

한국궁중복식의 문화콘텐츠화 현황 분석

박 가 영[†]

한국궁중문화연구원

Analysis of Present Situations on the Cultural Contents of Korean Royal Costumes

Ga-Young Park[†]

The Academy of Korean Royal Court Culture

접수일(2009년 1월 9일), 수정일(1차 : 2009년 5월 11일, 완료일 : 2009년 5월 26일), 게재확정일(2009년 6월 1일)

Abstract

The cultural content industry can be stimulated by the production of content based on Korean traditional culture such as Korean court culture. At present, the use of royal costumes of various Korean dynasties for content creation is rare. Less than ten government-supported projects managed by the Korea Culture & Content Agency (KOCCA) are related with Korean royal costumes. Only a handful of tourism-related cultural products (e.g., souvenirs and theme parks) are related to this subject. Fortunately, there are many events that demonstrate traditional court ceremonies; however, there is a need for more investment in academic research to ensure accurate reproduction. There are a number of issues in utilizing traditional royal costumes to produce cultural content that include: a lack of understanding the importance of Korean royal costumes, discrepancies of the content produced based on the historical context, a lack of public knowledge or support, and the lack of the historical accuracy of reproduced content. In order to benefit the most from royal costumes, this article suggests recreating the costumes as a source for further content creation, the development of a database to store information by design features and itemized topics, along with the active support of the government.

Key words: Cultural contents, Korean costume, Royal costume, Culture commodities; 문화콘텐츠, 한국복식, 궁중복식, 문화상품

I. 서 론

문화콘텐츠의 시대라고 일컬어지는 2000년대에 들어서면서, 정부와 지방자치단체는 전통문화콘텐츠를 활용한 다양한 문화행사의 개발과 진행에 막대한 예산을 투자하고 있다. 2008년 9월 문화체육관광부가 주최한 '2008 문화원형 창작콘텐츠 공모전'이나 2008년 11월 문화재청이 주관한 '(문화유산과 관광이 만나는)

스토리텔링 페스티벌' 등은 우리 고유의 문화원형들을 발굴하고 문화콘텐츠 산업에 창의적으로 활용하기 위한 노력의 일환으로 보인다. 2001년 한국문화콘텐츠진흥원의 설립 이후 '우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업'을 꾸준히 전개했다는 사실도 정부의 의지를 보여주는 사례이다.

우리나라의 강점은 오랜 역사와 풍부한 문화유산이며, 그중에서도 궁중문화(宮中文化)는 당대 최고의 고품격 문화로서 문화의 정수(精髓)를 보여준다. 따라서 궁중문화의 발굴 및 재현은 대내적으로 국민에게 민족적 자긍심을 고취하며 전통문화에 대한 이해

[†]Corresponding author

E-mail: gayoung21@hanmail.net

증진과 교육적 효과가 있다. 대외적으로는 외국인 관광객에게 볼거리를 제공함과 동시에 차별성과 우수성을 표방한다. 특히 한류(韓流)의 흐름과 맞물려 생각해 볼 때, 보다 격조 높은 한국의 문화를 소개하고 널리 알릴 필요가 있다. 때문에 다양한 방면의 전통 문화 중에서도 궁중문화를 리소스로 문화콘텐츠를 개발하는 것이 시급하고 절실하다.

본 연구에서는 문화콘텐츠와 콘텐츠 산업의 개념을 정리하고 이해한 후, 한국궁중복식이 문화콘텐츠로 어떻게 얼마나 활용되고 있는지 그 현황을 살펴보고, 문화콘텐츠로 궁중복식을 활용할 때의 문제점들을 짚어보고 활용도를 높이기 위한 구체적인 방안들을 모색해 보고자 한다.

II. 문화콘텐츠의 개념

문화콘텐츠(cultural contents)란 창의력, 상상력을 원천으로 ‘문화적 요소’가 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품을 의미한다. 문화콘텐츠의 창작 원천인 문화적 요소에는 생활양식·전통문화·예술·이야기·대중문화·신화(神話)·개인의 경험·역사기록 등 다양한 요소들이 포함되어 있다. 이러한 문화적 요소는 창의성과 기술을 바탕으로 고부가가치를 창출하는 문화콘텐츠로 전환될 수 있다(한국문화콘텐츠진흥원, 2006).

옛 문헌기록이나 유물이 문화콘텐츠의 리소스로 사용되고 여기에 창의성과 기술이 더해지면 영화·만화·애니메이션·게임·캐릭터·음악·공연·에듀테인먼트·인터넷·모바일·예술·방송·출판·e-book 등 다양한 형태의 콘텐츠로 탄생될 수 있다. 문화콘텐츠의 영역은 점차 확대되어가는 동시에 각 문화콘텐츠간의 구분은 경계가 희미해지고 있다.

문화콘텐츠 산업이란 문화콘텐츠의 기획·제작·유통·소비와 관련된 산업으로서, 문화적·경제적 파급 효과가 엄청난 산업이기에 마이더스 산업이라고 불린다. 예를 들어 한류 효과로 인해 <겨울연가>, <대장금>, <쉬리>, <엽기적인 그녀> 등의 문화콘텐츠는 국가 이미지를 제고할 뿐 아니라 상품 수출에 기여하는 문화콘

텐츠 산업의 성공사례가 되었다. 다시 말해 드라마·영화·음악 등 한국문화콘텐츠로 인해 우리 문화에 대한 외국 사람들의 관심이 증대되고, 한국이미지가 상승함으로써 액세서리나 의류는 물론이고 가전제품에 이르기까지 한국상품의 구매율을 높이며 나아가 한국방문을 유도하여 관광산업까지 활성화시키는 연쇄 작용이 일어난다(그림 1). 이처럼 고부가가치 산업이고 무한한 잠재성을 지닌 산업이기에 정부에서는 콘텐츠 산업 세계 5대 강국 실현을 위해 그 기반이 되는 문화기술(CT) 연구개발(R&D)을 대폭 확대하여 총 6400억원 을 지원키로 했다(“CT R&D”, 2008).

III. 문화콘텐츠로서의 궁중복식 활용 현황

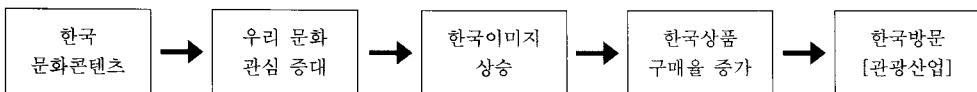
1. 우리 문화원형의 디지털콘텐츠화

한국문화콘텐츠진흥원은 산하에 문화원형팀을 설치하여 ‘우리 문화원형의 디지털콘텐츠화’ 사업을 꾸준히 전개하고 있다. 이 사업은 우리의 문화원형을 발굴하고 연구한 후, 디지털기술을 활용하여 테마별로 디지털콘텐츠화하는 것을 주 내용으로 삼고 있다. 문화원형의 디지털콘텐츠화를 통해 상상력과 창의력의 원천인 창작소재를 제공함으로써 애니메이션, 음악, 만화, 캐릭터, 영화, 전자책, 게임, 방송, 모바일·인터넷콘텐츠 등 문화콘텐츠 산업의 경쟁력을 향상시키고자 함이다. 2002년부터 2005년까지 선정된 과제들의 목록을 살펴보면(한국문화콘텐츠진흥원, 2006), 총 139개의 과제 중에서 한국복식을 포함한 사업은 약 20개, 그중 궁중복식이 활용된 과제는 7개에 불과하다(표 1).

2. 관광문화상품 - 기념품과 테마파크

궁중복식이 적용된 관광문화상품 중 성공사례로 MBC 드라마 <대장금(大長今)>을 소재로 한 문화상품들과 테마파크를 들 수 있으며, 이는 한류(韓流)를 적극 활용한 예이기도 하다.

아시아나 보잉 767기에 대장금 이미지를 입힌 ‘대



<그림 1> 문화콘텐츠산업의 연쇄 효과

<표 1> '우리 문화원형의 디지털콘텐츠화' 사업 중 궁중복식과 관련된 과제

선정년도	과 제 명	주관기관
2002년	화성의계 이야기	(주)포스트미디어
	고려시대 전통복식 문화원형 디자인 개발 및 3D 제작을 통한 디지털 복원	(주)드림한스
	조선왕실축제의 상징이미지 디자인 및 전통색채 디지털콘텐츠 개발	이화여자대학교 색채디자인연구소
2003년	조선왕조 궁중통과의례 문화원형의 디지털 복원	국민대학교 한국학연구소
	궁중문양의 디지털콘텐츠 개발	궁중유물전시관
2004년	조선후기 궁궐의례와 공간 콘텐츠 개발	(주)엔포디
	조선의 궁중여성에 대한 디지털콘텐츠 개발	글로벌 인터랙티브(주)



<그림 2> 아시아나 항공의 대장금호



<그림 4> 대장금 테마파크의 입구



<그림 3> 대장금 기내상품 패키지



<그림 5> 대장금 테마파크의 한식 상차림

장금호'는 일본·중국·동남아 등 대장금 열풍이 불고 있는 지역에 1년간 투입돼 한류를 전파하였고<그림 2>("대장금", 2006) 주인공 이영애가 대장금으로 분(扮)한 사진을 넣어 만든 마우스패드·엽서·포스트잇·핸드폰고리 등을 패키지로 묶은 기내상품으로 귀항길에 오른 동남아 관광객의 주머니를 노렸다(그림 3).

주식회사 문화방송(MBC) 역시 경기도 양주시에 '대장금 테마파크'를 만들어 수많은 일본·대만·말레이시아 관광객을 유치했다(그림 4)-(그림 5). 국내 최초의 드라마 테마파크로 대장금의 주촬영장소인 양주 오픈 세트장을 활용하여 각각의 세트장마다 촬영 당시의 소도구와 의상을 전시하여 촬영현장을 재현하고 이벤트, 체험프로그램을 갖춘 관광상품으로 개발한 것이다(문화관광부, 2006b).

3. 재현행사의 고증복식

1990년대 지방자치제가 실시되면서 지역의 고유문화에 대한 관심이 증대되었고, 해당지역 관공서와 지역사회가 함께 참여하는 지역축제와 함께 그 지역의 역사와 문화를 내용으로 한 재현행사가 행해지고 있다. 서울시에서도 ‘Hi Seoul’ 행사의 일환으로 전통 문화 재현사업을 실행하고 있으며, 국가 차원에서도 1995년 문화재관리국(현재의 문화재청), 1999년부터는 한국문화재보호재단 등 정부의 주도로 ‘조선시대 궁중의례의 재현행사’가 매년 개발되어 선보이고 있다. 이처럼 전국의 각 시·도·군의 행사로서 문화관광 사업을 발전시킬 뿐 아니라 재현행사와 연계된 각종 문화콘텐츠 개발로 윈윈 효과를 거두고 있는 것이다. 재현행사에서 복식(服飾)은 가장 먼저 눈에 띄는 아이템이므로 상당한 투자를 하고 있으며, 재현의 대상 또한 궁중의례를 최우선시하기에 궁중복식이 그나마 활발하게 활용되고 있다.

궁중의례 재현행사와 문화콘텐츠적 관점에서 가장 성공적인 사례로 꼽히는 행사는 한국문화재보호재단에서 주최하는 ‘조선시대 궁성문 개폐 및 수문장 교대의식’이다(그림 6). 경복궁 광화문 및 흥례문 앞 광장에서 펼쳐지는 궁성문의 수문장 교대의식은 영국 버킹검궁 근위병 교대의식과 비견되는 의식으로, 외국인 관광객의 필수코스로서 자리 잡고 있을 뿐 아니라 다양한 참여프로그램의 개발로 국내 관람객까지 흡



<그림 6> 조선시대 궁성문 개폐 및 수문장 교대의식



갑사 관상감생도 대졸 도총부당하 수문장 수종장 승정원주서 요령군 요령장 전루군 정병 종사관 취타군

<그림 7> 재현행사 출연진의 캐릭터화

수하였다. 게다가 출연진을 캐릭터화함으로써 <그림 7> 관람객에게 친근하게 다가가고 ‘수문장 인형 채색하기’ 등의 또 다른 참여프로그램을 개발하는, 문화콘텐츠의 원 소스 멀티 유즈(One Source Multi Use)적 성격을 여실히 보여주는 대표적 사례가 되었다.

그러나 문화체육관광부가 집계한 조사치에 따르면(문화체육관광부, 2008) 2008년 전국의 관광문화축제 934개 중에서 서울특별시의 축제는 총 120개이고, 그 중 궁중복식과 관련된만한 축제는 8개에 지나지 않는다(표 2). 이는 아직까지도 궁중의례가 소극적으로 재현행사의 대상이 되어왔다는 의미이며, 동시에 궁중복식이 문화콘텐츠로 활용될 무한한 개발가능성을 지니고 있음을 시사하고 있다.

4. 무대의상과 패션디자인의 리소스

무대의상은 일반적으로 연극·무용·오페라·뮤지컬·음악극·방송드라마 등을 위하여 전문적으로 계획되고 마련되는 의상을 의미하며(김현숙, 1995) 특정한 시대적 배경을 바탕으로 고증 제작되는 것이 일반적이다. 여기서는 역사드라마에서의 단순하고 직접적인 고증 단계를 지나, 궁중복식을 콘텐츠로서 즉 원천자료(resource)로 활용한 사례를 살펴보고자 한다.

2006년 MBC 드라마 <궁(宮)>은 드라마 자체의 인기와 더불어 화려한 의상을 선보임으로써 소위 ‘퓨전(fusion)한복’의 열풍을 일으켰다(그림 8). 한국복식의 요소와 아이템들을 현대에 착용되는 서양복식의 활동성과 결합시킨 디자인이라는 면에 있어서는 기존의 ‘생활한복’과 비슷해 보이지만, 생활한복이 한국복식을 기본으로 서양복식의 요소들을 차용했다면 궁에서의 퓨전한복은 서양복식을 기본으로 한국복식의 요소들을 차용했다는 차이점이 있다. 거기에 대한 제국의 계승이라는 역사적 배경을 바탕으로 스란치마·무지기·대대(大帶) 등 궁중복식 아이템과 비단을 바탕으로 한 금박이나 자수·깃·고름·노리개·배자의 모피트리밍·당의의 도련선 등의 한국복식 디테일과 실루엣이 가미되어 고급스럽고 화려함을 더했다. 상

<표 2> 궁중복식과 관련된 서울시 축제

시·군·구명 축제명	시 기	축제주요내용	주최/주관	개최횟수
서울시 조선조 과거재현	10월중	과거시험재현, 어가행렬 등	문화재과	16회
서울시 종묘대제	5. 6	전향례, 선생례, 어가행렬 등	전주이씨 대동종약원	41회
서울시 사직대제	9. 2	전향례, 어가행렬 등	전주이씨 대동종약원	41회
서울시 고궁축제	5월중	세종대왕즉위식, 왕세자관례의식	관광과	9회
동대문구 선농대제	4. 25	제례행렬, 선농제행복향, 어가행렬 등	동대문구	31회
서초구 태종대왕 진통문화행사	5. 16	어연행렬, 태종탄신제향, 신문고문화제	서초구	2회
동대문구 청룡문화제	10. 26	국왕입취위, 동방청룡제향, 국악공연 등	동대문구 /문화원	19회
서울시 하이서울 페스티벌	5. 3~5. 11	하이서울 페스티벌 봄축제	문화정책과	8회



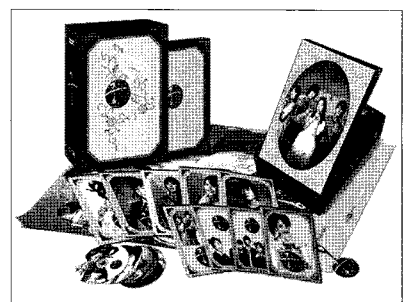
<그림 8> 드라마 '궁'의 퓨전한복



<그림 9> 원작만화 '궁'



<그림 10> 드라마 '궁'

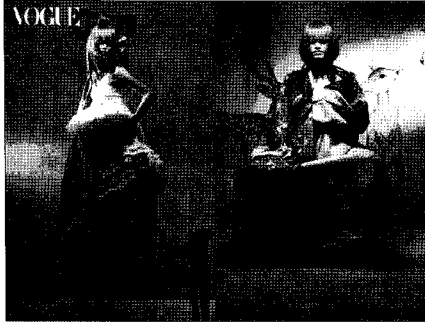


<그림 11> 드라마 '궁'의 문화상품

황에 따라 인물들이 면류관·곤복·적의·익선관·곤룡포·원삼·당의·첩지·떠구지·큰머리·대수(大首) 등을 착용하고 등장하여 궁중복식 자체에 대한 이해를 증진시키고 호감을 높이는 역할도 담당했다.

드라마 '궁'은 박소희의 만화 '궁'을 원작으로 하였으며 <그림 9>-<그림 10> 이후 드라마의 인기에 의해 다양한 문화상품들이 제작됨에 따라 문화콘텐츠의 원 소스 멀티 유즈 효과를 확인시켰다(그림 11).

유명 디자이너들의 한국적인 패션디자인에서도 궁중복식이 활용되는 예가 자주 있으며 궁중복식 아이템을 활용한 코디네이션안으로도 격조 높은 스타일이 완성된다(그림 12). 2008년 미스유니버시티대회에 한국을 대표하여 출전한 이지선이 착용했던 전통의상도 고구려 왕(王)의 복식 중 폐슬(蔽膝)을 차용한 디자인이다(그림 13).



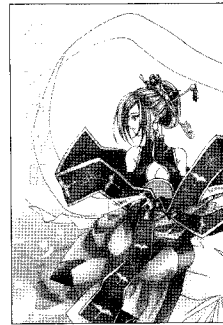
<그림 12> VOGUE지에 실린 궁중복식을 활용한 코디네이션



<그림 13> 미스코리아 민속의상

씨메이커(www.cmaker.com)에서 아바타용 궁중복식 아이템들을 제작하였고<그림 17> KBS 드라마 ‘장희빈(張禧嬪)’의 방영 중에는 주인공이 아바타로 제작되어 온라인상에 등장했다(그림 18).

이밖에 스티커를 붙이면서 한복의 명칭과 착용순서를 배우는 꽃님이 한복 아바타 스티커북<그림 19>, 문양이 찍힌 색종이로 남녀 궁중복식을 직접 접을 수 있는 『종이로 접는』 조선시대 궁중복식』과 같은 도서도 한국궁중복식이 문화콘텐츠로 활용된 좋은 사례이다(그림 20).



<그림 14> 만화 ‘선녀강림’



<그림 15> 게임 ‘십이지천2’

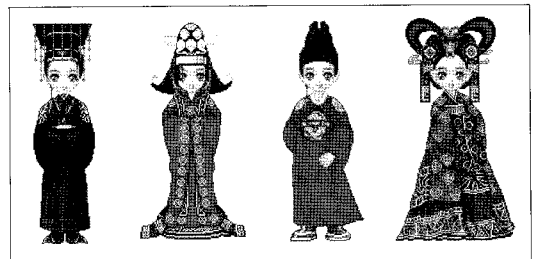


<그림 16> 게임 ‘W스타일업’

5. 기타 만화, 게임, 아바타, 도서

유현 원작의 만화 ‘선녀강림(仙女降臨)’에서 적의 하피(霞峽)·용비녀(龍簪)·보(補) 등의 궁중복식과 금박·깃과 동정·노리개 등의 한국복식 요소들을 주인공의 의상에 적용시킴으로서<그림 14> 청소년들의 코스프레의상으로 자주 애용된다.

온라인게임 ‘십이지천(十二之天)’에서도 용보(龍補), 관모, 장신구 등이 부분적으로 캐릭터의 의상에 활용되고 있다(그림 15). 게임엔젤(www.gameangel.com)의 패션게임 ‘W스타일업’에서는 전통의상을 테마로 한 옷장 안에 가득한 궁중복식들을 볼 수 있다(그림 16).



<그림 17> Cmaker의 궁중복식 착용 아바타



<그림 18> '장희빈' 아바타



<그림 19> 한복 스티커북



<그림 20> 종이접기 서적

못하는 가장 큰 원인은 궁중복식의 중요성에 대한 인식이 부족하기 때문이다.

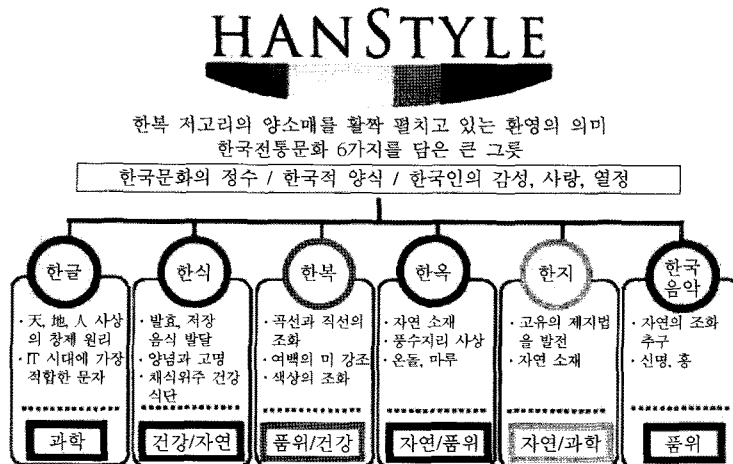
문화체육관광부가 2005년부터 추진한 중장기 지원 전략인 ‘한(韓) 스타일(Han Style)’ 사업은 전통문화콘텐츠의 세계화 전략을 말한다(문화관광부, 2006b)(그림 21). 한글·한식·한복·한지·한옥·한국음악의 6대 분야를 대상으로 하는데, 한복 분야의 구체적인 내용을 살펴보면 궁중복식에 관련된 부분이 거의 없다. 사업의 목적이 국가이미지의 제고와 한국전통문화만의 차별화된 이미지 형성에 있으므로 궁중문화와 궁중복식을 포함하는 편이 유리함에도 불구하고 이에 대한 인식 부족으로 말미암아 제외된 것이다.

문화체육관광부에서 2006년에 발행된 ‘국가의전보 고서’에서도 국가 의전(儀典)에 있어서의 복식 개선안을 바지·저고리·두루마기 일습으로 제안하고 있다. 아마도 2005년 부산 APEC 정상회담에 한복디자이너 이영희가 디자인한 색색의 두루마기를 각국의 정상들이 착용했던 것<그림 22>에 대한 긍정적인 평가(“우리 한복”, 2005)가 영향을 미쳤으리라 여겨진다. 보고서에서는 자수나 금박으로 화려하게 장식되었기 때문에 궁중복식보다는 서민들의 기본복장이 적합하다고 했으나(문화관광부, 2006a), 국가의전이라는 행사의 성격과 대표성 및 참석자의 지위를 고려해볼 때 역사적으로 비견될 만한 것은 궁중의례이며 따라서 복식 개선안 또한 궁중복식에서부터 출발하는 것이 합당하겠다. 궁중복식이 서민복식에 비해서 외래문물의 수용도가 높기 때문에 중국관복과 유사하다는 문제점이 있을 수는 있으

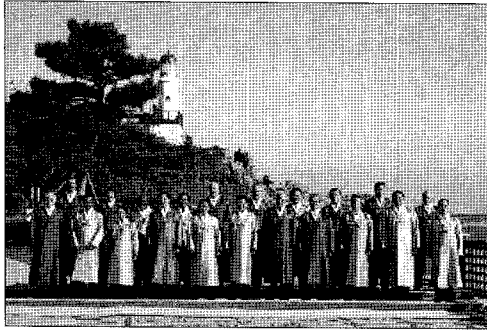
IV. 문화콘텐츠로서의 궁중복식 활용시 문제점

1. 궁중복식의 중요성에 대한 인식 부족

현재까지 궁중복식이 문화콘텐츠로 적극 활용되지



<그림 21> 한스타일 사업의 개요



<그림 22> 2005년 APEC 정상회담에서 두루마기 착용 모습

나 역사적 진실을 굳이 부정할 필요도 없고 실루엣이나 디테일상 고유성을 간직한 부분도 있으며 품격이 높은 복식이기 때문에 궁중복식을 착용할 만한 가치가 있다.

2. 콘텐츠와 역사적 맥락과의 불일치

궁중복식을 콘텐츠로 사용했으나 역사적인 맥락에서 벗어난 경우도 있다. 예를 들어 문화상품 중에는 신라의 왕관을 쓴 왕과 조선시대 원삼을 입은 왕비를 세트 판매했던 경우가 있었다(그림 23). 조선시대 원삼을 입을 때의 헤어스타일은 큰머리나 띠구지머리인데 이 인형에서는 양쪽으로 쪽을 찢 싸게를 하고 있다. 결국 하나의 상품 안에 시대적 교란과 복식의 부조화가 동시에 발생한 것으로, 이는 역사와 대상에 대한 몰이해 속에서 단순한 차용만이 이루어졌기 때문이다.

경복궁과 덕수궁의 수문장 교대의식은 외국인에게 볼거리를 제공하고 국민에게 자긍심을 키운다는 점에서 분명히 자랑스러운 의식임에도 불구하고 복식면에 있어서는 약간의 아쉬움이 남는다. 경복궁은 1395년에 완공되어 1592년 선조가 피난할 때 궁궐을 불태울 때까지 조선의 정궁으로 사용되었고, 1868년 재건되었으므로 수문장들이 조선전기의 군복 또는 갑주를 착용하는 것이 역사적 맥락과 일치한다. 반면에 덕수궁은 1611년~1615년에는 조선의 정궁, 1897년~1907년에는 대한제국의 황궁으로 사용되었는데 현재 수문장들이 착용한 복식은 조선후기의 군복이므로 궁궐의 사용 시기와 다소 맞지 않는다.

3. 홍보 부족으로 인한 활용 대상 제외

2002년 문화체육관광부에서 선정한 10대 우수 캐



<그림 23> 역사적 맥락에서 벗어난 문화상품

릭터 중에 궁중복식은 물론 한국복식을 착용한 캐릭터는 없었고, 가장먼집 막내딸인 ‘뿌까’만이 중국복식을 입고 있을 뿐이다.

2008년 7월, COEX에서 개최된 ‘서울캐릭터페어 2008’에 소개된 94개의 캐릭터는(서울캐릭터페어, 2008) 다양한 소재로부터 개발된 캐릭터들이지만 그중 한국 궁중복식을 원형으로 한 캐릭터는 단 1개도 없었다. 조사결과 한국적인 복식으로 태권도복을 입거나 국적 불명의 휘날리는 무술복장 정도까지만 존재하는 실정이었다.

이는 하루가 다르게 변화하는 첨단기술을 익히고 소비자의 심리를 읽고 분석하는 데 바쁜 캐릭터디자이너의 직업적 특성상 한국문화와 복식까지 파악할 여유가 없기 때문이다. 즉 홍보 부족으로 인해 활용 대상에 포함될 수 없었고, 따라서 한국적 캐릭터를 개발하기가 더욱 어려워지는 것이다.

4. 리소스로 부분 활용시의 고증의 정확성과 한계점

2008년 미스유니버스대회 출전시 착용했던 전통의상에 대해 일본무사의 의상같다는 왜색 논란이 불거졌다(그림 13). 담당 스타일리스트가 해명했듯이 조선 후기 무당복식에서 영감을 얻은 흰 장삼과 고구려 벽화 속 왕의 복식인 금박문양의 붉은 폐술을 조화시킨 의상이었으나(“이지선”, 2008), 전체적인 분위기나 헤어스타일로 인해 일본의 느낌을 풍겼기에 생긴 사건이었다.

역사드라마 중에는 궁중을 배경으로 한 것이 많아서 궁중복식이 자주 등장하지만, 시청자들의 시각적 흥미를 유발하기 위해 고증의 정확성보다는 화려한 눈요기성에 치중하는 경우가 많다. 뮤지컬 등 무대의 상에서도 한국적인 요소를 차용하되 선정적인 내용

이나 인기도에 연연하여 자극적이고 노출이 심한 디자인으로 변화시키는 예가 종종 있어 활용시의 한계점으로 지적된다.

V. 문화콘텐츠로서의 궁중복식 활용도 활성화 방안

1. 문화원형으로의 개발과 축적

이상에서 살펴본 대부분의 문제점들은 궁중복식, 나아가 한국복식에 대한 인식과 이해가 부족하기 때문에 발생한 것이다. 문화콘텐츠 산업에 종사하는 모든 이들이 한국전통문화에 대한 연구까지 병행할 수는 없다. 그들이 원할 때 손쉽게 접근하여 활용할 수 있도록 다양한 방면의 문화원형(resource)을 개발하여 디지털화한 상태로 축적해두어야 한다. 이러한 관점에서 보면 한국문화콘텐츠진흥원에서 추진하고 있는 ‘우리 문화원형의 디지털콘텐츠화 사업’은 더욱 가치가 있다 여겨진다. 더욱이 개발된 결과물들을 문화콘텐츠닷컴 유통센터(www.culturecontent.com)에서 저렴한 가격으로 판매함으로써 산업체에서 이용하면 정확한 고증과 비용 절감 효과를 동시에 추구할 수 있다.

콘텐츠를 쉽게 개발하는 또 하나의 방법으로는 ‘스토리텔링(storytelling)’을 이용하여 디자인의 스스로 삼는 방법을 들 수 있다. 예를 들어 우리 역사와 문화 속에 넘쳐나는 각종 고전소설이나 신화, 전설 등 옛 이야기를 분석하여 주요장면을 선정하고, 그래픽 작업을 통하여 모티브화한 후 이를 패턴으로 개발하여 패션문화상품에 적용하는 스토리텔링 디자인은 다른 제품과 차별화를 주는 매우 유용한 방법이다(김현화, 2007). 따라서 궁중에 관련된 이야기를 선택하여 이상의 스토리텔링 기법을 적용한다면, 창작소재를 찾고 콘텐츠로 개발하기도 용이할뿐더러 개발 과정에서 자연스럽게 궁중복식 콘텐츠도 도출된다.

2. 디자인 요소별 자료수집 및 DB 구축

궁중복식의 선·색·문양 등 디자인 요소별로 자료를 수집하고 분석하여 데이터베이스화하는 작업이 필요하다. 콘텐츠의 활용을 돕기 위해서는 사용자가 원하는 형태로 콘텐츠들을 제작 정리하는 것이 요구된다. 문화콘텐츠 산업은 대개 시각적인 부분을 중시하고 유행에 민감한 디자인적 특성을 지니고 있음을

감안할 때, 특정 대상을 디자인 요소별로 콘텐츠화하는 것이 효율적이다. <표 1>에서처럼 2002년 조선왕실축제에서의 색채를, 2003년 궁중문양을 디지털콘텐츠화하는 작업이 진행되었던 것은 무척 고무적인 일이다. 정보통신부와 문화체육관광부에서 구축한 ‘한국의 문양’ 사이트(<http://www.pattern.go.kr>)는 각종 유물로부터 문양을 추출함으로써 한국전통문양원형을 집대성하여 전통문양콘텐츠를 DB로 구축한 사례이다. 누구나 한국의 문양을 검색하여 이용할 수 있을 뿐 아니라 전통색채팔레트와 다양한 재질을 적용한 문양을 경험할 수 있는 프로그램을 제공하여 전통적인 디자인 감각을 훈련할 수 있다. 바로 이러한 투자와 개발이 한국형 문화콘텐츠 산업을 발전시키는 밑거름이 된다.

궁중복식의 아이템 자체에 대한 정리 및 DB 구축도 시급하다. 세계적인 패션잡지 VOGUE에서 한국복식에 대한 특집 기사를 몇 차례 다룬 적이 있다(“The Gorgeous”, 2005)(그림 12). 기존의 한국복식 아이템들을 크로스코디시커서 새로운 분위기를 창출하고 한국적인 미(美)의 매력을 비주얼하게 보여주었다. 그런데 여기에 사용된 아이템들 중에는 중국의 궁중복식이나 서민의 복식, 현대적으로 재해석한 작품도 간간히 섞여 있다. 이 기사의 스타일리스트 또는 코디네이터가 과연 한국복식이나 궁중복식에 대해 얼마나, 어디까지 알고 진행한 것인지 의문이다. 궁중복식을 각 시대별로, 아이템별로 간단하게 정리한 자료가 있다면 올바른 퓨전코디가 가능하다. 또한 앞서 살펴본 신라왕과 조선왕비 인형 세트 같은 문제도 해결될 수 있다. DB를 검색하면 삼국시대 왕의 복식 기록은 있으나 왕비에 대한 자료는 없으므로 조선왕과 조선왕비의 인형 세트로 제작 판매될 것이다. ‘열혈강호사커’, ‘프리스톤테일2’, ‘케로로팡팡’, ‘귀혼’ 등 각종 온라인게임들이 설을 맞이하여 게임 공간 안에서 한복 아이템을 선물로 주고 판매할 때에도 DB를 이용하면 신분이나 상황에 맞는 의상을 갖출 수 있다.

3. 공모전을 통한 디자인 개발 및 디자인 스스로로서의 활용 훈련

현재 많은 기관들에서 관련자들의 관심을 유도하고 참신한 디자인을 개발하기 위한 방법으로 공모전을 개최하고 있다. 예를 들어 문화체육관광부와 대구광역시, (사)대구경북섬유산업협회가 주최하여 매년

‘한국전통문양 텍스타일 디자인 공모전’을 시행하고 있다. 섬유도시인 대구를 배경으로 정부-지자체-산업체가 연합한 공모전을 꾸준히 개최함으로써 도시 경쟁력 강화와 제품의 고부가가치를 지향하는 사업이다. 또 2009년 2월의 ‘공공문화콘텐츠 문화상품 디자인 공모전’은 한국문화콘텐츠진흥원에서 저작권위탁 관리하고 있는 콘텐츠를 대상으로 문화상품을 디자인하는 것을 내용으로 하고 있다.

정부나 지방자치단체에서 주관하는 관광기념품, 완제품으로서의 문화상품 공모전은 물론이고 이상에서 소개한 바와 같이 디자인 요소나 문화콘텐츠에 대한 공모전을 시행하되 궁중문화나 궁중복식과 같이 대상을 제한한다면 보다 신선하고 품격있는 디자인이 개발되고 그 과정 속에서 활용하는 요령을 익힐 수 있겠다.

4. 국가기관 주도의 적극적인 개발과 홍보

한국궁중복식의 문화콘텐츠화가 가치있고 절실한 일임에도 불구하고, 한국복식을 연구하고 궁중문화에 애정이 있는 개인이나 단체의 노력만으로는 이루기 어렵다. 관심과 이해 부족도 문제이지만 우선 재현에 드는 고가의 비용 문제도 큰 걸림돌이 된다. 그러므로 정부나 지방자치단체에서 주도적으로 콘텐츠를 개발하려는 노력이 요구된다. 작은 규모의 콘텐츠라도 기획단계에서부터 향후 다용도로 활용할 수 있는 멀티 유즈(multi-use)에 대한 장기적 안목과 투자가 필요하다. 또 예산이 문제가 된다면 재현 단계까지는 미치지 못한다고 해도 콘텐츠의 리소스만으로도 개발해두려는 노력이 필요하다.

왕실문화를 전수하고 있는 국립고궁박물관에서의 움직임도 큰 영향력이 있다. 뮤지엄 갤러리 샵에서의 다양한 문화상품 개발 판매도 중요하지만, 국립민속박물관이나 다른 박물관의 프로그램들을 벤치마킹하여 풍부한 궁중문화콘텐츠의 활용 방안을 모색해야 한다.

성을 선정한 사실도 이러한 시대적 요구를 보여주고 있다. 고부가가치 산업인 문화콘텐츠 산업의 활성화와 차별적 문화콘텐츠를 생산하기 위해서는 전통문화, 그중에서도 품격있고 고급스러운 궁중문화를 대상으로 삼아야 한다.

그러나 아직까지 한국궁중복식이 문화콘텐츠로 적극 활용되지는 못하고 있는 실정이다. 한국문화콘텐츠진흥원에서 선정하여 지원하는 몇 백건의 ‘우리 문화원형의 디지털콘텐츠화’ 과제 중 궁중복식이 포함된 경우는 10건도 안되었으며, 기념품과 테마파크 등의 관광문화상품에서도 찾기가 어렵다. 재현행사의 고중복식으로는 자주 사용되나 충분한 투자와 정확한 고증과정이 필요하며, 무대영상과 패션디자인의 리소스로, 또 만화, 게임, 아바타 등으로 간혹 사용되는 경우가 있다.

궁중복식을 문화콘텐츠로 활용할 때의 문제점은 궁중복식의 중요성에 대한 인식이 부족하고, 콘텐츠와 역사적 맥락과의 불일치가 생기며, 홍보 부족으로 인하여 활용 대상에서 애초에 제외되고, 리소스로 부분적으로 활용될 때 고증의 정확성 문제나 경계의 모호성 등을 들 수 있다.

궁중복식, 나아가 한국복식은 그 가치나 중요도에 비해 콘텐츠로 활용되는 정도가 미미했으나 이는 역으로 폭넓은 활용가능성을 지니고 있다고 할 수 있다. 활용도를 높이기 위해서는 궁중복식을 문화원형으로 개발하고 축적해야 하며, 색·문양 등 디자인 요소별로, 또는 아이템별로 자료를 수집하여 DB로 구축하고, 공모전을 통하여 디자인을 개발하고 디자인 소스로서 활용하는 훈련이 필수적이다. 마지막으로 정부나 지자체 등 국가기관에서 주도적으로 개발과 홍보를 하려는 노력이 요구된다. 이러한 노력과 움직임이 모여 궁중문화원형콘텐츠 종합아카이브 체계가 구축되었을 때, 국제 무대에서 차별성있고 경쟁력있는 문화콘텐츠로 승부할 수 있으리라 기대된다.

VI. 결 론

인간의 감성과 상상력, 창의력이 새로운 성장동력으로 부상하는 21세기를 맞이하여 현재 우리 사회의 핵심 키워드인 문화콘텐츠(cultural contents)를 눈여겨보아야 한다. 정부에서 세계 5대 콘텐츠 강국 실현을 국가 비전으로 삼고 2009년도 3대 중점 추진과제의 하나로 문화·관광·스포츠 분야 콘텐츠 산업의 육

참고문헌

- 김현숙. (1995). *무대의상디자인의 세계*. 서울: 고려원.
 김현화. (2007). *스토리텔링 기법을 이용한 패션문화상품 개발 - '심청전'을 중심으로*. 국민대학교 대학원 석사학위논문.
 ‘대장금’ 아시아나 항공기로 다시 뜬다. (2006, 5. 10). *조선일보*. 자료검색일 2008, 10. 22, 자료출처 <http://www.chosun.com/national/news/200605/200605100176.html>

- 문화관광부. (1999). *관광기념품 관련 부문 실태조사*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2000). *자료로 보는 문화상품*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2006a). *국가의전의 문화적 개선방안 보고서*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2006b). *한국문화콘텐츠 · 관광 연계 프로그램 개발방안*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2007a). *문화 산업 경쟁력강화 대책*. 서울: 문화관광부.
- 문화관광부. (2007b). *한스타일 육성 종합계획*. 서울: 문화관광부.
- 문화재청. (2007). *문화재 활용 가이드 북*. 대전: 문화재청.
- 문화체육관광부. (2008). 2008년 전국 시·도별 축제총괄표. *문화체육관광부*. 자료검색일 2008, 10. 24, 자료출처 <http://www.mcst.go.kr>
- 문화체육관광부 · 한국문화콘텐츠진흥원. (2008). *정부의 콘텐츠 산업 지원가이드*. 서울: 문화체육관광부 · 한국문화콘텐츠진흥원.
- 박영선. (2004). *생활한복 디자인*. 서울: 늘봄.
- 서울캐릭터페어. (2008). 2008년 서울캐릭터페어 참가캐릭터 소개. *서울캐릭터페어*. 자료검색일 2008, 10. 21, 자료출처 <http://www.characterfair.kr/2008/visitor/exhibition/introcharac.asp>
- 우리 한복에 세계 정상이 꼭 빠졌어요. (2005, 12. 3). *조선일보*. 자료검색일 2008, 10. 21, 자료출처 <http://www.chosun.com/magazine/news/200512/200512030086.html>
- 이원희. (2004). *5대 궁을 활용한 문화관광상품 개발방안*. 서울: 한국문화관광정책연구원.
- 이지선 스타일리스트 ‘왜색 의상’ 논란 해명. (2008, 6. 24). *한국일보*. 자료검색일 2008, 10. 21, 자료출처 <http://news.hankooki.com/lpage/sports/200806/h2008062415173297630.htm>
- 채지영. (2004). *일본 내 한국대중문화상품의 유통 실태 분석*. 서울: 한국문화관광정책연구원.
- 한국문화콘텐츠진흥원. (2006). 2002~2005년 문화원형 선정과제 List. *한국문화콘텐츠진흥원*. 자료검색일 2008, 10. 21, 자료출처 <http://www.kocca.or.kr>
- 한국문화콘텐츠진흥원. (2007). *한류 현상과 문화 산업 발전 전략*. 서울: 한국문화콘텐츠진흥원.
- 허갑중. (2003). *서울 · 동경 · 북경 연결 패키지 상품 개발방향*. 서울: 한국문화관광정책연구원.
- CT R&D에 6400억 투입한다. (2008, 12. 29). *디지털타임즈*. 자료검색일 2009, 1. 5, 자료출처 http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2008123002010531699002
- The Gorgeous and the Magnificent. (2005). *VOGUE KOREA*. Retrieved October 15, 2008, from http://www.vogue.co.kr/inmagazine/index.asp?menu=03&ins_no=159