

백제 지역문화기반의 패션문화상품 디자인 개발

김혜경[†] · 전희관

원광대학교 패션디자인 · 산업전공

Design Development of Cultural Fashion Products Based on the Baekje Local Culture

Hye-Kyung Kim[†] and Hee-Kwan Jeon

Dept. of Fashion Design & Apparel Industry, Wonkwang University, Jeonbook, Korea

Abstract : This paper develops fashion products that express the beauty of Baekje through an investigation of the unique characteristics of Baekje artifacts. This work can promote the Baekje region and provide cultural goods for local festivals to improve the economic competitiveness of the area. Artifacts from the Muryongwangreung in Gongju (the capital city of Baekje during the Woongjin period) were reinterpreted into a more modern form. Among the Muryongwangreung artifacts, the king and queen's gold coffin as well as chignon ornaments were used as design motifs. These artifacts were stylized into motifs and developed into patterns using Adobe Illustrator CS3 and Adobe Photoshop CS3. The patterns were subsequently applied to the designs of scarves and ties. The color was selected using the CMYK colorway from the Gongju city logo subsequently, a total of 12 designs (including 6 ties and 6 scarves) were developed. The design developed from this research can be applied to diverse products to promote the area. Using the research as a foundation, fashion product development based on the local culture can have a significant impact on the establishment of the Baekje cultural identity and the competitiveness of the region.

Key words: fashion design(패션디자인), cultural fashion products(패션문화상품), baekje culture(백제문화)

1. 서 론

21세기의 핵심 키워드는 ‘문화’라고 할 수 있다. 국가와 지역 사회의 정체성을 담은 문화를 활용한 문화산업이 갖는 파급 효과는 다른 여타의 산업에 비해 무한한 잠재력과 경쟁력을 가지고 있다고 하겠다. 이러한 문화 산업의 가치에 대한 인식 변화에 따라 한국뿐만 아니라 세계 각국은 자기 나라의 독특한 문화적 정체성을 유지하거나 재창조하여 자국의 문화 경쟁력을 강화하기 위하여 다양한 노력을 기울이고 있다.

최근 K-POP과 드라마를 중심으로 한 ‘한류’라고 일컬어지는 한국의 대중문화가 전 세계적으로 관심을 받고 있다. 이러한 관심은 오랜 역사를 간직한 한국의 전통문화를 계승하고 발전시켜 문화 경쟁력을 강화하기 위한 정부와 민간의 다양한 노력의 대한 결과로 볼 수 있다. 문화산업에 대한 중요성이 부각되면서 정부에서는 2005년 문화산업의 글로벌화를 촉진하고 관련 산업 유관 기관들의 네트워크를 통한 문화산업 육성을 위해 「문화강국C-KOREA2010」을 수립, 발표하고 이의 달성을 위해 국가적 차원의 수행을 진행해왔다. 또한 ‘한 스타일’ 육성

산업을 정부의 주요 시책으로 시행을 하여 한국 문화에 대한 선호도를 증가시켜 국가 브랜드 가치를 제고하고자 노력해 오고 있다. 이러한 국가적 차원의 정책 이외에도 1995년 지방자치가 본격적으로 도입이 되면서 많은 지방자치단체들이 지역 개발, 지역 이미지 제고, 지역 경제 활성화를 위해 해당 지역의 독특한 지역문화자원을 발굴하고 이를 활용한 경쟁력 강화 정책을 개발하기 위해 노력하고 있다. 특히 국가나 지역 간 경계의 구별이 모호해져가는 글로벌 시대에는 고유한 문화를 지키고, 이러한 문화적 자원을 활용한 차별화 전략이 더 중요해지고 있다. 이러한 전략의 일환으로 국가나 지역의 문화자원을 활용한 패션문화상품 개발을 통해 국가의 이미지와 경쟁력을 높이는 것이 필요한 시점이다.

패션문화상품 개발에 대한 선행연구를 살펴보면, 한국적 이미지 및 전통문양을 모티프로 활용하여 디자인을 개발한 연구로는 Choi et al.(2006), Eom(2004), Jeong(2004), Kim et al.(2002), Kim et al.(2007), Kim(2011, 2012), Kwon(2002), Song(2010)의 연구가 있다. 지역 문화자원 중에서 지역 출토 유물을 활용한 연구로는 Ahn and Kim(2004), Byun and Kim(2009), Byun(2011) 등이 가야 출토 유물을 응용하여 상품 개발을 연구 했다. 또한 지역문화 기반의 축제를 활용한 패션 문화상품 개발 연구로는 Kim(2009, 2010, 2011), Lee(2002), Lee and Kim(2007), Lee and Chung(2008)의 연구 등이 있

[†]Corresponding author; Hye-Kyung Kim
Tel. +82-63-850-6641, Fax. +82
E-mail: hanel@wonkwang.ac.kr

다. 이처럼 지역문화, 지역축제, 전통문양 등에 관련된 연구들이 활발하게 이루어져 왔으나 백제지역의 문화적 자원에 기반을 둔 디자인 개발 및 패션문화상품 디자인개발 관련 연구는 미흡한 실정이다.

백제 문화권은 풍부한 문화 자원을 보유하고 있으나, 다른 시대의 문화자원에 비해 상대적으로 주목을 받지 못했으며 개발역시 소홀했다고 볼 수 있다. 하지만 최근 들어 백제 문화권에서 다양한 유물이 출토되면서 백제 유물의 문화적 가치에 대한 재조명이 활발하게 진행되고 있다. 백제 유물은 1971년 공주송산리 고분군에서 발굴 조사된 무령왕릉의 유물이 발견된 이후, 2003년 충남 공주 수촌리 유적에서는 금동관모와 금동신발, 중국제 청자, 마구류 등이 출토되었다. 또 2009년에는 백제 제30대 무왕이 창건한 것으로 알려진 국보 제11호의 익산 미륵사지 석탑 해체 과정에서 사리장엄과 진신사리가 발견되었다.

백제 문화의 장점은 유산의 탁월한 가치와 문화유적지구로의 진정성, 국가의 수도라는 완전성, 보존 관리의 적합성, 그리고 국내외 유산과 비교해도 떨어지지 않는다는 점이다. 또한 공주 부여 지구의 백제 유산은 건축양식 및 기법에 있어 고대 중국과 백제, 일본 간 교류를 보여주며, 신라 및 고구려, 당과 왜 사이에서 독자적으로 형성된 백제문화가 남아있는 곳이고, 익산 지구 내에 있는 백제 시대의 궁성, 사찰, 산성, 왕릉 등의 유적은 중국과 일본 등 동양 고대국가와의 문화적, 사상적, 기술적인 교류를 보여주고 있다. 이러한 문화적 우수성에 대한 재조명을 기반으로 문화재청에 의해 2011년 유네스코 세계유산 우선 등재 추진대상으로 선정된 가운데 2013년 세계유산 등재를 기다리고 있는 백제역사 유적 지구는 공주와 부여, 익산 등 3개 지역 11개 지구, 40개 유적지로 나뉘어 있다. 공주는 공산성과 송산리 고분군, 수촌리 고분군, 고마나루 지구 등이며 부여는 부소산성과 정림사지, 나성, 구드래, 청마산성 등 5개 지구다. 익산은 미륵사지가 있는 금마 왕궁리 권역과 입점리 권역 등으로 유적수는 21개로 가장 많다. 이러한 시점에서 아름답고 고급스러운 백제 출토 유물의 문양을 응용한 디자인을 개발하고, 개발된 디자인을 다양한 관련 산업에 새롭게 접목시킨다면 한국을 넘어 동양의 미를 대표하는 문화 아이콘이 될 수 있을 것으로 보인다.

본 연구는 백제 문화권의 주요 지역문화자원 중의 하나인 공주 무령왕릉 출토 유물을 활용하여 백제 문화가 가지고 있는 차별화된 독특한 특징이 반영된 패션문화상품 디자인을 개발하는데 목적이 있다.

2. 이론적 배경

2.1. 지역문화자원

지역 문화자원의 개념을 살펴보기 위해서는 지역, 문화, 자원 각각의 개념 정의가 필요하다. 지역 문화 자원이란 각 용어의 합성 개념으로 지역 문화에서 지역은 공간적 의미를 내포하고 있는 개념으로, 어떤 공통적 특성이 있거나 넓은 지역적 활

동과 관련된 내용으로 연결되어 있는 지리적으로 연속된 공간의 범위를 말하며 지역의 범위는 항상 고정되어 있는 것이 아니라 변화하게 되는 것으로 새로운 지역이 등장하기도 하고 기존의 지역의 사라지기도 한다(Shim, 2005).

문화에 대한 정의 및 의미는 다양한데, 일반적으로 문화란 사회구성원들이 집단적으로 공유하고 오랜 역사를 통하여 학습에 의해 이루어 놓은 사회생활양식 전체를 의미한다고 하겠다. 그러므로 지역문화란 공통적인 요소로 연계된 일정한 공간의 생활양식 전체라고 할 수 있다(Seol, 2012).

문화자원은 장소, 지역, 공간을 바탕으로 보존·발굴·활용 등의 필요성을 충족시킬 수 있어야 한다. 따라서 문화자원은 보존·발굴·활용의 측면에서 문화적 가치를 내포하고 있는 유·무형의 여러 자원으로 정의할 수 있는데 지역에 적용되는 문화자원이란 “국토의 부분공간단위 안에서 구조적으로 독자성과 응집력을 지닌 지리, 역사, 경제, 사회, 정치, 문화 등으로 이루어진 지역 내의 자원”이라고 정의 내릴 수 있다(Nam, 2007). 한 지역 안에서의 자원은 그것이 인위적으로 형성이 된 것이나 자연발생적으로 형성이 된 것이나, 유형적인 것과 무형적인 것들을 모두 포함하여 종합적인 성격을 지니고 있다고 볼 수 있다. 지역문화에 활용되는 문화자원은 크게 유형문화자원과 무형문화자원으로 크게 분류할 수 있는데, 유형문화자원에는 역사문화자원, 문화시설자원, 인공경관자원 등이 있고, 무형문화자원에는 유명인물과 관련된 인적문화자원과 연극, 음악, 공예 기술 등의 무형문화화제, 축제, 전시, 공연, 문화행사 등을 포함하는 문화프로그램인 비인적문화자원이 있다(Jeon, 2004).

2.2. 패션 문화상품

국가나 지자체에서는 경쟁력 강화의 수단으로 고유한 문화적 특성을 반영한 문화상품 개발을 위한 다양한 시도를 하고 있다. 이러한 전략에는 국가나 지역의 문화 자원을 활용한 문화상품 개발이나 축제 개최 등이 포함되어 있다. 특히 지역을 대외적으로 홍보하거나 지역을 방문하는 방문객들에게 자신이 방문한 지역의 독특한 특성을 전달할 수 있는 의미를 담은 문화상품을 제공하는 것이 중요하다. 이러한 문화상품이 가치를 갖기 위해서는 그 지역의 문화와 역사성을 담고 있어야 하며, 다른 지역과 차별화된 독특성과 매력성을 지니고 있어야 한다. 문화상품에 대한 개념은 연구자마다 다양하게 제시하고 있는데, Ministry of Culture and Tourism(2000)의 자료에서 일반적 의미로는 ‘문화산업’이 낳은 모든 결과물로 문화의 영역이 경제적 영역과 결합함으로써 산업의 생산 및 소비의 대상으로 나타나게 되는 모든 분야로 정의했으며, 정책적 의미로는 문화 산업국 담당 정책 분야로, 영화, 도서, 음반, 신문·잡지, 애니메이션, 출판, 텔레비전 프로그램 등으로 정의하고 있다.

문화상품은 일정한 용도와 한정된 물질적, 경제적 효용가치를 지니는 일반적인 상품보다는 상위의 개념으로 한 민족내지는 지역의 고유한 정신적, 문화적 가치가 경제적인 효용가치와 결합하여 생산되는 유·무형의 모든 상품을 포함하는 광범위

한 개념을 지칭한다(Lee, 2002). 문화상품은 축제 개최로 인해 형성된 장소 자산과 이를 토대로 변화하고자하는 지역의 이미지를 외부에 알리고, 축제의 홍보수단 및 지역 심벌 이미지로 적극 활용할 수 있는 것이다. 또한 문화상품 판매를 통해 축제 자체의 수익을 창출하고 이러한 수익창출은 안정적인 축제의 운영뿐만 아니라, 축제의 질적 향상에 기여한다(Lee & Kim, 2007).

패션문화상품은 문화상품 내에서도 패션의 특성을 지닌 상품으로, 상품 자체의 특성보다는 이미지로 판매되는 고부가가치의 문화상품이라고 할 수 있다. 패션문화상품에 대한 정의도 연구자에 따라 다양한데, 국가 또는 지역의 문화적 요소나 이미지를 활용한 패션상품으로 정의(Hong et al., 2001)하거나 한국 문화의 특성을 반영한 상품으로서, 의류, 패션잡화, 관광 기념품 티셔츠, 모자, 보석, 액세서리, 한복, 생활한복, 그리고 섬유공예품으로 정의했다(Lee et al., 2005). 또한 자국의 전통문화나 이미지에 당시의 트렌드가 반영된 직물을 이용한 상품(Hyun, 2006), 전통적 요소와 한국의 현대적 이미지까지 포함하는 문화적 정체성을 표현하는 패션상품(Cho, 2007)으로 정의하고 있다. 의류, 스카프, 넥타이, 손수건, 지갑, 가방, 각종 액세서리 등 다양한 섬유 소재 제품으로 구성된 패션문화상품은 사회, 문화적인 영향을 많이 받는다. 이와 같은 패션문화상품은 라이프 사이클이 짧은 특성을 지니고 있을 뿐 아니라 실생활에서 쉽게 접할 수 있는 아이템들로 다양한 개성을 소유한 소비자들의 패션 욕구를 충족시키는 데 적합하다고 할 수 있다. 또 동시에 심미적, 예술적 가치를 지닌 패션 상품의 개발은 어떠한 문화 상품보다도 문화적 정체성과 경쟁력을 겸비한 고부가가치의 상품이라고 하겠다(Kim, 2009).

Ministry of Culture and Tourism(2000) 발표에 의하면, 패션관련 문화상품을 섬유공예 문화상품에 포함시킨 적이 있다. 섬유공예 문화상품은 장식용품, 관광기념품, 생활문화상품으로 분류하여 장식용품에는 매듭, 인형, 노리개, 부채, 장식, 보석함 등이 포함되고, 관광기념품에는 가방 넥타이, 복주머니를 포함시켰고, 생활문화상품에는 이불, 가발, 실내화, 보료, 방석, 생활한복, 앞치마, 거울, 보자기 등을 포함시켜 분류를 하였다.

2.3. 백제와 무령왕릉 출토 유물

700여년의 역사를 가진 백제는 위례성, 웅진, 사비성으로 3번이나 수도를 이전하였다. 백제는 세 차례 천도를 하면서 개성 있는 문화를 형성하였다. 한성시대에는 서울시 석촌동에 있는 대규모의 적석총(積石塚)에서 보듯이 고구려적인 성격을 강하게 띠었다. 그러나 웅진 및 사비로 천도하면서 중국의 남조 문화(南朝文化)를 받아들여 세련되고 우아한 문화를 만들어냈다. 또 지정학적인 이점을 최대한 이용해 중국의 새로운 문물을 받아들여 이를 백제화하고, 다시 왜나 가야(加耶)에 전수해 고대 동아시아 공유(共有)문화권을 형성하는데 중심적인 역할을 하였다(Encyclopedia of Korean Culture, 1991). 무령왕릉은 웅진 시대의 수도인 충청남도 공주시 금성동(구 명칭. 송산




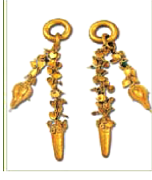







리)에서 1971년 송산리 5호분과 6호분의 작업 중에 발견되었다. 고분의 축조연대와 피장자가 분명하며 도굴의 피해를 전혀 입지 않은 상태로 발견되어 삼국시대 고분 연구에 중요한 정보를 제공하고 있다. 고분 내부에는 왕과 왕비를 합장했는데 왕이 동쪽, 왕비가 서쪽에 놓였고 머리 방향은 입구 쪽인 남쪽을 향하고 있다. 왕과 왕비 모두 옷칠된 목관에 각기 안치되어 있었는데 목관 표면은 꽃 모양의 금·은제 장식으로 꾸몄다. 발견된 장신구로서는 왕의 것으로 금제 관장식, 심엽형 귀걸이, 뒤꽂이, 은제 허리띠[帶], 금동 신발 등이 있으며 그밖에 각종 금·은제 장식이나 구슬이 발견되었다. 왕비의 것으로는 역시 금제 관장식과 귀걸이, 목걸이, 금·은제의 팔찌 외에도 많은 수의 장식이 발견되었다. 또한 단룡문환두대도(單龍紋環頭大刀)·철모·손칼 등의 무기류, 거울·용기(用器)·손칼·다리미 등의 청동제품, 청자·백자 등의 자기류, 두침(頭枕)·족좌(足座) 등의 목제품 등 다양한 유물들이 부장되어 있었다. 백제 출토 유물 중에는 백제 시대의 문화상을 보여주는 많은 유물이 있지만 무령왕릉이 백제를 대표하는 역사유물로서 가치가 돋보이는 것은 피장자가 확실하고 백제고분으로서는 드물게 도굴되지 않은 상태로 발굴되어 있어서 백제 문화를 생생하게 보여준 유적이라는 특징과 출토된 유물이 108종 2,906점에 이르고, 이들 출토 유물 중에서 국보로 지정된 유물이 12점에 이를 만큼 가치를 인정받고 있기 때문이다. 백제무령왕릉 출토 유물 중 국가지정문화재를 정리해 보면 Table 1과 같다.

2.4. 금속공예품의 특징

무령왕릉에서 출토된 약 2,900점의 유물 중에서 금속 공예품은 백제의 뛰어난 공예 기술을 보여주고 있다. 이들 유물의 조형적 특징은 점, 선, 면, 비대칭 등의 요소를 사용했다는 점이다. 대표적인 금속 유물에서 나타나는 문양의 조형성은 단순하고 그 실용적인 충족 이상으로 형태와 균형을 추구하고, 반복, 율동 등의 조형성에 의해 추상화되고 규칙화된 형식미를 보여주고 있다(Kang, 2008).

본 연구의 디자인 개발에 활용된 3 가지 금속 유물의 구성 요소를 보면, 왕 금제관식과 왕비 금제관식에는 불꽃무늬, 연꽃무늬, 인동당초무늬가 있으며, 금제뒤꽂이에는 날개를 편 새의 모습, 인동당초무늬, 연꽃무늬가 있다. 왕 금제관식은 2mm의 순금판에 타오르는 불길의 모양을 띤 무늬를 투각하였으며, 인동당초무늬로 장식되어 있고 줄기와 꽃에는 지름 5mm 정도의 둥근 원판모양의 영락이 12개 달려있다. 가장자리에는 불꽃무늬를 좌·우 비대칭을 이루게 하여 동적인 느낌을 더해 주었다. 왕비 금제관식의 형태는 좌·우 비대칭이며 왕 금제관식과는 달리 영락을 달지 않았다. 얇은 금판에 인동당초무늬와 불꽃무늬를 투각하고, 중앙에는 7개의 연꽃과 그 위에 꽃을 쫓은 병을 표현하고 있다. 금제뒤꽂이는 얇은 금판을 형태에 맞추어 투조하였다. 전체적인 형태는 역삼각형으로 아래에 3가닥의 가지로 이루어져 있다. 금판위에 티출기법을 사용하여 무늬를 새겨 넣고 점선으로 테를 따라 둘러서 장식하였다. 전체적인 형

Table 1. The tomb of the King Muryoung artifacts(national treasures)

King's coffin	Queen's coffin	King's gold earring	Queen's gold earring	Chignon ornaments	Queen's silver bracelet
					
154th national treasure	155th national treasure	156th national treasure	157th national treasure	159th national treasure	160th national treasure
Bronze mirrors	Stone animal figure	King's memorial stone	Queen's wooden pillow	King's wooden pillow for feet	
					
161st national treasure	162nd national treasure	163rd national treasure	164th national treasure	165th national treasure	

<http://tour.gongju.go.kr/prog/cultureassets/tour>

태는 날개를 펴고 나는 새의 모습을 닮았고, 몸체 윗부분에는 두 개의 꽃무늬를 두드려 내고 아래쪽은 인동당초무늬로 장식 을 하였다.

3. 연구내용 및 방법

본 연구에서는 백제문화권 중에서 웅진 시기의 도읍지인 공 주 무령왕릉에서 출토된 유물을 현대적 감각으로 재해석하여 차별화된 독특함을 연출시킬 수 있는 패션문화상품 디자인 개 발을 하고자 하였다. 이를 위해 무령왕릉 출토 유물 중에서 조 형성이 뛰어난 왕 금제관식, 왕비 금제관식 그리고 금제 뒤꽂 이를 디자인 개발의 소재로 활용하였다. 무령왕릉 출토 유물 중 특히 주목을 받은 유물은 금속유물이었는데, 디자인 개발을 위 해 활용된 3가지 유물인 왕 금제관식, 왕비 금제관식, 금제 뒤 꽂이는 불꽃무늬, 연꽃무늬, 인동당초무늬를 투조와 투각을 사 용하여 제작하여 다른 유물에 비해 뛰어난 조형성을 지니고 있 으며, 이러한 특징은 패턴 디자인 개발을 위한 원형 문양 추출 에 있어서 유용성이 높다고 판단되어 3가지 유물로 한정하여 디자인을 개발하였다.

연구 방법은 디자인 개발의 소재로 활용된 왕 금제관식, 왕 비 금제관식 그리고 금제 뒤꽂이를 컴퓨터 그래픽 프로그램인 Adobe Illustrator CS3를 이용하여 패스화를 통해 새로운 조형 적 이미지의 기본 모티프를 만들었다. 이 기본 모티프 3개를 Adobe Photoshop CS3를 이용하여 최소한의 정형화 과정을 통 해 원형문양을 추출하고 형태 조합과 변형을 통해 응용 문양을 만들었다. 기본 모티프와 응용 문양에 색상을 적용한 후 패턴 으로서 전개하여 실생활에 활용할 수 있는 스카프, 넥타이에 적

용을 하였다. 모티프에 대한 기본적인 색상은 공주시의 이미지 와의 통일성 부여를 위해 공주시의 브랜드 마크에서 사용하고 있는 CMYK를 그대로 적용한 color way를 하였다. 그 결과 넥타이 6건, 스카프 6건 총 12건의 디자인을 개발하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 디자인 모티프 개발

기본 모티프 개발에 있어서는 백제문화권 중에서 웅진시대 의 수도인 공주시를 대표할 수 있는 지역문화자원인 무령왕릉 의 출토 유물 중에서 왕 금제관식과 왕비 금제관식, 금제 뒤꽂 이를 이용하였으며 이들 유물의 기본 형태를 그래픽적인 이미 지로 전환하여 새로운 조형적 이미지의 기본 모티프 3개를 설 정하였다. 각각의 기본 모티프에서 특징적인 디자인 요소가 보 이는 부분의 이미지를 선택해서 두 개의 원형 문양을 응용 모 티프로 확장을 했으며, 확장된 각각의 모티프에 대해 색상을 적 용하였다. 확장된 모티프에 대한 색상 적용은 공주시 이미지와 의 통일성을 강조하기 위해 공주시 브랜드 마크에서 사용하고 있는 CMYK를 사용하였다. 색상이 적용된 모티프는 모티프의 재배치와 각 모티프의 조합을 통해 12개의 응용 패턴으로 전 개하였다.

4.1.1. 왕 금제관식을 이용한 디자인 전개

왕 금제관식을 기본 모티프로 하여 기본 모티프에 색상을 적 용한 후 기본모티프에서 특징적인 디자인 요소를 추출하여 확 장모티프를 만들어 색상을 전개하였다. 여기에 반복, 회전, half drop, allover 등을 통해 패턴을 전개하였다. 이상의 내용을 정

Table 2. Pattern development using king's coffin





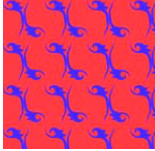
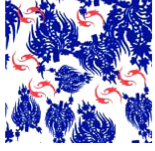




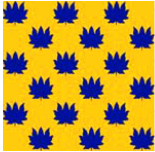
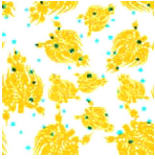




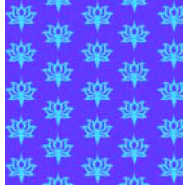
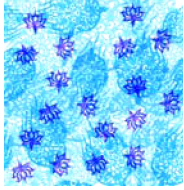





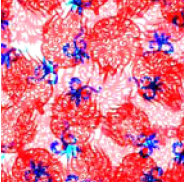
Basic motif	Colorway	Motif application & colorway	Pattern 1	Pattern 2
	1-1 	 		
	C:100+M57+K:40	M;70+Y:68/C:80+M:19	rotation/ repetition	allover
	1-2 	 		
	M:24+Y:90	M:24+Y:94/C:80+M:19	half-drop /repetition	allover

Table 3. Pattern development using queen's coffin

Basic motif	Colorway	Motif application & Colorway	Pattern 1	Pattern 2
	2-1 	 		
	C:85+M:19	C:65+M:80/C:85+M:19	half-drop /repetition	allover
	2-2 	 		
	M:70+Y:68	C65+M80/C:100+M:57+K40	rotation/ repetition	allover

리하면 Table 2와 같다.

4.1.2. 왕비 금제관식을 이용한 디자인 전개

왕비 금제관식을 기본 모티프로 하여 디자인을 전개한 내용을 정리하면 Table 3과 같다.

4.1.3. 금제 뒤꽂이를 이용한 디자인 전개

왕비 금제관식을 기본 모티프로 패턴을 전개한 내용을 정리하면 Table 4와 같다.

4.2. 패션문화상품 디자인 개발

4.2.1. 왕 금제관식을 이용한 넥타이, 스카프 디자인 개발

넥타이 디자인은 확장 모티프에 색상을 적용하여 반복, 회전, half drop, 45° 회전 등을 적용시킴으로써 패턴전개 1을 만들어서

모던하고 세련된 이미지를 나타내도록 하였으며, 스카프 디자인은 기본모티프와 확장모티프를 allover 패턴 전개방식을 활용하여 패턴전개2를 만든 후, 사각 스카프 형태에 디자인 배열을 통해 독특한 세련미와 한국적인 이미지를 갖도록 디자인 개발하였다. 왕금제관식을 응용한 디자인 전개를 통해 넥타이와 스카프에 적용된 디자인 개발은 Table 5와 같다.

4.2.2. 왕비 금제관식을 이용한 넥타이, 스카프 디자인 개발

왕비 금제관식을 응용한 디자인 전개를 통해 넥타이와 스카프에 적용된 디자인 개발은 Table 6과 같다.

4.2.3. 금제 뒤꽂이를 이용한 넥타이, 스카프 디자인 개발

금제 뒤꽂이를 응용한 디자인 전개를 통해 넥타이와 스카프에 적용된 디자인 개발은 Table 7과 같다.

Table 4. Pattern development using chignon ornament




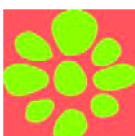






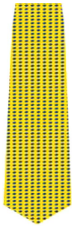
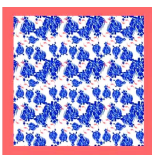
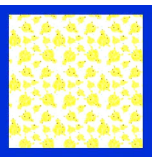
Basic motif	Colorway	Motif application & colorway	Pattern 1	Pattern 2
	3-1  C:50+Y:100	 M:70+Y:68/C:50+Y:100	 half-drop /repetition	 allover
	3-2  M:24+Y:94	 C:85+M:19/M:24+Y94	 rotation/ repetition	 allover

Table 5. Necktie & scarf design using king's coffin

Necktie design	Scarf design
 	 

5. 결론 및 제언

오늘날 전 세계는 자국 문화의 우수성을 알리기 위해 다양한 전략을 구사하고 있다. 한국도 예외는 아니어서 한국의 문화자원을 바탕으로 한 문화상품 개발을 위해 부단한 노력을 하고 있다. 이러한 상황에서 국가나 지역의 경쟁력 강화를 위한 전략적 차원으로서 지역문화자원을 기반으로 문화상품 개발이 적극적으로 필요한 시점이다. 최근 한국의 대중문화가 세계 여러 나라의 관심을 받고 있으며 이러한 관심은 국가 경쟁력을 제고시키는 데 기여를 하고 있는 것이 사실이라고 하겠다. 문화재청에 의해 2011년 유네스코 세계유산 우선 등재 추진대상으로 선정된 가운데 2013년 유네스코 세계유산 등재 추진을 계기로 한국을 대표하는 문화자원으로 새롭게 재조명을 받고 있는 백제문화권의 출토 유물을 활용한 패션문화상품 디자인 개발은 중요한 의미를 갖는다고 하겠다. 이를 위해 본 연구에서는 백제문화권 중에서 웅진 시대의 도읍지인 공주 지역의 무령왕릉의 출토 유물을 활용해서 백제문화권이 지니고 있는 문화적 특성을 나타낼 수 있는 패션문화상품인 넥타이와 스카프 디자인을 개발하였다. 이를 위해 무령왕릉 출토 유물 중에서 조형성이 뛰어난 왕 금제관식, 왕비 금제관식 그리고 금제 뒤꽂이를 디자인 개발의 소재로 활용하였다.

Table 6. Necktie & scarf design using queen's coffin

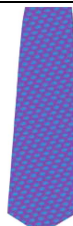

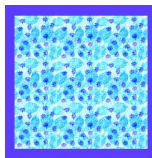
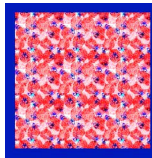




Necktie design	Scarf design
 	 

Table 7. Necktie & scarf design using chignon ornament

Necktie design	Scarf design
 	 

연구 방법은 개발의 소재로 활용된 왕 금제관식, 왕비 금제관식 그리고 금제 뒤꽂이를 그래픽 프로그램인 Adobe Illustrator CS3와 Adobe Photoshop CS3를 이용하여 패스화를 통해 새로운 조형적 이미지의 기본 모티프를 만들었다. 이 기본 모티프 3개에서 특징적으로 나타나는 불꽃무늬, 연꽃무늬, 인동당초무늬 중에서 패턴에 응용하기에 적합한 원형 문양을 최소한의 정형화 과정을 통해 추출하였다. 추출된 문양으로 형태 조합과 변형을 통해 응용 문양을 만들고 색상을 적용한 후 패턴으로 전개하였다. 전개된 패턴을 활용해서 실생활에 활용

할 수 있는 스카프와 넥타이 디자인에 적용을 하여 넥타이 6건, 스카프 6건 총 12건을 개발하였다.

모티프에 대한 기본적인 색상은 공주시의 이미지와의 통일성 부여를 위해 공주시의 브랜드 마크에서 사용하고 있는 CMYK를 그대로 적용한 color way를 하였다. 디자인 개발을 위해 기본 모티프에 색상을 적용한 후 기본모티프에서 특징적인 디자인 요소를 추출하여 확장모티프를 만들어 색상을 전개하였다. 여기에 반복, 회전, half drop, allover 등을 통해 패턴을 전개하였다. 전개된 패턴을 응용한 결과 넥타이 6건, 스카프 6건 총 12건의 디자인을 개발하였다.

본 연구에서 개발한 패턴디자인은 스카프나 넥타이 외에도 티셔츠, 가방, 모자, 지갑, 손수건, 문구 등 다양한 상품 군으로 적용시켜 패턴을 적용할 수 있도록 개발하였기 때문에 활용도 면에서 가치가 높을 것으로 기대된다. 본 연구결과를 기초로 하여 지역문화에 기반을 둔 패션문화상품 개발이 지역문화를 알리고 더불어 지역 경제의 활성화에 기여할 수 있는 홍보물로 활용되기를 기대해 본다.

감사의 글

본 논문은 2011년도 원광대학교 교비 지원에 의해서 수행되었음.

References

- Ahn, I. H., & Kim, P. C. (2004). Cultural products design development from Gaya patterns utilizing CAD/CAM. *The Journal of The Korea Society of Craft*, 7(1), 65-84.
- Byun, S. T. (2011). Study on the development and the consultation about the popularization of the cultural goods designed with the application of the relics of Gaya. *The Treatise on The Plastic Media*, 14(1), 117-128.
- Byun, S. T., & Kim, P. C. (2009). Study on the development of the cultural goods designed with the application of the relics of Gaya. *The Journal of The Korea Society of Craft*, 12(1), 1-18.
- Cho, Y. J. (2007). *Foreign visitors' attitude toward fashion cultural products*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.
- Choi, S. Y., Chung, K. H., Lee, M. S., & Shin, Y. S. (2006). A study on the development of fashion cultural goods applying traditional Jokakbo. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 44(10), 91-100.
- Eom, K. H. (2004). The study on development of cultural goods design applying Korean traditional embroidery pattern. *Journal of the Korea Society of Design Culture*, 10(2), 107-113.
- Hong, H. S., Kim, H. M., Jang, A. R., & Hyun, J. E. (2001). Tourism market segmentation in Cheju Island based on fashion image of clothing souvenir and characteristics of sub - segments. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(2), 303-314.
- Hyun, S. H. (2006). *Design development of fashion culture products using traditional Korean patterns*. Unpublished doctoral dissertation, Chonnam National University, Gwangju.
- Jeon, Y. O. (2004). *Cultural resource development and regional revitalization strategie*. Seoul: SERI.
- Jeong, J. S. (2004). The development of textile design and the manufacture of cultural merchandise by using lotus flower patterns (2). *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 6(4), 421-426.
- Kang, M. K. (2008). *Research on developing brooches using golden heritages found in Mooryong royal tomb*. Unpublished master's thesis, Kongju National University, Kongju.
- Kim, K. M., Hong, J. M., & Kim, K. Y. (2007). Utility of Korean traditional patterns for cultural product development : An examination of Yeongcheon area. *The Journal of Korean Traditional Costume*, 10(2), 41-47.
- Kim, S. Y. (2009). Development of fashion culture goods designs motivated by ume flowers. *The Research Journal of the Costume Culture*, 17(6), 972-980.
- Kim, S. Y. (2010). Development of design for cultural fashion products based on the Gwangyang ume flower festival. *The Journal of the Korean Society of Costumes*, 60(4), 18-29.
- Kim, S. Y. (2011). Design development of fashion cultural products based on convergence of international exposition Yeosu and regional culture. *The Journal of the Korean Society of Costumes*, 61(1), 58-68.
- Kim, S. Y. (2012). A study of fashion cultural product design applying the form of traditional fan. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 14(2), 173-178.
- Kim, U. B., Ko, K. H., Kim S. W., Kil, T. Y., & Yang, S. W. (2002). A study on the development of cultural goods utilizing Korean traditional pattern - focusing on Kyongju National Museum's collection -. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art*, 1(2), 77-90.
- Kwon, M. O. (2002). The development of traditional pattern-applied cultural products and public relations. *The Journal of Publishing & Magazine*, 10(1), 161-178.
- Lee, J. H., Kim, M. J., & Lee, J. M. (2005). A study on marketing strategies for the high-value-added cultural fashion products in Korea. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(7), 968-977.
- Lee, J. M. (2002). *A study for the fashioned cultural goods development based on the local culture : with priority given to the cultural goods development applied by the butterfly character of Ham Pyung*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Lee, M. S., & Chung, K. H. (2008). Development of cultural tourism products for promoting Hampyeong butterfly festival. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 14(3), 404-414.
- Lee, S. P., & Kim, S. H. (2007). A study on Hampyeong butterfly festival cultural products design contents using CAD -Focus on Adobe Illustrator CS2. *The Research Journal of the Costume Culture*, 15(5), 760-769.
- Ministry of Culture and Tourism. (2000). *Craft cultural products production and distribution of survey research*. Seoul: Author.
- Nam, C. H. (2007). *Cultural resources & regional policy*. Seoul: Daewangsa.
- Seol, Y. S. (2012). *A study on the development strategy of the cultural content using regional resources*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju.

Shim, E. S. (2005). *A study on the facilitating plans for regional cultures in Korea*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.

Song, H. R. (2010). A study on fashion design by application of Korean traditional flowered -wall motives - focused on flower patterns. *Journal of The Korean Society of Fashion Design*, 10(1), 41-56.

The Academy of Korea Studies. (1991). *Encyclopedia of Korean*

Culture. Seongnam: Author.

Gongju Culture and Tourism. *Gongju City*. Retrieved January 10, 2012, from <http://tour.gongju.go.kr/prog/cultureassets/tour>

(Received 8 August 2012; 1st Revised 17 October 2012;
2nd Revised 5 November 2012; 3rd Revised 19 November 2012;
Accepted 10 December 2012)

Copyright © The Korean Society for Clothing Industry. 2012. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Non-Commercial license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
