
충남지역 문화를 기반으로 한 문화상품 디자인 제안

Proposal for the Cultural Tourism Good Design based on South Chungchong Province

최윤정, 명회봉
공주대학교 조형디자인학부

Yeun-Jeong Choi(choik@hanmail.net), Hoe-Bong Myeong(kkaebong@nate.com)

요약

충남 지역은 백제 문화가 산재한 곳이다. 그 중 공주와 부여는 백제 문화권의 중심지로서 무령왕릉, 부소산성, 공산성 등 많은 유적지가 존재하고 있어 관광지역의 특성을 지니고 있다. 관광지에서 판매되고 있는 문화상품들을 보면 그 지역의 특색을 갖춘 상품들보다는 어느 지역에서나 볼 수 있는 유사한 상품들이 많아 상품 개발이 미흡한 실정이다. 관광객들은 박물관등의 소장유물을 통해 그 지역의 역사와 문화를 이해하고 기초적인 지식을 습득한다.

본 연구는 충남지역 문화를 기반으로 한 방안으로서 백제문화권지역에서 출토된 유물을 응용해 타 지역과 차별성을 지닌 문화상품 디자인을 제안해 본다. 그동안 백제 역사에 대한 관심이 부족했으나 최근 영화나 역사드라마 등을 통해 백제 역사에 대한 관심이 고조되고 있다. 이에 미적 의식과 조형성을 바탕으로 옛 문화와 현대적 기능이 겸비된 문화 상품 디자인을 개발하여 충남지역문화가 활성화되기를 기대해 본다.

■ 중심어 : | 백제문화 | 문화상품 |

Abstract

Chungchong-namdo area is place that Baekje cultures are straggling. Many ruins of grant exist and is having special quality of seeing area such as Muryeongwangreung, Busosanseong, Gongsansung as Baekje cultural areas' center with Kongju of Buyeo. More than goods that equip the area's color if see culture goods been selling in tourist resort that there are many resemblant goods that can see in any local and goods development is insufficient misgovernment. Tourists understand history of the area and culture through head relic of having wide knowledge official rank and master basic knowledge. This research proposes culture goods design that apply relic that is excavated in Baekje culture station as a way to based Chungchong-namdo area culture and keep another province station and discrimination. Meantime, interest about Baekje histories was lacking but interest about Baekje histories is decaying through movie or history drama etc. the latest.

Hereupon, Chungchong-namdo area culture expects to be activated developing goods design that combine traditional culture and modern thing accomplishes with beauty appropriateness and formative.

■ keyword : | Baekje Cultures | Cultural Item |

I. 서론

1. 연구배경 및 목적

문화상품은 관광산업과 연계성이 높아 지역 문화 홍보와 함께 고부가가치의 이윤을 창출하여 세계적으로 관심이 집중되어 있다.

현재 전국 관광지의 기념품들을 살펴보면 수년전에 판매되던 상품들이 현재에도 준비하여 상품의 개발이 필요하며, 전국 어디서나 볼 수 있는 유사한 상품들이 주류를 이루고 있어 차별화된 지역 문화상품 개발이 필요한 실정이다.

본 연구에서는 충남 지역의 문화상품의 현황에 대해 알아보고, 충남 지역을 대표 할 수 있는 백제 문화권에서 출토된 유물들을 사무용품에 활용함으로써 백제 문화를 홍보하고 그 지역을 대표하는 문화상품 디자인을 제안하고자 한다.

2. 연구 내용 및 방법

현재 전국의 기념품점에서는 제 3국의 저급 상품들이 주류를 이루고 있다. 이에 백제 문화권에서 출토된 유물을 활용하여 충남지역 문화 활성화를 위해 현대 감각에 맞는 미래지향적인 문화상품 디자인을 제안한다.

본 연구의 내용과 방법을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 국내·외 문화산업의 특성 및 문화상품 현황 및 사례를 들어본다.
- ② 충남지역인 백제권 지역의 문화 성격 및 특성에 대하여 알아본다.
- ③ 유물 형태와 문양을 응용한 사무용품 디자인을 제안한다.

제작기법으로는, 가볍고 휴대가 용이하도록 알루미늄을 주재료로 했으며 여러 가지 색상으로 표현 가능한 에노다이징 (Anodizing)기법을 사용하였다. 여러 가지 색상으로 표현하여 소비자 각자가 원하는 색상을 자유롭게 선택할 수 있도록 한다.

II. 국내·외 관광문화상품의 현황

문화상품은 문화와 예술, 과학적 기술을 접목시킨 개념이며 국가 또는 각 지역의 문화나 역사적 배경과 특성에서 유래한다. 그러므로 그 나라나 지역의 상징적인 이미지를 담고 있어야 한다[1].

문화상품은 ‘이미지’를 파는 것이다. 이는 상품의 미적 구성요소와 차별화된 이미지가 문화상품의 수요창출과 소비자의 구매 욕구를 촉진시킨다[2].

1. 국외 관광문화의 특성 및 현황

미국을 비롯한 영국, 프랑스 등 선진국들에서는 문화산업에 대해 큰 관심을 가지고 국가의 상징적인 이미지를 정립하여 이를 이용한 문화상품들을 지속적으로 개발하고 있다.

표 1. 국외 문화상품 현황

구분	시장의 특성	문화상품
미국	<ul style="list-style-type: none"> • 세계최대 문화관광 산업국가로 상업적 공예 발달 • 실용적이면서 미적인 공예품 제작 	
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> • 장인들의 전통 보전의 기반 역할수행 • 시즌별 상품 제작/판매 	
영국	<ul style="list-style-type: none"> • 대규모 공예산업으로 해외 시장까지 확대 추세 • 영국공예청과 미술공예 부흥운동의 제작/판매 지원 	
일본	<ul style="list-style-type: none"> • 법률상의 전통공예품 5가지 인정요건 모두 충족(주재료, 기술/기법, 용도, 원산지, 수직업 등) 	

※ source : 해외공예현황-공예산업 기반조성을 위한 마케팅 조사 (2005년)[3]

2. 국내 문화산업의 특성 및 현황

현재 세계적으로 문화산업의 시장규모가 증가하고 있다. 우리나라 역시 전반적으로 성장세를 보이며 관광 문화상품의 비중이 높아지고 있다. 문화상품은 도자기류, 문방사우, 토기류와 같은 공예상품이 대부분을 차지하며, 그 외 캐릭터 상품 및 그 지역의 특산품들로 이루어져있다.

다음은 각 지역에서 개발되고 있는 관광문화상품의 사례를 들어 보았다.

표 2. 각 지역의 문화상품개발 현황

지역	문화상품	지역	문화상품
서울	서울시캐릭터상품	강원	신사임당상,목공예
부산	거북형 인주함	충북	맥반석제품
인천	강화 온초공예품	충남	금동대향로,머드제품
대구	하향주, 목공예품	전북	목기, 머루주,부채
대전	가족, 목칠공예	전남	거북선모형,죽제품
광주	진다리룻, 청자	경북	에밀레중모형,금관
울산	연양자수정,태화역	경남	통영나전칠기,돛자리
경기	이천 도자기	제주	돌하루방,산호공예

3. 충남지역의 문화산업

1.1 충남지역의 특성

지역마다 그 지역의 문화를 활성화하기 위한 개발에 심혈을 기울이고 있다. 각 지역을 방문하는 관광객들은 박물관등의 소장유물을 통해 그 지역의 역사와 문화를 이해하고 기초적인 지식을 습득한다.

충남 지역은 역사적으로나 예술적으로 많은 관심을 받고 있으며 다음과 같이 세 가지 요인으로 분류 할 수 있다.

1.1.1 지역적 요인

충남은 중부 내륙 지역에 위치하며, 깨끗한 공기와 비옥한 토양으로 자연 친화적 환경의 특징을 지니고 있다.

1.1.2 역사적 요인

충남은 백제 문화권의 중심지로서 역사문화도시라는 이미지를 강하게 지니고 있다. 이곳에는 무령왕릉, 부소산성, 공산성, 능산리고분 등 수많은 문화재들이 산재하고 있어 백제 문화의 성격이 잘 나타나 있다. 국립공주박물관과 국립부여박물관, 백제역사문화관에서는 세계적인 문화유산을 소장하고 있다.

1.1.3 예술적 요인

예술적 요인으로는 유형·무형 문화재로 나눌 수 있는데 유형문화재에는 각 지역에서 출토된 백제금동대향로, 백제 금제관식, 금제 뒤꽂이, 서산마애삼존불상, 수덕사 대웅전 등 국보급 문화재들이 다량 존재하며, 무형문화재로는 남사당놀이와 백제의 가요인 서동요

(書童謠), 정읍사(井邑詞)와 고마나루 이야기 등을 들 수 있겠다.

이렇게 충남 지역은 백제 문화권의 중심지로서 지역적 가치뿐만 아니라 역사적으로 보았을 때 그 문화의 우수성과 중요성이 높이 평가되고 있어 문화산업으로 개발할 수 있는 활용 가치가 매우 크다. 또한 해마다 공주와 부여에서 치르는 백제문화 축제와 같은 행사를 통해 지역문화 홍보와 이미지 향상의 효과를 기대할 수 있다.

이를 토대로 하여 충남지역이 가지는 강점 및 개선할 점을 SWOT 분석을 해 보았다.

표 3. 충남지역의 SWOT 분석







강점 (Strength)	약점 (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> 백제 문화의 중심지로 문화재 풍부 역사문화도시의 이미지 문화·관광 및 환경적 잠재력 보유 친환경적인 지역 조건 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 문화에 인식에 대한 시민의식 미흡 보수적인 시민 의식 배타적 속성
기회 (Opportunity)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> 문화의 도시 높은 부가가치 창출 관광 유동수 증가 → 문화 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> 패망국 역사 인식 문화의 계승과 발전 미흡

1.2 백제문화권 지역문화상품

현재 충남지역뿐 아니라 각 지역마다 그 지역을 대표할 수 있는 특산물이나 문화재 등을 소재로 한 상품들이 점차 늘고 있다.

다음은 공주와 부여, 전주의 백제권지역의 박물관에서 개발되고 있는 문화상품들의 사례를 들어보았다.

표 4. 백제권 지역 문화상품

국립 공주박물관		
국립 부여박물관		
국립 전주박물관		




위의 사례를 통하여 몇 가지의 장·단점을 유추해 보면, 먼저 장점으로는 백제권 지역에서 출토된 유물의 형태나 문양이 강하게 나타나 백제의 이미지 전달이 용이하다는 점을 들 수 있다. 또한 금속이 가지는 고급스러운 이미지를 느낄 수 있다.

단점으로는 위와 같은 상품들은 젊은 층의 구매자들의 구매 욕구를 충족시킬 만한 요소가 부족하다. 사례의 상품들을 보면 대부분이 20대 후반이나 30대 이후의 중년층들이 관심을 보이는 것들이 대부분임을 알 수 있다. 특정 연령층을 대상으로 하는 상품들도 필요하다. 여기서 말하고자 하는 내용은 아동이나 청소년들도 함께 관심을 가질 수 있는 상품 개발이 필요하다는 것이다. 또한 상품의 종류가 한정적이어서 지역마다 비슷한 상품들이 보여 지고 있다. 이를 해결하기 위한 상품들은 다양한 종류와 차별화 되어 소비자들로부터 지속적인 호기심을 이끌 수 있게 된다.

1.3 백제문화의 특징

각 나라에서는 지리적 위치나 환경, 주변국가의 영향 등으로 저마다 서로 다른 문화적 성격을 지니고 있다. 초기의 백제문화는 고구려 문화의 영향을 받아 강하고 거친 문화적 성격을 띠었으나 중국 남조 문화를 수용하고 풍요로운 지형적 요인 등으로 백제 특유의 부드럽고 온화한 문화성격으로 계승한다. 이는 백제의 와전에서 쉽게 찾아 볼 수 있는데 와전을 통한 백제와 고구려, 신라의 성격을 비교해 보면 다음과 같다.

표 5. 와당을 통한 백제문화의 성격

	와당	성격
백제		<ul style="list-style-type: none"> • 넓게 조각된 꽃잎 • 우아하고 부드러운 형태의 아름다움을 지님. • 주로 6엽이나 8엽으로 구성
고구려		<ul style="list-style-type: none"> • 연꽃잎 끝이 뾰족 • 선이 날카롭고 역센 이미지 • 강인한 고구려 문화의 특징을 볼 수 있음
신라		<ul style="list-style-type: none"> • 투박하고 넓적한 저부조의 형태 → 통일직후부터 섬세하고 화려한 연꽃무늬가 등장

이처럼 삼국의 와당을 분석한 결과 쓰임새는 같아도

문화적 성격이나 환경에 따라 그 이미지가 서로 다르게 나타나고 있음을 유추할 수 있다.

백제의 토기나, 화려하지는 않지만 격조 있는 조화를 보이는 기와전들, 근엄보다는 온화한 불상의 미소 등에서 백제의 소박하고 온화한 인상을 찾아볼 수 있다. 이는 바다와 강 유역의 평탄하고 넓은 평야에 자리한 지리적 요건으로 풍요로운 농경사회가 밑바탕이 된 환경적 요소가 컸다고 본다[4].

또한 무령왕릉 부장유물이나 부여에서 출토된 백제 금동대향로는 동북아시아의 향로 중 걸작으로 꼽히고 있을 만큼 백제의 화려한 문화예술 수준도 엿볼 수 있다.

백제 문화가 지니는 성격을 환경적 요소와 외부적 요소로 구분하여 보면 다음과 같다.

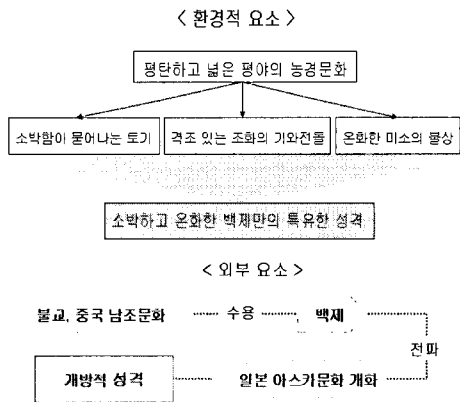


그림 1. 백제문화의 성격

백제권 지역에서 출토된 국보급 유물 중 무령왕릉에서 발굴된 유물들이 많이 있는데 이 유물들의 특징에 대해 알아본다.

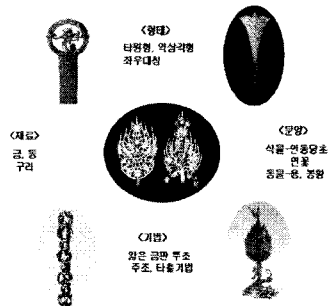


그림 2. 백제권 지역 유물

백제금제관식, 금제뒤꽂이, 환두대도, 백제금동대향로, 허리띠 등과 유물들의 전체적인 형태는 원형과 역삼각형으로 좌우대칭인 형태를 이루고 있고, 문양으로는 인동당초문, 연화문, 용, 봉황문양 등이 주로 사용되었음을 알 수 있다.

금, 동, 구리와 같은 금속의 재료가 대부분이며 판제 투조나 주조와 타출기법을 주로 사용한 것들이 대부분이다.

이처럼 공주의 무령왕릉에서 출토된 유물들을 살펴보면 나무와 같은 유기질의 재료로 된 것들은 부식되어 약간의 형태들만 남아 있고 금속재질의 것들은 비교적 보존 상태가 양호하다.

III. 디자인 개발 제한

1. 디자인 개발 방법

충남 지역의 많은 유형문화재 중 무령왕릉에서 출토된 금속 유물을 소재로 하여 지역문화를 활성화 할 문화상품을 다음과 같은 과정을 통해서 개발 하고자 한다.

다음과 같은 과정을 통해 다음과 같은 컨셉을 설정하여 이에 맞는 디자인을 제안한다.

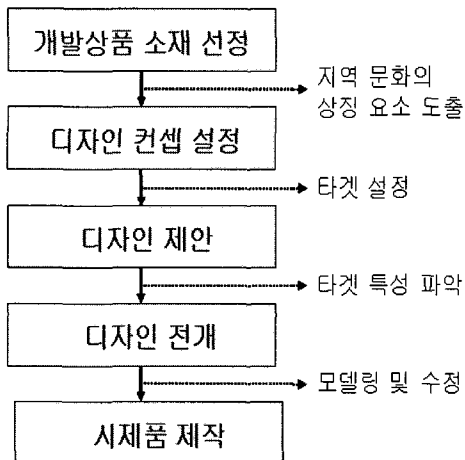


그림 3. 문화상품 디자인 개발 프로세스

표 6. 디자인 개발 방향

이미지	지역문화 상징 고급스럽고 세련된 이미지
디자인	문양 - 연화문, 도깨비, 허리띠 예술적 감각을 살려 전통미+현대미
색상	쉽게 싫증나거나 퇴색되지 않을 색상 상징물의 이미지에 부합되는 색상처리
재료	가볍고 휴대가 용이한 알루미늄 선정
기능	실용성 + 장식성 + 기념성

2. 문화상품 디자인

백제 문화를 대표할 수 있는 유물을 응용해 휴대성과 장식미를 겸비한 사무용품용을 개발시켜 보았다.

1.1 제도기

백제의 우아하고 부드러운 이미지를 지닌 와당의 형태를 기본으로 하며 또 이를 패턴화 하여 제도기에 응용하였다.

제도기를 보면 대부분 평면으로 이루어져 있는데 이를 입체화 하여 제도 시 손에 쥐기 편하도록 한 것이 이 제도기의 특징이다. 또한 알루미늄을 재료로 하여 에노다이징 기법을 통해 은은한 색상을 도출하여 전통 유물이 지닌 고급스러움을 표현하였다.

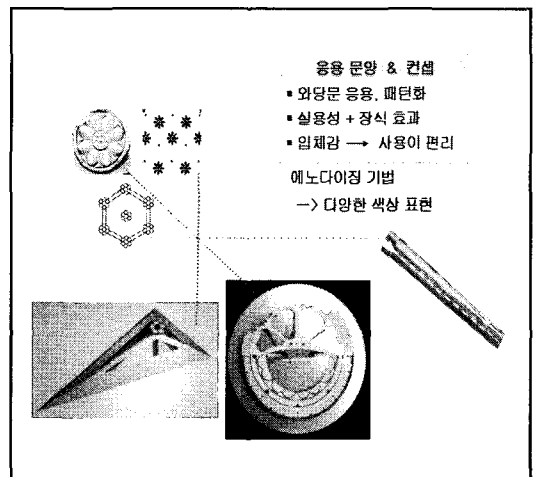


그림 4. 제도기

다음은 제도기 각각의 세부도이다.

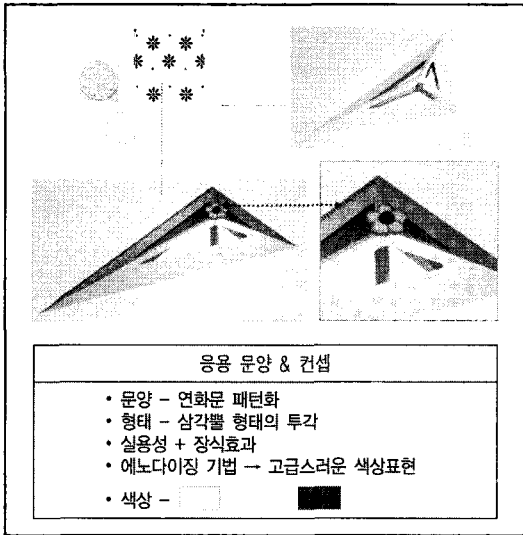


그림 5. 제도기 1-1

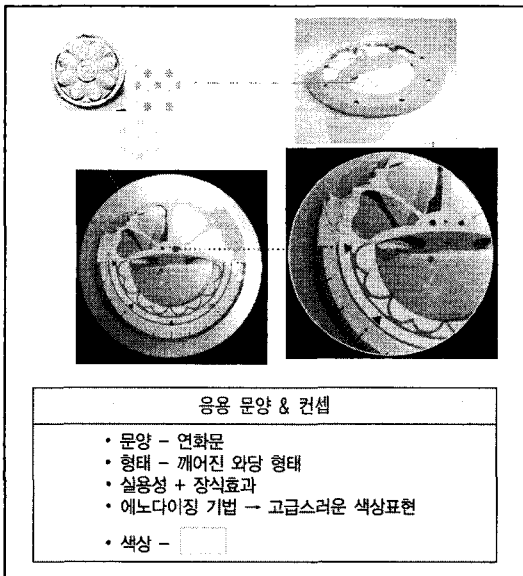


그림 6. 제도기 1-2

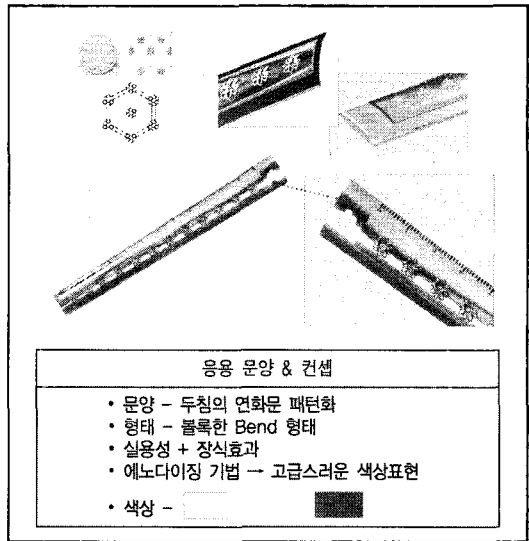


그림 7. 제도기 1-3

1.2 USB Memory Stick

PC의 사용이 많은 현재, 이동식 디스크가 필수품으로 자리하고 있다. 이 제품은 중년층의 직장인들을 타겟으로 한 제품으로 USB Memory Stick 1은 남성적 이미지를, USB Memory Stick 2는 여성적 이미지를 지니고 있다.

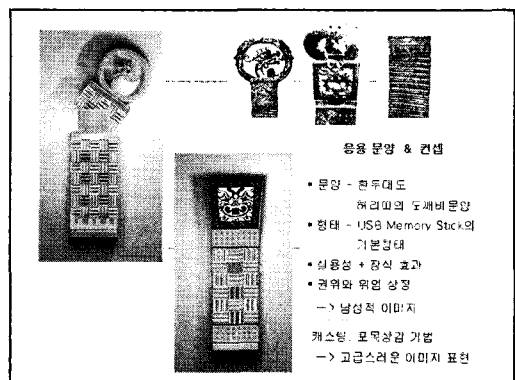


그림 8. USB Memory Stick 1

위의 제품은 남성을 위한 USB Memory Stick으로 환두대도와 왕의 허리띠의 일부인 도깨비 문양을 응용하였다. 환두대도는 왕이나 계급이 높은 장군들이 지니고 있던 것으로 권위와 위엄을 상징했던 것으로서 남성적

이미지를 강하게 내포하고 있다. 이를 활용하여 남성의 권위와 위엄 그리고 중후한 맛을 표현하였다. 또한 단순히 메모리 스틱으로서의 기능만이 아닌 목에 걸어 휴대함으로써 장식적인 효과도 겸비한 제품이다.

제작기법으로는 캐스팅 기법과 포목상감 기법을 활용하여 고풍스럽고 중후한 맛을 표현함과 동시에 전통적 이미지와 현대적인 이미지를 조화롭게 나타내었다. 색상은 황색과 검정색, 은색을 주로 사용하였다.

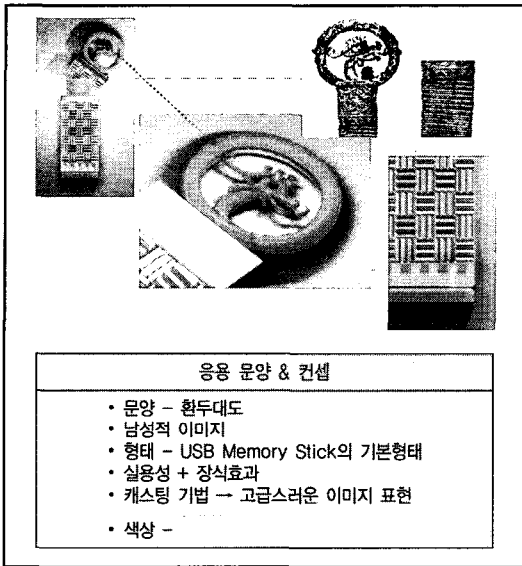


그림 9. USB Memory Stick 1-1

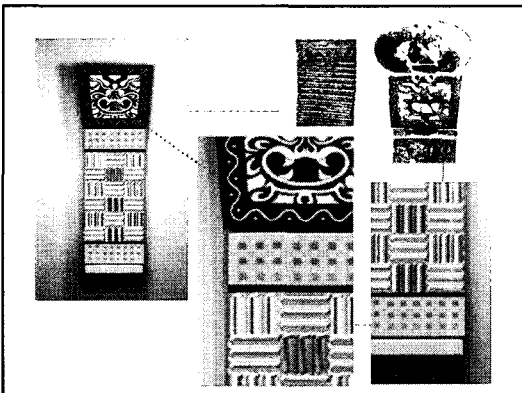


그림 10. USB Memory Stick 1-2

다음은 여성을 대상으로 한 USB Memory Stick으로 왕의 허리띠의 일부와 인동당초문을 응용한 제품이다.

우아하고 아름다워지고 싶어 하는 여성들의 심리적 욕구를 충족시킬 수 있도록 화려하게 표현하였다.

표면은 무광 효과를 준 뒤 에노다이징 기법을 사용해 남성을 대상으로 하는 Memory Stick보다 좀 더 다양하고 화려한 색상으로 표현하고자 하였다. 본 연구에서 제시한 색 외에도 다양한 색상으로 표현이 가능한데 이것이 알루미늄 에노다이징 착색의 특징이다. 이 제품은 Memory Stick이라는 실용적인 기능과 목걸이로도 착용이 가능하여 장식적인 기능도 동시에 지니고 있다.

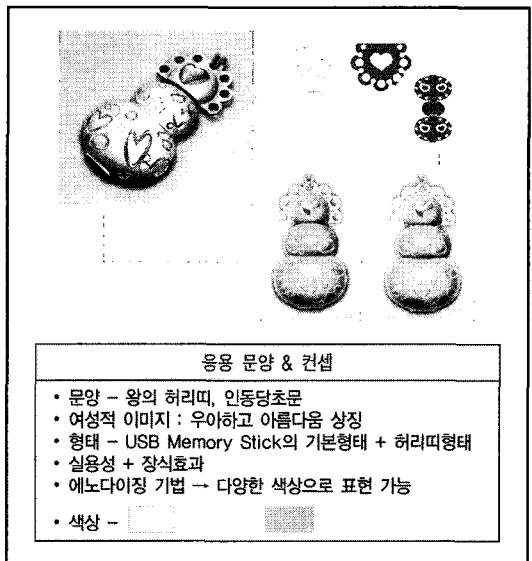


그림 11. USB Memory Stick 2

IV. 결론

각 지역에는 문화재의 이미지를 활용한 문화상품들이 개발되어지고 있지만 그 지역만이 지니고 있는 특색을 갖춘 상품들이 부족한 실정이다.

이에 본 연구는 충남지역에서 판매되고 있는 문화상품을 토대로 하여 지역적 이미지를 내포하면서 동시에 실용적인 미와 장식적인 미를 갖춘 차별적이고 다기능적인 문화상품 디자인을 제안하였다.

본 연구의 개발 상품을 사용함으로써 다음과 같은 기대효과를 가져본다.

- 차별화 되고 전통과 현대 감각이 조화를 이룬 미래지향적인 문화상품 디자인
- 상품적 가치, 예술적 가치, 교육적 가치 추구
- 지역 문화 홍보와 문화에 대한 지역주민의 애착심 향상 및 지역의 높은 부가가치 창출

이 지역을 방문하는 많은 관광객들이 본 연구에서 제안한 문화상품을 사용함으로써 백제권 지역 문화를 체험하고 경험할 수 있는 계기를 가져본다. 또한 충남지역에 대한 문화 홍보와 애착심을 향상시키는 충남지역 문화의 활성화를 기대해 본다.

이제는 문화재를 보존 하는 데에만 그칠 것이 아니라 이를 널리 홍보하고 발전시킬 체계적인 관리가 필요하다. 그 중 한 가지 방안을 제안하자면 문화재 이미지를 응용한 문화상품 개발을 들 수 있겠다. 일률적이고 어디에서나 볼 수 있는 것이 아닌 조금 더 발전되고 차별적인 특색을 갖춘 문화상품디자인이 개발 되어야 하겠다.

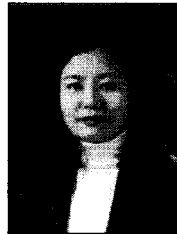
p.19, 2005.

- [4] 백제문화연구소, “문화자원 활용을 위한 백제문화 콘텐츠 확대방안”, 백제문화학술지, 제33권, 제1호, p.9, 2004.
- [5] 충청남도역사문화원, 무령왕릉 출토유물 문양집, BrandUp, 2006.

저 자 소 개

최 윤 정(Yeun-Jeong Choi)

증신회원



- 1994년 2월 : 서울산업대학교 금속공예디자인학과(미술학사)
- 1996년 8월 : 서울산업대학교 산업공예학과(미술석사)
- 2005년 3월 ~ 현재 : 공주대학교 조형디자인학부 조교수

<관심분야> : 장신구디자인, 보석, 문화산업

명 희 봉(Hoe-Bong Myeong)

정회원



- 2005년 2월 : 공주대학교 조형디자인학과(미술학사)
- 2007년 2월 : 공주대학교 조형디자인학과(미술석사) 수료

<관심분야> : 컴퓨터 그래픽, 공예디자인, 캐릭터

참 고 문 헌

- [1] 이재민, 지역 문화를 기반한 패션 문화 상품 개발 연구, 이화여자대학교 석사학위논문, p.5, 2003.
- [2] 전영옥, 문화자원 개발과 지역활성화 전략, 삼성경제연구소(SERI보고서), p.4, 2004,
- [3] 한국공예문화진흥원, 한국공예명품개발사업 추진을 위한 중장기 마케팅전략 수립, 컨설팅 보고서,