

무주 태권도원 문화관광상품 개발 연구

장혜영*, 박현진**, 최승희***

우석대학교 산업디자인학과*, 우석대학교 기업부설연구소**, 우석대학교 건축인테리어디자인학과***

Cultural Tourism Product Development Research of Muju Taekwondo Institute

Hye-Yeong Jang*, Hyun-Jin Park**, Seung-Heuy Choe***

Dept. Industrial Design, Woosuk University*

Dept. of Distributive Research, Woosuk University**

Dept. Architecture Interior, Woosuk University***

요약 전 세계 5,000만이 넘는 태권도인을 보유하고 있는 한국의 대표적인 전통무예이자 스포츠인 태권도를 테마로 한 문화관광상품은 그 시장성과 활용가치가 높다. 이에 연구자는 태권도원 방문관광객들이 태권도원 일원의 관광 활동에 참여할 것의 전제하에 태권도 컨셉에 맞는 문화상품 생산을 결정하고 공예상품의 대중화, 소비자 지향주의 상품개발, 생산성 품질의 질적 성장으로 인한 문화상품에 대한 새로운 인식의 전환을 기대하는 디자인 개발을 실시하고자 한다.

첫째, 태권도 정신과 스토리를 담은 스토리북, 둘째, 연필이나 양초 등을 꽂는 다용도 꽃이, 셋째, 실용적이고 세련된 대중적 가격대의 미니 메모지이다. 태권도 문화관광상품의 필요성과 활용 가능성을 재인식하고 개발된 상품은 무주 태권도원의 관광상품과 태권도 홍보에 적극 활용함으로써 기존의 문화관광상품들과는 차별화되는 상품으로써의 가치를 창출하는데 도움이 되기를 바란다.

주제어 : 태권도, 문화관광상품, 공예상품, 디자인, 상품개발.

Abstract Cultural tourism product that has its theme of Taekwondo which is the representative traditional martial arts of Korea possessing over 50 million people doing Taekwondo worldwide has high marketability and usefulness. By this, the researcher is trying to implement design development expecting transition to new perception on the cultural product by qualitative growth of productivity quality, popularization of crafted products, consumer oriented product development by deciding cultural product production fit for Taekwondo concept based on the participation of tourism activity of Taekwondo institute by visitors and tourists of Taekwondo institute.

Firstly, storybook containing spirit and story of Taekwondo, secondly general rack for pencils or candles, thirdly mini memo in universal price which is practical and sophisticated. With the perception of necessity and possibility to use Taekwondo-related cultural tourist product, by aggressively using the product as the souvenir of Muju Taekwondo institute to promote Taekwondo, we hope that the product will help to create value, which differs from existing cultural tourist products.

Key Words : Taekwondo, Taekwondowon, Cultural Product, Tourism Souvenir, Design.

* This work was supported by Business for Academic-industrial Cooperative establishments funded Korea Small and Medium Business Administration in 2015.

Received 21 December 2015, Revised 30 January 2016

Accepted 20 February 2016, Published 28 February 2016

Corresponding Author: Hye Yeong Jang

(The Society of Digital Policy)

Email: Wooahanjin@naver.com

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms 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.

1. 서론

1.1 연구목적

전 세계 5,000만이 넘는 태권도인을 보유하고 있는 한국의 대표적인 전통무예이자 스포츠인 태권도를 테마로 한 문화관광상품은 그 시장성과 활용가치가 높다. 아울러 우리 지역 무주의 태권도원 개관과 세계 태권도대회 개최지로 무주 태권도원이 정해진 현 상황은 전복을 세계 태권도인들이 찾는 대표 관광지로 기대하고 있다. 현 시점에서 국내외적인 태권도 문화행사를 겨냥한 문화관광상품의 개발이 요구되고 있으나 이와 관련한 문화관광상품이 미비한 실정이다. 문화관광산업은 경제적 부가 가치의 창출뿐만 아니라 문화 자산의 가치를 높이고, 상징성, 예술성, 생활양식 등 문화적 요소를 확대시킨다는 점에서 이를 기반으로 하는 문화관광상품의 개발이 절실하다. 과거 문화관광상품은 사용목적보다는 기념의 목적으로 구매되어 왔으나, 관광소비자들이 문화의 실질적 체험과 경험에 대해 더욱 선호하는 경향의 패러다임 전환이 도래하였다. 이는 세분시장별 상품개발과 관련활동, 그리고 표적시장 공략 등이 중요하게 모색되고 있다. 예를 들면, 초중고 학생들의 수학여행이 공부가 되는 과제 학습 체험 및 현장에서 생생하게 느끼며 활동하는 구체적인 프로그램의 실시로 세분화 된 과제 중심의 행동하는 여행으로 패러다임의 전환을 가져왔다. 이런 결과는 첫째, 관광객의 행동과 이유 등 속성연구에 중요한 정보가 된다. 둘째, 여행 방문지에서의 관광기념품 구매에 영향을 끼치며 상품개발에도 주요 정보자료가 된다.

따라서 무주를 찾는 관광객들이 태권도의 상징성과 태권도원에서의 기억을 담은 “담다”를 컨셉으로 한 다양한 기념상품을 디자인한다.

태권도를 통한 문화상품 개발은 지역문화나 국가문화의 발전과 동시에 폐쇄적인 정체성이 아닌, 세계와 조화되는 미래를 내다보는 세계적 안목으로의 정체성을 통하여 발전되어야 한다[1]. 본 연구에서는 태권도원 방문관광객들이 태권도원 일원의 관광활동에 참여할 것의 전제하에 태권도 컨셉에 맞는 문화상품 생산을 결정하고 공예상품의 대중화, 소비자 지향주의 상품개발, 생산성 품질의 질적 성장으로 인한 소비자의 욕구를 충족시키는 문화상품디자인을 개발하는데 목적이 있다.

1.2 연구방법 및 범위

본 연구는 태권도 기술 중 기본동작과 유급자 품새를 모티브로 디자인을 전개한다. 효용성이 제공되는 문화관광상품 개발을 조사하여 태권도원 방문 및 각종 태권도 행사시에 문화적 욕구를 만족시키기 위한 정보를 수집하고, 방문객이 여행 중에 획득된 지식의 확대와 교육적 효과를 담은 문화상품을 개발하고자 한다. 이에 본 논문의 연구방법은 다음과 같다.

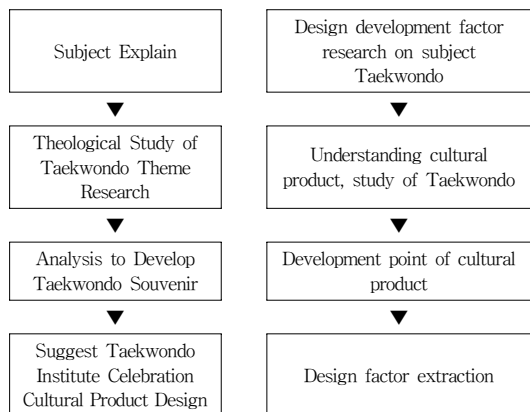
첫째, 문헌조사와 선행논문, 인터넷을 통한 자료 검색과 시장조사를 하고 문화관광상품의 의미 전달과 태권도의 이론적 배경을 정리하여 태권도 문화관광상품의 필요성을 제안한다.

둘째, 디자인 컨셉 담다를 충실히 표현한 태권도 테마의 특성이 잘 반영된 아이টে를 실용성·독창성·상징성·가격·선물가능성이 고려된 구매 선호도가 높은 상품개발을 디자인한다.

셋째, 태권의 정신과 스토리를 담은 미니스토리북, 알루미늄 아노다이징 기법을 이용하여 오방색을 주 사용색으로 표현한 다용도 꽃이, 현대감각이 풍부한 교육적 요소가 표현된 실용적이고 대중적 가격대의 미니 메모지를 개발한다.

이상의 연구 목표로 태권도 테마의 이미지와 교육적 요소가 표현된 실용적이며 대중적 가격대의 상품을 개발함으로써 무주 태권도원의 방문 기념품으로 태권도 홍보에 적극 활용할 수 있도록 하였다.

〈Table 1〉 Research Method System Map



2. 이론적 배경

2.1 태권도에 관한 고찰

태권도는 ‘태(跆拳道)’ 발로 찬다. 뛰는다. 밟는다. ‘권(拳)’ 손과 주먹, ‘도(道)’ 무예의 길, 인간다운 길, 수련의 방법으로 태권도의 기원은 단군 이래 우리민족과 오랜 역사를 같이 해온 한국 전통무예이다. 태권도의 도복 흰색은 무예 정신의 순수성을 상징하고 태권도의 띠는 인간을 상징하고 도복 위에 매는 복장의 일부분으로 그 색깔에 따라 수련의 목표와 기술의 정도를 동시에 나타내며 단전 주위를 감싸서 그 주위의 근육들을 조이는 역할을 한다. 태권도는 그 우수성과 가치를 1971년 국기(國技)로 인정받아 태권도의 국제통합단체인 세계태권도연맹이 국제경기연맹연합회(GAISF)에 가맹되었으며, 1980년 7월 17일 모스크바에서 열린 국제올림픽위원회(IOC) 총회에서는 태권도를 올림픽경기 종목으로 채택하였다. 이후 200년 시드니 올림픽대회에서 경기종목으로 채택됨에 따라 태권도는 세계의 스포츠로 확고한 위치를 굳히게 되었다. 현재 세계태권도연맹의 본부는 서울에 있으며, 가입회원국 수는 1998년 현재 154개국에 이르고 있다. 산하 회원국에 3,000여 명의 사범을 파견하고 있으며, 2,000만 명의 세계 각국 수련생을 지도함으로써 민간외교는 물론 국위선양에 이바지하고 있다[3].

2.1.1 태권도의 기술

태권도의 기술은 4가지로 나뉘는데, 품세를 하기 전에 익히고 시작해야 할 기본동작 14가지와 태권도 품세는 유급자와 유단자가 있다. 유급자 품세는 1장부터 8장까지이고 유단자 품세는 1단부터 9단까지이다. 유단자는 고려, 금강, 태백, 평원, 십진, 지태, 천권, 한수, 일여가 있다. 그 외에 태권도 겨루기, 태권도 격파가 있다[3].

2.1.2 태권도원

무주에 위치한 태권도원은 2017년 세계태권도 선수권대회최지로 전 세계 태권도인을 위한 최대 규모의 수련공간이다. 태권도 종주국의 자부심에 걸맞는 최대 규모를 자랑하며 새로운 태권도 체험, 수련공간, 문화교류의 허브로서 태권도 세계화의 중추적 역할을 할 것이다[4].

2.2 문화상품의 이해

2.2.1 문화관광상품의 의미

문화상품이란 일상적 상품과는 다르게 특정 국가의 민족성 사회적 사상과 관습 등과 영화, 방송, 음악 등 지적이거나 창의적이고 정서적인 정보와 의미를 담고 있는 생산물이 상품화된 것을 말한다. 전 세계적인 규모로 정보화가 이루어지면서 문화산업의 경제성이 주목되기 시작했고 그와 함께 문화 산물을 상품의 관점으로 보는 논의가 활발하게 이루어지게 되었다. 이른바 콘텐츠(contents)라는 용어가 보편적으로 사용되기 시작한 것도 문화를 상품으로 보는 시각이 일반화되면서부터이다[5].

2.2.2 태권도를 소재로 한 문화관광상품 개발 필요성

태권도의 가치를 이미 세계가 인정하고 있으며, 태권도문화는 문화자체가 21세기 디지털 시대에 사는 우리에게 각종 문화관련 산업에서 소재로 활용하여 상품화할 경우 무한한 잠재 가능성을 내포하고 있다. 한국의 대표적인 전통무예이자 스포츠인 태권도를 주제로 한 문화상품은 그 활용가치가 높다. 무주를 찾는 관광객들이 태권도에 대하여 오래 기억할 수 있도록 태권도를 주제로 다양한 문화상품의 개발이 필요하다[1].

2.3 태권도원 문화상품개발 전략

태권도의 여러 이미지의 시각화와 태권도의 매력요소를 추출하여 문화상품 디자인개발에 활용 한다.

첫째, 저렴한 가격대의 효용성 있는 상징적 의미가 부여된 태권도원 문화관광상품을 개발하여 백화점, 면세점 등의 전문샵뿐만 아니라 지역가게에서도 구매가능 한 고품질, 고품격의 저렴한 가격의 상품으로 경쟁력을 확보한다. 시장의 세분화는 방문객의 유형과 방문목적, 연령, 동반자유형, 학력, 직업 등 선호도를 잘 파악하여 방문객 구매욕구를 자극하여 태권도문화 특징 인지효과를 확대 모색한다.

둘째, 상품의 기능성과 실용성은 수요자 니즈에 맞는 맞춤형 디자인 전략으로 내재적 가치와 태권도 상징성을 내포하는 이미지를 다양한 아이টে으로 구체화시켜 상품의 매력요소를 강화한다. 태권도의 고유이미지가 담긴 관광기념품으로 태권도 상징성이 내포된 방문지에서 취득 가능한 관광기념품을 디자인한다.

셋째, 소비자 중심 가격 결정 전략으로 기념품 구매목적은 선물(gifts), 회상(reminders), 사용(use)함을 목적으로 방문객 설문 조사 결과 1천원~5천원, 1~3만원미만, 5만원대의 방문 기념상품 구매를 선호한다. 가격 세분화 전략을 통해 다양한 계층의 방문객 요구에 맞는 상품 개발 전략을 수립한다.

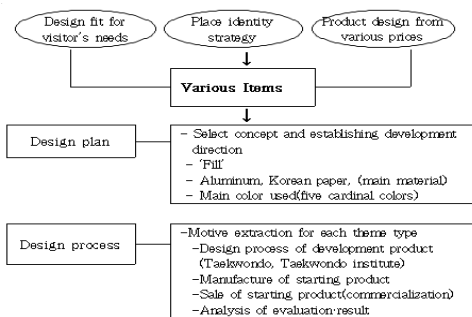
3. 태권도원 문화관광상품 디자인 개발

3.1 디자인 컨셉

문화상품은 일상적 상품과 다르게 해당 특정 국가나 지역의 민족성, 사회적 사상과 관습 등을 담다. 오늘날 일상화 된 '가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것'으로 특별한 주목받고 있다[2].

본 연구에 개발되는 디자인은 키워드를 “담다”로 정해 관광기념상품에 태권도의 이미지를 담는다. 태권도의 멋을 태권도 관련 행사 참여의 추억을 담는 것을 의미한다. 주재료는 알루미늄과 한지 느티나무를 사용하고, 전통 오방색을 사용하여 태권도의 정신, 멋, 추억 등을 담아 기념품을 개발한다. 용도는 스토리북, 다용도 꽃이, 메모지의 조형적 형태미를 모티브로 문화적 가치와 경제적 효용가치가 결합한 대중적 가격대의 상품으로 디자인을 제시한다.

(Table 2) Design Concept Process



3.2 문화상품 개발

3.2.1 태권스토리북

-디자인 의도 및 상품설명 : 태권의 정신을 홍익인간(弘益人間), 제세이화(在世理化), 화랑도정신으로 설명한

다. 이러한 태권도 정신과 유급자 품세를 스토리로 담은 미니 스토리북을 제작한다. 태권도원에 방문한 국내의 소비자에게 태권도에 대해서 쉽게 이해 할 수 있도록 한글, 영어, 중국어로 번역하여 만들어지고 친근한 캐릭터를 개하여 삽입하였다. 내용은 덕유산 호랑이 사부와 무진장 소년장사가 태권도를 수련하는 이야기로 태권도를 처음 접하는 외국인이나 아이들에게 태권도에 관한 기본 지식을 쉽게 이해 할 수 있도록 하고 재료는 스토리의 내용과 조화를 이루는 친환경 소재의 브라운 크래프트지를 선택하였다. 사이즈는 85×85(mm)로 휴대하기 편하고 어디서든 볼 수 있도록 태권도 품세와 명칭을 간단하게 편집하였다. 또한 생동감 표현을 위한 3D팝업기법을 표현하여 입체감을 표현한다.

	1 Step	2 Step
Character		
Character sketch		
Character Taekwondo Poomsae		

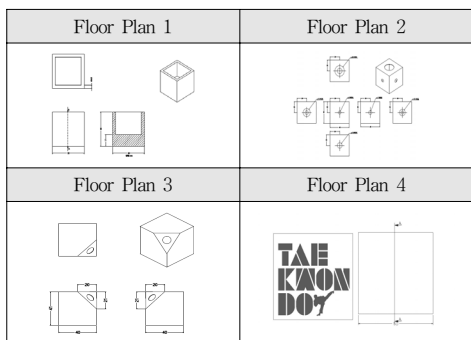
[Fig. 1] TaekWondo Story Book Design 1

	Front	Back
Cover		
Inside Pages		
3D pop-up		

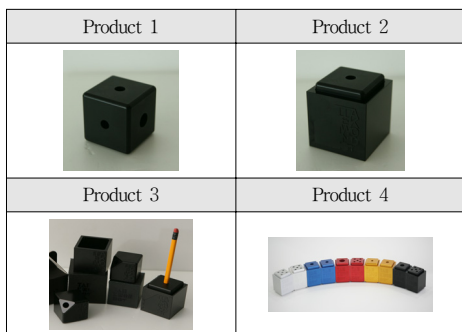
[Fig. 2] TaekWondo Story Book Design 2

3.2.2 다용도 꽃이

- 디자인 의도 및 상품설명 : 조형적 형태미를 모티브로 문화적 가치와 경제적 효용가치의 결합 상품으로 디자인 하였다. 기능적 특징은 첫째, 정육면체의 각 면마다 다양한 굵기의 펜, 연필, 초 등을 크기와 용도에 맞는 사무용품을 꽃아 쓸 수 있도록 디자인하였다. 둘째, 다양한 꽃이의 작은 정육면체를 담을 수 있는 사각틀은 강력자석을 이용하여 핀 압정류의 정리가능하게 디자인하였다. 셋째, 사각틀은 밑면에 홈을 새겨 사각틀끼리 쌓을 수 있거나 정육면체 꽃이를 올리는 등 다양한 형태변화를 모색하였다. 태권도의 글자와 발차기 품새를 조화롭고 세련되게 디자인하여 사각틀에 새겨 넣어 태권도의 상징적 의미가 부여된 상품으로 개발하였다. 주재료는 가볍고 저렴한 소재의 알루미늄으로 아노다이징 기법을 이용하여 민족의 전통색체인 오방색을 선택하여 주 사용컬러로 표현했다. 일상생활에서 주변과 잘 조화를 이루는 자연스런 색을 표현하였다.



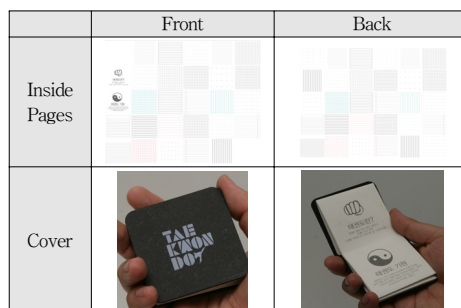
[Fig. 3] Purposes Holder Floor Plan



[Fig. 4] Purposes Holder Product

3.2.3 미니 6단 메모지

- 디자인 의도 및 상품설명 : 태권도원은 앞으로 세계적 행사와 학생들의 견학으로 많은 관광객들이 방문 할 것으로 전망된다. 6단 메모지는 여행에서 보고 듣고 느낀 것을 손으로 쥐고 다니면서 쓸 수 있도록 거추장스럽지 않게, 가볍고 얇은 메모장에 기록할 수 있도록 디자인 하였다. 크기는 45×45(mm)이고 6번 접히는 6단 메모지로 태권도의 상징을 내포하는 주먹과 도복이미지를 넣었다. 이러한 기능의 메모지는 태권도의 고유이미지를 간직하는 기억거리 즉 회상의 물건으로서 가치를 두고 가족, 자신, 지인에게 선물할 목적의 상품이다.



[Fig. 5] Mini Memo Pad

4. 결론

문화는 시대적 변화와 함께 점점 부각되고 있으며 한 나라의 문화상품은 그 나라를 대표하는 상징이 된다. 이러한 대표적인 상징은 현재 개성을 중시하는 젊은 소비자들이 시장의 중심에서 있기 때문에 젊은 사람들이 바라보는 문화상품 가치와 유행이 빠르게 변화하고 있다. 문화마케팅 시대의 문화자원의 산업화는 의미 있는 일이다. 아울러 우리 지역인 무주 태권도원을 찾은 방문객들이 오래 기억할 수 있도록 태권도를 주제로 다음과 같은 다양한 문화상품을 개발 하였다. 첫째, 태권도 정신과 스토리를 담은 스토리북은 휴대하기 편하고 어디서든 볼 수 있도록 태권도 품새와 명칭을 간단하게 편집하여 교육적 가치도 있으면 초보자들에게 태권도 기초정보제공의 기능이 있는 상품으로 개발하였다. 또한 태권도에 관심 있는 사람들에게 방문지에서 구입한 좋은 선물이다.

둘째, 알루미늄 아노다이징 기법을 이용한 다용도 꽃이는 현대적 감각과 조화롭고 실용적 가치가 높은 문화상품으로 우수디자인으로 부가가치 창출하는데 도움이 되어 발전될 것을 기대한다. 셋째, 태권도 테마의 이미지가 표현된 현대감각의 교육적 요소가 표현된 실용적이고 세련된 대중적 가격대의 휴대하기 편한 미니 6단 메모지를 개발하였다. 여행에서 보고 듣고 느낀 것을 쓸 수 있도록 너무 두껍고 거추장스럽지 않게, 가볍고 얇게 메모장에 기록할 수 있도록 디자인 하였다.

본 연구의 결과로 태권도 문화적 요소는 문화자원의 산업화 소재로 활용하여 상품화할 경우 무한한 잠재 가능성을 내포하고 있다. 특히 알루미늄 아노다이징 기법은 금속성의 차가운 느낌을 부드러운 자연적인 느낌으로 표현 가능하여 알루미늄의 다양한 상품개발 연구에 무한한 가능성을 보였다. 독창적인 다양한 상품 개발이 가능하게 되었다. 이는 문화관광상품 구성에서 금속재의 활용도를 높이는데 이바지하고, 다양한 디자인 표현을 이끌어 내는 데 기여할 뿐만 아니라 세계적인 관광 한국으로 성장하는 요즘 한국을 대표하는 문화관광상품으로 태권도를 주제로 한 다양한 상품의 개발은 관광수익의 다변화와 함께 새로운 패러다임을 구축하게 될 것이다. 따라서 태권도 문화관광상품의 필요성과 활용 가능성을 재인식하고 개발된 상품을 무주 태권도원의 관광상품과 태권도 홍보에 적극 활용함으로써 기존의 문화관광상품들과 차별화되는 상품으로써의 가치를 창출하는데 도움이 되기를 바라는 바이다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by Business for Academic-industrial Cooperative establishments funded Korea Small and Medium Business Administration in 2015.

REFERENCES

[1] Kim, Shim Yeoun, "A Study of Developing Taekwondo-themed Cultural Product", DePartment of Information

Technology Graduate School of Education Dankook University, pp.54- 55, 2004.

- [2] Chung, Hye-Jung, "A Study of activation on The Traditional Handcraft Design as Cultural goods", ol.9.No.2,p.71,2006.
- [3] DOI: <http://www.kukkiwon.or.kr/2015.12.01>
- [4] DOI: <http://www.tkdwon.kr/kr/2015.12.01>
- [5] DOI: <http://www.encykorea.aks.ac.kr/2015.12.01>
- [6] Kukkiwon, "Taekwondo Textbook I II", 2007.
- [7] Kim, Eun Pyoung, Lee, Ho Sang, Lee, Myung Ah "A Research on the design preference based on the survey of purchasing cultural sightseeing souvenirs by foreign tourists", KOREA SCIENCE & ART FORUM, Vol.15,2014.
- [8] "The Textbook of Taekwondo Poomsae", Kukkiwon, 2008.
- [9] Suh, Seo-Young, "Design Development of T-Shirts as Fashion Cultural Products based on 'Baekje Cultural Festival' Society of Korean Traditional Costume", Vol.17,No.3,2014.
- [10] Research and Development of Cultural Products, "Cultural Heritage has been Applied Design Elements Bekuje -Focusing on the pattern Jinmyogn", Chung Ho KIm, Ho Yang Kang, Korea Furniture Society, Vol.23,No.3,2012.
- [11] Kim Mi-Young, "Design Research on Bed-item for Korean Culture", Products Society of Korean Traditional Costume, Vol.18, No.1, 2015.
- [12] WTF Taekwondo term report dictionary, "World Taekwondo Federation", 2010.
- [13] DOI: <http://terms.naver.com/entry.nhn>, Taekwondo/2015.12.01
- [14] DOI: <http://www.koreataekwondo.org/KoreataekwondoAssociation/2015.12.01>
- [15] DOI: <http://ko.wikipedia.org/wiki/doopedia>, Taekwondo skills/2015.12.01.
- [16] Ho-Jin Song, Eui-Tae Jeong, "A Study on the utilizing parody and pastiche in Contemporary Art Works", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 6, No. 6, pp. 201-212, 2015.
- [17] Yong-Hwan Lee, YuKyong Lee, Han-Jin Cho,

June-Hwan Lee, "Development of Multimedia Contents System for Gogurye Ancient Tomb Mural", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 4, No. 4, pp. 13-19, 2013.

[18] Seok-Beom Yoon, Eun-Young Jang, "A Development of Creative Capstone Design Education", Journal of the Korea Convergence Society, Vol. 5, No. 4, pp. 15-20, 2014.

장혜영(Jang, Hye Young)



- 1982년 2월 : 원광대학교 일반대학원 응용미술학과 (미술학 석사)
- 2008년 2월 : 한남대학교 일반대학원 경영학과 (경영학 박사)
- 1995년 2월 ~ 현재 : 우석대학교 교수
- 관심분야 : 문화클러스터, 문화상품, 마케팅, 아동미술
- E-Mail : jang1634@hanmail.net

박현진(Park, Hyun Jin)



- 1999년 2월 : 우석대학교 산업디자인학과 (디자인 학사)
- 2005년 2월 : 일본 히로시마 시립대학교 대학원 예술학연구과 (디자인 석사)
- 2011년 2월 : 한양대학교 대학원 금속디자인학과 박사수료
- 관심분야 : 금속공예, 장신구, 디자인, 문화상품
- E-Mail : toy0709@hanmail.net

최승희(Choe, Seung Heuy)



- 1999년 2월 : 원광대학교 일반대학원 (건축학 석사)
- 2006년 2월 : 서울대학교 대학원 건축학과 박사수료
- 1995년 2월 ~ 현재 : 우석대학교 교수
- 관심분야 : 환경디자인, 건축디자인, 도시디자인
- E-Mail : aman@woosuk.ac.kr