

문화번역디자인 프레임을 통한 중국 석조문화의 현대 디자인 적용 연구

시각요소 추출과 의미 전달의 비교 분석

A Study on the Application of Chinese Stone Carving Culture in Contemporary Design through the Cultural Translation Design Framework

A Comparative Analysis of Visual Element Extraction and Meaning Transmission

주 저 자 : 장려아 (Zhang, Li Ya)

한양대학교 시각디자인학과 석사과정

교 신 저 자 : 이선미 (Lee, Sun Mi)

한양대학교 ERICA 커뮤니케이션디자인학과 교수
prosuner@gmail.com

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2026.2.524>

접수일 2026. 05. 20. / 심사완료일 2026. 05. 27. / 게재확정일 2026. 06. 08. / 게재일 2026. 06. 30.

Abstract

This study examines how Chinese stone carving culture is being applied in contemporary design from the perspective of cultural translation design, drawing on Homi Bhabha's theory of cultural translation to establish an analytical model that operationalizes the process of cultural translation into three levels—formal, symbolic, and contextual translation. Through literature review, case analysis, and comparative analysis, five representative cases are selected and analyzed along three dimensions: visual element extraction, translation strategy, and the level of cultural meaning conveyed. A supplementary survey of 93 respondents was also conducted to verify the analytical findings, and the results were broadly consistent with actual viewer perceptions. The findings show diverse forms of modern design translation including IP-based design, digital media transformation, lifestyle integration, and merchandise development. Two underlying tensions are identified: cultural recognizability versus consumer accessibility, and dissemination efficiency versus cultural depth. The study suggests that future stone-carving cultural product design should combine multiple visual elements and supplement designs with explanatory information.

Keyword

Chinese Stone Carving Culture(중국 석조문화), Cultural Translation Design(문화번역디자인), Cultural Creative Product Design(문화창의제품디자인), Visual Elements(시각 요소), Contemporary Design Application(현대 디자인 적용)

요약

본 연구는 문화번역디자인의 관점에서 중국 석조문화가 현대 디자인 맥락 속에서 어떻게 적용되고 있는지를 고찰하며, 호미 바바(Homi Bhabha)의 문화 번역 이론에 기반하여 문화 번역의 과정을 외형 번역·기호화 번역·맥락화 번역의 세 단계로 조작화한 분석 모형을 설정하였다. 문헌 연구, 사례 분석, 비교 분석 방법을 통해 다섯 가지 대표 사례를 선정하고, 시각 요소 추출, 번역 전략, 의미 전달 수준의 세 가지 차원에 따라 분석하였다. 또한 본 연구의 분석 결과를 검증하기 위해 93명을 대상으로 한 보조 인식 조사를 병행하였으며, 그 결과 본 연구가 도출한 평가가 실제 수용자 인식과 대체로 일치함을 확인하였다. 분석 결과, 중국 석조문화의 현대 디자인 번역은 IP화, 디지털 매체 전환, 생활화, 소비재화 등 다양한 방향을 포괄하는 것으로 나타났다. 또한 사례 전반에 걸쳐 '문화 인식성 대 소비 친화성', '전파 효율 대 문화 깊이'라는 두 가지 긴장 관계가 확인되었다. 이러한 분석을 바탕으로 본 연구는 향후 석조문화 문창 디자인이 복수의 시각 요소를 결합하고 설명적 정보를 보완함으로써 소비 친화적 형식과 문화적 의미를 함께 전달할 필요가 있음을 제안한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구범위와 방법

2. 이론적 배경

2-1. 문화번역디자인의 이해

2-2. 중국 석조문화의 시간적 맥락

2-3. 중국 석조문화의 시각 요소

3. 중국 석조문화의 문화번역디자인 사례

3-1. 문화번역디자인 프레임 설정

- 3-2. 운강석굴 「불소반(佛小伴)」 사례 분석
- 3-3. 용문석굴 「용문이십품」 디지털 문창 사례 분석
- 3-4. 대족석각 「와불 블라인드박스」 사례 분석
- 3-5. 취안저우 석감당(石敢當) 문창 사례 분석
- 3-6. 맥적산석굴 문화상품 아이스크림 사례 분석
- 3-7. 사례 인식에 관한 보조 설문 조사 결과

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

디지털 기술의 발전과 문화 창의 산업의 성장에 따라, 전통문화 자원을 현대 디자인 맥락으로 전환하는 방식에 대한 관심이 꾸준히 높아지고 있다. 특히 박물관, 관광지, 문화 기관이 주도하는 문화창의제품(文化創意製品, 이하 문창) 개발은 전통문화 요소를 현대 소비 사회에 접목시키는 주요 통로가 되고 있으며, 그 과정에서 시각 디자인, IP화, 디지털화, 체험화 등 다양한 번역 방식이 적용되고 있다. 허보경·정미선은 2000년 이후 국립박물관 문화상품 디자인의 변화 요인을 분석하면서, 문창 디자인의 변화가 문화정책, 박물관 제도, 디지털 기술, 운영 체계 등 복합적 요인에 의해 형성됨을 지적한 바 있다.

그러나 현재의 문창 실천에는 여전히 한계가 지적되고 있다. 셴빙(申冰)은 낙양(洛陽) 박물관 문창 연구에서 제품 종류가 제한적이고 디자인 이념이 낙후되어 있으며, 기능성과 지역 문화 특색이 부족하다는 문제를 제기하였다.¹⁾ 팡하이옌(方海燕)은 많은 문창 제품이 도형 복제와 유물 복각 수준에 머물러 있어 문화 내포, 감성 체험, 상호작용 측면에서 단일성을 보인다고 분석하였으며,²⁾ 루귀후아·웨이리한은 박물관 문창에서 문화 실진(文化失真), 혁신 부족, 핵심 전시품과

4. 사례 간 비교분석 및 디자인 전략 도출

- 4-1. 시각 요소 추출 유형과 번역 층위 비교
- 4-2. 문화번역 전략과 의미 전달 수준 비교
- 4-3. 문화번역디자인 패턴 도출 및 디자인 방향 제안

5. 결론

참고문헌

의 연계 미흡이 공통적인 한계로 나타난다고 지적하였다.³⁾ 이상의 선행 연구는 공통적으로 시각적 차용에 비해 문화적 의미 전달이 부족하다는 문제를 지적하고 있다.

한편, 문화 자원이 다른 맥락으로 이동하는 과정에 대한 이론적 논의로서 호미 바바(Homi Bhabha)의 '문화 번역(Cultural Translation)' 개념은 중요한 시사점을 제공한다. 바바는 문화 번역이 원천 문화의 동질적 복제가 아니라 양가성(ambivalence)과 혼종성(hybridity)을 동반하는 차이의 생성 과정을 강조하였으며, 그 사이에 형성되는 '제3의 공간(Third Space)'에서 새로운 의미가 구성된다고 보았다. 이러한 관점은 전통문화 자원이 현대 디자인으로 옮겨지는 과정에서 발생하는 의미의 변형, 약화, 또는 보존을 분석하는 이론적 근거가 된다.⁴⁾

중국의 석조문화는 한대(漢代)의 화상석에서 시작하여 위진남북조의 불교 석굴 예술, 수당의 성숙한 조상(造像) 체계, 송대 이후의 지방화·생활화 경향에 이르기까지, 수천 년에 걸쳐 풍부하고 다층적인 시각 자원을 축적해왔다. 장나(張娜)는 천제산(天梯山) 석굴 문창 연구에서 석굴 문화가 현대 디자인 자원으로서 높은 개발 가치를 지니고 있음을 강조한 바 있다.⁵⁾ 그러나 석조문화는 인물 조형, 비각 문자, 민속 석각,

1) 셴빙(申冰), 'The Research of the Cultural and Creative Product Design of Luoyang Museum', Journal of Heze University, Vol.38, No.04, 2016, pp.132-135

2) 팡하이옌(方海燕), 'Research on the Innovative Path of Interactive Cultural and Creative Design from the Perspective of Smart Museum', Journal of Anshan Normal University, Vol.25, No.04, 2023, pp.93-98

3) 루귀후아·웨이리한, '박물관 문화 창작물의 시각적 디자인과 문화적 표현', Appreciation, No.02, 2024, pp.126-129

4) 호미 바바 저, 나병철 역, 『문화의 위치』, 소명출판, 2002

5) 장나(張娜), '천제산 석굴의 문화 창작 제품 디자인 개발 전략에 관한 연구', 삼화(華), No.07, 2022, pp.50-52

석굴 공간 등 매우 이질적인 시각 요소를 포함하고 있어, 현대 디자인으로의 번역 방식 또한 다양하게 분기될 수밖에 없다. 그럼에도 기존 연구는 개별 박물관 또는 단일 사례에 초점을 맞춘 경우가 대부분이며, 서로 다른 유형의 석조 자원이 어떤 방식으로 현대 디자인으로 전환되는지를 비교 분석한 연구는 충분하지 않다. 따라서 본 연구는 기존의 개별 사례 중심 문창 연구와 달리, 중국 석조문화의 시각 요소를 유형화하고 이를 문화번역디자인의 번역 깊이와 연결하여 비교 분석한다는 점에서 차별성을 가진다. 또한 의미 전달 수준을 시각적 식별성, 상징적 의미 유지, 역사지역 맥락 제시의 세 기준으로 평가함으로써, 현대 디자인 적용 과정에서 문화적 의미가 어떻게 보존되거나 약화되는지를 구체적으로 검토한다. 이에 본 연구는 문화번역디자인의 관점에서 중국 석조문화의 현대 디자인 적용 방식을 분석·비교하여, 그 시각적 표현 특성과 문화적 의미 전달 방식을 도출하는 것을 목적으로 한다.

이러한 문제의식 위에서 본 연구는 다음 세 가지 연구 질문을 설정한다. 첫째, 외형 번역·기호화 번역·맥락화 번역이라는 문화번역디자인의 번역 깊이는 각 사례의 의미 전달 수준과 어떠한 관계를 보이는가? 둘째, 중국 석조문화의 시각 요소 유형, 즉 인물 조형, 문자 비각, 공간 형태, 복합 요소에 따라 현대 디자인 번역 전략은 어떠한 구조와 패턴으로 나타나는가? 셋째, 사례 비교와 수용자 인식 조사 결과를 바탕으로 석조문화 문창 디자인의 문화적 의미 전달성과 소비 친화성을 동시에 높이기 위한 디자인 전략은 무엇인가?

1-2. 연구범위와 방법

본 연구의 연구 범위는 중국 석조문화를 기반으로 개발된 현대 디자인 사례로 한정한다. 사례 선정 기준은 다음 네 가지로 설정하였다. 첫째, 중국 석조문화 자원과 직접적인 관련성을 지닐 것. 둘째, 시각 요소의 출처와 디자인 전환 과정이 비교적 명확하게 확인될 것. 셋째, 인물 조형, 문자·비각, 공간 형태, 복합 요소 등 서로 다른 시각 요소 유형을 포함할 것. 넷째, IP화, 디지털화, 수집형 굿즈화, 생활 소품화, 식품 굿즈화 등 서로 다른 현대 디자인 번역 전략을 비교할 수 있을 것. 이러한 기준에 따라 운강석굴 '불소반', 용문석굴 '용문이십품' 디지털 문창, 대족석각 '와불 블라인드박스', 취안저우 석감당 문창, 맥적산석굴 문화상품 아이스크림을 최종 사례로 선정하였다. 본 연구의 사례는 통계적 대표성을 확보하기 위한 표본이기보다, 중국 석조문화의 주요 시각 요소 유형과 현대 디자인 번역

전략의 차이를 비교하기 위한 목적표집 사례이다. 따라서 본 연구는 운강·용문·대족·취안저우·맥적산이라는 서로 다른 지역과 시대의 석조문화 자원을 포함하고, 인물 조형, 문자·비각, 공간 형태, 복합 요소라는 서로 다른 추출 유형을 포괄하도록 사례를 선정하였다.

연구 방법으로는 문헌연구법, 사례분석법, 비교분석법을 병용한다. 이지민·마승혜가 K-라면 패키지 연구에서 문화번역을 언어 요소와 시각 요소의 두 층위로 구분하여 분석한 방식을 참고하여, 본 연구는 석조문화 시각 요소의 추출과 전환 방식을 분석의 출발점으로 삼는다.⁶⁾ 또한 이신행·김건동이 '문화 번역 지점'을 먼저 도출한 후 설계 분석을 진행한 절차를 참조하여,⁷⁾ 본 연구 역시 문헌연구를 통해 분석 개념과 시각 요소 유형을 정리한 뒤 개별 사례 분석과 종합 비교를 순차적으로 수행한다. 추가로 본 연구는 분석 결과를 보조적으로 검증하기 위해 93명을 대상으로 한 소규모 온라인 인식 조사를 병행하였다. 설문은 다섯 사례에 대한 종합 만족도, 시각적 식별성, 문화 의미 이해 용이성, 구매 의향, SNS 공유 의향 등을 중심으로 구성되었으며, 구체적인 조사 대상, 문항 구성, 분석 방식은 3-7절에서 제시한다.

2. 이론적 배경

2-1. 문화번역디자인의 이해

'문화번역(Cultural Translation)'은 본래 번역학과 문화학의 영역에서 출발한 개념이지만, 오늘날에는 디자인 분야에서도 폭넓게 수용되어 전통문화 자원의 현대적 전환을 설명하는 분석틀로 활용되고 있다. 이지민·마승혜는 문화번역이 단순한 형태의 복사가 아니라 문화적 의미와 맥락을 유지하면서도 새로운 수용 맥락에 맞게 재구성하는 창의적 과정임을 강조하면서, 문화번역이 언어 요소뿐 아니라 시각 디자인 요소에도 동일하게 적용된다는 점을 보여주었다.⁸⁾

6) 이지민·마승혜, '상업적 측면에서의 문화번역 전략 분석: K-라면 패키지 디자인 비교·분석을 중심으로', 한국번역학회, 번역학연구, Vol.25, No.4, 2024, pp.183-209

7) 이신행·김건동, '영상 속 문화 분석을 통한 동영상 기반 번역 서비스 디자인 제안', 한국디지털콘텐츠학회, 디지털콘텐츠학회논문지, Vol.22, No.5, 2021, pp.743-754

8) 이지민·마승혜, Op. cit. 2024, pp.183-209

이는 디자인 분석이 언어적·비언어적 두 층위를 동시에 다루어야 한다는 점을 시사한다.

이신행·김건동은 문화 번역이 언어 텍스트에 한정되지 않고 문화 분석, 사용 체험, 교차 문화 디자인까지 포괄해야 함을 강조하였으며, 쉬홍펑(徐洪澎) 등은 기념성 건축 경관 디자인 사례를 통해 문화 번역이 공간 질서, 경관 구성, 문화 내포, 기능 배치라는 네 가지 층위에서 체계적으로 이루어질 수 있음을 제시하였다.⁹⁾ 이는 문화 번역이 표층 장식의 차용이 아니라 형식·의미·기능의 총체적 재조직임을 의미한다. 한편 천즈이(陳祉伊)는 기호학적 관점에서 전통문화 문창 디자인을 언어적 맥락, 구성, 의미, 용법의 네 차원으로 분해하면서, 현대 디자인이 외형 도형의 이전에 그치지 않고 문화적 의미와 사용 맥락까지 함께 옮겨야 한다고 주장하였다.¹⁰⁾

이상의 논의를 종합하면, 문화번역디자인은 ① 시각적 형태의 차용에서 출발하여, ② 의미와 상징의 전환을 거쳐, ③ 역사사회적 맥락의 재구성으로 이르는 다층적 과정으로 이해할 수 있다. 이러한 다층성은 호미 바바가 제시한 '제3의 공간(Third Space)' 개념과도 부합하는데, 원천 문화와 현대 수용 맥락 사이에서 형성되는 디자인 결과물은 단순한 복제가 아닌 혼종적 의미 구성의 산물로 볼 수 있기 때문이다. 즉, 바바의 관점에서 문화 번역은 원천 문화의 권위를 그대로 전이하는 행위가 아니라, 두 맥락 사이에 발생하는 차이와 양가성을 통해 새로운 의미가 생성되는 협상의 과정이다. 디자인 영역에서 이러한 협상은 시각 요소가 추출되고 재배치되는 매 단계에서 이루어지며, 추출의 깊이에 따라 의미의 재구성 방식 또한 달라진다.

본 연구는 이러한 이론적 논의를 분석 가능한 형태로 조작화하기 위해, 문화번역디자인의 번역 깊이를 '외형 번역', '기호화 번역', '맥락화 번역'의 세 단계로 구분한다. 세 단계는 의미 보존의 수준과 전달 방식의 차이를 기준으로 다음과 같이 명확히 구별된

다.

첫째, 외형 번역(Formal Translation)은 원천 문화의 시각적 형태나 윤곽만을 표층적으로 차용하는 번역으로, 추출 대상이 윤곽선·실루엣·전체 형태 등 시각적 표면에 국한된다. 이 단계에서는 원천 문화의 상징적 의미가 거의 전달되지 않으며, 바바가 지적한 '동일성의 환영(illusion of sameness)'에 가까운 표층적 단계에 해당한다. 즉 형식상으로는 원천 문화를 '닮은' 것으로 보이지만 의미 차원에서는 전이가 거의 일어나지 않는다.

둘째, 기호화 번역(Symbolic Translation)은 원천 문화의 시각적 요소를 현대적 시각 기호로 재해석하여 상징적 의미의 일부를 보존·변형·재구성하는 번역이다. 캐릭터화, 도상화, IP화 등이 대표적 방식이며, 외형 번역과 달리 형태의 재구성이 일어나면서 원천 상징의 부분적 보존이 함께 이루어진다는 점에서 구분된다. 이 단계에서 원천 문화의 권위는 약화되는 한편, 새로운 정서적·소비적 의미가 부가된다.

셋째, 맥락화 번역(Contextual Translation)은 원천 문화의 시각 요소뿐 아니라 그것이 자리한 역사적·사회적·서사적 맥락까지 명시적으로 전달하는 심층 번역이다. 기호화 번역과의 차이는 '맥락 전달의 명시성'에 있으며, 단순한 상징 변환을 넘어 원천 문화의 의미 체계를 새로운 디자인 결과물 안에서 재구성하는 작업이다. 바바가 말한 '제3의 공간'에서 가장 풍부한 의미 협상이 이루어지는 단계로 볼 수 있다.

2-2. 중국 석조문화의 시간적 맥락

중국 석조문화는 단선적으로 발전한 것이 아니라, 예제(禮制), 종교, 기념, 지역 사회 등 다양한 맥락 속에서 점진적으로 전개되어 왔다. 현대의 석각은 화상 석, 묘실 부재, 사당, 묘궐 등에서 발견되며 서사성·상징성·예제성을 지닌 시각 표현 형식으로 출발하였고, 육조 시기에는 신도석각·석수·돌기둥 등 기념비적 능묘 석각으로 발전하였다. 북량에서 당대에 이르는 시기는 중국 석조문화의 가장 대표적인 단계로, 장나가 천제산 석굴 연구에서 강조한 바와 같이 운강·용문 등 대형 석굴 체계의 형성에 영향을 미친 풍부한 시각 자원의 시대였다.¹¹⁾ 이 시기에는 불상·비천(飛天)·호법(護法)·공양인 등 인물 조형과 비각, 제기, 장식 문양, 동굴 공간 등 다양한 시각 자원이 축적되었다. 송대 이후에는 대족석각으로 대표되는 지방화·생활화

9) 쉬홍펑(徐洪澎)·高懿婷·吴莹·李佳忆, 'Cultural Translation Strategy for Commemorative Architecture and Landscape Design in the New Era: Taking Dongji Island Scenic Area as an Example', Urban Architecture Space, Vol.32, No.02, 2025, pp.10-14

10) 천즈이(陳祉伊), 'Research on the Creative Design of Blue Calico Cloth from the Perspective of Semiotics', West Leather, Vol.45, No.22, 2023, pp.68-70

11) 장나(張娜), Op. cit. 2022, pp.50-52

경향이 확대되었으며, 리신메이·우펑페이(李馨玫·伍鵬飛)는 조각 유형 문화 형상의 문창 개발에서 지역 문화 고유의 의미와 기능이 번역의 핵심 출발점이 된다고 지적한 바 있다. 이러한 시간적 다층성은 본 연구가 분석할 다섯 사례의 역사적 배경이 된다.

2-3. 중국 석조문화의 시각 요소

중국 석조문화의 시각 요소를 분류하기 위해서는 먼저 디자인 요소에 관한 일반적 분류 체계를 검토할 필요가 있다. 한용제·궈하이옌(韓永傑·郭海燕)은 전통 문양의 현대 디자인 응용 연구에서 디자인 요소를 개념 요소, 시각 요소, 관계 요소, 실용 요소의 네 가지로 분류하고, 시각 요소를 다시 형태, 면적·크기, 색채, 질감으로 구성된다고 정의하였다.¹²⁾ 한편 샤진(夏晉)은 전통문화 자원을 시각 어휘로 환원할 때 자연 어휘, 신화 어휘, 생명 어휘 등 의미 영역에 따른 분류가 가능함을 제시하였고,¹³⁾ 송베이베이·페이원첸(宋蓓蓓·費文倩) 또한 박물관 문창 디자인이 문화 기호의 정제·재구성·응용 단계를 거친다고 보았다.¹⁴⁾

본 연구는 이러한 선행 논의를 종합하여 형식적 분류와 의미적 분류를 동시에 반영하는 방식으로, 석조문화 시각 요소를 다음 네 가지 하위 유형으로 재구성한다. 이러한 분류는 원천광(汶晨光) 등이 빈현(彬縣) 대불사 석굴 문화 설계 기인 연구에서 제시한 도안·형태·색채·재질의 네 가지 추출 차원¹⁵⁾과, 반철이 원강석굴 문화상품 분석에서 활용한 인물·동물·식물의 분류¹⁶⁾를 종합하여 석조문화 자원의 특성에 맞도록 재구성한 것이다.

이다.

첫째, 인물 조형 요소이다. 불상, 보살, 비천, 공양인 등 석굴 조상에 등장하는 인물 유형이 여기에 해당하며, 이는 반철이 원강석굴의 대표적 시각 자원으로 제시한 노천대불·비천·소천불·보리수 등의 형상 분류와 부합한다.

둘째, 문양 및 장식 요소이다. 연화문(蓮花紋), 인동초문(忍冬草紋), 운기문(雲氣紋), 기하 문양 등이 포함된다. 이는 반철이 원강석굴 식물 문양으로 분류한 연꽃·인동 문양과, 조이연·장영홍(趙以娟·張榮紅)이 둔황 도안의 구체적 형태류로 분류한 식물·인물 도안 체계와 연결된다.¹⁷⁾

셋째, 문자 및 비각(碑刻) 요소이다. 석각 비문, 제기(題記), 서예적 문자 표현이 이에 해당한다. 용문석굴에 보존된 「용문이십품」을 비롯한 북위 시기 조상 제기는 발원문(發願文)으로서 종교적 의미뿐 아니라 위비체(魏碑體) 서예의 미적 가치를 함께 지니는 대표적 사례로 알려져 있으며,¹⁸⁾ 이러한 비각·서예 요소는 본 연구가 별도의 추출 유형으로 분류하는 근거가 된다.

넷째, 공간 및 형태 요소이다. 석굴의 외부 윤곽, 탑의 실루엣, 석수(石叢)의 전체 형태 등이 포함된다. 왕설랑·장소(王雪浪·張蕭)는 둔황 석굴의 공간 예술이 외부 환경, 내부 공간, 제사의 공간 차원에서 분석될 수 있음을 제시하면서, 석굴의 외부 윤곽과 입구 건축이 석굴 문화의 핵심 시각 자원임을 강조한 바 있다.¹⁹⁾ 본 연구는 이러한 공간·형태 차원을 단순한 윤곽 차용을 넘어 의미 전달의 매개로 평가한다.

12) 한용제(韓永傑)·郭海燕, 'A Study on the Application of Modern Design in the Design Elements Perspective of Blue Jacquard Pattern in Southern Zhejiang', *West Leather*, Vol.45, No.22, 2023, pp.59-61

13) 샤진(夏晉), 'Semantic Expression Study on Modern Design with the Symbol Language in Chu Culture', *Packaging Engineering*, Vol.30, No.12, 2009, pp.210-212

14) 宋蓓蓓·費文倩, 'Design of Museum Cultural and Creative Products Based on Anhui Regional Features', *Packaging Engineering*, Vol.43, No.06, 2022, pp.288-296

15) 汶晨光·苟秉宸·吳林健·馬琳琳(원천광·구병찬·오림간·마위림), 'Extraction and Application Research of Culture Design Gene Based on Eye Movement Analysis', *Computer Engineering and Applications*, Vol.54, No.11, 2018, pp.217-224

16) 반철, '유네스코 세계 문화유산 산서성 원강석굴 문화상품 디자인 연구', *한국일러스트아트학회, 조형미디어학*, Vol.21, No.2, 2018, pp.186-194

17) 조이연·장영홍(趙以娟·張榮紅), 'Application of Dunhuang Pattern in Modern Jewelry Design', *寶石和寶石學雜誌(Journal of Gems and Gemmology)*, Vol.8, No.4, 2006, pp.43-45

18) '龙门造像题记及龙门二十品', *青少年书法(青年版)*, No.7, 2009, pp.44-53

19) 왕설랑·장소(王雪浪·張蕭), 'Research Review on the Spatial Artistic Characteristics of Dunhuang Grottoes', *城市建筑(Urbanism and Architecture)*, No.23, 2024, pp.177-181

3. 중국 석조문화의 문화번역디자인 사례

본 연구는 시각 요소의 이질성과 번역 전략의 다양성을 기준으로, 동일한 분석 틀 위에서 비교 가능한 차이를 확보하기 위해 다음 다섯 가지 사례를 선정하였다.

첫째, 운강석굴 「불소반」은 인물 조형 요소를 캐릭터 IP화한 사례로, '기호화 번역'의 전형을 대표한다. 둘째, 용문석굴 「용문이십품」 디지털 문창은 문자비각 요소를 디지털 매체로 번역한 유일한 사례로, '맥락화 번역'의 가능성을 대표한다. 셋째, 대족석각 「와불 불라인드박스」는 「불소반」과 동일한 인물 조형 요소를 수집형 굿즈로 전환한 사례로, 동일 요소가 다른 전략으로 번역될 때의 차이를 비교하는 데 적합하다. 넷째, 취안저우 석감당 문창은 공간문자조형의 복수 시각 요소를 동시에 추출한 유일한 사례로, 복합 요소 추출 전략의 효과를 검토할 수 있다. 다섯째, 맥적산석굴 문화상품 아이스크림은 단일 외형 요소를 식품 굿즈로 번역한 사례로, '외형 번역'의 전형이자 단일 요소 추출의 한계를 보여준다.

이상의 다섯 사례는 운강(북위)·용문(북위~당)·대족(송)·취안저우(명청 이후)·맥적산(북위~송)에 이르는 중국 석조문화의 시간적 다층성을 함께 반영한다.

3-1. 문화번역디자인 프레임 설정

본 연구는 중국 석조문화의 현대 디자인 사례를 분석하기 위해 ① 시각 요소 추출, ② 번역 전략, ③ 의미 전달 수준이라는 세 가지 기준을 설정한다. 이는 이지만·마승혜가 문화번역을 언어 요소와 시각 요소 두 층위로 나누어 분석한 방식과, 이신행·김건동이 '문화 번역 지점'을 먼저 도출한 후 디자인 분석을 수행한 절차를 종합한 것이다.

첫째, 시각 요소 추출은 각 사례가 석조문화로부터 어떤 조형·문자·문양·윤곽 요소를 선택하는지를 살피는 단계이며, 2-3절에서 정리한 네 가지 시각 요소 분류(인물 조형, 문양·장식, 문자비각, 공간·형태)를 분석 기준으로 삼는다. 둘째, 번역 전략은 추출된 요소가 IP화, 디지털화, 생활화, 소비재화 등 어떤 디자인 방식으로 전환되는지를 살피는 차원이다. 셋째, 의미 전달 수준은 원천 문화의 맥락과 상징성이 어느 정도까지 유지되거나 변형되는지를 판단하는 기준이다.

이와 함께 본 연구는 2-1절에서 도출한 번역 깊이 of 세 단계, 즉 외형 번역·기호화 번역·맥락화 번역을

보조적 분석 기준으로 활용한다. 분석의 객관성을 확보하기 위해, 본 연구는 의미 전달 수준을 다음 세 가지 하위 항목으로 세분화하여 평가한다. ① 시각적 식별성, 즉 원천 문화 자원이 디자인 결과물에서 얼마나 쉽게 인식되는가, ② 상징적 의미 유지, 즉 원천 문화가 지닌 종교적·민속적·미학적 의미가 어느 정도 보존되는가, ③ 역사·지역 맥락 제시, 즉 해당 문화 자원의 시대적 배경과 지역적 정체성이 디자인 결과물 안에서 얼마나 명확하게 전달되는가이다.

각 항목의 평가는 ●, ◐, ○의 세 단계로 구분하였으며, 평가의 비교 가능성을 높이기 위해 이를 각각 2점, 1점, 0점으로 환산하였다. ●는 해당 요소가 디자인 결과물에서 명확하게 확인되며 원천 문화와의 연결이 뚜렷한 경우를 의미한다. ◐는 해당 요소가 부분적으로 확인되지만 변형되었거나, 수용자의 사전 지식 또는 추가 설명이 있어야 이해 가능한 경우를 의미한다. ○는 해당 요소가 거의 드러나지 않거나 원천 문화와의 연결이 약한 경우를 의미한다.

구체적으로 시각적 식별성은 원천 문화 자원의 핵심 형태나 표지가 디자인 결과물에서 즉각적으로 인식되는 경우 2점, 비교 자료나 사전 지식이 있을 때 부분적으로 인식되는 경우 1점, 원천 문화와의 시각적 연결이 거의 드러나지 않는 경우 0점으로 평가하였다. 상징적 의미 유지는 종교적·민속적·미학적 의미가 디자인 안에서 명확히 유지되는 경우 2점, 일부 의미만 단순화되거나 변형되어 전달되는 경우 1점, 원천 의미가 소비적 이미지로 대체되어 거의 전달되지 않는 경우 0점으로 평가하였다. 역사·지역 맥락 제시는 시대적 배경, 지역 정체성, 문화적 서사가 제품명·설명문·디지털 콘텐츠 등을 통해 명확히 제시되는 경우 2점, 명칭이나 부분적 단서로만 제시되는 경우 1점, 관련 맥락이 거의 드러나지 않는 경우 0점으로 평가하였다.

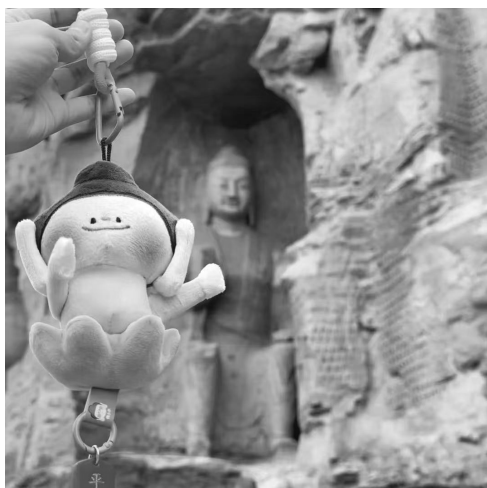
이를 통해 본 연구는 질적 사례 분석을 기반으로 하되, 의미 전달 수준을 비교 가능한 준정량적 방식으로 제시하고자 하였다.

[표 1] 문화번역디자인 분석 프레임

분석 차원	하위 기준	측정 방식
시각 요소 추출	인물 조형, 문양·장식, 문자비각, 공간·형태	단일 요소 / 복합 요소로 구분
번역 전략	IP화, 디지털화, 생활화, 소비재화	매체와 소비 형식 분석
의미 전달 수준	시각적 식별성, 상징적 의미 유지, 역사·지역	●=2점, ◐=1점, ○=0점

분석 차원	하위 기준	측정 방식
	맥락 제시	
번역 깊이	외형/기호화/맥락화 번역	추출 요소의 변형 정도와 의미 재구성 깊이 분석

3-2. 운강석굴 「불소반(佛小伴)」 사례 분석



[그림 1] 불소반²⁰⁾

운강석굴 「불소반」은 운강석굴 조상의 시각 요소 가운데 인물 조형 요소를 추출하여 현대 캐릭터 IP로 전환한 사례이다. 시각 요소 추출의 측면에서 「불소반」은 불상의 얼굴 윤곽, 두광(頭光), 좌상의 전체 실루엣 등 핵심 조형 요소를 선택하되, 비례를 단축하고 표정을 단순화하는 방식으로 재해석하였다. 번역 전략의 측면에서는 캐릭터 IP화 및 굿즈 시리즈 개발 방식이 채택되었으며, 색채와 질감 또한 석재의 화색에서 채도가 높은 캐릭터 컬러로 전환되었다.

의미 전달 수준의 측면에서, 본 사례는 원형의 종교적 장엄성이 약화되는 대신 친근성과 수집성이라는 새로운 의미를 획득한다. 즉 「불소반」은 원형의 외형을 그대로 재현하기보다는 핵심 조형의 특징을 추출하여 새로운 시각 기호로 재구성한 사례에 가깝다. 따라서 본 연구의 분석 틀에서 「불소반」은 기호화 번역에 해당하며, 대중적 전파력은 높은 반면 종교적·역사적 의미의 전달은 비교적 제한적이다.

시장 반응의 측면에서 「불소반」은 출시 이후 다양한

20) 백도백과, 「佛小伴」, (2026.04.30.)
baike.baidu.com/item/佛小伴

파생 상품으로 확장되며 산시성 특색 문창의 대표 사례로 소개되었다.²¹⁾ SNS에서는 종교적 장엄성보다 친근한 캐릭터성과 관광 기념성에 대한 반응이 주로 확인된다.

의미 전달 수준의 판단 근거: 시각적 식별성 측면에서는 두광·얼굴 윤곽 등 운강석굴 조상의 핵심 표지가 보존되어 충족 수준에 해당하나, 상징적 의미는 종교적 장엄성이 친근성·수집성으로 대체되어 부분 충족에 그치고, 역사·지역 맥락은 운강석굴의 시기·지리·문화적 배경이 거의 전달되지 않아 미충족에 해당한다. 이에 따라 본 사례는 [표 3]에서 식별성●·상징성○·맥락○으로 평가된다.

3-3. 용문석굴 「용문이십품」 디지털 문창 사례 분석



[그림 2] 용문석굴 「용문이십품」 디지털 문창²²⁾

용문석굴 「용문이십품」 디지털 문창은 다섯 사례 가운데 유일하게 문자·비각 요소를 중심으로 둔 사례이다. 시각 요소 추출의 측면에서 본 사례는 비석의 직사각 형태, 위비체 서법의 필획, 문자의 배열 구조 등 비각 고유의 형식적 특징을 디지털 환경으로 옮긴다. 번역 전략의 측면에서는 디지털 폰트, 인쇄물, 전자 매체 등 다양한 디지털 응용으로의 전환을 채택하였으며, 이를 통해 비각 원형의 시각적 질감이 어느 정도 보존되고 있다.

의미 전달 수준의 측면에서, 본 사례는 다른 사례들이 주로 조형 이미지를 활용하는 것과 달리 문자와

21) 랴오닝성 인민정부, 三城文旅“上新”记, (2026.05.06.)
www.ln.gov.cn

22) 베이징관광망, 「용문이십품 디지털 문창 관련 보도」, (2026.04.30.)
www.visitbeijing.com.cn/article/4H8IUeqCPKS

구조 자체가 번역의 대상이 된다는 점에서 차별적이다. 따라서 「용문이십품」은 단순한 외형 차용을 넘어 서예사적·역사적 맥락까지 함께 전달할 가능성을 지니며, 본 연구의 분석 틀에서는 다섯 사례 가운데 맥락화 번역에 가장 근접한 사례로 분류된다. 다만 비각과 서예에 대한 사전 지식이 부족한 일반 소비자에게는 접근성이 떨어질 수 있다는 점이 한계로 지적된다.

시장 반응의 측면에서 「용문이십품」 디지털 문창은 용문석굴의 전문가와 디자이너가 공동 기획한 디지털 콘텐츠로 소개되었다.²³⁾ 허난성 문화관광청은 본 사례를 전통문화의 출사화(破圈)에 기여한 문창 사례로 보도하였다.²⁴⁾ SNS에서는 대중적 소비성보다는 서예 애호가와 디지털 소장품 수집층을 중심으로 학술적·소장적 가치가 강조되는 경향이 나타난다.

의미 전달 수준의 판단 근거: 시각적 식별성은 일반 소비자에게 비각서예라는 형식 자체가 즉각적 식별 대상이 되기 어려워 부분 충족 수준이지만, 상징적 의미는 위비체 서법의 형식적 권위가 디지털 매체에서도 보존되며, 역사·지역 맥락 또한 용문석굴의 비각사적 배경이 함께 전달된다는 점에서 충족 수준에 해당한다. 따라서 본 사례는 식별성●·상징성●·맥락●로 평가된다.

3-4. 대족석각 「와불 블라인드박스」 사례 분석



[그림 3] 와불 블라인드박스²⁵⁾

23) 신화재경, 龙门石窟数字藏品上线, 铸刻千年古今共识, (2026.05.06.)

finance.sina.cn

24) 허난성 문화관광청, 洛阳: 文创产品走红, 助传统文化加速“破圈”, (2026.05.06.)

hct.henan.gov.cn

25) 시나재경, 「대족석각 와불 블라인드박스 관련

대족석각 「와불 블라인드박스」는 인물 조형 요소를 추출하되 「불소반」과는 다른 방향으로 번역한 사례이다. 시각 요소 추출의 측면에서는 와불의 누운 자세, 의복의 선과 주름, 수인(手印) 등 조형의 외형적 특징이 선택되었으며, 비례는 캐릭터화에 적합하도록 단순화되고 표정 또한 평온함과 친근함을 강조하는 방향으로 재구성되었다. 번역 전략의 측면에서는 블라인드박스라는 수집형 소비 형식이 채택되어, 종교 조상이 우연성과 수집 욕구를 자극하는 굿즈로 전환되었다.

의미 전달 수준의 측면에서, 본 사례는 「불소반」과 마찬가지로 기호화 번역에 해당하지만, 와불의 종교적·지역적 맥락보다는 휴식·힐링·여행 기념이라는 새로운 의미가 전면에 부각된다는 점에서 차이를 보인다. 즉 전파력과 소비 친화성은 높지만 원천 문화 맥락의 보존은 상대적으로 약한 편이다.

시장 반응의 측면에서 「와불 블라인드박스」는 현대 일상 행위와 결합한 캐릭터형 굿즈로 출시되어 일정한 판매 성과를 보였다.²⁶⁾²⁷⁾ 충칭시 정부 자료에 따르면 누적 약 3만여 개가 판매된 것으로 보고된다.²⁸⁾ SNS에서는 원천 문화의 종교적 의미보다 캐릭터의 친근성과 수집성에 대한 반응이 두드러진다.

의미 전달 수준의 판단 근거: 시각적 식별성은 와불의 자세가 비례 단축과 캐릭터화 처리로 인해 원형과의 즉각적 연관성이 약화되어 부분 충족에 그치고, 상징적 의미 또한 종교적 의미가 휴식·여행 감성으로 대체되어 부분 충족 수준이다. 역사·지역 맥락은 대족석각의 송대 종교 미술이라는 배경이 거의 전달되지 않아 미충족이다. 본 사례는 식별성●·상징성●·맥락○로 평가된다.

보도」, (2026.04.30.)

finance.sina.com.cn/jjxw/2024-05-12/doc-inauyrca9935184.shtml

26) 대족망, 大足石刻首款文创盲盒“石刻旅行家”全网首发, (2026.05.06.)

www.txdzw.com

27) 인민망 충칭채널, 大足石刻首款“卧佛”手办来啦! 6月一起抽盲盒, (2026.05.06.) cq.people.com.cn

28) 충칭시 인민정부 보도자료, (2026.05.06.)

www.cq.gov.cn

3-5. 취안저우 석감당(石敢當) 문창 사례 분석



[그림 4] 취안저우 석감당 문창²⁹⁾

본 연구가 분석하는 '취안저우 석감당 문창'은 단일 제품이 아니라 2022년 「복사자 문화제」 이후 형성된 일련의 석감당 IP 문창 작품군을 가리키며, 그 중에서도 청양(靑羊) 팀이 디자인한 캐릭터화된 석감당 문창을 대표 사례로 다룬다.

취안저우 석감당 문창은 민난(閩南) 지역에서 벽사(辟邪)·기복(祈福) 기능을 담당해 온 민속 석각을 활용한 사례이다. 시각 요소 추출의 측면에서 본 사례는 공간·형태 요소(비석의 직사각형 윤곽), 문자·비각 요소('石敢當'이라는 명문), 인물 조형 요소(사자 머리 장식) 등 복수의 시각 요소를 동시에 채택한다는 특징이 있다. 번역 전략의 측면에서는 굿즈·기념품·생활 소품으로의 소비재화 방식이 적용되었으나, 원형의 형태와 문자가 비교적 그대로 유지된다는 점에서 변형의 폭은 제한적이다.

의미 전달 수준의 측면에서, 본 사례는 외형 번역에 가깝지만 '石敢當'이라는 문자와 벽사 기능 이미지가 동시에 노출되기 때문에 지역 민속의 정체성을 비교적 직접적으로 전달한다. 즉 변형의 정도는 낮으나 다중 요소의 동시 노출을 통해 의미 전달력이 보완되는 사례로, 다섯 사례 가운데 원형과의 연결이 가장 분명한 편에 속한다.

시장 반응의 측면에서 취안저우 석감당 문창은 「복사자 문화제」³⁰⁾ 이후 지역 문창 콘텐츠로 확장되었으

며, 청양(靑羊) 팀의 IP화 작업을 통해 '가지고 갈 수 있는 석감당'이라는 컨셉을 제시하였다.³¹⁾ SNS에서는 관광 기념성보다 민난 지역 정체성과 문화감에 대한 반응이 두드러진다.

의미 전달 수준의 판단 근거: 시각적 식별성은 비석 형태·사자 머리 장식·'石敢當' 명문이 동시에 노출되어 충족 수준이며, 상징적 의미 또한 벽사·기복 기능 이미지가 문자와 함께 환기되므로 충족된다. 역사 지역 맥락은 민난 지역 문화 정체성이 외지인에게는 충분히 전달되지 않을 수 있어 부분 충족 수준이다. 본 사례는 식별성●·상징성●·맥락○로 평가된다.

3-6. 맥적산석굴 문화상품 아이스크림 사례 분석



[그림 5] 맥적산석굴 문화상품 아이스크림³²⁾

맥적산석굴 문화상품 아이스크림은 관광지의 공간·형태 요소를 식품 형식으로 옮긴 사례이다. 시각 요소 추출의 측면에서 본 사례는 석굴의 외부 실루엣 하나에만 의존하며, 인물 조형, 문양, 문자 등 다른

fjnews.fjsen.com

31) 타이완도보(臺灣導報), 泉州「獅」話 | 石敢當文創「賣萌」泉州, (2026.05.06.)
www.taiwan-reports.com

32) 중국간쑤망/람자우만보, 「맥적산석굴 문창 아이스크림 관련 보도」, (2026.04.30.)
gansu.gscn.com.cn/system/2021/07/07/012610640.shtm

29) 타이완도보, 「泉州「獅」話 | 石敢當文創「賣萌」泉州」, (2026.04.30.)
www.taiwan-reports.com/archives/685115

30) 동남망(東南網), 취안저우 제1회 福獅 문화제 보도, (2026.05.06.)

시각 요소는 거의 활용되지 않는다. 번역 전략의 측면에서는 식품 굿즈·관광 기념품화라는 가장 직관적인 소비재화 방식이 채택되었으며, 짧은 체류 시간에 맞춘 즉각적 소비를 전제로 한다.

의미 전달 수준의 측면에서, 본 사례는 석굴 내부의 조각, 역사, 종교적 의미가 거의 전달되지 않으며, 추출된 요소가 단일 윤곽에 한정되어 있어 다섯 사례 가운데 가장 표층적인 외형 번역에 해당한다. 전파 효율과 관광지 인지도 강화 측면의 효과는 크지만, 문화적 깊이의 측면에서는 가장 약한 사례로 정리할 수 있다.

시장 반응의 측면에서 맥적산석굴 아이스크림은 석굴 외부 윤곽을 활용한 관광 식품 굿즈로 출시되었으며, 관광객의 인증 사진 매개체로 소비되는 경향이 확인된다.³³⁾³⁴⁾ 이는 본 사례가 문화적 의미 전달보다 즉각적 소비와 SNS 확산에 더 강하게 작용함을 보여준다.

의미 전달 수준의 판단 근거: 시각적 식별성은 석굴의 외부 실루엣이 뚜렷하게 인지된다는 점에서 충족 수준이지만, 상징적 의미는 석굴 내부의 종교적 조상 체계가 전달되지 않아 미충족이며, 역사·지역 맥락 또한 맥적산석굴의 시간적·문화적 배경이 거의 노출되지 않아 미충족이다. 본 사례는 식별성●상징성○맥락○로 평가된다.

3-7. 사례 인식에 관한 보조 설문 조사 결과

본 연구는 앞서 도출한 의미 전달 수준 평가가 실제 수용자의 인식과 어느 정도 부합하는지를 보조적으로 확인하기 위해 다섯 사례에 대한 온라인 인식 조사를 실시하였다. 설문은 2026년 5월 10일부터 5월 12일 까지 3일간 온라인 설문 플랫폼(問卷網)을 통해 진행되었으며, 응답자는 SNS 및 지인 네트워크를 통해 모집된 중국 거주자 및 중국 출신 응답자를 중심으로 구성되었다.

설문 문항은 총 13개로 구성하였다. 문항 구성은 ① 응답자의 연령, 문창 제품 구매 경험, 중국 석조문

화에 대한 사전 인식 등 기초 정보 및 문화 친숙도 3 문항, ② 다섯 사례별 종합 만족도 평가 5문항, ③ 시각적 식별성, 문화 의미 이해 용이성, 구매 의향, SNS 공유 의향이 가장 높은 사례를 선택하는 비교 평가 4 문항, ④ 향후 석조문화 문창 디자인의 개선 방향을 묻는 1문항으로 이루어졌다.

사례별 종합 만족도는 5점 리커트 척도로 측정하여 평균값을 산출하였고, 시각적 식별성·문화 의미 이해 용이성·구매 의향·SNS 공유 의향은 다섯 사례 중 하나를 선택하도록 한 뒤 각 사례의 선택 비율을 백분율로 환산하였다. 본 설문은 통계적 일반화를 목적으로 하기 보다는 본문 사례 분석의 타당성을 보조적으로 확인하기 위한 탐색적 조사로 활용하였다.

응답자는 총 93명으로, 연령 분포는 18-25세 67.7%, 26-30세 12.9%, 31-40세 6.5%, 40세 이상 9.7%로 청년층이 다수를 차지하였다. 응답자의 80.6%는 문화창의제품을 '자주 또는 가끔 구매'한 경험이 있어 문창 제품에 대한 일정한 수용 기반을 보유하고 있었으며, 중국 석조문화에 대해서는 '들어본 적 있음(41.9%)'과 '어느 정도 이해함(38.7%)'이 다수를 차지하였다.

[표 2] 다섯 사례에 대한 보조 설문 결과: 만족도 평균 및 비교 선택 비율 (N=93)

사례	종합 만족도 (5점 평균)	시각적 식별성 (%)	문화 의미 이해 용이성 (%)	구매 의향 (%)	SNS 공유 의향 (%)
운강석굴 「불소반」	3.39	9.7	12.9	22.6	25.8
용문 「용문 이십품」	3.13	12.9	25.8	0.0	9.7
대족 「와불 블라인드박스」	3.39	6.5	16.1	9.7	6.5
취안저우 석감당	4.13	64.5	35.5	45.2	25.8
맥적산 아이스크림	3.61	6.5	9.7	22.6	32.3

설문 결과, 취안저우 석감당은 종합 만족도, 시각적 식별성, 문화 의미 이해 용이성, 구매 의향에서 가장 높은 응답을 보여 복합 요소 추출의 효과를 뒷받침하였다. 반면 「용문이십품」은 문화 의미 이해 용이성은 비교적 높았으나 구매 의향이 낮게 나타나, 맥락화 번

33) 중국신문망, 文创雪糕“打卡”世界文化遗产麦积山石窟, (2026.05.06.)
www.chinanews.com.cn

34) 중국간쑤망/관저우만보, 天水麦积山的景色特点的雪糕, (2026.05.06.)
gansu.gscn.com.cn

역의 소비 접근성 한계를 보여주었다. 또한 맥적산 아이스크림은 SNS 공유 의향은 높았지만 문화 의미 이해도는 낮게 나타나, 단일 외형 차용 사례가 문화 전달보다 사진 매개체로 소비되는 경향을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 본 연구의 사례 분석과 대체로 일치하며, 향후 문창 디자인에서 시각적 미감, 전통문화 특징의 명확한 표현, 문화 배경 설명의 보완이 필요함을 시사한다.

다만 본 설문은 응답자 수가 93명에 그치고 20대 청년층(67.7%)에 집중되어 통계적 일반화에는 한계가 있으며, 본 결과는 본문 분석을 보완하는 보조 자료로서의 의미를 가진다.

4. 사례 간 비교분석 및 디자인 전략 도출

다섯 사례에 대한 분석 결과를 통합하여, 본 장에서는 시각 요소·번역 전략·의미 전달 수준의 세 차원에서 사례 간 비교를 수행한다. [표 3]은 각 사례가 어떤 시각 요소를 선택하고, 이를 어떤 디자인 전략으로 전환하며, 의미 전달의 세 하위 항목을 어떻게 충족하는지를 종합한 결과이다.

[표 3] 중국 석조문화 현대 디자인 사례 비교

사례	추출 시각 요소	번역 전략	번역 깊이	식별성	상징성	역사·지역 맥락	의미 전달 점수
운강석굴 「불소반」	인물 조형(얼굴, 두광)	캐릭터 IP화	기호화 번역	●	●	○	3/6
용문 「용문이십품」	문자비각	디지털 매체화	맥락화 번역	●	●	●	5/6
대족 「와불 블라인드박스」	인물 조형(와불)	수집형 굿즈화	기호화 번역	●	●	○	2/6
취안저우 석감당	형태+문자+조형(복합)	생활 소품화	외형 번역(보완형)	●	●	●	5/6
맥적산 아이스크림	공간 형태(외부 윤곽)	식품 굿즈화	외형 번역	●	○	○	2/6

주: ●=2점, ●=1점, ○=0점으로 환산하여 세 항목의 합산 점수를 의미 전달 점수로 제시하였다.

[표 3]은 다섯 사례를 단순한 ‘높음/중간/낮음’의 단일 척도가 아니라 의미 전달 수준의 세 하위 항목으로 분해하여 평가하고, 이를 점수화하여 비교하였다는 점에 의의가 있다. 평가 결과, 용문 「용문이십품」과 취안저우 석감당은 각각 5/6점으로 높은 의미 전달 수준을 보였으나, 그 원인은 서로 다르게 나타났다. 용문 「용문이십품」은 문자비각 요소와 디지털 매체를 결합함으로써 상징적 의미와 역사·지역 맥락을 비교적 명확히 전달한 반면, 취안저우 석감당은 형태·문자·조형 요소를 복합적으로 노출함으로써 외형 번역 단계에서도 높은 식별성과 상징성을 확보하였다. 반면 대족 「와불 블라인드박스」와 맥적산 아이스크림은 각각 2/6점으로 낮은 점수를 보였으며, 이는 단일 요소 추출이나 소비재화 중심의 전략이 문화적 의미 전달을 약화시킬 수 있음을 보여준다.

4-1. 시각 요소 추출 유형과 번역 층위 비교

다섯 사례는 추출된 시각 요소의 유형에 따라 크게 인물 조형형, 문자비각형, 공간·형태형의 세 갈래로 구분된다. 인물 조형 요소를 활용한 「불소반」과 「와불 블라인드박스」는 모두 캐릭터화 또는 굿즈화의 방향으로 번역되었으나, 전자는 두광과 얼굴 특징이 비교적 뚜렷이 유지되어 원천 문화와의 시각적 연결이 분명한 반면, 후자는 휴식·힐링 이미지가 전면화되어 원래의 종교적 의미가 보다 약화된다. 문자비각 요소를 활용한 「용문이십품」은 서체와 비석 맥락을 함께 다루기 때문에 본 연구의 분석 틀에서 맥락화 번역에 가장 근접한 사례에 해당한다. 공간·형태 요소를 활용한 석감당과 맥적산은 외형 번역으로 분류되지만, 석감당은 문자 요소가 함께 노출되기 때문에 단일 윤곽만을 활용한 맥적산에 비해 문화 정보가 더 풍부하게 드러난다.

4-2. 문화번역 전략과 의미 전달 수준 비교

본 절에서는 다섯 사례를 세 가지 축으로 짚지어 비교함으로써 번역 전략과 의미 전달 수준의 관계를 살펴본다.

4-2-1. 동일 추출 요소, 다른 번역 전략

「불소반」과 「와불 블라인드박스」는 모두 인물 조형 요소를 활용한 사례이지만, 두 사례의 의미 전달 방식은 다르게 나타난다. 「불소반」은 얼굴 윤곽과 두광 등 운강석굴 조상의 핵심 식별 요소를 유지하기 때문에

시각적 식별성은 상대적으로 높다. 반면 「와불 블라인드박스」는 와불의 자세를 현대적 여행 이미지와 결합하면서 친근성은 강화되었지만, 원천 문화의 종교적 의미와 지역 맥락은 더 약화되었다. 따라서 동일한 인물 조형 요소라도 어떤 소비 형식과 결합하는가에 따라 의미 전달 수준이 달라진다.

4-2-2. 동일 번역 깊이, 다른 시각 요소

석감당 문창과 맥적산 아이스크림은 모두 외형 번역에 가까운 사례이지만, 의미 전달 수준에서는 차이를 보인다. 맥적산 아이스크림은 석굴의 외부 실루엣이라는 단일 요소에 의존하기 때문에 시각적 식별성은 확보되지만, 상징적 의미와 역사 맥락은 거의 전달되지 않는다. 반면 석감당 문창은 비석 형태, 「石敢當」 문자, 사자 머리 장식 등 복수의 요소를 동시에 노출하기 때문에 외형 번역 단계에서도 벽사와 기복이라는 민속적 의미를 비교적 직접적으로 전달할 수 있다.

4-2-3. 매체 차이

「용문이십품」은 다섯 사례 중 유일하게 디지털 매체로 번역된 사례이자 문자·비각 요소를 중심에 둔 사례이며, 상징적 의미 유지와 역사·지역 맥락 제시 모두에서 충족 수준을 기록하여 매체와 추출 요소의 결합이 의미 전달의 깊이를 결정함을 보여준다.

이상의 비교는 번역 깊이라는 단일 분류만으로는 사례 간 차이를 충분히 설명할 수 없으며, 추출 요소의 복합성·번역 전략의 방향성·매체의 특성이 상호작용하면서 의미 전달의 양상을 결정함을 드러낸다. 이러한 결과는 3-7절의 보조 설문에서도 확인되어, 복합 요소 추출 사례인 석감당이 모든 지표에서 가장 높은 응답을 기록한 반면 단일 요소 추출 사례인 맥적산은 의미 관련 항목에서 가장 낮은 응답을 보였다.

4-3. 문화번역디자인 패턴 도출 및 디자인 방향 제안

다섯 사례의 비교 결과, 중국 석조문화의 현대 디자인 번역은 네 가지 패턴으로 정리된다. 첫째, 인물 조형 요소를 캐릭터나 굿즈로 전환하는 인물 조형-IP화 패턴이다. 둘째, 문자·비각 요소를 디지털 매체로 전환하는 문자·비각-디지털 맥락화 패턴이다. 셋째, 석굴의 외부 윤곽이나 장소 이미지를 관광 기념품으로 전환하는 공간·형태·소비재화 패턴이다. 넷째, 형태·문자·조형 요소를 함께 활용하는 복합 요소·생활화 패턴이다. 이

러한 패턴은 시각 요소의 유형과 번역 매체에 따라 문화적 의미 전달 수준이 달라진다는 점을 보여준다.

다섯 사례의 비교에서 가장 두드러지는 문제는 소비 친화성과 문화 깊이 사이의 균형이다. 소비 친화성 우위 사례인 맥적산 아이스크림은 단일 외형 차용과 식품 굿즈화를 통해 즉각적 소비를 가능하게 하지만, 의미 전달의 세 항목 중 시각적 식별성만 충족하고 상징적 의미와 역사 맥락은 미충족에 머문다. 반대로 문화 깊이 우위 사례인 「용문이십품」 디지털 문창은 위비체 서법과 비각 맥락을 함께 담아 상징적 의미와 역사 맥락 모두에서 충족 수준을 확보하였으나, 비각·서예에 대한 사전 지식을 요구하여 일반 소비자에게는 접근 장벽이 발생한다. 이러한 양상은 3-7절의 보조 설문에서도 확인되며, 「용문이십품」은 구매 의향 항목에서 0%를 기록하여 대중적 접근성의 한계가 가장 뚜렷한 사례로 나타났다. 두 사례 사이에 위치하는 「불소반」 IP는 시각적 식별성에서는 충족하지만 역사 맥락 제시는 미충족에 머물러, 단순 IP화만으로는 맥락 전달이 어렵다는 한계를 드러낸다. 이러한 비교는 현행 석조문화 문창 디자인이 '문화 인식성 대 소비 친화성', '전파 효율 대 문화 깊이'라는 두 가지 긴장 관계 위에 놓여 있음을 보여준다.

이러한 한계를 보완하기 위해 본 연구는 다음 세 가지 디자인 방향을 제안한다. 첫째, 요소 복합화 전략이다. 석감당 사례에서 확인되듯 형태·문자·조형 요소를 동시에 노출시킬 경우, 외형 번역 단계에서도 일정 수준의 상징적 의미 전달이 확보될 수 있다. 이는 송베이 베이·페이원첸이 제시한 「정제·재구성·응용」 단계가 복수 요소의 결합 위에서 효과적으로 작동한다는 점과 부합한다. 둘째, 번역 깊이의 의도적 설계이다. 디자이너는 기획 단계에서 외형 번역, 기호화 번역, 맥락화 번역 중 어느 깊이를 목표로 할 것인지를 명확히 설정해야 한다. 셋째, 보조 정보 레이어의 결합이다. 짧은 설명문, QR 코드, 패키지 정보, 전시 연계 콘텐츠 등을 결합함으로써 외형 번역 단계의 사례에서도 역사·지역 맥락 정보를 보완할 수 있다. 이러한 방향은 본 연구의 보조 설문에서 응답자들이 「디자인 미감 향상(80.6%)」, 「전통문화 특장의 명확한 표현(64.5%)」, 「문화 배경 설명의 추가(32.3%)」 등을 개선 사항으로 지목한 결과와도 부합한다.

이상의 분석을 바탕으로 석조문화 문창 디자인에 적용 가능한 실천적 프로세스를 다음과 같이 제안할 수 있다. 첫째, 원천 문화 자원의 핵심 시각 요소를 분류한다. 이 단계에서 디자이너는 인물 조형, 문양·장식,

문자·비각, 공간·형태 중 어떤 요소가 해당 문화 자원의 대표성을 구성하는지 파악해야 한다. 둘째, 목표 수용자와 제품 매체를 설정한다. 예를 들어 대중적 관광 기념품의 경우 소비 친화성과 즉각적 식별성이 중요하며, 전시 연계형 디지털 콘텐츠의 경우 역사·지역 맥락의 전달이 중요하다. 셋째, 외형·번역·기호화·번역·맥락화 번역 중 목표 번역 깊이를 설정한다. 넷째, 단일 요소 차용에 그치지 않고 형태, 문자, 상징, 설명 정보 중 두 가지 이상의 요소를 결합하여 의미 전달력을 보완한다. 다섯째, 완성된 디자인 결과물을 시각적 식별성, 상징적 의미 유지, 역사·지역 맥락 제시의 세 기준에 따라 점검하고, 부족한 항목은 설명문, QR 코드, 패키지 정보, 전시 연계 콘텐츠 등을 통해 보완한다.

따라서 본 연구의 문화번역디자인 프레임은 단순한 사례 분석 도구에 머무르지 않고, 전통문화 자원을 현대 문창 디자인으로 전환하는 과정에서 디자이너가 활용할 수 있는 기획 및 평가 지침으로 확장될 수 있다.

5. 결론

본 연구는 호미 바바의 문화 번역 이론과 선행 연구를 종합하여 '시각 요소 추출·번역 전략·의미 전달 수준'의 삼원적 분석 모형을 설정하고, 이를 통해 중국 석조문화의 현대 디자인 적용 사례 다섯 가지를 분석·비교하였다. 본 연구의 연구 질문에 대한 답은 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 문화번역디자인의 번역 깊이는 의미 전달 수준과 밀접한 관련을 보였다. 외형 번역은 시각적 식별성과 소비 접근성은 높지만 상징적 의미와 역사·지역 맥락의 전달에는 한계가 있었다. 기호화 번역은 원천 문화의 일부 조형 특징을 대중적 이미지로 재구성함으로써 전파력은 높였으나, 종교적·역사적 의미는 부분적으로 약화되는 경향을 보였다. 반면 맥락화 번역은 원천 문화의 상징성과 역사적 배경을 가장 깊이 있게 전달할 수 있었지만, 일반 소비자에게는 접근 장벽이 높게 나타났다.

둘째, 시각 요소 유형에 따라 번역 전략의 구조적 패턴이 다르게 나타났다. 인물 조형 요소는 캐릭터 IP화와 수집형 굿즈화로 전환되는 경향이 강했으며, 문자·비각 요소는 디지털 매체와 결합할 때 역사적 맥락 전달에 유리하였다. 공간·형태 요소는 관광 기념품이나 식품 굿즈로 전환되기 쉬웠으나, 단일 외형 요소만 활용할 경우 문화적 의미 전달은 약화되었다. 반면 형태

문자조형이 결합된 복합 요소 사례는 외형 번역 단계에서도 비교적 높은 의미 전달력을 보였다.

셋째, 향후 석조문화 문창 디자인은 단일 요소의 표층적 차용을 넘어서 복수의 시각 요소를 결합하고, 기획 단계에서 번역 깊이를 의도적으로 설정하며, 설명문·QR 코드·디지털 콘텐츠 등 보조 정보 레이어를 함께 설계할 필요가 있다. 이를 통해 소비 친화성과 문화적 깊이 사이의 균형을 확보할 수 있다.

종합하면, 중국 석조문화의 현대 디자인 번역은 시각 요소의 유형과 복합성에 따라 의미 전달 수준이 달라지며, 복수 요소를 결합할수록 문화적 식별성과 의미 전달력이 강화되는 경향을 보였다.

더불어 본 연구는 93명을 대상으로 한 보조 설문을 통해 본문 분석을 실증적으로 보완하였다. 설문 결과 최만저우 석감당이 종합 만족도(4.13/5점), 시각적 식별성(64.5%), 문화 의미 이해 용이성(35.5%)의 모든 항목에서 가장 높은 응답을 기록하여, 본 연구가 제안하는 '요소 복합화 전략'이 수용자 인식 차원에서도 유효함이 확인되었다. 반면 용문·이십품 디지털 문창은 문화 깊이는 확보하였으나 구매 의향이 0%에 그쳐, 맥락화 번역이 직면한 대중적 접근성의 한계가 실증적으로 드러났다.

본 연구의 의의는 다음과 같다. 첫째, 개별 박물관 또는 단일 사례 중심으로 분산되어 온 석조문화 문창 연구를 '시각 요소 추출·번역 전략·의미 전달 수준'의 삼원적 분석 모형으로 통합함으로써 이질적 사례를 동일 기준에서 비교할 수 있는 분석 도구를 제시하였다. 둘째, 호미 바바의 문화 번역 이론을 디자인 분석에 접목하여 번역 깊이를 외형·기호화·맥락화의 세 단계로 조작적 정의함으로써, 기존 연구가 단일하게 다루어 온 '문화 번역' 개념을 분석 가능한 단위로 세분화하였으며, 이는 향후 유사한 시각 자원 기반 문창 연구에도 확장 적용될 수 있는 모형을 제공한다. 셋째, 분석 결과를 바탕으로 요소 복합화, 번역 깊이의 의도적 설계, 보조 정보 레이어 결합이라는 실천적 디자인 방향을 도출하였으며, 이를 보조 설문 결과를 통해 실증적으로 뒷받침하였다. 특히 본 연구는 원천 문화 자원 분석, 목표 수용자와 매체 설정, 번역 깊이 선택, 복합 요소 결합, 의미 전달 수준 점검으로 이어지는 디자인 적용 프로세스를 제안함으로써, 문화번역디자인 프레임이 실제 문창 디자인 기획 과정에서도 활용될 수 있음을 제시하였다.

다만 본 연구는 다섯 사례에 한정된 분석으로 일

반화에 한계가 있으며, 보조 설문 또한 응답자 수가 93명에 그쳐 통계적 일반화에는 한계를 지닌다. 후속 연구에서는 사례 범위를 다른 지역·매체로 확대하고, 연령·국적·문화 친숙도에 따른 수용자 인식 차이를 보다 대규모의 정량적 설문 분석을 통해 검토할 필요가 있다.

참고문헌

- 호미 바바 저, 나병철 역, 『문화의 위치』, 소명출판, 2002
- 루귀후아·웨이리한, ‘박물관 문화 창작물의 시각적 디자인과 문화적 표현’, *Appreciation*, No.02, 2024
- 리신메이·우펑페이(李馨玫·伍鵬飛), ‘Development and Innovation Research of Huizhou Woodcarving Lion in Cultural and Creative Products’, *Journal of Heze University*, 2023
- 반철, ‘유네스코 세계 문화유산 산서성 원강석굴 문화상품 디자인 연구’, *한국일리스아트학회, 조형미디어학*, Vol.21, No.2, 2018
- 샤진(夏晉), ‘Semantic Expression Study on Modern Design with the Symbol Language in Chu Culture’, *Packaging Engineering*, Vol.30, No.12, 2009
- 선빙(申冰), ‘The Research of the Cultural and Creative Product Design of Luoyang Museum’, *Journal of Heze University*, Vol.38, No.04, 2016
- 송베이베이·페이원첸(宋蓓蓓·費文倩), ‘Design of Museum Cultural and Creative Products Based on Anhui Regional Features’, *Packaging Engineering*, 2022
- 쉬홍펑·가오이팅·우잉·리자이(徐洪彭·高懿婷·吳瑩·李佳憶), ‘Cultural Translation Strategy for Commemorative Architecture and Landscape Design in the New Era: Taking Dongji Island Scenic Area as an Example’, *Urban Architecture Space*, 2025
- 왕설랑·장소(王雪浪·張蕭), ‘Research Review on the Spatial Artistic Characteristics of Dunhuang Grottoes’, *城市建筑(Urbanism and Architecture)*, No.23, 2024
- 원천광·구병천·오림건·마위림(汶晨光·苟秉宸·吳林健·馬煒琳), ‘Extraction and Application Research of Culture Design Gene Based on Eye Movement Analysis’, *Computer Engineering and Applications*, 2018
- 이신행·김건동, ‘영상 속 문화 분석을 통한 동영상 기반 번역 서비스 디자인 제안’, *한국디지털콘텐츠학회, 디지털콘텐츠학회논문지*, Vol.22, No.5, 2021
- 이지만·마승혜, ‘상업적 측면에서의 문화번역 전략 분석: K-라면 패키지 디자인 비교 분석을 중심으로’, *한국번역학회, 번역학연구*, Vol.25, No.4, 2024
- 장나(張娜), ‘천제산 석굴의 문화 창작 제품 디자인 개발 전략에 관한 연구’, *삼화(하)*, No.07, 2022
- 조이연·장영홍(趙以娟·張榮紅), ‘Application of Dunhuang Pattern in Modern Jewelry Design’, *宝石和宝石学杂志(Journal of Gems and Gemmology)*, Vol.8, No.4, 2006
- 천즈이(陳祉伊), ‘Research on the Creative Design of Blue Calico Cloth from the Perspective of Semiotics’, *West Leather*, Vol.45, No.22, 2023
- 팡하이옌(方海燕), ‘Research on the Innovative Path of Interactive Cultural and Creative Design from the Perspective of Smart Museum’, *Journal of Anshan Normal University*, Vol.25, No.04, 2023
- 한용제·귀하이옌(韓永傑·郭海燕), ‘A Study on the Application of Modern Design in the Design Elements Perspective of Blue Jacquard Pattern in Southern Zhejiang’, *West Leather*, Vol.45, No.22, 2023
- 허보경·정미선, ‘2000년 이후 국립박물관 문화상품 디자인의 변화 요인에 관한 연구’,

한국과학예술융합학회, 한국과학예술융합학회지,
2025

19. baike.baidu.com
20. cq.people.com.cn
21. hct.henan.gov.cn
22. finance.sina.com.cn
23. fjnews.fjsen.com
24. gansu.gscn.com.cn
25. www.chinanews.com.cn
26. www.cq.gov.cn
27. www.taiwan-reports.com
28. www.txdzw.com
29. www.visitbeijing.com.cn