

국가 상징물 태극기를 소재로한 디자인 활용방안에 관한 연구

The Study on The Design Application of The Korean  
National Flag "Taekuki"

김 영 희

인천전문대학

## Contents

Abstract

### I. 서론

1. 연구목적
2. 연구범위 및 방법

### II. 본론

1. 태극기의 이론적 배경
  - 1.1 태극기의 유래
  - 1.2 태극기의 변천과정
  - 1.3 태극기가 지닌뜻
  - 1.4 태극기의 시각적 구성요소(태극, 4괘, 색)
2. 국기를 소재로한 디자인 활용사례 분석
  - 2.1 미국의 성조기
  - 2.2 영국의 유니온 잭
  - 2.3 한국의 태극기
3. 태극기를 소재로한 디자인 개발방향

### III. 결론

참고문헌

김영희

Kim, Young Hee

대구 효성 가톨릭대학교, 동 대학원 졸업

일본 동경예술대학 대학원 박사과정 졸업(미술학박사)

개인전 3회(동경, 대구, 동경)

역서 『포장 Design process ABC and D』(조형사)

제30회 대한민국 산업디자인전 통상산업부장관상 수상

제32회 대한민국 산업디자인전 총무처장관상 수상

『디자인 국제교류』 Art Meeting전 주최, 운영위원

현/ 시립인천전문대학 교수

## Abstract

This research proposes the design application method using the Korean National Flag. Through graphic analysis of the Korean National Flag only in design aspects leads to the possibility of using it in the field of graphic design by transforming and interpreting it.

Comparative analysis with foreign examples for the products design development proposes the possibilities of pragmatic use of the National Flag, also proposes positive use of the National Flag to the people's daily life.

Especially, this research expects that the boarder use of the National Flag as a design motive upgrade design level. At the same time, this research expects a better cultural level in design wise by introducing the goods which motive comes from the National Flag. By doing this, we might feel the Korean National Flag closer in our everyday life.

## 1. 서론

### 1. 연구목적

어느나라 어느민족을 막론하고 그 나라를 상징하는 국기가 있다. 이것은 그 나라의 심볼이며 민족성을 상징하고 국가의 주권을 대표하는 숭고한 표현이다. 세계 어느나라에서나 국기를 소중히 하는 것은 국가와 국민의 상징으로서 우러러 보고 사랑하기 때문이다. 그러나 우리는 국기를 하나의 상징물로만 생각했을 뿐 사랑하거나 아끼는 마음이 그동안 부족 했었던것 같다.

IMF라는 국가적인 경제위기를 맞이하여 그동안 소홀하게 대해왔던 국가 상징물에 대한 인식이 새로이 부각되어지고 있다. 이러한 시대적 분위기에 발맞추어 한국적인 요소를 찾아내는 것이무엇보다도 중요하다고 하겠다.

이에 본 연구는 보다 한국적임에도 불구하고 디자인적 요소로는 거의 활용되고 있지 않는 태극기를 디자인적인 측면에서 연구하여 태극기를 활용한 디자인 개발방향을 제시하고자 한다. 또한 실생활에 필요한 다양한 상품개발을 위해 미국의 성조기와 영국의 유니온잭을 통한 디자인 가능성을 분석하고 태극기의 문제점과 그 원인을 진단하여 국민들의 생활속에서 쉽고도 친숙하게 접할 수 있는 계기를 마련하고자 한다. 그리고 태극기의 활용범위를 보다 다양하게 넓히고, 디자인 수준을 향상시킴과 동시에 태극기 활용의 대중화에 그 목적을 두고 있다.

## 2. 연구방법 및 범위

본 연구에서는 요즘 시도 되고있는 태극기를 이용한 디자인에 대한 문제점과 앞으로의 가능성을 제시하고자 국내외에서 발행되는 단행물, 정기간행물, 논문, 인터넷 등을 통한 연구방법과 현 태극기의 국기의 활용도를 직접 시장조사하여 분석하는 연구방법을 병행하였다. 외국국기의 경우에는 그 활용도가 많은 미국의 성조기와 영국의 유니온 잭으로 한정하였고 국기의 활용도에서는 의미보다는 형태에 중점을 두고 조형적인 측면에서 개발된 상품을 중심으로 논문을 전개하였다. 그러나 태극기의 경우는 그 활용사례가 빈약하므로 광고도 포함시켰다.

## II. 본 론

### 1. 태극기의 이론적 배경

#### 1.1 태극기의 유래

태극기가 우리나라 국기로 처음 상징된 것은 1882년 8월 당시 수신사 박영효(朴泳孝)가 국기의 필요성을 절감하고 고종(高宗)의 허락을 받아 일본을 방문하러 가던중 메이지 마루호 선상에서 그린 것으로 기록되어 있다.

이어 1883년 음력 1월 27일 당시 외교 통상사무를 취급하던 통리교섭 통상사무 아문(統理交涉 通商事務 衙門)의 건의에 따라 태극기를 국기로 사용하도록 왕명으로 공포하였으니 이로서 태극기가 우리나라의 기

장(旗章)으로 확정하게 되었던 것이다.<sup>1)</sup>

그러나 당시의 태극기는 단지 태극을 가운데 두고 네 귀퉁이에 4괘를 배치하는 것으로 오늘날과 같은 통일된 디자인으로 사용되지는 못하였다. 그것은 남아있는 태극기의 모습에서 어느것이 올바른 것인지조차 알 수 없게 되어 있는 것으로 보아 짐작할 수 있다.

특히, 1910년 경술국치 부터는 그나마도 자취를 감추었다가 1945년 해방과 더불어 태극기를 다시 찾게 된 것이다. 그러나 국기의 도형에는 여전히 통일성을 잃어 여러 가지로 혼용되어 오다가 1948년 대한민국 정부가 수립됨에 따라 비로소 국기의 도색과 규격을 통일케 된 것이다.

태극기가 오늘날과 같은 디자인으로 통일 제정된 것은 1949년 당시 이승만 대통령의 지시로 국기 제정 위원회를 구성·제정한 것이다. 이때 국기봉도 나라꽃인 무궁화 봉오리를 상징한 것으로 하고 색은 것면의 색과 조화를 이루도록 금색으로 하였다. 문교부(현교육부)는 국기 시정에 관한 고시안을 작성하여 1949년 10월 15일 문교부고시 제2호로 공포함으로써 우리 태극기는 완전한 통일규격으로 국내외에서 사용하게 되었다.

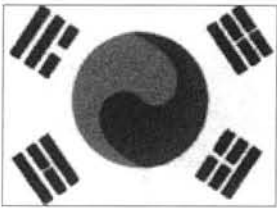
(1) 백문섭, 올바른 태극기 해설, 한국문리위원회, 1991, P127

#### 1.2 태극기의 변천과정

태극기의 변천과정은 태극기를 구성하고 있는 태극, 4괘, 그리고 전체적인 Layout 변화이다. 지나온 태

극기의 변천과정을 살펴보면 모두 다섯번의 발전단계를 거쳐 오늘날의 모습으로 자리를 잡았다.

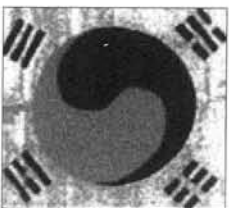
첫번째는 1882년 “시사신보”의 보도처럼 고종의 지시에 따라 박영효에 의해 완성된 것으로 우리나라 최초의 태극기이다. 두번째는 1885년 고종이 외부담당 미국인 데니씨에서 선물한 태극기로 현재 독립기념관에 전시되어 있다. 세번째는 1896년 독립신문제호에 쓰인 태극기이고 네번째는 1900년 파리박람회때 사용했던 태극기이다. 현재 사용하고 있는 것은 1949년 정부에서 42인국기제정위원회를구성·제정한 것이다.<sup>2)</sup> 태극기의 변천과정은 다음과 같다.



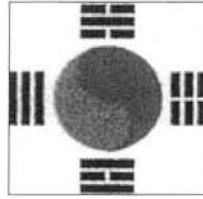
1단계태극기-최초의태극기 (1882년)



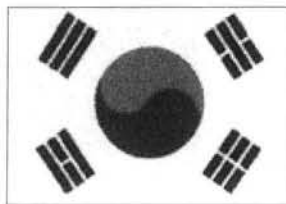
2단계태극기-데니씨소장태극기 (1885년)



3단계태극기-독립신문 제호태극기(1896년)



4단계태극기-파리 박람회계양태극기(1900년)



5단계태극기-현재태극기(1949년)

이처럼 태극기는 오늘날의 모습으로 되기까지 많은 변화가 있었다. 중앙에 위치한 태극의 크기가 일정하지 않았고 태극의 운동방향이 오른쪽에서 왼쪽으로, 또 좌우에서 상하배치로 혼용되었다. 4괘 역시 크기가 일정하지 않았고 건, 곤, 감, 이의 위치 또한 각각 달랐다. 그리고 국기 전체 크기의 비례도 그때그때 다르게 사용되었음을 알수있다.

(2) 뉴스피플, 1997. 10. 9 P29

### 1.3 태극기가 지닌 뜻

나라의 상징이 되는 국기는 국민단합의 표상이 되고 대외적으로는 국위를 나타내는 포식이 되는 것으로 그 형태에는 나라마다 특징적인 의미를 지니게 된다.

태극기는 우리나라 국기이며 국민정신을 상징하고 주

권을 대표하는 숭고한 표현이다.

한 가운데 태극도형과 4괘 즉 건(乾), 곤(坤), 감(坎), 이(離)로 이루어진 태극기는 간결하면서도 대자연의 진리를 나타내고 있다.

태극기가 지닌 중요한 내용은 다음과 같다.

①창조의 뜻이 있다 : 우주의 근본인 태극이 음과 양 두 가지의 힘으로 우주 만물을 창조 하듯이, 우리 민족의 창조성을 나타내고 있다.

②발전의 뜻이 있다 : 우리 민족이 남에게 의지하지 않고 자주적인 발전을 한다는 뜻이다.

③자유의 정신이 깃들여 있다 : 태극의 이론은 만물이 자연의 원칙을 벗어나지 않으면서 서로 방해하지 않는다는 데 있다. 이는 자유를 사랑하는 우리의 국민성을 나타낸 것이다.

④평등의 정신이 담겨 있다 : 태극과 4괘가 전체적으로 음과 양이 균등할 뿐만 아니라, 서로 마주 보는 관계에 있는 것은 우리의 평등사상을 말해주는 것이다.

⑤무궁한 발전을 표현하고 있다 : 태극 도형의 청, 홍의 음양곡선은 끝없는 계속을 뜻하는 것으로, 우리 민족의 역사가 무궁하게 발전한다는 것을 뜻한다.<sup>3)</sup>

이렇듯 태극기의 도형이 담고 있는 뜻은 창조, 발전, 자유, 평등, 무궁의 뜻을 지니고 있을 뿐만 아니라, 태극기의 바탕인 흰색은 깨끗하고 맑은 백의 민족의 모습을 상징하는 동시에 모든 것을 포용하는 뜻을 지니고 있다.

따라서 태극기는 민족의 이상과 우주관이 담겨진 나라의 상징으로서 길이길이 발전하고자 하는 우리겨레의 이상을 집약한 심불이라 하겠다.

(3) 백광하, 태극기, 한국수리연구원, 1965, P93

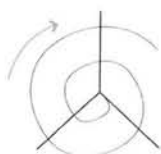
#### 1.4 태극기의 시각적 구성요소(태극, 4괘, 색)

한 국가의 상징물에는 그 민족의 역사속에 살아있는 정신적인 근원이 되는 사상과 민족혼이 스며있다. 우리 민족에게는 태극심불이 있다. 태극은 인류역사의 심불 가운데 그 자체의 의미나 시각적 이미지에 비추어 적절한 균형과 조화를 이루는 과학적인 디자인이라 할 수 있다. 이러한 태극을 기본요소로 디자인된 우리나라 태극기를 시각적인 측면에서 접근하여 태극 도형이 갖는 고유의 뜻을 파악하고 이것을 기본으로 태극기의 일관된 이미지 형성을 위한 기초자료로 하고자 한다.

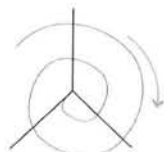
태극기를 구성하는 조형요소로는 가장 중심이 되는 태극원과 4괘 그리고 각 조형요소들의 색채를 들 수 있겠다.

1) 태극: 태극은 음양오행사상의 상징이다. 음양오행사상은 동양철학의 꽃이며 핵심이다. 이 세상은 음과 양의 조화로 존재하고 있다. 이 두세력이 균형을 이루며 조화를 이룰 때 생명이 탄생되고 우주가 운행되는 것이니 이 두 음과양이 운동을 하나의 도형으로 만든 것이 태극도형이다.

태극도형은 음과양 두 질서가 서로 갈등하지 않고 조화를 이루며, 완벽한 하나의 원을 만들어 내는 지구와 인간의 창조원칙을 상징한 도형이다.<sup>4)</sup>



양의 세계



음의 세계



태극도형

조형의 원리는 직선과 곡선, 점과 면, 큰 공간과 작은공간 등 음과 양이 조화를 이룰 때 나타나는 질서이다.

태극은 이러한 조형원리에도 부합하는 과학적인 조화를 의미한다. 태극은 두 가지 모습으로 우리 생활 속에 스며있다.

첫째는 문양으로 형상화된 모양이며, 둘째는 음양의 이치를 응용하여 만든 발명품을 개발하고 사용해 온 점이다. 전자는 보이는 태극이며 후자는 보이지 않는 태극이다.

보이는 태극은 공예품이나 복식, 신변 장신구, 건축물 등에 문양의 형태로 널리 사용되었으며, 보이지 않는 태극은 병풍, 보자기, 바지, 부채, 출사위, 민속놀이 등을 통하여 나타나고 있다.

태극에 나타난 특징을 살펴보면 양의 세계는 적색으로 표현하며, 강렬하고 약동하는 태양의 힘을 느끼게 한다. 청색으로 상징되는 음의 세계는 조용하고 차분하며 섬세한 여성의 손끝을 느끼게 해준다.

한국인은 태극을 사용할 때 음과 양, 양단 세계에 걸쳐 엄격한 사용법칙을 적용해 왔다. 우리는 국가의 대행사와 국제행사등을 준비할 때 마다 꼭 심볼마크를 만든다.

처음에는 한국을 상징할 수 있는 것이 무엇일까를 고민하면서 건축, 공예, 복식, 민속, 벽화 등에서 아이디어를 개발해 보지만 결국 태극 마크로 결정한다.

86·88 올림픽, 대전박람회, 한·일 월드컵유치 심볼 등이 모두 이와 같은 과정을 거친 후에 탄생한 것이다.<sup>5)</sup>

이와 같이 태극은 한국의 삶속에서 오랜 옛날부터 민족의 부호로서 널리 사용되어져 왔고, 현재에도 응용되어 지고 있다.

2) 4괘(四卦) : 태극기에는 대각선 사방에 4괘 즉, 건(乾·☰), 곤(坤·☷), 감(坎·☵), 이(離·☲)가 배치되어 있다. 건(하늘), 감(땅)이 상단좌측과 우측에 있고 이(불), 곤(물)이 하단좌측과 우측에 검은색으로 그려져 있다.<sup>6)</sup>

이 4괘는 주역의 기본이 되는 사상(四象)으로 창조적인 우주관을 담고 있다. 따라서 태극기의 4괘는 태극도형과 더불어 우주만물이 생성, 발전하는 대자연의 이치를 나타낸다. 그리고 조형적으로 이 4괘는 원에 비해 선적인 성격이 강하게 표현되는 요소로서 태극원을 사방에서 감싸는 형태를 하고 있다. 이는 자연과 더불어 살기 좋은 국가로 발전하고자 하는 우리 국민의 이상을 표현한 것이라 하겠다.

3) 색(色) : 세상에 존재하는 모든 것에는 색이 있다. 자연의 것이나 사람이 만드는 것에도 색이 있다. 그리고 이미지를 보다 구체화하기 위해서도 색이 필요하다. 색의 감각, 지각, 인식은 색채자극이 노출되는 시간, 장소뿐만 아니라 그것을 보는 사람의 주관적인 심리, 생리 상황에 따라 다르다. 또한 색상, 명도, 채도 등에 서로 인접한 색과 영향을 주고 받는다.

태극기의 색을 사단법인 국기 선양회의 “국기해설”에 따르면 바탕의 흰색은 평화를 상징하고 적색은 양을 뜻하고 청색은 음을 뜻한다고 되어있다. 이는 태극의 의미를 잘 함축한 것이라 할 수 있다.

태극의 색도 예전처럼 그저 단순히 적색, 청색, 검정 등으로 표기해서는 시각적 이미지를 정확하게 전달 할 수 없다.

총무처는 1997년 10월 24일 태극기의 통일된 이미

지와 색상 유지를 위해 태극기 표준색도를 지정 고시했다. 역사성, 전통성, 감수성, 시각성, 실용성 등을 고려하여 지정된 태극기 표준색도는 표준색도협의회 등의 전문가 자문과 학생, 시민 등을 대상으로 한 태극기 색 선호도 조사 등의 광범위한 의견 수렴을 거쳐 국제조명위원회(CIE) 색좌표, 먼셀(munsell) 색표지, 팬톤 가이드 색기준 등 세 가지 근거로 마련됐다.

따라서 먼셀 색표기에 근거할 경우 태극기 빨강은 4.5의 명도와 14의 채도를 지닌 6.0R(RED, 빨강)이, 파랑은 3.0의 명도와 13의 채도를 띤 5.0PB(purple blue, 진파랑)만이 사용된다. 팬톤 색표에서는 186C(빨강)와 294C(파랑)가 이와 가장 가까운 색깔이다.

그리고 태극기의 표준색을 널리 알리기 위해 태극기 견본 5만장을 제작, 정부기관, 각급학교, 언론출판사, 국기 제작업체, 제외공관 등에 보급하고, 1999학년도 초·중등학교 교과서에도 이를 반영할 계획이라고 밝혔다. 또한 총무처에서는 “학생들이 태극기를 쉽게 그릴 수 있도록 태극기용 크레파스, 물감을 개발해 보급할 방침”이라며 “태극기에 대한 국민적인 관심이 고조되고 태극기 사랑운동이 한층 활성화될 것으로 기대한다”고 덧붙였다.<sup>7)</sup> 이는 그동안 염원해왔던 태극기의 색채규격화란 점에서 환영받을 일이나 각계에서 가장 많이 활용되는 인쇄매체에 대한 지적, 즉 분판인쇄시 사용되는 C.M.Y.K(청.적.황.맥)에 대한 퍼센티지 규정이 없어 이에 대한 명확한 규정이 앞으로 요구되는 또 하나의 개선책이라 생각된다.

이상에서 살펴본 바와 같이 태극기는 자연과 인간 그리고 창조의 원리를 내포한 과학적인 조형심물이라 해도 과언이 아닐 것이다.

아래의 표준색도는 백색아트지(120g)에 별색 잉크로 구현하여 한국표준과학연구원에서 표준광원 C로 측색한 수치를 기준으로 함.

색표시방법 색이름	태극기 빨강	태극기 파랑
CIE 색좌표	x = 0.5640	x = 0.1556
	y = 0.3194	y = 0.1354
	Y = 15.3	Y = 6.5
Munsell 색표기	6.0R 4.5/14	5.0PB 3.0/12
팬톤가이드 (1996-1997, 제9판)	186C	294C

- (4) 정연중, 한글은 단군이 만들었다. 쏘이정 인터넷서널, 1996, P117
- (5) 정연중, 한글은 단군이 만들었다. 쏘이정 인터넷서널, 1996, P47
- (6) 정연중, 한글은 단군이 만들었다. 쏘이정 인터넷서널, 1996, P380.
- (7) 월간디자인 234, 1997, 12, P93.

## 2. 국기를 소재로 한 디자인 활용사례 분석

어느 국가이든지 한나라의 시각적 상징은 국기라는 매체로 그 이미지가 집약된다. 오늘날 세계는 교통과 통신의 발달로 국가간 민족간의 교류는 다양해지고 한 나라를 대표하고 인상짓는 각종 시각적 상징물에 대한 관심은 날로 크지고 있다.

이에 우리의 이미지를 세계에 새롭게 알리고 자긍심을 키울 수 있는 상징물 개발이 절실하다 하겠다.

미국, 영국, 캐나다 등 여러 나라에서는 오래전부터 자국의 국기를 패턴화시켜 여러부문에서 응용하고 있는 모습을 우리는 자주 볼 수 있다. 가까이서 가방,

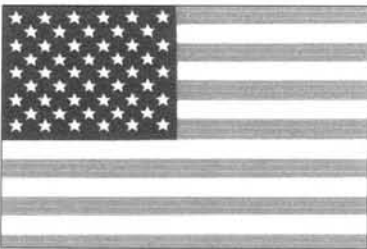


스카프, 의류, 식기 등과 같은 생활용품에서부터 아예 국기를 심볼화시켜 그대로 상품에 부착시키므로서 한 눈에 보아도 그나라 제품임을 알 수 있도록 하고 있다. 그리고 그것이 그 나라에서만 유통된 것이 아니라 세계여러나라에 까지 영향을 주고 있다. 그리고 우리나라에서도 어색함이 없이 응용된 제품들을 거부반응 없이 접하고 또한 사용하고 있다.

우리도 태극기에 대한 고정관념을 버리고 보다 다른 시각으로 태극기를 보고 응용하여 생활속에 함께하는 친근감있는 태극기로서 활용되어져야 할 것이다.

이를 위해 먼저 선진사례로서 가장 많이 볼 수 있는 미국의 성조기와 영국의 유니온 잭에 대한 활용사례를 연구하여 디자인 가능성을 파악하고 현재 태극기의 활용사례에 대해서도 조사하여 비교 분석하고자 한다.

## 2.1 미국의 성조기



### 1)역사적 배경

미국의 국기는 일반적으로 「성조기(Stars and Stripes)」라고 하는데 미국인들은「오랜영광(Old Glory)」이라고도 부르고 있다.

성조기가 미국국기로 정해진 것은 1777년 이며 그후 주가 증가 할때마다 별이 하나씩 늘어 1959년 하와이

가 주로 승격됨으로써 오늘날과 같은 50성 13조의 성조기가 되었다. 옆으로 그려진 붉고 흰 13개의 줄은 미국이 처음으로 독립한 당시의 13주를 상징하고 50개의 별은 주의 수를 나타내고 있다. 성조기로 상징되는 미국인들은 개방적이고 명랑하며 활기에 찬 미국인이라는 이미지로 인종과 민족의 배경을 넘어서 미국적인 사회와 문화위에 정착한 국민적인 공통성이라 할 수 있다.

### 2) 활용사례 연구

성조기의 활용사례는 조형적 측면에서 살펴보면 성조기의 구성요소인 별과 스트라이프의 형태상의 응용으로 나타난다. 그것은 많은 사람들이 별과 스트라이프만으로도 성조기의 이미지를 충분히 느낄 수 있기 때문이라 생각된다.

형태상의 응용을 몇 가지로 분류해보면 ①성조기를 그대로 표현한 예 ②성조기의 외형만 변형시킨 예 ③구성요소인 별과 스트라이프를 자유롭게 배치시킨 예 ④성조기의 이미지만 표현한 예로 나눌 수 있다.

먼저 성조기를 그대로 표현한 예로, 성조기 형태는 그대로 유지하면서 제품에 적용한 것으로 경우에 따라 성조기와 일러스트, 문자 등의 접목하여 사용한 예도 있다. 그리고 형태를 그대로 유지하면서 성조기를 단순화하여 표현하기도 했다. 제품에 활용된 것으로는 T-셔츠가 가장 많으며 그 외 모자, 양말, 우산, 수첩, 소형비닐지갑과 같은 일상생활에서 쉽게 접할 수 있는 용품들이다. 이러한 표현은 가장 기본이 되는 것으로 실생활에서 많이 볼 수 있다. 그중 특이한 것은 성조

기의 스트라이프 색을 변형시킨 T-셔츠도 있었는데 성조기의 이미지는 그대로 살리면서 다양한 칼라의 선 표현은 색에 의한 폭넓은 응용가능성을 제시한 것이라 하겠다.

두번째로 국기의 외형만 변형시킨 것으로는 미국지도에 성조기가 들어있는 경우와 바람이 날리는 형태로 표현한 것이 대부분이다. 이외에도 일러스트나 문자와 접목하여 표현하기도 했다. 제품으로는 T-셔츠, 캔맥주, 기타, 라이타, 편지지, 우표, 슬릿머신, 간판 등 다양하게 적용되었다. 또한 현대의 인디언들의 축제복에도 미국을 상징하는 색과 독수리, 성조기의 무늬와 인디언 장식이 조화되어 있는 것을 볼 수 있다.

세번째로는 성조기의 구성요소인 별과 스트라이프의 배치를 자유롭게 표현한 것으로 그 활용도가 아주 다양하게 이루어져 있다. 그리고 성조기의 색채인 청색과 적색이 어우러져 성조기의 이미지를 가장 강하고 디자인적으로도 세련되게 표현하고 있었다. 이 경우에는 의류에서 가장 많이 나타나고 있다. 예로서 짧은이들을 위한 수영복, 조끼, 바지 등에 대담한 디자인으로 다양하게 활용되고 있었다. 그리고 최근 FILA에서 신상품으로 스포츠웨어의 모자, 점퍼, 바지, 스커트까지 Set로 응용된 제품들을 볼 수 있다. 그외에도 수첩, 볼펜, 열쇠고리, 장식핀, 스카프, 쇼핑백과 같은 소품류에 까지 적용되었다. 또 눈길을 끈 것으로 파티용품에서도 이용하고 있었는데 풍선이나 일회용접시, 종이컵, 냅킨, 스푼, 포크 등에 다양하게 표현되었고 성조기 형태로 만들어진 케이크도 있었다. 또한 슬릿머신이나 기타집, 휴리닝, 권투글러브, 신발, 헬멧, 자동차, 가방, 쿠션, 발판, 장식용벽걸이 및 아이들의 인형같은 생활용품에서 장식품까지 적용범위가 가장 넓다.

살펴본 바와 같이 이것은 어떤 한 부분에서라기 보다 광범위하게 여러곳에서 사용되고 있음을 새삼 확인할 수 있었다. 특히 별의 숫자와 스트라이프를 극도로 줄이고 국기 특유의 형태를 벗어나 표현한 것도 있었는데 그 예로서 피자리그의 메뉴판, 편지와 봉투, 토미컬 가방 상품 안내포스터, 열기구, 자동차 등이다.

마지막으로 성조기의 이미지만을 나타낸 경우는 아무리 보아도 성조기의 모습은 아니나 성조기를 활용한 것을 느낄 수 있는 표현방법이다. 특히 캐릭터의 의상에서 이러한 방법을 사용했는데 예로는 윈도우먼, 슈퍼맨, 캡틴아메리카 등에서 쉽게 알 수 있다. 이들 캐릭터 의상의 패턴이나 색상은 상당히 미국적임을 부인할 수 없다.

이외에도 폴라스포츠의 랄프로렌 화장품에서 사용하는 심볼은 성조기 형태에 별을 삭제하고 랄프로렌의 약자 "RL"을 넣어서 표현하여 미국제품임을 시사하고 있다. 그리고 쇼핑백 디자인의 한 예로서 국기의 형태는 그대로 유지하면서 별의 크기를 크고 작게, 스트라이프의 표현을 유연한 곡선으로 자유롭게 배치하여 기존의 국기라는 이미지를 한층 부드럽게 디자인 한 것도 있었다. 이것은 국기라는 개념을 넘어서 하나의 조형으로서 강하게 표현한 것이다 하겠다.

위에서 살펴본 바와 같이 성조기는 일상 생활용품에서부터 다양하게 여러방면으로 활용되었음을 알 수 있었고 지금도 계속 활용하고 있음을 알 수 있다. 그리고 대중들로 하여금 쉽게 접근할 수 있고 성인들 뿐만 아니라 국기에 대한 이미지가 약한 어린이들에게도 자기나라에 대한 애착심이나 자부심을 간접적으로 심어 주고 있었다.

성조기는 색상이나 디자인에서 느껴지는 이미지와 실제 미국인들의 개방적이면서 명랑하고 활달한 국민성

과 잘 일치되어 미국을 대표하는 이미지로 오늘날 자리를 굳히게 된것 같다.

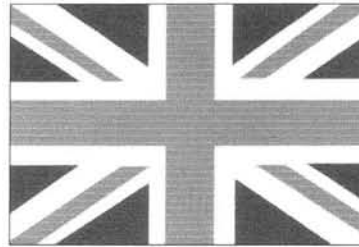
그리고 성조기를 형태 그대로 다 응용하지 않더라도 색상만으로 그 이미지를 나타낸다거나 아니면 별과 스트라이프 무늬만으로도 그 이미지를 전달하는 등의 디자인적인 변화를 다각도로 시도한 것을 알 수 있었다.

이러한 성조기의 다양한 활용은 오늘날 세련된 이미지로 세계 여러나라에 정착할 수 있는 계기가 되지 않았나 하는 생각이 든다.

\*미국성조기를 활용한 예



## 2.2 영국의 유니온 잭



### 1) 역사적 배경

영국 국기는 1603년 스코틀랜드 왕인 제임스 6세가 영국왕(제임스 1세)을 겸하게 되어 스코틀랜드와 잉글랜드 연합왕국의 국기가 성립되었고, 1801년 아일랜드가 합병된 후 아일랜드기의 디자인이 추가로 합해져서 오늘날의 영국국기가 완성되었다. 영국국기는 잉글랜드기와 스코틀랜드기가 합해져서 이루어진 이유로 연합기(Union Flag) 또는 유니온 잭(Union Jack)으로 불린다. 잭이라는 것은 뱃머리에 올리는 작은기이다.

유럽제국의 국기중에는 십자가 도형의 국기가 많은데 그것은 십자군원정 이래의 유물이라고 할 수가 있고 영국의 국기와 같이 십자가 세 개를 합쳐서 하나의 국기를 이룬 것은 영국이외에 그 유래를 볼 수가 없다.

### 2) 활용사례 연구

유니온 잭의 경우는 성조기 만큼 형태상에 있어서 응용이 다양하지 못하다. 유니온 잭을 구성하고 있는 십자가와 바탕색 그 모습 그대로 많은 부분에 활용되고 있었다. 예를 들면 특정사의 심볼마크로도 사용되고

있다. "MICHIKO LONDON"에서 유니온 잭을 심볼 마크로 사용하고 있었으며 유니온 잭의 형태는 그대로 유지하면서 폭과 길이의 비례를 다양하게 하여 제품에 적용하고 있다. 수첩, 가방, 노트 등에서 볼 수 있다. 그 외 타사제품으로 쿠션, 시계, T-셔츠, 식탁보, 컵, 장식용 애완용품, 테니스가방, 양말, 의상 등에 유니온 잭 형태 그대로 사용되었다. 유니온 잭과 문자, 유니온 잭과 캐릭터 등을 접목하여 사용한 T-셔츠, 소품 등도 있다.

두번째로 외형만 변형시킨 것으로는 미국 지도위에 유니온 잭을 표현한 것과 이를 이용한 쇼핑백, 신문의 심볼을 들 수 있다. 그리고, 라이다, 노트 등에도 변형된 또 다른 형태의 디자인이 적용 되었다.

세번째로 구성요소인 십자가와 바탕색을 자유롭게 배치한 것으로는 자유로운 곡선의 심볼마크 및 구성요소와 장식적인 문자를 혼용한 편지봉투, 스포츠 의류 등에서 볼 수 있다.

마지막으로 유니온 잭의 이미지 만을 표현한 것으로 영국 이미지의 캐릭터 "캡틴 브리튼"을 들 수 있고 유니온 잭 위스키에도 십자가의 선과 색만으로 단순하게 디자인 되었다. 유니온 잭의 경우 색채가 변형된 것이 하나 있었으나 형태만 유니온 잭일 뿐 이미지 전달은 미흡하였다. 따라서 색채가 변형되면 그 만큼 국기의 이미지가 저하된다고 볼 수 있다.

위와 같이 영국의 유니온 잭 또한 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 생활용품에 여러모로 활용되고 있었다. 유니온 잭은 상품으로도 많이 쓰여졌지만 제품의 상품 명으로도 사용되고 있다. 디자인적인 면에 있어서는 미국의 성조기보다 다양하게 응용되지는 못했으나 친근감있게 사용할 수 있도록 생활 여러곳에 적용되었고 더불어 상업적인 측면도 고려해 널리 알리고 있었다.

\*영국의 유니온 잭을 활용한 예



2.3 한국의 태극기

1) 태극기가 활용된 배경

그동안 우리나라에서는 태극기를 활용한 상품개발과 판매를 금지해왔다. 그러나 1996년 12월 국무회의에서 「대한민국 국기에 관한 규정」을 개정하여 1997년 1월 1일 부터 국기 문양에 대한 활용의 내용으로 국기의 품위를 손상하지 않는 범위 안에서 각종 물품의 제조와 판매를 전면 허용하게 되었다. 즉 T-셔츠나 필통, 생활용품등에 활용하여 국민들이 친근감을 느끼고 국민과 가까운 상징물로 만든다는 뜻이다.

그러나 아직 태극기를 소재로한 상품은 거의 이루어

지지 않고 있는 실정이며 최근 IMF란 시대를 타고 애국운동과 함께 태극기가 쓰여지고 있는 추세이다. 경제가 위축되면서 각종 수입상품에 경종이 울려졌고 그로인해 국산품을 애용해야 한다는 자성의 목소리가 높아지면서 상품에 태극기를 사용하는 마케팅 전략이 많이 늘어났다. 태극기를 이용하여 소비자로 하여금 이왕이면 애국도하고 필요한 상품도 구입한다는 것에 초점을 두고 상품을 팔고자 하는 전략이다.

우리의 것에도 외국상표가 붙어 있다가 IMF라는 사상 초유의 경제위기인 요즈음 모든 분야에서 한국인 한국의 것임을 강조하는 것이 부쩍 많아졌음을 피부로 느낄 수 있다. 예로부터 단결된 힘을 보여주었던 우리의 국민성은 국산품 애용이라는 힘으로 다시 나타났다. 이 어려운 상황에 하나의 강한 표현으로 태극기 사용이 자연스럽게 이루어져 광고를 비롯한 여러 제품에 태극기 디자인이 적용되게 되었다.

시대의 요구에 의한 한국 특유의 이미지를 연상시키는 태극기 사용은 우리의 국민성과 어울리는 마케팅 전략이라 하겠다.

태극기의 활용은 이제 시작 단계에 불과하다. 더구나 태극기를 활용한 상품개발 또한 초보단계라 하겠다. 그러나 우리는 이를 계기로 보다 폭넓고 다양한 상품개발을 시도하여 친근감을 느낄수 있는 국민과의 가까운 우리의 상징물로 자리매김을 해야 하겠다.

## 2) 활용사례 연구

처음에 막상 태극기를 소재로 한 제품들을 생각하니 몇 가지 생각나지 않았다. 그런데 이번 조사를 통해

의외로 많은 곳에서 태극기를 이용한 것들을 찾아 볼 수 있었는데 그 대부분이 태극기를 그대로 표현하고 있었다. 태극기 또한 앞에서 분류한 방법으로 4종류로 나누어 분석해 보고자 한다.

첫째 태극기를 그대로 표현한 것으로, 태극기의 형태는 그대로 유지 하면서 제품이나 광고에 활용한 것이다. 광고에서 특색있는 것은 애국 슬로건과 함께 사용되어진 것을 알 수 있다. 그러나 거의 대부분이 태극기를 그대로 광고나 제품에 옮겨 놓은 듯한 인상을 준다. 예로서 (주)레터테크에서 가방마다 태극기가 그려진 열쇠고리 달기 캠페인으로 썸지, 아이작, 놉 등 자사 가방을 구입하는 이들에게 태극기 열쇠고리 선물했다.

그외 제품으로 양말, 버튼 등이 있는데 그 중에서도 삭스탑에서 나오는 양말은 양말목 부분에 태극기를 형태 그대로 그려 넣어 표현했다.

이외에는 광고가 주류를 이루고 있었는데 의류메이커인 잠뱅이가 “잠뱅이의 나라꺼안기”라는 슬로건과 함께 태극기를 그려넣는 스은이들의 모습을 표현한 포스터가 눈에 띄었고, 뱅뱅 또한 청바지 뒷부분에 자사상표와 나란히 태극기를 부착시켜 “우리 JEAN의 자존심 로열티 없는 뱅뱅이 지킵니다”라는 슬로건과 함께 한국제품임을 강조하며 표현하였다. “빼앗긴 들에도 봄은 오는가”의 광고대행사 워드컴의 포스터를 비롯해 썸지의 “나라를 위해 무엇을 할 수 있을까”, “태극기 앞에 당당하다”의 아디다스, “가슴에 태극기를 보면 힘이 솟는 사람들” 이라는 삼성의 포스터, “로얄티를 지불하지 않는다”라는 롯데리아 등의 포스터가 태극기와 애국 슬로건으로 소비자들의 시선을 붙잡고 있다. LG패션의 태극기를 활용한 디스플레이, 정부수립 50주년 기념 스틱커 “다시뛰자”도 시대의 흐름에 따라

나온 것이다.

포스터 다음으로는 신문광고가 많았는데 스포츠 용품 회사 르까프, 에이스 침대, 이튼스쿨 아동복 등에서도 태극기를 제품과 함께 사용하거나 배경으로 하여 표현하였다.

두번째 태극기의 외형만 변형시킨 것으로는 태극기의 형태가 바람에 날리는 표현이 대부분이고 국기의 외형이 원이나 사각으로 바꾸어 표현한 태극기 버튼, 핸드폰줄, 이름표 등이 있었다. 간혹 상품판매를 목적으로 일러스트가 그려진 엽서위에 태극기를 역지로 한쪽 귀퉁이에 삽입시킨 것도 보인다.

대부분 신문광고나 스틱커로서 제품과의 접목은 거의 없는 편이다.

신문광고에 있어서 공익광고의 “다시뛰자 코리아!”, 프로스펙스의 “아직도 외국상표를 선호하고 계십니까?”, 파로마 가구의 “IMF 이겨내는 한국인의 힘” 등으로 저마다 애국 슬로건과 태극기를 앞세우고 있다.

세번째로는 태극기의 구성요소인 태극과 4괘를 자유롭게 배치시킨 것으로서 가장 많은 활용도를 보여주고 있다. 그 종류 및 표현방법도 다양하여 디자인적으로도 세련된 태극기의 표현 가능성을 나타내고 있다. 이 경우에도 포스터, 신문광고 등이 주류를 이루고 있고 제품으로는 버튼, 열쇠고리, 양말, 노트, 이름표 등 미약한 형편이다.

여기에서는 다시 3종류로 나누어 볼 수 있다. 그 하나는 태극만 사용한 경우로 그 예가 가장 많았다. 이것 또한 제품보다 광고가 주류를 이루고 있으며 표현 방법도 태극 모양을 그대로 사용한 것, 태극속에 문자나 일러스트를 복합시킨 것, 심볼로 사용한 것 등으로 경우에 따라 패턴으로 단독 또는 연속으로 나열하여 버튼 등에 사용하기도 했다.

스포츠용품 회사 HEAD와 아디다스, 그리고 코코스 음식점의 스틱커, 버튼 등이 있고 신문광고에 있어서는 오스람 삼파장 전구에 태극띠를, 컴마을에서는 우리 전통갓에다 태극띠를, 귀족 신발에서는 신발에다 태극띠를 각각의 슬로건과 함께 표현하였다.

그외에도 잡지광고, 정치광고에 태극을 배경 또는 우리의 상징으로 사용하였다. 심볼로서는 대한항공심볼, 펄시콜라 심볼 등에 사용되었고 2002년 월드컵 심볼에서도 볼 수 있다.

다음은 4괘만을 사용한 것으로 제과점 파리바게뜨에서는 4괘의 선을 부드럽게 묘사하여 슬로건과 함께 표현하였고 폴라 화장품은 달리와 4괘를 혼용하여 “1\$ 새지 않는 화장품” 이라는 슬로건과 함께 신문광고로 사용하였다.

태극과 4괘를 혼용한 제품으로 삭스탑 양말에서 나름대로 태극기의 이미지를 재 해석하여 4괘를 줄무늬로 하고 태극을 그 중간에 넣어 태극기의 응용 가능성을 보여 주기도 했다.

그외 현대자동차 아토스 소형차 홍보용 노트, 버튼, 열쇠고리 등에서 찾아 볼 수 있었다. 그리고 해태음료의 신문광고, 카펠로피자의 포스터 등이 있다.

그중 특히, 버튼의 종류가 가장 디자인이 다양하였고 표현도 태극과 4괘를 자유롭게 배치하고 일러스트와도 혼용하여 디자인적인 변화의 가능성을 보여주었다. 그러나 우리나라에서는 태극기를 이용한 이러한 시도가 이제 시작에 불과하기 때문에 여러 가지로 미흡한 점을 느낄 수 있었다.

마지막으로 태극기의 이미지만을 나타낸 경우이다. 태극기의 형태는 없으나 누가보아도 태극기를 활용한 것이라는 인상을 받게 한다는 것은 지극히 어려운 일이다. 앞으로 많은 연구가 필요하고 태극기의 활용도



미비한 현실이므로 그 예는 극히 드물었다.

이에 대표적인 것으로는 월드컵 축구단과 응원단 붉은악마의 유니폼을 들 수 있다. 얼마전 한일전때에는 T-셔츠가 동이났다. 그나마 많은 사람들의 호응을 받은 것이라 할 수 있다. 태극의 S자 곡선을 옆으로 길게 늘여서 표현한 것이다. 이와 비슷한 표현으로 스포츠 용품 르까프와 롯데리아에서 응용하여 현수막으로 사용하였다.

그외 통신판매회사인 황소의 눈에서의 신문광고 일러스트로 의인화된 태극의 모습은 그중 인상적이었다. 의류회사 슈퍼리어 신문광고에서는 옷으로 태극의 형태를 만들어 표현했고, 광고정보 잡지표지와 서울 뼈 뼈 015 아나바다 운동 포스터는 태극 이미지를 부분적으로 사용하는 방법으로 표현했다.

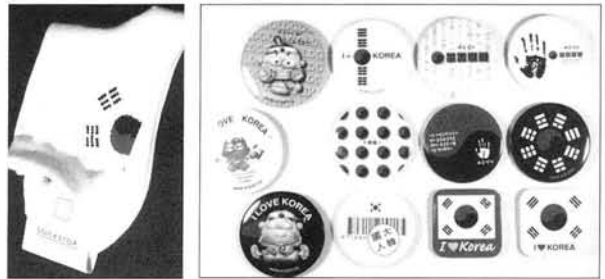
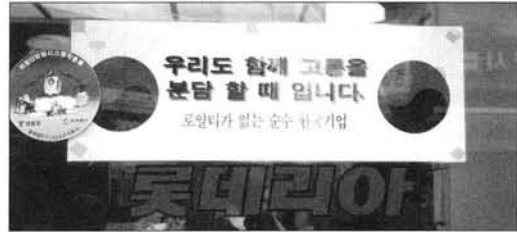
살펴본 바와 같이 태극기는 제품보다 기업광고에 많이 쓰였음을 알 수 있었다. 그리고, 표현방법도 거의 대부분이 그대로 적용하는 단순함을 보여주었고 디자인적인 변화도 부족하였다.

앞서 살펴본 미국의 성조기나 영국의 유니온 잭과 비교한다면 태극기를 소재로 한 다양한 상품개발이 절실히 필요한 실정이다. 그리고 형태나 디자인 적인 측면에서도 많은 연구가 필요하다 하겠다.

IMF라는 오늘날의 특별한 상황으로 인한 태극기의 보급은 아직 시작에 불과한 것이다. 외국의 경우 우리보다 훨씬 이전부터 국기를 생활속에 깊이 침투시켜 여러곳에 다양하게 사용해오고 있음을 우리는 이 연구



를 통해 다시한번 확인 할 수 있었다.



이에 우리는 한국인임을 상징하는 태극기의 이미지를 현대적으로 재구성하여 아름다움과 긍지를 심어주고 보편적인 생활상품으로 대중화 시키는데 노력해야 할 것이다.

### 3. 태극기를 소재로 한 디자인 개발 방향

우리나라 국기의 상징은 태극이다. 타 국가의 국기와는 달리 이 태극에는 무한한 철학적 의미가 내포되어 있다. 현재 태극기의 활용도는 지극히 미약한 편이며, 국가를 대표하는 의미로 변형없이 그대로 사용하고 있는 실정이다. 태극기의 활용을 위해서 먼저 성조기와 유니온 잭의 활용도를 살펴보았고 태극기에 대해서도 알아보았다.

앞서 살펴본 바와 같이 미국의 성조기와 영국의 유니온 잭의 활용은 다양하고 폭넓게 사용되었고 국기라는 개념보다 하나의 생활패턴으로서 응용도가 무한함을

알 수 있었다. 이에 반해 태극기의 활용은 지극히 제한되어 있었고 개발된 상품의 종류도 빈약하였다.

디자인적인 측면에서도 그대로 적용된 태극기와는 달리 다양한 방법으로 응용되어 세련된 조형미를 보여주었다.

우리도 태극기를 우리문화 실정에 맞게 디자인하고 실생활용품으로 개발하여 생활속의 태극기 문화를 만들어야 하겠다.

지금까지 고찰하여 얻은 디자인적 요소를 다음과 같은 새로운 개발 방향으로 찾아내었다.

\* 태극기를 소재로한 디자인 개발방향

1. 누구나 쉽게 그리고 널리 사용할수 있도록 디자인을 시도 한다.
2. 태극기의 구성요소별 특징을 해석하여 형태를 분리, 조합, 외곡 등의 디자인 원리에 응용하는 방법을 시도한다.
3. 구성요소인 태극과 4괘를 현대감각으로 재해석하여 디자인 한다.
4. 태극기가 지니고 있는 의미를 과거 우리문화 전통에 쓰인 태극문양의 활용사례를 연구하여 보다 한국적인 이미지를 표현한다.

이상으로 태극기의 디자인 개발방향을 연구하는 입장에서 미국의 성조기나 영국의 유니온 잭처럼 생활속에 필요한 모든 곳에서 한국인으로서의 긍지와 자부심을 느낄 수 있는 다양한 디자인 개발의 필요성을 논하였다.

그리고 과거 태극기에 대한 고정관념에서 탈피하여 보다 세련된 디자인으로 실생활용품에 적용하고자하는 마음과, 온국민이 일상생활 속에서 애용하고 자부심과

긍지를 가질 수 있는 상품으로 개발하는 기초자료로 하고자 한다.

나아가서는 관광상품으로 개발하여 시대에 어울리는 인터넷 홍보와 판매로 국가 수익도 높이고 외국인도 선호할 수 있는 세계적인 상품으로 발전시켜야 할 것이다.

### III. 결 론

지금까지 국가 상징물 태극기의 유래와 변천과정에 대해서 특히 IMF 시대를 맞아 애국운동과 함께 새롭게 등장한 태극기를 소재로한 생활용품에 대한 디자인 활용사례를 조사하여 보았다.

그리고 이미 잘 개발되어 있는 미국의 성조기와 영국의 유니온 잭을 활용한 상품과 비교분석하여 우리의 문제점을 찾고자 하였다. 비록 이전에는 태극기가 제한된 용도로서 쓰여지긴 하였으나 요즘 시대의 요구에 따라 자연스럽게 실생활용품으로 개발되고 있는 실정이나 아직 시작단계에 불과하여 미약한 상태이다.

이에 본 연구는 태극기를 소재로 한 다양한 상품개발을 위해 현재 개발된 상품에 대한 디자인적인 측면에서의 문제점과 그 원인을 진단하여 우리민족의 시각적 상징물인 태극기가 국기로서의 경쟁력을 가지고 온국민이 우리상품에 대한 믿음과 애용도를 높일 수 있는 디자인적 기초자료와 그 활용방안을 제시하고자 했다.

조사하여 얻은 결론은 다음과 같다.

1. 국가가 가지고 있는 형태의 변화에 따라 디자인과 이미지가 다양해졌다.



2. 국기 고유의 색을 변형한 예는 극히 드물었으나 색이 변형될 때에는 국기의 이미지가 저하되었다.

3. 성조기나 유니온 잭의 경우는 일상 생활상품에서부터 다양하게 상품개발에 적용되었으나 태극기의 경우는 제품보다 광고가 주류를 이루었다.

4. 디자인적인 측면에서 성조기나 유니온 잭의 다양하고 세련된 디자인에 비해 태극기는 거의 대부분이 형태 그대로 상품에 부착시키는 변화 없는 디자인을 보여주었다.

5. 성조기나 유니온 잭이 생활 깊숙히 활용되고 있는데 비해 태극기는 이제 시작단계에 불과 했다.

따라서 태극기를 소재로 한 활용방안으로서 형태나 배치에 있어서 단순하면서 친근미가 있는 그러면서도 한국적인 분위기를 위한 디자인으로된 기본 단위문양(Unit)을 개발하여 이를 응용한 상품개발이 필요하다고 하겠다.

아직은 태극기가 우리 생활속에 스며들지 얼마되지 않았지만, 디자인적으로 다양하게 응용되고 상품으로도 개발되어 실생활속에 또 하나의 문화로 꽃피울 수 있게되기를 기대한다.

끝으로 이를 위해 지속적인 디자인 연구로 현대감각에 어울리고 세계가 공유할 수 있는 우리만의 독특한 심볼로 발전시킬 수 있도록 노력해야 할 것이다.

## 참고문헌

김춘일·박남희(1991). 조형의 기초와 분석. 서울 : 미진사.

백광하(1965). 태극기. 서울 : 한국수리 연구원.

백문섭(1991). 올바른 태극기 해설. 서울 : 한국윤리위원회.

신지식(1997). 색채표현. 서울 : 조형사.

이대일(1992). 조형의 원리. 서울 : 미진사.

정연중(1996). 한글은 단군이 만들었다. 서울 : 조이정 인터내셔널.

강정원(1997.12). "태극기 표준색도 지정". 월간 디자인.

방영주(1985). "조선조 태극문양연구". 석사학위논문. 홍익대학교 산업미술대학원.

이성구(1998. 4.2). "태극기 한국이미지 캐릭터로 자리잡다". 디자인신문.

정희종(1980). "한국의 태극 Symbol에 관한 고찰". 석사학위논문. 한양대학교 대학원.

최미현(1994). "태극문양의 조형적 구조에 관한 연구". 석사학위논문, 조선대학교 대학원.

한종인(1991). "국가 절대 상징표상으로서 태극기에 관한 연구". 석사학위논문. 홍익대학교 산업미술 대학원.

<http://www.ideart.com/htdocs/1105.html>

<http://www.otomix.com/catalog/fitness/500stspants.html>

<http://www.pazsaz.com/oapamer/html>

<http://www.visitbritain.com/frameset.html>

Journal  
Korea Society  
of Visual Design  
Forum