

전통 문화상품에 나타난 문양 분석

- 서울 지역과 광주 지역을 중심으로 -

Analysis of the Motifs on Traditional Cultural Goods in Seoul and Kwang-Ju

전남대학교 생활과학연구소 연구원

전남대학교 의류학과

박사과정 최 승 연

조 교 수 이 미 숙

교 수 신 윤 숙

Human Ecology Research Institute, Chonnam National University

Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University

Doctoral Course : Choi, Seung Youn

Assistant Professor : Lee, Mi Sook

Professor : Shin, Youn Sook

◀ 목 차 ▶

I. 서론

II. 이론적 배경

III. 연구 방법

IV. 연구 결과 및 논의

V. 결 론

참고문헌

<Abstract>

The purpose of this study was to investigate and compare the characteristics of the motifs on cultural goods in In-Sa-Dong Street, Seoul, with those in Art Street, City Hall, Kwang-ju. For this study, 607 cultural goods were collected from the two cities: 265 in Seoul and 342 in Kwang-ju. Total cultural goods were classified by accessories, decoration pieces, stationery and ceramics and were studied by repetition patterns, motifs types, representative techniques, and representative types. The results were as follows.

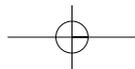
First, for repetition patterns of motifs, there were 219 simple repetition patterns in Seoul, and 289 in Kwang-ju, and 46 compound repetition patterns in Seoul, and 53 in Kwang-ju. The ratio of simple repetition pattern was higher than that of compound repetition pattern in both cities.

Second, for motif types, floral, animal, letter, and graphic motifs were used far more frequently than any other motif types.

Third, for representative techniques, embroidery was far more frequently used than any other representative techniques. Metallic crafts, chil-bo and paper techniques were also favored.

Fourth, for representative types, realistic types were more common than abstract types.

Corresponding Author: Lee Mi-Sook, Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National University, 300 Yongbong-dong, Buk-gu, Kwangju, 500-757, Korea Tel: 82-62-530-1345 E-mail: ms1347@chonnam.ac.kr



주제어(Key Words): 전통(Tradition), 문화상품(Cultural Goods), 문양(Motifs), 서울 인사동 거리(In Sa-Dong Street, Seoul), 광주 예술의 거리(Art-Street, Kwang-Ju), 광주 시청(City Hall, Kwang-Ju)

1. 서론

문양은 각 시대의 문화를 배경으로 생활주변의 모든 소재가 동원되어 조형화되어온 것으로 그 안에는 민족적 특성과 고유성과 생활의식이 담겨 있다. 문양은 인간이 의복을 만들어 사용하기 시작하면서부터 인간이 지닌 장식 본능과 미의식의 표현으로서 의복과 기타 다른 물품에 여러 가지 기법을 이용하여 표현하기 시작하면서 발생된 것으로, 시대 정신과 생활상, 문화적 특징, 풍습 등을 반영하고 있는 상징물이라고 할 수 있다(윤인성, 1990). 문양의 형태는 다른 조형물의 형태와 마찬가지로 시대가 변하면서 반복되거나 변화되어 재창조되어온 경향을 보인다.

현대 사회는 개성 중심의 고 감성 시대로 전통 문화상품에도 전통적 이미지를 담고 있으면서도 현대적인 감각에 알맞은 상품 개발에 관한 관심이 늘어가고 있다(정진순, 2004). 한국적 정체성(identity)을 담은 문화상품 개발에 관한 시대적 요구에 따라서 한국의 전통적인 문양을 이용한 독창적인 디자인 개발과 질적으로 향상된 상품 생산을 위해서는 무엇보다 전통 문양에 관한 이해와 유통되고 있는 전통 문화 상품의 동향 분석에 대한 연구가 선행되어야 할 필요성이 있다.

한국 문양에 관한 기존 연구는 크게 전통 문양에 관한 연구와 전통 문양의 현대적 응용에 관한 연구로 구분할 수 있다. 전통 문양에 관한 연구들은 문양의 유형과 사적연구(강윤숙, 1982)가, 전통 문양의 현대적 응용이라는 측면에서는 전통 문양의 감성 이미지 연구(박영희, 2004), 문양 기호도 평가(김은주, 1982; 진경옥, 1997), 한복지 문양 분석(김수경, 최종수, 1999; 김희섭, 1983; 권순정, 송경자, 2002; 정혜경, 박영희, 2004; 유지현, 한명숙, 1983), 전통 문양을 응용한 상품 개발(김혜경, 정성일, 2000) 등의 측면에서 연구들이 진행되어 왔다.

이와 같이 최근에 전통 문화 상품 개발이 활발히 전개되는 사회적 상황에서 상품 문양 분석이나 기호도 평가에 관한 연구들이 진행되어 왔다. 그러나 선행연구의 대부분이 한복지 문양 분석에 관한 연구로 편중되어 있고 최근 상품 자료들을 근거로 한 연구들은 거의 없으며 특히 유통되고 있는 문화 상품의 문양을 분석한 연구는 없었다.

따라서 본 연구의 목적은 전통의 현대화 작업이 이루어지는 양상을 파악하고 문화상품 디자인을 위한 기초 자료를 제공하기 위해 현재 유통되고 있는 서울 인사동 거리와 광주 지역의 문화 상품 문양을 조사하여 비교, 분석하고자 한다. 서울 인사동 거리와 광주를 비교, 분석 대상으로 선정한 이유는 첫째, 서울 인사동 거리는 조선시대 상인들의 주거지역

및 조선미술 활동의 중심지로서 출발하여 현재에는 고미술 품 판매소, 화랑 등을 포함하여 서울 지역의 전통 문화 예술 활동의 중심지 역할을 하고 있는 곳이기 때문이다. 둘째, 광주 지역은 의제 허백련을 비롯하여 역사적으로 유명한 문인이나 예술가들을 배출한 예향의 도시 일 뿐만 아니라, 광주 비엔날레를 통하여 지역 작가들의 활동들이 이루어지고 있는 지역이다. 그러나 이러한 두 지역의 활발한 문화 활동과는 달리, 전통 문화에 대한 지역적 기호 및 전통 문화가 현대적으로 재 해석 되는 양상을 살필 수 있는 물적 자료들이 거의 없었다는 점이 두 지역의 전통 문화 상품의 문양 분석 연구에 대한 필요성이다.

연구 내용은 전통 문양에 관한 선행 연구 자료를 기반으로 전통 문양의 유형을 고찰하고 이를 토대로 서울 인사동 거리와 광주 예술의 거리, 시청의 문화 상품의 문양 반복 양식, 유형, 표현 기법, 표현 방법을 상품 품목별로 비교, 분석하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 전통 문양에 관한 선행연구 고찰

한국 전통 문양에 관한 기존 연구는 크게 고분 벽화와 출토 직물의 문양 분석(안창현, 2003; 최영숙, 1978; 최옥자, 1977; 최혜정, 1989), 전통 문양의 유형 분류(남성희, 1977; 임명자, 1980; 장현주, 2004)에 관한 연구로 구분되며, 두 연구 모두 전통 문양의 유형 분류가 선행 조건이다. 그러나 한국 전통 문양 분류의 이론적 틀에 관한 연구(장수경, 1994)가 있고 전통 문양에 관한 선행 연구들 모두 전통 문양의 유형 분류 내용을 포함하고 있지만 아직까지 한국 전통 문양 분류에 관한 명확한 이론적 틀은 존재하지 않는다. 따라서 전통 문양에 관한 연구들은 분석 대상에 드러난 문양 군(群)들을 형태별로 그룹화하여 연구자들마다 다른 기준에 의한 분류가 이루어지고 있다. 선행 연구된 전통 문양에 관한 자료들을 기반으로 문양 유형 분류에 관한 유형을 살펴보고 본 연구에서 사용하고자 하는 문양 유형 분류를 제시하고자 한다.

전통 문양에 관한 선행 연구들은 문헌 자료와 실물 분석인 출토 직물의 문양을 통해 모든 문양을 유형 분류 하거나 특정 문양을 세 분류(조규경, 1986)하여 분석하고 있으며 본 연구에서는 전체 문양의 유형 분류 자료만을 참조하였다. 문양 분석 대상인 출토 직물은 삼국 시대부터 고려시대의 자료가 양적으로 많지 않기 때문에 자료가 많은 조선시대의 출토 직물에 거의 집중되어 있다.

임영주(1983)는 문양사적인 입장에서 세계 미술 문양 속에 나타나는 문양의 유형을 연화와 국화와 같은 꽃들이 만개형(滿開形)으로 이루어지는 형태의 문양형식과 새나 짐승 또는 곤충류 등을 단독으로 배치한 단독 형식, 식물이나 동물, 곤충류 등을 연속적으로 전개시켜 이루어지는 당초문(唐草紋)계통의 연속무늬 형식, 기하학적 형식으로 구분하였으며 이양섭(1969)은 시기별 전통 직물에 드러난 문양의 특징과 기법을 중심으로 자연문, 생물문, 문자문, 기하문, 추상문으로 문양을 분류하였다. 김영순(1975)은 조선조 자수 문양을 사실적 주제와 추상적 주제로 나누고 사실적 주제에는 동물문과 식물문을, 추상적 주제에는 기하문과 문자문을 포함시켰다. 장순자(1969)는 동물문양을 제외한 모든 직물 문양을 기하문양으로 분류하였으며 김은주(1982)는 동물문, 식물문, 기하문, 길상문, 자연문, 인물문, 복합문으로 보다 다양하게 분류하였다. 윤인성(1990)은 한국 복식사의 입장에서 문양의 반복양식에 따라서 단일문과 복합문으로 대 분류하고 단일문은 자연문, 동물문, 식물문, 문자문, 기타문으로 분류, 단일문 개별 문양들이 여러 가지 결합양식에 의해서 반복되는 양식을 복합문으로 분류하고 있다.

2. 전통 문양 분류

1) 전통 문양의 유형

앞에서 고찰한 바와 같이, 선행연구에서 제시된 문양군은 자연문, 동물문, 식물문, 기하문, 문자문, 길상문, 인물문, 추상문들로 세분되고 있지만, 본 연구에서는 자연문과 동물문 그리고 식물문을 사실문으로 문자문, 기하문을 추상문으로 나누는 분류, 자연문에 동물문과 식물문을 포함시키는 분류, 식물문에 자연문을 동물문에 인물문을 포함시키는 분류, 동

물문과 식물문을 생물문으로 묶는 분류, 문자문을 기하문으로 묶는 분류 유형들로 정리하였으며 이상의 내용을 정리하면 <표 1>과 같다.

자연문에 속하는 대표 문양들은 운문, 산수문, 파도문으로 자연을 즐겼던 동양인의 자연환경과 정서에서 유래된 문양의 종류(이양섭, 1969)이다. 운문의 종류는 구름의 형태에 따라 바람에 날리는 형태인 비운, 흘러가는 형태인, 흩어진 형태인 점운으로 구분하며 자연문은 운문 이외에 산수문과 파도문이 있다.

식물문(임희숙, 1985)에는 화초류, 과실류, 수목류가 있으며 각각의 세부 문양의 특징을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 화초류의 목단은 중국에서 유래되었고 부귀와 화평을 상징하며 꽃중의 으뜸으로 여겨지는 문양이다. 연화문은 삼국시대 중국에서 우리나라에 전래된 문양으로, 불교와 관련이 깊고 청정을 상징하는 꽃이다. 매난국죽의 사군자 문양은 중국에서 전래되어 삼국, 고려시대를 거쳐서 조선시대까지 전해진 문양이다. 매는 용기와 고결을, 난은 우정과 고아를, 국은 장수, 죽은 곧은 의지를 나타내고 있으며 화조문양과 함께 일반인들의 생활용품에 다양하게 사용된 한국의 대표 문양이다. 불로초는 십장생 중의 하나인 식물로서 영지(靈芝), 지초(芝草), 신지(神芝), 선초(仙草)라고도 불리우며 장생불노(長生不老)를 상징하는 문양이다. 당초는 어떤 특정한 식물을 지칭하는 것이 아닌 상상의 초화(草花)이다. 줄기와 덩굴에 의해서 뻗어나가는 형태로 중심문양이 구성되는 식물문양으로서 식물의 종류에 따라서 목단당초, 국당초(菊唐草), 인동당초(忍冬唐草)문등이 구성된다. 둘째, 과실류에는 사과, 포도, 표주박, 보상화문의 문양들이 있으며 삼대에 해당하는 천도는 하늘에 있는 복숭아로 장수를 상징하는 과일이

<표 1> 전통 문양의 유형 분류

유형	종류	
자연문(自然紋)	운문(雲紋)	비운(飛雲), 유운(流雲), 점운(點雲)
	산수문(山水紋)	
	파도문(波濤紋)	
식물문(植物紋)	화초문(花草紋)	목단(牡丹), 연화(蓮花), 사군자(四君子)
	과실문(果實紋)	삼다(三多), 포도(葡萄), 표주박, 보상화문(寶相花紋)
	수목문(樹木紋)	소나무(松)
동물문(動物紋)	수문(獸紋)	용(龍), 호랑이(虎), 사슴(鹿), 거북(龜), 박쥐(蝙蝠), 기린(麒麟)
	조문(鳥紋)	학(鶴), 봉황(鳳凰), 원앙(鴛鴦)
	충문(虫紋)	
	어문(魚紋)	
인물문(人物紋)		
문자문(文字紋)	수문(壽紋), 복문(福紋), 희문(喜紋)	
기하문(幾何紋)	점문(點紋), 선문(線紋), 만자(卍字紋), 태극문(太極紋), 뇌문(雷紋), 아자문(亞字紋)	
길상문(吉祥紋)	칠보문(七寶紋), 불교·도교 보문(寶紋), 잡보(雜寶)	

4 대한가정학회지: 제44권 1호, 2006

며, 석류는 속 알맹이가 많고 탐스러워서 다남(多男)을 상징하는 과일이다. 불수(佛手)문양은 열매가 10개로 갈라지는 불수감(佛手柑)나무의 열매를 도안화 한 것으로 복(福)을 상징한다. 포도문은 포도당초문(葡萄唐草紋)을 의미하는데 중국 당시대에 인도의 문물이 전해지면서 우리나라에 전래된 문양으로 다남, 다산을 상징한다. 표주박은 중국에서부터 마귀를 물리치는 의미의 문양으로 표주박 단독 문양보다는 당초문과 함께 사용된다. 보상화문은 연화와 같이 불교를 상징하는 화문은 아니며 다른 종교적인 상징과는 관련이 없는 단순한 장식문양이다. 보상화문은 광범위한 관계를 가진 화문이 서로 연결되어 있으며 구성형태가 복잡하고 다양하다. 셋째, 수목문의 대표 문양은 소나무로 장수와 희망을 상징하는 십장생문양의 하나이며 수목에 신성한 정령이 있다는 믿음에서 영적인 힘이 있다는 상징적 의미를 갖는다.

동물문(조규경, 1986)은 수류와 조류, 충류, 어류, 인물문으로 구분되며 고대부터 인간과 함께 해온 생활상의 존재이다. 첫째, 수류에 해당되는 문양들은 실제로 존재하고 있지 않은 것들도 있지만 현실에 존재하는 동물문으로는 용, 호랑이, 사슴, 거북, 박쥐, 기린 등이 있다. 용은 실제의 동물이 아니라 인간의 상상력 속에서 추상화된 형태로서 지역과 시대에 따라서 다른 형태로 표현되었으며 여러 동물의 한 부분씩을 모아 구성된 가상의 동물로서 낙타의 머리, 사슴의 뿔, 뱀의 몸체, 잉어의 비늘, 매의 발톱 등을 합하여 만들어진 문양 형태이다. 호랑이는 중국에서부터 신성한 동물로서 여겨졌고 우리나라에서는 단군 설화에 나오는 영물(靈物)로서, 자기에게 은혜를 베풀어준 사람에게는 꼭 은혜를 갚는 의리와 보은의 동물로 상징된다. 사슴은 십장생(十長生)의 하나로서 길한 것으로 간주하였고 장수나 부귀를 상징하는 동물이다. 거북은 고대부터 장수(長壽)를 상징하는 동물로서 생명력, 우주를 상징하는 길한 동물로서 여겨져 왔다. 박쥐는 번식성이 강해서 오복 가운데 다남(多男)의 상징으로서 사용되었고 장수를 상징하며 조선시대 특유의 문양으로 여겨진다. 기린은 상상의 동물로서 용과 같이, 여러 가지 동물의 부분을 따서 만들어진 문양이다. 둘째, 조류에는 학, 봉황, 원앙, 오리, 기러기, 꿩, 공작, 닭들이 있으며 학은 십장생 중의 하나로 천수(千壽)와 신분의 부귀를 상징하는 영조이며 장수를 상징한다. 봉황은 영조(靈鳥)중 으뜸의 새로 용이 남성적인 것에 반해서 봉황은 여성적인 것을 상징한다. 원앙과 오리는 부부간의 금슬을 상징하는 새로서 주로 혼수용의 의류나 물건에 자주서 표현하는 문양이다. 기러기는 오리와 같은 류에 속하는 새로서 정절을 상징하는 새이다. 꿩 수컷은 장끼라고 하며 선명한 색채의 깃털과 긴 꼬리를 가지고 있으며 암컷은 까투리로 갈색 깃털과 짧은 꼬리를 가지고 있다. 공작은 인도에서 유래된 새로 불교에서는 모든 재앙을 물리친다고 해

서 신격화된 새로, 공작의 문양은 문헌상으로는 존재한다. 수탉은 귀신을 쫓는 신령스러운 새인 동시에 농민에게 시간을 알려주는, 역할도 하며 잠든 세상을 깨우치는 역할을 하는 동물로서 길하게 여겨진 문양이다. 셋째, 충류에는 나비, 벌, 매미 등이 있고 넷째, 어류문은 부귀와 다산을 의미하며 잉어문이 있다. 다섯째, 인물문은 사람의 형상을 지칭하는 것으로 대표적인 문양은 동자(童子)이며 조선시대 등장하였으며 다남을 상징한다.

문자문에는 수문, 복문, 희문 등이 있으며, 수문은 동양 삼국의 최고의 길상문자로 가장 애용되는 문양이며 복문은 수자문 다음으로 많이 사용되고 있는 길상문양이다. 희문은 단독문으로 사용되는 경우는 드물고 거의 복합문양으로 사용되고 있는 문양이다.

기하문에는 점문, 선문, 만자문, 태극문, 뇌문, 아자문이 있다. 점 문양은 문양구성이 점 단위로 되어 있어서 완결되는 핵을 이루고 있는 문양으로 조선시대 도자기의 문양으로 많이 사용된다. 선 문양은 서민 문양의 하나로 점 문양과 더불어 고려청자와 각종 용기에 사용된 문양이다. 만자문양은 불교문화의 영향으로 보이는 문양으로 태양운동을 기하학적으로 표현한 길상문이다. 그 밖에 태극문과 뇌문이 있는데, 뇌문은 만자문양과 문기문에서 발전된 것이라고 한다. 아자문은 단독으로 사용되는 경우는 거의 없고 항상 주된 문양의 종속적인 문양으로 가장 자리를 연속시켜 주는 역할을 하는 문양이다.

길상문은 행운을 가져다 주는 물건을 상징화한 문양으로, 길상문의 종류에는 일곱 가지의 보물을 상징한 칠보문, 불교의 여덟 가지의 길상문양을 상징하는 불교의 보문, 도교의 여덟 신선을 상징하는 도교 보문, 길상을 의미하지만 종교적인 의미를 담고 있지 않은 문양인, 잡보가 있다.

2) 전통 문양의 표현 기법

전통 문양의 표현 기법은 선행 연구(김은주, 1982; 김중석, 1984; 이양섭, 1969)에서 살펴본 바와 같이 출토 직물에 많이 나타나는 문양 표현 기법들을 중심으로 직조기법, 자수기법, 금박기법, 염색기법, 판염기법, 혼합기법으로 구분하였으며 각각의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 직조 기법은 다양한 조직의 직물에 직기를 이용해서 문양을 표현한 방식으로 우리나라에서 모두 직조되었다고는 보기 힘들며 다른 표현 기법에 비해 창조적이거나 자유분방한 표현이 부족한 특징이 있다(조규경, 1986). 둘째, 자수 기법은 실, 직물, 기타 다른 바느질 용구를 가지고 장식을 표현하는 기법(김영순, 1975)으로, 자수도 표현 기법 상 여러 가지 종류로 세분되나 본 연구에서는 모두 자수 기법으로 통칭하고자 한다. 셋째, 금박 기법은 전통적으로 화폐적 가치를 지닌 금을 가루로 만들어서 직물 위에 찍어서 문양을 표현하

는 기법(선수산, 1979)으로, 삼국시대부터 시작된 것으로 보인다. 넷째, 염색기법은 염색 기술이 발달되면서 나타난 장식기법으로, 염색을 통해 오방색과 중간색인 연두색, 초록색, 다황색, 진황색, 일남색 등 다양한 색상을 표현하였다(김은주, 1982). 염색 기법에는 실에 염색하는 선염(先染), 직물이나 천 전체를 염색하는 침염(浸染), 홀치기 염, 그리고 회염(繪染) 등이 있다. 다섯째, 판염 기법은 염료를 판에 칠해서 직물에 눌러 찍어내는 기법이며, 마지막으로 혼합 기법은 두 개 이상의 문양 표현 기법이 혼합된 방식을 말하는 것으로 회염과 자수, 자수와 금박 기법이 혼합된 경우를 말한다.

3) 전통 문양의 표현 방법

문양 표현 방법은 문양의 형상을 표현하는 유형이나 방법을 지칭하는 개념으로, 문양 표현 기법과는 다른 범주이다. 문양 표현 방법도 구분 방식에 의해 여러 가지 유형으로 구분되는데, 선행 연구들에서는 문양 표현 방식에 따라서 사실적 문양, 회화적 문양(장현주, 2004), 단순화 정도에 따라서 사실형, 양식형, 추상형, 기하형(장수경, 1994), 표현 유형의 개념으로 사실형, 양식형, 추상형, 장식형(김재숙, 장수경, 2000)으로, 문양의 표현 방법에 따라서 사실형, 양식형, 추상형(장수경, 1994)의 유형들로 구분된다. 문양 표현 방법에 관한 논의에서 살펴본 바와 같이 문양 표현 방법의 분류는 실물을 그대로의 모습으로 표현하는 사실형과 사실적인 문양의 형태를 단순화시켜 선이나 점과 같은 형태적 특성만을 제시하는 형태를 양식형이나 기하형으로 분류한 것이며 추상형은 양식형이나 기하형보다 더욱 단순화된 문양의 형태를 지칭하는 것으로 파악할 수 있다. 본 연구에서는 문양의 표현방법을 실물 문양을 그대로 표현한 형태를 사실형으로, 그리고 양식형, 추상형, 기하형을 세분하지 않고 사물의 형태를 단순화 시켜 표현한 형태를 추상형으로 구분하여, 사실형과 추상형의 표현방법의 범주 안에서 문양의 표현방법을 살펴보고자 한다.

3. 문화상품의 현황

한국에서 문화 상품이 정의, 분류되고 생산, 유통되는 방식이 여러 가지가 있는데 본 장에서는 문화상품의 정의 및 분류를 제시하고 문화상품의 생산 주체에 따른 생산 유형 및 유통 방식의 차이점을 제시하고자 한다.

1) 문화상품의 정의 및 분류

우리나라의 현재 상황은 문화상품이라는 개념과 용어가 제대로 통일되지 못하고 있는 상황이다. 문화관광부가 문화상품과 유사한 개념과 비교를 통해 정의한 문화상품은 문화의 영역이 경제적 영역과 결합함으로써 산업적 생산 및 소비의 대상으로 나타나는 산물로서, 한국적인 소재, 표현기법, 기술 등을 차용한 공예품, 생활문화상품, 복제미술품, 캐릭터 상품과 같은 유형물과 도서, 신문, 음반, 라디오, TV, 영화와 같은 무형물을 총칭하는 개념이다.

따라서 문화상품은 관광객이 방문지에서 구입 하는 관광상품, 특정 지방 또는 나라의 독특한 고유상품인 토산품, 공예기술이 가미된 일반 공예품과는 구별되는 개념이지만 관광상품, 토산품, 공예품의 성격을 포괄하는 개념으로 정의할 수 있다(문화관광부, 2002)

문화상품의 정의가 다양한 만큼, 문화상품의 분류기준을 설정하는 것도 어려운 문제이지만, 상품의 실질적인 수요자 측면을 고려한, 「용도별 분류」가 한국의 문화상품 분류에 현실적인 분류기준이 될 수 있다(문화관광부, 2000). 문화상품을 용도별 분류에 의해 분류하면, 창작품, 전승품, 기념품, 일상품으로 구분하며 창작품에는 미술관 복제품, 자체 개발품, 현대작가작품이 포함되며 전승품에는 전승 공예품, 무형문화재 제작품이 포함되고 기념품에는 토산품과 민예품, 관광상품이 포함되며 일상품에는 장신구류, 소품류, 문방구류, 도기구류가 포함되며, <표 2>와 같이 정리될 수 있다.

2) 문화상품의 생산 유형 및 유통

문화 상품의 생산 유형은 문화 상품을 생산하는 주체의 성격 및 유통 방식에 따라 국립 박물관을 포함한 국립기관, 사립 미술관 및 화랑, 일반 판매 전문 기업으로 구분할 수 있다.

(1) 국립 기관 아트샵(artshop) 및 국립박물관

국립중앙박물관 뮤지엄샵은 문화부 퇴직공무원 친목단체인 '문공회'가 별도로 운영하고 있어 실제 박물관과는 무관하다. 국립현대미술관, 예술의 전당 한가람 미술관의 아트샵은 '한국아트체인'이 전담하고 있으며 직접적인 문화상품 개발과 투자는 없는 실정이다. 이와 같은 국립 기관 아트샵에는 동일한 한 납품업체가 납품하는 형식이므로, 문화상품에 있어 가장 중요한 '제품차별화'는 기대하기 힘들다.

국립 중앙 박물관의 문화상품 생산 방식은 디자인실을 자체 운영하여 디자인을 개발한 후 실제의 상품화를 위한 제작이나

<표 2> 문화상품의 분류

구분	창작품	전승품	기념품	일상품
특징	미술관 복제품, 자체 개발품 현대작가작품	전승 공예품 무형문화재 제작품	토산품, 민예품 관광 상품	장신구류, 소품류 문방구류, 도기구

판매는 민간 업체에 의뢰하여 홍보 및 유통을 지원하는 방식이다. 이곳에서 만들어 지는 문화상품의 특징은 우리의 전통문화를 중심으로 한국적 특성이나 정서를 반영하고 있는 상품들의 대부분이며, 최근 지방 박물관을 중심으로 지역적 이미지를 반영한 소재를 선정하여 전통적이면서도 현대적인 감각을 바탕으로 한 문화상품 개발들이 시도되고 있다(박현택, 1999).

(2) 사립 박물관 및 개인화랑

사립박물관 및 개인화랑에서는 국립 기관과는 다른 창의적인 제품 개발과 유통망이 확보되어 있다. 사립박물관의 대표적인 사례인, 호암미술관은 전문디자이너를 두고 아트상품 개발에 주력하고 있다. 특히 아트상품 전담 마케팅팀을 구성해 상품기획, 디자인, 영업 및 홍보를 분담해 판매하고 있으며 다양한 유통채널 확보에도 주력하고 있다. 한국전통공예관 소속 작가들과 연계하여 자신들의 작품을 매장에서 시범적으로 판매하고 기술전수도 실시하고 삼성물산 인터넷홈페이지, 한국프리즘(Korea Prism), 에이피인터내셔널(API) 등 아트컨설팅회사들을 중심으로 전문적으로 개발되고 있다.

개인화랑에 속하는 갤러리 현대 아트샵과 사간동의 크래프트샵(craftshop)은 가장 활발하게 전시 기획의 일환으로 상품제작을 하고 있다. 전속작가, 소장작품(회화)를 이용한 생활자기와 복제품, 기존의 공방상품이나 문화상품, 외국 디자인 상품, 전속 공예가들의 도자기, 자체 전시 카탈로그 등을 판매하고 있으나, 이러한 개인화랑들은 개인 작가들의 작품 전시 공간의 기능이 강하다고 할 수 있다.

(3) 일반 판매 전문 기업

공예품 전문 제작 및 납품업체들로 직매장을 경영할 정도의 자본력이 없는 영세민간업체들로 구성되어 있다. 이들 판매업체들의 주요 고객은 내국인(81.9%), 외국인(13.2%)으로 한정되어 있고 물품 유통 경로도 수출 또는 외국인 관광용보다는 내수에 크게 의존하고 있다. 판매형태도 도매와 소매(75.5%)의 형태로 유통되고 있으며 10인 이상의 종업원을 고용하고 있는 업체는 전체의 4.5%에 불과하고, 이들 업체의 대부분인 95.5%가 10인 미만의 영세한 업체들로 구성되어 있다. 또한 문화상품의 마케팅은 홍보가 거의 없는 경우가 36.4%, 판매장이나 판매자 개인의 자체 홍보에 주로 의존하고 있는 것으로 나타나고 있다(조선대학교 산업 디자인 특성화사업단, 2000). 이러한 업체들이 제작한 물품들에 대해 시장 활성화가 되지 않고 있어 원활한 유통구조의 부재의 문제점을 안고 있기 때문에 제품 차별성을 갖는 고가의 수공예품 생산보다는 생산 단가가 낮은 획일적인 디자인의 대량생산을 하고 있다(한국문화정책개발원, 1999).

III. 연구 방법

1. 조사 대상 선정

전통 문화 상품의 문양 분석을 위해서는 국내의 모든 문화 상품을 조사하는 것이 연구의 타당도를 높이기 위한 방법이지만 본 연구의 목적은 서울과 광주의 일상품 문화상품의 문양 특성을 분석하고자 하는 것이다. 따라서 본 연구의 조사 대상지로 서울 인사동 거리와 광주 지역은 광주 예술의 거리, 광주 시청 2곳을 선정하였다.

조사대상이 되는 문화상품의 유형은 창작품, 전승품, 기념품을 제외한 일상품에 해당하는 장신구류, 소품류, 문방구류, 도기류들을 선정하였다. 따라서 서울과 광주의 문화상품 판매소 선정은 일상품을 주로 판매하는 상점들을 대상으로 하였다. 서울의 조사지역인, 인사동 거리의 상점 선정에 있어서 고려된 사항은 인사동 거리 상가의 특성이었다. 인사동 거리의 상가는 화랑, 고미술품 판매소, 필방과 지업사, 공예품 판매소, 일반 음식점으로 분류된다. 화랑과 고미술품 판매소들은 대중들이 쉽게 접하고 구매할 수 있는 문화 관광 상품의 범주라기보다는 고가의 미술품들이나 작가들의 창작품들의 판매장이며 실질적인 자료 조사가 힘들고 본 연구의 조사 성격에 맞지 않기 때문에 조사 대상에서 제외시켰다. 그리고 인사동 상점을 20곳으로 한정된 것은 조사 과정에서 화랑에서 전시, 판매하는 창작품들과는 달리 문화 상품의 종류들이 거의 반복되는 경향성을 보였기 때문에 비교적 규모가 큰 상점 20곳의 문화 상품 자료를 분석하는 것으로도 타당도 있는 조사 결과를 얻을 수 있다고 판단되었기 때문이다.

광주의 지역에서 광주 예술의 거리와 시청 두 곳을 조사 지역으로 선정한 이유는, 첫째, 광주 예술의 거리는 서울 인사동 거리와 유사한 일상품에 해당하는 문화상품의 흐름을 알 수 있게 하는 지역이기 때문이다. 둘째, 광주 시청은 광주 예술의 거리의 문화 상품 자료가 서울 인사동 거리의 문화상품이 비교하기에는 조사 자료가 너무 빈약하여 광주 시청에서 판매하는 일상품 문화 상품 자료를 포함시켰기 때문에 예술의 거리와 함께 조사된 지역이 되었다.

2. 조사 시기

서울 인사동 거리는 2005년 2월 22-23일, 광주 예술의 거리와 광주 시청은 2월 24-25일에 걸쳐 실시되었다.

3. 자료 수집 및 분석방법

본 연구를 위해 수집된 자료는 광주 지역 문화 상품 문양, 342개와 서울 인사동 거리의 문화 상품 문양, 265개로 총 607개 문화 상품 문양 자료이다. 자료 수집은 사진 촬영이나 설문지 배포가 불가능했으므로 문화 상품을 직접 관찰하는

방법으로 문화 상품의 문양 반복 양식, 유형, 표현 기법, 표현 방법의 특성을 조사하였다.

자료 분석 방법은 첫째, 수집된 문화 상품 문양 자료를 지역별, 상품 품목별로 장신구류, 소품류, 문방구류, 도기류로 구분하였다. 둘째, 지역별, 상품 품목별로 구분한 자료는 문양의 반복양식, 유형, 표현 기법, 표현 방법에 따라 분류하였다. 반복 양식 차원에서서는 단순문과 복합문으로, 문양 유형은 자연문, 식물문, 동물문, 문자문, 기하문, 길상문, 기타문으로 분류하였다. 문양의 표현 기법은 직조, 자수, 금박, 염색, 판염, 혼합, 기타 항목으로, 표현 방법은 사실형과 추상형으로 구분하여 분석하였다.

IV. 연구 결과 및 논의

1. 문화 상품의 종류 및 문양 반복 양식

수집된 서울, 광주의 문화상품 총 607개의 문양 반복 양식을 지역별, 상품 품목별, 상품 종류별로 단순문과 복합문의 차원에서 살펴 본 결과는 <표 3>과 같다. 문양 반복 양식은 전체 상품에서 단순문이 508개, 복합문은 99개로 단순문이 높은 수치를 보였으며 상품 품목별로 장신구류에서는 단순문이 212개, 복합문이 11개, 소품류에서는 단순문이 122개, 복합문이 45개, 문방구류에서는 단순문이 103개, 복합문이 39개, 도기류에서는 단순문이 71개, 복합문이 4개로 모든 상품

품목에서 단순문이 복합문보다 높은 수치를 기록하였다.

지역별, 상품 품목별 반복 양식의 특징은 장신구류에서 서울 지역은 단순문은 90개, 복합문은 4개, 광주 지역에서 단순문은 122개, 복합문은 7개로 광주 지역에서 서울 지역보다 단순문과 복합문의 수치가 높게 나타났다. 소품류에서는 서울은 단순문이 52개, 복합문이 27개, 광주는 단순문이 70개, 복합문이 18개로 단순문은 광주에서 더 높은 수치를 기록하였고 복합문은 서울 지역이 더 높은 수치를 기록하였다. 문방구류에서 서울은 단순문이 42개, 복합문이 9개, 광주는 단순문이 61개, 복합문이 30개로 광주에서 단순문과 복합문의 수치가 서울보다 높게 나타났으며 도기류에서는 서울은 단순문이 35개, 복합문이 2개, 광주는 단순문이 36개, 복합문이 2개로 광주 지역에서 단순문의 수치가 더욱 높게 나타났다.

전통 문화 상품 품목별로 단순문이 복합문 보다 높은 수치를 기록한 이유는 전통 문화 상품 품목들의 크기가 작아 복합문 보다는 단순문을 더 많이 사용한 특성으로 보인다.

2) 문화 상품의 문양 유형 및 종류

전통 문화 상품의 문양 유형 및 종류를 분석한 결과는 <표 4>와 같다. 전체 문화 상품의 문양 유형적 특징에서는 식물문이 193개로 가장 높은 수치를 보였고 동물문이 122개로 두 번째로 높은 수치를 나타내었으며 다음으로 문자문과 기하문이 많이 사용된 것으로 보이며 기타문과 자연문이 그 다음 수치를 나타내었다. 문양 종류별 특징에 있어서는 식물문

<표 3> 서울 인사동 거리와 광주 예술의 거리, 시청 문화 상품의 종류 및 문양 반복 양식

품 목	종 류	반 복 양 식						계
		단 순 문			복 합 문			
		서 울	광 주	계	서 울	광 주	계	
장신구류	핸드폰줄	32	32	64	1	2	3	67
	열쇠고리	28	41	69	2	3	5	74
	액세서리	20	28	48	1	1	2	50
	기 타	10	21	31	·	1	1	32
소 품 류	주머니류	5	17	22	·	3	3	25
	갈래류	4	4	8	1	2	3	11
	장식품류	13	17	30	5	3	8	38
	공예품류	20	25	45	2	8	10	55
	한지공예	7	2	9	16	1	17	26
	기 타	3	5	8	3	1	4	12
문방구류	명함각	3	8	11	1	6	7	18
	종이칼	2	3	5	·	1	1	6
	책갈피	12	12	24	6	5	11	35
	카드, 엽서	1	4	5	·	2	2	7
	필통	1	4	5	·	1	1	6
	기 타	23	30	53	2	15	17	70
도 기 류	차잔	16	20	36	1	1	2	38
	차받침	19	16	35	1	1	2	37
계		219	289	508	42	57	99	607

〈표 4〉 서울 인사동 거리, 광주 예술의 거리, 시청 문화 상품의 문양 유형 및 종류

※ 괄호안의 숫자(서울, 광주)

품 목	종 류	문 양 의 유 형						계	총 계
		자 연 문	식 물 문	동 물 문	문 자 문	기 하 문	기 타		
장신구류	핸드폰줄	산수(3,0) 구름(0,5)	연화(2,7) 천도(1,1) 꽃(4,4) 포도(0,5)	나비(4,5) 어(1,1) 새(1,1) 인물(0,2)	복(3,0) 희(7,0) 수(5,1)	점(2,1)	하트(0,1)	(33,34)	67
	열쇠고리	.	연화(5,2) 꽃(6,4)	새(1,1) 나비(0,10) 거북이(0,5) 학(0,4) 원앙(0,4)	수(1,1) 복(1,1) 희(1,2)	점(5,0) 선(6,2)	문살(5,3) 하트(4,0)	(35,39)	74
	액세서리	구름(1,1) 산수(1,1)	연(3,0) 꽃(13,5) 난(0,3) 대나무(0,5)	호랑이(0,1) 사슴(0,1) 새(0,1) 나비(0,6)	복(1,3) 희(0,2)	만(0,1) 늬(0,1)	.	(19,31)	50
	기 타	.	당초(1,0) 꽃(7,3)	나비(3,2) 어류(3,0)	.	.	문살(0,3) 광주로고(0,10)	(14,18)	32
소 품 류	주머니	.	연화(1,0) 꽃(4,0)	나비(0,13) 새(0,5)	.	선(0,1) 아자(0,1)	.	(5,20)	25
	깔 개	나무(0,1)	꽃(0,5)	.	복(3,0)	선(2,0)	.	(5,6)	11
	장식품	.	연화(0,10) 천도(0,4)	호랑이(1,0) 거북이(5,0) 학(1,3) 원앙(2,0) 봉황(0,0)	.	만자(3,0) 태극(6,0)	.	(18,20)	38
	공예품	산수(2,0)	꽃(3,3) 연화(1,0) 당초(0,2) 포도(0,2) 난(0,0) 천도(0,2)	나비(2,6) 봉황(2,0) 호랑이(0,2) 학(0,4) 거북이(0,1) 새(0,8)	수(1,0) 복(3,0) 희(2,0)	점(1,5) 선(1,2)	.	(18,37)	55
	한지공예	.	난(2,0) 꽃(10,0)	나비(7,0) 봉황(2,0) 호랑이(0,1)	복(2,0)	점(1,0) 선(1,0)	.	(25,1)	26
	기 타	구름(1,2)	대나무(0,2)	봉황(2,0)	.	만(0,2)	타원(3,0)	(6,6)	12
문방구류	명함케이스	산수(0,1)	꽃(3,6) 당초(1,2) 연화(0,3) 포도(0,1) 천도(0,1)	(4,14)	18
	종이칼	.	.	용(1,1) 호랑이(1,1)	수(0,1) 복(0,1)	.	.	(2,4)	6
	책갈피	산수(1,0) 구름(2,0)	난(2,0) 꽃(0,4)	학(1,0) 원앙(7,0) 오리(0,3)	복(3,0)	태극(2,0) 점(2,0) 선(1,0)	광주로고(0,4) 문살(0,3)	(21,14)	35
	카드/엽서	.	꽃(1,2) 연화(0,2)	.	복(0,1) 희(0,1) 수(0,1)	.	.	(1,6)	7
	필통 및 기타	산수(0,2) 구름(0,3)	당초(1,0)	봉황(0,2)	.	태극(0,8)	광주로고(0,1) 기타(23,36)	(24,52)	76
도 기 류	찰 잔	산수(0,8)	꽃(5,8) 연화(4,0)	.	복(1,1) 희(2,0) 수(3,1)	태극(5,0)	.	(20,18)	38

〈표 4〉 계속

※ 괄호안의 숫자(서울, 광주)

품 목	종 류	문 양 의 유 형						계	총 계
		자 연 문	식 물 문	동 물 문	문 자 문	기 하 문	기 타		
도기류	차받침	.	꽃(5,5) 연화(4,0) 난(0,6)	.	복(1,2) 희(2,0) 수(3,2)	태극(5,0) 점(0,2)	.	(20,17)	37
계	계	산수(7,12) 구름(4,11) 나무(0,1)	연화(20,25) 꽃(61,49) 천도(1,8) 당초(3,4) 사군자(4,16) 포도(0,8)	나비(16,42) 새(2,16) 어류(4,1) 호랑이(2,5) 거북이(5,6) 학(2,11) 원앙(9,4) 용(1,1) 봉황(6,5) 사슴(0,1) 인물(0,2) 오리(0,3)	복(18,9) 희(14,15) 수(13,6)	점(11,8) 선(11,5) 태극(18,7) 만(3,3) 뇌(0,1) 아(0,1)	문살(5,9) 하트(4,1) 타원(13,0) 광주로고(0,15) 기타(23,36)	(270,337)	607
		(11,24)	(89,100)	(47,97)	(45,30)	(43,25)	(35,61)	(270,337)	607
총 계		35	189	144	75	68	96	607	607

의 화문이 가장 높은 수치를 나타내었는데 화문의 형태는 전통적인 화문양의 형태라기 보다는 꽃모양을 띤 조야한 문양들이 대부분을 차지했고 식물문 안에서 연화문이 그 다음으로 많이 사용되었다. 동물문에서는 나비문이 가장 많이 사용되었으며 그 다음으로 원앙, 봉황문이 많이 사용되었다. 문자문에서는 수문(壽紋), 복문(福紋), 희문(喜紋)이 비교적 균일하게 사용된 수치를 보여주었고 기하문에서는 태극문이 가장 많이 사용되었고 그 다음으로 점, 선문양이 많이 사용된 것으로 나타났다. 기타문에서는 문살문과 전통 문양의 범주에서 벗어나는 하트문이 많이 사용되었고 자연문에서는 산수와 구름문이 많이 사용된 문양군이였다.

지역별 전통 문양의 유형적 특징에서 서울 인사동은 식물문이 89개로 가장 높은 수치를 기록하였고 동물문 47개로 식물문 다음으로 많이 사용된 문양 유형이었다. 그 다음으로 문자문 45개, 기하문이 43개, 자연문이 11개, 기타문이 35개로 사용되었으며 서울 인사동 전통 문양의 유형적 특징은 전체 문화 상품 유형의 사용 빈도 결과와 비교할 때, 기타문과 자연문의 차이만 있을 뿐 전체적으로 유사한 전통 문양 유형의 사용 빈도 경향을 보여주었다.

서울 인사동 거리의 전통 문양의 문양 종류 별 특징은 식물문에서는 화문이 가장 높은 수치를 기록하였고 그 다음으로 연화문이 많이 사용되었다. 동물문에서는 나비가 16개로 가장 높은 수치를 기록하였고 원앙과 봉황, 새 문양이 많이 사용되었던 것으로 나타났다. 문자문에서는 수, 복, 희문의 수치가 비슷하였지만 복문이 더 많이 사용된 특징을 보여주었고 기하문에서는 태극문, 자연문에서는 산수와 구름문

이 비슷한 비율로 많이 사용된 것으로 나타났으며 서울 인사동 문양 종류별 특징도 전체 문양 종류별 특징과 유사한 결과가 나타났음을 알 수 있었다.

광주 예술의 거리와 시청 전통 문양의 유형적 특징은 식물문이 100개로 가장 높은 수치를 기록하였고 동물문 97개로 식물문 다음으로 많이 사용된 문양 유형이었다. 그 다음으로 문자문 30개, 기하문이 25개, 기타문이 61개, 자연문이 24개로, 사용되었으며 이 조사 결과는 전체 전통 문양의 유형적 특징과 유사하고 서울 지역의 문양 유형적 특징과 비교하였을 때, 유사한 결과를 보여주었다.

광주 예술의 거리와 시청 전통 문양의 문양 종류 별 특징은 식물문에서는 화문이 가장 높은 수치를 기록하였고 그 다음으로 연화문이 많이 사용되었다. 동물문에서는 나비가 가장 높은 수치를 기록하였고 원앙과 봉황, 새 문양이 많이 사용되었던 것으로 나타났다. 문자문에서는 수, 복, 희문의 수치가 비슷하였지만 복문이 더 많이 사용된 특징을 보여주었고 기하문에서는 태극문, 자연문에서는 산수와 구름문이 비슷한 비율로 많이 사용된 것으로 나타났으며 이 조사 결과는 전체 문양 종류별 특징 및 서울 인사동 문양 종류별 특징과 유사한 결과가 나타났음을 알 수 있었다.

광주 기타문의 특성으로는 광주를 상징하는 광주 로고가 문양으로 등장한 것으로 나타났지만 디자인 면에서의 개선책이 필요하리라 생각된다. 문양의 유형과 종류에 있어서 서울 지역과 비교할 때 화문과 연화문의 수치가 다를 뿐 식물문에서 두 문양 종류가 사용 빈도가 높은 것과 문양의 유형에서는 식물문, 동물문, 문자문, 기하문이 많이 사용되는 특

성에서는 유사한 경향성을 보여주었다. 그러나 기타문은 전통 문양의 범주에서 벗어나는 문양들이 많아 수치가 많이 나왔다고 하더라도 큰 의미를 갖지 않는 것으로 파악된다. 또한 서울 인사동 지역과 광주 지역 모두 길상문의 형태는 거의 나타나지 않은 것으로 나타났으며 이것은 종교적인 상징성을 가지고 있거나 문양의 형태가 복잡한 문양은 거의 사용하지 않은 것으로 파악되었다. 따라서 이와 같은 결과는 전통 문양의 현대화 작업에서도 현대적인 시대의 요구나 흐름에 따라 문양의 선호도가 달라지는 것을 보여주는 단서이다. 빈도수가 높은 문양들이 식물문, 동물문에 집중되어 있으며

식물문과 동물문안에서도 연화문, 화문, 나비와 원앙류의 특정 문양들이 편중되어 사용되고 있었다는 점이 지적된다.

3) 문화 상품 문양 표현 기법 및 표현 방법

서울 인사동 거리와 광주 예술의 거리, 시청 문화 상품의 문양 표현 기법과 방법을 분석한 결과는 <표 5>에 제시하였다.

서울 인사동 거리 문화 상품의 문양 표현 기법은 전통적인 문양 표현 기법 가운데 자수가 모든 상품 품목들에서 가장 높은 수치를 기록하였고 현대에도 지속적으로 사용되는 전통 문양 표현 기법인 것으로 나타났다. 그 다음으로 금박, 기계로 찍는 염색과 판염이 많이 사용된 것으로 나타났으나 직조는

<표 5> 서울 인사동 거리와 광주 예술의 거리, 시청의 문화 상품 문양 표현 기법 및 표현 방법

* 괄호안의 숫자(서울, 광주)

품 목	종 류	문양의 표현 기법						계	총계	표현방법		계	총계
		직조	자수	금박	염색	판염	기 타			사실형	추상형		
장신구류	핸드폰줄	·	(10,11)	(0,3)	(2,5)	(0,5)	금속(8,6) 철보(10,0) 옥(3,0) 나무(0,4)	(33,34)	67	(25,20)	(8,14)	(33,34)	67
	열쇠고리	·	(2,14)	(0,5)	·	·	조각(10,0) 금속(15,10) 나무(3,0) 철보(0,15)	(30,44)	74	(21,30)	(9,14)	(30,44)	74
	악세사리	·	(6,3)	(4,10)	(0,1)	(10,4)	금속(5,5) 나무(0,2)	(25,25)	50	(10,20)	(6,14)	①(16,34)	50
	기 타	·	(2,6)	(2,3)	(5,3)	·	상감(3,3) 나무(0,5)	(12,20)	32	(2,11)	(10,22)	(10,22)	32
소품류	주머니	·	(3,10)	(1,3)	(1,5)	(0,2)	·	(5,20)	25	(2,10)	(3,10)	(5,20)	25
	갈 개	·	(3,2)	(0,1)	(2,1)	(0,2)	·	(5,6)	11	(3,3)	(2,3)	(5,6)	11
	장식품	·	(2,5)	(8,0)	(3,0)	(2,5)	철보(1,6) 종이(2,0) 금속(0,4)	(18,20)	38	(8,5)	(10,15)	(18,20)	38
	공예품	·	(5,20)	(10,5)	(5,2)	·	금속(8,10)	(28,27)	55	(10,23)	(8,14)	(18,37)	55
	한지공예	·	·	·	(3,0)	(3,0)	종이(17,3)	(23,3)	26	(10,1)	(13,2)	(23,3)	26
	기 타	·	(2,0)	(2,0)	(2,4)	·	나무(0,2)	(6,6)	12	(5,3)	(1,3)	(6,6)	12
문방구류	명함케이스	·	(3,0)	·	·	(3,5)	나무(1,6)	(7,11)	18	(1,6)	(3,8)	(4,14)	18
	종이칼	·	·	·	·	(2,2)	종이(0,2)	(2,4)	6	(1,2)	(1,2)	(2,4)	6
	책갈피	·	(12,7)	·	·	·	금속(10,6)	(22,13)	35	(12,9)	(10,4)	(22,13)	35
	카드/엽서	·	·	·	(1,3)	·	종이(0,3)	(1,6)	7	(0,2)	(1,4)	(1,6)	7
도기류	필 통	·	(35,35)	·	·	(0,2)	나무(1,3)	(36,40)	76	(31,4)	(0,41)	(31,45)	76
	찾 잔	·	·	·	·	·	상감(18,20)	(18,20)	38	(2,3)	(17,16)	(19,19)	38
	차발침	·	·	·	·	·	상감(20,17)	(20,17)	37	(2,2)	(17,16)	(19,18)	37
계	·	(85,113)	(27,30)	(24,24)	(20,27)	철보(11,21) 종이(19,8) 상감(41,40) 금속(46,31) 나무(5,22) 조각(10,0) 옥(3,0)	(291,316)	607	(145,120)	(117,225)	(262,345)	607	
총 계		198	57	48	47	257	607	607	265	342	(262, 345)	607	

대중적인 문화 상품의 표현 기법으로 거의 사용되지 않은 것으로 나타났고 이것은 직조의 표현 기법이 어렵고 전문성을 요하는 복잡한 기법이기 때문에 작가들의 창작품들 이외에 일상품 문화 상품의 표현 기법으로는 사용되지 않은 것으로 파악된다. 기타 표현 기법들로 금속공예, 칠보공예, 나무 조각, 한지 공예와 같은 기법들이 많이 사용된 수치를 보여주었다.

광주 예술의 거리와 시청 문화 상품의 문양 표현 기법에서도 역시 자수가 가장 높은 수치를 기록했고 그 다음으로 금박, 판염, 염색, 기타 기법으로는 금속공예, 칠보 공예, 나무 조각, 한지 공예들이 사용되고 있어 서울과 유사한 조사 결과를 보여주었다. 광주 지역 역시 직조를 이용한 문양 표현 기법 문화 상품은 없는 것으로 드러났다.

문양 표현 방법의 경우 서울 지역 상품 중 사실형이 145개, 추상형이 117개로 사실형이 약간 높은 수치를 보였고 광주 지역의 경우 사실형이 120개, 추상형이 225개로 추상형이 높은 수치를 보여 서울과는 약간 다른 결과를 보이지만 전체적으로 사실형과 추상형의 문양 표현 방법이 비슷한 빈도로 사용되고 있음을 알 수 있다. 특히 도자기류의 경우 서울 인사동 지역과 광주 지역 모두 추상형이 높은 수치를 기록하였는데 이것은 도자기의 은은한 멋을 강조하기 위해서 사물의 형태를 간략하고 가벼운 느낌을 주는 추상형으로 표현한 특성으로 파악되며 이러한 특성은 상품의 이미지와 문양 표현 방법이 함께 고려되는 사항임을 알 수 있었다.

V. 결론

본 연구는 전통 문화 상품 문양의 특성을 파악하기 위해서 서울 인사동 거리와 광주 예술의 거리, 시청 문화 상품의 문양을 비교, 분석하였다. 서울 인사동 거리와 광주 예술의 거리, 시청 문화 상품의 문양을 비교, 분석한 결과 다음과 같은 결론에 이르렀다.

첫째, 문양의 반복 양식은 단일한 문양만을 사용한 단순문과 동일한 문양이나 다른 문양군과 혼합하여 사용한 반복문의 차원에서 살펴보았으며 서울과 광주 지역 전체 문화 상품에서 단순문의 수치가 높게 나타났다. 전통 문화 상품 품목별로 단순문이 복합문 보다 높은 수치를 기록한 이유는 전통 문화 상품 품목들의 크기가 작아 복합문 보다는 단순문을 더 많이 사용한 특성으로 보인다.

둘째, 문양의 유형은 자연문, 동물문, 식물문, 기하문, 문자문, 그리고 길상문으로 구분하고 각 유형에 따른 문양의 종류를 살펴보았다. 전체 상품 및 서울과 광주 지역 모두 식물문이 가장 많이 사용된 문양으로 그 가운데에서도 연화문과 화문이 많이 사용되었으며 그 다음으로 동물문의 나비 문

양, 문자문의 수, 복, 희 문양과 기하문의 태극 문양이 많이 사용된 것으로 나타났다. 그러나 종교적 상징을 갖는 길상문은 거의 사용되지 않았고 기타문으로 문살문, 하트, 광주 로고문이 사용된 것으로 조사되었다.

셋째, 문양의 표현 기법은 전통적인 표현 기법인 직조, 자수, 금박, 염색, 판염, 혼합형의 측면에서 살펴보았으며 서울과 광주 지역 모두 자수가 가장 많이 사용된 것으로 나타났다. 기타 기법으로 금속공예, 칠보, 나무, 한지 공예들이 사용된 것으로 나타났으며 직조 기법은 서울과 광주 모두 수치로 나타난 것이 없었다는 특성이 있었다.

넷째, 문양의 표현 방법은 문양의 형태를 실물과 유사하게 세밀하게 표현하는 사실형과 사물의 형태를 단순화시켜 표현한 추상형의 측면에서 살펴보았다. 문양 표현 방법의 경우 서울은 사실형이 약간 높은 수치가 나타났고 광주 지역은 추상형이 더 높은 수치를 기록하여 다른 결과를 보여 주었고 문양 표현 방법은 사실형과 추상형이 비슷한 빈도로 사용되고 있음을 알 수 있었다.

이상의 연구결과에서 서울 인사동 거리와 광주 예술의 거리, 시청의 일상품 문화 상품의 문양 반복 양식, 문양 유형, 종류, 문양의 표현 기법과 표현 방법을 분석한 결과 각 항목별로 서울 인사동 지역과 광주 문화상품의 문양이 유사한 특징을 나타냈음을 알 수 있었다.

이와 같은 연구결과는 한국 문화 상품 생산 및 유통 유형의 특징을 보여주는 것으로, 앞서 정리한 바와 같이 한국의 문화상품은 국가 기관과 사립미술관 및 화랑, 개별업체와 같은 문화상품을 생산하는 주체에 따라 제한 복제생산, 개인작품으로서의 일품생산(one-off)과 대량생산의 형태로 구분할 수 있다. 본 연구결과는 일상품 문화상품의 경우, 개별업체에 의해 동일한 방식으로 대량 생산된 문화상품들이 유통되고 있기 때문에 서울과 광주 지역 문화상품 문양의 특성에 지역성이나 제품차별성이 드러나지 않은 것으로 보인다. 이것은 일상품 생산 및 유통을 전담하고 있는 업체들이 자본력이 없는 영세한 민간업체들이 대부분이고 다품종 소량생산의 독창적인 문화상품 생산보다는 생산단가가 낮은 문화상품들을 제작하고 있기 때문에 나타나는 결과라고 해석할 수 있다. 따라서 차별적인 상품 가치를 가진 문화상품이 활성화되기 위해서는 개인 창작품 수준의 문화상품들이 제작되어 지속적인 생산량과 저렴한 가격으로 대량 생산, 유통된다면 한국적이면서도 지역의 문화적 특성을 반영한 문화상품의 대중화가 이루어질 수 있을 것으로 보이며 여기에는 정부의 지원과 같은 제도적 차원의 여건이 조성되어야 하는 점도 지적할 수 있다.

두 지역 문화 상품 문양의 차이점은 광주 지역의 경우 서울 인사동 거리와 유사한 기능을 가진 광주 예술의 거리에

문화 상품 판매소가 거의 없었고 상품수도 지극히 작았다는 것이 차이점으로 지적될 수 있다. 이것은 앞으로 문화 도시로서의 광주에 이미지를 살리고 알리며 광주 지역의 정체성을 알리는 문화 상품 개발에 있어서 고려해야 할 문제점이라 생각된다.

이후 문화 상품 문양을 개발하는데 있어서 특정 문양에 편중되어 있는 경향성을 고려하여 문양의 유형, 문양의 표현 기법이나 방법들을 선택할 때 아직 개발되지 않은 전통 문양들 가운데 상품에 적절한 이미지를 가진 문양들을 현대적으로 재해석 하여 상품에 응용하는 노력이 필요하다고 생각된다.

본 연구는 분석 규모가 작았고 분석 항목이 부족하였기 때문에 전통 문화 상품 문양에 대한 일반적인 결과로 해석하는 데는 한계가 있다. 따라서 후속 연구로 서울 이외의 다른 수도권 지역의 문화 상품의 문양 분석을 비교하는 연구를 통해 본 연구 자료가 보충될 수 있다고 생각된다. 전통 문화 상품 문양의 지역적 특성을 분석한 선행연구가 없었기 때문에, 본 연구는 지역적 전통 문화 상품 문양의 양상을 파악할 수 있는 기초 자료가 될 수 있다는 점에서 의의가 있다고 생각된다.

■ 참고문헌

- 강운숙(1982). 조선시대 복식에 나타난 직물과 문양에 관한 연구. 국민대학교 대학원 석사학위논문.
- 권순정, 송경자(1999). 한복의 문양과 색채에 관한 연구-97년도를 중심으로. *복식*, 43, 31-40.
- 권순정, 송경자(2002). 2001년도 한복의 디자인 경향과 문양에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 4(2), 128-136.
- 김금미(1981). 조선조 왕복에 나타난 문양과 색채에 관한 고찰. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 김수경, 최경순(1999). 1990년대 후반 한국 전통 의상에 사용된 문양에 관한 고찰. *복식문화연구*, 7(5), 812-823.
- 김창신(1973). 이조시대 기하학적 문양의 조형적 연구. *이화여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 김영순(1975). 조선조 자수 문양의 연구. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 김은주(1981). 복식에 나타난 직물 문양의 고찰. *세종대학교 대학원 석사학위논문*.
- 김은주(1982). 의복문양의 기호도에 관한 실태연구-한복을 중심으로. *복식*, 6, 65-87.
- 김재숙, 장수경(2000). 한국 전통 문양의 종류, 표현 유형, 구성 형식 및 적용 대상에 따른 감성 이미지. *한국의류학회지*, 24(2), 214-225.
- 김종덕(1984). 직포에 나타난 길상 문양에 관한 연구. *숙명여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 김혜경, 정성일(2000). 관광 상품 개발을 위한 Cap 디자인 연구. *한국의류학회지*, 24(8), 1209-1219.
- 김희섭(1981). 한복식에 나타난 색채와 문양 고찰. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 남기선, 한명숙(2004). 성격유형에 따른 복식 문양 이미지 평가에 관한 연구. *복식문화연구*, 12(1), 59-72.
- 남성희(1977). 조선시대 후기 직물에 나타난 무늬와 색채에 대한 고찰. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 문화관광부(2000). 공예문화상품 제작 유통 실태 조사연구. *문화관광부*.
- 문화관광부(2002). 자료로 보는 문화상품. *문화관광부*.
- 박영희(2004). 남성복에 나타난 문양의 감성 이미지와 선호도. *복식*, 54(4), 113-127.
- 박현택(1999). 문화상품의 디자인 개발과 활성화방안. *국립중앙박물관*.
- 선수산(1978). 조선조 복식 문양연구. *건국대학교 대학원 석사학위논문*.
- 안창현(2003). 고구려 고분 벽화에 나타난 장식 문양연구. *복식*, 53(4), 131-148.
- 유지현, 한명숙(1983). 한복지와 그 문양에 관한 연구. *대한가정학회지*, 21(3), 41-58.
- 윤인성(1990). 조선시대의 직물 문양 연구. *국민대학교 대학원 석사학위논문*.
- 이양섭(1969). 한국의 직물과 그에 나타난 문양 연구. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 임영자(1980). 실물로 본 색채와 무늬의 고찰. *복식*, 3, 67-84.
- 임영주(1983). *한국 문양사*. 미진사.
- 임희숙(1986). 조선시대 직물에 나타난 문양 고찰. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 장수경(1994). 한국전통 문양의 유형에 따른 분류에 관한 연구. *복식문화연구*, 2(2), 283-295.
- 장순자(1969). 이조시대 복식에 나타난 문양. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 장현주(2004). 조선시대 직물에 나타난 구름 문양의 유형과 특성. *한국의류산업학회지*, 6(2), 169-176.
- 정진순(2004). 연꽃 문양을 이용한 직물 디자인 개발 및 문화 상품 제작(2). *한국의류산업학회지*, 6(4), 421-426.
- 정혜경, 박영희(2004). 한복에 사용된 장식 문양을 통하여 본 전통-현대화 작업에 대한 분석. *복식*, 54(1), 11-21.
- 조규경(1985). 조선조 직물에 나타난 동물 문양에 관한 연구. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 조선대학교 산업 디자인 특성화 사업단(2000). 21세기 전남 문화산업 육성을 위한 전통 문화 상품화 계획. *조선*

대학교.
진경옥(1997). 한복의 복식미에 대한 인지도 조사 연구. 복식, 31, 101-118.
최영숙(1978). 조선조 복식의 문양연구. 효성여자대학교 대학원 석사학위논문.
최옥자(1977). 실물로 본 색채와 무늬의 고찰. 복식, 1, 1-21.

최혜정(1989). 고구려 고분 벽화에 나타난 문양과 상징성에 관한 고찰. 복식, 13, 51-72.
한국문화정책개발원(1999). 전통공예 문화 상품 판매 및 유통활성화 방안 연구. 한국문화정책개발원.

(2005년 7월 31일 접수, 2005년 11월 17일 채택)