

국가 상징물 태극기를 소재로한 디자인 활용방안에 관한연구

The study on the Design application of the korean national flag "Taekuki"

김영희

인천전문대학교 산업디자인과

Young-Hee Kim

Department of Industrial Design, Junior College of Incheon

1. 서론

1.1. 연구목적

어느나라 어느민족을 막론하고 그나라를 상징하는 국기가 있다. 이것은 그나라의 심볼이며 민족성을 상징하고 국가의 주권을 대표하는 숭고한 표현이다. 그러나 우리는 국기를 하나의 상징물로만 생각했을뿐 이것을 디자인적으로 활용하는 일은 거의 없었다. 이에 본 연구는 보다 한국적임에도 불구하고 디자인적 요소로는 거의 활용되고 있지 않고 있는 태극기를 디자인적 측면에서 연구하여 태극기를 활용한 디자인 개발방향을 제시하고자한다. 또한 실생활에 필요한 상품개발을 위한 디자인 가능성을 분석하고 국민들의 생활속에 쉽고도 친숙하게 접할수 있는 계기를 마련하고자 한다. 그리고 태극기 활용범위를 보다 다양하게 넓히고 디자인 수준향상과 태극기 활용의 대중화에 그 목적을 두고 있다.

1.2. 연구방법 및 범위

본 연구에서는 요즘 시도되는 태극기를 이용한 디자인에 대한 문제점과 앞으로의 가능성을 제시하고자 국내외에서 발행되는 단행물, 정기간행물, 논문, 인터넷등을 통한 연구방법과 현대태극기의 활용도를 직접 시장조사 하여 분석하는 실증적 연구 방법을 병행하였다. 연구범위는 외국국기의 경우 그 활용도가 많은 미국의 성조기와 영국의 유니온잭을 조사하여 비교분석하였고, 국기의 활용도에있어서는 개발된 상품을 중심으로 연구하였다. 그러나 태극기의 경우는 그 활용사례가 빈약함으로 광고도 포함시켰다.

2.본론

2.1. 태극기의 이론적 배경

2.1.1. 태극기의 유래

태극기가 우리나라 국기로 처음 상징된 것은 1882년8월 당시 수신사 박영효가 국기의 필요성을 절감하고 고종의 허락을 받아 일본을 방문하러 가던중 메이지 마루호 선상에서 그린것으로 기록되어 있다. 그러나 태극기가 오늘날과 같은 디자인으로 통일제정된 것은 1949년 이승만 대통령의 지시로 국기제정위원회를 구성.제정된것이다. 이에 문교부(현교육부)는 국기 시정에 관한 고시안을 작성하여 1949년10월15일 문교부고시 제2호로 공포함으로써 우리태극기는 완전한 통일규격으로 국내외에서 사용하게 되었다.

2.1.2. 태극기의 변천과정

태극기의 변천과정은 태극기를 구성하고 있는 태극, 4괘, 그리고 전체적인 Layout의 변화이다. 지나온 태극기의 변천과정을 살펴보면 모두 다섯번의 발전단계를 거쳐 오늘날의 모습으로 자리를 잡았다. 첫번째는 1882년 "시사신보"의 보도처럼 고종의 지시에 따라 박영효에 의해 완성된 것으로 우리나라 최초의 태극기이다. 두번째는 1885년 고종이 외무담당 미국인 데니씨에게 선물한 태극기로 현재 독립기념관에 전시되어 있다. 세번째는 1896년 독립신문 제호에 쓰인 태극기이고 네번째는 1900년 파리 박람회때 사용했던 태극기이다. 현재 사용하고 있는 것은 1949년 정부에서 42인국기제정위원회를 구성.제정된것이다.

2.1.3.태극기가 진년뜻

나라의 상징이 되는 국기는 대외적으로 국위를 나타내는 심볼로서 그형태는 나라마다 특정한 의미를 지니게 된다. 태극은 한가운데 태극도형과 4괘 즉 건(乾), 곤(坤), 감(坎), 이(離)로 이루어져 간결하면서도 대자연의 진리를 나타내고있다. 따라서 태극기는 민족의 이상과 우주관이 담겨진 나라의 상징으로서 길이 길이 발전하고자 하는 우리겨레의 이상을 집약한 심볼이라 하겠다.

2.1.4. 태극기의 시각적 구성요소 (태극, 4괘, 색)

한국가의 상징물에는 그민족의 역사속에 살아있는 정신적인 근원이 되는 사상과 민족혼이 스며있다. 우리민족에게는 태극심볼이있다. 태극기를 구성하는 조형요소로는 가장중심이되는 태극 원과 4괘 그리고 각 조형요소들의 색채를 들수있겠다. 먼저 태극은 음양오행사상의 상징이다. 음양오행사상은 동양철학의꽃이며 핵심이다. 이세상은 음과양의 조화로 존재하고 있다. 이 두세력 균형을 이루며 조화를 이룰때 생명이 탄생되고 우주가 운행되는 것이니 이 두음과 양의 운동을 하나의 도형으로 만든것이 태극도형이다.

태극에 나타난 특징을 살펴보면 양의 세계는 적색으로 표현하며 강렬하고 약동하는 태양의 힘을 느끼게 한다. 청색으로 상징되는 음의 세계는 조용하고 차분하며 섬세한 여성의 손끝을 느끼게 해준다. 이와 같은 태극은 한국인의 삶속에서 오랜 옛날부터 민족의 부호로서 널리 사용 되어서 왔고 현재도 응용되어지고 있다. 다음으로 4괘 즉 건(乾), 곤(坤), 감(坎), 이(離)가 태극기 대각선 사방에 배치되어있다. 건(하늘), 감(땅)이 상단좌측과 우측에 있고 이(불), 곤(물)이 하단좌측과 우측에 검은색으로 그려져있다. 이 4괘는 주역의 기본이 되는 사상(四象)으로 창조적인 우주관을 담고있다. 따라서 태극기의 4괘는 태극도형과 더불어 우주만물이 생성.발전하는 대자연의 이치를 나타낸다.

마지막으로 태극기의 색을 사단법인 국기선양회의 "국기해설"에 따르면 바탕의 흰색은 평화를 상징하고 적색은 양을 뜻하고 청색은 음을 뜻한다고 되어있다. 이는 태극의 의미를 잘 함축한 것이라 할수있다. 그러나 태극의 색도 예전처럼 단순히 적색, 청색, 검정등으로 표기해서는 시각적이미지를 정확하게 전달할수없다. 이에 총무처에서 1997년10월24일 태극기의 통일된 이미지와 색상유지를 위해 태극기표준색도를 지정고시했다.

이상에서 살펴본바와 같이 태극기는 자연과 인간 그리고 창조 의 원리를 내포한 과학적인 심볼이라해도 과언이 아닐것이다.

2.2. 국기를 소재로한 디자인 활용사례분석

어느국가이든지 한나라의 시각적 상징은 국기라는 매체로 그 이미지가 집약된다. 미국, 영국, 캐나다등 여러나라에서는 오래전부터 자국의 국기를 패턴화시켜 여러부문에서 응용하고 있는 모습을 우리는 자주볼수있다. 가까이 는 가방, 스카프, 의류, 식기 등과같은 생활용품에서 부터 아예 국기를 심볼화 시켜 그대로 상품에 부착 시키므로써 한눈에 보아도 그나라 제품임을 알수있도록 하고있다. 그리고 그것이 그나라에서만 유통된것이 아니라 세계여러나라에 까지 영향을 주고있다. 우리나라에서도 어색함이 없이 응용된 제품들을 거부반응없이 접하고 또한 사용하고있다. 우리도 태극기에 대한 고정관념을 버리고 보다 다른 시각으로 태극기를 보고 응용하여 생활속에 함께하는 친근감있는 태극기로서 활용되어야 할것이다. 이를 위해 먼저 선진사례로서 가장 많이 볼수있는 미국의 성조기와 영국의 유니온잭에 대한 활용사례를 연구하고 현재 태극기의 활용사례에 대해서도 조사하여 비교분석 하고자 한다.

2.2.1. 미국의 성조기

미국의 국기는 일반적으로 「성조기(Stars and Stripes)」라고 하는데 미국인들은 오랜영광(Old Glory)이라고도 부르고있다. 성조기가 미국국기로 정해진것은 1977년이며 옆으로 그려진 붉고 흰13개의 줄은 미국이 처음으로 독립한 당시의 13주를 상징하고 50개의 별은 주의 수를 나타내고 있다. 성조기의 활용사례를 살펴보면 성조기의 구성요소인 별과 스트라이프의 형태상의 응용으로 나타난다. 그것은 많은 사람들이 별과 스트라이프만으로도 성조기의 이미지를 충분히 느낄수있기 때문이라 생각된다. 형태상의 응용을 몇가지로 분류해보면 ①성조기를 그대로 표현한예. ②성조기의 외형만 변형시킨예. ③구성요소인 별과 스트라이프를 자유롭게 배치시킨예. ④성조기의 이미지만 표현한예로 나눌수있다. 이와 같은 방법으로 살펴보면 성조기는 일상생활용품에서 부터 다양 하게 활용되었음을 알수있었다. 그 예로는 T셔츠 모자, 수영복, 점퍼, 조끼, 바지, 스커트, 양말, 수첩, 기타, 라이터, 편지, 우표, 슬러머신, 간판, 볼펜, 열쇠고리, 쇼핑백, 추리닝, 권투글러브, 신발, 헬멧, 자동차, 가방, 쿨슨, 아이돌 인형에서 캐릭터(캡틴아메리카, 윈더우먼)등 그 적용범위는 광범위하다. 그중 가장 많은 표현방법으로는 구성요소인 별과 스트라이프의 자유로운 배치에서이다. 그리고 대중들로 하여금 쉽게 접근할수있고 성인뿐만 아니라 국기에 대한 이미지가 약한 어린이들에게도 자기 나라 에 대한 애착심이나 자부심을 간접적으로 심어주고 있었다. 성조기는 색상이나 디자인에서 느껴지는 이미지와 실제 미국인들의 개방적이면서 명랑하고 활발한 국민성과 잘 일치되어 미국을 대표하는 이미지로 자리를 굳히게 되었다. 성조기를 그대로 다 응용하지 않더라도 색상만으로 그 이미지를 나타내거나 별과 스트라이프 무늬만으로도 그 이미지를 전달하는 등의 디자인 적인 변화를 시도한것을 볼수있었다. 이러한 성조기의 다양한 활용은 오늘날 세련된 이미지로 세계여러나라에 정착할수있는 계기가 되지 않았나 하는 생각이 든다.

2.2.2. 영국의 유니온잭

영국국기는 1603년 스코틀랜드 왕인 제임스 6세가 영국왕(제임스1세)을 겸하게 되어 스코틀랜드와 잉글랜드 연합왕국의 국기가 성립되었고 1801년 아일랜드가 합병된후 아일랜드 기의 디자인이 추가로 합쳐져서 오늘날의 영국국기가 완성되었다. 영국국기는 잉글랜드기와 스코틀랜드기가 합쳐져서 이루어진 이유로 연합기(Union Flag)또는 유니온잭(Union jack)으로 불린다. 활용사례를 살펴보면 성조기만큼 형태상에있어서 응용이 다양하지 못하다. 유니온잭을 구성하고 있는 십자가와 바탕색 그대로 많은 부분에 활용되고 있었다. "MICHICO LONDON"에서 심볼마크로 사용하고 있으며 형태는 그대로 유지하면서 폭과 길이의 변화를 다양하게하여 수첩, 가방, 노트등의 제품에 적용하고 있었다. 그의 쿨슨, 시계, T셔츠, 식탁보, 컵, 테니스가방, 양말, 의상등에 유니온잭 형태대로 사용되었다. 두번째 외형만 변형시킨 예로는 미국지도위에 유니온잭을 표현 한것과 이를 이용한 쇼핑백, 신문의 심볼등이다. 그리고 라이터, 노트등에도 또다른 형태의 변형된 디자인이 적용되었다. 그의 편지봉투, 스포츠의류 등에서도 십자가와 바탕색을 자유롭게 배치한것을 볼수있고 마지막으로 이미지만 표현한것으로는 영국이미지의 캐릭터 캡틴브리튼을 들수있다. 이렇듯 영국의 유니온 잭 또한 우리주변에서 흔히볼수있는 생활용품에 여러모로 활용되고 있었다. 유니온잭은 상품으로도 많이 쓰여지고 제품의 상품명으로도 사용되고 있었다.

2.2.3. 한국의 태극기

태극기 또한 앞서 구분한 형태의 4종류로 나누어 분석해보았다. 태극기는 제품보다 광고에 많이 쓰였음을 알수 있었다. 그에서 제품으로는 열쇠고리, 버튼, 양말, 스티커, 신문광고, 잡지광고, 노트, 심볼등으로 상품의 종류도 미약한 형편이다. 그리고 특색있는 것은 국산품애용이라는 애국심에 호소하는 슬로건과 함께 쓰여진것을 볼수있다. 그리고 표현방법도 거의 대부분이 그대로 적용하는 단순함을 보여주었고 디자인 변화도 부족하였다. 앞서 살펴본 미국의 성조기나 영국의 유니온잭과 비교한다면 태극기를 소재로한 상품개발이 절실히 필요한 실정이다. 그리고 형태나 디자인적인 측면에서도 많은 연구가 필요하다 하겠다.

2.3. 태극기를 소재로한 디자인 개발 방향

앞서 살펴본 성조기와 유니온잭의 경우는 그활용도가 다양하고 폭넓게 사용되었고 국기라는 개념보다 하나의 생활패턴으로서 응용도가 무한하였다. 이에반해 태극기의 활용은 지극히 제한되어 있었고 개발상품의 종류도 미비 하였다. 태극기를 우리문화와 실정에 맞게 디자인하고 실생활용품으로 개발하여 한국인으로서 긍지와 자부심을 느낄수있는 다양한 디자인 개발이 절실하다. 이를 위해 태극기의 기본요소인 태극과 4괘의 형태적 특징을 해석하고 이것을 현대에 어울리는 세련된 디자인으로 기본단위문양(Unit)을 개발하여 이를 상품개발에 적용한다. 나아가서는 관광상품으로도 개발하여 시대에 어울리는 인터넷 홍보와 판매로 국가수익도 높이고 외국인도 선호할수있는 세계적인 상품으로 발전시켜야 할것이다.

3. 결론

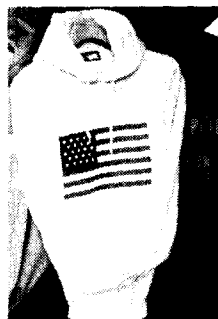
우리민족의 시각적상징물인 태극기가 국기로서의 경쟁력을 가지고 온국민이 우리 상품에 대한 믿음과 애용도를 높일수있는 디자인적 기초자료와 그 활용방안을 제시하고자 미국의 성조기와 영국의 유니온잭을 활용한 상품을 조사하여 태극기와 비교분석 하였다.

연구하여 얻은 결론은 다음과 같다.

- ①국기가 가지고 있는 형태의 변화에 따라 이미지가 다양해졌다.
- ②국기 고유의 색을 변형한 예는 극히 드물었으나 색이 변형될 때에는 그나라 이미지가 저하되었다.
- ③성조기나 유니온잭의 경우는 일상생활용품에서 부터 다양하게 상품개발이 적용되었으나 태극기의 경우는 제품보다 광고가 주류를 이루었다.
- ④디자인적인 측면에서 성조기나 유니온잭이 다양하고 세련된 디자인에 비해 태극기는 거의 대부분이 그대로 상품에 부착시키는 변화없는 디자인을 보여주었다.
- ⑤성조기나 유니온잭이 생활 깊숙이 활용되고 있는데 비해 태극기는 이제 시작단계에 불과 했다.

따라서 태극기를 소재로한 활용방안으로서 형태나 배치에 있어서 단순하면서 친근미가있는 그러면서도 한국적인 분위기를 위한 디자인으로된 기본단위문양(Unit)을 개발하여 이를 응용한 상품개발의 필요성을 논하였다. 아직은 태극기가 우리생활속에 스며든지 얼마되지 않지만 시각적으로 다양하게 응용되고 상품으로 개발되어 실제생활속에 또하나의 문화로 꽃피울수 있기를 기대한다. 앞으로 보다 적극적인 태극기의 활용을 위해 지속적인 디자인 연구로 세계가 공유할수있는 우리만의 독특한 심볼로 발전 시킬수 있도록 노력해야 할것이다.

●적용된 사례



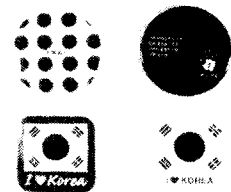
(미국)



(미국)



(영국)



(한국)