

국내 섬유·패션 박물관의 현황 분석 및 방향 모색 -서울과 대구를 중심으로-

예민희 · 임은혁[†]
성균관대학교 의상학과

Mapping the Landscape and Future Trajectory of Domestic Textile and Fashion Museums -A Case Study of Seoul and Daegu-

Minhee Ye · Eunhyuk Yim[†]

Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University

Received November 20, 2023; Revised (January 22, 2024; February 12, 2024); Accepted March 8, 2024

Abstract

This study investigated the current statuses of and challenges faced by 19 textile and fashion museums in Seoul and Daegu. Through interviews conducted via email, phone, and face-to-face meetings with museum officials, this research analyzed the prevalent difficulties encountered by the museums based on the concept of the new museum. The results indicate that domestic museums experience different difficulties depending on operating organization rather than collection or exhibition content. This is related to the distribution of museums by operating institutions, as most textile craft museums are private establishments, and, the majority of dress and fashion museums are university-affiliated institutions. Accordingly, this study explored the major problems confronting textile craft, dress and fashion, and accessory museums with a consideration for operating institutions. It proposes improvements in domestic textile and fashion museums through a comparative analysis with overseas museums as new museums.

Key words: K-fashion, Fashion museum, Textiles museum, Fashion museology, New museum; K-패션, 패션 박물관, 섬유박물관, 패션박물관학, 뉴뮤지엄

I. 서 론

K-팝, K-푸드, K-뷰티 등 세계적으로 이른바 K-컬처에 대한 관심이 높아지면서 K-패션에 대한 인식 또한 높아지고 있다. 대표적으로 젠틀 몬스터(Gentle monster), 아더 에러(Ader error) 같은 국내 패션 브랜드들이 세계적으로 브랜드의 입지를 각인시켰고, K-패션을 포함한 한류를 전반적으로 다루는 전시가 빅토

리아 앤 앨버트 박물관(Victoria and Albert museum, V&A)에서 개최되었다. 이러한 사실은 우리나라 패션에 대한 세계적 관심이 높아졌음을 방증한다. 또한, 이와 함께 한국의 패션을 경험하고자 한국을 방문하는 해외 관광객의 수가 매년 꾸준히 증가하고 있다. 이는 한국 패션을 비롯한 한국 문화에 대한 호기심이 한국을 직접 방문해보고 싶은 관광 욕구로 전환된 것이라고 볼 수 있다(Noh, 2023).

하지만 국내에는 우리나라의 복식과 패션의 문화 및 역사를 살펴볼 수 있는 전시나 박물관이 존재하지

[†]Corresponding author
E-mail: ehyim@skku.edu

않을 뿐더러 관련 선행 연구 및 참고 문헌 등의 자료마저도 현저히 부족하다. 관련 국내 선행연구를 살펴보면 출토복식 같은 유물 보존이나 전통복식의 전시 등 민속복식연구에 중점을 두고 있거나(Ahn & Park, 2010; An, 2007) 특정 박물관의 공간구성이나 전시기획을 분석하거나(Jung & Ha, 2016; Yeom et al., 2011) 해외 사례에 집중한 것이(Park & Choy, 2012) 대부분이다.

반면, 최근 해외에서는 국가와 박물관 간의 이미지 구축에 대한 연관성을 탐구하고, 이를 위해 자국의 패션산업을 활용하고 있는 사례가 증가하고 있다. 예로 패션을 박물관학으로 이론화한 마리 리겔스 멜키오르(Marie Riegels Melchior)는 덴마크(Denmark) 사례를 중심으로 박물관, 국가, 패션의 상호관계를(Melchior, 2012), Calinao and Lin(2016)은 문화 투어리즘(cultural tourism)으로서 패션전시의 가능성을 분석하였으며, Bide(2021)와 Farsani(2020)는 패션 관련 박물관이 패션 도시의 명성을 유지하는 데에 긍정적 영향을 끼칠 수 있음을 언급하였다.

이와 더불어 패션산업, 박물관 그리고 도시 관광의 시너지가 경제적 파급효과를 일으키고, 관광을 활성화시키고 나아가 국가 위상을 제고한다는 사실이 드러난 바, 덴마크, 포르투갈(Portugal), 네덜란드(Netherlands), 벨기에(Belgium)와 같은 패션 중심지에서 벗어난 국가들이 박물관, 국가, 패션 간의 연관성을 전략적으로 활용한다는 사실은 주목할 만하다. 국가의 정체성과 문화가 점점 더 경제 발전과 이익을 위한 경쟁력 있는 요소로 여겨짐에 따라 국가의 훌륭한 문화 유산을 전시하는 박물관과 도시를 현대적이고 트렌디한 이미지로 만드는 패션에 대한 연구는 더욱 중요해지고 있다.

따라서 본 연구는 한국 패션에 대한 관심이 높아지고 있는 시점에 국가의 정체성 및 문화 확립을 위해 국내 섬유·패션관련 박물관에 대한 자료를 마련하고, 앞으로의 발전 방향을 논의하고자 한다. 국내에는 현재 패션을 전문적으로 수집, 보존, 기록, 전시하는 패션박물관이 존재하지 않으므로 섬유·패션관련 아이템을 소장 및 전시하고 있는 박물관으로 연구대상을 정하였다. 박물관의 소재 지역은 패션위크가 열리는 장소이자 국내에서 가장 많은 박물관이 있는 서울과 섬유패션산업을 바탕으로 성장해 국내 유일한 섬유종합박물관 및 복식문화전문박물관을 갖추고 있는 대구

로 한정하였다. 서울과 대구는 다른 지역과 달리 상당수의 섬유·패션 관련 아이템을 소장하고 관리하는 별도의 부서가 마련되어 있는 박물관을 보유하는 지역이기도 하다. 패션, 박물관 그리고 국가 간의 현대적 연관성을 바탕으로 한국의 섬유·패션 문화와 역사를 박물관학 관점에서 논의하는 본 연구는 현시점에서 시의적절하다. 나아가 본 연구가 한국복식문화 홍보 및 섬유패션디자인 콘텐츠 마련에 기여할 수 있으리라 사료된다.

국내 섬유·패션박물관을 논의하기 위해 본 연구는 이론적 배경에서 뉴 뮤지엄(new museum)으로서의 섬유·패션박물관을 살펴보았다. 그리고 패션 중심 도시는 물론, 패션 주변부 도시의 성공적인 해외 박물관 사례를 조사하였다.

연구대상인 국내 박물관 사례를 선정하기 위해서는 1차적으로 국립중앙박물관 e-뮤지엄 사이트에서 대부분류로 의생활을, 중분류로 의류, 신발, 장신구, 직물을 검색하여 섬유·패션 관련 아이템을 소장하고 있는 전국의 박물관(79곳)을 정리하였다. 그리고 이를 2차적으로 문화체육관광부에서 제공하는 전국 박물관 시설 총람을 참고하여 지역별로 분류 및 추가하고, 3차적으로 박물관 등록이나 유물 작성법에 따라 1차, 2차에 기재되어 있지 않을 수 있다는 점을 고려하여 인터넷 검색을 통해 추가 조사하였다. 그 결과 박물관은 서울(30곳), 대구(9곳)로 추릴 수 있었고, 여기서 섬유·패션 관련 아이템을 전문적으로 다루면서 상설 전시를 진행하고 있는 박물관을 다시 추려내어 서울(14곳), 대구(5곳)을 연구대상으로 선정하였다.

이때 복식(dress), 의상(costume), 텍스타일(textile), 패션(fashion), 공예, 장신구 등의 개념이 학문적으로는 명확하게 구분되고 있지만, 박물관에서는 동등하게 간주되는 경향이 있음을 고려하였다(Ye, 2018). 이들은 박물관에서 장식미술공예로 다루어져왔으며, 같은 범주 안에서 수집 및 전시된 역사가 있기 때문이다. 즉 본 연구에서는 복식, 의상, 섬유 공예 및 텍스타일, 패션 그리고 복식 관련 액세서리를 다루는 박물관들을 연구대상으로 설정하였다.

연구대상을 선정할 이후에는 소장품별로 박물관 유형을 분류하고, 방문조사 및 박물관 관계자와의 대면, 전화, 이메일을 활용하여 인터뷰를 진행하였다. 국내 박물관과 더불어 뉴 뮤지엄으로 기능하는 해외 사례를 비교분석하여 국내 박물관의 한계점을 파악하고

시사점을 제시하고자 하는 본 연구의 목적에 맞게, 인터뷰는 뉴 뮤지엄의 역할을 수행하는 데에 고충이 있는 사립박물관과 대학교 부속 박물관에 초점을 두었다. 질문의 내용은 뉴 뮤지엄의 역할을 바탕으로 조사 결과를 분석하면서 이론적 배경에서 논의한 뉴 뮤지엄으로서의 박물관의 특성과 해외 사례를 바탕으로 그 한계점을 파악하고, 앞으로 우리나라 패션의 발전을 위해 국내 섬유·패션박물관이 나아가야 할 방향을 제시하였다.

II. 이론적 배경

국내 섬유·패션박물관들이 지향해야 할 방향을 논의하기 위한 토대로서 현대 박물관의 특성과 벤치마킹을 위한 해외 사례를 분석하고자 한다.

섬유·패션박물관은 박물관학 관점에서 탈 범주화로서 새로운 패러다임인 뉴 뮤지엄(new museum)의 형태로 볼 수 있다. 이에 본 장에서는 뉴 뮤지엄의 개념에 기초하여 박물관의 특성을 분석하고, 섬유·패션박물관에 관한 성공적인 선진국가의 사례와 최근 신생 박물관을 건립한 나라의 사례를 함께 살펴보고자 한다.

1. 뉴 뮤지엄(new museum)으로서의 박물관의 특성

1980년대 말 박물관은 시대적 패러다임에 따라 새로운 변화를 추구하는 뉴 뮤지엄이라는 모델을 등장시켰다(Vergo, 1989). 뉴 뮤지엄은 운영방식, 수집대상, 전시기획, 건축물 등 여러 측면에서 기존의 박물관과 많은 차이를 보인다.

현대사회 속에서 박물관은 내외부적 환경의 변화에 따라 뉴 뮤지엄으로 변모하는데, 이에 대해 멜키오

르(Melchior)는 박물관이 패션 관련 주제를 전시하고, ‘패셔너블한 소비의 장소(a site of fashionable consumption)’(Bide, 2021)로 변하며, 패션시스템처럼 작동하는 것 역시 뉴 뮤지엄의 일환이라 하였다(Melchior, 2011). 박물관들이 비용절감 및 기금마련을 위해 대중의 욕구, 마케팅을 주요 요소로 받아들였는데, 이러한 박물관 태도의 변화가 마치 상업적인 패션시스템 같다는 것이다. 즉 박물관의 패션화는 뉴 뮤지엄의 모습이라고 할 수 있다.

이러한 현상은 동시대의 많은 박물관들 사이에서 나타났다. 패션전시의 성공적 사례가 증가하면서 박물관 내 블록버스터 패션전시의 가치가 높아졌고, 패션과 전혀 관련이 없는 박물관들조차 수익창출 차원에서 대중의 요구에 부응하기 위해 패션문화를 박물관의 공간으로 가져왔다(Ye, 2018). 또한 박물관들은 대중성을 위해 유명 디자이너를 전시 기획이나 이벤트에 참여시키기도 하였다. 최근 사례로 파리 국립 피카소 미술관(Musee National Picasso-Paris)은 영국의 패션 디자이너 폴 스미스(Paul Smith)를 아트 디렉터로 초빙하여 피카소의 작품을 패션처럼 대중적이고, 트렌디하고, 현대적인 시각으로 관람할 수 있도록 하였다. 2023년 10월에는 V&A가 톰 브라운(Thom Browne)의 브랜드 20주년을 기념하기 위한 온라인 토크 <Online talk: Thom Browne in conversation with Charlie Porter>를 진행하기도 했다. 이처럼 박물관의 패션화는 결과적으로 공공 자금이 감소하는 시기에 대중의 참여를 높이고, 관람객을 끌어들이고, 수익을 창출시키는 등 중요한 증폭 기제 역할을 하였다(Bide, 2021).

따라서 새로운 형태로서의 박물관의 변화는 패션화 현상을 내포하고 있다고 보고, 본 연구는 이에 초점을 맞추어 변화된 박물관의 특성을 <Table 1>로 정리하였다. 이는 기존 박물관과 뉴 뮤지엄의 차이를 분석한

Table 1. Characteristics of museums as ‘new museum’

	Traditional museum	New museum
Operation	Focuses on non-profit social contribution	Focus on market-oriented activities
Audience	Elite-focused limited tier	Public
Function	Traditional function according to ICOM guidelines	Function as fashionable consumption and edu-tainment
Exhibition	Material artifacts and cultural heritage centered on collection	De-categorization of collections, including immaterial ones & popular topics
Architecture	Solemn and authoritative space	Popular landmark
Promotion	Passive marketing as a non-profit social organization	Active marketing of strategic communication

본 연구자의 선행연구(Ye, 2018; Ye & Yim, 2019)와 패션박물관학의 특수성 그리고 1980년대 말부터 국제 박물관협회(ICOM)에서 논의되어 온 뉴 뮤지엄의 비전에 대한 내용을 참고하였다.

이를 바탕으로 뉴 뮤지엄의 특성을 도출하면 다음과 같다. 첫째, 뉴 뮤지엄은 스스로 수익을 창출할 수 있는 방안을 마련하며 시장 지향적 활동에 주력한다는 점에서 비영리적 성격의 기존 박물관과 차이를 보인다. 둘째, 과거 박물관이 엘리트 중심의 관람객을 대상으로 일반적으로 소통함에 따라 관람객은 전시를 수동적으로 반응하였던 것과 달리, 뉴 뮤지엄은 능동적이고 적극적으로 소통하는 의사소통 즉, ‘의미생성 과정(meaning-making process)’에 참여하는 관람객을 주요 위치에 둔다(Oh, 2018). 셋째, 뉴 뮤지엄은 수집, 보존, 관리와 같은 전통적 기능보다 대중적 관심을 끌 수 있는 흥미로운 전시나 체험에 중점을 두면서 패셔너블한 소비의 공간(Bide, 2021), 에듀-테인먼트(edutainment) 기관으로서 존재한다. 넷째, 박물관의 소장품이 탈범주화됨에 따라 역사적, 문화적 가치가 있는 유물보다는 대중적 주제의 전시에 초점을 둔다. 다섯째, 엄숙하고 권위있는 공간으로서 존재하기보다 박물관이 위치한 지역의 랜드마크로서 관람객을 유입해 경제적 이익을 창출하는 데에 초점을 둔다. 마지막으로, 과거의 박물관은 비영리기관으로서 홍보에 적극적이지 않았던 반면, 뉴 뮤지엄은 인스타그램, 유튜브와 같은 소셜 미디어를 통해 전략적인 마케팅을 펼친다.

2. 해외 섬유·패션박물관의 사례

본 연구는 섬유·패션박물관에 관한 국내외 학술연구(Bide, 2021; Fukai, 2010; Ye, 2018)와 문헌(Clark et al., 2014; Melchior & Svensson, 2014) 그리고 인터넷 검색을 통해 패션 선진 국가의 성공적인 박물관 및 벤치마킹에 적합한 박물관을 조사하였다. 패션 선진국의 박물관을 우리나라 박물관과 단순 비교하기에는 무리가 있으나, 아직 국내에는 패션박물관의 개념이 확립되지 않은바 참고할 필요가 있다. 실질적으로 국내 박물관과 비교분석할 수 있는 박물관은 패션 도시가 아닌 지역의 박물관들로, 이들은 패션요소를 활용해 문화적 위치를 다진다는 점에서 국내 박물관의 본보기가 될 수 있다(Ye, 2018).

이에 따라 본 연구는 해외 박물관 사례를 먼저 박물관

유형별로 예술박물관과 전문박물관으로, 전문박물관은 다시 소장품에 따라 분류하였다. 다만 앞서 언급한 바와 같이 박물관 수집관행에서 관련 아이템들이 명확한 구분 없이 장식미술공예로서 수집 및 전시되어 왔다는 점을 고려하였다. 그 결과 전문박물관에서 복식, 패션, 의상, 텍스타일, 장신구 등 관련 소장품을 포괄하는 박물관은 패션박물관으로 레이스, 실크와 같은 소재와 프린트에 집중하여 텍스타일을 주로 다루는 박물관 유형은 텍스타일 박물관으로, 그리고 장신구에 초점을 두고 수집 및 전시하는 박물관은 액세서리 박물관으로 구분하였다. 이외에 수집 및 보관의 기능을 상실한 박물관은 전시내용을 바탕으로 분류하였고, 이후 국내 박물관과 해외 박물관의 체계적 비교분석을 위해 <Table 2>에서 운영기관별로 정리하였다.

III. 국내 섬유·패션박물관의 유형 및 현황

본 연구는 국내에서 운영 중인 섬유·패션박물관을 살펴보기 위해 서울과 대구를 중심으로 섬유공예, 복식 및 패션, 복식관련 액세서리를 소장한 박물관들을 조사하고 인터뷰를 실시하였다. 이때 소장품을 보유하고 있으나 휴관을 한 상태이거나 관련 아이템의 전시가 이루어지지 않는 박물관들은 제외하였다. 그 결과 국내 섬유·패션 박물관은 소장품 및 전시내용을 중심으로 섬유공예 박물관, 복식 및 패션 박물관, 액세서리 박물관으로 유형화할 수 있었고, 이를 바탕으로 박물관 관계자와의 대면, 전화, 이메일의 방식으로 인터뷰를 시행하였다. 박물관의 현황에 대한 조사는 이론적 배경에서 박물관의 특성을 정리한 <Table 2>를 바탕으로 하였고, 인터뷰 질문 내용 및 <Table 2>의 각 항목에 대한 분석기준은 표 <Table 3>로 나타났다.

1. 섬유공예박물관

우리나라 복식인 ‘한복’은 염색, 자수, 매듭, 침선(바느질)의 방법을 통해 제작된 섬유공예의 총체이다. 이에 국내 섬유·패션 관련 박물관에는 한복 제작 시 필요한 공예기법에서 비롯된 섬유공예박물관이 많이 분포되어 있다. 대표적인 박물관으로는 서울에 서울공예박물관, 정영양 자수박물관, 한상수 자수박물관, 박을복 자수박물관, 초전섬유컬트 박물관, 대구에 자연염색박물관이 있다.

국내 섬유·패션 박물관의 현황 분석 및 방향 모색
-서울과 대구를 중심으로-

Table 2. Overseas textiles and fashion museums

Types of museum		Name	Location	Year
Museum of arts and design	Public	Victoria and Albert Museum	London, England	1852
		Designmuseum Denmark	Copenhagen, Denmark	1890
		The Costume Institute at the Metropolitan Museum of Art	New York, USA	1937
Fashion museum	Public	Musée de la Mode et du Textile	Paris, France	1905
		Musée de la Mode de la Ville de Paris	Paris, France	1956/1977
		Fashion Museum Bath	Bath, England	1963
		Museo Textil y de la Indumentaria	Barcelona, Spain	1965
		Museu do Traje	Lisbon, Portugal	1977
		Modemuseum Hasselt	Hasselt, Belgium	1988
		Kobe Fashion Museum	Kobe, Japan	1997
		MoMu - Fashion Museum Antwerp	Antwerp, Belgium	2002
		Museo del Traje	Madrid, Spain	2004
	University	Kent State University Museum	Kent, USA	1985
	University	FIDM Museum	Los Angeles, USA	1978
	University	The Museum at FIT	New York, USA	1967
	University	Bunka Gakuen Costume Museum	Tokyo, Japan	1979
	University	Fashion and Textile Museum	London, England	2003
	Private	The Kyoto Costume Institute	Kyoto, Japan	1978
Textiles museum	Public	Museo del Merletto	Venice, Italy	1978/1981
	Public	China National Silk Museum	Hangzhou, China	1992
	Public	Deutsches Textilmuseum Krefeld	Krefeld, German	1975
	Public	Textilmuseet	Borås, Sweden	1972/2014
	Private	Textile Museum of Canada	Toronto, Canada	1975
	Private	Musée de la Toile de Jouy	Jouy-en-Josas, France	1977
	Private	Museo tessile di San Gallo	St.Gallen, Switzerland	1878
	Private	Musée de l'Impression sur Etoffes	Mulhouse, France	1880
Accessories museum	Private	Musée Internationale de la Chaussure	Romans-sur-Isère, France	1971
		Atelier-Musée du Chapeau Chazelles-sur-Lyon	Chazelles-sur-Lyon, France	1975
		Bata Shoe Museum	Toronto, Canada	1995

Table 3. Criteria for analyzing museum status according to characteristics of museum

Criteria	Contents
Operation	Purpose and methods of museum operation
Audience	Unidirectional communication for specific audience or interactive communication for the public
Function	Traditional functions vs. functions as edutainment
Exhibition	Formal exhibitions centered on museum collection or a trendy exhibitions considering popularity
Architecture	Form and image of architecture
Promotion	Passive marketing or active marketing

서울공예박물관은 2021년에 개관한 최초의 공립 공예박물관이다. 총 6개로 구성된 상설 전시실 중 제5, 6전시실은 과거 한국자수박물관이 기증한 약 5천여 점을 포함한 자수 작품과 보자기 공예품을 전시하고 있다. 박물관은 전통적 가치가 있는 공예를 큰 주제로 삼되 인스타그램에서 젊은 세대들에게 알려진 공예작가의 전시나 우리나라 1세대 패션디자이너의 작품에서 공예 요소를 소개하는 전시 등 대중적 요소도 반영하고 있다. 또한 서울공예박물관은 건축물의 외관 및 박물관이 위치한 지역으로 인해 랜드마크로 자리 잡아 방문객에게 매력적인 공간으로 인식되며 시장 지향적 활동에도 주력하고 있다. 이렇듯 서울공예박물관은 전통적 박물관과 뉴 뮤지엄의 역할을 모두 수행하고 있다.

반면, 대학 소속의 정영양 자수박물관과 대부분의 사립박물관들은 꾸준히 기획전시와 체험 프로그램을 진행하고 있지만 다소 전통적 역할에 치우쳐 있다. 특히 대학 소속의 정영양 자수 박물관은 연구 가치가 있는 전시를 선보이면서 유튜브 같은 소셜 미디어를 활용해 홍보하지만 대학 내 공간이라는 전시장소의 한계와 유물 중심의 전시형태로 대중적인 반응은 끌어내지

못하는 실정이다. 사립으로 운영되는 다른 섬유공예 박물관들은 독립 건축물로서 대학 소속의 박물관보다 전시 공간에 있어서는 자유로운 경향을 보인다. 연구자가 직접 촬영한 박물관 사진을 살펴보면, 건축물의 경우 한상수 자수박물관(Fig. 1)과 자연염색박물관(Fig. 2)은 한옥의 형태이고, 박옥복 자수박물관(Fig. 3)과 초전섬유퀼트박물관(Fig. 4)은 각각 큰 저택과 빌딩을 컨셉추얼하게 개조한 건축물이다. 그러나 이러한 사립박물관들 역시 운영 전반에서 많은 어려움을 겪고 있었는데 특히 재정적 어려움이 가장 컸다. 섬유공예 박물관들은 가족 중심으로 운영되었는데 이들 중 전승을 위해 사명감으로 사비를 들여 운영되는 곳도 있었다. 한상수 자수박물관의 가족 관계자에 따르면, “박물관은 국가무형문화재에 대한 정부지원으로 2005년 북촌한옥마을에 개관하였으나 관장님이 작고하신 후 해당 공간을 이용할 수 없어 2019년 성북동으로 이전 및 재개관하였다”고 한다. 또한 “박물관 전승을 위해 초대 관장이자 자수 장인 한상수 선생의 자제들이 박물관 운영에 애를 쓰고 있지만, 새로운 변화에 대한 대처 및 홍보에 어려움이 있으며, 현재 박물관을 통해 수익을 창출하기에는 큰 어려움이 있다”고 하였다. 이어



Fig. 1. The Hansangsoo embroidery museum.
(Photographed by the authors)



Fig. 2. Museum of natural dye arts.
(Photographed by the authors)



Fig. 3. Parkelbok embroidery museum.
(Photographed by the authors)



Fig. 4. Chojun textile & quilt art museum.
(Photographed by the authors)

“현재로서 박물관은 후원이나 체험을 통한 약간의 수익이 있고, 사비로 운영되고 있다”고 하였다. 비슷하게 박을복 자수박물관의 학예사는 “해당 박물관은 어머니의 뜻을 위해 자제들이 사비를 들여 운영하고 있다”고 밝혔다. 이 외에도 박을복 자수박물관은 기획전시를 통해 박을복 선생의 작품을 현대적 관점으로 재해석하거나 현대미술 작품과 함께 제시하는 등 변화하는 사회분위기에 맞춰 박물관을 운영하고 있지만, 불리한 접근성, 홍보 부족 등으로 방문하는 관람객은 거의 없는 실정이다. 대구의 자연염색박물관 역시 차량으로 접근하기 어려운 시골길에 위치하고 있다.

초전섬유퀵트 박물관의 경우는 관장의 사망 후 박물관 운영에 대한 가족 간 마찰로 인해 활발한 운영을 하고 있지 않는 상태였다. 이에 대해 박물관의 가족 관계자이자 학예사는 “초대 관장님이 작고하신 후 박물관 운영에 대한 가족 간의 견해차이가 있어 현재 외부 강의만 할 뿐 박물관 운영이 쉽지 않으며, 박물관 건물 자체의 활용에 대해서도 미지수이다”라고 하였다. 이러

한 사실은 국내 사립박물관의 현황을 이해하는 데에 필요하다고 본 바 초전섬유퀵트 박물관을 본 연구의 사례로 포함하였으며, 이를 포함한 섬유공예박물관 현황을 <Table 4>에 정리하였다.

2. 복식 및 패션박물관

서울과 대구소재의 복식 및 패션박물관들은 대부분 전통한복에 초점이 맞춰있으며, 시대상을 엿볼 수 있는 시대 복식을 중심으로 한다. 또한, 앞서 언급한 바와 같이 우리 전통 옷은 여러 장인의 기술이 필요한 섬유공예 총체이므로 복식 및 패션박물관에는 섬유공예 박물관에서 볼 수 있는 아이탬은 물론, 액세서리 박물관 소장품 영역까지 아우르는 특징이 있다. 또한, 복식은 우리나라의 생활상을 볼 수 있는 아이탬이므로 역사 관련 박물관에 소장되어 있는 등 여러 박물관에 분포되어 있는 경우가 많다. 이에 본 연구는 복식 및 패션을 중심에 두고, 문화 역사적 가치가 있는 복식 유물을

Table 4. Museums of textile craft in Seoul and Daegu

Category	Name (City)	Roles of museum					
		Operation	Audience	Function	Exhibition	Architecture	Promotion
Public museum	Seoul museum of craft art (Seoul)	Social contribution and market oriented activities	Interactive communication	Edutainment	Traditional and trendy	Standalone and beautiful architecture	Strategic and active marketing
University museum	Chung youngyang embroidery museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	University affiliation	Active marketing
Private museum	The Hansangsoo embroidery museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	Standalone and traditional architecture (Hanok)	Passive marketing
	Parkeulbok embroidery museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional and trendy	Standalone architecture	Passive marketing
	Chojun textile & quilt art museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	Standalone architecture	Passive marketing
	Museum of natural dye arts (Daegu)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	Standalone and traditional architecture (Hanok)	Passive marketing

소장하고 있는 박물관에 초점을 두고 조사하였다. 그 결과 대표적인 복식 및 패션박물관으로는 국립고궁박물관, 국립민속박물관, 성신여자대학교 정원 박광훈복식 박물관, 숙명여자대학교 박물관, 세종대학교 박물관, 이화여자대학교 박물관, 서울대학교 박물관, 고려대학교 박물관, 경운박물관, 한국색동박물관 그리고 국립대구 박물관과 대구섬유박물관이 있었다.

복식 및 패션박물관에서 국공립박물관들과 대학소속 박물관들 그리고 사립박물관 중 경운박물관은 문화적, 역사적 가치가 있는 유물들을 소장 및 전시하고 있다. 서울에 위치한 국공립박물관인 국립고궁박물관과 국립민속박물관은 각각 조선 왕실 및 대한제국 황실의 유물 복식을, 일생의례 중심의 복식을 소장 및 전시하고 있다. 전통적 역할과 뉴 뮤지엄으로서 역할을 모두 수행하고 있는 두 박물관은 서울의 대표 관광지인 경복궁에 위치하고 있어 외국인 관광객을 포함한 수많은 관람객의 방문을 유입하고 있다.

대학박물관과 경운박물관은 학술적으로 중요한 위치에 있지만 전통적 기능에 편중되어 있다. 일부 대학내 박물관들 중에서는 체험 공간이나 디지털 기술을 활용한 전시를 선보이나 소극적 마케팅과 대중적 전시 부족 탓에 찾는 방문객이 많지 않다. 대학박물관의 하루 평균 관람객 수가 20명으로 집계되는데(Ra & Lee, 2023), 이를 섬유·패션박물관으로 제한한다면 더 적을 것으로 예상된다. 또한 전시 공간 및 인력의 한계도 보인다. 이에 대해 경운박물관의 관계자는 “공간 및 인력부족으로 기획전시만 분기별로 진행한다”고 밝힌 바 있다. 비슷하게 한 대학박물관의 학예사 역시 박물관 인력이 자주 바뀌다 보니 일을 수행함에 있어 어려움이 많다고 토로하였다. 반면, 한국색동박물관은 전시나 연구보다는 체험 프로그램에 더 많은 비중을 두고 있어 어린이 체험 관람객이나 해외 관광객이 주로 찾고 있다.

대구에 위치한 국립대구박물관과 대구섬유박물관은 모두 섬유 및 패션산업을 근간으로 성장한 대구 지역의 특성을 보여준다. 국립대구박물관은 국내 유일한 복식문화전문박물관으로 전통한복부터 현대패션까지 전시하는 상설관이 마련되어 있다. 그리고 박물관 자체가 섬유패션을 박물관의 주요 상징자산으로 홍보하는 것은 물론, 옷을 주제로 하는 어린이 체험실을 운영하는 등 섬유패션산업으로 성장한 대구의 이미지를 강조하고 있다. 대구섬유박물관 역시 국내 유일한 섬유융합박물관으로 상설전시에서 대구 최대 재

래시장인 서문시장을 재현하며 1960-1970년대 호황을 누리던 대구 섬유산업의 모습을 전시하고 있다. 그러나 대구 중심지역에 위치한 국립대구박물관과 달리, 대구섬유박물관은 시내에서 다소 떨어진 산업단지에 위치해 있어 접근성이 낮은 편이다. 이러한 탓인지 대구 섬유박물관의 학예사는 평일 관람 실적이 많이 저조하다고 밝힌 바 있다.

이와 같은 복식 및 패션박물관에 대한 현황은 <Table 5>에 정리하였다.

3. 액세서리 박물관

액세서리 박물관으로는 서울에 위치한 세계장신구 박물관이 있다. 세계장신구박물관은 디지털 기술을 활용해 전시를 선보이고, 홍보 및 소통을 위해 소셜 미디어를 활발하게 이용하고 있다. 특히 액세서리를 가상으로 착용할 수 있는 디지털 전시 방법으로 관람객들의 흥미를 돋우고 보석 상자를 형상화한 건축물부터 전시 공간까지 박물관의 명확한 컨셉을 전달하면서 전시 몰입을 높이고 있다. 또한 ‘박물관은 보석 상자’라는 박물관 컨셉을 바탕으로 관람객들에게 특별한 체험 관람을 선사하는 등 변화하는 시대에 맞춰 꾸준히 노력하고 있다. 이에 대해 세계장신구박물관 관계자는 “박물관에 대한 문턱을 낮추고 장신구의 아름다움을 알리기 위해 병원 같은 박물관에서 벗어난 공간에서 전시를 열기도 한다”고 하였다. 이어 “관람객에게 장신구를 착용해볼 수 있는 가상 체험이나 비밀스러운 보물 상자에 들어온 느낌의 특별한 경험을 제공하고 싶어 체험프로그램에 대해 연구 중이다”라고 하였다. 그러면서도 전반적인 박물관 운영에 대한 어려움이 있음을 토로하였다. 가령, 세계장신구박물관 관계자는 “홍보를 위해 시에서 관리하는 문화관광 프로그램에 참여하는 등 주변 박물관과의 시너지 효과나 홍보를 기대하였으나 일시적일 뿐 지속적으로 이어지는데에는 한계가 있다”고 하였다. 그리고 “전시기획에 많은 비용이 들어가는데 정부 지원을 통한 기획은 주제가 한정적이라 다양한 전시를 선보이기에 어려움이 있다”고 덧붙였다.

박물관은 일부 뉴 뮤지엄의 역할을 수행하고 있지만, 보석이라는 다소 엄숙한 분위기와 대중성을 반영하지 못한 주제의 전시 그리고 상대적으로 높은 박물관 관람료로 인해 젊은 세대의 관심을 유도하는데에는 어려움이 있다. 이는 <Table 6>에 정리하였다.

국내 섬유·패션 박물관의 현황 분석 및 방향 모색
-서울과 대구를 중심으로-

Table 5. Dress and fashion museums in Seoul and Daegu

Category	Name (City)	Roles of museum					
		Operation	Audience	Function	Exhibition	Architecture	Promotion
Public museum	National folk museum of Korea (Seoul)	Social contribution and market oriented activities	Interactive communication	Edutainment	Traditional and trendy	Standalone and traditional architecture	Strategic and active marketing
	National palace museum of Korea (Seoul)	Social contribution and market oriented activities	Interactive communication	Edutainment	Traditional and trendy	Standalone and traditional architecture	Strategic and active marketing
	Daegu national museum (Daegu)	Social contribution and market oriented activities	Interactive communication	Edutainment	Traditional and trendy	Standalone architecture	Strategic and active marketing
	Daegu textile museum (Daegu)	Social contribution and market oriented activities	Interactive communication	Edutainment	Traditional and trendy	Standalone architecture	Strategic and active marketing
University museum	Parkkwang-ho on costume museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	University affiliation	Passive marketing
	Sook myung women's university museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	University affiliation	Passive marketing
	Sejong university museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	University affiliation	Passive marketing
	Ehwa women's university museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	University affiliation	Passive marketing
	Seoul national university museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	University affiliation	Passive marketing
	Korea university museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	University affiliation	Passive marketing
Private museum	Kyung-woon museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Traditional	Traditional	School affiliation	Passive marketing
	Saekdong museum (Seoul)	Social contribution	One-sided communication	Entertainment	Traditional	Standalone and traditional architecture (Hanok)	Passive marketing

Table 6. Accessory museum in Seoul and Daegu

Category	Name (City)	Roles of museum					
		Operation	Audience	Function	Exhibition	Architecture	Promotion
Private museum	World jewellery museum (Seoul)	Social contribution	Interactive communication	Edutainment	Traditional and trendy	Standalone and beautiful architecture	Strategic but passive marketing

IV. 국내 섬유·패션박물관의 문제점과 발전 방안

앞서 분석한 국내 박물관의 현황 및 인터뷰를 통해 얻은 자료를 바탕으로 각 박물관이 겪는 고충과 문제점을 도출하고, 발전 방안을 제시하였다. 그 결과 공통적으로 발견되는 박물관의 고충이 있었는데, 이는 소장품에 따른 유형보다 운영 기관에 따라 더욱 두드러지게 나타났다. 즉, 사립박물관, 대학교 부속 박물관, 국공립박물관에서 박물관의 공통된 고충이 발견되었다. 또한 운영 기관에 따른 박물관 유형의 분포도를 살펴본 결과, 사립박물관에는 섬유공예박물관이, 대학교 부속 박물관에는 복식 및 패션박물관이 가장 많았다. 이러한 이유로 대다수의 섬유공예박물관과 복식 및 패션박물관은 운영기관에 따른 설립목적, 운영방식 등에서의 차이가 드러났다.

따라서 본 연구는 사립박물관, 대학교 부속 박물관, 국공립박물관의 성격을 고려한 후, 그 중 섬유공예박물관, 복식 및 패션박물관, 액세서리박물관에서 나타나는 주요 문제점을 도출하였다. 그리고 이를 이론적 배경에서 살펴본 뉴 뮤지엄의 개념과 해외사례를 참고하여 고찰함으로써 발전 방안을 제시하였다. 해외 박물관과 국내 박물관은 형성배경에서 차이가 있어 단순비교보다는 국내 박물관에서 차이가 두드러지게 나타나는 운영 기관과 소장품에 따른 유형을 기준으로 하였다. 연구의 대상이 되는 국내 박물관의 운영기관과 유형을 고려하여 비교적 유사한 해외 박물관 사례들을 비교분석하였다.

1. 국내 섬유·패션박물관의 고충 및 문제점

서울과 대구 소재의 섬유·패션박물관을 파악한 후, 박물관을 직접 방문하여 박물관의 현황을 조사한 결과, 사립박물관의 유형에서 섬유공예박물관은 공통된 고충을 겪고 있었다. 이는 전통 기술을 보유하

고, 작품 제작에 매진하며 후학 양성 및 기술을 알리는 데에 이바지하였던 초대 관장이 은퇴 혹은 사망하면서 나타난 것이었다. 전통공예기법과 장인정신을 기리는 국내 섬유공예박물관들은 해당 장인에 의해 사립박물관으로 설립되고, 이후에는 가족에 의해 운영되는 경우가 대부분인데 전통을 계승하기에 현실적인 어려움이 따르기 때문이다. 대표적인 예로 2005년 북촌한옥마을에 개관한 한상수 자수박물관의 한상수 선생이 사망함과 동시에 박물관 지원이 종료되어 가족들은 사비를 들여 현재의 위치로 박물관을 이전하였다. 비슷한 예로, 과거 강남구 논현동에 위치했던 한국자수박물관은 수집가이자 관장이었던 허동화씨가 사망하면서 유물을 서울공예박물관에 기증 및 판매 후 폐관하였다. 이와 같은 현상은 전통의 계승이 어려운 현실을 반영한 것으로 추후 다른 사립박물관에서도 나타날 문제로 예상된다. 또한 후대의 가족이 사망감으로 박물관을 운영하는 경우도 있으나 박물관을 둘러싼 가족 간의 재산 상속 문제로 원활한 운영이 어려운 사례도 있을뿐더러 사회변화에 발맞춘 박물관의 자생능력 및 젊은 세대에 대한 이해 부족, 전통적 방식 고수, 홍보 미흡, 지리적 위치 등이 사립박물관 운영에 어려움을 더하고 있다. 경운박물관의 경우는 사립박물관에 속하나 경기여자고등학교 부설기관인바 대학 내 박물관들과 비슷한 양상을 보였다. 경운박물관은 일반적으로 사립박물관이 겪는 전통 계승에 대한 어려움보다 대학 내 박물관처럼 공간 및 인력부족에 대한 어려움을 토로하였다. 박물관의 역할 역시 지역사회를 위한 강연 혹은 교육 프로그램에 집중하고 있었다. 즉 경운박물관이 사립박물관이긴 하지만, 경기여자고등학교 동문에 의해 설립되고 운영되는바 다른 대학박물관들과 유사한 특성을 보이는 것이다.

학교 내 부설 기관으로서의 박물관은 재정적 측면에서 사립박물관보다 나은 상황이었다. 하지만 국내 대학박물관의 가장 큰 역할이었던 매장(埋藏)문화재

조사가 1990년대 이후부터 크게 위축되면서 정부지원금이 축소되었고, 자연스럽게 주요 업무가 전시나 교육에 집중됨에 따라 운영의 어려움이 커졌다(Lee, 2017). 대학 소속의 박물관들은 다른 유형의 박물관들에 비해 박물관 자체가 시장 지향적 활동을 주력하기에는 많은 제약이 따르기 때문이다. 이를 극복하기 위해 대학박물관들은 지역 연계 프로그램이나 어린이들을 위한 체험 프로그램을 운영하는 등 다양한 노력을 기울이고 있지만, 하루 평균 관람객 수는 여전히 저조한 상태이다. 이에 대해 전문가들은 대학박물관이 연구 및 유물보존 같은 전통적 역할을 고수하여 주제 및 형식이 제한적이고, 홍보 부재로 인해 사람들이 지역 내 대학박물관이 있다는 사실을 모르는 경우도 많다고 지적하였다(Ra & Lee, 2023). 또한 대학박물관들은 다른 박물관의 유형보다 인력부족에 대한 어려움을 많이 토로하였는데 이는 대학박물관을 운영하는데 필요한 전문가가 부족한 현실을 보여준다.

마지막으로 국공립박물관은 섬유·패션박물관에서 가장 활발하게 운영되는 유형이었다. 이들은 뉴뮤

지엄으로서 기능을 하고 있으며, 2022년 국립민속박물관 기준 내국인 방문객만 100만 명을 정도로 팬데믹 상황에서도 많은 관람객이 찾았다(Yoon, 2023). 또한 고궁박물관은 젊은 세대들이 경복궁과 함께 체험한복을 입고 방문하는 소위 ‘궁 투어’ 중 하나로 관광객들의 주요 방문지가 되면서 2022년 한 해 동안 1,100만 여명의 방문객을 기록하였다(Shin, 2019).

하지만 국공립박물관의 경우는 서울과 대구 지역의 편차가 크게 나타났다. 대구 섬유박물관의 경우는 평일 관람객 실적이 저조했는데, 이러한 이유에는 대구시민 중 박물관의 존재 자체를 모르는 경우가 많은 것도 있었다. 대구섬유박물관은 시내에서 조금 떨어진 산업단지에 자리 잡고 있어 접근성이 떨어지고, 홍보가 잘 이루어지지 않은 탓이다. 국립대구박물관 역시 2022년 기준 개관 이래 누적 방문객수 1,000만 여명으로 서울의 국립박물관들과 비교했을 때 상당히 저조한 수치였다.

이를 종합하여 <Table 7>에서 각 박물관들이 겪는 어려움을 섬유·패션박물관의 유형별로 정리하였다.

Table 7. Prevalent difficulties of textile and fashion museums

Category of museums		Contents
Private museum	Museums of Textile Craft	<ul style="list-style-type: none"> - Post-curator demise financial struggles. - Emphasis on traditional functions. - Deficiency in public exhibition skills. - Limited promotion and marketing capabilities. - Absence of a younger workforce. - Inadequate adaptability to sociocultural changes - Uncertainty about the future of museum operations
	Dress & Fashion Museums	<ul style="list-style-type: none"> - Emphasis on traditional functions. - Deficiency in public exhibition skills. - Limited promotion and marketing capabilities. - Absence of a younger workforce. - Inexperienced in coping with environmental changes - No permanent exhibitions
	Accessory Museums	<ul style="list-style-type: none"> - Limited exhibition topics - Relatively expensive entrance fee
University museum	Museums of Textile Craft	<ul style="list-style-type: none"> - Emphasis on traditional functions. - Deficiency in public exhibition skills.
	Dress & Fashion Museums	<ul style="list-style-type: none"> - Limited promotion and marketing capabilities. - Limited space
Public museum	Museums of Textile Craft	<ul style="list-style-type: none"> - Have no prevalent difficulties
	Dress & Fashion Museums	<ul style="list-style-type: none"> - Limited large regional variations

2. 국내 섬유·패션박물관이 나아가야 할 방향

섬유공예박물관은 총 6개 중에서 사립박물관이 4개로 가장 많이 차지했고, 국립박물관과 대학박물관은 각각 1개씩이었다. 섬유공예박물관에 사립박물관이 가장 많이 분포되어 있는 데에는 섬유공예라는 아이템 특성에서 그 이유를 찾을 수 있다. 전통공예기법과 장인을 기리는 국내 섬유공예박물관들은 해당 장인에 의해 사립박물관으로 설립되고, 이후에는 가족에 의해 운영되는 경우가 대부분이기 때문이다. 이에 사립박물관 형태의 섬유공예박물관들은 초대 관장이 작고한 후 여러 운영난을 겪는 공통적인 모습을 보여주었다. 이는 우리나라 섬유공예가 처한 현실로, 현재 초대 관장이 운영하고 있는 다른 박물관들에서도 향후 겪을 수 있는 문제이다. 이러한 이유로 섬유공예박물관들은 전통 계승에 대한 고민이 시급해 보인다.

해외 사례로 스위스의 장크트갈렌(Sankt Gallen)에 위치한 세인트 갈렌 직물 박물관(Museo tessile di San Gallo)은 지속적으로 레이스를 생산 및 판매를 할 뿐 아니라 아크리스(Akris)와 같은 자국의 패션브랜드들과 협력하여 전시를 선보인다. 또한 이 박물관은 섬유 산업과 밀접한 연관이 있는 도시 장크트갈렌의 역사와 함께 박물관을 둘러볼 수 있는 <Fig. 5>와 같은 투어리즘 프로그램을 함께 선보인다. 도시의 역사적 건물



섬유 박물관 방문과 함께 역사 중심지
투어
리뷰 0개
역사 투어
에서 시작€24.19성인 1인당

Fig. 5. Tour of the old town with a visit to the Textile Museum.

Reprinted from St. Gallen-Bodensee Tourism (n.d.).
https://www.tripadvisor.co.uk/AttractionProductReview-g188068-d26184837-Tour_of_the_old_town_with_a_visit_to_the_Textile_Museum-St_Gallen_Canton_of_St_Gal.html

에 위치하면서 레이스를 형상화한 상징적인 건축 외관을 지닌 박물관(Fig. 6)은 섬유산업으로 번성했던 과거 도시의 모습을 보여주고, 하이패션브랜드와 협력한 전시를 통해 오늘날까지 이어지는 장크트갈렌 레이스의 인기를 강조한다(Textilmuseum St. Gallen, n.d.-a). 이와 비슷하게 프랑스 뮐르즈(Mulhouse)에 위치한 직물 프린트 박물관(Musée de l'Impression sur Etoffes)은 18-19세기 면 방직공업의 발달과 함께 성장한 뮐르즈의 과거와 오늘날의 모습을 함께 보여주면서 직물 문양에 담긴 이야기부터 패션과의 연관성 등 전시의 내용을 다채롭게 펼치고 있다. 당시 실무자들을 위해 설립된 이 박물관은 오늘날까지 과거부터 생산된 직물을 소장 및 전시하면서 디자이너에게 영감을 주는 데에 목적을 두고 있다. 캐나다 토론토에 위치한 텍스타일 박물관(Textile museum of Canada)의 경우는 박물관 샵 내에서 박물관의 소장품을 주제로 제작한 지역 예술가와 공정 무역 단체의 수공예 작품을 판매한다. 이를 통해 박물관은 지역의 전통 공예를 현대화하고, 경제적 효과를 창출한다. 이 외 박물관은 아니지만, 샤넬(Chanel), 디올(Dior) 같은 럭셔리 브랜드들은 전통의 현대화에 긍정적인 접근을 시도하는데 이를 눈여겨볼 필요가 있다. 가령, 샤넬은 우리나라 문화유산을 계승 및 보호하는 재단법인 예울을 매년 후원하며 ‘예울X샤넬 프로젝트’를 통해 올해의 장인을 선정하고 전시를 선보인다. 선정된 장인들을 살펴보면 모두 전통을 기반으로 현대적인 작업을 하고 있다. 여기에 더해 최근 BTS 같은 K-팝 그룹이 전통에 관심을 기울이면서 젊은 세대들도 전통을 트렌디하게 받아들이는 경향이 높아지고 있다. 이를 미루어 보아 사립으로 운영되는 각각의 섬유공예박물관들이 전통의 요소를 ‘상징적 문화자본’으로서 소통한다면 뚜렷한



Fig. 6. Museo tessile di San Gallo.

Reprinted from Textilmuseum St. Gallen (n.d.-b).
<https://st.gallen-bodensee.ch>

정체성을 보이는 박물관으로 자리 잡을 수 있으리라 본다. 또한, 사립으로 운영되는 섬유공예박물관의 건축물은 도시의 문화를 이해하고 지역 주민들의 정서를 공유할 수 있는 중요한 요소인데, 이러한 요소는 뉴뮤지엄의 역할을 담당할 수 있다(Kim, 2015). 이에 개성 있는 박물관의 건축물을 이용하여 도시의 가치와 주민의 정서를 반영한다면 뉴뮤지엄으로서 기능하며 자생능력을 키울 수 있을 것이다.

복식 및 패션박물관은 대학박물관 형태로 설립된 경우가 많았다. 1960년대부터 유물 발굴과 매장문화재 발굴이 대학을 중심으로 이루어지면서 대학박물관의 수가 급격히 증가하였는데, 대학 내 복식 및 패션박물관은 그 시기와 맞물려 설립된 경우가 대부분이었다(Ra & Lee, 2023). 즉 대학 내 복식 및 패션박물관은 유물 발굴에 초점을 두고 설립되었다고 볼 수 있다. 하지만, 뉴뮤지엄은 유물보다 관람객에 더 초점을 두는 경향이 있어 상대적으로 대학 내 박물관의 어려움을 더하고 있다. 그럼에도 불구하고, 최근 정부는 다양한 정부지원사업을 통해 대학박물관에게 지역사회에 대한 공헌활동을 요구하고 있다(Yoon, 2020). 이에 대학박물관은 교육기관 내 문화시설이라는 차별점을 두고 지역사회에서 실질적인 문화 역할을 할 수 있는 방안과 전문인력 부족에 대한 해결책을 찾아야 할 것이다.

관련된 해외 사례로서 뉴욕에 위치한 FIT박물관(The museum at FIT)은 대학교 박물관이지만 많은 방문객 수치를 보이고 있다. 트립어드바이저(Tripadvisor)에 따르면 이는 브로드웨이의 대표적인 뮤지컬인 라이온 킹(Lion king) 보다 높은 순위이다. FIT박물관은 대중이 흥미를 가질 수 있는 주제를 복식을 통해 상당히 심도 있게 다룬다. 가령, 2023년 11월에 개최한 전시 <Food and Fashion>은 음식과 패션의 관계를 통해 럭셔리 브랜드의 컨셉 제품부터 정치, 몸의 상품화, 학대적인 노동 관행, 환경 등 사회적 이슈를 다룬다. 국내 대학교의 박물관들 역시 연구기관을 기반으로 하고 있기에 학술적인 전시를 선보이고 있지만, 대중적이지 않다는 점에서 차이점이 있다. 대학교 박물관은 다른 유형의 박물관에 비해 시장 지향적 활동과 공간적 제약이 있어 전시의 기획력이 무엇보다 중요하기 때문에 지역사회 공헌활동과 함께 대중적인 전시에 노력을 기울여야 할 것이다. 또한 국내 박물관의 홍보도 필요하다. 로스앤젤레스(Los Angeles)에 있는 대학 내 박물관인 FIDM 박물관(FIDM museum)은 인스타그램

및 유튜브를 운영하며 활발한 홍보활동을 겸하고 있다. FIDM 박물관은 꾸준한 업로드를 물론, 대중의 관심사를 반영하여 소장품을 소개하는 등 대중과 소통하기 위해 노력하고 있다. 반면, 우리나라 대학박물관들은 불규칙한 업로드 횟수, 박물관 중심의 일방적 정보제공이 대부분이었다. 국내 박물관들 역시 꾸준한 업로드와 함께 대중적 호응을 불러일으킬 수 있는 이미지나 영상을 통해 대중과의 소통을 지속한다면 젊은 세대를 비롯해 더 많은 관람객들이 찾을 것이라고 본다.

반면, 복식 및 패션박물관에서 국공립박물관인 국립대구박물관과 대구섬유박물관은 섬유패션 산업을 바탕으로 성장한 대구지역의 특성을 보여준다. 이러한 측면에서 두 박물관은 지역의 정체성을 반영하고 있다는 데에 차별점이 있다. 그러나 대구 지역의 관광지로서의 매력에 의존하기보다는 박물관 자체가 하나의 관광 상품이 될 수 있는 방안이 필요해 보인다. 관람객이 패션을 경험하고 탐색하기 위해 특정 도시를 방문하는 현상을 ‘패션투어리즘(fashion tourism)’이라고 한다(Ye & Yim, 2019). 패션투어리즘은 국가의 정체성과 문화가 경쟁력 있는 요소로 여겨지면서 여러 수도가 패션을 도시전략으로 활용하는 사례가 늘어남에 따라 새롭게 등장한 개념이다. 이와 관련해 런던의 V&A와 뉴욕의 메트로폴리탄 예술박물관(The metropolitan museum of art, The Met)은 도시의 문화자본으로서 패션을 박물관에 활용하여 많은 관람객을 도시로 끌어들이는 대표적 사례이다. 두 박물관은 패션전시나 패션이벤트를 통해 박물관을 일종의 소비의 장소로 변모시켰다. 대표적으로 2011년 The Met의 <Alexander McQueen: Savage Beauty> 전시는 661,509명의 관람객이 관람하여 당시 The Met 역사상 8번째 많은 관객 수를, 이후 2014년 V&A에서 열렸을 때 493,043명의 관람객으로 V&A 역사상 최다 관객 수를 기록하였다. 또한, 2018년 The Met의 <Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination> 전시는 1,659,647명의 관객 수를 기록하며 해당 박물관 역사상 최다 관람객이 방문한 전시로 꼽혔다. 이때 전시를 방문한 관람객의 소비는 티켓 및 굿즈의 구매 뿐 아니라 해당 도시에 머무르며 숙박, 교통, 음식, 쇼핑 등 지역경제로 확장되는데, 이는 패션전시가 박물관이 자체적으로 수입을 창출하는 데에 일조할 뿐 아니라, 지역경제 활성화에 직접적인 영향을 미쳤음을 보여준다(Ye, 2018). 즉 블

록버스터급의 패션전시는 관람객의 다양한 소비로 이어지는 결과를 낳아 박물관과 도시에 경제적으로 긍정적인 영향을 끼친다(Bide, 2021).

도시방문의 목적이 박물관이고, 특히 박물관의 특별전시를 보기 위한 방문이 높은 수치를 나타낸다는 사실은 박물관의 전시가 도시 관광에도 영향을 미친다는 것을 보여준다. 최근 기존의 패션도시가 아닌 패션 주변부 도시들이 도시 홍보를 위해 패션을 활용하고, 패션문화를 박물관에 도입하는 사례가 증가하고 있다. 대표적으로 영국 바스(Bath)에 있는 패션박물관(Fashion museum bath)은 2007년부터 시장 지향적 활동에 주력하면서 박물관 명칭 변경부터 대중성을 반영하는 주제의 전시 기획, 에듀-테인먼트로서의 기능을 통해 2021년 기준 50만 명 이상의 관람객을 유입시켰다. 바스가 인구 약 9만 명 정도의 매우 작은 도시라는 점 그리고 주요 패션도시가 아니라는 점을 고려한다면 이는 상당한 관람객 수라고 할 수 있다. 비슷하게 덴마크의 코펜하겐, 노르웨이의 오슬로, 스웨덴의 스톡홀름, 벨기에의 브뤼셀 및 하셀트(Hasselt), 이란의 테헤란 등 패션 주변국의 도시들 역시 패션 이미지를 전략적으로 활용하여 관람객들을 끌어들이고 있다(Melnyk, 2019; Montazer & Bidoki, 2017; Skivko, 2021). 패션이라는 매체를 통해 국가와 도시에 세련되고 혁신적인 이미지를 부여하고, 나아가 ‘캣워크 경제(catwalk economy)’(Löfgren, 2005)로서 경제적 효과를 창출하고 있는 것이다. 이렇게 국가보다 특정한 도시를 염두에 두고 여행하는 관람객이 늘어나고, 패션을 도시 관광의 매력 요소로 활용하는 사례가 늘어나고 있는 시점에 박물관이 패션투어리즘의 요소로서 기능할 수 있는 방안을 연구할 필요가 있다.

V. 결 론

본 연구는 서울과 대구 소재 섬유·패션박물관의 현황과 고충을 섬유공예, 복식 및 패션, 액세서리 박물관으로 분류한 19개의 박물관을 중심으로 조사하였다. 이를 위해 연구자가 해당 박물관 관계자와 이메일, 전화, 면담을 통한 인터뷰를 진행하였고, 뉴 뮤지엄의 역할을 바탕으로 조사 결과를 분석하였다. 이 과정에서 국내 섬유·패션박물관은 소장품이나 전시내용에 따른 유형보다 운영기관에 따라서 공통된 고충이 다르게 나타남을 알 수 있었다. 이는 운영기관에 따른 박

물관의 분포도와 관련이 있는데 섬유공예박물관은 사립박물관에, 복식 및 패션박물관은 대학교 부속 박물관에 속해 있는 경우가 많기 때문이다. 이에 본 연구에서는 운영기관을 염두에 두고, 섬유공예, 복식 및 패션, 액세서리 박물관에서 나타나는 주요 문제점을 분석하고, 뉴 뮤지엄으로서의 해외 박물관과 비교분석하여 개선방안을 제안하였다.

연구 분석 결과, 먼저 사립박물관의 형태로 주로 운영되는 섬유공예박물관은 초대 관장이 작고한 후 여러 운영난을 치하게 되는 경우가 많았다. 이는 전통계승의 문제와 직결되는 것으로 각 섬유공예박물관은 박물관이 지닌 전통의 요소를 ‘상징적 문화자본’으로서 소통하고, 박물관의 건축물을 이용하는 것이 필요하다고 보았다. 둘째, 대학교 부속 박물관의 형태가 가장 많은 복식 및 패션박물관은 주된 목적이었던 매장 문화재 발굴이 축소됨에 따라 어려움에 직면하게 되었다. 이와 함께 대학박물관은 공간 활용 및 시장 지향적 활동에서 다른 박물관 유형보다 제약이 많은 것으로 보아 대중적인 전시기획과 지역사회 공헌활동 그리고 홍보에 중점을 두어야 하는 것으로 보인다. 마지막으로 복식 및 패션박물관에서 국공립박물관은 서울과 대구의 지역적 편차가 크게 나타났다. 관람객의 접근성에 있어 지역적 한계가 있기에 대구 소재의 국공립박물관은 대구 지역의 관광지로서의 매력에 의존하기보다는 박물관 자체가 관광 요소로서 패션투어리즘의 역할을 할 필요가 있어 보인다.

우리나라 문화의 글로벌 위상이 높아지고, K-패션을 포함한 K-컬처를 경험하기 위해 우리나라를 방문하는 외국인 관광객이 매해 증가하고 있다. 이러한 시점에 국내 섬유·패션박물관의 현황 및 고충을 살펴보고, 문제점을 파악하여 개선안을 제시할 필요성이 제기된다. 박물관은 자국민들의 자긍심과 교육수준을 높일 뿐 아니라, 보완재(complementary good)로서 지역경제 활성화에 직접적인 영향을 끼친다. 이에 더해 패션 이미지의 힘은 도시를 현대적이고 트렌디하게 비출 수 있다는 점에서 국내 섬유·패션박물관에 대한 연구는 의미가 있다. 한편 본 연구는 박물관의 공통적으로 발견되는 주요 고충파악에 중점을 두었으므로 각각의 박물관에 대한 세부적인 개선사항을 제안할 수 없었다는 점이 한계점으로 남아 있다. 이에 본 연구가 국내 섬유·패션박물관에 대한 자료로 활용하여 각 박물관과의 실질적인 연계를 바탕으로 한 후속 연구

가 이루어지길 바란다.

1. 사사

해당사항 없음.

2. 연구윤리

해당사항 없음.

3. 데이터 및 자료 가용성

본 연구에 사용된 데이터는 개인정보에 관한 내용이 포함되어 있으므로 공개가 불가함.

4. 이해관계 상충

해당사항 없음.

5. 연구비 지원

해당사항 없음.

6. 저자의 기여

MH는 자료수집, 데이터 분석 및 원고 작성을 주로 담당하였고, EH는 원고 작성 및 검토를 주로 담당하였음. 모든 저자가 최종 원고를 읽고 승인하였음.

7. 저자 정보

예민희 성균관대학교 의상학과, 겸임교수
임은혁 성균관대학교 의상학과, 교수

References

Ahn, I. H., & Park, S. E. (2010). A case study on interpretation of costume objects of museum. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 16(2), 313–323.

An, M. S. (2007). Study on the storage of the excavated costume and textile in museum. *Journal of Korean Traditional Costume*, 10(3), 11–19.

Bide, B. (2021). Fashion city or museum of fashion? Exploring the mutually beneficial relationship between London's fashion industry and fashion exhibitions at the Victoria and Albert museum. *Geo Humanities*, 7(1), 217–234. <https://doi.org/10.1080/2373566X.2021.1923405>

Calinao, D. J., & Lin, H.-W. (2016). The cultural tourism potential of fashion-related exhibition-the case of Alexander McQueen: Savage beauty at the Victoria and Albert museum. *Journal of Heritage Tourism*, 12(2), 204–217. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1206550>

Clark, J., Haye, A., & Horsely, J. (2014). *Exhibiting fashion: Before and after 1971*. Yale University Press.

Farsani, N. T. (2020). An investigation of the positive impacts of traditional fashion tourism. *Journal of Policy Research in*

Tourism Leisure and Events, 13(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/19407963.2020.1808004>

Fukai, A. (2010). Dress and fashion museum. In J. B. Eicher (Ed.), *Berg encyclopedia of world dress and fashion* (pp. 280–294). Berg.

Jung, D., & Ha, J. (2016). A study on fashion museum exhibition types and roles. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 40(5), 936–953. <https://doi.org/10/5850/JKSCT.2016.40.5.936>

Kim, Y. H. (2015, May). *Creative reuse of cultural heritage 'New museology': 'Museum franchise' project* [Conference session]. Association for Public Administration, Seoul, Republic of Korea. <https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07052257>

Lee, S. Y. (2017, April). *Rediscovery of the traditional role of university museum* [Conference sessions]. The Korean Association of University Museum, Busan, Republic of Korea.

Löfgren, O. (2005). *Catwalking and coolhunting*. Routledge.

Melchior, M. (2011, September 22–25). *Fashion museology: Identifying and contesting fashion in museums* [Conference session]. Fashion Exploring Critical, Oxford, United Kingdom. https://www.academia.edu/30073125/Fashion_Museum_Identifying_and_Contesting_Fashion_in_Museums

Melchior, M. (2012). Vanity fair? Understanding contemporary links between fashion, museum and nation. *Enthnologia Europaea*, 42(1), 54–63. <http://dx.doi.org/10.16995/ee.1091>

Melchior, M., & Svensson, B. (2014). *Fashion and museum: Theory and practice*. Bloomsbury.

Melnyk, M. (2019, April). *The formation and development of fashion tourism in Belgium* [Conference session]. Journal of Policy Research in Tourism Leisure and Events, London, United Kingdom. https://www.researchgate.net/publication/356914449_The_formation_and_development_of_fashion_tourism_in_Belgium

Montazer, Z., & Bidoki, F. Z. (2017, October). *Traditional, fashion and new perspective on fashion tourism* [Conference session]. Materials Science and Engineering, Bristol, United Kingdom, https://www.researchgate.net/publication/320938532_Traditional_fashion_and_new_perspective_on_fashion_tourism

Noh, A. Y. (2023, March 16). *한류를 넘어 K-컬처, 한류관광에서 K-관광으로! 콘텐츠 투어리즘, 그리고 문화관광마케팅을 이야기하다* [To K-culture beyond the Korean wave, from Korean wave tourism to K-tourism! talking about content tourism and cultural tourism marketing]. Hotel & Restaurant. <http://hotelrestaurant.co.kr/mobile/article.html?no=11780>

Oh, M. (2018). Study of visitors emotional engagement at museums-from the perspective of new museology. *Museum*

- Education*, 2, 113–126.
- Park, J.-H., & Choy, H.-S. (2012). A study of the function and the current state of fashion museum for construction of Korean fashion museum. *Journal of the Korean Society of Costume*, 62(5), 156–170. <http://dx.doi.org/10.7233/jksc.2012.62.5.156>
- Ra, J., & Lee, M. (2023). A study on the characteristics of regional program in university museum. *Culture & Convergence*, 45(7), 643–656.
- Shin, J. A. (2019, July 10). *고궁은 외국인 주요 방문지... “궁능 1500만 관람객 시대 열 것”* [The National Palace is a major destination for foreigners... “The era of 15 million visitors to the palace will open”]. Fnnews. <https://www.fnnews.com/news/201907101334208831>
- Skivko, M. (2021). Fashionable scenarios for urban tourism practices: Fashion cities and space redefinition. *ZoneModa Journal*, 11(2), 43–54. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/13817>
- Textilmuseum St. Gallen. (n.d.-a). *Textilmuseum St. Gallen*. <https://www.textilmuseum.ch/en/textilmuseum/>
- Textilmuseum St. Gallen. (n.d.-b). *Museo tessile di San Gallo*. <https://st.gallen-bodensee.ch>
- St. Gallen-Bodensee Tourism. (n.d). *Tour of the old town with a visit to the textile museum*. Tripadvisor. https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g188068-d26184837-Tour_of_the_old_town_with_a_visit_to_the_Textile_Museum-St_Gallen_Canton_of_St_Gal.html
- Vergo, P. (1989). *The new museology*. Reaktion Books.
- Ye, M. H. (2018). *Types and roles of fashion exhibition in museum* [Unpublished doctoral dissertation]. Sungkyunkwan University.
- Ye, M. H., & Yim, E. H. (2019). Typology of A Fashion Exhibitions in Museums. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 21(3), 81–91.
- Yeom, E. J., Rhie, J. M., & Jang, Y. S. (2011). A study on the fashion-brand Hermes' characteristics of the brands' museum and identity. *Journal of Korean Society of Design Science*, 24(2), 229–242.
- Yoon, H. W. (2020). Contributions and challenges of universities in community education. *Korean Educational Research Journal*, 41(2), 71–98.
- Yoon, S. K. (2023, October 30). *9월 외국인 관광객 11만명 “코로나 이전 75% 회복”* [110,000 foreign tourists in september “75% recovery from before pandemic”]. New1 Korea. https://m.news1.kr/articles/?5214651&82#_enliple