

# 한국 김치문화의 디지털 콘텐츠 개발에 관한 연구

A Study on the Digital Content Development of Korean Kimchi Culture

주저자 : 김제중 (Kim, je-joong)

호남대학교 산업디자인학과

1. 서론

- 1-1. 연구의 필요성
- 1-2. 연구의 목적

2. 이론적 배경

- 2-1. 한국의 김치문화
- 2-2. 디지털콘텐츠의 개요

3. 연구대상 및 연구범위

- 3-1. 연구대상
- 3-2. 연구의 범위 및 구현방법

4. 디지털콘텐츠 개발결과 및 결론

- 4-1. 디지털콘텐츠 개발결과
- 4-2. 결론

참고문헌

(要約)

디지털 시대의 도래에 따라 문화원형을 바탕으로 한 문화 콘텐츠의 중요성이 부각되고 있고 이를 디지털콘텐츠로 개발하는 것은 더 이상 늘출 수 없는 시대적 요청이라 할 수 있다. 그리고 김치는 한국문화를 대표하는 중요한 문화콘텐츠의 하나로서 문화적 접근을 통한 김치원형의 수집·정리, 복원된 김치문화콘텐츠는 문화유산으로서의 보존가치가 매우 높기 때문에 이를 디지털 콘텐츠화 할 필요성이 제기되는 것 또한 매우 당연하다고 본다.

따라서 본 연구에서는 한국의 김치문화를 세대전승이 가능한 문화의 매체로서 재생산 될 수 있도록 체계적으로 분류하여 데이터베이스화하고 또 심층적이면서도 다양한 한국 김치문화를 보여주는 기획방안이 모색되었으며 이에 따른 콘텐츠의 구성 및 세부구성, 다양한 매체의 형태로 디지털 콘텐츠화 하고자 하였다

각종 고증문헌과 재료별, 계절별, 절기별 김치 및 종가 김치, 팔도 김치, 명품 김치를 수집, 정리하였고 이를 문화원형 콘텐츠 DB구축을 이미지 및 멀티미디어 중심의 라이브러리 구축, 그리고 입체감과 생동감 있는 콘텐츠 구성에 관한 기획 방안이 제시되었다.

개발된 결과들은 문화·관광산업, 교육산업, 김치산업 등 다양하고 광범위한 콘텐츠 활용이 가능하며, 엔터테인먼트산업의 기반 인프라를 구축하고 관련 특화산업과 연계하여 콘텐츠를 제공하고 또 김치관련 Portal을 구축, e-Market Place 등을 매개로 김치산업 활성화에 기여할 수 있을 것이다. 더 나아가서는 교육산업부문(정규 교과과정 및 체험투어 등)의 교육소재로 활용하여 김치의 문화 유산적 가치를 재정립하고, 김치문화 Expo, 김치타운, 김치사이버박물관 등 김치관련 컨벤션 산업, 문화/관광 인프라 구축에 콘텐츠를 제공할 수 있을 것으로 본다.

(Abstract)

With the upcoming Digital age, it is time to develop digitalized contents based on cultural basis. In this respect, Kimchi is one of the most primal cultural content signifying Korean culture. It's no doubt the time to initiate the movement to digitalize the contents concerning Kimchi by gathering materials on the origin of Kimchi culturally and a great value to revive digital contents regarding Kimchi.

Therefore, in this research, it is regarded that Kimchi is one of the most prominent cultural value that is possible to inherit from generations and should be stratified on the database. A method explaining Korean Kimchi culture is sought in this paper. And It is focused on the culture of Korean Kimchi profoundly and focus on detailed context and varied styles of the digital contents.

It is organized on the basis of various aged volumes regarding Kimchi classified by seasons, ingredients, Jonga Kimchi (Kimchi inherited from the oldest family by generations), 24 seasonal divisions of the year, and 8 regional divisions of the nation. It is planned to set up digitally-focused library regarding cultural origin of contents and to present solidity and a feeling of being dynamic

The results could be used in a variety of industries in tourism, education, Kimchi and building basic infrastructure in entertainment industry.

It is also applied to specialized industry by providing cultural contents and it could contribute to activation of Kimchi industry with e-Market and portal site regarding Kimchi. Moreover, it may re-establish the cultural value of Kimchi and provide the infrastructure in Kimchi-related industry such as Kimchi cyber museum, Kimchi Expo, Kimchi town by using educational materials in Education industry fields (regular curriculum and experience tour).

(Keyword)

cultural contents, digital contents , Kimchi

# 1. 서론

## 1-1. 연구의 필요성

우리는 흔히 21세기를 문화의 세기이자 문화산업의 시대라고 부른다. 이는 지금까지의 정치, 경제중심의 구도에서 문화중심으로 옮겨감과 동시에, 노동과 자본집약적 산업 중심에서 소프트웨어와 콘텐츠위주의 지식기반산업으로 점차 변화하고 있음을 의미하는 것이다. 특히 통신과 미디어의 발달로 인하여 문화가 점차 혼합화 동질화되어 가고 있는 상황에서는 문화유산, 생활양식, 창의적 아이디어, 예술적 감성 등의 문화적 요소들을 창의적 기획과 기술을 통해 콘텐츠로 재구성하는 문화콘텐츠의 가치가 매우 높다고 볼 수 있다.

또한 정보기술(Information Technology)의 발달은 문화환경을 새롭게 변화시키고 있고 문화와 IT의 결합은 선택을 넘어 생사의 문제가 되어 이 시대의 주도적 트렌드를 형성하면서 여러 가지 문화를 바탕으로 한 콘텐츠들이 새로운 시대의 메카로 부상하고 있는 실정이다.

이와 같은 문화콘텐츠가 전자적인 형태로 제작 변환된 것을 디지털 콘텐츠라 하며 5000년 이상의 장구한 역사를 통해 축적된 문화유산들 가운데서도 문화원형 즉 전통문화를 바탕으로 한 문화콘텐츠들을 디지털 콘텐츠로 개발하는 것은 거부할 수 없는 시대적 요청이라 할 수 있을 것이다.

한편 문화관광부가 선정한 한국의 10대 문화의 하나인 김치는 우리 고유의 식문화이며, 문화유산으로서 보존 가치가 매우 높고 한국인의 정서와 문화를 반영하고 있는 대표적 문화원형의 하나이다. 최근에는 김치의 항암효과와 발효음식의 과학성이 인정됨에 따라 김치가 단순히 한국의 김치를 떠나 세계속의 김치문화로 거듭나고 있는 실정이다.

김치는 여러 가지 의미를 담고 있다. 김치는 생식도 화식도 아닌 제3의 형태, 즉 발효식이다. 그렇기 때문에 그 어느 색도 아닌 오방색이고 맛도 오미를 상징한다. 이런 김치는 한국인의 정서와 문화를 토대로 만들어진 맛의 우주론이라 할 수 있다.<sup>1)</sup> 이와 같은 김치를 만드는 데는 예술작품이상의 정성이 들어간다. 김치처럼 많은 재료를 사용하는 음식이 없을 것이며 그 맛 또한 매우 오묘하다.<sup>2)</sup> 세계적인 대표음식인 와인이나 치즈처럼 김치 종류 또한 300가지가 넘는 다양한 음식으로 세계적인 음식이라 자부할 수 있다고 본다.

이렇듯 김치의 문화적 전통과 다양한 발전사는 식문화

1) 최홍식, 한국인의 생명 김치, 밀알, 1995

2) 조재선, 식품과 건강 그리고 김치이야기, 유림문화사, 2002, pp243-244.

의 전통성, 우수성, 다양성에 대한 자긍심을 고취하는데 밑거름이<sup>3)</sup> 될 것이므로 김치의 문화적 접근을 통한 원형의 수집·정리, 복원되어 구성된 김치문화콘텐츠는 문화유산으로서의 보존가치가 매우 높아 이를 디지털 콘텐츠화 할 필요성이 제기된다.

## 1-2. 연구의 목적

한국김치문화는 우리 고유의 문화적 유산임에 손색이 없다 할 수 있으나 현대사회의 흐름에서 전통적 내림 솜씨인 "김치문화"의 소실이 우려되고 있다. 특히 생활의 서구화는 김치문화의 전통적·사회적 가치 및 과학적 우수성을 퇴색시키고 있는 현실이다.

김치의 종주국이면서도 이웃 나라인 일본보다 김치에 대한 연구 및 다각적인 콘텐츠 개발 등이 미비하고 또 중국의 김치의 산업화 예도 추격당하는 현실은 매우 중요한 문제점으로 지적된다고 본다.

이에 종주국으로서의 한국김치문화를 계승·보존·발전시키기 위해서는 김치의 체계적인 분류를 통해 김치의 문화적 원형을 복원·정리 및 보존하고 우리 전통 문화원형으로서 김치의 전통성, 우수성을 자리매김 할 수 있는 노력이 필요하다 할 수 있다. 나아가 세계속의 우리 김치문화의 발전을 위하여 는 이들을 디지털 콘텐츠 화 하여야 하며, 이를 확대 재생산 할 필요가 있다고 본다.

그러므로 본 연구에서는 자랑스러운 우리 한국의 김치 문화에 대하여 세대전승이 가능한 문화의 매체로서 재생산 될 수 있도록 문화 산업의시대, 디지털산업 시대에 맞게 체계적으로 분류하고 세계 속에 한국김치문화를 보여 주는 기획방안과 이에 따른 콘텐츠의 구성 및 세부구성, 다양한 매체의 형태로 디지털 콘텐츠화 하고자 한다.

즉 사회 환경 변화에 대비한 한국 김치 문화의 원형을 잘 살려 디지털 콘텐츠로 제작하는 방안을 개발함으로써 우리 식문화의 자긍심을 고취하고 김치문화 콘텐츠의 재생산을 위한 메타 콘텐츠를 구축할 수 있도록 하는데 그 목적이 있다.

## 2. 이론적 배경

### 2-1. 한국의 김치문화

문화란 특정사회이 구성원이 지니고 있는 가치관, 태도, 관행의 종합체로서 세대에서 세대로 전이 되어 서서히 변화하고 있는 유기체이다. 특히 최근 과학기술의 발달은 사회구성원의 사고 전환을 용이하게 함에 따라 세대간격차 등의 문화 전이의 변화를 만들고 있다. 이중 식문화는

3) 원용희, 한국 전통음식 문화에 관한 연구,1999

종교의식과 사회 관습적인 규범 등이 결합하여 사회 구성원의 생활양식으로 정착되어 시대의 흐름에 따라 점차적으로 변화를 겪으면서 계승되고 있다<sup>4)</sup> 음식은 자연과 문화의 양극상에 위치하며 자연과문화의 양면성을 내포하면서 시대와 지역에 따라 다양한 의미를 지닌다.

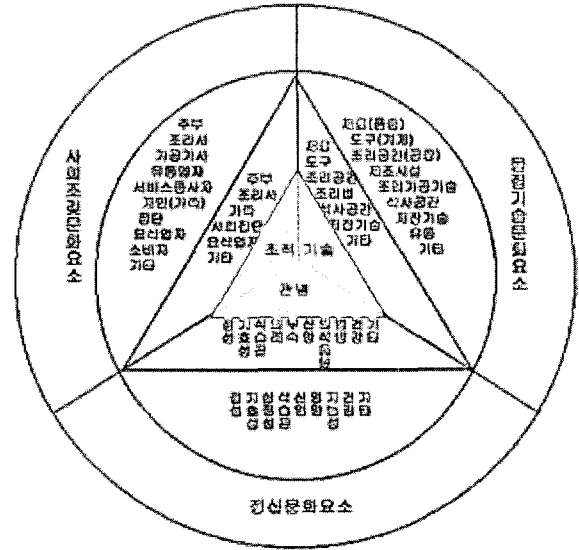
최근 들어 제 3세계의 기근, 산업사회의 식습관 이상 등의 문제들을 통하여 음식문화에 대한 사회적인 논의들이 등장하고 있다. 이는 음식을 영양학과 조리과학 등의 한정된 시야에서 벗어나 문화사회의 관점에서의 해석으로 대중적인 성격의 음식을 통하여 사회적인 문제, 민족성, 경제적 안정 지표 등으로 적용시키고 있음을 알 수 있다.

음식 문화의 형성원리를 근거로 살펴볼 때, 음식문화는 자기가 태어난 풍토, 지역, 기후와 밀접한 관련을 맺고 있는 고향의 맛으로 대변되며, 그러한 식생활로 우리 민족의 독특한 민족성을 키워왔다. 우리 음식문화의 확고한 정착과 유지, 계승은 민족과 자부심의 표현이며 오랜 세월 동안 형성되었기 때문에 사회구성원의 정신적, 육체적으로 좋은 건강을 유지하는 원동력이 되고 있다. 즉, 음식문화는 물질문화와 사회조직의 정신문화로 이루어져 있는 것이다.

구조주의의 선구자인 클로드 레비-스트로스(Claude Lévi-Strauss)는 조리를 언어에 비유하면서 언어가 없는 사회가 존재하지 않듯이 일정한 조리양식을 가지고 있지 않는 사회도 없다고 강조하면서 음식의 연구가 문화를 형성하는데 중요함을 강조하였다. 메리 더글라스(Mary Douglas)는 레비-스트로스처럼 음식의 상징적 의미에 관심을 가지고 있으나 특정 문화마다 나타나는 개념적 범주들에 더 관심을 가졌다. 그는 음식을 섭취하는 행위는 단순한 생리적 과정 이상이라는 가정에서 출발하여 일정한 유형에 따라 행하는 행위로서의 의사소통의 수단<sup>5)</sup>으로 해석하였다.

우리나라 대표적인 식문화의 구성요소로서의 김치는 음식이 만들어지는 과정에 필요한 기술과 식양식들 간의 관계에 대한 문화적인 규칙들을 이루고 있는데 이를 체계화 하면 다음과 같다.

오른쪽 위 체계는 김치문화의 핵심을 기술, 조직, 관념으로 하고 주변 구성요소에는 전통사회에서의 김치문화체계 그리고 마지막 원형은 현대 산업사회와의 관련된 요소들로 이들 각 세부 문화 체계간은 서로 역동적이면서 긴밀한 관계를 나타내고 있다. 우리나라의 대표적인 전통음식은 김치



<그림 1> 김치문화의 체계도<sup>7)</sup>

이다. 김치류를 언제부터 먹기 시작하였는가에 대한 정확한 문헌적인 자료는 알 수 없지만 각 지역의 특성에 맞게 재료와 염도가 다양하게 구성되어 내려오고 있다. 김치류는 3000년 전부터 중국에서 '저(菹)'라는 이름으로 나타나기 시작해 우리나라에는 삼국시대에 전래되어 통일신라시대, 고려시대를 거치는 제조방법이 변천 되어왔다. 고려 초기에는 민간에까지 불교가 성하여 육식을 절제하고 채소요리를 선호하였다. 김치를 뜻하는 '저(菹)'라는 글자는 '고려사(高麗史)에 처음 등장한다. 2600~3000년경에 쓰인 중국 최초의 『시경(詩經)』에 "밭두둑에 외가 열린다. 외를 꺾어서 저(菹)를 담자."는 구절이 있는데 '저'가 채소 절임 음식, 즉 김치의 시조(始祖)다. 여씨춘추(呂氏春秋)에서는 "공자가 콧등을 찌푸려가면서 '저'를 먹는다."는 기록이 있으며, 한말(韓末)경의 사전인 [석명(釋名)]에도 '저'에 관한 설명이 나온다. [석명]에는 김치에 대해, "채소를 소금에 발효시키면 젓산이 생성되고, 이 젓산이 소금과 더불어 채소의 짓무름과 부패를 막는다."라고 풀이했다. 여기서 '저'가 채소를 젓산 발효시켜 저장해온 산미 가공식품이었음을 알 수 있다. 그 뒤부터 고추를 양념으로 사용한 김치가 나오기 시작했다.

최근, 김치의 항암효과와 발효음식의 과학성이 인정됨에 따라 김치가 단순히 한국의 김치를 떠나 세계속의 김치문화를 전파하기 위해 노력이 요청된다.

김치는 '88 서울올림픽을 계기로 세계에 알려지기 시작해 그 이후부터 수출이 활발해졌고, 매년 큰 폭으로 수출이 늘어 지난 2000년에는 7천9백만 달러를 기록했으며, 2001 7월에는 FAO(세계식량농업기구)와 WHO(세계보건기구)가 공동으로 운영하는 국제기구인 Codex 국제식품규격위원회가 우리 배추김치를 주축으로 김치 Codex 국제식품규격을 제정, 한국이 김치 중주국이며, 김치가 세계 식품임을 공식적으로 인정함으로써, 이른바 "김치전쟁"이라고 일컬어지던 일

7) 최홍식, 김치의 발효와 식품과학, 효일, 2004. p29

4) 원용희, 한국 전통음식 문화에 관한 연구,1999  
 5) 정혜경,이정혜, 음식문화 연구의 다양한 이론적 시각과 연구주제들, 식품영양정보, 1996, 재인용  
 6) Douglas M. "Standard Social Uses of Food : introduction" pp1-39, in food in the social order : studies of food and festivities in three american communities. Russell Sage Foundation : New YORK, 1964

본 기무치와의 분쟁에서 우위를 차지하게 되었다.

그러나 최근에는 중국이 종주국인 한국을 제치고 대 일본 김치 최대 수출국으로 부상했다. KOTRA 일본 오사카 무역관에 따르면 2004년 1~7월 일본의 중국산 김치 수입은 30% 이상 증가한 61억6000만엔 어치로, 한국산 수입 59억2700만엔을 추월한 것으로 나타났다. 한국산은 지난해까지 일본의 김치 수입시장에서 전체 수입액의 50% 가량을 차지하였다. 연도별로 한국산 김치의 일본 수입시장 점유율은 2001년 52%(비밀폐포장 김치기준), 2002년 53.2%, 지난해 50.8%이었다. 중국산 김치는 낮은 가격과 높은 마진 등의 장점 때문에 일본의 대형 유통업체들이 취급하기 시작하면서 시장을 빠르게 잠식해가고 있다<sup>8)</sup>. 또한 김치의 종주국임에도 불구하고 일본보다 김치에 대한 연구가 미비한 현실이다.

위에서 살펴본 바와 같이 김치는 한국문화에서 대표성을 지닌 문화적 요인의 총체이다. 또한 커다란 상징으로서 여전히 유효하며 문화적 전승체계가 두드러진다. 따라서 김치를 체계적으로 분류하여 세계속에 한국문화로서의 우위를 지킬 수 있도록 김치의 전통성을 디지털기술과 결합시켜 세대전승이 가능한 문화의 매체로서 재생산 될 수 있는 문화원형으로의 복원이 절실히 요구된다.

## 2-2. 디지털콘텐츠의 개요

콘텐츠의 기본적인 의미는 문자와 소리, 화상, 영상 등의 형태로 이루어진 내용물로 출판과 음악, 영화 등의 영상과 사진 등의 화상, 게임, DB정보 등의 광범위한 분야를 포함하고 있다.<sup>9)</sup> 콘텐츠라는 용어가 국내에서 본격적으로 사용되기 시작한 것은 인터넷 사용이 급증한 1999년으로 초고속 통신망의 확충과 IT 기술의 발전으로 디지털 경제가 확산됨에 따라 오디오, 동영상 등 멀티미디어 정보를 이용한 환경 구축이 배경이 되고 있다.

또한 IMT-2000과 위성방송 등 새로운 모든 디지털 매체가 인터넷으로 융합됨에 따라 디지털 콘텐츠가 국가 발전을 좌우하는 핵심요소로 등장하였다. 디지털 콘텐츠는 첨단 IT를 사용하여 부호 및 문자, 음성, 음향, 영상 등을 디지털포맷으로 가공 처리하여 정보통신망과 디지털 방송망, 디지털 저장매체 등을 통하여 활용하는 정보를 말한다. 디지털 콘텐츠에 활용되는 IT는 시각, 청각 처리기술, 미디어 변환기술, 압축기술 등 제작기술과 DB기술 DRM(Digital Right Management), 불법복제 방지 등의 보호기술 그리고 네트워크 서비스 기술과 상호작용(인터페이스)기술 등이 활용되고 있다.

디지털 콘텐츠는 첨단 IT와 아이디어 집약의 지식산업으로

8) 한국경제신문, 2004, 10. 13

9) 정보통신연구원, 디지털콘텐츠 중장기 육성전략 수립사업 연구보고서(2002), p8

정보 인프라 구축을 통한 21세기 최대의 비즈니스로 급성장하고 있다. 또한 글로벌 네트워크인 인터넷의 발전으로 국경을 초월하였으며 One-source Multi-use를 통한 유통으로 영화와 출판, 만화 등 기존 오프라인 산업을 통합하여 발전하고 있는 고부가가치 산업이 되었다.

위에서 언급한 바와 같이 디지털 콘텐츠의 영향력은 산업 전반적인 환경을 디지털화 하게 되었다. 디지털 콘텐츠 산업은 “정보콘텐츠를 디지털화 하여 제작, 유통, 소비하는 산업”<sup>10)</sup> 또는 “디지털콘텐츠를 수집, 가공, 개발, 제작, 생산, 저장, 검색, 유통 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업”<sup>11)</sup> 등으로 정의할 수 있다.

디지털 콘텐츠산업에 대한 분류는 아직 국내에 명확하게 공인된 분류법은 없으나 정보통신부와 문화관광부를 중심으로 활발한 연구가 진행되고 있다. 초기에 정보산업의 개념을 도입하여 IMO(Information Market Observatory)와 IEC(Information Engineering Consortium)의 분류방법이 대표적이었지만 현재는 다양한 관점에서 분류되고 있다. 정보통신부에서 분류하는 기준과 대상은 다음과 같다<sup>12)</sup>.

<표 1> 디지털 콘텐츠 산업분류

분 류	대상 분야
멀티미디어 출판	e-book, 웹제작 및 디지털 간행물
교육용콘텐츠	온라인 형 학습 콘텐츠, 패키지 형 학습 콘텐츠
게임	아태이드게임, 비디오게임, PC게임, 온라인게임
디지털영상	특수편집영상물, 디지털영화 및 애니메이션, 디지털캐릭터
디지털정보	온라인으로 제공되는 전문 및 일반 정보서비스
디지털콘텐츠제작 도구	콘텐츠 제작에 사용되는 응용 소프트웨어
기타	위를 제외한 단순한 CG작업, 효과음향 개발, 데이터 및 이미지처리

디지털 콘텐츠 기술은 크게 제작·편집, 관리 및 보호, 서비스 기술 등으로 구분할 수 있다. 디지털 콘텐츠 제작기술은 Hypertext제작기술, 영상/비디오제작 및 편집기술, 음향제작 기술, 그래픽제작기술, VR콘텐츠 제작기술, 게임콘텐츠제작 기술, 통합미디어 제작기술 등이 포함된다. 관리 및 보호기술

10) 한국소프트웨어진흥원, 정보통신정책연구원, 디지털콘텐츠산업 조사연구, 2000

11) 문화산업진흥기본법, 제1장, 제2조(정의), 6항

12) 정보통신부, 소프트웨어산업경쟁력 강화방안

은 콘텐츠 DB구축과 검색, 브라우저 기술, 콘텐츠 보호기술, 공동작업 및 기획관리 등이 대상 분야이다. 서비스 기술은 콘텐츠제작 프레임워크 기술, 인터넷을 통한 콘텐츠 서비스기술, 무선인터넷을 통한 콘텐츠 서비스 기술로 구성되어 있다.<sup>13)</sup>

2004년 디지털 콘텐츠 세제시장은 222,800백만 달러로 연평균 성장률 33.8%를 보이고 있다. 국내시장은 연평균 56.7%의 성장률을 예상하고 있다. 이중 2001년의 통계를 살펴보면 제작 분야의 비중은 69.5%, 서비스 지원 28.1%, 유통은 11.4%를 차지하고 있다.<sup>14)</sup> 이러한 시장 성장은 앞으로도 지속될 예정이며 이에 따른 영향력은 증가하게 될 것이다.

이에 본 연구에서는 디지털 산업에 발맞춰 우리나라의 대표적인 음식인 김치를 디지털 콘텐츠로 제작함으로써 우리나라의 정서 원형을 복원하여 민족 정체성을 확립하고 문화의 재생산 요소로서 활용하고자 한다.

### 3. 연구 대상 및 연구범위

#### 3-1. 연구 대상

한국 김치문화 콘텐츠 대상으로 고증문헌을 수집, 정리를 통해 75종, 재료별 김치가 30종, 계절·절기별 김치가 21종, 종가김치 22종<sup>15)</sup>, 팔도김치 96종<sup>16)</sup> 그리고 명품김치 19종 등 약 270여종의 김치를 선정한다.

고증문헌 수집, 해석, 감수는 전문가의 자문을 통해 총 12종의 고증문헌을 수집, 정리 한다. "고려사"·"예지(禮志)"편·제향음식(祭享飲食)과 관련되는 문헌과 "산림경제(山林經濟)"(1715년) - 고추가 김치에 이용되었다는 문헌, 그리고 "증보산림경제"(1766년경) 무려 41종의 김치가 기록된 문헌 등을 정리하였다.

재료(형태)별 김치는 주 재료와 부 재료, 김치 형태에 따라서 매우 다양한 종류를 가지고 있는 김치의 특성에 따라 배추, 무우, 오이 등 채소에서 해산물, 육류에 이르기까지 다양한 재료에 의한 김치와 깍두기, 동치미, 생채 등의 형태에 의한 약 30여종의 김치를 대상으로 하였다.

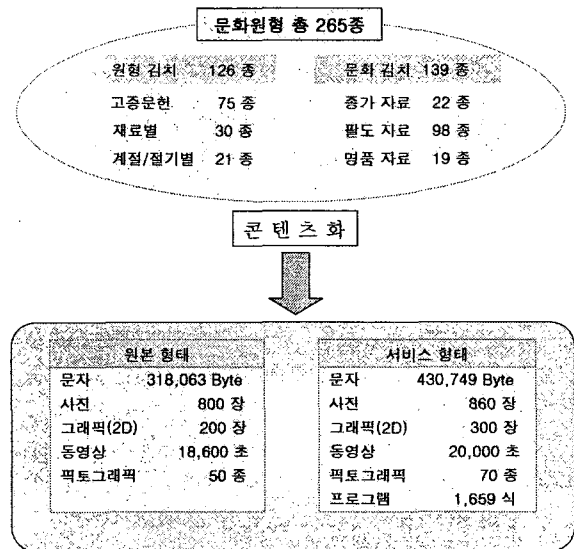
계절·절기별 김치는 봄, 여름, 가을, 겨울 4계절이 뚜렷한 우리나라의 기후특성상 사시사철 계절 감각에 맞는 김치를 맛갈스럽게 담가 먹는 김치 문화를 반영하여 이를 대상으로 한다. 달의 위상변화를 기준으로 하여 역일(曆日)을 정해 나가는데, 이것에 태양의 위치에 따른 계절변화를 따라

입춘, 우수, 경칩, 춘분 등 24기의 입기일(入氣日)을 정했으며, 절기별 채소에 따라 김치가 다양하게 변천하여 왔다.

종가 김치는 현존하는 종가를 통해 김치문화의 원형을 추출해내며, 각 종가들의 독특한 문화상과 종가문화가 현대 속에 어떻게 뿌리내리고, 어떻게 변화했는지 각 종가의 살림을 맡고 있는 종부와 종손들의 입을 통해, 또 시연(試演)을 통해 살펴본다.<sup>17)</sup> 불천위 제례 때 빠지지 않고 450여년 동안 제를 올렸다는 안동 권씨, 백년 동안 화롯불을 지켜온 영일 신씨 등 약 22개 종가를 대상으로 하였다.

팔도 김치는 사용하는 재료나 만드는 방법에 따라 다양하고 각 지역 마다 생산되는 재료가 다를 뿐만 아니라 더운 지방에서는 소금을 더 써서 저장성을 부여하고, 추운 지방에서는 비교적 싱겁게 담그는 등 지역에 따라 담그는 김치의 종류가 다르기에 대륙적 기질의 평안도 지방, 산지 특산물이 집결되는 서울, 농산물과 수산물이 풍부한 전라도 등 약 98종의 김치를 대상으로 하였다.

명품 김치는 전통만큼 수많은 종류와 다양한 우리의 김치를 자문위원과 김치 전문가로 선정한 전문가 추천 김치, 명사 추천 김치 그리고 광주 김치 축제에서 대상을 수상한 김치 위주로 약 19여종의 김치를 선별 하였다.



<그림2> 콘텐츠대상 및 콘텐츠화

#### 3-2. 연구의 범위 및 구현 방법<sup>18)</sup>

본 연구의 범위는 다음과 같다. 첫째는 원형적 접근으로, 흩어져 있는 많은 김치관련 자료들을 한데 모아 다시 체계적으로 분류하는 과정을 포함하여 데이터베이스화 하고자

13) 정보통신부, 디지털콘텐츠 기술분류

14) 한국소프트웨어진흥원, 국내디지털콘텐츠산업시장조사보고서, 2001

15) Conference on art of kimchi,2004, The lineage system and daughters-in-law in the head family during the period of tradition as viewed in the light of 「Hon Bul」

16) 조재선, 2004, 김치의 연구, 유림문화사

17) 유명한·조혜정·서리나, 2002, An empirical study on the development korea traditional daily life for the establishing strategy of cultural marketing, marketing research

18) 김제중·유명한·서리나, 2004, 한국김치문화 디지털콘텐츠 제작 사례, Conference on arts of kimchi.

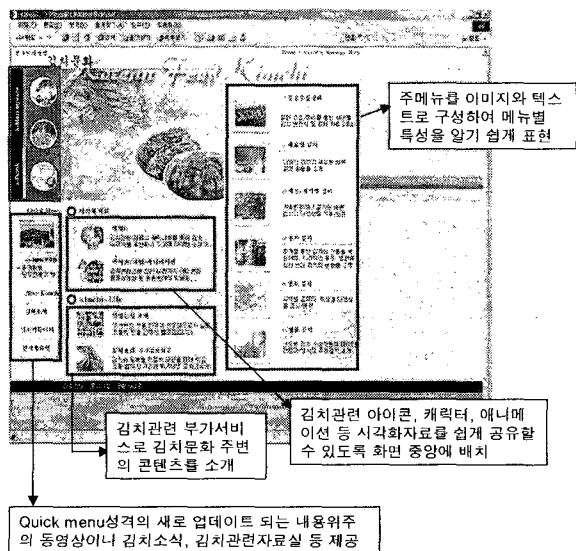
하였다. 두번째는 문화적 접근으로, 누대에 걸쳐 내려오는 솜씨를 보유하고 있는 종가의 종부들을 중심으로 한 종가김치 문화, 각종 콘테스트 및 축제 수상과 국가 인증 명인들, 사회 저명 인사들이 추천한 명품김치들을 심층적으로 보여주는 작업으로 콘텐츠를 구성하고자 하였다. 세 번째는 디지털 콘텐츠화 과정으로 TEXT, 문헌고증 자료 스캐닝, 디지털원화, 고대문헌 정사진, 이미지화, 자료를 구축하고, 재료별, 계절·절기별 김치에 대해 TEXT, 2D이미지, 스캐닝, 동영상, 플래시 애니메이션 등으로 구현하고자 한다. 또한 종가, 팔도, 명품 김치에 대해 TEXT, 2D이미지, VOD(Video On Demand: 콘텐츠 분석, 콘티·대본작성, 촬영, 영상, 음향 편집, CG작업)등으로 구현하고자 하였다.

#### 4. 디지털콘텐츠 개발 결과 및 결론

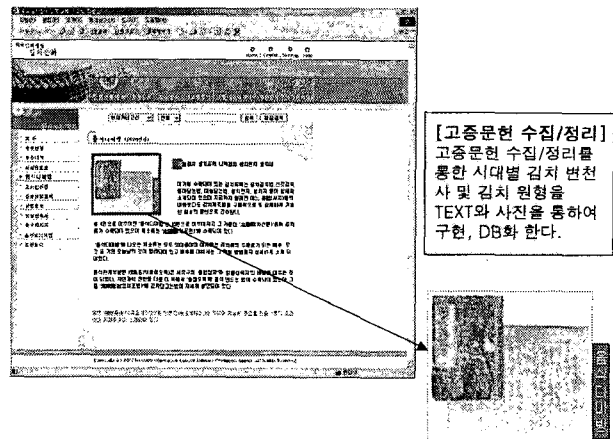
##### 4.1. 디지털콘텐츠 개발 결과

콘텐츠 구성은 다음과 같다.

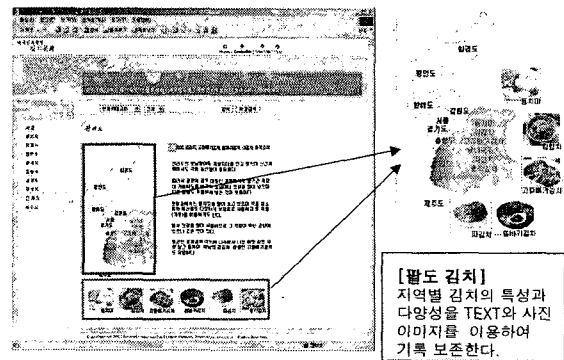
전체 구성은 크게 고증문헌에 대한 수집/정리, 종가김치, 팔도김치, 재료별 김치, 계절·절기별 김치, 명품김치, 시각화 자료의 7종류의 카테고리로 나누어진다. 각각의 콘텐츠를 각 분류별 특성에 적합한 방법으로 TEXT, 2D이미지, 동영상, 픽토그래픽 등을 이용하여 디지털 콘텐츠화 한다. 이는 TEXT·정사진, 2D이미지, 동영상, 픽토그래픽 등을 이용한 웹서비스를 통해 김치관련 원천소스를 제공하고 교육적, 산업적 활용방안으로 사용한다.



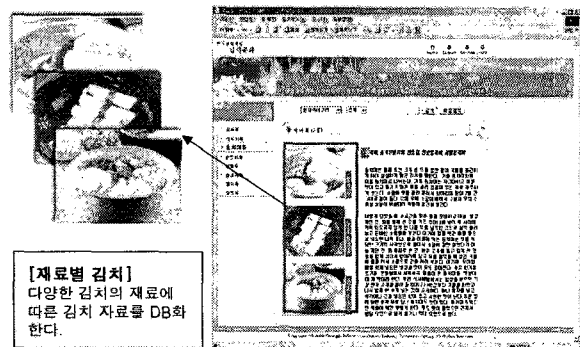
<그림3> 웹페이지 초기화면구성도



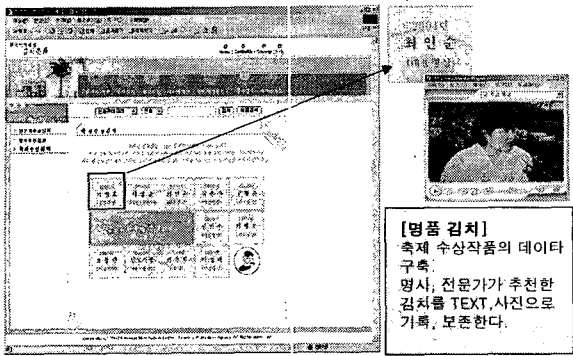
<그림4> 고증문헌 수집/정리



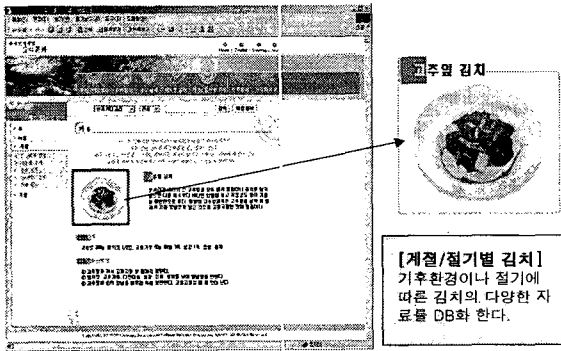
<그림5> 팔도김치



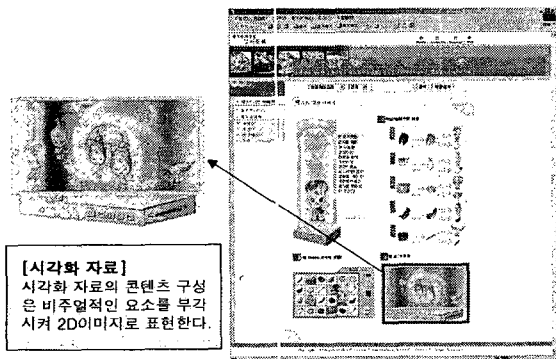
<그림6> 재료별 김치



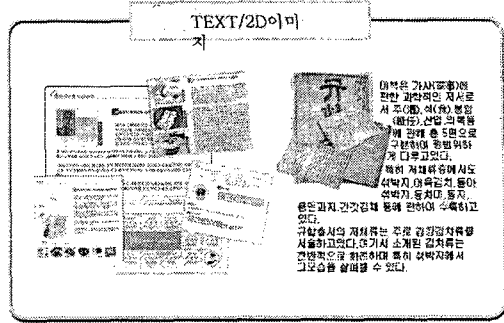
<그림7> 명품 김치



<그림8> 절기별김치

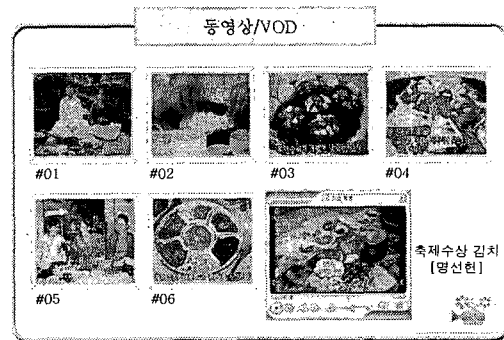


<그림8> 절기별김치



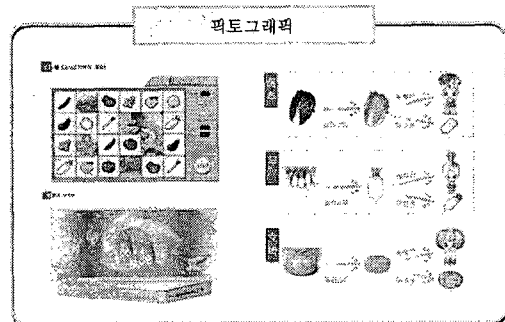
<그림9> TEXT / 2D이미지

그래픽형 이미지 콘텐츠를 웹 Typography화하여 폰트의 종류와 크기, 이미지를 조화롭게 구성한다. 이는 이미지와 텍스트의 적절한 배치를 통해 텍스트의 가독성을 높이고, 이미지의 활용도를 높인다. 김치문화 콘텐츠 분류를 Knowledge Map으로 재구성하여 사용자가 쉽게 이해할 수 있도록 인터페이스를 구성하는 방법을 구축한다. (TEXT, 고증문헌자료 스캐닝 이미지화, 자료DB화, 화면구성)



<그림10> 동영상 / VOD

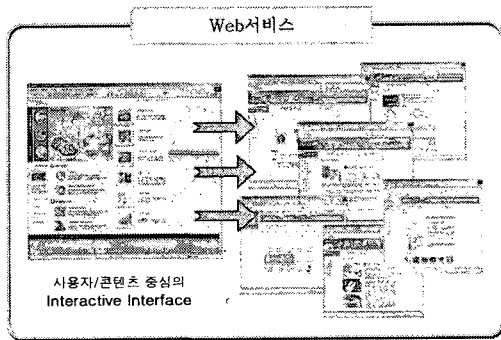
종가, 팔도, 명품김치 등 김치문화 원형 소재를 VR로 제작하여 입체적이고 생동감 있는 화면을 제공한다. 영상파일과 함께 내용설명의 텍스트를 디자인/편집하여 별도의 화면 구성을 통해 영상에 대한 상세한 정보를 함께 제공한다. 동영상의 시작/정지/다운로드 등 다양한 제어기능 또한 제공된다. (TEXT, 스틸컷, 촬영, CG, 영상편집 등으로 구성된 종가, 팔도, 명품김치 카테고리의 인터랙티브 화면구성)



<그림11> 픽토그래픽



김치관련 자료의 응용화 작업을 통해 캐릭터, 아이콘, 아바타, 애니메이션 등 시각화 자료를 구축하고, 제공하여 픽토그램 제작과정을 소개하고 다양한 파일형태(ai, jpg, bmp 등)로 편집함으로써 함께 공유할 수 있는 공간을 제공한다. (캐릭터, 아이콘, 아바타, 게임, 플래시애니메이션, 모바일)



<그림12> 웹 서비스

김치관련 자료의 응용화 작업을 통해 캐릭터, 아이콘, 아바타, 애니메이션 등 시각화 자료를 구축하고, 제공하여 픽토그램 제작과정을 소개하고 다양한 파일형태(ai, jpg, bmp 등)로 편집함으로써 함께 공유할 수 있는 공간을 제공한다

## 42 결론

본 연구를 통하여 다음과 같은 효과를 기대할 수 있다.

첫째, 직접적(본질적)인 효과로서 김치를 통해 조상의 지혜와 문화를 재조명하고, 서구화되어가는 식생활 속에서의 전통문화로서 김치문화 원형을 보존하여 우리 김치문화의 전통성, 다양성, 우수성, 예술성을 종합적이고 체계적인 콘텐츠로 제공할 수 있다. 또한 전통문화로서의 김치 문화 원형 보존을 통해 우리 식문화의 전통성, 우수성, 예술성을 발굴, 보존, 발전시킬 수 있을 것이다. 그리고 분산되어 있는 김치 원형에 대한 종합적이고 체계적인 자료를 제공함으로써 손쉬운 정보 접근을 가능하게 하고, 김치 문화 원형 콘텐츠를 웹을 통해 제공하며, 이로 인한 다양한 문화 원형 콘텐츠의 활성화에 기여할 것이다.

둘째, 간접적(파급적) 효과로서는 문화·관광산업, 교육산업, 김치 관련 산업 등 다양하고 광범위한 콘텐츠 활용이 가능하며, 엔터테인먼트산업의 기반 인프라를 구축할 수 있다. 이는 문화관광 사업, 교육사업, 김치관련 특화산업과 연계하여 콘텐츠를 제공하고 김치관련 Portal을 구축, e-Market Place 등을 매개로 김치산업을 활성화에 기여할 수 있다. 또한 교육산업부문(정규 교과과정 및 체험투어 등)의 교육소재로 활용하여 김치의 문화 유산적 가치를 재정립하고, 김치문화 Expo, 김치 타운, 김치 사이버 박물관 등 김치관련 컨벤션 산업, 문화/관광 인프라 구축에 콘텐츠를 제공이 가능하다.

## 참고문헌

- Conference on art of kimchi, The lineage system and daughters-in-law in the head family during the period of tradition as viewed in the light of 「Hon Bul」, 2004
- Douglas M., 1984 "Standard Social Uses of Food : introduction" pp1-39, in food in the social order : studies of food and festivities in three american communities. Russell Sage Foundation : New YORK, 4
- 고재성, bone frame에 의한 한국적 motion prototype에 관한 연구. 2004
- 광주김치축제.  
http://www.kimchi.gwangju.kr
- 김제중 · 유명희 · 서리나, 한국김치문화 디지털콘텐츠 제작 사례, Conference on arts of kimchi.
- 김진국, 『와인의 세계』 가림, 2001
- 김치규격화. http://www.kimchi.or.kr
- 문화산업진흥기본법, 제1장, 제2조(정의), 6항
- 박승만, “김치문화의 조형적 탐구 : 필자 작업을 중심으로” 경원대학교 대학원학위논문. 2002.
- 부산대학교 김치연구소 http://home.pusan.ac.kr/~kimchi
- 와인과 음식. http://winefood.co.kr/
- 원윤희, 한국 전통음식 문화에 관한 연구, 1999
- 유명희 · 조혜정 · 서리나, 2002, An empirical study on the development korea traditional daily life for the establishing strategy of cultural marketing, marketing research
- 윤숙자, 『굿모닝 김치』. 질서루, 2003
- 정보통신부, 디지털콘텐츠 기술분류
- 정보통신부, 소프트웨어산업경쟁력 강화방안
- 정보통신연구원, 디지털콘텐츠 중장기 육성전략 수립사업 연구보고서, p8, 2002
- 정옥 저/ 권명희 역, 『김치』. 창해(새우와 고래), 2003
- 정혜경, 이정혜, 음식문화 연구의 다양한 이론적 시각과 연구주제들, 식품영양정보, 1996
- 조재선, 『김치의 연구』. 유림문화사, 2000
- 조재선, 식품과 건강 그리고 김치 이야기, 유림출판사, 2002
- 조재선, 김치의 연구, 유림문화사, 2004
- 주영하, “각 지방의 식생활을 통해서 본 김치문화”, 서울 종로출판부 원예세계 15, 1995, pp.49-51
- 주영하. “김치의 문화인류학적 연구” 한양대 대학원 학위 논문. 1994
- 최홍식, 김치의 발효와 식품과학, 2004, p29
- 최홍식, 『한국인의 생명 김치』. 밀알, 1995
- 최홍식, 『한국의 김치문화와 식생활』. 효일 문화사, 2002
- 한국소비자교육원 編 한국소비자단체협의회 . “현대사회의 김치와 김장문화” , 消費者 통권 245호 (2003. 1·2) pp.18-21
- 한국소프트웨어진흥원, 정보통신정책연구원, 디지털콘텐츠 산업조사연구, 2000
- 한국소프트웨어진흥원, 국내디지털콘텐츠산업시장조사보고서, 2001