한국의류산업학회지
제28권 제5호, 2026
<연구논문>

pISSN 1229-2060
eISSN 2287-5743
Korean Fashion & Text. Res. J.
Vol. 28, No. 5, pp.472-480(2026)
https://doi.org/10.5805/SFTI.2026.28.5.472

# 지역문화 상징성의 유형에 따른 패션문화상품 디자인 개발 연구
## - 안동 지역문화자원을 중심으로 -

허성아†
홍익대학교 디자인공예학과 의상학전공

# Fashion Cultural Product Design Development Based on Types of Regional Cultural Symbolism
## - Focusing on Cultural Resources in Andong -

**Seonga Hur**†
*Dept. of Fashion Design, Hongik University; Seoul, Korea*

**Abstract:** This study aims to classify regional cultural resources according to the basis and characteristics of their symbolism and develop fashion cultural products using design approaches appropriate to each type. literature review identified; three categories of regional cultural symbolism: cultural heritage, everyday culture, and landscape symbols. Hahoe masks, Andong salted mackerel, and Wolyeong Bridge were selected as representative examples, respectively. Each resource was examined in relation to its regional background and the distinctive symbolic characteristics associated with its cultural context. Their formation backgrounds, symbolic meanings, and visual characteristics were analyzed, and the resulting motifs were applied to five product types: a tote bag, shoulder bag, bag charm, magnet, and pencil case. For cultural heritage, he original form's identifiable elements were preserved while its image was reinterpreted through simplified layering and color contrast. For everyday culture, a simplified silhouette, vivid colors, and playful decorative repetition were applied to convey familiarity and humor. For landscape symbols, key scenic elements were arranged separately or integrated into one graphi to represent the place's atmospher. These design approaches were applied according to the symbolic characteristics of each resource and the intended visual expression of the products. Natural leather was used across the product line to maintain consistency withstitching and bonding selected based on each item's concept and characteristic. These findings provide practical guidance for developing fashion cultural products by interpreting and visually translating the symbolic characteristics of regional cultural resources.

**Key words:** regional cultural resources(지역문화자원), regional cultural symbolism(지역문화 상징성), fashion cultural products(패션문화상품), design development(디자인 개발), Andong(안동)

## 1. 서 론

지역 관광산업의 성장과 함께 지역문화자원을 활용한 문화상품 시장이 빠르게 확대되고 있다. 지역문화는 한 지역의 역사와 전통, 생활양식, 자연환경과 문화유산이 축적되어 형성된 고유한 문화 자산으로, 지역의 정체성과 차별성을 나타내는 중요한 요소이다(Park, 2018). 최근 지역문화는 단순한 관광자원이 아닌 지역의 브랜드 가치를 높이는 핵심 콘텐츠로 인식되면서 다양한 문화상품 개발에 적극 활용되고 있다. 지역의 고유한 문화를 발굴하여 차별화된 문화콘텐츠를 개발함으로써 경제적 이익을 창출하고 지역 정체성을 확립하는 전략을 지속적으로 추진하고 있다(Park et al., 2012). 이러한 흐름 속에서 지역문화상품은 단순한 기념품을 넘어 지역의 이미지와 정체성을 매개하는 시각적 커뮤니케이션 수단으로 자리매김하고 있다. 그러나 지역문화상품 개발은 소재의 피상적 차용이나 상품 간 유사성의 문제에서 자유롭지 못했으며, 문화자원을 상품으로 전환하는 과정에서 지역 고유의 상징성을 얼마나 본질적으로 반영할 수 있는가라는 문제의식이 지속적으로 제기되어 왔다. 해외 연구에서도 유사한 흐름이 확인되는데, 문화유산 기반 기념품에 관한 최근 주제별 리뷰 연구는 기념품이 관광지의 정체성과 이미지를 나타낼 뿐 아니라 역사와 문화유산, 지리를 상징하는 기호로 기능한다고 밝히면서도(Zhu et al., 2023), 문화자원이 실제 상품으로 전환되는 개발 프로세스와 그 결과물을 함께 제시하는 연구는 상대적으로 부족하다는 점을 한계로 지적하고 있다.

한편 패션문화상품은 의류, 잡화, 액세서리 등 패션산업의 제작 방식과 지역문화의 상징적 요소를 결합한 상품군으로, 실용

†Corresponding author: Seonga Hur
Tel. +82-2-320-1225
E-mail: aworks0610@naver.com
©2026 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

성과 심미성을 동시에 갖추어 관광기념품 시장에서 그 영역을 지속적으로 확장하고 있다. 패션문화상품은 착용 및 휴대가 가능하다는 특성상 지역의 정체성을 일상 속에서 반복적으로 노출시킬 수 있다는 점에서 다른 문화상품군과 차별화된 홍보 효과를 지니며, 이러한 맥락에서 안동지역을 대상으로 한 선행연구에서도 안동의 전통문화와 연계한 문화상품 개발의 필요성과 소비자 인식이 확인된 바 있다(Kim, 2007). 이후에도 안동지역 고택 브랜드의 디자인분석(Yoon & Park, 2015)이나 안동무궁화를 소재로 한 문화관광상품 개발(Lee & Kwon, 2020) 등 개별 문화자원을 대상으로 한 상품화 연구는 이어져왔으나, 지역문화자원이 지닌 상징성을 유형별로 분석하고 이에 적합한 패션문화상품 디자인 개발을 시도한 연구는 찾아보기 어렵다.

경상북도 안동시는 하회마을을 비롯한 유네스코 세계유산, 다수의 국가지정문화재와 더불어 유교문화에 기반한 생활풍속과 향토산업을 폭넓게 보유한 지역으로 문화자원에 관한 연구가 축적되어 있어(Bae, 2006) 지역문화자원의 유형적 다양성을 살펴보기에 적합한 대상 지역이다. 그럼에도 이러한 개별 자원 연구는 각기 다른 학문적 관점에서 독립적으로 진행되어 왔으며, 문화유산이나 생활문화, 경관상징 등 성격이 다른 자원 유형을 패션문화상품이라는 하나의 상품군 안에서 통합적으로 재해석한 연구는 거의 이루어지지 않고 있다.

이에 본 연구에서는 안동 지역문화자원의 상징성을 유형별로 분류하고, 각 유형을 대표하는 사례를 중심으로 이를 현대적 패션문화상품으로 재해석하는 디자인 개발 과정을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 본 연구에서는 문헌고찰을 통해 지역문화자원의 상징성 유형을 문화유산형, 생활문화형, 경관상징형으로 분류하고, 안동의 대표적인 문화자원인 하회탈(문화유산형), 간고등어(생활문화형), 월영교(경관상징형)를 각 유형을 대표하는 사례로 선정하였다. 이후 각 유형별 상징성 분석을 토대로 실제로 개발된 패션문화상품 디자인 사례를 통해 지역문화 상징성이 시각적 디자인 요소로 전환되는 과정을 구체적으로 제시하고자 한다. 본 연구는 이론적 분류에 그치지 않고 실제 개발 프로세스와 결과물을 제시함으로써, 향후 지역문화자원을 활용한 패션문화상품 디자인 개발에 실질적인 참고자료를 제공하는데 의의가 있다. 이상의 연구목적을 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 안동 지역문화자원의 상징성은 어떠한 기준과 특성에 따라 유형화될 수 있는가?

연구문제 2. 유형별 지역문화 상징성은 패션문화상품의 디자인 요소와 표현 방식에 어떻게 반영될 수 있는가?

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 지역문화자원과 패션문화상품

지역문화자원은 한 지역이 공유하는 역사적, 문화적 정체성을 기반으로 형성된다. 여기에는 문화재와 문화유산뿐 아니라 문화콘텐츠로 활용될 수 있는 인적·공간적·시간적 자원까지 포함된다(Park, 2018). 즉 지역문화자원은 특정 시대의 유물이나 건축물에 국한되지 않으며, 그 지역의 생활방식과 자연환경, 구성원들의 기억과 서사가 오랜 시간 축적되어 형성된 총체적 자산이라 할 수 있다. 이러한 다층적인 특성으로 인해 지역문화자원은 문화상품 개발의 소재로 폭넓게 사용되어 왔다.

문화상품은 이러한 지역문화자원이 담고 있는 상징적 요소를 시각적, 물리적 형태로 구현하여 경제적 가치를 창출하는 매개체이다. 이중 패션문화상품은 국가 또는 지역의 문화적 요소나 이미지를 활용한 패션 상품을 의미하며(Hong, 2001), 의류와 잡화, 액세서리 등 패션산업의 제작 방식에 지역 문화의 상징적 요소를 디자인 모티프로 결합한 상품군으로 볼 수 있다(Lee, 2021). 패션문화상품은 실용성과 심미성, 상징성을 동시에 갖춘다는 점에서 다른 문화상품군과 구별되는 특성이 있다.

최근 지역문화자원을 활용한 패션문화상품 연구는 소재의 폭이 문화 중심에서 구조적 특징 중심으로 확장되는 경향을 보인다. 특정 지역의 전통문양이나 자수를 텍스타일 패턴으로 전환하여 니트나 티셔츠에 적용한 연구(Bae, 2024: Han & Woo, 2022), 전통 회화나 복식의 조형 요소를 스카프나 넥타이, 셔츠, 조끼 등 다양한 아이템에 적용한 연구(Bang & Kim, 2022; Choi, 2023; Choi, 2024)로 이어지고 있다. 이러한 연구들은 대체로 하나의 문화자원을 단일 유형으로 다루는데 그치고 있어, 특성이 상이한 여러 유형의 문화자원을 유형별로 구분하고 각 유형이 맞는 디자인 접근을 통합적으로 제시한 연구는 찾아보기 어렵다. 지역문화자원은 이처럼 다층적 특성을 지니며, 패션문화상품은 이를 전달하는 매개체로 기능한다. 따라서 지역문화자원을 특성에 따라 유형화하고 각 유형의 상징적 특성을 고려한 디자인 접근을 모색하는 것은 패션문화상품의 디자인 방향을 구체화하는 데 하나의 분석적 기준이 될 수 있다.

기존의 패션문화상품 디자인 연구는 주로 개별 문화자원에서 특징적인 형태나 문양 등의 조형 요소를 추출하고 이를 변형하여 상품에 적용하는 방식으로 이루어져 왔다. 본 연구는 지역문화자원의 상징성이 형성되는 근거를 유형화하고 이를 디자인 해석의 기준으로 설정하였다. 이를 바탕으로 각 유형에서 우선적으로 전달해야 할 상징적 특성에 따라 디자인 방향을 차별화하였다는 점에서 기존 연구와 차이가 있다.

### 2.2. 지역문화 상징성의 개념과 유형

지역문화 상징성이란 한 지역의 정체성이 특정한 형상, 이야기, 생활방식을 매개로 압축되어 표현된 것을 의미하며, 이러한 상징화 과정을 통해 지역의 정체성이 전달된다(Song & Jeon, 2010). 이는 디자인 모티프로 전환될 때 단순한 시각적 재현을 넘어 그 지역 고유의 의미를 함께 전달하는 기능을 한다.

지역자원의 유형분류는 연구의 목적에 따라 다양하게 구성되어 왔다. 선행연구에서는 자원의 보존성과 유무형 여부(Kim, 2019), 장소마케팅의 활용 목적(Lee, 2006), 인적·공간적·시간적 자원의 범주(Park, 2018) 등을 중심으로 지역문화자원을 구분하였다. 이러한 분류는 지역문화자원의 범위와 특성을 파악

하는데 유용하지만 서로 다른 문화자원이 어떠한 맥락을 통해 지역의 상징으로 형성되고 이를 디자인에서 어떠한 요소를 중심으로 해석할 것인가를 직접적으로 설명하는데는 한계가 있다. 이에 본 연구에서는 기존 지역문화자원 유형론을 참고하되, 패션문화상품 디자인으로의 전환이라는 연구 목적에 따라 지역문화자원의 상징성이 형성되는 주요 근거를 유형화의 기준으로 설정하였다. 선행연구의 유형화 기준을 종합하면 지역문화자원의 의미와 상징성은 역사적, 문화적으로 축적된 가치, 지역민의 생활과 실천을 통해 형성된 의미, 그리고 장소의 시각적 경험과 서사를 통해 형성된 이미지의 측면에서 접근할 수 있다. Kim (2019)과 Park(2018)은 지역문화자원의 보존성, 역사성 및 시간적 축적 등의 특성을 중심으로 자원의 성격을 구분하였으며, Lee(2006)는 장소와 지역의 생활문화가 지역 정체성 형성에 중요한 요소로 작용함을 제시하였다. 또한 Song and Jeon(2010)은 지역 정체성이 특정 형상과 이야기 등의 시각적 상징을 통해 표현될 수 있음을 논의하였다. 본 연구에서는 이러한 선행연구에서 공통적으로 나타나는 역사적 전승과 문화적 가치, 생활 실천과 관습, 장소 경험과 시각적 서사의 관점을 추출하고, 이를 패션문화상품 디자인으로 전환하기 위한 분석 기준으로 재구성하였다. 이에 각각을 문화유산형, 생활문화형, 경관상징형으로 설정하였다. 구체적으로 역사적 전승과 공인된 문화적 가치에 기반하여 상징성이 형성된 자원을 문화유산형, 지역민의 생업과 생활관습을 통해 의미와 친숙성이 축적된 자원을 생활문화형, 장소의 시각적 경험과 정서적 서사를 통해 지역 이미지가 형성된 자원을 경관상징형으로 구분하였다. 본 연구에서 제시한 세 유형은 지역문화자원 전반을 포괄하는 보편적이고 상호 배타적인 분류체계를 제안하기 위한 것이 아니라, 서로 다른 상징적 성격을 지닌 문화자원을 패션문화상품으로 전환하는 과정에서 디자인 해석의 기준을 마련하기 위한 분석적 유형으로 설정하였다.

문화유산형은 역사적 전승과 공인된 문화적 가치를 바탕으로 지역의 상징성이 형성된 자원으로, 국가문화유산이나 세계유산과 같이 공식적으로 가치를 인정받은 유무형 문화유산을 포함한다. 생활문화형은 지역의 지리적 조건과 생업방식, 생활관습을 통해 의미와 친숙성이 축적된 자원으로 향토음식, 수공예, 생활풍속 등을 포함한다. 경관상징형은 장소의 시각적 경험과 정서적 서사를 통해 지역 이미지가 형성된 자원으로 지역의 정체성과 서사가 시각적으로 구현된 경관이나 랜드마크를 포함한다. 세 유형은 자원의 성격에 따라 구분한 것으로 문화자원의 상징성을 디자인 모티프로 전환하는 과정에서 어떤 요소를 우선적으로 시각화할 것인지에 대한 판단 기준을 제공한다. 예를 들어, 문화유산형은 형태와 문양의 원형을 보존하는 방향으로, 생활문화형은 그 소재가 상징하는 생활상의 의미를 함축적으로 압축하는 방향으로, 경관상징형은 서사를 시각적 상징으로 재구성하는 방향으로 디자인 전략이 달라질 수 있다. 이상에서 논의한 지역문화 상징성의 세 유형에 대한 정리는 다음 Table 1과 같다. 본 연구는 이러한 유형 분류를 분석틀로 삼아 안동의 대표적 지역문화자원인 하회탈, 간고등어, 월영교를 각 유형에 대응하여 상징성을 구체적으로 분석하고자 한다.

## 3. 안동 지역문화 상징성 분석

### 3.1. 연구방법

본 연구는 문헌고찰, 지역문화 상징성의 유형화, 유형화 대표 사례 선정 및 분석, 패션문화상품 디자인 개발의 순서로 진행하였다. 먼저 지역문화자원과 지역문화 상징성에 관한 선행연구를 검토하여 문화자원의 상징성이 형성되는 배경과 특성을 살펴보고, 이를 바탕으로 문화유산형, 생활문화형, 경관상징형의 세 유형으로 설정하였다. 다음으로 안동의 지역문화자원 가운데 지역적 대표성, 유형 적합성, 디자인 전환 가능성을 기준으로 각 유형의 사례를 선정하고, 형성 배경, 상징적 의미, 시각적 표현 가능성 및 디자인 시사점을 중심으로 분석하였다. 이에 따라 문화유산형의 하회탈, 생활문화형의 간고등어, 경관상징형의 월영교를 대표 사례로 선정하였다. 마지막으로 유형별 상징성 분석 결과를 토대로 디자인 방향을 설정하고, 각 문화자원의 핵심 조형 요소를 형태, 색채, 구성 및 표현방식으로 전개하여 패션문화상품으로 제작하였다.

유형 분류는 지역문화자원 유형론과 상징성의 형성 근거를 바탕으로 구성하였다. 패션문화상품 디자인으로의 전환이라는 연구 목적에 따라 역사적 전승과 문화적 가치, 생업과 생활관습, 장소의 시각적 경험과 정서적 서사를 주요 기준으로 설정하고, 이를 각각 문화유산형, 생활문화형, 경관상징형으로 구분하였다.

사례선정은 지역적 대표성, 유형 적합성, 디자인 전환 가능성을 기준으로 설정하였다. 이에 문화유산형에는 안동의 전통문화를 대표하면서 형태와 표정 등 식별 가능한 조형적 특성이

**Table 1.** Types of regional cultural symbolism

| Category | Cultural heritage type | Everyday culture type | Landscape symbol type |
|---|---|---|---|
| Definition | Officially recognized tangible/ intangible cultural properties | Resources formed through livelihood practices and daily customs | Symbolic landscapes or landmarks that visually embody regional identity |
| Basis of symbolism | Historical transmission and cultural authenticity | Livelihood practices and everyday customs | Visual experience of place and narrative |
| Example (Andong) | Hahoe Mask | Gan-godeungeo (Salted Mackerel) | Wolyeong Bridge |
| Design translation strategy | Preserving the original form and pattern | Condensing the meaning of daily life implicitly | Reconstructing narrative into visual symbol |

뚜렷한 하회탈을 선정하였고, 생활문화형에서는 안동의 지리적 여건과 지역민의 저장 및 식생활 문화에서 형성되어 지역의 생활문화적 특성을 보여주는 간고등어를 선정하였다. 경관상징형에서는 안동의 장소적 이미지를 형성하는 현대적 랜드마크이면서 달, 다리, 월영정 등 시각적 요소와 야간 경관의 정서적 특성을 함께 지닌 월영교를 선정하였다. 세 사례는 각각의 유형에서 상징성의 형성 배경이 명확하고 시각적 조형 요소를 디자인으로 전환할 수 있다는 점을 함께 고려하여 선정하였다.

디자인 개발은 유형별 상징성 분석 결과를 중심으로 핵심 조형요소 추출, 디자인 방향 설정, 형태 및 색채전개, 아이템 적용, 실물제작의 단계로 진행하였다. 문화자원의 상징적 특성이 디자인에 반영되는 과정을 확인하기 위해 원자원의 특징과 디자인에 적용된 조형 요소 및 최종 결과물의 관계를 비교하였으며, 구체적인 디자인 전개 및 제작과정을 제시하였다.

### 3.2. 안동 지역문화자원

안동은 경상북도 북부에 위치한 도시로, 유교문화와 전통 생활양식이 원형에 가깝게 보존되어 있어 정신문화의 수도로 일컬어진다(Andong City, n.d.). 조선시대 이래 형성된 종가 중심의 유교적 생활문화와 양반 중심의 동성마을 공동체 질서가 근대화 과정에서도 비교적 온전히 유지되었으며, 이는 안동을 다른 지역과 구별 짓는 핵심적인 문화적 정체성으로 작용해왔다(Lee & Kwon, 2020). 특히 하회마을은 2010년 유네스코 세계문화유산으로 등재되면서 안동의 유교적 전통과 마을 공동체 문화를 대표하는 상징적 공간으로 국내외 인식되고 있다.

안동의 지역문화자원은 크게 세 유형으로 구분해 볼 수 있다. 첫째는 하회탈, 유교 서원, 종가 건축 등으로 대표되는 유형, 무형의 문화유산 자원이며, 둘째는 간고등어, 헛제사밥, 안동포 등 오랜 시간 지역 주민의 생활 속에서 형성되어 계승되어 온 생활문화 자원이다. 셋째는 월영교, 낙동강 물돌이 지형 등 안동의 자연 경관적 특성에서 비롯된 경관상징 자원이다. 이러한 자원은 단순히 과거의 유산으로 머무르지 않고 안동탈춤 페스티벌, 종가음식 체험, 월영교 야간 경관 조성 등을 통해 현재까지도 지속적으로 재해석되고 있으며, 지역 정체성을 대외적으로 알리는 콘텐츠로 기능하고 있다(Kim, 2007; Yoon & Park, 2015). 이는 안동의 지역문화자원이 패션문화상품 디자인의 소재로서 갖는 장점인 역사적 깊이와 진정성에 기반한 상징적 신뢰도, 그리고 현재진행형 콘텐츠로서의 활용 가능성을 동시에 지니고 있음을 의미한다.

### 3.3. 유형별 지역문화 상징성 분석

#### 3.3.1. 하회탈: 문화유산형 상징성

하회탈은 국보로 지정된 목조 가면으로 고려시대부터 전승되어 온 하회별신굿탈놀이에서 사용되어온 유형문화유산이다(Fig. 1). 양반, 선비, 각시, 초랭이, 이매, 부네 등 신분과 성격이 뚜렷하게 대비되는 인물상으로 구성되어 있으며, 각 탈은 과장된 표정과 비대칭적 조형을 통해 인물의 사회적 위치와 심리를 시각적으로 압축해 표현한다는 점에서 조형적 독창성을 인정받는다(Kim, 2007). 하회탈은 2010년 하회마을의 유네스코 세계문화유산 등재와 맞물려 안동을 대표하는 시각적 아이콘으로 자리잡았으며, '안동'하면 가장 먼저 연상되는 문화유산형 상징물로 기능을 하고 있다.

문화유산형 상징성의 핵심은 시간적 깊이에서 비롯되는 진정성에 있다(Park, 2018). 하회탈은 단순한 공예품이 아니라 특정 역사적 시기의 사회질서와 세계관을 반영한 유물이라는 점에서 이를 소재로 한 디자인은 소비자에게 전통의 원형에 닿아 있다는 신뢰감을 부여할 수 있다. 동시에 하회탈이 지닌 해학적, 풍자적 표정은 무겁지 않은 방식으로 전통을 전달할 수 있는 조형적 자산이 되며, 이는 패션문화상품 디자인에서 소재를 단순 재현이 아닌 재해석의 대상으로 다룰 수 있는 여지를 제공한다(Yoon & Park, 2015).




**Fig. 1.** Hahoe masks. *http://www.hahoe.or.kr/coding/sub3/sub1.asp*




**Fig. 2.** Andong salted mackerel. *https://www.godunga.co.kr/*

3.3.2. 간고등어: 생활문화형 상징성

간고등어는 내륙 지역인 안동이 바다에서 멀리 떨어져 있었던 지리적 여건 속에서 생선을 오래 보관하기 위해 소금에 절이는 저장 방식이 발달하며 형성된 향토음식이다(Lee & Kwon, 2020). 이는 특정 유물이나 인물이 아니라, 지역 주민의 생활상 필요와 지혜에서 비롯된 생활문화형 자원이라는 점에서 하회탈과 성격을 달리한다. 생활문화형 상징성은 화려하거나 웅장한 문화유산형 상징성과 달리 소박함과 친근함, 그리고 먹고 사는 삶에 대한 공감을 기반으로 한 정서적 유대감을 형성한다는 특징이 있다(Lee, 2006).

간고등어는 오늘날 안동을 대표하는 향토음식 브랜드로 정착되었으며 관광 상품화 과정에서도 지속적으로 소비되고 있는 자원이다(Fig. 2). 생활문화 자원은 문화유산형에 비해 형식적 격식이나 상징적 권위를 지니지 않는다는 점에서, 형태를 원형 그대로 정교하게 재현하기보다 단순하고 친근한 형상으로 변형하고, 선명한 색채와 반복적인 장식 요소를 적용하여 해학성과 정서적 친근감을 강조하는 방향으로 디자인하였다. 즉 간고등어의 상징성은 생선이라는 소재의 사실적 재현에 있는 것이 아니라, 형태를 단순화하고 선명한 색채 대비를 부여함으로써 절임, 저장이라는 생활의 지혜를 유쾌하고 친숙한 이미지로 전환하는데 있다고 볼 수 있다.

3.3.3. 월영교: 경관상징형 상징성

월영교는 안동댐 하류에 조성된 국내 최장 길이의 목재 인도교로, 2003년 준공 이후 안동을 대표하는 현대적 랜드마크로 자리잡았다(Fig. 3). 하회탈이나 간고등어와 달리 월영교는 전통시대로부터 전승된 유산이 아니라 비교적 최근에 조성된 인공 경관이라는 점에서 경관상징형 상징성은 역사적 깊이보다 특정 장소가 만들어내는 시각적, 정서적 체험의 강도에서 비롯된다는 차이가 있다(Park, 2018). 다리의 이름은 떠오르는 달빛을 감상하는 다리라는 의미를 담고 있으며, 야간 조명과 낙동강 수면에 비친 달빛이 어우러지는 경관은 안동을 방문하는 관광객들에게 낭만적이고 서정적인 이미지를 형성하는 핵심 요소로 작동한다(Song & Jeon, 2010).

경관상징형 자원은 형태적으로는 교량이라는 명확한 조형 요소를 지니고 있어 시각적 재현이 용이하다는 강점이 있으나, 문화유산형이나 생활문화형에 비해 역사적 서사가 상대적으로 얕다는 한계도 있다. 따라서 월영교를 소재로 한 디자인은 다리의 형태 자체보다, 달빛, 물결, 야경이 만들어내는 정서적 분위기를 어떻게 시각 언어로 전환하는가가 관건이 된다(Yoon & Park, 2015). 앞서 살펴본 하회탈, 간고등어, 월영교의 유형별 특성을 정리하면 다음 Table 2와 같다.

## 4. 패션문화상품 디자인 개발

### 4.1. 디자인 콘셉트 및 개발 방향

본 연구는 앞서 분석한 문화유산형(하회탈), 생활문화형(간고등어), 경관상징형(월영교)의 상징성을 각각의 특성에 부합하는 방식으로 시각화하는 것을 디자인 목표로 설정하였다. 세 자원은 상징성의 근거와 조형적 특성이 서로 다르므로 유형별로 차



**Fig. 3.** View of Wolyeong Bridge day and night. *https://www.tourandong.com/public/sub1/sub1_5.cshtml?seq=1178&idx=3&keyword=*

**Table 2.** Symbolic analysis of Andong's cultural resources by type

| Category | Hahoe mask | Gan-godeungeo | Wolyeong bridge |
|---|---|---|---|
| Type | Cultural heritage type | Everyday culture type | Landscape symbol type |
| Formation background | Hahoe Byeolsingut Mask Dance since the Koryeo Dynasty | Fish-preservation wisdom in an inland region | Artificial landscape completed in 2003 |
| Symbolic meaning | Prototypical form condensing social status and character | Wisdom of daily life; emotional intimacy | Romantic, lyrical sentiment of moonlight and water |
| Visual representability | High (distinct formative elements) | Moderate (reproducible as a simplified silhouette) | High (clear architectural form) |
| Design implication | Reinterpretation of the original form (color/shape variation) | Simplification and playful reinterpretation of form, color contrast | Translating atmosphere into visual language |

별화된 디자인 전환 전략을 적용하였다. 동시에 전체 상품군이 '안동'이라는 하나의 지역 정체성 아래 통합적으로 인지될 수 있도록 색채, 소재 및 제작 방식에서는 일관성을 유지하였다.

구체적으로 문화유산형은 원형의 조형 요소를 보존하되 색채를 현대적으로 재해석하는 전략을, 생활문화형은 형태를 단순화, 해학화하여 친근감을 강조하는 전략을, 경관상징형은 구체적 형태보다는 정서적 분위기를 함축적 이미지로 압축하는 전략을 각각 적용하였다. 소재와 제작기법은 유형별 상징성을 구분하는 기준으로 설정하지 않고 전체 상품군의 통일성과 각 아이템의 형태 및 기능에 따라 선택적으로 적용하였다. 유형별 차이는 각 문화자원에서 어떠한 상징적 특성을 우선적으로 추출하고 이를 조형적으로 표현하였는가에 두었다. 소재는 캔버스 원단과 가죽을 중심으로 구성하였으며, 상징성을 직접 담아내는 모티프에는 천연가죽을 주로 사용하였다. 천연가죽은 내구성이 높고 사용에 따른 에이징을 통해 소장성이 더해진다는 점에서, 일상에서 지속적으로 사용되는 패션문화상품의 소재로 적합하다고 판단하였다. 상품은 백참, 마그넷, 필통, 토트백, 에코백 등 일상적으로 노출 빈도가 높은 아이템으로 구성하였다.

### 4.2. 작품별 디자인 전개 및 제작

하회탈을 모티프로 한 작품은 탈의 윤곽과 형태, 이목구비의 특징적인 표정을 핵심 조형 요소로 추출하여 백참과 마그넷으로 전개하였다. 탈의 형태를 현대적이고 모던한 디자인으로 구현하기 위해 하회탈을 식별할 수 있는 핵심 조형 요소만을 선별적으로 강조하고 세부형태는 단순화하였다. 이에 따라 얼굴과 이목구비를 간결한 면과 선으로 정리하여, 작은 크기의 패션 소품에서도 하회탈 특유의 조형적 특징이 명확하게 인지될 수 있도록 하였다.

백참과 마그넷은 양반탈과 각시탈의 얼굴 형태를 중심으로 서로 다른 색상의 가죽을 레이어링하여 제작하였으며, 얼굴과 머리 부분을 분리하여 단순한 면 구성으로 표현하였다. 양반탈은 탈의 상부와 턱부분을 분리하여 재단한 후 턱부분의 가죽을 가장 상위에 부착함으로써 입체감을 부여하였다. 반면 각시탈은 입을 생략하고 눈썹과 눈만으로 표정을 표현하여 절제되고 미니멀한 조형미를 구현하였다. 이처럼 두 탈은 동일한 레이어링 기법을 적용하면서도 양반탈은 면의 중첩을 통한 입체감을, 각시탈은 요소의 생략을 통한 단순성과 상징성을 강조하도록 차별화하였다. 색채는 머리 부분과 이목구비의 노출되는 부분에는 블랙과 다크 브라운 계열의 저명도의 어두운 색상을 적용하고, 얼굴 부분에는 핑크 오렌지, 그린 등 고명도, 고채도의 색상을 배색하여 탈의 표정과 조형적 특징이 시각적으로 두드러지도록 하였다. 이를 통해 전통 하회탈의 형태적 특징은 유지하면서도 현대적이고 경쾌한 이미지를 구현하였다.

백참은 두 장의 가죽을 레이어링하여 제작하고, 하단에 가죽 테슬을 부착하여 장식성을 더하였다. 테슬은 정적인 얼굴 형태에 움직임을 부여하는 조형 요소로 활용하였고, 탈과 테슬 사이에 양반탈에는 사각형을, 각시탈에는 원형의 기하학적 가죽 장식을 넣어서 두 탈의 형태적 특성을 구분하는 동시에 전체 조형의 리듬감을 형성하였다. 이어지는 가죽 스트랩과 테슬은 수직적인 비례를 강조하여, 가방에 부착했을 때 자연스러운 장식성과 완성도가 나타나도록 구성하였다.

마그넷은 세 장의 가죽을 레이어링하여 제작하였으며, 가운데 레이어 내부에 자석을 삽입하여 기능성을 확보하였다. 각 레이어는 스티치 없이 본딩 방식으로 결합하여 외곽선과 이목구비의 곡선이 더욱 명확하게 드러나도록 하였으며, 작은 크기에서도 하회탈의 조형적 특징이 효과적으로 전달될 수 있도록 하였다.

이러한 디자인 전개에서는 얼굴의 윤곽과 표정 등 하회탈을 식별할 수 있는 핵심 조형 요소를 유지하고, 세부 형태와 색채를 변화시켜 현대적으로 재해석하였다. 이는 원형의 식별성을 유지하면서 현대적 조형 표현을 결합한 문화유산형 디자인 방향을 보여준다.

간고등어를 모티프로 한 작품은 고등어의 길고 유선형인 몸체와 꼬리, 눈, 등 무늬 등 특징적인 조형요소를 추출하여 단순화된 실루엣으로 재구성하고, 이를 필통으로 제작하였다. 고등어의 길쭉한 형태가 필기구를 수납하는 필통의 구조와 자연스럽게 어우러질 수 있다는 점에 착안하여 물고기의 실루엣과 제품의 기능을 하나의 형태로 통합하였다. 등부분에서는 지퍼를 부착하여 형태를 살리면서 수납 기능을 확보했으며, 지느러미와 꼬리부분은 외곽 실루엣을 따라 간결하게 표현함으로써 고등어의 특징적인 형태를 유지하였다. 색채는 실제 고등어의 색을 사실적으로 재현하기보다는 블루, 핑크, 그린 등 고명도,

고채도의 색상을 적용하여 현대적이고 유쾌한 감성으로 재해석하였다. 고등어의 몸과 등무늬는 서로 대비되는 색상을 배색하여 형태와 패턴이 명확하게 보이도록 의도하였고, 동일한 디자인을 다양한 색채조합으로 전개하여 상품군의 시각적 다양성을 확보하였다. 등 무늬는 작은 가죽 조각을 반복적으로 배열하여 장식적 패턴으로 표현하였다. 각각의 가죽 조각은 스티치로 고정하여 표면에 입체감과 수공예적 질감을 더했으며, 몸체 가장자리를 따라 적용한 스티치는 외곽 실루엣을 강조하는 조형 요소로 사용하였다. 또한 눈과 손잡이에 원형의 장식을 더해 시각적 포인트를 더하였다. 이러한 디자인은 간고등어의 유선형 실루엣과 등무늬 등 특징적인 조형 요소를 유지하고, 선명한 색채 대비와 반복적인 장식 표현을 적용하여 친근하고 유쾌한 이미지로 전환한 것이다. 또한 고등어의 길쭉한 형태를 필통의 기능과 결합함으로써 생활문화에서 비롯된 소재의 일상성과 실용성을 상품의 형태와 기능으로 연결하였다. 이는 생활 속 경험과 친숙성을 바탕으로 형성된 생활문화형의 상징성을 현대적 패션문화상품으로 표현한 결과이다.

월영교를 모티프로 한 작품은 에코백을 토트백과 숄더백 두 가지 형태로 전개하였다. 토트백은 달의 형태적 특성을 단순화하여 각각의 독립적인 모티프로 도안화하고, 이를 가죽으로 재단하여 가방 전면에 배치하였다. 실제 경관의 형태는 달의 둥근 형태, 월영정의 지붕과 기둥을 이룬 기하학적 형태, 그리고 교량의 구조적 특징이 드러나는 간결한 선으로 각각 축약하였으며, 이를 통해 월영교의 경관을 미니멀한 조형 요소로 재구성할 수 있었다. 색채는 내추럴 컬러의 캔버스 가방에 옐로우, 블루, 퍼플의 비비드한 가죽 색채를 사용하여 각 모티프가 명확하게 구분되도록 하였으며, 작은 크기의 모티프를 수직으로 배치하고 넓은 여백을 활용함으로써 간결한 구성을 완성하였다.

숄더백은 개별 모티프로 분리하여 표현한 토트백과 달리 월영교의 야경을 하나의 통합된 이미지로 구성하였다. 달을 상징

**Table 3.** Design development process from original resource to fashion cultural product

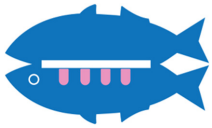
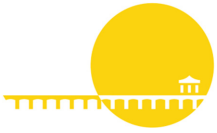
| Type | Original resource | Simplified motif | Completed product |
|---|---|---|---|
| Cultural heritage type (Hahoe mask) |  Yangban mask |  Simplified face silhouette with tassel |  Bag charm |
| |  Gaksi mask |  Layered face and hair silhouette |  Magnet |
| Everyday culture type (Gan-godeungeo) |  Salted mackerel |  Simplified fish silhouette with stripe pattern |  Pencil case |
| Landscape symbol type (Wolyeong Bridge) |  Day view of Wolyeong Bridge |  Landscape symbol type (Wolyeong Bridge) |  Tote bag and shoulder bag |
| |  Night view of Wolyeong Bridge |  Moon, pavilion, and bridge as individual symbols | |

**Table 4.** Design translation of regional cultural symbolism by type

| Type / Resource | Basis of symbolism | Design interpretation | Formative expression | Final product |
|---|---|---|---|---|
| Cultural heritage type / Hahoe mask | Historical transmission and cultural authenticity | Preservation of identifiable features and contemporary reinterpretation | Simplified facial contour and expression; layered composition; vivid color contrast | Bag charm, magnet |
| Everyday culture type / Gan-godeungeo | Livelihood practices and everyday familiarity | Transformation of familiar everyday imagery into a playful and functional form | Simplified fish silhouette; vivid colors; repeated decorative pattern; integration of form and function | Pencil case |
| Landscape symbol type / Wolyeong bridge | Visual experience of place and narrative | Reconstruction of scenic elements and spatial atmosphere | Separation and integration of moon, bridge, and pavilion motifs; contrast and overlapping composition | Tote bag, shoulder bag |

하는 대형 원형을 중심으로 월영교의 수평적인 교량 형태와 월영정의 실루엣을 결합하여, 달과 다리, 정자가 중첩되는 월영교의 대표적인 야간 경관을 간결한 그래픽 이미지로 전환하였다. 특히 블랙 캔버스를 야간의 배경으로 활용하고 그 위에 엘로우 가죽을 배치하여 높은 명도 대비를 형성함으로써 달빛이 강조되는 시각적 효과를 부여하였다. 원형의 곡선과 교량의 수평선이 대비되는 조형적 구성을 통해 시각적 균형을 형성하였으며, 가죽 모티프의 가장자리를 따라 스티치를 적용하여 형태의 윤곽을 강조하는 동시에 수공예적 질감을 더하였다. 두 작품은 동일한 월영교를 모티프로 활용하였으나, 토트백은 개별 모티프를 독립적으로 배치하여 형태의 상징성을 강조한 반면, 숄더백은 경관 요소를 하나의 이미지로 통합하여 월영교의 공간적 분위기를 하나의 이미지로 표현하였다.

월영교 디자인에서는 달, 교량, 월영정 등 장소를 인식하게 하는 주요 경관 요소를 추출하여 개별적으로 배치하거나 하나의 이미지로 통합하였다. 특히 숄더백에서는 달빛과 야간 경관의 이미지를 강조하여 월영교의 시각적 요소와 정서적 분위기를 함께 표현하였다. 이는 장소를 구성하는 경관 요소와 정서적 경험을 시각화한 경관상징형의 디자인 방향을 보여준다 (Table 3).

이상의 결과에서 세 유형은 모두 지역문화자원의 시각적 요소를 패션문화상품으로 전환하였으나, 디자인에서 우선적으로 강조한 상징적 특성에는 차이가 있었다. 문화유산형인 하회탈은 원형의 식별성, 생활문화형인 간고등어는 일상적 친숙성과 해학성, 경관상징형인 월영교는 복수의 경관 요소와 정서적 분위기를 중심으로 표현하였다. 이러한 차이는 유형별 상징성이 디자인 해석과 조형적 표현 방식에 각각 다르게 연결되었음을 보여준다. 유형별 상징성의 형성 근거와 디자인 해석, 조형적 표현 및 최종 상품 간의 관계는 Table 4와 같다.

## 5. 결론 및 제언

본 연구는 안동 지역문화자원의 상징성을 문화유산형, 생활문화형, 경관상징형의 세 유형으로 분류하고, 각 유형을 대표하는 하회탈, 간고등어, 월영교를 사례로 선정하여 이를 실제 패션문화상품으로 개발하였다. 이를 통해 지역문화자원의 상징성을 디자인 모티프로 전환하고, 형태와 색채, 소재 및 제작 기법으로 구체화하는 디자인 개발 과정을 제시하고자 하였다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 안동의 지역문화자원은 상징성의 근거와 조형적 특성에 따라 문화유산형, 생활문화형, 경관상징형 세 유형으로 구분되었다. 하회탈은 역사적 진정성을 기반하는 문화유산형, 간고등어는 지역민의 생활문화에서 형성된 생활문화형, 월영교는 경관과 경험적 정서를 중심으로 하는 경관상징형의 특성을 나타냈다. 이러한 유형적 차이를 바탕으로 본 연구에서는 문화유산형의 경우 원형의 식별 가능한 조형 요소를 유지하는 방향을, 생활문화형은 일상적 친숙성과 해학성을 강조하는 방향을, 경관상징형은 장소의 경관 요소와 정서적 분위기를 시각적 이미지로 재구성하는 방향을 적용하였다. 즉 각 유형에서 우선적으로 강조한 상징적 특성에 따라 차별화된 디자인 방향을 설정하였다. 둘째, 유형별 특성은 실제 디자인 개발 과정에 각기 다른 방식으로 반영되었다. 월영교는 달, 교량, 월영정의 경관 요소를 개별 모티프로 분리하여 배치하거나 하나의 경관 이미지로 통합하는 두 가지 방식으로 시각화하였다. 토트백은 개별 모티프를 단순화하여 배치함으로써 상징성을 강조하였고, 숄더백은 월영교의 야경을 하나의 그래픽 이미지로 재구성하여 경관의 분위기를 표현하였다. 하회탈은 얼굴의 윤곽과 표정 등 원형의 식별 가능한 조형 요소를 유지하면서 레이어링 기법과 색채 대비를 적용하여 현대적인 형태로 재해석하였으며, 백참과 마그넷 두가지 아이템으로 선정하였다. 간고등어는 물고기의 특징적인 실루엣을 유지하면서 형태는 단순화하고 선명한 색채 대비와 반복적인 장식 요소를 적용하여 친근하고 경쾌한 이미지를 표현했으며, 필통이라는 실용적인 아이템으로 개발하였다.

본 연구는 성격이 다른 지역문화자원을 하나의 분석틀 안에서 유형화하고, 각 유형의 상징적 특성을 디자인 방향 설정의 기준으로 적용하였다는 점에서 의의를 지닌다. 또한 지역문화자원의 상징성을 형태, 색채 및 조형적 표현으로 구체화하여 실제 패션문화상품으로 전환하는 과정을 제시함으로써, 향후 지역문화자원을 활용한 상품 개발에 실무적인 참고자료를 제공할 수 있다.

본 연구는 안동 지역의 세 가지 문화자원을 대상으로 하였기 때문에, 연구 결과를 모든 지역문화자원에 일반화하는 데에

는 한계가 있다. 또한 본 연구는 지역문화자원의 유형별 상징성 분석과 이를 적용한 디자인 개발에 연구 범위를 두었기 때문에 개발된 패션문화상품에 대한 전문가 평가나 소비자 평가를 실시하지 못했다는 한계가 있다. 후속 연구에서는 유형별 디자인이 지역문화의 상징성과 정체성을 효과적으로 전달하는지에 대한 전문가 평가와 소비자 인식 조사를 통해 본 연구에서 제안한 디자인 접근의 타당성과 활용 가능성을 검증할 필요가 있다. 향후 다양한 지역의 문화자원을 대상으로 유형별 디자인 접근의 적용 가능성을 검증하고, 개발된 패션문화상품에 대한 소비자 평가와 상품화 가능성을 함께 분석할 필요가 있다. 이를 통해 지역문화자원을 활용한 패션문화상품 디자인 연구의 실용성과 활용 범위를 더욱 확대할 수 있을 것으로 기대된다.

## References


Andong City. (n.d.). 한국정신문화의 수도 안동 [Andong, the capital of Korean spiritual culture]. *Andong City.* Retrieved August 15, 2026, from https://www.andong.go.kr/portal/contents.do?mId=0301000000

Andong Salted Mackerel. (n.d.). 안동간고등어 [Andong salted mackerel] [Photograph]. *Andong Salted Mackerel.* Retrieved *August* 15, 2026, from https://www.godunga.co.kr/

Andong Tourism. (n.d.). 월영교 [Wolyeong Bridge] [Photograph]. *Andong Tourism.* Retrieved *August* 15, 2026, from https://www.tourandong.com/public/sub1/sub1_5.cshtml?seq=1178&idx=3&keyword=

Bae, Y.-D. (2006). The consumption tradition and process of culture commercialization of gangodeungeo (salted mackerel) in the region of Andong. *Asian Comparative Folklore, 31*, 95-128.

Bae, Y. J. (2024). Textile pattern and fashion cultural product development of Korean traditional pouch motifs for generation MZ. *Journal of the Korean Society of Costume, 74*(4), 115-129. doi:10.7233/jksc.2024.74.4.115

Bang, H. K., & Kim, T. (2022). A study on the development of fashion cultural products by applying Korean folk painting: Focus on the necktie and scarf. *The Research Journal of the Costume Culture, 30*(5), 689–702. doi:10.29049/rjcc.2022.30.5.689

Choi, E. (2023). The development of shirt design utilizing the structural characteristics of traditional Korean upper garments: Focusing on fashion cultural products. *The Korean Fashion and Textile Research Journal, 25*(4), 439-448. doi:10.5805/SFTI.2023.25.4.439

Choi, E. (2024). Development of a fashion cultural product: A padded vest design incorporating Korean costume collars. *The Korean Fashion and Textile Research Journal, 26*(5), 456-464. doi:10.5805/SFTI.2024.26.5.456

Hahoe Village. (n.d.). 하회탈 [Hahoe masks] [Photograph]. *Hahoe Village. Retrieved August* 15, 2026, from http://www.hahoe.or.kr/coding/sub3/sub1.asp

Han, S. M., & Woo, H. R. (2022). Development of knitted fashion culture products using Gangneung cultural resource: Focusing on Gangneung Subo patterns. *Journal of Fashion Business, 26*(2), 95–109. doi:10.12940/jfb.2022.26.2.95

Hong, H. S. (2001). The effect of benefit thought and fashion image on purchase intention of Gal-ot. *Journal of the Korean Home Economics Association, 39*(2), 73–84.

Kim, H.-S. (2007). Branding program connected with the traditional culture in Andong: Consumer's evaluation. *The Korean Fashion and Textile Research Journal, 9*(6), 645-650.

Kim, S. E. (2019). A study on the classification of local resources for local branding. *A Journal of Brand Design Association of Korea, 17*(2), 145–156. doi:10.18852/bdak.2019.17.2.145

Lee, K. S., & Kwon, G. (2020). Development of Andong mugunghwa culture and tourism products to strengthen regional identity. *The Journal of Humanities and Social Science 21, 11*(4), 1177-1192.

Lee, M. -Y. (2006). A study on the cultural concept and methodology of place marketing strategy. *Journal of the Korean Geographical Society, 41*(1), 39–57. doi:10.22776/kgs.2006.41.1.39

Lee, M. (2021). A study on purchasing behaviors of domestic tourists towards Korean fashion cultural products: With a focus on the comparison by sex and age groups. *Korean Journal of Human Ecology, 30*(4), 645–657. doi:10.5934/kjhe.2021.30.4.645

Park, M. -S. (2018). Typification and application of local history and culture resources: Focused on the case of Hwasun gun. *Journal of Region & Culture*, *5*(4), 87-112. doi:10.26654/iagc.2018.5.4.087

Park, S. O., Yun, M. K., & Nam, H. J. (2012). A research on the development of cultural product design combined with cultural tourism festival: Focused on Andong international mask dance festival, Gangjin celadon festival, and Jinju nam river lantern festival. *Journal of Korean Society of Design Culture*, *18*(4), 157-171.

Song, C. M., & Jeon, H. Y. (2010). A study of the visual symbols on the slogans for Korean regions - Rhetoric and semiotic analysis of pictographic slogans. *Journal of Korean Society of Design Culture, 16*(2), 285-299.

Yoon, Y. K., & Park, J. Y. (2015). Design analysis and suggestion of Korean traditional houses in Andong region. *Journal of Cultural Product & Design, 41*, 97-110.

Zhu, Q., Rahman, R., Alli, H., & Effendi, R. A. A. R. A. (2023). Souvenirs development related to cultural heritage: A thematic review. *Sustainability, 15*(4), 2918. doi:10.3390/su15042918


(Received August 4, 2026; 1st Revised August 14, 2026; 2nd Revised September 5, 2026; 3rd Revised September 15, 2026; Accepted October 6, 2026)