

고려청자를 활용한 패션문화 상품개발

A Developing of Fashion Cultural Products Using Goryeo Celadon

주저자 : 박미령

목포대학교 의류학과 교수

Miryung Park

Mokpo National University

교신저자 : 박혜령

한서대학교 의상디자인학과 교수

Heryung Park

Hanseu University

* 본 연구는 2009년도 목포대학교 교내학술연구비의 지원에 의하여 이루어졌음

1. 서론

- 1.1. 연구의 필요성 및 목적
- 1.2. 연구내용 및 방법

2. 이론적 배경

- 2.1. 고려청자
- 2.2. 청자관련 문화상품의 문제점

3. 고려청자를 활용한 패션문화상품 디자인개발 프로세스

- 3.1. 패션문화상품 디자인 개발 프로세스
- 3.2. 고려청자를 대표하는 상징적 문양과 색상
- 3.3. 패션문화상품 디자인 컨셉

4. 고려청자를 이용한 패션문화상품 아이템별 디자인 개발

5. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

본 연구는 고려청자를 이용한 패션문화상품을 개발하기 위해 청자의 역사적 배경과 특성 및 청자의 색과 문양을 조사하고 이와 관련하여 강진청자박물관내의 문화상품전시 판매장의 패션문화상품을 분석하였으며 결과로 청자의 색과 무늬를 이용한 현대적 청자 패션문화상품 디자인을 제시하였다. 고려청자에서 무늬와 색을 추출하였는데 일러스트레이터(illustrator cs4)를 이용하여 현대적이고 간결한 모티프 12개와 컬러 5개를 제시 하였다. 이를 이용하여 남녀 티셔츠 4스타일, 스카프 2스타일, 모자스타일2, 넥타이4스타일, 우산 3스타일을 개발 하였으며, 이들을 특성별로 프린트와 자수기법 등으로 약간씩 변화를 주어 완성 시켰으며, 전체 아이템은 세트 개념이 되도록 청자색으로 통일하였다. 이러한 결과는 현대 생활에서 청자라는 전통 문화적 요소를 소비할 수 있도록 조금 더 새롭게 계승 발전 할 수 있는 디자인 개발 방향이 제시되었을 것으로 사료된다.

주제어

고려청자, 패션문화상품, 패턴

Abstract

This study examined historical background, characteristics, colors and patterns of celadon in order to develop fashion cultural products using Goryeo Celadon, analyzed fashion cultural products displayed within Gangjin Celadon Museum of celadon and suggested modern design for celadon fashion cultural products using color schemes and symbol motives of celadon. According to the above conclusions, the present study interpreted colors and patterns of celadon with Korean history and tradition in modern sense. It extracted patterns and colors from Goryeo celadon and presented 12 simple and modern repeat patterns and 5 colors of graphic style using illustrator cs4. It also developed 4 styles of T-shirts for man and woman, 2 styles of scarf, 2 styles of hat, 4 styles of necktie, and 3 styles of umbrella using the repeat pattern. Consequently, it is considered that reproduction of traditional celadon to celadon cultural products presented a future direction of design development of celadon cultural products to be succeeded and developed newly for modern consumers.

Key Words

Goryeo Celadon, Fashion cultural products, Patterns

1. 서론

1.1. 연구의 필요성 및 목적

우리의 문화상품이 전통 문화적 이미지를 가지고 시장지향적인 상품으로 개발되기 위해서 문화체육관광부는 <한(韓)스타일(style)>지원전략을 2007년도부터 추진하고 있다. 그 목표를 살펴보면 우리나라 역사와 전통이 담겨있는 생활문화 콘텐츠의 원형으로서 현재에도 살아있는 한국어, 한식, 한복, 한지, 한옥, 한국학의 철학적 원리, 과학성과 기능성을 현대적으로 해석, 생활화 및 세계화를 추진함으로써 고용 및 부가가치를 창출하고 국가 이미지를 향상시키고자하고 있다. 이는 전통 문화적 요소를 반영한 문화상품을 만들어 현대생활에 활용할 수 있도록 하는 것은 경제적 이익뿐만 아니라 자국민에게는 세계화 시대에 있어서 올바른 정체성과 문화에 대한 우수성을 알리며 스스로에게는 전통문화에 대한 자부심을 일으키게 하는 방법이기도하기 때문이다. 이러한 전통문화를 반영한 문화상품의 개발과 소비는 그 나라의 역사와 전통 속의 뿌리 깊은 정신과 사상이 시대와 세대로 전유되게 하는 것이며, 현대 상품디자인에 있어 전통문화 요소를 포함시키는 것은 앞으로의 미래 세대가 올바른 정체성을 갖게 하기 위한 중요한 요소라고도 볼 수 있다. 우리나라의 청자는 24개의 국보와 62개의 보물로 지정되어 있으며(문화재청, 2012), 유네스코 세계문화유산 예비목록에도 등재되어 있어 그 기법과 색의 신비로움으로 세계인의 찬사를 받고 있다. 비록 중국에서 청자기법을 전수 받았지만 고려인은 10-14세기에 걸쳐 고려청자를 발전시켜 민족의 뛰어난 색 관리와 표현능력으로 우리만의 비색의 도자기를 만들었다. 비색과 도자기의 독특한 표현 방법인 상감청자라는 기법은 우리가 독자적으로 개발해 내 발전시킨 것으로 역사적으로도 창조적이면서 우리만의 아름다움의 세계를 추구했던 사례라고 볼 수 있어 현대에서도 이에 대한 계승으로 청자문화축제와 문화상품으로의 재현이 활발하게 진행되고 있다.

청자에 대한 선행연구에서 5년간('99-'03)의 강진청자축제의 방문자 만족에 대해 비교한 노영호, 노봉호(2005)는 청자와 지역특화 상품을 연계한 판매 시스템에 대한 문제점을 제기 했으며, 청자 문화상품 현황과 구매실태조사를 조사한 정경희(2009)와 서유미 외(2006)는 강진청자 축제가 관람객수에 비해 경제효과가 낮는데 청자문화상품 대부분이 자기류로 구성되어 있어, 축제 특성을 반영하고 있지만 다양한 품목, 가격대 그리고 실용성의 문제점 때문

에 방문객의 구입율은 조사 대상 축제 중 가장 낮아 충분한 판매수익을 거두지 못하고 있다고 지적하였다. 또한 신정숙, 정혜정(2001)은 관광 상품으로 가장 많이 구입하는 품목은 티셔츠, 넥타이, 스카프 모자 등의 순서라고 하여 이들 내용을 뒷받침하고 있다. 조사 연구에서 문화상품에 대해 공통적으로 지적 한 문제점들은 축제에 관련된 문화상품으로 자기류뿐만이 아니라 정체성을 살리면서 실용성과 현대생활과 어울릴 수 있는 상품 개발의 필요성을 지적하고 있다.

따라서 본 연구에서는 한 스타일의 목표와 같이 우리 고유 전통의 아름다운 고려 상감청자를 단순히 도자기에서 한하는 것이 아니라 현대의 생활 속에서도 소비할 수 있도록 패션문화상품으로 확대 개발하고자 한다.

1.2. 연구내용 및 방법

본 연구의 내용은 다음과 같다. 청자 관련 문화상품을 조사 분석하기 위해 첫째, 강진청자 박물관 내의 문화상품전시 판매장을 현장 방문하여 조사하였다. 둘째, 문화상품의 문제점을 파악하였다. 셋째, 이를 바탕으로 컴퓨터의 포토샵(Photoshop cs4)과 일러스트레이터(Illustrator cs4) 기법을 이용하여 청자의 특성을 살릴 수 있는 컬러와 무늬의 디자인을 개발하고 이에 따른 실용적인 패션문화상품을 개발하였다.

구체적 연구 방법으로는 청자의 컬러와 무늬를 이용한 문화상품을 개발하는데 있어서 고려청자의 역사적 배경과 색과 문양을 고찰하기 위하여 2차 자료인 선행연구와 관련 문헌, 인터넷자료를 활용하고 다음으로 강진청자 박물관을 현장 방문하여 문화상품의 현황과 문제점을 분석한 다음 문제점에 따른 해결방안으로 문화상품 디자인을 제시하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 고려청자

2.1.1. 고려청자의 역사적 배경

우리나라의 청자는 고려청자로 알려져 있으나 실제로는 통일신라시대 후기인 9세기경 처음 청자를 생산하기 시작 했으며 이는 중국과의 교류를 통해서였다. 본격적으로 생산된 시기는 고려시대였으며 이후 조선시대 분청자로 계승되다 16세기 이후 소멸되었다. 청자의 종주국인 중국은 남북조 시대부터 초보 단계의 청자를 만들기 시작하지만 청자는 당나라 때부터 만들기 시작하여 원나라 때까지 약 6세기 동

안 지속되었다(최진, 2000). 중국에서 처음 청자가 만들어지게 된 가장 중요한 요인은 옥(玉)과 관계되어 있는데 옥은 군자를 상징하는 것이어서 진귀하게 여겨졌고 부귀와 죽은 후의 내세를 보장해 주는 신앙적인 의미(윤용이, 1996)도 가지고 있었다. 따라서 많은 중국인들은 오래전부터 옥을 지니고자 하였으며 제기로도 사용되었으나 옥이 귀해서 왕족이나 귀족만의 전유물이었다. 이러한 이유로 인해 급격히 늘어나는 수요를 충족시키기 위해 옥색의 자기가 개발되기 시작 한 것이며 이러한 이유는 그대로 고려 시대에도 전해진 것이다.

사학자 정양모는 그의 저서 「한국의 도자기」에서 고려시대 청자의 시대구분을 전기, 중기, 후기로 나누었는데 전기를 청자의 발생기로 9세기경부터 중국의 월주지방의 만당도자기와 그 기술이 우리나라 서해안과 일부 남해안에 유입되었으며 전남 강진일대와 전북 부여일대에 청자 가마가 생겼다. 이후 청자의 질과 형태와 문양이 안정되어 갔으며 12세기 몽고가 대군으로 침입하기 직전인 1230년 까지를 청자의 최고 번성기인 중기로 대표적 순청자와 상감청자가 개발되었다. 순청자는 한가지색으로 된 도자기로 절정기의 비색은 시유된 유약의 두께가 얇으나 비취옥과 같이 녹색이 비쳤으며 유약 내에 미세한 기포가 많아 반질 투성으로 태도가 은은히 비쳐 보였다.(정양모, 1991) 상감청자는 고려도공이 처음 창안해낸 상감기법으로 문양을 나타낸 것으로 반 건조된 그릇 표면에 무늬를 음각한 후, 그 안을 백토(白土)나 흑토(黑土)로 메우고 초벌구이로 구워 낸 다음, 청자유(靑瓷釉)를 발라 다시 구워내는 재벌구이를 하여 무늬가 유약을 통해 투시되도록 제작된 것이다(네이버 백과사전, 2011). 이것은 유약·기형·문양과 문양의 포치·번조 수법 등이 가장 아름답고 고려 자기의 기준이 되었다. 마지막으로 후기는 12세기 후반까지는 귀족사회의 혼란과 정치질서의 변이 중에서도 아름답고 세련된 청자의 문화를 이어 갔으나 13세기 초 몽고의 침입으로 커다란 타격을 받고 대부분 빛이 뿌옇고, 상감문양은 계속되었지만 퇴화된 상태로 거칠고 생략되어 이후 조선으로 넘어와 분청사기의 모체가 되었다.(정양모, 1983). 고려청자는 비록 시작이 중국에서 비롯되었었지만 고려시대의 귀족문화와 불교문화의 독자적인 산물으로써 현재까지 우리나라를 대표하는 귀중한 문화유산이 된 사례가 되었다.

2.1.2. 청자의 색

고려청자의 색은 역사적으로도 창조적이면서 우

리만의 아름다운 색으로 비취옥과 견주어 비색(翡色)으로 알려져 있는데, 이러한 아름다움에 대한 역사적 평가를 살펴보면 청자를 처음 만들었던 중국의 송나라 학자 태평노인은 천하제일 열 가지를 뽑는 저서 「수중금(袖中鎗)」에서 고려의 비색청자를 ‘천하제일’이라 하였으며(안상수, 박현택, 2001), 북송 휘종시대의 서공은 저서 「고려도경」에서 고려청자의 사자모양 향로를 설명하면서 ‘최정절’이라고 하였다(국립전주박물관, 2006). 이는 당시 청자의 종주국인 중국으로부터 객관적인 최고의 찬사라고 할 수 있다. 또한 ‘고려인들은 청자를 귀하게 여기며 비색이라 부른다’라고 하여 중국청자의 신비로운 의미의 비색(秘色)과 달리 현재 우리가 관용적으로 말하는 비취옥의 ‘비색’이라는 용어의 실체를 증언해 주고 있다. 즉 중국에서 청자를 비색이라고 칭한 것은 ‘월자(越磁)가 봉여지물(供奉之物)로서 신서(臣庶)가 사용할 수 없어서 비색이라고 하였다’는 설에서 나타나듯이 청자의 사용계층이 왕족에 한정된 것과 비교하여 우리의 비색은 비취옥과 견주어서 맑고 깨끗한 아름다움을 객관적으로 나타낸 것이라고 볼 수 있다(정양모, 1991). 이에 대해 정양모는 ‘실제로 고려청자의 비색은 밝고, 맑고, 명랑하며, 중국청자의 비색은 진하고, 기름지고, 깊고, 탁하다.’라고 표현하고 있다.(정양모, 1983) 사실상 이러한 비색은 하나의 전통 색으로 그 지역의 특성 및 사람들의 성격과 문화를 담고 있다고 볼 수 있다.(한경희, 2009) 비색은 우리말 색 이름 사전(1991)에 나타난 고려청자의 색으로 그 정의를 살펴보면 ‘청자기색(Celadon Green)’으로 나타나 있으며 그 의미는 황록색(Moderate Yellowish Green)으로, 철분을 함유한 청록색 또는 담황색 유약을 입힌 자기의 색이며 2.5G 6/4의 먼셀 색 기호와 KS 0645의 한국 색 표준 명을 갖는다고 밝히고 있다.

우리는 전통적으로 비취옥의 옥색을 도자기뿐만 아니라 복식에 있어서도 많이 사용하였는데 조영미(1995)에 의하면 그 사례로는 고려 말부터 조선조 전 시대에 걸쳐 청색(靑染)의 권장이 있었으나 청색보다는 초록이 더 유행하였으며 영조 52년 재궁(粹宮)에 넣은 의대에도 옥색 광직(廣職) 중치막(中赤莫), 옥색공단(玉色貢緞) 중적막(中赤莫), 옥색 장의(長衣)가 있어 왕이 평상시 옥색을 사용하였음을 알 수 있었다고 하였다. 문헌상으로도 청색보다 옥색의 등장이 더 빈도가 잦은 것으로 나타났다. 위로는 왕을 위시로 아래로는 사대부들의 도포나 두루마기 색에 이르기까지 애용된 색이며 뿐만 아니라 여인네들의 여름 모시 치마는 거의 옥색이었으며(이혜숙,

1997) 또 '세모시 옥색 치마'라는 노래에서도 한국여인의 전통적 여름치마색이 옥색임을 알 수 있다. 따라서 옥색은 조선조 시대를 통하여 8.15 광복 전까지 가장 오랜 생명을 지닌 한국의 전통 색(김영숙, 1998)이었으며 우리의 정체성을 이루는 색이라고 볼 수 있으나 이후 서양 복을 입기 시작한 현대에는 그 맥이 끊겼다고 볼 수 있다. 즉, 우리의 옥색은 정체성을 이룬 하나의 전통문화 요소이었으나 현대에 와서 우리의 실생활에서 계승되지 못하고 사라졌다는 것을 알 수 있다.

2.1.3. 청자의 문양

청자에 사용된 문양에는 식물 문, 동물 문, 상상속의 동물과 인물 그리고 자연에서 얻은 다양한 소재들이 있다. 먼저 식물 문으로 국화, 모란, 모란당초, 여지, 석류, 연꽃, 버드나무, 매화, 갈대, 대나무, 포도, 야생화 등이 그 대표적인 문양이며 이들은 절지형식의 단독으로 또는 당초문과 더불어 기면을 장식하는 주 의장으로 이용되었다. 그리고 동물 문으로는 앵무새, 물고기, 학, 원앙, 오리, 나비, 벌, 원숭이 등과 상상속의 동물인 봉황과 용, 기린 등이 있다. 그 외로는 자연에서 빌려온 구름과 파도, 연못 등이 있으며 인물상도 빈번히 등장했다. 문양구성은 중심문양과 보조문양으로서 상하에 두어 전체적으로 삼단구성으로 이루어 졌으며 대체로 상단에는 여의두문을 하단에는 연관 문을 돌리는데 이들 보조문양은 거의 대부분 복판으로 표현되며 각 화판은 여러 줄의 가는 선으로 세부묘사를 하고 있다. 그리고 초기에 중국과 같은 문양의 밀집도가 높게 나타났었으나 이후 우리만의 스타일로 과장되지 않고 여백을 많이 두고, 상감기법에 의해 선과 색을 이용하여 고려인의 정서에 맞는 불교와 관련된 자연문양과 자연의 풍경을 묘사한 것들이 스케치 하듯 회화적 성격이 강하게 나타나 우리만의 독특한 문양장식을 나타냈다.(안상수, 박현택, 2001)

2.2. 청자관련 문화상품의 문제점

우리나라에 청자 박물관은 2개가 있다. 강진과 부안에 있으며 특히 강진은 청자박물관내에 상설매장을 갖추고 있으며 관련 축제를 통해 문화상품을 기획·판매하고 있다. 강진군은 청자의 발상에서 쇠퇴기까지 약 500여 년간 청자문화를 꽃피운 문화국민의 자긍심을 대내외에 널리 알리고, 1973년부터 개최해온 “금릉문화제”를 개최하고 새로 시작하는 의미로 1996부터 제1회청자문화제를 개최했으며 이후 2009년부터 청자축제로 개명하여 37회에 이르고 있다. 이 축제는 고려청자의 우수성과 독창성 및 관

광 상품화 가능성과 차별화된 프로그램 운영을 통해 세계화의 가능성을 보여주었다는 점을 높이 평가 받아 2002년부터 9년 연속 국가지정 최우수 문화관광축제, 2011년 문화체육관광부 선정 <대한민국 대표축제>로 선정되었다(강진군, 2011). 박물관 내의 상설매장에서의 문화상품 품목으로는 자기류가 주 종목이었으며 티셔츠 한 스타일이 있었다. 자기류는 전통 문화재를 재현한 것과 전통차를 위한 다기, 컵, 그릇 등이 있었으며 티셔츠는 1300°C라는 브랜드의 것으로 그래픽 스타일로 청자를 원색으로 프린트한 것이었다. 이러한 문화상품의 문제점들은 선행연구에서도 지적 되었듯이 문화상품 들이 비교적 고가였으며 그 종류에 있어서도 자기류 일색인 점이 선택의 폭을 적게 해 충분한 판매수익을 거두지 못했다는 점들이 일치하는 것으로 분석되어졌다. 따라서 관광객들을 위해 청자의 정체성을 살리면서 실용성과 현대생활과 어울릴 수 있는 다양한 상품 개발이 필요한 상황으로 분석 되어졌다.

3. 고려청자를 활용한 패션문화상품 디자인개발 프로세스

3.1. 패션문화상품 디자인 개발 프로세스

패션문화상품 디자인 개발은 [표 1]의 개발 프로세스에 나타난 것과 같이 우선 청자에 대한 개념정립을 위하여 이론적 연구와 선행연구들에 대하여 조사하고 강진군의 청자축제를 위한 청자 문화상품의 문제점을 분석하였다. 이후 청자의 색과 상징모티프를 개발하였으며 이를 이용하여 패션문화상품으로 의류 및 액세서리를 디자인 개발하였다.

개발 프로세스	내용
문헌조사	<ul style="list-style-type: none"> 청자의 역사, 색, 문양 청자의 문화상품, 강진 청자축제 문화상품
청자를 이용한 패션 문화상품 개발과정	<ul style="list-style-type: none"> 청자 색상 분석 후 대표 색상 선정 청자 문양 분석 후 문양 모티프 디자인 개발
청자를 이용한 패션 문화상품 디자인 개발	<ul style="list-style-type: none"> 의류 액세서리

[표 1] 패션문화상품 개발 프로세스

3.2. 고려청자를 대표하는 상징적 문양과 색상

본 장에서는 패션 문화상품을 만들기 위해 먼저 청자를 상징하는 무늬와 색을 각각 선정하였다. 이를 위해 한국 전통문양 2 에 게재된 고려청자사진을

중심으로 선택하였다. 먼저 색의 선택을 위해 [그림 1]과 [그림 2]를 선택했으며 무늬를 위해서는 운학무늬가 나타난 [그림 3]과 모란무늬를 위해서 [그림 4], 연꽃무늬는 [그림 5], 국화무늬는 [그림 6]을 선택하였다. 청자 무늬들 중에 학은 우리의 전통문화에서 선비의 청렴한 기상과 장수를 상징하는 의미를 가졌으며(국립문화재연구소 미술공예실, 2006) 모란, 연꽃, 국화 등은 우리의 사계절을 대표하는 꽃들로 부귀와 영화를 상징하고 있다. 선택된 청자의 색과 무늬는 컴퓨터 프로그램인 일러스트레이터에 의해 다

시 도안하고 이를 포토샵으로 각 아이টে에 재현하였다. 디자인 할 때 중점을 둔 요소로는 첫째, 기존 청자의 독특한 이미지를 그대로 표현하고자 하였으며 시각적인 부담을 줄이기 위해 단순화하였다.

둘째, 상품의 전체 디자인에 청자색을 바탕색으로 하였고 무늬로는 백색 그리고 나머지는 디자인 별로 보조 색으로 사용하여 청자 이미지를 색을 통해 나타나도록 하였다. 셋째, 이러한 고려청자의 전통적 이미지를 최근 트렌드 경향인 클래식 이미지와 연결시키기 위해 단순하고 간결한 형태를 가진 현대적 그래픽 스타일로 표현하였다.

3.2.1 고려청자를 상징하는 문양의 모티프 디자인

문화상품을 위한 모티프 디자인은 두 가지 형식으로 정리하였다. 절지된 형식의 단독 무늬와 고려청자의 전체문양을 한 무늬로 사용하였다. 먼저 [그림 7]과 [그림 8]은 학 무늬로 각각 선과 면의 성격을 가진 두 가지 성격의 모티프 디자인으로 정리하였다. 청자에 다양한 형태로 보여 지는 구름은 두 가지로 정리 하였다[그림 9][그림 10]. 가장 보편적으로 사용되었던 꽃무늬 중 모란무늬인 [그림 11]과 국화무늬인 [그림 12]와 [그림 13]은 각각 단독 모티프로 정리하였으며 [그림 14]는 국화무늬를 줄기형식으로 연결시켰다. [그림 15]는 단독 연꽃무늬이며 [그림 16]은 연꽃과 당초무늬를 결합시켰다. [그림 17]과 [그림 18]은 고려청자의 도자기에서 보여 지는 전체문양을 선택하여 구성에 변함없이 그대로 무늬를 본떠 하나의 모티프로 만들었다.



[그림 1] 청자상감동매 병 (출처 : <http://www.cha.go.kr>)



[그림 2] 청자상감동채 모란 문판(출처: 안상수, 박현택(2001). 한국전통문양2 고려청자. 국립중앙박물관.p. 94)



[그림 3] 운학무늬 (출처: 안상수, 박현택(2001). 한국전통문양2 고려청자. 국립중앙박물관. p. 63)



[그림 4] 연당초무늬 (출처: 안상수, 박현택(2001). 한국전통문양2 고려청자. 국립중앙박물관. p. 19)



[그림 5] 모란무늬 (출처: 안상수, 박현택(2001). 한국전통문양2 고려청자. 국립중앙박물관. p. 29)



[그림 6] 국화무늬 (출처: 안상수, 박현택(2001). 한국전통문양2 고려청자. 국립중앙박물관. p. 106)



[그림 7] 학 I



[그림 8] 학 II



[그림 9] 구름



[그림 10] 구름 II



[그림 11] 모란



[그림 12] 국화



[그림 13] 국화III



[그림 14] 국화무늬III



[그림 15] 연꽃 I



[그림 16] 연꽃 II



[그림 17] 상감모란 국화당초 문대접



[그림 18] 청자상감연 당초문합

3.2.2. 고려청자를 상징하는 대표적 색상계열 분석

고려청자의 상감기법을 통해서 보여 지는 색상은 본연의 비색인 청자색과 백색, 흑색 계열이다. 상감 기법은 도자기의 역사에서 우리 민족만의 창의적인 공예기술로서 상감 재료에 따라 백토를 감입하여 구운 백 상감으로 백색 계열과 자토를 감입하여 구운 흑 상감으로 흑색 계열을 나타내었다. 따라서 고려 청자를 구성하고 있는 대표적인 색상가운데서 먼셀(Munsell)색상을 기준으로 선정하였다. 이는 KS A 0062에 준거하여 제작된 표준색 편들이 먼셀의 색 체계에 따라 분류 수록 된 한국표준색표집(1991)을 기준으로 한 것이다. [그림 19]는 청자색으로 우리 색 이름사전에 명명되었던 것으로 2.5G 6/4이다. [그림 20]은 10GY 7/2로 밝은 청자색이며 [그림 21]은 2.5GY 7/4로 노란 청자색, [그림 22]는 2.5GY 9/2로 백색, [그림 23]는 2.5G 2/2로 흑색으로 선정하였다.



[그림19] 청자색 (2.5G 6/4) [그림20] 밝은 청자색 (10GY7/2) [그림21] 노란 청자색 (2.5GY7/4) [그림22] 백색 (2.5GY 9/2) [그림23] 흑색 (2.5G2/2)

3.3. 패션문화상품 디자인 컨셉

기존의 청자와 관련된 문화상품들을 살펴보면 고려청자의 재현 품이거나 청자색을 이용한 다기들이 대부분이어서 청자문화를 현대생활에 맞게 소비하는데는 한정적이었다. 현재 유일하게 국내에서 청자문화축제를 개최하고 있는 강진군의 문화상품을 확대 개발하고자 청자의 색과 무늬를 선정하고 컴퓨터 프로그램을 이용하여 디자인 모티프를 만들었다. 그리고 이를 이용하여 여러 가지 패션문화상품에 적용하였다. 따라서 본 연구의 문화상품 디자인 컨셉은 다음과 같이 설정하였다.

첫째, 청자의 기본이 되는 청자색을 주색으로 개발된 모든 문화상품에 적용, 세트화 되도록 하였다. 둘째, 청자에 나타난 무늬를 모티프로 다양하게 디자인을 개발하여 모든 문화상품의 아이템에 적용하였다. 셋째, 프린트나 자수 등 대량생산에 이용될 수 있도록 모티프를 수정 개발하고, 이를 다시 현대의 트렌드인 클래식 이미지에 맞게 수정하였다. 문화상

품은 일반상품과는 차별화된 다양한 상품제시가 필수적이다. 기존의 장식품으로서의 문화상품보다는 실용성이 가미되고 한국적 이미지와 지역의 특성을 살릴 수 있는 면을 골고루 고려하여 실용성 있는 아이템 및 디자인을 제시하였다.

4. 고려청자를 이용한 패션문화상품 아이템별 디자인 개발

개발된 청자의 모티프와 색상을 이용하여 여러 가지 아이템의 디자인으로 완성하였으며 각각의 아이템은 [표 2]과 같이 티셔츠, 스카프, 넥타이, 우산, 모자 등으로 하였다. 본 연구에서 디자인한 문화상품의 제작에 이용된 기법들은 실크프린트, 전사프린트, 자수 기법 등이다.

패션문화상품	아이템
의류	남성 티셔츠
	여성 티셔츠
소품	스카프
	넥타이
	우산
	모자

[표 2] 패션문화상품 디자인 아이템

아이템별로 개발된 디자인을 보면, 먼저 의류에서는 남녀 폴로티셔츠와 일반 티셔츠로 남자는 브이넥, 여자는 라운드 넥으로 개발하여 [표 3]에 제시하였다. 색상은 바탕을 청자색으로 하고 소재는 면 100%로 하였으며 폴로티셔츠는 자수로 일반 티셔츠는 전사프린트 방식을 택하였다. [그림 24]는 남자 폴로 티셔츠로 가장 보편적인 위치인 입어서 왼쪽 앞면과 소매 끝에 청자상감국화 무늬를 자수 하였으며 [그림 26]의 여자 폴로 티셔츠는 오른쪽 앞면 아래 모란무늬를 자수 방식으로 디자인 하였다. [그림 25]인 여성 티셔츠와 [그림 27]인 남성의 일반 티셔츠는 [그림 18]을 전면 프린트용 패턴으로 만들어 전사 프린트 하였다. 이러한 디자인 방식은 일반 캐주얼에서 디자인 하는 방식으로 기존의 일상적인 바지나 그 밖의 캐주얼웨어와 어울릴 수 있도록 하여 전통문화 이미지가 실생활에서 즐길 수 있도록 하는 데 주력하였다

문화 상품 분류	표현 기법	디자인	
남성 티셔츠	자수 /전 사프 린트		
		[그림 24] 남자 폴로셔츠	[그림 25] 남자 브이넥 티셔츠
여성 티셔츠	자수 /전 사프 린트		
		[그림 26] 여성 폴로셔츠	[그림 27] 여성 라운드넥 티셔츠

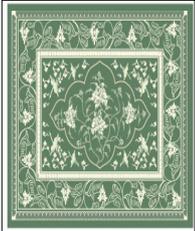
[표 3] 티셔츠 디자인

넥타이의 디자인은 운학무늬와 국화연당초무늬를 주제로 최근 남성복 트렌드인 클래식 경향에 맞추어 오지패턴이나 큰 스트라이프와 결합시켜 문화상품이면서 유행에 맞도록 [표 4]에 전개하였다. 소재는 실크100%이며 프린트 방식은 무늬가 바탕색 보다 옅은 부분은 방염하고 그 위에 바탕색보다 옅은 색 패턴을 실크스크린 하는 방식을 적용하였다. [그림 28]은 학을 리피트(repeat) 하여 하프 드롭(half drop) 시킨 다음 이를 기본으로 오지 패턴(ogee pattern)과 결합시켰다. [그림 29]는 학과 구름을 그룹화 시켜 하나의 리피트를 만든 다음 이를 전체에 연속시켜 사선 재단하였다. [그림 30]은 국화와 연당초무늬가 결합된 2종류의 리피트를 각각 연결하고 이를 폭이 넓은 두 줄 스트라이프와 결합시켜 전체 패턴을 만들어 사선 재단하였다. [그림 31]은 단독 무늬로 학과 구름을 재배치하여 하나의 풍경화가 연상되도록 하였는데 이는 고려시대 청자문양이 양식화된 무늬의 반복이 아닌 한편의 그림과 같은 회화적인 공예 의장으로서의 특징을 가진 것을 살려 현대의 넥타이에 재현하였다.

문화 상품 분류	표현 기법	디자인			
넥타이	실크 프린트				
		[그림 28] 학 넥타이 I	[그림 29] 학 넥타이 II	[그림 30] 연당초 넥타이	[그림 31] 구름 넥타이

[표 4] 넥타이 디자인

스카프 디자인도 최근 클래식 경향에 맞추어 청자 패턴과 색을 이용해 디자인 하여 [표 5]에 전개하였다. 스카프의 소재는 넥타이와 같이 실크100%이며 색은 청자색을 주색으로 사용하였으며 보조 색으로 노란 청자색과 백색을 사용하였다. 스카프 디자인은 일반적으로 전체 면이 구성상 보더(border)와 중심 부분의 디자인으로 나뉜다. 스카프 패턴의 리피트 방법은 대칭과 회전 대칭을 주로 사용하는데 먼저 [그림 32]의 구성은 도자기이며 고려시대의 것이지만 구성상 현대의 스카프의 구성과 동일하여 원본문양인 [그림 2]를 그대로 사용하였다. 다만 가로와 세로의 비율이 직사각형인 것을 정사각형의 비율로 재조정된 전체무늬를 일반 스카프 크기로 확대하였다. [그림 33]의 스카프는 보더 부분에 연꽃과 당초무늬를 반복하여 장식하였고 중심부분은 두 부분으로 나누어 상감복사모란문매병의 문양과 청자양각포도동

문화 상품 분류	표현 기법	디자인	
스카프	실크 프린트		
		[그림 32] 상감동채 모란문판 스카프	[그림 33]청자양각포 도동자문대첩 스카프

[표 5] 스카프 디자인

자문대첩인 [그림 17]의 문양을 선정하여 중앙의 바깥부분은 하나의 리피트를 회전대칭 방법으로 이용하였고 안쪽 가운데는 다이몬드형으로 비율을 조정하여 단독으로 전면구성을 하였다. 제시된 스카프 디자인들은 고려청자의 문양과 컬러를 그대로 적용하여 현대적이며 우아한 클래식 이미지로 재현하였다.

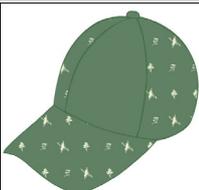
우산의 프린트 구성 방식도 일반적으로는 스카프와 같이 전체면을 구성상 보더와 중심부분의 디자인으로 나뉘며 리피트의 방법은 대칭과 회전방법을 쓰는데 차이점은 반복되는 쪽이 삼각형이며 8개인 점이 특징이다. 사용된 모티프는 넥타이에서 사용된 운학무늬 그리고 연꽃무늬를 조합하기도 하고 그대로 적용하기도 해서 리피트를 만들어 전사 프린트로 완성하였다. 소재는 폴리에스테르 100%를 사용하여 [표 6]에 전개 하였다. 먼저 [그림 34]는 넥타이에서 사용되었던 학과 구름의 운학무늬와 연꽃무늬를 조합하여 하나의 리피트를 만들었으며 이를 회전 대칭하여 디자인을 완성하였다. 우산 [그림 35]는 가운데 모란무늬를 중심으로 청자 상감 모란 국화당초문대 접 무늬인 [그림 17]를 우산 꼭지 부분에 배치하여 리피트를 만들고 이를 반복하여 완성 시켰다. 우산 [그림 36]은 꽃잎 무늬와 국당초 무늬를 우산 꼭지 부분과 단의 위치에 크기에 따른 비율을 조정하고 배치하였으며 이를 회전방식으로 반복하였다.

문화 상품 분류	표현 기법	디자인
우산	전사 프린 트	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>[그림 34] 학 우산</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>[그림 35] 모란 우산</p> </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  <p>[그림 36] 국화 우산</p> </div>

[표 6] 우산 디자인

야구 모자는 일반적으로 스포티한 느낌이 들도록 숫자나 영문로고를 정면에 사용하지만 여기에서는

개발된 청자의 모티브를 이용하여 클래식하면서도 스포티한 느낌이 들도록 [표 7]에 전개하였다. [그림 37]은 [그림 18]의 중앙 부분의 국화무늬와 테두리 부분의 장식을 재조정하여 이를 모자의 정면에 위치하도록 디자인 하였으며, [그림 38]은 학과 구름을 정면에 배치하여 각각 자수로 완성 하였다. 위의 패션 문화상품 디자인들의 특성은 각기 아이템은 다르지만 청자에 사용되었던 무늬와 색으로 일관되면서도 디자인 표현 방식에 있어서 다양한 변화를 추구했으며, 전체적으로는 색상으로 세트 개념이 들도록 하여 강진군에서 추구하는 청자문화 이미지를 문화상품에 나타나도록 하였다. 또한 표현기법으로는 주로 일반 대량생산에서 주로 사용되는 프린트와 자수 기법을 사용하여 실용적이면서 현대생활과 어울릴 수 있는 상품 개발의 사례가 되도록 하였다.

문화 상품 분류	표현 기법	디자인
야구 모자	자수	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>[그림 37] 청자상감 연당초문합 모자</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>[그림 38] 학과 구 름 모자</p> </div> </div>

[표 7] 모자 디자인

5. 결론

청자 문화상품을 분석한 조사연구에 따르면 주로 자기류로서 비교적 고가일 뿐만 아니라 아이템 및 소재 표현에 있어 전통적 재현이란 한계성을 극복하지 못하고 있어 소비자들은 이러한 문화상품을 사용하는 데 현대의 라이프스타일과 어울리지 않아 구매하지 않는 경향으로 나타났다. 해결책으로 청자의 정체성을 살리면서 실용성과 다양한 가격대 그리고 빠른 상품 트렌드 변화를 따르며 현대생활에 용이한 실용적 아이템으로의 상품개발의 필요성이 지적되었다. 이에 따라 본 연구는 고려청자를 이용한 패션문화상품을 개발하기 위해 청자의 역사적 배경과 특성 및 청자의 칼라와 문양을 조사하고 이와 관련하여 청자박물관내의 문화상품전시 판매장의 패션문화상품을 조사하였으며 결과로 청자의 색과 문양을 이용하여 실용적이고 현대적인 청자 패션문화상품 디자인을 개발하였다.

고려청자는 9세기 경 처음 청자의 종주국인 중국

에서 들어왔었으나 그의 색과 문양을 나타내는 기법을 우리만의 독자적인 아름다움으로 발전시켜 당시 대뿐 아니라 현대에 이르러서도 소중한 우리나라를 대표하는 문화유산이 되었다. 청자의 색은 비취옥을 의미하는 비색으로 황록색의 2.5G 6/4의 면셀 색 기호의 한국 색 표준 명을 갖으며 문양의 특징은 식물, 동물, 상상속의 동물과 인물 그리고 자연에서 얻은 다양한 소재들이며 그 형식에 있어서는 초기에 단독문양으로 전체 면이나 주변을 장식하는 공예장식적인 것들이 많았으나 이후 우리만의 스타일인 상감기법에 의해 선과 색을 이용하여 자연의 풍경스케치 하듯 회화적 성격이 강하게 나타났다. 이와 같은 청자의 특성을 강조하여 우리나라 역사와 전통이 담겨있는 청자의 색과 무늬를 현대적으로 해석하여 청자의 무늬 모티프 패턴 12개, 색상은 5종류를 추출하여 각각의 아이템에 프린트와 자수 기법을 이용하여 적용하였다. 남녀 티셔츠 4개, 넥타이 4개, 스카프2개, 우산 3개, 모자 2개의 스타일을 개발하였다. 이러한 패션문화상품은 청자색을 주색으로 하고 백색은 무늬로 노란 청자색은 보조 색으로 사용하여 세트개념이 들도록 하였다. 그리고 이를 컴퓨터 그래픽 프로그램인 포토샵을 이용하여 재현하였다.

이러한 청자 이미지 재현의 실용적 상품구성 디자인 개발의 연구결과는 우리나라 청자가 현대의 생활에서 전통 문화적 요소를 실생활에 밀접하고 가깝게 사용할 수 있도록 하는데 기여를 하였다고 할 수 있으며 조금 더 새롭게 계승 발전될 수 있도록 디자인 개발 방향이 제시되었을 것으로 사료된다.

따라서 앞으로도 전통적 요소의 현대화와 재해석에 따른 실생활과 밀접한 패션문화상품 구성이란 관점에서 많은 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 국립문화재연구소 미술공예실 (2006). 『우리나라 전통무늬1 직물』. (주)놀와.
- 국립전주박물관 (2006). 『전북의 고려청자 다시 찾아 비취색의 꿈』. 통천문화사.
- 김영숙 (1988). 「한국복식사에 나타난 전통 색 연구」, 숙명여자대학교 대학원 박사학위 논문.

- 노영호, 노봉호 (2005). 강진 청자문화축제 방문자 만족 연구: 1999년부터 2003년 까지. 『한국디자인 문화학회지』, 11(2), 1-11.
- 서유미, 범성훈, 윤희민, 장인석 (2006). 지역축제 바로잡기. 『經友論集』, 37(-), 137-138.
- 신정숙, 정혜정 (2001). 관광상품개발을 위한 전통 창살문양의 티셔츠 디자인 연구. 『한국의상디자인 학회지』, 3(2), 121-135.
- 안상수, 박현택 (2001). 『한국전통문양 2 고려청자』. 국립중앙박물관.
- 정경희 (2009). 「문화관광 축제활성화를 위한 패션 문화상품 디자인 개발 연구」, 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 정양모 (1983). 고려청자의 비색. 『정신문화연구』, 6(1), 185-189.
- 정양모 (1991). 『한국의 도자기』. 문예출판사.
- 조영미 (1955). 「한국 전통 남염색에 관한 연구」, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 유광수, 김연호 (2004). 『한국전통문화의 이해』. MJ미디어.
- 윤용이 (1996). 『아름다운 우리도자기』. 학교재.
- 이혜숙 (1997). 「복식 색과 색조합의 이미지조합: 여자 저고리, 치마를 중심으로 한 준 실험연구」, 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 최건 (2000). 『KOREAN BOOK 토기·청자』. 예경.
- 한경희 (2009). 한국적 감성 캐릭터를 활용한 패션 디자인 연구 -한국 전통 색상과 문양을 응용한 아동복 디자인 개발- 『한국의상디자인학회지』, 11(2), 131-142.
- KBS 한국색채연구소. (1991). 『실용한국표준색표집』. KBS문화사업단.
- KBS 한국색채연구소. (1991). 『우리말 색이름 사전』. KBS문화사업단.
- 강진청자축제. (2011. 11. 10), http://www.gangjinfes.or.kr/cc_celadon.php?page=1
- 한 스타일 개요. (2011. 11. 10), <http://www.han-style.com/hanstyle/intro/info.jsp>
- 고려청자. (2011. 11. 10), <http://100.naver.com/100.nhn?docid=86950>
- 문화재청. (2012. 03. 14), <http://www.cha.go.kr/main/KorIndex!korMain.action>