선시대 민화 외에도 현대적 패션에 영감을 줄 수 있는 선조들의 창의적인 조형 예술품들은 무궁무진하다. 물론 경쟁력 있는 패션 상품이 되기 위해서는 다양한 마케팅적 요소가 접목되어 소비자들에게 다양한 채널을 통해 시각적으로 전달되고 브랜드 이미지 메이킹이 필요하지만, 이번 연구를 통해 개발된 디자인들을 바탕으로 우리의 전통문화예술에 현대적인 패션 감각을 접목하여, 글로벌 경쟁력을 지닌 많은 상품들이 후속적으로 개발되어지는데 도움이 되기를 기대한다. 궁극적으로 국익을 도모하고 국가 브랜드 이미지를 향상시킬 수 있는 글로벌 패션 브랜드가 탄생하여 한국의 문화 예술이 패션 트렌드의 중심에 서는 날이 오기를 바란다.

References

- Ahn, S. S. (1990). Asian art motifs from Korea 6 lotus. Seoul: Ahn graphics.
- Baik, I. S. (2012). *선비의 향기, 그림으로 만나다* [The fragrance of classical scholar, meets with painting]. Seoul:

- Discoress.
- Choi, I. S. (2012). *A study on jewelry design using pixel image from folk painting*. Seoul: Seoul National University of Science and Technology.
- Cho, J. Y., & Lee, U. H. (1982), *Minga of Lee Dynasty*. Tokyo: Kangdamsa.
- Choi, S. J. (2015. November). Modern application of folk painting as Folkloristics, *Proceeding of Korean Society of Culture and Convergence, Gyeonggi*, 351-372.
- Etro. (n.d.). *NAVER* Retrieved December 8, 2018, from <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1394866&cid=42821&categoryId=42821>
- Hermès. (n.d.). *NAVER* Retrieved December 8, 2018, from <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2098430&cid=43168&categoryId=43168>
- Insideretailasia. (2017, September 6). Thailand's Jim Thompson plans global expansion. *Inside retail asia*. Retrieved November 22, 2018, from <https://insideretail.asia/2017/09/06/thailands-jim-thompson-plans-global-expansion/>
- Jim Thompson. (n.d.). *Jim Thompson*. Retrieved December 20, 2018, from <https://www.jimthompson.com/women/scarves/square.html>
- Jung, B. M. (2012). *민화, 가장 대중적인 그리고 한국적인* [Minwha, The most popular and Korean]. Paju: Dolbegae.
- Jung, B. M. (2017). *민화는 민화다* [Folk painting is Folk painting]. Seoul: Dahal Media.
- Kim, S. Y. (2010). Characteristics and styles of wearing scarves in the contemporary fashion. *Journal of Family and Environment Research*, 48(6), 31-41.
- Lee, H. L. (2014, December 24). 가질 수 없어 더 '귀하다'... 명품 중 명품 '에르메스' [It is more 'precious' because of not to have... The most luxury brand, 'Hermès']. *Special Economy*. Retrieved December 2, 2018, from <http://www.speconomy.com/news/articleView.html?idxno=42132>
- Lee, J. M. (1995, May 31). <명품이야기> 7. 에르메스 스카프 [The story of luxury brand> 7. Hermes scarf]. *joins.com*. Retrieved October 25, 2018, from <https://news.joins.com/article/3073973>
- Lee, Y. S. (2015). *Folk painting of Korea*. Seoul: Korean Academic Reference Center.
- Marja Kurki. (n.d.). *Marja Kurki*. Retrieved December 16, 2018, from <http://www.marjakurki.co.kr/html/main.php>
- Radical Chic- Fashion accessories. (n.d.). *Radical Chic*. Retrieved December 16, 2018, <http://radicalchicfashion.com/catalog/p3>
- Scarf. (n.d.). *NAVER* Retrieved December 5, 2018, from <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1116907&cid=40942&categoryId=32094>
- Scarves and silk accessories. (n.d.). *Hermès*. Retrieved December 6, 2018, from <http://korea.hermes.com/la-maison-des-carres.html?&xtor=AL-24724>
- Song, H. R., & Kim, H. K. (2011). A study on application of the aesthetic characteristics of korean folk paintings in fashion design. *Journal of the Fashion Design*, 11(1), 103-120.
- Song, H. Y. (2014). A development of jacquard fabric design for packaging using korean traditional patterns. *Journal of the Korean Society Design Culute*, 20(1), 361-370.
- Textile accessories. (n.d.). *Etro*. Retrieved December 20, 2018, from https://www.etro.com/ko_kr/woman/accessories/textile.html
- The National Folk Museum of Korea. (2005). *Korea folk painting and screens*, Seoul: The National Folk Museum of Korea.
- Xiao, N. (2008, August 9). Marja Kurki Presents Comfort and Warmth of Autumn. *China daily*. Retrieved January 14, 2019, from http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2008-08/09/content_6919301.htm
- Yang, R. N. (2001). *패션 스카프 연출* [Fashion scarf coordination]. Paju: Daewangsa.
- Yoo, S. A. (2012, May). 에르메스 실크 스카프 장인 카멜 아마두, 나비 한 마리가 빚어낸 스카프 한 장 [Kamel Hamadou, the craftsman of Hermes silk scarf, like a butterfly] *design house M+*, Retrieved October 25, 2018, from http://luxury.designhouse.co.kr/in_magazine/sub.html?at=view&info_id=59475
- Yoo, Y. J., & Choi, J. H. (2013). A study on the expressive characteristics of print design in hermes scarves. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 13(2), 145-161.
- Yoon, Y. S. (1995). *Tales of Korean folk painting, Minwha*, Seoul: Design house.
- Yoon, Y. S. (2000). *KOREAN ART BOOK 민화 1 [KOREAN ART BOOK Folk painting 1]* (1st ed.). Seoul: Yekyong Publishing Co.
- Yoon, Y. S. (2005). *꿈꾸는 우리민화* [Dreaming Korean Minwha], Paju: Borimpress.
- Yum, M. S. (2016). Modern fashion design development by using motifs and colors of flower and bird pictures in folk painting. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 18(2), 115-125.

The Study on Development of Scarf Design by Applying the Folk Painting in Chosun Dynasty

- Focused on Flower Bird Painting -

Jung, Sung Hye⁺

Professor, Dept. of Fashion Design & Textiles, Inha University⁺

Abstract

The Korean wave including K-pop is receiving more global attention than ever before, but global fashion products to seek the high value-added creation are insufficient. The purpose of this study is to put the Korean wave at the center of global fashion trend by discovering, promoting, and commercializing traditional Korean art and culture. This study aimed to participate in the creation of high value added fashion products based on the designs developed via flower bird paintings among folk paintings in the Chosun Dynasty period and develop scarves grafted onto a modern trend. In addition, Hermès, Etro, Marja Kurki, Radical Chic, and Jim Thompson were selected as representative global fashion brands which have secured success from combination of scarves and their unique culture and art, and the history and the feature of design had been investigated. On the basis of 2018 ecology scarf trend of the five brands, three design methods were selected. 11 paintings of Painting of Grass and Insects, Painting of peony, Painting of lotus flower were selected among the collected folk paintings and finally, 15 pieces of scarves were designed using them.

The study results are as follows. First, three 50*180 cm long scarves by color were completed with keeping coexistence of oriental delicacy and geometrical modern by matching 5 Paintings of Grass and Insects and grating pattern. Second, the original painting elements of folk painting were used and constructed newly for rearrangement. The motives in various paintings were disassembled and reconstructed in the one design after their revision and redrawing. Flowers in Painting of peony, Painting of lotus flower and butterflies in the Painting of Grass and Insects were rearranged harmoniously, and it was printed out as DPT on five scarves of 55*180cm and 90 & 110cm square size. Third, the motives of folk painting were graphicalized. They were separated from the Painting of lotus flower and geometricized by drawing lines with Adobe Illustrator CC. Five 90cm square scarves and two twilly scarves were completed by matching various color for season. This study selected the finished products after several printing for re-compensating color tone and motive size, and had taken photos with a model or display. It is expected to create another Korean wave through fashion by developing competitive fashion culture products along with various marketing activities based on this study.

Key words : flower bird painting, fashion culture product, scarf design, global fashion brand