

한국문화상품 디자인에서 의미전달이 가능한
한글 적용 방법 연구

How to apply Hangul characters for representing meanings
in the Korean cultural goods.

주저자 : 박재인

연세대학교 대학원 생활디자인학과 석사

Jane Park

Yonsei university

공동저자 : 박영순

연세대학교 생활과학대학 생활디자인학과 교수

Park Young-soon

Yonsei university

1. 서론

- 1.1 연구의 배경 및 필요성
- 1.2 연구의 목적
- 1.3 연구의 범위 및 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 문화상품의 개념과 특성
- 2-2. 한국전통 문자문양의 의미
- 2-3. 한글의 조형성
- 2-4. 선행연구 고찰

3. 문화상품에 사용된 한글문양의 현황분석

- 3-1. 문화상품에 사용된 한글 문양의 현황
- 3-2. 문화상품에 사용된 한글 문양의 분석
- 3-3. 내용전달 유무 분석 틀 구성

4. 문화상품에 글자문양 적용 방법 제안

- 4-1. 단어 적용 방법 개발

5. 결론 및 제언

- 5-1. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

본 연구의 목적은 한국 문화에서 뿌리 깊게 박혀 있는 문자한글을 문화상품에 적용할 수 있는 방법에 대한 연구로서, 한글의 의미와 조형성을 동시에 보여 주되, 특히 한자로 사용되는 길상문자를 한글로 바꾸어 문양화하는 방법을 제안하는 것이다. 본 연구를 진행하기 위해 총17개의 사이트들을 검색한 결과, 문자를 적용한 문화상품들은 대부분 의미전달보다는 글자의 조형성에 초점이 맞춰져 있다. 이러한 결과를 바탕으로 본 연구에서는 길상의미를 내포하면서 조형성을 지닌 있는 한글 단어를 사용하여 문양화하는 것에 대해 크게 3가지 방법을 제안하였다.

첫째, 한글 단어와 다른 요소를 함께 사용하는 방법으로 한글 단어와 자음을 함께 사용하는 방법, 한글 단어와 글귀를 함께 사용하는 방법, 한글 단어와 그림을 함께 사용하는 방법이다. 둘째, 한글 단어를 분화하여 적용하는 방법은 자음과 모음을 분화하여 하나의 패턴에 맞추어 글자를 나열하는 방법으로 규칙적 혹은 불규칙적으로 배열하고 글자의 형태를 분화하지만 다시 조합해서 읽으면 단어가 보이는 형태

로 무미건조해 보일 수 있는 텍스트를 재밌게 읽을 수 있는 방법이다. 셋째, 한글 단어를 반복하여 사용하는 방법이다. 이는 두 가지 방법으로 나누어 살펴볼 수 있는데, 한 개의 단어를 반복하여 사용하는 방법으로 기하학적인 문양 같은 느낌을 보여줄 수 있는 방법과, 여러 개의 다른 단어를 사용하여 문양화 하는 방법이다.

이상의 세 가지 방법을 활용하여 실제 디자인을 전개해 봄으로써 한글 적용의 가능성을 확인하였다.

주제어

문화상품, 길상문자, 한글문양

Abstract

Characters are applied to cultural products frequently in Korean culture, and it seems deeply rooted. The purpose of this study is to study methods of applying the Korean character culture, which has characters that play an extensive role and have profound meanings, to cultural products. Having examined the status, the focus has been placed on the formativeness of the characters, not conveyance of meanings. On the basis of these results, this study attempts to propose three methods of using Hangeul words containing Gilsang meanings and patternize them.

The first method is to use Hangeul words with other elements. It can be largely divided into three methods: 1) using Hangeul words with consonants, 2) using Hangeul words with phrases and 3) using Hangeul words with pictures.

The second method is to divide Hangeul words.

It means to divide the consonants and vowels of words, and arrange them according to a pattern regular or irregularly. the shapes of the characters are divided, but if they are combined again, the words will be visible. This method will make it possible to read seemingly prosaic texts interestingly.

The third method is to use Hangeul words repeatedly. This method can be divided into two methods. One is to use one word repeatedly to give the effect of a geometric pattern and the other is to use several different words and patternize them.

Keyword

Cultural Product, Gilsang character, Hangeul pattern

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 필요성

한글은 1997년 유네스코 세계문화유산으로 지정되었으며, 한류 전파와 함께 해외보급이 확대되고 있다. 디자인계와 미술계에도 한글의 매력에 주목하여 한글 디자인 옷을 선보여 해외에서 호평을 받고 있으며, 한글 자체가 가지는 예술적 가치를 이용하여 한글 디자인 문화상품 개발에도 박차를 가하고 있다(삼성경제연구소, 2007). 이러한 한글은 세계에서 유일한 과학적인 체계로 이루어져 있는 언어로서, 각 해외의 많은 학자들도 한글의 우수성과 조형성에 대해 언급하고 있다.

한국의 전통문화에서 특히 문자의 역할과 의의는 크다고 볼 수 있는데, 이는 18,19세기의 민화들 중 문자와 그림을 합쳐서 표현한 문자도를 보면 알 수 있다. 악과 잡귀를 쫓는 주술적인 내용과 집안의 잔치나 혼례 등을 기념하기 위한 내용의 희망, 축하, 기쁨, 염원 등을 뜻하는 것들이 대부분이었다. 한 가정의 평화와 행복, 윤리덕목을 실천하고자 만든 것으로, 우리나라의 전통 사상과 깊은 연관을 가지고 있으며, 한국 전통문화에서 문자와의 깊은 유래를 알 수 있다.

현재의 문화상품에 사용되는 문자들 중에, 길상문자가 많이 사용되는데, 길상은 우리들이 볼 수 있는 전통 장식문양들은 모두 불행, 재난, 근심을 멀리하고 여유, 부, 귀, 가내평안 등의 길한 것을 추구하려고 했던 선조들의 현식적인 욕망이 창조해낸 의미 상징형이라고 할 수 있다. 이러한 역사적 사실로 미루어 볼 때, 길상은 한국의 전통 문화에서 문양의 역할로 크게 자리 잡고 있음을 알 수 있다. 그러나 이러한 것들은 모두 한자로 쓰여져 있기 때문에, 한국을 나타내는 고유의 문화요소를 사용했다고 보기 어렵다. 한국 고유의 문화를 알리는 방법으로 한글을 사용하는 사례는 늘어가고 있으나, 정확한 한글의 조형과 의미를 전달하고 있는 현황은 찾기 어렵다. 또한 대부분의 전통문화상품들을 살펴보면, 한글의 문장 또는 자음과 모음의 패턴들을 사용한 것들이 대부분이다.

한국의 전통문화와 깊은 연관이 있는 길상문자는 중국의 언어이자 표의문자이다. 이러한 길상문자를 이제는 세계에 한국을 알리고 발전시키기 위해 한국 고유의 문화인 한글을 적용한 문화상품을 개발하는 연구가 필요하다. 한글은 한자와는 달리, 소리로 표현되고, 글자 단위들이 모여서 하나의 뜻을 이루는 소리체계 언어이기 때문에 가독성과 그 의미전달이 용

이해야 한다.

따라서 본 연구에서는 한글의 특징을 고려하여, 한자가 사용된 길상문자 대신에, 한국 고유문화인 한글을 전통문화상품에 적용하는 방법을 찾고자한 연구이며, 이 연구를 통해 문화상품의 발전과 한국 문화의 알림에 기여하고자 한다.

1.2. 연구의 목적

본 연구에서는 문자가 한국의 문화와 깊은 연관성이 있으며, 이러한 전통성과 사상을 내포하고 있어야 할 문화상품에 적용된 문양들 중에, 길상한자들을 대신하여 한글 단어를 적용하는 디자인 방법을 제안하고자 한다.

외국의 경우, 이미 미국이나 유럽권에서는 Peace, Love, joy, Lucky 등의 단어들을 사용하고, 중국의 경우 壽(수), 福(복), 康(강), 寧(영), 喜(희), 愛(애), 樂(락) 등의 한자 한 개를 사용하여 행운과 평화, 건강, 재물 등의 단어의 의미와 글자의 형태를 동시에 전달하고 있는 경우가 많다.

이에 비해, 한글은 그 형태뿐 만 아니라, 의미까지 전달하기 위해서는 정확한 표기로 가독성을 보여주어야 한글의 조형과 의의를 전달할 수 있다. 그러나 현재 판매되고 있는 문화상품들은 한국이 전통성을 제대로 전달해야 함에도 불구하고, 한글의 형태와 의미를 제대로 전달하고 있는 것이 많지 않은 상황이다.

이에 따라, 본 연구에서는 문화상품에 한글을 적용하되 그 뜻과 조형적 특징을 동시에 보여주며 길상의미를 내포하고 있는 길상 한자 대신에 한글 단어 적용방법에 대해 제안해보고자 한다.

구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 한국 전통 문화에서 문자의 의미를 알아본다.

둘째, 한글이 적용된 문화상품 중에 길상의 의미를 담고 있는 상품을 분석하여 새로운 표현방법을 제안한다.

1.3. 연구의 범위 및 방법

본 연구에서 다루는 한글을 활용한 디자인의 범위는 길상 문자를 중심으로 하였다. 그것은 한국의 전통문화와 깊은 연관이 있는 길상문자를 중국의 언어이자 표의문자인 한자 대신에, 이제는 세계에 한국을 알리고 발전시키기 위해 한국 고유의 문화인 한글을 적용한 문화상품을 개발하는 연구가 필요하기 때문이다. 조사대상은 2009년도 7월부터 12월 사이에 문화상품 웹사이트에서 판매되는 문화상품 중, 한글이 사용된 상품들을 대상으로 하였다. 웹사이트를 선정하

는 과정에서 한글의 사용현황을 알아보기 위한 기준은 'ㄱ, ㄴ, ㄷ, ㄹ'과 같은 자음모음의 문양, 시조와 글귀가 적용된 문양, 훈민정음 문양, 한글 단어문양이 적용된 문화상품을 기준으로 분석하였다.

문화 상품을 선정하기 위한 웹사이트의 선정기준은 다음과 같다.

첫째, 서울시내에 5곳 이상 샵을 갖고 있는 유명 문화상품 브랜드 중 온라인 사이트를 가진 업체, 둘째, 대표 포털사이트인 네이버에 파워링크가 되어 있는 업체 중 결제 서비스가 투명한 업체, 셋째, 문화체육관광부의 공식 구매 참고 사이트, 넷째, 문화상품 관련 홍보기사 검색 시 상호검색이 가능한 업체로 선정하였다.

상품을 분석하기 위해서 UNSPSC (the United Nations Standard Products and Services Classification)의 방법을 도입하여 새롭게 재구성한 분석틀을 사용하였다. 이 방법은 1999년 2월 UN(the United Nation)과 D&B(Dun & Bradstreet)가 공동으로 개발한 물품 분류체계로서, 전자거래통합포럼이 채택한 전자 카탈로그의 표준 물품 분류체계이다. 이 분류체계와 10개의 문화상품 사이트들의 분류체계를 합쳐서 재구성한 체계(김경기 외3인,2007)를 사용하여 물건의 종류를 나누고, 또한 본 연구자가 선정한 사이트들에서 검색된 상품들은 한글의 문양이 적용된 상품들과, 길상의 문양이 적용된 상품들로 기준을 나누어 살펴보았다. 그 중 한글의 문양이 적용된 상품들은 자음, 모음을 사용한 패턴과 시조가 적용된 문장 중심의 패턴이 적용된 상품으로 나누어 살펴보았다.

연구의 진행은 우선 한국 문화에 있어서 문자의 의미를 파악하고, 한글의 조형적 특징을 분석하고 한글이 적용된 상품들의 현황을 분석하고, 분석 결과를 바탕으로 한글문자 패턴의 문제점을 도출한 후, 마지막으로 한글을 상품에 적용할 수 있는 방법을 제안한다.

2. 이론적 배경

2.1. 문화상품의 개념과 특성

문화상품이란 한마디로 “한국 고유의 정통성을 지닌 공예품과 일상용품 등 관광객이 방문지에서 구입 또는 취득할 수 있는 모든 상품”이라고 정의할 수 있다.(문화체육관광부, 1996) 문화체육관광부에서 정의하는 문화상품은 관광상품, 특산품, 공예품과의 구별할 수 있는데, 문화상품에서는 일반적인 의미와 정책적 의미로 나누었다. 일반적 의미는 가장 넓은 개념

정의 방법으로 문화산업의 모든 결과물을 뜻함으로써, 유네스코의 10대 문화상품의 개념을 말하고 있는데, 대부분 문화에 대한 정보를 알릴 수 있는 시청각 매체라고 볼 수 있다. 정책적 의미로는 광의적인 의미와 협의적인 의미로 나뉘는데, 한국적인 소개와 표현기법 제작 기술 등을 차용한 모든 공예, 생활문화, 미술품복제, 캐릭터 상품을 말한다. 문화상품의 분류체계를 정리하면 [표1]과 같다.

[표 1] 문화상품의 개념 정의와 분류체계

용어		개념정의
문화 상품	일반적 의미	<ul style="list-style-type: none"> - 문화의 영역이 경제적 영역과 결합함으로써 산업적 생산 및 소비의 대상으로 나타나게 되는 모든 분야를 의미 - 가장 넓은 의미의 개념 정의방법으로 '문화산업'의 모든 결과물을 뜻함 - UNESCO의 10대 문화상품 도서, 신문, 잡지, 음악, 라디오, 텔레비전, 영화, 새로운 시청각제품과 서비스, 사진, 미술품 복제, 광고 (기타 공연, 공예 등도 추가)
	정책적 의미 (광의)	<ul style="list-style-type: none"> - 문화 산업급 담당 정책 분야 - 영화, 도서, 음악, 신문, 잡지, 애니메이션, 출판, 텔레비전 프로그램 등
	정책적 의미 (협의)	<ul style="list-style-type: none"> - 문화상품과 담당 정책분야 - 한국적인 소재, 표현기법, 제작기술 등을 차용한 공예분야, 생활문화상품, 미술품복제, 캐릭터 상품 등
관광상품 (관광기념품)		<ul style="list-style-type: none"> - 공예품과 일상용품, 사진 등 관광객이 여행을 기념하기 위해 방문지에서 구입 또는 취득하는 모든 상품
특산품 (토산품)		<ul style="list-style-type: none"> - 어느 지방 또는 나라에서 생산되는 독특한 고유상품 - 전통적 요소를 현대적으로 응용한 작품도 포함
공예 품	현대 공예품	<ul style="list-style-type: none"> - 한국의 전통적 공예기술, 소재 등을 활용한 제품 - 전통적 요소를 현대적으로 응용한 작품도 포함
	민속 공예품 (전통공 예품)	<ul style="list-style-type: none"> - 한국의 전통적인 공예기술, 소재 등을 이용하여 생산된 제품(민속공예품) - 특히 민예품 중 무형문화재, 명장 등의 전통공예기술을 응용한 작품을 전통공예품으로 명명

출처 : 문화체육관광부, “자료로 보는 문화상품”, 2002,2, p1.

이에 본 연구에서 살펴보게 될 문화상품의 개념은 [표1]에서 나타난 내용 중에서 정책적 의미의 문화상

품으로서, 한국적인 소재인 한글을 적용한 상품에 한정지어 살펴보고자 한다. 문화상품은 시대의 변화에 따라 경제적, 문화적, 심미적 등 상품 자체의 가치와 문화의 가치를 포함하는 특성을 갖게 되었다. 즉, 문화적 요소가 가미되고, 고부가 가치를 창출하는 것으로 새로운 상품 개발 과정에서 과학기술로 대표되는 기능과 조형예술의 산물인 미적 형태의 유기적인 조화를 꾀하는 고객의 총체적 만족이 중요하게 다루어지는 산물이라고 볼 수 있다. (산업자원부, 2000)

문화상품은 또한 다른 지역의 상품과 차별화를 지니고, 그에 맞는 지역적인 특성을 가지고 있음과 동시에, 대상 지역의 이미지를 미래 지향적으로 고양시키는 잠재력을 지니고 있어야 한다. 이는 곧, 타지역의 상품과의 경쟁력을 지니고 있게 됨으로써, 지역의 발전에 기여하게 되는 것이다. (이재민, 2002) 문화상품은 전통과 현대를 접목할 수 있는 디자인 개발 및 축적이 중요한 역할을 하며, 아이디어 집약적 지식산업이라고 할 수 있다. 또한, 단지 기념만을 위해 구입하는 것이 아닌, 생활용품과 긴밀하게 연계되어 있음으로 인해 지속적인 활용도를 높일 수 있는 상품이 되어야 하기 때문에, 상품으로서의 가치도가 높아야만 한다. 이러한 특징을 고려했을 때, 기념품은 단지 여행을 기념하기 위해 구매하는 것을 넘어서, 하나의 제품으로서 생활에서 유용하게 쓰이는 기능까지 하고 있음을 알 수 있다.

2.2. 한국전통 문자문양의 의미

2.2.1. 한국 전통생활환경과 문자

한국전통문화에서 조상들의 삶의 공간에는 문자가 적용된 것들이 대부분을 차지할 정도로, 특히 조선시대에는 문자의 활용도가 높아졌으며, 이러한 글자는 길용 화복의 의미를 가진 단어 외에도, 유교적인 의미의 단어들을 사용하였다. 중국에서 건너온 길상 의미의 한자들이 한국으로 건너와 상류층에서는 주로 부귀영화, 만수무강, 부귀다남 등의 성문적인 길상 단어들 많이 쓰인 반면, 서민층에서는 수(壽), 복(福), 강(康), 영(寧), 희(喜) 등의 단어를 선호하는 성향을 보이면서, 건축, 의상, 생활용품에서도 흔히 찾아볼 수 있었다. (장영선, 2003)

(1) 문자도/문자도 병풍

문자도는 조선시대 가정에서 이루어진 윤리교육을 목표로 한다. 주로 문자도에는 '효, 제, 충, 신, 예, 의, 엄, 치'를 병풍에 새겨서 제사용으로도 많이 사용하였다. 유교적 정신이 깃들여진 문자도 병풍은 일상 생활 속에서 인간이 지켜야 할 윤리를 상징하는 문자

들을 각각의 상징하는 그림과 합쳐서 미술의 한 장르로서 자리매김하였으며, 각 글자의 뜻에 해당하는 고사가 상감행실도에서 발췌되어서 그려졌다.

(2) 주련

주련은 흔히 사찰에서 찾아 볼 수 있는 것으로, 경의 글귀나, 주지스님의 법문을 적어서 걸어두는 것을 말한다. 유명한 수필가, 고승의 필적을 사용하는데, 권력가나 다른 사찰의 주련을 복사하여 걸어두기도 한다. 종교적 정신과 가르침의 정신을 이어받아 살아가려고 했던 선조들의 노력을 볼 수 있다. (박상주, 2007)

(3) 편액/죽자

편액은 중국의 한 대부터 사용하기 시작하였으며, 흔히 액자, 액면 또는 현판이라 칭하기도 한다. 본래 고대 사찰의 처마 밑에 걸었던 글씨 또는 그림의 현판을 그 효시로 본다. 초기의 편액은 모두 목판에 제작되어 있지만, 액자에 넣어서 걸어두는 풍습은 후대에 와서 생겨났다. 현재의 현판은 액자라고 불리며, 응접실이나 거실에 걸리면서 감상용으로 보편화되기 시작한 것은 비교적 근대에 와서야 일로 알려지게 되었다.

죽자는 본래 티벳 민족이 초기 불상의 도상을 벽에 걸기 위하여 만든 것이 시작이었으나, 이것이 당대를 거쳐서 한국과 일본에 전파되었다.

2.2.2. 한국전통문화에서 길상문자의 의의

한국 전통 길상문자는 길상문양 중에 한 종류로서, 동물, 식물, 기하학문양과 달리, 한자를 직접적으로 사용하여, 글자가 의미하는 내용을 바로 보여주는 형태라고 볼 수 있다. 한국인이 전통적으로 추구해온 복의 내용은 무속의식이나 행위 속에서 구체적으로 드러나 있는데, 무속에 담긴 공통된 욕구는 인간이 이 세상에 태어나서 죽을 때 까지 많은 자손을 거느리고 누리며 병 없이 안락하게 오래 살려는 것으로 요약될 수 있다.

길상문자도는 인간의 근본욕구인 '수(壽), 복(福), 강(康), 영(寧)', 즉, 몸이 건강하며 편안하고 오래 살면서 복을 많이 받아 행복해지기를 기원하는 내용을 담은 형상의 문자도이다. 나무, 꽃, 구름, 책, 바위 등의 사물을 수나 복의 형상으로 나타내면서 상징성을 강조하여 아름답게 그려낸 것들이 있다. (윤열수, 2007)

2.3. 한글의 조형성

한글은 계열적 구성을 이루는 형태로서 음성적으

문화상품의 발전가능성만을 제안하고, 아이디어 사례를 보여주지 못했던 연구들과의 차별성을 보여 줄 수 있다고 본다.

3. 문화상품에 사용된 한글문양의 현황분석

3.1. 문화상품에 사용된 한글문양의 현황

한국문화상품의 한글 문양 현황을 알기 위해, 문화체육관광부 사이트와 인터넷 서핑을 통해 총 17개의 사이트로 추려낼 수 있었다. 오프라인 매장에 입점이 된 업체(7곳), 대표 포털 사이트인 네이버에 파워링크가 되어 있는 업체 중 결제 서비스가 투명한 업체(6곳), 문화체육관광부의 공식 구매 참고 사이트(1곳), 문화상품 관련 홍보기사 검색 시 상호검색이 가능한 업체(15곳)로 정하였다. 업체들은 대부분이 이러한 기준에 중복으로 해당되는 경우가 많았다.

[표 2] 선정 업체들의 특징 분류

번호	업체명	웹주소
1	내사랑코리아	www.mylovekorea.co.kr
2	이건만ANF	www.leecotex.com
3	가와	www.kawakorea.com
4	카리빈카	www.kalavinka.co.kr
5	들꽃잡	www.dulgotzam.com
6	두레공예	www.dooreart.co.kr
7	우리꺼.com	www.wooriggo.com
8	맘키드 크래프트	www.momkid.co.kr
9	우리규방	www.woorikyubang.co.kr
10	뮤지엄e-샵	www.museumshop.or.kr
11	민속마당	www.minsokmadang.com
12	밀레몰	www.millemall.com
13	박씨상방	www.koreasang.co.kr
14	우리살림	www.urisalim.com
15	으뜸몰	www.euddeummall.co.kr
16	인사동 문화	www.goinsadong.co.kr
17	한국관광명품점	www.sovenir.or.kr

17개의 사이트는 제각각의 물품분류 방식으로 분류되어 있었는데, 판매하는 상품의 종류에 따라 다르기도 하며, 또한 물품의 반복적인 등장으로 인해 체

계적으로 분류되어 있지 못한 점을 발견할 수 있었다. 이에 따라 본 연구에서는 UNSPSC의 코드분류를 바탕으로 하되, 10개의 문화상품 사이트에서 사용하고 있는 분류체계를 재구성한 분류체계(김경기외3인, 2007)를 사용하여 하여 각각의 항목들에 코드를 정하여, 생활용품은 코드 1000, 문구 및 사무용품은 2000, 장신구는 3000, 장식품은 4000, 주방 및 거실용품은 5000, 의류는 6000, 전통놀이용품은 7000, 기타는 9000으로 나누었고, 세부적으로 나누어지는 항목들은 각 항목의 코드번호 앞자리를 따라서 번호가 추가되는 방식을 사용하여 분류해 보았다.

3.2. 문화상품에 사용된 한글문양의 분석

본 연구에서는 문화상품에 적용되어 있는 문양 중에 한자로 표기되어 있는 길상 문자를 한글과 하는 방법에 대해 제안하려고 한다. 한글문양이 적용된 상품들의 현황을 살펴본 결과, 17개의 사이트에서 판매되고 있는 총 상품은 4407가지였으며, 그 중, 한글이 적용된 상품은 316가지로 7.17% 정도를 차지하고 있는 것으로 나왔다. 한글문양을 적용한 상품들은 총 4가지 종류로 나눌 수 있었는데, 각각 자음/모음이 204가지, 글귀가 79가지, 훈민정음이 29가지, 한글단어가 4가지 순으로 적용되어 있었다.

한글 자음문양이 사용된 형태에서는 한자기 자음을 사용하거나, 여러 개의 자음을 사용한 형태로 나눌 수 있었으며, 한 가지 자음을 사용하는 경우에는 글자의 조형성에 중점을 두었고, 한 가지 이상을 사용하는 경우에는 일렬로 배열하여 줄무늬 형식을 띄거나 중구난방형식으로 자음들을 서로 겹쳐서 표현하고 있다. 한글문양을 사용하는 이견만 ANF사에서 가방, 지갑, 넥타이에서 가장 많은 사용되고 있었다.

훈민정음 문양의 경우에는 원본형태와 변형형태로 나누어서 살펴볼 수 있었는데, 해례본을 그대로 옮겨놓은 경우나 문자들을 변형시켜 만든 문양이었다. 특히 전등이나 문구류에서 많이 사용되고 있었다.

한글 글귀문양에서는 글귀만 사용, 글귀와 그림이 사용, 글귀와 단어가 접목되어 있는 문양이 있었으며, 주로 병풍, 족자에 많이 사용되고 있었다. 글귀는 대부분 옛 시조와 성경 글귀, 불경 글귀 등이 적용되어 있었다. 한글단어 문양에서는 4가지문양이 있었는데, 의류상품에도 넥타이와 티셔츠에 적용되어 있는 단어 문양은 한 개의 단어와 여러 개의 단어가 적용되어 있는 경우로 나눌 수 있었다. 글귀는 텍스트 형식의 문양이었다면, 단어는 한 개의 단어 혹은 여러 개의 단어가 합쳐져서 하나의 문양으로 되는 형식으로서, 간단한 방법으로 한글의 형태와 의미를 전달하는 방

범으로 볼 수 있다.

세부적인 한글문양 종류에 대한 대표적인 예시는 다음과 같다.

[표 3] 세부적인 한글문양 종류 예시(대표적 사례만)

문양 종류	세부	사례 이미지
한글 자음	한가지 자음을 사용한 문양 (3%)	
	한가지 이상 자음을 사용한 문양 (97.05%)	
훈민정음	원본 문양 (58.6%)	
	변형 문양 (41.37%)	
한글 글귀	글귀만 사용한 문양 (50.6%)	
	글귀+단어를 사용한 문양 (11.39%)	
	글귀+그림을 사용한 문양 (37.97%)	
한글 단어	단어 1개 (훈림체만사용) 사용한 문양 (50%)	

<p>동일한 단어를 반복적으로 사용한 문양 (50%)</p>	
-----------------------------------	--

3.3 내용전달 유무 분석 틀 구성

본 연구에서 목적으로 하고 있는 길상문자의 한글화 방법의 제안을 위해, 길상문자를 한글로 바꾸는 과정에서 훈민정음, 한글 자음과 모음, 한글 글귀, 한글 단어 중에서 어떠한 방법으로 바꾸는 것이 좋을지에 대한 종합적인 분석을 해보았다. 분류된 문양들의 종류에 따라서 상품의 내용전달 유무를 분석할 수 있는 틀을 다음의 2가지 기준으로 진행하였다.

첫째, 김경기 외 3인이 제안한 전통문화 상품분류 체계방안을 기준으로 사례들을 분류한다.

둘째, 문양의 배열, 내용전달, 길상유무에 대해 파악한다.

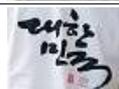
본 연구에서 사용된 총 362가지의 사례들 가운데서, 총 4가지로 분류된 항목에서 중복되거나 비슷한 형태는 제외하고, 각각의 항목을 대표할 수 있는 이미지 1개를 선정하여 분석하였으며, 체계는 다음과 같다.

3) 대상이미지	5) 내용전달 유무		6) 길상의미 전달 유무	
	유	무	유	무

[그림 3] 문양 분석 항목

선정 기준에 따라 사례를 선정한 결과, 총 316가지의 사례들 가운데서, 한글 자음 문양과 훈민정음 문양은 내용의 전달보다는 한글의 역사적인 의미와 조형적인 형태를 중심으로 보여주는 것이기 때문에, 내용의 전달이나 길상의미를 전달하는 방법으로는 적절하지 못하다는 것이 기정사실이기 때문에, 본격적인 사례분석에서는 제외하였다. 한글 글귀문양 중에서 글귀가 적용된 대표적인 사례들만을 각각 1개씩만 선정하여 글귀와 그림이 적용된 사례 1개, 글귀와 단어가 적용된 사례 1개와 한글 단어 중에 1개만 사용한 문양의 사례 1개, 한 개 이상의 단어를 사용한 문양의 사례 1개를 살펴보았다.

[표 4] 한글적용 티셔츠 분석

www.goinsadong.com 한글티셔츠		분류번호: 6401		
예시	내용전달 유무		길상의미전달 유무	
	유	무	유	무
	○			○
	○		○	
	○			○

한글 글귀의 경우에, 한국의 유명한 시조를 붓글씨 형태로 작성하여 하나의 문양처럼 보이는 효과를 전달하고는 있었다. 캘리그래피가 돋보이는 문양으로서 동양적인 느낌이 강한 문양이라고 볼 수 있지만, 그 자체가 길상의 의미를 전달하고 있지는 못했다.

한글단어와 글귀가 같이 사용된 문양의 경우, 글귀만 적용된 문양과는 달리, 내용의 전달과 함께 글자의 조형성을 강조하고 있었다. 그림과 글자가 함께 섞이듯이 적혀있는 문양으로 가까이에서 보면 글자가 보이지만, 멀리서보면 하나의 문양으로 보이는 효과를 보이고 있다.

한글단어를 적용한 상품은 총 4가지가 있음을 알 수 있었으며, 다른 상품들과 비교했을 때 상대적으로 매우 적은 수를 차지하고 있음을 알 수 있었다. 또한 사례들조차도 티셔츠에서만 찾을 수 있었는데, 한 개의 단어가 티셔츠에 적용되어 있는 경우, 붓글씨로 적은 듯한 문양이 대부분이었다. 그러나 길상의 의미를 내포하고 있는 단어문양을 사용할 때에는, 한글 단어가 아닌 한자가 적용되어 있었는데, 흘려써서 마치 이미지처럼 그리듯이 디자인하여 문양화하는 경우가 많았다.

[표 5] 한글적용 타이 분석

www.mylovekorea.com 길스타이		분류번호: 6401		
예시	내용전달 유무		길상의미전달 유무	
	유	무	유	무
	○			○
	○		○	

글자의 배열은 일렬로 나열되어 규칙적인 배열이라고 볼 수 있으며, 항상 'ㅇ'대신에 꽃이 그려져 있어서 장식적인 느낌도 강하다. 낱글자가 아닌 문장을 띄고 있기 때문에 의미를 전달하는 데에는 어려움이 없으나, 길상의미를 전달하고 있지는 않는다.

한 개의 단어가 여러 번 반복되어 사용되는 문양의 경우에는 길상을 의미하는 단어인 '복'을 사용하여 문양화하고 있는 사례를 찾을 수 있었다. 위의 사례는 모든 상품 들 중에 유일하게 한글로 '복'자를 사용하여 문양화한 상품이며, 글자들이 서로 이어져있는 형태로서 멀리서 보면 기하학적인 모습을 보이고 있다. 또한 길상의 뜻을 가지고 있는 '복'을 사용하고 있기 때문에 길상의미를 전달하고 있으며, 단어의 뜻도 함께 전달하고 있다.

4. 문화상품에 글자문양 적용 방법 제안

문화상품에 적용되어 있는 한글 문양들을 살펴본 결과, 짧은 단어를 사용하여 그 의미와 조형성을 보여주는 문양의 사례는 극히 적다는 것을 알 수 있었다. 즉, 조형성만을 부각시키는 문양의 사례는 많았으나 의미와 함께 전달되는 사례는 찾아보기 힘들었다.

단어를 사용하는 방법의 장점은 의미와 조형성을 동시에 부각시킬 수 있으며, 단어가 짧은 언어이기 때문에 문양으로 표현하기에도 편리하다는 장점이 있다. 이미 해외의 사례에서는 단어를 사용한 문양을 많이 찾아 볼 수 있었고, 특히 길상을 의미하는 단어가 많이 쓰이고 있었음을 고려했을 때, 본 연구에서는 단어를 사용하여 문양화 한 사례를 좀 더 개발시켜봄으로써, 의미와 조형성을 동시에 보여줄 수 있는 문양을 만들어 보고자 한다.

4.1. 한글적용 방법의 개발

한글 단어 문양을 제외하고는 훈민정음문양, 한글 자음 문양은 조형성을 부각시키고 있었고, 한글 글귀 문양은 길상의미를 보여주기엔 단어보다 길고, 상징성을 나타내기엔 어렵기 때문에 상징적인 문양으로서의 의미가 떨어졌다.

따라서 길상의 의미를 부여하는 의의와 한글이 조형성을 보여주기엔 단어를 사용하는 방법이 가장 정확하고, 글귀를 사용하는 방법보다 훨씬 상징적이며 함축적이라는 결론을 얻을 수 있었다. 이와 같은 결과를 바탕으로, 앞의 분석 내용을 참고로 단어를 활용하는 방법 3가지를 제안해 보고자 한다.

크게 3가지 방법으로 제안하는 문양은 한글단어를 사용하되 조형성과 정확한 의미전달을 정확히 할 수 있는 방향에 중점을 두었다.

첫째, 한글 단어를 다른 요소와 함께 사용하는 방법, 둘째, 한글단어를 분화하여 사용하는 방법, 셋째, 한글 단어를 반복하여 사용하는 방법이다. 각각의 세부적인 방법은 다음의 표와 같다.

[표 6] 한글 단어 적용방법 제안

방법	세부방법
한글 단어를 다른 요소와 함께 사용	한글 단어+ 자음
	한글 단어+ 그림
	한글 단어+ 글귀
한글 단어를 분화하여 사용	규칙적인 배열(일렬배열)
	불규칙적인 배열
한글 단어를 반복하여 사용	한 가지 단어를 반복하여 사용
	여러 개의 단어를 반복하여 사용

4.1.1. 한글과 도형의 조합 방법

한글단어와 다른 요소를 결합하여 사용하는 방법은 3가지 방법으로 나누어서 제안할 수 있는데, 첫째, 한글 단어와 자음을 같이 사용하는 방법, 둘째, 한글 단어와 그림을 함께 사용하는 방법, 셋째, 한글 단어와 글귀를 함께 사용하는 방법으로 나눌 수 있다.

우선 한글 단어와 자음을 함께 사용하는 방법의 예시는 다음과 같다.



[그림 3] '행복'과 'ㅎ,ㅍ'과의 조화 예시

행복이라는 단어와 앞글자의 자음을 가져와서, 사선으로 혹은 서로 겹치는 배열로 글자들을 나열하여 문양화 하는 방법이다.

한글 단어와 그림을 함께 사용하는 방법은 단어와 그림을 분리 또는 합쳐서 문양화 하는 방법으로 나눌 수 있다.



[그림 4] 단어와 그림이 분리 또는 합쳐진 문양

우선 단어와 그림을 분리하는 방법은 솟대라는 글자를 고딕체 형상으로 적어서 정확하게 읽을 수 있게 하였으며, 옆에 그림이 같이 그려지면서 함께 보여주는 방법이다. 단어와 그림이 합쳐진 방법은 글자가 이미지처럼 바뀌게 되면서, 글자라는 인식보다는 문양이라는 느낌을 강하게 주고 있다.



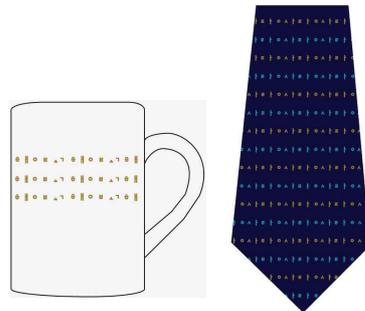
[그림 5] 단어와 글귀가 함께 사용된 문양

한글 단어와 글귀를 함께 사용하는 방법에는 단어와 연관된 글귀를 같이 적용하여 문양화하는 방법으로서, 한글의 조형성을 강조하되 글귀를 사용하여 내용을 전달 할 수 있는 문양이다. 이는 키워드인 단어 하나와 고전문학의 내용을 함께 사용하는 방법이다.

4.1.2. 한글의 분화 방법

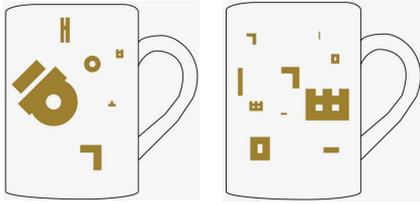
한글 단어를 분화하는 방법은 자음과 모음을 서로 떨어뜨려 늘어놓는 방법을 말한다. 이는 앞서 살펴본 한글의 풀어쓰기와 연관된 방법이라고 볼 수 있는데, 자음과 모음이 서로 분리가 되어 일렬로 나열되거나 어지럽게 나열되는 문양으로 나눌 수 있다.

우선 단어 한 개를 사용한 문양의 사례는 다음과 같다.



[그림 6] 자음모음이 일렬로 나열된 문양

위의 그림은 행복과 사람이라는 글자를 자음과 모음을 분리하여 일렬로 배치한 형태이다. 글자가 쓰여진 순서대로 분리되어 있으면서 일렬로 규칙적인 문양으로 되어 있기 때문에 복잡하지 않고 기하학적인 문양의 느낌을 살리고 있다.



[그림 7] 자음모음을 분화하여 나열된 문양

한글 단어의 자음 모음을 분화하여 배열하여 하나의 문양을 만드는 방법이다. 앞의 사례처럼 일렬로 나열하는 방법이 아닌, 불규칙적으로 글자를 나열하여 문양화 하는 방법이다.

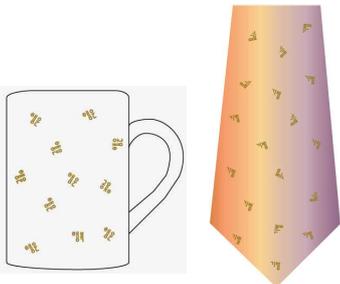
4.1.3. 한글의 반복 방법

이 방법은 한 개의 단어를 반복하거나 여러 개의 단어를 반복하여 문양화 하는 방법으로 나누어 볼 수 있다. 우선, 한 개의 단어를 반복적으로 사용하여 문양을 만드는 방법은 "내 사랑 코리아"에서 판매하고 있는 넥타이와 스카프에서 찾아볼 수 있었는데, 길상을 뜻하는 '福'자를 대신하여 한글 '복'을 사용하는 방법이다. 이 같은 방법은 해외사례에서도 찾을 수 있었는데, 해외의 사례에서는 'love'라는 단어를 반복적으로 사용되, 큰 글자를 가운데 써 놓은 것인데, 작은 글자들이 나열됨에 따라 문양을 만들고 있다.



[그림 8] '복'넥타이와 'love'머그잔

일렬이 아닌 글자를 불규칙적으로 나열하는 방법은 다음과 같다.



[그림 9] '행운'컵과 '기쁨' 넥타이

이 외에, 여러 개의 단어를 사용한 문양의 사례는 다음과 같다.



[그림 10] 형용사를 사용한 티셔츠 문양

한 개의 단어가 아닌 여러 개의 단어를 사용하여 문양을 만드는 방법이다. 비슷한 의미를 가지고 있는 단어들을 모아서 하나의 문양을 만드는 방법으로 티셔츠에 적용된 단어들은 모두 귀여운 의미를 지닌 형용사들을 모아서 하나의 문양을 만든 사례로 들 수 있다.

한글을 사용하여 문양을 만드는 방법에 있어서 단어를 활용하는 방법은 자음을 사용할 때보다 의미전달과 조형성에 있어서 장점을 지니고 있다고 볼 수 있다. 앞서 제안된 총 3가지 방법은 길상 문자를 한글화하여 적용하는 것에 대한 제안으로, 현재 한글 단어가 문양으로 적용하기에 좋은 방법임에도 불구하고, 적용된 사례가 17개의 사이트 중에서 5가지 밖에 없었던 점을 발전하기 위해서, 문장보다 함축적이며 상징적으로 의미를 전달 할 수 있는 좋은 요소인 한글 단어를 활용하여 문양화하는 방법을 제안하였다.

5. 결론 및 제언

문화상품에 적용되어 있는 한글 문양은 단어가 적용되어 있는 것을 제외하고는 글자의 의미와 형태를 동시에 전달하고 있는 것을 찾기 어려웠다. 본 연구는 문화상품에 있어서 한글 문양이 적용된 사례를 찾아보고 그 문제점을 파악한 후에, 한글을 보다 더 가독성 있고 효율적인 방법으로 문양으로서 적용하는 제안을 해보고자 하였다.

문자가 역사적으로 깊게 연관되어 있는 요소라는 점을 고려하여 살펴보면, 현재 문자가 적용되어 있는 문화상품들은 대부분 한글이 적용되어 있는 것들이며, 길상을 의미하는 문자들은 아직도 한자로 이루어져 있었다. 전통적으로 길상을 상징하는 길상문자를 한글화하여 문화상품에 적용하는 방법은 많이 이루어지고 있지 않았으나, 몇몇의 사례에서 찾아볼 수 있었다.

4개의 기준을 가지고 선정한 총 17개의 사이트를 기준으로 문화상품들에 적용되어 있는 한글 문양의 현황을 파악한 결과, 총 4407가지의 상품 중에서 한

글 문양이 적용된 상품은 316가지였으며, 7.17%를 차지하고 있음을 알 수 있었다. 그 결과, 우선 생활용품에는 한글 자음 문양이 142가지로 제일 많았으며, 글귀 10가지, 훈민정음 4가지로 나왔고, 문구 및 사무용품에는 훈민정음이 15가지, 한글자음 문양이 5가지, 글귀가 2가지였다. 장신구에는 한글 자음 문양이 14가지, 훈민정음이 2가지, 글귀 문양 1가지로 나왔고, 장식품에는 글귀 문양이 46가지, 훈민정음 2가지, 글귀 문양이 1가지로 적용되어 있었다. 주방 및 거실용품에는 훈민정음이 2가지, 의류에는 글귀가 20가지, 한글 자음 문양이 43가지, 한글 단어가 4가지, 훈민정음 5가지가 적용되어 있음을 알 수 있었다.

의류상품에는 한글 문양 4가지가 모두 적용되어 있었으며, 길상 단어가 적용되어 있는 상품 군들 중에서도 유일했다. 그러나 그 외의 상품 군들에는 한글 단어가 적용된 것을 전혀 찾아 볼 수 없었다.

본 연구에서 제안하는 4가지 방법은 한글 단어를 사용하여, 언어의 본질적인 역할인 의미전달과 또한 한글의 조형적 특징을 간단하게 보여줄 수 있도록 하는 것이었다. 이는 17개의 문화상품 사이트를 조사해 본 결과, 한글 단어 문양이 적용된 상품은 5가지 밖에 없었던 사실을 기반으로 길상 단어의 의미와 글자의 조형성을 동시에 보여 줄 수 있는 디자인 방향을 강구해야 한다고 볼 수 있다.

참고문헌

- 강연훈.(2007). 거북선을 이용한 문화 관광상품 개발 연구. 국민대학교 석사학위논문.
- 국어정책 자료집.(2002). 문화관광부.
- 글꼴.(2002). 연구주관기관: 세종대왕 기념사업회부설 한국글꼴개발원.
- 김경기외3인.(2007). 전통문화상품의 분류 체계에 관한 연구. 디자인학연구. 153.
- 김규석.(2005). 아름다운 떡살 무늬. 미술문화.
- 김덕겸.(2009). 한국길상문. 형설출판사.
- 김두식.(2006). 한글 글꼴의 역사 :[15세기-19세기 활자본 및 목판본을 중심으로]
- 김태선.(2000). 뮤지엄 샵 활성화를 위한 문화상품 발전방안 연구. 이화여대 석사학위논문.
- 남철균.(2005). 문양의 의미. 서울: 태학원.
- 맹인재.(1980), '사랑방의 가구', 한국민속대관 2, 고려대학교 민족문화연구소.
- 민속학술자료총서.260 :문양 1.
- 민속학술자료총서.437 :민화 6.
- 민속학술자료총서.527 :민화 7.

- 박상주.(2007). '한국사찰 주련의 교육적 소고', 서울: 교육철학.
- 박현택.(1999). 한국적 문화이미지 고양·확대를 위한 문화상품 개발: 전통문양의 활용을 중심으로. '디자인학연구', 11(2), 203-213.
- 서태양.(1999). '문화관광론', 서울: 대왕사.
- 신승우.(2006). '우리들의 길상문', 서울: 태학원.
- 이기순.(1993). 한글 타이포그래피 디자인 개발에 관한 연구: 풀어쓰기 글자꼴 디자인을 중심으로.
- 이준화.(2008). 문화관광상품으로서의 기념품 디자인 콘텐츠 개발. 경희대학교 박사학위논문.
- 정유리.(2001). 삼국 고분 유물에 나타난 문양을 이용한 문화상품 디자인. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 최옥자.(1971). 한글 신문의 紙面構成에 관한 연구. 이화여자대학교 석사논문.
- 푸산산.(2008). 한국과 중국의 전통문양에 대한 비교 분석연구. 대구대학교 대학원 미술디자인학과 석사학위논문.
- 허경옥 외4인.(2006). 소비자트렌드와 시장. 서울: 교문사.
- 현선희.(2006). 한국 전통문양을 응용한 패션문화상품 디자인 개발. 서울교육대학교 박사논문.
- Derek Hall & Greg Richards.(2000).Tourism and sustainable community development. New York : Routledge .
- 문화체육관광부 문화포털, 한국의 문양,
<http://pattern.culture.go.kr>
- 한국콘텐츠진흥원 포털, 한국미술에 나타난 길상,
<http://gilsang.culturecontent.com>
- 한글디지털박물관, 한글의 조형성,
<http://www.hangeulmuseum.org>