



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

현무암 절단면의 문양을 활용한  
관광문화상품 개발

제주대학교 산업대학원

산업디자인학과

이 상 미

2016 년 8 월

# 현무암 절단면의 문양을 활용한 관광문화상품 개발

지도교수 오 철 훈

이 상 미

이 논문을 산업디자인학 석사학위 논문으로 제출함

2016 년 8 월

이상미의 산업디자인학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 이 광 진 ㉠

위 원 오 철 훈 ㉠

위 원 오 창 윤 ㉠

제주대학교 산업대학원

2016 년 8 월

# 목 차

Summary .....	v
I. 서론 .....	1
1. 연구 배경 및 목적.....	1
2. 연구 방법 및 범위.....	3
II. 이론적 배경 .....	4
1. 돌이 가지는 의미 .....	4
2. 제주 현무암의 의미와 쓰임 .....	10
III. 개발방향 설정.....	15
1. 제주 관광산업 현황 및 관광객 분석 .....	15
2. 관광문화상품의 정의 및 특성 .....	22
IV. 현무암 절단면에 나타나는 문양을 활용한 디자인 전개 .....	26
1. 문양디자인 .....	28
2. 소재 탐색 .....	34
V. 시작품 적용.....	36
VI. 결론 .....	44
참고문헌.....	46

## 도 목차

도1. 선돌 .....	6
도2. 음팔로스 .....	6
도3. 울산대곡리 반구대 암각화 .....	6
도4. 칼라하리 사막 암각화 .....	6
도5. 수석.....	7
도6. 돌의 사실적 형태를 살린 제품.....	7
도7. 돌 자체의 아름다움을 활용한 예 .....	8
도8. 돌을 모티브로 한 조형 및 디자인 상품의 예 .....	8
도9. 돌을 모티브로 한 액세서리 상품의 예 .....	8
도10. 돌을 모티브로 한 인테리어 소품의 예 .....	9
도11. 하르방 .....	12
도12. 동자석 .....	12
도13. 방사탑 .....	12
도14. 한국화가 이창희.....	12
도15. 서양화가 문창배.....	12
도16. 조각가 김방희.....	13
도17. 도예가 허민자.....	13
도18. 도예가 오창윤.....	13
도19. 금속공예가 오자경.....	13
도20. 기타 현무암을 직접적으로 사용한 디자인 상품 .....	14
도21. 기타 현무암을 모티브로 작업한 디자인 상품 .....	14
도22. 제주의 옛 담과 건물 외벽 .....	27
도23. 오늘날 제주의 건물 외/내벽_오설록 뮤지엄 .....	27
도24. 오늘날 제주의 건물 외/내벽_제주도립미술관.....	28
도25. 오늘날 제주의 건물 담과 길 .....	27

## 표 목차

표1. 일반적 의미의 돌.....	5
표2. 세계자연문화유산의 제주도 기본 현황.....	15
표3. 세계지질공원 제주도 기본 현황 .....	16
표4. 생물권보존지역 제주도 기본 현황.....	16
표5. 제주 입도 현황 .....	18
표6. 제주여행 고려요인.....	19
표7. 제주에서의 인상 깊은 활동 1순위.....	19
표8. 제주에서 쇼핑 품목 .....	20
표9. 제주에서 쇼핑 장소 .....	20
표10. International tourist arrivals/international tourism receipts.....	21
표11. 관광문화상품의 특징 .....	25
표12. 모티브에 따른 문양의 분류 .....	29
표13. 사실문적 활용 .....	30
표14. 양식적 활용 .....	31
표15. 추상적 활용 1 .....	32
표16. 추상적 활용 2 .....	33

## 시작품 목차

시작품1. 병/디퓨저 .....	36
시작품2. 캔디볼/향초 .....	37
시작품3. 컵.....	38
시작품4. 컵.....	39
시작품5. 컵.....	40
시작품6. 클러치.....	41
시작품7. 미니 크로스 백.....	42
시작품8, 9. 엽서와 노트 .....	43

# A Study on the Culture Tourism Souvenir use of Basalt Texture

Sang mi Lee

*Industrial Art Design Major  
Graduate School of Industry  
Jeju National University*

*Supervised by Professor Oh, Chul Hoon*

## *Summary*

Jeju is a volcanic island, it is very unique in the world, so it selected Global Geoparks, Biosphere Reserve, World Natural Heritage, in addition has various tourism resources, such as Olle, beach, horse and etc. Basalt that came from volcanic activity is also Jeju's characteristics and tourism resource. Jeju is contained basalt over the 90%, people use the basalt in their life such as stone fence and Haroobang and this basalt has very unique textures and shapes including air hole. This air holes are looked well in cutting plane using cutting machine these days from buildings and streets. For that reason, this researcher will develop cultural products using basalt texture from its cutting plane.

In other words, this study is aimed that the following contents. The First, this paper is to talk about common and symbolically, anesthetic meanings of in stone and basalt. The second, this paper is to talk about definition and characteristics of tourist culture goods. The third, this paper

is talk to about 'patterns design' using basalt's air hale for deepening and expansion of tourist culture goods. At last, Search shell apply to prototype, through the material

10million tourists visited Jeju island but Jeju's Tourist revenue is lower than other spaces. This is maybe because Jeju's development of culture tourism products are backed up. Through this study, I hope to help to development of various culture tourism products and contribute to the Regional Economy Activation by promoting the consumption of the tourists. And it is use to public relations of regional identity.

# I. 서론

## 1. 연구배경 및 목적

관광문화상품의 경우 국가 및 지역의 정체성을 홍보함과 동시에 지역경제를 활성화하는 적절한 콘텐츠다. 제주도는 돌, 바람, 여자가 많아 삼다도로 불리고, 그밖에 하르방, 해녀, 말 등 지역적 특징이 강하다. 뿐만 아니라 화산섬 제주, 올레, 유네스코 3관왕, 말 산업 특구 지정 등 제주의 정체성을 보여줄 수 있는 소재가 무궁무진 함에도 아직 관광문화상품의 발전이 정체되어 있다. 특히 유네스코 3관왕으로 제주의 자연에 대한 세계적인 관심이 높아지고 또한 제주도를 방문하는 관광객의 많은 수가 제주의 자연 경관 감상을 고려하고 있는 만큼 제주 자연에 관련된 상품 개발이 이루어 질 경우 지역 홍보의 역할 뿐만 아니라 소중한 추억을 선물하게 될 것이다. 특히 관광객의 수가 관광수익을 대변하지는 않으며 쇼핑이 관광의 고려요인으로 등장한 만큼 지역적 특징이 잘 반영되어 있으면서도 관광객의 기호에 맞는 다양하고 풍성한 관광문화상품 개발이 필요하다.

제주 자연의 특징 중 하나인 현무암은 제주도 자연의 근간이자 타 지역과 구별되는 점이다. 화산섬 제주도의 표면은 90%이상이 다공질의 현무암<sup>1)</sup>이며 이는 주상절리, 검은 모래 해변 등의 자연환경을 만들었고 돌담, 정낭 등 제주의 삶에 영향을 주었으며 동자승, 하르방, 방사탑 등의 재료가 되었을 뿐만 아니라 많은 예술가들의 소재가 되어 육지와 다른 개성을 가질 수 있게 해주었다. 또한 화산섬 제주를 간접 홍보 할 수 있는 상품들의 주재료로도 쓰이고 있다. 최근에는 기계를 이용하여 반듯하게 절단한 판석의 형태의 현무암을 건물의 내/외벽이나 보도블록 등에 많이 이용할 뿐만 아니라 이렇게 절단된 형태의 현무암을 조형물이나 디자인 상품 등에도 활용하고 있다. 이렇게 반듯하게 절단된 현무암에는 기공의 모습이 때론 무작위로 때론 규칙이 있는 것처럼 다양하게 나타나며 그 모양

---

1) 두산백과 <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1181462&cid=40942&categoryId=33136>

은 마치 자연이 그려놓은 추상화를 보는 듯 건축물 혹은 제품의 하나하나에 다른 개성을 부여하고 있다.

본 연구자는 제주 자연의 근간이자 제주의 다양한 풍경에 영향을 준 현무암을 활용하여 관광문화상품을 개발하되 반듯하게 절단된 판석형태의 현무암을 현대적으로 변한 제주의 한 모습으로 보고 현무암의 절단면을 모티브로 그곳에 나타난 기공의 형태들을 활용하여 관광문화상품 개발을 진행한다.

즉 현무암을 활용하여 관광문화상품을 제작하되 가공되지 않은 덩어리 형태의 현무암이 아닌 인위적 기계의 가공을 거쳐 현대 건축물의 외/내벽이나 보도블록 등에 활용되는 현무암의 절단면에 나타나는 기공의 모양을 이용하여 지역적 특징을 반영하면서도 실생활에서 사용가능한 관광문화상품 개발을 목표로 한다. 특히 돌/현무암을 활용한 상품의 경우 대부분 돌/현무암을 있는 그대로 활용하거나 사실적 재현을 통한 개발에 그치고 있는데 본 연구에서는 돌/현무암을 활용한 관광문화상품의 개발영역을 넓히는 한 방법으로 ‘문양 디자인’의 측면에서 접근하여 하나의 개발로 다양한 곳에 적용 가능할 뿐만 아니라 하나의 모티브를 활용하여 상품 개발을 어떻게 확대, 심화시키는 가에 대해 중점적으로 연구함을 목표로 한다.

## 2. 연구 방법 및 범위

본 현무암을 활용하여 관광문화상품을 제작하되 가공되지 않은 덩어리 형태의 현무암이 아닌 인위적 기계의 가공을 거친 현무암의 절단면에 나타나는 기공의 모양을 이용하여 지역적 특징을 반영하면서도 실생활에서 사용가능한 관광문화상품 개발을 목표로 한다. 특히 돌/현무암을 활용한 상품의 경우 대부분 돌/현무암을 있는 그대로 활용하거나 사실적 재현을 통한 개발에 그치고 있는데 본 연구에서는 돌/현무암을 활용한 관광문화상품의 개발영역을 넓히는 한 방법으로 ‘문양 디자인’의 측면에서 접근하여 하나의 개발로 다양한 곳에 적용 가능할 뿐만 아니라 하나의 모티브를 활용하여 상품 개발을 어떻게 확대, 심화시키는 가에 대해 중점적으로 연구함을 목표로 한다.

본 연구는 다음과 같은 과정으로 이루어진다.

첫째, 돌/현무암에 대한 고찰로 일반적, 상징적, 미학적 의미를 조사하여 돌/현무암이 어떤 의미를 가지고 어떻게 활용되었는지를 조사함으로써 돌/현무암을 관광문화상품 개발의 이론적 배경으로 삼는다.

둘째, 관광문화상품의 정의와 특징을 파악하고 제주도의 관광자원과 관광객 관심을 분석을 통해 본 연구에서 진행하게 될 관광문화상품의 개발 방향을 설정한다.

셋째, 현무암 절단면에 나타나는 기공의 형태 혹은 성질 등을 활용하여 문양을 디자인하여 모티브는 현무암에서 가져왔지만 다양한 개발, 확대, 심화의 과정을 거친 뒤 소재 탐색을 통해 적용 대상을 결정한다.

다섯째, 문양디자인과 소재탐색을 통해 결정된 사항들을 최종 시작품에 적용한다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 돌이 가지는 의미

#### 1)일반적 의미의 돌

일반적으로 돌은 암석, 광물을 통틀어 부르는 말이다. 생성원인에 따라 크게 화성암, 퇴적암, 변성암으로 나눌 수 있고 그에 따라 성격과 생김새가 다르다. 화성암은 마그마나 용암이 식어서 굳어진 암석으로 지표로 분출되어 굳은 화산암인 유문암과 현무암, 지표면 아래에서 굳어진 화강암과 섬록암 등의 심성암이 있다. 퇴적암은 지표면에서 풍화와 침식 작용을 통해 운반된 물질들이 퇴적으로 굳어진 암석이다. 진흙으로 구성된 이암, 모래로 구성된 사암, 석회질 물질로 쌓여 굳어진 석회암 등이 있다. 변성암은 지하 깊은 곳에서 열과 압력에 의한 영향으로 화성암이나 퇴적암의 성질이 변하여 만들어진 암석이다. 암석 내의 광물들이 편리(엽리)<sup>2)</sup>를 만들어 내기도 하는데 편리가 있는 편암과 편마암, 편리가 나타나지 않는 석회암이 변성된 대리암과 석회암이 대표적이다.<sup>3)</sup> 이렇게 만들어진 돌들은 각각의 강도와 표면의 형태에 따라 선사시대 돌도끼 등의 생활도구를 비롯하여 오늘날까지도 건축의 내/외벽 등 다양한 곳에 사용되어 지고 있다.

---

2) 편리(엽리): 광물이 나란하고 평평하게 배열되어 나타나는 구조

3) 이상미, 오철훈 “현무암을 활용한 문양디자인 개발 및 디자인상품연구”. 「한국디자인포럼」 Vol.46 2015, pp353~354

표1. 일반적 의미의 돌

화성암				
	유문암	현무암	섬록암	화강암
퇴적암				
	이암	사암	석회암	
변성암				
	편마암	대리암	사문암	사문암

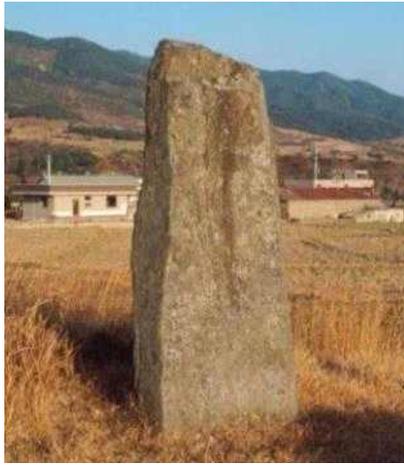
## 2) 상징적 의미의 돌

돌은 자연적으로 존재하는 것 중 가장 견고하고 내구적일 뿐만 아니라 인간과 비교도 되지 않을 만큼 긴 세월 존재한다. 이러한 연유로 인간은 돌에 유한성, 영원성 등의 의미를 부여하고 섬기기도 하였다. 옛날 신석기 시대의 유물로 추정되는 선돌은 자연 상태 그대로의 길고 큰 돌을 수직으로 세운 것으로 <우주축>의 상징이고 우주 만물을 떠받치는 지상의 지주로 상징된다. 또 <대지의 옴팔로스4> 이자 인간이 낙원을 돌아갈 수 있는 지점이나 중심점5)의 상징으로 돌을 사용하였다.6)

4) 옴팔로스(omphalos)는 그리스어로 ‘배꼽’이라는 뜻이다. 그리스 신화에 따르면 제우스가 세상의 중심을 알고 싶어 두 마리 독수리를 세상에 날려보냈는데 서로 다른 방향으로 날아가서 세상을 돌아 그 중심에서 만나게 하였다. 이 마주친 장소가 바로 파르나소스 산 기슭에 자리한 도시 ‘텔포이’였다. 이곳이 세계의 중심인 것을 안 제우스는 옴팔로스라 부르며 돌을 놓아 표시했다. 그리고 이곳을 신탁을 받을 장소로 보았다. 여기서 텔포이라는 말은 대지가 자궁을 뜻하고 옴팔로스는 세상의 배꼽, 세상의 중심을 상징한다.

5) Cooper, J.C.(1987), 이윤기 역 「An Illustrated Encyclopaedia of Traditional Symbols」, 「그림으로 보는 세계문화 상징사전」, 경기:까치, 1994, p81~p383

6) 이상미, 오철훈, 前揭論文. pp353~354

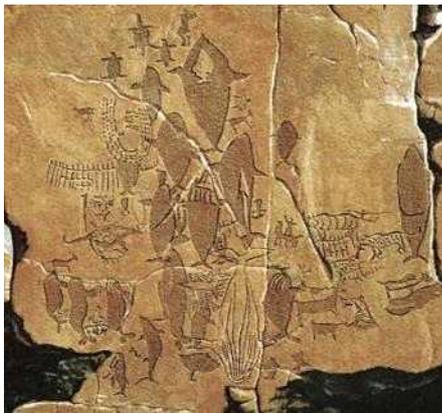


도1. 선돌



도2. 옴팔로스

또한 바위의 면 중 태양의 빛을 받아서 생명력이 살아날 수 있는 쪽을 선택하여 삶의 목표이자 주술적 수단으로서 그림을 그린 암각화는 돌의 상징적 의미를 인정한 신앙적 사고의 표출로 볼 수 있다.<sup>7)</sup>



도3. 울산대곡리 반구대 암각화



도4. 칼라하리 사막 암각화

### 3)미학적 의미의 돌

돌은 일반적, 상징적인 의미 외에 미학적 의미를 가진다. 수석을 활용하여 돌 자체의 자연적인 아름다움을 감상하기도 하고 돌의 사실적 형태를 살려 제품을 만들어 사용하기도 한다.

7) 박정근 외, 「돌의 미를 찾아서」 서울, 도서출판 다른 세상, 2000, p14



도5. 수석

최연희는 ‘돌의 미는 선과 표면에서 아름다움을 찾을 수 있고 자연 그 자체로 아름다움과 의미를 가진다’ 고 하였다. ‘선’은 석리(石理)라든가 주름의 아름다움을 말하는 것으로 파문처럼 퍼지는 것, 한편으로 흐르는 것 등 돌의 성질에 따라 다양하여 돌에 활기를 준다. 또 오랜 세월 자연이 무심히 만들어 놓은 돌의 표면에 아롱 새겨진 깊은 맛은 참으로 매혹적이라고 했다.<sup>8)</sup> 이러한 돌의 아름다움은 인간의 창작 활동에 다양한 영감을 주어 조각품과 건축의 외벽에 장식되며, 또한 돌 자체를 활용하거나 돌을 모티브로 활용한 다양한 디자인 제품의 모티브로 활용되고 있다.



도6. 돌의 사실적 형태를 살린 제품

8) 최연희 ‘도예를 통한 돌의 이미지 형상화’. 석사학위논문, 이화여자대학교 1988. p11



도7. 돌 자체의 아름다움을 활용한 예



도8. 돌을 모티브로 한 조형 및 디자인 상품의 예



도9. 돌을 모티브로 한 액세서리 상품의 예



도10. 돌을 모티브로 한 인테리어 소품의 예

## 2. 제주 현무암의 의미와 쓰임

제주도는 화산활동에 의해 이루어진 섬으로서 화산활동 시 흘러내린 용암이 섬 전체를 덮고 있다. 산, 들, 바다 모두 검은 빛의 현무암으로 가득 차있다고 해도 과언이 아니다. 현무암 바탕의 지질은 제주 인들이 살아가는 삶의 환경이자 생활도구이며 신앙의 대상이자 예술 창작의 원천이다. 주상절리, 검은 모래 해변 등의 자연환경을 만들었을 뿐만 아니라 돌담, 정낭 등 제주인의 삶에 영향을 주었고 동자승, 하르방, 방사탑 등의 재료가 되었고 많은 예술인들의 소재로 등장하여 육지와 다른 지역적 개성이 될 수 있게 해주었다.

### 1) 일반적 의미의 제주 현무암<sup>9)</sup>

제주도는 높은 온도의 현무암질 마그마에서 생겨나는 화산활동에 의해 만들어진 섬으로 다양한 화산분출 형태를 관찰할 수 있고 이에 따라 형성되는 암석의 종류가 다르다.

제주도의 화산암은 비폭발적인 하와이형 용암분출, 마그마의 휘발성분이 폭발하여 분출한 화산쇄설물의 분석구를 만드는 스트롬볼리형 분출, 그리고 마그마가 지하수 혹은 외부 기원 물과 만나 매우 격렬한 큰 폭발을 일으켜 분출한 화산쇄설물이 응회구, 응회환 및 마르를 형성한 수증기를 다량 함유한 마그마성 분출의 산물로 구성되어 있다.

현무암질 용암은 파호이호이(Pahoehoe)용암과 아아(Aa)용암으로 구분된다. 이들 용암의 형성은 마그마의 화학 성분상의 차이에 의한 것이 아니라 용암 분출 시 온도, 점성, 유속 등과 같은 물리적 조건 및 탈기체화에 수반된 변화, 그리고 지표면 경사 등에 의해 좌우 된다. 하와이섬의 사례에서 보면 아아 용암은 비교적 활발한 마그마 공급으로부터 많은 양의 용암이 격렬하게 분출할 경우 만들어지는 반면, 파호이호이 용암은 아아 용암보다 적은 양의 마그마가 조용하고 일정한 속도로 분출하는 경우에 만들어진다. 파호이호이 용암은 표면이 유리질과 같이 반짝이고 매끄러우며, 용암단위의 상하부에 집중된 기공은 대부분 둥근 형태

9) 박기화 외, [제주도 지질여행], 한국지질자원연구/제주발전연구원, 2013, pp17~31

를 지닌다. 아아 용암은 용광로 슬래그처럼 표면이 거칠고 암괴와 같은 형태의 클링커를 지닌 용암류로서 대개 상하부 경계가 불규칙하며, 산화로 인해 적색을 띠는 클링커 층을 형성하고, 중앙부는 비교적 치밀한 상태를 이루는 것이 특징이다. 용암분출시 용암 분출량의 미묘한 변화와 용암이 흘러가는 동안 변화되는 점성과 용암 내부의 혼란, 그리고 지형 경사도의 변화에 의해 용암의 형태가 변화되기도 한다. 용암류가 분출지 주변에서 파호이호이 용암으로 매끄러운 표면을 보이다가 멀리 흘러가면서 아아 용암으로 바뀌는 경우가 흔히 관찰되는데 비해, 아아 용암이 용암수로 따라 이동되어 경사가 완만한 지역에 도달하게 되면 파호이호이 용암으로 전이되기도 한다.

지상의 화구와 연결된 화도를 따라 상승하던 마그마는 휘발성분이 증가하는 곳에서 폭발 형태로 변하는 것이 스트롬볼리형 분출이다. 마그마에 함유된 휘발성분은 낮은 압력의 환경에서는 마그마 속에 있던 휘발성분이 분리되어 마그마의 상부에 높은 압력으로 농집된다. 가스가 농집된 부분이 폭발에 의해 지표면에 나오면 부석(prumice), 또는 분석(scoria)이라고 하는 암석 파편이 만들어진다. 부석은 조면암질이나 유문암질에서 형성된 것으로 하얀색에 가깝고 기공이 많고 가벼워 물에 뜨는데 반해, 현무암질 마그마에서 유래한 분석은 검은색을 띠고 부석에 비해 기공이 적고 무거워서 물에 가라앉는다. 제주도에서 ‘송이’라고 하는 암석 파편은 대부분 분석에 해당된다.

마그마나 용암이 물과 만나 급하게 식고 물은 끓게 되는데, 이런 냉각, 가열반응은 매우 격렬하여 수증기를 다량 함유한 큰 폭발을 일으키는데 이를 수증기-마그마성 분출 혹은 수성화산활동이라 한다. 수성화산 분출에 의해 형성된 응회암은 층리가 형성되어 있어서 일견 퇴적암처럼 보이기도 한다. 응회암을 구성하는 유리질 파편들은 물리적 성질이 불안정하고, 수증기를 흡수하여 안정화되려한다. 이 과정에서 부피가 증가하기 때문에 짧은 시간에 쉽게 단단한 암석이 된다.

## 2) 상징적 의미의 제주 현무암

내구성, 견고성, 유한성, 영원성 등 돌에 상징적인 의미를 부여하고 섬기기도 했듯이 제주에서 또한 현무암을 활용하여 제주도를 수호하고 제주인의 어려운 삶을 보살피기 위한 염원의 대상으로 하르방 석상과 동자석 등을 만들었다. 돌하

르방의 기능적 역할은 수호신적, 주술 종교적, 위치 표식적 기능으로 육지의 장승과 흡사하나 돌하르방이 서있는 위치를 볼 때 수문장 장승의 기능이 가장 강했던 것으로 보인다. 동자석은 생명이 끊어진 사람의 영혼을 위로하고 묘 터를 지키는 역할을 했던 것으로 보인다. 이뿐 아니라 답, 거욱, 액탑, 가마귀동산, 격대, 돌코냉이, 개 라고 불리는 방사탑을 마을 입구에 쌓아 외부로부터의 살과 부정, 재앙을 막겠다는 기원을 담았다.



도11. 하르방



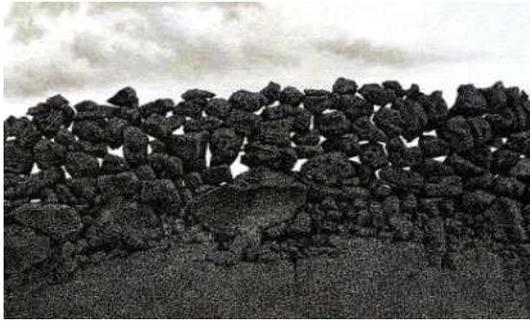
도12. 동자석



도13. 방사탑

### 3)미학적 의미의 제주 현무암

제주도의 90%이상으로 이루어진 현무암 자체가 제주 인들에게는 삶의 배경이자 생활도구의 재료이자 예술 활동에 영감을 주는 원천이다. 마그네슘과 철의 함량에 따라 조금씩 색의 농도가 조금씩 다르지만 대체적으로 회색빛을 띤 다공질의 투박한 돌을 활용하여 조각가 김방희, 서양화가 문창배, 한국화가 이창희, 도예가 허민자 등은 제주를 담은 미술 작업을 한다. 또한 도예가 오창윤, 금속공예가 오자경 등을 제주의 돌 현무암을 직간접적으로 활용하여 공예작업에 사용한다. 또한 현무암은 때론 무작위로, 때론 질서가 있는 것처럼 자리하고 있는 기공에 의해 그 생김새가 독특하여 제품디자인의 소재가 되기도 하고 기념품 디자인에 활용되기도 한다.



도14. 한국화가 이창희



도15. 서양화가 문창배



도16. 조각가 김방희



도17. 도예가 허민자



도18. 도예가 오창윤



도19. 금속공예가 오자경



도20. 기타 현무암을 직접적으로 사용한 디자인 상품



도21. 기타 현무암을 모티브로 작업한 디자인 상품

### Ⅲ. 개발 방향 설정

#### 1. 제주 관광 현황과 관광객 분석

##### 1) 제주 관광 현황

제주도는 동서로 약 73k, 남북으로는 31km인 타원 모양의 화산섬으로 1,950m의 한라산이 섬 중앙에 우뚝 솟아 있다. 화산활동으로 만들어진 제주도는 독특한 화산지형을 자랑하며 368개의 크고 작은 오름<sup>10)</sup>과 160여 개의 용암 동굴이 섬 전체에 흩어져 있는데 이렇게 많은 오름과 동굴이 작은 섬 하나 모여 있는 경우는 세계적으로도 드물다.<sup>11)</sup>

##### (1) 세계자연문화유산\_유네스코 3관왕

1972년 ‘세계문화 및 자연유산보호협약’을 채택한 유네스코는 인류전체를 위해 보호되어야 할 문화와 자연이 특별히 뛰어난 지역을 세계유산으로 등재하기 시작하였다. 세계유산은 문화유산, 자연유산, 복합유산으로 구분되며 2014년 기준 161개국 1,007건이 등재되어 있다.<sup>12)</sup>

표2. 세계자연문화유산의 제주도 기본 현황\_세계자연유산 제주

명칭	제주화산섬과 용암동굴(Jeju Volcanic Island and Lava Tubes)
등재일	2007.7.2.
등재	한라산천연보호구역, 성산이출봉 응회구, 거문오름 용암동굴계(검은오름, 김녕굴 및 만장굴, 빙뒤굴, 당처물동굴, 용천동굴)
유산면적	188.45km <sup>2</sup> (핵심지역 94.75, 완충지역 89.70)
등재기준	경관적 가치 탁월, 지질적 가치 탁월

10) 오름: 소규모 화산체를 뜻하는 제주 방언

11) 제주놀명쉬멍 [www.jejutour.go.kr](http://www.jejutour.go.kr)

12) 세계자연유산 제주 <http://jejuwnh.jeju.go.kr>

(2)세계지질공원\_유네스코 3관왕

지질학적으로 뛰어난 가치를 가진 자연유산 지역을 보호하고 이를 토대로 관광을 활성화하여 주민의 소득을 높이는 목적으로 만들어진 유네스코 프로그램이다.<sup>13)</sup>

표3. 세계지질공원 제주도 기본 현황\_세계자연유산 제주

<b>명칭</b>	제주도 세계지질공원(Jeju Island Global Geopark)
<b>대상지역</b>	제주도 전체
<b>대표명소</b>	한라산, 성산일출봉, 만장굴, 서귀포 패류화석층, 천지연폭포, 대포동 주상절리, 산방산, 용머리해안, 수월봉, 우도, 비양도, 선흘 곶자왈
<b>인증기준</b>	지질학적 가치, 교육적 활용, 지질관광 운영, 지역주민 참여도

(3)생물권보존지역\_유네스코 3관왕

유네스코 인간과 생물권 계획(MAB)에 따라 생물다양성 보전과 자연 자원의 지속가능한 이용을 결합시킨 육지 및 연안(해양생태계)지역을 말한다. 생물권 보전 지역은 2011년 현재 109개국 564곳이 지정되어 있다.<sup>14)</sup>

표4. 생물권보존지역 제주도 기본 현황\_세계자연유산 제주

<b>명칭</b>	제주도생물권보존지역(Jeju Island Biosphere Reserve)
<b>지정일</b>	2002.12.16
<b>지정지역</b>	총 830.94km <sup>2</sup> (핵심지역151,58km <sup>2</sup> _한라산국립공원, 영천, 효도전 천연보호구역, 섶섬/문섬/범섬 천연보호구역, 서귀포 도립해양공원 및 완충지역과 전이지역으로 구분되고 있다)
<b>지정기준</b>	지역을 대표하는 생태계의 존재, 생물다양성 보전 중요성, 지역공동체/민간참여 가능

13) 세계자연유산 제주 <http://jejuwnh.jeju.go.kr/>

14) 세계자연유산 제주 <http://jejuwnh.jeju.go.kr/>

## (2)올레 여행

올레는 집 대문에서 마을길까지 이어주는 아주 좁은 골목을 뜻하는 제주어이다. 사단법인 제주올레는 걷기 좋은 길들을 선정하여 도보로 제주도를 한 바퀴 돌 수 있게 개발하였다. 2007년 9월 8일 1코스를 시작으로 현재 26코스까지 개장되었다. 각 코스는 평균 15km이내이며, 소요시간은 5-6시간 정도 걸린다. 꾸준한 코스개발과 홍보를 통해서 제주 올레는 도보여행의 인기를 몰고 왔으며 제주도의 관광 사업에 기여했다.

## (3)말의 고장 제주

국가적, 지역적 미래 창조산업으로 ‘말’을 지정하고 마산업 특구 지정을 통한 지원이 확대 되고 있다. 이에 말의 고장 제주도는 2014년 국내에서 첫 말산업 특구로 지정되어 말산업 육성 5개년 종합계획(2012년 수립)에 따라 승마, 조련, 교육과 관련된 시설 건립 등에 필요한 예산을 우선적으로 지원받을 수 있게 됨으로써 말을 제주의 관광자원으로써 자리매김하는 초석이 되었다.

## (4)기타 관광자원

그 외에도 다양한 박물관과 미술관, 축제와 이벤트, 여름의 아름다운 해변 등 관광지로서의 제주가 가진 자원은 무궁무진하다.

## 2)제주 관광객 분석

세계지질공원 선정, 세계 7대 자연 경관, 제주도 올레길 등은 제주 천혜의 자연환경이 알려지게 된 주요 요인이며, MICE산업, 마산업 특구지정 등 제주의 관광객유치를 위한 노력으로 관광객 1300만명(내국인 1.100만명, 외국인 236만명 2015 제주관광시장동향분석\_제주관광공사 부설연구소 조사) 시대로 향후 제주는 2000만 관광객 시대를 대비 하고 있다. 표5.는 2013~2015년 내,외국인 관광객의 증가세를 보여주고 있다. 2015년 5월 이후 메르스 여파 때문에 외국인 관광객의 수가 전년 대비 감소하였지만 2016년 4월 누적 외국인 관광객 953,866명으로 2015년 4월 누적 899,850명에 비해 6%의 증가세를 보이고 있다. 내국인의 경우 단체보다는 개인 관광객의 방문이 월등히 높은 편이고 한국관광공사에 따르면

외국인의 관광객 또한 개별여행자의 비율이 2010년 62.6%에서 2014년 68.9%까지 늘어났다. 단체 관광객은 26.9%에서 24.9%로 감소세이며 이는 제주도를 많이 방문하는 중국인 또한 마찬가지 이다. 2014년 중국인 관광객 가운데 개별관광객과 단체관광객의 비중은 각각 57.9%, 39.4%였다. 개인적으로 한국 비자를 신청한 중국인도 2012년 69만명에서 2014년 140만명으로 2배 이상 늘었다.<sup>15)</sup> 단체 관광객이 줄고 개별관광객이 늘어나는 원인으로는 인터넷 비롯한 여행정보가 열려있고 개성을 반영하는 소비 트렌드의 변화 때문이라고 할 수 있다. 따라서 계속적으로 늘어날 개별관광객의 기호에 맞는 다양하고도 풍성한 문화상품들이 개발되어야 할 것이다.

표5. 제주 입도 현황-제주특별자치도 관광협회

		2015년		2014년		2013년(명)
		방문객(명)	증가율(%)	방문객(명)	증가율(%)	
내국인	개별관광객	8,424,404	24.2	6,781,586	24	5,470,910
	부분패키지	1,750,211	21.2	1,444,508	-17.6	1,752,507
	패키지	865,520	20.3	719,507	-44.4	1,294,000
	합계	11,040,135	23.4	8,945,601	4.4	8,517,417
외국인	합계	2,624,260	-21.2	3,328,316	42.6	2,333,848

표6.을 보면 제주도를 방문하는 내국인 관광객의 7~80%가량이 자연경관(자연/명승/경과과 산/오름/트레킹), 휴양/휴식을 제주 여행 시 고려 요인으로 생각하였으며 외국인 관광객의 경우 자연경관뿐만 아니라 쇼핑도 제주의 여행 고려 요인으로 많이 고려하고 있었다.

15) 파이낸셜뉴스, “중국인 개인관광 급증하는데.. 수요 꾸준한 ‘개인가이드’는 불법” 2016.

표6. 제주여행 고려요인\_2014,2015제주관광공사

	내국인		외국인	
	2015(%)	2014(%)	2015(%)	2014(%)
자연/명승/경관	39.4	47.9	61.3	63.3
산/오름/트레킹	35.1	34.1	12.9	12.8
역사/문화체험	1.7	1.1	2.9	3.9
음식/미식탐방	4.4	3.0	4.0	3.1
쇼핑	0.4	0.2	7.7	6.7
기후/사계절	1.8	1.3	2.0	2.6
여행비용	4.3	3.2	1.6	0.8
가까운 거리	5.6	4.2	1.6	0.6
기타	안전/치안,한류관광지			

표7.을 보면 제주에서의 인상 깊은 활동 또한 내외국인 모두 자연/명승/경관 감상과 산/오름/올레길/트레킹 등을 꼽았고, 외국인은 자연관광지, 쇼핑, 박물관, 문화유적의 순으로 많이 방문하는 것으로 나타나 제주의 자연문화자원에 대한 관심이 세계적으로 높은 것을 알 수 있다. 쇼핑 또한 최근에 새롭게 조사 대상으로 포함된 것으로 외국인이 제주를 방문 시 고려대상으로 들어가고 실제 방문에서 많은 부분을 차지하고 있다는 점이 이색적이다.

표7. 제주에서의 인상 깊은 활동 1순위\_2014,2015제주관광공사

	내국인		외국인	
	2015(%)	2014(%)	2015(%)	2014(%)
자연/명승/경관	33.6	33.80	46.5	44.70
산/오름/트레킹	17.5	21.82	9.1	9.34
박물관/미술관/전시관	3.2	3.76	2.6	4.96
테마/주제공연방문	4.1	4.53	2.7	3.74
식도락	12.5	8.72	7.2	5.84
쇼핑	1.4	0.8	12.7	8.66
해변활동	6.2	5.40	3.5	2.75
레저활동	5.6	4.73	1.6	1.79
기타				

표8.을 보면 제주도 관광객의 구매 쇼핑 상품은 다음과 같다. 이는 단순히 기념하는 물건뿐만 아니라 실제 먹거나 사용할 수 있는 실용주의적 구매를 많이 한다는 것을 보여준다. 표9.를 보면 내/외국인 모두 면세점에서 많은 비용을 지출하는 아쉬움을 남기기는 하지만 이는 제주의 관광문화상품 또한 단순한 장식품에서 사용성이 가미된 고급화된 제품 개발의 필요성 혹은 브랜드 스토리나 파워가 있는 상품 개발의 필요성을 보여준다.

표8. 제주에서 쇼핑 품목\_2014,2015제주관광공사

	내국인		외국인	
	2015(%)	2014(%)	2015(%)	2014(%)
여행기념품(열쇠고리 등)	7.0	5.1	6.7	9.6
과일류	11.6	16.7	6.4	8.5
음식류	14.0	12.3	14.1	14.6
초콜릿	16.2	18.5	11.1	12.2
과자/간식	10.4	9.6	10.0	11.0
화장품	9.7	11.6	19.3	14.2
건강식품	2.3	2.3	6.2	5.8
차류	2.5	1.9	2.4	3.4
패션잡화(가방,시계등)	4.5	4.5	5.3	3.6
기타	건강식품, 의류, 주류 등			

표9. 제주에서 쇼핑 장소\_2014,2015제주관광공사

	내국인		외국인	
	2015(%)	2014(%)	2015(%)	2014(%)
전통시장	24.6	23.3	8.3	9.8
시내상점가	13.4	8.8	12.1	13.4
관광지내 상품	9.6	10.1	6.6	11.8
토산품판매점	3.4	5.2	12.1	13.5
신라면세점	1.0	1.0	21.1	15.2
롯데면세점	2.4	2.5	20.6	14.7
공항jdc면세점	25.9	26.4	5.6	8.8
제주관광공사 면세점	7.5	6.9	2.1	2.9
농수산물 판매점	4.0	6.2	1.7	1.9
대형할인점	6.9	8.3	9.5	7.4
기타	1.2	1.2	0.2	0.6

이렇게 자연/명승/경과/산/오름/트레킹을 중심으로 관광시장으로서 제주의 성장은 계속 되고 있다. 하지만 표10.을 보면 일본, 싱가포르, 인도 등에 비해 한국을 방문한 관광객의 수는 더 많았으나 소비액은 낮은 것으로 조사되고 있다. 이는 관광객 수의 증가가 관광수입의 증가나 관광 질의 향상을 말하는 것은 아님을 나타낸다. 내국인 또한 올레길, 오름 등으로 저렴하게 여행하는 여행객들이 늘어나고 있어 저가관광을 부추기는 것이 아니냐는 지적을 받고 있다. 이에 관광객 1인당 소비액을 늘려 관광수익을 극대화 할 수 있는 다양한 관광문화상품의 개발이 필요하다.

표10. International tourist arrivals/international tourism receipts\_UNWTO

	2014		2013	
	관광객(천명)	관광수입 (us\$million)	관광객(천명)	관광수입 (us\$million)
한국	14,202	18,147	12,176	14,629
일본	13,413	18,853	10,364	15,131
싱가폴	11,858	19,203	11,898	19,301
오스트레일리아	6,868	31,254	6,382	32,022
인도	7,703	19,700	6,968	18,397

이러한 통계를 통해 본 연구자는 제주의 자연을 모티브로 한 실생활에 사용가능한 관광문화상품 개발이 필요하다고 판단, 화산섬 제주 자연의 근간이 되는 제주의 돌 ‘현무암’을 활용하여 관광문화상품 개발 연구를 진행 한다.

## 2. 관광문화상품의 정의 및 특성

현무암을 통한 관광문화상품 개발 연구에 앞서 관광문화상품의 정의와 특성을 알아보고 이를 바탕으로 관광문화상품 개발 방향을 설정한다. 먼저 관광문화상품은 범위가 크고 다양하여 보는 시각에 따라 다른 결과물을 놓고 이르는 말이 되어버린다. 따라서 본 연구자는 ‘관광’, ‘문화’, ‘상품’이라는 단어 각각의 사전적 의미를 통해 관광문화상품에 대해 정의 해보고 그중 기념품적 성격이 강한 관광문화상품을 연구 대상으로 정하여 특성을 고찰한다.

### 1) 관광문화상품의 사전적 정의

사전적 의미의 ‘관광’이란 다른 지방이나 다른 나라에 가서 그곳의 풍경, 풍습, 문물 따위를 구경하고 경험하는 것을 말한다. ‘문화’란 자연 상태에서 벗어나 일정한 목적 또는 생활 이상을 실현하고자 사회 구성원에 의하여 습득, 공유, 전달되는 행동양식이나 생활양식의 과정 및 그 과정에서 이룩하여 낸 물질적, 정신적 소득을 통틀어 이르는 말로 의식주를 비롯하여 언어, 풍습, 종교, 학문, 예술, 제도 따위를 모두 포함한다. ‘상품’이란 사고파는 물건을 말한다.<sup>16)</sup>

이에 ‘관광문화상품’이란 타지 혹은 타국이 이루어낸 물질적, 정신적 소득 중에 사고 팔수 있어 관광객들이 구매 가능한 모든 것을 총칭한다고 보면 된다.

### 2) 관광문화상품의 특성

관광문화상품이란 관광기념품이 가지는 의미를 가지되 토산품이나 민예품이 가지는 전통적 관광기념품의 진부함 등을 벗어나 더 많은 것들을 포함하면서 더 넓은 의미로 나아가기 위해 선택된 단어로 보고 본 논문에서는 보다 확장된 관광기념품적 관광문화상품 개발을 진행함을 본 논문의 목표로 하고 기 연구된 자료들을 통해서 그 특성을 조사한다.

먼저, 이호승은 논문에서 관광문화상품을 다음과 같이 서술한다. 관광문화상품

---

16) 네이버 어학사전 [www.naver.com](http://www.naver.com)

의 물리적 실체는 순간적이고 일시적인 경험을 안전하고 견고하게 하며, 실체를 부여함으로써 일상적인 경험을 비일상적인 경험의 영역으로 편입시키며 그 고유성은 기념품의 역할을 통해 조명될 수 있으며 고유한 기념품이란 특정 관광지 이외에서는 구하기 어려운 관광지의 문화적, 역사적 요소를 함축하고 상징하는 고도의 문화상품이라고 하였다. 즉 관광기념품은 여행경험을 증명하고, 기념품을 통해 사람들은 여행경험을 대리 체험하는 것이 가능해진다. 이는 관광 기념품은 여행의 추억을 상기시킬 뿐만 아니라 여행 경험을 증명하는 수단이며, 사람들은 기념품을 소유함으로써 어느 정도 강한 실제 감을 공유하는 것을 가능하게 하는 것이다.<sup>17)</sup>

김영의는 논문에서 다음과 같이 서술한다. 관광문화상품이란 관광객을 대상으로 판매하는 것을 가장 큰 목적으로 하기 때문에 기념품적 의미를 가지며 지역적 차별화가 잘 표현된 것이 좋으며 또 구매자로서 하여금 심미적 차원에서의 흥미와 자극을 유발시킬 수 있어야하며, 쓰임새가 있어 실용적인 가치의 추구도 함께 이루어져야 한다. 또한 운반 및 휴대가 용이하며, 가격의 적정성과 함께 품질의 우수성과 내구성이 요구된다. 따라서 생산자는 소규모이면서 높은 가치를 창출하는 제품을 저렴하게 대량생산 할 수 있는 방안을 모색해야 한다. 그밖에 국가별, 성별, 연령별, 학력별, 소득별 등 제각각의 관광객의 기호에 맞게 상품의 품목에서나 디자인의 측면에서 다양성을 지녀야 한다며 상품으로써의 가치와 국가의 특색이 복합된 관광객을 위한 판매 목적의 제품이어야 한다고 하였다.<sup>18)</sup>

박지민은 논문에서 다음과 같이 서술한다. 관광문화상품은 관광객들에 의해 타 지역으로 옮겨지면서 관광을 경험했던 지역을 알리는 홍보의 메신저 역할을 한다. 또한 관광지에서 관광객들에게 볼거리와 즐길거리를 제공하며 관광객의 만족도를 높이는 역할을 한다. 이러한 관광문화상품은 그 지역의 풍토, 역사/문화, 환경 등 지역성이 압축된 상징물로 지역의 이미지와 긴밀히 연결되어 있다. 관광문

---

17) 이호승, “관광기념품의 노블티 디자인에 관한 기초연구”, 「한국디자인학회」 2003, p113

18) 김영의 “관광 문화 도자 상품 디자인 연구:민화의 호랑이를 중심으로”, 이화여자대학교 디자인 대학원, 석사학위논문, 2000, pp13~14

화상품은 지역의 이미지를 판매하는 고부가가치의 산업으로 관광문화상품의 판매는 곧 지역의 수익 창출로 연결되어 지역 경제 활성화에 큰 도움이 되는 것에 그 의의와 중요성이 있다<sup>19)</sup>며 관광단지 제품군 추출 단계도에서 지역 형성 소재를 분석 할 때 자연적 소재, 산업적 소재, 문화적 소재, 인공적 소재, 레크리에이션 소재, 역사적 소재 등을 통해 대표 지역성을 추출 하였다.<sup>20)</sup>

위의 문헌들을 통해 관광문화상품의 특징을 관광객의 입장과 지역의 입장, 개발자의 입장으로 나눠 정리해보면 다음과 같다. 먼저 관광객의 입장에서 관광문화상품은 추억을 기억하게 하는 물질적 매개로서 여행의 경험을 증명하고 타인에게 선물을 통한 대리체험을 가능하게 함으로서 여행의 추억을 공유할 수 있도록 한다. 지역적 입장에서의 관광문화상품은 지역의 역사, 문화, 환경 등이 잘 반영된 상품으로 지역의 정체성을 홍보할 수 있는 수단이다. 지방자치의 확립을 위한 재정적인 자립이 요구되는 상황에서 관광산업을 육성하고 고부가가치의 관광문화상품을 개발하는 것은 관광객 및 지역투자에 긍정적인 역할을 하며 이는 결과적으로 지역 경제의 활성화에 기여한다. 마지막으로 개발자의 입장에서 관광문화상품은 개발 지역의 자연적, 산업적, 문화적, 인공적, 레크리에이션, 역사적 등을 잘 파악하여 관광객의 감성을 자극하여 구매 욕구를 불러일으키고 지역의 경제 발전에 이바지 할 수 있는 제품 개발의 주체 이다. 하지만 관광문화상품은 변화하는 소비자들의 감성을 자극 할 수 있도록 현대적 감각이 풍부하며 실용적인 제품군도 다양하게 제공되지 못하고 있으며 지역의 이미지를 투영하는 디자인적 고려도 부족한 실정<sup>21)</sup>이다.

---

19) 박지민, “지역성을 기반으로 한 관광문화상품 디자인 개발에 관한 연구”, 석사학위논문, 국민대학교, 2012. p11

20) 박지민, 前揭論文 p116

21) 박지민, 前揭論文 p1

표11. 관광문화상품의 특징

관광객 입장	추억을 기억하게 하는 물질적 매개로서 여행의 경험을 증명하고 타인에게 선물을 통한 대리체험을 가능하게 함으로서 여행의 추억을 공유할 수 있도록 한다.
지역적 입장	관광문화상품은 지역의 역사, 문화, 환경 등이 잘 반영된 상품으로 지역의 정체성을 홍보할 수 있는 수단이다. 지방자치의 확립을 위한 재정적인 자립이 요구되는 상황에서 관광산업을 육성하고 고부가가치의 관광문화상품을 개발하는 것은 관광객 및 지역투자에게 긍정적인 역할을 하며 이는 결과적으로 지역 경제의 활성화에 기여 한다
개발자 입장	지역의 자연적, 산업적, 문화적, 인공적, 레크리에이션, 역사적 등을 잘 파악하여 관광객의 감성을 자극하여 구매 욕구를 불러일으키고 지역의 경제 발전에 이바지 할 수 있는 제품 개발의 주체이다.

이에 본 논문의 개발방향을 제주 지역의 자연적 특징인 현무암을 활용하여 관광객들에게 추억을 소장하게 하고 지역의 경제 발전에 이바지 할 수 있는 실용적이고 현대적 감각의 관광문화상품 개발로 설정하다.

#### IV. 현무암 절단면에 나타나는 문양을 활용한 디자인 전개

현무암은 화산 폭발로 인해 마그마가 지표로 분출하여 급속히 냉각 고결되어 형성된 화산암 중 하나이다. 깊은 지하에서 만들어진 마그마에는 2~8% 정도의 휘발성분이 들어있는데, 높은 압력에서 휘발성분은 마그마 속에 혼합되어 있다가 압력이 낮아지면 분리되어 농집된다. 지표로 분출되어 냉각, 고결되는 과정에서 휘발성분이 미처 용암에서 빠져나가지 못하고 굳으면 암석 속에 작은 구멍을 이루게 되는데, 이를 기공이라 한다. 제주도에 분포한 암석에서 관찰되는 많은 기공은 용암이 굳을 때 빠져나가지 못한 휘발성분이 암석 내에 포획되어 있던 자리이다.<sup>22)</sup> 이 기공의 형태는 용암의 성분이나 상황에 따라 무작위의 형태로 고결된 것도 있지만 서로 덩어리를 이루기도 하고 줄짓기도 하면서 몇 가지의 형태적 특징을 보이기도 한다.

기공의 형태들은 제주석(현무암)을 활용한 건물들이나 바닥 등에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 특히 옛날 제주도의 돌담에 쓰였던 ‘덩어리’ 형태가 아닌 기계로 잘라 평평하게 만든 타일 혹은 벽돌의 형태에서 움직임의 단면을 잘 볼 수 있는데 이 타일/벽돌에서 기공의 모양이 마치 자연이 만들어놓은 창작품을 보듯 독특하고 다양하다. 현재 제주도의 많은 풍경 속에 이 현무암 기공의 모양이 포함되어 있고, 옛날 제주도의 돌담이 지역적 특색을 보여주듯, 현재의 새로운 제주도 풍경으로 보여 진다. 이 현무암 타일/벽돌에서 나타나는 기공의 모양을 모티브로 문양을 디자인 하여 소재를 탐색 후 제품 적용한다.



도22. 제주의 옛 담과 건물 외벽

22) 박기화 외, 前揭論文, p18



도23. 오늘날 제주의 건물 외/내벽\_오설록 뮤지엄



도24. 오늘날 제주의 건물 외/내벽\_제주도립미술관



도25. 오늘날 제주의 건물 담과 길

## 1. 문양디자인

문양은 물건의 겉면/표면에 나타나는 여러 가지 모양을 말한다. 꽃이나 나뭇잎에서 보이는 잎맥에서부터 옷이나 가방의 겉면에 장식을 위한 프린트까지 물건의 표면에 시각적으로 관찰되는 모든 것들을 말한다. 꽃이나 나뭇잎의 잎맥처럼 자연적인 것에서부터 사물을 장식하기 위해 개발되어지는 것까지 그 종류는 무척 다양하다. 이러한 문양은 아주 오랜 옛날부터 오늘날에 이르기까지 상징적, 장식적, 주술적 의미를 지니면 언제 어디에서나 존재해 왔다.<sup>23)</sup> 빗살무늬토기에서부터 루이비통의 모노그램까지 하나의 문양이 완성되면 약간의 변형을 거쳐 다양한 곳에 적용 가능함으로써 활용성과 경제성이 좋은 특성 또 한 가지고 있다.<sup>24)</sup> 또한 문양은 현대사회에서 중요한 디자인 요소로서 제품의 부가가치를 높이는 역할을 한다. 이에 문양에 대한 관심이 높아지고 있으며 연구 또한 활발히 진행되고 있다.<sup>25)</sup>

이에 본 연구자는 제주도의 관광문화상품 개발을 위해 화산섬 제주 자연의 근간인 돌/현무암을 활용하여 ‘문양개발’을 개발하여 문양이 가지는 다양한 장점을 취한다.

문양은 모티브의 대상에 따라 자연문, 인공문, 상상문으로 나뉘기도 하고 모티브의 표현방법에 따라 사실적인 문양, 양식적/전통적인 문양, 추상적인 문양, 기하학적인 문양으로 나뉘기도 한다.<sup>26)</sup>

---

23) 오근재, “우리 무늬 해석, 조선시대 도자무늬를 중심으로”, 「디자인학연구」, 2010, p.206

24) 이상미, 오철훈, 前揭論文, p353

25) 김경선, “자연식물 백일홍을 기반으로 한 문양 디자인 개발 연구“, 「한국디자인포럼」 2011, p40.

26) 유현정, 「문양과 패션」, 이담Books, 2010, p32~34

표12. 모티브에 따른 문양의 분류

분류	내용	설명
모티브 대상	자연문	식물문, 동물문, 무생물문
	인공문	비행기, 자동차, 악기, 도형
	상상문	시각적 영상으로 존재하지 않는 것
모티브 표현	사실적문양	-자연물이나 인공물을 있는 그대로 표현
	양식적, 적통적 문양	-자연물이나 인공물 등의 대상을 생략, 단순화, 평면화하여 표현
	추상적 문양	-실재와 무관한 비묘사적 표현하여 대상을 인지 할 수 없는 정도로 변형 -완전한 상상력에 의해서 표현되며, 형태의 변화에 구애 받지 않는 자유로운 표현
	기하학적 문양	-문양의 대상을 기하학적 형태를 이용하여 사물을 묘사한 것

본 연구자는 자연문에 속하는 현무암을 제품개발의 모티브로 정하고 표현법에 의한 분류로 상품을 확장시켜 본다. 문양디자인을 통해 패턴화 하는 작업은 차기 연구 과제로 넘기기로 하고 패턴화 이전의 초기 문양디자인 작업을 모티브 표현법에 의한 분류에 의해 각각 디자인 한다. 즉 현무암의 사실적 형상을 그대로를 활용하는 사실적 디자인, 대상을 생략, 단순화, 평면화 하는 현무암의 양식적 디자인, 실재와 무관한 비묘사적 표현을 하여 대상을 인지 할 수 없는 정도로 변형시킨 현무암의 추상적 디자인을 통해 문양을 디자인 한다.

1)현무암 절단면에 나타나는 문양의 사실문적 디자인

현무암 절단 시 기공의 모양은 다양하지만 편의를 위하여 몇 가지 유형으로 정리한다. 첫 번째는 별다른 규칙이나 흐름 없이 무작위로 기공이 형성되어 절단된 형태, 두 번째는 개미굴 형으로 개미가 굴을 파 놓았듯 기공들이 띠를 만들며 나란히 줄지어 있는 모습이다. 세 번째는 기공이 무리 지어져 있는 모양이다. 이렇게 세 가지로 분류한 뒤 각각의 사실적 활용을 위해 석재상을 방문, 원하는 돌을 선택한 후 잘라 기공의 형태가 잘 보이도록 활용한다.

표13. 사실문적 활용

활용	모티브	
무작위로 기공이 형성		
개미가 굴을 파 놓은 것처럼 기공이 띠를 형성		
기공이 덩어리로 무리지어 형성		

2) 현무암 절단면에 나타나는 문양의 양식적 디자인

현무암의 절단면에 나타나는 기공의 모양을 양식적으로 활용하기 위해 무리지어져 있는 기공의 형태를 촬영하고 임의로 편집, 삭제, 추가 한다. 이렇게 디자인된 것을 바탕으로 제주의 대표 석상인 하르방, ‘어서오세요’의 제주 방언인 ‘흔저옵세예’, 말의 고장 제주를 떠올리게 하는 말의 이미지를 결합하여 원래 추구하고자 하였던 하나의 문양디자인을 통해 다양한 응용과 발전을 시도한다.

표14. 양식적 활용

참고 현무암	문양 디자인	완성 디자인
		
		
		

3) 현무암 절단면에 나타나는 문양의 추상적 활용

마그마 속에서 기공이 밖으로 빠져나오려 할 때 힘이 약하기 때문에 서로 뭉쳐서 밖으로 나오려 한다. 이렇게 무리 지어져 있는 상태로 지표면에 도달하지 못한 채 굳어버리면 그 속에서 마치 유기적 형태처럼 덩어리를 이루게 된다. 형태의 외각은 비교적 뚜렷하게 기포들이 모여 있고 기포의 덩어리는 보다 많이 산화되어 주변의 색과 차이를 가지게 된다. 이러한 현상은 현무암을 절단하였을 때 기공의 무리를 더욱 선명하게 다른 부분과 차이 나게 하고 이러한 성질을 이용하여 마치 점묘법을 활용하듯 기포를 하나하나를 나열하여 이미지를 디자인하였다. 이때 사용된 이미지는 제주를 떠올릴 수 있는 말, 한라봉, 흑돼지를 이용하였다. 이렇게 완성된 디자인은 이미지가 눈에 들어오되 그 표현방식에 사용된 것이 현무암 기공인지는 말을 하지 않으면 알아 챌 수 없다.

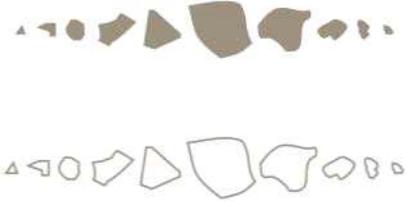
표15. 추상적 활용 1

활용 이미지	완성 디자인
	
	
	

두 번째 추상적 활용방식은 토속적 이미지 혹은 현무암이 가지는 투박한 이미지를 벗어나 조금 더 단순하고 간결한 기하학적 느낌을 부여함으로써 모던<sup>27)</sup>한 느낌을 주어 말을 하지 않으면 모티브가 현무암의 기공 이었는지 전혀 알아챌 수 없는 불가능한 상태로 만든다.

27)모던은 그 자체가 가지는 단순함과 간결성으로 인해 간혹 단조로움 느낌을 가지게 될 수 있으므로 사람으로부터 관심과 애정을 유발시키는 형태나 디자인이 부가될 필요가 있다. 어떤 대상을 두고 ‘모던하다’ 또는 ‘클래식하다’고 양분하여 말하고 한다. 대체로 ‘모던하다’라는 말이 주는 의미는 ‘도회적, 현대적, 첨단, 선진적, 세련됨, 과학적’을 뜻한다. 반면 ‘클래식하다’는 고전적, 진부함, 오랜된, 전통의’를 뜻한다. 이현영, 콘셉트커뮤니케이션, 커뮤니케이션북스, 2014

표16. 추상적 활용 2

활용 방법	최종이미지
<p>기 디자인 된 문양의 정렬하여 기하학적 느낌을 부여함</p>	
<p>모던한 느낌을 표현하기 위해 이미지의 많은 부분을 삭제함</p>	

이렇게 디자인 된 문양들을 약간의 변형을 거쳐 다양한 사물에 적용될 수 있는 장점을 가지면서 차후 추가적인 작업을 통해 문양을 확장하여 사용할 수 있다.

## 2. 소재 탐색

이렇게 개발된 문양을 활용하여 제주의 지역적 특징을 조금 더 부각시킬 수 있거나 어울리는 혹은 의도한 문양의 표현이 가장 잘 나타나는 소재를 선정하여 적용, 시작품으로 개발 하였다.

### 1) 흙

슬립캐스팅이 가능한 흙을 사용한다. 슬립캐스팅이란 석고의 흡수성을 활용하여 흙물을 부어 동일한 형태를 여러 개 만들 수 있는 도예의 기법이다. 이 기법을 활용하면 매번 손으로 기물에 표현해야하는 문양을 틀로 제작하여 복제가 가능함으로써 같은 묘사 작업을 계속적으로 할 필요가 없다. 따라서 공업적 양산이 가능한 장점을 가진다. 이에 현무암으로 된 원형을 활용하여 틀을 만들고 이 틀에 흙물을 부어 건조, 소성하였을 경우 대략 11%정도의 수축이 있긴 하지만 실제의 모양과 거의 흡사한 기물을 만들 수 있고 이는 사실적 문양의 표현에 적합하다.

### 2) 말가죽

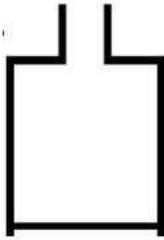
제주도는 2014년 말 산업 특구로 지정되어 마육산업 육성 등의 말 관련 산업이 촉진되고 있음으로서 말 생산 및 사육, 소비의 증가가 예상되고 있다. 버려지는 말의 부산물을 활용한 마유, 마뼈, 마피 등의 산업 또한 관심을 받고 있다. 이는 버려진 말의 부산물을 재가공하여 사용할 수 있다는 점에서 제주형 창조 산업으로 성장 될 수 있다. 마유, 마뼈 등이 버려지는 부산물을 활용하여 제품을 생산, 인지도를 획득하는데 성공하였다면 말가죽은 잘 생산, 가공되었을 경우 제주형 창조 산업이 될 수 있음에도 불구하고 아직까지는 가공수준이 낮아 저급하게 가공된 말가죽을 접한 사람들은 말가죽 개발에 의문을 가지는 경우도 종종 있다. 이에 본 연구자는 잘 가공된 말가죽을 구하여 이를 작업에 활용함으로써 말가죽에 대한 관심을 환기시키고 말가죽 가공기술 개발 촉진에 대한 자극이 주도록 한다.

### 3) 감귤지

제주에서 버려지는 감귤껍질을 활용하여 제작되어진 감귤지는 버려지는 자원을 재생시켜 종이를 만듦으로서 환경과 경제수익창출에 영향을 준다. 감귤지는 한지 형태와 양지 형태가 있고 드라이클리닝이 가능한 것도 있다. 본 연구에서는 양지 형태의 감귤지를 엽서와 노트의 겉면에 사용한다. 일반 종이에 비해 감귤의 찌꺼기로 보이는 미세한 점박이 무늬가 종이의 밋밋함을 없애고 고급스러움을 풍겨 레터프레스를 활용한 문양 인쇄 시 어울림이 좋고 대한민국 최대 귤 산지라는 지역적 이미지가 녹아 있어 소재로 적합하다.

## V. 시작품 적용

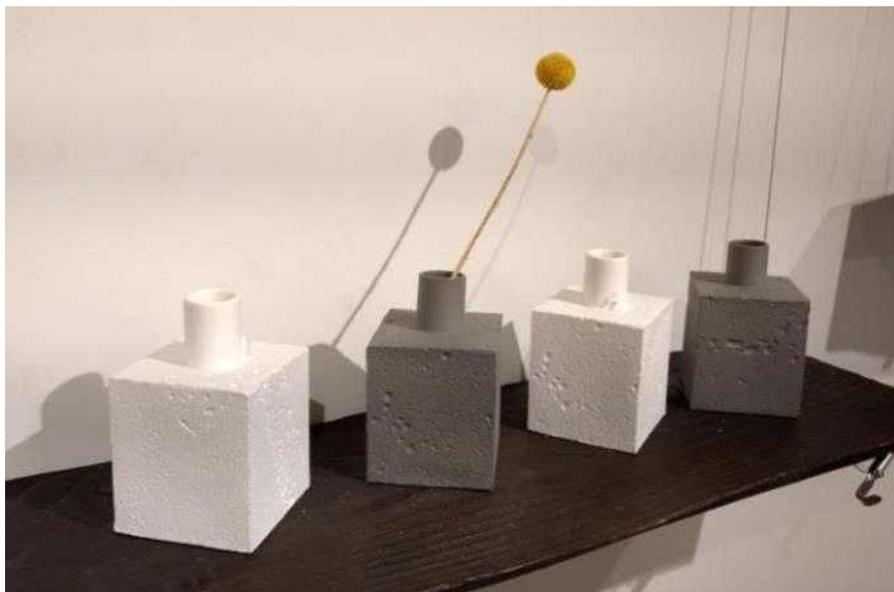
### 1. 시작품1



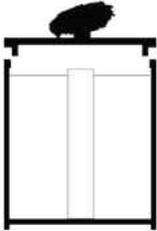
시작품1. 병/디퓨저  
소재 도자\_슬립캐스팅  
사이즈 68x102mm

현무암 절단면에 나타난 문양의 사실적 활용

; 원형 그대로를 석고 틀로 떠서 흙물을 부어 만드는 슬립캐스팅 기법을 활용하여 모티브의 표현 시 변형이 적고 공업적 양산이 가능한 방법을 택했다. 활용된 문양은 기공이 무작위로 형성된 것, 개미구멍 식으로 형성된 것, 그룹을 이루고 있는 것으로 총 3가지를 선택하여 진행 하였다.



## 2. 시작품2



시작품2. 캔디볼/향초

소재 도자\_슬립캐스팅

사이즈 68x102mm

현무암 절단면에 나타난 문양의 사실적 활용

: 원형 그대로를 석고 틀로 떠서 흙물을 부어 만드는 슬립캐스팅 기법을 활용하여 모티브의 표현 시 변형이 적고 공업적 양산이 가능한 방법을 택했다. 활용된 문양은 기공이 무작위로 형성된 것, 개미구멍 식으로 형성된 것, 그룹을 이루고 있는 것으로 총 3가지를 선택하여 진행 하였다. 또한 기공의 구멍에 상감 기법을 활용하여 색을 넣어 주었고 말, 제주의 지도와 같은 제주 적 요소를 추가하였다.



### 3. 시작품3



시작품3. 컵

소재 도자\_슬립캐스팅

사이즈 80x90mm

현무암 절단면에 나타난 문양의 사실적 활용

: 원형 그대로를 석고 틀로 떠서 흙물을 부어 만드는 슬립캐스팅 기법을 활용하여 모티브의 표현 시 변형이 적고 공업적 양산이 가능한 방법을 택했다. 활용된 문양은 기공이 무작위로 형성된 것, 그룹을 이루고 있는 것을 부분적으로 활용하여 진행하였다.



#### 4. 시작품4



시작품4. 컵

소재 도자\_슬립캐스팅

사이즈 65x110mm

현무암 절단면에 나타난 문양의 추상적 활용

: 원형 그대로를 석고 틀로 떠서 흙물을 부어 만드는 슬립캐스팅 기법을 활용하여 모티브의 표현 시 변형이 적고 공업적 양산이 가능한 방법을 택했다. 활용된 문양은 현무암의 기공을 활용한 추상적 활용 방법으로 디자인하여 말을 하지 않으면 원 모티브가 현무암의 기공인지 눈치 챌 수 없는 형태이다.



## 5. 시작품5



시작품5. 컵

소재 도자\_슬립캐스팅

사이즈 65x110mm

현무암 절단면에 나타난 문양의 추상적 활용

: 원형 그대로를 석고 틀로 떠서 흙물을 부어 만드는 슬립캐스팅 기법을 활용하여 모티브의 표현 시 변형이 적고 공업적 양산이 가능한 방법을 택했다. 활용된 문양은 현무암의 기공을 활용한 추상적 활용 방법으로 디자인하여 말을 하지 않으면 원 모티브가 현무암의 기공인지 눈치 챌 수 없는 모던한 형태이다.



## 6. 시작품6



시작품6. 클러치

소재 말가죽

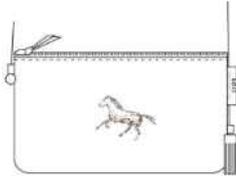
사이즈 10x20x1.5cm

현무암 절단면에 나타난 문양의 추상적 활용

; 말가죽에 불박을 활용하여 무늬가 음각이 되도록 제작 하였다. 활용된 문양은 현무암의 기공을 활용한 추상적 활용 방법으로 디자인하여 말을 하지 않으면 원 모티브가 현무암의 기공인지 눈치 챌 수 없는 모던한 형태이다.



## 7. 시작품7



시작품7. 미니 크로스 백

소재 말가죽

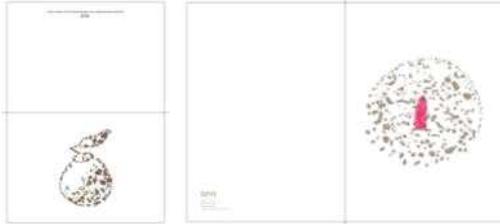
사이즈 12x18cm

현무암 절단면에 나타난 문양의 추상적 활용

: 말가죽에 불박을 활용하여 무늬가 음각이 되도록 제작 하였다. 활용된 문양은 현무암의 기공을 활용한 추상적 활용 방법으로 하나하나의 기공을 점묘법처럼 이용하여 말을 형상화 하였다. 말을 하지 않으면 원 모티브가 현무암의 기공인지 눈치 챌 수 없는 형태이다.



## 8. 시작품8, 9



시작품8, 9 엽서, 노트

소재 감귤지

사이즈 8x12cm, 15x18cm

현무암 절단면에 나타난 문양의 추상적 활용

; 감귤지에 레터프레스 기법을 활용하여 무늬가 음각이 되도록 제작 하였다. 현무암 기공의 양식적 활용과, 추상적 활용을 이용하여 디자인하였다. 양식적 활용은 실제 기공의 형태를 촬영하여 이미지화 하는 과정에서 임의로 기공을 삭제, 추가 하여 디자인 하였고, 추상적 활용은 하나하나의 기공을 점묘법처럼 이용하여 한라봉, 말, 돼지를 형상화 하였다. 말을 하지 않으면 원 모티브가 현무암의 기공인지 눈치 챌 수 없는 형태다.



## V. 결론

현무암은 제주도 자연의 근간이자 타 지역과 구별되는 특징이다. 화산섬 제주도의 표면은 90%이상이 현무암이며 이는 주상절리, 검은 모래 해변 등의 자연환경을 만들었을 뿐만 아니라 돌담, 정낭 등 제주의 삶에 영향을 주었고 동자승, 하르방, 방사탑 등의 재료가 되었으며 예술가들의 소재가 되어 육지와 다른 개성을 가질 수 있게 해주었다.

이런 현무암으로 구성되어 있는 제주도는 지금 관광객 1000만 시대를 넘어 2000만 시대를 목표로 달려가고 있다. 이는 유네스코 3관왕, 올레를 통한 전국적 걷기 열풍, 말산업 특구 지정을 비롯한 관광지로서 제주의 정체성을 보여줄 수 있는 것들이 무궁무진하기 때문이다. 하지만 제주의 정체성을 알리고 경제 발전에 이바지 할 수 있는 관광문화상품의 개발은 정체되어 있다 관광객들의 쇼핑이 주로 먹거리나 화장품 등을 위주로 진행되고 있는 만큼 제주의 홍보 수단으로 활용 될 수 있고 관광객에게는 추억을 소장할 수 있게 해주는 관광문화상품 개발이 시급하다.

이에 본 논문에서는 제주도의 자연적 요소인 현무암을 활용하여 관광문화상품 개발을 진행하였다. 옛날 제주의 돌담이 제주를 대표하는 하나의 풍경이 되었듯이 최근 제주도의 건축물에 많이 활용되고 있는 타일/벽돌 형태의 현무암 판석을 현대 제주도에서 볼 수 있는 새로운 풍경이라 판단하여 이 현무암 절단면에 나타나는 기공의 형태를 활용하여 관광문화상품 개발을 시도하였다.

지금까지 대부분의 돌/현무암을 활용한 상품 개발은 주로 돌/현무암을 직접사용하거나 혹은 그 형태를 사실적으로 활용한 것이 많았다. 이에 돌/현무암을 활용한 관광문화상품 디자인의 범위를 확대, 심화시키기 위하여 '문양디자인'의 측면에서 접근하였고 문양을 분류하는 방법을 활용하여 사실적, 양식적, 추상적으로 나누어 문양 디자인을 진행하였다. 즉 현무암 절단면에 나타나는 기공의 형상들을 각 분류에 맞게 디자인 한 후 제주적 혹은 의도를 가장 잘 표현 할 수 있는 소재 선택을 통하여 제품에 적용하였다.

‘문양개발’이라는 과정을 통해 현무암을 직, 간접적으로 이용하였던 한계를 벗어나 제주 자연의 근간인 돌/현무암을 활용한 관광문화상품의 확대, 심화하는 방법에 대한 고찰이 가능하였다. 본 연구가 제주의 무한한 관광자원을 활용하여 관광문화상품을 개발할 때 참고가 되었으면 하는 바람과 함께 변화하는 소비자들의 감성을 자극 할 수 있고 지역의 이미지를 잘 알릴 수 있는 다양하고 풍성한 제주관광문화상품이 개발되기를 기대해 본다.

## VI. 참고문헌

- <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1181462&cid=40942&categoryId=33136>  
두산백과
- <http://jejuwnh.jeju.go.kr> 세계자연유산 제주
- [www.jejutour.go.kr](http://www.jejutour.go.kr) 제주놀멍쉬멍
- [www.naver.com](http://www.naver.com) 네이버 어학사전
- Cooper, J.C.(1987), 이윤기 역 「An Illustrated Encyclopaedia of Traditional Symbols」, 「그림으로 보는 세계문화 상징사전」, 경기:까지, 1994
- UNWTO, Tourism Highlights 2015 Edition
- 김영의 “관광 문화 도자 상품 디자인 연구:민화의 호랑이를 중심으로”, 이화여자대학교 디자인대학원, 석사학위논문, 2000,
- 김종석, “제주도 전통사회의 돌 문화:생활용구, 방어시설 및 사회적 기능체로서의 용도를 중심으로”, 석사논문, 제주대학교교육대학원, 1998,
- 김경선, “자연식물 백일홍을 기반으로 한 문양 디자인 개발 연구“, 「한국디자인포럼」, 2011,
- 박기화 외, 「제주도 지질여행」, 한국지질자원연구/제주발전연구원, 2013,
- 박정근 外, 「돌의미를 찾아서」 서울, 도서출판 다른 세상, 2000
- 박지민, “지역성을 기반으로 한 관광문화상품 디자인 개발에 관한 연구”, 석사학위논문, 국민대학교, 2012.
- 오근재, “우리 무늬 해석, 조선시대 도자무늬를 중심으로”, 「디자인학연구」, 2010,
- 유현정, 「문양과 패션」, 이담Books, 2010,
- 이상미, 오철훈 “현무암을 활용한 문양디자인 개발 및 디자인상품연구”. 「한국디자인포럼」 Vol.46 2015
- 이호승, “관광기념품의 노블티 디자인에 관한 기초연구”, 「한국디자인학회」 2003,

제주특별자치도 관광협회, 입도현황, 2013~2015

제주특별자치도 관광공사, 방문객 실태 조사, 2014~2015

최연희 “도예를 통한 돌의 이미지 형상화”. 석사학위논문, 이화여자대학교 1988.

파이낸셜뉴스, “중국인 개인관광 급증하는데.. 수요 꾸준한 ‘개인가이드’는 불법”  
2016.