

전통 국기복 디자인 개발에 관한 연구
- 씨름복을 중심으로 -

A Research on the Development of Design for Traditional Active Sports Wear
- Focusing on Korean Wrestling Uniform-

주저자 : 윤을요 (Yun, Eul-Yo)

국민대학교 테크노디자인대학원 퓨전디자인학과

공동저자 : 박선경 (Park, Sun-Kyung)

국민대학교 조형대학 의상디자인학과

1. 서론

- 1-1. 연구의 목적
- 1-2. 연구의 방법과 범위

2. 디자인 기반 연구

- 2-1. 씨름과 스포츠 마케팅
- 2-2. 전통 씨름복과 일본 스모복의 비교

3. 디자인 개발 연구

- 3-1. 씨름복 디자인 개발의 방향
- 3-2. 씨름복 디자인 개발의 미적 요소
- 3-3. 씨름 복장별 디자인 방향
- 3-4. 씨름복 디자인 컨셉 설정
- 3-5. 씨름복 디자인 개발의 내용

4. 결론 및 제언

참고문헌

(要約)

본 논문은 씨름복 디자인의 미학적 고찰에 관한 후속 연구로서, 씨름복 개발에 대한 실질적인 디자인 전개에 관한 내용이다.

연구의 과정 및 내용은 기초연구의 결론을 토대로 진행하였으며, 구체적인 사례로 전통 씨름을 문화 상품으로 승화시켜 부가가치를 누리고 있는 일본의 씨름 및 씨름복에 관한 문화 마케팅 전략에 대하여 고찰하고, 이를 우리나라의 씨름복과 비교 분석하였다.

또한 실질적인 디자인은 컨셉을 중심으로 색상, 소재, 스타일로 나누어 연구하였다.

씨름복 디자인에 있어서 가장 중요한 요소는 전통성과 현대성의 조화이다. 민족적 정서가 내재되어 있으면서도, 현대적인 시대정신이 잘 표현되어 있는 디자인, 현대적인 스포츠 마케팅과 조화된 체계적이고 일관성 있는 디자인의 운용과 관리가 무엇보다도 중요하다.

본 논문은 앞서 고찰한 씨름복의 미적 요소를 근간으로 하나의 일관된 컨셉을 통해 씨름복 디자인을 전개함으로써 전통 국기복은 물론 전통 문화상품 디자인에 관한 표본적 예시로서 의미를 지닌다고 하겠다.

(Abstract)

This is the follow-up research on aesthetic review for Korean wrestling uniform design and deals with practical design evolvement of Korean wrestling uniform.

The process and contents of the research was based on the outcome of the ground research. I studied Japanese wrestling and marketing strategy of its uniform, which enjoy added value as well as elevated worth as cultural item, and then compared it with our traditional wrestling.

In addition, I divided practical designs into color, material and style according to concept for further research.

The most important factor in designing traditional wrestling uniform can be found in harmonization of tradition and modernism. It is essential to operate and manage design in consistent and systematic way that can harmonize with modern sports marketing and designs, which contains national sentiment and contemporary mind.

Designing Korean wrestling uniform with consistent concept based on aesthetic parts of Korean wrestling uniform, this research is meaningful as an exemplary for traditional and cultural item design as well as national costume.

(Keyword)

Zeitgeist. Sports Marketing, Color Marketing

1. 서론

1-1. 연구의 목적

20세기 후반의 세계화, 국제화 물결은 활발한 국제 교류와 더불어 서로 다른 이질적인 문화를 융화, 공존시키는 계기를 마련했으며, 컴퓨터의 보급과 인터넷의 활성화로 이제 21세기는 다원적인 문화의 교류와 융합을 통해 보다 더 다양한 취향과 기호의 산물들을 창출해내고 있다.

각기 다른 이질적인 문화들이 단순히 흡수되거나 통합되는 방식에 국한되지 않고, 서로 융합하여 새로운 문화를 창조하는 다문화주의적 현상이 더욱 확대된다는 시각이 지배적인 것을 볼 때, 우리의 전통문화 역시 단순한 과거 전승의 개념에서 탈피하여 시대적 조류와 그 맥락을 같이해야 한다.

오늘날 선진 여러 나라에서는 앞을 다투어 자국의 문화를 홍보하고 이를 문화상품으로 제작, 활용하는 문화 마케팅에 적극성을 보이고 있는 것이 현실이다.

아울러 여가선용과 스포츠에 대한 관심이 높아지면서 스포츠 마케팅을 통해 경제적인 효과를 창출하는 다국적 기업의 사례들은 우리에게 많은 시사점을 남긴다.

일례로, 일본의 경우 전통 스포츠인 스모를 문화 스포츠 상품으로 발전시켜 많은 고부가가치를 창출하고 있으며, 나아가서는 자국 이미지 홍보에 적극 활용하고 있는 것을 볼 때, 이제 전통문화는 마케팅 전략과의 접목을 통해 체계적이고 조직적으로 운용 발전시켜 나가야 한다.

실제로 우리의 전통문화 마케팅은 무계획성과 조야성으로 원형 손상 및 왜곡 현상의 예를 곳곳에서 발견할 수 있으며, 문화상품 개발에 관한 안이한 대응방식과 계획으로 아직까지도 조잡한 판공 상품만이 범람하고 있는 것이 현실이다.

따라서 본 논문은 씨름의 문화상품화 방안과 관련하여 스포츠 문화 마케팅에 관하여 고찰하고, 선행 연구인 '씨름복의 미학적 고찰'에 관한 내용을 토대로 디자인의 컨셉 및 방향을 설정하며, 컬러 마케팅을 기초로 씨름복 시각화 작업에 초점을 두고 구체적인 씨름복 디자인 전개를 연구의 목적으로 한다.

1-2. 연구의 방법과 범위

연구의 방향은 디자인 개발의 필요성을 근거로 첫째 전통 국가로서 위상정립의 필요성, 둘째 전통성, 셋째 독창성, 넷째 시대적 정신의 표현에 기초하여 전통성과 시대성, 통일성과 개별성, 고급화와 세련화의 항목으로 분류하여 전개한다. 아울러 씨름복 디자인 전개에 앞서, 스포츠 마케팅의 접목으로 성공적인 효과를 거두고 있는 선진 사례에 관한 연구가 필요한 바, 그 대표적인 예로서 일본 스모의 스포츠 마케팅에 관하여 분석하고, 우리 씨름과의 비교를 통해 발전의 가능성 및 문제점을 진단한다.

구체적인 연구의 내용 및 범위는 첫째 씨름복 디자인 전반에 관한 컨셉의 정리, 둘째 색상 컨셉의 체계 마련, 셋째 합리성과 효용성에 근거한 소재 컨셉의 설정, 넷째 독창성, 상징성이 표현된 문양 디자인으로 나누어 정리하고, 이를 기초로 스타일을 전개한다.

또한 디자인 전개 시, 선행 연구의 결과로 제시하였던 전통성과 독창성, 유용성과 적합성, 상징성과 장식성, 그리고 다

양성과 통일성을 토대로 디자인을 발전시킨다.

아울러 디자인 전개에 관한 예시내용은 '전통 씨름복 디자인 개발에 관한 방향과 제언'이라는 디자인 보고서 연구자가 디자인했던 예시내용을 토대로 함을 밝힌다.

2. 디자인 기반 연구

2-1. 씨름과 스포츠 마케팅

씨름은 순간적인 힘의 이동을 요하는 스포츠로서, 팽팽한 긴장구도를 일시에 전환시키는 순간적인 역동미가 돋보이는 경기이다. 따라서 민속놀이로서의 씨름이 스포츠로도 관객의 묘미를 지니는 것은 바로 이러한 측면에 기인한다.

아울러, 동일한 정서를 지닌 사람들끼리 느끼는 문화적 공감대는 전통 씨름이 지니는 또 하나의 매력이며, 이러한 씨름의 특징은 우리에게 정서적인 공감대를 형성하고, 외국인에게는 신선한 체험거리를 제공함으로써 정신적, 물질적 가치를 지닌다.

실제로 일본 스모의 경우, 자국민에게는 스포츠를 통한 문화적 공감대를 외국인에게는 스포츠를 통한 문화체험의 장으로 활용됨으로써, 문화상품의 효용성은 물론 국가 홍보에도 지대한 영향을 미치고 있다.

따라서 오늘날 일본 스모의 성공요인을 파악하는 것은 선진 사례의 고찰로서 의미가 있다고 사료된다.

대체로 스모에 관한 기원은 여러 가지 설이 있으나, '고서기'와 '일본서기'의 기록을 중심으로 그 역사를 추정하고 있다. '일본서기'에 의하면 서기 642년경, '백제의 사절단이 일본을 방문했을 때 장정들을 모아 씨름을 하게 되었다'라는 기록이 있으며, 그 전례는 우리나라와 몽골의 씨름이 원류가 되었다는 설과 수메르인 또는 아라비아인의 일부가 이주해 오면서 전해졌다는 설이 있다.¹⁾

결국 그 시원은 정확히 알 수 없으나, 중요한 것은 일본의 역사이자 전통 스포츠인 스모가 오늘날의 모습을 갖추고 지속적인 인기를 유지하는 데는 그들 나름의 역사적인 배경과 현대적인 감각을 살린 합리적인 문화 마케팅 전략이 주효했다는 결론이다.

2-1-1. 스모 이미지에 대한 마케팅 전략

2-1-1-1. 컬러 마케팅에 의한 시각화 전략

여러 가지 마케팅 전략 중, 스모 이미지에 관한 대표적인 마케팅 전략은 바로 컬러 마케팅이다. 다시 말해, 스모는 관객 확보를 위한 전략적 수단으로써 칼라 마케팅을 이용하고 있는 것이다.

컬러 마케팅이란 색상이 중심이 되는 마케팅으로, 오늘날 마케팅 관리의 패러다임에 있어서 소비자의 감성을 자극하는 컬러를 빼고는 마케팅 체계가 성립하지 않는다는 점에 귀결한 것이다.²⁾

결국 컬러 마케팅 전략은 현대사회에서 가장 보편적이면서도 쉽게 활용할 수 있는 마케팅 전략³⁾으로써 스모가 이 같은 전략을 이용하는 것은 단순한 전통 스모 방식에서 탈피

1) 박혜정, 스모의 현대화와 문화적 의미연구, 원광대학교 대학원 석사학위논문, 1998, pp.5-18.

2) I.R.I 색채연구소, 컬러마케팅, 영진닷컴, 2004, pp.43-46

하여 보다 능동적이고, 합리적이며, 관객지향적인 면으로 발전해 왔음을 대변하는 것이다.

선수들의 유니폼과 각종 장비에 각 현이나 스폰서가 되는 회사의 이미지를 상징화하고 이를 복식에 도입함으로써 시각적인 자극을 통해 관객에게 이미지를 각인시키는 방식, 그리고 다양각색의 문양과 색상의 사용으로 다소 난잡할 수 있는 부분이 민속이라는 코드로 결합, 조화시키는 과정을 통해 전체적으로는 일관된 분위기를 유지하고 있다는 데 그 핵심이 있다.

2-1-1-2. 의식행사를 통한 이미지 전략

스모는 경기시작 전, '요코즈나 도효이리'(横綱土俵入り), '마쿠우치 도효이리'(幕内土俵入り)라는 식전행사를 거행한다. 이는 실제로 의식과 행사절차를 통하여, 스모의 품격과 위상을 공고히 함은 물론, 행사적 성격을 띤 볼거리를 제공함으로써 관객의 시각적 만족을 꾀하는 전략이다.

또한 스모경기 최고수들만의 그룹인 마쿠우치 그룹의 선수들 전체가 나와 행하는 마쿠우치 도효이리는 스모의 정신을 현대에 계승한 것으로 이때 착용하는 복식에 담겨진 상징적인 문양이나 색상은 관객에게 시각적 볼거리를 극대화시키면서, 스모의 느낌을 강하게 전달하는 이미지 각인 장치의 역할을 한다.

결과적으로 이러한 의식 행사를 통해 스모는 자칫 단순하게 인식되어질 수 있는 경기방식에도 불구하고 일본 고유의 문화와 정신을 느낄 수 있는 상징적 이미지의 체계를 구축한다는 데 그 의미가 있다.

2-1-1-3. 스타 마케팅에 의한 신비주의 전략

스타 마케팅은 비단 스모에서만 사용하는 인물 홍보 전략은 아니다. 그러나 타 종목의 스포츠 선수들과는 달리 스모 선수들에게만 제한되는 구속이나 규율을 통해서 스모 자체를 고상하고 기품이 있는 스포츠로 만들고 있다는 점에는 주목할 만한 가치가 있다.

실제로, 스모선수들은 방송출연, CF출연을 절대 할 수 없으며, 자신의 기분을 절대 밖으로 표현할 수 없다. 또한 밖에서도 언제나 스모복장과 머리를 유지하고 다녀야만 하며 개인적으로 자유스러운 생활의 제약을 많이 받는다.

그러나 이런 부분들이 오히려 오늘날의 스모를 품격과 전통이 담긴 스포츠로서 자리매김 시켰다는 사실은 지나칠 수 없는 사항이다.

거의 나체에 가까운 복장이나 체중과다로 비만해진 선수들의 모습, 그리고 화려한 기술이나 동작의 변화가 그리 많지 않음에도 불구하고 스모가 통속적이며 저급한 스포츠로 인식되지 않은 까닭은 바로 스모 선수가 가지고 있는 위상 체계에 근거한다.

더불어, 심판이나 스모를 중계하는 아나운서에 이르기까지 철두철미한 서열 방식을 통해 아무나 할 수 있는 것이 아니라는 차별화된 '신비주의' 전략은 오늘날 스모의 위상체계를 더욱 더 공고히 하는 요소로 작용하고 있다.

2-1-1-4. 희소성의 마케팅 전략

스모에 쓰이는 모든 용품, 앞치마, 심지어 스모선수 머리를 제조하는 이들은 모두 대대로 내려오는 장인들이다.

모든 용품은 수작업으로 이루어지며 이것을 구입한다는 것은 하나의 예술품을 가지고 있는 것과 같은 것으로 인정받는다.

결국 이것은 모든 스모용품을 수작업으로 제작함으로써, 단순한 스모용품을 예술작품의 경지로 부상시키고, 더불어 희소의 가치를 부여하여 스모 이미지의 평가 절상을 유도하고 있다.

실질적으로 희소성의 원리는 경제용어에서 출발한 것으로 인간 욕망의 무한성과 재화의 유한성에서 비롯된 부족상태에 대한 갈망과 욕구에 주목한 원리로서, 스모는 이 같은 희소가치의 표현을 수공예라는 방식을 통해 전통에 투영시켜 스스로의 가치를 격상시키고 있다.

2-1-2. 씨름복과 컬러 마케팅 전략

씨름이 전통 스포츠의 정신과 민족적 정서를 대변하면서도 현대의 여가문화를 선도하는 스포츠로서 자리매김할 수 있는 방안은 결국 마케팅 전략을 통한 일관된 컨셉의 전개와 활용에 있다.

또한 씨름 경기에서 착용되는 의복과 장비는 타 스포츠의 경기복과는 좀 더 다른 맥락에서 이해되어야 하는데 그것은 씨름복이 단순히 경기 자체와 관련되어 있기보다는 훨씬 더 넓은 범주의 문화와 관련을 맺고 있기 때문이다.

즉, 씨름복은 단순한 경기복의 차원을 넘어서 역사성과 전통성의 표현, 문화적 정체성과 고유성을 내포함으로써 씨름의 이미지를 형성하는데 중추적인 부분을 차지하고 있다.

그러므로 씨름복 디자인을 중심으로 한 일관된 시각화 전략은 커다란 범주에서 씨름의 이미지를 구성하는 컬러 마케팅 전략의 구체적인 표현이 될 수 있으며, 결과적으로 복식에서 나타나는 분위기와 제 요소들은 씨름의 이미지를 만드는 요체가 될 수 있다.

아울러 대중에게 호소력을 지니고 있는 스포츠 마케팅의 적극적인 운용을 통해 기업은 이미지제고에 도움이 되고, 씨름은 재정적 지원과 대중의 관심을 동시에 얻을 수 있다는 잇점을 적극적으로 활용해야겠다.

대체로 스포츠 마케팅이 대중에게 호소력을 지니는 몇 가지의 이유를 살펴보면, 첫째 스포츠의 열기를 타고 광고가 여과 없이 그대로 흡수된다는 점, 둘째 미디어에 노출될 수 있는 방법과 기회가 많다는 점, 셋째 스포츠 마케팅에서는 IMC (Integrated Marketing Communications : 통합 마케팅 커뮤니케이션) 차원의 다양한 수단을 효과적으로 전개할 수 있다는 점이 있다.⁴⁾

즉, 기업은 스포츠를 매개로 하여 관객으로 하여금 저항감 없이 브랜드나 기업을 홍보할 수 있는 직·간접의 효과를 기대할 수 있으며, 또한 브랜드이미지 제고의 효과를 거둘 수 있고, 이를 기초로 자국뿐 아니라 외국 시장진출에 따른 홍보효과를 노릴 수 있다.

그러므로 이러한 가능성과 가치 효과를 극대화 할 수 있

3) 채수명, 색채심리 마케팅, 도서출판 국제, 2002, p.12

4) 오범태, 한국 프로씨름의 활성화를 위한 마케팅 전략 연구, 명지대학교 대학원 박사학위논문, 1999, pp.5-10

는 스포츠 마케팅 전략은 전통 국기인 씨름에도 적극 도입 되어야 하는 사항이다.

단순한 오락 경기로서의 씨름이 아니라 고부가가치를 창출 할 수 있는 문화 산업의 재원으로서 육성하기 위해 씨름의 시각화 작업이 가장 절실한 때이며, 그 구체적인 방안으로서 씨름복 디자인의 개선이 무엇보다도 시급하다.

2-2 씨름복과 스모복의 비교

씨름과 스모(相撲)는 여러 부분에서 공통점을 지니고 있다. 그러나 본 논문에서는 복식에서 나타나는 차이점을 비교함으로 씨름 관련 컨셉 실현에 성공한 스모의 핵심 사항을 분석코자 씨름복과 스모복의 차이만을 비교 한다.

2-2-1. 선수복장

2-2-1-1. 식전 복장

2-2-1-1-1. 전통 씨름

선수 입장시의 복장은 각 팀 별로 색을 달리한 포를 착용하며, 포에는 흥배로 된 엠블럼이 부착되어 있다.



[그림 1] 식전 씨름복장

2-2-1-1-2. 일본 스모

스모는 선수 입장시, 케쇼 마와시(化粧まわし)라는 자수가 놓인 앞치마를 착용한다.



[그림 2] 케쇼마와시

[그림 2] 처럼 수공예 방식으로 제작된 앞치마는 주로 선수 고향의 지방 자치 단체나 시민 협회를 포함한 후원사에서 받은 것으로 조직의 로고나 서예, 리키시(力士) 고향의 자연 풍경들을 패턴으로 사용하고 있으며, 고급의 실크 원단에 자수로 처리한 수공예품이다. 상위 두 계급의 선수가 행사의 의례를 위해 경기장에 입장할 때 착용한다.

2-2-1-2. 경기복장

2-2-1-2-1. 전통 씨름

씨름의 경기 복장은 짧은 반바지 차림에 살바를 허리에 두르고

경기한다. 살바는 [그림 3] 처럼 사타구니와 허리에 걸쳐서 착용하며, 손잡이의 용도로 활용된다. 16수 전 폭의 무명 띠로 색상은 청색과 홍색으로 구분하여 착용된다.



[그림 3] 살바

2-2-1-2-2. 일본 스모

스모 경기 시, 마와시라는 것을 착용하는데, 이는 허리에 두르는 간단한 옷으로 리키시가 훈련을 할 때, 경기 시에 착용한다. 마츠시마(급료를 안 받는 가장 높은 단계) 와 그 밑의 계급의 마와시(廻し)는 면으로 만들고, 급료를 받는 리키시는 시메꼬미로 알려진 고급 실크로 만들어진 마와시를 착용한다. 케쇼 마와시와 동일하게 후원사로부터 받는다.5)



[그림 4] 마와시를 착용한 리키시

2-2-1-3. 머리 모양

2-2-1-3-1. 전통 씨름

머리 모양에 관한 특별한 규정은 없으므로 모든 형태가 허용되나, 대체로 짧은 머리를 하며, 염색머리에 관한 제재규정이 없어 전통씨름과는 어울리지 않는 이미지를 연출하기도 한다.6)



[그림 5] 선수의 머리모양

2-2-1-3-2. 일본 스모

마게(まげ)란 일본식 상투로서, 틀어 올린 머리형태를 말하는

5) 오범태, 뒷 글, p.109

6) <http://www.ssirum.or.kr> (한국씨름연맹)

데, 이것은 촌마게와 오이쵸 두 가지 형태로 구분된다.

보통 촌마게는 에도시대 남자들의 머리형으로 이마를 넓게 깎고 남은 머리를 후두부에 묶은 것으로 하급 선수들이 주로 하는 머리 모양이며, 주요 이상의 계급이 되던 오이쵸라는 은행잎 모양의 좀 더 장식화된 머리 형태를 취한다.⁷⁾



[그림 6] 스모 선수의 머리모양

2-2-2 심판 복장

2-2-2-1. 전통 씨름

마고자 복장을 기본 구성으로 하고 있는 씨름복은 조선의 선비나 유학자들이 즐겨 착용한 정자관을 쓰고 소매부리를 칭, 홍색으로 디자인한 복식을 착용하였으나, 현재 개선된 복식은 [그림 7]처럼 관모는 착용하지 않으며, 흰 바지에 흰 상의를 기본 구성으로 하고 소매부리는 과거와 동일하게 칭·홍으로 나누어 착용한다.



(개선 전)

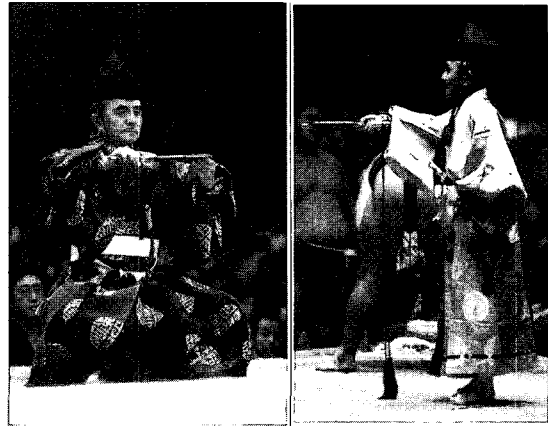
(개선 후)

[그림 7] 전통씨름 심판복장

2-2-2-2. 일본 스모

스모경기의 심판인 교지(行司)는, 서열에 관계없이 사무라이가 입었던 예복을 입고 군배(軍配)를 착용한다.

다만, 군배에 달린 노리개 장식의 색상으로 지위를 구분하며, 교지의 최고 심판인 다대교지(立行司)는 자주색과 자백색, 오제키(大關), 세키와케(關協), 코무스비(小結)는 빨간색이며, 이하의 등급은 직급 순으로 홍백색, 청백색, 그리고 검청색의 노리개를 착용한다



[그림 8] 스모 심판 복장

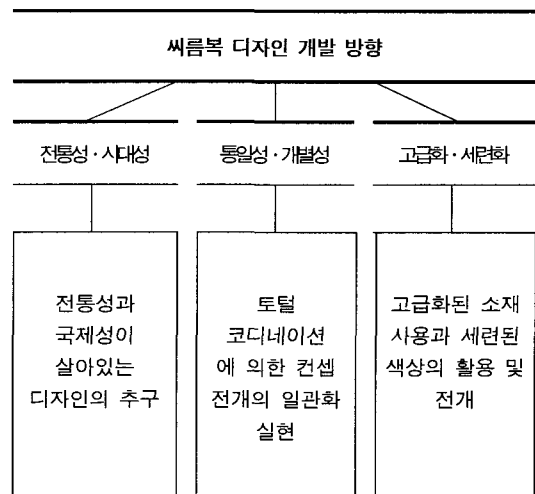
관모는 검은색의 건으로 공식 직무를 수행하던 관리나 무사가 쓰던 고대 왕실의 관모 형태를 변형한 것이다.⁸⁾

3. 디자인 개발 연구

3-1. 씨름복 디자인 개발의 방향

씨름복 디자인의 개발 방향은 크게 3 가지로 구분한다. 첫째, 전통성·시대정신의 표현이 표현된 디자인의 개발로서 민족 고유의 전통성과 상징성이 살아 있고, 국제화 시대에 부응할 수 있는 시대성이 표현된 씨름복을 개발한다. 둘째, 씨름복의 토탈 코디네이션에 의한 일관된 컨셉의 실행 전개로서 선수 및 심판, 그 외 경기 관련 진행요원 복장에 있어서의 통일성과 개별성을 추구한다. 셋째, 고급화된 소재의 사용과 세련된 색상 활용을 통해 씨름복의 질적 개선을 추구 한다.

[표1] 씨름복 디자인의 개발 방향



8) <http://www.sumo.or.jp/eng/index.html> (일본스모협회)

7) <http://www.soon.or.kr/history8.html> (한국순환학회)

3-2. 씨름복 디자인 개발의 미적 요소

씨름복 디자인에 관한 컨셉 설정에 앞서, 선행 연구 논문의 결과로서 제시된 네 가지의 항목을 기초로 디자인의 적용 범위 및 방향 설정에 관하여 모색하고, 이를 근거로 구체적인 씨름복 디자인의 컨셉을 설정한다.

첫째, 전통성과 독창성은 민족적 정서가 느껴지는 디자인으로 국제성과 시대정신이 살아 있으며, 동시에 정체성을 표현되어져 있는 디자인이며, 적용 범위는 문양과 스타일 전개 시 활용한다. 둘째, 유용성과 적합성은 활동성과 기능성을 고려한 소재 및 패턴 디자인에 적용한다. 셋째, 상징성과 장식성은 씨름복의 체계 및 완성도의 효율화 의복과 장식의 일관된 체계화하는 역할을 하며 장식과 로고 디자인에 활용한다. 넷째, 다양성과 통일성은 단체복으로서의 공동체적 인식의 부가 및 직무체계별 특수성과 차별성을 표현하여 씨름복의 체계를 세우는데 이용한다.

[표2] 씨름복 디자인의 미적요소와 적용범위

구분	적용범위	디자인 전개의 내용
전통성과 독창성	문양과 스타일	- 전통과 민족의 정서가 느껴지는 디자인 - 시대정신이 살아 있는 디자인 - 정체성의 표현
유용성과 적합성	소재와 패턴	- 소재디자인, 패턴 디자인에 적용 - 활동성과 기능성을 고려한 패턴 활용
상징성과 장식성	장식과 로고	- 문양디자인, 로고 디자인에 적용 - 씨름복의 체계 및 완성도의 효율화 - 의복과 장식의 일관된 체계화 고취
다양성과 통일성	복종의 체계	- 단체복으로서의 공동체적 인식의 부가 - 직무체계별 특수성과 차별성의 표현

3-3. 씨름복 디자인 방향

3-3-1. 선수 복장

경기복의 제일 요건으로는 활동성에 관한 부분이며, 당당하고 강건한 이미지에 활력과 패기를 느낄 수 있는 디자인이 요구된다.

3-3-2. 장사 복장

위엄과 건장함, 당당함과 활력, 그리고 스타의 이미지를 떠올릴 수 있는 디자인이 적합하다. 왜냐하면 장사는 씨름 경기의 대막을 장식하는 상징적인 요소로서 작용하는 비중이 크기 때문이다.

따라서 다른 복식과는 별개로 신비주의적이면서도 품위와 승리에 대한 패기가 디자인에 내재되어 있어야 한다.

3-3-3. 심판 복장

주심은 근엄, 신중, 엄미를 표현할 수 있으면서 품위와 신뢰의 느낌을 창출해낼 수 있는 디자인의 표현이 바람직하다.

아울러 부심의 경우는 근엄, 충성, 절제와 더불어 신뢰감이 디자인에 내포되어 있어야 한다.

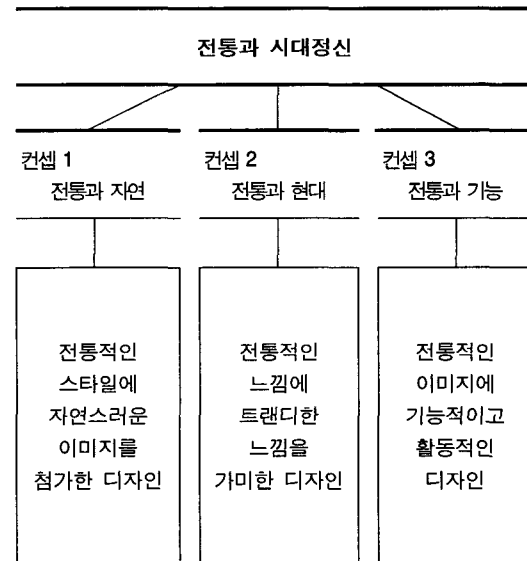
3-3-4. 경기 관계자 복장

주. 부심을 제외한 씨름 경기와 관련된 모든 경기 진행요원이나 씨름 관계자의 복장은 통일감을 잃지 않는 범위 내에서의 개별적인 독특성이 요구되어지며, 상징적인 느낌으로 단정과 절제, 그리고 신뢰감이 동반된 디자인의 표현이 필요하다.

3-4. 씨름복 디자인 컨셉 설정

씨름복 디자인은 구체적인 컨셉은 전통과 시대정신이라는 주제 아래, 크게 3가지 항목으로 구분하여 전개코자하며, 이는 상기에서 예시한 미적항목의 내용을 기초로 얻어낸 결과이다. 즉, 전통성과 독창성, 유용성과 적합성, 상징성과 장식성, 그리고 다양성과 통일성을 하나로 결집한 주제를 중심으로 다시 구체적인 세부항목을 구분하여 디자인을 전개코자한다. 따라서 구체적인 항목은 [표 2]와 같다. 첫째 전통과 자연은 전통적인 스타일에 자연스러운 이미지를 첨가한 디자인, 둘째 전통과 현대는 전통적인 느낌에 트렌디한 느낌을 가미한 스타일, 셋째 전통과 기능은 전통적인 이미지에 기능적이고 활동적인 내용을 중심으로 디자인을 전개한다.

[표3] 씨름복 디자인

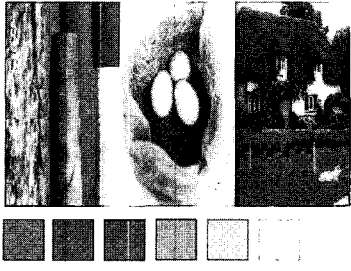
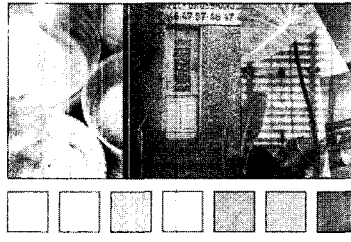
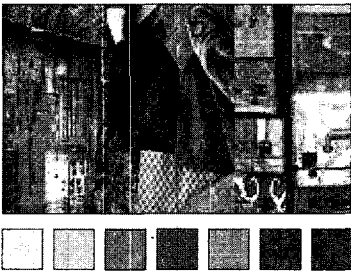
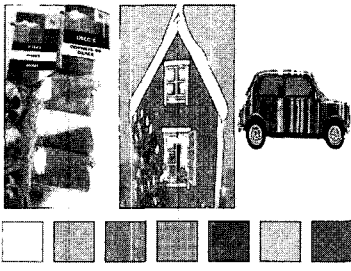


3-5. 씨름복 디자인 개발의 내용

3-5-1. 컬러 컨셉의 설정

컬러 컨셉은 전통과 자연, 전통과 현대, 전통과 기능이라는 디자인 컨셉을 기초로 첫째 나무, 바위, 모래와 같은 자연에서 만날 수 있는 색상, 둘째 천연염색에서 볼 수 있는 차분하면서도 부드러운 색상, 셋째 은은한 품위가 내재된 무게감이 있는 색상, 넷째 높은 채도에 화려하면서도 발랄한 분위기의 색상을 기초로 스타일 전개 시, 각각의 디자인 그룹별로 복식에 조화되도록 적용한다.

[표4] 컬러 컨셉의 설정


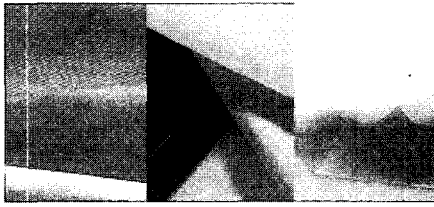
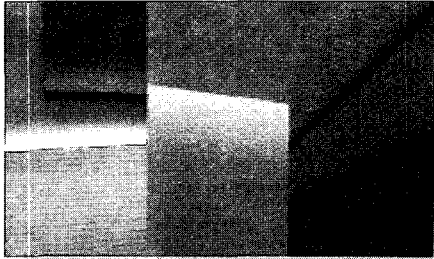
구분	모티브	색상
자연의 분위기	나무, 바위, 모래, 바다 등 자연에서 얻을 수 있는 뉴트럴계 색상	
정적인 분위기	정적인 분위기와 더스티 파스텔이 주는 차분함, 신비함이 조화된 색상	
품위 있는 분위기	저채도의 다크 톤을 중심으로 은은한 분위기의 무게감 있는 색상	
경쾌한 분위기	발랄하면서도 생동감 넘치는 액티브한 느낌의 고채도 색상	

3-5-2 소재 컨셉의 설정

소재 컨셉은 씨름복의 질적 개선과 기능적인 합리성을 추구하는데 초점을 두고, 디자인 컨셉의 일관된 적용에 기초하여 전통과 현대성, 전통과 자연성, 전통과 기능성을 염두에 두고 전개하였다.

따라서 그 분류는 첫째, 고급스러운 재질의 은은한 광택과 유연성을 살린 자카드를 활용하여, 천하 장사복이나 심판복의 포와 같은 품위 있는 복식에 적용하고, 둘째 기능성과 활동성을 고려한 신축성 있는 소재를 사용하여 장사들의 경기복에 활용하며, 셋째 착용감과 표면감이 우수한 모 소재 및 다양한 혼방소재를 사용하여 천하 장사복 및 심판복, 그리고 경기 진행 요원복 상·하의에 적용한다.

[표5] 소재 컨셉의 설정

구분	소 재
전통적인 소재	 <ul style="list-style-type: none"> - 광택과 유연성, 고급스러운 재질감을 살린 소재 - 크레이프의 효과, 입체적인 요철감이 있는 짜임 - 이중직 구조의 부드러우면서도 은은한 색상 효과 - 전통적인 느낌을 살린 실크 자카드
기능적인 소재	 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 기능성과 활동성을 강조한 하이테크 소재 - 코팅 왁스 처리한 표면, 극세사를 이용한 매끈한 느낌 - 극도의 운동성을 가능케 하는 신축성 - 코팅 및 켈팅, 본딩 등을 이용한 보호 기능의 부여
현대적인 소재	 <ul style="list-style-type: none"> - 착용감이 좋은 울 소재, 울 크레이프 - 정련된 표면감, 자연스러우면서도 세련된 짜임새 - 면, 실크, 폴리에스터, 모 및 다양한 혼방의 활용 - 혼방 섬유를 통해 부여 되는 다양한 느낌

3-5-3. 씨름복 문양 디자인

씨름복의 문양 개발은 전통성 및 상징성, 독창성과 관련된 주요한 부분으로서, 씨름의 의미와 역사성을 고취시킨다는 점에 주목하여 디자인해야 한다.

따라서 문양 디자인은 장식적인 의미를 초월하여 민족의 정서와 사고를 반영할 수 있는 소재를 선택하여야 하며, 씨름의 역사성을 증거하는 측면에서 선택되어야 한다.

대표적인 예로 씨름 관련 설화 속에 등장하여 풍요, 해학, 씨름꾼, 수호신의 이미지를 지닌 도깨비를 문양은 씨름을 상징화하기에 적합한 모티브라 여겨지며, 도깨비 문양을 각 팀별로 변형하여 활용할 것을 제안하는 바이다.

3-5-3-1. 도깨비 문양의 상징성과 의미성

문양은 형태, 색채와 함께 조형예술을 구성하는 미적 표현 요소의 하나로서, 외적 장식이 주는 효과와 함께 내적 상징성과 의미성에 주요한 의미가 있다.

실 예로, 같은 소재의 문양이 지역이나 시대별로 차이를 보이는 것은 그것이 담고 있는 내적인 상징성과 의미성의 차이 때문이다.

대체로 전통 문양에서 사용되어지는 많은 소재들 중에 씨름과 많은 관련성을 맺고 있는 도깨비 문양은 악귀를 쫓는다는 의미에서 무서운 형상을 하고 있다. 하지만 무서우면서도 우스꽝스런 표정을 동시에 지니고 있어 외경심과 해학성을 동시에 느낄 수 있으며, 이러한 표현을 통해 우리는 도깨비에 대한 우리 조상의 느낌을 알 수 있다.

미술학자 김재일에 의하면 도깨비는 한반도 바깥으로 나간 적이 없는 순수한 우리만의 것으로 한국에서 자연발생적으로 자라서 그 존재를 지켜왔다고 강조하고 있다.

더불어 씨름에 관한 설화나 전설 중에는 도깨비와 씨름을 하였다는 이야기가 면면히 전해짐을 감안할 때, 도깨비는 우리 고유의 해학적 면모를 지닌 상징적인 대상이라 할 수 있다.

고대인들은 의식적이든 무의식적이든 도깨비에 대한 신앙을 가지고 있었으며, 그 증거로 도깨비 모습이 그려진 기와장(귀면망와)을 예로 들 수 있다. 망와란 망을 보는 기와란 뜻으로 무서운 도깨비를 망와에 그려 집안에 들어오려는 악귀를 물리친다는 의미가 있으며, 귀면망와는 삼국에서 모두 사용하였다.

결국, 이러한 사실을 통해 알 수 있는 것은 도깨비에 대한 우리 민족의 정서이며, 그것은 두려움과 해학을 동시에 조화시킬 수 있는 우리만의 독특한 문화 코드란 점이다.

다시 말해, 선행 연구에서도 열거한 씨름의 동적인 정미학을 문양으로 연결시킨다면 바로 도깨비가 그 최적의 모티브가 될 수 있다는 점이다. 강인하면서도 인정이고, 무섭지만 인간을 해하지 않는 유머스러움, 그것이 우리 씨름복의 문양이 표현해야 하는 요소이다.

3-5-3-2. 문양의 구성과 배치

문양은 형성에서 응용에 이르기까지 균형, 율동, 조화, 대비, 비례, 통일, 반복 등의 조형요소가 고려되어야 하며 그 외에도 강조와 연속, 변화, 착시, 색채와의 조화를 염두에 두고 배치하여야만 그 효과를 증대시킬 수 있다.



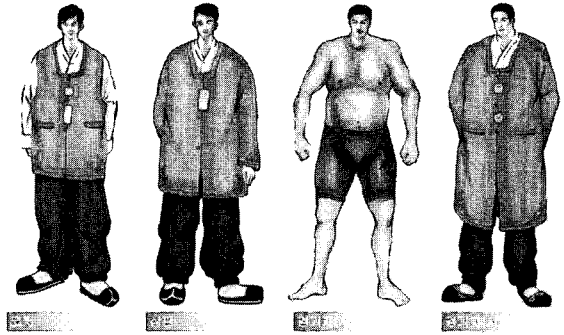
[그림 9] 도깨비 문양

3-5-3-3. 복장별 디자인 개발

복장별 디자인 개발은 컨셉과 관련하여 전개 발전시키며, 크게 세 가지 항목으로 구분하여 전개한다.

첫째 전통성과 자연성으로 전통적인 느낌에 자연 친화적인 소박함과 수수함을 전개시킨 디자인, 둘째 전통성과 현대성으로 전통적인 이미지에 현대적인 유행 감각을 조화시킨 디자인, 셋째 전통성과 기능성으로 전통적인 스타일에 활동미와 기능미를 추구한 디자인 컨셉을 기초로 다양하게 전개할 수 있다.

본 연구에서는 디자인 전개의 예시로서, 전통성과 자연성 부분의 컨셉만을 한정하여 두 부분으로 나누어 디자인 예시하였음을 밝힌다.



[그림 11] 디자인 예시: 전통과 자연 1

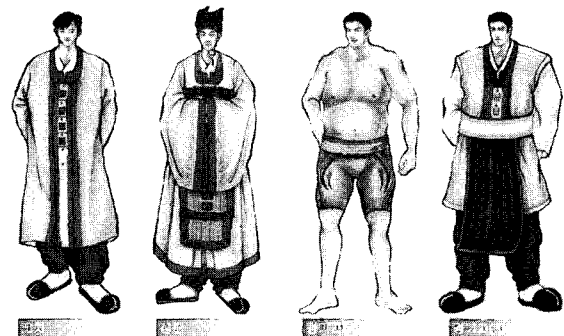
[그림 11]의 디자인 컨셉은 전통성과 자연성에 초점을 두고 있으며, 복장의 구분은 직능별 성격에 기초하여 분류·디자인 하였다.

선수복은 씨름복 규정을 따라 디자인하고, 상징적인 문양을 도안하였으며, 과도한 움직임의 충족시킬 수 있는 기능성 소재를 채택하였다.

장사복은 편안하면서도 여유로운 분위기의 포와 바지, 저고리를 기본 아이템으로 정하였다.

심판복은 간결하고 단정한 느낌으로 마고자보다 약간 더 긴 상의를 착용토록 디자인 하였으며, 씨름 관계 인사의 복식은 전체적인 통일감을 고려하여 간소하면서도 깔끔한 느낌으로 디자인 하였다.

색상 컨셉은 앞서 제시한 컬러 군을 기초로 정적이면서도, 산뜻하고, 단정한 분위기의 색상을 선택하였다.



[그림 12] 디자인 예시: 전통과 자연 2

[그림 12] 의 디자인 컨셉은 [그림 11] 과 마찬가지로 전통과 자연이며, 복장의 구분은 직능별 성격에 기초하여 분류하였다.

선수복은 씨름복 규정이 정한 내용에 기초하여 디자인하고, 상징적인 문양을 도안하였으며, 활동성을 고려하여 신축성과 탄력성이 우수한 기능성 소재를 채택하였다.

장사복은 천하장사로서의 위엄과 권위를 살린 디자인으로서, 품위 있으면서도 편안하고, 여유로우면서도 위풍당당한 분위기에 초점을 두고 디자인 하였다.

심판복은 심판의 권위와 위상 제고에 역점을 두고 디자인하였으며, 씨름 관계 인사의 복식은 통일감과 함께 품위를 고려하여 넉넉한 포에 바지, 저고리를 기본 복종으로 정하여 편안한 느낌으로 디자인 하였다.

색상 컨셉은 자연적 분위기를 느낄 수 있는 내추럴 계열의 색상과 품위 있는 저채도 중심의 색상을 사용하였다.

4. 결론 및 제언

민족 고유의 문화유산을 계승 발전시키고, 그 속에 내재되어 있는 독창적인 요소를 발굴하여 시대가 원하는 문화상품을 개발하는 것은 자국의 홍보 및 전통문화의 세계화를 실현하는 일로서 단순한 전통지향 이상의 의미를 내포한다.

본 논문은 전통 씨름의 세계화에 관한 연구로서, 문화 마케팅의 시각에서 씨름의 시각화 작업에 대한 중요성을 인식하고, 이에 대한 방법론으로서 씨름복 디자인의 개선에 관한 필요성으로부터 출발하였다.

왜냐하면 전통놀이 문화로 출발한 씨름을 고품위의 스포츠로 위상을 정립시키기 위해서는 씨름의 이미지 제고가 절실하며, 그에 대한 구체적인 표현으로서 씨름복 디자인의 개선이 무엇보다도 중요하다고 사료되었기 때문이다.

따라서 전통성과 상징성과 시대정신과 독창성이 살아 있는 국기복의 개발은 씨름의 부가가치를 높이고 문화상품으로서의 경제적, 문화적 가치창출에 기여할 수 있다.

본 연구는 전통국기복에 관한 미학적 고찰에 대한 실증적인 연구로서, 한국씨름연맹에 기 제시했던 씨름복 디자인에 관한 내용중 디자인 전개의 방법론적인 부분을 중심으로 본문을 구성하였다. 따라서 실질적인 씨름복 디자인에 관한 사례는 기 디자인중 좋은 평가를 받았던 대표적인 예를 두가지 선별하여 디자인에 관한 결과물로서 제시하였음을 밝힌다.

구체적인 연구의 내용은 스포츠 마케팅과 컬러 마케팅으로 문화 상품화에 성공한 일본 스모의 마케팅 전략에 대하여 고찰하였으며, 우리의 전통 씨름복과 비교함으로써 전통 문화를 마케팅과 접목하여 문화상품으로 성공시킬 수 있는 핵심 사항을 파악하였다.

아울러 씨름복에 관한 미학적 고찰에 대한 기초연구 논문의 실증적인 후속 디자인 연구로서 국기복 디자인의 미적 요소에 기초한 씨름복 디자인 기획에 대한 방법론을 제시하고, 이를 중심으로 디자인을 전개하였다.

끝으로 본 연구에서는 제외되었으나, 씨름과 관련한 홍보용품 또는 문화 상품 개발에 관한 후속 연구를 제안하며, 씨

름복 디자인에 관한 부분으로는 씨름복에 적합한 소재의 발굴 및 경기복 패턴의 과학화를 중심으로 심화된 후속연구를 기대하는 바이다.

참고문헌

- 김문환, 문화교육론, 서울대학교 출판부, 1999
- 서성록, 현대미술의 쟁점, 재원, 1997
- 서울대사회정의연구실천모임, 현대사회와 과학문명, 나남출판사, 1997
- 원용진, 대중문화의 패러다임, 한나래, 1998
- IRI 색채연구소, 컬러마케팅, 영진닷컴, 2004
- 최영훈·손계중·유대석, 색채의 원리와 활용, 미진사, 2004
- 채수명, 색채심리 마케팅, 도서출판 국제, 2002
- 일지저, 선(禪)의 이야기, 운주사, 1996
- 정삼호, 현대패션 모드, 교문사, 1996
- 홍성태, 사이버로그·사이버컬쳐, 문화과학사, 1997
- 찰스 젠크스, 김능현 역, 포스트모더니즘과 문화, 문예출판사, 1993
- 마르크-알랭데강, 강주현 역, 허영과 문화의 유행심리, 사피에티아, 1999
- Geert Hofsted, 차재호·나은영 역, 세계의 문화와 조직, 학지사, 1995
- Steven connor, 김성곤·정정호 역, 포스트모던 문화, 한신문화사, 1997
- 사무엘 헌팅턴, 이희재역, 문명의 충돌, 김영사, 1998
- 오범태, 한국 프로씨름의 활성화를 위한 마케팅 전략 연구, 명지대학교 대학원 석사학위논문, 1999
- 김호정, 현대패션에 나타난 동양적 복식 이미지 연구, 부산대학교 대학원 석사학위논문, 1999
- 김주애·허정란, 복식문화연구 제 6권 4호, 1998
- 강병석, 20세기 패션과 디자인트렌드 변화사례연구, 국민대학교 조형논총 18, 1998
- 박은주·은영자, 1990년대 패션에 나타난 오리엔탈리즘에 관한 연구, 한국복식학회복식 43호, 1999
- 이은영, 현대예술과 패션 트렌드 이미지에 관한 연구, 복식문화연구 제6권 3호, 1998
- <http://www.ssirum.or.kr> (한국씨름연맹)
- <http://www.soon.or.kr/history8.html> (한국순환학회)
- <http://www.sumo.or.jp/eng/index.html> (일본스모협회)