

1999년 산업디자인기반기술개발 지원사업
전통소재에 의한 한국 문화상품의 특성화 연구
(결과보고서)

연구기간 : 1999. 9. 1. - 2000. 8. 31.

주관기관 : 연세대학교

산업자원부

“동 사업 운영요령 제 19조(개발사업결과의 활용방안)에 따라 전담기관이
결과보고서를 관련연구기관, 산업체, 학계 등으로의 배포에 동의합니다.”

1999년 산업디자인기반기술개발 지원사업
전통소재에 의한 한국 문화상품의 특성화 연구
(결과보고서)

연구기간 : 1999. 9. 1. – 2000. 8. 31.

연구진

총괄책임자 : 연세대학교 생활과학대학 생활디자인전공 교수 박영순

선임연구원 : 연세대학교 생활과학대학 생활디자인전공 교수 김영인
연세대학교 공과대학 화학공학과 교수 설용건
연세대학교 생활과학대학 생활디자인전공 교수 이현주
KSK디자인 연구소 소장 김서경
연세대학교 생활과학연구소 전문연구원 신인호

연 구 원 : 연세대학교 생활과학대학	박사과정 추선형
	박사과정 강병희
	석사과정 이주혜
	석사과정 하승아
	석사과정 최희승
	석사과정 최현아
옛세디자인	실장 김정림
상명대학교	강사 방경란
LB시스템	대표 류재우

제 출 문

한국산업디자인진흥원장 귀하

본 보고서를 “산업디자인기반기술 개발지원사업에 관한 연구개발”
(사업기간: 1999. 9. 1.-2000. 8. 31.) 과제의 결과보고서로 제출합니다.

2000. 10. 31.

주관기관명 : 연세대학교

총괄책임자 : 연세대학교 생활과학대학 생활디자인전공 교수 박영순

선임연구원 : 연세대학교 생활과학대학 생활디자인전공 교수 김영인

연세대학교 공과대학 화학공학과 교수 설용건

연세대학교 생활과학대학 생활디자인전공 교수 이현주

KSK디자인 연구소 소장 김서경

연세대학교 생활과학연구소 전문연구원 신인호

연구원 : 연세대학교 생활과학대학 박사과정 추선흥

박사과정 강병희

석사과정 이주혜

석사과정 하승아

석사과정 최희승

석사과정 최현아

엣세디자인 실장 김정림

상명대학교 강사 방경란

LB시스템 대표 류재우

요약서(초록)

사업명	전통소재에 의한 한국문화상품의 특성화 연구		
주관기관	연세대학교	총괄책임자	박영순
총사업기간	1999. 9. 1. ~ 2000. 8. 31.(1년)		
총개발사업비 (천원)	정부출연금: 70,164천원	민간부담금: 60,000천원	계: 130,164천원
참여기간	1999. 9. 1. ~ 2000. 8. 31.(1년)		
주제어 (6~10 개)	전통소재, 전통질감, 전통 이미지, 전통문화상품, 문화상품		
1. 최종개발목표	1) 한국의 전통적인 소재를 탐구하여 소재 유형별 데이터베이스 구축 2) 전통성을 효과적으로 전달할 수 있는 전통소재를 선정하여 현대적인 디자인소재 개발 3) 국내외에서 판매되는 다양한 문화상품 조사에 의한 문화상품의 유형화 4) 개발된 디자인소재를 적용한 신개념의 문화상품 디자인 제안		
2. 연구개발의 목적 및 중요성	<p>전통적으로 사용되어 온 자연소재 및 가공소재를 탐색하고 분류하여 데이터베이스화한 후, 그 중 일부를 경쟁력 있고 독창적인 디자인소재로 발전시키며 이를 이용하여 다양한 신개념의 문화상품을 제안한다.</p> <p>전통적인 느낌을 지속시키면서 소재를 현대화하여 현대적인 문화상품 생산에 적합하도록 변형시키는 작업은 반드시 필요하며, 이를 통하여 독창적이고 세계적인 상품의 개발 가능성을 제시함으로써 한국의 고유한 이미지를 새롭게 인식시킬 수 있는 국가경쟁력을 강화하는데 기여하고자 한다.</p>		
3. 연구개발의 내용 및 범위	1) 각 분야별 전통소재의 탐색 및 유형화 2) 전통소재의 유형별 데이터 베이스 구조디자인 및 데이터베이스 구축 3) 국내외 문화상품의 조사 및 분류 4) 전통적 이미지의 디자인소재 개발 5) 디자인소재를 적용한 전통적 이미지의 문화상품 제안		
4. 연구개발 결과	1) 전통소재의 질감을 중심으로 한 소재별 데이터베이스 구축 2) 국내외 문화상품의 실태 및 이미지 조사 3) 전통소재의 질감을 살린 디자인소재 개발 4) 디자인소재를 적용한 전통적인 질감의 문화상품 디자인 제안		
5. 기대효과	1) 전통소재 정보의 체계화 2) 한국적 디자인의 잠재적 가능성 제시 3) 문화상품의 범위 확대 4) 신소재를 적용한 새로운 문화상품 개발		

목 차

제 1 장 서 론	5
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	5
제 2 절 연구의 내용 및 범위	7
제 2 장 전통소재의 의미와 조사대상	9
제 1 절 전통 소재의 의미	10
제 2 절 각 분야 별 전통 소재 조사	10
1. 건축 및 실내, 가구(家具)소재	10
2. 의복 및 직물소재	14
3. 예술 및 공예품 소재	14
4. 생활용품 소재	17
5. 식품소재	17
제 3 절 조사결과에 대한 평가	18
제 3 장 전통소재의 자료수집 및 분류	19
제 1 절 금속재	19
제 2 절 토재	27
제 3 절 석재	41
제 4 절 지(紙)재	49
제 5 절 목재	59
제 6 절 초재	70
제 7 절 섬유재	75
제 4 장 데이터베이스 구성체계	88
제 1 절 정보구조 구성모델	88
제 2 절 자료의 분류방법 및 체계	89
제 3 절 DB 시스템과 프로그램	90
제 4 절 화면구성방법	90
제 5 장 디자인소재 개발을 위한 국내외 문화상품 실태조사	107
제 1 절 문화상품의 정의 및 범위	107
제 2 절 국내외 문화상품 현황	108

제 3 절	국외의 문화상품 현황	112
제 4 절	국내 문화상품의 이미지 분석	114
제 5 절	문화상품의 개발 방향	125
제 6 장	디자인 소재 개발 및 디자인 제안	126
제 1 절	디자인 관련 신소재 현황	126
제 2 절	전통적 질감의 디자인 소재 개발	136
제 3 절	전통소재를 활용한 문화상품 디자인 제안	163
제 7 장	결론 및 제언	185
참고문헌		187
부록 I	189
부록 II	193
부록 III	223

1. 서 론

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

한 나라의 문화상품은 단순한 상품 이상의 것으로서 이를 통하여 관광 못지 않은 국가 이미지를 전달하게 된다. 그러나 현재 국내의 공항이나 관광지에서 판매되고 있는 대부분의 상품은 문화전달 매체로서의 한국적인 이미지를 전달하는데 그 역할이 미흡한 실정이다. 따라서 현대인의 감성에 부합되면서 한국의 전통적 이미지를 함축한 문화상품의 개발이 시급하다.

현재 우리나라에서 생산되고 있는 문화상품의 종류를 살펴보면 인삼이나 보석류와 같이 전통상품 자체를 판매하는 경우와 금관, 하회탈, 전통가구, 도자기, 인형, 나전칠기, 놋쇠그릇, 부채 등과 같은 전통적인 사물의 복제품이 주류를 이루고 있다. 이외에는 십장생 자수지갑, 연꽃문양의 열쇠걸이 등 전통적인 문양을 응용한 기념품 등이 있는데 대부분 그 형태나 문양에 치중한 상품들로서 이는 형태를 통한 문화 정보의 전달만을 중요하게 생각하여 왔기 때문이다. 또한 이러한 상품들은 완성도에 있어서도 상당히 조잡한 것이 많아서 감상용으로나 실용성의 측면에서 제 기능을 충분히 수행하고 있지 못하다.

하나의 오브제는 그 자체가 지니고 있는 형태와 색채, 소재를 통하여 전체적인 의미나 이미지를 전달하게 되는데, 형태가 설명적으로 이미지를 전달하는 디자인 요소라면 색채나 소재는 감각적 이미지를 내포하고 있는 요소이다. 특히 소재는 촉각적 감각을 불러일으키므로 만져보고 싶은 충동을 일으키며 시각적·촉각적 자극을 공감각적으로 제공하기 때문에 소재를 통한 이미지 전달은 더욱 그 효과가 큰 것이라 할 수 있다.

소재란 광의로는 디자인에 아이디어를 제공하는 모든 요소를 일컫는 의미를 지니고 있지만, 본 연구에서는 질감이 있는 재료를 말하는 협의로 사용하고자 한다. 이러한 의미로 볼 때, 한국적인 전통문화에서 주로 사용된 소재에 중점을 두고 한국의 전통적 이미지를 전달하고자 하는 시도는 현재 거의 이루어지고 있지 않다.

우리나라에서 현재 생산되고 있는 문화상품을 그 소재면에서 파악해 보면 다음

과 같다. 직물을 소재로 한 것으로는 넥타이, 스카프, 우산, 보자기, 전등갓 등이 있으며 금속을 소재로 한 것으로는 사진 액자, 차스푼 세트, 수저, 명함케이스, 북마크, 열쇠고리, 금관 등의 모조품이 있다. 종이를 소재로 한 것으로는 상자, 컵받침, 휴지통, 쟁반 등과 같은 지공예 제품들과 수첩, 엽서와 같은 문구류와 부채 등이 있다. 목재로 만들어진 상품으로는 목가구, 목기, 차스푼 등이 있으며, 나전칠기 등의 제품들도 있다. 이외에도 도자기, 둋자리, 유기 등이 관광 문화상품으로 생산되고 있다. 그러나 이와 같은 상품은 다양한 소재를 다루고 있기는 하나 전통적인 방식을 그대로 사용하고 있으며, 소재에서 전통성을 표출하기보다는 형태나 사용하는 문양에서 전통성을 나타내고 있다.

이상에서 본 것과 같이 우리나라는 전통적으로 한지, 나전, 둋자리, 유기, 사기, 모시, 짚풀 등 질박하고 독특한 소재들이 생활 속에서 많이 이용되어 왔다. 이러한 소박한 소재의 사용은 전통적 조형에서 매우 중요한 요소였다. 이는 우리민족이 전통적으로 장식을 뛰어나게 하거나 색을 다양하게 사용한 것이 아니라 소재 자체를 중요하게 다루어 왔던 것을 알려준다. 따라서 우리나라의 전통적 이미지를 나타내는 문화상품을 만들기 위해서는 지금껏 생산되오던 형태나 패턴 중심의 아이디어에서 벗어나 소재에 중점을 둔 상품의 개발을 모색해야 할 것이다. 그러나 전통소재는 그 자체 그대로 사용하고서는 대량생산하기에 어려운 제작방식을 지니고 있다. 따라서 질감을 응용하되 현대적 방식으로 응용하고 소재자체도 감성적인 소비자들의 현대적 디자인 감각에 맞도록 보다 효율적인 디자인소재로 개발하는 작업이 필요하다.

본 연구에서 탐구하려는 전통소재란 수많은 자연의 재료가운데서 전통적으로 생활문화에 사용되었던 것을 의미한다. 즉 왕골은 자연소재이지만 이를 한국의 주생활 요소로 활용하기 위해 만들어진 둋자리는 전통소재로 간주한다. 또한 많은 자연소재 가운데서도 전통문화의 적용을 통하여 한국적 생활문화를 느낄 수 있도록 하는 소재는 자연소재 자체라도 전통소재로 간주할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 전통적으로 사용되어 온 자연소재 및 가공소재를 탐색하고 분류하여 한국 문화상품 개발에 이용될 수 있도록 데이터 베이스를 만드는데 첫 번째 연구의 목적이 있다. 또한 이를 중 몇 가지의 소재를 선택하여 21세기의

경쟁력 있는 새롭고 독창성 있는 디자인소재로 발전시키고 이를 이용한 다양한 신개념의 문화상품을 제안하는 것이 연구의 궁극적인 목적인 것이다. 신개념의 문화상품이란 소재를 사용하되 과거에 사용되었던 방식으로 사용하는 것이 아니라 전통적인 느낌을 지속시키면서 소재를 현대화하여 현대적인 문화상품생산에 적합하도록 변형시키는 것을 의미하며, 이를 통하여 독창적이고 세계적인 상품의 개발 가능성을 제시함으로써 한국의 고유한 이미지를 새롭게 인식시킬 수 있는 국가 경쟁력을 강화하는데 기여하고자 한다.

제 2 절 연구의 내용 및 범위

본 연구의 목표를 달성하기 위하여 설정하고 진행한 연구의 내용 및 범위는 총 다섯 단계이며 구체적인 내용은 다음의 <표 1.2.1>과 같다.

<표 1.2.1> 연구의 내용 및 범위

단 계	내 용 및 범 위	
1단계	전통소재의 탐색	<ul style="list-style-type: none">각 분야별 전통소재 조사전통소재의 소재별 재분류
2단계	전통소재 데이터 베이스 설계 및 구성	<ul style="list-style-type: none">데이터베이스 구조디자인데이터베이스 시스템 선정멀티미디어 데이터베이스 구축
3단계	국내외의 문화상품 조사·분류	<ul style="list-style-type: none">생산 및 판매되는 국내외의 문화상품 조사문화상품의 유형별 분류문화상품의 이미지 조사
4단계	전통적 이미지의 디자인소재 개발	<ul style="list-style-type: none">디자인소재로 개발할 질감 선정디자인소재의 개발방향 결정전통소재의 디자인소재화
5단계	디자인소재를 적용한 전통적 이미지의 문화상품 디자인 제안	<ul style="list-style-type: none">개발된 디자인소재를 문화상품으로 디자인

이상과 같은 계획목표에 따라서 추진된 사업의 진행일정은 다음의 <표 1.2.2>와 같으며, 2000년 8월말을 기준으로 계획한 대로 다섯 단계의 연구를 모두 끝마쳤다.

<표 1.2.2> 연구의 사업목표별 진행일정

사업 목표	'99'9	10	11	12	'00'1	2	3	4	5	6	7	8
전통소재의 탐색	---	---	-->									
전통소재 데이터 베이스 설계 및 구성			---	---	-->							
국내외의 문화상품 조사 · 분류 · 이미지 특성 분석						---	---	-->				
전통적 이미지의 디자인소재 개발									---	---	-->	
디자인소재를 적용한 전통적 이미지의 문화상품 디자인 제안									---	---	-->	

2. 전통소재의 의미와 조사대상

제 2 장 전통소재의 의미와 조사대상

제 1 절 전통 소재의 의미

전통(傳統: tradition)은 라틴어의 “tradere”를 어원으로 하는 transmit 또는 carry on의 의미로서 문화, 문명 또는 사회집단에 연속성의(continuity)관점을 형성 케 하는 풍습(customs), 믿음(beliefs), 행위(practices)등의 집합체라고 정의된다¹⁾. 또한 전통이란 “특정 사회집단에 있어서 연속성을 갖는 생활양식과 그 산물의 총 합체”라 정의할 수 있다. 이 때 생활양식과 그 산물의 총합체라 함은 각 분야별 생활양식 각각에 상호 공유하는 특성이 내재됨을 전제로 하며, 특히 가치 있는 창조물을 만들어내는 예술 분야나 사회관습에 그 생활표현이 잘 나타나게 된다.

한편 문화란 “자연환경이나 사회환경에 의해 반복적으로 조정, 수렴된 인간집 단의 공통적이고 보편적인 행동과 그 산물들을 말하며, 사회적인 접촉을 통하여 경험과 학습에 의해 전수되는 생활방식의 통합체”라고 정의된다. 즉, 문화란 “사람들이 의식주생활 등에서 일정한 양식으로 살도록 정해진 사회적 삶의 틀”이라고 할 수 있으며, 사람들은 일상적인 삶의 과정 속에서 공동체생활을 더불어 하는 가운데 삶의 문법을 자연스럽게 터득하며 문화를 익히는 것이다.

자료에 따르면 전통문화는 다음과 같이 네 단계로 정리해 볼 수 있다. 첫 번째는 언어전통문화로서, 말과 글을 포함한 언어를 통한 문화이다. 두 번째는 생활전통문화로써, 생활에 필수적인 옷과 밥과 집으로 대표되는 의·식·주를 통한 문화이다. 세 번째는 전통 민속예술문화인데, 민요, 판소리, 풍물굿 등과 같이 전통 문화가운데서도 정신문화 영역에 속하는 것으로 정신적으로 전통문화를 풍요롭게 하는 부분이다. 네 번째는 전통사상이나 전통철학 등과 같이 정신적 자산이 응축되어 있는 전통사상문화이다.²⁾

이 중 인간이 생활하는데 가장 기본적이고 필수적인 부분은 의·식·주를 포함하는 생활전통문화로서 세월의 흐름에 따라 많은 변화가 있다고 하더라도, 그 근간 을 이루는 바탕은 면면히 그 흐름을 유지하고 있다고 볼 수 있다.

사람들이 의·식·주생활을 통하여 전통문화를 느끼는 요소는 다양하다. 의복

1) Britannica Encyclopedia, Milropedia Vol. X, 1974, P84.

2) 김현선(1998), 한국전통문화 이해의 길잡이 P16, 지식산업사

의 색이나 형태, 사용된 소재 등을 통하여 전통문화를 느낄 수도 있으며, 또한 음식의 조리법이나 색감, 재료를 통하여 전통음식의 느낌을 받게 되기도 한다. 주거문화에 있어서도 마찬가지로 전체적으로 갖추고 있는 형태나 색채에서 전통의 요소를 느낄 수도 있으며, 사용된 재료들에서 전통의 의미를 찾기도 한다.

전통적인 이미지를 나타내고자 할 경우, 흔히 사용되는 방법은 전통적인 사물에서 사용되었던 형태나 문양을 응용하는 것이며, 따라서 현재 전통문화상품으로 가장 많이 개발되어 판매되는 것들은 전통적 형태를 모방하거나 전통적인 문양을 현대화하는 것 등이라고 볼 수 있다. 그러나 우리나라는 전통적으로 한지, 나전, 유기, 사기, 모시, 짚풀 등 절박하고 독특한 소재들이 생활 속에서 많이 이용되어 왔음을 알 수 있다. 이러한 소박한 소재의 사용은 전통적 조형에서 매우 중요한 요소였으며, 우리 민족이 전통적으로 소재자체를 매우 중요하게 다루어 왔음을 알려 준다.

전통소재는 우리의 삶 속에서 오랜 기간동안 전하여 내려온 의·식·주 문화의 각 분야에서 사용되었던 근원적인 재료를 의미하며 본 연구에서는 그 범위를 건축 및 실내, 가구, 의복 및 직물소재, 예술 및 공예품, 생활용품, 식품의 소재로 한정하여 조사한다.

본 연구는 한국적인 특징을 나타내는 디자인 소재의 개발과 이를 이용한 문화상품 개발을 그 최종목적으로 한다. 본 연구를 통해 우리의 역사 속에서 오랜 시간 동안 전하여 내려오는 전통문화 각 분야의 소재들을 고찰하고 이를 바탕으로 현대적 문화상품에 응용될 수 있는 디자인 소재를 개발하고자 하며, 또한 문화상품 사례를 제안함으로써 전통소재에 의한 문화상품 개발의 가능성을 제시하려는 것이다.

제 2 절 각 분야 별 전통 소재 조사

1. 건축 및 실내, 가구(家具)소재

· 건축 및 실내

전통건축에 사용된 재료를 수집하기 위하여 먼저 건축물의 구성요소를 실외와 실내로 나누었다. 실외의 경우에는 전통건축의 모든 종류에서 공통적으로 나타나는 기단, 기둥, 벽체, 지붕, 담장, 굴뚝, 대문의 7 가지 요소의 세부단위로 분류하였다. 각 요소별로 사용된 재료를 정리하면 <표2.1.1>과 같다.

<표 2.1.1> 전통주택 외부구성요소별 재료

전통주택 외부 구성요소	마감재료의 종류
기 단	흙, 기와, 벽돌, 막돌, 화강석, 자연암반
기 둉	목재(소나무, 싸리나무)
벽 체	석회, 사고석, 막돌, 벗짚
지 봉	짚, 기와, 적송이나 전나무 널판, 돌판, 참나무나 상수리나무 껍질, 대마껍질
담 장	가시나무, 개나리, 싸리나무, 수수강, 대나무, 통나무, 막돌, 흙, 기와편, 석회, 검은 벽돌
굴 뚝	주택건축과 동질의 재료
대 문	대목(大木), 쇠, 가시나무, 싸리나무, 개나리, 수수강

건축구성의 7가지 요소 중 2차 자료를 조사한 후 자료 상태가 양호한 것을 분류한 지붕, 벽체, 담장의 세 요소로 구분하여 그 특성을 고찰하였다. 자료 조사의 결과 지붕에서는 기와, 굴피, 너와, 벗짚의 4 종류의 재료가 수집되었고, 이 때 사용된 기와는 약간 차진 점토질의 흙을 반죽 성형하여 가마에 구워서 만든 전통 건축의 재료이다. 또 굴피와, 너와는 모두 목재이며, 굴피는 상수리나무 밀동에서 자라난 껍질이며, 너와는 일정 크기의 소나무 판재를 말한다. 마지막으로 벗짚은 농경생활의 산물로서 짚으로 엮어 이영을 만들어 지붕의 마감재로 이용하고 있었다.

벽체의 재료로는 자연석과 황토, 석회가 수집되었다. 자연석은 흙과 함께 마감되었고, 황토는 짚을 섞어 벽체에 이용되었으며 석회는 분회로 잘게 부수어 백토와 고운 모래를 1:1로 섞은 상태로 이용되었다.

담장에서 발견된 재료는 자연석, 전돌이 있었으며 자연석은 별 다른 처리를 하지 않고 그대로 쌓아올려 사용하였고, 진흙과 규석질의 모래를 섞어 가마에 구워낸 전돌이 담 마감재로 사용되었다.

실내의 경우에도 먼저 문헌고찰을 통하여 구성요소와 구성요소별 재료를 조사·분류하였고 그 결과는 <표 2.1.2>과 같았다.

<표 2.1.2> 전통주택 실내구성요소별 재료

전통주택 실내구성요소	마감재료의 종류
바 닥	흙, 종이(장판지), 천(비단), 목재, 솔방울, 솔가루, 은행잎
벽	종이(한지), 회(灰)
천 장	종이(한지), 회(灰), 목재, 황토
창 호	종이(창호지), 천(비단, 모시), 목재(잣나무, 육송, 고금활엽수)

문현고찰의 결과를 바탕으로 하여 실내를 벽, 바닥, 천장, 창호로 구분하였으나, 현존하는 실내공간은 보존상태가 양호하지 않았고, 2차 자료의 경우도 그 수가 한정적이었으므로 자료 수집 과정의 한계를 보였다.

실내의 바닥에 사용된 재료는 기름먹인 유지(油紙)를 사용하였으며, 경우에 따라서는 치자 물을 콩댐에 섞어 빛깔을 내었다. 실내의 벽에는 창호지와, 황토가 수집되었는데 사람이 기거하는 방에는 창호지가 사용되었고, 가사공간인 부엌에는 황토가 그대로 노출되었다. 또 천장에는 목재와 회가 사용되었고 목재의 경우 결을 살려 마감하였다.

다음은 전통 건축의 재료를 크게 종이류, 목재류, 직물류, 석재류, 짚류, 흙류의 5개로 구분하고, 각각의 재료를 세분화하여 전통건축에 적용되는 처리방법과 마감 시 질감을 <표 2.1.3>으로 구분하였다.

<표 2.1.3> 전통주택의 재료분류에 따른 처리방법 및 질감

재료의 종류	처리방법		질감
종 이 류	유지(油紙)	콩기름이나 들기름을 먹여 장판지에 윤이 흐르게 처리하며 치자물을 콩댐에 섞어 빛깔을 낸다.	광택이 있으며 매끄러운 표면을 지님
목 재 류	나 무	소나무, 가래나무, 상수리나무, 떡갈나무 등을 주로 사용하며 별다른 처리를 하지 않고 나무 결을 그대로 살린다.	시간이 지나면서 광택이 있고 매끄러운 표면을 지님
	너 와	소나무를 토막을 캐서 판재로 만든다.	약간 거친 표면을 지님
	굴 피	이십 년쯤 자란 상수리나무의 밑동에서 떼어낸 껌질	울퉁불퉁하고 거친 표면을 지님

<표 2.1.3> 계속

재료의 종류		처리 방법	질감
직물류	비단, 모시	발이 성긴 비단이나 모시를 창살 위에 붙인다.	
석재류	기와	약간 차진 점토질의 흙을 반죽하여 기와의 모양을 낸 다음 가마에 구워낸다.	약간 거친 표면을 지님
	화강암	화강암을 일정한 규격으로 재단한다.	약간 거친 표면을 지님
	자연석	자연석을 그대로 쌓아서 사용	약간 거친 표면을 지님
	진돌	진흙과 규석질의 모래를 섞어 가마에 구워낸다.	약간 거친 표면을 지님
짚류	볏짚	짚을 엮어 이엉을 지붕에 덮고 용마루에 용마름 또는 곱새라고 불리는 용구에 새를 얹어 마무리 한다.	
흙류	석회	강회를 분회로 잘게 부수어 백토와 고운 모래를 1:1로 섞어 사용	곱고 부드러운 표면을 지님
	굴림백토	모래를 섞은 흙을 반죽 한 뒤 백토에 굴려 하얗게 만들	곱고 부드러운 표면을 지님
	황토	황색을 띠는 흙으로 벽체 마감에 사용되며 짚이나 돌을 섞어 사용한다.	곱고 부드러운 표면을 지님

· 가구(家具)소재

우리의 가구에 사용된 소재를 수집하기 위하여 전통주택의 각 실에서 대표적으로 사용되는 가구들을 분류하여 보았다(표 2.1.4). 안방가구, 사랑방가구, 부엌가구로 나누어 살펴보았으며 사용된 재료로는 목재가 대부분을 차지하였다

<표 2.1.4> 목가구의 종류

	가구의 종류	주재료	마감재의 종류
안방가구	의결이장, 옷장(이층장, 삼층장, 이층반닫이장), 농(이층농, 삼층농), 자개함, 궤, 경대, 반진고리, 빗접, 갑궤수리 등	참죽나무, 오동나무, 피나무, 소나무, 호두나무, 벅감나무, 배나무, 잣나무, 괴목, 회가사나무, 엄나무, 단풍나무, 등	종이에 기름마감, 자개에 흑칠마감, 자개에 주칠마감, 황칠흑칠, 주칠, 가죽마감, 화각에 옻칠마감, 기름마감, 비처리 등
사랑방가구	책장, 문갑, 사방탁자, 경상, 서탁, 서상, 서안, 서가, 연상, 책궤, 탁자장, 의결이, 반닫이, 서류함, 궤, 재판, 바둑판, 담배함, 볶걸이, 고비 등		
부엌가구	찬장, 찬탁, 뒤타, 찬합, 각종 소반류(호족반, 사각반, 두리반, 과반 팔모반, 다과반, 약소반, 면상 등), 함지박, 기름틀, 국수틀,		
기타	평상, 약장, 4인교, 남여(藍輿)		

2. 의복 및 직물소재

의복 및 직물소재는 크게 의복에 사용된 의류소재와 의복을 제외한 기타 복식류에 사용된 소재, 그리고 그 외 생활용품의 소재로 구분하였다(표 2.1.5).

<표 2.1.5> 직물류의 분류

구분	세부 분류 및 종류		주재료	
의 류	평상복	배자, 장옷, 저고리, 치마, 창의, 도포 등	*섬유재	*가공방법
	관복/제복/조복	철릭, 단령, 전복, 구군복, 청초의 등	주, 사,	제작,
	예복	원삼, 활옷, 당의 등	라, 단,	부직,
	상복(喪服)	수의(壽衣)	금,	배듭,
	기타	작업복, 배내옷, 속적삼, 속저고리, 해녀복, 무복, 풍차바지, 까치두루마기 등	무명,	이어붙이기
의류를 제외한 기타 복식류	관모/머리쓰개	관, 사모, 유건, 망건, 탕건, 호건, 전립, 폐랭이, 명거지, 상모, 족두리, 화관, 조바위, 아얌, 굴레 등	베,	자수,
	장신구	머리장식품, 귀걸이, 목걸이, 팔찌, 반지, 과대, 갓끈, 비녀, 노리개, 단추 등	모시,	금박,
	신발	짚신, 가죽신, 나막신, 미투리 등.	말총	엮기
	기타	흉배, 후수 등		
생활용품류	보자기, 반진고리, 다리미판, 골무, 주머니, 안경집, 쌈지, 수저집, 배개, 병풍 등.			*기타 가죽, 텔, 짚, 종이, 어피, 대나무, 옥, 금, 은, 비취, 우각 등

3. 예술 및 공예품 소재

우리의 예술품 및 공예품에 사용된 전통적 소재를 수집하기 위하여 일반적으로 공예품으로 분류되는 모든 것들을 광범위하게 조사했다.

소분류로는 고분미술, 궁중유물, 금동불, 금속, 나전칠기, 범종, 불상, 장석과 자물쇠, 화폐, 사리구, 유기 등의 금속제, 도자기, 토우, 예기와, 분청사기 등의 토제, 미륵불, 전통문양, 석공예 등의 석재, 목공예의 목재, 종이공예의 종이재가 있다 (표 2.1.6).

<표 2.1.6> 전통예술품 및 공예품 분류

예술 및 공예품	예술 및 공예품 종류	주재료	마감재의 종류
고분미술	乙卯銘青銅壺杆, 曲玉장식유 리구슬목 걸이, 銀銅盒, 갈색練理文유리잔, 高杯 커트龜甲文유리잔, 銀製, 金製잔, 木製 頭枕, 神獸文銅鏡, 青銅角杯, 金帽曲玉,	옥, 청동, 유 리, 금, 은, 나 무	전면에 주칠을 하고 금박대를 윤 각에 돌립, 굽을 평평하게 押出 시킴
궁중유물	은부, 형, 청동제1마패, 유관세이, 칠보 향료, 종사연, 죽제 수제물, 옥제향료, 의소세손 옥인, 태조 고황제 금보, 백자 주전자, 양부일구	옥, 백철, 황 동, 백토, 유약, 황동체, 대나 무, 단계자석, 은제	백토로 기형을 만들고 그 위에 백자유약을 빌라 1300도의 고온에 서 환원변조함, 백철로 주조하고 황동으로 도금
금동불	백율사금동약사여래입상, 건홍5년명금 동삼존불, 광배선운사, 금동보살좌상, 금동반가사유상, 금동삼종관불상	금동제	
금속	왕의 金冠飾, 이봉상장군투구, 잉어보양 의 장신구, 은관, 금동안장, 마주, 금관, 금제태, 관귀걸이,	금동, 보석, 은, 옥	금관위에 문양 윤각을 선각한 다 음 예리한 조각도로 도려냄.
나전칠기	螺鈿雲鶴花鳥文襞첩, 螺鈿菊牡丹唐草梅 竹文方函, 螺鈿牡丹梅竹文方函, 螺鈿牡 丹唐草文菱花形盤, 螺鈿蓮唐草文函, 螺 鈿玳瑁菊唐草文念珠盒	나전, 칠	목물인 홍송을 이용하여 초벌 생 옻칠을 한 베를 바르고 생칠과 토 분을 섞은 골회를 사용하여 바탕 을 만든 다음 윗칠을 더 올리고 문양을 자개로 박아 칠을 올림
범종	용·홍사 순치 원년명 범종, 백련사 용경 3년명 범종, 용주사 범종의 삼존상, 범 종, 봉덕사 선덕대왕 신종	청동	동과 주석과 납에 아연을 섞는 합 금, 구리를 기본으로 하는 합금
불상	아미타래여상, 팔부죽상, 인왕상, 석가 여래좌상, 군수리 석조여래좌상, 여래좌 상	금제, 석, 화 강석, 철제, 납 석	분주법 - 오른쪽 팔과 손을 따로 제작하여 본체에 연결, 납석을 재 료로 하여 돌의 부드러운 질감과 유연한 조각 수법
화폐	무문전, 조선통보, 해동통보, 상평통보, 반월형진자전, 대동3전, 5냥은화, 권틀	철, 동	철을 두드려 만듬
장석과 자물쇠	단조된 뾰침대, 박쥐형 들쇠반침과 활 형반침, 통귀쌈, 배꼽자물쇠, 저고리형 경첩, ㄷ자형자물쇠	철, 주석, 백금, 백동	융용된 도가니 속의 금속물을 골 판에 부어 일정크기의 긴쇠가닥을 모루에 넣고 두드림
사리구	청동제사각감, 불국사 3층석탑 사리구 외함, 청동제소호, 유리제사리병, 청자 유개호, 비취색 유리제 소사리병, 법경 사 팔장전 사리호	청동, 유리, 청자	

<표 2.1.6> 전통예술품 및 공예품 분류 계속

예술품 및 공예품	예술 및 공예품 종류	주재료	마감재의 종류
유기	주전자, 묵적, 바라, 불발, 방짜불발, 화로, 호랑이모양의 도장, 한약보제기, 장죽걸이, 향로	비철금속과 금속	합금한 놋쇠를 불에 달구어 메질(망치질)을 되풀이하여 얇게 늘여 가며 형태를 잡음
도자기	백자 청화재 양각 매죽문호, 청화백자 매죽문 항아리, 백자상감모란문병, 청자상감모란당초문표형주자, 청자철채삼엽문매병, 청자상감퇴화초화문표형주자와 승반, 청자철화초화문광구병, 청자철화양류문통형병, 청자과형화병, 청자병형주자, 화산명 청자철화모란당초문매병, 청자상감운학문매병,	백토, 철분이 조금섞인 백토, 유약	흙이 마르기 전에 문양을 음각하고 백토나 자토 철분안료로 쇠녹물이나 흑색을 뜨꾸고 초벌한 후, 청자유를 바르고 재벌, 유약을 얇게 발라서 빙렬이 나타남. 환원번조가 아닌 산화번조로 표면 갈색은 거의 갈색을 머금음
토우	기마인물형토기, 신구형 토기, 접모양 토기, 짚신모양 토기, 영감님얼굴, 남녀인물상, 토우장식 항아리, 토우장식 고배뚜껑, 사슴장식항아리	토제	주로 수공에 의한 방법으로서 손가락과 대나무, 칼 등을 사용하여 만드는 간단해 만듦
옛기와	연꽃무늬수막새, 과무늬수막새, 연꽃무늬 연목기와, 당초무늬 암막새, 연꽃무늬 타원막새, 범자무늬 수막새, 암수막새와 범	양질의 점토	양질의 점토를 제작틀을 사용하여 일정한 모양으로 만든 후 가마 속에서 섭씨 1000도 이상의 고온에서 구워낸 건축 부재
분청사기	분청 상감 연화무늬 병편, 분청 인화국화무늬 합 뚜껑편, 분청 상감 모란당초무늬 합, 분청 상감 연벼들 무늬 덕천명 항아리, 분청 상감 용무늬 항아리, 분청 상감 철화 연물고기무늬, 항아리분청 귀얄 항아리,	청자토, 백토, 유약	청자토로 기형을 만든 후, 백토분장을 하고 청자유를 발라굽는 자기
목공예	내소사 문살, 삼재부적판, 경주기립사 문살, 불경판	나무	
미륵불	미륵불, 석불 입상, 감산사 석조 미륵보살 입상, 미륵보살 반가상, 미륵불상	석재	
석공예	경주 분황사 석탑 인왕상, 석굴암 문수보살상, 석굴암 인왕상	화강석	부조
전통문양	수(壽)자문, 봉황문, 토끼문양, 연꽃문양, 당초문	석재, 목재	부조
종이공예	고비, 서류람, 지신, 지갓, 씨앗그릇, 동고리, 조족등, 부채, 빗점, 서류지갑, 지승끈, 종이가면, 호리병, 벼룻집, 색실점, 예물상자, 무당투구, 직각원형상자, 지승바구니, 갓집, 지장태극문바가지, 지갓	나무, 오색전지,	나무판재에 여러 겹 한지 바르고 색지로 장식, 종이를 물에 녹여 풀과 섞어 점토처럼 만들 종이를 좁다랗고 길게 잘라 염지와 겹지로 비벼 꼬아 노끈을 만들고 이를 엮어 만들

4. 생활용품 소재

생활용품은 가구나 의류, 예술·공예품에 속하지 않으나 일상생활에서 사용하는 소품으로 주생활용품과 식생활용품, 의생활용품, 생업용품 등으로 나누어 볼 수 있다. 각각의 용도에 따라 다양한 용품들이 있으며 재료에 따라 목재류나 초재류, 철제류, 종이류, 옹기류, 괴혁류, 죽제품 등 그 종류도 매우 다양하다. 목재류로는 함, 목침, 나막신 등이 있고 초재류에는 골풀로 만든 부채, 짚신, 실꾸리 등이 있으며, 종이류에는 지장갓, 지승그릇, 지승신골 등 종이로 만든 모든 제품을 들 수 있다. 또한 장독이나 사발 등 다양한 식생활용품인 옹기류와 가죽신, 망건, 것과 같은 괴혁류와 대나무로 만든 죽부인, 곰방대 등 다양하다(표 2.1.7).

<표 2.1.7> 생활용품의 종류

	주생활용품	식생활용품	의생활용품	생업용품
종류	함, 요강, 향로, 화로, 등잔, 고비, 촛대, 횃대, 망건함, 의관함, 보석함, 목침, 죽부인, 좌경, 면경, 참빗, 비녀, 문방사우, 나막신, 가죽신, 짚신, 은장도, 대야, 향합, 담배함, 담배통, 담뱃대, 가위, 엽전, 마페, 순장폐, 장석 등	그릇과 수저, 조리도구, 장독대, 상, 소반, 쟁반, 채반, 물통, 물지개, 다식판, 떡살, 식기류, 사발, 약탕판, 떡시루, 항아리, 부지깽이, 두레박, 바가지, 가마솥, 국자, 주걱, 각종목기, 목판, 채, 키, 찬합, 맷돌, 절구, 떡판, 떡메, 양푼, 주전자, 다기셀트 등	다듬이돌, 방망이, 화장·장신구, 바느질도구, 신발, 벼개, 조각보, 보자기, 인두, 다리미, 빨래방망이, 노리개 등	지게, 낫, 삼태기, 쟁기, 삽, 호미, 망태기, 쇠스랑, 팽이, 톱, 대패, 끌, 먹통, 여물통, 홍두깨, 명석, 방석, 빗자루, 달구지, 농악기, 상여, 가마 등

5. 식품소재

식품에서는 소재의 분류를 위하여 한국 음식 및 조리와 관련된 전공서적의 목차를 조사하여 주식류와 부식류로 크게 구분하여 주식류에는 밥류, 죽류, 만두국류가 있으며 부식류에는 국류, 찌개, 전골류, 짬, 선, 조림류, 구이, 전류, 마른반찬, 자반, 장아찌, 젓갈류, 숙채류, 생채류, 김치류, 떡류, 한과류, 화채, 차류가 있다. 조리된 음식의 질감을 표현하는 방법으로 가지런히 놓기, 쌓기, 띄우기, 담그기, 얹기, 끼워 넣기, 보풀리기, 밖아 넣기, 뿌리기로 구분하였다(표 2.1.8)

<표2.1.8> 식품의 분류

식품의 분류		재료 표현 방법
주식류	밥류	가지런히 놓기, 쌓기
	죽류	띄우기
	만두국류	담그기, 얹기
부식류	국류	띄우기
	찌개, 전골류	가지런히 놓기, 담그기
	찜, 선, 조림류	끼워넣기, 얹기
	구이, 전류	가지런히 놓기
	마른반찬, 자반, 장아찌, 젓갈류	보풀리기, 쌓기, 얹기
	숙채류, 생채류	섞기, 얹기
	김치류	띄우기
	떡류	박아넣기, 뿌리기, 쌓기
	한과류	박아넣기, 쌓기
	화채, 차류	담그기, 띄우기

제 3 절 조사대상에 대한 평가

위와 같이 각 분야별 전통소재를 조사한 결과 건축 및 실내, 가구에서의 재료와 예술 및 공예품, 생활용품 등에서 같은 재료가 중복되는 경우가 많았으며 식품 소재의 경우 재료와 가공방법에 있어서 한 가지로 정의하기가 매우 어려웠다. 따라서 위와 같은 분류체계가 효율적이지 못하다고 판단되었으므로 각각의 소재별로 분류체계를 재구성하였으며 식품소재는 제외하기로 하였다.

이렇게 분류체계를 재구성함에 따라 각 분야별로 소재의 중복을 피할 수 있으며 자료를 보다 과학적으로 정리할 수 있는 Data Base의 기초가 될 수 있다.

3. 전통소재의 자료수집 및 분류

제 3 장 전통소재의 자료수집 및 분류

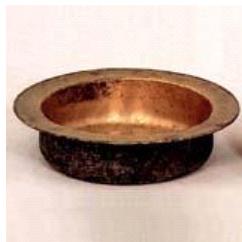
전통소재의 연구대상을 조사해 본 결과, 수집된 자료는 소재에 따라 금속재, 토재, 석재, 지재, 목재, 초재, 섬유재의 7가지로 분류되었으며, 본 장에서는 각 소재 별 성형방법과 표면장식 기법으로 나누어 다음과 같이 정리하였다.

제 1 절 금속재

금속재의 성형방법은 단조, 주조, 판금으로 구분하였으며, 표면장식으로는 표면 조각, 입사(상감), 칠보 등으로 나누어 정리하였다.

1. 성형방법

- 단조기법 : 합금된 금속을 불에 달구어 매질(망치질)을 되풀이해서 얇게 늘여가며 여러 형태를 만드는 기법이다(그림 3.1.1~그림 3.1.10).



<그림 3.1.1> 대야



<그림 3.1.2> 사리함



<그림 3.1.3> 불발



<그림 3.1.4> 밥통



<그림 3.1.5> 약찜질기



<그림 3.1.6> 주전자



<그림 3.1.7> 약탕기



<그림 3.1.8> 요강



<그림 3.1.9> 거울



<그림 3.1.10>
숟가락과 젓가락

· 주조기법 : 전통적인 주조기법이란 우선 만들고자하는 제품에 알맞는 배합비율로 합금한 첫물을 미리 제작한 틀에 봇고 완전히 냉각시킨 다음 틀에서 꺼내어 표면과 세부를 다듬어서 마감하는 금공(金工)기법이다. 여러 종류의 주물은 틀을 만드는 방법에 따라 돌거푸집방법, 밀납방법, 주물사 방법 등이 있다(그림 3.1.11~그림 3.1.23).



<그림 3.1.11> 향로



<그림 3.1.12> 향로



<그림 3.1.13> 서진



<그림 3.1.14> 도장



<그림 3.1.15> 마폐



<그림 3.1.16> 엽전



<그림 3.1.17>
심장생필통



<그림 3.1.18>
종협동경



<그림 3.1.19>
유관세이



<그림 3.1.20>
용준



<그림 3.1.21>
금동미륵보살 반가상



<그림 3.1.22>
범종



<그림 3.1.23>
범종

- 판금기법 : 얇고 넓은 금속판을 오리거나 메질(망치질)하여 여러 형태를 만드는 기법이다(그림 3.1.24~그림 3.1.30).



<그림 3.1.24>
총대



<그림 3.1.25>
총대



<그림 3.1.26>
총대의 불판



<그림 3.1.27> 담배통



<그림 3.1.28> 풍경



<그림 3.1.29> 금관



<그림 3.1.30> 금관

2. 표면 장식

- 표면조각 : 금속 소지의 표면에 미리 무늬를 그리고 정을 이용하여 파내거나 쪼아서 그림, 글씨, 문양, 사물의 형상 등을 새기는 가공방법이다 (그림 3.1.31~그림 3.1.41).



<그림 3.1.31>
담배함



<그림 3.1.32>
금제사리함



<그림 3.1.33>
금동제 장방형 함



<그림 3.1.34>
태극형 뺀침대



<그림 3.1.35>
주석제 통귀쌈



<그림 3.1.36>
주석제 ㄷ자형 자물쇠



<그림 3.1.37>
들쇠와 들쇠받침



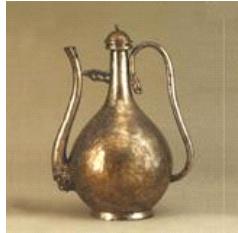
<그림 3.1.38>
주석제 앞바탕과 고리



<그림 3.1.39>
주석제 통귀쌈



<그림 3.1.40>
자물쇠 앞바탕



<그림 3.1.41>
온제주전자

· 상감(입사) : 금속 소지의 표면을 파내고 그 자리에 다른 소재의 금속을 끼워 넣어 장식하는 기술로서 표면을 파고 끼워 넣는다는 점에서 상감청자의 무늬 제작 방법과 상통한다. 입사(入絲)방법은 금속의 표면에 미리 무늬를 그리고 정을 이용하여 파내어 이 파인 홈에 금실, 은실이나 얇은 판을 끼워 넣는 방법의 “끼움 입사 방법”과 먼저 금속표면에 쪼음정으로 가로, 세로 벗금 방향으로 서로 엇갈리게 춤춤히 쪼음질한 후 그 위에 금실과 은실이나 얇은 판을 두드려 박아 넣는 “쪼음입사 방법”이 있다. 쪼음입사는 소지 면이 단단한 것일수록 효과가 좋다. 역사적으로 볼 때 삼국시대부터 조선시대 전기까지는 “끼움입사 방법”이 전부였으나 쪼음입사 기술이 들어오면서 조선시대후기에는 “쪼음입사 방법”이 크게 유행하였다. 입사 공예에는 금속을 깎고 수놓은 장인들의 정성과 열정, 입사 공예에서만 볼 수 있는 뛰어난 조형감각과 독특한 회화성, 해학성 등이 담겨있어 우리문화의 아름다움을 잘 보여주고 있다(그림 3.1.42~그림 3.1.51).



<그림 3.1.42>
동제은입사
운용당초문반



<그림 3.1.43>
동제은입사 봉황문합



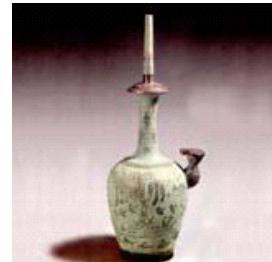
<그림 3.1.44>
청동은입사포유수금문향
로



<그림 3.1.45>
통도사 청동은입사 향로



<그림 3.1.46>
청동은입사포유수금문향로



<그림 3.1.47>
청동은입사포유수금문향로



<그림 3.1.48>
홍무삼십년
청동은입사 향로



<그림 3.1.49>
청동은입사 향로



<그림 3.1.50>
철퇴



<그림 3.1.51>
철제입사사인 참사검

- 칠보 : 금속소지(금, 은, 동)표면에 무기물질의 유약을 유기질이 되도록 가열하여 금속소지에 입혀서 용융한 산화물로서 금속을 보호하며 아름다운 표면의 색감이나 광택을 보존하며 산, 가스, 습기 등에 대하여 내식성이나 내수성이 있으며 형체에 따라 강도를 더욱 보강하기 위하여 소성가공 하는 방법을 말하며 종류와 기법은 “무선칠보”와 “유선칠보”로 분류된다(그림 3.1.52~그림 3.1.59).



<그림 3.1.52> 반지



<그림 3.1.53> 칠보향로



<그림 3.1.54> 칠보준항



<그림 3.1.55>
칠보함



<그림 3.1.56>
유제 칠보대형 향로



<그림 3.1.57>
칠보대접



<그림 3.1.58> 칠보그릇



<그림 3.1.59> 칠보화병

제 2 절 토재

토제품에는 점토의 종류, 용도, 크기, 원료의 차이, 건조방법 또는 유약의 종류, 소성온도와 과정에 따라 약간씩의 변동이 있으나, 크게 나누어 제토(製土), 성형(成形), 건조(乾燥), 장식(裝飾), 초별구이, 시유(施釉), 재별구이의 단계로 나뉘어 진다.

그리고 도자기는 우리가 흔히 알고 있는 고려청자, 조선백자만을 의미하는 것이 아니라, 흙으로 빚은 모든 사물을 칭하는 것이라는 것을 기억해야 한다. 도자기는 일반적으로 소성온도와 유약의 유무로 토기, 도기, 석기, 자기의 4가지로 구분한다. 첫째, 토기는 대부분 유약을 칠하지 않으며. 우리가 흔히 찰흙이라고 하는 붉은 색의 진흙인 도토를 사용하며, 700-1000도 정도의 저온 소성을 한다. 기와, 벽돌, 토반과 같은 질그릇류가 이에 속한다. 둘째, 도기는 1000-1200도 사이의 소성온도를 가지고 있으며, 석회석, 백운석, 장석을 태토에 첨가하며 색상은 흰색, 회색계열이며, 둔탁한 소리를 지녔다. 셋째, 석기는 1200-1300도 사이의 소성온도를 지니며,

유약을 칠하는 항아리, 옹기와 같은 오지그릇이 속한다. 넷째, 자기는 1300도 이상의 고온소성한 고급 도자기이다. 고려청자, 분청사기, 조선백자가 이에 속한다. 고려청자에는 철분이 극소량 함유된 태토로 기형을 만들며, 청자유약을 입히며, 순청자, 상감청자, 철회청자, 진사청자, 화금청자, 철채청자, 퇴화문청자가 있다. 분청사는 분장회청사기의 준말로서 청자계열의 거칠고 어두운 색상의 점토에 백토로 분장하여 조각을 하거나 문양을 장식하며 백토를 굽은 붓으로 칠하기도 하고 백토에 담그기도 하여 흙의 맛을 잘 나타내는 기법으로 만들어 낸 자기이다. 따라서, 백토분장 후 상감이나, 인화, 귀얄, 박지 등으로 다양한 문양을 구사하였다. 조선백자는 백토로 기형을 만들고, 백자유약을 입히며, 순백자, 상감백자, 철회백자, 청화백자, 동화백자가 있다.

이러한 토재의 성형방법은 손성형, 물레, 형틀로 구분하였으며, 표면장식으로는 유약, 상감, 표면조각, 입체조각, 기타로 나누어 정리하였다.

1. 성형방법

- 손성형 : 주로 수공에 의한 방법으로서 손가락과 대나무, 칼 등을 사용하여 만드는 간단한 방법이다. 이 방법은 틀(型)과 물레를 이용하여 만드는 것처럼 형이 균형 잡힌 것과 같은 것을 많이 만들어 내기는 곤란하다. 이와는 달리 작가의 창의 와 개성이 잘 표현될 수 있기 때문에 공예가들에게 친근감을 주는 방법의 하나이다(그림 3.2.1~그림 3.2.16).



<그림 3.2.1>
집모양토기



<그림 3.2.2>
영감님얼굴



<그림 3.2.3>
남녀인물상



<그림 3.2.4>
고배뚜껑



<그림 3.2.5>
기마인물형토기



<그림 3.2.6>
기마인물형토기



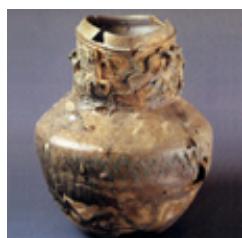
<그림 3.2.7>
신구형토기



<그림 3.2.8>
집모양토기



<그림 3.2.9>
짚신모양토기



<그림 3.2.10>
토우장식항아리



<그림 3.2.11>
토우장식고배뚜껑



<그림 3.2.12>
사슴장식항아리



<그림 3.2.13>
옹배기



<그림 3.2.14>
항아리



<그림 3.2.15>
물두멍



<그림 3.2.16>
옥두

• 물레 : 물레 위에 점토를 올려 놓고 물레의 회전을 이용하여 둥근 형태의 도 자기를 얻는 성형기법이다(그림 3.2.17~그림 3.2.57).



<그림 3.2.17>
합보시기



<그림 3.2.18>
현다용찻잔



<그림 3.2.19>
백자반합



<그림 3.2.20>
백자주전자



<그림 3.2.21>
백자병



<그림 3.2.22>
백자항아리



<그림 3.2.23>
청자과형주자



<그림 3.2.24>
청자과형화병



<그림 3.2.25>
청자병형주자



<그림 3.2.26>
청자음각연화당초문매병



<그림 3.2.27>
청가양각위로수금문정병



<그림 3.2.28>
청자투각당초문화장상자



<그림 3.2.29>
청자양각죽절문병



<그림 3.2.30>
청자상감
동채포도동자문주자



<그림 3.2.31>
백자상감모란문병



<그림 3.2.32>
청자상감퇴화
초화문표형주자와 승반



<그림 3.2.33>
청자상감
모란당초문표형주자



<그림 3.2.34>
청자상감
국화당초문대접



<그림 3.2.35>
청자상감운학문매병



<그림 3.2.36>
분청상감연화무늬병편



<그림 3.2.37>
분청상감용무늬항아리



<그림 3.2.38>
분청상감연버들무늬
덕천명항아리



<그림 3.2.39>
분청상감모란당초무늬합



<그림 3.2.40>
청화백자어문항아리



<그림 3.2.41>
청화백자망우대명전접시



<그림 3.2.42>
백자청화재양각매죽문호



<그림 3.2.43>
백자철회포도문항아리



<그림 3.2.44>
백자철회운룡문항아리



<그림 3.2.45>
청자철화당초문호



<그림 3.2.46>
화산명
청자철화모란당초문매병



<그림 3.2.47>
분청상감
철화연물고기무늬항아리



<그림 3.2.48>
문청인화국화무늬병



<그림 3.2.49>
분청인화
국화무늬합뚜껑편



<그림 3.2.50>
분청귀알항아리



<그림 3.2.51>
분청덤병분장대접



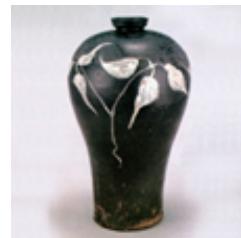
<그림 3.2.52>
청화와 진사채병



<그림 3.2.53>
청자상감
금채수하원문편호편



<그림 3.2.54>
청자퇴화모란문주자와
승반



<그림 3.2.55>
청자철채삼엽문매병



<그림 3.2.56>
청자동채연판문주자



<그림 3.2.57>
분청박지연물고기편병

• 형틀 : 기물의 외부모양을 가지는 석고형에 점토를 넣고 석고형을 회전시키면서 기물의 내부모양을 가지는 형틀로 점토를 석고형에 밀착시키면서 기물을 만드는 기법이다(그림 3.2.58~그림 3.2.69).



<그림 3.2.58>
연꽃무늬수막새



<그림 3.2.59>
연꽃무늬수막새



<그림 3.2.60>
연꽃무늬수막새



<그림 3.2.61>
연꽃무늬수막새



<그림 3.2.62>
당초무늬암막새



<그림 3.2.63>
연꽃무늬타원막새



<그림 3.2.64>
범자무늬수막새



<그림 3.2.65>
암, 수막새 와범



<그림 3.2.66>
연꽃무늬 수막새



<그림 3.2.67>
파무늬 수막새



<그림 3.2.68>
연꽃무늬수막새



<그림 3.2.69>
연꽃무늬수막새

2. 표면장식

- 유약 : 초벌구이 후 기물 표면에 유약을 빌라 재벌구이를 한다. 유약이란 도자기의 표면에 얇게 씌워서 광택과 색채 또는 무늬를 내어 주는 유리질의 분말을 말한다. 유약은 실용적인 목적, 미적인 목적, 그리고 단열, 단전의 목적을 가지고 사용되는데 주목적은 실용 용기에 입혀서 그릇의 강도를 높여주고 위생적이며 사용에 편하도록 하는 것이라고 할 수 있다(그림 3.2.70~그림 3.2.85).



<그림 3.2.70>

청화백자어문항아리



<그림 3.2.71>

청화백자망우대명전접시



<그림 3.2.72>

백자청화재양각매죽문호



<그림 3.2.73>

백자철회포도문항아리



<그림 3.2.74>

백자철회운룡문항아리



<그림 3.2.75>

청자철화당초문호



<그림 3.2.76>

화산명

청자철화무란당초문매병



<그림 3.2.77>

청자철화양류문통형병



<그림 3.2.78>

청자철화초화문광구병



<그림 3.2.79>

분청상감

철화연물고기무늬항아리



<그림 3.2.80>

분청귀얄항아리



<그림 3.2.81>

분청덤병분장대접



<그림 3.2.82>

청화와 진사채병



<그림 3.2.83>

청자퇴화모란문주자와
승반



<그림 3.2.84>

청자칠채삼엽문매병



<그림 3.2.85>

청자동채연판문주자

- 상감 : 상감기법은 무늬의 음각선에 백토나 자토를 넣어 유약을 씌워 번조한 것이다(그림 3.2.86~그림 3.2.95).



<그림 3.2.86>

청자상감

동채포도동자문주자



<그림 3.2.87>

백자상감모란문병



<그림 3.2.88>

청자상감퇴화초화문표형
주자와 승반



<그림 3.2.89>

청자상감

보란당초문표형주자



<그림 3.2.90>

청자상감국화당초문대접



<그림 3.2.91>

청자상감운학문매병



<그림 3.2.92>

분청상감연화무늬병편



<그림 3.2.93>

분청상감용무늬항아리



<그림 3.2.94>

분청상감

연벼들무늬덕천명항아리



<그림 3.2.95>

분청상감모란당초무늬합

- 표면장식 : 성형을 한 후에 기물의 표현을 장식하는 것으로 주로 조각도에 의한 조각 기법이다. 이러한 조각기법에는 상감, 투각, 음각, 양각, 인화문기법의 기법이 있는데 주로 꽃이나 나무, 새, 짐승, 구름 등의 문양을 새겨 넣는다(그림 3.2.96~그림 3.2.106).



<그림 3.2.96>
남녀인물상



<그림 3.2.97>
고배뚜껑



<그림 3.2.98>
집모양토기



<그림 3.2.99>
토우장식항아리



<그림 3.2.100>
토우장식고배뚜껑



<그림 3.2.101>
옹배기



<그림 3.2.102>
물두명



<그림 3.2.103>
옥두



<그림 3.2.104>
청자음각연화당초문매병



<그림 3.2.105>
청자양각위로수금문정병



<그림 3.2.106>
청자양각죽절문병

- 입체장식 : 성형을 한 후에 기물의 표면에 점토를 붙여가며 제작하는 기법이다(그림 3.2.107~그림 3.2.112).



<그림 3.2.107>
기마인물형토기



<그림 3.2.108>
기마인물형토기



<그림 3.2.109>
신구형토기



<그림 3.2.110>
짚신모양토기



<그림 3.2.111>
사슴장식 항아리



<그림 3.2.112>
청자투각당초문화장상자

- 기타 : 위의 내용 이외에 표면 위에 그림을 그리거나 금분으로 장식한 것은 기타로 나뉘어 정리하였다(그림 3.2.113~그림 3.2.115).



<그림 3.2.113>
분청인화국화무늬병



<그림 3.2.114>
분청인화
국화무늬합뚜껑편



<그림 3.2.115>
청자상감
금채수하원문편호편

제 3 절 석재

한국에는 전국에 걸쳐 순백 양질의 화강석이 대량으로 분포되어 일찍부터 석조 기술이 발달하였고 예술의 주된 소재였던 불교 미술도 석재를 중심으로 발달하였다. 또 비단 불상뿐만 아니라 석탑이나 석등, 석비, 석교, 석조(石槽), 석수(石獸) 및 민속공예전반에 걸쳐 사용되었다.

일상용품은 파고 새기기 쉬우며 때로는 불에 강해야 하기 때문에 곱돌이 많이 사용되었고, 문방용품 중 벼루는 연석이라는 석재로 사용되며 장신구는 옥이나 수정 및 기타 보석으로 깍고 악기 역시 특수한 석재로 사용된다. 또 섬세한 세공을 요하지 않는 시설물이나 신앙물은 화강석을 널리 사용한다. 거칠게 쓰이는 민구도 화강석으로 만들었으나 다듬잇돌, 슷돌, 도가니 등은 그 용도상 특성에 따라 각기 돌을 달리 한다.

석재의 성형방법에는 다듬기, 조각, 적석 및 기타로 나누었고, 표면장식에는 표면조각, 입체조각, 칠 및 기타로 분류하였다.

1. 성형방법

- 다듬기 : 매만져서 맵시를 내다라는 뜻과 땅바닥을 고르게 만들다는 의미에서 유추된것으로 석재의 표면을 고르게 성형하는 방법이다. 석재를 마모시키거나 재단하여 원하는 형태로 만든 석물이 이에 해당한다 (그림 3.3.1~그림 3.3.11).



<그림 3.3.1>
맷돌



<그림 3.3.2>
벼루



<그림 3.3.3>
선암사 석연지



<그림 3.3.4>
곱돌세발화로



<그림 3.3.5>
곱돌자석함



<그림 3.3.6>
세솟대야



<그림 3.3.7>
곱돌사각화로



<그림 3.3.8>
곱돌화로



<그림 3.3.9>
화돌

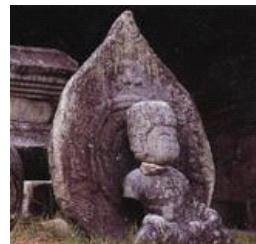


<그림 3.3.10> 떡돌



<그림 3.3.11> 초석

• 조각 : 물체의 표면을 가공하는 원시적인 방법이었으나 도구를 개발한 이후에 가장 일반적으로 쓰이는 표형방법이 되었다. 각종 조각도나 수공구, 동력공구를 사용하여 재질의 변화와 표면의 요철을 만들어 물체의 표면을 나타내는 것이다. 여기서는 물체의 형상을 전부 두드러지게 새기는 조각법인 환조를 지칭한다(그림 3.3.12~그림 3.3.21).



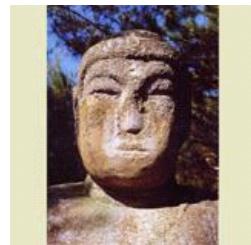
<그림 3.3.12>
현묘탑비부도



<그림 3.3.13>
용조각



<그림 3.3.14>



<그림 3.3.15> 여래좌상



<그림 3.3.16> 보살좌상



<그림 3.3.17> 석등



<그림 3.3.18> 석불상



<그림 3.3.19> 석함

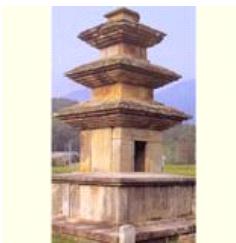


<그림 3.3.20> 장명등



<그림 3.3.21> 남근석

• 적석 : 돌을 쌓는 것으로 자연그대로를 이용하거나 재단하거나, 판석을 이용하여 쌓는 방법이며 주로 서낭당의 돌무더기, 담장, 텁 등을 세울 때 사용되는 방법이며 자연석을 그대로 쌓기도 하며 규칙적인 모양으로 가공하여 쌓기도 한다. 자연석을 그대로 쌓는 경우는 배열이 불규칙적이며 천연재료 자체의 질감이 드러나며 규칙적인 모양으로 재단한 경우는 보다 매끄러운 표면질감을 지닌다(그림 3.3.22~그림 3.3.34).



<그림 3.3.22> 3층석탑



<그림 3.3.23> 석탑



<그림 3.3.24> 석탑기단



<그림 3.3.25>
미륵사지 석탑



<그림 3.3.26>
원효암길



<그림 3.3.27>
신탑



<그림 3.3.28>
석탑 옥개석



<그림 3.3.29>
여래입상



<그림 3.3.30>
안동하회마을
북촌택기단



<그림 3.3.31>
돌무더기 서낭당



<그림 3.3.32>
무덤주의 돌담



<그림 3.3.33>
금산봉수대



<그림 3.3.34> 석빙고

• 기타 : 위의 내용 외에 아무런 처리를 하지 않은 고인돌과 같은 석물이나 장신구 세공에 이용된 옥돌 등을 기타로 분류하였다. 고인돌이나 자연 암반 등의 질감은 가장 거칠게 나타나며 옥은 정교한 세공과정을 거치므로 아주 매끄러운 표면을 지닌다(그림 3.3.35~그림 3.3.42).



<그림 3.3.35> 고인돌



<그림 3.3.36>마애불알터



<그림 3.3.37> 영조옥인



<그림 3.3.38>
멸잠



<그림 3.3.39>
유리구슬 목걸이



<그림 3.3.40>
커트 귀갑문 유리잔



<그림 3.3.41>
유리구슬 목걸이



<그림 3.3.42>
곡옥

2. 표면장식

- 표면조각 : 양각, 음각, 투각이 있는데, 양각은 나타내고자 하는 형상을 볼록하게 새기는 방법이며 음각은 어떤 그림이나 글씨를 옴폭하게 파내어서 새기는 방법이다. 또 투각은 조각기법의 하나로서 재료를 뚫어서 조각하는 것으로 물체의 공간감을 살리고 문양의 사실감을 표현하는 방법이다(그림 3.3.43~그림 3.3.52).



<그림 3.3.43> 암각화



<그림 3.3.44> 암각화



<그림 3.3.45> 암각화



<그림 3.3.46> 석탑감실



<그림 3.3.47> 남산동면



<그림 3.3.48> 암각화



<그림 3.3.49>
골굴암 마애불



<그림 3.3.50>
아미타불상 석면



<그림 3.3.51> 계단석



<그림 3.3.52>
약사여래상

· 입체조각 : 석재의 표면 한 부분에 입체의 형상을 새기는 방법으로 부조가 이에 해당 한다. 부조란 조각의 한 기법으로 모양이나 형상을 도드라지게 뛰어 나와보이도록 한 조각의 방법으로 양각에 비하여 보다 입체감을 느끼게 하는 표면장식의 방법이다. 모두 평면을 배경으로 하여 한 면에 입체적인 상을 새기는 것이며 재료의 소재자체가 지닌 색채가 그대로 노출되며 성형한 석재보다는 부드러운 질감으로 나타난다(그림 3.3.53~그림 3.3.62).



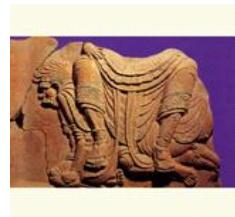
<그림 3.3.53>
안동 신세동 7층
석탑기단



<그림 3.3.54>
안동 동부동 5층전탑의
2층탑신



<그림 3.3.55>
안동 조탁동 5층전탑
감실



<그림 3.3.56>
사천황사지 출토
신장상전



<그림 3.3.57>
원종대사의 부도탑



<그림 3.3.58>
석굴암 문수보살상



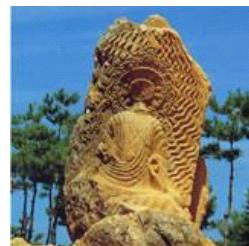
<그림 3.3.59>
경천사 10층 석탑



<그림 3.3.60>



<그림 3.3.61> 석굴암
십일면 관음보살상



<그림 3.3.62>
예산 화전리 사면 석불
남면 불좌상

제 4 절 지재

종이를 이용하여 기물을 만들거나 장식하는 기예 및 그 제품을 총칭하여 지공예라고 하는데, 이는 장, 농, 함, 방석과 같은 가정용품과 표주박, 화살통과 같은 휴대품, 지의, 갓모 등의 복식류, 지화, 연화와 같은 연희·의례용품 전반에 고루 이용되었다. 지공예품은 종류가 다양하여 만든 시기를 일괄하여 언급할 수 없다.

지공예품은 가볍고 질기며 깨지지도 않고 휴지나 파지로 누구나 쉽게 제작할 수 있어 조선시대에는 서민계층에 널리 유행되었다. 이와 같은 종이는 제작자의 의도에 따라 각종 용도에 맞는 다양한 형태의 기형을 이룰 수 있는 장점을 지녔다.

전통시대의 종이조형기법은 크게 종이에 그림을 그리거나 기름바르기, 종이오려붙이기, 종이꽃 만들기, 종이끈 꼬아 엮기 및 종이풀로 형태뜨기 등이 있다. 이들 기법간에는 서로 겹치는 부분이 있기 때문에 명쾌하게 구분하기는 어렵다. 즉, 어떤 종이 작업이든 색지를 이용하고 풀을 바르며 기름칠을 하여 완성하기 때문이다.

지(紙)재의 성형방법은 제지, 지승, 지호, 지장으로 구분하였으며, 표면장식으로는 오색전지, 장지, 양각전지, 기타로 나누어 정리하였다.

1. 성형방법

· 제지 : 우리 원료의 특성에 맞는 섬유를 두들기는 제지법(製紙法)을 통해 두껍고 질기다. 전통 초지 방법인 훌립뜨기방식으로 떠서 합지하여 만든 한지로 질기고 강한 특성을 갖고 있는 전통 외발지, 순수한 닥을 사용하여 합지로 만든 한지로 두껍고 질긴 특성을 갖고 있는 장지, 단섬유를 사용하여 만든 종이로 발룩과 번짐이 좋아 서화용으로 사용되는 종이인 화선지, 순수한 닥만을 사용하여 만든 한지로 예로부터 서화용지로 사용되어 온 순지, 태를 넣어 만든 한지로서 간지나 고급 포장용지로 사용하는 태지, 닥껍질이나 표백하지 않은 섬유를 넣어 만든 종이로 독특한 질감을 갖고 있는 피지 등이 있다(그림 3.4.1~그림 3.4.6).



<그림 3.4.1>
전통외발지



<그림 3.4.2>
장지



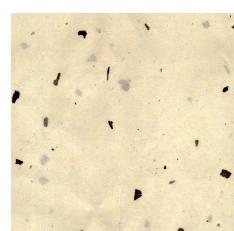
<그림 3.4.3>
화선지



<그림 3.4.4>
순지



<그림 3.4.5>
태지



<그림 3.4.6>
피지

• 지승 : 지승공예는 종이를 꼬고 그것을 엮어서 만든 것을 말하는 것이다. 무늬는 엮는 방법에 따라 모양이 달라지는데 색지나 검은 물을 들인 종이를 함께 넣어 엮기도 한다. 또한 무늬 뿐만아니라 외형에도 다양한 변화를 주어 갖가지 형태를 만들어 낸다. 마무리를 할 때에는 기름을 먹이거나 칠 또는 채색을 하기도 한다.(그림 3.4.7~그림 3.4.16).



<그림 3.4.7>
씨앗그릇



<그림 3.4.8>
지승 끈



<그림 3.4.9>
방석



<그림 3.4.10>
광주리



<그림 3.4.11>
호리병



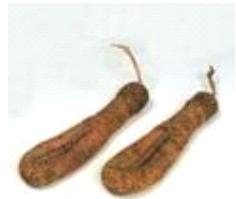
<그림 3.4.12>
망태기



<그림 3.4.13>
지승바구니



<그림 3.4.14>
장기알 주머니



<그림 3.4.15>
지승 신골



<그림 3.4.16>
제기

• 지호 : 종이를 잘게 찢어 물에 불린 뒤 물과 섞어 일정한 틀에 부어 넣거나 덧붙여 이겨 만드는 기법을 지호기법이라 한다. 이렇게 만든 기물은 말린 후에 종이를 덧바르고 기름을 먹이거나 칠을 하여 완성한다(그림 3.4.17~그림 3.4.20).



<그림 3.4.17>
종이가면



<그림 3.4.18>
대야



<그림 3.4.19>
효주박



<그림 3.4.20>
씨앗통

· 지장 : 종이를 여러겹 빌라서 두터운 종이인 후지를 만들어 그릇 형태를 이루고 그 표면에 기름을 칠하거나 옻칠을 올려 완성하는 방법과 대 또는 나무판재로 골격이나 기형을 만든 다음 그 안팎에 종이를 두세겹 빌라서 기물형태를 이루는 방법이 있다(그림 3.4.21~그림 3.4.48).



<그림 3.4.21>
부체



<그림 3.4.22>
화접대원선



<그림 3.4.23>
색실상자



<그림 3.4.24>
예물상자



<그림 3.4.25>
반진고리



<그림 3.4.26>
빗접



<그림 3.4.27>
직각원형상자



<그림 3.4.28>
동구리



<그림 3.4.29>
조족등



<그림 3.4.30>
무당투구



<그림 3.4.31>
서류지갑



<그림 3.4.32>
지갓



<그림 3.4.33>
지신



<그림 3.4.34>
서류함



<그림 3.4.35>
이충농



<그림 3.4.36>
직사각삼합상자



<그림 3.4.37>
갓집



<그림 3.4.38>
의결이장



<그림 3.4.39>
안경집



<그림 3.4.40>
채독(지독)



<그림 3.4.41>
실침



<그림 3.4.42>
관복함



<그림 3.4.43>
지통



<그림 3.4.44>
이층농



<그림 3.4.45>
붓통



<그림 3.4.46>
반단이



<그림 3.4.47>
웃함



<그림 3.4.48>
서류함

2. 표면장식

- 오색전지 : 여러 가지 색지를 오려서 무늬를 만들고 기물에 장식하는 방법이다(그림 3.4.49~그림 3.4.57).



<그림 3.4.49>
화접대원선



<그림 3.4.50>
색실상자



<그림 3.4.51>
부채



<그림 3.4.52>
예물상자



<그림 3.4.53>
반진고리



<그림 3.4.54>
빗접



<그림 3.4.55>
직각원형상자



<그림 3.4.56>
이층농



<그림 3.4.57>
직사각삼합상자

- 장지 : 기물에 한지를 두세겹 바른 뒤 검정색의 두꺼운 장지나 누른색의 장지를 바른다. 그 바탕에 옻칠이나 콩댐으로 마감하는데 이때 대개는 무늬를 붙이지 않는다(그림 3.4.58~그림 3.4.65).



<그림 3.4.58>
무당투구



<그림 3.4.59>
지신



<그림 3.4.60>
서류함



<그림 3.4.61>
안경집



<그림 3.4.62>
채독(지독)



<그림 3.4.63>
실첩



<그림 3.4.64>
관복함



<그림 3.4.65>
지통

- 양각전지 : 합지된 한지와 나무판재로 뼈대를 만들어 골격을 짜 주었으며 기물의 표면에 두세 겹의 한지를 붙인 뒤 약 1밀리미터 두께의 종이로 무늬를 오려 붙이고 그 위에 주로 짙은 색상의 한지를 붙이는 방법으로 요철부분이 뚜렷하게 처리되어 작품의 무늬가 처리된다(그림 3.4.66~그림 3.4.71).



<그림 3.4.66>
조족등



<그림 3.4.67>
이충농



<그림 3.4.68>
붓통



<그림 3.4.69>
반닫이



<그림 3.4.70>
옷함



<그림 3.4.71>
서류함

· 기타 : 위의 내용 이외의 표면장식은 기타로 정리하였다
(그림 3.4.72~그림 3.4.73).



<그림 3.4.72> 갓집



<그림 3.4.73> 의결이장

제 5 절 목재

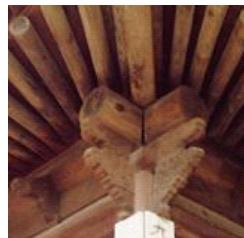
목재 성형방법은 짜맞추기, 구부리기, 깎기로 구분하였으며, 표면장식으로는 칠, 나전, 화각, 낙죽, 표면조각(양각, 음각, 투각)으로 나누어 정리하였다.

1. 성형방법

- 짜맞추기 : 짜임새나 이음새라고도 하는 기법으로 우리나라 주택의 가구법(架構法)에 사용되는 과학적이며 정밀한 공정을 말한다. 판재의 짜임새로는 사개짜임, 맞짜임, 연귀짜임의 방법등이 있다(그림 3.5.1~그림 3.5.10).



<그림 3.5.1>
한독의 기둥머리



<그림 3.5.2>
한옥의 지붕



<그림 3.5.3>
한옥의 천장



<그림 3.5.4> 축



<그림 3.5.5> 팔돌주



<그림 3.5.6> 약틀



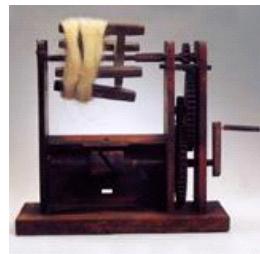
<그림 3.5.7> 기름틀



<그림 3.5.8> 목조등걸이



<그림 3.5.9> 국수틀



<그림 3.5.10> 물레

• 구부리기 : 곡목(曲木)기법이라고도 하며 곡면의 부재를 얻기 위해서는 적층 목이나 판재를 띠톱으로 켜는 것과 목재를 물속에 담가두었다가 조임쇠를 이용하여 휘거나 생재(生材)의 결에 따라 성형틀에 넣어 등기처리를 하면서 휘 가공을 하는 방법이 있다(그림 3.5.11~그림 3.5.20).



<그림 3.5.11> 도시락



<그림 3.5.12> 자수통



<그림 3.5.13>
두루마리고비



<그림 3.5.14> 알둥우리



<그림 3.5.15> 썰매



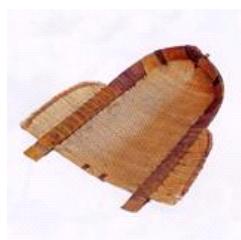
<그림 3.3.16> 황



<그림 3.5.17>
어구용바구니



<그림 3.5.18>
벼들마구니



<그림 3.5.19> 키



<그림 3.5.20>

• 깍기(조각) : 목재에서 물체의 표면을 가공하는 원시적인 최초의 방법으로 나무로 도구와 무기를 만들어 사용한 이래로 가장 일반적인 표현법이다. 각종 조각도와 수공구, 동력공구를 사용하여 재질의 변화와 표면의 요철을 만들어 물체의 표정을 나타내는 것이다(그림 3.5.21~그림 3.5.30).



<그림 3.5.21> 기러기



<그림 3.5.22> 빗장걸이



<그림 3.5.23> 빗장



<그림 3.5.24> 동자상



<그림 3.5.25> 봉황두



<그림 3.5.26> 나막신



<그림 3.5.27>
나무김치독



<그림 3.5.28>
대항지



<그림 3.5.29> 국자



<그림 3.5.30> 먹통

2. 표면장식

· 칠 : 광범위한 의미에서 목공예의 표면 도장용 칠을 모두 통칭하며 조선칠이라는 용어를 사용하기도 한다. 칠이라는 말은 옻칠 그 자체와 모든 도장(塗裝)의 의미를 함께 지닌다. 분명히 칠(漆)자는 ‘옻칠’이며 그 의미가 확대되어 칠이라 하면 곧 옻칠을 연상하게 되었다. 다시 말해 옻칠이 모든 도장을 포함할 만큼 대표적인 칠임을 말하는 것이나, 본 연구에서는 보다 세부적으로 주칠(朱漆), 흑칠(黑漆), 황칠(黃漆)로 나누어 찾아보았다. 금부는 금판을 얇게 만들어 표면에 붙여 장식하는 것으로 금칠과는 다르며 주로 불상에 많이 사용되었고 여기에서는 칠의 범위에 포함하여 분류하였다(그림 3.5.31~그림 3.5.40).



<그림 3.5.31>
단청



<그림 3.5.32>
총초문의 걸이장



<그림 3.5.33>
지장책장



<그림 3.5.34> 금박우지촉



<그림 3.5.35> 서류함



<그림 3.5.36> 빗집



<그림 3.5.37> 서류함



<그림 3.5.38> 광대상



<그림 3.5.39> 아미타상



<그림 3.5.40>
목각불탱

· 나전 : 칠공예의 한 장식기법이다. ‘전(錫)’이 금속판을 새겨넣은 꾸밈을 의미 하듯이 나전은 얇게 갈아낸 패각을 어떤 형태의 무늬 모양대로 오려내어 기물의 표면에 감입(嵌入)시켜 꾸미는 것을 통칭한다. 따라서 패각 만이 아니라 대모(玳瑁), 상아(象牙), 호박(琥珀), 보석(寶石), 따위를 새겨넣어 장식하는 것도 넓은 의미에서 나전이라 일컫는다. 다만 금판이나 은판을 오려붙인 것은 평탈이라 한다. 나전의 기법에는 나무바탕을 직접 새겨 상감한 감입기법과 전복껍질을 깨서 넓은 판재를 만들어 문양을 만드는 타발법이 있다(그림 3.5.41~그림 3.5.50).



<그림 3.5.41> 연갑



<그림 3.5.42> 나전함지



<그림 3.5.43> 경대



<그림 3.5.44> 반진고리



<그림 3.5.45> 나전함



<그림 3.5.46> 나전상자



<그림 3.5.47> 나전상자



<그림 3.5.48>
주칠나전삼층농



<그림 3.5.49>
주칠나전2층농



<그림 3.5.50>
자개 2층농

• 화각 : 목기세공품을 곱게 외장하기 위하여 채화(彩畫)된 쇠뿔의 박판(薄板)을 가지고 목기의 표면을 감싼 것을 말한다. 다시말해 쇠뿔의 맑은 부분을 펴서 투명한 종이장처럼 깍은 뒤 거기에다 오채(五彩)의 그림이나 무늬를 그려넣어 나무위에 부착시킴으로서 목기를 매우 화려하게 꾸미는 기법이다. 이런 화려함 때문에 화 각은 베갯모와 빗, 실패, 바느질자, 부채 등에 흔히 이용되고 소형의 함, 농, 경대와 같은 여성 용품에 한하여 만든다(그림 3.5.51~그림 3.5.60).



<그림 3.5.51>
화각함



<그림 3.5.52>
화각필통



<그림 3.5.53>
화각반진고리



<그림 3.5.54> 배겟모



<그림 3.5.55> 화각함



<그림 3.5.56> 화각함



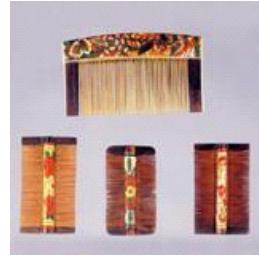
<그림 3.5.57>
화각 4층농



<그림 3.5.58>
화각머리장



<그림 3.5.59>
화각 3층장



<그림 3.5.60>
벗

• 낙죽 : 죽공예의 기법 중의 하나로 인두로 지지거나 불에 그을려 그림이나 글씨를 쓰는 방법을 말한다. 대개 대나무를 잘게 빼개어 목물 백골(白骨)위에 죽장(竹裝)하고 그 표면을 인두로 지져서 무늬를 올리기도 한다(그림 3.5.61~그림 3.5.70).



<그림 3.5.61> 3층책장



<그림 3.5.62> 봇통



<그림 3.5.63> 봇통



<그림 3.5.64> 봇통



<그림 3.5.65> 고비



<그림 3.5.66> 부채



<그림 3.5.67> 봇통



<그림 3.5.68> 향통



<그림 3.5.69> 필통



<그림 3.5.70> 실폐

• 표면조각 : 표면조각에는 양각, 음각, 투각이 있는데 양각은 표면에 장식이 되는 주제를 놓아 두고 조각해 들어가는 기법이고 음각은 표면에 원칼(둥근칼), 삼각칼, 창칼을 사용해서 자신이 하고자 하는 도안의 선을 따라서 조각하는 기법이다. 투각은 조각기법의 연장으로서 목재의 판을 짚어서 조각하는 것으로 물체의 공간감을 살리고 문양의 사실감을 표현하는 표현법이다(그림 3.5.7~그림 3.5.80).



<그림 3.5.71> 연상



<그림 3.5.72> 갓집



<그림 3.5.73> 해주반



<그림 3.5.74> 상여머리핀



<그림 3.5.75> 윤장대



<그림 3.5.76> 고비



<그림 3.5.77> 필통



<그림 3.5.78> 다식판



<그림 3.5.79> 다식판



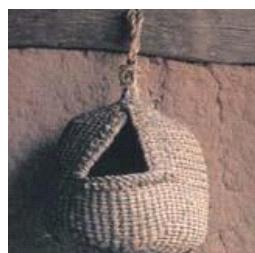
<그림 3.5.80> 떡살

제 6 절 초재

초재의 성형방법은 엮기, 꼬기, 꼬아엮기로 구분하였으며, 표면장식은 염색(채색)으로 정리하였다.

1. 성형방법

- 엮기 : 새끼, 실노끈 따위로 이리저리 여러 가닥을 어긋매겨 묶거나 물건을 얼기설기 맞추어 매어 형태를 만드는 방법이다.
- 꼬아엮기 : 2가닥, 3가닥, 여러 가닥을 한 줄이 되게 비벼 꼬아 길게 이어진 새끼 따위를 어긋매겨 맞추어 매어 형태를 만드는 방법이다
(그림 3.6.1~그림 3.6.19).



<그림 3.6.1>
계란바구니



<그림 3.6.2>
계란바구니



<그림 3.6.3>
계란 바구니



<그림 3.6.4>
방석



<그림 3.6.5>
신골



<그림 3.6.6>
멱둥구미



<그림 3.6.7>

종다래끼



<그림 3.6.8>

종다래끼



<그림 3.6.9>

종다래끼



<그림 3.6.10>

멱서리



<그림 3.6.11>

삼태기



<그림 3.6.12>

씨오쟁이



<그림 3.6.13>

씨오쟁이



<그림 3.6.14>

터줏가리



<그림 3.6.15>

초가지붕



<그림 3.6.16>
두엄간 올



<그림 3.6.17>
주저리



<그림 3.6.18>
메주끈



<그림 3.6.19>
무주고훈의 집

· 채상 : 질 좋은 대나무를 쪼개어 가늘고 매끄럽게 다듬어서 이것을 엮어서 형태를 만드는 방법이다. 바구니의 재료로 쓰기에는 1-2년 생은 재질이 약하여 적당치 않고 보통 3-4년 생을 사용한다
(그림 3.6.20~그림 3.6.31).



<그림 3.6.20>
뎅뎅이 바구니



<그림 3.6.21>
뎅뎅이 바구니



<그림 3.6.22>
뎅뎅이 바구니



<그림 3.6.23>
싸리 바구니



<그림 3.6.24>
싸리다래끼



<그림 3.6.25>
바구니



<그림 3.6.26>
쇠짚신



<그림 3.6.27>
어구용바구니



<그림 3.6.28>
대바구니



<그림 3.6.29>
채상



<그림 3.6.30>
대수저통



<그림 3.6.31>
밥 바구니

2. 표면 장식

· 염색(채색) : 보릿짚, 밀짚, 대나무 등에 곱게 물을 들여 장식하는 방법이다. 보릿짚 등에 물을 들일 때는 염기성물감을 쓴다. 따뜻한 물에 물감을 타고 재료를 넣은 다음 잘 저어가며 끓인다. 염기성염료는 오래 끓일수록 빛이 바래지 않으므로 20-30분 충분히 끓인다. 다 끓으면 맑은 물에 행구어 그늘에서 말린다. 말린 보릿대 등은

봉지나 바구니에 담아두고 작업할 때마다 조금씩 꺼내 쓴다. 작업하려면 시작하기 약5분전에 물에 담궈 놓는다. 마른 채 다루면 부서지거나 갈라지기 쉽기 때문이다(그림 3.6.32~그림 3.6.43).



<그림 3.6.32>
고운신



<그림 3.6.33>
멧방석



<그림 3.6.34>
멱동구미



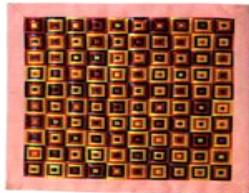
<그림 3.6.35>
멱동구미



<그림 3.6.36>
바구니



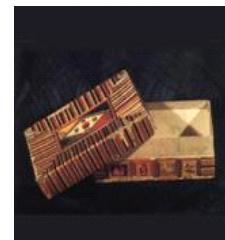
<그림 3.6.37>
바구니



<그림 3.6.38>
보릿대 조각장식 밥상보



<그림 3.6.39>
보릿대 부채



<그림 3.6.40>
보릿대 조각장식 상자



<그림 3.6.41>
보릿대 조각장식
베갯모



<그림 3.6.42>
보릿대 조각장식
인두판



<그림 3.6.43>
보릿대 조각장식
실페

제 7 절 섬유재

섬유재의 성형방법은 제직, 부직, 매듭으로 구분하였으며, 표면장식으로는 자수, 누비, 금박, 이어붙이기, 염색 등으로 나누었다.

1. 성형방법

- 제직 : 직기를 써서 옷감을 만드는 방법으로, 경사에 대하여 직각으로 위사를 일정한 규칙에 따라 경사 하나 또는 몇 개마다 위아래로 교차시켜서 만드는 것을 말한다.

전통직물의 제직방법은 평직, 사직, 여직, 능직, 주자직, 금직 등이다. 평직은 가장 간단한 조직으로 경사 한가닥이 같은 한가닥의 위사 위 아래에 매회 걸쳐지면서 만들어진다. 사직은 반대방향으로 서로 꼬이는 두 가닥의 경사 사이로 위사가 교차하면서 만들어지는 조직이며, 능직은 경사 또는 위사가 계속해서 두 올 또는 그 이상의 올과 위아래로 교차되어 이루어지는 조직이다. 주자직은 교차점이 가장 적고 연속되지 않도록 경사 또는 위사의 한 부분이 주로 표면에 나오도록 설계 된 것이며, 금직은 색사 또는 금은사를 사용하여 주자직으로 제직한 것이다. 직물로는 주로 평직으로 직조되는 베·모시·무명, 그리고 주(紬: 명주)가 있으며, 사직의 사(紗)·라(羅), 능직·주자직의 능(綾)·단(緞), 금직의 금(錦)이 있다(그림 3.7.1~3.7.45).



<그림 3.7.1>
싸개



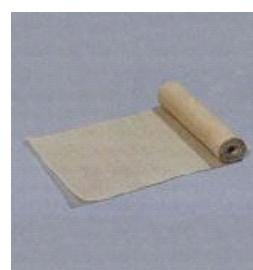
<그림 3.7.2>
단령



<그림 3.7.3>
백저포



<그림 3.7.4>
백사모



<그림 3.7.5>
구승포



<그림 3.7.6>
반침보



<그림 3.7.7>
소창의



<그림 3.7.8>
백립



<그림 3.7.9>
적삼



<그림 3.7.10>
바지



<그림 3.7.11>
구종복



<그림 3.7.12>
흑색무명치마



<그림 3.7.13>
솜버선



<그림 3.7.14>
5세 무명



<그림 3.7.15>
분홍 솜저고리



<그림 3.7.16>
배냇저고리



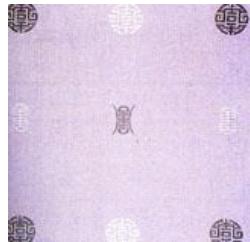
<그림 3.7.17>
속속곳



<그림 3.7.18>
명주직물



<그림 3.7.19>
문주



<그림 3.7.20>
문주



<그림 3.7.21>
지고리



<그림 3.7.22>
단령



<그림 3.7.23>
단령



<그림 3.7.24>
칠릭



<그림 3.7.25>
문라



<그림 3.7.26>
치마



<그림 3.7.27>
청의



<그림 3.7.28>
자작용포



<그림 3.7.29>
연구숙고사



<그림 3.7.30>
당의



<그림 3.7.31>
생고사



<그림 3.7.32>
구군복



<그림 3.7.33>
옥색저고리



<그림 3.7.34>
도포



<그림 3.7.35>
배자



<그림 3.7.36>
보본단



<그림 3.7.37>
운문단



<그림 3.7.38>
도류불수단



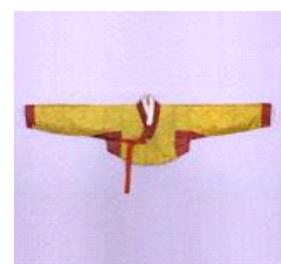
<그림 3.7.39>
마고자



<그림 3.7.40>
남바위



<그림 3.7.41>
문릉



<그림 3.7.42>
삼회장저고리



<그림 3.7.43>
금



<그림 3.7.44>
금



<그림 3.7.45>
직금초록원삼

• 부직 : 섬유로 짧은 web을 만들고 이 web상태의 섬유를 접착제 또는 열융착 기계적 방식으로 접착시킨 것을 말한다. 전통적으로 양모나 기타 동물 털을 이용한 축융포가 이러한 방법에 의한 직물이다(그림 3.7.46~그림 3.7.48).



<그림 3.7.46>
백전립



<그림 3.7.47>
전립



<그림 3.7.48>
홍전립

• 매듭 : 끈을 소재로 하여 그 끝을 여러 가지 모양으로 맷어 죄는 수법의 일종으로 주로 궁중 의상이나 노리개, 주머니끈 등에 광범위하게 사용되었다. 한 올의 끈목을 반으로 접어 중심을 잡고 두 손끝으로 두 가닥의 끈을 순서대로 엮어서 조이는데 완성된 것의 앞, 뒷면은 모양이 같고 중심에서 시작하여 중심에서 끝나게 되어있다. 종류로는 대차매듭, 소차매듭, 나비매듭, 별매듭, 매화매듭, 생쪽매듭, 딸기매듭 등이 있다(그림 3.7.49~그림 3.7.56).



<그림 3.7.49>
줄향노리개



<그림 3.7.50>
박쥐삼작노리개



<그림 3.7.51>
인모왕 번



<그림 3.7.52>
대봉유소



<그림 3.7.53>
화약통



<그림 3.7.54>
아얌



<그림 3.7.55>
복주머니



<그림 3.7.56>
오작노리개

2. 표면장식

- 자수 : 바탕천에 여러 색실로 무늬를 나타내는 조형활동으로 전통자수기법은 실을 꼬아 만든 꼰사를 이용하여 청·적·황등 원색 중심으로 배색되어졌는데, 조금 거치나 소박하고 중후한 멋을 나타내며, 면의 둘레는 다른 색을 사용하여 화려한 느낌을 나타내기도 한다. 수놓는 방법은 선을 잇는 수, 면을 메우는 수, 무늬를 나타내는 수 등이 있다 (그림 3.7.57~그림 3.7.63).



<그림 3.7.57>

쌍호흉배



<그림 3.7.58>

활찌



<그림 3.7.59>

궁중 약주머니



<그림 3.7.60>

활옷



<그림 3.7.61>

수배 갯모



<그림 3.7.62>

자수백수백복도병풍



<그림 3.7.63>

안경집

- 누비 : 옷감의 겉과 안 사이에 솜을 넣고 함께 흠질하여 맞붙인 바느질법이다. 누비는 방법은 흠질로 평행, 직선 등으로 누비는데 누비는 넓이와 솜의 두께에 따라 중누비, 세누비, 잔누비, 납작누비로 구분된다(그림 3.7.64~그림 3.7.68).



<그림 3.7.64>
쌈지



<그림 3.7.65>
저고리



<그림 3.7.66>
두령치마



<그림 3.7.67>
창의



<그림 3.7.68>
누비토시

• 금박 : 금가루나 금종이를 사용하여 의복이나 장식품에 문양을 짹는 것으로 부금이라고도 한다. 주로 조선시대 궁중예복에 여러 가지 문양을 금색으로 짹어서 입었다. 일반에서는 혼례때 머리에 장식하는 도투락댕기와 뒷댕기에 금박을 하여 화려하게 하였다(그림 3.7.69~그림 3.7.73).



<그림 3.7.69>
금박 도투락댕기



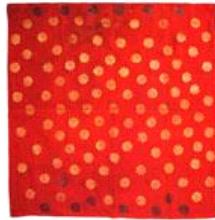
<그림 3.7.70>
복건



<그림 3.7.71>
스란치마



<그림 3.7.72>
금박당의



<그림 3.7.73>
금박보

• 이어붙이기 : 쓰다 남은 자투리나 작은 조각천 들을 하나하나 바느질로 이어 붙이는 방법으로 주로 보자기에 많이 이용되고 그 외 배갯모나 골무, 의복용으로는 저고리의 앞섶, 색동(그림 3.7.14)이 이러한 이어 붙이기 방법으로 장식된 대표적인 예를 나타낸다. 조각보의 경우 만드는 방법에 따라 정사각형이나 이등변삼각형의 조각들을 질서정연하게 결합하여 패턴을 이루는 경우, 보자기 중앙의 네모꼴을 중심으로 퍼져나가듯 결합하는 방식, 일정크기의 원들이 똑같은 크기의 겹친 부분을 네 군데 만들도록 서로 겹치는 방식으로 만드는 것 등이 존재한다(그림 3.7.74~그림 3.7.85).



<그림 3.7.74>
가사



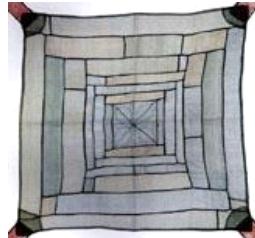
<그림 3.7.75>
가사



<그림 3.7.76>
상보



<그림 3.7.77>
상보



<그림 3.7.78>
옷보



<그림 3.7.79>
상보



<그림 3.7.80>
노리개보



<그림 3.7.81>
색동 두루마기



<그림 3.7.82>
색동저고리



<그림 3.7.83>
초록원삼



<그림 3.7.84>
신부용 녹원삼



<그림 3.7.85>
활옷

· 염색 : 전통소재의 염색방법은 주로 침염에 의한 것으로 채회염, 힐염, 목판에 의한 인화염 등은 소수만이 보여진다. 주로 사용된 염료는 적색·자색 계의 홍화, 소목, 자초, 청색계의 남, 황색계의 황벽, 괴화, 갈색계의 상목, 갈매 등이다. 이중 갈염의 경우 감을 짓이겨 낸 즙으로 염색을 하는 것으로 통기성과 방수성이 좋은 특성을 나타낸다
(그림 3.7.86~그림 3.7.91).



<그림 3.7.86>
스란치마



<그림 3.7.87>
갈옷저고리



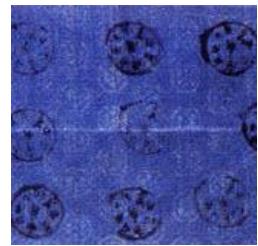
<그림 3.7.88>
갈옷



<그림 3.7.89>
난작운문단



<그림 3.7.90>
소단화문능

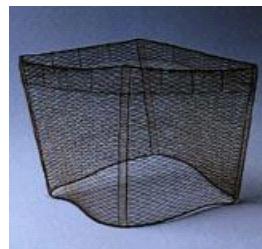


<그림 3.7.91>
팔각형화문능

· 기타 - 말총 : 갓에 주로 쓰인 말총은 가늘고 고운 것을 섬세하게 엮어 형태를 만든 후 그 위에 주로 흑칠을 하며 그 외 용도에 따라 붉은 옻칠을 하거나 흰색으로 사용하기도 한다
(그림 3.7.92~그림 3.7.94).



<그림 3.7.92>
흑립(갓)



<그림 3.7.93>
방건



<그림 3.7.94>
관

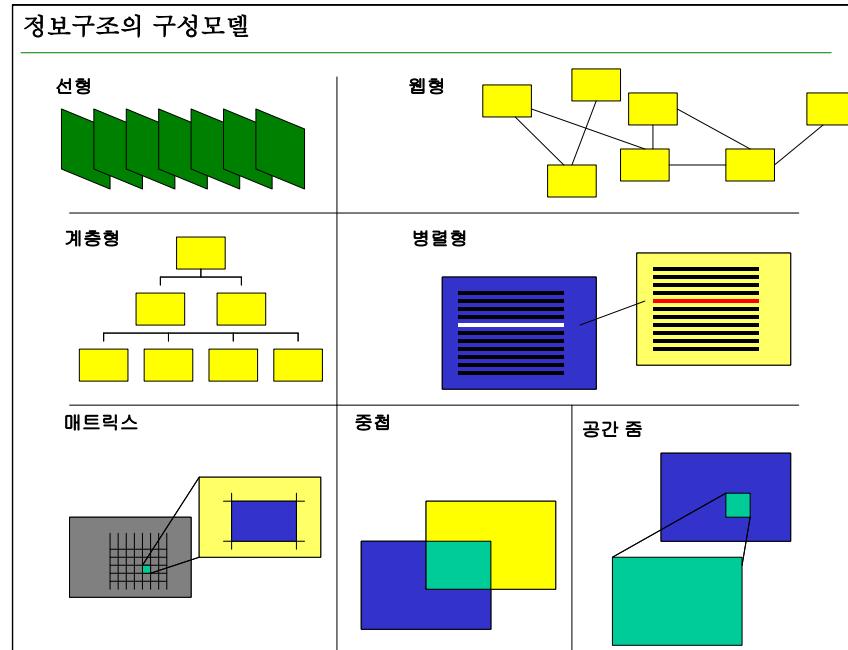
4. 데이터베이스 구성체계

제 4 장 데이터베이스 구성체계

본 연구에서 수집된 전통소재의 자료들이 문화상품 뿐 아니라 다양한 연구에 활용될 수 있도록 하기 위해 데이터베이스를 구성하였으며, 본 장에서는 정보구조의 구성모델, 분류방법 및 체계, 시스템과 프로그램, 화면 구성방법 등에 대해 다음과 같이 정리한다.

제 1 절 정보구조 구성모델

본 DB의 정보구조 구성은 웹형, 계층형, 병렬형, 매트릭스, 중첩, 공간줌의 모델을 복수로 사용하여 사용자 편의를 중점적으로 고려하여 인터페이스디자인을 했다. 일반적으로 정보구조 구성모델의 분류는 <그림 4.1.1>과 같다.



<그림 4.1.1> 정보구조의 구성모델

본 DB의 정보구조 구성은, 메뉴바가 각 화면마다 배치되어 있어 사용자가 어디서든지 다양한 구조체계로의 접근이 가능하도록 웹형의 형태를, Site map의 구조는 계층형의 형태를, 화면상 단어의 용어설명에서는 병렬형을, 첫 화면에서 전체의 구조체계를 파악하여 각 개체로의 접근이 용이하도록 매트릭스를, 사용자가 원하는 소재의 이미지를 찾아낼 수 있도록 전체보기의 항목을 첨가하여 팝업 윈도(Pop-up window)로 뜨게 하여 두 개의 윈도를 동시에 조작 가능하도록 중첩을, 각 개체마다 확대하여 자세하게 볼 수 있도록 팝업 윈도(Pop-up window)의 기능을 주어 공간감을 사용하였다.

또한 사용자가 기대하는 방향으로 나아갈 수 있도록 계획하고 구성하여, 디자이너와 일반 사용자와의 상호작용을 유도하는 효과적인 정보체널이 존재하도록 구성하였다.

제 2 절 자료의 분류방법 및 체계

DB의 분류체계는 전통소재의 분류를 소재별 표면처리방법을 중심으로 분류체계를 정하여 진행된 연구의 분류체계를 DB에도 그대로 적용하였다.

<표 4.2.1> 전통소재의 분류체계

1. 금속재	성형방법	판금, 단조, 주조, 기타
	표면장식	상감, 조각, 칠보, 기타
2. 토재	성형방법	손성형, 물레, 형틀, 기타
	표면장식	유약, 상감, 표면조각, 입체조각, 기타
3. 석재	성형방법	다듬기, 조각, 적석, 기타
	표면장식	표면조각, 입체조각, 칠, 기타
4. 종이재	성형방법	제지, 지승, 지호, 지장, 기타
	표면장식	오색전지, 장지, 양각전지, 기타
5. 목재	성형방법	짜맞추기, 구부리기, 깍기, 기타
	표면장식	칠, 나전, 화각, 낙죽, 표면조각, 기타
6. 초재	성형방법	엮기, 꼬아엮기, 짜기, 기타
	표면장식	염색, 기타
7. 섬유재	성형방법	제직, 부직, 기타-매듭
	표면장식	자수, 누비, 금박, 이어붙이기, 염색, 기타
8. 기타	혁류, 종자, 기타	

제 3 절 DB 시스템과 프로그램

1. 하드웨어 시스템 사양

DB 정리를 위해 하드웨어는 Windows NT 기반의 PC Server File System : 500 MByte 이상의 데이터 저장 공간이 필요하다.

2. 소프트 웨어 사양

DB 자료 정리를 위해 사용된 프로그램은 다음과 같다.

- System Software : NOS : Microsoft Windows NT Server 버전 4.0 이상
- WEB Server : Microsoft Internet Information Server 또는 ASP를 실행 시킬 수 있는 환경
- Database Server : Microsoft SQL Server 7.0 이상 또는 Oracle 7.3이상의 데이터베이스 서버, 데이터베이스 서버의 플랫폼은 상관 없음.
- Development Software : Microsoft Visual Interdev, 나도 웹 에디터, Macromedia Dreamweaver, Micorsoft Access Micorsoft Excel
- Image Development Software : Adobe Photoshop, Adobe Illustrator

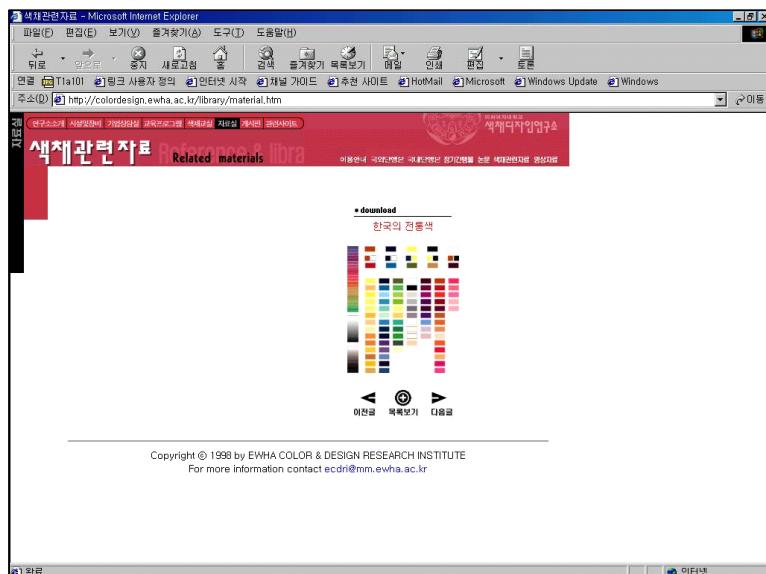
제 4 절 화면구성 방법

1. 이미지 구성 방법

화면의 전체적인 이미지를 결정하기 위해서는 연구주제 및 의도, 사용자의 환경 등을 고려하여 결정하여야 하며, 처음부터 끝까지 동일한 연상작용이 이루어지도록 하는 일관성과 지루하지 않도록 하는 흥미유발의 요소삽입이 필수적이라 여겨진다. 통합성과 공간감, 주변의 디자인 환경에 통합되도록, 화면의 스타일이나 전체적인 구성과 조화되어야 한다. 사용자의 편의에 맞추어 계획되어지는 인터페이스 디자인 (Interface design)의 기본원리는 제작자가 사용자의 편에서 계획하고, 구성체계를 결정하여야하며, 스타일의 일관성 유지, 기본적인 시각적인 시스템 구축 등이 요구된다. 본 연구에서는 사용자가 원하는 정보에 쉽고도 다양적으로 접근하기까지, 어떤 방법으로, 어떻게 가야 할지를 쉽고 단순하게 인식시키고자 하는 navigation 해결방법으로 menu, list, map 등을 사용하였다.

2. 색채 계획 방법

전통소재 데이터뱅크의 인터페이스디자인의 전체적 색채 계획은 본 연구의 주제와 부합될 수 있는 한국의 전통색을 찾아내어, 한국의 전통색에 어우러질 수 있는 현대적인 색채의 개발에 주력하였다. 한국 고유의 전통적인 색채란, 한국민족의 삶 속에 살아 있는 색으로 유백색, 황토색, 자주색, 남색, 옥색 등이 주류를 이루는 것으로 조사되었으므로(그림 4.4.1) 이러한 색을 화면구성의 기본 색으로 설정하였다.



<그림 4.4.1> 이화여자대학교의 색채디자인연구소의 색채관련자료(1998년)

3. 인터페이스 디자인을 위한 그래픽 화면구성요소

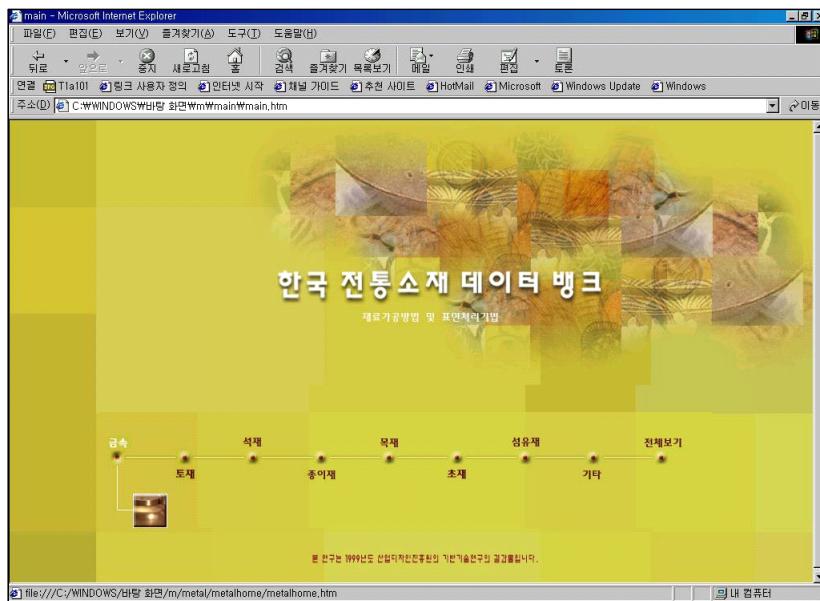
최소한의 노력으로 사용자가 원하는 목적에 도달하기 위해서는 시각적으로 체계적인 시스템의 구축이 요구되며, 그러기 위해서는 전체 연구내용의 이미지와 스타일의 일관성이 필수적이다. 본 연구에서는 전문 미술가 및 디자이너들을 위한 상품개발 및 한국적 이미지 연구의 토대로 사용되어질 것을 기대하여, 각 화면의 Layout과 Color의 통일성, 화면상의 각 주제별로 선택된 Color의 근거와 의도 등이 잘 표현될 수 있도록 구성되었다. 그러기 위하여 다음과 같은 내용을 감안하여 계획되고 구성되었다. 그래픽 화면구성을 위한 주안점은 다음과 같다.

- 메인 화면에서 사용되었던 각 주제들을 위한 이미지들을 구별해서 각 주제들의 색상을 그 주제 화면에 Key색상으로 사용한다.
- 컨텐츠 내용의 칼라는 채도가 낮은 배경에 약간의 한국적인 칼라를 첨가하는 정도의 방법을 사용하였다.
- 각 화면상의 Layout의 계획은 최소한의 마우스 클릭으로 선택되어지도록 위치와 면적의 정도를 조절하였다. 또한 사용자의 시선이 작업의 순서에 따라 유도할 수 있는 방향으로 계획하였다.
- 버튼의 위치를 일관된 방식의 레이아웃으로 구성하였으며, 때로는 키워드의 강조, 화면의 심미적 구성, 시각적 디자인의 측면과 동화상 크기에서의 재생 속도 등 기술적인 면도 고려하였다.
- 인지심리 및 색채학 등에서 연구된 결과를 주축으로 색채, 타이포그래피 (Typography), 레이아웃(Layout), 일러스트레이션(Illustration)등 기본적인 디자인적 요소를 연구내용과의 연관성을 고려하여 선택, 결정하였다.
- 사용된 문안의 일관성, 오브젝트간의 정렬방법 및 간격, 팝업윈도우 (Pop-up Window)의 위치 등을 서로 간의 연관성을 고려하여 배열하였다.
- 세부구조에서의 레이아웃은 정보의 중요성, 오브젝트의 사용빈도, 기능 버튼 등의 요소 등을 고려하여 레이아웃을 구성하였다.

화면의 레이아웃을 제작할 때, 위와 같은 요소들을 적절하게 조화시키고 합리적인 구성으로 통합하여 사용자에게 혼선을 주지 않고 쉽게 접근 할 수 있게 하느냐를 중요시하였으며, 심미적인 계획에만 치우치지 않도록 정확성, 신속성, 용이성, 편의성, 시각적 부가가치 증가 정도, 심미성, 정보품질의 다양성, 창의성, 독창성, 상품성 등을 고려하였다. 또한 적합한 기능과 기능들의 작동법의 파악, 정돈된 시각적 요소들의 효용성 고려로 작업시간이 신속하도록 계획하였다. 이 같은 시각적 요소의 선택으로 인터페이스 디자인(Interface design)의 계획에 따라 화면의 구성 요소들이 결정되었다.

4. 주요이미지 모음 및 설명

가. 메인(Main) 페이지 화면구성



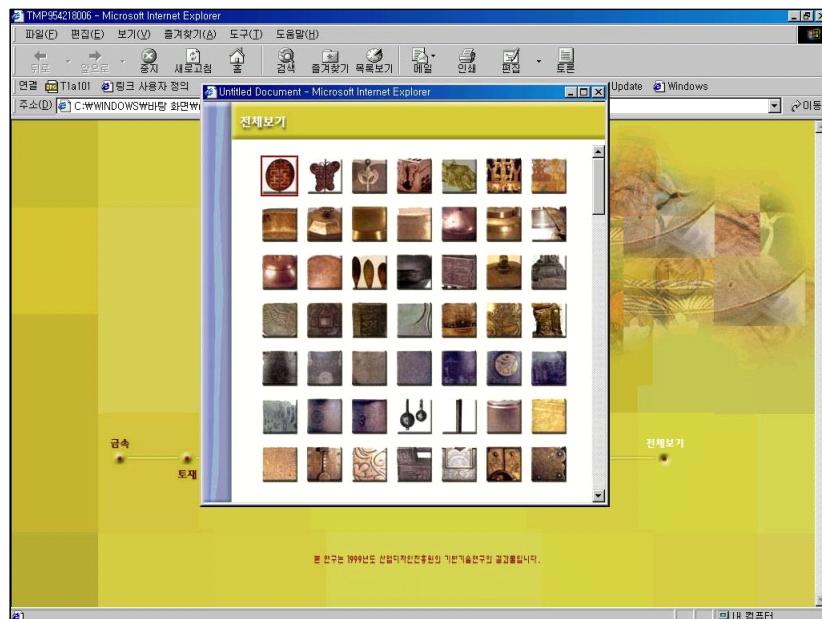
<그림 4.4.2> 메인(Main) 페이지 화면구성

각 주제별 대표적 이미지들을 우측 상단에 한국적인 실체 모습을 겹치게 배열하였고, 토속적이며, 자연적인 이미지에 잘 부합될 수 있는 황색 계열로 하였다. 또한 현대적 감각을 가미하기 위하여 수평수직의 분할선을 이용한 면구성을 하여 약간의 채도 및 명도의 차이를 두어 동일한 톤으로 배경을 처리하였다(그림 4.4.2).

사용자의 시선이 이동될 것으로 여겨지는 방향에 따라서 제목, 소재별 분류를 명확하게 구분시켜, 시선의 방향에 따라 위치를 설정하여 레이아웃(layout)을 계획하였다. 또한 각 소재별 분류(금속재, 토재, 석재, 종이재, 목재, 초재, 섬유재, 기타)와 함께 반드시 참고 될 필요가 있는 전체보기-소재별의 전체모양이 아닌, 각 소재별 확대화면인 텍스처(Texture)의 항목-의 항목을 포함시켜, 사용자가 원하는 방향을 다각적으로 접근할 수 있도록 구성하였다. 선택된 위치와 영역의 활성, 비활성 상태를 나타내기 위하여 롤오버(Rollover) 기능(흰색과 적색의 사용)을 주었

다. 또한 소재별 분류의 버튼이 활성시에는 대표적 이미지가 위, 아래 작은 사각형 안에 보여질 수 있도록 하였다.

나. Main화면에서의 전체보기항목 화면구성



<그림 4.4.3> Main화면에서의 전체보기항목 화면구성

<그림 4.4.2>의 화면에서 여러 항목 중, 전체보기의 항목을 선택하면, 본 연구 자료의 데이터베이스화한 각 소재별 텍스처(texture)가 팝업 윈도(Pop-up window)로 보여지며, 윈도 스크롤바(window scroll bar)의 기능을 주었다(그림 4.4.3).

사용자가 원하는 한국적 소재의 이미지-색채, 재질감, 시각적 촉감-를 다양하게 선택할 수 있도록 한 장소에서 위치이동이 용이하게 구성하여, 사용자가 최소의 클릭으로 원하는 방향으로의 위치이동이 용이하도록 구성하였다.

이 기능은 각 소재별 화면에서 일관된 버튼의 위치를 설정(각 소재별 화면구성에 서는, 윗 부분에 위치 한 각 소재별 항목 선택 중 맨 끝 항목)하여, 사용자에게 혼선을 주지 않도록 구성하였으며, 동일한 위치에 팝업 윈도(Pop-up window)로 보여지게 된다.

다. 각 소재별 첫 페이지 화면구성 계획

먼저, 전체적인 레이아웃(Layout)의 구성계획은, Background의 색상으로 흰색에다 조사, 분석된 자료에 의한 한국의 전통적인 색채를 참가하여, 각 소재별 이미지에 적합한 색상을 찾아내어 전체적으로 채도가 낮은 차분한 분위기를 자아내려 하였다. 예를 들면 금속재는 회연두계열(#CCDBBE)로, 토재는 황색계열(#FOECBF)로, 석재는 회색계열(#D8DAD7)로, 종이재는 베이지계열(#EBDFC7)로, 목재는 회초록계열(#B5CCC2)로, 초재는 연초록계열(#DBE7DB)로, 섬유재는 회분홍계열(#DEC8CA)로, 기타는 연녹두계열(#D4D0B5)로 각 소재별 Logo color를 부여하여, Navigation에 있어 위치파악이 용이하도록 Interface design에 적용하였다.

또한 각 소재별 이미지 중에서 하나를 선택하여 연속된 문양의 형태로 바탕에 무늬를 넣었으며, 화면의 내용이 시각적으로 방해되지 않도록 바탕색과 명도의 차를 최소화하여 시각적으로 은은한 이미지를 추구하려 하였다. 이미지들의 배열은 사용자가 시각적으로 지루하지 않도록 각 소재별로 전체보기의 형태를 다양하게 구성하고 평면의 단조로움을 없애기 위해 그림자처리를 하여 3차원으로 보이도록 하였다(그림 4.4.4~그림 4.4.11).

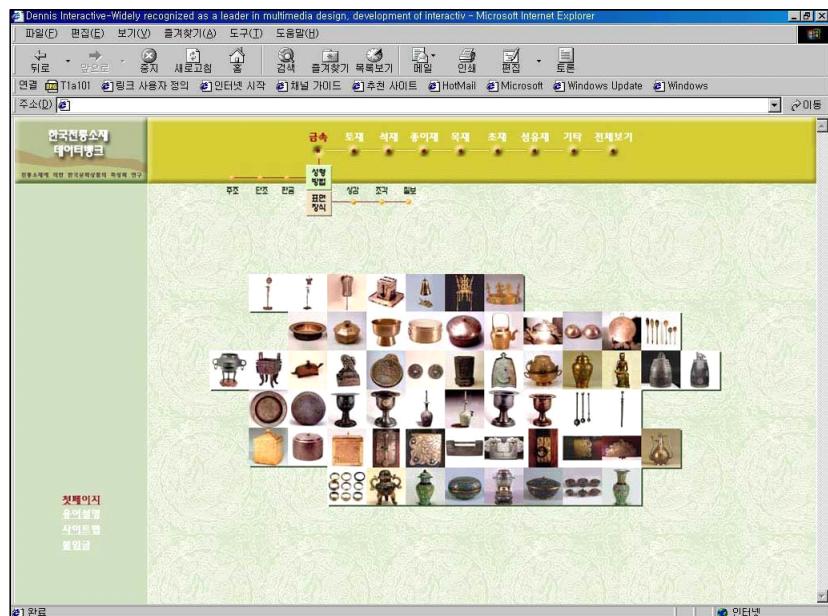
이처럼 각 소재별로 전체보기의 화면을 두어, 사용자가 각 소재별로 선택된 항목에 해당되는 내용의 전체 이미지를 여러 경로를 통하여 파악할 수 있도록 구성하였다.

전체의 레이아웃의 구성은 내용과 버튼의 위치, 팝업윈도우 위치 등을 각 소재별 화면에서 각기 통일하여 사용자로 하여금 연상된 시각적 체계를 유지할 수 있도록 계획하여 작업시간을 최소화하였고, 오브젝트의 사용빈도에 따른 위치설정 등을 계획하였다.

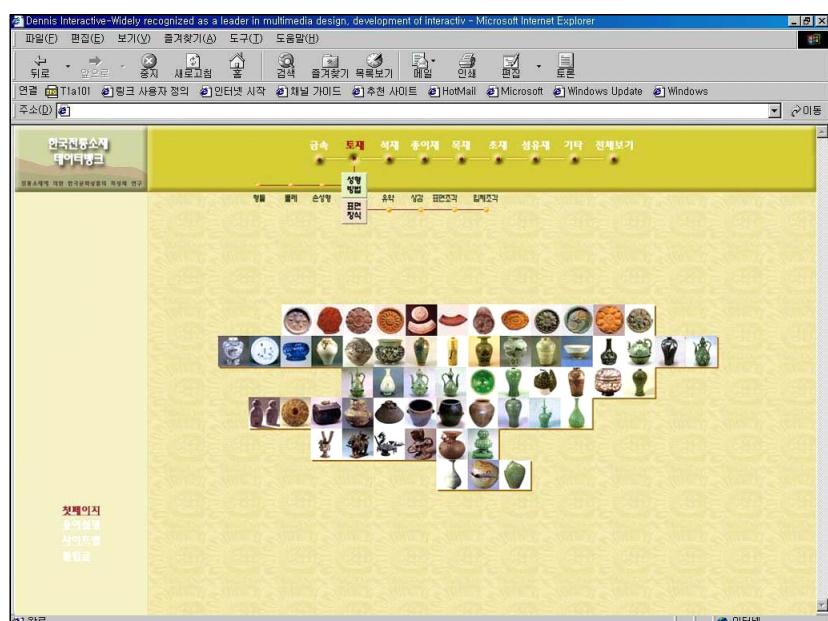
많이 사용될 것으로 사료되는 세부사항의 위치는 상부와 중심쪽으로 위치를 설정하여 사용자의 편리성과 신속성을 추구하였다. 아무런 설명 없이도 사용자가 신속하게 사용할 수 있는 화면의 커뮤니케이션 능력을 높이는 데 주안점을 두었다. 그리고 심미적인 기능을 부가하여 스타일의 일관성 유지와 더불어, 기본적으로 연 구내용에 부합될 수 있는 시각적 시스템의 구축과 함께 각 소재별 이미지들을 구별하기 위하여 각 주제별로 주색상을 사용하여 사용자의 연상작용을 유도한 위치의 파악이 용이할 수 있도록 계획, 구성하였다.

화면의 윗 부분에서는 각 소재별로의 위치를 이동할 수 있으며, 전체보기의 항목을 참가하여 전체내용을 파악할 수 있도록 하였으며, 선택된 위치와 내용을 활

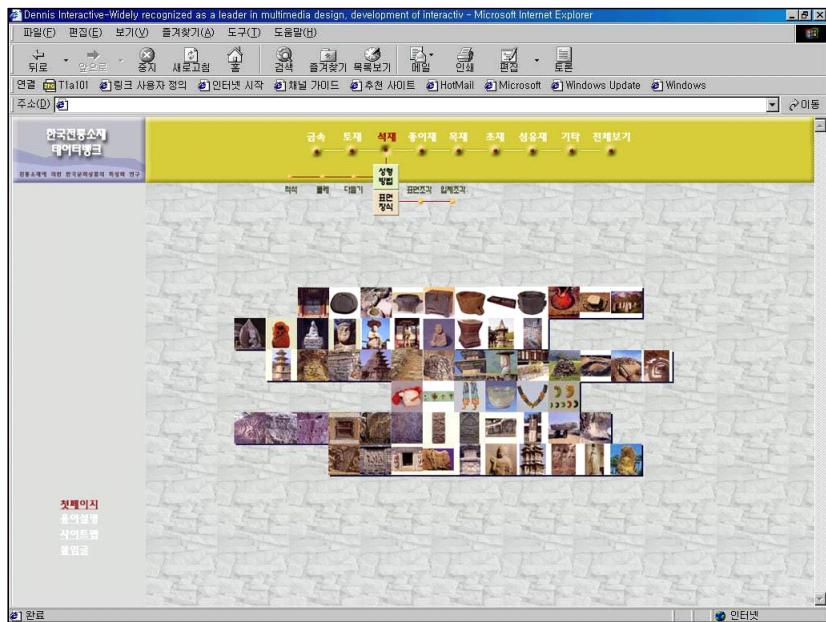
성, 비활성의 룰오버(Rollover)기능을 주었고, 활성시에는 색채의 변환과 버튼을 입체적으로 구성하여 선택시 버튼을 오목하게 표현하였고, 성형방법과 표면장식의 내용으로 구분하여 사용자가 원하는 방향으로 선택할 수 있는 기능을 추가하였다. 두 가지 내용 중 활성과 비활성의 기능으로 이미지에 적색의 테두리 및 글자의 색채 변환 등을 주어 현재 위치를 파악할 수 있도록 하였다. 또한, 사용자가 각 소재별 전체보기의 화면내용 <그림 4.4.4~그림 4.4.11>를 보고 직접 이미지를 선택하면 <그림 4.4.12>로 이동하여 상세한 정보를 얻을 수 있도록 하였다.



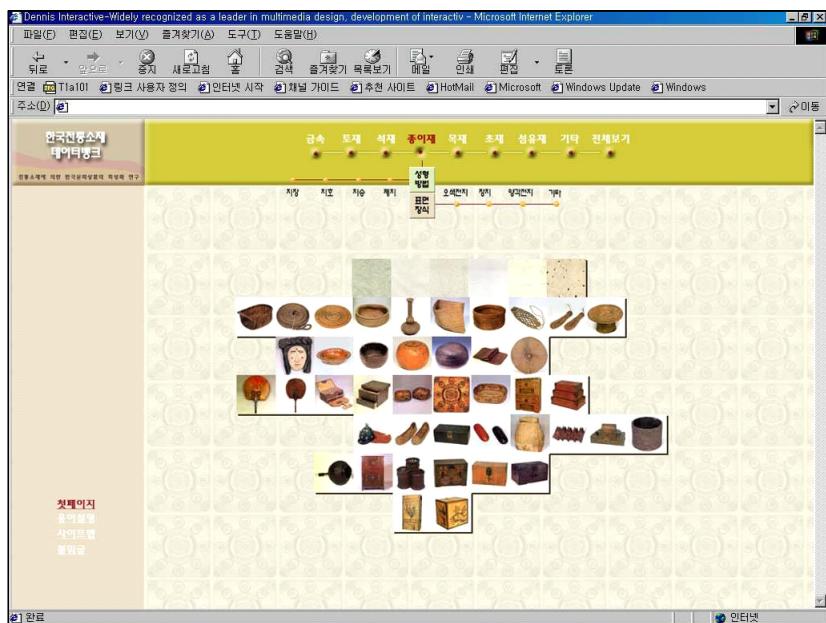
<그림 4.4.4> 금속의 전체보기 화면구성



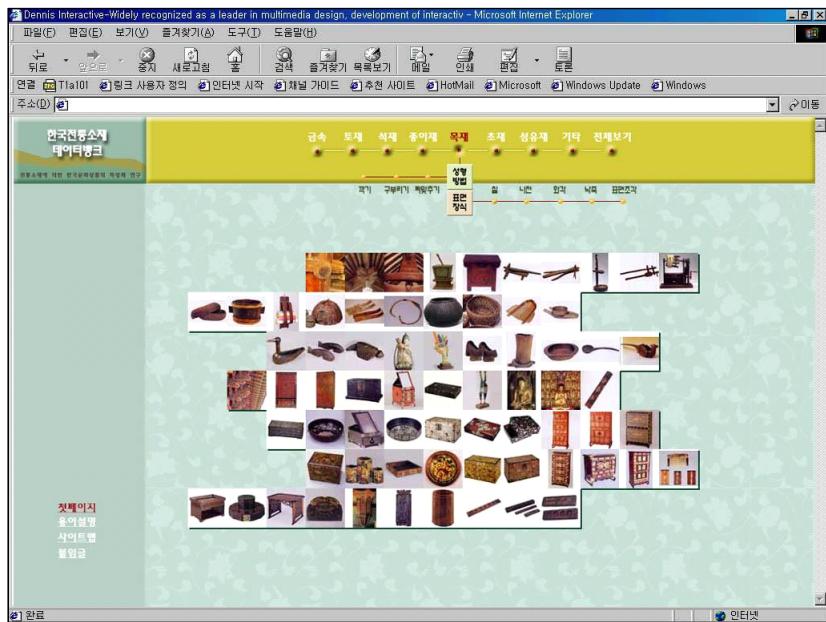
<그림 4.4.5> 토제의 전체보기 화면구성



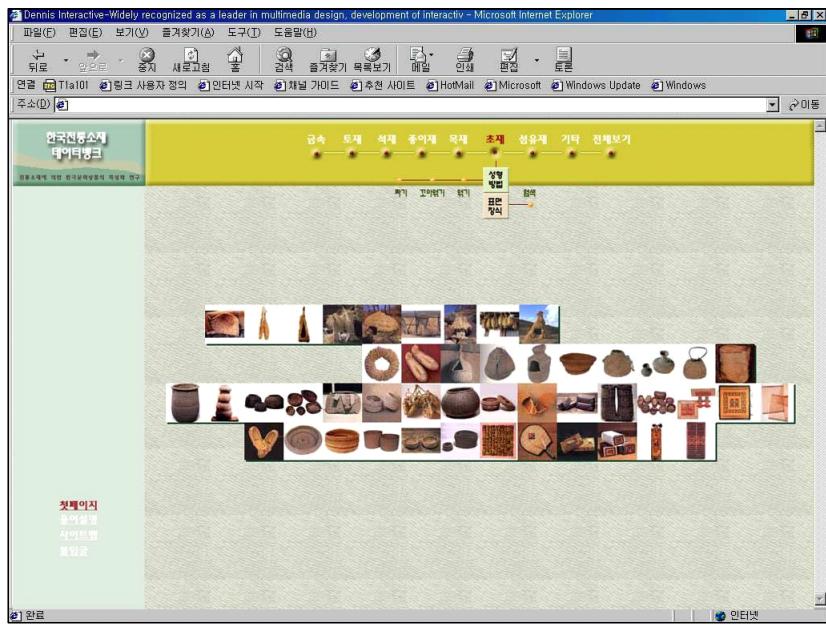
<그림 4.4.6> 석재의 전체보기 화면구성



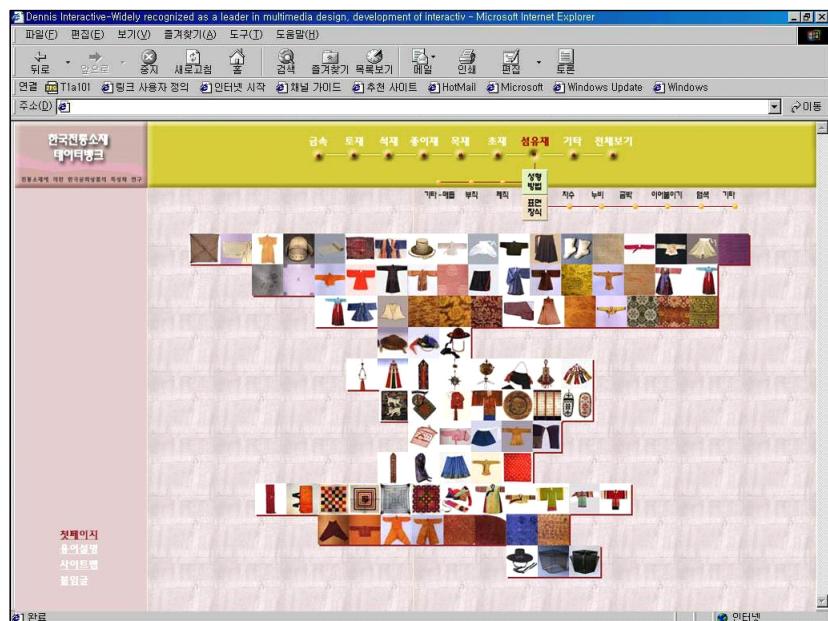
<그림 4.4.7> 종이재의 전체보기 화면구성



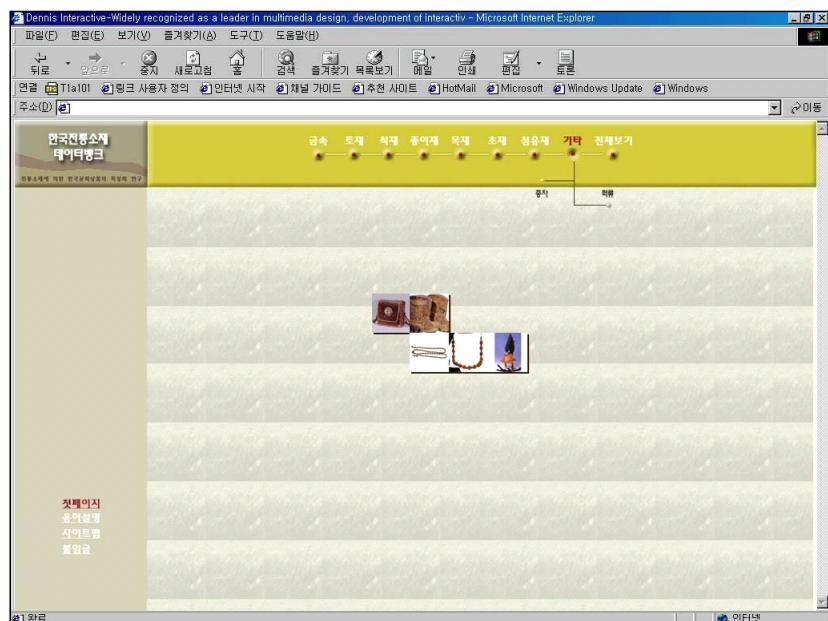
<그림 4.4.8> 목재의 전체보기 화면구성



<그림 4.4.9> 초제의 전체보기 화면구성

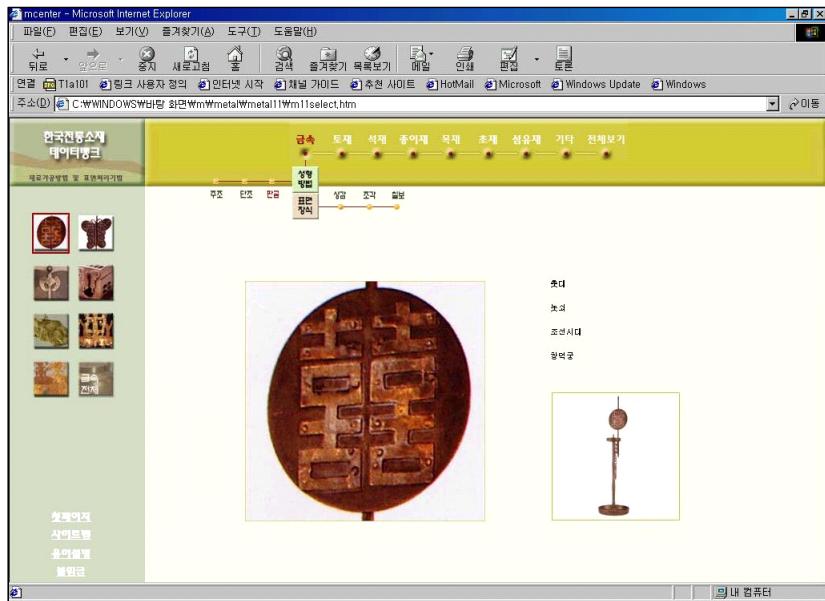


<그림 4.4.10> 섬유제의 전체보기 화면구성



<그림 4.4.11> 기타

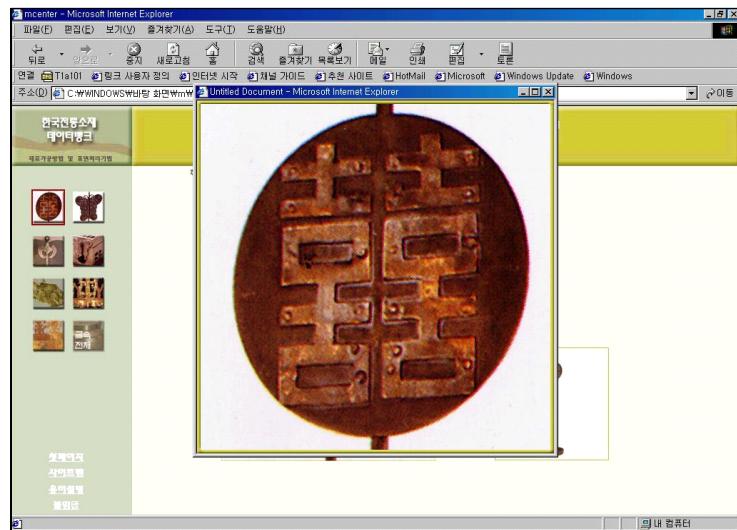
라. 세부항목 화면구성



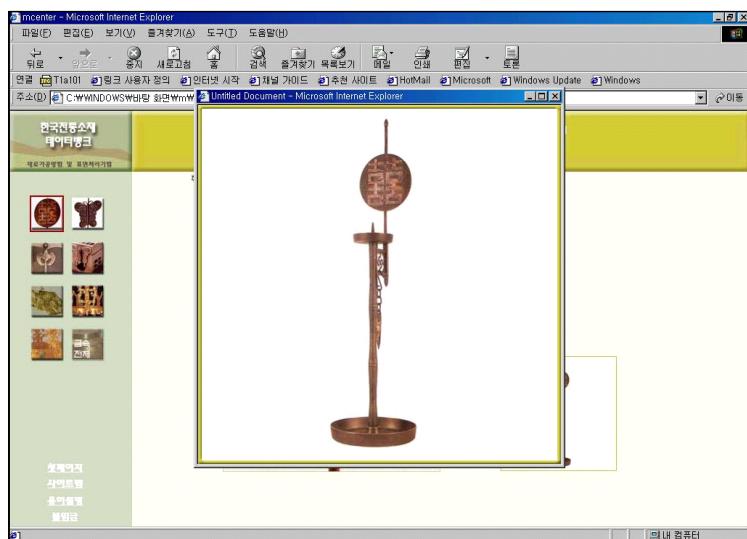
<그림 4.4.12> 세부항목 화면구성1 (금속재의 경우)

각 소재별로 선택된 주 색상을 화면상에 유지하고, 현재의 위치를 웒 부분의 항목에서 글씨의 색채 변화와 왼편에 위치된 이미지들의 내용-웒 부분의 항목에 해당되는 이미지들-중 해당되는 사항에 적색의 테두리를 두어 사용자의 위치파악이 용이하게 하였다. 다른 소재로의 이동이 용이하도록 위치 이동이 한 화면에서 파악될 수 있도록 구성하였다.

중앙에 선택된 내용의 확대 이미지와 전체의 이미지를 나타내었으며, 확대 이미지의 오른편에는 화면상에 보여지는 이미지에 대한 정보가 설명되어져 있다(그림 4.4.12). 또한 화면에서 소재에 대한 선택된 소재의 전체이미지는 왼쪽 하단에 위치된 첫 페이지의 항목을 클릭하면 색상 변환으로 활성화되면서 <그림 4.4.4>가 나타난다.

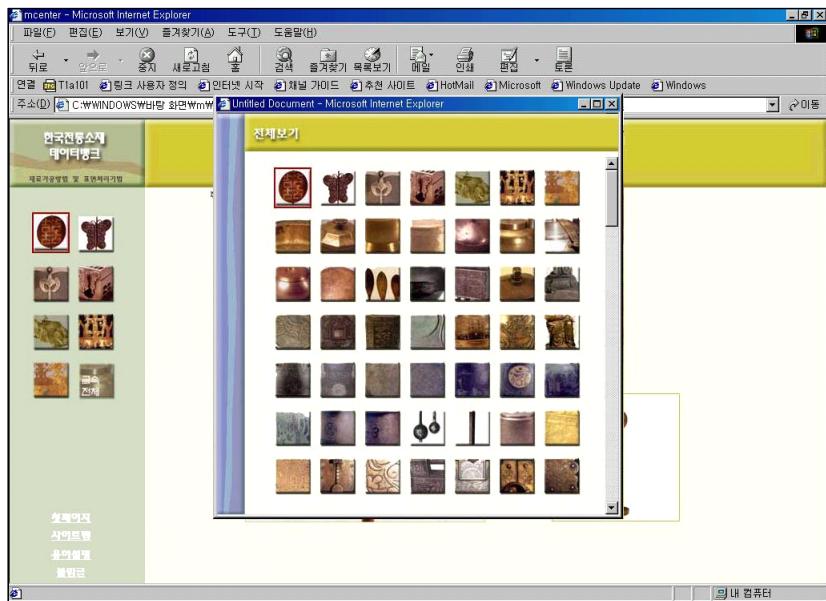


<그림 4.4.13> 세부항목 화면구성2-1 (금속재의 경우)



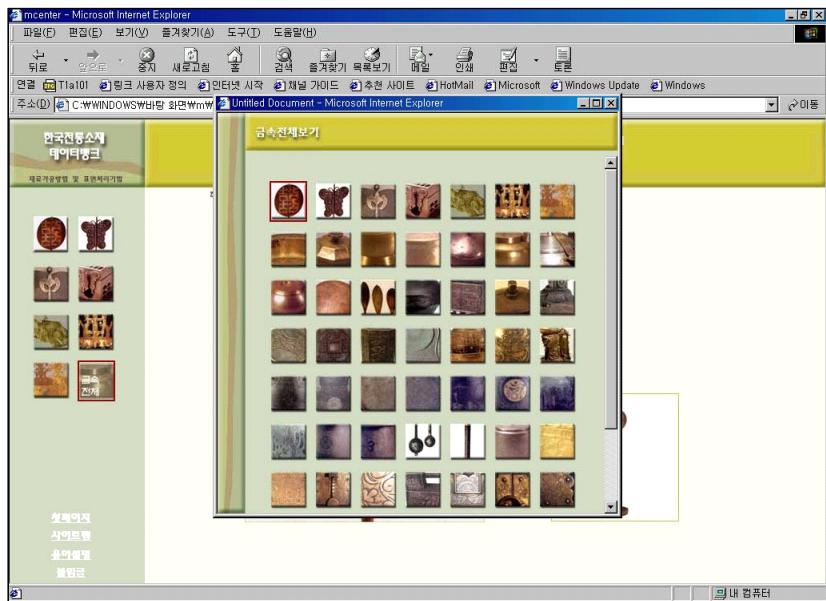
<그림 4.4.14> 세부항목 화면구성2-2 (금속재의 경우)

<그림 4.4.12>에서의 확대이미지와 전체의 이미지에 대한 각각의 팝업윈도우 기능을 부여하여, 좀 더 상세하게 시각적 이미지 파악이 가능하도록 하였다 (그림 4.4.13~그림 4.4.14).



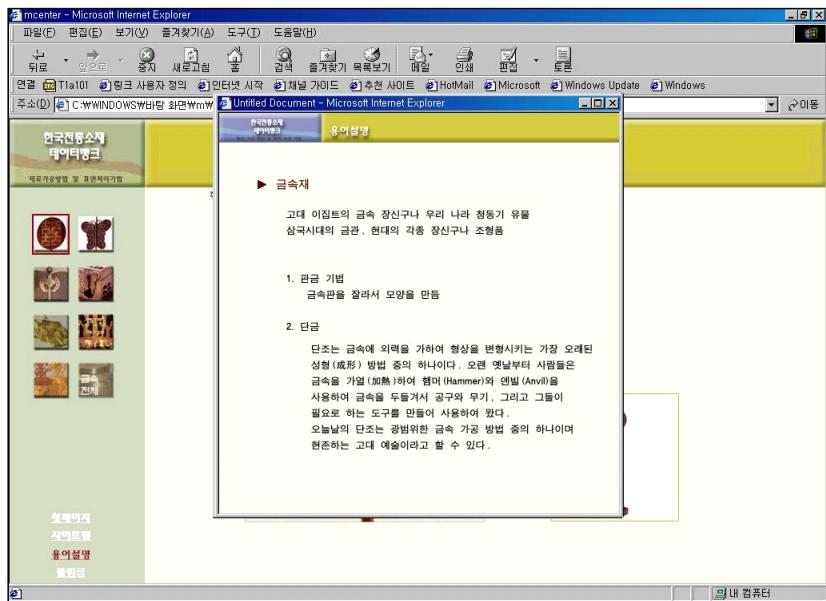
<그림 4.4.15> 세부항목 화면구성3 (금속재의 경우)

사용자가 어떠한 장소에서도 다른 소재로의 혹은 다양한 이미지들의 정보 수집이 용이하도록 각 소재별 화면에 전체보기의 항목을 윗 부분에 한 줄로 정렬된 항목 중, 전체보기의 항목을 두어 사용자의 선택의 폭을 넓게 하였다. 또한 팝업윈도의 기능을 주었다(그림 4.4.15).



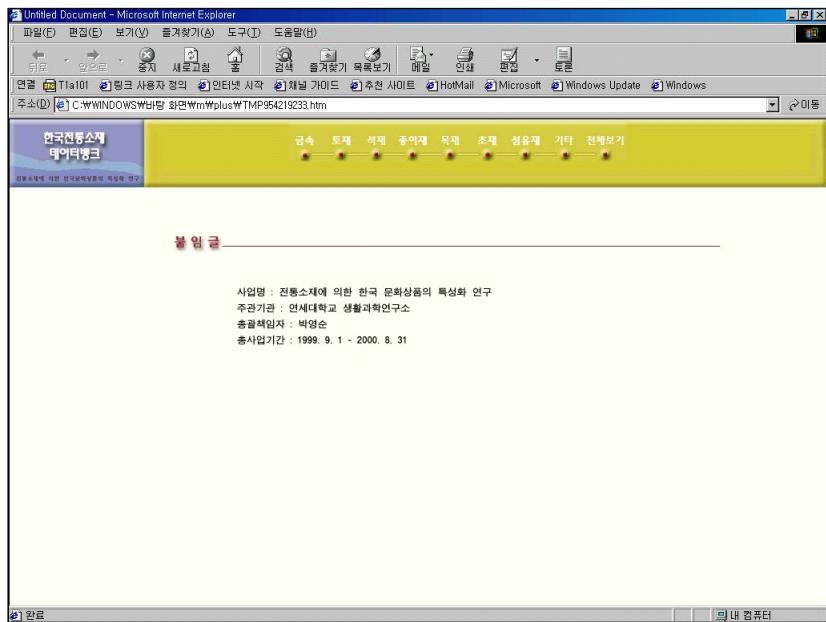
<그림 4.4.16> 세부항목 화면구성4 (금속재의 경우)

사용자가 원하는 이미지 정보의 수집경로를 다각적으로 구성하기 위하여, 각 소재별 화면에서 현재 선택되어진 소재의 전체보기의 항목을 두어 확대이미지를 팝업윈도우의 기능을 주어 나열하였다. 왼쪽 이미지 중 오른쪽 아래부분에 해당 항목의 소재별 전체보기의 항목을 두었으며, 적색 태두리로 활성화 기능을 주어 구성하였다(그림 4.4.16).



<그림 4.4.17> 세부항목 화면구성5 (금속재의 경우)

용어설명의 화면은 소재별로 사용된 표현기법 및 장식표현에 관한 설명으로 사용자에게 이해를 돋기 위한 기능으로 시각적으로 보여지는 이미지들의 표현방법과 제작기법 등을 조사하여 설명한 내용으로, 사용자가 연구내용과 연관된 상품 등의 제작시 다각적으로 응용되어질 수 있도록 하였다(그림 4.4.17).



<그림 4.4.18> 세부항목 화면구성6

붙임글의 화면은 사업명, 주관기관, 총괄책임자, 총 사업기간의 내용을 사용자에게 알려주는 내용으로 사용자가 각 소재별 어느 장소에서도 이동이 쉽고 이해하기 용이하도록 각 화면 왼편 아래 항목에 위치하고 있다(그림 4.4.18). 이 곳으로 이동하게 된 후, 사용자는 윗 부분에 나열된 각 소재별의 항목 및 전체보기의 항목으로 다시 이동할 수 있다.

5. 디자인소재 개발을 위한 국내외 문화상품 실태조사

제 5 장 디자인소재 개발을 위한 국내외 문화상품 실태조사

제 1 절 문화상품의 정의 및 범위

사전적인 의미에서 볼 때 문화란 한 사회의 예술, 문화, 도덕, 종교 따위의 정신적 활동의 산물이라고 정의된다. 즉, 문화란 원래 산업이나 상품이라기 보다 일종의 생활양식으로 보는 것이 일반적인 견해이다. 어떤 양식의 문화이든 문화가 존재하는 곳에서는 문화가 상품가치를 창출시켜 유형 및 무형의 다양한 문화상품을 만들어낸다. 문화상품은 그것을 향유할 때 안겨 주는 내적 충만감이나 충족감으로 참여를 유도하고 있고 내적 감각의 격조가 곧 상품 가치의 기준이나 척도가 될 수 있으므로 문화가 상품으로 개발될 수 있는 잠재력은 충분하다. 이처럼 삶의 질을 추구하는 21세기 정보화 사회에서는 문화적 가치가 상품의 경쟁력을 좌우하여 부가가치를 결정하므로 점차 문화상품의 개발 및 진흥에 관한 관심이 고조되고 있다.

문화상품이라는 용어는 문화와 산업화 현상을 어떻게 연관하느냐에 따라 그 의미 및 영역이 달라질 수 있으나, 일반적으로는 문화적 소재를 활용한 산업활동 과정을 통해 생산되는 산물이라고 규정할 수 있다. 즉, 문화상품이란 문화적 부가가치가 높은 아이디어 집약적, 기술 집약적 상품으로 문화와 기술, 그리고 창조의 산물이라고 할 수 있으며, 다중성, 다양성, 비유사성 및 고부가가치성 등의 특징을 지니고 있다. 또한 문화상품은 제품에 문화적 요소를 가미, 고부가가치 상품을 창출하는 것으로 새로운 상품 개발 과정에서 과학기술로 대표되는 기능과 조형예술의 산물인 미적 형태의 유기적인 조화를 꾀하는 고객의 총체적 만족이 중요하게 다루어지는 산물이다. 이런 의미에서 보자면 문화상품은 문화적 가치가 상품에 생명력을 불어넣어 주고 부가가치를 엄청나게 높여주며, 국경 없는 사회에서의 문화상품 수출은 경제적 부의 증진과 문화적 가치의 이식 등 이중효과를 증진시키기도 한다.³⁾

이에 본 연구에서 다루는 문화상품은 기존의 상품 중에서 전통소재를 현대적 감각에 맞추어 응용한 문화상품으로 그 범위를 한정하였으며, 규모에 있어서도 손쉽게 구입하고 소장할 수 있는 정도의 상품으로 제한하였다.

3) 매일경제연구소(1997), 우리나라 문화상품의 디자인 개발 전통정책에 관한 연구

제 2 절 국내의 문화상품 현황

서울 지역에 위치한 호텔의 기념품점 및 인사동의 화랑, 그 외의 박물관이나 미술관 등 국내에서 문화상품을 생산 및 판매하고 있는 곳을 조사한 결과 다양한 문화상품을 수집할 수 있었다. 수집된 문화상품은 총 74개였으며, 이를 용도별, 소재별로 정리하면 다음의 <표 5.2.1>과 같다.

목재로 된 문화상품으로는 벽걸이용 시계, 액자, 편지꽂이, 보석함, 요지함, 헤어핀, 기타 장식품이 있었고 주로 호텔 기념품점과 명동 한국 관광명품점에서 판매하고 있었다.

그러나 아직까지는 전반적으로 예전의 전통상품의 디자인개발이 전혀 되어있지 않았고, 간혹 수공예작가들의 섬세한 소형가구제작 상품이 있었으나, 거래 판로가 정립되어 있지 않은 상태였다. 호텔내의 기념품점에도 특별히 새로운 것은 발견되지 않았고, 명동에 새로 생긴 한국관광기념품점에 전통문화를 새로운 시각으로 디자인하여 개발된 것이 다수 있었다.

문화상을 살펴보면, 목재의 경우는 전통문양을 음각하여 표면을 장식한 시계 등이 있었고, 액자는 풍속화를 주제로 하여 호도나무 틀에 향나무, 흑단, 부병가 등을 이용하여 상감하여 표면을 채색한 상품들이 있었다. 편지꽂이 및 보석함은 연꽃 무늬를 부조로 새겨 넣어 채색하였고 혹은 한지로 표면 마감을 한 것 등이 있었다. 상감 채색된 헤어핀의 경우도 있었으며, 장승을 현대적으로 재해석하여 디자인한 장식품이 있었다. 또한 대나무를 구워 소리의 공명효과를 높인 풍경도 있는 것으로 조사되었다.

재료 상으로 살펴보면 목재와 직물, 지류 등의 경우는 현대적으로 재해석되어 개발된 문화상품들이 다수 있는 것으로 조사되었으나 초재나 석재, 토재의 경우는 상대적으로 목재나 직물류에 비하여 현대적으로 생산된 상품이 별로 없는 것으로 나타났다.

<표 5.2.1> 국내 문화상품의 용도별 · 소재별 분류

분류	목재	직물	지류	금속	초재	석재	토재	기타
문방 소품	명함함, 편지칼, 편지꽂이	북마크, 도장지갑	명함상자	문진, 명함상자, 편지칼 북마크, 명함케이 스		낙관석, 메모꽂이, 문진	메모꽂이	유리문진
부엌 소품	자석, 요지함, 챙반, 스푼, 포크, 컵반침	냄비반침, 앞치마	종이함, 사각반침, 과반, 차상, 보관함, 한지5단 접시, 8각상자	컵반침,	채반 컵반침	현무암플 레이트	다기세트, 향아리, 수저반침	
여성 소품	보석함. 소품케이 스	클무, 악세사리 함, 반짓고리, 가위집, 골무장식 주머니	보석함	보석함				
생활 소품	거울, 액자, 시계	열쇠고리	한지액자, 열쇠고리	열쇠고리, 손목시계, 거울	부채		열쇠고리	열쇠고리
인테리어 소품	풍경	쿠션, 보자기	한지조명	반지, 브로치 목걸이	발	옥방석	도자기 조명	
장식품	숏대 장식품, 축소가구	장식공	닭종이 인형, 방패연	불상, 장식종, 금관	짚신, 여치집, 탈	돌하루방, 옥돌	도자기	
패션 악세 사리	옷핀, 브로치, 머리핀	복주머니, 스카프, 넥타이,		머리핀, 비녀, 온장도		옥반지, 노리개, 옥비녀		
의류		블라우스, 쟈켓						
가방		가방	지갑					혁(지갑)
기타		포장	포장지 (한지)	담뱃대				초

용도별로 살펴보면 문방소품이나 부엌소품, 여성소품 등의 경우는 다수 있는 것으로 조사되었으나, 패션악세사리나 의류, 가방 등은 현대적으로 개발되어 생산된 문화상품이 별로 없는 것으로 나타났다(그림 5.2.1~그림 5.2.15).



<그림 5.2.1> 시계



<그림 5.2.2> 시계



<그림 5.2.3> 액자



<그림 5.2.4> 편지꽂이



<그림 5.2.5> 풍경



<그림 5.2.6> 장승
장식품



<그림 5.2.7> 보석함



<그림 5.2.8>보석함



<그림 5.2.9> 헤어핀



<그림 5.2.10> 수저셋트



<그림 5.2.11> 소반



<그림 5.2.12> 넥타이



<그림 5.2.13> 보석함



<그림 5.2.13> 컵받침



<그림 5.2.14> 쟁반



<그림 5.2.15> 책갈피

제 3 절 국외의 문화상품 현황

국외의 문화상품은 인터넷에서 조사가 가능한 상품을 중심으로 찾아내었는데, 주로 상품은 유명 작가의 작품을 응용한 것이나, 고대 이집트 등 역사시대의 모티브를 이용한 장식품, 장신구 등이 있다. 예를 들어 여왕이 사용하던 열쇠나 각 나라를 상징하는 모티브를 이용한 앞치마, 크리스털로 만들어진 모형 피라미드 등이 있다. 이러한 상품들은 대영 박물관과 루브르 박물관에서 개발하여 판매하고 있다 (그림 5.3.16~그림 5.3.27).



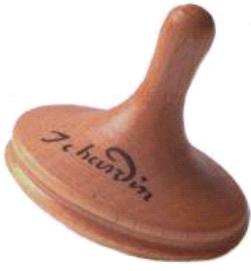
<그림 5.3.16> 장식품



<그림 5.3.17> 람세스 펜단트



<그림 5.3.18> 람세스 두상



<그림 5.3.19> 장난감(팽이)



<그림 5.3.20> 브로치 1



<그림 5.3.21> 세잔느 볼



<그림 5.3.22> 촛대



<그림 5.3.23> 열쇠



<그림 5.3.24> 피라미드



<그림 5.3.25> 종이냅킨



<그림 5.3.26> 앞치마



<그림 5.3.27> 스카프

제 4 절 국내 문화상품의 이미지 분석

현재 생산 및 판매되고 있는 국내의 문화상품을 중심으로 현재 우리나라의 문화상품 이미지는 어떠한지를 밝혀내고, 이를 바탕으로 앞으로 개발할 문화상품 소재 및 문화상품 개발의 방향을 설정하기 위하여 수집된 문화상품을 중심으로 이미지 설문조사를 실시하였다.

이는 다음과 같이 다섯 단계로 진행되었다.

첫째, 수집된 문화상품 중 조사대상으로서 가치가 있다고 판단되는 문화상품을 선별한다.

둘째, 이미지 조사를 하기 위한 형용사 어휘를 선정한다.

셋째, 선별된 문화상품의 이미지 척도 조사를 실시한다.

넷째, 조사된 자료를 요인 분석하여 주된 이미지를 선정한다.

다섯째, 조사된 이미지를 주축으로 하여 문화상품의 이미지 위치를 분석한다.

각 단계별 구체적인 진행내용은 다음과 같다.

첫째 단계에서는 수집된 문화상품 총 74건 중 전문가 5인의 판단 하에 사진의 질이 우수하여 조사에 사용하기에 적합하다고 판단되는 문화상품의 사진 58건을 선정하였다. 또한 조사에 사용하기 위해 고화질로 재출력하였다.

이미지 조사를 위한 형용사 어휘 선정 작업에서는 우선 조사된 문화상품에서 연상되는 모든 형용사를 기록하여 총 95개의 형용사를 수집하였다. 또한 유사한 연구에서 사용된 이미지 형용사를 조사·기록하여 총 141개의 형용사를 수집하였다. 이와 같은 과정을 거쳐 수집된 형용사 236개 중 중복되거나 유사한 내용의 형용사를

제외시키고 전문가 5인이 형용사를 선별하여 최종적으로 113개의 형용사를 선정하였다. 113개의 형용사를 기준으로 일부의 문화상품에 대한 3점 척도조사를 실시하였다. 이에 대한 구체적인 내용은 다음의 <표 5.4.1>와 같다.

<표 5.4.1> 113개의 형용사로 실시한 문화상품의 이미지 분석 결과
(0=없음, 1=중간, 2=많이)

형용사	0의 빈도	1의 빈도	2의 빈도	형용사	0의 빈도	1의 빈도	2의 빈도
간결한	16	5	0	균형이 안 맞는	18	3	0
가벼운	10	9	2	기하학적인	11	5	5
가족적인	21	0	0	깊은 맛의	9	8	4
각진	14	3	4	깔끔한	8	3	10
감촉이 좋은	12	7	2	날렵한	15	3	3
강렬한	13	5	3	날카로운	18	3	0

<표 5.4.1> 계속

형용사	0의 빈도	1의 빈도	2의 빈도	형용사	0의 빈도	1의 빈도	2의 빈도
거친	18	0	3	낭만적인	6	2	13
격조있는	5	9	7	늠름한	20	1	0
견실한	12	7	2	단순한	10	4	7
고급스러운	6	10	6	달콤한	19	0	2
공간감 있는	13	7	1	담백한	13	4	4
공들인	2	9	10	대비적인	14	7	10
귀여운	10	5	6	대중적인	9	7	5
규칙적인	10	6	5	독특한	2	5	14
둥글둥글한	17	2	2	여성적인	4	3	14
동양적인	3	4	14	요염한	14	5	2
동적인	16	3	2	원색적인	14	4	3
두드러진	14	4	3	원숙한	9	7	5
딱딱한	13	4	4	위엄있는	12	6	3
매력적인	7	8	6	은은한	9	5	7
맨들맨들한	16	3	2	이국적인	15	1	5
멋없는	19	2	0	인공적인	10	6	5
멋있는	6	8	7	자극적인	15	6	0
무시무시한	20	1	0	자연스러운	6	7	8
미묘한	18	2	1	자유로운	11	5	5
반복적인	11	4	6	잘다듬은	6	7	8
밝은	9	12	0	장식적인	6	5	10
번쩍거리는	17	3	1	재미있는	9	7	5
변화있는	10	5	6	전원적인	11	5	5
복잡한	12	6	3	전통적인	4	9	8
부드러운	9	6	6	젊은	16	5	0
불안정한	20	1	0	정갈한	8	3	10
불안한	21	0	0	정감있는	12	3	6
빛나는	19	0	2	정식적인	12	4	5
사랑스러운	9	10	2	정적인	7	3	11
사무적인	17	2	2	조화로운	6	4	11
산뜻한	9	8	4	지루한	16	2	3

<표 5.4.1> 계속

형용사	0의빈도	1의빈도	2의빈도	형용사	0의빈도	1의빈도	2의빈도
산만한	18	1	2	차가운	16	2	3
새로운	13	5	3	천박한	18	2	1
선적인	11	6	4	촘스러운	19	1	1
섬세한	6	8	7	추억의	11	7	3
세련된	6	9	6	친근감있는	5	7	9
소박한	8	8	5	침울한	18	3	0
수공예적인	2	3	16	탄탄한	17	2	2
순수한	12	6	3	통일된	11	4	6
시원스러운	16	3	2	투박스러운	18	1	2
신비한	13	6	2	편안한	9	7	5
신선한	14	3	4	평범한	11	9	1
아담한	9	8	4	풍부한	9	10	2
아름다운	5	5	11	필요없는	20	1	0
안정적인	8	4	9	하이테크의	20	0	1
얄상한	12	4	5	한국적인	5	2	14
어두운	15	4	2	합리적인	12	3	6
어색한	18	1	2	향기로운	14	7	0
어설픈	14	6	1	허전한	20	1	0
화려한	13	4	4	현대적인	12	5	4

이상과 같은 예비조사 결과 중 0이나 1, 2의 빈도가 0인 것은 제외를 시켰으며 2의 빈도가 5이상인 형용사 47개를 채택하였다. 또한 2의 빈도가 4인 형용사 중 일부(3개)를 포함하여 50개의 형용사를 선택하였다. 그러나 이들 중 의미가 유사하거나 조사에 부적합하다고 판단되는 것을 제외한 35개의 형용사를 최종적으로 선정하여 설문에 사용하였다. 선정된 형용사는 다음의 <표 5.4.2>과 같다.

<표 5.4.2> 최종적으로 설문에 사용된 형용사

	형용사		형용사		형용사		형용사
1	격조있는	10	여성적인	19	변화있는	28	정갈한
2	고급스러운	11	은은한	20	부드러운	29	정적인
3	귀여운	12	이국적인	21	산뜻한	30	조화로운
4	기하학적인	13	인공적인	22	섬세한	31	친근감있는
5	깔끔한	14	자연스러운	23	세련된	32	편안한
6	낭만적인	15	장식적인	24	소박한	33	한국적인
7	단순한	16	재미있는	25	수공예적인	34	현대적인
8	독특한	17	전원적인	26	안정적인	35	화려한
9	동양적인	18	전통적인	27	얄상한		

현재 국내에서 생산되는 문화상품에 대한 이미지를 조사·분석한 결과는 다음과 같다. 조사에 사용된 문화상품의 수는 총 58건이었으며, 응답자에게 이중 5건의 문화상품을 임의로 선택하여 준비된 설문지에 응답하도록 하도록 하였다. 58건의 문화상품은 몇몇의 경우를 제외하고는 다음의 <표 5.4.3>에서 나타난 바와 같이 고르게 선택된 것으로 나타났다.

<표 5.4.3> 문화상품 선택빈도

이미지 번호	빈도	백분율(%)	이미지 번호	빈도	백분율(%)
1	18	1.8	31	18	1.8
2	19	1.9	32	18	1.8
3	22	2.2	33	16	1.6
4	16	1.6	34	21	2.1
5	16	1.6	35	19	1.9
6	16	1.6	36	16	1.6
7	18	1.8	37	17	1.7
8	16	1.6	38	20	2.0
9	18	1.8	39	21	2.1
10	15	1.5	40	14	1.4
11	19	1.9	41	13	1.3
12	17	1.7	42	15	1.5
13	18	1.8	43	16	1.6
14	9	.9	44	24	2.4
15	15	1.5	45	20	2.0
16	14	1.4	46	20	2.0
17	16	1.6	47	19	1.9
18	16	1.6	48	11	1.1
19	23	2.3	49	12	1.2
20	17	1.7	50	17	1.7
21	17	1.7	51	15	1.5
22	18	1.8	52	16	1.6
23	14	1.4	53	13	1.3
24	18	1.8	54	15	1.5
25	21	2.1	55	13	1.3
26	19	1.9	56	13	1.3
27	18	1.8	57	16	1.6
28	14	1.4	58	18	1.8
29	15	1.5	합계	975	100.0
30	17	1.7			

설문에 사용된 형용사는 총 35개였으며 각각의 문화상품에 대한 형용사 어휘 측정 결과는 부록의 <표 2.1>과 같으며, 이를 각 형용사별 척도치로 나타내면 다음의 <표 5.4.4>과 같다.

<표 5.4.4> 형용사에 따른 척도치

형용사		0	1	2	3	4	합계
격조있는	빈도	31	173	314	358	99	975
	백분율	(3.2)	(17.7)	(32.2)	(36.7)	(10.2)	(100)
고급스러운	빈도	24	176	329	326	120	975
	백분율	(2.5)	(18.1)	(33.7)	(33.4)	(12.3)	(100)
귀여운	빈도	184	327	226	187	51	975
	백분율	(18.9)	(33.5)	(23.2)	(19.2)	(5.2)	(100)
기하학적인	빈도	90	276	241	287	81	975
	백분율	(9.2)	(28.3)	(24.7)	(29.4)	(8.3)	(100)
깔끔한	빈도	35	179	271	344	146	975
	백분율	(3.6)	(18.4)	(27.8)	(35.3)	(10.5)	(100)
낭만적인	빈도	99	327	299	207	43	975
	백분율	(10.2)	(33.5)	(30.7)	(21.2)	(4.4)	(100)
단순한	빈도	58	26.4	296	279	78	975
	백분율	(5.9)	(27.1)	(30.4)	(28.6)	(8.0)	(100)
독특한	빈도	34	184	285	358	114	975
	백분율	(3.5)	(18.9)	(29.2)	(36.7)	(11.7)	(100)
동양적인	빈도	10	72	145	428	320	975
	백분율	(1.0)	(7.4)	(14.9)	(43.9)	(32.8)	(100)
변화있는	빈도	61	238	356	249	71	975
	백분율	(6.3)	(24.4)	(36.5)	(25.5)	(7.3)	(100)
부드러운	빈도	55	285	329	262	44	975
	백분율	(5.6)	(29.2)	(33.7)	(26.9)	(4.5)	(100)
산뜻한	빈도	55	265	303	284	68	975
	백분율	(5.6)	(27.2)	(31.1)	(29.1)	(7.0)	(100)
섬세한	빈도	36	225	323	305	86	975
	백분율	(3.7)	(23.1)	(33.1)	(31.3)	(8.8)	(100)
세련된	빈도	62	216	348	254	95	975
	백분율	(6.4)	(22.2)	(35.7)	(26.1)	(9.7)	(100)
소박한	빈도	46	254	305	288	82	975
	백분율	(4.7)	(26.1)	(31.3)	(29.5)	(8.4)	(100)
수공예적인	빈도	27	101	162	397	288	975
	백분율	(2.8)	(10.4)	(16.6)	(40.7)	(29.5)	(100)
안정적인	빈도	25	163	299	401	87	975
	백분율	(2.6)	(16.7)	(30.7)	(41.1)	(8.9)	(100)
알상한	빈도	101	405	263	173	33	975
	백분율	(10.4)	(41.5)	(27.0)	(17.7)	(3.4)	(100)
여성적인	빈도	34	186	295	337	123	975
	백분율	(3.5)	(19.1)	(30.3)	(34.6)	(12.6)	(100)

<표 5.4.4> 형용사에 따른 척도치 계속

형용사		0	1	2	3	4	합계
은은한	빈도	49 (5.0)	247 (25.3)	290 (29.7)	303 (31.1)	86 (8.8)	975 (100)
	백분율						
이국적인	빈도	170 (17.4)	408 (41.8)	228 (23.4)	137 (14.1)	32 (3.3)	975 (100)
	백분율						
인공적인	빈도	122 (12.5)	315 (32.3)	291 (29.8)	202 (20.7)	45 (4.6)	975 (100)
	백분율						
자연스러운	빈도	28 (2.9)	216 (22.2)	415 (42.6)	265 (27.2)	51 (5.2)	975 (100)
	백분율						
장식적인	빈도	34 (3.5)	160 (6.4)	282 (28.9)	354 (36.3)	145 (14.9)	975 (100)
	백분율						
재미있는	빈도	95 (9.7)	288 (29.5)	263 (27.0)	255 (26.2)	74 (7.6)	975 (100)
	백분율						
천원적인	빈도	125 (12.8)	319 (32.7)	275 (28.2)	207 (21.2)	49 (6.0)	975 (100)
	백분율						
전통적인	빈도	20 (2.1)	85 (8.7)	182 (18.7)	406 (41.6)	279 (28.6)	975 (100)
	백분율						
정갈한	빈도	22 (2.3)	165 (16.9)	293 (30.1)	331 (33.9)	161 (16.5)	975 (100)
	백분율						
정직인	빈도	22 (2.3)	165 (16.9)	293 (30.1)	331 (33.9)	161 (16.5)	975 (100)
	백분율						
조화로운	빈도	31 (3.2)	218 (22.4)	311 (31.9)	305 (31.3)	107 (11.0)	975 (100)
	백분율						
친근감있는	빈도	23 (2.4)	127 (13.0)	322 (33.0)	401 (41.1)	98 (10.1)	975 (100)
	백분율						
편안한	빈도	24 (2.5)	165 (16.9)	374 (38.4)	328 (33.6)	79 (8.1)	975 (100)
	백분율						
한국적인	빈도	15 (1.5)	92 (9.4)	212 (21.7)	377 (38.7)	274 (28.1)	975 (100)
	백분율						
현대적인	빈도	98 (10.1)	269 (27.6)	298 (30.6)	245 (25.1)	62 (6.4)	975 (100)
	백분율						
화려한	빈도	87 (8.9)	263 (27.0)	287 (29.4)	239 (24.5)	97 (9.9)	975 (100)
	백분율						

문화상품에 대한 이미지 평가에서 ‘격조있는’과 ‘고급스러운’, ‘깔끔한’, 독특한, ‘수공예적인’, ‘여성적인’, ‘장식적인’, ‘조화로운’, ‘친근감있는’ 등의 항목은 다소 긍정적으로 평가된 것으로 나타났으며, 특히 ‘수공예적인’이나 ‘전통적인’, ‘한국적인’, ‘정적인’, ‘정갈한’ 등은 매우 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 현재 생산·판매되는 한국의 문화상품은 대체로 격조있으며 고급스러운 이미지를 지니고 있으며 조화롭고 친근감있는 이미지를 지닌다고 평가할 수 있다. 그러나 여성적인 이미지에 대하여 상당히 긍정적인 반응을 나타내고 있는 점은 지극히 장식적인 면에 치우치고 있기 때문이라고 판단된다.

반면, ‘귀여운’이나 ‘낭만적인’, ‘얄상한’, ‘이국적인’, ‘인공적인’, ‘전원적인’ 등의 형용사에 대해서는 부정적인 즉, 그렇게 느끼지 않는 것으로 평가되었으며, 특히, ‘얄상하다’거나 ‘이국적인’ 이미지에 대해서는 상당히 그렇게 느끼지 않는 것으로 평가되었다. 이는 현재의 문화상품이 인공적으로 다듬지 않고 한국의 자연적인 이미지를 나타내고 있는 것으로도 해석되며, 이에 따라 다소는 투박한 이미지를 지니며 이는 얄상한 이미지와 상반되는 것으로 해석된다.

반면, ‘기하학적’이나 ‘단순한’, ‘변화 있는’, ‘부드러운’, ‘산뜻한’, ‘세련된’, ‘소박한’ ‘자연스러운’, ‘재미있는’, ‘현대적인’, ‘화려한’ 등의 형용사에 대해서는 큰 특징적인 성향이 없는 것으로 나타났다.

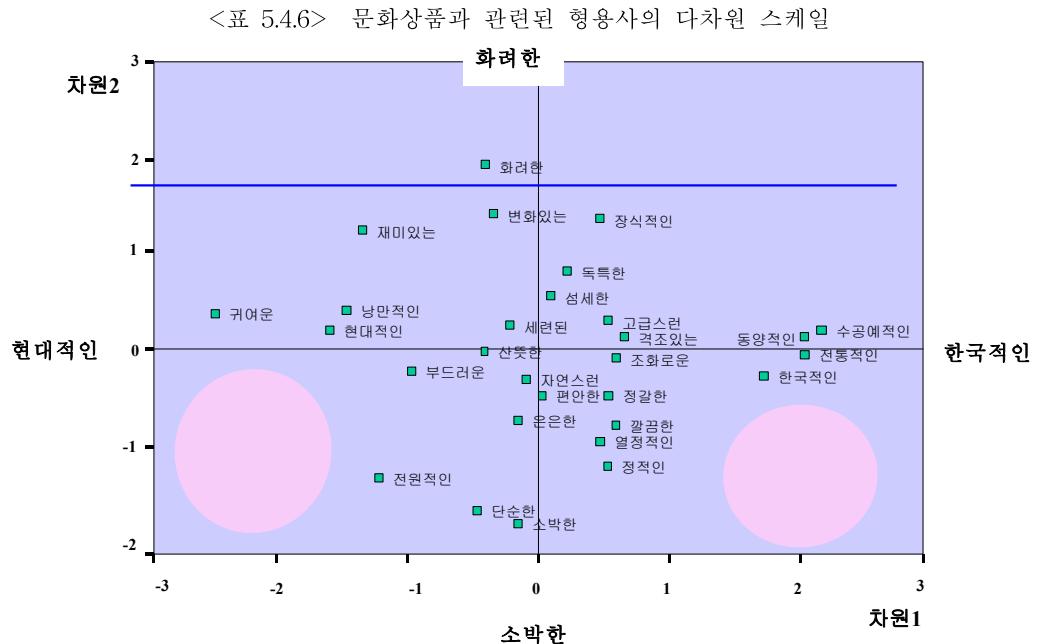
이러한 결과는 한국의 문화상품이 한국적이라는 이미지를 전달하는데는 어느 정도는 성공하고 있는 것처럼 보여지며, 또한 이는 이미 한국의 문화상품이라는 정보를 미리 제공하고 조사한 결과 때문이라고도 해석된다.

다음은 형용사의 요인분석 결과를 표로 나타낸 것이다. 주요 요인은 5가지 정도로 정리할 수 있으며 이에 해당되는 내용은 다음의 <표 5.4.5>과 같다. 첫 번째 요인에는 깔끔한, 정갈한, 단순한, 세련된, 산뜻한, 안정적인, 정적인, 현대적인, 조화로운 등과 같이 조화로움과 관련된 형용사가 포함되는 것으로 나타났으며, 두 번째 요인에는 화려한, 고급스러운, 장식적인, 소박한, 섬세한, 격조 있는, 변화 있는 등과 같이 장식성과 관련된 형용사가 포함되는 것으로 나타났다. 세 번째 요인에는 전통적인, 한국적인, 동양적인, 수공예적인 등과 같이 전통성 요인이 포함되는 것으로 나타났으며, 네 번째 요인에는 자연스러운, 부드러운, 은은한, 편안한, 전원적인, 낭만적인 등과 같은 자연적인 이미지의 형용사들이 분류되어 나타났다. 마지막으로 다섯 번째는 재미있는, 귀여운, 독특한 등과 같은 개성적인 요인 등이 포함되는 것으로 나타났다.

<표 5.4.5> 요인분석 결과

요인 형용사어휘	1	2	3	4	5	공유치 Communalities
깔끔한	.804					.640
정갈한	.676	-.401				.675
단순한	.624	.485				.319
세련된	.608				.315	.598
산뜻한	.577					.372
안정적인	.559					.515
정적인	.524					.441
현대적인	.497					.545
조화로운	.470			.339		.417
화려한		.655				.377
고급스러운	.415	.618				.515
장식적인		.595			.331	.470
소박한		-.579		.349		.649
섬세한		.573				.481
격조있는	.441	.532				.382
변화있는		.441			.436	.427
전통적인			.842			.488
한국적인			.768			.439
동양적인			.697			.494
수공예적인			.538			.475
자연스러운				.635		.404
부드러운				.587		.620
은은한	.409			.586		.607
편안한	.406			.524		.473
전원적인				.498		.508
낭만적인		.327		.455		.509
재미있는					.733	.622
귀여운					.530	.391
독특한		.334			.443	.484
Eigenvalue	4.249	3.279	2.758	2.616	1.838	

이상과 같은 형용사들의 값을 다차원 척도법으로 나타내면 다음의 <표 5.4.6>와 같다.

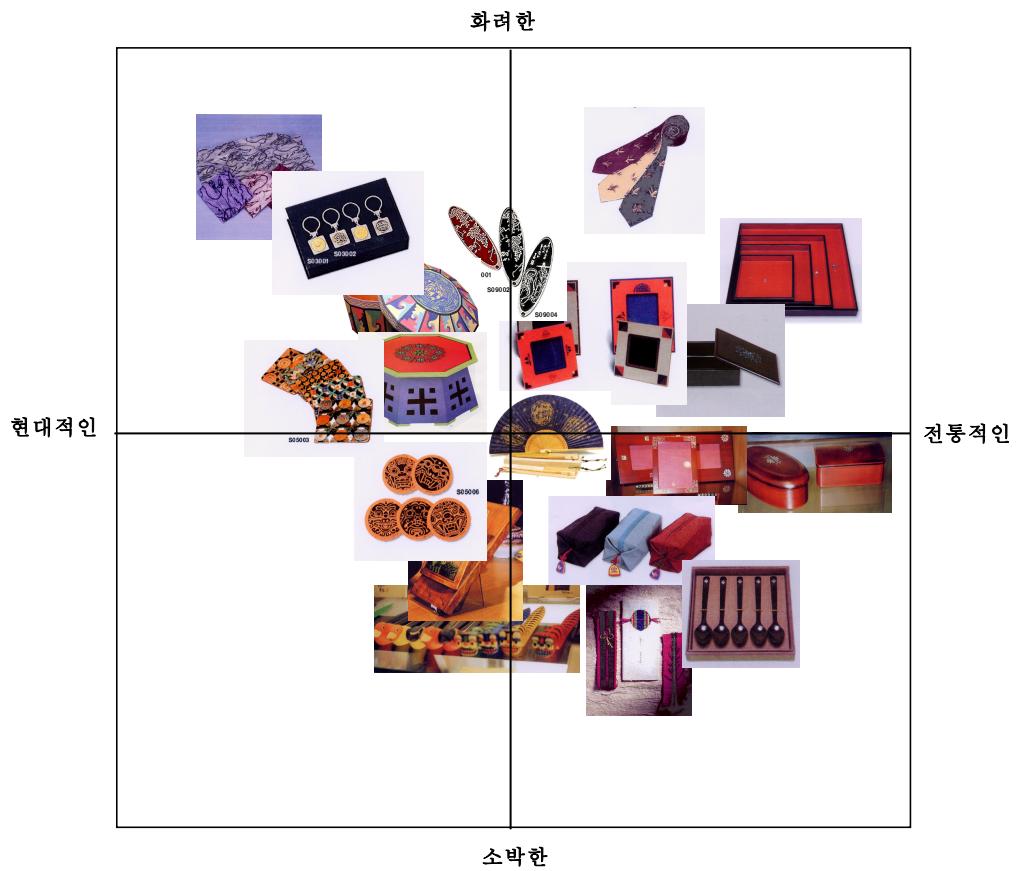


위의 표를 보면 차원1과 차원2의 두 축을 중심으로 네 개의 사분면이 나뉘는 것을 알 수 있으며, 각 축은 한국적인-현대적인, 소박한-화려한의 이미지를 나타내고 있는 것으로 파악된다. 즉, 현재 생산·판매되고 있는 한국의 문화상품의 이미지는 현대적이고 화려한 이미지의 상품이거나, 한국적이고 화려한 이미지의 상품, 현대적이고 소박한 이미지의 상품이거나 한국적이고 소박한 이미지의 상품이 고르게 판매되고 있는 것으로 나타나 있다.

그러나 차원2(Y축)에서 0을 중심으로 아래·위로 같은 거리인 2에 선을 다시 그려보면 현재 한국 문화상품의 이미지는 소박하기 보다는 다소 화려한 쪽으로 치우쳐져 있음을 알 수 있다. 이는 문화상품의 디자인이 장식이 많고 화려하기 때문이라고도 해석되며, 한편으로는 문화상품의 종류가 부담 없고 소박하기 보다는 다소 무게감이 있기 때문이라고도 해석된다. 따라서 앞으로 개발해 나가야 할 한국 문화상품의 방향은 소박하면서도 현대적으로 디자인된 제품이거나 소박하면서 한국적으로 디자인된 제품이 되어야 할 것으로 판단된다.

제 5 절 문화상품의 개발방향

다음은 58개의 문화상품을 위에서 분석한 것과 같이 다차원 분석틀에 맞추어 분석한 결과이다. <그림 5.5.1>에서 보는 바와 같이 가운데를 중심으로 문화상품들이 집중되어 있는 것을 볼 수 있다. 그러나 한국적이거나 현대적인 축에 있어서는 비교적 고른 분포를 보이고 있음을 알 수 있다. 또한 현대적이고 소박한 방향이나 한국적이고 소박한 방향은 다소 비어있는 것을 발견할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다소는 등한히 되어 왔던 부분인 소박한 이미지를 지니면서 현대적인 디자인의 상품이나 혹은 소박한 이미지를 지니면서 한국적인 디자인의 문화상품을 개발하고자 한다.



<그림 5.5.1> 한국문화상품의 다차원 스케일

6. 디자인 소재 개발 및 디자인 제안

제 6 장 디자인 소재 개발 및 디자인 제안

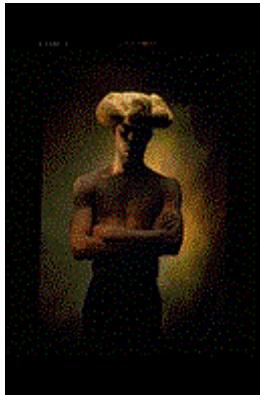
제 1 절 디자인 관련 신소재 현황

오늘날 디자인에 있어서 소재의 특성에 대한 선입견은 디자인에 있어서 절대적 이지 않다. 새로운 기술이 소재의 물리적인 속성을 주문에 따라 만들어내고 범위를 확장시키고 모양이나 성질 등을 변경시키고 있으며, 변화의 가능성이 부여된 새로운 소재들이 개발되고 있다. 플라스틱은 유리처럼 투명할 수 있고 섬유처럼 유연할 수 있으며 알루미늄처럼 금속성을 지닐 수도 있다. 나무는 쿠션이나 융단처럼 부드러울 수 있다. 솔리드한 금속은 세라믹에 의해 대체되고 있고 얇은 금속판은 탄소와 유리 섬유에 의해 대체되고 있다. 소재들은 더 이상 수동적인 역할의 부수품으로서가 아니라 엔지니어와 디자이너의 목표를 위한 능동적인 연출자로 바뀌고 있는 것이다.

돌연변이 소재의 개발은 디자인과 함께 그것들을 좀 더 유용하게 사용할 수 있는 것으로 바꾸는 첫 번째 일로 흙가루를 유리와 세라믹으로, 오일을 열가소성 플라스틱 펠리트로 바꾸는 일에서 시작되었다. 이렇게 만들어진 진보적인 가공 재료는 영구적이고 유연할 뿐만 아니라 부식작용이나 침해성이 없으며, 마모에 대한 저항성이 있고 재사용도 가능하다. 디자인 재료에 있어서 이런 혁명의 가장 좋은 예는 20세기 기술에 있어서 주목할 만한 진보 중의 하나인 ‘합성’ 실험이다. 합성은 소재 각각의 속성의 결합을 말하는 것으로, 가열하면 굳어지는 합성수지물은 경량이고 부식이 안되며 그 중 유리 섬유나 탄소 섬유는 특히 스포츠나 의학 장비 그리고 자동차, 비행기의 구성요소 등 넓은 범위의 제조에 혁명을 일으켰다.

디자인은 소재나 기술과 같은 수단을 통해 이상적인 제품을 이루어내려는 시도로써 묘사될 수 있다. 새롭고 변하기 쉬운 소재의 특성은 디자인을 향한 좀 더 실험적인 접근에 더하여 새로운 형태를 발전시켜온 것이다. 전통적인 문화상품에 현대적 미감을 부여할 수 있는 디자인 소재의 개발을 위해 우선 이러한 신소재의 특성을 종류별로 분류하여 살펴보고자 한다.

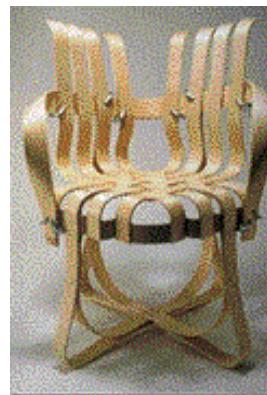
1. 목재 Wood



<그림 6.1.1>
Maderón 소재



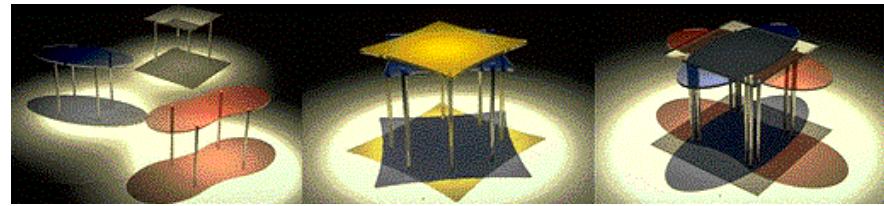
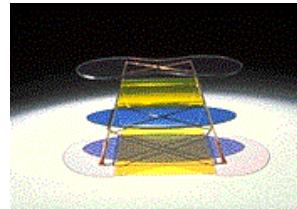
<그림 6.1.2>
Rothko chair



<그림 6.1.3>
Armchair

문명 발달 초기부터 사용된 목재는 생활 주변에서 쉽게 구할 수 있다는 특성으로 목재는 역사적으로 가장 많은 디자인 실험 제품의 소재로 사용되어 왔다. 수세기를 거쳐 목재는 자연이 디자인에 대해 인류에게 가르쳐 줄 수 있는 것들의 조합이면서 창조의 핵심으로 여겨져 왔다. 목재 기술은 하드보드 패널의 유입과 함께 1960년대에 혁명을 경험하게 되는데 그것은 목재가 연마되고 좀 더 등질의, 등방성의 재료로 다시 만들어진 것을 의미한다. 기존의 목재는 풍화 및 부패 진행이 빨라 이용에 한계가 있었으나 오늘날 목재로 만들 수 있는 합성물에 대한 연구가 경제적 필요성과 세계의 한정된 자원에 대한 관심에 자극을 받아 활발하게 진행되고 있다. 예를 들어 스페인 엔지니어인 Silio Cardona의 경우 아몬드 겹질, 다른 나무 조각 그리고 수지로 만들어진 소재인 ‘Maderón’(그림 6.1.1)을 개발하였고 의자와 램프 쉐이드를 만드는데 이 소재를 사용하였다(그림 6.1.2). 합성 기술보다 좀 더 오래되고 좀 더 발전된 박편 기술은 많은 기술혁신을 이끌었다. 특히 박편 기술은 구부러진 메이플의 아름다운 구조적 조각으로 만들어진 최근의 가구 컬렉션에서 많이 이용되고 있다(그림 6.1.3).

2. 유리 Glass



<그림 6.2.1> Coffee table

유리란 규산, 탄산소다, 탄산석회 등을 고온으로 녹인 후 냉각하면 생기는 물체를 말한다. 투명하고 눈에 보이지 않는 유리는 공간을 만곡시키고 왜곡시키며 빛을 굴절시키고 여과시키며 구체화시킨다. 17세기 투명도가 높고 광택이 있는 크리스털이 발명되어 고급유리 생산에 기여하게 되었으며 수세기 동안 이 소재는 연금술사, 화학자, 엔지니어의 망상을 자극시켜왔고 독특한 돌연변이 성질을 발달시켜 왔다. 현대 엔지니어들은 유리와 첨가제를 넣는 실험을 통해 빛에 직면하면 색상이 변하는 광색성 유리를 완성시켰다. 또한 Karim Rashid가 디자인한 ‘coffee table(1990)’ (그림 6.2.1)에 사용된 소재인 아름답게 채색된 PMMA(poly-methyl-metacrylate) 필름을 사용한 합성유리는 최근에 새롭게 개발된 소재로 이는 두 개의 외부용 시트 안의 액정필름이 전기에 의해 불투명하게 된다. 이렇듯 현대로 올수록 유리 소재는 공예와 각종 음식기, 조명구, 광학용 유리 등 사용 범위와 수요면에서 점차 증가하고 있다.

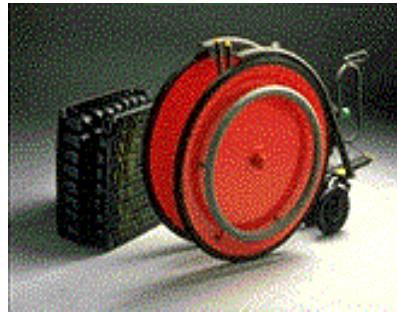
3. 금속 Metal



<그림 6.3.1> Eyeglass frame



<그림 6.3.2>
Tableware



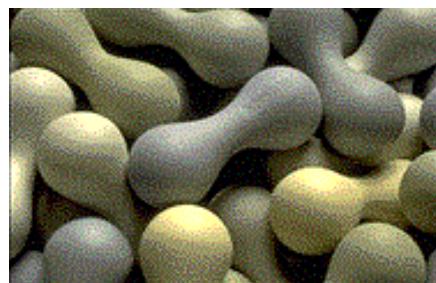
<그림 6.3.3>
Folding Wheelchair

플라스틱, 세라믹, 글라스와 비교해 볼 때 금속은 최근 몇 년 안에 작은 변화를 경험했음을 알 수 있다. 그러나 엔지니어들이 기본 길이를 열 배로 늘릴 수 있는 초가소성 스틸(super-plastic steel)과 알루미늄 합금(aluminum alloys)과 같은 진보된 기술들이 개발됨에 따라 전통적인 금속의 특성들도 변화되었다. 이런 기술들은 여전히 매우 고가이지만 이미 산업 디자이너에 의해서 많이 이용되고 있다. 비록 메탈의 특성이 아직 매일 제품 생산에 적합하지 않아도 ‘형태 기억력(shape memory)’ 같은 특성의 실험은 광범위한 효과를 가져왔다. 관형, 선형, 그리고 얇은 판형으로 된 형태 기억력 합금은 안경 프레임, 책꽂이, 펜 그리고 많은 다른 가정용 아이템에 광범위하게 사용된다(그림 6.3.1). 또한 금속을 녹여 모래 주형에 부어서 만든 재활용 알루미늄(sand-cast recycled aluminum)은 최근 보석 상자와 테이블웨어 등에 사용되는 값비싼 합금이다(그림 6.3.2). 그 외에도 티타늄(titanium)

은 경량, 탄성, 그리고 쉽게 기계로 제작 가능하다는 특성에 의해 인력거나 훨체어, 자전거 텁니와 같은 구조적인 프레임에 많이 사용되고 있다(그림 6.3.3). 비록 금속이 엔진 부품이나 커팅용 칼날에 사용되는 세라믹이나 비행기에서 보트까지 사용되는 합성물, 그리고 의자와 같이 좀 더 작은 구조물에 사용되는 플라스틱에 의해 위협을 받아왔지만 쉽게 변화시킬 수 있다는 특성은 금속 소재의 지속을 가능하게 한다.

4. 세라믹 Ceramic

세라믹은 많은 것에 의해 미래의 재료로 여겨진다. 세라믹 자동차 엔진은 거의 에너지 낭비가 없을 것이며 어떠한 윤활유도 필요로 하지 않을 것이다. 초전도성 세라믹은 손실 없이 에너지를 전달할 것이며 세라믹 섬유는 온도 변화로부터 신체를 절연해주고 총탄으로부터 보호해줄 것이다. 이 모든 것들을 가능하게 만드는 진보된 세라믹의 합성은 산화알루미늄(alumina), 산화티타늄(titania), 모래·장석과 같은 금속성 분말, 그리고 산화이트륨(yttria), 산화지르코늄(zirconia)과 같은 흙 분말을 다량 포함한다. 이런 세라믹 소재는 제조 과정에서 많은 기술을 빌어왔다는데 예를 들어 초전도성 세라믹 소재의 개발 뒤에 과정인 소결법(sintering)은 세라믹 분말을 높은 온도와 압력을 이용하여 고체 상태로 변화시키는 방법으로 메탈 생산으로부터 사용된 과정이다. 또한 합성 유리 세라믹은 유리와 비슷한 성질을 지니고 있다(그림 6.4.1).



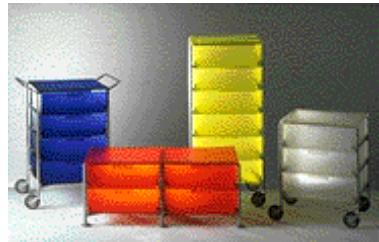
<그림 6.4.1> Cooking system

5. 플라스틱 Plastic

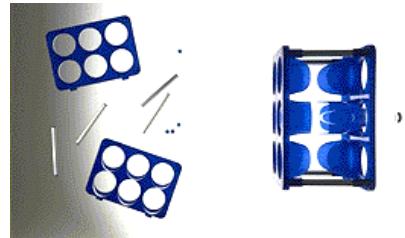
플라스틱은 가소성을 뜻하는 ‘plasticity’라는 말에서 유래된 것으로 가열 유동상태에서 압력을 이용하여 임의의 형태로 성형할 수 있는 물질로 최종상태에서 고체상의 고분자 물질인 유기화합물을 말한다. 이런 플라스틱은 우선 폴리우레탄과 실리콘처럼 플라스틱간의 합성에 정의될 수 있는데 특히 폴리우레탄은 우리의 발 형태, 등 윤곽 등을 기억하는 성질에 의해 신발이나 의자 등에 사용된다(그림 6.5.1). 그리고 플라스틱은 열가소성과 같은 기술에 의해서도 정의될 수 있는데 의자에서부터 대단히 작은 전화기에 이르기까지 기술의 다양성을 사용하여 생산된 서로 다른 수십 가지의 제품에 플라스틱이 사용된다(그림 6.5.2). 예를 들어 압축성형(compression molding)과 같은 가장 고전적인 기술들은 특히 재활용되는 중합체(polymer)로 만들어진 제품에 적합하다. 사출 성형(injection molding)과 같은 좀 더 정교한 기술은 지금 일반적인 중합체인 폴리스티렌, 고밀도 폴리에틸렌, 폴리프로필렌(그림 6.5.3), ABS에 자주 사용되고 있다.



<그림 6.5.1> Diving fins



<그림 6.5.2>
Container system

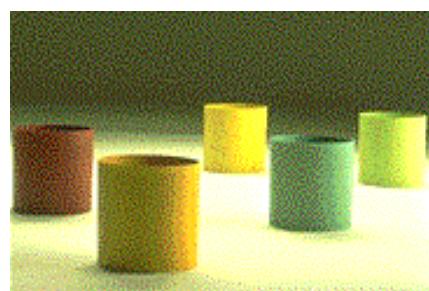


< 그림 6.5.3> Storage module

19세기에 개발된 플라스틱은 20세기 중반까지 자연 소재를 모방하기 위해서만 사용되었으나 기술의 발달로 오늘날에는 매우 정교한 수준까지 이르게 되었다. 오늘날의 플라스틱은 견고하고 저항력이 있으며 아름답다. 또한 광택이 좋고 임의의 착색이 가능하여 고운 색채를 낼 수 있으며 투명도가 높아 유리와 같이 투명한 용도로 사용할 수 있다. 아주 간단한 것에서부터 복잡한 것에 이르기까지 다양한 형태로 성형이 가능한데 신체에 꼭 들어맞도록 성형될 수도 있고 컴퓨터 마우스와 같이 작고 복잡한 제품 속에도 사용될 수 있다(그림 6.5.4). 다른 소재에 비해 내열성이 좋지 않았으나 최근에는 500°C 이상에서도 견디는 안전한 제품이 생산되고 있으며 항상 환경 문제가 제시되었으나 최근에는 100% 재활용 가능한 플라스틱이 대다수를 이루고 있다(그림 6.5.5).



<그림 6.5.4>Mouse



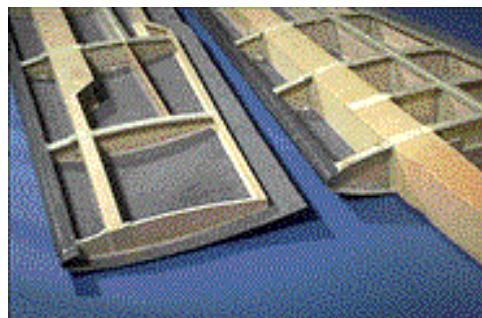
<그림 6.5.5> Waste bins

6. 합성 섬유 Fibers and Composites

섬유는 오래 전부터 의류 뿐만 아니라 실내장식, 장신구 등 폭넓은 분야에서 제작, 사용된 소재이다. 20세기가 시작되면서 다양한 인조섬유가 등장하였고 그 후 나일론, 폴리에틸렌과 같이 가열하면 굳어지는 합성수지는 진흙, 탄소 그리고 유리 섬유의 최신 변형으로 서로 결합되어 물체에 형태를 부여하며 탄소섬유는 물체를 보강한다. 그런 합성의 결과로 가볍고, 유동적이며 강한 물체가 탄생한다(그림 6.6.1). 가열하면 굳어지는 합성수지 모체에 있는 강화 섬유를 포함한 합성섬유는 테니스 라켓, 무릎 브레이스, 보트 그리고 비행기와 같은 물체에 광범위하게 사용된다(그림 6.6.2). 합성섬유는 유동적이고 주문에 따라 쉽게 만들 수 있으며 제조에 사용된 기술들도 매우 기본적인 세공과 평범한 온도만을 요구할 뿐이다. 이런 이유 때문에 엔지니어들과 디자이너들은 계속적으로 새로운 합성 섬유와 그것의 응용을 개발해내고 있다(그림 6.6.3).



<그림 6.6.1> Lighting fixture



<그림 6.6.2> Airplane



<그림 6.6.3> Office chair

7. 기포 고무 Rubber and Foam

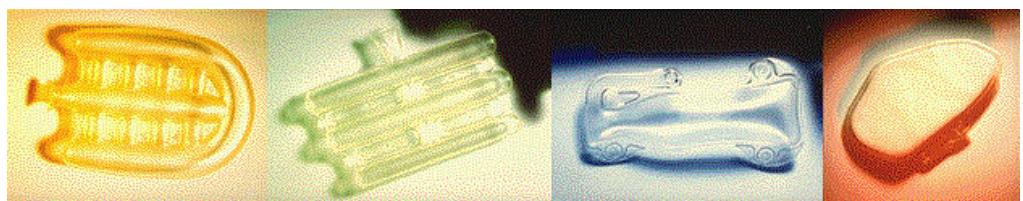
기포 고무는 천연 고무, 인조 고무, 아교 그리고 공기 또는 가스가 주입된 블래더를 포함한 다양한 소재 및 기술을 내포하고 있는 넓은 범위의 범주를 말한다. 이 소재는 부드럽고 유동적이어서 신체에 편안하게 맞는 제품을 제작하는데 특별히 유용하게 쓰인다. 열가소성 엘라스토머(TPEs)는 사출성형과 같은 플라스틱에 사용된 과정과 비슷한 과정으로 복잡한 형태를 성형할 수 있는 인조 고무를 말한다(그림 6.7.1). 비록 이 소재가 1950년대에 처음 발견되었으나 꽤 최근까지 넓게 소개되어 지지는 않았다. 기술 혁신의 끝없는 원천인 폴리우레탄은 제품의 커다란 다양성을 창조하는데 사용되어 왔는데 이런 부드러운 폴리우레탄과 폴리우레탄 포말은 꽃병, 소퍼, 암체어 그리고 허리 지지대와 같은 제품에 사용되고 있다(그림 6.7.2). 스포츠 용품에 주로 사용되는 공기 또는 가스 주입 폴리우레탄 블래더(air or gas filled polyurethane bladder)는 부드러움과 탄력을 증가시키기 위해 디자이너들이 개발한 소재이다(그림 6.7.3). 또한 신체의 열에 의해 반응하고 사용자의 형태를 기억할 수 있는 소재인 기억력 열반작용 포말(high-memory thermoreactive foam)은 최근 항공우주 산업에서 사용되어 발전을 보이고 있다. 실리카(silica)와 실리콘(silicone) 역시 다양한 응용이 가능한데 공기보다 더 가벼운 해파리 같은 물질인 aerogel, 쿠션이나 패드에 사용되는 gel, 그리고 빛의 근원이고 탄성을 지닌 디퓨저에 사용된 elastomer 등의 형태로 나타난다.



<그림 6.7.1> Wet suit



<그림 6.7.2> Chair



<그림 6.7.3> Athletic shoe cushionings

제 2 절 전통적 질감의 디자인 소재 개발

본 연구에서 새로운 소재를 개발하는 기본 방향은 기존의 재료에 다른 재료를 첨가하거나 형태 등을 새롭게 하는 과정을 통해, 그 근원은 전통적인 질감에 두 되 현재 생산되는 일반적인 재료와 연계하는 방식을 채택하기로 하였다. 본 연구에서 진행한 디자인 소재 개발을 위한 진행과정은 다음과 같다.

1. 디자인 소재 개발과 디자인 제안을 위한 디자인 프로세스

문화상품을 제안하기 위해 디자인 소재 개발이 진행되었고, 이 과정은 개발 방향의 설정, 적용 가능한 질감의 선정, 개발 가능성 검토, 디자인 소재에 대한 실험의 단계로 진행되었으며 이를 도식화하면 <그림 6.2.1>과 같다.



<그림 6.2.1> 디자인 소재 개발과 디자인 제안을 위한 프로세스

1) 디자인 방향의 설정

소재개발에 관한 디자인의 전반적인 방향은 현재의 문화상품에 대한 이미지 조사에서 스케일상에 부족한 부분으로 파악된 결과에 따라 소박하면서도 현대적인 이미지를 추구하기로 결정하였다. 이에 따라 우선 일관된 이미지를 이끌어 나갈 수 있는 방법의 일환으로 문화상품의 ‘브랜드 네이밍’을 정하는 방법도 고려하였다. 논의된 한국적인 이미지어들은 간결, 단순, 자유로움, 개방적, 쉬운, 편안한, 정갈함, 여유, 여백, 공(空), 미결, 한결(마음결, 숨결, 꿈결, 물결, …), 여운, 영롱, 수려 등이었다.

또한 추구하고자 하는 이미지와 부합되는 자료나 정보를 수집하여 디자인에 참고자료로 사용하기로 하였으며, 공예상품진흥청에서 주관하고 코엑스에서 열렸던 문화상품전을 관람하고 현재의 상태를 파악하였다.

2) 적용 가능한 전통소재의 선정

이미지 스케일에 표현된 문화상품들을 주의 깊게 관찰하며 앞으로 추구해야 할 문화상품의 이미지를 설정하는 작업을 진행하였다. 이를 위해 데이터베이스의 자료들 중에서 확대한 질감을 살펴보면서 소박하면서 현대감을 살릴 수 있는 소재의 질감을 선정하였다. 질감을 선정하는 과정에서 중요하게 고려되었던 점은 첫째, 형태나 문양의 느낌이 강하게 느껴지지 않고 질감자체의 이미지가 잘 전달되는 것을 선정하고자 하였다. 두 번째는 추진하고자 하는 디자인의 이미지 방향에 맞추어 소박한 질감을 지니고 있으며 현대적인 이미지로 전환이 가능한 것들을 선정하고자 하였다. 각 소재별로 1차 선정된 질감은 금속재 2종류, 토재 6종류, 지재 7종류, 목재 8종류, 초재 3종류, 직물재 7종류 등 총 33종류이며 다음의 사진과 같다.

① 금속재



<그림 6.2.2> 디자인소재 개발을 위해 선정된 금속재 디테일

② 토재



<그림 6.2.3> 디자인소재 개발을 위해 선정된 토재 디테일

③ 지재



<그림 6.2.4> 디자인소재 개발을 위해 선정된 지재 디테일

④ 목재



<그림 6.2.5> 디자인소재 개발을 위해 선정된 목재 디테일

⑤ 초재



<그림 6.2.6> 디자인소재 개발을 위해 선정된 초재 디테일

⑥ 직물재



<그림 6.2.7> 디자인소재 개발을 위해 선정된 직물재 디테일

3) 개발가능성 검토

선정된 확대 질감 사진을 보면 추구해 나갈 디자인 소재 및 문화상품 개발방향에 대해 브레인스토밍을 하였으며, 그 내용 중 일부를 정리하면 다음과 같다.

- 전사나 옵셋 인쇄를 이용하여 그릇에 전통적인 질감 문양을 넣는 방법
 - 재료는 현대적인 재료를 사용하지만 질감은 전통적인 이미지를 지닐 수 있을 것이다.
- 투명한 물체의 중간에 전통적인 질감을 넣는 방법
 - wave등을 살린 다양한 디자인이 나올 수도 있지 않을까?
 - 그릇 주변에 망건의 질감을 wave로 넣는 방법 등
- 투명비닐이나 pvc에 전통적인 질감을 프린트해서 등갓 등을 제작하는 방법
 - 투명한 면을 통과하여 질감이 나타나는 것이 독특할 것 같다.
- 한지나 직물에 전통적인 질감을 인쇄하여 다양한 물품을 제작하는 방법
 - 전통적인 질감에 다른 전통적인 질감을 인쇄하면 또 다른 이미지를 얻을 수 있을 것임.
- 가격이 싼 폴리에스터에 전통적인 질감을 프린트하고 코팅하여 우비, 우산, 앞치마 등을 디자인하는 방법
- 짚풀 등과 같은 소재자체를 코팅하여 부드러우면서도 다른 물품에 사용할 수 있도록 하는 방법
 - (-단순한 리프로덕션은 아님…)
 - (-실물소재를 사용해야 소재에 대한 느낌이 오는 것이지 프린트로는 느낌이 약하지 않을까?)
- 대나무로 향꽂이를 제작하는 것은 어떨까?
 - 대나무밥 식당에서는 대나무가 쓰레기로 버려지므로 재활용의 의미도 있음
- 현무암으로 향꽂이를 제작하는 것은 어떨까?
- 다식문양을 인조나무로 제작하는 것은 어떨까?
- 속으로 다식문양을 찍어서 탈취제로 제작하는 것은 어떨까?
 - 최근에 속에 대한 긍정적인 평가로 인해 속의 수요가 증가함

4) 디자인 새로운 소재에 대한 실험

새로운 소재를 만드는 과정은 크게 시각적인 질감을 이용한 새로운 소재, 촉각적인 질감을 이용한 새로운 소재의 시도로 분류해 볼 수 있으며 그 내용은 다음과 같다.

(1) 시각적인 질감의 시도

(a) 직물에 프린트

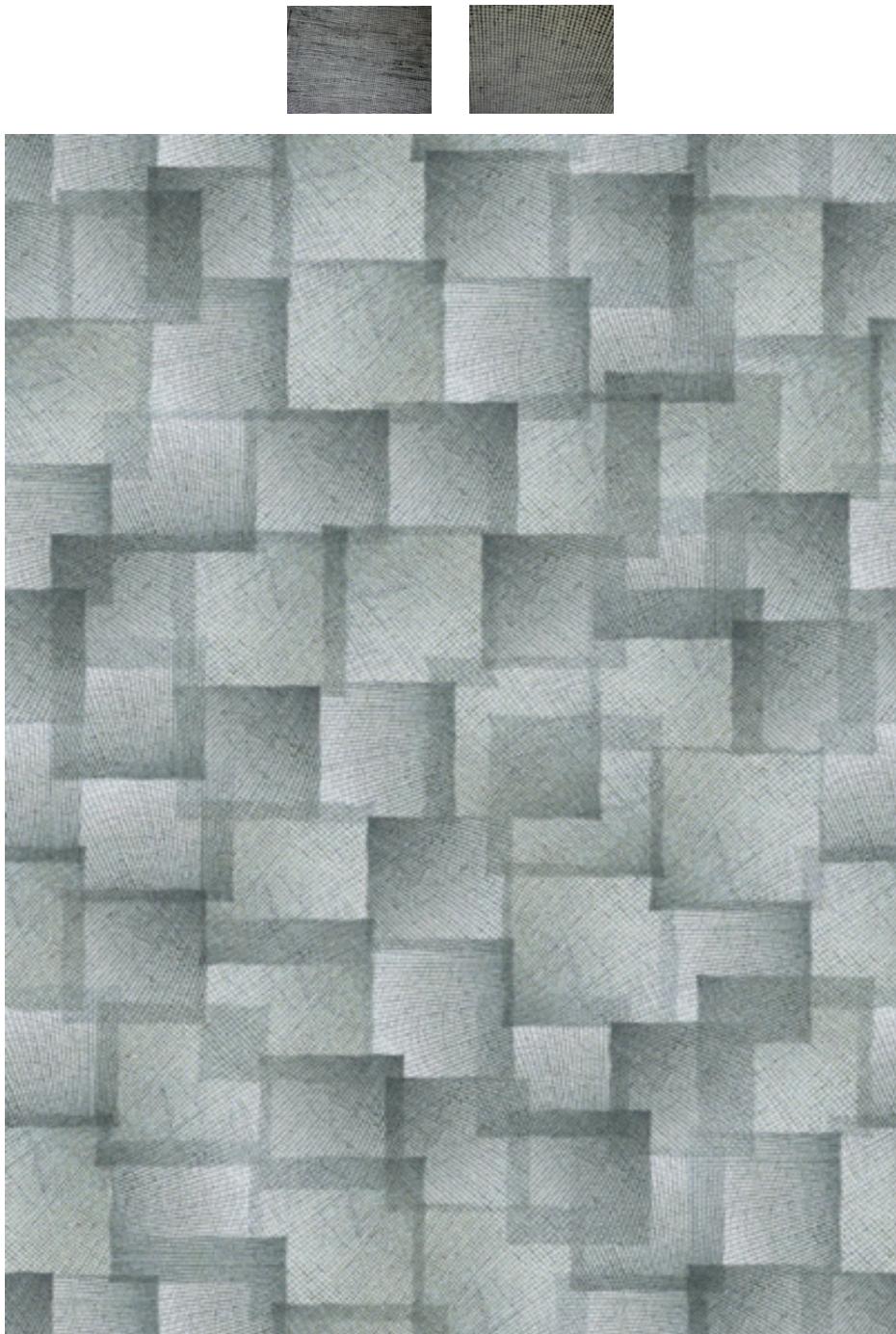
말총질감(T7A101), 망태질감(T7B903)의 질감을 이용하여 1/2야드에 해당되는 일정한 패턴을 만들고, 이를 실크 노방에 프린트하여 느낌을 살펴보았다. 실제의 질감에서는 얻을 수 없는 색다른 질감의 느낌을 얻을 수 있었으며, 실제의 재료로는 표현할 수 없는 형태로 제작하는 것도 가능하다고 판단되었다. 말총질감(T7A101)은 문현을 통해서 얻어진 자료였으므로 인쇄의 망점 등이 드러나 실제의 망건짜임이 잘 드러나지 못한 단점이 있었다. 따라서 용인 민속촌을 방문하여 실제의 것을 디지털 카메라로 촬영하여 다시 커다란 이미지를 제작하고 직물에 프린트하는 과정을 거쳤다(그림 6.2.8~그림 6.2.10).



<그림 6.2.8> 망태질감을 이용하여 대형 이미지를 구성한 사례



<그림 6.2.9> 말총질감을 이용하여 대형 이미지를 구성한 사례



<그림 6.2.10> 다시 촬영한 말총질감으로 대형 이미지를 구성한 사례

(4) 한지에 프린트

말총질감(T7A101), 망태질감(T7B903)의 질감을 이용하여 1/2야드에 해당되는 일정한 패턴을 만들고, 이를 독특한 질감의 한지(짚풀이나 나뭇잎 등 다양한 질감이 섞인)에 프린트하여 느낌을 살펴보았다. 일대일의 스케일로 프린트해 보고, 작은 스케일로 프린트하였으나, 일대일의 스케일이 보다 느낌이 좋은 것으로 판단되었다. 또한 다양한 두께의 종이에 프린트하였으나 질감이 있는 두꺼운 종이일수록 잉크를 충분히 스며들게 하여 실물처럼 느껴지는 효과를 내는 것으로 판단되었다. 실제 소재가 지녔을 질감과는 다른 색다른 질감의 이미지를 얻을 수 있었으며, 또한 다양한 디자인에 응용이 가능할 것으로 판단되었다(그림 6.2.11~그림 6.2.19).



<그림 6.2.11> 대형이미지를 한지에 프린트한 사례 I
(지프라기 등이 포함된 한지에 프린트)



<그림 6.2.12> 대형이미지를 한지에 프린트한 사례 II
(나뭇잎 등이 포함된 한지에 프린트)



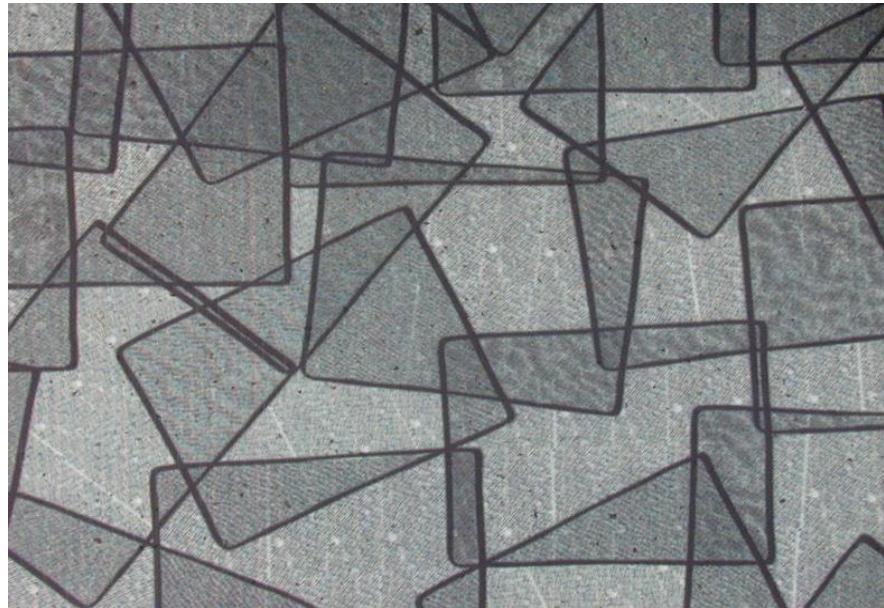
<그림 6.2.13> 대형이미지를 한지에 프린트한 사례 III
(거친 질감으로 제작된 한지에 프린트)



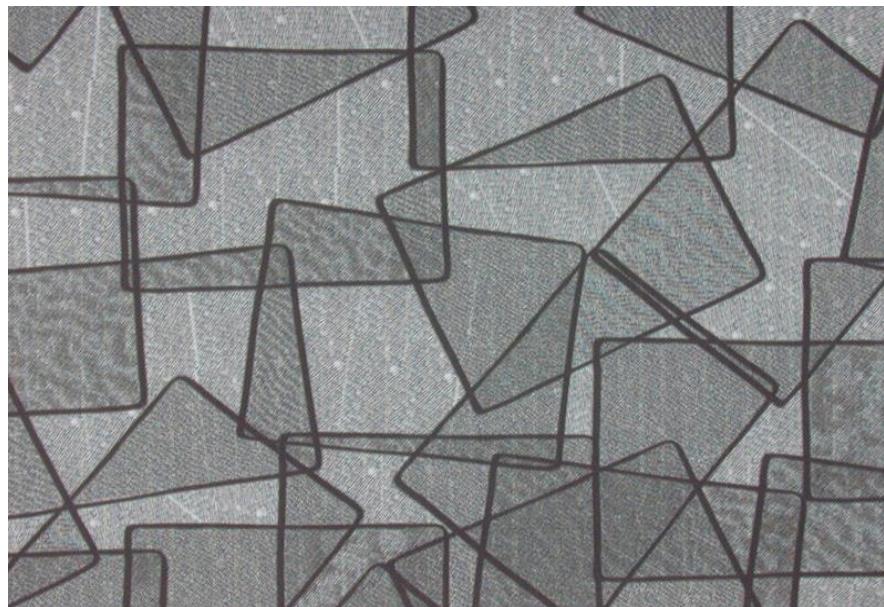
<그림 6.2.14> 대형 이미지를 한지에 프린트한 사례 IV
(지푸라기 등이 포함된 한지에 축소하여 프린트)



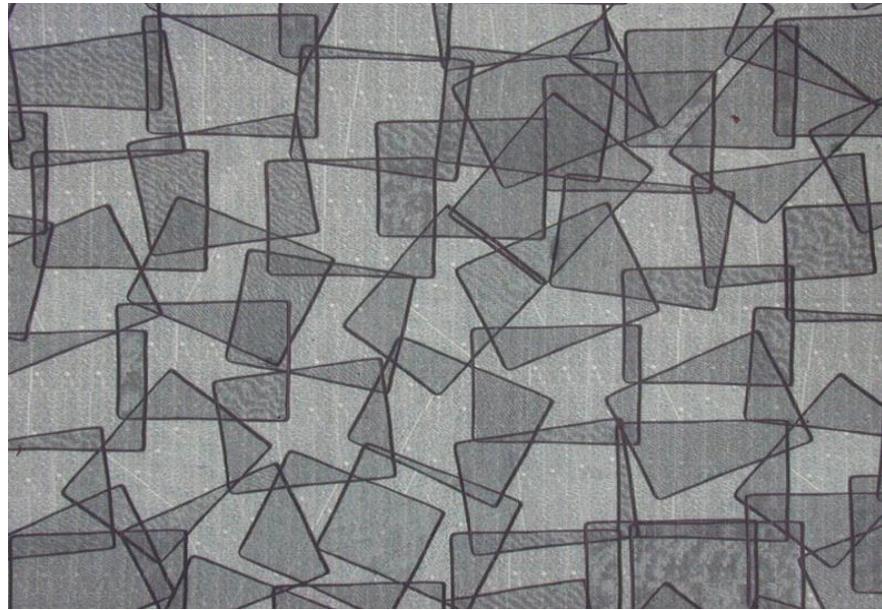
<그림 6.2.15> 대형 이미지를 한지에 프린트한 사례 V
(나뭇잎 등이 포함된 한지에 축소하여 프린트)



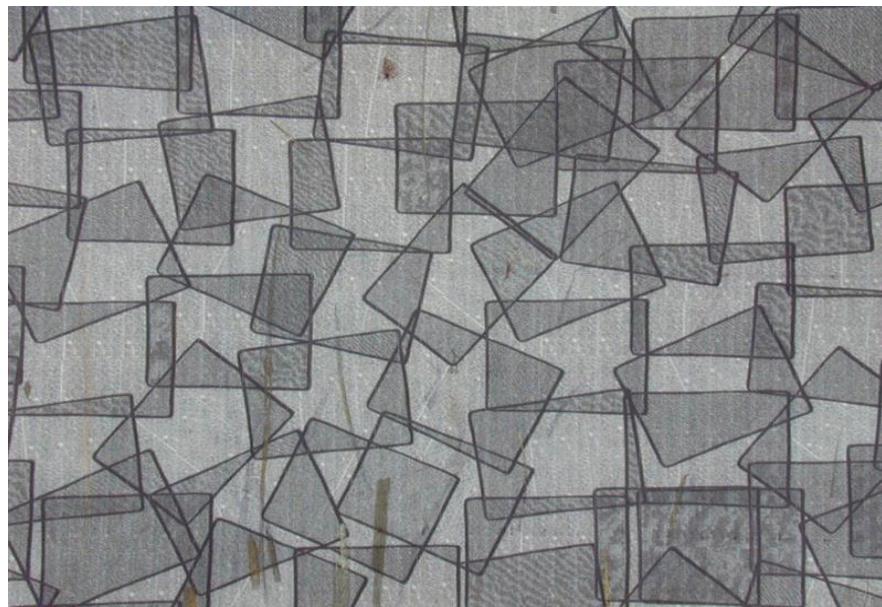
<그림 6.2.16> 대형이미지를 한지에 프린트한 사례 VI
(지푸라기 등이 포함된 한지에 프린트)



<그림 6.2.17> 대형이미지를 한지에 프린트한 사례 VII
(나뭇잎 등이 포함된 한지에 프린트)



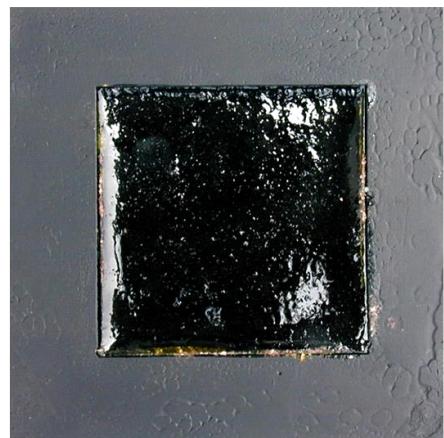
<그림 6.2.18> 대형이미지를 한지에 프린트한 사례 VIII
(지푸라기 등이 포함된 한지에 축소하여 프린트)



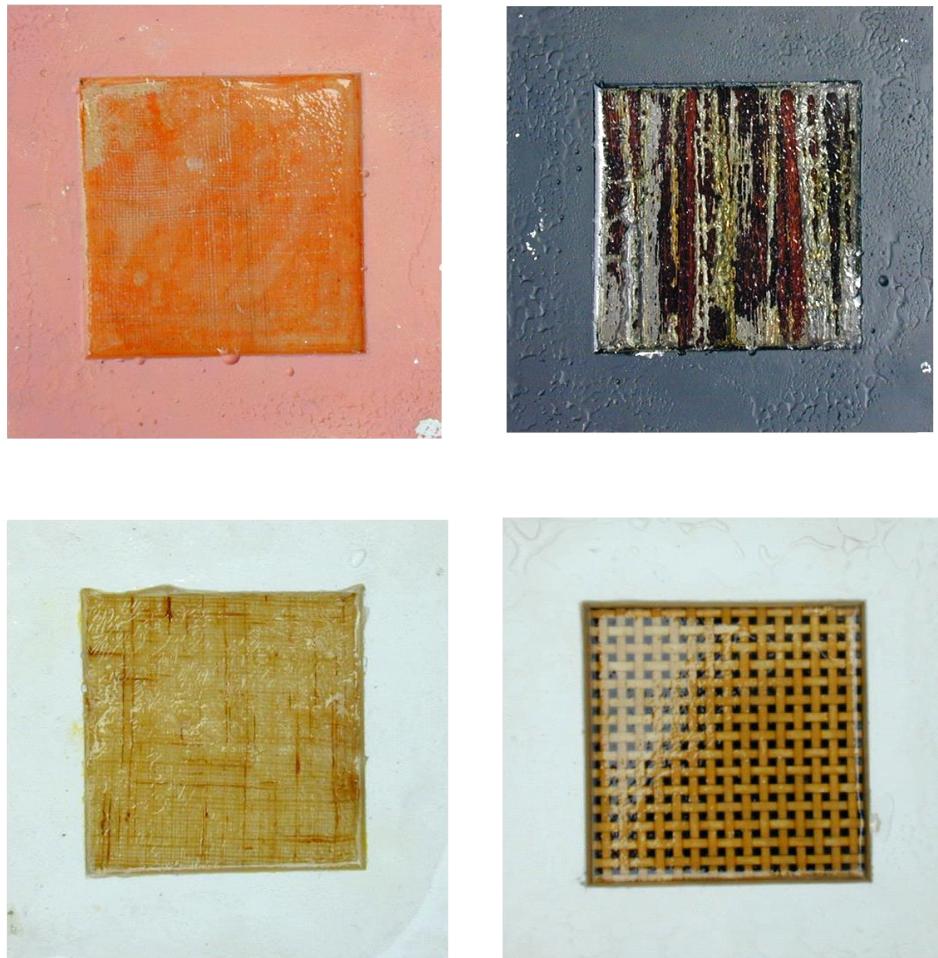
<그림 6.2.19> 대형이미지를 한지에 프린트한 사례 IX
(나뭇잎 등이 포함된 한지에 축소하여 프린트)

(d) 투명한 질감의 시도

실제의 전통적 질감의 소재들을 일정한 틀 안에 넣고 그 위에 에폭시나 호마이카 등 투명하고 현대적인 재료를 부어서 전통적인 질감을 현대화하고 하나의 막을 통하여 시각적으로 즐길 수 있도록 하는 방법을 시도하였다. 처음에는 석고로 틀을 제작하였으며, 점차 다양한 틀에 다양한 재료를 시도하였다(그림 6.2.20~그림 6.2.25).



<그림 6.2.20> 석고틀에 자연물을 넣고 투명한 질감으로 처리한 사례 I
(솔잎, 한지, 대나무, 삼베)



<그림 6.2.21> 석고틀에 자연물을 넣고 투명한 질감으로 처리한 사례 II
(모시, 대나무, 삼베, 지공예품)



<그림 6.2.22> 도기틀에 자연물을 넣고 투명한 질감으로 처리한 사례 Ⅲ

(물갈대, 벗짚, 밀대 등)



<그림 6.2.23> 도기틀에 자연물을 넣고 투명한 질감으로 처리한 사례 IV
(꽃잎, 나뭇잎, 마디풀, 한지 등)



<그림 6.2.24> 도기틀에 다양한 소재를 넣고 투명한 질감으로 처리한 사례 모음

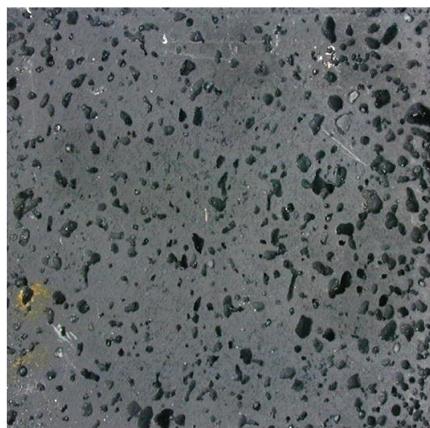
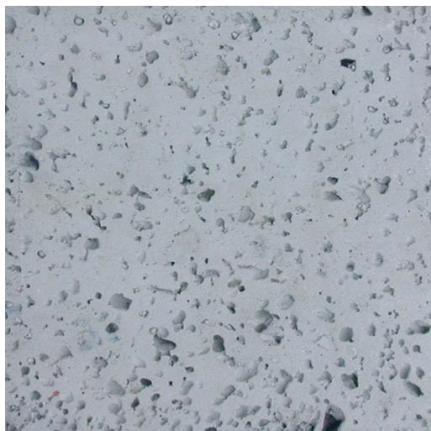


<그림 6.2.25> 다양한 형태의 도기틀에 소재를 넣고 투명한 질감으로 처리
(밀대, 벗짚, 물갈대 등)

(2) 촉각적인 질감의 시도

(가) 인조석으로 전통의 이미지를 찍어냄

단순한 화강암조각에서도 우리는 투박하고 질박한 전통의 느낌을 얻을 수 있으므로 정사각형의 화강암조각을 다양한 톤의 인조석으로 찍어내어 저렴한 가격의 적은 수공으로 전통적인 질감을 재현하였다. 또한, 실제의 석재에서는 얻을 수 없는 다양한 색으로 표현하는 것도 가능하였으며, 또한 기공의 거칠음의 정도를 다양하게 재현하는 것도 가능하였다(그림 6.2.26).



<그림 6.2.26> 현무암의 질감을 다양한 색의 변화를 시도하며
인조석으로 제작한 사례

(4) 누비질감의 시도

보라색의 손누비를 구하여 실리콘 몰드로 틀을 떠서 밝고 부드러운 색의 고무로 찍어내는 작업을 하고자 시도하였으나, 만족할 만한 손누비 제작품을 구할 수가 없어서 아쉽지만 이것은 다음기회에 시도해 보기로 결정하였다(그림 6.2.27~그림 6.2.28).



<그림 6.2.27> 샘플로 수집한 손누비 제작품 I



<그림 6.2.28> 샘플로 수집한 누비 제작품 II

(d) 고풍스러운 문양의 질감 시도

와당 문양이나 다식, 은장도, 승승이 반닫이, 노리개 등 고풍스러운 느낌이 나는 물품들을 마블이나 석고, 점토 등으로 제작하여 다양한 다른 제품으로 디자인할 수 있는 기본 단위를 제작하기로 하였다. 그 중 크기가 가장 적절 하다고 판단되는 다식판(40mm*40mm*7mm)을 제작하여 다식문양의 형태를 도자기 흙(백토, 옹기토, 분청토)으로 찍어내어 활용하기로 하였다 (그림 6.2.29~그림 6.2.32).



<그림 6.2.29> 모델로 사용한 전통 다식판



<그림 6.2.30> 정사각형의 다식문양 도기 및 자기



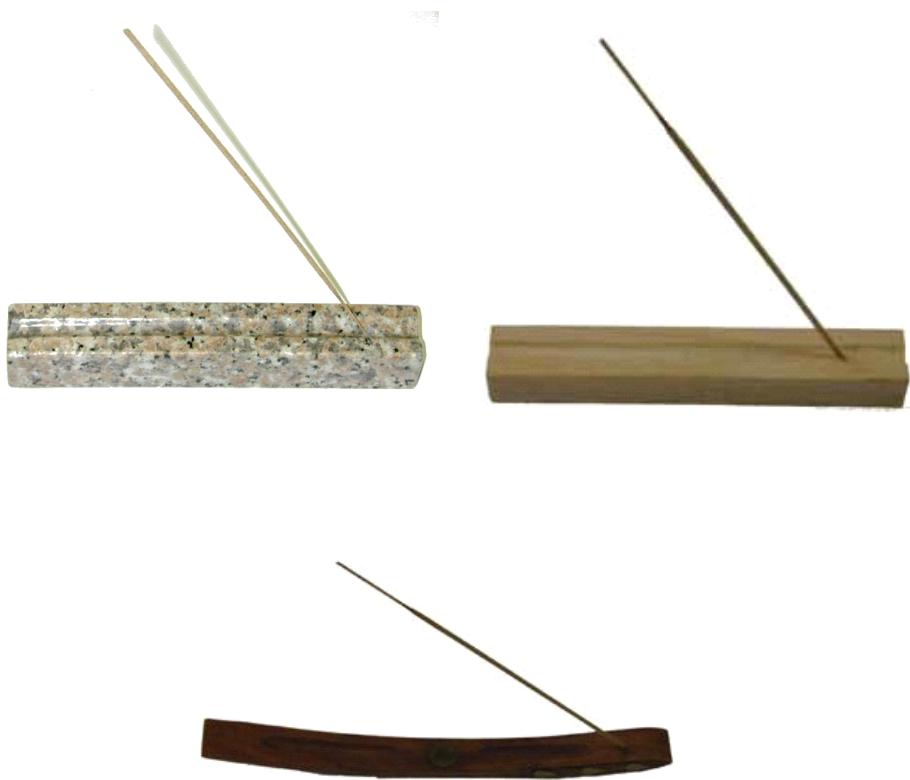
<그림 6.2.31> 원형의 다식문양 도기 및 자기



<그림 6.2.32> 다양한 형태의 다식문양 도기 및 자기

(b) 향꽂이 제작 시도

목재를 이용하여 30mm*200mm*30mm의 박스를 제작하고 가운데 부분을 흙통처럼 파내어 향꽂이를 제작하였으나, 전체적인 형태가 연구원이 생각했던 바와 일치하지 않아 더 이상의 발전을 시키지 않기로 하였으며, 대신 화강암으로 다시 제작하기로 하였다. 화강암으로 30mm*200mm*30mm의 박스를 제작하고 가운데 부분을 흙통처럼 파내어 향꽂이를 제작해 보았으나, 화강암의 질감이 연구원들이 기대하던 것보다 흥미롭지 못하여 더 이상의 발전을 시키지 않기로 하였다(그림 6.2.33).



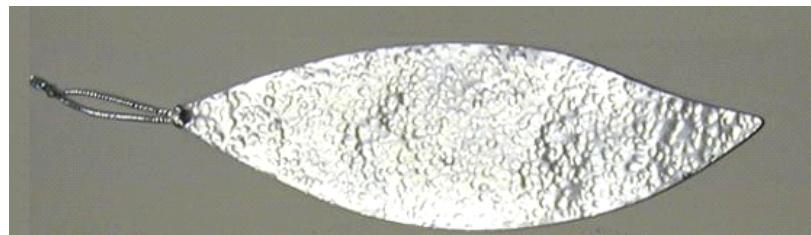
<그림 6.2.33> 화강암과 목재로 만든 향꽂이

(마) 금속의 방자 질감 시도

금속을 금속용 망치로 두드려서 얻어지는 울퉁불퉁한 방자 질감을 응용하여 전통적인 느낌의 다양한 디자인을 시도해 보기로 하였으며, 우선 책갈피에 응용하기로 하였다.



<그림 6.2.34> 샘플로 사용된 금속 책갈피



<그림 6.2.35> 방자 질감으로 제작된 책갈피

이와 같은 수 차례의 시행착오 과정을 거쳐서 질감을 현대화하는 작업이 진행되었으며, 그 중 문화상품으로 발전시켜도 좋다고 판단되는 몇 가지 아이템에 대해서 보다 깊이 있는 논의를 하였으며, 최종적인 상품으로 디자인하였다.

제 3 절 전통소재를 활용한 문화상품 디자인 제안

본 연구에서는 최종적으로 제안된 디자인 자체에 의미를 두는 것이 아니라, 그러한 디자인이 나오게 된 배경으로서의 디자인 프로세스 단계에 큰 의미를 두고 있다. 따라서 본 연구에서 최종적으로 제안되는 디자인은 데이터베이스에서 분류된 각 소재별로 한 두 가지 정도의 디자인을 발전시켜 본 결과에 불과하며, 본 연구를 토대로 앞으로 더욱 다양한 디자인을 발전시킬 수 있는 계기가 되었으면 한다.

본 연구에서 각 소재별로 디자인된 사례는 다음과 같다.

1. 소재별 문화상품 디자인 전개

1) 금속재

금속재의 다양한 재질 중 방자질감을 디자인에 이용하기로 결정하였으며, 첫 번째 단계로 비교적 다르기 쉬운 금속인 알루미늄을 방자로 두드려서 질감을 관찰하였다. 알루미늄을 이용하여 제작한 책갈피는 <그림 6.3.1>과 같다. 알루미늄의 부드럽고 유연한 성질과 방자의 질감이 상당히 궁정적으로 평가되어 그 외의 금속인 신주와 백동, 동 등으로도 같은 질감의 책갈피를 디자인하여 제작하였다.



<그림 6.3.1> 방자질감으로 제작한 나뭇잎형태의 책갈피

2) 토재

토재는 흙의 성질에 따라 상당히 다양한 용기의 제작이 가능하므로(백자, 청자, 옹기, 분청 등), 몇 가지 흙(백토, 분청토, 옹기토)을 이용하여 앞서 제작한 다식문양으로 찍어서 성형하였다. 성형된 다식문양의 제품을 초벌 및 재벌하여 살펴보았으며, 또한 그 과정에서 유약을 바르거나 바르지 않은 상태로 관찰한 결과, 백자토의 재벌한 상태와 옹기토의 초벌한 상태의 질감 및 색채가 적절한 것으로 판단되어 두 가지 경우만을 최종안으로 발전시키기로 결정하였다.

(1) 방향제 제작

선정된 흙으로 다식문양을 찍는 과정에서 방향제를 내포할 수 있는 방법에 대해서 다양한 방법이 논의되었다.

첫 번째 논의된 내용은 도기를 만드는 과정에서 유약을 바르지 않고 방향액 속에 담가서 방향성분을 띠도록 하는 것이었는데, 이것은 너무 빨리 방향성분이 공기 중으로 날아가 버리므로 방향제의 역할을 다할 수 없을 것이란 결론에 도달하였다.

두 번째 논의된 방법은 도기를 제작하는 과정에서 어느 부분에든 홀을 뚫어서 고체향을 삽입하는 방법이었다. 이것은 고체향이 삽입된 부분이 쉽게 눈에 띄므로 좋은 방법이 아니라는 결론에 도달하였다.

세 번째 논의된 방법은 도기를 제작할 때 중앙에 기공이 풍부한 물질을 삽입하고 제작하는 방법이었다. 이것은 도기를 완성한 후, 기공이 많은 부분에 주사로 방향액을 쏘아 넣으면 되며, 주사바늘을 꽂는 부분도 아주 작으면 되므로 미관상 크게 문제가 되지 않을 것으로 판단되었다. 그러나 중앙부분에 다기공 물체를 삽입하는 것이 다소 문제점으로 제시되었다. 그래서 석재 중 기공이 많은 현무암 조각을 집어넣고 다식문양의 도기를 제작하기로 결정하였다. 수 차례의 시작품 제작과정에서, 도기의 두께가 지나치게 얕으면 중앙의 현무암 때문에 건조하는 도중에 트고 갈라진다는 사실을 발견하였다. 따라서 성형하는 도기를 다소 두껍게 제작함으로써 바라는 바대로의 방향제 제품을 얻을 수 있었다(그림 6.3.2).



<그림 6.3.2> 다양한 형태 및 재료로 제작된 다식문양

(2) 메모용 자석 제작

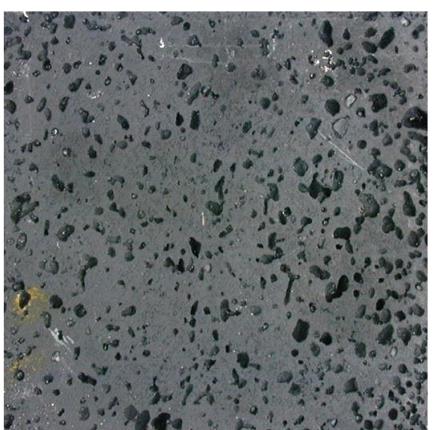
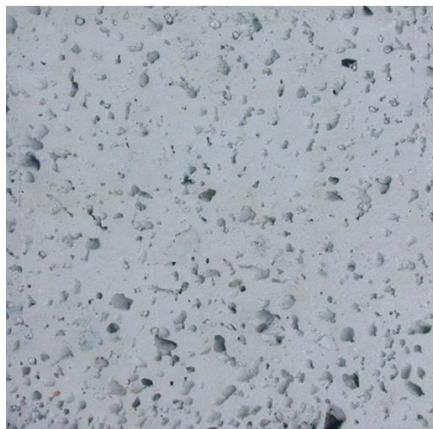
메모용 자석을 위한 도기의 제작은 방향제 제작에 비하면 상당히 손쉽게 이루어 졌는데, 목재로 제작된 다식문양의 틀에 백자토와 옹기토를 이용하여 다양한 다식문양을 찍어내고 초벌 및 채별구이한 후 일반 문구점에서 판매하는 학습용 자석을 뒤에 달아 냉장고용 자석을 완성하였다. 이 경우에는 양면에 문양을 모두 찍지 않고 한 면만 찍으므로 제작이 훨씬 간편하게 이루어졌다(그림 6.3.3).



<그림 6.3.3>
다식문양으로 제작된 메모용 자석

3) 석재

석재는 현무암의 재질을 이용한 디자인을 하였는데, 현무암 원재료를 실리콘을 이용하여 몰드를 뜨고 몰드에 인조석가루 혼합한 것을 부으면 원래의 현무암과 동일한 현무암의 제작이 가능하다. 본 연구에서는 단순한 형태(150mm * 150mm * 20mm)의 현무암을 샘플로 하여 다양한 회색 단계를 제작하고, 또한 밀도를 다양하게 조절하여 보다 더 무겁거나 가벼운 인조석을 제작하였다. 본 연구에선 형태는 단순화하고 단지 인조석의 밀도와 색채만을 조절하여 제작하였으나, 보다 다양한 형태로도 응용할 수 있을 것으로 판단된다(그림 6.3.4).

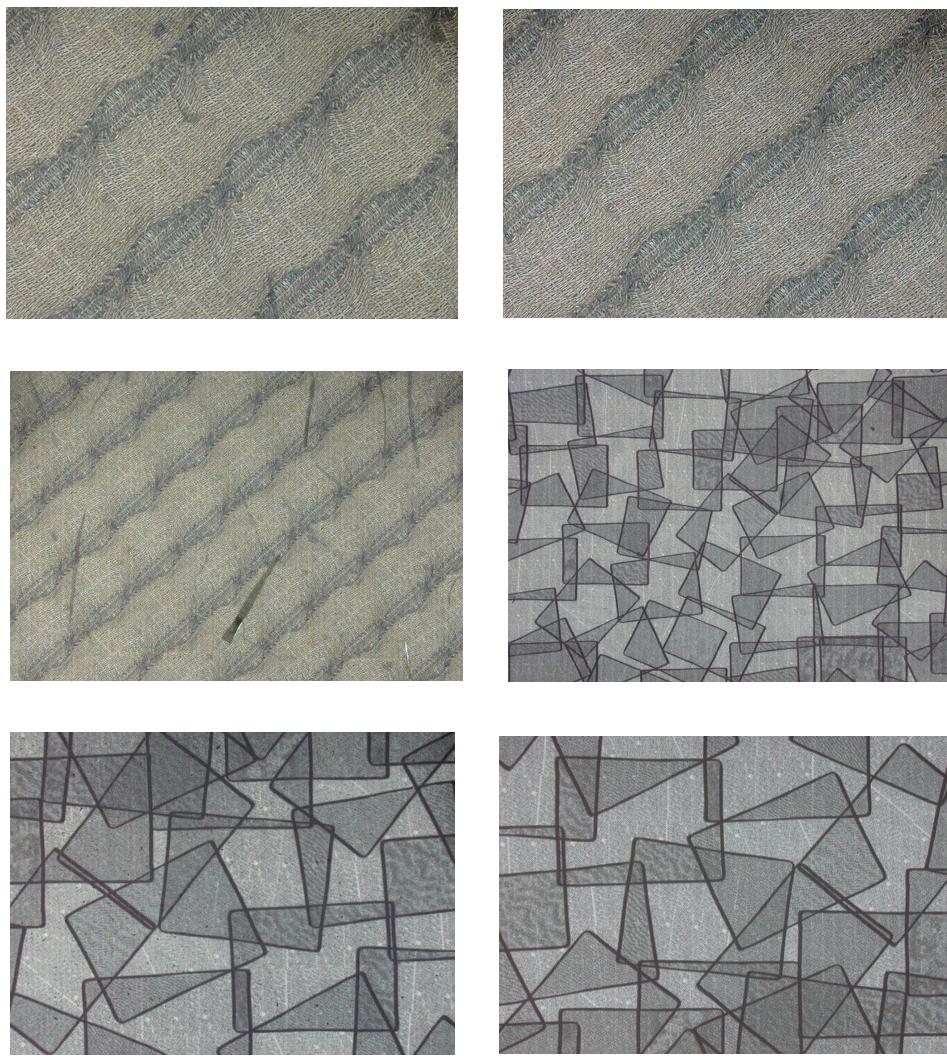


<그림 6.3.4> 핫플레이트로 사용이 가능한 인조석

4) 지재

(1) 종이 자체의 질감

다양한 질감의 종이재 중 본 연구에서는 거친 한지 질감의 종이에 DB에서 선정된 망건질감과 망태기 질감을 출력하였다. 다양한 한지에 출력한 결과, 보다 두꺼운 한지에 출력한 것이 보다 풍부한 질감을 지니고 있는 것으로 평가되었다. 그 결과물은 그 자체로 포장지로 사용되거나 혹은 등기구의 갓으로 사용되어도 좋을 것으로 평가되었다(그림 6.3.5~그림 6.3.6).



<그림 6.3.5> 포장지로 사용이 가능한 전통질감 문양의 한지



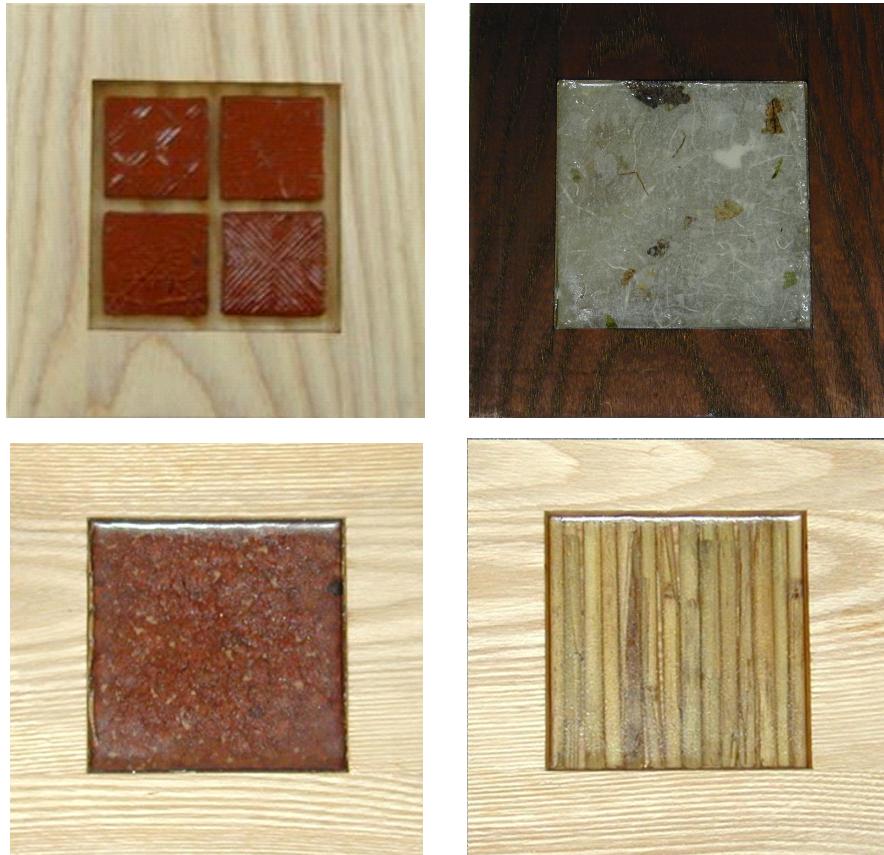
<그림 6.3.6> 상자를 포장한 사례

(2) 투명한 막을 통하여 보이는 질감

도기나 나무로 제작된 틀의 내부에 한지를 놓고 에폭시나 호마이카 등의 투명한 재료를 부어 장식용 액자를 제작하였다. 한지는 용기의 바탕색에 따라 다소 차이는 있었으나, 대체로 소박하고 친근감 있는 질감을 드러내고 있어 느낌이 좋은 것으로 평가되었다.



<그림 6.3.7> 느릅나무틀에 다양한 재료를 넣어 제작한 액자 I



<그림 6.3.8> 느릅나무틀에 다양한 재료를 넣어 제작한 액자 II
(물갈대, 방자질감의 알루미늄, 붉은 현무암, 밀대)



<그림 6.3.9> 도기틀에 다양한 자연소재를 넣어 제작

5) 목재

목재는 목재 자체에 문양을 새겨 넣어 목재의 질감과 문양이 어우러진 효과를 보는 경우와 목재를 배경으로 다른 질감을 넣어보는 경우로 디자인하였다.

(1) 목재에 문양 새김

전통적으로 사용되던 다식문양을 다식과 같이 찍어내는 것이 아니라, 목재로 찍어낸 다식과 같은 형태를 제작하여 다양한 다른 디자인에 응용하고자 하였다. 40mm * 40mm * 5mm의 크기로 둥근 형태와 사각형태를 제작하였다. 자체적으로도 독특한 느낌을 주는 형태가 되었으며, 이를 연결하여 다른 기능을 지닌 물품으로 발전시키는 것도 가능할 것으로 평가되었다(그림 6.3.10).



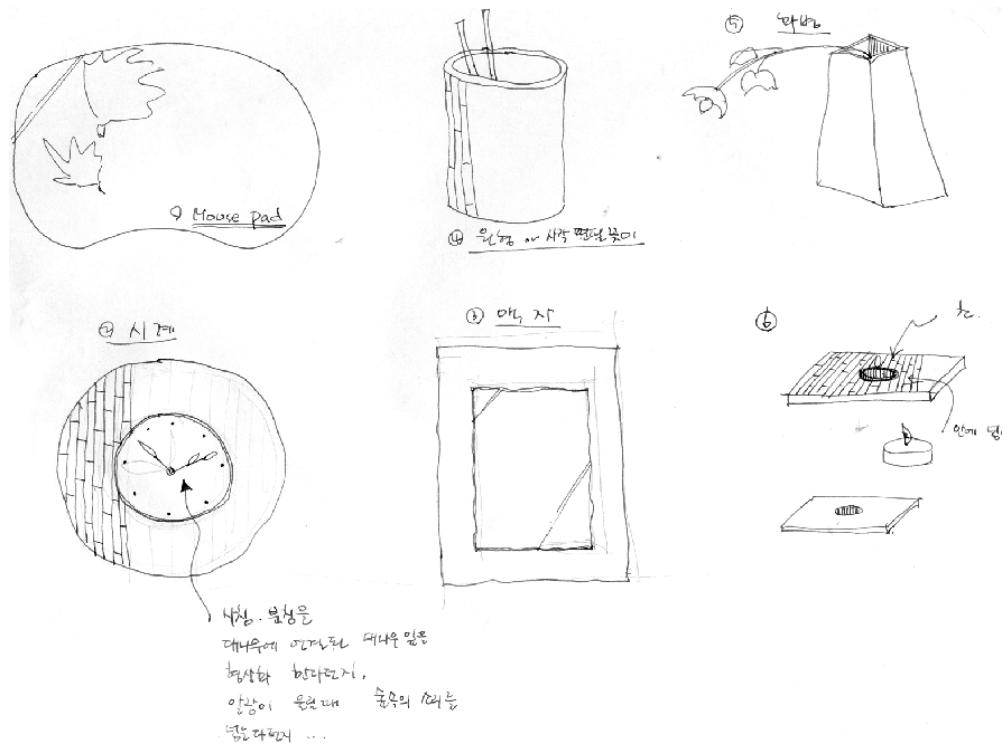
<그림 6.3.10> 목재에 문양새김

(2) 액자틀

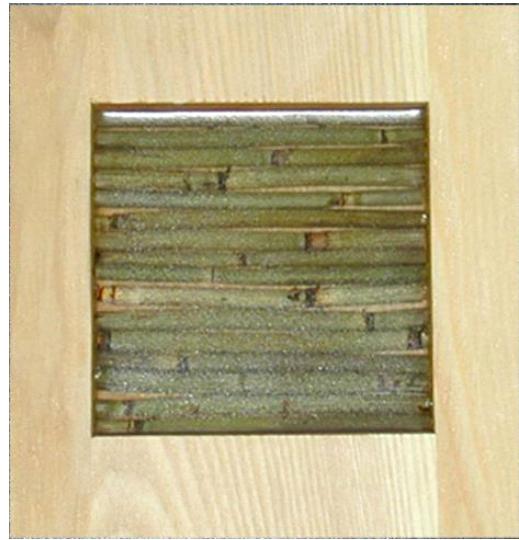
목재는 목리는 최대한 살리는 것이 목재의 질감을 살리는 디자인이라고 판단되어 투명한 재료를 사용하여 장식용 액자를 제작하는 틀로써 사용하였다. 목리가 비교적 거칠은 편인 느릅나무와 목재의 색이 짙은 월넛의 두 가지 목재를 사용하였다. 150mm * 150mm * 15mm의 크기로 제작하였으며, 기타 다른 기능을 추가하기 위해서는 두께에 변화를 주는 것도 가능할 것으로 평가되었다(그림 6.3.11~그림 6.3.13).



<그림 6.3.11> 액자틀



<그림 6.3.12> 목재를 이용하는 상품의 다양한 스케치

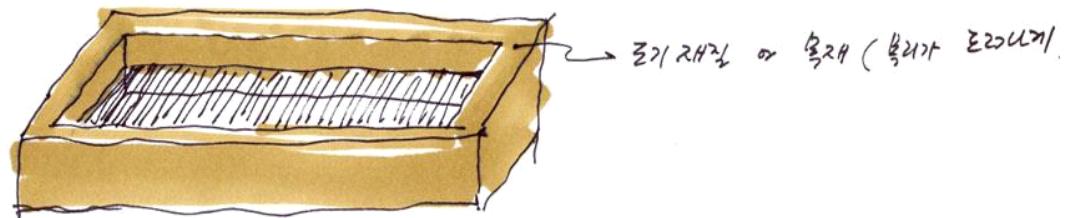


<그림 6.3.13> 목재로 제작된 액자

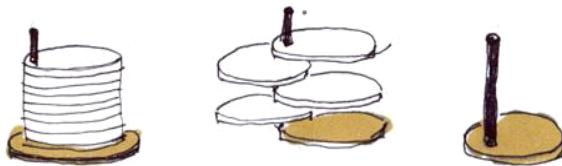
(3) 방향제 틀

제작된 방향제를 보관 및 전시하는 틀로 다양한 디자인이 검토되었으나, 본 연구의 시작품으로는 나무를 이용한 보관틀을 제작하기로 결정하였다. 검토되었던 다양한 디자인과 최종적으로 제작된 목재틀은 다음과 같다(그림 6.3.14~그림 6.3.15).

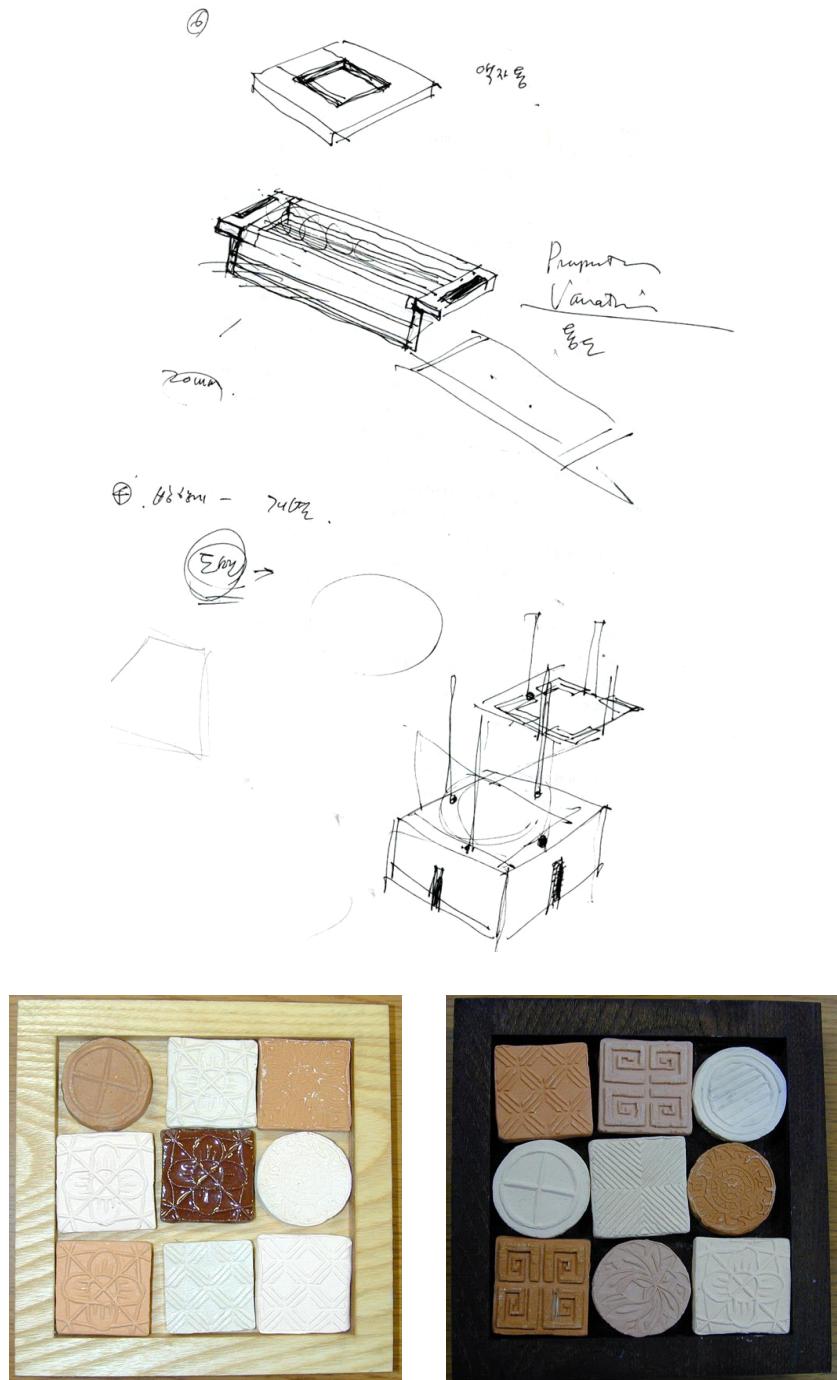
* 사각접시



* 향꽃이. (로기재와 뒤집기자로 음통)



<그림 6.3.14> 방향제용기를 제작하기 위한 다양한 스케치 I



<그림 6.3.15> 방향제용기를 제작하기 위한 다양한 스케치 및 제작된 용기

6) 초재

초재만 사용하여 제작된 문화상품이 아니라, 앞서 언급되었던 투명한 질감을 통해 들여다보이는 내용물로서 사용되었다. 초재의 질감적인 특징인 연약해 보인다거나 마디가 있다거나 하는 특성이 투명한 재질을 통하여 더욱 잘 드러나 보이게 되었다. 처음에는 도기 용기를 사용하여 디자인하였으나, 수차례에 걸친 회의 결과 질감측면이나 무게감 측면, 제작측면에서 목재 용기를 사용하는 것이 보다 완성도가 있는 제품을 디자인하는데 적합하다고 결정되어 목재 용기를 사용한 제품이 완성되었다(그림 6.3.16).



<그림 6.3.16> 문화상품에 초재를 이용하는 방법

(도기틀이나 목재틀에 초재를 넣고 투명한 재료를 부어 초재의 질감을 살림)

7) 직물 재

직물재의 질감은 다양하게 사용되었다. 우선 DB에서 직물질감을 선택하여 노방과 PP, 그리고 한지에 프린트하는데 사용되었으며, 프린트한 결과물을 이용하여 다양한 문화상품을 디자인하였다.

(1) 롤 스크린 제작

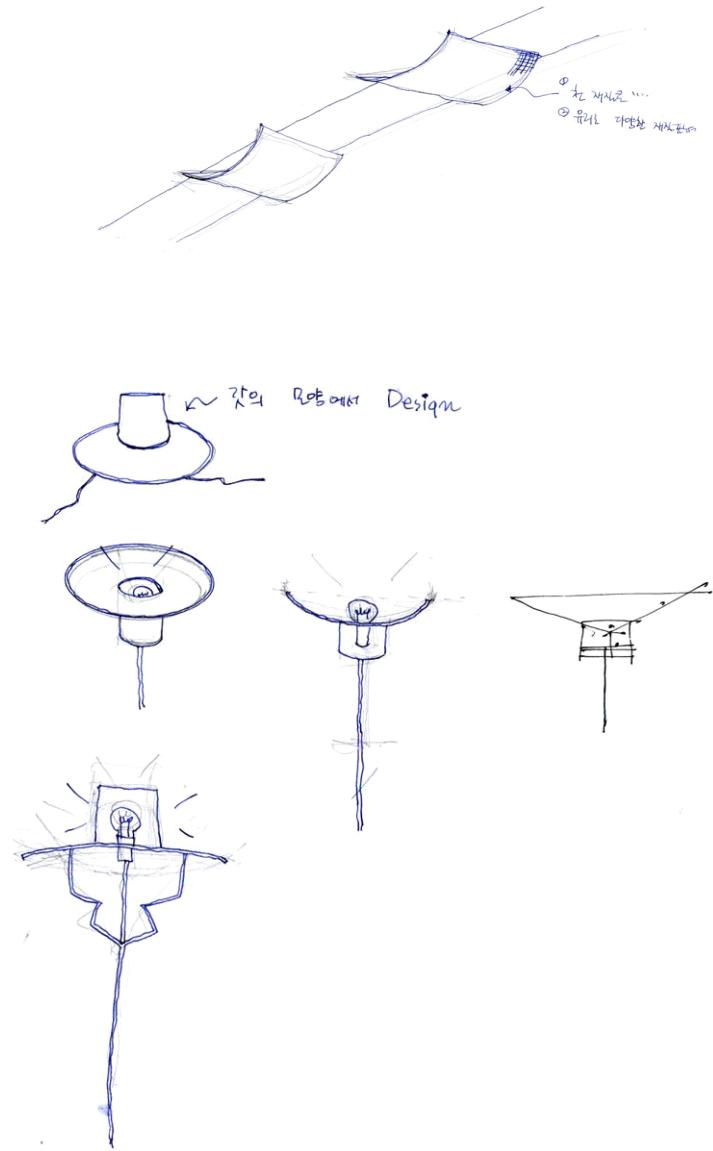
직물재 중 말총으로 제작된 망건질감을 확대하여 일정한 패턴을 지닌 이미지를 구성하고, 완성된 이미지를舗은 sheet에 프린트하여 롤 스크린의 재료로 사용하였다. 빛을 투과하는 반투명의 성질과 무언가가 비치는 느낌의 망건패턴은 시원하고 고급스러운 이미지를 준다(그림 6.3.17).



<그림 6.3.17> 말총질감을 프린트한 직물과 마대로 제작한 롤스크린

(2) 조명기구 디자인 I

반투명한 막의 PP(두께:0.25mm)에 프린트된 망건질감은 PP의 특성 때문에 자체적으로 힘을 받아 지지가 가능하였다. 이를 이용하여 조명기구의 조립이 가능한 조명 갓으로 활용하였다. PP를 둥글게 말아 파여진 홈에 끼우면 평면이었던 PP가 원통형의 조명기구 갓이 되고 이것을 아래쪽의 목재 틀에 짜 맞추면 조명기구가 만들어진다. 반투명의 PP질감과 망건 패턴의 비추이는 듯한 질감으로 조명기구의 이미지가 독특하게 형성되었다(그림 6.3.18~그림 6.3.19).



<그림 6.3.18> 조명기구 제작을 위한 다양한 스케치



<그림 6.3.19> 조명기구 모형과 전등갓부분에 사용된 PP의 질감

(3) 조명기구 디자인 II

손쉽게 구할 수 있는 거친 질감의 마대에 라미네이트 코팅을 2~3번 거듭하면 반투명한 막이 형성되며, 이것을 이용하여 조명기구를 디자인하였다. 기본적인 디

자인은 조명기구 디자인 I 과 유사하나 조명기구의갓 부분이 앞의 것보다 지지력이 없으므로 구조적으로 보완하는 구조물을 첨가하여 디자인하였다. 구조적으로 보완되는 부분은 목재를 사용하며 목재의 면들이 외부에서 보이지 않도록 상면과 측면은 모두 마대질감을 접착하여 마감하도록 한다(그림 6.3.20).



<그림 6.3.20> 조명기구의 전등갓부분에 사용된 라미네이트한 마대

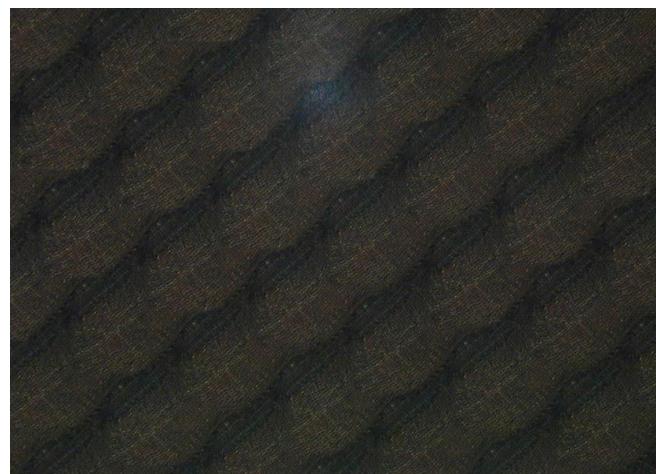
(4) 휴지통 디자인

조명 것의 제작방법과 유사하게 PP(두께: 0.25mm)에 망건질감을 프린트하고 이를 이용하여 휴지통을 디자인하였다. 평면의 PP를 원통형(지름:170mm)으로 둥글게 말아 접은 후, 파여진 홈에 끼우면 간단하게 휴지통의 틀이 만들어지며, 다른 조각을 아랫부분에 끼우면 휴지통이 완성된다(그림 6.3.21~그림 6.3.22).

유사하게 응용하면 휴지통 이외에도 빨래통 등과 같은 물품에 이용이 가능하며 조립식이므로 이동이 간편하다.



<그림 6.3.21> 휴지통 스케치 및 모형제작



<그림 6.3.22> 휴지통에 사용된 망태질감의 PP

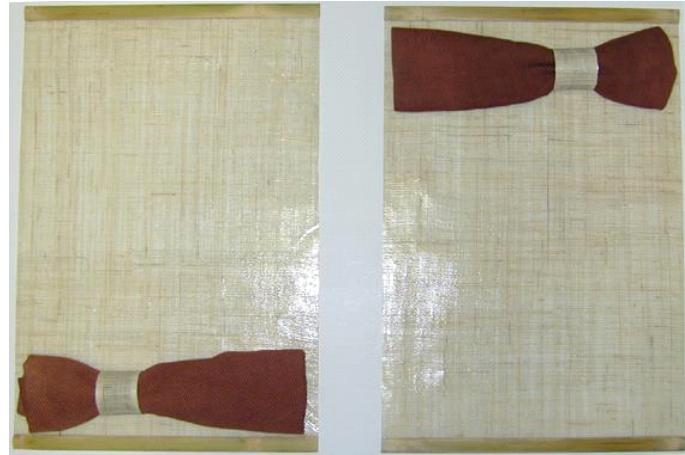
(5) 플레이스 매트와 냅킨링

손쉽게 구할 수 있는 거친 질감의 마대에 라미네이트 코팅을 한 소재를 이용하여 플레이스 매트와 냅킨 링을 디자인하였다. 라미네이트 코팅을 통하여 방수의 성능을 지니게 된 장점을 살려서 이에 적절한 기능을 부여하였다. 플레이스 매트의 크기는 400(mm) * 300(mm)으로 디자인하였으며, 이미지에 따라서 플레이스 매트의 양끝에 대나무를 덧대거나, 월넛을 덧대어 단정한 이미지를 주도록 하였다.

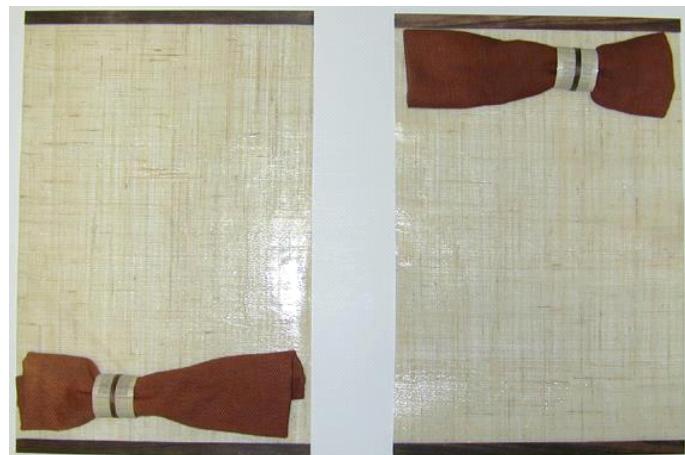
냅킨링은 플레이스 매트와 이미지를 같게 하여 월넛으로 띠를 두른 형태와 마대의 질감을 그대로 살린 두 가지의 형태로 디자인하였다(그림 6.3.23~그림 6.3.25).



<그림 6.3.23> 라미네이트 마대를 이용하여 제작한 냅킨링



<그림 6.3.24> 라미네이트 마대를 이용하여 제작한 플레이스매트와 냅킨링 I

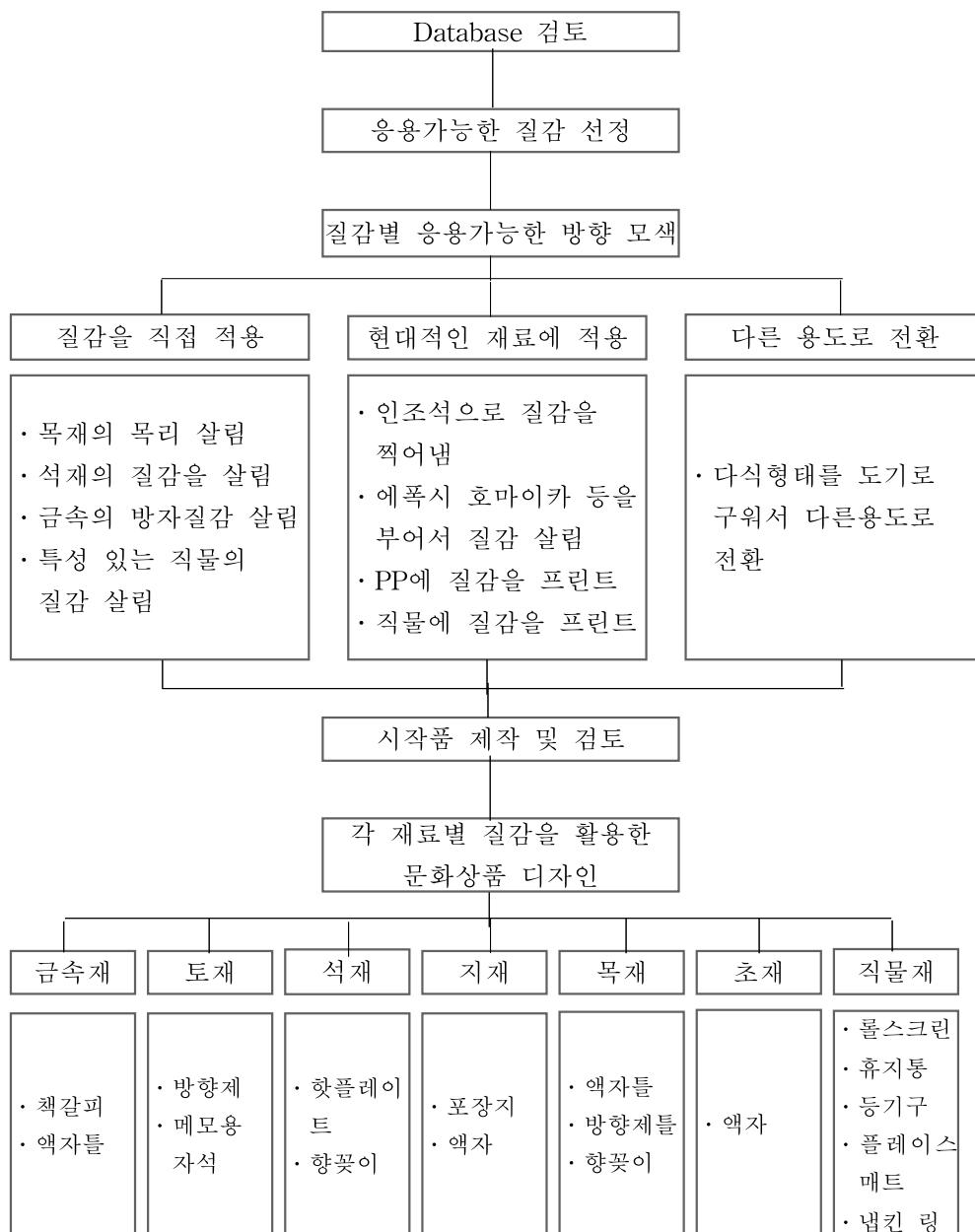


<그림 6.3.25> 라미네이트 마대를 이용하여 제작한 플레이스매트와 냅킨링 II



<그림 6.3.26> 제작된 모형들을 모두 세팅한 상태

이상에서 전통소재를 활용한 문화상품의 디자인 프로세스를 하나의 도식으로 정리하면 <그림 6.3.27>과 같다.



<그림 6.3.27> 전통소재를 활용한 문화상품의 디자인 프로세스

7. 결론 및 제언

제 7 장 결론 및 제언

한 나라의 문화상품은 단순한 상품이상의 것으로서 이를 통하여 관광 못지 않은 국가이미지를 전달하게 된다. 그러나 현재 국내의 문화상품은 한국의 독특한 이미지인 소박하면서도 정갈하고 단아한 이미지를 충분히 전달하고 있지 못하며, 대체로 문양위주의 디자인에 머물고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 한국의 질감적인 특성을 조사하고 이를 현대적인 디자인과 접목시켜 문화상품으로 발전시킬 수 있는 기초자료를 마련하고자 하였다.

본 연구에서는 우선 전통적인 다양한 질감을 수집하여 디자인 소재 개발 후 기초자료로 삼고자 하였다. 수집된 전통 질감은 총 600여 가지였고 그것을 목재, 금속재, 석재, 섬유재, 초재, 지재, 토재 등 7가지로 데이터베이스화하였다. 수집된 질감들은 매우 다양하고 문화상품으로의 발전가능성이 많이 보였으나 주어진 시간과 경제적 여건 하에서 적용 가능한 몇 가지만 선별하여 디자인 상품으로 발전시켜 시작품을 제작하였다.

전통소재의 탐색 및 데이터베이스화를 통하여 자연소재를 중심으로 한 한국 전통소재의 종류와 이에 따른 표면처리 및 성형방법의 특성과 다양성을 파악할 수 있었다. 이와 같은 자료를 수집하고 정리하는 과정에서 이제까지 문화상품이 형태와 문양중심이었던 것으로부터 차별화 할 수 있다는 확신을 갖게 되었다.

또한 문화상품에 대한 이미지 형용사 조사를 통하여 한국문화상품이 보다 바람직한 이미지를 가질 수 있는 디자인방향을 설정할 수 있었으며, 이를 근거로 전통적인 이미지를 지닌 소재 개발을 진행할 수 있었다. 전통적인 이미지를 갖는 문화상품의 디자인 소재는 국제화 사회의 보편적인 현대감각에 부응하면서 한국 고유의 문화적 특수성을 반영하기 위해 기존의 소재에 전통적 질감을 가미하는 방법으로 진행되었다.

본 연구에서 전통적인 질감을 신소재 문화상품 디자인으로 연결시킨 방법은 다음과 같다. 우선 개발하고자 하는 방향을 소박함과 현대적인 이미지로 설정한 후, 이에 적합한 질감들을 찾아내고, 다음단계에서는 찾아낸 질감들을 변형, 혹은 발전시킬 수 있는 다양한 방법들에 대한 논의과정을 진행하였다. 논의 과정에서 브레이нст리밍을 거쳤으며 과정이며, 이 과정에 시간투자가 많이 될수록 다양하고 흥미로운 결과들로 유도될 수 있을 것으로 판단되었다. 수많은 의견들이 쏟아지고 모아지면, 이 의견들을 추리고 분류하는 작업을 진행하면서 개발방향을 설정하였다. 문

화상품 품목별로 개발방향의 큰 줄기가 결정되면 가능한 몇 가지 방법들을 탐색하고 이를 이용하여 실제적인 문화상품을 제작해 보면서 디자인을 진행하였다.

본 연구에서 결과물로 제시한 디자인 상품은 시계, 방향블록, 다목적 받침, 메모꽃이 자석, 스크린, 조명등, 식탕용 깔개, 냅킨링 등 몇 가지의 가능성을 보여주는 것으로 전통 질감과 소재를 문화상품화하는 새로운 디자인 방향을 제시하는데 주 목적이 있었다. 그러나 앞으로 600여 개에 달하는 풍부한 양의 데이터베이스를 주의 깊게 살펴보고 이용하면, 매우 창의적이고 새로운 문화상품을 지속적으로 개발할 수 있는 자료가 될 수 있을 것으로 기대된다. 또한 이러한 전통소재의 자료는 문화상품 뿐 아니라 인테리어 소재, 건축 외장재 등 보다 다양한 분야에서 적용이 가능할 것으로 보인다. 또한 이를 통해 전통문화를 현대적인 디자인으로 발전시키는 작업이 가능할 것으로 판단되므로 앞으로 전통소재를 응용하는 디자인에 관련된 연구들이 지속되어야 그 효과를 거둘 수 있을 것으로 보인다.

참 고 문 헌

참고문헌

- 광복/ 장신흥, 빛깔있는 책들82-색지공예, 대원사, 1990
- 금복현/ 장신흥, 빛깔있는 책들103-13-전통부채, 대원사, 1990
- 김삼대자 글, 사진, 빛깔있는 책들 159. 전통목가구. 대원사, 1999
- 문화재연구회, 중요무형문화재5-공예기술Ⅱ, 대원사, 1999
- 박찬수 글, 윤열수 사진(1996). 빛깔있는 책들 55. 불교 목공예. 대원사
- 상기호, 오색한지공예, 한림출판사, 1988
- 윤용이, 아름다운 우리 도자기, 도서출판 학고재, 1996
- 이종석(1998). 한국의 전통공예. 열화당
- 임영주/ 상기호/ 김병주, 빛깔있는 책들187-종이공예문화, 대원사, 1996
- 정동훈, 현대도자예술, 디자인하우스, 1994
- 클래멘트 목, 디지털시대의 정보디자인, 안그라픽스, 1999
- 한국의 아름다움, 국립중앙박물관, 1988
- 유길준과 개화의 꿈, 국립중앙박물관/조선일보사, 1994
- 이어령, 한국인의 손/한국인의 마음, 디자인하우스, 1994
- Profusion of Color, Asian Art Mueum of San Fracisco and The Museum of Korean Embroidery, 1995
- Suh Jai-sik, THE BEAUTY OF KOREA, Hollym, 1997
- THE WONDER CLOTH, The Museum of Korean Embroidery, 1988
- 백수현, 번재동역, 재료공학, 보성문화사, 1997
- 고분자 신소재 편람, 고분자학회, 마루젠, 1998
- J. C. Vossen/ Werrer Kern, Thin film process, Academic Press, 1978
- 정일남, 실리콘화학, 자유아카데미, 1998
- 이종근, 무기재료공업 개론, 반도출판사, 1998
- 성형가공과 접합기술, 공업조사회, 공업조사회
- 백수현, 재료과학, 희중당
- J. E. Mark/ H. R. Allcock/ R. West, Inorganic Polymers, Prentice Hale, 1992
- 다카시다쓰미, 기능성 제올라이트의 합성과 응용, CMC, 1999
- 이형식, 세라믹 고체반응 총론, 반도출판사, 1997
- 임영주, 종이 공예 문화(빛깔있는 책들 187번), 대원사, 1996
- 유남해, 전통 문양(빛깔있는 책들 165번), 대원사, 1995
- 금복현, 전통 부채(빛깔있는 책들 101-13번), 대원사, 1990
- 김은영, 전통 매듭(빛깔있는 책들 5번), 대원사, 1989

- 나선희, 소반(빛깔있는 책들 101-3번), 대원사, 1989
홍정실, 유기(빛깔있는 책들 2번), 대원사, 1989
장상진, 한국의 화폐(빛깔있는 책들 209번), 대원사, 1997
정양모, 고려 청자(빛깔있는 책들 200번), 대원사, 1988
이명희, 궁중 유물(하나)(빛깔있는 책들 122번), 대원사, 1995
김성구, 옛기와(빛깔있는 책들 122번), 대원사, 1992
이난영, 토우(빛깔있는 책들 116번), 대원사, 1991
한영화, 전통 자수(빛깔있는 책들 6번), 대원사, 1989
김영원, 조선 백자 (빛깔있는 책들 104번), 대원사, 1990
홍정실, 장석과 자물쇠(빛깔있는 책들 102-14번), 대원사, 1990
강경숙, 분청사기(빛깔있는 책들 31번), 대원사, 1990
신영훈, 한옥의 조형(빛깔있는 책들 20번), 대원사, 1989
진홍섭, 금동불(빛깔있는 책들 132번), 대원사, 1992
황수영, 반가사유상(빛깔있는 책들 124번), 대원사, 1992
김삼룡, 미륵불(빛깔있는 책들 59번), 대원사, 1991
박찬수, 불교 목공예(빛깔있는 책들 55번), 대원사, 1990
김희경, 사리구(빛깔있는 책들 48번), 대원사, 1989
이호관, 범종(빛깔있는 책들 42번), 대원사, 1989
진홍섭, 불상(빛깔있는 책들 40번), 대원사, 1989
금광복, 색지 공예(빛깔있는 책들 82번), 대원사, 1990
심우성7, 탈(빛깔있는 책들 149번), 대원사, 1994
김성구6, 옛 전돌(빛깔있는 책들 227번), 대원사, 1988
장경희, 이승미, 종이조형, 시공사, 1997
상기호, 오색한지공예, 한림출판사, 1995
이종석, 한국의 목공예, 열화당, 1986
안상수, 한국전통문양집, 안그라픽스, 1996
이종석, 한국의 전통공예, 열화당, 1998
이형재, 한국 현대건축에 나타난 전통성 표현유형에 관한 연구, 건국대학교 산업
대학원 석사학위논문, 1989
임재해, 한국민족문화와 민속문화, 그리고 민족문화, 전통과 현대, 1998.
김현선, 한국전통문화 이해의 길잡이, 지식산업사, 1998
매일경제연구소, 우리나라 문화상품의 디자인개발 진흥정책에 관한 연구, 1997

부록 I

부록 I

설문지

* 현재 국내에서 생산되고 있는 문화상품의 이미지에 관한 연구입니다.
다음의 예)를 보고 설문에 응답하여 주시기 바랍니다.

* 설문지에 응답하는 순서

1. 제시된 문화상품 사진의 더미 중 다섯 가지를 임의로 선택합니다.
 2. 선택한 문화상품의 사진에 기재되어 있는 번호를 형용사 우측에 있는 문화상품 번호에 각각 기재합니다.
 3. 각각의 문화상품을 보고 해당되는 형용사 5점 척도 중에서 문화상품의 이미지를 가장 잘 나타낸다고 생각되는 정도의 번호를 해당 문화상품 번호의 하단에 기재하여 주십시오.
- 예)

문제 번호	형용사	척도					문화상품 번호				
		5	7	10	31	45					
1	격조있는	0 매우 그렇지 않다	1 그렇지 않다	2 보통이다	3 그렇다	4 매우 그렇다	0	3	3	1	2

문제 번호	형용사	척도					문화상품 번호				
		5	7	10	31	45					
1	격조있는	0 매우 그렇지 않다	1 그렇지 않다	2 보통이다	3 그렇다	4 매우 그렇다					
2	고급스러운	0 매우 그렇지 않다	1 그렇지 않다	2 보통이다	3 그렇다	4 매우 그렇다					
3	귀여운	0 매우 그렇지 않다	1 그렇지 않다	2 보통이다	3 그렇다	4 매우 그렇다					
4	기하학적인	0 매우 그렇지 않다	1 그렇지 않다	2 보통이다	3 그렇다	4 매우 그렇다					

문제 번호	형용사	척도					문화상품 번호
		0	1	2	3	4	
5	깔끔한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
6	낭만적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
7	단순한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
8	독특한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
9	동양적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
10	변화있는	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
11	부드러운	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
12	산뜻한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
13	섬세한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
14	세련된	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
15	소박한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
16	수공예적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	

문제 번호	형용사	척도					문화상품 번호	
		0	1	2	3	4		
17	안정적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
18	얄상한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
19	여성적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
20	온온한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
21	이국적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
22	인공적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
23	자연스러운	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
24	장식적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
25	재미있는	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
26	전원적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		

문제 번호	형용사	척도					문화상품 번호	
		0	1	2	3	4		
27	전통적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
28	정갈한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
29	정직인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
30	조화로운	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
31	친근감있는	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
32	편안한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
33	한국적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
34	현대적인	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
35	화려한	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		

감사합니다.

부록 II

부록 II

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균

문화상품		형용사어휘	격조있는	고급스러운	귀여운	깔끔한	낭만적인
1	빈도 (평균)	18 (2.33)	18 (2.39)	18 (.72)	18 (2.28)	18 (1.56)	
	S.D	1.14	1.10	.83	1.07	1.20	
2	빈도 (평균)	19 (2.58)	19 (2.63)	19 (1.00)	19 (2.42)	19 (2.32)	
	S.D	1.02	.96	.75	1.12	1.16	
3	빈도 (평균)	22 (1.55)	22 (2.00)	22 (.73)	22 (1.28)	22 (1.41)	
	S.D	1.01	.98	.89	.98	.73	
4	빈도 (평균)	16 (2.81)	16 (2.69)	16 (1.19)	16 (2.56)	16 (2.56)	
	S.D	.54	.70	.75	.89	.89	
5	빈도 (평균)	16 (2.06)	16 (2.56)	16 (.69)	16 (2.13)	16 (1.31)	
	S.D	.85	.81	.79	.81	.70	
6	빈도 (평균)	16 (2.56)	16 (2.31)	16 (.75)	16 (2.38)	16 (1.25)	
	S.D	.81	.79	.68	.72	.93	
7	빈도 (평균)	18 (1.83)	18 (1.94)	18 (2.67)	18 (1.67)	18 (2.17)	
	S.D	.86	.87	.91	.97	1.04	
8	빈도 (평균)	16 1.8750	16 1.8750	16 1.6875	16 2.7500	16 2.6250	
	S.D	.9574	1.0247	1.1955	.8563	.8851	
9	빈도 (평균)	18 (2.39)	18 (2.00)	18 (.89)	18 (2.56)	18 (1.39)	
	S.D	.61	.84	.96	.98	.92	
10	빈도 (평균)	15 (2.47)	15 (2.73)	15 (2.13)	15 (2.47)	15 (2.73)	
	S.D	.74	.80	.10	.92	.96	
11	빈도 (평균)	19 (2.74)	19 (2.68)	19 (1.63)	19 (2.53)	19 (2.53)	
	S.D	.56	.89	1.26	.84	.84	
12	빈도 (평균)	17 (2.47)	17 (2.59)	17 (1.35)	17 (1.59)	17 (2.29)	
	S.D	.87	.80	1.06	1.00	.92	

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		격조있는	고급스러운	귀여운	깔끔한	낭만적인
13	빈도 (평균)	18 (2.33)	18 (2.28)	18 (1.83)	18 (3.17)	18 (1.94)
	S.D	1.03	1.02	.92	.71	.87
14	빈도 (평균)	9 (3.11)	9 (2.78)	9 (.89)	9 (3.11)	9 (1.67)
	S.D	.78	.83	.93	.78	.87
15	빈도 (평균)	15 (2.93)	15 (3.00)	15 (1.93)	15 (2.80)	15 (2.47)
	S.D	.70	.93	1.10	.94	.92
16	빈도 (평균)	14 (1.86)	14 (1.79)	14 (2.71)	14 (2.14)	14 (1.29)
	S.D	.77	.70	.61	.86	.61
17	빈도 (평균)	16 (1.69)	16 (1.69)	16 (1.81)	16 (1.13)	16 (1.44)
	S.D	1.25	1.20	1.17	1.09	.96
18	빈도 (평균)	16 (1.25)	16 (1.44)	16 (3.25)	16 (1.75)	16 (2.06)
	S.D	.45	.73	.77	.68	1.18
19	빈도 (평균)	23 (2.83)	23 (2.70)	23 (1.09)	23 (2.74)	23 (1.48)
	S.D	.72	.88	.73	.96	.79
20	빈도 (평균)	17 (2.24)	17 (1.94)	17 (1.71)	17 (2.71)	17 (1.29)
	S.D	.83	.75	.99	.85	.92
21	빈도 (평균)	17 (1.76)	17 (1.65)	17 (1.94)	17 (2.29)	17 (1.29)
	S.D	.75	.93	1.03	.92	.92
22	빈도 (평균)	18 (2.06)	18 (1.78)	18 (1.83)	18 (2.33)	18 (1.33)
	S.D	.80	.65	1.04	.97	.84
23	빈도 (평균)	14 (2.79)	14 (2.57)	14 (1.36)	14 (2.07)	14 (1.57)
	S.D	.58	1.09	1.08	1.07	.85
24	빈도 (평균)	18 (2.67)	18 (2.50)	18 (1.39)	18 (2.39)	18 (2.00)
	S.D	.84	.79	.92	.92	.77

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

Image		형용사어휘	격조있는	고급스러운	귀여운	깔끔한	낭만적인
25	빈도 (평균)	21 (2.95)	21 (3.14)	21 (1.62)	21 (2.38)	21 (2.38)	
	S.D	.59	.65	1.02	.86	.80	
26	빈도 (평균)	19 (2.58)	19 (2.63)	19 (1.63)	19 (2.95)	19 (1.58)	
	S.D	.84	.83	1.16	.71	.90	
27	빈도 (평균)	18 (2.11)	18 (2.17)	18 (1.83)	18 (2.78)	18 (1.17)	
	S.D	1.13	1.10	.99	.88	.86	
28	빈도 (평균)	14 (2.00)	14 (2.43)	14 (1.71)	14 (2.79)	14 (1.64)	
	S.D	.78	.852	1.07	.80	.93	
29	빈도 (평균)	15 (2.27)	15 (2.53)	15 (1.93)	15 (2.13)	15 (2.33)	
	S.D	1.16	1.19	1.10	1.06	1.23	
30	빈도 (평균)	17 (2.06)	17 (2.24)	17 (2.00)	17 (3.18)	17 (1.53)	
	S.D	.90	.90	(1.12)	.64	1.12	
31	빈도 (평균)	18 (2.22)	18 (2.50)	18 (2.06)	18 (2.94)	18 (1.11)	
	S.D	.73	.71	1.21	.73	.68	
32	빈도 (평균)	18 (2.06)	18 (1.94)	18 (1.83)	18 (1.56)	18 (1.78)	
	S.D	1.06	.94	1.25	1.42	.88	
33	빈도 (평균)	16 (1.81)	16 (1.69)	16 (2.25)	16 (2.63)	16 (1.19)	
	S.D	.98	.70	.86	.62	.75	
34	빈도 (평균)	21 (2.05)	21 (2.19)	21 (1.62)	21 (2.48)	21 (1.57)	
	S.D	1.02	.93	1.07	.93	.98	
35	빈도 (평균)	19 (3.21)	19 (3.21)	19 (1.53)	19 (2.63)	19 (2.37)	
	S.D	.63	.79	1.17	1.07	1.01	
36	빈도 (평균)	16 (1.63)	16 (1.69)	16 (1.94)	16 (2.25)	16 (.88)	
	S.D	1.02	.79	1.24	1.00	.81	

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 Image		격조있는	고급스러운	귀여운	깔끔한	낭만적인
37	빈도 (평균)	17 (1.59)	17 (1.35)	17 (2.47)	17 (2.59)	17 (1.47)
	S.D	.80	.70	1.07	1.12	.94
38	빈도 (평균)	20 (1.75)	20 (1.90)	20 (1.55)	20 (1.35)	20 (1.25)
	S.D	.79	1.02	1.19	.93	.97
39	빈도 (평균)	21 (2.29)	21 (2.38)	21 (.90)	21 (1.48)	21 (2.38)
	S.D	.96	.92	.94	.81	1.12
40	빈도 (평균)	14 (2.57)	14 (2.57)	14 (1.50)	14 (1.79)	14 (1.07)
	S.D	.76	.76	1.09	.80	.92
41	빈도 (평균)	13 (2.85)	13 (3.00)	13 (1.31)	13 (1.69)	13 (2.38)
	S.D	1.41	1.22	.85	1.11	1.33
42	빈도 (평균)	15 (1.07)	15 (1.27)	15 (2.33)	15 (1.47)	15 (1.33)
	S.D	.70	.59	.90	.74	.90
43	빈도 (평균)	16 (2.62)	16 (2.56)	16 (.50)	16 (1.56)	16 (1.13)
	S.D	.72	.89	.52	.73	.89
44	빈도 (평균)	24 (1.92)	24 (2.08)	24 (1.21)	24 (1.96)	24 (1.50)
	S.D	1.14	.93	.88	1.00	.93
45	빈도 (평균)	20 (2.60)	20 (2.30)	20 (1.00)	20 (2.50)	20 (2.05)
	S.D	.88	.92	.79	.83	1.10
46	빈도 (평균)	20 (2.65)	20 (2.70)	20 (1.15)	20 (3.25)	20 (1.75)
	S.D	1.18	1.26	1.04	1.16	1.33
47	빈도 (평균)	19 (2.84)	19 (2.63)	19 (1.26)	19 (3.11)	19 (2.05)
	S.D	.90	1.01	.87	.88	.97
48	빈도 (평균)	11 (2.55)	11 (2.18)	11 (1.09)	11 (3.18)	11 (1.81)
	S.D	.93	.75	.83	.87	.87

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 Image		격조있는	고급스러운	귀여운	깔끔한	낭만적인
49	빈도 (평균)	12 (1.92)	12 (2.1)	12 (3.5)	12 (2.3)	12 (1.8)
	S.D	1.16	.90	.90	.77	1.19
50	빈도 (평균)	17 (2.53)	17 (2.29)	17 (2.00)	17 (2.29)	17 (2.59)
	S.D	.72	.99	1.19	.92	1.06
51	빈도 (평균)	15 (3.00)	15 (3.00)	15 (1.60)	15 (3.47)	15 (1.73)
	S.D	.76	1.00	1.18	.74	.96
52	빈도 (평균)	16 (2.81)	16 (3.06)	16 (1.00)	16 (2.06)	16 (2.06)
	S.D	.98	.99	1.15	.99	1.18
53	빈도 (평균)	13 (2.62)	13 (2.84)	13 (1.92)	13 (3.54)	13 (2.00)
	S.D	.96	.69	1.19	.66	1.08
54	빈도 (평균)	15 (2.33)	15 (2.47)	15 (1.27)	15 (2.73)	15 (1.60)
	S.D	1.05	1.13	1.16	.59	.91
55	빈도 (평균)	13 (3.08)	13 (3.15)	13 (.77)	13 (3.08)	13 (1.54)
	S.D	.64	.80	.73	.95	.88
56	빈도 (평균)	13 (3.23)	13 (3.30)	13 (1.46)	13 (3.46)	13 (1.77)
	S.D	.59	.63	1.45	.66	.83
57	빈도 (평균)	16 (2.19)	16 (2.13)	16 (2.56)	16 (2.94)	16 (1.56)
	S.D	.83	1.02	1.21	.77	.73
58	빈도 (평균)	18 (2.67)	18 (2.72)	18 (1.56)	18 (2.61)	18 (1.78)
	S.D	.84	.57	1.04	1.04	.88
Total	빈도 (평균)	975 (2.33)	975 (2.35)	975 (1.58)	975 (2.40)	975 (1.76)
	S.D	.99	.99	1.15	1.06	1.04

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		부드러운	산뜻한	섬세한	세련된	소박한
1	빈도 (평균)	18 (1.72)	18 (1.94)	18 (1.89)	18 (2.22)	18 (2.56)
	S.D	.13	.94	1.02	1.00	.70
2	빈도 (평균)	19 (2.89)	19 (2.16)	19 (1.95)	19 (2.32)	19 (1.58)
	S.D	.74	.90	.91	1.06	.90
3	빈도 (평균)	22 (2.41)	22 (1.09)	22 (1.86)	22 (1.82)	22 (1.18)
	S.D	1.01	.68	.94	1.05	.73
4	빈도 (평균)	16 (2.75)	16 (2.25)	16 (2.56)	16 (2.38)	16 (2.38)
	S.D	1.13	.86	.96	.89	.81
5	빈도 (평균)	16 (1.75)	16 (1.88)	16 (1.81)	16 (2.38)	16 (1.63)
	S.D	1.00	.89	.66	.96	.72
6	빈도 (평균)	16 (2.25)	16 (1.81)	16 (1.94)	16 (2.06)	16 (1.94)
	S.D	.86	.98	.68	.85	.85
7	빈도 (평균)	18 (2.00)	18 (1.89)	18 (2.56)	18 (1.44)	18 (1.94)
	S.D	.69	1.02	.92	1.10	.80
8	빈도 (평균)	16 (2.44)	16 (2.38)	16 (1.56)	16 (2.31)	16 (3.06)
	S.D	.96	1.09	1.03	.87	.68
9	빈도 (평균)	18 (1.17)	18 (1.44)	18 (1.72)	18 (1.56)	18 (2.50)
	S.D	.62	1.04	.83	.92	.71
10	빈도 (평균)	15 (2.80)	15 (2.67)	15 (2.87)	15 (2.20)	15 (2.20)
	S.D	.77	.82	.84	.94	.94
11	빈도 (평균)	19 (2.37)	19 (2.42)	19 (2.73)	19 (2.26)	19 (1.68)
	S.D	.68	.51	.73	.81	.82
12	빈도 (평균)	17 (2.29)	17 (1.53)	17 (2.47)	17 (2.00)	17 (1.29)
	S.D	.92	.80	1.28	.87	.92

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

문화상품		형용사어휘	부드러운	산뜻한	섬세한	세련된	소박한
13	빈도 (평균)	18 (2.28)	18 (2.56)	18 (2.11)	18 (2.00)	18 (2.61)	
	S.D	.83	.92	.90	.91	1.04	
14	빈도 (평균)	9 (1.89)	9 (1.89)	9 (2.33)	9 (2.56)	9 (1.89)	
	S.D	.78	1.27	1.00	1.24	1.05	
15	빈도 (평균)	15 (2.33)	15 (2.53)	15 (2.80)	15 (2.73)	15 (2.07)	
	S.D	.82	.83	.77	.80	1.10	
16	빈도 (평균)	14 (1.71)	14 (1.71)	14 (2.00)	14 (1.29)	14 (2.21)	
	S.D	.73	.73	.78	.83	1.05	
17	빈도 (평균)	16 (1.94)	16 (1.69)	16 (1.88)	16 (1.50)	16 (2.50)	
	S.D	.93	1.20	1.02	1.21	1.03	
18	빈도 (평균)	16 (2.50)	16 (1.50)	16 (1.94)	16 (1.19)	16 (3.44)	
	S.D	.82	.73	1.00	.54	.63	
19	빈도 (평균)	23 (1.22)	23 (1.96)	23 (2.74)	23 (2.17)	23 (1.48)	
	S.D	.76	1.02	.75	1.15	.85	
20	빈도 (평균)	17 (1.88)	17 (2.24)	17 (1.47)	17 (1.82)	17 (2.65)	
	S.D	1.27	.90	.94	1.07	.93	
21	빈도 (평균)	17 (1.29)	17 (2.00)	17 (1.76)	17 (1.29)	17 (1.47)	
	S.D	.59	1.12	1.03	1.10	.72	
22	빈도 (평균)	18 (1.06)	18 (2.27)	18 (1.83)	18 (1.62)	18 (2.22)	
	S.D	.54	1.02	.86	1.04	1.00	
23	빈도 (평균)	14 (1.64)	14 (2.14)	14 (2.79)	14 (2.00)	14 (1.29)	
	S.D	1.08	1.17	1.12	.88	1.07	
24	빈도 (평균)	18 (1.89)	18 (1.94)	18 (2.78)	18 (1.89)	18 (1.61)	
	S.D	.83	1.06	1.11	1.32	1.04	

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균계속

형용사어휘 문화상품		부드러운	산뜻한	섬세한	세련된	소박한
25	빈도 (평균)	21 (2.14)	21 (2.24)	21 (2.43)	21 (2.62)	21 (1.38)
	S.D	.79	.99	.95	.67	.74
26	빈도 (평균)	19 (2.05)	19 (2.47)	19 (2.47)	19 (2.68)	19 (2.79)
	S.D	.85	.77	.69	.74	.53
27	빈도 (평균)	18 (1.28)	18 (2.78)	18 (1.61)	18 (2.17)	18 (2.17)
	S.D	.83	1.07	.85	1.25	.79
28	빈도 (평균)	14 (2.00)	14 (2.50)	14 (2.64)	14 (2.43)	14 (2.07)
	S.D	.96	.75	.75	.74	.72
29	빈도 (평균)	15 (1.93)	15 (1.93)	15 (2.60)	15 (2.63)	15 (1.87)
	S.D	1.22	1.22	.91	1.19	.99
30	빈도 (평균)	17 (1.58)	17 (2.23)	17 (1.82)	17 (2.41)	17 (2.17)
	S.D	.94	1.20	1.07	.87	.88
31	빈도 (평균)	18 (1.27)	18 (1.94)	18 (2.67)	18 (2.61)	18 (1.61)
	S.D	.89	.87	.90	.95	.78
32	빈도 (평균)	18 (1.33)	18 (1.83)	18 (2.33)	18 (1.61)	18 (1.50)
	S.D	.97	1.15	1.28	1.03	1.20
33	빈도 (평균)	16 (1.88)	16 (1.93)	16 (1.89)	16 (1.88)	16 (2.81)
	S.D	.80	.85	.70	.72	1.04
34	빈도 (평균)	21 (1.57)	21 (2.09)	21 (2.33)	21 (2.19)	21 (1.57)
	S.D	.75	.89	1.10	1.07	.93
35	빈도 (평균)	19 (2.42)	19 (2.47)	19 (2.94)	19 (3.10)	19 (2.52)
	S.D	.90	1.07	1.03	.87	.69
36	빈도 (평균)	16 (1.38)	16 (1.56)	16 (2.12)	16 (2.00)	16 (2.31)
	S.D	.89	.81	.81	.63	.95

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		부드러운	산뜻한	섬세한	세련된	소박한
37	빈도 (평균)	17 (2.24)	17 (2.12)	17 (1.82)	17 (1.76)	17 (2.65)
	S.D	1.10	1.05	1.07	1.03	.99
38	빈도 (평균)	20 (1.45)	20 (1.20)	20 (1.30)	20 (1.35)	20 (1.5)
	S.D	.83	.89	.92	1.04	1.19
39	빈도 (평균)	21 (2.52)	21 (1.67)	21 (1.76)	21 (1.81)	21 (2.52)
	S.D	.98	.79	.89	.93	.93
40	빈도 (평균)	14 (1.86)	14 (1.93)	14 (2.14)	14 (1.64)	14 (2.50)
	S.D	.86	.83	.77	.84	.94
41	빈도 (평균)	13 (2.00)	13 (1.85)	13 (3.00)	13 (2.00)	13 (2.00)
	S.D	.91	1.21	.82	1.15	.70
42	빈도 (평균)	15 (1.40)	15 (1.60)	15 (1.67)	15 (1.06)	15 (2.40)
	S.D	.63	.83	.82	.88	1.06
43	빈도 (평균)	16 (1.50)	16 (1.44)	16 (2.26)	16 (1.75)	16 (1.50)
	S.D	.89	.81	.93	.86	.89
44	빈도 (평균)	24 (1.83)	24 (1.58)	24 (1.83)	24 (1.71)	24 (1.96)
	S.D	.87	.97	.92	1.08	.95
45	빈도 (평균)	20 (1.75)	20 (2.35)	20 (2.1)	20 (2.35)	20 (2.20)
	S.D	.97	.98	.79	.81	.95
46	빈도 (평균)	20 (2.85)	20 (2.35)	20 (1.85)	20 (2.50)	20 (2.95)
	S.D	.99	1.18	1.39	1.40	1.05
47	빈도 (평균)	19 (2.42)	19 (2.58)	19 (2.53)	19 (2.47)	19 (2.47)
	S.D	1.07	1.35	1.22	1.22	1.02
48	빈도 (평균)	11 (1.64)	11 (1.45)	11 (2.27)	11 (2.55)	11 (2.27)
	S.D	.81	1.29	1.00	.93	1.10

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		부드러운	산뜻한	섬세한	세련된	소박한
49	빈도 (평균)	12 (1.83)	12 (2.50)	12 (2.17)	12 (2.17)	12 (2.25)
	S.D	.1.03	.80	.72	1.40	.87
50	빈도 (평균)	17 (1.88)	17 (2.24)	17 (2.35)	17 (2.41)	17 (2.65)
	S.D	.78	1.03	1.06	1.00	.93
51	빈도 (평균)	15 (1.73)	15 (2.87)	15 (2.00)	15 (3.07)	15 (2.20)
	S.D	.96	.74	1.00	.80	.56
52	빈도 (평균)	16 (1.75)	16 (1.63)	16 (3.19)	16 (2.25)	16 (.88)
	S.D	.77	1.15	.83	1.06	.72
53	빈도 (평균)	13 (2.38)	13 (2.70)	13 (2.00)	13 (2.54)	13 (2.92)
	S.D	.77	.85	.91	.66	.95
54	빈도 (평균)	15 (2.40)	15 (2.07)	15 (2.20)	15 (2.67)	15 (2.00)
	S.D	.83	1.16	1.08	.89	1.07
55	빈도 (평균)	13 (1.30)	13 (2.08)	13 (2.46)	13 (2.62)	13 (2.30)
	S.D	.75	1.38	.96	.87	1.03
56	빈도 (평균)	13 (2.62)	13 (2.38)	13 (2.23)	13 (2.85)	13 (2.85)
	S.D	1.04	1.26	.73	.90	.55
57	빈도 (평균)	16 (2.44)	16 (2.06)	16 (1.81)	16 (1.06)	16 (3.00)
	S.D	.89	.85	.91	.85	.73
58	빈도 (평균)	18 (2.17)	18 (2.44)	18 (2.33)	18 (2.39)	18 (1.28)
	S.D	.86	.98	.84	.98	.83
Total	빈도 (평균)	975 (1.95)	975 (2.05)	975 (2.18)	975 (2.11)	975 (2.11)
	S.D	.98	1.03	1.00	1.06	1.03

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		수공예적인	안정적인	은은한	자연스러운	장식적인
1	빈도 (평균)	18 (3.17)	18 (2.22)	18 (2.67)	18 (2.56)	18 (1.17)
	S.D	.79	1.11	1.02	1.04	.62
2	빈도 (평균)	19 (2.05)	19 (2.00)	19 (2.58)	19 (2.05)	19 (1.84)
	S.D	1.08	.88	.77	.78	1.12
3	빈도 (평균)	22 (2.09)	22 (1.27)	22 (1.77)	22 (1.77)	22 (2.41)
	S.D	.92	.76	.92	.75	.96
4	빈도 (평균)	16 (2.94)	16 (2.62)	16 (2.81)	16 (2.81)	16 (2.38)
	S.D	1.00	.96	.98	.75	.89
5	빈도 (평균)	16 (1.50)	16 (2.00)	16 (1.88)	16 (1.88)	16 (2.06)
	S.D	1.06	.82	.96	.89	.68
6	빈도 (평균)	16 (1.13)	16 (2.88)	16 (2.25)	16 (2.19)	16 (1.88)
	S.D	.96	.50	.77	.91	.81
7	빈도 (평균)	18 (3.44)	18 (2.17)	18 (1.83)	18 (2.22)	18 (3.17)
	S.D	.51	.99	1.04	.88	.51
8	빈도 (평균)	16 (3.69)	16 (2.69)	16 (3.13)	16 (3.00)	16 (1.44)
	S.D	.48	1.01	.72	.82	.73
9	빈도 (평균)	18 (3.11)	18 (2.50)	18 (1.67)	18 (1.56)	18 (2.28)
	S.D	.58	1.10	.84	.70	.85
10	빈도 (평균)	15 (3.40)	15 (2.40)	15 (2.73)	15 (2.53)	15 (2.28)
	S.D	.63	.74	1.03	.52	.93
11	빈도 (평균)	19 (2.79)	19 (2.53)	19 (3.05)	19 (2.21)	19 (2.58)
	S.D	.98	.61	.62	.86	.77
12	빈도 (평균)	17 (3.23)	17 (1.70)	17 (1.76)	17 (1.88)	17 (3.53)
	S.D	.83	.85	.90	.60	.80

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사이어휘 문화상품		수공예적인	안정적인	은은한	자연스러운	장식적인
13	빈도 (평균)	18 (2.94)	18 (2.89)	18 (2.94)	18 (2.17)	18 (1.89)
	S.D	1.05	.76	.73	.86	.68
14	빈도 (평균)	9 (2.11)	9 (2.89)	9 (2.67)	9 (2.44)	9 (1.56)
	S.D	1.05	.78	.87	.73	1.24
15	빈도 (평균)	15 (3.53)	15 (2.37)	15 (2.27)	15 (2.44)	15 (2.87)
	S.D	.74	.83	.80	1.11	.83
16	빈도 (평균)	14 (3.36)	14 (2.47)	14 (1.43)	14 (1.93)	14 (2.71)
	S.D	.63	.66	.65	.92	.73
17	빈도 (평균)	16 (3.19)	16 (1.69)	16 (1.43)	16 (1.93)	16 (2.71)
	S.D	.91	1.01	.83	.98	1.00
18	빈도 (평균)	16 (3.44)	16 (2.69)	16 (1.88)	16 (2.93)	16 (1.69)
	S.D	.81	.79	1.31	.85	1.01
19	빈도 (평균)	23 (3.26)	23 (2.61)	23 (1.61)	23 (1.91)	23 (3.13)
	S.D	.69	1.03	.84	.95	.87
20	빈도 (평균)	17 (2.71)	17 (2.41)	17 (1.76)	17 (1.88)	17 (1.82)
	S.D	1.10	1.00	1.09	.70	.64
21	빈도 (평균)	17 (2.47)	17 (2.24)	17 (1.29)	17 (1.35)	17 (2.59)
	S.D	1.00	1.03	.85	.61	1.00
22	빈도 (평균)	18 (2.94)	18 (2.50)	28 (2.39)	18 (1.83)	18 (2.56)
	S.D	.80	.86	.98	.71	.78
23	빈도 (평균)	14 (2.94)	14 (2.50)	14 (1.21)	14 (1.43)	14 (3.14)
	S.D	1.14	1.20	1.19	.85	.86
24	빈도 (평균)	18 (3.39)	18 (2.83)	18 (1.61)	18 (1.44)	18 (2.83)
	S.D	.85	.79	.98	.78	.92

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		수공예적인	안정적인	은은한	자연스러운	장식적인
25	빈도 (평균)	21 (2.76)	21 (2.38)	21 (2.29)	21 (1.95)	21 (3.10)
	S.D	1.00	.86	.78	.70	.62
26	빈도 (평균)	19 (3.32)	19 (2.58)	19 (2.53)	19 (2.42)	19 (2.47)
	S.D	.48	.61	.84	.61	.70
27	빈도 (평균)	18 (2.72)	18 (2.39)	18 (2.17)	18 (1.19)	18 (2.44)
	S.D	1.02	.78	.79	.90	1.04
28	빈도 (평균)	14 (3.00)	14 (2.57)	14 (2.14)	14 (2.29)	14 (2.43)
	S.D	.68	.65	.77	.73	.85
29	빈도 (평균)	15 (2.67)	15 (1.93)	15 (2.20)	15 (1.93)	15 (2.87)
	S.D	1.11	.80	1.08	.96	1.13
30	빈도 (평균)	17 (2.41)	17 (2.59)	17 (1.88)	17 (1.76)	17 (2.00)
	S.D	1.12	.71	.93	.75	.94
31	빈도 (평균)	18 (2.17)	18 (2.22)	18 (1.78)	18 (1.61)	18 (2.89)
	S.D	1.15	.88	.94	.50	.96
32	빈도 (평균)	18 (2.89)	18 (1.720)	18 (1.33)	18 (1.67)	18 (3.33)
	S.D	1.02	1.18	1.02	1.03	.69
33	빈도 (평균)	16 (2.38)	16 (2.69)	16 (2.19)	16 (1.88)	16 (2.13)
	S.D	1.20	.88	.83	.96	1.02
34	빈도 (평균)	21 (1.57)	21 (2.38)	21 (2.14)	21 (1.90)	21 (2.29)
	S.D	1.03	.92	.85	.70	1.10
35	빈도 (평균)	19 (2.84)	19 (2.26)	19 (2.37)	19 (2.26)	19 (3.42)
	S.D	1.07	.81	.90	.45	.51
36	빈도 (평균)	16 (2.38)	16 (2.19)	16 (1.13)	16 (1.63)	16 (2.50)
	S.D	1.15	.91	.80	.89	.97

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		수공예적인	안정적인	은은한	자연스러운	장식적인
37	빈도 (평균)	17 (2.65)	17 (2.77)	17 (2.00)	17 (2.41)	17 (2.06)
	S.D	.106	.56	.94	1.06	1.30
38	빈도 (평균)	20 (3.25)	20 (1.85)	20 (1.50)	20 (1.90)	20 (2.65)
	S.D	.55	.88	.89	.91	.99
39	빈도 (평균)	21 (3.71)	21 (2.24)	21 (2.52)	21 (2.86)	21 (2.50)
	S.D	.56	.70	1.08	.80	1.18
40	빈도 (평균)	14 (3.57)	14 (2.43)	14 (1.50)	14 (2.14)	14 (2.43)
	S.D	.51	.76	.76	.53	1.89
41	빈도 (평균)	13 (3.38)	13 (2.38)	13 (2.61)	13 (2.23)	13 (3.08)
	S.D	.96	.87	1.12	.93	.86
42	빈도 (평균)	15 (2.73)	15 (2.13)	15 (1.20)	15 (1.60)	15 (2.33)
	S.D	1.28	.83	1.01	.99	.82
43	빈도 (평균)	16 (2.81)	16 (1.88)	16 (1.69)	16 (2.00)	16 (2.81)
	S.D	.98	.96	.79	.63	.98
44	빈도 (평균)	24 (2.50)	24 (2.04)	24 (1.83)	24 (1.88)	24 (2.42)
	S.D	.83	.62	.70	.61	1.06
45	빈도 (평균)	20 (3.15)	20 (2.50)	20 (2.55)	20 (2.85)	20 (2.50)
	S.D	.93	1.05	1.15	.81	1.15
46	빈도 (평균)	20 (2.85)	20 (3.45)	20 (3.40)	20 (2.85)	20 (1.20)
	S.D	1.31	.51	.75	.59	1.06
47	빈도 (평균)	19 (3.21)	19 (3.21)	19 (2.79)	19 (2.16)	19 (2.32)
	S.D	.79	.79	.98	.96	.82
48	빈도 (평균)	11 (2.91)	11 (3.27)	11 (2.36)	11 (2.18)	11 (1.82)
	S.D	.94	.65	1.21	.60	.87

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		수공예적인	안정적인	은은한	자연스러운	장식적인
49	빈도 (평균)	12 (2.75)	12 (1.92)	12 (1.50)	12 (1.92)	12 (3.08)
	S.D	1.14	1.00	.90	1.16	.51
50	빈도 (평균)	17 (3.35)	17 (1.53)	17 (2.35)	17 (2.65)	17 (2.94)
	S.D	.70	1.12	1.06	1.17	.83
51	빈도 (평균)	15 (1.73)	15 (2.93)	15 (2.33)	15 (1.60)	15 (2.00)
	S.D	1.16	.88	1.11	.99	1.00
52	빈도 (평균)	16 (3.38)	16 (1.81)	16 (1.75)	16 (1.75)	16 (3.38)
	S.D	.62	1.05	1.34	.86	.96
53	빈도 (평균)	13 (3.23)	13 (2.84)	13 (2.54)	13 (2.46)	13 (1.92)
	S.D	.73	.55	.88	1.05	.76
54	빈도 (평균)	15 (3.00)	15 (1.80)	15 (2.20)	15 (1.73)	15 (2.40)
	S.D	.85	.86	1.01	1.13	1.06
55	빈도 (평균)	13 (2.92)	13 (3.38)	13 (3.000)	13 (1.92)	13 (1.77)
	S.D	.49	.50	.70	.64	1.24
56	빈도 (평균)	13 (3.08)	13 (3.08)	13 (3.00)	13 (2.54)	13 (2.08)
	S.D	.64	.49	.70	.88	.95
57	빈도 (평균)	16 (2.94)	16 (2.69)	16 (2.44)	16 (2.56)	16 (1.81)
	S.D	.93	.87	1.09	.63	.83
58	빈도 (평균)	18 (1.94)	18 (2.17)	18 (2.39)	18 (1.94)	18 (2.44)
	S.D	.87	.86	.70	.73	.78
Total	빈도 (평균)	975 (2.84)	975 (2.37)	975 (2.13)	975 (2.10)	975 (2.43)
	S.D	1.05	.95	1.05	.90	1.04

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		재미있는	전원적인	전통적인	정갈한	정적인
1	빈도 (평균)	18 (.22)	18 (2.44)	18 (3.22)	18 (2.72)	18 (.75)
	S.D	1.06	.86	.65	.89	.75
2	빈도 (평균)	19 (1.37)	19 (1.37)	19 (2.26)	19 (2.58)	19 (2.37)
	S.D	.76	1.01	1.10	.96	1.01
3	빈도 (평균)	22 (1.68)	22 (.95)	22 (1.36)	22 (1.41)	22 (1.27)
	S.D	.89	.79	.79	.80	.94
4	빈도 (평균)	16 (1.56)	16 (2.31)	16 (2.56)	16 (2.56)	16 (2.63)
	S.D	1.03	1.01	.63	.96	1.02
5	빈도 (평균)	16 (1.31)	16 (1.13)	16 (1.75)	16 (2.06)	16 (1.56)
	S.D	.79	1.02	1.06	.77	.81
6	빈도 (평균)	16 (.81)	16 (1.06)	16 (1.63)	16 (2.57)	16 (2.38)
	S.D	.83	.85	1.26	.81	.72
7	빈도 (평균)	18 (2.17)	18 (1.61)	18 (2.67)	18 (2.17)	18 (1.67)
	S.D	1.20	1.20	1.28	1.15	.97
8	빈도 (평균)	16 (1.68)	16 (3.06)	16 (2.81)	16 (2.88)	16 (2.81)
	S.D	1.1955	.7719	.9106	1.0247	.7500
9	빈도 (평균)	18 (1.22)	18 (1.44)	18 (3.28)	18 (2.44)	18 (2.50)
	S.D	.88	.70	.57	.92	.92
10	빈도 (평균)	15 (2.13)	15 (2.13)	15 (3.53)	15 (3.00)	15 (2.47)
	S.D	.92	1.13	.64	.53	1.06
11	빈도 (평균)	19 (1.47)	19 (1.79)	19 (2.58)	19 (2.68)	19 (2.68)
	S.D	.90	.92	.61	.1.00	.82
12	빈도 (평균)	17 (1.88)	17 (.76)	17 (3.18)	17 (2.35)	17 (1.47)
	S.D	1.32	.75	1.07	1.11	.72

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		재미있는	전원적인	전통적인	정갈한	정적인
13	빈도 (평균)	18 (1.56)	18 (1.72)	18 (3.00)	18 (3.22)	18 (3.22)
	S.D	.78	.96	.91	.88	.73
14	빈도 (평균)	9 (1.44)	9 (1.44)	9 (2.78)	9 (3.11)	9 (3.00)
	S.D	1.13	1.01	.67	.60	.50
15	빈도 (평균)	15 (2.73)	15 (2.00)	15 (3.40)	15 (3.20)	15 (2.33)
	S.D	1.16	1.20	.83	.86	.98
16	빈도 (평균)	14 (2.14)	14 (2.36)	14 (2.86)	14 (1.71)	14 (1.71)
	S.D	.66	.50	.77	.83	.83
17	빈도 (평균)	16 (2.06)	16 (2.06)	16 (3.00)	16 (2.19)	16 (2.06)
	S.D	1.12	.77	.89	1.17	.93
18	빈도 (평균)	16 (2.88)	16 (3.25)	16 (3.13)	16 (1.81)	16 (1.38)
	S.D	.81	.93	.72	.91	1.02
19	빈도 (평균)	23 (1.78)	23 (1.39)	23 (3.26)	23 (2.83)	23 (2.82)
	S.D	.90	.99	.92	.98	.94
20	빈도 (평균)	17 (2.12)	17 (1.88)	17 (3.24)	17 (2.47)	17 (2.29)
	S.D	1.05	1.17	.44	.87	.85
21	빈도 (평균)	17 (2.06)	17 (1.06)	17 (2.65)	17 (2.00)	17 (2.00)
	S.D	.8993	1.0290	.9963	1.0000	.9354
22	빈도 (평균)	18 (1.78)	18 (1.39)	18 (3.00)	18 (2.17)	18 (2.17)
	S.D	1.11	1.04	.91	.92	.92
23	빈도 (평균)	14 (1.93)	14 (.93)	14 (3.07)	14 (1.93)	14 (1.36)
	S.D	1.00	1.00	1.00	1.27	1.15
24	빈도 (평균)	18 (1.83)	18 (1.33)	18 (3.06)	18 (2.28)	18 (2.22)
	S.D	.79	.84	.80	1.13	1.00

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		재미있는	전원적인	전통적인	정갈한	정적인
25	빈도 (평균)	21 (1.81)	21 (1.00)	20 (2.90)	20 (2.50)	20 (2.23)
	S.D	.103	.95	.79	1.00	.91
26	빈도 (평균)	19 (1.84)	19 (1.95)	19 (3.26)	19 (2.84)	19 (2.95)
	S.D	.96	.91	.81	.83	.62
27	빈도 (평균)	18 (1.72)	18 (1.28)	18 (2.61)	18 (2.83)	18 (2.83)
	S.D	1.18	.75	1.04	.79	.79
28	빈도 (평균)	14 (2.00)	14 (1.79)	14 (3.14)	14 (2.79)	14 (2.21)
	S.D	.88	.80	.66	.70	.80
29	빈도 (평균)	15 (2.13)	15 (1.60)	15 (2.73)	15 (1.87)	15 (1.53)
	S.D	1.13	1.12	.80	.92	.83
30	빈도 (평균)	17 (1.76)	17 (1.71)	17 (3.12)	17 (2.88)	17 (2.41)
	S.D	1.09	1.21	.78	.86	1.00
31	빈도 (평균)	18 (2.06)	18 (1.28)	18 (2.67)	18 (2.17)	18 (1.67)
	S.D	1.11	.67	.77	.92	.84
32	빈도 (평균)	18 (2.33)	18 (1.39)	18 (2.39)	18 (1.83)	18 (1.22)
	S.D	.91	.98	1.38	1.15	.88
33	빈도 (평균)	16 (2.50)	16 (1.88)	16 (3.19)	16 (2.19)	16 (1.94)
	S.D	1.03	1.02	.83	1.05	1.00
34	빈도 (평균)	21 (1.67)	21 (.95)	21 (2.52)	21 (2.71)	21 (2.29)
	S.D	1.11	.74	1.12	.72	.56
35	빈도 (평균)	19 (2.11)	19 (1.79)	19 (2.95)	19 (2.89)	19 (2.37)
	S.D	1.05	.86	.97	.88	.96
36	빈도 (평균)	16 (3.13)	16 (1.56)	16 (3.31)	16 (1.81)	16 (1.38)
	S.D	.72	.81	.60	.83	.89

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		재미있는	전원적인	전통적인	정갈한	정적인
37	빈도 (평균)	17 (2.18)	17 (1.94)	17 (2.71)	17 (2.24)	17 (2.00)
	S.D	1.13	.90	.99	.66	.71
38	빈도 (평균)	20 (3.15)	20 (2.05)	20 (3.25)	20 (1.75)	20 (1.65)
	S.D	.49	1.10	.85	1.02	.88
39	빈도 (평균)	21 (2.33)	21 (2.67)	21 (3.05)	21 (1.86)	21 (2.00)
	S.D	1.06	1.02	.92	.85	.89
40	빈도 (평균)	14 (2.86)	14 (2.21)	14 (3.43)	14 (2.00)	14 (1.71)
	S.D	.66	.89	.51	.78	.83
41	빈도 (평균)	13 (2.23)	13 (2.38)	13 (2.85)	13 (2.46)	13 (2.31)
	S.D	1.09	1.04	1.21	1.27	.95
42	빈도 (평균)	15 (2.20)	15 (1.47)	15 (2.60)	15 (1.60)	15 (2.13)
	S.D	1.15	.83	1.18	.74	.74
43	빈도 (평균)	16 (1.19)	16 (1.44)	16 (3.56)	16 (1.88)	16 (2.00)
	S.D	.98	1.03	.73	1.09	1.10
44	빈도 (평균)	24 (1.88)	24 (1.79)	24 (2.39)	24 (1.78)	24 (1.96)
	S.D	1.03	.78	1.23	.74	.88
45	빈도 (평균)	20 (2.60)	20 (2.75)	20 (3.10)	20 (2.65)	20 (2.10)
	S.D	1.19	.97	.64	.93	1.02
46	빈도 (평균)	20 (.95)	20 (2.25)	20 (3.25)	19 (3.37)	19 (3.37)
	S.D	.89	1.16	1.21	.76	.96
47	빈도 (평균)	19 (1.32)	19 (1.79)	19 (3.28)	19 (3.00)	19 (3.00)
	S.D	1.06	.86	.67	.94	.88
48	빈도 (평균)	11 (.73)	11 (2.09)	11 (3.00)	11 (3.36)	11 (3.18)
	S.D	.90	1.14	.77	.67	.75

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		재미있는	전원적인	전통적인	정갈한	정적인
49	빈도 (평균)	12 (3.33)	12 (1.58)	12 (3.08)	12 (2.17)	12 (2.08)
	S.D	1.15	1.00	1.16	1.03	1.16
50	빈도 (평균)	17 (2.82)	17 (2.76)	17 (2.94)	17 (2.29)	17 (1.76)
	S.D	.81	.97	1.09	1.21	1.15
51	빈도 (평균)	15 (1.67)	15 (1.27)	15 (2.07)	15 (3.33)	15 (3.07)
	S.D	1.05	.80	1.10	.62	.59
52	빈도 (평균)	16 (1.81)	16 (1.19)	16 (2.75)	16 (2.06)	16 (2.13)
	S.D	1.28	1.11	.93	1.12	1.02
53	빈도 (평균)	13 (2.15)	13 (2.54)	13 (3.08)	13 (3.46)	13 (2.92)
	S.D	1.07	.88	.64	.52	.64
54	빈도 (평균)	15 (2.27)	15 (1.33)	15 (2.40)	15 (2.60)	15 (2.07)
	S.D	.96	1.18	.91	.91	.96
55	빈도 (평균)	13 (1.15)	13 (1.85)	13 (3.38)	13 (3.15)	13 (3.23)
	S.D	.90	.90	.65	.99	.93
56	빈도 (평균)	13 (1.38)	13 (2.23)	13 (3.38)	13 (3.15)	13 (3.08)
	S.D	1.12	1.17	.51	.69	.76
57	빈도 (평균)	16 (1.88)	16 (2.06)	16 (3.00)	16 (2.81)	16 (2.63)
	S.D	1.26	1.24	.97	.83	.72
58	빈도 (평균)	18 (1.78)	18 (1.22)	18 (2.28)	18 (2.94)	18 (2.50)
	S.D	.94	1.11	.83	.80	.99
Total	빈도 (평균)	975 (1.92)	975 (1.73)	972 (2.86)	972 (2.46)	972 (2.25)
	S.D	1.12	1.09	1.00	1.03	1.02

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		조화로운	편안한	한국적인	현대적인	화려한
1	빈도 (평균)	18 (2.44)	18 (2.50)	18 (3.22)	18 (2.11)	18 (1.11)
	S.D	.98	.92	.73	.83	1.13
2	빈도 (평균)	19 (2.16)	19 (2.00)	19 (2.26)	19 (2.16)	19 (1.95)
	S.D	.96	.82	.93	1.07	1.03
3	빈도 (평균)	22 (1.73)	22 (1.55)	22 (1.50)	22 (2.14)	22 (2.45)
	S.D	.77	.80	.80	.89	1.01
4	빈도 (평균)	16 (2.31)	16 (2.75)	16 (30.6)	16 (2.19)	16 (1.69)
	S.D	.87	.58	.78	1.05	1.08
5	빈도 (평균)	16 (2.69)	16 (2.00)	16 (1.94)	16 (2.44)	16 (1.56)
	S.D	.60	.63	1.06	.89	.89
6	빈도 (평균)	16 (2.75)	16 (2.63)	16 (1.63)	16 (2.38)	16 (1.44)
	S.D	.68	.72	.96	1.09	.81
7	빈도 (평균)	18 (2.28)	18 (2.50)	18 (2.28)	18 (1.06)	18 (2.67)
	S.D	1.18	.92	1.18	.80	.97
8	빈도 (평균)	16 (2.56)	16 (3.06)	16 (2.69)	16 (2.38)	16 (.81)
	S.D	.81	.93	1.01	1.02	.66
9	빈도 (평균)	18 (2.44)	18 (2.28)	18 (3.33)	18 (1.22)	18 (2.17)
	S.D	.92	.83	.59	.94	1.10
10	빈도 (평균)	15 (2.40)	15 (2.40)	15 (3.33)	15 (1.73)	15 (2.67)
	S.D	.83	1.06	.62	.88	1.11
11	빈도 (평균)	19 (2.42)	19 (2.21)	19 (2.47)	19 (1.42)	19 (2.26)
	S.D	.51	.89	.70	.77	.73
12	빈도 (평균)	17 (2.47)	17 (2.00)	17 (3.35)	17 (1.41)	17 (2.88)
	S.D	1.01	.87	.79	1.28	1.11

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		조화로운	편안한	한국적인	현대적인	화려한
13	빈도 (평균)	18 (2.44)	18 (2.56)	18 (2.94)	18 (2.17)	18 (1.61)
	S.D	.78	.86	.87	1.25	.85
14	빈도 (평균)	9 (3.00)	9 (2.33)	9 (2.78)	9 (2.44)	9 (1.44)
	S.D	.71	.71	.83	1.01	.88
15	빈도 (평균)	15 (3.07)	15 (2.60)	15 (3.47)	15 (1.87)	15 (2.00)
	S.D	.70	1.06	.74	1.19	.93
16	빈도 (평균)	14 (2.24)	14 (2.29)	14 (3.07)	14 (1.36)	14 (2.29)
	S.D	.70	.91	1.00	.74	.61
17	빈도 (평균)	16 (2.56)	16 (2.44)	16 (2.75)	16 (1.31)	16 (1.75)
	S.D	.96	1.09	1.24	1.14	1.24
18	빈도 (평균)	16 (2.56)	16 (3.00)	16 (3.31)	16 (1.19)	16 (.69)
	S.D	.81	.73	.60	.75	.60
19	빈도 (평균)	23 (2.48)	23 (1.96)	23 (3.30)	23 (1.65)	23 (2.74)
	S.D	1.20	.98	.82	1.27	1.14
20	빈도 (평균)	17 (2.06)	17 (2.18)	17 (2.94)	17 (1.59)	17 (1.06)
	S.D	.83	.81	.66	1.00	.66
21	빈도 (평균)	17 (1.82)	17 (1.76)	17 (2.82)	17 (1.65)	17 (2.29)
	S.D	.73	.90	.64	1.00	1.16
22	빈도 (평균)	18 (2.33)	18 (1.78)	18 (3.00)	18 (1.44)	18 (2.78)
	S.D	.84	1.11	.84	1.10	.81
23	빈도 (평균)	14 (2.14)	14 (1.50)	14 (2.79)	14 (1.71)	14 (2.93)
	S.D	1.10	.94	1.05	1.20	1.00
24	빈도 (평균)	18 (2.33)	18 (2.00)	18 (3.22)	18 (1.50)	18 (2.50)
	S.D	.91	.84	.81	.99	1.20

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		조화로운	편안한	한국적인	현대적인	화려한
25	빈도 (평균)	20 (2.75)	20 (2.10)	20 (2.55)	20 (2.20)	20 (2.80)
	S.D	.91	.85	1.02	1.06	1.11
26	빈도 (평균)	19 (2.95)	19 (2.68)	19 (3.37)	19 (2.16)	19 (1.95)
	S.D	.78	.58	.68	.83	.71
27	빈도 (평균)	18 (2.39)	18 (2.11)	18 (2.83)	18 (2.28)	18 (1.72)
	S.D	.92	.76	.92	1.02	1.04
28	빈도 (평균)	14 (2.79)	14 (2.64)	14 (3.14)	13 (1.92)	14 (2.21)
	S.D	.98	.50	.66	.95	.98
29	빈도 (평균)	15 (2.07)	15 (1.93)	15 (2.07)	15 (2.00)	15 (2.27)
	S.D	.88	.88	.88	1.20	1.10
30	빈도 (평균)	17 (2.82)	17 (2.82)	17 (2.94)	17 (2.59)	17 (1.71)
	S.D	.73	.88	.90	.71	.92
31	빈도 (평균)	18 (2.17)	18 (2.00)	18 (2.67)	18 (2.67)	18 (2.11)
	S.D	.62	.91	.77	.77	.90
32	빈도 (평균)	18 (2.28)	18 (1.56)	18 (2.11)	18 (2.17)	18 (3.11)
	S.D	1.02	.86	1.32	.92	.76
33	빈도 (평균)	16 (2.31)	16 (2.44)	16 (3.31)	16 (1.63)	16 (1.13)
	S.D	.70	.96	.79	.1.09	.81
34	빈도 (평균)	21 (2.48)	21 (2.19)	20 (2.45)	21 (2.67)	21 (1.74)
	S.D	.75	1.03	1.23	1.06	.90
35	빈도 (평균)	19 (2.79)	19 (2.16)	19 (3.05)	19 (2.26)	19 (2.84)
	S.D	.92	.76	.97	1.20	.83
36	빈도 (평균)	16 (2.00)	16 (1.63)	16 (3.06)	16 (1.88)	16 (2.00)
	S.D	.82	.72	.77	1.20	.82

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		조화로운	편안한	한국적인	현대적인	화려한
37	빈도 (평균)	17 (2.06)	17 (2.76)	17 (2.94)	17 (1.53)	17 (1.35)
	S.D	.97	.97	.97	.87	.1.06
38	빈도 (평균)	20 (2.15)	20 (2.10)	20 (3.00)	20 (1.00)	20 (1.45)
	S.D	.88	1.02	.86	.86	1.00
39	빈도 (평균)	21 (2.43)	21 (2.67)	21 (2.81)	21 (1.29)	21 (2.00)
	S.D	.93	.80	.81	1.10	1.18
40	빈도 (평균)	14 (2.07)	14 (2.50)	14 (3.50)	14 (1.21)	14 (2.64)
	S.D	.83	.65	.52	.70	.93
41	빈도 (평균)	13 (2.39)	13 (2.61)	13 (2.62)	13 (1.15)	13 (2.54)
	S.D	1.26	.77	1.12	1.07	1.20
42	빈도 (평균)	15 (1.87)	15 (1.73)	15 (2.47)	15 (1.47)	15 (1.80)
	S.D	1.06	.96	1.19	1.00	1.21
43	빈도 (평균)	16 (2.06)	16 (1.94)	16 (3.19)	16 (1.63)	16 (2.06)
	S.D	1.00	1.06	.91	.89	.93
44	빈도 (평균)	23 (2.04)	23 (1.96)	23 (2.17)	23 (1.96)	23 (1.52)
	S.D	1.02	.82	.89	.98	1.04
45	빈도 (평균)	20 (2.80)	20 (2.40)	20 (2.85)	20 (1.95)	20 (1.40)
	S.D	.83	.82	.75	.94	.82
46	빈도 (평균)	19 (2.95)	19 (3.05)	19 (3.16)	20 (1.65)	20 (1.00)
	S.D	.91	.71	1.17	1.39	.97
47	빈도 (평균)	18 (2.44)	18 (2.44)	19 (3.26)	19 (2.47)	19 (2.21)
	S.D	.98	.70	.81	1.07	1.03
48	빈도 (평균)	11 (3.00)	10 (2.41)	10 (2.70)	11 (2.72)	11 (1.91)
	S.D	.63	.70	.95	.90	1.14

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

문화상품		형용사어휘	조화로운	편안한	한국적인	현대적인	화려한
49	빈도 (평균)	12 (2.33)	12 (2.33)	12 (3.58)	12 (1.92)	12 (2.92)	
	S.D	1.23	.98	.90	.79	1.00	
50	빈도 (평균)	17 (2.53)	17 (2.24)	17 (3.18)	17 (2.18)	17 (1.24)	
	S.D	.94	1.03	.88	1.07	.75	
51	빈도 (평균)	15 (2.80)	15 (2.47)	15 (2.33)	15 (2.87)	15 (2.40)	
	S.D	.94	.83	1.23	.99	.74	
52	빈도 (평균)	16 (2.50)	16 (1.94)	16 (2.44)	16 (1.69)	16 (3.75)	
	S.D	1.21	.78	1.03	1.08	.58	
53	빈도 (평균)	13 (3.23)	13 (2.92)	13. (3.15)	13 (2.31)	13 (1.62)	
	S.D	.44	.64	.80	.85	.77	
54	빈도 (평균)	15 (2.13)	15 (1.73)	15 (2.27)	15. (2.73)	15. (2.07)	
	S.D	.99	.96	1.16	1.03	1.03	
55	빈도 (평균)	13 (2.85)	13 (2.62)	13 (3.46)	13 (1.85)	13 (1.69)	
	S.D	.80	.77	.66	.80	1.25	
56	빈도 (평균)	13 (3.00)	13 (2.92)	13 (3.54)	13 (2.00)	13 (1.46)	
	S.D	.71	.86	.52	1.22	1.05	
57	빈도 (평균)	16 (2.69)	16 (2.81)	16 (3.06)	16 (1.81)	16 (1.38)	
	S.D	.60	.75	.77	.83	.96	
58	빈도 (평균)	18 (2.44)	18 (2.17)	18 (2.33)	18 (2.33)	18 (2.00)	
	S.D	.86	.99	.69	.91	.97	
Total	빈도 (평균)	971 (2.44)	970 (2.28)	970 (2.83)	972 (1.90)	973 (2.00)	
	S.D	.92	.92	1.00	1.09	1.13	

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		단순한	독특한	동양적인	변화있는
1	빈도 (평균)	18 (2.50)	18 (2.78)	18 (3.33)	18 (1.83)
	S.D	.79	1.00	.59	.79
2	빈도 (평균)	19 (2.16)	19 (1.74)	19 (2.47)	19 (1.63)
	S.D	.76	.99	1.17	.90
3	빈도 (평균)	22 (1.09)	22 (2.45)	22 (1.77)	22 (2.68)
	S.D	.68	.74	.81	.72
4	빈도 (평균)	16 (2.13)	16 (2.31)	16 (3.31)	16 (1.81)
	S.D	.96	.70	.60	.54
5	빈도 (평균)	16 (1.69)	16 (2.00)	16 (1.88)	16 (2.44)
	S.D	.95	.89	1.09	.89
6	빈도 (평균)	16 (2.13)	16 (1.31)	16 (1.56)	16 (1.44)
	S.D	.81	.70	.96	.89
7	빈도 (평균)	18 (1.39)	18 (2.56)	18 (3.39)	18 (2.00)
	S.D	.78	.98	.78	1.03
8	빈도 (평균)	16 (2.94)	16 (2.63)	16 (2.94)	16 (1.69)
	S.D	.78	1.09	.93	1.14
9	빈도 (평균)	18 (1.78)	18 (1.50)	18 (3.22)	18 (1.56)
	S.D	1.00	1.10	.88	1.10
10	빈도 (평균)	15 (1.73)	15 (2.60)	15 (3.53)	15 (2.20)
	S.D	.96	.99	.52	.86
11	빈도 (평균)	19 (1.89)	19 (2.21)	19 (2.79)	19 (1.89)
	S.D	.66	.86	.63	.99
12	빈도 (평균)	17 (1.24)	17 (2.29)	17 (3.41)	17 (2.53)
	S.D	.66	1.10	.80	.87

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		단순한	독특한	동양적인	변화있는
13	빈도 (평균)	18 (2.89)	18 (1.94)	18 (3.06)	18 (1.22)
	S.D	.83	1.00	1.06	.94
14	빈도 (평균)	9 (2.78)	9 (1.78)	9 (2.22)	9 (1.67)
	S.D	.83	1.30	1.20	1.12
15	빈도 (평균)	15 (2.27)	15 (3.33)	15 (3.67)	15 (2.87)
	S.D	.89	.82	.62	.99
16	빈도 (평균)	14 (1.79)	14 (2.21)	14 (3.00)	14 (2.14)
	S.D	.70	.89	.96	.66
17	빈도 (평균)	16 (2.25)	16 (2.75)	16 (2.56)	16 (2.00)
	S.D	1.06	1.06	1.15	.97
18	빈도 (평균)	16 (1.88)	16 (2.00)	16 (3.06)	16 (1.94)
	S.D	.81	1.03	.85	.85
19	빈도 (평균)	23 (1.57)	23 (2.52)	23 (3.57)	23 (2.26)
	S.D	.95	1.04	.60	1.18
20	빈도 (평균)	17 (2.59)	17 (2.18)	17 (3.24)	17 (2.00)
	S.D	.80	1.13	.56	1.06
21	빈도 (평균)	17 (1.94)	17 (1.94)	17 (2.88)	17 (1.76)
	S.D	.75	1.03	.60	.90
22	빈도 (평균)	18 (1.89)	18 (1.89)	18 (3.22)	18 (1.67)
	S.D	1.02	1.13	.55	.77
23	빈도 (평균)	14 (.93)	14 (2.07)	14 (2.79)	14 (2.29)
	S.D	.83	.73	.98	1.07
24	빈도 (평균)	18 (1.44)	18 (2.17)	18 (3.28)	18 (2.22)
	S.D	.98	.79	.75	.94

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		단순한	독특한	동양적인	변화있는
25	빈도 (평균)	21 (1.29)	21 (2.14)	21 (3.10)	21 (2.10)
	S.D	.56	.91	.83	.77
26	빈도 (평균)	19 (2.53)	19 (2.63)	19 (3.26)	19 (2.42)
	S.D	.90	.68	.81	.69
27	빈도 (평균)	18 (3.11)	18 (2.28)	18 (3.00)	18 (1.50)
	S.D	.68	.89	.77	.86
28	빈도 (평균)	14 (2.07)	14 (2.36)	14 (3.36)	14 (2.29)
	S.D	1.07	.84	.63	1.07
29	빈도 (평균)	15 (2.00)	15 (2.60)	15 (2.40)	15 (2.27)
	S.D	1.20	.83	1.12	.88
30	빈도 (평균)	17 (2.47)	17 (2.18)	17 (2.94)	17 (1.88)
	S.D	.94	1.07	.97	1.05
31	빈도 (평균)	18 (1.94)	18 (2.28)	18 (2.28)	18 (1.83)
	S.D	.80	.89	.73	.92
32	빈도 (평균)	18 (1.28)	18 (2.67)	18 (2.56)	18 (2.78)
	S.D	1.36	.84	1.15	1.06
33	빈도 (평균)	16 (2.19)	16 (1.50)	16 (3.25)	16 (1.63)
	S.D	.83	1.26	.68	1.15
34	빈도 (평균)	21 (2.05)	21 (2.00)	21 (2.81)	21 (1.76)
	S.D	.74	1.10	1.21	.94
35	빈도 (평균)	19 (1.68)	19 (2.68)	19 (3.21)	19 (2.68)
	S.D	1.11	.82	.98	.82
36	빈도 (평균)	16 (1.75)	16 (2.69)	16 (3.44)	16 (2.50)
	S.D	.86	.70	.81	.89

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사이어휘 문화상품		단순한	독특한	동양적인	변화있는
37	빈도 (평균)	17 (2.47)	17 (1.53)	17 (2.88)	17 (1.88)
	S.D	.71	.62	.99	.99
38	빈도 (평균)	20 (1.50)	20 (3.30)	20 (3.30)	20 (2.40)
	S.D	.95	.57	.80	.75
39	빈도 (평균)	21 (1.29)	21 (3.05)	21 (3.24)	21 (2.62)
	S.D	1.01	.92	.70	1.16
40	빈도 (평균)	14 (1.64)	14 (2.64)	14 (3.36)	14 (2.36)
	S.D	.75	.75	.50	.93
41	빈도 (평균)	13 (1.23)	13 (2.77)	13 (3.08)	13 (2.46)
	S.D	.73	.83	.95	.97
42	빈도 (평균)	15 (1.73)	15 (1.93)	15 (2.53)	15 (2.00)
	S.D	1.10	.88	.92	.85
43	빈도 (평균)	16 (.81)	16 (1.88)	16 (3.56)	16 (2.19)
	S.D	.54	.89	.63	1.11
44	빈도 (평균)	24 (1.88)	24 (2.29)	24 (2.58)	24 (1.88)
	S.D	.74	.95	.97	.85
45	빈도 (평균)	20 (2.65)	20 (3.05)	20 (3.30)	20 (2.20)
	S.D	.75	.83	.47	.89
46	빈도 (평균)	20 (3.35)	20 (2.00)	20 (3.00)	20 (1.15)
	S.D	.67	1.30	1.12	1.09
47	빈도 (평균)	19 (2.79)	19 (2.32)	19 (3.32)	19 (1.84)
	S.D	.79	.89	.48	.96
48	빈도 (평균)	11 (3.18)	11 (1.64)	11 (3.09)	11 (1.36)
	S.D	.40	.92	.54	.81

<표 2.1> 문화상품별 형용사 어휘 평균 계속

형용사어휘 문화상품		단순한	독특한	동양적인	변화있는
	빈도 (평균)				
49	빈도 (평균)	12 (2.08)	12 (2.92)	12 (3.17)	12 (2.75)
	S.D	.90	1.08	.83	1.22
50	빈도 (평균)	17 (2.23)	17 (3.06)	17 (3.12)	17 (2.65)
	S.D	1.20	.83	.78	1.00
51	빈도 (평균)	15 (3.13)	15 (2.93)	15 (2.27)	15 (1.80)
	S.D	.74	.96	1.03	1.01
52	빈도 (평균)	16 (1.00)	16 (2.63)	16 (2.88)	16 (2.38)
	S.D	.97	1.09	.96	.89
53	빈도 (평균)	13 (3.15)	13 (3.00)	13 (3.15)	13 (1.92)
	S.D	.69	.71	.90	.95
54	빈도 (평균)	15 (2.33)	15 (3.33)	15 (2.73)	15 (2.73)
	S.D	1.05	.62	.80	1.10
55	빈도 (평균)	13 (3.38)	13 (1.23)	13 (3.62)	13 (.69)
	S.D	.65	.73	.51	.75
56	빈도 (평균)	13 (3.08)	13 (1.92)	13 (3.46)	13 (1.38)
	S.D	.64	.86	.52	1.04
57	빈도 (평균)	16 (2.69)	16 (2.50)	16 (3.56)	16 (1.63)
	S.D	.87	.89	.63	1.02
58	빈도 (평균)	18 (2.11)	18 (2.28)	18 (2.72)	18 (1.78)
	S.D	1.08	.89	.75	.88
Total	빈도 (평균)	975 (2.06)	975 (2.34)	975 (3.00)	975 (2.03)
	S.D	1.05	1.02	.93	1.02

부록 III

부록 III

<표 2.2> 형용사의 MDS 스케일 좌표

형용사	X축	Y축
A1	.5724	.2306
A2	.4541	.5324
A3	-2.6839	.1731
A4	.4050	-.7305
A5	-1.3716	.2597
A6	-.6367	-1.5689
A7	.2318	.9040
A8	2.0790	.1806
A9	-.4721	1.3531
A10	-1.0542	-.2750
A11	-.6164	-.0218
A12	.0807	.8077
A13	-.2680	.3249
A14	-.2198	-1.5926
A15	2.1691	.2286
A16	.4878	-.7153
A17	-.1957	-.7489
A18	-.0876	-.3632
A19	.5387	1.5320
A20	-1.2795	1.1644
A21	-1.3442	-1.3749
A22	1.9859	-.0216
A23	.6783	-.4565
A24	.4976	-1.1888
A25	.4664	.0144
A26	.0821	-.4786
A27	1.7253	-.1943
A28	-1.6162	.0730
A29	-.6082	1.9525

<표 2.3> 문화상품 MDS스케일 좌표

문화상품	X축	Y축	문화상품	X축	Y축
V1	1.1257	-.3761	V30	.5632	.0931
V2	.3266	1.0284	V31	-.4810	.6945
V3	-2.4620	1.3247	V32	-1.9274	.2385
V4	.8897	.002*9	V33	.1929	-.8600
V5	-.7007	1.5819	V34	-.0359	.7698
V6	.5610	2.1728	V35	.2007	1.1326
V7	-1.1896	-.6345	V36	-1.4226	-.6058
V8	1.8458	-1.0574	V37	.1893	-.8782
V9	-.1525	.4521	V38	-1.4891	-1.2630
V10	.5019	-.9291	V39	-.4103	-1.2583
V11	.4029	.4739	V40	-.7245	-.9682
V12	-1.5371	.2478	V41	-.5749	-.5095
V13	1.3147	-.0093	V42	-1.7109	-.5603
V14	1.2720	.9382	V43	-1.2830	.6183
V15	.8188	-1.0525	V44	-.6400	.1570
V16	-1.0774	-.6091	V45	.5452	-.5474
V17	-.5687	-.7376	V46	2.5846	-.1578
V18	-.1077	-2.7464	V47	1.1918	.1561
V19	-.2741	.7049	V48	1.6172	.6140
V20	.3185	-.4863	V49	-1.0329	-1.2502
V21	-1.1728	.2963	V50	-.0108	-1.1852
V22	-.6544	-.0118	V51	1.3975	1.3830
V23	-1.4910	.6559	V52	-1.5842	1.1560
V24	-.5036	.1683	V53	1.7058	-.5104
V25	-.2312	.8857	V54	-.2449	.5055
V26	.8397	-.2687	V55	2.1237	.6608
V27	.5047	.2807	V56	2.0582	-.0267
V28	.2306	-.1214	V57	.8901	-.6959
V29	-.6815	.1413	V58	.1669	.7823

이 보고서는 산업자원부에서 시행한
산업디자인기반기술 개발지원사업의
디자인연구 개발보고서입니다.

주 의

1. 이 보고서는 산업자원부에서 시행한 산업디자인기반기술개발지원사업의 연구개발 보고서입니다.
2. 이 연구개발내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 산업자원부에서 시행한 산업디자인기반기술개발지원사업의 연구개발결과임을 밝혀야 한다.