문화상품으로서 토트 가방에 나타난 문화정체성과 디자인 개발 -한복의 모티브를 중심으로-

정다울 · 김태은 · 방하은 · 조선형 · 김민자[†]

서울대학교 의류학과/서울대학교 생활과학연구소

The Cultural Identity Found in Tote Bags as a Cultural Product and the a Development of a Design -Focused on Hanbok Motifs-

Dawool Jung · Tae-eun Kim · Haeun Bang · Sunhyung Cho · Minja Kim[†]

Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University/
Research Institute of Home Ecology, Seoul National University

접수일(2014년 3월 28일), 수정일(2014년 5월 24일), 게재확정일(2014년 6월 9일)

Abstract

A bag is a daily article carried in one's hand or on one's shoulder for things as well as a fashion item. The functions of a bag were derived to include portability, decorativeness, brand identity, message communicability and cultural identity. Souvenir bags sold at a gallery or a museum are goods to maximize the cultural identity of a bag based on national emblems, exhibitions and characters as design motifs. Based on the typological analysis of souvenir bags showing cultural identity, this study developed a design with a motif of Hanbok from Korean traditional cultural content to develop a tote bag design that reveals Korean cultural identity. Under a traditional Hanbok motif colors, sizes and patterns were reinterpreted in a modern perspective. For such a research purpose, 8 kinds of tote bags were developed. A tote bag design that reflects Korean cultural identity will contribute to raising the potential to develop cultural goods that are modern, popular and differentiated in the global market.

Key words: Cultural identity, Cultural product, Hanbok, Korean image, Bags; 문화정체성, 문화상품, 한복, 한국적 이미지, 가방

I. 서 론

2012년 사이의 ‘강남스타일’에 대한 전 세계적 열풍으로 급증된 한국에 대한 관심은 우리문화에 대한 관심으로 이어지고 있다. 세계화로 인한 서구 중심의 획일적

인 문화, 예술, 사고에 대한 반작용으로 제3세계는 문화 정체성에 대하여 인식하기 시작하였고, 우리도 한국적인 문화정체성을 어떻게 표현할 것인가에 관한 논의가 필요한 시점이다. 문화정체성은 특정 집단의 과거 역사적 경험이나 지리적 근접성, 미래에 대한 공동목표 등에 의해 구성되며, 그 집단 성원들에게 문화적 동질성과 독자성, 그리고 현실이해에 대한 공통의 지침을 제공한다(Kim, 2004). 싸이는 서구적인 음악과 패션을 차용하였지만, 그 속에 우리의 고유 정체성인 해학과 흥을 담아 새로운 이

[†]Corresponding author

E-mail: mjk6847@snu.ac.kr

본 연구는 한국연구재단의 재원으로 추진된 ‘BK21 플러스’ 사업의 일부 지원을 받아 수행되었습니다.

미지를 재창조하였다. 이처럼 한국적 문화 정체성을 위해서는 전통 문화를 그대로 전수하는 것이 아니라, 서구의 보편적 문화를 적극적으로 수용하면서 우리의 정체성이 드러나는 문화를 창조해야 한다.

문화로부터 자유로운 세계적 디자인은 존재하지 않는다(Yun, 2013)는 측면에서 모든 디자인은 문화적 맥락을 내포하고 있다. 그러나 국내에서는 급격한 서구화라는 특수한 상황으로 인해 패션의 문화정체성에 대한 연구 및 응용이 부족한 실정이다. 국내에서도 이런 점을 자각하고 문화정체성 확립 및 전통의 현대화 방법을 위해 정부 차원의 움직임이 일어나고 있다. 2005년 문화관광부는 한국의 대표적인 전통 문화콘텐츠 6개 분야(한국어, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국학)를 선정하고, 이 중에 한복의 생활화, 산업화, 글로벌화를 중점적으로 논의하였다.

가방(Bag)은 ‘물건을 넣어 들거나 메고 다닐 수 있게 만든 용구’(National Academy of the Korean Language, 1999)로 그 어원을 살펴보면 네덜란드어 카바스(Kabas)와 프랑스어 카바(Cabas) 또는 중국의 지아반(夾板, Jia-ban)과 카반(Kiaban)에서 와전되거나 유래되었다고 한다. 영어의 ‘Bag’은 ‘부(富)’라는 의미도 있는데, 이는 식량의 보관을 위한 자루의 의미로 자루를 많이 지닐수록 부유해진다는 점에서 유래되었다(Jeon, 2005). 현대에 토탈 코디네이션이 중요해진 이후에 가방은 단순한 수납의 기능뿐 아니라, 패션의 아이템으로써 평가되고 있다. 연예인 및 유명 정치인이 착용한 가방이 화제거리가 되어 매진되는 등 가방에 대한 대중의 관심은 점차 증가하고 있다. 이처럼 가방은 주머니의 형태에서 발전하여 현대 패션에서 다양한 디자인으로 많은 사회적 의미를 지니고 있다.

이에 본 연구에서는 한국을 연상시키는 대표적인 문화 콘텐츠 중, ‘한복’을 모티브로 선정하여 토트(Tote) 가방 디자인을 개발하고자 한다. 본 연구의 현대적 기법을 응용한 전통적 이미지의 재해석은 문화정체성이 담긴 디자인적 요소의 접목을 통해 이를 차별화, 대중화시키고 일상화시킬 수 있다는 의의를 제공할 것으로 기대된다.

본 연구는 문헌연구와 실증연구로 진행하고자 한다. 첫째, 문헌연구를 통해 서구 가방의 사적 고찰과 기능을 분석하고, 한국적 문화정체성을 찾기 위해 조선 시대의 가방의 역사와 기능을 살펴본다. 둘째, 이를 바탕으로 한 실증적 연구로서 한국의 문화정체성이 드러나는 가방 디자인을 전개하여 실제로 작품 제작을 진행하였다.

II. 가방의 사적 고찰과 기능

가방의 기원이 서양에서 시작되기는 하였으나, 예로부터 한국에도 가방의 역할을 하는 장신구가 존재하였다. 본 장에서는 서양과 한국을 중심으로 가방에 대하여 사적 흐름을 고찰하고 기능을 살펴보고자 한다. 특히, 한국 가방의 역사는 삼국 시대부터 근대 계몽기에 이르기까지 시대별로 살펴보고자 한다. 사적 고찰을 통해 한국의 전통 가방이 갖는 조형적 특징과 착용 형태를 알아보고 서양 가방의 역사와 비교 연구할 것이다. 이는 한국의 문화정체성이 담긴 가방 디자인의 개발에 앞서 한국 전통의 문화정체성을 도출하기 위함이다.

1. 가방의 사적 고찰

1) 서양

가방이 어떻게 생겨난 것인지 그 기원에 관해서는 학자들마다 다른 입장을 가지고 있는데, 대체로 지갑이나 주머니 형태에서 발전된 것으로 보고 있다. 인류의 가장 오래된 가방은 기원전 3,300여 년 전 빙하 시대(Ice Age) 동상의 유물에서 발견된 가죽 파우치와 벨트 파우치로 볼 수 있다(Higgins & Blaser (as cited in Jang, 2009)). 가방의 원형과 가장 유사한 형태를 가진 것은 기원전 9세기 아시리아 고대 유적에 부조된 날개 달린 신상(神像)의 손에 들려 있던 사각형 가방을 최초의 것으로 추측하고 있다(Chung & Kim, 2001). 그리스 시대에는 성인 남녀 모두 속이 비어 있는 금난인 불라(Bulla)를 펜던트처럼 목에 걸어 사용하였다(Fig. 1). 귀족이나 왕족이 사용하는 작은 가방 외에도 서민과 상인들은 생업이나 여행을 위한 큰 가방을 사용하였다. 대표적인 예는 살시오(Sarcina)로 로마의 병사들이 행군 때 대강 짠 나무틀에 휴대할 짐을 매달고 다녔으며, 병사 개인의 식량이나 귀중품을 휴대하기 위해 만든 가죽 가방인 로쿠스(Loculus)는 일상생활에서도 주로 사용된 것으로 추측된다(Kang, 2011).

중세에 들어 가방은 패션 액세서리의 일종으로 장식성과 신분 상징성을 강하게 나타내었다. 초기에는 자루 모양의 가죽 주머니인 파우치(Pouch)가 다양한 크기로 사용되었고, 십자군 원정의 영향으로 일상용구, 칼, 화살 등 수렵에 필요한 장신구를 허리에 차고 다니는 엘모너(Almoner)<Fig. 2>가 애용되었다(Jang, 2009). 엘모너는 성별과 신분의 구별 없이 사용되었으며 장식성이 매우 강하여 오늘날 가방의 모체로 불린다.

16세기 말에 들어 남성복 내에 주머니가 부착됨으로써 남성용 주머니는 쓰이지 않게 되었으나, 여성들은 장식성과 실용성을 겸비한 다양한 형태의 휴대용 주머니를 사용하였다. 16세기 초까지 여성들은 원피스 형태의 로브(Robe)를 입고 가죽, 벨벳, 새틴 등으로 만들어진 파우치를 끈으로 매 허리에 착용하였으며, 16세기 말부터 17세기 초에는 풍성한 스커트의 주름 속에 작은 가방을 긴 태슬(Tassel) 끝에 매달거나 평평한 주머니인 “타이포켓(Tie pocket)”을 숨겨서 다녔다. 이 외에도 샤퉴레인(Chatelaine)이라고 하는 허리에 매는 장식 형태의 지갑을 사용하기 시작했으며, 이것은 체인에 고리가 달려 있어 열쇠, 칼집, 바느질 용품 같은 필요한 물품을 매달 수 있게 만든 것으로 실용적 액세서리임은 물론 사회적 신분을 나타내는 장신구였다(Lee, 2008).

18세기 말 여성복에서 리넨과 같은 얇은 소재를 사용하고 날씬한 실루엣을 가진 엠파이어 스타일(Empire style)의 유행으로 포켓 주머니를 사용할 수 없게 되자 개인 소지품을 들고 다니기 위한 핸드백이 개발되었다. 초기의 손지갑은 직물로 만들어져, 자수, 비즈, 레이스로 장식되었으며 이를 레티쿨(Reticule)이라 불렀다(Fig. 3).

가죽으로 된 가방은 고대부터 사용되어왔으나 19세기 교통수단의 발달로 기차나 배를 통한 여행의 증가를 초래했고 이에 따라 크고 튼튼한 여행용 가방을 주로 가죽으로 제작하였다.

20세기 이후 여성의 사회 진출이 활발해 지고, 사용 가능한 재료가 다양화되는 급속한 변화로 상황에 맞는 다양한 가방이 대량생산 되었으며, 물건을 수납하기 위한 기능성 외에 장식성을 가지고 빠르게 변화하는 유행의 필수품이 되었다. 상류계급은 장식에 치중된 작은 사이즈의 가방에 치중했고, 직업여성들은 솔더백과 같은 보다 활동적이고 편리한 가방을 사용하였다. 1920년대에 플래퍼(Flapper)들의 담배와 화장품 사용이 늘어남에 따라 셀룰로이드라는 새로운 재료로 만든 화장품 가방이 다양한 형태로 등장하였으며 이 가방에는 거울, 립스틱, 분첩, 향수병과 동전지갑 등이 들어감(Lee, 2008) 이브닝드레스와 함께 착용되었다. 이 외에도 플라스틱의 등장으로 전기 절연체로 사용된 베이클라이트(Bakelite)를 핸드백 테나 가방 전체에 사용하여 제작하였다.

1930년대는 성인풍의 여성스럽고 멋지게 재단된 투피스와 어울리는 작은 봉투모양의 포세트(Pochettes)가 유행하였다. 이 시기에는 토탈 코디네이션의 중요성이 인식되어 엘자 스키타파렐리(Elsa Schiaparelli), 에밀 에르메스(Emile Hermes) 등의 많은 패션 디자이너들이 가

방 디자인에 참여하기 시작하였고 화려한 기하학 스타일, 비드백(Bead bag), 자수백부터 크고 실용적인 가방이 공존하였다(Jang, 2009). 또한 가죽산업의 기술발전에 따라 악어, 뱀, 타조와 같은 다양한 가죽들이 화려한 색상으로 사용되었고 화학섬유산업의 혁신으로 에나멜 가죽, 방수 PVC, 비닐, 합성수지 등의 현대적인 재료를 사용한 가방<Fig. 5>이 새롭게 제작되었다.

20세기 후반에 들어서는 토탈 패션의 개념이 더욱 중시되고 다양해진 라이프스타일을 토대로 개인의 개성을 존중하여 실용성과 기능성, 실험성과 다양성이 돋보이는 디자인의 가방들이 등장하였다. 또한 가방의 로고나 디자인을 통해 사람의 직업이나 경제적인 지위를 가늠하는 단서가 되어 사회적 지위를 나타내기도 하며, 자신의 삶과 가치를 표현하는 수단으로 활용되고 있다.

역사적으로 서양 가방에 대해 고찰해본 결과 처음에는 작은 크기의 주머니로 시작했으나, 시대의 변화에 따라 장식성에서 수납과 운반과 같은 기능성이 중요해지며 크기가 커진 것을 알 수 있다. 또한 산업기술의 발전에 따라 다양한 신소재들을 사용하여 새로움을 추구해 온 것으로 보인다.

2) 한국

한국 전통 복식인 한복에는 물건을 넣고 다닐 수 있는 주머니가 없다. 이로 인해 예로부터 선조들은 따로 주머니를 만들어 사용하였고 이는 실용성과 더불어 장식성을 겸비한 복식의 일부로 여겨졌다. <삼국유사>에 의하면 경덕왕조 시기에 “왕이 돌날부터 왕위에 오를 때까지 항상 부녀의 짓을 하여 금낭(錦囊) 차기를 좋아하였다”라는 기록이 나타난다. 또한 <고려도경(高麗圖經)>의 부인조를 보면 “고려 귀가(貴家) 부녀자들은... 감람늑건(橄欖勒巾)에 채조(采條)로 금탁(金鐸)을 달고 금향낭(錦香囊)을 찻는데 많은 것을 귀히 여겼다”라는 기록이 있다. 이를 통해 삼국 시대와 고려 시대에는 별다른 가방의 형태가 없이 주머니를 즐겨 착용했음을 알 수 있다(Park and Lee (as cited in Kang, 2011)). 조선 시대는 삼국 시대나 고려 시대보다 다양한 형태의 가방이 등장하였다. 당시의 문헌들을 통해 가방이 형태, 재질, 착용 방식, 기능, 담기는 물건 등에 따라 다양하게 분류되고 불렸음을 확인할 수 있다(Kang, 2011). 형태에 따라 분류된 조선 시대 가방의 모양, 소재, 역할, 착용자, 특징 등을 살펴보고자 한다.

보자기는 네모난 방형(方形)의 천에 물건을 넣고 감싸듯 모서리를 모아 매듭을 진 형태의 가방이다. 홀보, 겹

보, 솜보, 납보, 수보, 조각보 등의 다양한 종류가 있으며, 소재는 주로 면이나 마를 사용한다. 선물을 포장하거나 집안에서 물건을 보관할 때, 외출과 여행을 갈 때 사용되었다. 대개 상인들이 착용한 것을 확인할 수 있으나 시종과 기생부터 궁중에 이르기까지 다양하게 착용되었다. 형태가 단순하고, 제작이 용이하여 일상생활 전반에 널리 쓰였다는 것과, 만드는 사람과 담아내는 물건에 따라 형태가 자유롭게 변형한다는 특징이 있다.

자루는 길고 큰 주머니 형태로 주머니와는 달리 입구를 오므리지 않는 형태를 갖기도 한다. 포대, 지대, 피대, 견대, 전대와 대련 등이 있고 이름을 통해 재료를 알 수 있다. 소재는 견, 가죽, 포목, 짚, 풀, 종이 등이며, 역시 물건의 포장, 저장, 운반 등으로 사용되었고, 문서를 담아두는 종이봉투나 지갑의 역할을 하기도 하였다. 크기가 큰 물건을 담을 때 사용한 점과 뿔뿔을 만들어 등에 지거나 어깨에 뻗는 점, 또 특정한 장식이 일정하게 나타났다는 점이 특징이다.

상자는 네모난 그릇 형태이며 주로 덮개가 함께 달려 있어 일종의 서양식 트렁크와 같다고 볼 수 있다. 가죽, 나무, 종이 등으로 만들어지고, 여러 가지 다양한 물건을 담아 보관하는 가구의 역할뿐만 아니라 외출이나 여행 시에도 사용하였다. 또한 조선 시대 선비들의 책가방으로도 사용된 기록을 찾을 수 있다. 계층에 상관없이 서민과 양반 모두 두루 착용했고, 외출 시에는 끈을 달아서 어깨에 메는 형태로 착용되었다.

주머니는 입구에 주름을 잡아 막는 형태로 앞서 밝힌 바와 같이 서양의 주머니와는 달리 옷에 일부가 아닌 따로 착용하는 장신구의 형태로 남녀노소를 막론하고 계층에 상관없이 다양하게 착용되었다. 주머니는 분류의 방법이 매우 다양한데, 크게 모양에 따라 둥근 모양의 ‘두루주머니’ <Fig. 4>인 염낭과 각진 형태의 ‘귀주머니’인 각낭으로 나뉜다. 주로 견, 무명, 가죽 등으로 만들며, 큰 물건보다는 수저, 붓, 바늘과 같이 작은 물건을 보관할 때 사용되었다. 여성들은 향을 넣어 차는 향낭과 같이 장식을 목적으로 하는 주머니를 착용하기도 하였다. 주머니에 놓인 다양한 형태의 자수는 악귀를 물리치고 복을 기원하는 의미를 담고 있다.

조선 시대 이후 근대 계몽기는 전통 양식의 지속과 변화가 동시에 일어난 시기이다. 이전에 사용되던 보자기나 붓짐의 형태는 그대로 유지가 되었고, 짚으로 만든 가방은 바구니 이외에도 망태가 꾸준히 사용되었으나 사당패의 영향으로 승냥·걸냥이 등과 같은 새로운 가방이 등장하였다. 또한 계급과 직업에 따라 이전보다

다양한 형태의 가방의 나타나기 시작했다. 한국에 최초로 서구식의 신식 가방이 소개된 것은 서양 선교사와 외국 대사 등이 사용한 트렁크 <Fig. 6>에서 비롯되었다. 또한 근대 교육기관의 도입과 함께 학생들의 의복도 양복화되며 가족으로 만든 혁포(革)가 생겨났다. 사회·문화·경제 전반에 일어난 변화와 발전은 가방을 점차 오늘날의 현대적인 형태로 발전시켜 나갔다.

<Table 1>은 서양과 한국에 나타난 가방의 사적 고찰을 정리한 표이다.

2. 가방의 기능

앞에서 고찰한 바에 의하면 가방은 다양한 기능을 지고 있다. 가방의 휴대성, 장식성, 브랜드 정체성, 메시지 전달성, 문화정체성의 기능을 살펴본다.

1) 휴대성

가방의 내용물은 시대에 따라 변화하여도, 기본적으로 가방은 휴대용 목적을 바탕으로 하고 있다. 18세기 말 프랑스에서는 의복에 포켓이 없었기 때문에 돈이나, 개인 물건을 넣고 다니는 용도로 주머니를 들고 다녔다. 예를 들어, 남성들은 카드놀이를 할 때 도박 칩(Gambling chips)이나 동전을 넣어서 쓰는 용도로 작은 주머니를 휴대하고 다녔다. 이 주머니는 현재 핸드백의 원형이다. 20세기 이후, 여성들의 사회 활동이 증가하자 여성들은 휴대품을 소지하기 위한 목적으로 가방을 착용하기도 했다. 현대에는 내용물의 목적과 크기에 따라 더욱 세분화된 가방 디자인이 등장하고 있다.

2) 장식성

가방은 의복처럼 항상 휴대해야 하는 아이템으로 자리 잡으면서 심미적 용도로 사용되기도 한다. 18세기 여성들은 주머니 형식의 가방에 자수를 넣거나 술을 달아서 장식하였다. 작은 가방 형태의 주머니가 일상적인 생활 용품으로 사용된 것이지만, 관능적이고 화려하며 섬세함이 지배적이었던 당시의 사회적 분위기로 보아 장식적인 용도가 크게 반영된 것이다(Lee & Kang, 2009). 이런 장식적 기능으로 인해 가방은 의복의 보조적 수단에 그치지 않고 유행의 필수 아이템으로 활용되기도 한다. 1930년대 이후, 토탈 코디네이션이 중요해지면서 가방의 장식성은 더욱 부각되었다. 엘자 스키아파렐리, 에밀 에르메스 등의 많은 패션 디자이너들도 이런 가방의 장식성을 인식하고 가방 디자인에 참여했다. 20세기 이

Table 1. Historical study on bags in the West and Korea

Period	The West	Period	Korea
Ancient	<ul style="list-style-type: none"> - The emergence of the original form of a Western bag - Development of a purse or pocket type - Bulla, Sarcina, Loculus 	Three Kingdom period	<ul style="list-style-type: none"> - Hanbok does not have any pockets; therefore, it should be worn with pockets around the wearer's waist or chest that can hold money or belongings. - The Heritage of the Three States: "King Gyeongdeok of Silla used to act like a woman and wear a silk bag (pocket) until his coronation."
	<p>Fig. 1. Bulla (5th century BC). From Bulla. (2014). http://en.wikipedia.org/</p>		
Middle Ages	<ul style="list-style-type: none"> - Became a fashion accessory and enhanced decorativeness & status symbolism - Almoner, Pouch 	Goryeo (Korea) Dynasty	<ul style="list-style-type: none"> - Literature indicates that the use of pocket was more than the Three Kingdom period - Goryeo Dogyeong (高麗圖經): "Noble women of Goryeo... wore a belt with golden bells and a golden incense pouch..."
	<p>Fig. 2. Almoner (n.d). From Warner. (2006). p. 20.</p>		
16-18C	<ul style="list-style-type: none"> - A portable women's pocket developed due to the appearance of men's pocket in the 16C - Having both practicality and decorative characteristics - The original form of handbag appeared in the late 18C - Chatelaine, tie pocket, reticule 	Joseon Dynasty	<ul style="list-style-type: none"> - Bojagi (Korean wrapping cloth), pocket, sack, and box ⇒ appearance of various kind of bags - Men wore bags rather than women - The lower classes wore bags more than noblemen - Classified by shape, way of wearing, material, inside stuff, use, and wearer - Bojagi: Bok (袱), Bo (褌), Gang (襠) - Pocket: Dae (袋), Nang (囊), Tak (囊) - Box/Basket: Sang (箱), Gab (匣), Nong (籠)
	<p>Fig. 3. Reticule (n.d.). From Kim et al. (2010). p. 305.</p>		<p>Fig. 4. Hwa-mun Duru-jumeoni (stringed purse). From 화문두루주머니 [Hwa-mun Duru-jumeoni]. (n.d.). http://www.culturecontent.com/</p>

Table 1. Continued

Period	The West	Period	Korea
19-20C	<ul style="list-style-type: none"> - Use of the term for 'handbag' in the middle of 19C ⇒ fashion necessities - The development of a bag accelerated due to the change in women's roles and status in society - Diversification of a bag design and material shape - Satchel, Letter Case, Lucite bag 	Modern Enlightenment period	<ul style="list-style-type: none"> - By inflowing modern bags, traditional Korean bags started to disappear gradually. - Common people: continue to use a traditional style of bags / upper classes: use modern bags - Various different bags by class and occupation - The first modern bag was the trunk used by Western missionaries or ambassadors
	<p>Fig. 5. Lucite bag (1950). From Lee. (2008). p. 133.</p>		<p>Fig. 6. Trunk (late 19th-20th century). From Seoul museum of history. (2003). p. 55.</p>

후, 토탈 코디네이션이 생활화되면서, 가방이 개인의 라이프스타일과 개성을 표현하는 수단처럼 사용되고 있다.

3) 브랜드 정체성

사람들은 소속집단 내 다른 사람들의 평가를 의식하며 자신의 지위를 부각시키기 위한 과시적 용도로 가방을 구매하기도 한다. 유명한 가방은 브랜드의 고유한 정서와 이미지를 담고 있기 때문에 그 가방을 구매한 소비자는 자신의 정체성과 가방 브랜드의 정체성을 동일하게 평가한다. 현대인들은 자신의 정체성과 지위를 자신이 들고 있는 가방으로 상징화시킬 수 있다고 믿기 때문에 고가의 명품 가방을 구매하기도 한다. 가방의 전시 효과 때문에, 많은 가방 브랜드가 가방 디자인에 로고를 사용한다. 브랜드 루이비통(Louis Vuitton)의 모노그램 캔버스는 로고를 사용한 최초의 상품으로, 1900년대 모조품 방지를 위해 창안한 것이었다. 그러나 현재는 루이비통의 로고는 브랜드의 상징으로 여겨져서, 자신의 신분이 브랜드와 비슷하다고 여기는 사람들이 브랜드의 로고가 새겨진 고가의 가방을 구매하는 동인이 되기도 한다.

4) 메시지 전달성

가방은 이동할 때 항상 착용하는 사물이기 때문에 가방을 들고 거리를 확보하는 사람은 작은 전광판과 같은 효과를 낸다. 그렇기 때문에 가방 전면에 메시지, 브랜드, 홍보 문구를 문자나 로고, 도형 및 그림으로 자신을 표현한다. 대표적인 예는 “I'm not a Plastic bag” 가방이

다. 이 가방은 2007년 아나 힌드마치(Anya Hindmarch)에 의해 만들어진 것인데, 비닐봉투 대신 장바구니를 들고 다니자는 환경 운동 메시지를 코튼 가방 전면에 “I'm not a Plastic bag”이란 문구로 써넣었다(“The eco-bag as fashion”, 2009).

5) 문화정체성

세계화와 다문화 시대의 흐름 속에서 현대의 많은 디자인은 문화적 시각에서 만들어지고 있다(Yun, 2013). 문화는 디자인의 이미지를 결정하는 보이지 않는 뿌리이기 때문에 문화의 경쟁력은 곧 국가나 기업의 경쟁력으로 자리매김하고 있다. 일례로, 세계의 명품 디자인은 디자인된 제품의 지역을 기재함으로 문화적 정체성을 강조하고 있다. 독일은 기술적 완벽성과 절제된 디자인으로, 이탈리아는 전위적 예술성으로, 일본은 축소 지향적 모던함으로, 미국은 대중적이고 실용적인 디자인으로 문화적 정체성을 발현시키고 있다. 이와 마찬가지로 패션 디자인에서 문화정체성은 디자인의 이미지와 경쟁력을 갖게 하는 중요한 요소이다.

이러한 맥락에서 현대 패션 디자인에서 문화정체성 표현은 중요한 의미를 지니고 있다. 토탈 코디네이션이 중요한 현대 패션에서는 옷뿐만 아니라 액세서리 및 가방이 패션의 한 축으로써 중요한 역할을 담당하고 있고, 장식적 기능 및 효과는 상하의 의복보다 더욱 크게 작용하고 있다. 현대의 디자이너들은 가방의 이러한 측면으로 이해하고 가방 디자인을 문화정체성을 드러내는

한 요소로써 활용하고 있다. 예를 들어, 필리핀 업체에서 생산하는 Bazura 핸드백은 필리핀의 전통 수공예 기법을 재활용 용품에 적용시켜 필리핀 고유의 이국적인 색감으로 재탄생시킨 가방이다. 세계적 화두인 지구 환경 보호를 실천하는 동시에, 필리핀의 전통 기법과 디자인으로 국가의 문화정체성을 구현한 가방이다.

III. 기념품 가방에 나타난 문화정체성

문화정체성은 한 사회의 구성원들이 공간적, 시각적 제약 속에서 특정한 자연 환경에 조응하며 서로 상호작용을 한 결과 얻게 된 유형, 무형의 산물들이 간직한 독자적인 속성을 의미한다(Warnier (as cited in Lee et al., 2011)). 문화정체성을 나타내기 위한 디자인은 그 문화의 사상이나 상징물을 형태나 프린트를 통해 반영한다(Kim et al., 2010). 특히나 박물관, 미술관에서 판매되는 기념품 가방은 문화정체성을 보다 극대화시킨 디자인으로 각 나라의 문화와 유물들을 모티브로 디자인을 전개하고 있다. 이는 단순한 디자인적 재미를 넘어서, 가방을 통해 나라와 단체의 문화를 알리며, 가방을 이용한 관광객 유치에 공헌하고 있다.

Lee et al.(2011)의 문화정체성 디자인 선행연구에 의하면, 디자인을 통해 나타나는 문화정체성의 표현으로는 지리적 상징물뿐 아니라 정체성을 드러내는 전시품, 가치관을 담은 언어 등이 있다. 본 장에서는 선행연구를 분석 틀로 삼아 Pes and Sharpe(2013)에서 2012년 세계 100대 박물관으로 선정된 박물관 및 미술관을 대상으로 기념품 가방을 살펴보았다. 이를 통해 분류한 기념품에 나타난 문화정체성의 유형은 <Table 2>로 나타난다.

1. 상징물

박물관과 직접적으로 연결된 이미지를 가방의 디자인 요소로 활용하는 유형이다. 박물관 건물, 로고, 해당 지역의 상징물 등을 가방에 프린트한다. 휘트니미술관(Whitney Museum)의 기념 가방은 박물관 로고에서 모티브를 얻어 디자인한 가방을 판매한다(Fig. 7). 현대 이스탄불 박물관(Modern Istanbul Museum)의 가방은 박물관 건물을 일러스트화하여 박물관을 홍보 및 기념하고 있다(Fig. 8). 세계 최대의 디자인 박물관인 빅토리아 알버트 박물관(Victoria & Albert Museum)은 박물관이 위치한 도시가 런던이라는 지역적 특수성에서 착안하여 근위병 일러스트를 가방의 디자인으로 담았다(Fig. 9).

2. 전시품

박물관의 전시품을 통해 문화정체성을 나타내기도 한다. 프랑스의 루브르 박물관(Louvre Museum)은 루브르의 대표적인 소장품인 모나리자(Mona Lisa)를 내세워 기념 가방을 만들었다(Fig. 10). 모나리자의 일부분만 빨간 가방에 프린트하여 모나리자의 신비로운 분위기를 더욱 배가시킨 디자인이다. 반 고흐 미술관(Van Gogh Museum)은 반 고흐의 작품을 가방 전면에 프린트하여 기념 가방을 디자인했다(Fig. 11). 테이트 모던 미술관(Tate Modern Museum)은 런던에 위치한 현대 미술관인데, 수많은 현대 미술 작품을 소장하고 있다. 그 중 로이 리히텐슈타인(Roy Lichtenstein) 특별전시에 선보인 팝아트 그림을 기념 가방으로 만들었다(Fig. 12). 리히텐슈타인의 작품 특유의 밝고 분명한 색감을 디자인에 반영했다.

3. 문자

문자를 활용하여 박물관의 문화정체성을 직접적으로 드러낸다. 영국 국립 초상화 미술관(National Portrait Gallery)은 영국의 상징적 인물들의 초상화를 전시하고 있는 박물관이다. 영국의 대표적인 극작가 셰익스피어(William Shakespeare)의 초상화도 전시하고 있는데, 그의 소설 <리처드 3세(Richard III)>에 나오는 유명한 대사를 그대로 가방에 프린트했다(Fig. 13). 뉴욕의 메트로폴리탄 미술관(Metropolitan Museum) 기념 가방은 박물관 이름을 타이포그래피로 옮겨서 새로운 디자인을 탄생시켰다(Fig. 14). 일본의 모리 미술관(Mori Museum)은 프라이탁(Freitag)이란 친환경 독일 브랜드와 콜라보레이션(Collaboration)하여서 지난 전시의 현수막을 가방으로 재 활용했다(Fig. 15). 쓰레기를 줄여 환경을 보호하면서도, 모리 박물관 및 지난 전시를 홍보하는 효과를 지닌다.

IV. 한국의 문화정체성을 나타내는 가방 디자인 개발

현대 문화상품에 나타난 문화정체성의 유형은 상징물, 전시품, 문자 등으로 유형화되는 것으로 나타났다. 각각의 모티브는 현대적으로 다시 구성되거나, 기호화, 이미지의 변용 등을 통해서 문화상품으로 제시되었다. 이는 국가의 문화정체성을 반영하기에 적용하기 쉽게 형태적 특성으로 채택된 것으로 보인다. 본 연구에서는 문화정체성을 나타낸 한국적 모티브를 중심으로 문화

Table 2. Memorabilia related to culture identity

Type	Case		
The symbol of museum
	Fig. 7. Whitney Museum. From Whitney New Identity Tote. (n.d.). http://www.shopwhitney.org	Fig. 8. Modern Istanbul Museum. From Zeynep Pak bez çanta [Zeynep Pak diaper bag]. (n.d.). http://www.istanbulmodernmagaza.org	Fig. 9. Victoria & Albert Museum. From Bawden 'guards' tote bag. (n.d.). http://www.vandashop.com/
The collection of exhibition
	Fig. 10. "Mona Lisa" bag of Louvre Museum. From Bag Gioconda. (n.d.). http://www.boutiquesdemusees.fr	Fig. 11. Bowling bag Almond blossom of Van Gogh Museum. From Bowling bag Almond blossom. (n.d.). http://www.vangoghmuseumshop.com	Fig. 12. Roy Lichtenstein bag of Tate Modern Museum. From Tate Modern Roy Lichtenstein tote bag. (2013). http://store.shopping.yahoo.co.jp
The Character
	Fig. 13. National Portrait Gallery. From 'A horse! A horse! My kingdom for a horse!' tote bag. (n.d.). http://www.npg.org.uk	Fig. 14. Metropolitan Museum. From The Metropolitan Museum of Art logo horizontal tote. (n.d.). http://www.houzz.com	Fig. 15. Mori Museum. From L'art pour l'art [Art for art's sake]. (2009). http://superfuture.com

상품을 개발하고자 한다. 한국의 대표적 전통 문화콘텐츠 6개(한국어, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국학) 중, 한국적 이미지를 현대적으로 해석하기 위해 한복을 모티브로 디자인을 전개하였다. 우리의 한복은 자연에 순응하기 위한 정신적인 내면이 담겨진 아름다운 복식이다. 또한 한복은 자연스러운 곡선으로 우리민족의 심성을 표현한 외형의 형태미로, 전통적 요소를 가장 시각적으로

표현하기에 적절하다(Yoo, 2005) 따라서 본 연구에서는 한복이 한국의 문화정체성을 가장 잘 나타낼 수 있다고 판단하여, 한복의 이미지를 차용한 디자인을 개발하고자 한다. 한복을 대표적으로 나타낼 수 있고, 다양한 형태를 제시하기 위해 한복의 대표적인 종류 중 선정해 색동 저고리, 배자, 조끼, 두루마기, 버선 그리고 색동을 구체적인 모티브로 정했다.

한복이 가진 고유의 독자성과 대중적 보편성으로 이끌어내고, 한국적이고 현대적인 문화상품을 개발하기 위해 전통적 모티브를 기반으로 색, 크기, 패턴을 재해석하였다. 현대적 기법을 응용한 전통적 이미지의 재해석은 문화정체성이 담긴 디자인적 요소의 접목을 통해 이를 대중화시키고 일상화시킬 수 있다는 점에서 의의를 제공한다. <Table 3>은 문화정체성이 담긴 디자인적 요소를 정리한 것이다.

1. 현대적 색상

두루마기, 배자와 색동을 팝아트적 감성이 나타나는 현대적 색상에 접목시켜 표현하였다. 디자인 전개는 현대적으로 재해석한 두루마기의 색을 통해 나타냈다. 두루마기는 우리나라의 전통적인 포(袍)의 일종으로 오늘날 남녀 모두 착용하는 외출용 겉옷이다(Geum et al., 1999). 한복으로 정장할 때에 가장 곁에 착용하는 것으로 필수로 여겨지고 있다. 한복의 대표적인 요소로서, 두루마기를 파스텔 톤의 색감을 더해 디자인하였다. 모티브로 사용된 두루마기의 디자인에는 색동과 띠, 전체적인 두루마기의 형태 등 직선적인 요소를 많이 사용했다. 이와 같은 점과 대비될 수 있도록 배경에는 부드러운 느낌의 곡선적인 작은 꽃 형태를 반복적으로 배치해 배경으로 제시했다. 특히, 손잡이 부분에 색동 프린트를 덧입혀 개발하였다(Fig. 16). 배자의 경우 앤디워홀의 색을 차용해 현대적 이미지로 재구성했다. 배자는 저고리 위에 덧입는 옷으로, 이처럼 팝아트적인 표현은 전통적 요소를 경쾌하고 친밀하게 제공할 수 있다는 점에서 디자인적 의의를 시사한다(Fig. 17). 또한 색동 모티브를 크게 반복 배치하여 심플하며 모던한 디자인을 나타내고자 하였다. 채도를 높이고 강렬한 색으로 조합한 뒤, 심플한 블랙의 컨버스 천을 통해서 한복의 모티브적인 성격을 제시했다(Fig. 18).

2. 반복과 변화

색동은 가장 한국적인 이미지를 현대적으로 기호화시킬 수 있는 요소이다. 색동은 기본적으로 홍, 황, 백, 녹, 청의 다섯 가지 색을 기본으로 삼국 시대부터 현재까지 가장 한국인의 생활과 밀접한 관계를 가지고 사용되었다. 특히 명절과 같은 경사스러운 날 색동으로 한국인의 화려함을 나타내는데 사용해왔다(Park, 2007). 색동을 반복 배치하거나, 크기의 변화를 통해 심플하면서

도 전통적 감성을 제시할 수 있는 디자인을 개발하였다. 또한 색동 저고리는 크기를 확대시켜 독특한 배치로 한복 이미지를 제시하고자 하였다. 우리나라의 고유한 이미지를 온전하게 전달하기 위해 색동 저고리를 선택했다. 하지만 기존의 이미지에서 새롭게 전달하기 위해서 크기의 변화와 토트 가방의 앞 뒤면을 동시에 사용해 새롭게 디자인을 개발했다. 특히나 고름 부분에 새로운 천을 덧대어서 입체적인 디자인을 개발하였다(Fig. 19). 두 번째 색동 시리즈는 변화와 반복을 더 많이 접목시킨 디자인이다. 색동 저고리의 색동을 확대, 변형시켜 고유한 색동 패턴을 만들었다. 이를 작거나 크게 반복시켜 심플 하면서 문화정체성을 나타낼 수 있는 디자인을 제시하였다(Fig. 20).

3. 기하학적 패턴

한복의 개별적 요소는 가장 현대적으로 접근할 수 있는 매력적 요소를 지니고 있다. 이러한 전통적 이미지를 다양한 반복, 기하학적 패턴과의 조화로 창의적 디자인을 만들어 냈다. 디자인 전개는 버선에 몬드리안 디자인을 접목시킨 몬드리안 버선을 이용해 토트 가방을 제작하였다. 버선에서 나타나는 한국인의 우아하고 자연스러운 곡선미와 현대미를 융합하여 표현하였다(Fig. 21). 조끼의 다양한 변용에 더불어 기하학적 무늬를 함께 배치함으로써 새로운 감성의 디자인을 제시하였다. 조끼에 원색의 주황색 색상을 덧입힌 뒤 이와 이어지는 연상의 도형으로 기하학적 패턴을 배치했다. 대칭되는 조끼와 기하학적 패턴으로 현대적 변용을 재미있게 표현하고자 했다(Fig. 22). 또한 당의를 이용해 다양한 반복과 변화로 새로운 패턴을 제시했다. 반복과 크기의 변화를 통해 새로운 패턴을 만들어내는 것뿐만 아니라, 이를 2차적으로 변형해내는 방식은 III장에서 분석했던 문화정체성을 담고 있는 다른 국가의 사례에서도 사용되었다. 이와 같이 두께가 다른 천을 이미지에 교차시킴으로 새로운 디자인을 개발하였다(Fig. 23). 전통적 이미지의 다양한 전개와 현대적 미학이 더해짐으로써 전통적 이미지를 재해석하였다.

V. 결 론

본 연구에서는 가방의 역사와 기능, 그리고 문화정체성의 개념을 고찰한 후 기념품 가방에 나타난 문화정체성의 유형을 3가지로 분류하여 살펴보았다. 이를 토대

Table 3. Development of a tote bag design as a cultural product

	Tote bag		
Modern color
	Fig. 16. Cachi Durumagi.	Fig. 17. Andy Warhol Baja.	Fig. 18. Saek-dong series I.
Iteration-variation
	Fig. 19. Saek-dong Jeogori.	Fig. 20. Saek-dong series II.	
Geometric pattern
	Fig. 21. Mondrian socks.	Fig. 22. Clothing series I.	Fig. 23. Clothing series II.

로 한국의 문화정체성을 나타낸 토트 가방 디자인을 개발하였다. 본 연구의 결론은 다음과 같다.

가방이란 물건을 넣어 손에 들거나 어깨에 메고 다니는 생활 용품이자 일종의 패션 아이템이다. 서양의 가방과 한국의 가방 모두 주머니의 형태에서 발전하였으며

현대에는 형태, 크기, 소재, 용도 등에 따라 다양한 디자인의 가방이 존재한다. 가방의 기능으로는 휴대성, 장식성, 브랜드 정체성, 메시지 전달성, 문화정체성이 도출되었다. 문화정체성은 한 사회의 구성원들이 공간적, 시각적 제약 안에서 자연 환경에 상응하며 서로 상호작용

을 통해 얻어지는 유·무형의 산물들이 간직한 독자적인 속성을 의미한다(Warnier (as cited in Lee et al., 2011)). 특히 미술관이나 박물관 등에서 판매되는 기념품 가방은 각국의 문화유산이나 유물 등을 모티프로 디자인되어 그 나라의 문화정체성을 뚜렷이 보여준다.

기념품 가방에 나타난 문화정체성의 유형을 살펴보기 위해 2012년 The Art Newspaper에서 발표한 세계 100대 박물관 및 미술관을 대상으로 사례들을 분석하였다(Pes & Sharpe, 2013). 첫째, ‘상징물’은 박물관의 이미지가 직접적으로 드러나는 건축물, 로고, 지역의 상징물과 모티프를 활용하는 유형이다. 둘째, ‘전시품’은 그 박물관 혹은 미술관에 전시되어있는 전시품을 이용해 디자인을 한 유형이다. 셋째, ‘문자’를 이용한 디자인은 그 나라의 글자가 갖는 특수성과 이미지를 표현하는 유형이다.

본 연구에서는 문화정체성이 나타난 기념품 가방의 유형분석을 바탕으로 한국의 문화정체성이 드러난 토트 가방 디자인 개발을 위해 한국의 전통 문화콘텐츠 중 한복을 모티프로 디자인을 전개하였다. 한복이라는 전통적 모티프를 가지고 색, 크기, 패턴 등을 현대적으로 재해석하였다. 첫째, 현대적 색상과 한복의 접목은 두루마기와 배자와 같은 한복의 이미지를 앤디워홀의 팝아트적 색상에 연결시켜 모던하면서도 경쾌한 느낌을 주었다. 둘째, 색동 저고리 모티프의 반복과 크기의 변화는 적절한 과장과 심플함으로 전통적이면서도 현대적인 감성을 담고 있다. 셋째, 한복의 이미지와 기하학적 패턴을 조화시킨 디자인은 몬드리안 버전, 당의와 스트라이프 패턴, 조끼와 삼각형 패턴과 같이 자연스러운 한국의 곡선미와 현대의 직선적인 미를 융합하여 재미있게 표현되었다.

본 연구를 통해 개발된 한국의 문화정체성이 담긴 토트 가방 8점은 한국 고유의 아름다움을 담은 한복을 모티프로 하여 현대적 색상과 패턴으로 풀어냄으로써 대중적이면서도 세계 시장에서 차별화되는 문화상품으로서의 가능성을 보여주었다. 그러나 한복의 형태를 그대로 차용하여 그 안에 담긴 의미를 모두 담아내지 못했다는 점과, 토트 가방의 형태적 측면에서도 한국적 이미지를 더 담아내지 못했다는 아쉬움이 있다. 이 후의 연구에서는 한복의 내적 의미를 응용하여 한국의 문화정체성을 다양한 디자인 방식으로 접근하여 전통적이면서도 현대적이고, 한국적이면서도 세계적일 수 있는 디자인이 개발되기를 기대해 본다.

References

- ‘A horse! A horse! My kingdom for a horse!’ tote bag. (n.d.). *National Portrait Gallery Shop*. Retrieved February 18, 2014, from <http://www.npg.org.uk/shop/shop-list.php?cat=Accessories&inx=11&showProductDetails=5162>
- Bag Gioconda. (n.d.). *Les boutiques de musées*. Retrieved February 20, 2014, from <http://www.boutiquesdemusees.fr/en/fashion/bag-gioconda/2050.html>
- Bawden ‘guards’ tote bag. (n.d.). *V&A Shop*. Retrieved February 20, 2014, from http://www.vandashop.com/Bawden-Guards-Tote-Bag-EVAEX/dp/B007ZDW7TM?field_availability=-1&field_browse=1764492031&id=Bawden+Guards+Tote+Bag+EVAEX&ie=UTF8&refinementHistory=subjectbin%2Cprice%2Cgeneric_text_1-bin&searchBinNameList=subjectbin%2Cprice%2Cgeneric_text_1-bin&searchNodeID=1764492031&searchPage=2&searchRank=generic-one-asc-rank&searchSize=12
- Bowling bag Almond blossom. (n.d.). *Van Gogh Museum Shop*. Retrieved February 20, 2014, from <http://www.vangogh-museumshop.com/en/bowling-bag-almond-blossom.html>
- Bulla. (2014, February 5). *Wikipedia*. Retrieved February 5, 2014, from [http://en.wikipedia.org/wiki/Bulla_\(amulet\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Bulla_(amulet))
- Chung, H. S., & Kim, E. H. (2001). A study on the history of hand-bag. *Chung-Ang Journal of Human Ecology*, 14, 187–207.
- Geum, K. S., Kim, M. J., Min, G. J., Shin, H. S., Yoo, S. O., Lee, S. J., Lee, I. J., Jang, D. L., Jeong, H. S., & Cho, G. S. (1999). *패션큰사전* [Fashion great dictionary]. Seoul: Gyomoonsa.
- Jang, J. H. (2009). *Study of Louis Vuitton*. Unpublished doctoral dissertation, Ewha Womans University, Seoul.
- Jeon, G. H. (2005). *Study on the bag design: Focusing on brand and identity*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Kang, S. Y. (2011). *A study of Korean traditional bag*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Kim, J. G. (2004). *Study on the cultural identity of Korean modern design*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Kim, M. J., Choi, H. S., Kim, Y. H., Ha, J. S., Choi, S. H., & Koh, H. J. (2010). *서양패션 멀티콘텐츠* [Western fashion multi-contents]. Paju: Kyomoonsa.
- L'art pour l'art [Art for art's sake]. (2009, August 20). *online: l'art pour l'art*. Retrieved February 25, 2014, from <http://superfuture.com/supernews/online-l-art-pour-l-art>
- Lee, E. J., & Kang, K. A. (2009). A study on bag in the western - From the middle ages to modern times. *Journal of*

- the Korean Fashion & Costume Design Association*, 11(3), 27-41.
- Lee, G. W. (2008). *Handbag, my love*. Seoul: World Jewellery Museum.
- Lee, M. S., Ahn, G. Y., & Kim, M. J. (2011). The cultural identity found in contemporary T-shirts and the development of design. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(10), 42-54.
- National Academy of the Korean Language. (1999). *표준국어대사전* [Korean standard unabridged dictionary]. Seoul: Doosandong.
- Park, Y. S. (2007). *색채용어사전* [Color Terminology Dictionary]. Seoul: Yerin.
- Pes, J., & Sharpe, E. (2013, March 28). Attendance survey 2013: tour de force show puts Tokyo on top. *The Art Newspaper*, 245, p. 15.
- Seoul museum of history. (2003). *Unhyeongung collection 1*. Seoul: Author.
- Tate Modern Roy Lichtenstein tote bag. (2013, February 20). *Piccolo Mondo of Yahoo Japan*. Retrieved February 20, 2014, from <http://store.shopping.yahoo.co.jp/piccolo-mondo/tate-rl-tote.html>
- The eco-bag as fashion. (2009, September 2). *Samsung Fashion Research Institute*. Retrieved February 25, 2014, from <http://www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/Marketing/content.asp?an=215&keyword=%BE%C6%B3%C4+%C8%F9%B5%E5%B8%B6%C4%A1>
- The Metropolitan Museum of Art logo horizontal tote. (n.d.) *Houzz*. Retrieved February 25, 2014, from <http://www.houzz.com/photos/317990/The-Metropolitan-Museum-of-Art-Logo-Horizontal-Tote-modern-storage-and-organization>
- Warner, F. (2006). *The power of the purse*. New Jersey: Pearson P T R.
- Whitney New Identity Tote. (n.d). *Whitney Museum Shop*. Retrieved August 12, 2014, from <http://www.shopwhitney.org/whitneytote.html>
- Yoo, S. O. (2005). 아름다운 우리 한복 [A beautiful Hanbok]. *Proceeding of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, Seoul (ERIC document reproduction service), Han Brand Policy Forum, Korea*, 29-50.
- Yun, M. H. (2013). A study on the expression of cultural identity and cultural universality on design in the multicultural era: Focusing on Olympic posters. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 19(2), 356-366.
- Zeynep Pak bez çanta [Zeynep Pak diaper bag]. (n.d.). *Istanbul Modern*. Retrieved July 16, 2014, from http://www.istanbulmodernmagaza.com/tr/magaza-koleksiyonlari/istanbul-souvenirs/canta_787.html
- 화문두루주머니 [Hwa-mun Duru-jumeoni]. (n.d.). *kocca 문화콘텐츠닷컴*. Retrieved February 5, 2014, from http://www.culturecontent.com/content/contentView.do?search_div_id=CP_THE005&cp_code=cp0445&index_id=cp04450205&content_id=cp044502050002&search_left_menu=2