

# 관광상품개발을 위한 cap 디자인 연구 -전통박쥐문양의 응용을 중심으로-

김혜경·정성일

원광대학교 의상학과

## The Study on Cap Design for Developing Tourist Souvenir: Applying Traditional Bat Motifs

Hye Kyung Kim · Sung Il Jung

Dept. of Clothing Wonkwang University  
(2000. 5. 8 접수)

### Abstract

The importance of souvenirs are increasing immensely these days owing to the increase of foreign visitors to our country, which forces us to turn our eyes to this field. Upon these reflections, this study aims at developing cap designs that satisfy the foreign tourists' needs and let them recognize the outstanding beauty of Korean traditional patterns by applying traditional motifs.

The Korean traditional patterns and their symbolic meanings were researched as well as the previous studies on the designing of goods for foreign visitors which had traditional patterns applied. Furthermore, the overall tendencies of the purchase of souvenirs and goods by foreign tourists in Korea as well as in foreign countries were investigated. Next, the present state of apparel goods and caps for sightseers in Korea was analyzed according to their shapes, colors, and patterns. Finally, by using CAD system, new cap designs were developed applying traditional bat motifs in order to capture the traditional images for a modern sense of beauty.

**Key words:** cap design, Korean traditional motif, bat motif, souvenir;

캡 디자인, 전통문양, 박쥐문양, 관광상품

### I. 서론

선진국에 비해 비교적 늦은 1970년대에 와서 국제 전략산업으로 지정된 우리 나라의 관광산업은 1988

년 서울올림픽 개최 이후 외국관광객의 수가 꾸준히 증가되고 있어서 적은 투자로 부가가치를 창출하는 주요산업으로 인식되고 있다. 특히 오늘날의 관광산업은 환경 및 정보통신 산업과 함께 21세기를 주도해 나갈 성장산업으로 국가 이미지를 고양시키는 효과가 크므로 세계 여러 나라에서도 전략적으로 집중육성하고 있는 산업이다.<sup>1)</sup> 그러나 아직 우리나라의 관광산업은 관광객 유치를 위한 홍보전략을

\* 이 논문은 1999학년도 원광대학교 교비 지원에 의해서 연구되었음.

비롯하여 관광숙박시설과 역사·문화관광지의 미개발, 한국 고유의 문화체험을 제공하는 관광상품의 부족 등 여러 문제점을 안고 있다. 특히, 관광상품은 관광수입 중 40%를 차지하는 중요한 부분을 차지하고 있음에도 불구하고<sup>2)</sup> 외국관광객들의 다양한 구매취향에 맞추지 못하고 있다. 현재의 중앙 공급식 관광상품의 생산은 지역별로 고유의 특색을 지닌 상품의 판매를 불가능하게 하여 거의 모든 관광지에서 동일한 상품만을 판매하고 있으며<sup>3)</sup>, 또한 외국인이 가장 많이 이용하는 면세점에서도 외국수입품이 범람하고 있어 우리의 전통공예품, 민예품 그리고 한국적인 이미지를 담고 있는 관광상품의 판매가 매우 저조한 실정이다.<sup>4)</sup>

문화관광부의 연구결과<sup>5)</sup>에 의하면 미국, 캐나다, 영국, 홍콩, 싱가포르, 일본의 경우 관광상품으로서 판매수입을 가장 많이 올리고 있는 상품이 의류제품으로 조사되었고 이 연구결과에 의하면 외국인들이 기념할 만한 관광상품으로 기능적이며 실용성을 갖춘 의류제품을 주로 선호하는 것을 알 수 있다. 이는 우리 나라 관광상품의 품목별 판매 현황에 관한 문화관광부의 연구결과<sup>6)</sup>와 상통하는데, 이에 따르면 의류(38.0%), 식료품(35.6%), 김치(33.1%), 피혁제품(25%), 인삼(18.1%), 신발류(16.9%), 보석류(16.6%), 화장품(15.6%), 주류(14.7%), 도자기(9.8%)의 순서로 나타나 한국에서도 외국인이 선호하는 관광상품으로 가장 많이 구입하는 품목은 티셔츠, 넥타이, 스카프, 모자 등 의류품이라고 할 수 있다. 그러나 이에 비해 지금까지 관광상품의 종류는 주로 토산품, 공예품, 민예품 등과 같은 고가의 장식소품에 집중되어 있다.<sup>7)</sup>

따라서 2001년 한국방문의 해를 맞이하고 2000년 부산아시아안게임과 2002년 월드컵 등 다양한 국제 행사에 대비하여, 한국적 이미지를 잘 표현하고 우리 고유의 독창성을 지니면서도 세계적으로 공감을 얻을 수 있는 실용적인 관광의류상품의 디자인 개발이 시급한 상태이다.

Cap은 보온과 보호의 실용적인 기능을 갖는 중요한 액세서리 역할을 하는 품목일 뿐 아니라 남녀노소 구별 없이 누구나 사용하는 작은 소품이어서 휴대하기 편하고 특히 장식적인 조형요소가 많아 특

특한 개성을 잘 표현해준다. 이에, 본 연구에서는 cap이 기능적이고 실용적일 뿐만 아니라 외국관광객의 기호에도 적합하므로 우리의 전통문양을 응용하여 한국 고유의 아름다움을 나타낼 수 있는 관광상품으로 제공될 수 있는 cap을 디자인하는데 그 목적을 두었다.

## II. 이론적 배경

### 1. 국내·외 관광상품의 현황에 관한 고찰

우리 나라는 1988년 서울올림픽을 계기로 외국관광객의 수가 계속 증가하여 현재는 1년에 4백만 명 정도의 외국인이 우리 나라를 방문하고 있는 실정이다. 1960년대 이전에는 관광을 목적으로 우리 나라를 방문하는 외국인들이 거의 없었으나 70년대부터는 매년 증가하고 있다. 따라서 외국관광객을 대상으로 하는 관광상품의 필요성이 대두되었고, 이는 외화를 벌어들이는 관광수입의 중요한 부분을 차지하고 있다. 외래객에 의한 관광수지는 약 16억불의 흑자를 얻고 있으며 한국관광공사의 『외래객 여론조사』에 따르면 관광외화 수입 가운데 관광상품에 의한 수입이 차지하는 비중은 40%에 이른다.<sup>8)</sup>

이처럼 관광수입에 있어서 큰 비중을 차지하고 있는 관광상품은 외국관광객들의 구매취향에 맞추어 다양화되어야 하나 우리 나라는 관광상품의 생산이 중앙공급의 형태를 띠고 있으므로 어느 관광지를 가도 거의 동일한 상품이 판매되고 있어서 지역 고유의 특색을 지닌 관광상품을 구매하기가 어려운 실정이다.<sup>9)</sup> 또한 외국인이 가장 많이 이용하는 면세점에도 외국수입품이 범람하고 있어 우리의 전통공예품, 민예품 그리고 한국적인 이미지를 담고 있는 관광상품의 판매가 저조한 실정이다.<sup>10)</sup>

우리 나라 관광지에서 판매되고 있는 관광상품을 주요 지역별로 알아보면 <표 1>과 같다

<표 1>을 살펴보면 우리 나라에서 판매되고 있는 관광상품으로는 서울, 용인, 남원, 경주지역을 제외하고는 주로 공예품, 민예품, 토산품으로 제한되어 있다. 그러나 [그림 1]과 같이 문화관광부의 연구결과에 의하면 미국, 캐나다, 영국, 홍콩, 싱가포르, 일본의 경우 관광상품으로서 판매수입을 가장 많이 올

〈표 1〉 우리나라 주요 관광지지역별 관광상품<sup>11)</sup>

관광지역	관광상품	
서울	서울시 캐릭터상품, 롯데월드캐릭터상품	
부산	공예품(약세사리합, 거북형인주합, 할머니상, 스벵용구셋트), 금속류(골든볼)	
대전	가죽공예, 목·칠공예, 금속공예, 도자공예, 섬유공예, 종이공예품	
용인	에버랜드캐릭터상품, 이수자반상, 옥료주	
강릉	관노가면탈, 진도배기, 신사임당상, 이이상, 수반, 합지, 관솔기경, 옥기 대나무젓가락·수저	
공주·부여	부여 백제금동대향로, 공주 계룡 백일주	
전북	전주	태극선, 합죽선, 한지, 이강주
	무주	머루주
	남원	남원목기, 부채, 춘향이캐릭터상품
	정읍	난, 복조리
경주	신라인의 얼굴, 기마인물형토기, 에밀레종모형, 금관, 서라벌항기, 캐릭터(화랑이)	
제주	돌하르방, 물허벅여인상, 해녀상, 제주향수, 용암석조각품, 정동제품(맹맹이덩굴 수공예품), 산호공예품	

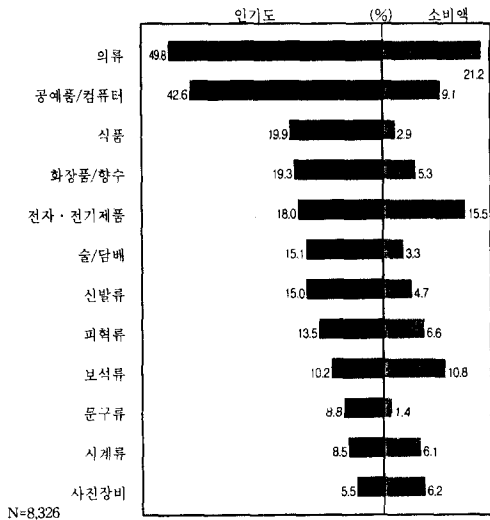
리고 있는 상품은 의류제품으로 조사되었고 이러한 연구결과에 의하면 외국인들이 기념할 만한 관광상품으로 기능적이며 실용성을 갖춘 의류제품을 주로 선호하는 것을 알 수 있다.

이는 우리 나라 관광상품의 품목별 판매 현황에 관한 문화관광부의 연구결과와 상통하는데, 이에 따르면 [그림 2]와 같이 의류(38.0%), 식료품(35.6%), 김치(33.1%), 피혁제품(25%), 인삼(18.1%), 신발류(16.9%), 보석류(16.6%), 화장품(15.6%), 주류(14.7%), 도자기(9.8%)의 순으로 나타나 한국에서도 외국인이

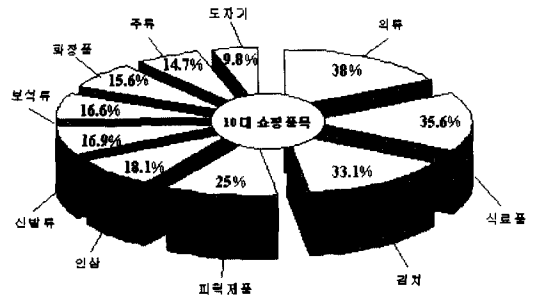
선호하는 관광상품으로 의류제품을 들고 있다. 그러나 우리 나라에서 판매되고 있는 의류제품은 우리 나라의 전통적 이미지를 담고 있는 것보다는 외국에서도 흔히 구입할 수 있는 것으로 우리의 문화를 알리기에는 부족함이 많다. 따라서 외국인들이 선호하는 관광상품으로서의 의류제품의 개발에 우선적으로 지원을 강화하여 개발 육성해야 할 것이다.

2. 전통문양에 관한 이론적 고찰

전통문양은 그 나라의 자연적, 역사적, 종교적 바탕 위에 형성되었기 때문에 민족의 고유한 정서감을 표현하며 이러한 문양은 추상적인 문양부터 사실적 문양인 동·식물문양이나 자연, 인물문양까지 각각 독자적인 조형적 특징을 지니고 있다. 우리나라의 문양 역시 전통적 미의식의 한 표현으로 한



〔그림 1〕 외국의 인기쇼핑 품목과 소비액<sup>12)</sup>



〔그림 2〕 우리나라 외래관광객의 10대 쇼핑품목 실태조사<sup>13)</sup>

국민의 정서와 생활 감정을 담고 있다. 우리의 문양은 대부분 중국을 통해 전래되었지만 우리 민족의 미적 감각에 맞게 여과되고 다듬어져 재창조되었기 때문에 다른 나라의 전통문양과는 쉽게 구분이 되며 우리 민족만이 지닐 수 있는 특징적인 양식을 갖추고 있다.<sup>14)</sup>

우리 나라에서는 복잡하고 다양한 상징적 의미를 갖는 여러 종류의 문양이 사용되어 왔으나, 본 연구에서는 우리의 조상들이 특별히 만복을 상징하여 의복, 장신구, 장식품 등의 여러 생활품목에 빈번히 애용하였던 박쥐문을 주된 문양으로 선택하였다.

복(福)을 상징하는 박쥐문은 중국의 명대에 발생하여 명말청초(明末淸初)에 크게 유행한 중국의 전통문양으로 우리 나라에서는 삼국시대와 고려시대에는 그 사례를 발견하지 못하였으며 17세기 중엽 이후 청으로부터 전래된 것으로 추정되는데, 동성동음(同聲同音)이 많은 중국어의 언어학적인 특성 때문에 복(蝠)이 복(福)과 동음(同音)이라 하여 박쥐를 행복의 상징으로 애용하였다.<sup>15, 16)</sup> 조선시대에는 박쥐를 편복(蝙蝠)이라 일컬었으며 그 시대의 종교인 유교의 영향과 기복적(祈福的)인 토착의 오복사상과 결합하여 그 길상의 의미가 급속도로 전파되었고 조선말기(19세기~20세기초)에는 전성기를 이루었다. 이렇게 중요한 길상문양으로 인식되었던 박쥐문은 공예와 생활용품 전반에 걸쳐 사용되었고 장수와 복의 상징 외에도 다남(多男)을 의미하기도 하였다.

또한 박쥐문은 우리 한국 풍토에 정착하여 우리 문화의 풍습과 생활양식에 맞게 발달되어왔기 때문에 지나칠 정도로 화려한 곡선의 형태를 갖춘 중국의 박쥐문에 비해 우리의 것은 고도의 단순화된 형태적 특징을 보여 순박한 느낌과 높은 조형감각을 표현하고 있다. 특히 무섭고 흉하게 느껴지는 박쥐의 모습이 극히 단순화되고 추상적인 형태로 다양하게 표현되어 독특한 한국적인 이미지를 나타내고 있다.

박쥐문양의 형태는 초형(草形), 삼각형(三角形), 원형(圓形), 비대칭형(非對稱形), 쌍형(雙形), 군형(群形), 들쇠형의 일곱 가지 유형으로 분류된다<sup>17)</sup> [그림 3] 초형은 박쥐문양 중 가장 많이 나타나는 형

태로서 날개가 곡선화 되어 있고 비교적 단순한 것부터 추상적인 것까지 다양한 형태로 표현된 것이고, 삼각형은 박쥐가 전체적으로 삼각형을 이루고 있거나 그와 비슷한 형태를 말한다. 원형은 박쥐문 전체가 원의 형태로 되어있거나 외곽의 날개가 원형에 가깝게 표현된 것이며, 비대칭형은 박쥐의 날개가 좌우 대칭의 형태로 되어있으나 좌우가 서로 다른 S자 형태를 말하고, 쌍형은 두 마리의 박쥐가 마주보고 있는 형태로 사실적 표현과 추상적 표현에 이르기까지 다양하게 나타나고 있다. 군형은 세 마리 이상의 박쥐가 문양의 한 단위를 이루고 있는 것으로 특히 다섯 마리의 박쥐를 같이 사용하는 경우가 많고, 들쇠형은 박쥐의 날개가 거꾸로 되어 있는 고리의 형태를 갖는다.

본 연구에서는 박쥐문과 함께 완(卍)자문, 뇌문, 수(壽)문도 응용하였는데 기하학문양인 완(卍)자문은 예로부터 농경생활에서 많이 사용하던 문양으로 태양의 빛을 의미하여 최대의 길상을 상징하였다.<sup>18)</sup> 또 다른 기하학문양인 뇌문은 번개를 추상화한 것으로 풍요의 기원을 상징하는데 조선시대에는 주로 단청이나 직물의 가장자리에 장식되었다. 문자문양인 수(壽)문은 장수를 상징하는 문양으로 한국복식 중 적의, 원삼, 당의 등에 금사의 자수 또는 금박으로 장식되기도 하였다. 이와 같은 기하학문양이나 문자문양은 전통적인 아름다움 뿐 아니라 추상적인 형태의 무늬가 주는 현대적인 감각도 효과적으로 표현할 수 있다.

### III. 연구방법

본 연구에서는 관광상품을 위한 cap 디자인을 개발하기 위하여 전통문양에 관한 문헌조사, 문화관광부의 관광상품에 관한 통계자료분석, 관광의류상품에 관한 실태현황조사 등을 실시하였고 이를 바탕으로 전통문양의 응용을 통하여 한국적 이미지를 표현한 cap 디자인을 CAD system을 이용하여 시도하였다. 이 연구방법을 단계적으로 설명하면 다음과 같다.

첫째, 앞의 제 II장 이론적 배경에서는 문헌조사를 통하여 우리 나라 전통문양의 종류와 그 상징하



초형



삼각형



원형



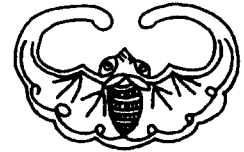
비대칭형



쌍형



군형



돌쇠형

[그림 3] 박쥐문의 형태적 분류

는 의미를 고찰하고 나아가 문화관광부(1999)가 제공한 통계자료를 통하여 우리 나라에서 판매되고 있는 관광상품의 전반적 현황, 외국의 경우 그 나라를 방문한 관광객들이 선호하는 인기쇼핑 품목과 소비액, 우리 나라의 경우 외래관광객의 인기 10대 쇼핑품목에 관한 실태조사의 결과를 고찰하였다.

둘째, 현재 우리 나라에서 판매되고 있는 관광의류상품과 cap에 대한 전반적 실태 현황조사를 실시하였다. 조사대상으로는 서울에 위치한 국립중앙박물관, 삼성호암미술관, 가나아트, 용인에 있는 에버랜드와 전라북도에 위치한 지리산, 광한루, 마이산, 내장산, 금산사를 방문하여 현재 시판되고 있는 관광의류상품의 종류와 cap의 디자인을 형태, 색채, 문양의 측면에서 분석하였다.

마지막으로 전통문양에 관한 문헌조사와 관광상품에 관한 실태 현황조사의 결과를 바탕으로 패션

디자인을 위한 컴퓨터 소프트웨어인 4D-box CAD Program, Adobe Photoshop 5.0, Adobe Illustrator 5.0 프로그램을 이용하여 cap 디자인을 실행하였다. 본 연구에서는 현재 시판되고있는 cap의 형태 중에서 가장 흔히 보이는 3각, 4각, 6각의 크라운을 갖는 3종류 형태를 선정하였다. Cap의 바탕색과 무늬의 색으로는 한국 고유의 이미지를 효율적으로 표현하기 위하여 우리 고유의 오방색에 속하는 검정, 흰색, 빨강, 파랑을 주로 사용하였다. 전통문양을 응용한 무늬를 디자인하기 위해서 전통문양 관련 서적에서 선택한 박쥐문, 완(卍)자문, 수(壽)문, 뇌(雷)문의 형태에서 문양의 모티브를 발췌하였다. 이렇게 선정된 형태, 색상, 문양은 위의 CAD system에 의한 색상 적용, 모티브 변형, 패턴 구성을 다양한 방법으로 적용하여 전통적인 이미지를 현대적인 감각으로 재구성하는 새로운 디자인을 시도하였다.

## IV. Cap의 개요 및 현황

### 1. Cap의 정의 및 구조

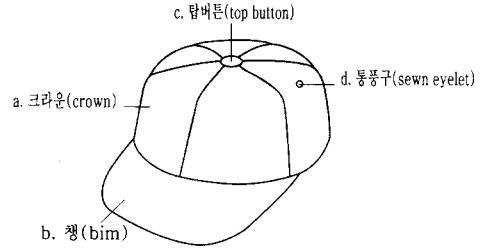
Cap은 사용하기 편리하며 실용적이어서 남녀노소에 제한 없이 자유롭게 사용되고 있으며 모자 중에서 카스켓트(casquette)를 말한다. 카스켓트는 영어에서 캡(cap)이라 불리며 앞에만 차양이 있는 모자의 총칭으로 스포티한 형태를 갖추고 있다. Cap은 역사적으로 12세기경부터 영국의 상류계급에서 수렵용으로 최초로 등장하였으며 남자들이 착용한 챙이 없고 머리에 꼭 맞는 스타일이었다. 그 당시에는 챙이 있던 모자는 햇(hat)으로 불려졌으며 현대에 사용하고 있는 cap은 1960년 중반 여성용으로 유행하였던 자키(jockey)의 형태를 갖추고 있다.

과거에는 모자의 착용이 문화 생활에 있어 필수적인 요소로 여겨져 다양한 개념이 함축되어 있었으나 2차 대전 이후부터는 상징적인 의미는 사라지기 시작했고 단지 공식적인 행사의 경우에만 필수적으로 착용하였다.<sup>19)</sup> 현대에 이르러서는 머리를 보호하고 햇빛을 가리는 기능적인 역할과 더욱 다양해진 디자인으로 인한 장식적인 역할도 수행하고 있으며 대표적인 cap의 종류로는 야구모자, 사냥모자, 승마모자 등이 있으며 레저용으로 많이 사용되고 있다.

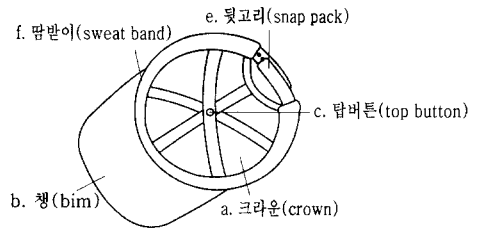
Cap은 크라운(crown), 챙(brim), 탑버튼(top button), 통풍구(sewn eyelet), 뒤틀고리(plastic snap pack), 땀받이(sweat band)로 구성되어 있으며 [그림 4]와 같다.

a. 크라운(crown): 크라운은 머리에 씌워지는 부분의 형태에 따라 둥근 형과 각진 형으로 분류할 수 있으며 크라운을 구성하는 천의 조각 수에 따라 3각~7각의 형태로 나누어진다. 조각들은 연결된 위에서 장식스티치를 하여 장식적인 효과를 내기도 하지만 모자 의 견고성을 더하기도 한다.

b. 챙(brim): 챙은 크라운 밑 부분에 달려 있는 것으로 햇빛을 가리는 역할을 하며 선수들이 착용하였을 때는 거리측정을 할 수 있도록 그 길이가 적당해야 하고 대개 둥근 형태를 갖고 있다. 또한 크라운의 장식스티치와 조화를 맞추기 위해 챙의 가



(겉)



(안)

[그림 4] Cap의 구조

장자리에도 2~3줄 가량의 장식스티치를 하는 경우가 많다.

c. 탑버튼(top button): 탑버튼은 크라운의 정상에 접착시켜 크라운을 구성하는 천 조각들이 연결되는 부분을 가려주는 미적 기능을 하고 있으며 cap을 세탁할 때 녹슬지 않도록 플라스틱을 사용하는 것이 좋으며 cap의 색상과 조화를 이루는 천으로 짜기 때문에 장식적인 요소가 되기도 한다.

d. 통풍구(sewn eyelet): 통풍구는 크라운의 위쪽에 위치하여 통풍의 역할을 하며 선수용은 그 크기가 크고 미적인 기능을 겸하고 있다.

e. 뒤틀고리(snap pack): 뒤틀고리는 cap의 size를 조절하기 위한 기능적인 역할을 하며 그 종류로는 소재에 따라 velcro, rail buckle, plastic or leather buckle, elastic band, plastic slide buckle 등이 있다.

f. 땀받이(sweat band): 땀받이는 cap 안쪽에 챙과 크라운이 만나는 부분에 2.5cm 정도의 폭으로 위치하고 있으며 땀을 흡수하는 기능을 가지고 있다.

### 2. 관광상품 cap의 실태조사

관광지의 판매업소에서 판매되고 있는 cap 디자

인에 관한 실태 조사를 위하여 관광상품을 판매하고 있는 서울에 위치한 국립중앙박물관, 삼성호암미술관, 가나아트, 에버랜드, 전라북도 지역에 위치한 남원의 지리산과 광한루, 진안의 마이산, 정읍의 내장산 그리고 김제의 금산사를 방문하였다. 조사 내용은 판매되고 있는 모든 관광의류상품의 종류를 파악하였고 cap의 경우 세부적인 디자인 특징인 형태, 색상, 문양의 종류를 파악하였다. 조사를 실시한 관광지의 관광상품 판매업소에서 현재 판매되고 있는 관광의류상품의 종류와 cap의 디자인을 조사 분석한 결과는 <표 2>와 같다.

서울에 위치한 국립중앙박물관, 삼성호암미술관, 가나아트에서는 한국적 이미지를 담기 위해 전통문양을 의류품 중 넥타이, 티셔츠, 손수건, 스카프에 적용하여 판매하고 있었으나 cap은 취급하고 있지 않았다. 용인 에버랜드에서는 주로 아동들을 대상으로 운영되고 있는 관광지이기 때문에 크라운이 낮고 납작하며 챙이 작은 아동용 size의 cap이 많았다. 색상은 흰색, 검정, 빨강, 파랑, 노랑을 많이 사용하였고 문양은 에버랜드에서 열리는 축제의 주제로 사용된 꽃(장미, 튜립), 놀이 기구(아마존, 독수리요새, 사파리 등)의 명칭을 가져다가 문자문양으로 cap에 적용하였다. 그 외에는 아동들이 좋아하는 만화의 주인공(둘리) 캐릭터를 문양으로 채택하였다.

전라북도 남원의 광한루에 위치한 관광상품 판매업소에서 판매되고 있는 cap은 모두 6각의 크라운

형태를 가지고 있었으며 색상으로는 크라운이 빨강이면 챙과 탑버튼은 남색으로 하거나 아니면 그 반대로 적용하여 태극의 빨강과 남색 배색을 이용하고 있었다. 광한루는 춘양전과 더불어 유명해진 관광명소이기 때문에 춘향이의 영문 명칭과 그 영문을 변형한 로고를 문양으로 사용하고 있었다. 지리산, 마이산, 내장산 그리고 김제의 금산사에서 시판되고 있는 cap의 디자인을 살펴보면 크라운은 둥근형과 각진 형 모두 나타나고 있으며 크라운을 구성하는 조각의 수는 4각~6각이 있었다. 그 외에도 밑짚을 가공처리 하여 만든 cap이 시판되고 있었다. Cap의 색상은 단색이 가장 많았으며 그 다음으로는 2가지의 색상으로 배색된 경우가 대부분이었다. 단색의 cap은 챙, 크라운, 탑버튼, 뒷고리, 안감이 모두 같은 색으로 많이 사용된 색상은 흰색, 검정, 빨강, 파랑이었다. cap이 두 가지 색으로 배색을 이룰 경우에는 챙과 탑버튼의 색상이 같고, 크라운과 안감의 색상이 같은 경우, 챙만 색상이 다른 경우, 챙 가장자리의 바이어스부분이 다른 색인 경우가 있었으며 대개 흰색은 검정과 빨강은 파랑과 배색을 이루고 있었다. Cap에 들어간 문양으로는 외국상표(나이키, ELLE, 폴로 등)와 우리나라에서 cap을 생산하고 있는 유명메이커(UNIONBAY, ZippyZiggy 등)의 로고를 사용하거나 외국영화나 애니메이션 등에 등장하는 주인공의 캐릭터를 사용하고 있어서 관광지의 특징을 담은 한국적 디자인보다는 시중에서

<표 2> 관광의류상품 현황 및 cap 디자인 분석

관광지	관광의류상품	Cap 디자인			
		형태	색상	문양	
서울	국립중앙 박물관	넥타이, 스카프, 티셔츠	cap은 판매되고 있지 않음		
	삼성호암 미술관	티셔츠, 스카프			
	가나아트	넥타이			
지역	에버랜드	모자, 티셔츠	6각	흰색, 검정	꽃축제(장미, 튜립)
			5각	빨강, 파랑	놀이기구의 명칭(아마존, 사파리, 독수리요새)
			4각	노랑	만화의 주인공(둘리)
전북지역	광한루	모자, 티셔츠	6각	남색, 빨강	'춘향'의 영문 명칭 영문을 변형한 로고
	지리산	모자	6각	갈색, 흰색	외국상표로고 (나이키, 폴로, ELLE)
	마이산	모자			
	내장산	모자	5각	검정, 빨강	유명브랜드 명칭 (UNIONBAY, ZippyZiggy)
	금산사	모자	4각	남색	영화와 만화의 주인공

흔히 볼 수 있는 cap을 판매하고 있었다. 이상의 실태조사결과에 의하면 우리 나라 관광지의 관광상품 판매업소에서는 대부분 디자인 개발 능력이 부족한 중소기업에서 생산하는 cap을 일률적으로 공급받아 판매하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 우리 고유의 전통 문화 또는 각 지방의 특색을 담고 있는 관광상품의 개발이 시급하다고 보았다.

## V. 작 품

### 1. 디자인 의도

관광산업이 날로 발전하고 관광객의 수가 급증함에 따라 우리 나라를 방문하는 외국관광객에게 만족시켜 줄만한 관광상품 개발은 매우 시급한 실정이나 현재 우리 나라에서 판매되고 있는 관광상품은 외국관광객의 구매취향에 상관없이 일률적인 상품만을 전시·판매하고 있는 것으로 나타났다. 우리나라 고유의 상품인 공예품이나 민예품은 상품이 고가이고 크기가 커서 부담을 주며 지나치게 전통성만을 강조하기 때문에 관광객의 구매욕구를 충족시켜주지 못하므로 관광상품으로서의 선호도가 낮은 편이다. 반면에 의류품은 가격이 저렴하고 실용적이어서 외국인이 한국방문을 기념할 수 있는 상품으로 가장 선호되고 있다. 그러나 위의 실태조사결과 우리 나라에서 판매되고 있는 관광의류상품의 종류는 티셔츠, 넥타이, 스카프 등으로 한정되어 있으며 간혹 cap이 시판되고 있기도 하나 한국 고유의 전통적인 이미지를 담고 있지 못한 상품들만 제공되고 있다. 따라서 본 연구에서는 한국적인 이미지를 담아 내면서도 현대적인 미적 감각을 지닌 cap을 디자인하여 우리 나라를 방문하는 외국관광객들에게 우리 고유 문화의 독창성과 우수성을 알리고자 하는데 디자인 의도와 연구의 의의를 두고 있다.

### 2. 디자인 계획

한국적 이미지를 담고 있는 cap 디자인을 위하여 전통문양 가운데 박쥐문, 완(卍)자문, 수(壽)문, 뇌문을 응용하였으며 주된 색상으로는 오방색 중에 검정, 흰색, 빨강, 파랑을 사용하였다. 이와 같이 한국적 이미지와 정서가 잘 반영되어 있는 색상과 전

통문양을 선택하여 CAD system을 이용하여 cap의 모형이나 외관에 적합한 조형요소를 확정하고 문양의 모티브를 정리·발췌하였다. 발췌된 모티브를 현대적인 관점으로 재해석한 후 정리한 각각의 모티브를 조형적으로 재구성하고 색상과 형태적 변형, 패턴효과 등의 다양한 변용에 의해 독창적인 문양을 개발하였다. 이 과정이 끝나면 mapping 작업을 통하여 완성된 문양을 cap의 앞면, 옆면, 뒷면, 윗면에 띄워 3차원 상태의 디자인 상황연출이 이루어지도록 하였다.

디자인한 작품은 총 3가지이며, 【작품 1】은 6각의 등근형 cap을 디자인하였다. 바탕색상에는 하늘색을 적용하였고 문양은 검정, 빨강, 파랑의 박쥐문에 완자문을 첨가하였다. 【작품 2】는 3각의 각진형 cap을 디자인하여, cap의 색상은 검정으로 하고 문양은 흰색의 박쥐문, 수(壽)문, 완자문의 모티브를 사용하였다. 【작품 3】은 4각의 각진형 cap을 디자인하여 바탕색상으로는 회색을 적용하고 검정의 박쥐문과 뇌문을 모티브로 선택하였다.

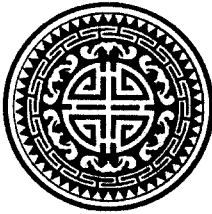
### 3. 작품 설명

#### (1) 작품 1

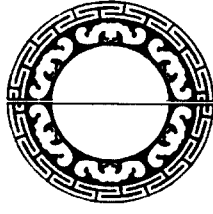
작품 1 [그림 5]은 한국복식에 잘 나타나 있는 자연미를 표현하기 위한 것으로 등근 형태의 6각(크라운 조각수) cap을 디자인하여 하늘을 상징하는 청색 계열인 하늘색을 cap의 바탕색으로 선택하였다. 또한 만물의 흐름과 변화, 생명의 기운을 cap에 표현하기 위해 문양의 색상을 검정, 빨강, 파랑으로 선택하였다.

박쥐문과 완자문은 검정의 선으로 입히고 나머지 여백에는 빨강과 파랑을 적용시켰다. 문양의 소재 설정은 전통문양에 관한 문헌<sup>20)</sup>에서 동그란 눈과 긴 수염을 가진 초형의 박쥐를 발췌하여 세부묘사를 상세하게 하지 않고 전체적으로 단순한 형태를 가지도록 변화를 주었다. 또한 박쥐의 몸체와 날개를 둥글게 연결하고, 날개의 뒷선도 둥글고 유연하게 표현하여 전체적으로 박쥐의 유연한 동작을 연상시키게 하였다. 변화를 준 박쥐는 3마리를 한 단위로 하는 균형의 형태로 다시 디자인하고, 박쥐의 주위에 완자문을 반원의 형태로 둘러싸게 하였다. 디자

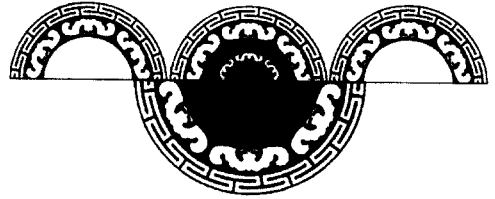




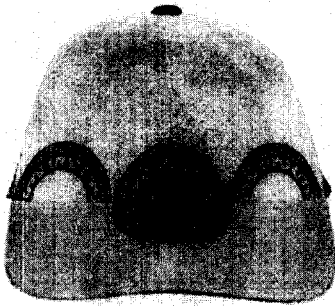
a. 소재 설정



b. 모티브 설정



c. 색상 적용 · 패턴 구성



d. 앞면



e. 옆면

[그림 5] 작품 1

인 한 문양을 크라운 아랫부분에 길게 수평으로 연결하여 배열하였다.

(2) 작품 2

작품 2 [그림 6]에서는 조선시대 선비들의 복식에 담겨진 승고미와 절제된 아름다움을 표현하였다. Cap의 형태에서 절제된 이미지를 보여주기 위해 각 진형의 3각 cap을 디자인하였다. 색채의 사용은 최대한으로 제한하여 무채색인 검정과 흰색만을 사용하여 흑백대비에서 오는 고매하고 엄숙한 느낌의 효과를 주었다.

문양으로는 전통문양 관련 문헌<sup>20)</sup>에 실려있는 박쥐자수장침마구리에서 그 소재를 발췌한 박쥐문과 수(壽)문을 이용하였다. 양 날개를 머리 쪽으로 들어 펼쳐 전체적으로 매우 뾰족한 삼각의 형태를 지닌 박쥐문과 둥글게 변형된 수(壽)문을 발췌하여 박쥐문의 날개 뒷선을 날카롭게 하고 박쥐 내부에 또 다른 박쥐를 놓아 이중적인 구조를 가진 독특한 형태로 다시 변형하였다.

이렇게 변형시킨 5마리 박쥐의 중심에 수(壽)자를 놓아 오복봉수(五福捧壽)의 형태로 패턴의 변화를 주고 완성된 문양을 크라운의 윗면에 집중적으로 장식함으로써 디자인의 중심으로 삼았다. 박쥐문과 수(壽)문 외에 완자문을 첨가하여 챙과 크라운이 만나는 곳에 놓아 직선으로 배열함으로써 cap을 윗면에서 볼 때와 앞면에서 볼 때의 느낌을 달리하였다.

(3) 작품 3

작품 3 [그림 7]은 전통적인 이미지와 모던하고 남성적인 느낌이 병행하도록 표현한 작품이다. 남성적인 강직한 느낌을 주기 위해 앞면에 각이 확실히 나타나는 4각의 cap을 디자인하였다. 또한 박쥐문이 발전되어 가는 과정에서 보여주는, 곡선의 형태가 소멸되고 극히 직선적으로 단순화 된 박쥐를 사용하였고 모던하고 강렬한 이미지를 표현하기 위해 검정과 회색을 선택하였다.

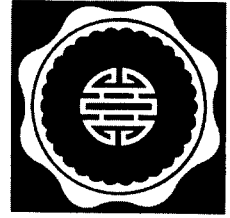
문양의 소재는 문헌<sup>20)</sup>에 실린 박쥐문에서 취하였는데 박쥐문의 형태 안에 너문을 채워 두 가지의 문



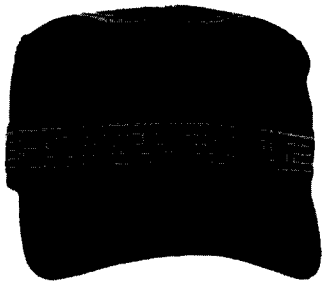
a. 소재 설정



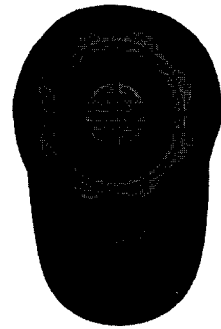
b. 모티브 발췌



c. 색상 적용 · 패턴 구성



d. 앞면



e. 뒷면

[그림 6] 작품2



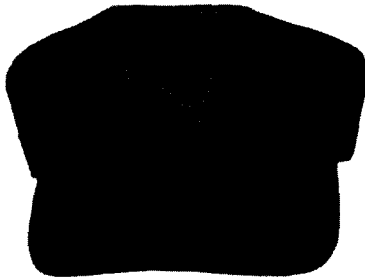
a. 소재 설정



b. 모티브 발췌



c. 색상 적용 · 패턴 구성



d. 앞면



e. 옆면

[그림 7] 작품 3

양이 복합된 문양을 발채하였고, 이 문양을 cap의 앞면을 구성하고 있는 3각의 넓은 공간에 서로 다른 방향으로 배열하여 변화 있는 디자인을 시도하였다. Cap의 앞면에서 보면 상하좌우 대칭의 단면패턴을 이루고 있어 안정감을 주며, 뒷면에서 보면 뒷고리 옆에 장식된 2개의 작은 박쥐문을 배열하여 전체적으로 디자인의 연결감을 표현하였다.

#### IV. 결 론

본 연구는 한국적 이미지를 살린 관광문화상품으로서의 cap 디자인 개발을 위한 것으로 CAD System을 이용하여 우리의 전통문양 중 박쥐문, 완(卍)자문, 수(壽)문, 뇌문을 선택하여 현대적으로 재구성한 것을 3각, 4각, 6각의 cap에 오방색 중 검정, 흰색, 빨강, 파랑을 이용하여 cap 디자인에 적용시켰으며 그 결과는 다음과 같다.

【작품 1】은 둥근 형태의 6각 cap에 단순한 초형의 박쥐문을 완자문과 혼합하여 재구성한 문양을 하늘색 바탕에 검정, 빨강, 파란색의 무늬로 cap의 전면이며 크라운 아랫부분에 수평으로 길게 배열하여 한국복식에서 잘 나타나고 있는 자연미를 표현하였다.

【작품 2】는 각진 형태의 3각 cap에 박쥐문과 수(壽)문으로 한 단위문을 디자인하여 크라운의 윗면에, 완자문을 변형시켜 챙과 크라운이 만나는 부분에, 검정 바탕에 흰색 무늬로 적용시켜 흑백대비로 인한 고매하고 엄숙한 느낌의 조선시대 선비들의 복식에 담겨진 숭고미와 절제된 아름다움을 표현하였다.

【작품 3】은 각이 확실히 나타나는 4각의 cap에 직선적으로 단순화된 전통박쥐문양에서 발채한 박쥐문을 회색바탕에 검정 무늬로 cap의 앞면을 구성하는 3각의 공간에 서로 다른 방향으로 배열하여 전통적인 이미지와 함께 모던하면서도 강한 남성적인 느낌을 표현하였다.

#### 참 고 문 헌

- 1) 문화관광부, 1998년도 관광동향에 관한 연차보고서, 1998, 9, p. 3.
- 2) 한국관광공사, 외래객 여론조사(1983~1997), 1998.
- 3) 이소형, 우리나라 관광기념품 개발에 관한 연구:도제종의 디자인 중심, 성신여대, 1993, p. 5.
- 4) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p. 4
- 5) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p. 21.
- 6) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p.4.
- 7) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p. 114.
- 8) 한국관광공사, 외래객 여론조사(1983~1997), 1998.
- 9) 이소형, 우리 나라 관광기념품 개발에 관한 연구:도제종의 디자인 중심, 성신여대, 1993, p. 5.
- 10) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p.4.
- 11) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p. 114.
- 12) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p. 12.
- 13) 문화관광부, 관광기념품 개발부문 실태조사, 1999, p. 4.
- 14) 신상재, 한국인의 생활문양, 선진문화사, 1987, p. 3.
- 15) 이일수, 조선조 공예에 나타난 박쥐문양에 관한 연구, 홍익대, 1980.
- 16) 황희옥, 조선조후기 복식류에 나타난 박쥐 문양에 관한 연구, 서울여대, 1990.
- 17) 이일수, 조선조 공예에 나타난 박쥐문양에 관한 연구, 홍익대, 1980, 52-63.
- 18) 허균(1995), 전통문양, 대원사, 104.
- 19) 박혜경, 모자에 활용된 섬유제에 관한 연구-현대 여성용 모자를 중심으로-, 숙명여대, 1990, 1-2
- 20) 임영주, 한국전통문양 3권. 서울: 예원. 1998. p. 721.
- 21) 산업자원부, 한국전통문화 요소의 시각적 상징화에 관한 연구 -한국적 캐릭터 디자인 개발과 활용방안을 중심으로-, 1998, p. 94.
- 22) 황희옥, 조선조후기 복식류에 나타난 박쥐문양에 관한 연구, 서울여대, 1990, p. 46.

1) 문화관광부, 1998년도 관광동향에 관한 연차보고서,