

2005년 2월
석사학위논문

지역축제 관광문화상품에 관한 연구

조선대학교 대학원

산업공예학과

이지선



100311975 2005-06-23

지역축제 관광문화상품에 관한 연구

A Study on the Tourism & Culture Products of
Regional Festivals

2005년 2월

조선대학교 대학원

산업공예학과

이지선

지역축제 관광문화상품에 관한 연구

지도교수 조 규 춘

이 논문을 미술학 석사학위신청 논문으로 제출함.

2004년 10월

조선대학교 대학원

산업공예학과

이지선

이지선의 석사학위 논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 金相烈 

위원 조선대학교 교수 서 경석 

위원 조선대학교 교수 唐淳浩 

2005년 2월

조선대학교 대학원

〈국 문 초 록〉

이미 고도의 정보화 사회에 있어 문화예술의 시장 환경은 급변하고 있고 문화산업, 문화콘텐츠가 국가의 핵심전략산업으로 부각되어지고 있다 해도 과언이 아닐 것이다.

세계화 시대에 지역간에 경제장벽이 무너짐으로서 지역의 경쟁력은 그 지역의 우수한 문화콘텐츠 및 문화상품과 문화산업의 개발에 의해 크게 좌우될 것이다. 세계가 겪고 있는 변화의 흐름 속에서 한나라의 경제발전과 사회진보를 촉진하는데 디자인은 중요한 원동력이 되어왔다.

상품의 예술화 예술의 상품화가 동시에 진행되고 상품미학이 만연한 오늘날 경제영역은 그 자체를 문화영역이라 해야 할 것이다.

한국적 이미지 상승과 막대한 연쇄적 부가가치를 창출해 낼 상품으로 새로운 페러다임의 지역축제가 부각되고 있다. 국제적인 축제행사를 개발하여 진행하고 있는 광주광역시의 지역축제 관광문화상품으로 공예산업분야는 미개척분야라 할 수 있다고 본다.

축제에 나타난 공예 문화상품이 협의적이고, 획일적이며 외국의 수입품들로 일시적인 이벤트성 성향을 띠고 있어 이에 따른 근본적인 해결방안의 구도를 찾아야 한다는 전제하에 공예문화마을 조성을 제안 했다.

공예마을은 자연 환경적 영향으로 발생하여 역사와 전통을 가지고 있으나 현대에 이르러 그 형태가 다양하게 변화되어 지고 있다.

국내의 한 예를 보면 뜻을 모아 함께 만들어 가는 예술인 문화마을이 축제 속의 축제로 개발 되어지고 예술문화 확산과 더불어 지역 경제 활성화에 이바지하고 있다. 각 지역에서는 정체성을 살려 경제를 활성화 하려는 목표와 과제를 안고 지역 축제라는 컨벤션 유형의 축제를 아이템으로 문화상품을 개발하고 있다. 이러한 현상에 긍정적인 결과를 가지고 있는 에딘버러(1947~)축제와 같은 세계적인 축제들이 그 모델이 된다. 관광객들은 볼거리, 살거리, 즐길거리 들을 찾는다. 본 연구는 지역축제에 나타난 관광문화

상품의 활성화 방안으로 다양한 예술문화를 공유할 수 있는 도시형 복합적인 공예문화마을조성을 제시하고자 한다. 공예문화마을은 그 자체로도 축제의 한 아이템이 될 수 있다. 그러나 지역축제의 관광문화상품으로 제시하고 자함은 공예품 개발의 생산성을 뒷받침해 줄 경제적인 자립도 향상과 활성화 방안이라는 시너지 효과를 위해서이다. 공예문화상품이 축제 기간만을 위한 형태와 정부의 이벤트성 지원을 통해 개발되는 문화상품개발의 한계성에서 벗어나야 한다고 본다. 이러한 관점에서 본 연구의 범위는 세계적인 문화행사가 활발하게 이루어지고 있는 광주광역시를 중심으로 이 지역의 공예품 개발 분야에 변화를 이끌어내고 지역민의 정서와 지역대학의 산·학·관 협동 연구를 통해서 지속적이고 발전적인 결과를 가져오기 위한 연구이다.

ABSTRACT

A Study on the Tourism & Culture Products of Regional Festivals

by: Lee Ji-sun

Advisor: Prof. Cho Gyu-Choon

Dept. of Industrial Crafts

Graduate School of chosun University

As cultural and art markets' environments are rapidly changing in current information-based society, development of cultural industry and contents is being highlighted as one of national strategic industries. Design has become a main energy which promotes economic development and social progress. As an economic boundary between regions all over the countries collapsed, regional competitive power tends to depend on the development of superior culture contents and cultural products and industry.

As products can be artistically pursued and art can be a source of profitable products at the same time, the area of economy is the area of culture itself where the aesthetics of products prevails. As a product that will increase Korean image and produce chain added value, regional festivals with a new paradigm are being encouraged.

Craft industry as a cultural product of Gwangju city festival is under development. As craft products presented in festivals have a narrow meaning, and are imported ones designed for temporary events, this study proposes a construction of a craft village to find a basic solution. The craft village was naturally made because of environmental influences, but its style has been changed diversely.

When domestic and international examples are considered, artists

villages are developed as a festival of festivals which have contributed to regional activation. Each region has goals to activate its economy through reinforcing its identity. It is developing cultural products with convention type festivals as items. International festivals such as Edinburgh festival that produced positive results are examples to be followed. Tourists seek for things to see, to buy and enjoy.

This study is to present a town-style crafts& cultural village where various styles of art and culture are shared. The cultural village can be an item of festivals. However, as a cultural and tourism product of regional festivals, it pursues synergy effect, financial independency and activation that will support crafts products development. We have to overcome a limit that crafts products are developed through governmental supports only for the periods of festivals. This study is designed to produce consistent and developmental results through Gwangju people who will lead the development of craft products and incorporated research of industry&school&government.

목 차

국문초록

ABSTRACT

제 1 장 서 론	1
제1절 연구목적	1
제2절 연구방법 및 범위	3
제 2 장 지역축제의 고찰	4
제1절 축제의 의의	4
제2절 축제의 기능	5
제3절 지역축제의 고찰	6
1. 축제의 개최 목적에 따른 분류	6
2. 축제의 구성형식에 따른 분류	10
3. 지역축제 개발의 필요성	11
4. 광주광역시 지역축제의 종류	13
5. 축제가 지역에 미치는 영향	15
제 3 장 문화상품의 개념 및 고찰	16
제1절 문화와 문화산업의 의의	16
제2절 문화관광의 영향	19
제3절 문화상품의 개념	21
제4절 공예문화상품의 종류	24
제 4 장 예술문화마을의 고찰	28
제1절 헤이리 예술인 마을	28
제2절 에딘버러 국제페스티벌	33
1. 일본 후쿠이현 나이프빌리지	34

2. 일본 오이따현 유후인 마을	37
3. 호주의 멤버론	38
4. 미국의 뉴욕	39
5. 프랑스 중앙미술관협회	39
 제 5 장 공예문화상품의 문제점과 대안 방안	41
제1절 공예문화상품의 문제점	41
제2절 공예문화상품 문제점의 대안방안 대한제안	42
1. 공예문화마을 조성	42
2. 공예문화산업 활성화 방안	45
3. 산·학·관 클러스터 형성	46
 제 6 장 결 론	48

참고문헌

표 목 차

<표 1> 개최 목적별 축제의 종류	6
<표 2> 문화관광부지원 문화 관광축제(2000)	12
<표 3> 광주지역 축제의 종류	13
<표 4> 축제의 지역적 효과와 문제	15
<표 5> 상품의 유동성 및 상품화 과정에 따른 문화산업의 분류	19
<표 6> 문화관광의 경제, 사회, 문화, 환경적 영향	20
<표 7> 일반상품과 문화상품의 비교	21
<표 8> 문화상품의 향수	21
<표 9> 국내·외 문화상품 개발의 비교	22
<표10> 공예품의 종류	27

그 림 목 차

<그림 1> 안성길놀이카니발의 출다리기	7
<그림 2> 안성 남사당 바우덕이 축제	7
<그림 3> 광주 김치 대 축제	7
<그림 4> 안면도 농어촌 사랑 김장 축제	8
<그림 5> 함평 나비 축제	8
<그림 6> 장성 백암산국기제	8
<그림 7> 금산 인삼 축제	8
<그림 8> 남제주군추사문화예술제	8
<그림 9> 장성단풍 테마 퍼레이드	9
<그림10> 광주 남구 고싸움놀이	9
<그림11> 고창 수산물 축제	9
<그림12> 고창갯벌체험	9
<그림13> 김해 분청 도자기 축제	9
<그림14> 세계 민속 축제	10
<그림15> 추억의 7080 광주 충장로 축제-추억의 패션쇼, 품바, 코스프레	10
<그림16> 섬유공예 생활소품	24
<그림17> 이유라 한지 명품관	25
<그림18> 목공예 생활 소품-연다원	26
<그림19> 헤이리 마을	28
<그림20> 선상의 밴드	33
<그림21> 에딘버러 국악제 퍼레이드	33
<그림22> 시가 행진하는 군악 페스티벌	33
<그림23> 50주년 행사 팜플렛	33
<그림24> 에딘버러 국제 페스티벌	34
<그림25> 나이프 빌리지-체험 학습장	35
<그림26> 나이프의 종류	36
<그림27> 나이프 전시관	36
<그림28> 점 내 풍 경	36
<그림29> 가정용 나이프	37
<그림30> 전통지(종이뜨기)와 죽인형 공방	38

제1장 서 론

제1절 연구목적

시대변화에 발맞추어 축제가 가지고 있는 원래의 유형도 변화되었다. 원시적인 제의(祭儀)의 의미와 지역적 집단 공동체의 단합된 의식의 행위가 약해지고 서양적인 분위기의 놀이문화가 정착되어가고 있다. 지방자치시대(1995년)가 시작되면서 축제의 경향이 다양한 형태로 변화하고 있다. 각시도 군에서는 중앙정부로부터 지방자치단체간의 분권화에 따른 목표와 과제를 안게 되었다. 각 단체장들은 지역경제 활성화라는 목표를 두고 각 지역이 보유하고 있는 모든 자원의 활성화를 위하여 총 동원하고 있다. 지역경제를 성장시켜야 하는 방안으로 축제라는 상품이 부각되고 그에 포커스를 맞추게 되었다. 또한 각 자치단체에서는 지역의 특성을 살리기 위해 모험적인 축제들을 개최하기 시작하였다. 축제는 그 특성상 지역을 알리고 외부의 관광객을 끌어들일 수 있는 컨벤션 유형의 아이템이라 할 것이다. 지역축제를 통해서 지역의 정체성을 알리고 문화산업을 활성화하여 지역의 부가가치를 극 상승 시킨 결과를 이루어 낸 에딘버러 축제(1947~)와 같은 세계적인 축제들이 있다. 지역의 쇠퇴해가는 경제를 살리고 이주해가는 인구의 감소의 폭을 줄이기 위한 방안 중 하나의 정책이었다. 그와 같은 축제가 성공적인 결과를 가져오기까지는 환경의 변화에 발맞추어 그 지역의 매력도를 높이기 위한 내부적인 분석이 필요했었다.

오늘날 교통수단의 발달은 세계를 시간과 공간적으로 단축시켜 주고 여가 및 가치관의 확립에 필요한 시야를 넓히기 위해 관광을 일상생활의 일부분으로 만들어가고 있다. 관광은 지역 및 국가의 경제발전의 원동력이 될 뿐만 아니라 홍보효과와 함께 전 세계간의 국제교류를 촉진시켜주는 역할을 해주고 있다. 관광산업의 중요성이 강조됨에 따라서 세계 각국은 자국의 관광산업의 개발에 높은 우선순위를 부여하고 각종 진흥책을 활발히 추진하고 있다. 특히 선진국은 자국 문화의 전파와 지방지자체 단체의 수익창출을 위하

여 관광산업으로 육성하고 있으며, 아시아를 중심으로 한 개발도상국들은 무역수지 적자의 보전책으로 관광산업을 적극 장려하고 있다.¹⁾ 또한 관광의 역사를 통해서 볼 때 여행을 하려는 인간의 욕망은 지속적으로 증대되어왔고 오늘날에는 단순히 보고 즐기는 관광에서 탈피하여 직접 참여하거나 문화관광을 통하여 전통적 사회가치에 관심을 돌리고 현재에서 과거를 찾고 경험할 수 있는 기회 속에서 자신만의 감각이나 지적능력 또는 상상력을 이용하여 새롭고 독특한 여행을 만들어 가려고 하고 있다.²⁾

문화 지향적인 이러한 추구는 문화관광의 개발 수단으로서 지역사회 개발과 지방문화를 후원할 수 있을 뿐만 아니라 관광의 취약성을 줄이는 데도 도움을 줄 수 있기 때문이다.³⁾ 그 지역만의 최적상품 개발에 심혈을 기울여 자신만의 U.S.P(unique selling proposition)를 개발해냈다.⁴⁾ 문화관광은 전통적 제조 산업을 대신 할 수 있기 때문에 우리나라에서도 1995년 교통부에서 문화체육부로 관광행정이 이관 되었다가 1998년 다시 문화관광부로 명칭을 변경하는 등 지역 문화자원 개발과 외래 관광객 유치증대를 위한 많은 노력을 하고 있다.⁵⁾

본 연구는 지역축제에 기반을 둔 관광문화상품의 활성화 방안으로 다양한 예술 문화를 공유할 수 있는 복합적인 공예문화마을 개발에 관하여 연구하고자 한다. 공예문화상품의 시장성 및 비중이 전체 문화콘텐츠에 커다란 비중을 차지하지는 않으나 그 규모의 확산과 공예산업으로 자립도를 높일 수 있는 가능성을 지니고 있다.

지역축제의 인프라를 기반으로 공예문화마을 조성하여 문화관광 상품 개발이 이루어진다면 그 특성상 지역의 정체성을 알리는 홍보상품으로서만이 아니라 '축제속의 또 하나의 축제'의 효과를 낼 수 있는 연계성 상품으로의 부가가치를 크게 볼 수 있다고 본다. 이러한 지역축제의 문화관광상품의 시

1) 김진탁, 1999

2) Urry, 1990

3) Richards, 1996

4) 김우재, 지역문화상품 개발을 위한 장소마케팅 전략에 관한 연구, 서울대 경영학석사학
위논문 2000, p.3

5) 반정화, 1998

너지 효과 면에서 산업의 하나로 적극적인 개발의 필요성이 있다. 특히 지역축제와 같은 목적여행을 하는 가족단위 또는 커플 등의 관광객의 체험행사로서 뿐만 아니라 기념적인 추억의 상품으로서의 가치 또한 크다고 볼 수 있을 것이다.

본 연구는 지역축제 관광 문화상품으로 관광객의 볼거리와 살거리와 즐길거리의 만족도를 높여줄 수 있는 공예문화마을의 적극적인 개발의 필요성에 관하여 연구하고자 한다.

제2절 연구범위 및 방법

세계적인 민속예술제, 국제적인 비엔날레개최, 국제영화제 등의 국제문화관광객이 많은 광주광역시를 중심으로 지역축제의 관광 문화상품으로서 공예산업 활성화방안을 모색하고자 공예마을 조성방안을 제안하였다.

첫째 서론에서 연구의 목적과 연구범위 및 방법에 관한 내용이다.

둘째 시대흐름 속에서 변화되어온 축제의 정체성을 고찰한다.

셋째 지역축제 관광객을 위한 공예문화상품의 개발과 필요성을 파악한다.

넷째 다양한 문화예술인들이 모여서 만들어진 파주의 헤이리 마을 형성과정과 세계적인 축제로 아일랜드의 에딘버러 페스티벌에 대해 분석하여 벤치마킹 한다.

다섯째 지역축제 관광문화상품으로 축제 속의 축제로 다양한 예술문화를 공유 할 수 있는 공예문화마을조성방안을 제안하고자 한다.

제2장 지역축제의 고찰

제1절 축제의 의의

노래와 춤을 비롯하여 예술이 망라되어 있는 것이 축제라면 민속예술의 시원이라고 볼 수 있는 제천의례가 우리 축제의 시원이 될 수 있다. 제천의례는 흐트러진 놀이판이자 신성한 종교의 장으로 천신에게 제사지내고 음주가무로 놀이판을 벌이며 신과의 만남을 통해 소망을 빌었다. 문화 인류학적인 관점에서 축제의 정의는 성성(聖性), 일상성(日常性)에서의 탈출, 주기성(週期性), 집단관여(集團關與) 등 4가지 요소를 갖추어야 하는 것으로 알려지고 있다.

첫째, 성성(聖性)이란 신(神)이나 불상 등 여러 가지 상징적인 제사도구를 사용하여 그것을 모시고, 나아가 축제의 고유적인 습관이나 규칙으로 부정을 없애는 성별된 시간이나 공간을 만드는 것이다.

둘째, 일상성(日常性)에서 탈출이란 축제기간 중에 일상적인 업무나 생활에서 벗어나 특이한 생활이나 관습을 체험하는 것이다.

셋째, 불규칙적으로 실시하는 축제도 있지만 격년 내지는 매년 반복해서 개최한다. 축제 속에서 고향의식이나 동료의식이 생기고 축제의 관습이나 규칙, 기술이 후손에게 학습되고 전수되어 간다.

넷째, 집단속에서 자기 정체성을 확인 하는 것이다. 그 소속 집단 구성원의 한 사람이라는 존재가치, 집단속에서 자기성취감을 발견하려는 것이다. 이러한 집단관여의 유무는 축제와 이벤트, 의식(儀式)을 구분하는 기능을 가진다. 축제는 놀이와 예술적 요소가 포함 된 제의(祭儀)라는 두 가지 성격을 가진다. 오늘날 축제는 초기의 성스러운 종교적 제의로부터 탈피하여 유희성을 많이 지니게 되었다.

우리나라는 축제라는 용어가 상당히 일반화되어 있지만 사실 '놀이'라는 표현이 더 자연스럽다. 여러 사람이 공동으로 어울려 노는 우리식의 축제는 종교의례의 터 이었지만 그 속에는 유희성도 담겨있어 놀이로 변이되기도 한다. 축제에서 종교적 요소를 배제할 수는 없지만 오늘날의 축제는 종

교적인 성향보다는 유희적이고 놀이적인 모습으로 부각되어 지고 있다. 그러나 축제를 제(祭)가 사라지고 축(祝)만 남은 것이라고 단언할 수도 없다. 축제는 축과 제가 함축된 문화적인 현상이기도 하다. 일반적으로 전통축제는 지역성과 역사적 상관성 속에서 생성되어 전승되어 온 전통적인 문화유산이라 할 수 있다.

제2절 축제의 기능

축제를 역사, 문화, 사회의 산물이라고 본다면 종교적, 윤리적, 사회적, 정치적, 예술적, 오락적, 생산적 기능을 하였다. 그 기능으로

첫째, 종교적 기능은 신에게 제사를 지내고 풍농을 기원하는 원초적이고 종교적인 제의(祭儀)성과 연결된 축제의 기능이다.

둘째, 윤리적 기능으로 하늘에 제사를 지낸 것은 천신을 공경하고 숭배하는 그 제천의례 윤리의식의 기능이다.

셋째, 사회적 기능은 사회 구성원으로서의 자기 확인과 공동체 의식의 고양 및 사회 통합적인 기능을 포괄하는 것으로 향토민과 공감대를 갖는다.

넷째, 정치적 기능으로 지역축제를 위하여 지역의 대표들이 모여 모임의 구성 및 결정에 따라 일이 처리되는 정치적 형태를 갖춘 기능이다.

다섯째, 예술적기능이다. 축제가 종합예술의 성격을 지니고 있다.

여섯째, 오락적인 기능으로 축제가 일상생활과 구별된다는 점에서 일탈성(逸脫性)의 특징으로 일상에서 벗어나 자유로움을 만끽하고 이완케 하는 기능이다.

일곱째, 재충전의 기능이다. 축제의 이완은 단순히 즐거움을 위한 것이 아니고 다른 일을 하기위한 재충전의 작업이다.

전통사회에서의 이와 같은 축제의 기능이 산업화가 되면서 산업사회에 적합한 의미를 강화하게 된다. 도시인에게 거리의 축제나 놀이마당은 고향의 향수를 간접적으로 보여주는 것이다. 전통적인 축제의 명맥이 약화되어지긴 했으나 축제는 지역사회를 밝고 긍정적인 분위기로 전환시키는 기능, 지식의 보급과 기술의 증진을 가능하게 하는 기능을 가지고 있다. 축제는 그 자체가 목적이 아니어도 목적 달성을 위한 효율적인 수단을 가지고 있다.

제3절 지역축제의 고찰

1. 축제의 개최 목적에 따른 분류 6)

축제는 개최 목적에 따라 주민화합 축제, 관광 축제, 산업 축제, 특수 목적 축제로 분류하여 볼 수 있다.

가) 주민화합 축제-지역 주민들의 화합 차원의 축제로서 각 지역의 전통적인 축제 문화행사 시 군 구민의 날 행사 등이 포함된다.

나) 관광 축제-관광산업의 발전과 관광객 유치를 통해 지역발전, 경제 활성화를 목적으로 개최되는 축제행사로 농촌 환경의 특성을 살린 친환경 축제가 있다.

다) 산업 축제-산업발전을 목적으로 이루어지는 문화행사로 광주국제 영화제, 광주 김치 대축제, 고흥군 우주항공축제 등이 있다.

라) 특수 목적 축제-환경보호 또는 역사적 인물 사실을 추모하거나 재현하는 목적으로 개최되는 축제로서 장보고 축제, 갯벌 축제 등으로 분류 된다.

개최 목적별 빈도수를 다음 <표1>에서와 같이 볼 수 있다.

<표1> 개최 목적별 축제의 종류

	빈 도	백 분 율
주민화합축제	284	68.9
관광축제	50	12.1
산업축제	43	10.4
특수목적축제	35	8.5
총계	412	100.0

국내에서 개최되고 있는 다양한 축제행사들의 일부를 다음 <그림>과 같이 볼 수 있다. 현대에 이르러 전통축제 뿐만 아니라 문화제, 예술제, 전국

6) 이대희, 문화산업론 대영출판사, p.370

민속예술경연대회 등 문화행사 또는 향토예술, 향토예능, 향토 민속놀이 테마 형 축제, 문화 이벤트행사 및 퍼포먼스와 같은 유형의 프로그램들이 축제 속 부연의 행사로 시작되어서 그 규모가 확대되고 현대예술로 승화되어 축제속의 축제로 활성화되고 있다.

〈그림1〉 안성길놀이 카니발의 춤다리기



〈그림2〉 안성 남사당 바우덕이 축제



〈그림3〉 광주 김치 대 축제



<그림4> 안면도 농어촌 사랑 김장 축제



<그림5> 함평 나비 축제



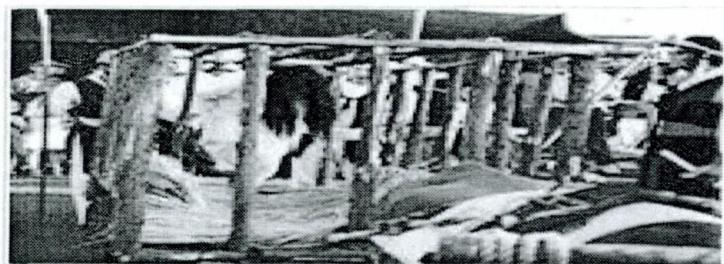
<그림6>장성백암산국기제



<그림7>금산 인삼 축제



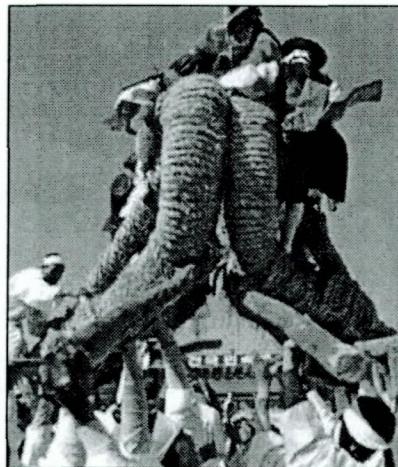
<그림8> 남제주군 추사문화예술제



<그림9>장성단풍페레이드



<그림10>광주 남구고싸움놀이



<그림11> 고창 수산물 축제



<그12> 고창 갯벌 체험



<그림13> 김해 분청도자기 축제



<그림14> 세계민속축제

서울난타



대만



인도



일본 나마하케다이코



<그림15> 추억의 7080 광주총장로축제-추억의 패션쇼, 품바, 코스프레



2. 축제의 구성 형식에 따른 분류

축제의 구성 형식은 전통문화축제와 예술축제, 종합축제와 기타의 축제로

나누어 볼 수 있다.

가) 전통문화 축제-지역의 전승설화나 풍습에 유래하여 개최되는 축제로, 전통적인 제례의식, 전통예술 및 민속놀이 위주로 구성된 축제로서 하회 별 신굿 축제 등이 있다. 종합 축제와 유사하거나 특성이 혼재되어 나타나기도 하지만 주로 프로그램의 구성 형식에서 전통 문화적 요소가 강하게 나타날 경우에는 이를 종합 축제로 보지 않고 전통문화 축제로 본다.

나) 예술 축제-축제의 프로그램 구성이 문학, 미술, 음악, 무용, 연극 등 현대적인 전시예술 및 공연예술 위주로 구성된 축제로 서구 문화적인 형식의 축제이다. 다른 프로그램과 혼합되어 있을 경우에도 축제의 명칭이나 주요 프로그램에 예술적 소재를 주로 활용하는 축제이다.

다) 종합 축제- 전야제에 주로 제사, 시가행진, 축등행렬 등이 진행되고 공개행사로 개막식과 축하공연이 있다. 전통 문화행사로 민속예술 공연 등이 있고 현대적 문화 예술행사로 각종 예술분야의 전시 및 공연 백일장 등이 있다. 주민 체육대회 등이 있고 부대행사로는 특산품 판매, 미인선발 대회, 체험 난장개설 등 다양하고 복합적으로 구성된 축제이다.

라) 기타 축제-위의 분류된 축제 이외에 체육행사를 비롯한 오락프로그램 위주의 축제, 아가씨선발대회 위주의 축제, 추모제 형식 및 이와 관련된 학술 행사 등 주로 독창성 있는 단일한 소재나 내용으로 구성된 축제 등이 있다.

3. 지역축제 개발의 필요성

지역축제의 개발이 성공적으로 될 경우 '유럽의 문화도시'로 지정받은 영국의 글래스고우(Glasgow)나 생동감이 있는 이미지로 새로 태어난 뉴질랜드 수도 웰링턴(Wellington)의 경우처럼 지역 이미지 홍보효과가 크며 스코틀랜드의 에든버러 축제와 같이 지역경제가 활성화 될 수 있음을 알 수 있다.⁷⁾ 문화관광부는 '99년부터 매년 문화 관광축제를 선정하여 지원 육성함으로서 지역축제를 세계적인 문화관광축제로 경쟁력을 키워내려고 노력하고 있다. 다음의 <표2>는 문화관광부 지원으로 개최되는 문화관광축제의 종류이다.

7) 박근수, 지역사회협력과 지역축제기획모형 정립에 관한 연구, 한국관광학회 2001,
pp.149~169.

<표2> 문화관광부지원 문화관광 축제(2000)

행사명	장소 / 주관단체	프로그램			
		관람	체험	공연	이벤트
한라산눈꽃축제	제주도/관광 진흥과	○	○	○	
대관령눈꽃축제	강원도평창군/문화관광과		○	○	○
청도소싸움	경북청도/문화담당과	○	○		○
경주전통주와 떡축제	경북경주/경주시 관광 진흥과	○	○		○
영암왕인축제	전남영암군/공보과, 향토축제추진위원회	○	○	○	○
서천모시문화제	충남서천/문화공보실, 서천모시문화제 추진위원회	○	○	○	○
진도영등축제	전남진도군/영등축제 추진위원회	○	○		○
남원춘향제	전북남원시/문화체육계춘양문화 선양회	○	○	○	○
하동 야생차축제	경남하동군/지역경제과	○	○		○
무주반딧불축제	전북무주군/지역경제과	○	○		○
보령머드축제	충남보령시/문화관광과		○		○
고성공룡나라축제	경남고성군/문화관광과	○	○		○
강진청자문화제	전남강진군/문화공보과, 강진향토 축제 추진위원회	○	○	○	○
대전사이언스페스 티벌2000	대전광역시/대전엑스포추진위원회	○	○		
금산인삼축제	충남금산군/문화공보과, 금산 인삼 축제 집행위원회		○		○
영동난계국악축제	충북영동군/문화공보과, 난계 기념 사업회	○	○	○	
충주세계무술축제	충주시/문화관광과, 축제 추진 위원회		○	○	○
영양 송이축제	강원도양양군/송이축제위원회		○		○
안동국제페스티벌	경북안동시, 문화관광과, 페스티벌 추진위원회	○	○	○	○
통영나전칠기축제	경남통영시/문화관광과, 공예협동조합	○			○
여주도자기박람회	경기도여주군/지역경제과	○	○		○
이천도자기축제	경기도이천시/도자기축제추진위원회	○	○		○
광주김치축제	광주광역시/관광과	○	○		○
의산보석문화축제	의산시/지역경제과	○			○
부산자갈치축제	부산광역시/자갈치축제위원회				○

4. 광주광역시 축제의 종류

광주광역시에서는 2004년 1월 현재 광역시와 각 지역구에서 15개 축제를 개발하여 개최하고 있다.⁸⁾ 그 종류와 내용은 다음 <표3>와 같다.

<표3> 광주지역 축제의 종류

지역명	축제명	개최(기간)	축제 주요내용	주최/주관	최초연도	개최횟수
광주광역시	제5회 2004 광주비엔날레	9.10~11.13	○국제현대미술전(본전시) ○특별전, 일반공연, 전시, 해외 문화주간	(재)광주비엔날레, 광주광역시/ 광주비엔날레	1997	4회
	제4회 국제영화제	9.16~25 (10일)	○영화상영:20개국200편 ○학술행사심포지엄)	(사)광주국제영화제조직위원회 주최	2001	3회
	제1회 세계민속예술축제	10.2~10 (9일)	○세계민속歌舞樂공연 ○개막퍼레이드, 폐막제	광주광역시	2004	-
	제11회 광주김치 대축제	10.19~24 (6일)	○김치전시관 운영 ○김치담그기 경연대회 ○김치체험코너 운영 ○문화예술공연 등	광주광역시/ 광주광역시	1994	10회
	제1회 광주디자인프레-비엔날레	6.18~27 (10일)	○세계디자인명품관 ○국내우수디자인기업관 ○국제디자인세미나	광주광역시/ 광주광역시	2004	-
	제12회 임방울국악제	9.13~15 (3일)	○다양한 볼거리 행사 ○전야제 ○명인명창 초청공연	광주광역시/ 임방울진흥문화재단	1993	11회
동구	제1회 '추억의 7080 총장로 축제'	10월중 (예정)	○70~80년대 추억을 소재로 한 거리 퍼포먼스 ○전시, 부대행사 등	광주시 동구/ 동구문화축제 추진위원회	2004	-
서구	제6회 서창 만드리 풍년제	7.29예정 (1일)	○만드리 유래 소개 ○재현(노동요:산타령, 만드리소리, 장원질소리)	광주시 서구/ 서창드리추진위원회	1999	5회
	제18회 전국연날리기	2. 1 (1일)	○연날리기 대회 ○민속놀이 대회	전국연날리기 추진위원회/	1956	17회

7) www.edu.eturkorea.com

지역명	축제명	개최 (기간)	축제 주요내용	주최/주관	최초 연도	개최 횟수
남 구	제22회 고싸움놀이 축제	2. 4~5 (2일)	○당산제(농악놀이) ○소원성취 달집태우기 ○고싸움놀이 시연, ○전통민속놀이, 정월대보 름 음식체험, 짚풀공예전	고싸움놀이 보존회	1983	21회
	제1회 구민의날	5. 6~9 (4일)	○구민의 상 시상 ○칠죽전시회(區化) ○동대항 체육행사 ○축하음악회	광주광역시 남구/ 남구문화원	2004	-
	제2회 효사랑 65축제	10.20~24 (5일)	○전시 · 공연행사(전국노래 자랑, 서비스, 음악회, 영화 제 등) ○보건 · 의료행사(역할극, 건강강좌, 심포지엄, 무료 검진)	광주광역시 남구/ 효사랑65축제 위원회	2003	1회
북 구	제7회 자미축제	2004. 10월 중 (3일)	○광주정신계승마라톤 대회 ○줄다리기, 대형윷놀이 ○전시회, 문화체험마당	광주광역시 북구/자미탄 재현추진 위원회 (062-410- 8225)	1998	6회
	제6회 봄꽃 축제	2004 4.2~4.12 (11일)	○야생화전시(자연학습장 이용) ○분재전시, 인형극 공연 ○부대행사(매일 밴드연 주)	광주광역시 북구/광주광 역시 북구	1999	5회
	제6회 가을꽃 축제	2004. 10.22~ 11.1 (11일)	○국화 · 야생화전시, 서양 화 및 분재전시, 공예품 전시 ○인형극공연(7일간) ○(밴드연주: 밴드농악, 어린	광주광역시 북구/광주광 역시 북구 (062-510- 1511)	1999	5회

5. 축제가 지역에 미치는 영향

축제가 지역에 미치는 긍정적인 효과와 문제유발에 관하여 경제적, 관광적, 물리 환경적, 사회문화적, 심리적, 정치 행정적인 측면에서 분석한 내용이다.

<표4> 축제의 지역적 효과와 문제⁹⁾

구 분	긍정적 효과	문제 유발
경제적 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 지역소득증대 - 고용창출 - 지역 활성화의 계기 	<ul style="list-style-type: none"> - 관광 유치 실패에 따른 경제적 손실 - 비용의 대체 기회 상실 - 기간 중 물가에 영향
관광측면	<ul style="list-style-type: none"> - 관광 목적지로서의 지명도상승 - 새 숙박시설과 관광 매력 증대 	<ul style="list-style-type: none"> - 시설 운영의 실수 - 바가지 가격 형성 시 나쁜 이미지
물리 환경적 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 신규시설증가 - 지역인프라 개선 - 유산보전 	<ul style="list-style-type: none"> - 생태계파괴 - 유산파괴 - 교통 혼잡
사회 문화적 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 지역사회의 정체성 - 관련 지역 이익의 지속적 증가와 기회 - 관련 사회 문화활동의 증가 - 지역의 가치관과 전통의 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 개인 활동의 상업화 - 관광중심의 행사로 변질우려 - 지역 사회의 혼란
심리적 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 지역사회의 자긍심과 공동체 정신 증가 - 외부지역의 평가에 민감함 	<ul style="list-style-type: none"> - 주민과 관광객간의 갈등 - 문화적 충격
정치 행정적 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 지역의 국제화와 지역 간 교류기회 - 문화행사 기획능력향상 	<ul style="list-style-type: none"> - 지역 정치에의 악용

9) 이홍재, 문화축제와 지역 활성화, 2001, 경인문화사 p.287

제3장 문화상품의 개념 및 고찰

제1절 문화와 문화산업의 의의

유네스코(UNESCO, 1986)에서는 가장 넓은 의미에서 문화는 “한 사회집단을 특징짓는 고유의 정신적, 물질적, 지적, 그리고 정서적인 특징들을 나타내며 예술, 언어, 문학에 추가해서 문화는 생활양식, 인간의 기본권, 가치체계, 전통 그리고 신념들을 포함 한다”라고 정의하고 있다. 원래 문화란 숭배한다는 의미의 라틴어 ‘Cultus’에서 온 말로로서 ‘존경한다’, ‘땅을 경작하는 행위’, ‘마음과 예의를 개발하고 세련되게 한다’는 뜻으로 사용되었으며, 특히 외적인 물질문명에 대한 인간의 내적 정신생활의 소산을 말한다.

이러한 개념들은 문화의 주체는 인간이며 그에 의해 파생되는 의식주 및 생활 자체가 전부 문화인 것이다.

본래 인류는 놈가 발달한 결과 문화를 창조할 수 있는 능력을 가질 수 있게 되었다고 한다. 인류의 이상을 실현해 가는 정신의 활동을 뜻하지만 “생활양식”을 충칭하는 말이다.

문화 인류학에서 고전적인 문화의 정의는 E. B. Tylor가 그의 저서 <Primitive Culture(1871)>에서 언급한 지식, 신앙, 예술, 도덕, 법률, 관습 그리고 사회의 한 구성원으로 인간에 의해 얻어진 모든 능력과 관습들을 포함하는 복합 총체이다.

문화를 생태학적으로 유용하고 사회적인 행동양식으로 여겨 문화의 변화를 적응의 과정으로 보는 것이다.

B. J. 메거스는 그의 저서 <아마조니아>에서 인간은 하나의 동물이다. 따라서 다른 모든 동물들과 마찬가지로 그 생존을 위해 환경에 적응해야만 한다. 인간은 주로 문화를 매개로 이 적응을 완수해 가는데 그 과정의 방향은 생물의 적응을 지배하는 자연 선택 법칙에 의해 규제 된다고 주장 하였고 기술, 경제, 생산에 연결된 사회조직의 요소가 문화의 중심적인 영역이라고 보았다.¹⁰⁾

10) daum사전, ‘문화’.

문(文)이란 뜻이 문채(文彩)나고, 아름답고, 멋진 것이라면, 화(化)는 그렇게 만드는 작업이다. 문화는 뭔가 기분 좋고 더 나은 상태로 전환해 가고자 하는 사람들의 욕구와 관련이 있다. “문화란 사람들의 삶을 의미 있고 아름답게 꾸미는 행위와 그 결과물”이다.¹¹⁾

문화에 대한 영역은 명쾌하게 정의 내리기 어려울 만큼 다양하고 범위가 넓다. 앞서 언급한 생활문화도 시간이 흘러 역사적 의미를 담게 되면서 정신문화 및 예술문화로 승화해 간다는 것만은 사실이다.

문화를 상품화한 것을 산업이란 용어로 처음 표현한 두 사람은 1947년 독일 프랑크프루트학파 아도르(Theodor W. Adorno)와 호르크하이머(Max Horkheimer) 두 사람은 나치즘을 피해 미국으로 망명한 이후 미국 사회의 새로운 문화적 현상(라디오, 영화, 텔레비전의 활성화)을 목격하고 이에 대한 철학적 입장을 다음과 같이 ‘계몽의 변증법’ 이란 책에서 문화상품 (Kultur Industrie)에 대해 논의하고 있다.

가벼운 예술은 자율적 예술의 그림자 뜻을 맡아왔다. 그것은 진지한 예술이 갖고 있는 사회에 대한 양심적 가책의 다른 모습이다.

진지한 예술이 그 사회적 전제조건들로 인해서 불가피하게 결하게 되는 진실, 그것을 가벼운 예술은 정당하게 부과된 자신의 모습으로 삼고 있다. 분리 그 자체는 진실이다. 즉, 분리는 최소한 상대편이 구축한 문화의 부정적 성격을 자신의 뜻으로 표현한다는 것에 다름이 아니다.

가벼운 예술이 진지한 예술 속으로 흡수되거나, 또는 그 역으로 진지한 예술이 가벼운 예술 속으로 흡수됨으로써 이 정반대적 대조에 화해가 찾아올 수 있는 것은 결코 아니다. 그러나 그렇게 일치시키고자 하는 것이 문화 산업이 시도하는 바로 그것이다.¹²⁾

문화산업의 특성은 문화상품의 소재가 되는 문화자원에 유형의 따라서 환경 친화적 산업으로 환경오염 및 공해 등의 외부 환경오염을 유발하지 않으

11) 이대희, 문화산업론, 대영문화사, p.7

12) M. Horkheimer and T.W. Adorno, "The Culture Industry:Enlightenment As Mass Deception", The Dialectic of Enlightenment(London : allen Lane, 1973)

며 주어진 환경과 조화를 이루면서 발전시킬 수 있다.

문화산업은 문화를 상품으로 문화상품의 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업으로 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유·무형의 재화와 서비스 및 이들의 복합체로 규정하고 있어 보다 포괄적인 개념이고, 문화산업의 경제적 측면을 강조하고 영화, 음반, 캐릭터, 공연, 전통공예품 관련 산업을 말한다.

자본으로 환원할 수 없는 상징적, 기호적 문화자본들도 문화산업의 중요한 형태로 간주될 수 있고 실제로 스타의 이미지, 스타일의 유행형식, 상업적 로고 등 상징적 문화자본들이 문화산업의 마케팅과 이윤추구에서 중요한 역할을 담당하고 있다.

고부가가치의 창조산업으로 첨단기술과 문화가 융합되는 미래형 산업 형태로 발전 가능성이 크다. 경우에 따라서 특정한 장소에서 생산하여 불특정한 다수의 지역으로 이동되기도 한다.

공예산업이 전통을 기반으로 해서 현대에 이르기까지의 일련의 과정들이 생활 문화를 기반으로 현대화 되어가는 주거문화의 변화와 정보의 개방화로 인한 새로운 것에 대한 탐구, 과학기술의 발달, TV 및 미디어를 통한 선진 문화의 유입 및 해외 관광활동 등 다양한 환경적인 변화 속에서 공예문화의 내적 외형적인 변화를 가져왔다.

문화산업은 생산업을 의미한다. 아래 표와 같이 문화관광부는 협의로 제조업 형 도시문화산업의 “가공단계”를 문화산업으로 지칭하기도 한다.

<표5> 상품의 유동성 및 상품화과정에 따른 문화산업의 분류¹³⁾

소비＼공급	문학 창작	가공	유통 및 소비
제조업형 도시문화 산업 - 불특정 장소 소비	음악	음반 산업	레코드점
	문학, 학술 등	출판 산업	서점
	산업미술	영상, 애니메이션산업	영화 및 비디오 배급, 극장
	종합	방송 및 신문 산업	미디어
	종합	광고 산업	미디어
	종합	디자인산업	타 산업과 결합, 스토아
	종합	캐릭터산업	타 산업과 결합
	종합	게임산업	전자상가, 사이버 공간
	전통공예	공예산업	공예품 점
서비스형 도시 문화산업 - 특정장소 소비	종합		전시산업
	종합		이벤트 산업
	음악, 미술, 연극 등		공연산업
	경관, 문화재		문화관광산업

제2절 문화관광의 영향

문화관광의 사회 문화적 영향은 관광객 활동이 관광지 지역주민의 일상생활과 관광객 자신들에 미치는 영향으로 관광활동의 목적과 관광의 대상이 되는 문화자원을 중심으로 해서 발생되는 영향을 말한다. 문화관광지의 환경적 영향은 관광지의 개발여부, 관광객 수와 관광목적 등에 따라 그 영향의 정도가 달라진다. 국내·외국인 문화관광의 경제적, 사회문화적, 환경적 영

13) 문화산업5개년 계획(문화관광부, 2000)

향을 요약하여 보면 다음과 같다.¹⁴⁾

<표6> 문화관광의 경제, 사회, 문화, 환경적 영향

구 분	긍정적	부정적
경제적 영향	<ul style="list-style-type: none"> - 외화획득 - 고용창출 - 소득증대 - 경제구조의 개선 	<ul style="list-style-type: none"> - 외화 유출 - 통화팽창 유발 - 토지가 상승에 따른 부동산 투기 유발 - 타산업에 대한 고용의 불안정성 - 외지자본의 의존에 의한 대외종속의 우려
사회문화적 영향	<ul style="list-style-type: none"> - 교육적 효과 - 정보교환촉진 - 상호 이해증진 - 사회, 인종, 종교적 장벽 타파 - 새로운 사상의 도입 - 문화교류 - 전통문화예술의 발전 - 향토애 고취 	<ul style="list-style-type: none"> - 문화적 갈등 - 외국인의 위화감 - 가치관의 혼란 - 매춘 - 범죄 증가 - 도박 - 알콜 및 약물중독 - 문화의 상품화로 인한 변질 - 퇴폐풍조 고조
환경적 영향	<ul style="list-style-type: none"> - 하부구조의 개발에 따른 생활환경 수준의 개선 	<ul style="list-style-type: none"> - 수질오염 - 대기오염 - 동.식물의 생태 변화 - 쓰레기 처리 문제 - 교통 혼잡 및 소음 - 공해 - 건축공해

14) 배기철, 한국문화관광상품과 여행사에 대한 만족과 재이용 의도에서 이월효과와 교차효과, 전북대대학원, 2000, p.20.

제3절 문화상품의 개념

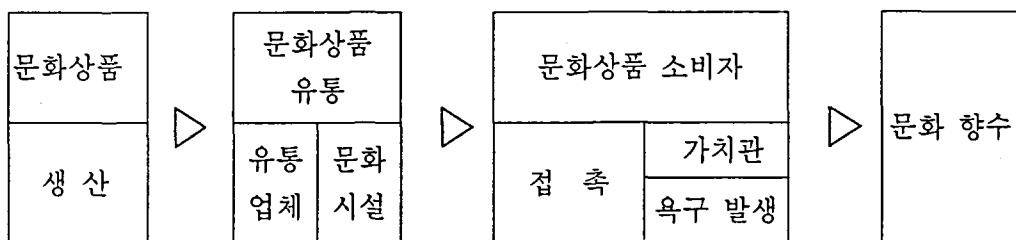
문화상품은 문화를 산업적으로 생산하는 것을 말한다. 문화상품의 특징은 일반상품과 다른 면을 가지고 있다. 일반상품이 실용성에 기본을 두고 개발되어 그 가치를 다 하는 것이라 한다면, 문화상품은 지역의 문화 속에서 우러나오는 이미지를 담은 향수를 가지고 있어야 한다.

<표7> 일반상품과 문화상품의 비교¹⁵⁾

일반상품	문화상품
표준화된 대량생산 편의 가치의 상품판매 물질적 자원 보편성	다품종 소량생산 감각, 관념 가치의 상품판매 문화적 자원 차별성, 지역성

순수한 이미지의 문화와 상업적 이미지의 상품의 만남은 개성을 존중한 취향문화(taste culture)의 형성과 더불어 대중화 되었다.

<표8> 문화상품의 향수¹⁶⁾



문화상품은 문화(Identity)와 문화적인 요소(예술성, 창의성, 오락성, 여가,

15) 정병선, 문화상품 대중화를 위한 전략에 관한 연구, 조선대학교석사논문, 2002, p.7

11) 이대희, 앞의 책

대중성, 생태환경 및 복합적인 체험행위)가 감정적 차원 저변에 깔려있기 때문에 아이디어 집약적인 상품이다.

지역문화상품에 대한 관광선진국들은 각국의 문화예술을 상품으로 내걸고 관광자원화 함으로서 고급관광지라는 이미지를 구축해 나가고 있다.

외국과 우리나라의 지역문화상품개발 실태를 보면 다음과 같다.

<표9> 국내·외 문화상품 개발의 비교¹⁷⁾

우 리 나 라	외 국
-계획적이고 체계적인 문화관리의 부재	-체계적이고 계획적인 문화보존과 발굴
-지역문화의 관광 상품화 미진함	-지역문화의 관광 상품화 활발함
-상업조직 및 기업참여 저조	-상업조직 및 기업참여도 적극적
-관 주도형 행사 전개	-민간단체 중심의 적극적인 참여
-일시적 형식적 국가지원	-지속적인 국가의 지원

문화상품개발을 전통에 근거를 둔 고전에 집착하기보다는 시대의 흐름에 자연스러운 변화를 받아들여야 한다. 세계적인 문화관광지의 유형을 보면 공예 및 예술문화 관련 전문점들이 밀집되어 있음을 볼 수 있다. 광주의 예술의 거리는 전시 및 공예전문점들이 있지만 그 규모가 협소하다. 문화산업과 디자인과 공예는 밀접한 연관관계에 있으며 공예품 전문점의 개발 및 변화의 필요성이 있다.

광주지역은 인권의 도시, 민주주의의 역사적 실체를 확인할 수 있는 도시, 문화예술의 도시로 관광지화 되기 위한 환경적 요인을 갖추고 있다. 예술행사와 더불어 공예문화산업의 적극적이고 거시적인 투자와 개발이 필요할 때이다.

일본의 마쓰리(祭)의 경우 지역의례를 관광 문화상품화 하였다. 처음에는 지역적 의례가 그 원형이 되었지만 현대로 오면서 서양의 페스티벌 성격을 띠게 되어 지역민의 화합, 지역경제의 활성화, 그리고 지역홍보라는 효과를 낳았다.¹⁸⁾

17) 한국문화원 연합회, 1991.

18) 김홍운, 한국 민속놀이극의 관광 축제화에 관한 연구, 관광논총제1집한양대관광연구소, p.49.

미국의 아리조나의 투산은 보석 중심의 클러스터로 상품 샵, 공방과 작가들이 몰려 있다. 한편, 미국, 호주, 싱가포르와 같은 관광선진국들은 국제회의 유치를 관광의 꽃으로 정부차원의 지원을 아끼지 않고 있다. 국제회의 전시회 박람회 인센티브 관광 등을 유치 및 개최하는데 따라 고용, 국가 도시의 이미지 제고, 관광 수익의 증가 등 경제와 사회전반에 미치는 영향이 크기 때문이다.

또한, 김 대중 전대통령이 지낸 캠브리지 대학 인근 아파트(오스트하우스) 현관에 조그마한 기념 명판이 걸렸다. “민주주의와 인권의 신장자, 김 대중 대한민국 15 대 대통령 여기에 살았다.”는 문구와 엘리자베스 2세 영국여왕의 부군인 필립공과 김 대통령 체류당시 이웃이었던 스티븐 호킹 박사 등이 명판을 내걸었고 주민들은 이곳을 새로운 명소로 만들 것이라고 한다.¹⁹⁾

프랑스의 파리는 밤 낮없이 불거리가 넘치는 도시이다. 루브르 박물관, 개선문, 몽마르트언덕 등을 낮에 관람하고나면 밤에는 센강 유람선이 기다리고 있다. 프랑스의 아비뇽 지역은 생활과 어우러진 공예마을로 연극제를 개최한다.

프랑스를 포함하여 유럽의 국가들은 역사적인 문화을 활용하여 문화유산의 보존과 일상생활이 함께 어우러져 건축양식, 거리예술, 전시, 문화, 공방, 공연 단지 등 다양한 문화를 상품화하여 고부가가치 창출을 누린다.

21세기의 소비자들은 더 이상 물량과 진부한 기술의 소유로 해소 될 수 없는 ‘질’과 ‘차이’를 추구한다. 이에 공예문화마을 또한 축제 속에 축제 및 문화관광 상품으로 개발되어야 한다.

19) 김우재, 지역문화상품개발을 위한 장소마케팅 전략에 관한 연구, 서울대 경영 학석사 2000, p.19

제4절 공예문화상품의 종류

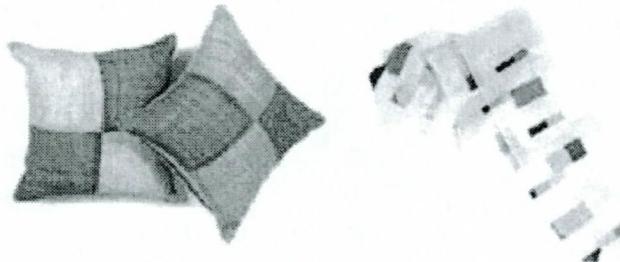
“문화의 한 유형으로서 공예문화란 한 사회집단이 주도적인 문화를 공유하면서 나름대로의 독특한 생활양식이 공예를 통하여 어떤 형태로 나타나는 것을 공예 문화라고 정의 할 수 있다.”²⁰⁾

공예 문화상품의 기본 컨셉(concepts)은 아이덴티티를 표현하기 위한 생활에 효율적인 홍보상품의 하나로 볼 수 있다. 디자인과 공예는 그 컨셉을 문화상품으로 표현한 유형물 이라할 수 있다. 공예품은 어떠한 목적을 마음 속에 품고, 그 실천을 위하여 세우는 일련의 행위개념을 말하는 것으로 정체성이미지를 가진 창작행위를 말한다. 디자인이 산업제품을 위해 아름다운 형태를 만들어내는 조형 활동 정도로, 미술의 원리들이 응용되었다면 공예라는 말은 미적 가치를 지니고 있는 사람들의 생활속에 널리 사용되고 있는 모든 도구로서 사람의 창의나 예지를 거쳐서 만들어진 생활용구까지도 역사적인 이미지를 포함한 상품이라 할 수 있다.

특히 오늘날에는 공예를 디자인의 범주로 보고 있는데 제품디자인(product design), 시각디자인(Visual design), 환경디자인(Environmental design)으로 나눈다 할 때, 공예는 제품디자인의 영역으로 분류하는 것이 일반적이다.²¹⁾ 아래의 그림은 인터넷 공예 전문점의 생활 공예품이다.

<그림16> 섬유공예 생활소품

쿠션과 러너-예사랑



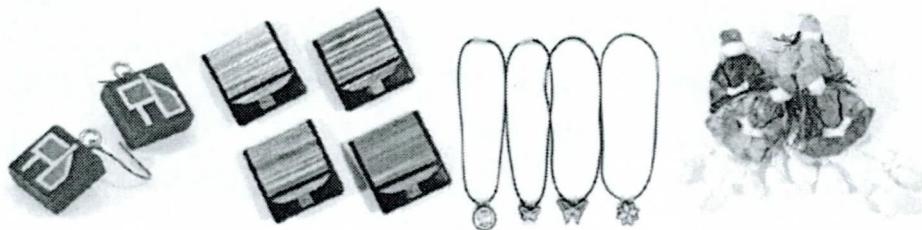
20) 김군선, 개발전략 세미나 종합 보고서, 문화관광부, 한국관광공사, 2003. p.316

21) 서선숙, 교육부 제7차 중등미술교육과정을 통한 전통공예 적용사례 연구, 조선대학 교 대학원, p.6,

나무거울과 자수 차 통



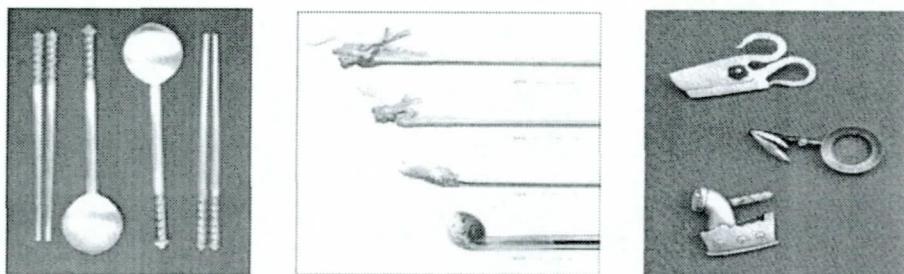
<그림17> 이유라 한지 명품관



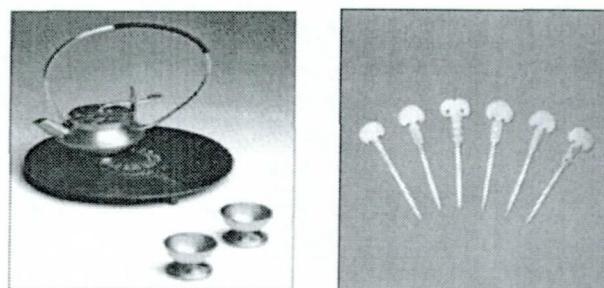
<그림18> 목공예 및 금속공예 생활소품-연다원



수저, 가위, 인두, 다리미 Brooch 정은, 순은, 황칠, 자개 순은, 정은, 황칠, 나무



찻잔 Set A Tea-Boat 뒷꽂이 Korea Hair-Pin



〈표10〉 공예품의 종류22)

종 류	품 목
섬유 공예품	고전인형, 수예품, 민속의상(한복, 궁중의상), 고전매듭, 노리개, 실크백제품, 손자수품, 나염제품, 가방, 벨트, 넥타이, 스카프, 머플러, 악세사리 등 기타 섬유제 장신구 및 장식품
목(木) 공예품	인물상, 동물상, 목기 및 용기, 장신구, 탈, 가면, 액자, 벽걸이, 지팡이, 파이프, 스텐드, 불상, 불단, 고전가구, 민속악기(거문고, 가야금), 바둑판, 다식판, 상패, 기타 장식용소품, 목(木)공예품
나전 칠기 공예품	가구(장, 문갑, 경대, 옷걸이), 화병, 보석함, 구절판, 서류함, 상, 쟁반, 식기류, 양념통, 수저, 젓가락, 등 식탁용품, 장신구 및 장식품,
도자 공예품	토기, 토룡, 청자, 분청, 백자, 찻잔, 식기, 옹기, 기와, 공업도자기제품(노벨티) 등 기타 도자공예품
석공 예품	석각제품(화병, 용기, 불탑, 석탑, 비석, 석등, 동물상, 장식용구 등)장식용구, 절구, 돌솥, 주전자, 촛대, 수반, 벼루, 연적, 문진 등 기타 석공예품
보석 공예품	루비, 사파이어, 오펠, 산호, 진주, 비취등의 귀석장신구 및 장식용품, 옥, 수정, 희석, 큐빅, 아게이트, 양식진주제품 장신구,등 기타
금속 공예품	금, 은, 동, 합금제품, 칠보제품, 모조 장신구류 등 기타 금속 및 비금속제의 사진틀, 그릇, 촛대, 재떨이, 동물상, 범종, 모조금관, 북마크, 기타 생활용품 및 실내장식용품, 기타 금속제공품
초자 공예품	화병, 컵, 그릇등 생활 및 장식용 유리세공품, 크리스탈세공품, 구슬백, 인조진주제품(목걸이, 귀걸이, 반지, 팔찌 등)스테인글라스제품, 초자공예품
죽세 공예품	죽세공품, 부채(합죽선, 태극선, 민화 등)등돗자리, 방석, 발, 가구류, 갓, 국궁 및 화살, 낚시대, 지팡이, 통소, 피리, 차도고, 죽피공예, 바구니세공품
초경 공예품	인초, 완초, 옥초서, 옥피, 수세미, 정동, 모초, 맥간, 갈대, 갈포, 완초벽지, 저마제품(한산모시), 대마제품(안동포)등 기타 초경공예품
모피 공예품	우피, 양피, 뱀피, 장어피 등의 동물피혁제품(장갑, 지갑, 핸드백, 벨트 등) 마구 및 승마용품, 민속악기(복, 장구 등) 붓, 박제품, 인조피제품등
종이 공예품	합류(서류함, 단합, 쌍합, 삼합, 예단함 등)용기(반진고리, 세실상자, 소반, 과반, 고비, 통, 패물상자 등)가구(문갑, 반닫이, 머릿장, 2층장 등)조화, 한지(창호지, 화선지, 닥지),, 조화, 지등, 지우산 연, 인형, 벽걸이 장식,
기타 공예품	휘장, 패각, 화각공예품, 양초공예품, 부착화(보석, 콜크, 석화), 실크인쇄 장식품, 판화, 거울액자, 수지 및 플라스틱사출 장식품, 석고제품, 압화공예품(목걸이, 브로치, 팬던트, 액자, 테이블 등), 참숯공예품 등 기타공예품

제4장 예술문화마을의 고찰

문화 관광 상품으로서 시각적, 환경적 요소까지 포함한 광역의 의미로 예술적인 환경, 공방의 환경, 관광의 환경을 문화상품화한 파주의 헤이리 마을과 국외의 공예마을들과 문화상품개발에 관하여 살펴보았다.

제1절 헤이리 예술인 마을

헤이리 마을은 예술인들이 지상에서 꿈꾸는 가장 아름다운 마을이란 의미로 다양한 문화장르가 한 공간에서 소통하는 문화예술 마을을 지향한다. 1997년 파주의 출판인들이 모여서 출판도시와 연계한 책 마을을 구상하였다.²³⁾

그 과정에서 다른 분야의 문화예술인들이 참여하게 되어 헤이리라는 '문화예술마을'로 개념이 확장하게 되었다.

헤이리 마을은 인위적으로 계획된 도시 문화공간으로서 15만 평의 땅에 지형과 원형을 살리고 산의 형세에 따라 건축하는 원칙을 가지고 3층 이하의 건축물들로 담장이 없고 높지를 살리는 자연친화적인 문화예술 공간을 지향한다.

현재 문학가, 미술, 공예, 예술인, 영화인, 건축가, 음악가 등 370여명의 예술인들이 참여하여 헤이리 마을에 집과 작업실, 미술관, 박물관 등의 문화예술 공간을 짓고 있다.

〈그림19〉 헤이리 마을의 공간구성 형태²⁴⁾



23) 헤이리 마을, 윤성택 학무과장, 인터뷰

24) www.heyri.net



bamboo 집
의류디자인 및
복공에 작업공간
차명호 회원
정일교 건축가



BBN스튜디오
서울예대 교수의
사진 작업 공간



**CV포슬린
하우스**
작가 황경희의 포슬
린 페인팅 작업실
황경희 회원
SHOP, 김준성 건축가



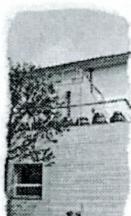
AHN.S.K STUDIO
언제나 개방된 전시
공간 및 작가
스튜디오
안상규 회원
이민, 손진 건축가



ossam만주택
영화인의 집
모상만 회원
김성식 건축가



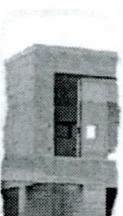
UNA
도자기 조각과 그릇
을 제작하는 도자기
작업장
박유나 회원
임재용 건축가



이민호주택
영화인의 집
이민호 회원
김성식 건축가



이정호주택
아트 콜렉터
주거공간
이정호 회원
민선주 건축가



자하재
영화감독의 집
자하재 회원
김명준 건축가



**최만린
조복스튜디오**
조각가이자 대학
교수의 작업공간
최만린 회원
최야시 건축가



취림원
한글서예 강좌 및
전시공간
강복영 회원
민선주 건축가



코르텐하우스
금속공예가의 집
이병철 회원
송효상 건축가

통속과한적



시나리오 작가의 집
집필실 및 주거공간

성미나 회원
권문성 건축가



데라

이은미, 홍순정
도예 작업장

홍순정, 이은미 회원
김준성 건축가



한스갤러리

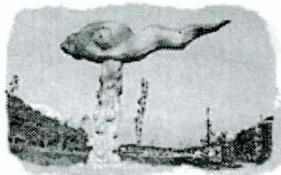
갤러리를 겸한
작가 작업실

한상구 회원
헬렌박 건축가

2001년부터 시작하여 헤이리 마을 조성과정의 퍼포먼스 행사와 음악회, 단지 내에 조형물 설치, 프린지 공연 등의 종합예술 행사를 개최하고 있다.

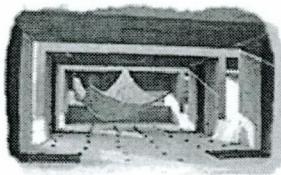
- 2003년 제1회 헤이리 페스티벌 (약20만 명)
- 2004년 제2회 헤이리 페스티벌 (약40만 명)

헤이리 마을의 다양한 문화 예술공간은 다음 그림과 같이 하나하나 만들어져 가고 있다.



문화예술의 창작공간

미술·음악·연극·영상·사진·조각·공예·문학·출판·학술이 종사하는 작가와 저술가 500여 명이 모여 살게 됩니다. 좋은 창작환경 아래서 시대를 앞서 가는 문화예술의 성과들이 창출될 것입니다.



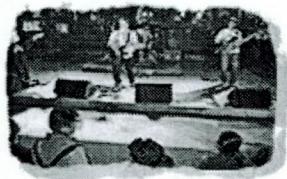
문화예술의 전시공간

헤이리를 비롯한 인근지역에서 활동하는 작가들의 작품이 국제 마케팅력을 지닌 전문전시장에 기획 또는 상설전시됩니다. 헤이리에는 향후 100곳 이상의 전시 판매공간이 마련됩니다.



문화예술의 **공연공간**

음악·연극·무용, 전통예술 등의 무대예술을 위한 전용 공연장과 겸용공연장이 40여 개 이상 마련됩니다.



문화예술의 **축제공간**

연중 다양한 문화예술축제가 열립니다. 헤이리만의 고유한 색깔을 지닌 국제적인 '축제'에서부터 계절이변트, 주말이벤트에 이르기까지 풍성한 볼거리가 연출됩니다.



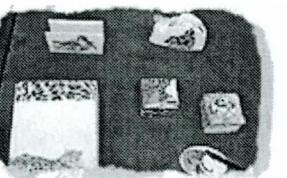
문화예술의 **교육공간**

헤이리는 하나의 큰 문화예술학교입니다. 영화학교, 시인학교, 연극학교 등의 창작교육기관이 만들어질 것이며, 헤이리의 다채로운 콘텐츠를 기반으로 하는 사이버 예술대학도 준비중입니다. 견학과 팀방교육의 공간으로도 훌륭히 기능 할 것입니다.



문화예술의 **담론공간**

문화와 예술, 학문과 사상을 토론·담론하는 강좌 또는 세미나가 수많은 공간에서 펼쳐집니다. 헤이리는 새로운 사조의 문화예술담론이 인문학과 접목되는 최고수준의 지성적 공간이 됩니다.



문화예술품의 **판매공간**

수준높은 문화예술품과 공연작품이 애호가들에게 공급 판매되는 고급 문화예술시장이 될 것입니다. 합리적인 가격으로 공급되는 고급한 문화예술품을 헤이리에서 만날 수 있습니다.



문화예술의 **국제교류공간**

이제 세계는 하나로 교류 통합됩니다. 헤이리는 세계로 열려 있는 문화예술의 창입니다. 세계의 문화예술 애호가들이 헤이리를 방문하고, 우리 예술가들이 세계와 경쟁하는 공간을 만드는 것이 우리의 목표입니다.



문화예술인들의 **창작주거공간**

헤이리의 주요기능 가운데 하나는 문화예술인들을 위한 체적한 주거지가 되는 것입니다.

자연과 친화하는 주거공간에서 문화예술인들은 창작에 전념할 수 있을 것입니다.

헤이리 마을은 다양한 장르의 예술인이 집단촌 형식을 이루고 있는 예술문화마을로서 이상적인 마을이라 할 수 있겠으나 이러한 공동체는 예술인들의 경제적인 기반이 뒷받침되어야 가능할 수 있을 것이다.

제2절 에딘버러 국제 페스티벌

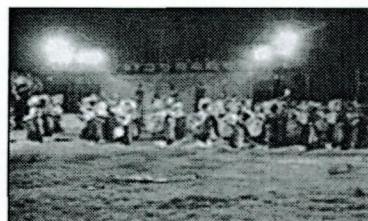
스코틀랜드의 에딘버러 국제 페스티벌의 기원은 1947년 제2차 세계 대전의 상처와 그림자가 유럽 전역을 무겁게 짓누르고 있던 시기에 시작되었다.

글린데본 오페라단의 행정관이던 루돌프 빙을 포함한 몇몇 뜻있는 사람들이 재기의 바람을 불어넣어 전쟁의 상처를 치료하기로 뜻을 모았다. 그 결과가 축제였고 이는 유럽 대륙에서도 호응을 받아 몇몇 도시에서 참가를 알려오기 시작하면서 발전하기 시작했다. 인구 약 50만 명의 스코틀랜드지방의 에딘버러시는 산업혁명 시대의 상징이던 도시의 재건을 위하여 끊임없는 지역축제와 이벤트로 지역 활성화에 승부를 걸었다.

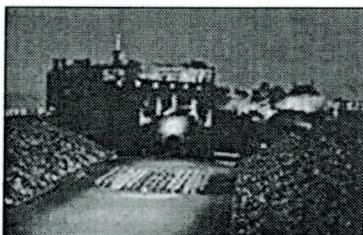
<그림20> 선상의 밴드



<그림21> 에딘버러 국악제 퍼레이드



<그림22>시가행진하는 군악페스티벌 <그림23>50주년 행사 팜플렛

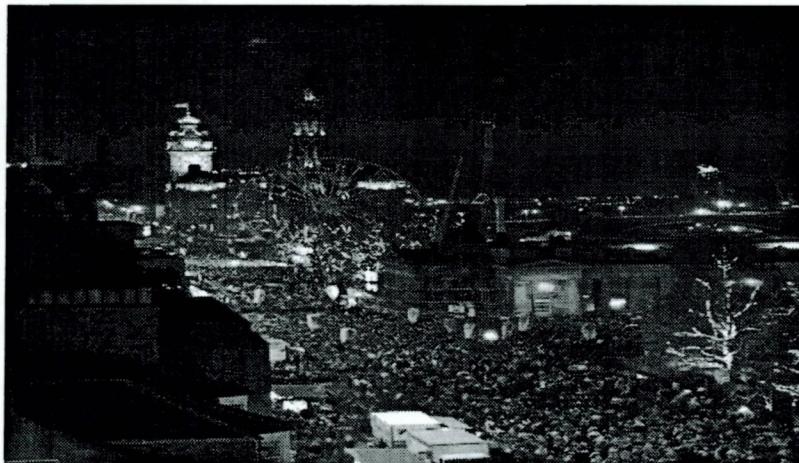


현재 에딘버러 국제 페스티벌은 영화, 시사풍자극, 미술, 거리공연, 재즈가장행렬, 파이프 공연단, 도서 및 건축물 전시회 등 초기의 색깔보다 다채롭게 변모되었다. 더불어 ‘축제 속의 축제(festival within festival)’ 에딘버러 국제 페스티벌프린지

(Edinburgh Festival Fringe-1958년)가 진가를 발휘하면서 수백 개의 쇼,

콘서트, 전시회가 조그마한 극장과 홀, 거리와 광장을 가득 메워 도시 전역이 축제 무드에 휩싸이게 되었다. 에딘버러 시의회의 발표에 의하면 작년 2003년 프린지, 타투, 럭비인터넷네셔널, 호그마니 축제의 가치가 모두 합쳐 200 밀리언 파운드를 넘어 섰다고 한다.

<그림24> 에딘버러 국제 페스티벌



1. 일본 후쿠이현의 나이프 빌리지

중앙정부의 지역 활성화 정책 수립과 실행에 의해 지역산업이 흥하거나 중소기업이 육성되었다 해도 배후에 인식을 같이하는 일본의 지역구성원들이 없다면 바른 방향으로 갈 수 없다. 일본의 후쿠이현은 우수한 철 가공공예 제품 특히 부엌칼에서는 일본 제일이라 불리며 약 700 년 역사를 자랑하는 지역산업의 대표적인 곳이다. 이러한 역사적인 지방산업도 1960 년대에 들어와서 대량생산을 중심으로 전환된 일본산업체계의 변화의 따라 지역

산업의 몰락의 위기를 맞게 되었다.

이에 1963년 디자이너인 가와사키 카즈오가 오랜 설득으로 현의 지원을 얻고 이 지역 출신디자이너들을 중심으로 지방산업 살리기 운동이 계획되었다. 당시 공예가들은 새로운 가능성을 유발시키는 기획 작업이나 개량작업을 한번도 해 보지 않고 작품제작을 해 왔기 때문에 새로운 변화를 받아들이기 어려웠다.

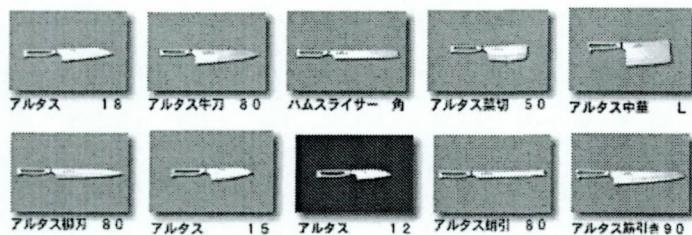
디자인 개발팀은 지역이 젊은 전수자를 중심으로 스케치, 렌더링, 모델제작 등 디자인 프로세스와 디자인 중요성의 교육 및 실습을 2년 여 동안 실시하였고 같은 기간에 가와사키 카즈오를 중심으로 한 몇몇 디자이너들은 자신이 하던 모든 작업을 전폐하고 후쿠이현의 자연, 역사, 주민들의 기질 등 지역적 특성을 체험적으로 습득하였다. 이러한 몇몇 디자이너와 젊은 공예 전수자들이 뜻을 합하여 나이프 빌리지가 만들어졌으며, 이후 전통공예와 인간공학적 개념을 도입한 혁신적인 디자인이 접목됨으로서 개성이 강하고 고부가가치를 지닌 후쿠이현의 특산물이 생산되게 되었다. 매년 가위, 나이프 등을 주제로 한 디자인 공모전도 개최하고 있다. 또한 나이프 빌리지 자체가 관광지화 되어 지역경제 활성화에 큰 뜻을 하고 있다. 여기서 우리가 얻을 수 있는 점은 지역 활성화 작업에 있어서 지역이나 구성원에 대한 특성이나 문제점을 계획 주체인 디자이너가 충분히 조사, 분석하고 해결점을 제시하여야 한다.²⁵⁾

<그림25> 나이프 빌리지-체험학습장

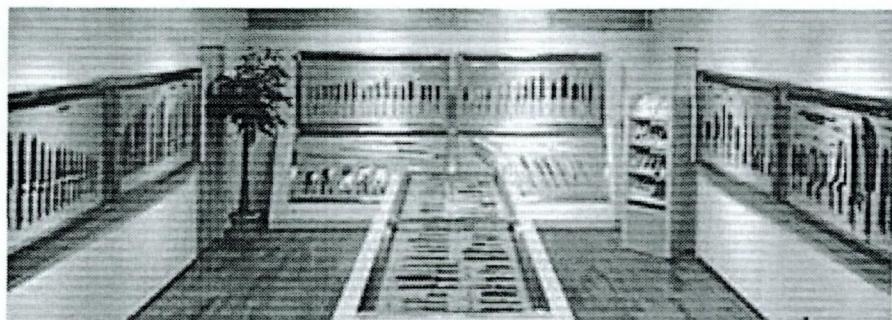


25) 월간디자인 2000년 4월호 '지역문화에서 시작되는 일본 디자인의 힘'

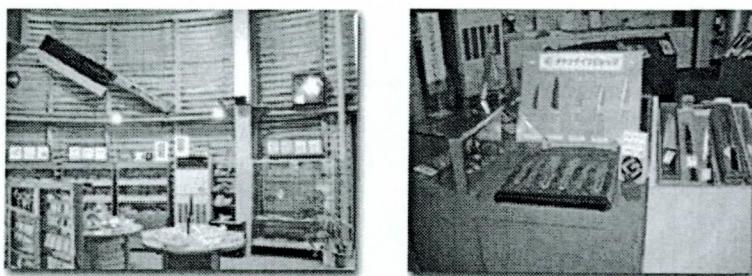
<그림26> 나이프의 종류



<그림27> 나이프 전시관



<그림28> 전시장 풍경



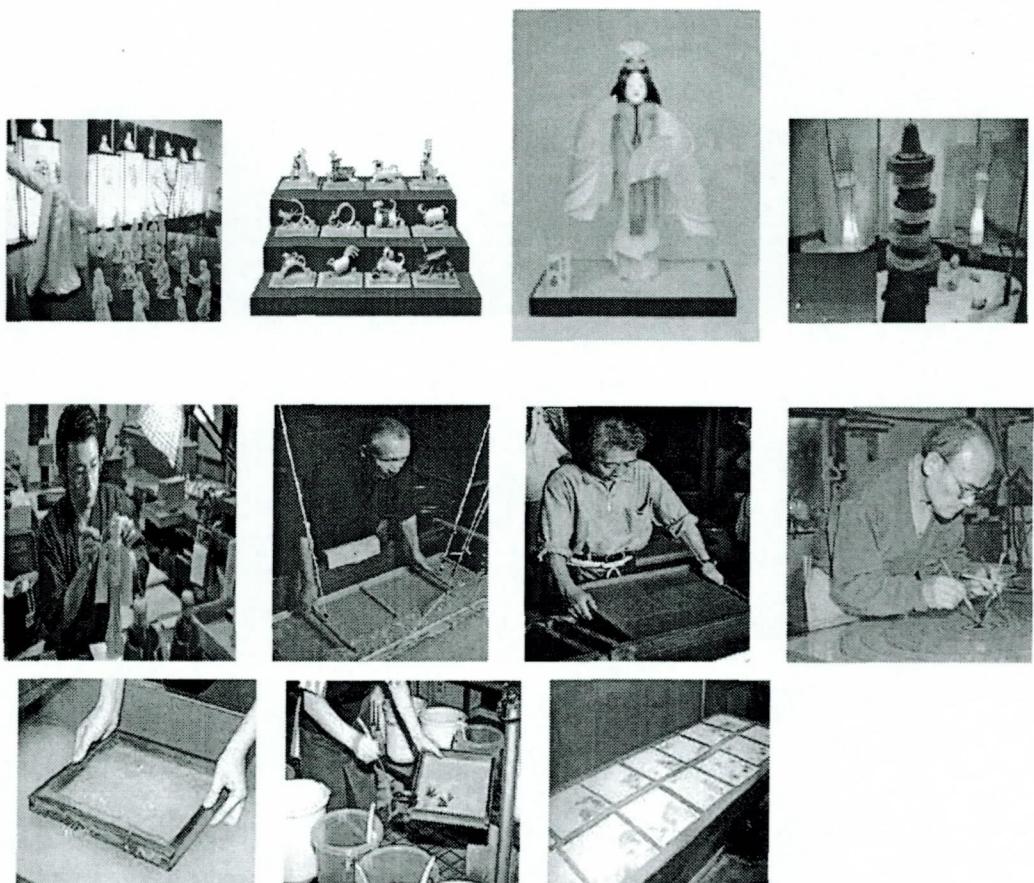
<그림29>가정용 나이프



2. 일본 오이따현 유후인 공예마을

유후인의 옛날 지명은 유후고였다. 나무껍질로 목면을 만들던 것에서 유래됐다. 에도시대에 이곳의 조세로서 거둬들이던 곡물 보와 창고가 건립되면서 유후인으로 불리던 중, 인근 지역인 유희라 마을과 행정 합명이 되면서 현재의 유후인으로 명칭이 굳어지게 되었다. 유후인의 자원은 온천과 공예 박물관을 들 수 있다. 유후인의 클러스터는 전통, 공예, 온천이 어우러진 마을로 명확한 관광 마케팅 켄셉 즉 공예와 관광의 결합이라는 특징을 지니고 있다. 또 테마별 공예 샵 및 체험공방들이 관광객들의 참여와 흥미를 유발하고 있다. 공방들의 전통과 현대가 조화된 건물들 속에서 자리하면서 훌륭한 관광지를 형성하고 있다. 2001년의 공식 방문객만 387만 명이 방문하였다. 일본은 동양의 선진국으로 우리나라와 현대적이고 문화적인 공감대를 형성하고 있다. 이러한 측면에서 우리문화 특성에 맞는 벤치마킹의 필요성이 있다

<그림30> 전통지(종이뜨기)와 죽인형 공방



3. 호주의 멜버른

1986년 멜버른시 42번 가에 생겨난 미트마켓 크래프트 센터(Meat Mark Craft Center)에는 텍스타일링, 금속, 가구, 유리 등 각 부문별 워크 샵이 개최되고 전시공간이 있으며 심사에 의해 선별 입주된 개인 디자이너들의 스튜디오 샵도 줄지어 있다. 이곳은 디자이너와 공예가들의 작업터전이자

판매장임과 동시에 관광명소로 유명하다. 이곳에 있는 매장에는 가죽을 이용한 소품들을 디자인, 제작, 판매하고 있는 카린 뉴버그(Karin Neuburg)는 나름대로 문화상품 개발에 힘쓰고 있다.

호주는 다른 유럽이나 미국, 아시아권의 나라들에 비해서 역사가 짧고 고유의 전통이 적다. 그렇기 때문에 호주 원주민의 악기나 그림 등 전통적인 문화상품이라고 여기지만 다른 한편으로 풍부한 자연의 이미지를 모티브로 한 디자인 상품의 발달도 매우 중요시 여기고 있다.

4. 미국의 뉴욕

뉴욕은 도시 전체가 잘 디자인 된 문화상품이다. 이곳의 경향은 이미 존재하는 디자인의 재발견이라 할 수 있는 '테마상품' 또는 '캐릭터상품'들이 앞을 다투어 등장하는 것과 전문상품만을 취급하는 특화된 상점들이 늘어나고 있다.

자동차, 기차에 관한 책자부터 카드, 조그만 장난감, 오래된 철도 표지판 램프, 예날 버스 토큰 등 리프리더션을 판매하는 '교통 박물관' 영화의 주인공들을 주제로 한 상품만을 판매하는 '워너 브라더스 스토어' 자연을 보호하자는 캠페인에 맞추어 자연에 관한 상품들을 판매하는 '네츄럴 컴퓨터' 그리고 코카콜라 기념품점, '소방소 가게' 등이 그것이다. 기념품점 분점을 냘 정도로 미술관에서 파는 상품은 인기다.

한편으로는 그만큼 대중의 수요가 높다는 것을 알 수 있다. 세계의 몇몇 공예들이 성공적인 우수한 공예로 활성화될 수 있는 것은 공인기관의 지원과 그 지역의 디자이너와 공예가들이 환경을 만들었다는 데에 있었다.

물론 그 지역의 유동인구와 관광환경이 주어진다면 연계성 효과가 더 클 것이다.

5. 프랑스 중앙미술관협의회

프랑스 중앙미술관협의회라는 기관은 관광 상품과 기념품들을 기획, 제작하고 루브르박물관등에 소장되어 있는 유물을 작은 크기의 복제품으로 제

작하는 등 오르세이 미술관에 있는 인상파 그림 속에 주인공이 지니고 있는 귀걸이, 목걸이, 팔찌 등을 이용한 장식품 제작 등을 한다.

문화상품으로 사진작가가 파리를 담은 흑백사진, 달리와 그릿의 그림, 인상파 화가들의 그림 등으로 만든 캘린더등과 루브르 박물관의 가이드 북5, 파리미술관 가이드 북, 파리레스토랑 가이드 북등도 디자이너의 일러스트레이션으로 제작되어 문화상품으로 판매한다.²⁶⁾

국외의 문화상품 개발사례들을 볼 때
첫째 전통과 현대를 떠나서 우수한 디자인과 예술성을 가진 공예품이다.
둘째 관광산업과 밀착되어 자립기반을 갖추고 있다.
셋째 지속적인 개발의 의지가 활성화의 결과를 가져왔다.

26) '세계의 문화상품', 월간디자인 1996년 2월호.

제5장 공예 문화상품의 문제점과 대안

제1절 공예 문화상품의 문제점

광주 지역축제 관광문화상품으로서 지역이 안고 있는 공예문화상품의 문제점을 살펴보면 다음과 같다.

1. 국제적인 축제 및 비엔날레 행사 등에 따른 캐릭터 상품이나 브랜드상품, 공예품들이 지역예술인 및 공예인과 관계없이 대부분 타지역 상품과 수입상품 등으로 이벤트성 경향을 띠고 있고 축제와 함께 종료되는 문제점이다.
2. 지역경제의 활성화방안과 예술문화 활성화방안으로 컨벤션 유형의 축제행사를 지향하는 프로그램들이 적극적으로 개발되어지고 있으나 문화상품으로서 공예산업 분야는 미개척 분야라 할 만큼 활성화 되지못한 점이다.
3. 지역의 정체성 상품으로 여기에 적합한 상품개발을 위해서 산·학·관의 협동체계를 구축하여 지속적인 디자인의 개발 및 변화를 추구하여야 한다. 공예품은 이조자기나 고려청자처럼 지역축제 및 관광문화상품으로서 뿐만 아니라 지역의 한계성을 넘어 국제적으로 이동시킬 수 있는 가능성이 높다는 점에 있다.

제2절 공예 문화상품의 문제점에 대한 방안

1. 공예문화마을의 조성

지속적인 관광문화상품 개발의 필요성에 대한 근본적인 문제해결 방안으로 접근하여야 한다고 본다.

첫째, 일시적인 이벤트성 경향에서 벗어나기 위해서는 공예품의 제작 및 공방의 활성화와 함께 마을에서 먹고, 자고, 공예품을 만들며 흙냄새, 나무 냄새 속에서 정답을 나누고 체험 할 수 있는 공예문화마을이 조성되어 관광 문화상품으로서 질적인 향상을 가져와야 한다.

외부 관광객들은 향수를 안고 다시 그곳에 가고자 할 때, 가족 단위로도 가벼운 마음으로 재 방문 할 것이며 그러기 위해 테마와 서비스가 제공될 수 있어야 한다. 공예문화마을은 이러한 갈증을 해소해 주고 더불어 버즈 (Buz)의 구전홍보 효과를 과생시킬 것이다.

둘째, 공예문화마을의 형태와 장르는 전통에 한정지을 필요는 없다고 본다. 현대는 전통이라는 기반아래 구축되어져왔다. 도자기공예, 목공예, 금속 공예, 섬유공예, 전통분야의 인간문화재 등 각 분야의 예술인들의 터로서 전통과 현대가 하나로 유기적인 역할을 하여야 할 것이다.

셋째, 지역 공예문화 시장의 활성화를 위해서는 보다 다양한 각도에서의 행정기관의 지원이 필요하다고 본다. 예술인들이 마을에 입주하기 편리하도록 공방설비와 기자재 지원을 위한 제도가 마련되어야 한다. 또한 이들의 지역사회와의 기여도를 높이 평가하여 세입조건 또한 전폭적인 지원을 통해서 저리용자의 조건 등으로 자립하여 자생할 수 있도록 환경을 조성하여야 한다고 본다.

시장의 기본구성 의도는 자립과 성장력에 있다할 것이다. 최상의 아이템도 자립의 의지와 경제적 성장성을 상실한다면 도태되고 말 것이다. 짧은 역사 속에서 인위적인 형태의 예술문화마을로 거듭나고 있는 세계속의 지역 축제 관광문화상품들이 있다. 광주광역시의 다양한 지역축제와 공예문화마을은 '축제 속의 축제의 장'으로서 연계성을 띠고 상호협력관계의 시너지 효과가 있을 것으로 본다. 현재 이러한 관광문화상품 개발의 방안이 추상적일 수는 있으나 문화수도의 비전 및 전략으로서 현실화 될 수 있는 가능성의

있다고 본다.

공예문화마을 조성의 따른 장소유치로는 각 지역에서 지역민과 행정기관의 충분한 협의 하에 지역 특성화와 경제 활성화에 의지가 강하고 지역민의 봉사적 의지가 높은 지역으로 선정하여야 한다고 본다. 또한 장소로 다음과 같은 지역을 그 예로 본다.

가. 전라남도청의 주변 환경을 활용한 분수대 광장에서 각 방향의 통행로 입구까지 자동차를 차단하고 유럽의 관광문화도시처럼 도보의 거리로 지정 한다.

도청 주변의 분수대를 기점으로 남동방향으로 전남대학 병원입구까지와 천변방향으로 천변로 입구까지와 구 한국은행 사거리 입구까지 주변 일대를 도보광장으로 지정하여야 한다고 본다. 이 지역 주변거리의 건축물들을 리모델링 장식을 하고 복합적인 도시형 공예문화마을로의 지정을 제안한다. 도보광장에서 프린지 페스티벌을 개최하고 실험극의 장으로서 거리의 행위 예술가 및 지역 중·고등학생 및 대학생들에 축제의 터로 그 장소를 개방하여야 한다고 본다. 또한 광주중앙초등학교나 서석초등학교를 하나로 통합시키고 교내의 역사성을 살려 건축물을 보존하면서 아름답게 꾸며 도시형 공예문화센터의 체험장으로 조성하는 방안이다.

도심속의 초등학교 학생들의 수요 감소 등의 문제점에 대한 방안이라고 할 수도 있겠으나, 초등학교의 통합에 따른 학부모와 동문 선배들의 모교 지키기 등의 반대는 지역발전이라는 대의적인 명분에서 볼 때 21세기 문화 수도의 지역시민으로서 백년대개를 기획하는데 지역발전에 대한 공지와 광의적이고 적극적인 협조가 미덕이 될 것이라고 본다. 광주 동구의 역사적인 장소로 동명여중이 웨딩홀로 바뀐 사례는 안타깝고 애석한 현실이 아닐 수 없다.

나. 동구권의 그린벨트지역인 무등산 지역을 중심으로 도자기공예 문화마을을 조성한다. 광주의 무등산권은 도시중심지에서 가장 근거리에 있는 산으로 전국적으로 경쟁력이 높다고 볼 수 있으며 친환경적 공예문화 체험의 공간으로 적합하다. 장소 및 마을조성을 위한 기반으로 의제 미술관과 우제길 미술관 그리고 조선대학교 미술관으로 이어져 주변으로 충장사와 가사문

학관에 인접한 충효동의 분청사기 가마터 마을이 도자기공예 마을로 오래전부터 거론되어온 바 있다. 또한 화순 오지호 미술관과 옥과의 조방원 미술관의 중심축으로 예술문화공간이 활성화 될 수 있도록 연계성을 갖는다. 빈약한 경제기반을 가지고 있는 장인들의 터와 마케팅이 연관되어져 체험의 장으로서 자리할 수 있도록 지속적인 사후관리를 통해서 최종적인 민영화의 기반을 이루어 나갈 때 공예문화마을로서의 세계적인 인지도를 확립하게 될 것이다.

다. 북구권의 민속박물관 및 국립박물관을 이어주는 매곡동 산 일대와 5.18 국립공원묘지와 연계한 폐밀리공원 일대의 벨트화가 광역적 도시 공예문화마을로서 적합하다고 본다. 국제적인 축제행사 뿐만 아니라 광주의 첫 인상이 될 수 있는 공간적 매력을 가지고 있고 비엔날레, 김치축제, 세계민속축제 등의 세계적인 축제행사 때마다 이벤트 형식으로 제작해야 할 공예문화상품 개발이 년 중 지속적으로 개발됨으로서 더불어 '축제 속의 축제의 장'으로 연계하여 성장할 수 있다고 본다.

그린벨트 지역을 이용하여 공예문화마을을 조성한다면 문화 관광단지로서의 역할뿐 아니라 경제적인 부담을 대폭 줄일 수 있으리라고 본다. 이러한 방안은 문화수도 정책개발에 있어서 고려해 보아야 할 부분이라고 본다. 또한 시도와 연계한 그린벨트를 이용하여 공간을 형성한다면 적은 예산으로 마을을 조성시킬 수 있으며 문화수도의 정책 개발에 체육 근린시설처럼 적용될 수 있다고 본다.

북부지역은 장성과 담양과 연계한 목칠공예마을을 조성하여 장성의 중요무형문화재 소목장 설석철, 담양의 중요무형문화재 채상장 서 한규, 죽령장 박성춘, 죽소장 고행주, 낙죽장 김기찬 등과 담양의 목공예방으로 목칠예인, 명승공예, 진성공예사 등의 공예가들과 목공예 공방들이 서로 분리된 지역에 위치하고 있다. 북구청은 이미 문화북구를 지향하고 있다.

라. 남구권의 일대와 연계하여 염색공예 문화마을 조성은 영화마을인 대촌일대와 순환도로로 이어지는 남평 드들강과 다도댐이 주변에 있어 수상레저타운 놀이공원은 관광 환경조성과 휴양 공간조성이 가능할 것이다. 이와 연계하여 중요 무형문화재로 나주의 샛골나이 노진남이 있다.

염색장에 윤병운과 정관채, 또한 이 지역 동신대학의 나주배 염색 등 다양한 염색공예품 개발이 활발하게 이루어지고 있다. 화순의 유네스코 지정 세계 문화유산인 고인돌공원 등과 순환도로로 연결되어 매우 좋은 환경적인 연계성이 있다고 본다. 또한 염주월드컵 경기장을 연계하여 남도음식문화의 거리조성과 공예 테마식당 개발은 지자체 단체장의 문화상품 개발의 마인드에 달려있다고 본다. 테마거리와 테마공간에 테마공예요소를 접목하여 문화 수도의 핵을 삼아야 한다고 본다. 외곽지역의 그린벨트에 공예문화마을의 조성방안은 문화수도로서 정책개발과 함께 추진해 보아야 할 가치가 있다고 본다.

마. 광산구 어등산 일대와 첨단지구를 중심으로 첨단산업단지 조성과 디자인 센터 건립 등과 연계하여 첨단산업 공예단지를 조성한다. 문화수도의 확정과 함께 대대적인 개발의 과정에 있어서 미래 지향적인 문화 콘텐츠 개발이 무형의 형태로서만이 아니라 공예문화마을이라는 문화적 산물로서 그 형태를 보존하고 개발하는 역사적인 터로서의 장이 마련되어져야 할 것으로 본다.

2. 공예문화산업 활성화 방안

공예마을과 지역의 축제 및 관광문화상품은 상호 연계성을 기반으로 하여야 한다고 본다. 지역축제 관광문화상품개발의 근본적인 활성화 방안으로 공예마을이 형성되지만 자립도를 구축할 수 있도록 기반을 형성하고 유통경로를 확보하는 마케팅 및 활성화 방안이 공방 장이의 몫으로만 주어진다면 협의적인 한계에서 벗어나기 어려울 것으로 본다. 그 활성화 방안으로 다음과 같이 제안하고자 한다.

가. 공예마을은 지역축제 문화상품과 관광기념품을 기반으로 활성화 되어야 한다. 각각의 축제 뿐 만아니라 체험의 장이 연중에 지속적으로 이루어질 수 있도록 학습의 장이 개방되어야 한다.

김치축제를 김치산업으로 발전시켜 김치포장을 도자기나 옹기에 담아서

활용함으로서 도자기 생활예술로 승화시킨다. 이와 같이 포장기(器)를 도자기 제품으로 활용하여 품격을 높여주고 그 예술적인 정체성을 극대화 한다.

지역권의 테마 '음식문화 관광'의 문화상품으로 김치를 활용한 공예품을 테마상품으로 이용한다. 음식점마다 테마가 있는 하나의 공예품을 전시판매 할 수 있도록 지정하고 또한 음식을 먹은 그릇은 본인이 가지고 가는 이벤트 등을 통해서 즐길거리를 제공한다. 더불어 음식점의 구전홍보와 공예품으로 그 장소가 알려지고 이색적인 명소가 될 수 있다고 본다.

나. 각 시도 지역간 문화교류를 통하여 판로를 확보한다. 공예문화마을을 모델로 타 지역에 지역문화 홍보관을 유치하고 이를 통해 유통의 범위를 적극적으로 확대한다. 국제적으로 나아가 지역 문화원을 형성하여 지역 문화를 홍보하고 더불어 그 지역에 유통망을 확보한다. 예를 들어 일본의 지역 공예마을과 교류를 통해서 공예축제와 체험학습을 교류하고 북미 캐나다에 지역 문화상품 센터를 유치하여 국제화를 추구한다.

3. 산·학·관 클러스터 형성

공예품의 지속적인 디자인 개발 및 새로운 재료 개발이 이루어 질 수 있도록 지역대학과 연계하여 산·학·관 클러스터를 형성을 적극적으로 활용하여야 한다. 다음과 같이 그 예를 들어본다.

가. 지방자치단체와 지역대학이 연계하여 지속적인 신소재 개발 및 디자인 개발을 지원해야 할 것이다. 그 예로 남도대학 도예과가 담양도립대로 통합 이전하게 되며 이와 연계하여 클러스터를 구축한다. 또한 사후관리 시스템을 구축하고 시스템의 작동은 산업클러스터 및 컨소시엄의 형태로 산업의 활성화와 시너지 효과를 창출하고 부가가치를 극대화하는 결과를 가져올 것이다.

나. 특수목적 고등학교를 문화산업 연구학교로 개명하여 인력양성을 시도하는 방안과 이를 연계하여 대학 교과과정을 통해서 도립대학과 기존전문대학이 선도적으로 혁신 시스템을 운영할 수 있을 것이라고 본다.

산·학·관의 협동 연계성 활동으로 인하여 지역민의 고급 인프라를 확보하고 직업을 창출함으로서 지역대학 전문인의 고용의 기회를 확대할 수 있다고 본다. 또한 전통을 중시하고 미래지향적인 공예예술분야의 발전과 활성화를 가져올 것으로 본다.

제6장 결 론

국제적인 축제행사를 개발하여 진행하고 있는 광주광역시의 지역축제 문화상품으로 공예품 분야는 미개척분야라 해도 과언이 아닐 것이다.

지역축제에 나타난 관광문화상품은 협의적이고 획일적이며 외국의 수입품들로 일시적인 이벤트성 성향을 띠고 있다. 이러한 문제점의 근본적인 해결방안의 구도를 찾아야 한다는 전제하에 공예마을 조성 방안을 제안하였다.

공예마을들은 대체로 환경적인 요인을 기반으로 자연적으로 발생하여 오랜 역사와 전통을 가지고 있다. 현대에 이르러 그 형태가 다양하게 변화되어지고 있다. 외국의 사례를 보면 전통적인 환경을 가지고 있었으나 퇴보되어가는 지역을 활성화시키기 위하여 지역민과 행정기관과 산업체의 지속적인 노력의 결과로 인하여 국제적인 명소로 거듭난 공예마을들이 있다. 퇴보되어가고 있는 지역의 활성화를 위한 방안으로 축제를 개발하고 다양한 예술문화행사를 개최하여 세계적인 관광 문화상품으로 성장시킨 지역들이다. 국내의 헤이리 마을의 사례를 보면 뜻을 모아 함께 만들어 가는 예술인 문화마을이 개발되어 활성화 되고 있다. 괴주에 위치한 헤이리 마을은 예술인들이 뜻을 모아 공동투자 공동분배의 자립형 예술문화마을의 성격을 띠고 있다. 헤이리 마을의 구성원의 특성은 어느 한 분야에 속하지 않고 전반적인 예술문화를 접목시킴과 주5일제의 환경적인 여건을 현대인의 더 나은 삶의 욕구와 휴식 및 충전소로서의 역할을 하고자 했다.

그러나 문화수도 건설을 앞둔 광주광역시의 경우는 계획적인 개발의 형태로 적극적인 지원체계의 시스템을 가지고 국제적인 규모의 공예 문화마을 집단촌을 구상하여야 한다고 본다. 이에 동구권의 무등산지역을 중심으로 천연염색공예 문화마을을 조성하고 남구권의 대촌 일대를 중심으로 도자기 공예마을을 조성하여 나주와 화순과의 연계성을 갖는다. 북구권은 국립박물관과 매곡동 일대로 조성하여 담양과 장성과 연계하여 목칠공예문화마을을 조성하고, 중앙의 도청을 중심으로 예술문화마을의 터전이 형성되어져야 한다고 본다. 공예문화마을은 각 지역의 문화연구고등학교 및 대학과 클러스터를 형성하여 지역의 전문인력 양성과 전문디자이너와 산·학·관의 연계적인 자문위원회를 구성하고 국제적인 개방화 시대에 어울리는 공예문화상

품을 개발하여 제작함으로서 국내에서 나아가 국제적인 시안으로 나아가야 할 것이다. 공예마을에는 생활터전을 갖고 공예품을 제작하는 체험의장으로 이끌어 나갈 장인들로 공예문화마을이 형성되어야 할 것이다. 지방 자치단체에서는 거시적인 안목을 가지고 공예마을을 조성하여야 한다고 본다. 또한 지역 및 국가간의 고객관리에 적극적인 지원체계 확보와 홍보 및 사후관리를 하여야 할 것이다. 이러한 제반적인 문제의 대하여 산·학·관의 협력 체계를 구축하고 전문인들의 지속적인 자문이 필요하다고 본다. 지역 이어서 낙후된 것이 아니라 개선에 의지와 시도할 필요성을 느끼고 실행한다면 지역축제 문화관광상품의 한계성을 넘어 세계적인 공예문화상품으로 거듭날 것이다.

공예가들은 공예품의 제작 및 생산적인 시각과 행위가 본연의 역할이기도 하지만 생산의 의미를 희석시키지 않고 흐름을 터주는 마케팅 분야에도 더욱 많은 관심과 연구가 필요하리라 생각한다. 본 연구는 생활인의 시각에서 느껴왔던 부분에 대한 방안을 제안하였다. 준비하는 과정에서 한계성을 느끼기도 했지만 부족한 점에 대한 지속적인 연구의 의미가 있으리라 생각한다.

‘공예마을’은 현재 문화관광부에서 추진하는 사업 중 문화클러스터 조성사업의 하나이기도 하다. 세부적인 형식의 구체적인 근거를 마련하기에 일 개인의 한계성을 느꼈고 앞으로의 연구자들은 보다 체계적인 토대 위에서 지역의 환경적 요인들과 개발의 혁신적인 시각을 가지고 전략을 세워보는 것도 학문적인 의의가 있을 것으로 본다.

참고문헌 · 논문 · 웹사이트

- 이대희, 문화산업론, 대영출판사. 2000,~ p.370
- 이홍재, 문화축제와 지역활성화, 2001, 경인문화사 p.287
- 김군선, 개발전략세미나종합보고서, 한국관광공사, 2002-2003, p.316
- 김미경, 자연주의트랜드를활용한핀란드공예산업의분석, 한양대디자인학부
겸임교수, 한국디지털디자인학회, p.114.
- 김우재, 지역문화상품개발을위한장소마케팅전략에관한연구, 서울대경영학
석사학위논문2000, p.3
- 배기철, 한국 문화관광 상품과 여행사에 대한 만족과 재이용 의도에서 이월
효과와 교차효과, 전북대학교, 2000, p.20
- 조규춘, 전라남도의 문화관광 상품화 전략 연구. 한국디자인 문화학회지
- 조재경, 전통공예및기술의수출도구화를위한디자인지원방안, 이화여자대학교수,
문화관광부부록 2003, p.354~p.391.
- 서선숙, 교육부 제7차 중등미술교육과정을 통한 전통공예 적용사례 연구,
조선대학교 대학원, 2004, p.6.
- 혜이만, 춘천시축제에나타난장소마케팅의성격, 서울대지리학과석사학위논문,
1998

M. Horkheimer and T.W. Adorno, "The Culture Industry:Enlightenment
As Mass Deception"

“お基礎講座り”, Kanai Nobuyoshi, 상계논문재인용., p.102,
The Dialectic of Enlightenment(London : allen Lane, 1973)

www.visitkorea.go.kr

<http://www.mct.go.kr>

www.omatsuri.com

www.edu.etourkorea.com

www.kippo.or.jp

www.heyri.net

월간디자인 1996년 2~월호. 세계의 문화상품

한국문화원 연합회, 1991