

# 문화원형의 산업적 활용을 위한 디자인 개발 :백제 무령왕릉 출토유물에 나타난 문양을 중심으로

Designs to Commercially Utilize Cultural Archetype:  
based on Patterns Found on the Relics from King Mooryung of Baek-je's  
Mausoleum

김덕용\*, 신정철\*\*

홍익대학교 디자인·영상학부\*, 홍익대학교 대학원 광고커뮤니케이션디자인학과\*\*

Duk-Yong Kim(oskdy@naver.com)\*, Jeong-Chul Shin(glico@naver.com)\*\*

## 요약

본 논문은 문화산업의 발전에 문화원형을 어떻게 효율적으로 활용할 것인가 하는 방안을 제시하기 위한 연구이다. 현재 다양한 전통문화상품들이 수도 없이 개발되고 있지만 문화재의 단순한 복제품이거나 트렌드를 고려하지 않은 전통의 복원에 국한되어, 소비의 대중화가 이루어지지 않고 있다.

본 연구는 백제 무령왕릉 출토유물에서 나타난 문양을 중심으로 진행하였다. 백제의 문화 중, 집단적인 전통의 상징물로 일반화된 특성을 가진 문양의 문화원형적 가치에 주목하였다.

아울러 문화상품의 디자인 개발은 전통적인 의미를 내재함과 동시에 현대적인 스타일로 표현하면서, 문양에 함축된 스토리 요소를 최대한 활용하는 방법으로 진행하였다. 디자인 연구개발 순서는 먼저 유물의 구성요소와 형태를 기본으로 정형화하고, 문양의 단순한 현대화가 아닌 문양 내재된 스토리를 고려한 디자인 모티브를 개발하였다. 그리고 개발된 디자인 모티브를 상품의 컨셉에 맞도록 디자인하여 시제품을 개발하였다.

■ 중심어 : | 백제 유물 | 문화원형 | 문화산업 | 문양 |

## Abstract

This paper presents plans to develop cultural archetype into a cultural industry. Though, various types of cultural products are being developed, they're not very popular to consumers and has very limited market. Reason for that is, most of these products are simple replicas of cultural assets or they are focused solely on restoring the traditions without considering trend.

This study was focused on patterns found on the relics from mausoleum of king Mooryung of Baek-je. Main focus was the meaning of important patterns as generalized representation of traditional and emotional value.

In addition, the study was done with the idea that developing the design of cultural products should be presented in modern style while carrying the traditional value and the story telling elements. The order of developing the design should be, first, forming process based on its original form and the elements, and developing a design motive based on the story the pattern is carrying. Then develop sample products with the motive.

■ keyword : | Relics of Baek-je | Cultural Archetype | Cultural Industry | Pattern |

\* 이 논문은 2007학년도 홍익대학교 학술연구진흥비에 의하여 지원되었음

접수번호 : #091106-001

심사완료일 : 2010년 02월 03일

접수일자 : 2009년 11월 06일

교신저자 : 김덕용, e-mail : oskdy@naver.com

## I. 서론

### 1. 연구목적

문화산업이란 '문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업'으로, 21세기는 문화가 고부가가치를 지닌 산업으로 주목받고 있다. 한국 문화산업은 발전가능성에 있어 비교적 높은 평가를 받고 있지만, 이미 큰 발전을 이룬 문화선진국에 비교한다면, 아직 낮은 수준이다. 국내의 문화산업이 발전하기 위해서는, 무엇보다 장기적인 비전에 따라 한국의 정체성과 고유성이 담긴 문화원형의 발굴과 체계적인 관리가 선행되어야 한다.

문화원형이란 학술적으로 논란의 여지가 있지만, 그 개념을 알기 쉽게 말하자면 문화콘텐츠 제작을 위한 '원천소스' 혹은 '원천자료'라 말할 수 있다[1].

좀 더 포괄적인 시각으로 문화원형에 대한 정의는 "전통문화 가운데 그 민족 또는 그 지역의 특징을 잘 담고 있어서 다른 지역, 다른 민족과 구별되며 아울러 여러 가지로 갈라진 현재형의 본디 모습에 해당하는 문화를 말하기도 하며, 이는 집단무의식의 구조적 요소 중 하나이다[2].

덴마크의 저명한 미래학자 '롤프 옌센'은 자신의 저서 「드림 소사이어티」를 통해 감성적 가치를 전달할 수 있는 이야기의 경제적 가치에 대해 역설하였으며, 이러한 이야기의 제 1주제로 고유의 정체성과 문화를 손꼽았다. 특히, 우리나라는 지난 50년간 근대화·산업화·정보화를 단번에 이뤄내는 과정에서 고유의 문화적 유산들을 망각함으로써 인해 국가적 차원의 개발이 필요한 실정이다.

백제하면, 흔히 의자왕, 3000궁녀, 계백, 한반도 구석진 곳의 작은 고대국가 정도의 이미지로 각인되어있다. 하지만 이러한 이미지와는 다르게 백제가 동아시아 고대문명사에 미친 영향은 대단히 크고 광범위 하며 이를 제대로 조명 한다면 실로 놀라지 않을 수가 없다. 백제의 문화는 단순히 한반도 남서부의 지역적 경계에서 벗어나 고대 동아시아의 문화원형의 집합체이자 결정체로서, 그 우수성과 세련성이 증명되고 있다.

아직까지 우리나라의 문화상품은 문화재의 단순한

복제품이거나, 트렌드를 고려하지 않은 전통의 복원에 국한되어 있어, 일반 소비자를 통한 소비의 대중화를 이루지 못하고 있다.

본 연구에서는 제대로 조명 받지 못 한 백제 문화원형의 시각적 요소, 특히 그 중에서도 전통문양을 탐색하고, 이에 대한 다양한 활용방안에 대해 논의함으로써, 문화콘텐츠의 다양성 확보와, 전통적 모티브에서 경제적 부가가치를 지닌 현대적 디자인으로의 변화 방법을 모색해 보고자 한다.

### 2. 연구방법 및 내용

문화산업을 위한 문화원형 활용방안을 위해 본 연구는 다음과 같이 진행된다.

첫째, 각종 문화콘텐츠에 관련된 문헌과 도서 조사를 통한 문헌연구. 둘째, 무령왕릉 출토유물을 중심으로 한 백제문화와 유물, 문양 등에 관한 내용 조사에서 나타난 문양의 분석을 통한 문화원형 발굴 연구. 세 번째, 개발연구는 분석된 문양을 바탕으로 디자인 소스를 위한 새로운 문양과 디자인 모티브를 개발하고, 이를 이용한 상품디자인 개발을 통하여, 문양을 이용한 문화상품화, 문화산업화를 제안하고, 가능성을 가늠 하고자 한다.

## II. 백제의 문화원형과 문양의 의미

### 1. 무령왕릉 출토유물

백제의 국가기원은 분명하지 않지만 기원전 18년 온조에 의해 건국된 것으로 기록되고 있다. 이후 660년 나당군의 침략을 받아 사비도성이 함락된 이후 3년간의 치열한 부흥운동을 거쳐 663년에 국가의 종말을 고하였다[3].

백제의 예술은 넓고 풍요로운 지역성과 그에 형성된 백제인의 성품에 기인하여 온화하고 섬세한 미의식을 자랑하였다. 백제인들은 특유의 국제성으로 중국의 남조와 고구려의 문물을 적극적으로 수용하면서도 세련미로 대표되는 백제만의 독자적인 경지를 이룩할 수 있었다.

무령왕 대는 외침으로 인한 웅진천도로 실추된 왕권이 서서히 회복되어 가는 과도기적인 시기였으며, 백제문화의 완숙기라고도 볼 수 있다. 무령왕은 중앙에서 22담로를 파견하여 다시금 중앙집권화를 꾀하였고, 중국 남조 양나라와의 외교를 통해 왕권의 당위성을 공고히 하였으며, 다양한 문물을 수입하여 위상을 높여갔다. 이러한 역사적 사실을 증명하는 결과물이 1971년 7월 5일 송산리 6호분 내부 보수공사 도중 발견된 무령왕릉이며, 발굴된 유물에서 보이는 문양의 형태와 유래는 백제 문화원형을 파악할 수 있는 중요한 경로가 되고 있다.

백제의 역사는 국가의 중대시기마다, 지배세력의 이주와 토착세력의 융합이라는 토대에서 외부국 세력과의 전략적 외교를 통해 극복해 나갔으며, 그에 따라 문화적 발전이 이루어 졌음을 다양한 사료를 통해서 짐작할 수 있다. 특히 무령왕대의 국난극복과정에서의 나타난 정치·외교적 상황과 그에 따른 문화적 파급은 무령왕릉에서 출토된 유물들을 바탕으로 체계적인 연구가 진행 중이다.

## 2. 유물에 나타난 문화원형과 문양

중앙집권에 성공한 왕의 무덤에서 출토된 유물답게 섬세함과 세련미가 넘치면서도, 중국남조 양식과 일본산 재료 등은 백제의 국제성을 유감없이 드러낸다.

각종 유물에서 보이는 백제 문양은 백제인들 개인의 의식의 반영이며 정신활동의 소산임과 동시에 창조적 미화활동의 결과로서, 순수 감상용 미술이 작가 개인의 주관적 사상과 정서를 표현한 것이라면, 문양은 집단적인 가치 감정의 상징물로 일반화되어 있어 문화원형적 가치가 더욱 높다[4].

### 2.1 금제관식

금으로 만든 왕관의 장식으로, 최초 무령왕릉이 발견되었을 때 조사하는 과정에서 왕의 널(관) 안쪽 머리 부근에서 포개진 상태로 발견되었다고 한다. 전체적인 형태는 불꽃이 타오르는 모양을 연상시키며, 내부에 사용된 굴문양과 꽃문양이 잘 어우러져 있는 것이 특징이다.

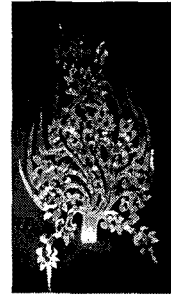


그림 1. 금제관식(왕)에 활용된 불꽃문양

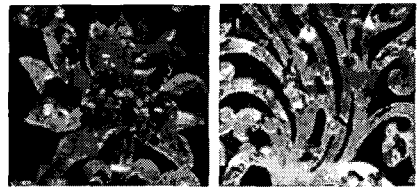


그림 2. 연꽃문양    그림 3. 인동당초문양

이러한 금제관식의 문양을 정리해보면 주로 불꽃문양, 연꽃문양, 인동당초문양 주로 3가지 문양을 발견할 수 있다.

첫째, 불꽃문양은 생성과 유지가 어려운 불의 특성상, 고대사회에서 신성화된 대상이었고, 주술적으로 사용되기도 하였다. 둘째, 연꽃문양에서는 극락세상의 연꽃에서 만물이 탄생한다는 불교의 생성관이 반영된 불교의 연화화생(蓮華化生)사상을 담고 있다. 셋째, 인동당초(忍冬唐椒)문양은 팔메트 당초무늬 계통을 모체로 하여 완성된 무늬로, 이집트, 그리스, 로마, 중국을 거쳐 한반도로 들어왔다. 덩굴식물은 끊어지지 않고 쉬지 않고 살아간다는 길상의 의미로 많이 쓰였다.

### 2.2 환두대도

환두대도는 둥근 고리를 이루는 손잡이 끝장식 안에 하나의 용을 표현한 단룡문환두대도(單龍文環頭大刀)이다. 주로 삼국시대 무덤에서 출토되는 것으로 최고의 신분과 강력한 권력을 나타내는 위세품으로 사용되어 졌다. 환두부는 외부 원과 용 모양을 동시에 주조 도금한 금동제이다. 용과 주작은 백호 현무와 함께 우주의 질서를 진화하는 상징적인 동물로서 사신사상의 영수에 속함에 미루었을 때, 불교적 성격보다 도교의 성격이 강하게 반영 되었다.



그림 4. 환두대도



그림 5. 단룡문양



그림 6. 귀갑봉황문양



그림 7. W자 문양

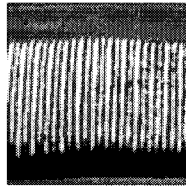


그림 8. 연주문 은선

이 유물에서 문양은 용머리 조각, 봉황, W자형·삼각형문양이 보인다.

용은 농경문화에서 가장 중요한 비를 관장 하는 신을 상징하며, 강력한 권력을 뒷받침하는 상징물로 빈번하게 사용되었다. 봉황은 용, 기린, 현무와 함께 사령(四靈)이라 불리었고, 일반적으로 주작과 동일시되고 있으며, 덕·의·예·인·신을 골고루 갖추고 있어 군왕이 갖추어야 모든 조건과 일치해 추앙을 받은 상징물이다.

이 문양대 아래에는 좁은 지그재그 문양이 돌고 병주부는 표면이 연주문 같은 은선을 뺀이 감았고 하단에는 다시 귀갑봉황문양, 그리고 W자형·삼각형문양으로 마무리 되고 있다[5].

### 2.3 여타 유물과 문양

그밖에 무령왕릉의 출토유물은 왕 10종, 왕비 15종, 금제장식 4종, 거울 3종, 벽돌 5종, 지묘수 1종 등, 국보 12건 17점 등 총 108종 2900여점의 중요 문화재들이 발굴되었고, 그 중 금제 뒤꽂이, 베계, 금동신발, 다리작명 은제팔찌, 동탁은잔, 방격구구신수문경 등이 대표적이다[6].

각 유물에서 보이는 문양은 아래와 같이 크게 사람형태, 동물형태, 식물형태, 도형, 문자 등으로 나뉜다. 주요 문양으로는 거북등문양, 불꽃문양, 용문양, 인동당초

문양 등이 있고, 유물의 목적에 따라 적절하고 다양한 형태로 제작·적용되어져있다.

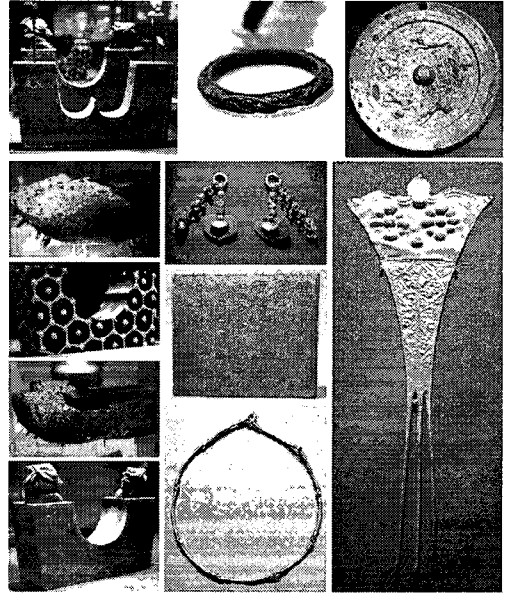


그림 9. 여타 출토 유물



그림 10. 사람 형태의 문양

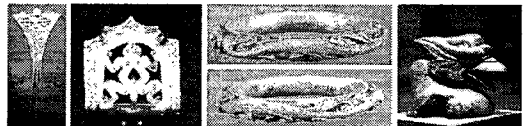


그림 11. 동물 형태의 문양

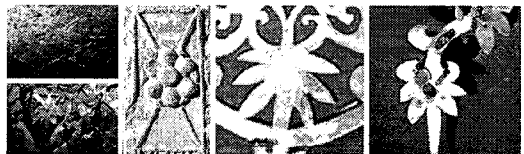


그림 12. 식물 형태의 문양

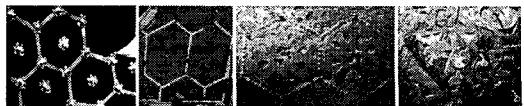


그림 13. 도형 형태의 문양

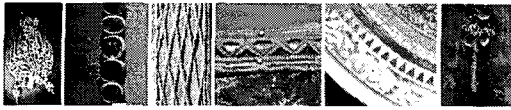


그림 14. 기하학적 형태의 문양

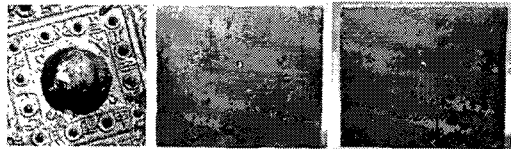


그림 15. 문자형태의 문양

다양한 문양은, 각자가 가진 상징성으로 커뮤니케이션 하는 기호적 도구이자 심미성을 발휘하는 조형예술 도구이기도 하다. 백제문양이 반영된 유물을 현대인이 무의식적으로 쉽게 이해할 수 있는 것은 시각 문화원형인 문양에 반영된 문화적 유전에 기인한 바가 크다.

### III. 백제문양의 현대적 활용 방안

#### 1. 문화원형과 문양

문화원형의 정의는 앞서 언급한바와 같이, 대체로 전통문화 가운데 그 민족 또는 그 지역의 특징을 잘 담고 있어서 다른 지역, 다른 민족과 구별되며 아울러 여러 가지로 갈라진 현재형의 본디 모습에 해당하는 문화를 일컫는 말로 사용된다.

문화원형이 문화산업의 원천으로 인식되어지고, 산업적 활용이 강조되면서, 방법론적인 논의가 다양하게 진행되고 있다. 특히 시장을 전제로 하고 있는 문화콘텐츠가 생활양식이나 전통문화, 사기록 등 다양한 문화적 요소를 원천으로 하여 생성된다고 하였을 때, 각 개인 또는 사회집단의 문화의 다양예술, 이야기, 대중문화, 신화, 개인의 경험, 역성으로 인해 차별성이 생기며, 경우에 따라서는 비슷한 자연환경이나 풍습을 지닌 별개의 그룹 사이에서 문화콘텐츠의 유사성이 발견되기도 한다[7].

이에 따라 우리가 가진 고유의 전통적 문화원형은 현대에 적합한 모양으로 재창조되어야만 국내시장뿐만 아니라 세계시장에서도 통용될 수 있음을 쉽게 짐작할 수가 있다.

문양이란 보는 이로 하여금, 미적 감각을 불러일으키기 위해 점이나 선, 색채를 도형과 같이 형상화한 것이다. 개인에게는 각자의 삶을 통해 발현되는 창조적 산물이며, 집단에게는 언어나 문자와 마찬가지로 사용 주체인 민족과 그 민족이 처한 역사적 배경에 따라 고유한 형태로 나타난다.

문양이 가진 함축적인 의미와 역사에는 다양한 스토리텔링적인 요소가 존재하며, 목적과 용도, 장소에 알맞은 현대적 표현을 가한다면 문화콘텐츠로서의 가치를 최대한 끌어낼 수가 있다.

또, 앞서 언급했듯이 문양은 의식의 반영이며 정신활동의 소산임과 동시에 창조적 미화활동의 결과이다. 이런 면에서 문양에 조형 미술의 원리가 포함되어 있다고 볼 수 있으나, 주제의 성격이나 표현내용으로 볼 때, 우리가 흔히 전통 문화재라고 말하는 순수감상용 미술과는 다른 특성을 가지고 있다.

순수 감상용 미술이 작가 개인의 주관적 사상과 정서를 표현한 것에 반대 성격으로서, 문양은 각기 그 시대에 있었던 여러 가지 사건이나 생활관습, 종교와 신앙적 사유관, 조형의식을 읽고 이해할 수 있게 하는 매개체이자 민족의 집단적인 감정이 객관화된 형태로, 문화적 약속이자 민족문화를 뚜렷하게 반영하는 실체가 된다.[8] 이는 개개의 가치 높은 유물보다 문양이 문화콘텐츠가 가져야할 필수조건인 고유성과, 보편성을 획득하기 쉬움을 시사하고 있다.

문화산업도 상품과 시장, 소비자가 존재하는 경제 산업이므로, 원료가 되는 문화원형의 현대화에 있어 고유성과 보편성의 현대적 해석을 용한 마케팅적인 전략수립과 브랜드로서의 전략수립은 반드시 거쳐야 할 과정이며, 개발 후에 지속적인 관리로 이어져야만 비로소 개발이 성공했다고 말할 수 있다.

#### 2. 백제 문양의 활용 전략

백제 문양이 문화원형으로서 성공적인 현대적 활용 방안에 대한 시도는 어느 정도 진행 되고 있다. 그러나 이 역시 아직까지는 전략적인 차원보다 산발적인 공예품 개발차원에 머무르고 있어 장기적이고 구체적인 로드맵이 절실한 실정이며, 이에 따른 근거는 다음과 같다.

첫째, 백제 문양을 활용하는 디자인은 전통적인 의미를 담고 있으면서도 현대적인 감각으로 스타일이 대중적인 코드와 맞게 활용한다.

'2007년 디자인문화상품 소비실태 및 소비자인식조사'에 따르면, 전통문양을 활용한 디자인 상품의 이미지에 대한 질문에 유효 응답자 중 절반정도가 '중립적/중가적'을 선택하였고, 특히 현대적이고 심플한 디자인 문화상품에 대한 구매의사가 높은 편이었다[9].

전통 문화상품은 그 예술적 가치를 위해 고가격대의 고급스러운 제품으로 개발되는 것이 정석인양 되어왔다. 하지만 이러한 상품은 예술성은 높이 평가되나, 가격대비 실용성의 문제로 구매도가 현저히 떨어진다는 문제점이 조사에 의해 드러났다. 그러므로 백제문양의 활용 결과물은 전통의 뿌리가 내포되어 있어 그 뜻과 정신을 사용자가 음미할 수 있되, 겉모양은 현대적인 트렌드를 반영한 대중적 디자인상품으로 나아가야한다.

또한, 마케팅적인 측면에서도 백제 문화에 대한 인지도는 여타 조선 문화나 신라 문화에 비해서는 상대적으로 많이 뒤떨어져있다. 그러므로 백제 문양은 이를 이용한 먼저 대중성을 확보하여 소비자들에게 백제문화를 알리고, 시장 점유율을 끌어올리는 것이 선행된 다음, 추후 좀 더 고급화된 시장으로 세분화해 나가는 것이 바람직하다.

둘째, 문양을 활용한 문화 콘텐츠화는 본질적으로 외형적 시각현상의 재현만이 아닌 기존의 요소가 가지고 있는 의미와 분위기 등 개성을 잘 반영 될 수 있도록 해야만 브랜드만이 가진 차별적인 문화적 요소로 상품화에 성공할 수 있다[10].

문양은 사회 구성원의 암묵적인 합의에 의해 나타난 집단적 예술이며, 기호학적인 성향이 강하다. 문양에서 겉으로 나타나는 조형미도 무시할 수는 없으나, 이에 내재된 역사적 배경과 민족성, 인간 본연의 욕구를 반영한 종교성은 문양만이 가질 수 있는 문화원형으로서의 강점이다. 이러한 점은 브랜드 아이덴티티를 구축하는데 있어서, 문양이 브랜드의 내재적 의미를 포괄할 수 있는 핵심 구성요소로 활용되어야 함을 의미한다.

특히, 외국의 사례에서 볼 수 있듯이 버버리(Burberry)의 타탄체크 활용사례나 에트로(Etrot)의 인도 페이즐리 문양 활용사례의 성공은, 백제문양의 뛰어난 예술성을 바탕으로 한 디자인 상품 개발 성공가능성에 무게를 실어주고 있다.

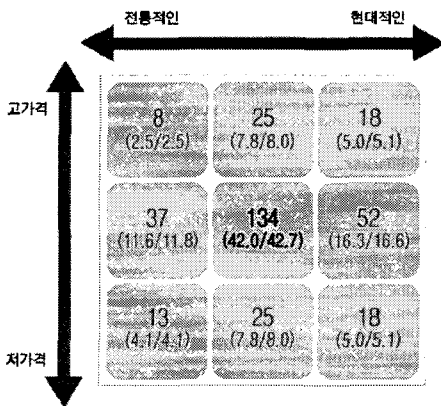
### 3. 외국의 문양활용 사례

#### 3.1 타탄체크(Tartan-Check)의 활용사례

타탄체크(Tartan-Check)는 영국 스코틀랜드 지방에서 부족 및 가문의 상징으로 쓰이던 전통문양으로, 이미 닥스(DAKS), 버버리(Burberry)등 다양한 브랜드에서 활용 되었다.

스코틀랜드의 각 가문 및 부족에서는 역사와 특성에 따라 다양한 전통 체크문양을 보유하고 있었는데, 영국의 전통 브랜드 닥스는 타탄체크를 현대화한 체크패턴으로 리뉴얼하여 세계적인 명품의 입지를 구축하였다.

버버리 역시 영국을 대표하는 세계적 명품브랜드로, 타탄체크를 현대화한 디자인을 코트에 접목시켜 '트렌치코트=버버리코트'라는 공식이 생길 정도로 버버리 코트의 인가 높았으며, 코트에 활용된 타탄체크는 버버리의 고유 트레이드마크가 되었다.



※ 숫자는 응답빈도이며 괄호안의 숫자 중 왼쪽은 전체 중의 백분율, 오른쪽은 유효 응답 중 백분율을 나타냄

그림 16. 디자인문화상품에 대한 소비자 인식 및 성향

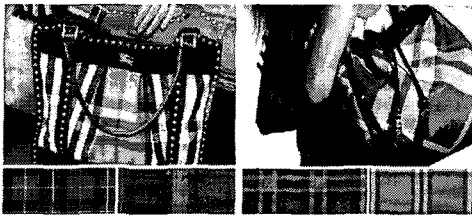


그림 17. 타탄체크와 적용사례

### 3.2 페이즐리(paisley) 문양의 활용사례

페이즐리(paisley)문양은 인도의 캐시미르 지방에서 만들어진 직물에서 유래되어 짐모 에트로(Gimmo Etro)에 의해 개발되었다.

특유의 기하학적인 형태와 화려한 색감으로 널리 알려져 있으며, 명품 브랜드 에트로만의 아이덴티티로서 소비자들의 마음속에 확고하게 자리 잡고 있다. 인도 전통 문양을 바탕으로 중국, 일본 등의 문화를 융합시켜 유럽시장을 개척한 성공적인 데포메이션(Deformation) 사례로 손꼽히며, 최초 의류에서 시작한 문양 활용은 점차 확장하여 잡화·가죽제품으로 까지 발전하였다.

위 두 가지 사례를 통해 문양을 활용한 문화산업화의 성공요인이 단순하게 디자인적인 패턴화나, 전통적 요소의 활용에 있는 것이 아님을 알 수 있었다. 먼저 문양에 내재된 스토리를 제품에 일관되고, 적합하도록 그 뼈대를 만들어야 한다. 그 후, 원형문양, 응용문양, 디자인 모티브 등이 각각 직간접적으로 활용되어지는 현대적인 재해석을 입혀야만 성공이 가능할 것이다.

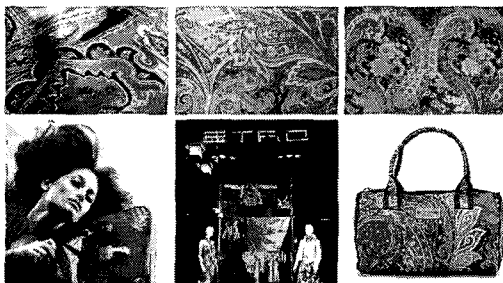


그림 18. 페이즐리 문양과 적용사례

## IV. 연구개발 사례

### 1. 연구개발 순서

지금까지의 연구를 바탕으로, 문양의 문화산업으로의 발전 가능성을 가늠하고자 백제문양을 활용한 실제 디자인 상품화 연구개발을 진행하였다. 진행순서는 다음과 같다.

첫째, 유물의 구성요소와 형태를 기본으로 최소한의 정형화를 전제해두고 원형에서 문양을 추출하거나, 이를 통해 응용문양을 개발하였다.

둘째, 원형과 응용문양 소스를 활용한, 색상과 형태에 있어 백제 문화적요소와 현대적요소가 적절히 배합된 디자인 모티브를 제작하였다.

셋째, 개발된 디자인 모티브를 개별 상품의 컨셉에 맞게 적용하여 실제 상품화 하였다.

넷째, 마케팅 관점에서 백제라는 고대 국가의 전통유산을 특정 장소에 모아 그 장소를 주변 지역과 결합하여 상품화 하는 즉, 백제역사재현단지를 활성화 시키는 장소형 문화마케팅을 적극적으로 활용한다.

### 2. 문양추출과정

문양의 현대적 활용과 해외 문양 활용사례 벤치마킹을 위해 무령왕릉 유물의 문양을 소스화 하였다. 문양의 소스화는 먼저 유물을 패스(path)화 한 후, 그 유물에 사용된 원형문양을 추출하여 형태의 재배치, 반복, 변형 등의 재구성성을 통해 새로운 2차 응용문양을 개발하였다.

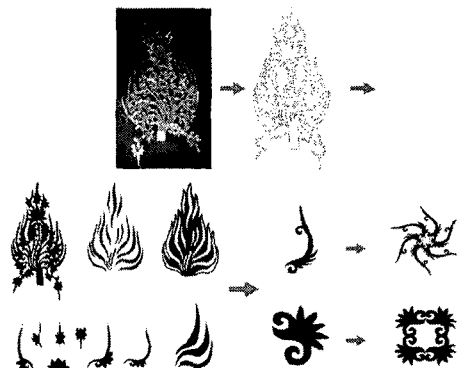


그림 19. 금제관식 문양 추출과정

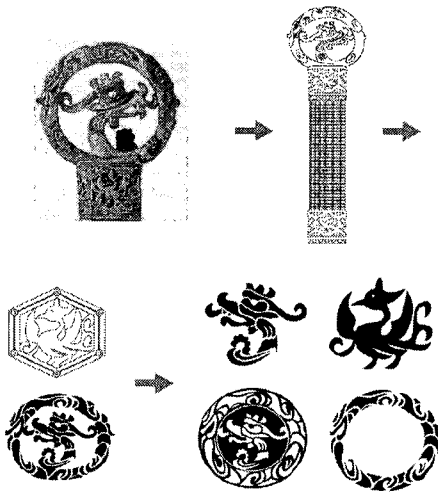


그림 20. 환두대도 문양 추출과정

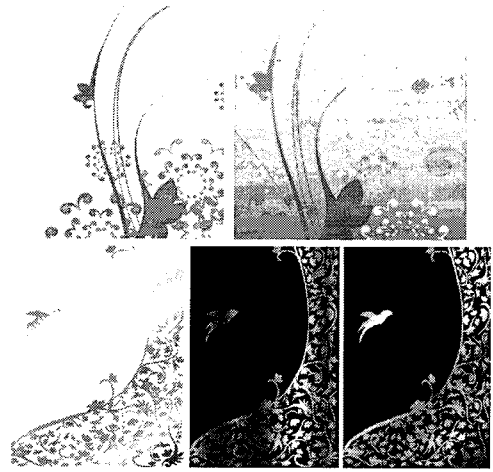


그림 23. 인동당초문양을 활용한 다양한 위치배열과 컬러대비, 프린팅방식 디자인 모티브

### 3. 디자인 모티브 제작

디자인 모티브는 상품개발과정 중 반드시 거쳐야할 과정으로 개발된 응용문양을 다양한 위치배열, 컬러대비, 크기조절, 프린팅 방식 등을 적용하여 제작하였다.

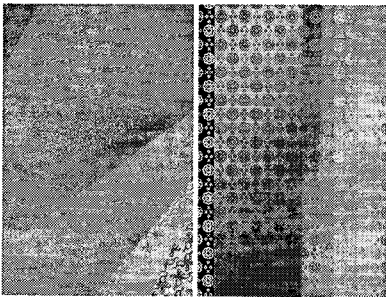


그림 21. 금제관석문양과 환두대도 문양을 활용한 컬러대비 및 패턴화 디자인 모티브



그림 22. 귀고리 문양을 활용한 다양한 위치 배열과 크기조절 적용 디자인 모티브

### 4. 디자인 상품개발

디자인 개발은 문양에 담겨진 스토리텔링적 의미와 조형적 요소를 주요 사용자에게 적합한 형태로 개발하였다.

무엇보다도, 앞서 논의된 문화원형을 활용한 디자인 문화상품화 전략에 따라 전체적인 디자인 컨셉과 톤 앤 매너는 외관은 현대적이고 심플한 감각을 유지하되, 전통의 의미를 담아내어 실제 제품을 제작하였다.

#### 4.1 방격규구신수문경 문양을 활용한 개발 사례

고대 사회의 청동거울은 사람의 얼굴을 비취보는 생활도구의 용도보다는 권위의 상징으로 사용되는 경우가 많았다. 녹이 슬지 않고, 빛을 잘 반사시키는 청동의 속성으로 인해 신성시 되었으며, 특히 빛이 반사되는 청동거울을 왕이 목에 걸고 다니면서 가슴에 위치하여 태양과 같이 빛나게 하였다고 한다. 이러한 권위적 상징과 함께 이 방격규구신수문경(方格規矩神獸文鏡)은 도교적 상징성도 담고 있는 것이 특징이다. 이름에서 알 수 있듯이 신수문, 즉 신령스런 동물이 문양으로 사용되어있고, 신선으로 보이는 남자가 신수와의 대결구도를 보여주고 있다.

본 연구에서는 강력한 권력과 풍류적인 도교사상으로 상징되는 방격규구신수문경의 문양에 현대적인 미학을 가미하여 2차적인 디자인 모티브를 개발하였으며,



이를 토대로 달력, 머그, 접시, 스카프, 타일 등을 제작하였다.

제작물들에는 동양적인 문양에 서구적인 컬러 패턴이 융합되어 시각적인 재미를 주면서도, 고급스러움과 풍류가 느껴지는 레이아웃을 활용한 것이 특징이다.

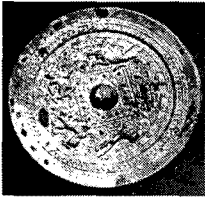


그림 24. 방격규구신수문경 (方格規矩神獸文鏡)

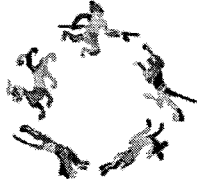


그림 25. 방격규구신수문경의 사냥하는 사람과 동물들 문양의 디자인 모티브

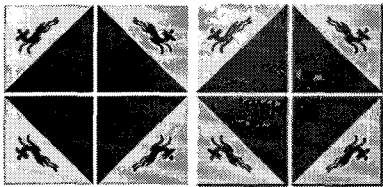


그림 26. 방격규구신수문경 디자인 모티브를 활용한 상품디자인 개발사례 1 (타일 등 장식적 인테리어 활용가능)



그림 27. 방격규구신수문경 디자인 모티브를 활용한 상품디자인과 시제품 개발사례 2 (주방용품)

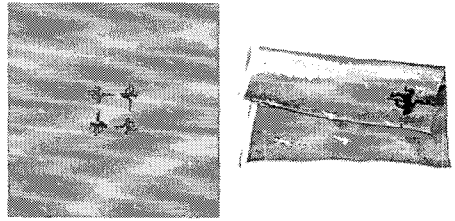


그림 28. 방격규구신수문경 디자인모티브를 활용한 상품디자인과 시제품 개발사례3 (스카프 등 페브리류)

#### 4.2 환두대도 문양을 활용한 개발 사례

초기 철기시대까지는 주로 청동검이 권력자의 위세 품으로 사용되었으나, 세철기술이 발전하면서 화려한 장식을 자랑하는 환두대도로 대체되게 된다. 환두대도는 단순히 싸움만을 위한 검이 아니라, 최고의 목공예·피혁공예·금속공예·관금·철기제련 기술이 총망라된 당대 첨단기술의 집합체였으며, 특히, 백제무령왕릉의 환두대도는 그 화려함과 섬세한 장식으로 발견된 환두대도 중에서도 명품으로 손꼽히고 있다.

외적인 특성뿐만이 아닌 백제의 중흥기를 이뤘던 무령왕의 역사적 스토리와 맞물려 유물이 가진 권위와 고급스러움은 더욱 빛을 발한다.

이러한 내재적인 특징과 외재적인 특징의 결합은 권위 있는 이미지를 원하는 소비자들에게 강한 소유 욕구를 제공할 것이라 예상하고, 무령왕릉 환두대도에서 사용된, 최고 권력자를 상징하는 용과 봉황 문양을 현대적으로 해석·활용하여 제품을 개발하였다. 생활 소품의 경우에는 용머리 문양에 감각적이며, 현대적인 컬러를 사용하여 제품의 특성에 맞는 이미지를 연출하였다. 12월 달력과 머그에 사용된 컬러배색은 크리스마스트리를 연상케 하는데, 이는 권위적인 이미지에 자주 사용되는 특성을 지닌 생활소품인 만큼 친근함을 더하기 위함이었다. 하지만 스카프와 같은 페브리류에는 부드럽고 광택이 나는 재질과 사용자의 연령대를 고려한 다소 중후한 컬러를 사용하여 고급스럽고 권위가 담긴 이미지를 연출하였다.



그림 29. 환두대도

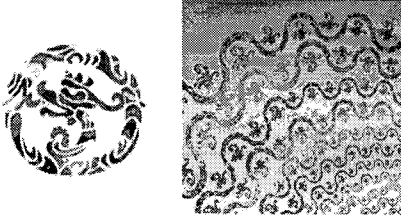


그림 30. 환두대도 용머리 문양의 디자인 모티브

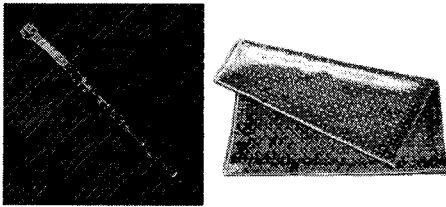


그림 31. 환두대도 디자인 모티브를 활용한 상품디자인과 시제품 개발사례 2 (스카프 및 페브리크)

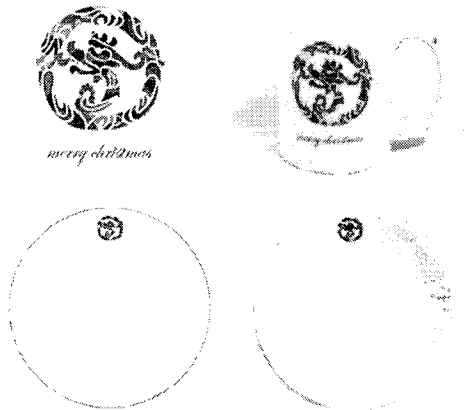


그림 32. 환두대도 용머리 디자인 모티브를 활용한 상품디자인과 시제품 개발사례 1 (주방용품)

#### 4.3 금제관식 문양을 활용한 개발 사례

왕권을 상징하는 유물 중에서도 가장 최고의 가치이자 상징은 단연코 왕관이다. 백제의 관식은 신라의 사슴뿔 모양과는 달리 불꽃이 활활 타오르는 형태로 제작되어 있는 것이 특징인데, 이는 고대사회에서의 불에 대한 신앙이, 최고 권력을 상징하는 관식에 투영된 것이라 볼 수 있다.

또, 내부의 연꽃문양과 인동당초문양은 금제관식에 화려함과 시각적인 재미를 더해주고 있다. 이것은 도교적 사상인 장수와 더불어, 불교적 사상을 대변하며, 당시 도교와 불교가 가진 왕권 강화적 기능과 일맥상통하는 부분이 있기도 하다.

이러한 내용을 바탕으로 다양한 모티브와 제품을 개발하였다. 먼저, 불꽃형태의 왕관 모티브는 실루엣을 사용한 이미지에 붉은 색 계열로 배색함으로써 보는 이로 하여금 화려하고, 따스한 느낌을 받을 수 있게 했다.

인동당초문양을 사용하여, 단순하면서도 기호화된 실루엣이 돋보이는 휴대폰고리와 열쇠고리는, 고급스러우면서도 사용자가 아기자기한 이미지를 느끼게 했다.

머그에 사용된 연꽃문양과 불꽃문양은 더욱 적극적으로 현대적인 컬러배색을 활용하여, 백제특유의 세련미와 온화함을 보전하고자 하였다. 페브릭류에는 앞서 보여준 개발사례들과 마찬가지로 패턴화 된 문양에 중후한 컬러를 사용하여 금제관식의 화려하면서도 고급스러운 이미지를 담아내었다.



그림 33. 금제관식(왕)



그림 34. 금제관식(왕) 불꽃문양의 디자인 모티브

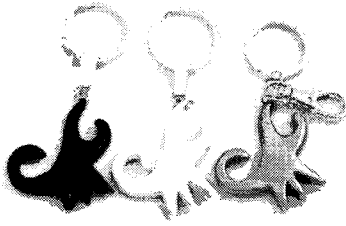


그림 35. 금제관식 인동당초문양을 활용한 상품디자인과 시제품 개발사례 1 (열쇠고리)

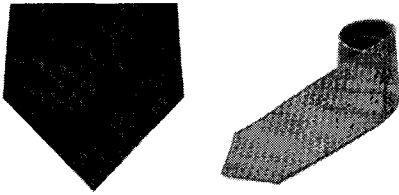


그림 36. 금제관식 인동당초문양을 활용한 상품디자인과 시제품 개발사례 2 (넥타이)

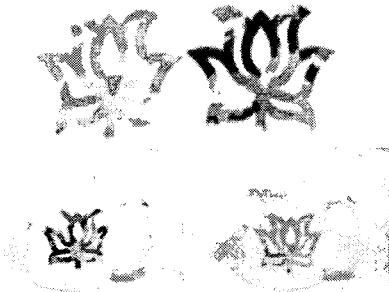


그림 37. 금제관식 연꽃문양을 활용한 디자인 모티브와이를 활용한 시제품 개발사례 3 (머그)

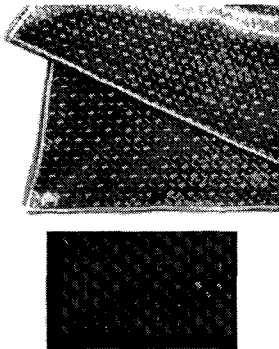


그림 38. 금제관식 인동당초 디자인 모티브를 활용한 상품 디자인과 시제품 개발사례 (스카프 및 패브릭류)

#### 4.4 기타

위 사례 외에도 다양한 디자인 모티브와 실제 상품 및 시제품을 개발하였으며, 특히 디자인 모티브의 개발은 문양의 원형을 아웃라인의 정리를 통해 보전하였으며, 상징적 의미가 훼손되지 않게 진행하였다. 또한 색채 사용과 레이아웃에 있어서도, 유물의 실제 사용과 이미지에 너무 동떨어지지 않게 작업하여 디자인 작업물에도 유물에 담겨진 동일한 스토리를 포함시키고자 하였다.

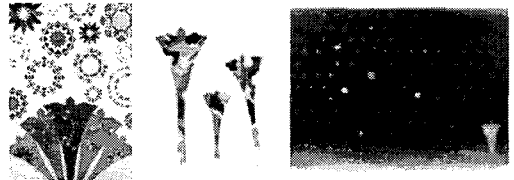


그림 39. 금제 뒤꽂이 삼족오 문양의 디자인 모티브

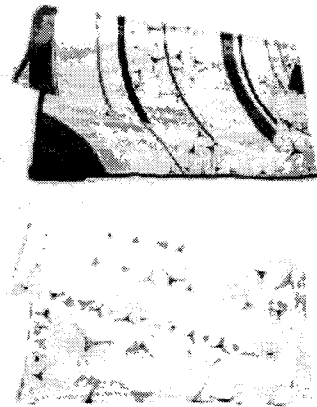


그림 40. 금제뒤꽂이 문양을 활용한 시제품 개발사례 (스카프 및 패브릭류)

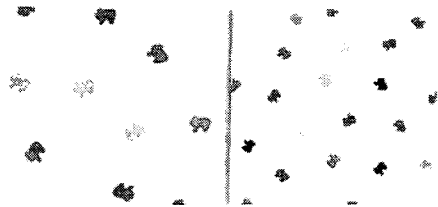


그림 41. 석수 문양의 디자인 모티브와 이를 활용한 시제품 개발사례 (타일 등 장식적 인테리어 활용가능)

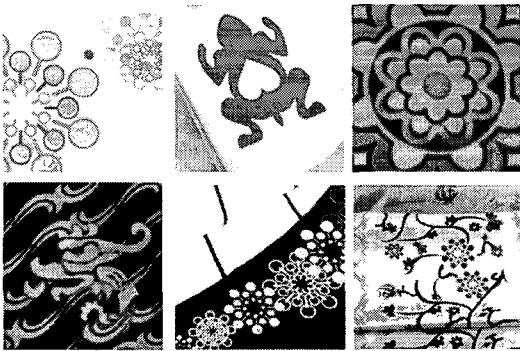


그림 42. 여타 백제문양 적용 제품

## V. 결론

본 연구는 우리 문화원형의 한 형태로서 백제 무령왕릉의 출토유물에 나타난 문양을 탐색하고, 이에 대한 다양한 활용방안에 대해 논의함으로써, 문화콘텐츠의 다양성 확보와, 전통적 모티브에서 경제적 부가가치를 지닌 현대적 디자인으로의 변화 방법을 모색해 보고자 수행되었다.

본 논문은 지금까지 디자인문화상품의 개발이 유물을 활용한 전통성의 복원에 국한되었던 것과 달리 문화원형에 내재된 스토리를 활용한 브랜드 전략적 사고와 현대화에 주안을 두고 진행된 점에 그 의미가 있다.

그중에서도 특히 문양은 집단적 예술이며, 기호학적인 성향이 강하여 문화원형으로서의 강점이 있기에 브랜드 아이덴티티를 구축하는데 있어서, 브랜드의 내재적 의미를 포괄할 수 있는 핵심 구성요소로 활용될 수 있음을 의미한다고 가정하였다.

이에 따라 문양 추출, 응용문양 개발, 디자인 모티브 제작, 실제 상품화의 프로세스로 상품개발을 진행하였는데, 중요한 점은 문화원형을 활용한 문화산업화의 성공요인이 단순하게 디자인적인 패턴화나, 전통적 요소의 활용에 있는 것이 아니기 때문에 먼저 문양에 내재된 스토리를 제품에 일관되고, 적합하도록 그 뼈대로 삼아야 한다는 것이었다. 그 후, 원형문양, 응용문양, 디자인 모티브 등이 각각 직간접적으로 활용되어지는 현대적인 재해석을 입혔다.

본 연구에 따라 약 500여개에 달하는 상품을 개발하였으나, 크게 살펴보면, 일상 소품의 경우에는 순색을 활용한 컬러배색과 감각적인 레이아웃을 사용하여 동양적이면서도 현대적인 이미지를 이끌어내는데 주력하였고, 페브릭이나 타일의 경우에는 2차 문양의 패턴에 다소 중후한 컬러를 입혀 고급스러움과 세련된 이미지를 만들었다.

본 논문에서 제시한 디자인문화상품은 연구개발단계에서 마무리되었지만, 문화원형의 아이덴티티를 유지하면서 현대적 기호에 맞는 상품성을 동시에 충족하기 위한 보다 심층적인 디자인 방법론의 연구가 지속적으로 요구된다. 하지만 이보다도 반드시 선행되어야 할 것은 문화원형에 내재된 스토리를 고려한 디자인문화상품의 브랜드 구조화와 전략의 수립이다. 강력한 스토리가 내재된 브랜드와 현대소비자의 입맛에 맞춘 디자인이 결합하여 지속적으로 관리·유지 될 때 비로소 디자인문화상품 산업화의 성공을 기대할 수 있을 것이다.

끝으로 디자인문화상품 산업화와 활성화라는 과제를 해결하기 위해서는 마케팅의 관점에서 백제역사재현단을 활성화 하는 장소마케팅과 문화마케팅의 개념을 적극적인 도입이 선행되어야 할 것이다.

## 참고 문헌

- [1] 윤준성, "문화원형을 소재로 한 문화콘텐츠화에 관한 연구", 숭실대학교 대학원 박사논문, p.172, 2008.
- [2] 김교빈, "문화원형의 개념과 활용", 인문콘텐츠 제 6호, 인문콘텐츠학회, p.11, 2005.
- [3] 강종원, 김경미, "지역문화의 디지털 콘텐츠화를 통한 산업적 활용방안에 대한 연구"
- [4] <http://www.pattern.go.kr/>, 한국의 문양
- [5] 국립 공주 박물관, "무령왕릉 출토유물 분석보고서 2", p.10, 2005.
- [6] 국립 공주 박물관, "무령왕릉 출토유물 분석보고서 1", p.3, 2006.
- [7] 권은경, "한국문화원형 기반의 OSMU형 문화콘

텐츠 개발 프로세스 연구”, 연세대학교 대학원 석사논문, p.10, 2006.

- [8] 박현택, “한국문양의 디지털콘텐츠 개발과 활용에 관한 연구”, 한국디자인학회논문지, 제16권, 제3호, 통권53호, p.3, 2003.
- [9] 충남문화산업진흥원, “「백제무령왕릉 출토유물 문양을 이용한 문화상품 및 브랜드 개발」 결과발표 보고서”, p.15, 2007.
- [10] 박현택, “한국문양의 디지털콘텐츠 개발과 활용에 관한 연구”, 한국디자인학회논문지, 제16권, 제3호, 통권53호, p.5.
- [11] “충남 문화콘텐츠디자인산업 정책을 위한 발전 방안 연구보고서”, 2007(문화콘텐츠).
- [12] “충남 문화콘텐츠디자인산업 정책을 위한 발전 방안 연구보고서”, 2007(공공디자인).

#### 저자 소개

##### 김 덕 용(Duk-Yong Kim)

##### 중신회원



- 1980년 2월 : 홍익대학교 시각디자인전공(미술학사)
- 1988년 2월 : 홍익대학교 광고디자인전공(미술학석사)
- 1997년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인영상학부 교수

<관심분야> : 브랜드, 콘텐츠, 멀티미디어

##### 신 정 철(Jeoung-Chul Shin)

##### 정회원



- 1993년 2월 : 홍익대학교 광고디자인과(미술학사)
- 2005년 2월 : 홍익대학교 산업미술대학원 산업디자인과(미술학석사)
- 현재 : 홍익대학교 대학원 광고커뮤니케이션디자인학과 수료

커뮤니케이션디자인학과 수료

<관심분야> : 광고디자인, 콘텐츠, 편집디자인, 그래픽디자인, 타이포그래피