

왕실 여성 문화 전시의 디지털 큐레이션 연구
- 후 브랜드의 2019년 궁 전시를 중심으로

목 차

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 대상 및 방법

II. 왕실 여성 문화 오프라인 전시 내용 및 특징

1. 주제 및 내용
2. 특징 및 한계점

III. 왕실 여성 문화 전시의 디지털 큐레이션

1. 오프라인 전시 콘텐츠의 데이터베이스 구현 전략
 2. 온톨로지 설계
 - (1) 클래스 및 속성 설계
 - (2) 관계성 설계
 3. 시맨틱 데이터베이스 시각화
4. 디지털 큐레이션 콘텐츠 서비스 시나리오

IV. 결론

참고 문헌

영문 초록

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

기업 또는 브랜드에서는 단순히 즉각적인 상업적 성과를 이루기 위한 활동 외에도 브랜드 가치를 올리고, 사회에 기여하기 위한 방식으로 사회공헌 활동에 참여하고 있다. 그 중 문화재청의 ‘문화재 지킴이’¹⁾ 사업에 참여하는 것은 기업의 이윤을 대중에게 환원하고, 문화를 발전시키는데 일조한다는 점에서 기업이나 브랜드가 선호하는 방법 중 하나라고 할 수 있다. 문화재 행정의 당연한 한계(인력, 예산, 조직)를 극복²⁾ 하는 데에 기업의 예산과 노하우를 투입하여 질적인 완성도도 높일 수 있어 관과 기업 모두에게 이로운 결과를 낼 수 있기 때문이다.

문화재지킴이로서 기업이나 단체가 기여하는 방법으로는 문화재 주변 청소 등 정화활동, 문화재알림 등 홍보활동, 문화재 및 시설물의 경상관리활동, 기타 당해 문화재보호를 위한 연구모임, 학술활동 등의 활동에 참여, 후원하는 것³⁾이다. 기업에 따라 시의적 이슈 대응 등의 이유로 문화재청의 필요에 따라 현금, 현물 후원을 하기도 하고, 해당 기업의 업이나 브랜드에서 추구하는 핵심 가치와 맞는 부분을 찾아 기여 방식을 설정하기도 한다.⁴⁾

-
- 1) 위키백과 > 문화재지킴이 (<https://url.kr/d8ZfyO>, 2020.10.1.)
문화재청은 문화재 보호의 민간참여 확대와 협력방안 활성화를 모색하고자 다양한 거버넌스 정책을 추진해 갔다. 1985년부터 ‘문화재 명예관리인’ 제도와 2000년 ‘문화재 행정 모니터’ 제도를 통해 시민 참여의 제도적 기반을 마련해왔다. 그러나 이 두 제도는 정부 주도형 문화재 행정을 보완하는 데 기여하였지만, 시민들의 자발적 참여보다는 정부·지자체의 정책 추진에 도움을 주는 데 그치는 한계를 갖고 있었다. 이러한 제도들이 지역기반 풀뿌리 문화운동과 결합하면서, 문화재 보호에 대한 민간참여가 전국적으로 활발해지게 되었다. 이후 2005년 기업 사회공헌 등과의 민관협력 모델 개발을 위해 ‘한문화재 한지킴이’ 제도를 시행하면서 지금의 ‘문화재지킴이’ 활동으로 자리 잡게 된다.
 - 2) 문화재청 문화재지킴이 홈페이지 > 문화재지킴이란, 5. 협약현황 (<https://url.kr/scHlJ6>, 2020.10.1.)
 - 3) 문화재청 문화재지킴이 홈페이지 > 문화재지킴이란, 3. 활동내용 (<https://url.kr/scHlJ6>, 2020.10.1.)
 - 4) 문화재청 문화재지킴이 홈페이지 > 주요활동 소개, 협약 및 후원 (<https://url.kr/cvDSWd>, 2020.10.1.)
한국통신에서는 2006년 덕수궁 지킴이 활동을 하는데 이는 최초 전화를 개통했던 곳이 덕수궁인 점과 한국통신의 업이 잘 연결된 사례. 조선히otel의 경우 2006년 환구단, 벽제관지

이중 문화재를 알리는 홍보 활동의 일환으로 ‘전시’의 방법을 채택하여 문화재의 보존, 전파에 기여하는 사례도 있다. 전시⁵⁾란 전시 기획자의 기획 하에 어떠한 사물들을 모아놓고 사람들이 볼 수 있게 하는 것으로 정의된다. 기업이나 브랜드가 전시를 주관하는 경우를 유형화 한다면 다음의 방법이 있을 수 있다. 제품 자체에 포커스하여 가장 이상적으로 디스플레이하는 방식⁶⁾, 기업이나 브랜드 이름을 걸고 주제를 제시해 아티스트의 아트웍을 모아 전시하는 방식⁷⁾, 브랜드와 관련해 소구하고자 하는 이미지를 구현할 수 있는 아티스트의 아트웍을 모으거나 제작해 전시하는 방식⁸⁾ 등이다. 앞서 제시한 문화재 지킴이 활동으로 기업이나 브랜드가 기여하는 방식으로서의 전시는 기업이나 브랜드가 가진 제품이나 서비스가 주제가 되기보다는 문화재에 포커스를 두고 기획되어 대중이 향유할 수 있는 방식으로 진행이 된다. 문화재나 지역의 오랜 역사가 갖는 랜드마크와 연결해 기업이나 브랜드의 마케팅에 활용하는 것은 주로 명품, 프리미엄이라고 불리는 브랜드에서 채택하는 방식이기도 하다.⁹⁾ 이 때의 브랜딩·사회공헌활동은 실제 문화재를¹⁰⁾ 위한 일이면서 동시에 기업 또는 브랜드가 추구하는 바가 맞닿아 효과가 극대화 된다.

-
- 를 후원하는 활동을 하는데 이는 환구단터가 현재 조선히otel 근처에 위치한 문화재라는 점과, 벽제관지는 조선시대 국영숙박시설이라는 점에서 해당 기업의 사업 영역 및 지리적 연관성이 잘 반영된 사례. 현대자동차는 2007년 순종황제와 순정효황후 어차복원에 참여, 국순당은 2009년 조선왕조궁중음식·궁중병과(국가무형문화재 제38호) 전승지원활동 후원, 스타벅스는 덕수궁 정관헌에서 커피를 주제로 행사 기획 및 스페셜 에디션 텀블러 제작, KT는 2012년 문화유산 모바일 발권 시스템 구축 후원 참여, 해양환경관리공단은 2015년 해양 분야 천연기념물 및 수중문화재 보호 참여
- 5) 네이버 > 기록학용어사전 “전시” (<https://url.kr/LHDTdJ>, 2020.10.1.)
네이버 > 표준국어대사전 “전시” (<https://url.kr/Xr3BcD>, 2020.10.1.)
 - 6) 제품, 서비스에 대한 런칭 쇼 등이 이해 해당함
 - 7) 파이낸셜신문, KB국민은행 “독립운동가 11인의 청춘” (<http://www.efnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=83497>, 2020.10.1)
 - 8) 아모레퍼시픽 브랜드 설화수 홈페이지 > “설화문화전” (<https://www.sulwhasoo.com/kr/ko/experience/culture/culture.html>, 2020.10.1)
 - 9) 위키 (해외 명품 브랜드 마케팅 - 랜드 마크 및 전통 문화 이용 사례)
 - 10) 디지털 큐레이션이란 디지털 자산을 선택, 보존, 유지, 수집하고 아카이빙 하는 것을 뜻한다. 디지털 큐레이션의 핵심적인 가치는 디지털로 형성된 수많은 정보들을 주제별로, 혹은 관련된 연계성, 연관성을 지닌 무엇인가를 모아서 정돈하고 정리해서 스스로 또는 타인에게 알기 쉽게, 접근하기 쉽게 서비스하는 작업이다. 최희수, 「디지털 큐레이션을 통한 유교 인물 정보서비스 활성화 방안 연구」.『유학연구』 제50집, 2020. 405쪽.

본 연구의 목적은 특정 브랜드가 대중과 소통하고, 문화유산의 가치를 알리는 데에 기여해온 오프라인 전시를 바탕으로 어떤 컨셉 하에 문화유산 정보를 활용해 이를 주제에 수렴하는 전시로 맥락화 했는지를 살펴보고, 반대로 이렇게 맥락화된 전시물들이 디지털 큐레이션 작업을 통해 오프라인 전시에서 드러나지 않았거나, 전시의 맥락에 맞게 취사선택된 정보 외에 연관 지식들을 보여주는 하나의 사례를 제시하고자 한다. 또한 오프라인 전시의 디지털 큐레이션을 통해 비대면 환경에서도 유효하고 지속가능하고 확장 가능한 디지털 전시 구현 가능성을 검토하고자 한다.

2. 연구 대상 및 방법

본 연구의 대상이 되는 전시는 LG생활건강 더 히스토리 오브 후(이하 후) 브랜드 주관으로 경복궁, 창덕궁에서 진행한 왕실 여성 문화 전시이다. 후 브랜드는 궁중 문화 캠페인이라는 활동명으로 문화재청과의 협약을 통해 왕실 여성 문화를 발굴하고 대중적으로 전파하는 데에 뜻을 가지고 전시, 해금 공연, 미용 체험 등의 다양한 형태의 행사를 진행해오고 있다.

후 브랜드는 '왕후의 피부를 위한 고품격 궁중 브랜드'를 표방하며 2003년 런칭한 화장품 브랜드이다. 동양 의학과 현대 과학의 조화를 담은 제품을 개발해오고 있으며, 궁의 최고 여성인 왕후만이 누렸던 궁중 비방을 현대의 여성이 누릴 수 있도록 하는 브랜드 스토리로 소비자와 만나고 있다. 이에 후 브랜드가 진행해온 궁중 문화 캠페인은 브랜드의 핵심 요소인 '왕실 여성'과 '궁'이 실제의 '궁'에서 왕실 여성 문화를 보여주는 전시, 공연 등으로 연출되어 문화 예술의 향유권을 확대하는 사회공헌 활동으로 잘 연결되었다고 볼 수 있다.

2015년부터 진행되어온 후 브랜드의 궁중 문화 캠페인은 첫 해 창경궁 명정전에서 미디어아트 전시를 시작으로 2016년 전시, 해금공연, 궁중복식패션쇼 등 다양한 형식을 시도하였고, 2017년부터는 경복궁, 창덕궁에서 봄, 가을에 전시 및 해금공연으로 방식을 세우되, 전시의 주제를 확장하고 새로운 표현 방식을 시도하는 등 매년 새로운 볼거리로 대중과 만나고 있다. 특히

궁 안에서 펼쳐진 전시는 심미적, 교육적으로도 가치 있는 전시였다는 평을 받고 있다. 2015년부터 2019년까지 있었던 10번의 전시 중 연구 자원이 되는 전시는 2019년 경북궁, 창덕궁에서 진행된 전시이다. 이 두 전시를 대상 자원으로 삼은 이유는 해가 거듭할수록 전시 콘텐츠로 다루게 된 요소들의 범위가 확장되었기 때문에 왕비의 아름다움과 관련해 미용, 복식에 주력했던 콘텐츠가 점차 공간, 상징물, 왕실 이벤트까지 포함하게 되어 콘텐츠가 다양해졌고, 같은 소재라 하더라도 표현 방식이나 연출 방식을 달리 했기 때문이다. 이는 데이터베이스를 만들거나 디지털 큐레이션을 할 때 보다 풍성한 소재가 될 수 있을 것으로 본다.

본 전시는 궁이라는 전시 공간의 장소적 특성 상 브랜드나 제품을 노출할 수 없으나, 해마다 장소에 따른 시의적 이슈, 고증이 수반된 왕실 여성 문화로 언급될 수 있는 요소, 브랜드 연간 마케팅 컨셉과 결을 함께 하여 다양한 전통 문화 예술의 지식이 활용 되었다.

이에 본 연구의 방법론으로는 김현이 제안한 ‘백과사전적 아카이브’¹¹⁾를 적용할 것이다. 디지털 환경에서의 백과사전은 보다 전문적인 지식과 그 지식의 근거가 되는 원천 자료로의 연계가 가능하다. 시맨틱 웹 기술을 기반으로, 유관한 지식의 조각들이 다양한 방향으로 지식의 문맥을 형성할 수 있어 자연스럽게 모든 유관한 영역의 디지털 아카이브를 포섭할 수 있다.

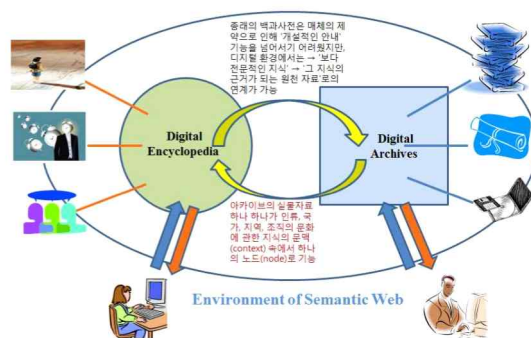


그림 1. 백과사전적 아카이브:

디지털 백과사전과 디지털 아카이브의 융합¹²⁾ 모델

11) 김현, 임영상, 김바로, 『디지털 인문학 입문』, 휴복스, 2016, 204~208쪽.

도서관, 박물관 기록관 등에서 보유하는 아카이브 자료들의 활용성을 증대하는 차원에서 이 실물 자료가 독립적으로 존재하기보다 다양한 맥락으로 소환되어 지식과 지식을 넘나들 수 있게 하는 것이다. 이를 위해 실물 자료 하나하나를 지식의 문맥 속에서 하나의 노드로 기능할 수 있도록 하고자 한다.

실제 진행되었던 오프라인 전시가 그 기획단계에서 다양한 자원들을 활용해 이를 복제, 변주, 각색하는 과정을 거쳐 완성되었기 때문에 먼저 전시 세계에 구축된 요소들을 모두 노드화하여 전시 자체의 데이터베이스를 만들고, 그것의 실제 유물이나 역사적 사건과 연결할 것이다. 일반적으로 지식 콘텐츠를 기반으로 문화 콘텐츠를 만들어내는 순서로 보기도 하지만, 본 연구는 제작된 문화 콘텐츠를 바탕으로 해당 주제와 관련된 지식 콘텐츠를 연결할 것이다.

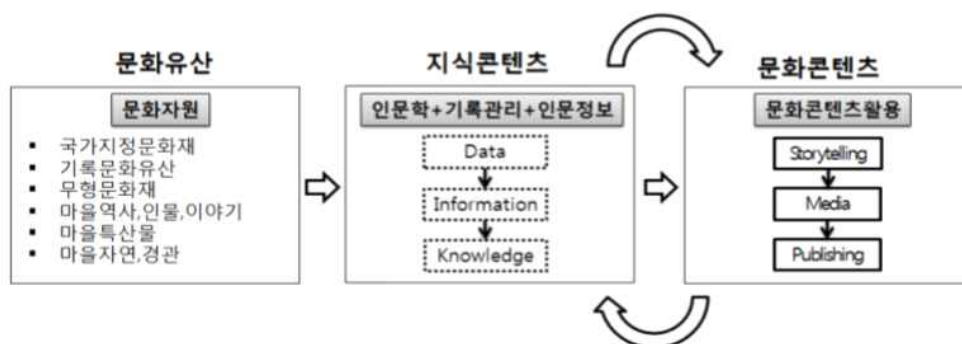


그림 2. 지식정보화 모델을 통한 문화콘텐츠 활용 과정¹³⁾

제 II장에서는 먼저 그 대상이 되는 후 브랜드의 전시에 대해 살펴본다. 어떤 대주제 하에 전시 컨셉이 잡혔는지, 시기와 장소에 맞게 해당 주제를 어떤 요소를 가지고 구성했는지와 함께 구체적으로 전시된 물품들을 확인하고자 한다. 그리고 오프라인 전시의 특징과 한계점에 대해 짚어본다.

제 III장에서는 II장에 언급된 전시로 구현된 문화 콘텐츠가 어떤 지식 콘텐츠를 기반으로 했는지 확인할 수 있도록 디지털 큐레이션 작업을 수행해

12) 김현 외, 앞의 책, 2016. 206쪽.

13) 김상헌, 김나운, 「문화콘텐츠 개발을 위한 지식정보체계」, 『한국콘텐츠학회논문지』 11권 12호, 2011, 721쪽.

볼 것이다. 온톨로지 설계도를 통해 대상자원을 클래스로 범주화하고, 각각의 클래스에 속하는 개체들이 공통의 속성을 갖도록 하고, 그 개체들이 다른 개체들과 맺는 관계를 명시적으로 기술할 것이다. 이렇게 만들어진 디지털 큐레이션의 결과물은 이용자의 이용 패턴에 따라 콘텐츠를 재구성하고, 맥락을 새롭게 창출할 수 있다는 장점을 가지게 된다.¹⁴⁾ 전시와 관련한 노트에 해당하는 지식 자원은 논문 및 단행본과 함께 웹사이트에 공개된 백과사전 류¹⁵⁾ 등을 참조할 것이다. 이어서 설계된 온톨로지를 기반으로 데이터를 시각화하여 디지털 큐레이션을 통해 오프라인 전시를 보완, 확장하는 가능성을 살펴본다.

II. 왕실 여성 문화 오프라인 전시 내용 및 특징과 한계점

1. 기획 배경 및 상세 내용

2019년 후 브랜드의 브랜딩 활동은 ‘왕후의 비밀’이라는 대주제 하에 이루어졌다. 활동 중 하나인 궁중 문화 캠페인에서 ‘왕후의 비밀’이라는 대주제를 풀어내는 방법으로 경북궁 전시에서는 ‘진찬’, ‘야진연’이라는 궁의 행사를 테마로 잡았다. 창덕궁 전시에서는 ‘대조전’이라는 일반에게 그 내부가 개방되지 않은 공간을 주요 테마로 삼아 공간과 왕후의 비밀을 연결했다.

1) “왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다”, “왕후의 美의 비밀”

‘왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다’와 ‘왕후의 美는의 비밀’은 경북궁에서 진행된 전시로 제5회 궁중문화축전¹⁶⁾의 프로그램으로 참여하였다. 경북궁 근정전 행랑 중 근정문에서 수정전으로 가는 행랑을 활용해, 2019년 4월 27일

14) 최희수, 앞의 논문, 2020. 405쪽.

15) 위키 백과, 위키 엔사이브즈, e뮤지엄, 민족문화대백과사전, 한국사데이터베이스 등

16) 궁중문화축전은 문화재청이 주최하고, 한국문화재단과 (사)대한왕실문화원이 주관하는 행사로 2019년에는 경북궁, 창덕궁, 창경궁, 덕수궁, 종묘에서 총 46개의 프로그램을 운영했다. (참고 사이트 <https://royalculturefestival.org/index.php>)

(토)~5월 5일 (일)까지 총 9일간 주간, 야간으로 운영하였고, 자경전 마루에 서는 같은 기간 주간에만 운영하였다.¹⁷⁾

표. 2019년 경복궁 전시 개요

구분	왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다	왕후의 美의 비밀
일시	2019.4.27.(토)~5.5(일) 주간 9:30~18:00 / 야간 19:00~21:30	
장소	경복궁 근정전 행랑	경복궁 자경전 마루
구성 및 내용	1. 왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다 (입구 & 샤텐 구간) 2. 궁중 연향, 화려한 예술을 펼쳐다 (실물 전시) 3. 밤의 연향 야진연-비밀의 연향을 만나다 (미디어아트, 프로젝트션 매핑)	1. 왕후의 美의 비밀 (실물 전시)

본 전시의 모티브가 되는 역사적 사건은 무신년진찬(1848년, 조선 헌종14)으로 이 행사는 순원왕후의 육순과 신정왕후의 망오를 경축하는 의미로 열린 궁중행사이다. 이 행사와 관련하여 무신년진찬도병이 현재 남아 있어 해당 내용은 온라인에서도 서비스되고 있다.

근정전 행랑의 전시 타이틀은 ‘왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다’이다. 입구 & 샤텐 로드, 실물전시, 미디어아트, 포토존, 궁중미용체험 총 5개의 구간으로 나누어 각기 다른 연출을 했다.



그림 3. ‘왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다’ 전시장 전경 3D 시안

17) 경복궁 야간 개장 시 개방하는 공간은 근정전, 강녕전, 사정전, 교태전, 수정전, 경회루이다.

전시장으로 입장하는 입구 구간은 경복궁 향원정의 취향교와 가마를 모티브로 조성하였다. 2019년 전시가 진행될 때 향원정 취향교의 모습과 위치를 고종이 맨 처음 만들 당시와 같은 모습으로 공사가 진행¹⁸⁾되었었고, 이에 행사 기간 동안 공사 구역은 가림벽으로 가려 놓았던 것에서 착안해 입구 진입 슬로프 디자인에 반영한 것이었다. 또한 관람객이 연향의 장소로 들어가는 것을 상징적으로 표현하기 위해 입구를 가마 모양으로 제작하였고, 이 때 가마는 고궁박물관에 소장 중인 ‘연(輦)’을 모티브로 하였다. 가마를 통해 들어가면 무신년진찬도 중 회작 내 무희 요소를 활용해 실제 그려진 것보다 큰 사이즈로 출력, 설치하여 관람객이 연향에 들어온 느낌을 얻을 수 있도록 연출하였고, 이 구간을 지나면 비침이 있는 사천에 경복궁 자경전, 향원정, 경회루의 봄의 모습을 프린팅하여 아름다운 궁 곳곳을 산책하는 느낌을 받을 수 있도록 연출하였다.



18) 취향교는 역사적 사건과 함께 변형이 있어왔고, 한국전쟁 때 완전히 소실되어 사라졌다. 전시에 반영된 취향교의 모습은 1953년에 본래 자리가 아닌 남측에 가설한 다리를 모티브로 하였다.
(http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002669065, 2020.10.1)

그림 4. 입구 & 샹선 구간 기록 사진

실물전시존은 ‘궁중 연향, 화려한 예술을 펼치다’라는 소타이틀로 내진연을 주제로 궁중 복식, 연향에 사용된 악기, 무형문화재의 작품을 전시하였다. 진입 입구 벽면에는 무신년진찬도 외진찬, 내진찬, 야진찬 세 꼭지를 대형으로 출력해 관람객들이 실제 자료를 현장에서 볼 수 있도록 했고, 쇼케이스에는 금은입사촉대, 금오동입상감, 궁중채화, 화각경대, 곤룡포와 치적의, 봉황 비녀를 비롯한 각기 다른 사이즈와 컬러의 비녀들, 해금, 가야금, 거문고, 대금, 중금, 소금, 박, 나각, 생황을 전시했다. 전시 물품들은 해당 작품을 만든 장인에게 수급하기도 하고, 국립무형유산원의 전승공예품은행을 통해 대여하기도 했다. 쇼케이스 내부 벽면에는 무신진찬도와 근정전을 배경이미지로 활용해 연출하였고, 각각의 물품은 쇼카드에 간략한 설명을 담아 물품 옆에 비치했다.



그림 5. 실물전시 ‘궁중 연향, 화려한 예술을 펼치다’ 기록 사진

미디어아트존은 ‘밤의 연향, 야진연-비밀의 연향을 만나다’라는 소타이틀로 밤의 화려한 파티 무드에 갖가지 왕후를 상징하는 문양과 연향에 쓰인 악기들, 왕과 왕후가 입었던 복식 등을 담아 박스형 공간에 입구를 제외한 3면과 바닥면, 행랑 내 있는 기둥까지 맵핑하는 영상 콘텐츠를 제작하였다. 무신진찬도병에 그려진 ‘야진찬’은 순조대부터 설행된 행사라고 하여, 우리가 일반적으로 연상하듯 낮에 벌어진 연향는 다르게 밤에 진행되었기 때문에 상상력을 더해 화려하고 비밀을 담은 연향일 것이라는 의도를 담았다. 순

조대 이후는 연향이 진연이라는 명칭 대신 진찬 또는 진작이라는 용어가 주로 사용되었다¹⁹⁾고 하는데, 본 전시에서 무신년진찬을 모티브로 하면서 ‘야진찬’ 대신 ‘야진연’이라는 단어를 사용했던 것은 진찬은 진연보다는 규모가 작은 연향을 이른다²⁰⁾ 하여 브랜드 이미지에 맞게 보다 큰 규모감을 담은 단어를 사용하고자 선택했기 때문이다.

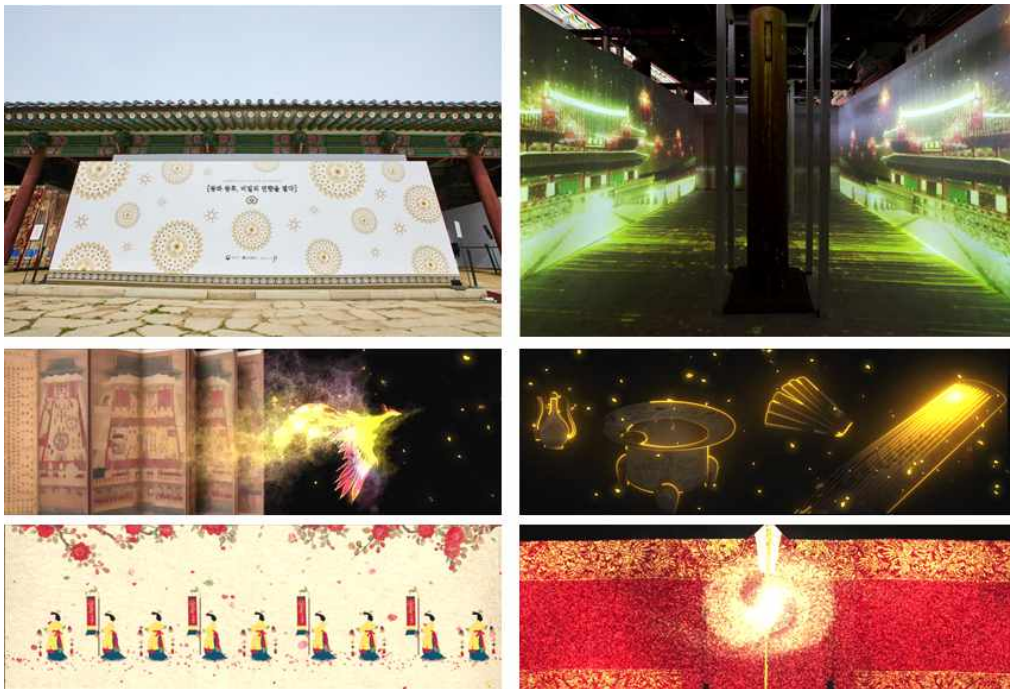


그림 6. 미디어아트 ‘밤의 연향, 야진연- 비밀의 연향을 만나다’
기록사진 (위) 영상 클립 (중간, 아래)

포토존과 궁중미용체험존은 전시보다는 이벤트성이 강조된 공간으로 본 연구 대상에서는 제외하였기에 자세한 설명은 생략한다.

자경전 마루에서 진행한 ‘왕후의 美의 비밀’은 전통적 방법으로 색을 내어 화장재료로 활용했던 홍화연지가루를 가지고 오일에 개어 만들어보는 체험

19) 안태욱, 『궁중연향도의 탄생-조선후기 연향 기록화와 양식에 대한 미술사적 연구』, 민속원, 2014, 170쪽.

20) <조선왕조실록사전> 야진찬
(http://encysillok.aks.ac.kr/Contents/index?Contents_id=00014600, 2020.10.01.)

프로그램을 진행했고, 체험 공간의 분위기를 조성하기 위해 왕비가 사용했을 물품들을 전시하였다. 전시 물품들은 해당 작품을 만든 장인에게 수급하기도 하고, 국립무형유산원의 전승공예품은행을 통해 대여한 것도 있고, 고궁박물관 소장품을 3D프린팅하여 본 전시를 위해 제작한 것도 있다. 화각경대, 수혜, 쌍화문 자수 두루주머니, 진주화접문 자수 향주머니, 원수문 자수 두루주머니, 대삼작노리개, 영친왕비 청화당초문 머릿기름합, 영친왕비 청화당초문 분합, 일주반, 단각반, 사방반이 전시된 물품이고, 각각의 물품은 쇼카드에 간략한 설명을 담아 물품 옆에 비치했다.



그림 7. 자경전 마루 ‘왕후의 美의 비밀’ 전시 기록사진

2) “왕후, 비밀의 공간-대조전의 문을 열다”

‘왕후, 비밀의 공간-대조전의 문을 열다’는 창덕궁에서 진행된 전시이다. 창덕궁 인정문 외행각은 조선시대에는 상서원·호위청이 자리했던 곳으로 현재는 비어져 있다. 이 빈 공간을 활용해 2019년 10월 26일(토)~11월 3일(일)까지 총 8일간(월요일 휴관) 주간에 운영하였다.

표. 2019년 창덕궁 전시 개요

구분	왕후, 비밀의 공간-대조전의 문을 열다
일시	2019.10.26.(토)~11.3(일) 주간 9:00~18:00 (월요일 휴관)
장소	창덕궁 인정문 외행각
구성 및 내용	1. 왕후, 대조전을 거닐다 (입구 & 사천 구간) 2. 대조전의 궁중 회화를 만나다 (사천 외부 구간) 3. 왕후의 생활공간 속 비밀-감춰진 기품을 들여다보다 (실물 전시) 4. 왕후, 궁중 문양을 수놓다 (모티브 전시)

본 전시의 모티브가 되는 공간은 대조전으로 창덕궁의 여성공간이라고 할 수 있는 전각이다. 대조전은 100년 전 모습으로 정비하기 위해 현재는 일반인에게 내부 관람을 허용하지 않고 있다.²¹⁾ 이에 개방되지 않은 대조전을 ‘왕후의 비밀’이라는 컨셉과 연결해 대조전의 곳곳을 소개하는 것을 테마로 잡았다. 또 다른 기획 배경으로 2018년 후 브랜드는 대조전에서 문화재청과 왕실 여성 문화 지킴이로서 대조전의 복원관리와 활용 등 다양한 협력을 약속하는 후원 약정식을 개최한 바가 있다.²²⁾ 이 후원 약정식도 2019년 창덕궁에서의 전시 테마가 대조전으로 결정될 수 있는 토대가 되었다.

전시 타이틀은 ‘왕후, 비밀의 공간-대조전의 문을 열다’이다. 대조전 소개 및 설치 미술, 실물전시, 모티브 전시, 궁중미용체험 총 4개의 구간으로 나누어 각기 다른 연출을 했다.

21) 대조전과 마찬가지로 내부 관람이 제한되었던 창덕궁 희정당의 경우, 2019년 상반기(4.3~5.25)와 하반기(9.4~10.26)로 나누어 매주 수요일, 토요일, 1일 2회씩 운영하였다. (<http://www.dongponews.net/news/articleView.html?idxno=39315>, 2020.10.1.)

22) 문화재청 > 사진 뉴스 ‘문화재청 & LG생활건강, 문화재지킴이 후원약정식’ (https://www.cha.go.kr/cop/bbs/selectBoardArticle.do;jsessionid=15RUMbcu6wteWx1GRwlXDtf4JMu9JJ2JSFDwLpJv7aw1ztHlyg4B7uR0yu4bqQU2.cha-was02_servlet_engine1?nttId=73198&bbsId=BBSMSTR_1002&pageUnit=0&searchCnd=&searchWrd=&ctgryLrcls=&ctgryMdcls=&ctgrySmcls=&ntcStartDt=&ntcEndDt=&searchUseYn=&mn=NS_01_03, 2020.10.1)



그림 8. '왕후, 비밀의 공간-대조전의 문을 열다' 전시장 전경 3D 시안

대조전 소개 및 설치 미술이 있는 입구 & 사천 구간은 '왕후, 대조전을 거닐다'라는 소타이틀로 대조전의 곳곳을 영상으로 담아 그 공간의 특징과 아름다움을 보여주었다. 대조전 소개 영상월을 지나 전시장으로 진입하면 대조전 실내의 인테리어와 가구, 벽화 등을 얇은 사천에 프린팅하여 대조전 실내에 놓인 것과 같은 위치에 배치해 공간을 연출하였다. 특히 외벽에는 대조전 전각 내 양옆에 자리한 봉황도, 백학도를 대형 사이즈로 출력하여 진선문을 통과했을 때 원거리에서 눈길을 사로잡을 수 있도록 하였다. 관람자에게 정보 전달을 위해 '대조전의 궁중 회화를 만나다'라는 소타이틀과 함께 그림에 대한 설명을 담아 기둥 디자인에 적용했다.



그림 9. '왕후, 대조전을 거닐다' 대조전 소개 영상 스틸컷



그림 10. '왕후, 대조전을 거닐다', '대조전의 궁중 회화를 만나다' 기록 사진

실물전시존은 '왕후의 생활공간 속 비밀-감춰진 기품을 들여다보다'라는 소타이틀로 대조전의 부속건물인 용경헌을 배경으로 왕후의 방을 세 가지 테마로 조성했다. 하나는 왕비의 복식으로 속에 입었던 속적삼, 무지기치마, 대숨치마를, 두 번째는 왕비의 대례복을, 세 번째는 왕후의 장신구와 미용 관련 물품으로 대삼작노리개, 백옥나비떨잠, 백옥국화안꽃이, 백옥수자문떨잠, 원수문 자수 두루주머니, 진주화첩문 자수 향주머니, 쌍학문 자수 향주머니, 떨잠, 유제촛대, 비녀, 유제촛대, 화각경대, 화각함을 전시했다. 전시 물품들은 해당 작품을 만든 장인에게 수급하기도 하고, 국립무형유산원의 전승공예품은행을 통해 대여하기도 했다. 쇼케이스 내부 벽면에는 용경헌, 용경헌 서쪽방, 경훈각을 배경이미지로 활용해 연출하였고, 각각의 물품은 쇼케이스 하단에 간략한 설명을 기재했다.



그림 10. '왕후의 생활공간 속 비밀-감춰진 기품을 들여다보다' 기록 사진
 실물전시존 진입 입구(위), 쇼케이스 내 실물 전시 물품 (중간, 아래)

모티브전시존은 '왕후, 궁중 문양을 수놓다'라는 소타이틀로 궁중 자수 갤러리를 조성했다. 아름다움을 나타내기 위한 수단으로 다양한 문양의 디자인

들이 왕실 물품에 적용되었다는 점에서 착안해 자수 문양들을 모아 전시월을 제작했다. 실제로 고증되어 박물관에 소장하고 있는 복온공주 수방석, 왕후 방석을 2D이미지로 출력했고, 주요 문양인 매화문, 봉황문, 연화문, 모란문, 칠보문, 길상어문 6가지를 간략한 설명과 함께 소개하였다. 이밖에 디자인적인 측면으로 후 브랜드에서 매년 출시하는 에디션에 반영된 문양 디자인을 보조시각물로 배치하였다.



그림 11. '왕후, 궁중 문양을 수놓다' 기록 사진

포토존과 궁중미용체험존은 전시보다는 이벤트성이 강조된 공간으로 본 연구 대상에서는 제외하였기에 자세한 설명은 생략한다.

2. 특징과 한계점

오프라인 전시는 특정 전시 공간에서 관람자가 직접 그 물품을 감상할 수 있는 전시 형태이다. 오프라인 전시에서는 전시에 대한 전반적인 개요 안내는 리플렛으로, 전시된 물품에 해당하는 해설은 쇼카드 형태로 함께 진열하는 것이 일반적이다. 또한 전시 물품은 특정 장소나 공간 안에 맥락화 되어 연출, 배치가 이루어지고 조명 등 보조 시각물을 통해 전시 물품을 강조하기

도 한다. 또한 실제로 관람자와 대면하기 때문에 단순히 전시된 물품뿐만 아니라, 공간 내에서의 안전 규칙, 기획의도에 맞는 이동 동선이 미리 설계되어 있다. 따라서 오프라인 전시는 관람자가 실물을 대면하기 때문에 작품이 가지는 규모감과 색채, 디테일, 아우라를 여실히 느낄 수 있다는 점에서 생생한 체험이 된다. 특히 왕실 여성 문화 전시와 같이 ‘궁’이라는 장소적 맥락과 ‘왕실 여성 문화’라는 내용적 맥락이 잘 맞아떨어지는 이와 같은 전시는 오프라인에서 개최되기 때문에 그 의미와 효과가 극대화되기도 한다.

반면 해당 장소에서 일정한 기간 동안 진행되기 때문에 물리적인 이유로 현장에 가지 못하는 경우 전시를 관람 할 수 없다. 또한 궁이라는 장소적 특성으로 전시를 기대하지 않고 오는 경우도 있고, 전 연령, 다양한 국적의 관람객이 방문하는 곳이기 때문에, 관람자의 관심사, 흥미도, 이해도 등은 매우 다르다. 따라서 기획자가 의도한 동선대로 관람을 한다고 하더라도 기획 의도나 배경, 보다 깊이 있는 지식을 전달하기는 어렵다. 또한 기간이 정해져 있어 전시 일정이 종료되면 철거된다. 몇 개월에 걸친 기획·제작기간에 비해 실제로 관람객과 만나는 시간은 8~9일 정도뿐이다. 따라서 전시가 끝나면 전시가 어떤 모습이었는지, 어떤 콘텐츠가 새로 소개 되었는지 알고 싶은 비관람객에게 전시 콘텐츠 전체를 다시 소개할 수가 없다. 특히 관람객의 경우 관람 전, 중, 후의 기간에 따라 얻고자 하는 지식의 종류가 다를 수 있는데, 이 모든 지식 탐구 욕구를 현장에서 채워주기는 어렵다. 또한 최근 COVID-19와 같은 이슈로 실내외에서 대면 행사를 할 수 없게 되면 오프라인 전시는 진행될 수 없다.

일반인 대상의 양질 콘텐츠를 시간과 공간의 제약을 넘어 이용할 수 있게 하기 위한 방법으로 디지털 큐레이션을 고려할 수 있다. 오프라인 전시 콘텐츠를 온라인에 맞게 큐레이션된 정보를 제공한다면, 최근 비대면으로 문화콘텐츠를 향유하게 된 현실에도 기여할 수 있다.²³⁾

23) 이현주, 한광희, 「온라인 큐레이션 플랫폼을 이용한 정보 제공이 현대미술 감상에 미치는 효과」, 『감성과학』 제20권, 3호, 2017, 164~165쪽.

위 논문은 온라인 큐레이션 플랫폼을 이용해 현대미술에 대한 일반 대중의 감성 경험을 개선할 수 있는지 검증한 연구로 실험을 통해 온라인 환경을 통해 충분한 정보가 제공될 때 작품을 더 잘 이해할 수 있는 여지가 늘어나고, 오프라인에서 작품을 접할 때 더 풍부한 감상을 수행할 수 있을 것이라는 기대감이 높아진다고 보았다. 또한 작품을 이해하는

전시의 컨셉과 브랜드 이미지에 따라 취사선택되었거나 변주된 부분들은 디지털 상에서 각각의 데이터가 서로 연결 되도록 설계한다면 깊이 있는 교육 자료로 활용이 가능할뿐더러, 오프라인에서 보다 중요하게 설명되지 못한 부분을 다양한 멀티미디어를 통해 분량에 구애받지 않고 지식들을 연결해 설명 할 수도 있다.

오프라인 전시에서는 물리적 공간 구획을 통해 전시오브제들을 맥락화하여 연출해 컨셉을 충실히 드러냈다면, 디지털 큐레이션에서는 오프라인 전시 세계의 기획의도와 맥락, 그리고 각각 오브제의 다른 맥락에서의 카테고리링이 가능할 것이다. 이렇게 되면 전시 세계 안에서 오브제를 스토리 안에서 인지하고, 이후 오브제 자체에 대한 심도 있는 탐구로 이어질 수 있다. 지식 요소가 잘 정리되고 다른 범위로 확장한다면, 이후 전시 기획에 있어 새로운 콘텐츠를 개발하는 단초를 얻을 수도 있다. 철저한 고증과 상상력을 더한 연출 사이에서 균형을 맞춰 콘텐츠를 만들어내야 하는 전시라면 그 효과는 보다 극대화될 수 있을 것이다.

Ⅲ. 왕실 여성 문화 전시의 디지털 큐레이션

1. 오프라인 전시 콘텐츠의 데이터베이스 구현 전략

왕실 여성 문화 오프라인 전시 기획을 위해 활용한 지식 자원은 오프라인에 존재하는 단행본과 웹에서 서비스 되고 있는 정보들이다. 백과사전에 소개된 짧은 기사만으로도 오프라인 기획의 단초를 마련할 수 있는데, 같은 검색어를 입력하더라도 디지털 콘텐츠의 제공처에 따라 정보의 유형, 양과 질에 차이가 있다. 따라서 다면적으로 대상을 파악하고, 필요에 맞게 간단한 설명문을 작성하기 위해 각기 다른 제공처에서 지식 정보를 확인하고 전시

데에 소요된 시간을 측정했을 때 소요시간은 감소하고 경험의 깊이는 확장되는 것으로 실험 결과를 해석했다.

에 맞게 가공하였다. 주로 활용했던 웹 자원은 다음과 같다.

표1. 왕실 여성 문화 전시 기획에 참고한 웹 자원

제공처	정보의 대상	정보의 유형
위키백과/ 위키엔사이브즈	이벤트, 장소, 인물, 물품, 개념, 문헌	백과사전 기사
한국민족문화 대백과사전	이벤트, 장소, 물품, 개념	백과사전 기사
국가문화유산포털	이벤트, 장소, 인물, 물품, 개념, 문헌	백과사전 기사
문화포털 전통문양디자인	문양/디자인	Ai 파일 (편집 가능한 이미지 파일)
고궁박물관	물품	백과사전 기사
국립국악원	물품	악기 정보, 멀티미디어 자료
e뮤지엄	물품	물품 소장 정보 (이미지)
국립중앙박물관	물품	물품 소장 정보 (이미지)

위에 제시한 포털 외에 매거진, 뉴스기사에서도 정보를 수집한다. 하지만 매거진 기사 중에서는 특정 컨셉 하에 작성되는 경우 실제 사실이나 정보를 담기보다는 필자의 감상이나 상상이 더해지는 경우도 있어 기획 단계에서 재검토하여 사실 정보를 확인하기 때문에 직접적인 참고 자원에서는 제외하였다.

웹에서 지식 자원을 얻어 전시에 활용할 때는 해당 물품에 대한 설명이 아주 간략하게 축소되어 해당 물품의 다양한 객관적 특징이나 상징적 의미를 덜어내기도 한다. 이는 특정 컨셉 하에 맥락화하여 전시를 구성하기 때문이기도 하고, 실제로 오프라인 전시는 공간적 한계 및 다양한 연령, 국적, 관심을 가진 불특정 다수의 관람자라는 점에서 핵심 요소만 간단하게 전달하는 것이 효과적이기 때문이기도 하다. 게다가 경복궁, 창덕궁은 한국 관광객이 필수로 들르는 코스기도 해 외국인 관람객이 많고 특히 중국인 관람객이 많아 한글, 영문, 중문 3가지 언어를 담아야 한다. 또 오프라인이라는 특징 상 긴 설명문을 현장에 비치할 경우, 운영 동선에 병목 현상으로 안전상의 이슈가 있을 수 있다는 점도 오프라인 전시에서 전시 물품에 대해 설명

하고 기획의도를 전달하는 데에 많은 영역을 할애하기 어려운 이유기도 하다.

반면 디지털 큐레이션을 통해 작성된 전시 관련한 모든 노드에 대해서는 그 양의 제한이 없어 기획 의도뿐만 아니라, 관련한 풍부한 역사문화 정보와 함께 연관되는 정보까지 연결이 가능하다. 서로 관련 있는 자원이라면 백과사전적인 지식이든, 1차 사료의 원문 텍스트이든, 전시물의 사진자료이든 상관없이 웹상에서 모두 경계를 넘어 연결될 수 있다.²⁴⁾ 이에 디지털 큐레이션을 위해 오프라인 전시에 보여지는 모든 요소를 세분화해 노드로 만들어 오프라인 전시의 디테일한 모든 부분을 디지털 큐레이션 영역에 담고자 하였다.

2. 온톨로지 설계

온톨로지란 정보화의 대상이 되는 세계를 전자적으로 표현할 수 있도록 구성한 데이터 기술 체계이다. 대상 자원을 '클래스(class)'로 범주화하고, 각각의 클래스에 속하는 '개체(individual)'들이 공통의 '속성(attribute)'을 갖도록 하고, 그 개체들이 다른 개체들과 맺는 '관계(relation)'를 명시적으로 기술하는 것이 온톨로지 설계이다.²⁵⁾ 온톨로지 구조를 따르면 전시에 담긴 모든 내용이 개체와 관계라는 두 가지 형태의 정보로 기술 될 수 있게 된다. 지식 자원은 LOD(Linked Open Data)²⁶⁾로 발행하여 웹상에서 여러 데이터와 상호 연계될 수 있도록 구조화하고자 한다. 지식 자원을 LOD로 발행하는 것은 정보가 웹상에서 하나의 페이지 안에 기술된 텍스트로서가 아니라,

24) 김현규, 「3.1운동에 관한 개방적 연계 데이터 구축 연구」, 한국학중앙연구원 인문정보학 석사학위논문, 2018, 25쪽.

25) 김현 외, 앞의 책, 2016, 164쪽.

26) LOD(Linked Open Data)는 연결된 데이터 (Linked Data)와 개방된 데이터(Open Data)의 합성어이다. 연결된 데이터(Linked Data)는 웹상에서 여러 데이터와 상호 연계될 수 있도록 구조화된 데이터를 말한다. 구조화된 데이터라는 것은 HTTP, RDF, URIs와 같은 웹 표준 기술을 활용하여 한 기관 내의 데이터베이스만이 아닌 웹 전체에서 통용될 수 있도록 설계된 데이터를 말한다. 개방된 데이터(Open Data)는 누구나 자유롭게 재사용하고 재배포할 수 있는 데이터를 의미한다.

한국정보화진흥원, 『알기 쉬운 Linked Open Data』, 2015, 12쪽. / 김현규, 앞의 논문, 2016, 29쪽에서 재인용.

기계적인 처리가 가능한 데이터로 존재하도록 하는 작업이라고 할 수 있다. 지금까지의 웹 환경은 사람이 읽고 이해할 수 있는 개별 페이지 안에 정보가 담겨 있는 문서 중심의 웹(Web of document)이 보편적이었다고 할 수 있다. LOD는 이러한 문서 중심의 웹을 데이터가 중심이 되는 데이터의 웹(Web of Data)으로 구축하는 것을 지향한다. 문서단위의 연결과 데이터 단위의 연결은 겉으로 유사해보일 수 있지만 근본적인 차이가 있다. 문서 단위의 연결의 경우 구체적인 개념들 간의 관계를 사람만 읽고 이해할 수 있지만, 데이터 단위의 연결은 기계가 이를 이해하고 처리할 수 있다는 점이다. 여기에 기계가 정보를 읽고 처리할 수 있도록 데이터 간의 관계, 혹은 데이터와 데이터 속성 값의 관계로 표현하는 것을 RDF라고 한다. 이러한 데이터 중심의 웹 환경은 정보의 단위인 데이터가 그 의미에 따라 상호 연계되는 특성을 갖기 때문에 시맨틱 웹(Semantic Web)이라고 한다. 데이터를 중심으로 정보가 소통되는 환경에서는 지식이 더 이상 물리적인 공간이나 매체에 갇힐 필요가 없으며, RDF와 같은 표준 형식을 통해 다른 지식과 자유롭게 연계될 수 있다.²⁷⁾

전시세계의 본 연구의 온톨로지 설계방식은 한국문화 엔사이브 온톨로지(EKC)²⁸⁾를 참고했다. 본 연구에서 설계한 온톨로지 모델의 명칭은 본 전시를 명명하기위해 지은 커뮤니케이션 이름을 축약해 rhm(Royal Heritage Museum)으로 정한다.

(1) 클래스 및 속성 설계

속성(Attribute) 설계는 데이터타입 속성(Datatype Property)과 오브젝트

27) 김현규, 앞의 논문, 2018, 33쪽.

28) 2016~2017년 한국학중앙연구원 인문정보학 교실에서 수행한 『한국 기록유산의 디지털 스토리텔링 자원 개발』 및 『문화유산 속의 인물에 관한 시각적 스토리텔링 자원 개발』 연구의 결과물로 설계된 데이터 모델이다.
 위키 엔사이브즈 > EKC Data Model-Draft 1.1
 (http://dh.aks.ac.kr/Encyves/wiki/index.php/EKC_Data_Model-Draft_1.1, 2020.10.1.)

클래스 설계는 대상자원의 문맥 요소를 파악하여 유사한 성격으로 범주화하는 것을 말한다. 이는 대상 세계를 일정한 체계 속에서 이해하려는 노력으로 설계자에 따라 다르게 설정할 수 있다.

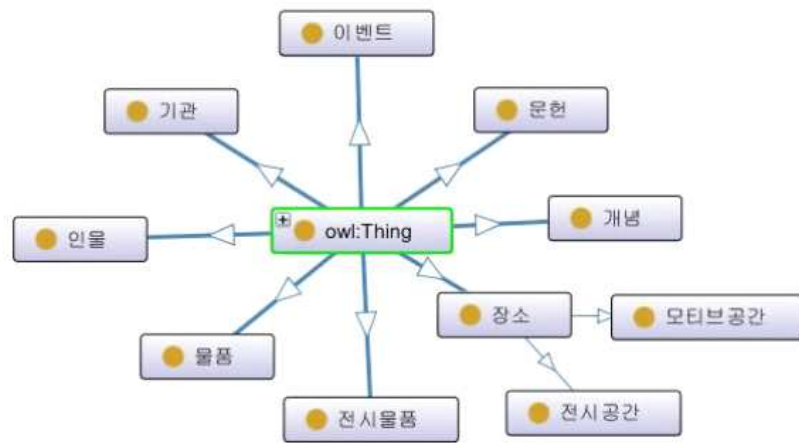


그림. 클래스(Class) 설계

왕실 여성 문화 전시의 클래스는 인물 클래스, 기관 클래스, 이벤트 클래스, 전시물품 클래스, 물품 클래스, 문헌 클래스, 개념 클래스, 전시연출 클래스, 장소 클래스로 이루어졌다. 각 클래스는 오프라인 전시세계를 충실히 표현하기 위해 서브 클래스를 둔 것도 있으며, 이후 확장을 고려하였다.

표. 클래스(Class) 설계 명세표

클래스	서브클래스	설명
인물		전시 관련 인물
기관		운영주체로서의 기관
이벤트		장소, 일정이 특정되는 사건
전시물품		전시세계 안의 실물 형태
물품		전시세계 밖의 실물 및 기록 데이터로 확인 가능한 물품

문헌		전시세계 구성에 참고한 사료
개념		전시 대상 관련 개념
장소	전시공간	실제 전시가 발생한 공간
	모티브공간	전시세계 구성에 모티브가 된 공간

속성(Object Property)으로 구분된다. 데이터 타이 속성 설계는 개체와 그

데이터타입 속성 설계는 개체가 가지고 있는 속성을 담기 위해 틀을 짜는 것이다. 오브젝트 속성 설계는 관계성 설계에 해당하므로, 관계성(Relation) 설정에서 다를 것이다. 속성을 기술하기 위해서는 서술 어휘를 정의해야 한다. 본 연구에서는 기존에 정의된 어휘를 따르는 것을 기본으로 하되, 적합한 어휘가 없을 때는 새롭게 정의하였다. 본 연구에 적용한 오브젝트 속성과 데이터 타입 속성의 기존 어휘는 rdfs, edm, time, geo 이고, 새롭게 정의한 어휘는 rhm(Royal Heritage Museum)으로 정의하였다.

표. 왕실 여성 문화 전시 온톨로지의 속성(Datatype Property)

속성	설명
rdfs:label	대표어 (한글이름)
rhm:othername	이칭
rhm:birth	생년
rhm:field	보유종목/연구분야
rhm:designate	무형문화재 지정 번호/소속
rhm:url	웹자원
rhm:concept	전시 컨셉
rhm:place	전시가 일어난 장소
time:begin	전시 시작일
time:end	전시 종료일
rhm:displayType	연출 방식
rhm:limitedDescription	오프라인에 명시한 설명
rhm:image	현장 사진
rhm:type	유형
rhm:function	기능
rhm:description	설명
rhm:tag	검색에 활용될 단어
rhm:publishingYear	발행연도

edm:currentLocation	소장처
rhm:address	주소
geo:lat	위도
geo:long	경도

■ 인물

인물 클래스는 왕실 여성 문화 전시에 참여했거나 기여한 인물을 다루기 위한 클래스이다. 인물은 참여 자격에 따라 만든이, 제공인, 자문위원, 물품의 실제 사용인물, 총 4개로 범주화된다.

표. 인물 클래스 설계 명세표

클래스	개체 예시
인물	김복곤, 이재만, 황해봉, 임순옥, 이민주, 영친왕비 등

인물 클래스는 7개의 속성을 가진다. 전시와 관련한 인물은 전시에 직접 참여하기보다는 작품을 제공하는 주체로 참여했거나, 정보를 제공하는 주체로 기여했기 때문에 인물의 전공 분야(종목, 연구)와 공인된 자격 또는 소속을 속성으로 두었다.

전시를 기획할 때 ‘왕후’라는 지위에 주목을 하되, 특정 왕비를 지목하여 스토리를 풀어내는 것을 지양하고 있어 전시에서 언급되는 역사적 인물은 수가 많지 않다. 전시 기여 인물과 역사적 범주의 인물을 인물 클래스에 함께 포함시킨 관계로 인물의 경우 생년을 속성으로 두어 차이를 인지할 수 있게 하였다.

만약 무형문화재 인물들의 전체 리스트를 만든다면 지정번호, 지정명칭(지정일), 지정처(국가지정, 시도지정), 인정일 및 현황(보유자, 명예보유자, 전수조교, 이수자)을 모두 입력해야 하지만, 전시에서 인물의 지정현황에 따라 작품의 위계를 설정하지 않아, 인물을 설명하기에 필수적이라고 여겨지는 종목과 무형문화재 지정번호만 담는 것으로 하였다. 또한 인물이 전시에 직접 참여하기보다는 작품을 제공하는 주체로 참여했거나, 자문 역할로 기여했기

때문에 주요 작품이나 연구를 속성으로 담았다. 인물 정보와 사진 등은 웹에 공개된 백과사전류 정보를 연결했다.

표. 인물 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어 (한글이름)
rhm:othername	이칭
rhm:birth	생년
rhm:field	보유종목/연구분야
rhm:designate	무형문화재 지정 번호/소속
rhm:work	주요 작품/연구
rhm:url	웹자원

표. 인물 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	황수로
rhm:othername	황을순
rhm:birth	1935년
rhm:field	공예, 궁중채화
rhm:designate	국가무형문화재 제124호/(재)수로문화재단 이사장
rhm:work	홍벽도화준, 순조지당판, 세자궁찬안 등
rhm:url	http://www.suroflower.com/

■ 기관

기관 클래스는 왕실 여성 문화 전시와 관련해 전시 물품을 제공하거나, 전시 물품 제작을 위해 자료를 제공해주는 기관들을 포함한다.

표. 기관 클래스 설계 명세표

클래스	개체 예시
기관	국립고궁박물관, 국립무형유산원 전승공예품은행, 문화재청 등

기관 클래스는 3개의 속성을 가진다.

표. 기관 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어 (한글이름)
rhm:address	현 주소
rhm:url	웹자원

표. 기관 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	국립고궁박물관
rhm:address	서울특별시 종로구 효자로 12(세종로1-57)
rhm:url	https://www.gogung.go.kr/main.do

■ 이벤트

이벤트 클래스는 시간과 장소를 명시할 수 있는 오프라인 전시 자체를 묶기 위한 클래스이다.

표. 이벤트 클래스 설계 명세표

클래스	개체 예시
이벤트	왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다, 왕후의 美의 비밀 , 왕후, 비밀의 공간-대조전의 문을 열다 등

이벤트 클래스는 6개의 속성을 가진다.

표. 이벤트 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어 (한글이름)
rhm:concept	전시 컨셉
rhm:place	전시가 일어난 장소
time:begin	전시 시작일
time:end	전시 종료일
rhm:url	전시 관련 기사 웹자원

표. 이벤트 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다
rhm:concept	비밀, 연향
rhm:place	경복궁 근정전 회랑
time:begin	2019.4.27.(토)
time:end	2019.5.5.(일)
rhm:url	https://royalculturefestival.org/?menucode=20100&tmenu=program&idx=120&mode=view

■ 전시물품

전시물품 클래스는 전시세계에 구성된 물품만을 포함하는 클래스이다. 전시세계 밖의 역사·문화적 맥락으로 대응되거나 연결할 수 있는 물품은 별도의 물품 클래스에 포함된다.

표. 전시물품 클래스 설계 명세표

클래스	개체 예시
-----	-------

전시물품	화각경대, 해금, 백학도(2D프린팅), 영친왕비 청화백자당초문 분합(3D프린팅) 등
------	---------------------------------------------------

전시물품 클래스는 4개의 속성을 가진다. 전시물품은 실제 실물을 전시한 경우도 있고, 역사문화적 맥락의 물품에서 영감을 받아 제작, 연출 되었거나, 실제 물품을 복제한 것도 있다. 전시세계 안에서 물품들은 모두 오브제로 간주하여 displayType이라는 속성을 둔다. description은 오프라인 전시에서 명시한 설명만을 담는다. 이미지 역시 오프라인에 전시된 모습을 담는다.

표. 전시물품 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어
rhm:displayType	연출 방식
rhm:limitedDescription	오프라인에 명시한 설명
rhm:image	현장 사진

표. 전시물품 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	영친왕비 청화백자당초문 분합(3D프린팅)
rhm:displayType	3D프린팅
rhm:limitedDescription	(英親王妃靑畫白磁唐草紋粉盒, Porcelain Container for the Face Powder) 왕후의 빛나는 자태를 위해 사용되었던 화장도구로 분합에 진주분을 담아 치장하였다. 발견 당시 경대에 함께 보관되어 있었던 실제 왕후가 사용했던 화장도구를 재현했다. 국립고궁박물관 소장품 재현
rhm:image	



■ **물품**

물품 클래스는 전시세계가 아닌 실제세계에서의 역사·문화적 맥락으로 대응되거나 연결할 수 있는 물품을 포함한다.

표. 물품 클래스 설계 명세표

클래스	개체 예시
물품	영친왕비 청화백자당초문 분합, 백학도, 수혜, 쌍학문 자수 두루주머니 등

물품 클래스는 7개의 속성을 가진다. 전시물품과는 다르게 실제 해당 물품의 객관적 정보를 포함한다. 다양한 전승공예품을 전시하다보면, 전승공예품 개별자에 명칭을 부여하는 부분에 있어서 기준이 명확하지 않을 때가 있다. 대부분 전시물품에 활용할 물품의 명칭은 제공처에서 붙인 이름을 그대로 사용하는데, 제공처마다 이름을 붙이는 방식이 상이할 때가 있다.

예를 들어 같은 개별 물품에 대해 향주머니, 향낭주머니, 쌍학문 자수 두루주머니, 쌍학문 주머니 등으로 문양+장식기법+기능+형태의 나열을 물품에 대한 명칭으로 사용할 때가 있다. 한 공간에 여러 개의 주머니를 진열하고, 각각에 대한 쇼카드를 만들려고 보면 개별 물품마다 이름이 상이한데, 오프라인 전시에서는 이를 하나의 기준을 적용해 문양+장식기법+기능+형태를 모두 나열한다든지 하여 통일시키곤 한다. 디지털 큐레이션 작업에서는 명칭을 일괄적으로 통일 시키는 작업을 하기보다는 이용자가 자신의 지식 정보를 바탕으로 검색을 해도 유의미한 값을 도출할 수 있도록 각 물품에 태그를 입력하여 태그를 통해 검색을 할 수 있도록 하기 위해 속성으로 부여하였다.

표. 물품 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어
rhm:type	유형
rhm:function	기능
rhm:description	설명
rhm:image	사진
rhm:url	웹자원
rhm:tag	검색에 활용될 단어

표. 물품 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	영친왕비 청화백자당초문 분합
rhm:type	공예 > 유물 (유물번호:궁중245)
rhm:function	분합
rhm:description	지름: 6.6cm, 높이: 2.8cm 분과 분첩이 들어있던 당초문 진사 청화백자 합이다. 뚜껑 중앙에는 수(壽)자를 그리고 그 주변에 3개의 당초줄기를 표현하였다. 합의 옆면에는 당초문양이 없으며 수(壽)만 있다.
rhm:image	
rhm:url	https://www.gogung.go.kr/searchView.do?cultureSeq=00017255NA
rhm:tag	분합, 영친왕비유물, 청화백자, 당초문

■ 문헌

문헌 클래스는 전시 세계 구성에 참고한 문헌을 포함한다.

표. 문헌 클래스 설계 명세표

클래스	개체 예시
문헌	무신년진찬도병, 영조정순왕후 가례반차도 등

문헌 클래스는 5개의 속성을 가진다.

표. 문헌 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어
rhm:publishingYear	발행연도
edm:currentLocation	소장처
rhm:description	설명
rhm:url	웹자원

표. 문헌 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	무신년진찬도병
rhm:publishingYear	1848년
edm:currentLocation	국립중앙박물관
rhm:description	<p>비단에 채색, 136.1cm*47.6cm</p> <p>이 그림은 대왕대비인 순원왕후 김씨의 육순과 왕대비인 신정왕후 조씨의 망오(望五, 41세)가되는 1848년(헌종 14)에설행된 진찬례를 그린 8폭 병풍이다. 이 병풍 각 폭의 내용과 시각구성 등 전반적인 양식은 19세기의 진찬도병과 진연도병의 전형이 되었다. 헌종은 무신년을 '천지일회(千之一會)의 경년(慶年)'이라 하여, 전례에 따라 친히 존호를 올리는 예를 거행하였다. 진찬은 이 상존호례(上尊號禮)를 기념하기 위하여</p>

	<p>제작되었다. 3월 17일에 통명전에서 대왕대비전 내진찬과 야진찬이 열렸고, 이틀 뒤인 19일에 헌종의 익일회작과 익일야연이 거행되었다. 이 네번에 걸친 연회를 그린 이 병풍의 내용을 구체적으로 살펴보면 1,2폭에는 진찬일 전날 상존호례를 축하하는 진하례 광경, 3,4폭에 <통명전진찬도>, 5,6폭에 <통명전야진찬도>, 7폭에 <통명전헌종회작도>, 8폭에 진찬소 당상과 낭청의 좌목이 기록되어 있다. 이 진찬은 통명전 회작을 제외하면 모두 내연으로 거행되었기 때문에, 행사장의 설비나 구도는 4장면이 모두 동일하게 배치되어 있다. 이 화면은 제 4장면인 <통명전헌종회작도>이다. 익일회작은 주로 한 폭에 그려진다. 헌종이 주관한 익일회작에는 명부와 진찬소 당상이 참여하였는데, 명부의 시연위는 주렴으로 구획된 서쪽 보계 위, 진찬소 당랑의 자리는 보계아래로 정해졌다. 정재는 가장 많은 수인 35명이 동원된 선유락 등 5종류가 그려졌다. 선유락은 내진찬과 외진찬 때에도 공연되었는데, 이 회작 때에도 마지막 순서로 공연되었다. 선유락은 채선(彩船)을 가운데 놓고 40명 내외의 많은 여령이 두겹의 원을 만들며 도는 춤으로 화려한 특징 때문인지 19세기에 들어와 연회의 말미를 장식하는 정재로 선호되었다. 선유락의 반주는 순조 연간부터 내취(內吹)가 담당하였다는 특징이 있다. 내취는 원래 조선후기에 왕명을 전달하는 선전관청에 소속된 악인(樂人)으로서 장악원의 고취(鼓吹)가 하는 일을 분담한 것이다. 이들 내취는 징 1명, 호적, 나각, 자바라 각 2명 등 모두 7명으로 구성되어 있는데, 보계 아래에 황색 철릭과 초립을 착용하고 자유로운 자세로 서 있다.</p> <p>(정병모 교수 해설)</p>
rhm:url	http://www.culturecontent.com/content/contentView.do?search_div=CP_THE&search_div_id=CP_THE006&cp_code=cp0235&index_id=cp02350901&content_id=cp023509010001&search_left_menu=3

■ 개념

개념 클래스는 전시 대상 관련한 추상적 개념을 포함한다.

표. 개념 클래스 설계 명세표

클래스	개체 예시
개념	입사장, 화각장, 악기장, 침선장, 궁중채화, 칠보문, 길상어문 등

개념 클래스는 4개의 속성을 가진다.

표. 개념 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어
rhm:type	유형
rhm:description	설명
rhm:url	웹자원

표. 개념 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	입사장
rhm:type	공예 > 입사
rhm:description	국사무형문화재 제78호 지정일 :1983.06.01 보유자/홍정실/서울/1996.03.11(인정) 전수교육조교/승경란/경기/2005.04.20(인정) 전수교육조교/이경자/서울/1990.10.10(인정)/1997.10.01 (해제) 보유자/이학응/서울/1983.06.01(인정)/1988.02.29(해제)

rhm:url	http://www.heritage.go.kr/heri/cul/culSelectDetail.do?ccbaCpno=1271100780000&pageNo=1_1_1_1#
---------	----------------------------------------------------------------------------------------------

■ 장소

장소 클래스는 모티브공간과 전시공간이라는 서브 클래스를 가진다.

표. 장소 클래스 설계 명세표

클래스	서브 클래스	개체 예시
장소	전시공간	경복궁 근정전 행랑, 창덕궁 인정문 외행각 등
	모티브공간	경복궁 향원정, 창덕궁 대조전, 창덕궁 용경헌 등

장소 클래스는 5개의 속성을 가진다.

표. 장소 클래스 속성

속성	설명
rdfs:label	대표어
rhm:address	주소
geo:lat	위도
geo:long	경도
rhm:url	웹자원

표. 장소 클래스의 속성 적용 예시

속성	설명
rdfs:label	경복궁 근정전 행랑
rhm:address	서울 종로구 사직로 161
geo:lat	37.578126
geo:long	126.976350
rhm:url	웹자원

(2) 관계성 설계

관계성(Relation) 설계는 개체와 개체 간에 가질 수 있는 관계에 대한 정보를 기술하는 것이다. 여기서 관계를 맺는 각 개체의 클래스가 무엇이냐에 따라 그 관계성의 종류 또한 다르게 설계된다. 예를 들어 이벤트 클래스의 개체와 전시 물품 클래스의 개체 사이에는 'exhibited(전시하다)'라는 관계성을 부여할 수 있고, 전시 물품과 인물 사이에는 'wasCreatedBy(만들었다)' 또는 'wasProvidedBy(제공되었다)'라는 관계성을 부여할 수 있다. 관계성 설계는 이렇게 개체와 개체 간의 관계에 대한 분석을 바탕으로 관계의 종류를 체계화 하고 이를 나타내는 서술 어휘를 정의하는 작업이다. 이 관계성은 클래스 간에도 설정될 수 있지만, 동일 클래스 안에서도 발생할 수 있다.

Object Property는 데이터와 데이터를 연결해주어 컴퓨터는 화각경대 이 재만이 만들었고, 이재만은 화각장이라는 의미를 읽어낼 수 있다.

(예시 그래프)

본 연구에서 관계성 설계를 위해 정한 서술 어휘는 기존에 있는 어휘를 사용하되, 왕실 여성 문화 전시를 구성하는 요소들의 관계를 고려하여 적절한 어휘가 없을 경우 적합한 어휘를 설계하였다.

표. 왕실 여성 문화 전시 온톨로지 관계성에 사용한 어휘

온톨로지	관계성	설명	역관계
dcterms:	A creator B	창작자(저자)로 인정받는 제작자	B isCreatorOf A
dcterms:	A contributor B	기여자	B isContributorOf A
ekc:	A hasOldName B	구 명칭; 전신(前身)	B isOldNameOf A
ekc:	A documents B	기록물-기록되는 대상	B isDocumentedIn A
ekc:	A goesWith B	물품 간의 수반 관계	
edm:	A currentLocation B	현재 소장처	B isCurrentLocation Of A
dcterms:	A hasPart B	전체-부분 관계	B isPartOf A
edm:	A isRelatedTo B	기타 포괄적 연관 관계	

ekc:	A hasExhibitionAt B	전시와 물품 관계	
dcterms:	A references B	실제 내용의 참조	B isReferencedBy_A
owl:	A sameAs B	동일 또는 유사 관계	
rhm:	A hasDesignated B	공식적인 지정	
rhm:	A isCopyOf B	진품-모조품 관계	B_isOriginalOf_A
rhm:	A hasOtherName B	이칭	
rhm:	A includes B	포함 관계	B_isIncludedIn_A
rhm:	A inspired B	영향을 준 요소	B_wasInspiredBy_A
rhm:	A owns B	소유자	B_iskept_A
rhm:	A offers B	물품 제공자 또는 제공처	B_wasOfferedBy_A
rhm:	A isSubtitleOf B	하위타이틀	
rhm:	A ornaments B	중심물품-장식 관계	B_isOrnamented_A
rhm:	A hasHeldIn B	이벤트- 장소 관계	B_wasHeld_A

표. 왕실 여성 문화 전시 온톨로지 관계성(Object Property) 명세표

관계성	Domain	Range	설명
A creator B	인물	전시물품, 물품	A는 B의 창작자이다
A contributor B	인물	이벤트	A는 B에 기여했다
A hasOldName B	전시장소	전시장소	A의 옛 이름은 B이다
A documents B			
A goesWith B			
A currentLocation B			
A hasPart B			
A isRelatedTo B			
A hasExhibitionAt B			
A references B			
A sameAs B			
A hasDesignated B			
A isCopyOf B			
A hasOtherName B			
A includes B			
A inspired B			
A owns B			
A offers B			
A isSubtitleOf B			
A ornaments B			
A hasHeldIn B			

위의 표는 왕실 여성 문화 전시 온톨로지 모델에서 개체 간의 관계를 표현하는 모든 관계성 어휘를 나열한 것이다. 다음은 클래스 간의 관계 유형별 관계성의 종류와 그에 대한 설명이다.

(이하 클래스 별 관계성 설정에 대한 작업 진행 예정)

■ 이벤트 - 장소 관계

표. 인물 - 장소 관계

관계성	설명	Domain	Range
edm:			

3. 시멘틱 데이터베이스 시각화

앞서 서명한 온톨로지 설계를 바탕으로 정보를 시각화된 형태로 표현하면 아래의 도식과 같다. 전시에 어떤 물품이 실물로 놓였는지, 2D 이미지로 장식되었는지를 구분해서 볼 수 있고, 전시 물품과 관련된 인물의 정보로 연결될 수도 있다. 즉 정보이용자가 어느 정보를 중심으로 접근하는가에 따라 중심 정보를 기반으로 관련 정보들이 재구성되는 방식인 것이다. 이렇게 정보서비스가 이루어지면, 정보이용자들은 본인이 원하는 정보를 중심으로 체계적인 관계망 서비스를 통해 원하는 정보를 쉽게 획득할 수 있다.²⁹⁾ 이러한 서비스 방식은 포털 검색창에 여러 번의 검색어를 입력하는 수고를 덜어주기도 하고, 단편적인 지식을 통해 생각하지 않았거나 몰랐던 연관 지식들로 뻗어 나가는 데에 보조 수단이 되기도 한다. 이와 같이 디지털 큐레이션의 결과를 시각화 툴을 활용해 서비스하는 것은 일반적인 정보서비스인 메뉴 구성을 따라 정보를 탐색하는 것과 달리 이용자가 얼마든지 맥락을 재구성하여 정보를 찾아다닐 수 있다는 점에서 장점이 된다.

(시각화 그래프 첨부 예정)

4. 디지털 큐레이션 콘텐츠 서비스 시나리오

29) 최희수, 앞의 논문, 2020, 406쪽.

(1) 오프라인에서의 정보와 디지털 큐레이션을 통한 정보의 차이
 브랜딩 차원에서 강조되어야 하는 어휘와 지면의 한계로 축소되어야 하는
 내용적 맥락으로 실제 오프라인 전시에서 ‘해금’이라는 악기는 다음과 같이
 짧게 설명된다.



그림. 경북궁 ‘왕과 왕후, 비밀의 연향을 열다’에서
 실물전시존 ‘궁중 연향, 화려한 예술을 펼치다’에 전시된 해금에 대한 쇼카드

반면 같은 해금에 대한 설명을 디지털 큐레이션을 통해 확인하면 다음과
 같은 깊이 있는 정보를 볼 수가 있다.

(네트워크 그래프, 위키 페이지)

(2) 일부의 세계를 구현한 오프라인 전시의 확장으로서 디지털 큐레이션
 창덕궁 ‘왕후, 비밀의 공간-대조전의 문을 열다’에서 구현한 왕후의 방은
 크게 속옷, 대례복(겉옷), 메이크업 테이블 세 존으로 구성되어 있다. 공간의
 한계로 가장 시각적으로 화려해 보이는 물품을 중심으로 취사선택하여 왕비
 의 화려한 겉옷 속에 받쳐 있었던 속옷을 속적삼, 무지기치마, 대솜치마 세

하지만 디스플레이하였다. 이 경우 복식에 대한 사전 지식이 없던 관람객의 경우 오프라인 전시에 소개된 내용을 통해 이 세 가지가 왕비 속옷의 전부라고 여길 수 있다. 그리고 엄밀하게 해당 복식을 ‘왕후만이 입었다’고 단정할 수는 없다. 하지만 브랜드 주관의 전시 컨셉 상 왕비에게 초점을 맞추어 물품을 서술하게 되므로 오프라인에 연출된 세계에서는 전체 컨셉과 결을 함께 하되, 상대적으로 지면의 제약이 없는 디지털 큐레이션을 통해 풍부하고 정확한 정보를 서술할 수 있다.



**기품있고 화려한 왕후의 모습을 위해
왕후만이 갖춰 입은 복식**

Empress's costume exclusively designed for luxurious appearance
王后为彰显华丽气质, 对服饰十分讲究。
저고리는 직계 안들이 울며 밀착시키고 치마를 풍성하게 만들기 위해 속치마를 겹겹이 끼입었다.

1 대습치마 韩服裙笼
Daejeogchima (Pleated underskirt)
길이: 120cm

왕실 여성들이 입었던 속치마의 일종. 정갈 시 피리는 무지기로 버리고 아래는 대습으로 입어 겹치마의 아랫부분을 넓게 퍼지게 하는 역할을 하였다.

한복의 전통복식 재현을 위한 디자인

2 무지기치마 韩服裙撑
Mujigichima (Knee-length layered petticoat)
길이: 120cm

상복 계급. 왕실 여성이 정갈 시 치마 밑에 입었던 속치마의 하나로 안에 솜을 주고 끝부분을 열거하여 입었다. 치마 손잡이 모음이 무지개 갈다 하여 붙여진 이름이다.

한복의 전통복식 재현을 위한 디자인

3 속적삼 内衫
Sokjeoksam (Undershirt)
길이: 120cm

원래의 치수가 저고리와 비슷하나 끝에 입는 저고리보다 치수를 약간 작게 하여 밖 보이게 입었다. 삼복이후라 재도 저고리 한 겹만 입지 않고 맨드신 속적삼을 함께 입었다.

한복의 전통복식 재현을 위한 디자인

그림. 오프라인 전시에서 ‘왕후의 방’의 속옷 3종에 대한 설명



그림. 전시 세계에서 표현된 왕비의 속옷

그림. 디지털 큐레이션을 통해 '왕비의 속옷' 정보를 시각화한 예시

(3) 추가 사례

IV. 결론

본 연구에서 수행한 왕실 여성 문화 오프라인 전시의 디지털 큐레이션의 의미는 다음과 같다.

이미 오프라인에서 수행되어 현재는 구체적인 내용이 온라인 상에서 확인하려면 홈페이지를 통해 요약된 정보를 확인하거나, 전시를 실제 관람했던 몇몇 관람자의 SNS 콘텐츠를 통해 단편적으로 확인이 가능한 전시의 내용을 하나하나 뜯어 노드화 하여 전시 콘텐츠의 디테일한 부분을 상세하게 서술해 데이터 구축을 위한 기반을 마련하였다.

오프라인 전시에 대한 데이터 기술 체계를 바탕으로 전시 정보를 의미에 따라 연계하였다. 이 과정을 통해 전시 기획에 참고했거나, 인용되었거나, 재현한 물품들의 현황을 알 수 있게 하였고, 분산된 자료들을 통합적으로 제공될 수 있도록 하였다. 이에 이용자가 정보를 탐색하는 데에 있어 보조가 되기도 하고, 원하는 정보를 세밀하게 탐색할 수 있는 환경을 구현하였다.

본 연구에서 왕실 여성 문화 전시의 디지털 큐레이션 과정을 요약하면 다음과 같다.

먼저 전시세계를 만들기 위해 참고했던 지식 자원 출처를 리스트화해 정보 자원들을 검토했고, 각각 어떤 정보를 담고 있는지를 살펴보았다. 지식자원들은 포털 마다 상이했기 때문에 상이한 정보는 웹 검색을 통해 추가로 확보했던 자원들을 기타로 담아내었다. 데이터는 오프라인 전시에 대한 모든 노드를 기반으로 연계된 실제 외부 자원을 웹주소를 통해 연계하는 방식으로 작성하였다. 그리고 rhm(Royal Heritage Museum)이라는 온톨로지 모델을 설계해 클래스를 나누고, 각 클래스에 적합한 속성과 클래스 간의 관계

성을 설정하였다. 그리고 구축된 온톨로지를 시각화하여 오프라인 전시와 비교해 디지털 큐레이션을 통해 어떤 점을 얻을 수 있는지를 예시로 제시하였다.

본 연구에서 설계한 디지털 큐레이션은 오프라인 전시에 대한 지식의 깊이를 더하고, 풍부한 지식 정보로 접근이 가능하도록 하여 지속성과 활용 가능성을 제고하였다.

다만 총 10번의 전시 중 가장 최근의 전시 2회만을 대상으로 했기 때문에 후 브랜드의 궁에서 진행된 모든 종류의 전시를 담아내는 것은 앞으로 보완되어야 한다. 또한 궁중 문화 캠페인 하에 전시 형태가 아닌 공연이나 협약식, 패션쇼와 같이 포함하지 못한 다양한 사례가 있다. 이밖에 왕실 여성 문화 전시에서 만든 전시 콘텐츠를 기반으로 약간의 변주 및 각색을 통해 다양한 타깃과의 접점에 활용된 사례도 있다.³⁰⁾ 재창조되었거나 재연출된 콘텐츠가 어느 장소에서 어떤 관람객에게 어떻게 소개 되었는지, 다시 말해 같은 물품이지만 다른 맥락으로 연출되어 새로운 컨셉을 창출해낸 전시도 있기 때문에 본 전시 콘텐츠의 다양한 맥락을 시각화하여 브랜드가 왕실 여성 문화라는 대주제 하에 어떤 발굴 및 전파 활동을 해오고 있는지 까지 담아낸다면 브랜드가 가진 무형적 자산이 훨씬 방대해질 수 있다. 이렇게 방대한 데이터를 통해 향후 새로운 전시 기획 시 이전의 전시가 해를 거듭하며 어떻게 범주를 확대했는지를 시각적으로 확인하여 새로운 기획의 탐구 분야를 모색하고 개발의 단초를 얻을 수 있는 토대를 마련할 수도 있다.

마지막으로 실제 진행했던 전시를 기반으로 하여 디지털 큐레이션을 했기 때문에 향후에는 오프라인 전시 기획을 위해 활용할 수 있는 지식 자원을 수집하는 것을 선행한다면 어떤 결과 값을 얻을 수 있을지 역으로 탐구해볼 수 있는 과제가 될 것이다. 나아가 본 연구에서 제시한 지식 정보를 다루는 부분 외에 실질적인 관람자의 웹상에서의 UX와 브랜드 핵심 이미지를 형성하는 디자인 톤앤매너 등이 반영된 실질적인 온라인 전시를 구현한다면 상업 영역에서 보다 충실히 주최자의 니즈를 담아내면서도 교육적, 사료적 가

30) 글로벌 프레스 대상의 런칭쇼 ('18년 홍콩, '19년 상해) 및 팝업 스토어 (방콕), 제품&아트웍 콜라보 전시 ('19년 한국가구박물관)에서도 본 왕실 여성 문화 전시 콘텐츠를 활용해 재창조되거나 재연출된 사례들이 있다.

치를 담는 모델로써 독자적인 문화 콘텐츠를 만들어낼 수 있을 것이다.

참고 문헌

<단행본>

- 김현, 『인문정보학의 모색』, 북코리아, 2012.
- 김현, 임영상, 김바로, 『디지털 인문학 입문』, 휴복스, 2016.
- 안태욱, 『궁중연향도의 탄생-조선후기 연향 기록화와 양식에 대한 미술사적 연구』, 민속원, 2014, 170쪽.

<연구 논문>

- 김상현, 김나윤, 「문화콘텐츠 개발을 위한 지식정보체계」. 『한국콘텐츠학회논문지』 11권 12호, 2011, 711~722쪽.
- 김성희, 이형미, 「디지털화 문화유산 태그의 패턴 및 특성 분석」, 『한국비블리아학회지』 제20권 제3호, 2009, 171~185쪽.
- 김현규, 「3.1운동에 관한 개방적 연계 데이터 구축 연구」, 한국학중앙연구원 인문정보학 석사학위논문, 2018.
- 박희진, 「디지털 아카이브의 이용자 참여의 활성화를 위한 소셜 태깅 활용 방안 연구」, 『정보관리학회지』 제34권 제3호, 2017, 269~290쪽.
- 이현주, 한광희, 「온라인 큐레이션 플랫폼을 이용한 정보 제공이 현대미술 감상에 미치는 효과」, 『감성과학』 제20권, 3호, 2017, 151~168쪽.
- 장윤금, 「역사자료의 디지털 아카이빙 방안 연구」, 『한국비블리아학회지』 제21권 제4호, 2010, 193~203쪽.
- 최희수, 「디지털 큐레이션을 통한 유교 인물 정보서비스 활성화 방안 연구」. 『유학연구』 제50집, 2020. 401~425쪽.

<웹사이트>

- 위키백과 <https://ko.wikipedia.org>
- 위키 엔사이브즈 http://dh.aks.ac.kr/Encyves/wiki/index.php/한국_기록유산_Encyves
- 문화재청 홈페이지 <http://www.cha.go.kr/main.html>

문화재지킴이 홈페이지 <https://jikimi.cha.go.kr/jikimi/main/index.do>

네이버 사전 <https://dict.naver.com/>

조선왕조실록사전 <http://encysillok.aks.ac.kr/>

궁중문화축전 홈페이지 <https://royalculturefestival.org/index.php>