

碩士學位論文

民俗藝術의 觀光商品化 方案에 관한 研究

— 濟州地域을 中心으로 —

指導教授 張 聖 洙



濟州大學校 經營大學院

經營學科 觀光經營專攻

張 哲 厚

1993

民俗藝術의 觀光商品化 方案에 관한 研究

— 濟州地域을 中心으로 —

指導教授 張 聖 洙

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함.

1993年 12月 日

濟州大學校 經營大學院

經營學科 觀光經營專攻



張哲厚의 經營學 碩士學位 論文을 認准함.

1993年 12月 日

委 員 長 _____ 印

委 員 _____ 印

委 員 _____ 印

目 次

第 I 章 序 論	1
第 1 節 研究目的	1
第 2 節 研究方法	4
第 3 節 研究範圍	5
第 4 節 先行研究에 대한 考察	6
第 II 章 民俗藝術의 觀光商品化에 관한 基礎概念 定立	8
第 1 節 民俗藝術	8
1. 民俗藝術의 意義	8
2. 民俗藝術의 分類	9
第 2 節 觀光商品	14
1. 觀光商品의 意義	14
2. 觀光商品의 分類	15
3. 觀光商品의 特性	16
4. 觀光商品의 開發	18
第 3 節 民俗藝術의 觀光商品化	19
1. 民俗藝術의 觀光商品	19
2. 觀光商品으로서의 價値	21
3. 觀光商品으로서의 效果	23
第 III 章 濟州道 民俗藝術에 대한 實態分析	25
第 1 節 濟州道の 民俗藝術	25
1. 形成背景과 特性	25
2. 民俗藝術의 現況	26
第 2 節 民俗藝術의 觀光商品化 實態 및 問題點	30
1. 民俗文化의 觀光商品 實態	31
2. 民俗文化 觀光商品化의 問題點	33
第 3 節 民俗藝術의 觀光商品化 事例比較	33

1. 濟州道の 事例	33
2. 臺灣의 事例	35
3. 兩事例의 比較·分析	38
第 IV 章 濟州道 民俗藝術의 觀光商品化를 위한 實證分析	40
第 1 節 研究의 設計 및 分析方法	40
1. 研究의 設計	40
2. 資料蒐集 方法	40
3. 分析方法	42
第 2 節 調查資料의 分析	42
1. 資料의 一般의 特性	42
2. 資料의 分析	44
第 3 節 實證分析의 要約	68
第 V 章 濟州道 民俗藝術의 觀光商品化 方案	70
第 1 節 民俗藝術의 特性化	71
第 2 節 民俗藝術의 活性化	73
1. 郷土祝祭의 活性化	73
2. 民俗藝術의 舞臺公演化	76
3. 民俗藝術 中心의 觀光코스 開發	78
第 3 節 觀光商品化를 위한 마케팅 方案	79
1. 對外的 方案	80
2. 對內的 方案	82
第 4 節 觀光商品化를 위한 行政的 支援	82
第 VI 章 結論 및 示唆點	85
參考文獻	89
設問紙	92
Summary	98

表 目 次

〈표 I-1〉 민속예술의 관광상품화에 대한 선행연구	6
〈표 I-2〉 제주도를 대상으로 한 유사 선행연구	7
〈표 III-1〉 무형문화재 중 민속예술 부문	27
〈표 III-2〉 전국민속예술경연대회 출연현황	29
〈표 III-3〉 제주도 민속문화의 관광상품	32
〈표 III-4〉 민속 관광상품 구매(관광객) 추이	32
〈표 III-5〉 민속예술의 관광상품화 사례	34
〈표 III-6〉 우라이민속촌의 상품화사례	36
〈표 III-7〉 아미민속촌의 상품화사례	38
〈표 III-8〉 제주도와 대만 사례의 비교·분석	39
〈표 IV-1〉 설문지의 구성	41
〈표 IV-2〉 인구통계학적 변수의 구성	43
〈표 IV-3〉 제주관광의 매력사항(총괄)	45
〈표 IV-4〉 제주관광의 매력사항(성별)	45
〈표 IV-5〉 제주관광의 매력사항(연령별)	46
〈표 IV-6〉 제주관광의 매력사항(직업별)	46
〈표 IV-7〉 제주관광의 매력사항(학력별)	46
〈표 IV-8〉 제주관광의 매력사항(방문회수별)	47
〈표 IV-9〉 제주관광의 매력사항(여행목적별)	47
〈표 IV-10〉 제주관광의 불편성(전체)	49
〈표 IV-11〉 제주관광의 불편성(성별)	49
〈표 IV-12〉 제주관광의 불편성(연령별)	49
〈표 IV-13〉 제주관광의 불편성(직업별)	50
〈표 IV-14〉 제주관광의 불편성(학력별)	50
〈표 IV-15〉 제주관광의 불편성(방문회수별)	50
〈표 IV-16〉 제주관광의 불편성(여행목적별)	51

<표 IV-17> 來道前 알고싶었던 사항	51
<표 IV-18> 민속예술에 관심도에 따른 민속예술 인지도의 차이검증	52
<표 IV-19> 민속예술의 인지도 구성비율	53
<표 IV-20> 성별에 따른 T검증 결과	53
<표 IV-21> 민속예술의 인지도에 대한 분석결과(연령별)	54
<표 IV-22> 굿놀이의 인지도에 대한 분석결과(직업별)	55
<표 IV-23> 민속예술의 인지도에 대한 분석결과(학력별)	56
<표 IV-24> 민속예술의 인지경로(전체)	58
<표 IV-25> 민속예술의 인지경로(성별)	58
<표 IV-26> 민속예술의 인지경로(연령별)	59
<표 IV-27> 민속예술의 인지경로(직업별)	60
<표 IV-28> 민속예술의 인지경로(학력별)	61
<표 IV-29> 민속예술의 기여도 및 관광이미지 기여도	62
<표 IV-30> 관광객에 대한 민속예술의 홍보	62
<표 IV-31> 민속예술 관광상품의 개발필요성	64
<표 IV-32> 민속예술 관광상품의 개발시급성	64
<표 IV-33> 개발할 관광상품(전체)	65
<표 IV-34> 개발할 관광상품(성별)	65
<표 IV-35> 개발할 관광상품(연령별)	65
<표 IV-36> 개발할 관광상품(직업별)	66
<표 IV-37> 개발할 관광상품(학력별)	66
<표 IV-38> 개발할 관광상품(방문회수별)	66
<표 IV-39> 개발할 관광상품(여행목적별)	67
<표 IV-40> 관광상품의 개발방법	67
<표 IV-41> 예술작품의 소재	68
<표 V-1> 민속예술의 무대공연 작품내용과 구성	77

그림 目次

<그림 II-1> 민속예술의 분류	10
<그림 II-2> 민속예술의 관광상품으로서의 효과	23
<그림 IV-1> 민속예술 중심형 관광코스(안)	79



第 I 章 序 論

第 1 節 研究目的

미지의 세계를 탐색하고, 그 經驗을 토대로 自己實現을 위한 인간적인 행위라고 하는 관광은, 오늘날 인간의 생활속에 깊숙이 자리를 차지하면서 정치·경제·사회·문화·환경 등 다방면에 걸쳐 지대한 영향을 미치고 있다.1) 세계관광기구(W.T.O.)의 발표에서도 볼 수 있듯이 세계의 관광인구는 4억 5천여만명, 세계의 관광 외화소비액은 약 2조 6천여만 달러로 추계되고 있어2) 現代의 고도화된 산업 사회에 있어서 관광은 누구나가 享有할 수 있는 文化活動의 일환으로 자리를 잡아가고 있는 실정이다.

이러한 추세와 함께 우리나라에서도 최근에 와서 觀光이 대다수의 국민에게 생활의 일부분으로 정착되고 있고, 政府의 國際化·開放化 정책에 부응하여 관광 정책의 목표와 방향 또한, 지역소득증대를 통한 지역개발과 문예창달 및 전통문화계승과 발전, 그리고 국제교류를 통한 國際化·開放化를 추구하기에 이르렀다.3) 이와 같은 시대적 要求에 부응하기 위하여 국가 및 지방 자치단체에서는 현재 전국에 걸쳐 각종 觀光地를 지정하고 다양한 觀光商品 및 觀光施設物을 開發하는데 많은 투자와 관심을 기울이고 있다.

천혜의 자연경관과 異國의인 정취로 섬 전체가 觀光資源인 濟州道는 사계절의 뚜렷한 기후조건과 고유의 전통민속·생활양식 등의 觀光資源을 보존하고 있으므로 해서 세계 10대 유망관광지에 선정될 만큼 각광을 받고 있으며, 연이은 국제 규모의 회의 개최와 '91년 역사적인 韓·蘇 정상회담을 계기로 「亞·太의 물타」, 「평화의 섬」, 「세계적 휴양지」 등의 別稱으로 찬사를 받고 있다. 이러한 제주도는 政府의 적극적인 뒷받침으로 각종 개발계획이 본격 추진된 1960년대 말 이후 점차 각광받는 관광지로 부상하면서 물량적으로 엄청난 발전을 거듭, 관광산업이

1) Michael Perter, *International Tourism*, 1966, p.3. : 한국관광발전연구소, *Tourism Research*, 제2호, 1988, p.4.

2) 한국경제신문, 1992년 12월 11일자.

3) 한국문화진흥예술원 문화발전연구소, 「문화관광에 관한 기초연구」, 1989, p.7.

도내 경제를 뒷받침하는 주종산업으로 위치를 확고히 다져 오고 있다.4)

그러나, 이처럼 외형적인 성장과 더불어 극찬의 찬사를 받고 있는 제주도가 國際的 觀光地로 더욱 부상하기 위해서는 해결해야 할 많은 문제점들을 안고 있으며, 그 중에서도 특히 가장 주목해야 할 문제는 관광패턴 변화에 따른 새로운 관광상품개발의 미흡과 낙후성이라 할 수 있다.

최근에 들어 관광대상이 다양해지고, 관광형태도 多樣化해지면서 현대 선진 각국의 관광현상도 단순히 보고 즐기는 靜的인 관광에서 벗어나, 직접 참여하여 즐기는 동적인 관광형태로 바뀌고 있고, 향후의 관광형태도 자연탐방에서 심미적 문화관광으로 변화해 갈 것이라 예상된다. 이에 비해 현재 제주도의 관광대상은 자연자원 그 自體에 의존하고 있기 때문에 제주권에서의 觀光類型은 자연자원을 主對象으로 한, 보고 즐기는 「유람형 관광」이 중심이 되고 있어 동일한 대상에 대한 반복적인 유람형 관광은 무의미할 수 밖에 없으며5) 관광객의 욕구나 필요에 충족시켜 줄 수 있는, 이른바 제주도의 특성을 최대한으로 살리면서 관광객들의 이목을 집중시킬 수 있는 異色的인 새로운 관광상품 개발없이는 제주도의 관광은 경쟁력 제고에 돌이킬 수 없는 치명상을 입게 될 것으로 생각된다.

전술한 바와 같이, 觀光이 미지의 세계를 탐색하고 그 經驗을 토대로 自己實現을 위한 인간적인 행위라면, 관광상품은 관광욕구를 충족시켜 주는 대상의 구성체 또는 관광동기를 유발시키는 유형·무형의 諸觀光對象物로서 관광객의 욕구나 필요의 충족을 느낄 수 있게 하는 특성을 지닌 것이이라고 할 수 있다. 따라서 관광자원은 관광객을 유인할 수 있는 관광대상물로서 관광자의 욕구나 필요를 충족시키기 위해 추구하는 대상물이 무엇인가를 생각해 볼 때 관광자원의 상품화는 필수적인 요소로 대두된다고 볼 수 있다.

제주도는 이미 한국의 5대 관광권의 하나로 설정되어 오기까지 성장과 발전을 거듭 해 왔으며 지리적·역사적 측면에서도 하나의 권역을 형성하고 있다. 그러나 이렇게 권역을 형성하고 있으면서도 그 관광대상을 자연적 자원에만 의존해서는

4) 제주도를 방문한 연간 관광객수는 '83년에 100만명을 돌파한 이래, 지난 '92년에는 342만여명으로 증가했으며, 관광수입 또한, 7,970억여원을 기록, 종전 도민 최대 소득원이던 감귤수입을 앞질러 관광산업이 도내 경제를 뒷받침 하는 주종산업임을 입증해 주고 있다.

5) 김경호, "제주권 관광상품의 기획과 촉진과제", 제주대학교 관광개발연구소 「논문집」, 제3집, 1986, p.3.

6) 김경호, "관광마케팅론", 강의노트, 1992년 1학기.

관광객 유인에 한계성을 드러낼 수 밖에 없을 것이며 인문적 자원을 개성있게 示顯시켜 큰 흡인력을 갖는 매력있는 관광지로서의 기능을 다 할 수 있도록 경쟁력 제고를 위해서도 서둘러 탈바꿈해야 할 시기라고 판단된다.

실제로 제주를 찾아왔던 관광객들은 그 자연과 함께 제주 특유의 생활상에 대하여 강렬한 인상을 받고 있고, 자연에 대한 감탄은 한두번에 그치나 제주도의 언어, 전통민속과 예술, 생활문화의 變化象에 대하여는 항상 감회를 새롭게 하고 있음을 본다. 특히 외국인 관광객인 경우에는 그 관광지의 인정, 풍속 등은 커다란 관광매력이 되는 것이다.⁷⁾ 따라서 현 시점에서 우리의 전통문화자원의 특징과 장점을 보존·개발함으로써 道民의 자긍심을 심어주고 아울러 국내·외 관광객이 함께 참여하고 체험할 수 있는 건전한 여가활동에도 활용할 수 있도록 각종 문화 자원의 관광상품화 방안을 모색하는 것은 도민의식의 질적 향상과 더불어 지역개발의 정책방향을 설정하는데 의미있는 일이라 하겠다. 현재 제주도에는 많은 민속예술과 특색있는 향토성, 도민성(주민성), 풍속 등이 있음에도 불구하고 아직 자원으로서만 존재해 있을 뿐 관광상품으로 개발하는 단계에까지는 발전되지 못한 실정이다.

따라서 본 연구는 제주도의 관광이미지 개선은 물론 경쟁력 제고와 새로운 관광패턴에 부응하기 위한 하나의 방편으로서 개발가능성이 무한한 관광자원으로서의 제주도 민속예술을 관광상품으로 개발하는 방안을 모색해 보고, 이러한 관광상품 개발이 관광객유치에 있어서 하나의 촉매역할을 할 수 있음과 동시에 지역사회의 홍보와 산업화 수단이 될 수 있다는 점에 초점을 두고 제주도의 민속예술을 새로운 관광상품으로 개발하는 방안을 모색, 그 방안을 제시하여 개발을 유도해 내는데 연구의 주목적을 두며, 다음과 같은 몇가지 연구 목적을 둔다.

첫째, 관광자원으로 산재해 있는 제주도 민속예술의 특성과 현황, 개발실태 등의 분석을 통하여 그 문제점들을 파악해 보고, 관광상품으로 개발해야 할 필요성과 함께 관광상품으로서의 역할과 가치, 새로운 관광상품으로 개발하는 방안을 모색해 보고자 한다.

둘째, 제주도 민속예술의 새로운 관광상품 개발이 제주도 관광에 있어서 이미지 개선에 기여함을 마케팅적 측면에서 분석해 봄으로써 지역소득증대, 관광산업 발전에 대한 방안을 모색해 보고자 한다.

7) 김진섭, 「관광자원론」, 일신사, 1986, P.74.

세제, 제주도 민속예술들을 관광상품으로 개발하기 위한 효율적인 진흥방안이 어떠한 것이 있는지를 분석·고찰하여 제주도 전통민속문화의 발굴과 계승·발전에 이바지하는 방안을 모색해 보고자 한다.

네제, 제주를 찾아오는 많은 내·외국인에게 제주의 문화를 재인식시키게 하고, 도민 각계 각층에 제주인으로서의 자긍심을 심어줄 수 있는 교육의 場으로서 활용할 수 있는 방안을 모색함으로써 제주도의 國際化와 開放化 그리고 도민의 풍요로운 여가활동 확대에 대처하는 계기가 되며, 동시에 흐트러져 가는 우리의 觀光文化를 고유한 문화적 전통과 특성을 담은 문화관광으로 육성·발전시킬 수 있는 정책적 방안과 방향을 설정하는 시급성을 마련하고자 한다.

변화하는 관광형태에 대한 관광상품개발에 관한 연구는 관광정책적 차원이나 관광마케팅 측면에서도 관광시장의 세분화에 따른 적합한 관광상품을 제공하는 유용한 도구가 될 수 있으며, 어떠한 관광상품개발이 관광자의 욕구충족과 관계 되는가를 식별하게 하여 관광대상지의 이미지를 쇄신시킴으로써 관광자들에게는 다시 찾고싶은 분위기를 제공해 줄 수 있을 것이다.

第 2 節 研究方法

본 研究는 前述한 바와 같은 研究目的을 달성하기 위하여 두가지 측면에서의 研究방법의 접근을 모색하였다. 즉, 記述的인 研究방법(descriptive study)과 實證的인 研究방법(empirical study)을 병행하였다.

우선, 본 研究의 기초개념 정립과 민속예술의 관광상품화에 대한 이론적 고찰을 논하기 위해서, 선행연구에 대한 문헌연구(documentary study)를 실시함으로써 연구의 합리성과 규범성을 확보하고자 하였다.

또한 본 연구의 내용 중 상품개발의 필요성과 타당성(feasibility study)의 연구를 위해서는 관광을 마치고 귀향하는 관광객들을 상대로 본 연구의 목적을 위해 작성된 설문조사에 의해 과학적인 분석을 통한 실증적 연구조사(empirical study)를 시도하였다. 아울러 본 연구의 客觀性을 유지하기 위하여 제주의 향토 민속예술에 관심을 두고 있는 도내 문화예술단체 및 學界 관계자, 언론계 人士들을 비롯, 관광관련 人士들을 직접 면담(interview)조사함으로써 개발의 필요성과 그 방안에 대한 타당성 조사를 실시하였다.

한편, 민속예술의 관광상품화에 대한 事例研究는 외국의 경우 비교적 자료가 충실하다고 인정되는 臺灣을, 우리나라의 경우는 이에 대한 상품개발을 시도했었으나 실패한 경험이 있는 제주도를 사례대상으로 선정하고, 양사례를 접목시키는 비교연구방법을 적용해 봄으로써 개발의 필요성과 타당성 및 성공 가능성에 대한 공감을 얻고자 노력하였다.

第 3 節 研究範圍

상기와 같은 연구목적의 달성과 보다 심층화된 연구효과를 기대하기 위하여 본 연구에서는 다음과 같이 연구범위를 설정하였다.

空間的 범위로는 연구에서 지향하는 제주지역 특성을 살린 민속예술의 관광상품화에 중점을 두었기 때문에 濟州道로 그 공간적 연구범위를 정하기로 한다.

時間的 범위는 본 연구의 조사시점인 1993년도를 중심으로 하되, 그 내용적 범위는 민속예술이 다양하다는 점을 감안하여 대내·외적으로 알려지거나 발표되어(예: 민속예술경연대회 출품작품 및 제주도립민속예술단의 개발한 공연작품) 그 가치를 인정받고 있는 제주도의 민속예술의 소재들을 중심으로 한다.

한편, 본 논문의 체계는 다음과 같은 6개의 章으로 구성·전개되고 있다.

第1章은 序論으로, 연구목적·연구방법·연구범위 및 선행연구에 대한 고찰과 본 논문의 구성을 기술하였다. 第2章에서는 민속예술의 관광상품화에 관한 기초 개념 정립으로서 민속예술의 의의와 분류, 관광상품의 의의와 특성, 민속예술의 관광상품으로서의 가치와 효과를 기술하고, 第3章에서는 제주도 민속예술의 관광상품화 실태로서, 제주도 민속예술의 형성배경과 특성, 제주도 민속예술의 현황과 상품화 실태, 그리고 민속예술의 관광상품화 사례를 臺灣과 濟州道の 사례로써 비교·분석하였으며, 第4章에서는 제주도 민속예술의 관광상품화를 위한 실증 분석을, 第5章에서는, 前章의 실증분석을 바탕으로 상품화를 위한 방안을 제시하였다. 第6章은 본 연구의 결론으로, 연구결과를 요약함으로써 종합적인 提案을 하는 견지에서 결론을 맺었다.

第 4 節 先行研究에 대한 考察

한국의 전통문화와 민속예술의 관광자원화 및 관광상품화에 대한 필요성은 이미 오래전부터 지적되어 왔으며, 이에 대한 연구와 노력도 꾸준히 증가하는 실정이다.

이에 관해 최근 국내의 先行研究들을 살펴 보면 <표 I-1>에서 보는 바와 같다.

<표 I-1> 민속예술의 관광상품화에 대한 선행연구

발표연도	연구자	제 목	연구 내용
1986	송병규 (경희대, 석사논문)	전통문화의 관광자원화에 관한 연구	전통문화의 관광자원화를 위해 대전 지역 언론매체 종사자들의 전통문화에 관한 설문조사 분석
1987	고금희 (대구보건전문대학 논문집)	우리나라 민속행사의 관광상품화에 관한 연구	우리나라 민속행사의 현황과 개발실태를 분석하고, 민속행사의 관광상품화 방안을 제시
1987	안경모 (경희대, 석사학위논문)	사회적 관광자원의 국민관광화 방안에 관한 연구 : 전통 무형문화를 중심으로	전통무형문화의 관광자원의 가치를 구명하고 전통문화의 활성화 위한 전통무형문화의 발굴, 전승, 생활화 방안과 보존대책에 따른 지정, 보호 방법, 개선시책, 토착화 방안 구명
1988	조훈성 (경희대, 석사학위논문)	전통민속놀이의 관광자원화를 위한 집단시설지구 조성에 관한 연구	전통민속놀이의 관광자원화 필요성을 기초로 경기도 용인지역에 [동적관광] 위주의 놀이공간인 [민속놀이 집단시설구역]을 조성 계획안 제시
1989	권혁을 (세종대, 석사학위논문)	지역전통문화행사의 관광자원화에 관한 연구 : 강릉단오제 그 주변문화를 중심으로	우리나라 지역전통문화 행사의 현황을 분석하고 강릉단오제와 주변문화를 중심으로 관광상품화 방안을 제시
1990	정갑식 (경희대, 석사학위논문)	한국전통민속마을의 합리적인 관광자원화 방안 : 안동 하회마을을 중심으로	한국 민속마을을 관광자원화 하기 위한 방안으로 안동 하회마을 방문관광객의 관광행동 특성을 조사하고 분석을 통하여 관광자원화 방안을 제시
1991	이기춘 (인하대, 석사학위논문)	전통문화의 전통자원화에 관한 연구 : 전통민속주를 중심으로	전통민속주를 중심으로 한국전통문화에 대한 관광정책의 문제점을 제시하고 전통문화관광 촉진을 위한 개선방안 제시

위의 선행연구들의 내용들을 살펴보면, 자연경관을 위주로 한 관광은 이제 한계에 다다랐다는 점을 지적하면서, 그에 대한 대책으로 전통문화 및 그에 속하는 민속예술에 대한 관광자원화 방안과 관광상품화의 필요성과 방안들을 제시하고 있다.

한편, 이외에도 제주도를 대상으로 한 최근의 類似 研究論文은 <표 I-2>에 제시하는 바와 같다.

<표 I-2> 제주도를 대상으로 한 유사 선행연구

연도	연구자	제 목	연 구 내 용
1987	오남삼 (제주대, 사회발전 연구소, 논문집 제3집)	제주도 고유문화의 보존 및 선양방안에 관한 研究 : 제주도 지정문화재의 관광자원화	제주도 지정문화재에 대한 자원가치를 규명하고 계통적 분류를 통한 특성화하여 관광자원화 방안을 모색하고 방향을 제시하고 있는데, 민속관광지 및 공연장 등에서 공연, 주월 별 달력작성, 공연인력, 전담기구육성
1991	현용준 (제주대학교 사회발전 연구소 논문집)	민속문화 관광자원화 방안 : 민속예술을 중심으로 (제2차 특정지역 제주도 종합개발계획 산업및 지역 주민참여방안연구	무형문화재에 국한하여 보존 및 정비와 관광자원화 방안을 제시 -제주민속예술의 가치정립과 마을및 향토축제 활성화와 현대축제화와 민속예술의 상설공연장을 통한 관광상품으로의 개발 필요성과 방안제시

위의 연구논문에서도 보면 自然景觀資源의 개발은 이제 한계에 다달았음을 지적하면서 기존 자연경관자원과 제주도 고유의 傳統民俗文化를 연계한 새로운 관광상품개발의 필요성과 시급성을 지적하며, 그 방안과 방향을 학술적인 측면에서 나름대로 제시하고 있다.

第 II 章 民俗藝術의 觀光商品化에 관한 基礎概念 定立

第 1 節 民俗藝術

1. 民俗藝術의 意義

「民俗(folk)」이란 말은 흠에 남긴 '百姓'들의 삶의 자취 또는 사람의 살고 있는데서 생기는 習慣이나 風俗을 말한다.⁸⁾ 따라서 역대 우리 선인의 생활자취 즉, 우리 민족이 살아온 면면한 생활의 기록이며 바로 생활 그 자체이다. 民俗은 民間의 생활인 동시에 그 생활의 계속 또는 반복에서 이룩되어 傳承되는 民間 公衆의 習俗이므로 인간이 자기가 속해 있는 자연적 환경과 역사적 환경 및 사회적 환경에 대처하고 적응하기 위하여 지혜와 신앙으로 엮어낸 생활풍속이라 할 수 있다.⁹⁾

따라서 民俗은 그 자체가 예술이며 삶의 자취이다. 그러나 民俗은 民間에 전승과정이 문자로 기록되지 못하고 口傳되어 온 경우가 많다. 民俗이 말(口碑)로써 전승되고, 慣習으로 전승되며, 歲時風俗으로 전승되고, 信仰으로 전승되어 한 풍토에서 장구한 歷史性을 지니며 형성되어 오는 동안 우리 나뉠의 文化를 가지게 되었고 그 속에서 우리는 생활해 왔다.

民俗文化란 그 民族이 남달리 지니고 있는 文化라고 한다면 그 民族의 가장 폭 넓은 사람들이 생산하고 공감하고 영위한 것이라야 한다. 說話나 민요에서 서민들의 文學性을, 가면극·民俗놀이·民畫·노래에서 예술성을, 占卜·呪術에서 神에게 접근하려는 信仰과 철학을 찾을 수가 있다.¹⁰⁾ 이러한 관점에서 “민속예술”에 대한 정의도 다루어져야 할 것이다.

민속예술이란, 「민간에서 전통적으로 전승되어 온 예술로써 역사적 배경과 과정속에서 형성되어 先代로부터 전래해 온 예술이므로 민중생활에 높은 규범적 의의를 가지고 민중의식에 작용하는 예술이라 할 수 있다.」 이러한 민속예술은 百

8) 송지영, 「한국민속 100년」, 민속공보사, 1980, p. 3.

9) 김현식, 「동아원색세계대백과사전」, 동아출판사, 1990, p. 32.

10) 柳濟東, 「韓國民俗學叢書 2: 민속예술」, 民俗學會편, p. 3.

姓들의 생활에서 우리나라 美的 產物이며, 민간에서 전통적으로 전승되어 온 민속문화 중에서 예술적 가치를 지닌 것이라고 볼 수 있다.¹¹⁾

그 속에는 역사적 傳統性이 있고 사회적 共感性이 있으며 민중적 藝術性이 숨어 있다는 것이다. 이처럼 우리가 물려 받고 있는 “민속예술”이라는 문화유산은 조상의 얼과 슬기의 결정이며, 역사를 살아온 삶에서 우리나라 문화력의 실상이다. 이러한 민속예술에는 우리 조상들의 오랜 삶에서 같고 다듬어진 喜怒哀樂의 情感이 표현되고 傳統的인 協同心과 鄉土愛가 깃들여 있다.¹²⁾

2. 民俗藝術의 分類

앞에서 정의한 민속예술이란 개념은 크기는 동·서양 등 지역권을 단위로, 또는 국가 단위로 서로 달리하는가 하면 한 나라 안에서도 지방별로 또는 종족별·계절별·생업별 등으로 각기 독특한 특성을 지니고 있어, 民俗藝術이라 하면 후자를 지칭하는 경우가 많다. 각종 儀禮에서부터 歲時風俗·信仰·미신·언어·占卜·藝能 등 그 범위가 광대하다.¹³⁾

이러한 민속예술은 하나의 예술로서 현대적 예술감각으로 보면 예술의 전 분야에 걸쳐 존재한다. 즉 民俗文學·民俗音樂·民俗舞蹈·民俗會話(민화)·民俗演劇 등 여러 장르가 있게 마련이다. 그러나 민속예술은 민간의 생활풍습이나 信仰行事 등과 밀접히 연계되어 있기 때문에 문학·음악·무용·연극 등 여러 장르로 분리되어 있지 않고 그것들이 거의 하나로 종합되어 있다는 점이 특성이다. 가령 民謡를 놓고 보면, 거기에는 문학인 가사와 음악인 가락 그리고 무용인 율동이 혼연 일체가 되어 있는 것과 같다. 따라서 민속예술은 종합예술적 성격이 있다고 할 수 있다.

이렇게 종합예술적인 특성을 지니고 있는 민속예술도 나름대로 분류할 수가

11) 민속문화와 민속예술을 같은 범주로 볼 수도 있지만, 민속예술 보다는 민속문화가 더 넓은 개념이다. 따라서 민속문화 중에서 예술적 가치가 있는 것들을 통틀어 민속예술이라 보았다. 문화가 모두 예술적 가치가 있느냐 여부는 관점에 따라 다를수 있기 때문에 논의의 여지가 있으나, 일반적으로 민속예술은 심미적 감각과 관련된 것들을 일컫는다고 할 수 있겠다.

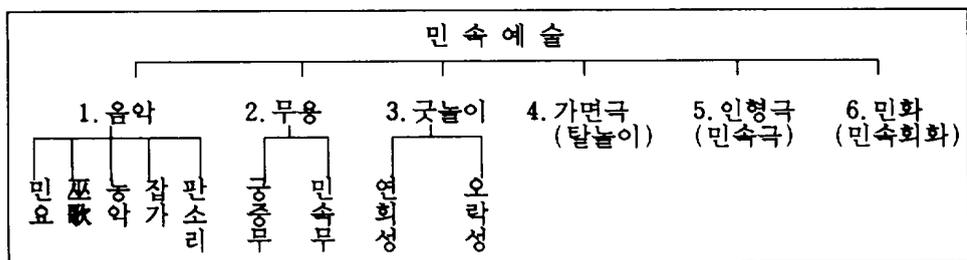
12) 嶺南大學校 民族文化研究所, 「民俗藝術」, 1987, p.10.

13) 金顯植, 前掲書.

있는데, 우리는 흔히 민속음악·민속무용·굿놀이·민속놀이·가면극 등으로 한국의 민속예술을 분류하고 있다. 이런 분류는 서구의 분류 범주를 벗어나 한국적인 분류개념으로 나누는 것이어서 지역적인 분류이다.¹⁴⁾ 특히 우리나라는 지역적으로 문화적 특성이 조금씩 다르게 나타나서 민속예술을 분류하는데도 지역마다 조금씩 달라 규정된 틀 속에서 분류하기란 곤란하다.

민속예술에 대한 분류는 예술에 대한 관점에 따라서 또는 강조하는 예술에 따라 다를 수 있지만 본 연구에서는 민속예술을 음악·무용·굿놀이·가면극·인형극·민화 등으로 분류하여 略記하려 한다.¹⁵⁾

<그림 II-1> 민속예술의 분류



資料: 고려대학교 민족문화연구소, 「한국민속대관 5: 민속예술편」, 1982, p. 23.

1) 音 樂

서양음악에서 Folk Music은 민중이 창조하여 민중이 연주하고 민중이 즐기어 전승하는 음악을 말하지만 한국전통음악에서 민속음악이란 위와 같이 민중이 스스로 창조·享受·전승하는 음악 뿐만 아니라 전문적인 음악인들이 창조·전승하고 민중이 즐기는 음악, 그 밖에 전문적인 음악인이 창조·전승하고 고도의 예술음악

14) 현용준, “제주민속예술의 발굴 보존 전승방안”, 「제주도」 통권 제89호, 1990, p. 219.

15) ① 고려대학교 민족문화연구소, 「한국민속대관 5: 민속예술」, 1982.

② 영남대학교 민족문화연구소, 상계서.

③ 임동권·권병호·김선풍, 「민속론」, 집문당, 1989.

④ 이강렬, 「민속과 축제」, 圓方閣, 1990.

⑤ 李相日, 「民族心像의 藝能學: 굿의 놀이와 축제의 드라마」, 시인사, 1986.

⑥ 李瓊根, 「한국의 민족문화」, 한국정신문화연구소, 1984.

이상의 참고문헌 등에서 발췌하여 정리함.

을 즐기는 특수층이 즐길지라도 그 음악적 근원이 민중이 즐기는 음악과 같은 것들이면 통틀어 민속음악으로 치고 있다.

2) 舞 踊

우리나라 전래의 民俗藝能은 흔히 민속놀이·민속오락·민속예술 등으로 불리고 있는데, 이렇게 말한 이유는 그 내용이 오락적 요소와 예술적 요소 등이 융합되어 있기 때문이다. 예로서 농악이나 강강술래·탈춤·무당춤 등 대부분의 연희가 음악·연극·무용등의 예술적 요소와 여기에 오락적 요소가 수반되어 있는 總體性을 띠고 있음을 알 수 있다. 그러므로 우리나라의 민속예능은 어떠한 관점에서 보느냐에 따라 그것을 오락으로 또는 연극·음악·무용·등 예술로도 볼 수 있다. 물론 탈춤인 경우는 연극성이 강하고, 농악은 음악성이 강하며, 무당춤은 舞踊性이 강조되기는 하지만 앞서 말한 바와 같이 근본적으로 분리되어 있지 않고 한 덩어리로 되어 있기 때문에 민속예능의 한 종목을 논하더라도 이러한 제요소를 조화롭게 다루어야 하는 어려움이 있다.

3) 굿 놀이

우리 속담에 '머느리 춤추는 꼴보기 싫어 굿 못한다'는 말이 있다. 시어머니는 정성을 다해 제물을 준비하고 치성을 드리는데 반해 머느리는 굿장단에 흥겨워 춤추면서 신바람나 하는 굿마당을 눈 앞에 보여 주는 듯 하다.

사실 우리의 굿은 악기의 박자에 맞추어 읊어대는 가창부분과 장단에 맞추어 춤을 추는 무용부분으로 이루어져 있어서 가창하던 巫女가 춤을 추고 춤이 끝나면 다시 가창이 시작되면서 굿거리를 형성한다. 그래서 신앙자의 입장이 아닌 경우에는 속담의 머느리처럼 굿이 하나의 흥겨움을 주는 잔치로 비추어진다. 다시 말하자면 굿을 信仰儀式의 儀禮로써가 아니라 놀이의 한 형태로 보는 것이다. 그러나 이러한 놀이는 단순히 즐기기 위한 것만이 아니라 신을 모시는 굿청에서의 제한성으로 종교적인 테두리를 벗어날 수는 없다. 祭儀를 거룩한 놀이라고 말한 J. Huizinga의 지적은 결국 '놀이'를 수식하는 '거룩한'이란 수식어으로써 오락적인 놀이와 구분하고 있다. 祭儀에 놀이가 가미된 것을 인정한다면 우리는 일반적으로 부르는 굿을 좁은 의미의 祭儀(ritual)로서의 굿과 축제(festiva)로서의

굿놀이로 구별할 수 있다. 이런 측면으로 '무당굿놀이', '굿놀이' 또는 '놀이굿'이라는 명칭으로 놀이성이 짙은 굿을 명명하게 되었는데, 論者가 조사한 바로는 金榮敦·玄容駿의 『重要無形文化財指定資料調查報告書』의 「제주도 무당굿놀이」에서 처음으로 '굿놀이'라는 명칭을 사용하였다.

4) 假面劇 (탈놀이)

우리나라에 전승되어 온 탈놀이의 주류를 이루는 산대도감계통극과는 달리 무의식극적 전승으로 농경의식과 무속과 서낭제에 각각 탈놀이가 있다. 농경의례와 관련된 탈놀이로서는 제주도의 입춘굿과 경기도 양주군의 소놀이굿과 각지방 농악대의 잡색놀이가 있고, 巫儀로서는 제주도의 영감놀이가 있으며, 서낭제 탈놀이로는 동해안 別神굿에서 연희되는 탈놀이굿과 범탈굿 그리고 하회별신굿 탈놀이와 강릉단오굿의 官奴탈놀이가 있다.

이들 탈놀이는 우리나라 가면극의 형성에 대륙 傳來의 영향이 있기 전의 토착적인 起源을 시사하여 주는 중요한 것들인데 가면극의 주요내용을 보면 양반에 대한 반항을 나타내는 兩班科擧와 夫·妻·妾간의 갈등이나 생활고를 나타내는 것이 거의 공통적이다.

5) 人形劇 (民俗劇)

흔히 민속극이라 하면 민간의 풍속·전설 등을 소재로 한 민간전승의 연극을 지칭하는 말이다. 민속극은 연극이면서 문학이다. 넓게는 음악·무용·연기·언어 등이 조화된 하나의 종합예술이면서 한편으로는 민속문학 또는 구비문학이다. 민속문학(口碑文學)이란 말로 전달되며 말로 전달되며 말로 전승되는 문학을 지칭한다. 우리의 경우 민속 희곡문학에 해당되는 것으로는 각 지방에 전승되는 여러 가지 가면극과 인형극인 꼭두각시놀음을 들 수 있다.

종합예술로서의 연극이자 민속 희곡문학으로서의 독립적 양식이라는 형태적 특성에서 볼 때 민속극은 다음과 같은 조건을 갖춘 것이어야 한다. 즉 어떤 演戲가 演劇이 되려면 첫째, 가장한 배우가 대화와 몸짓으로 행동을 표현해야 한다. 둘째, 표현하는 이야기나 사건은 집약적인 구성으로 이루어져 독립적으로 공연될 수 있어야 한다. 셋째, 그것이 놀이판(무대공간)을 통해서 가시적으로 목격되는

행위라야 한다.

꼭두각시놀음의 경우 등장인물이 인형이라는 특수한 조건이 있으나 역시 가장한 배우에 해당되며, 첨예한 갈등을 집약적으로 표현하기 위하여 대화와 몸짓·춤사위·노래 등의 효과적으로 사용될 뿐 아니라, 그것이 관중들 앞에서 다른 민간전승에 의존하지 않고도 독립적으로 공연된다는 점에서 민속극으로 규정된다.

6) 민 畵

민화란 정통적 화가가 아닌 일반 백성의 그림이다. 화가의 그림이 美의 추구라는 예술적 次元의 창조라 한다면 民畵家는 실용적 즉, 생활적인 그림을 그린다. 따라서 어떤 민화를 그림에 의한 공예라고까지 말하기도 한다. 과연 민화는 생활의 어떤 목적을 이루고자 하는 뜻이 있다. 逐鬼(귀신을 쫓아 냄)·敎訓·장식·吉祥 등을 위한 그림이 많다. 한국민화의 내용은 花鳥·虎狼·動物·山水·風俗·宗教(巫·儒·佛·仙)裝飾·倫理·性敎育 등 다양하다.

이상과 같이 민속예술을 한국적 분류개념인 지역적 분류개념으로 살펴 보았는데, 전술한 바와 같이 지역적으로 볼 때 제주도는 다른 지역과는 다른 특이성이 있기 때문에 위의 분류가 적용되지 않을 경우가 많다.

따라서 제주도의 민속예술을 분류하는 데 있어서는 이 지역적인 분류 개념으로 볼 때 조금 다르게 이해되어야 할 것이다. 예를 들면, 농악은 “결궁”이라는 이름으로 전승되어 왔으며, 민요는 노동요가 중심이 되어 그 내용과 수량이 매우 풍부하다. 이것은 제주도의 지역적 특성에 기인한다.

그에 비하여 민속무용·민속놀이·민속연극 따위는 巫俗의 窠 속에 용해되어 아직 분리되지 않은 것이 대부분이다. 巫俗의 窠 밖에 민속놀이가 없는 것은 아니지만 그 수가 매우 적다. 가면극도 과거의 立齋窠에서 연희되고 있었지만 지금은 사라져 원상 복원이 어려운 단계에 있고, 지금 영감놀이 등 窠 속에 원초적 모습을 남기고 있는 실정이다.¹⁶⁾

16) 현용준, 전계서, p.219.

第 2 節 觀光商品

1. 觀光商品의 意義

商品을 간단히 설명한다면 유통업의 객체 즉, 도소매업의 상행위 객체로서 표현할 수 있을 것이다. 그러므로 상품이란 도소매업의 용어로서 제조업의 제품과 동일한 관점에서 파악되어야 할 것이다.¹⁷⁾

일반적으로 제품이란 소비자의 욕구나 필요를 충족시킬 수 있는 것은 무엇이나 제품이라 할 수 있다. 따라서 물체뿐만 아니라 서어비스, 장소, 아이디어, 사담, 조직체 등도 제품의 될 수 있다.¹⁸⁾

그런데 마케팅관리의 입장에서 보면 제품이란 제품을 구성하고 있는 제품의 속성들(product attributes)의 단순한 집합 이상의 것을 의미한다. 왜냐하면 소비자들은 제품을 그들의 욕구를 충족시키는 모든 편익의 뭉치(bundles of benefit)로 파악하기 때문이다. 따라서 마케팅관리자가 제품을 개발하려고 할 때는 먼저 그 제품이 소비자의 어떤 욕구를 충족시킬 수 있는지, 즉 소비자가 그 제품에서 어떤 편익을 얻을 수 있는지를 확실히 해야한다. 소비자가 製品에서 얻는 가장 기본적인 편익을 核心便益(core benefit)이라고 한다. 핵심편익이 알려지면 마케팅관리자는 이 핵심편익을 구체적인 有形製品(tangible product)으로 전환시켜야 한다. 有形製品의 주요 구성요소는 품질(quality), 스타일(style), 상표명(brand), 포장, 기타 특징 등이다. 따라서 마케팅관리자는 여러가지 서어비스와 편익을 첨가하여 유형제품을 보강하는 포괄제품(augmented product)을 제공할 수 있으며, 마케팅관리자는 소비자의 욕망을 가장 잘 만족시키는 편익의 뭉치를 창조하기 위해 핵심편익-유형제품-포괄제품의 세 가지 수준(level)에서 自社の 製品을 바로 볼 필요가 있다.¹⁹⁾

이상의 관점에서 觀光이라는 商品도 정의되어야 할 것이다. 즉 관광이 이룰테

17) 김경호, "관광마케팅론", 강의요안, 1992년 1학기.

18) Philip Kotler, *Marketing Management*, 4th ed. (Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, Inc, 1980), pp.132-133.

19) 유필화, 「현대마케팅론」, 박영사, 1990, p.131.

면 일상생활권 밖에서의 여가활동, 그래서 특정의 관광대상 예컨대 오로지 觀光資源만 대상으로 觀光이 성립될 수 없다고 한다면 결국 “觀光商品은 觀光客의 欲求나 必要를 充足시켜 줄 수 있는 서어비스의 構成체”라는 觀點에서 定義되어야 할 것이다.²⁰⁾ 즉, “관광상품은 관광객의 관광욕구나 필요의 충족을 誘發하게 하는 유형·무형의 諸商品이며 관광활동을 용이하게 하기 위한 자원개발, 시설확충 등의 유형적 요소를 갖는 것이다”라고 할 수 있다.

2. 觀光商品의 分類

觀光商品은 기준에 따라 여러 종류로 분류될 수 있을 것이다. 그 예를 보면, 한국관광공사에서는 관광상품을 資源商品, 施設商品, 서어비스商品, 特殊商品 등의 네가지로 分類하고, 이를 다시 細分하여 22개의 구체적인 商品을 提示하고 있다.²¹⁾ 또한 李長春 교수²²⁾나 尹大淳 교수²³⁾도 동일한 관점에서 분류하고 있다. 이러한 분류는 관광상품의 종류라기 보다는 관광개발조직체의 개발분야별 명칭 또는 관광산업의 개별조직의 입장에서 본 상품이라고 할 수 있을 것이다.

觀光이 이룰테면 일상생활권 밖에서의 여가생활이고, 그래서 특정의 관광대상, 예컨대 오로지 관광자원만을 대상으로 관광의 성립될 수 없다고 한다면, 결국 관광이라는 상품은 관광객의 욕구나 필요를 충족시켜 줄 수 있는 서어비스의 構成體라는 觀點에서 定義하여 分類되어야 할 것이다. 따라서 資源商品, 施設商品, 서어비스商品, 特殊商品 등은 개별조직의 입장에서 그 자체가 하나의 완성된 상품으로 인식될 수도 있을 것이다. 그러나 관광이라는 상품은 그러한 개별조직의 상품에 의해 구성된다는 관점에서 독립적으로 완전한 기능을 갖고 있지만 觀光商品의 構成部品에 지나지 않는다고 보아야 할 것이다.

A. J. Burkart와 S. Medlik은 「The Management of Tourism」에서 관광상품을 다음과 같은 세 가지의 구성요소로 설명하고 있다.²⁴⁾

- 20) 김경호, “관광서어비스의 기획(생산)유통 가격 촉진에 관한 기초이론”, 「상업교사특별연수교재」, 제주대 사범대학 중등교원 연수원, 1992, pp.71-72.
- 21) 국제관광공사, 「한국관광진흥종합계획」, 1979, p. 519.
- 22) 이장춘, “한국특화관광상품개발과 선전방향에 관한 연구”, 경기대논문집, 제 10집, 1980, pp.452-454.
- 23) 윤대순, 「여행사경영론」, 서하문화사, 1986, p.189.

첫째, 관광객의 마음에서 우러나오는 관광목적지에 대한 이미지를 포함한 관광목적지의 매력
둘째, 숙박, 식사, 환대, 레크레이션 등의 관광목적지의 제시설물
셋째, 관광목적지까지의 접근성 등이다.

또한, J. Christopher Holloway는 관광상품을 수송, 숙박과 식사, 자연관광자원 및 인문관광자원으로 구성된다고 설명하고 있으며, 용어에서도 관광상품을 Tourism Product로 그리고 구성요소로서의 관광상품을 Tourist Product로 기록하고 있다.²⁵⁾ 이러한 관점에서 李英秀 교수²⁶⁾는 상품판매형태, 여행소재, 여행경로, 판매방식 등을 기준으로, 그리고 日本交通公社²⁷⁾에서는 旅費算定·販賣·契約, Guide 또는 Tour Conductor의 同伴有無를 기준으로 관광상품을 분류하고 있다.

3. 觀光商品の 特性

전술한 바와 같이, 觀光商品은 觀光目的을 달성하는데 必要한 下位서비스의 集合體로서 旅行業의 客체로 인식되어야 할 것이다. 그리고 개별조직의 입장에서 보면 그들이 제공하는 서어비스는 特定の 欲求나 必要를 充足시켜 줄 수 있는 完全한 商品이라는 觀點에서 그 特性을 파악할 수 있는 것이고, 또 하나는 관광상품이 Tourism Product나 Tourist Product나 하는 것이 아니라 본질적으로 그것이 모두 Service라는 말로 표현된다는 사실에서 그 특성²⁸⁾을 보면 다음과 같다.

첫째, 無形性(intangibility)이다. 서어비스란 본래가 형체가 없는 것이기 때문에 고객의 서어비스를 구입하기에 앞서 맛을 보거나, 감촉을 느끼거나, 소리를 듣거나, 냄새를 맡거나 하는 것은 모두 불가능한 것이며 想像的으로 가능할 뿐이다. 구매자들은 관광업체들의 제공하는 案内書(브로슈어, 팸플렛, 광고문 등)를

24) A. J. Burkart and S. Medilk, *The Management of tourism* (London: Heinemann, 1975), p.132.

25) J. Christopher Holloway, *The Business of Tourism* (Macdonald and Evans, 1985), p. 79.

26) 李英秀, 旅行社轉業經營論, 世進社, 1986, pp.46-62.

27) 財團法人 日本交通公社, 觀光辭典, 1974, pp.166-169.

28) William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, McGraw-Hill, 1978, p.484-485. 김경호, "제주권 여행업의 시장세분화에 관한 고찰", 제주대학교 「논문집」, 1991, pp.260-261.에서 재인용.

보고 상품의 내용, 성질 형태를 이해하게 된다.

이러한 특성은 마케팅機構에 많은 부담을 주게 된다. 그러한 부담은 주로 기업의 促進프로그램에 주어지게 되는 것으로, 판매원과 광고부는 결국 서어비스 그 자체를 강조하지 못하고 서어비스에서 얻을 수 있는 이점을 강조할 수 밖에 없는 것이다.

둘째, 非分離性(inseparability)이다. 서어비스란 창출되면서 소멸되는 필연적인 결과를 낳기 때문에 창출자와 판매업자를 분리시킬 수 없는 경우가 있다. 예컨대, 치과과사는 항상 서어비스를 창출하는 동시에 이를 제공하고 있다.

마케팅의 관점에서 볼 때 非分離性이란 직접판매가 유일한 販賣經路이며, 이는 창출자의 서어비스(商品)를 여러 시장에서 판매할 수 없음을 의미하는 것이고 따라서 운영범위도 한계가 있기 마련이다.

셋째, 異質性(heterogeneity)이다. 여러 판매업자가 판매하는 서어비스는 그 질을 표준화시킬 수 없을 뿐만 아니라 창출자 자신의 서어비스도 표준화할 수 없는 것이다. 이는 서어비스를 구입하기 전에 그 질을 평가할 수 없음을 의미하는 것이다. 우리가 球技 경기를 관람하기 위해 입장할 때도 사실은 그 경기가 입장료 만큼 興味가 있을지의 與否를 豫測하지 못하면서 입장권을 購入하고 있는 것이다.

이러한 관점에서 볼 때 서어비스회사는 마케팅프로그램의 商品計劃段階에서 格別한 주의를 기울여야 하며, 경영자는 一貫性이 있는 높은 質의 서어비스를 創出하는데 全力을 投入해야 한다

네째, 消滅性和 需要의 變動(perishability and fluctuating)이다. 서어비스는 소멸성 때문에 저장이 不可能한 性質을 갖고 있다. 운동경기장 및 극장의 빈 좌석 등은 모두 완전한 손실을 의미하고 있는 것이다. 또한 서어비스시장은 季節, 曜日 또는 하루 중의 시간에 따라 그 수요가 크게 변한다. 스키장의 昇降機는 여름동안 遊休狀態가 되며, 市内버스의 이용은 시간에 따라 달라진다.

이와 같이 서어비스의 소멸성과 변동성 때문에 서어비스업의 경영자는 商品計劃, 價格決定, 促進戰略에 대해 挑戰을 받고 있다고 할 수 있다. 電話會社가 需要를 平準化하기 위해 深夜料金を 할인하는 것은 모두 서어비스의 消滅性和 需要의 變動性에서 비롯되고 있는 것이다.

4. 觀光商品의 開發

상품의 마케팅에 있어서 가장 중요한 것은 상품 그 자체라고 할 수 있다. 특히, 「공급이 수요를 창조한다」는 '세이의 법칙'(Say's law)의 기본 관점인 제품지향적(Product oriented)인 판매자 지배시장(seller's market)체제에서 구매자 지배시장(buyer's market)체제의 기본이념의 제시되고, 시장구조가 변화됨에 따라 시장별 여행편의 제공이 이루어짐으로써²⁹⁾, 관광상품개발은 광범위한 시장조사를 통하여 구매자의 욕구와 嗜好에 승致되는 方向으로 계획되는 것이 보다 현명한 것이다. 즉, 유인대상물이 상품적 가치가 있고, 타상품과 비교하여 경쟁우위를 확보하게 해야 할 것이며, 지역특성과 지방색(local color)이 加味된 상품을 생산하여 관광상품 그 자체가 관광 磁氣의 분위기를 자아내게 하여야 할 것이다.

관광자원에 상품화정책(merchandising)을 가미하여 관광가치를 창조하는 관광상품개발은 관광대상의 개발과 관광매체(手段)의 개발로 나누어질 수 있으며, 이것을 다시 관광바구니개념(basket concept)에 비유해 본다면³⁰⁾, 이 바구니에는 내용물과 바구니자체가 있다. 내용물은 바구니에 담기는 제품(product), 즉 관광 시설과 교통을 의미하며, 관광바구니 자체는 목적지의 유인대상인 관광배경요소(background tourism element: BTEO)로서 자연적, 지리적, 문화적 및 기상학적인 요소이다.

觀光商品의 개발은 결국 그 상품이 갖고 있는 독특한 개성을 더욱 돋보이게 하며 그 이미지를 더욱 확연히 나타내고 觀光客(顧客)의 立場에서의 선호(buyers' preference), 구매동기(buying motives) 및 구매습관(buying habit) 등을 충분히 감안하여 시장에 공급되는 관광서비스라는 상품을 구매자의 욕구(needs)나 필요(wants)에 부합되도록 하는 제활동이라고 하겠다.³¹⁾

29) 김덕희, "제주지역관광자 유치촉진을 위한 관광상품개발에 관한 연구", 석사 학위논문, 한양대학교, 1987, p.23.

30) Jafar Jafari, *The Tourism Market Basket of Goods and Services, Annals of Tourism Research*, Vol.1, No.3(January 1984), p.77. 손대현, 「관광마케팅론」, 일신사, 1992, p.16.에서 재인용.

31) 전동환, "관광마케팅의 이론적 접근", 강원대학교 「사회과학연구」 제16집, 1982, p.237.

이와 같은 관광상품개발에는 첫째, 신제품 개발(developing new products), 둘째, 기존제품 개량(improvement of existing products), 셋째, 기존제품의 신 용도추가(developing new use of existing products), 넷째, 계획적 진부화(planned obsolescence), 그리고 마지막으로 제품계열의 다각화(diversification of product line) 등이 있다.

第 3 節 民俗藝術의 觀光商品化

1. 民俗藝術의 觀光商品

觀光資源은 지리적인 입지와 사회생활의 양자에 의해 자리잡고 있다. 또한 이 양자는 시간적·역사적인 차원에서도 동일하게 작용한다. 그리하여 관광자원은 그 본래의 기후풍토라든가 기타 자연적 영향, 그리고 특히 그것을 둘러싼 인공적 영향에 예속당하는 존재가 되고 있다고 말할 수 있다. 이와 같이 볼 때 관광자원의 가치가 그것을 圍繞한 환경에 그 기반을 두고 있다는 사실은 두말할 여지도 없다. 어떤 관광자원의 價値發顯에 있어서는 이러한 점이 극단적으로 두드러 지기도 한다.

관광자원은 관광객을 유인할 수 있는 매력을 가지고 있어야 한다. 만일 어떤 대상이 사람들로 하여금 그 가치를 향유하도록 스스로 이끌 수 있는 매력을 향유하지 않는다면 결코 관광자원이라 불리울 수는 없다고 본다. 관광자원의 존재는 어떤 권위주의적 접근방식 즉, 국립공원이라든가 국보의 지정 등과 같이 그것에 대해 권위있는 기관이 판정을 내림으로써 성립한다고 생각할 수 없으며, 그 존재에 대한 진정한 「테스트」는 오로지 관광객을 유인하는 힘의 여하라고 단언할 수 있다. 마치 자석이 자력을 가졌기 때문에 제 주위로 못을 끌어 당기고 있듯이 관광자원은 매력을 가짐으로써 자신에게 관광객을 유인하고 있는 존재이다. 이와같이 관광자원은 하나의 매력물로서 着做될 수 있으며, 고로 이미 이용중인 관광자원을 가일층 매력적인 것으로 조장하려는 행위가 관광자원활용의 본질적 속성임은 재론할 필요가 없을 것이다.³²⁾

32) 장성수, “관광자원활용의 본질적 속성 및 기본적 방안에 관한 연구: 관광지 개발자의 입장을 중심으로”, 제주대학교 「논문집」 제17집, 1984, pp.68-69.

文化도 관광의 본질로 그리고 관광활동 그 자체가 문화의 중요한 한 부분으로서 우리에게 주는 의미는 매우 크다.³³⁾ 한 지역의 문화자원은 傳承材 즉, '전승되고 있는 무형문화재' 라는 측면에서 살펴 보면 有形의 物質傳承(유물·유적이나 생활도구 등의 有形文化財)이 아니라, 생활의 역사 속에서 전승되어 온 공동체의 관습, 신앙, 사회조직과 경제생활과 밀접한 관련을 맺고 전승되면서 끊임없이 생활속에서 비추되고 다듬어진 개인이나 집단에 의해 전문적으로 소유하고 대물림해 온 '技術'과 '藝能'이다.³⁴⁾

이러한 「民俗藝術」은 民間에서 傳統的으로 傳承되어 온 藝術로서 民衆生活에 높은 規範的 意義와 價値를 지니고 있으며, 관광자원의 분류상에서 볼 때 無形觀光資源 중 人的 관광자원으로 분류하는 경우도 있으며 일본의 津田 昇과 같은 학자는 향토의 藝能(民俗藝術)을 文化的 觀光字源으로 分流하고 있다.³⁵⁾ 또한, 觀光資源을 自然資源, 文化資源, 人的資源 등 세 部門으로 분류하여 향토의 예능인 민속예술을 人的資源의 한 범주에 넣은 경우도 있으나 대체적으로 향토예능인 민속예술은 文化字源의 한 분류에 속하는 것으로 통설되어 있다.³⁶⁾ 한편 관광자원의 하위개념인 관광상품의 분류에서 보면 문화자원상품으로서 민속상품을 포함³⁷⁾하고 있다.

이러한 관점에서 民俗藝術과 觀光商品과의 관계를 살펴보기 위하여 현대사회에서 관광의 한 類型으로 分類되는 문화관광의 뜻을 살펴보면, 辭典的 의미로서 "문화관광은 유적, 유물, 전통공예, 전통예술 등이 보존되거나 스며있는 지역, 또는 사람의 고난과 역경, 풍요로 왔던 과거의 역사에 초점을 두고 연구와 관광을 동시에 하는 관광하는 행위이다."라고 정의³⁸⁾하고 있고, Anthony J. Tighe³⁹⁾

33) 한국문화예술진흥회, 문화발전연구소, 「문화관광에 대한 기초연구」, 1989, p. 13.

34) 현용준, 전계논문, p. 219.

35) 鈴木忠義 編, 「현대관광론」, 백산출판사, 1990, p. 74.

36) ① 김진섭, 전계서, pp. 101-102.

② 이항구, 「현대관광학」, 명보출판사, 1986, p. 73.

③ 김정배, 「관광자원론」, 형설출판사, 1986, pp. 215-223.

37) 이장춘, "한국특화관광상품개발과 선양방향에 관한 연구", 경기대 「논문집」, 제10집, 1980, pp. 452-454.

38) 한국문화예술진흥회, 문화발전연구소, 전계서.

239) Tighe A. J., *Cultural Tourism in the USA*, *Tourism Management*, Vol. 6, Dec. 1985. 9. pp. 234-235. 1985년 W.T.O.의 연구논문에서.

는 1985년 세계관광기구의 연구논문에서 “문화관광이란 狹義로는 연구여행(탐구 여행), 예술문화여행, 축제(향토축제) 및 기타 문화행사(민속문화행사) 참여, 유적지 및 기념비 방문, 자연·민속·민속예술연구여행, 성지순례 등 본질적으로 문화적 동기에 의한 인간들의 이동이고, 廣義의 문화관광은 개인의 문화수준을 향상시키고 새로운 지식·경험·만남을 증가시키는 등 인간의 모든 행동을 포함하는 것이다” 라고 하여, 後者는 관광의 인간적 가치에 관해 기술하고 있는 반면, 前者는 연예예술의 범위까지도 언급하고 있다.

이에 따라 민속예술과 관광상품과의 관계를 규명해 본다면 “관광이 쉬고, 즐기고, 무엇인가 기념될만한 것을 얻으려고 하는 인간적 행위라 한다면, 관광상품은 관광동기를 유발시키는 유형·무형의 諸觀光對象物으로써 관광객의 욕구나 필요의 충족을 느낄 수 있게 하는 특성을 지닌 것이라고 할 때 민속예술의 관광상품은 관광객들의 타국이나 타지역의 생활양식이나 전통적 행동양식에 접하고 체험하는 데에 대한 필요와 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 한 要素로서 서로 不可分の 관계라고 할 수 있으며 관광상품으로 개발의 필요성은 물론 민속예술과 관광상품과의 관계도 규명된다고 할 수 있겠다. 즉, 민속예술의 관광상품은 『지방과 국가 복지, 기업체 그리고 환경요건과 관광객의 욕구와 필요에 균형을 맞추면서 그 지방주민과 방문객을 위해 정신적으로 풍요로운 환경을 창출하기 위하여 계획적인 전략으로 개발되고 시도되는 것이다.』라고 정의⁴⁰⁾하고 있다. 따라서 관광상품의 개발을 촉진시키는 문화관광(그 나라, 그 지방의 전통민속문화나 예술)에 대한 관심과 형태는 사회개발에 미치는 관광의 영역과 관련되어 자주 이용되고 있는 用語이며, 이러한 현대관광은 점차 대중화되어 가고 있는 추세 이다.

2. 觀光商品으로서의 價値

전술한 바와 같이, 민속예술은 관광상품으로 개발이 가능한 潛在觀光資源으로서 모든 지역의 풍속, 관습에 의하여 전승되어 온 다양한 분야에 종합예술적 가치를 지닌 것이라고 하였는데, 이것은 공연을 통하여 개발하여 관광자원이 되면 관광상품으로서 관광객에게 판매할 수 있다는 것을 내포하게 된다. W.J. Stanton은 상품이란 “구매자의 욕구와 필요를 충족시켜 주는 유형·무형의 諸屬性, 즉 포

40) 안중윤, 「관광학개론」, 창문각, 1987, p. 82.

장, 가격, 애프터서비스, 품질보증, 색채, 상표, 명칭이나 신용 등의 複合體”⁴¹⁾라고 하였다. 즉, 제품에 대한 부가가치이다. 따라서 관광상품이란 용어에는 換金對象이라는 意味가 내재되어 있다.

다시말해 관광상품이라는 표현의 이면에는 기업가 측면에서의 이윤동기나 소비자의 화폐 지불에 대한 對價로서의 가치 즉, 소비자 및 생산자 측면에서의 이해관계가 고려되어 있는 것이다. 꼭 企業이든 단체에 의해 상품화된 財貨로서의 성격⁴²⁾을 지니고 있으므로 민속예술을 觀光商品으로 개발할 경우 국가 또는 地方 公共團體에 의해 經濟價値의 교환대상으로 관광객에게 제공할 수 있게 되므로 관광상품으로서의 판매가치가 성립되게 되는 것이다.

따라서, 소비자(관광객)로부터 관광상품을 판매한 수입금은 관광사업자는 물론 지역경제, 국민경제(외국관광객의 지불한 外貨收入金)를 향상시킬 수 있다.

또한 민속예술 관광상품의 사회적 가치는 최근 새로운 관광패턴의 변화로 새로운 것에 대한 관심 즉, 문화관광에 대한 관심과 증가로 해서 얻을 수 있는 효과이다. 그 중에서 무엇보다도 중요한 것은 관광의 경제적 효과에 앞서 지역주민 간에 그리고 국가간에 문화적 이해의 폭을 넓히고 문화교류의 기회를 증대시킴에 따라서 상호간의 이익을 증대시키는데 중요한 역할을 담당할 수 있으며, 더불어 민속문화관광을 통하여 우리는 실제적으로 “거리감 없는 세계”를 가지게 된다는 점이다.

결국 민속예술의 관광상품은 어떤 하나의 단순한 상품 유형이라는 측면보다는 인간의 정신과 물질세계 전반을 포함하는 총체적인 개념으로 인식되어야 지역 또는 국가의 문화를 계승·발전을 도모할 수 있는 의식의 토대가 된다고 하겠다.

3. 觀光商品으로서의 效果

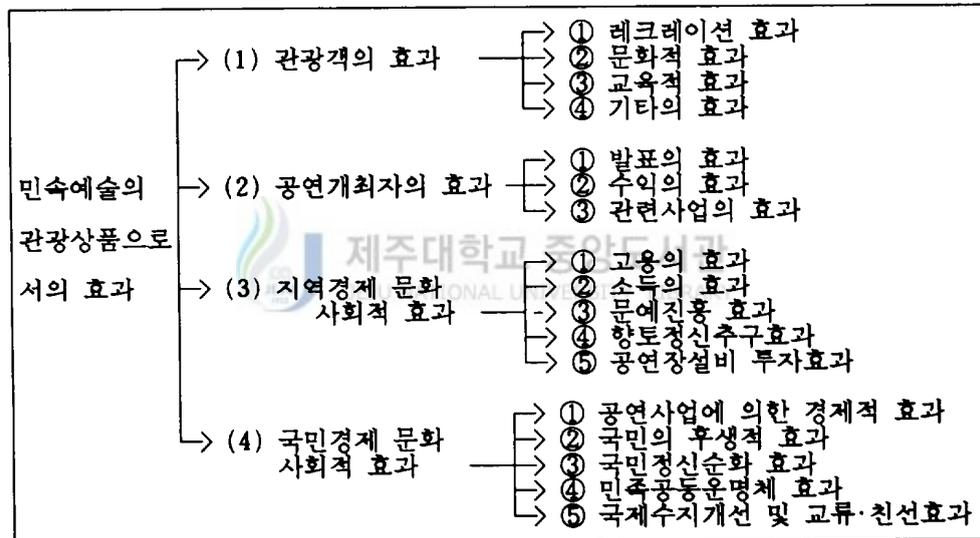
41) W. J. Stanton, *Fundamentals of Marketing, 4th ed. Mc Graw-hill, 1975, p.171.* 고금희, “우리나라 민속행사의 관광상품화에 관한 연구”, 대구보건전문대 「논문집」, 제10집, 1987, p.709 에서 재인용.

42) 김사헌, 관광경제학, 경영문화원, 1989, pp.90-91.

우리는 觀光商品을 단순히 觀光事業의 대상으로만 생각하기 쉽다. 觀光商品은 관광욕구를 充足시킬 수 있는 觀光魅力을 갖고 있음으로써 觀光商品의 價値를 增大시킬 수 있는 것이다. 따라서 관광욕구를 充足시킬 수 있는 관광상품의 魅力은 敎育效果 혹은 感動을 줄 수 있어야 하고, 郷土的이며 固有性과 稀少性을 갖고 있으면서 心理的 안정과 휴양환경을 조성할 수 있는 매력적인 요소를 갖고 있을 때 관광상품으로서의 가치와 효과를 충분히 발휘할 수 있는 것이다.⁴³⁾

관광상품의 정의에서도 알 수 있듯이 관광상품의 본래의 의미는 새로운 관광 패턴 변화에 부응함은 물론, 관광객으로 하여금 욕구와 필요의 충족을 느끼게 하는 동시에 정신적 위안감도 함께 지닌 특징적인 것이다. 따라서 민속예술의 관광상품은 관광객으로 하여금 어느 정도의 욕구와 필요를 충족시키면서 사회·경제적 효과와 더불어 레크레이션효과도 함께 거둘 수 있어야 한다.⁴⁴⁾ 이에 대한 민속예술의 관광상품으로서의 효과를 구별해 보면 <그림 II-2>와 같다.

<그림 II-2> 민속예술의 관광상품으로서의 효과



資料: 安敬模, “社會的 觀光資源의 國民觀光化 方案에 關한 研究: 傳統 無形 文化를 中心으로”, 碩士學位論文, 慶熙大學校, 1987.

이상과 같이 민속예술의 관광상품은 관광주체인 즉, 관광객 외에 공연개최자,

43) 오남삼, “제주도 고유문화의 보존 및 선양방안에 관한 연구” 제주대학교 사회발전연구소 「논문집」 제3집, 1987, pp.326-327.

44) 김상훈, 「관광사업개론」, 형설출판사, 1987, p.47.

지역경제·문화·사회, 국민경제·문화·사회 등 네가지 部門에 그 효과와 영향을 준다.

외래관광객이 사용한 외화가 공연개최자(觀光事業者)와 지역경제 및 국민경제에 미치는 효과를 더 자세히 살펴보면 첫째, 공연개최자에게 미치는 효과는 수익 효과가 초가 되어 開催主는 소비자(觀光客)로부터 얻은 수입과 광고수입에 중점을 두고 있다. 그것은 공연개최자측으로서는 관광가치보다도 소비자로부터 획득하게 되는 수입과 스폰서가 사업경영의 先決的인 문제가 되기 때문이다. 그러나 소비자 입장에서 볼 때 공연감상에 따른 고액의 비용을 소비하게 하면 관광대상(觀光商品)의 이미지를 흐리게 만들 뿐만 아니라 관광가치조차 저하시키고 만다. 그러므로 쌍방은 서로 반대적 입장에서 관광가치의 증대 또는 저하를 야기시킬 수 있음을 주시해야 한다.

둘째, 지역경제·문화·사회에 대해서는 소득효과와 고용효과가 지역경제의 수입이 된다. 그러나 조금 다른 것은 공연장설비 투자의 효과인 것이다. 다시 말하면 공연사업에 의해 수익을 올리려고 하는 공연장설비 투자에 의해 발생하는 효과를 말한다. 이것은 직접 소비자가 지불하는 수입에 의한 것은 아니지만 소비자가 지불한 수입에 의해 償却될 것이기 때문에 향후 계속 문화시설로 운영될 수 있으므로 간접효과도 볼 수 있다. 또한 지역주민들의 문화행사로 그 지방의 문화수준을 향상시키는 물론 향토애를 부각시키는데 큰 몫을 한다.

셋째, 국민경제·문화·사회적 효과인데 국민경제적 효과의 경우는 상당히 다르다. 국민경제적 입장으로는 外來訪問客의 소비에 의해서 얻어지는 外貨收入이 국제수지를 개선하는 효과가 있다. 그러나 이것은 오히려 공연개최자 입장의 효과나 지역경제적 효과와 相通되는 점이 많다. 한편 민속예술의 갖는 본래의 관광상품적 가치에 의한 효과도 역시, 국민문화·사회효과에서도 생각하지 않을 수 없다. 즉, 국민의 후생적 효과, 문예진흥에 따른 국민정신순화 효과, 민족성 고취 효과, 국제수지개선 및 교류친선의 효과를 들 수 있다.

第 III 章 濟州道 民俗藝術에 대한 實態分析

第 1 節 濟州道の 民俗藝術

1. 形成背景과 特性

예전에는 濟州道를, 육지와 떨어져 사람의 왕래가 불편한 곳이라 하여 遠惡島라 불릴 정도로 고립된 섬으로 조선시대에는 일급 유배지로 지명되기조차 했었다. 바람, 홍수, 가뭄에 의한 피해가 많았던 三峯의 섬으로 이런 天險은 생업에 결정적으로 영향을 미쳐 극심한 기근을 초래하였고, 항상 천재지변의 영향 아래에서 생활이 영위되었기 때문에 운명론적인 사고가 지배적이었지만 이런 어려움을 적극적인 삶의 자세로 극복해 왔다. 고려때는 100년 동안 몽고의 지배를 받았고, 백성들은 지배층의 독세가 세습화되면서 항상 강압과 수탈에 의해 민생고가 가중된 삶을 살았다. 수십 차례에 걸친 왜구의 침탈도 있었으며 게다가 각종 賦役과 과다한 稅制, 제주 名産物의 進上, 탐관오리의 폭정과 수탈에 시달려야 했다. 이로 말미암아 육지로 빠져나가는 토착민이 늘어나자 인조 7년(1926년)에는 “제주에 사는 백성들이 육지로 移流하여 삼읍의 軍額이 감축되고 있다”는 이유를 내세워 出陸禁止法을 만들었다. 이 법은 200년이 지난 순조 23년(1823년)에야 해제되었다. 45)

濟州道の 傳統民俗藝術은 이러한 自然的, 歷史的, 社會的 배경을 바탕으로 형성·계승되었다. 특히 각박한 자연환경은 독특한 생활양식과 신앙, 전통문화예술에도 영향을 주었으며 ‘섬’이라는 지정학적 폐쇄성은 전통예술의 「고유와 특이성」을 유지·간직하게 한 반면 현대예술로의 계승·발전에는 장애요인으로 작용했다 고도 볼 수 있다. 이러한 제주의 전통예술에는 토착민들의 삶과 생활감정이 진솔하게 반영되어 있다. 신화·전설·민요·속담·무가로 대표되는 민속문학 및 민속음악, 演戲, 民畫, 民俗工藝 등에서 그 특성의 단면을 엿볼 수 있다. 전통문학·음악·연회는 민중적·서민적이면서 종합예술성이 강하다. 46)

45) 김봉옥 편역, 「조선왕조실록증 탐라록」, 제주문화방송(주), 1986, p. 419.

46) 제주도, 「제주도지」, 제3권, 예술편, 1993, pp. 246-247.

전통문학은 민요·설화가 주종을 이루는 구비문학이 대표적이다. 민요의 대부분은 삶과 직결된 노동요이다. 맏돌·방아, 해녀, 김매기 노래 등 노동요의 사실은 문학성이 매우 우수하다. 그리고 口傳巫俗神話로서, 굿판에서 '심방'에 의해 읊어지는 '본풀이 문학'을 비롯한 巫歌 또한 다른 지방에서는 그 유례를 볼 수 없을 만큼 문학성이 풍부하다. 自然·歷史·信仰傳說들도 全道에 골고루 전승되고 있는데 제주도의 지리적·역사적 조건의 특수성과 恨, 도민들의 인생관·꿈 등이 잘 반영되어 있다.⁴⁷⁾

제주도의 전통음악으로는 노동요 중심의 민요와 巫俗音樂인 巫歌가 대표적이다. 굿을 통해 전승되는 巫歌·巫俗은 종교적 기능 외에도 문학·음악·무용·민속극의 요소가 혼합된 원시종합예술성을 띠고 있다. 新年의 晝農祭인 입춘굿에서는 農耕장면과 妻妾의 갈등 등을 가면극으로 實演하였으나 일제 초기에 없어졌다. 이외에 세경놀이·영감놀이·전상놀이·영등굿놀이·산신놀이·연신맞이·굿놀이·불싸움놀이·鼎沒岩花煎놀이·演物놀이 등도 연회적 성격이 강한 굿놀이이다.⁴⁸⁾

제주의 전통미술은 문학·음악에 비해 거론할 만한 것이 적다. 이는 구비문학이나 土俗音樂과는 달리 庶民文化性에서 벗어난 장르인데도 그 원인이 있을 것이다. 繪畫로는 관덕정 들보에 그려진 작자 미상의 벽화가 있다. 서예는 繪畫보다 수준이 높았다. 이는 대정현에서 유배생활을 했던 金正喜의 영향이 컸던 것으로 볼 수 있겠다. 그러나 제주도민의 생활 감정이 내포된 민속화의 맥을 차단시킨 면도 없지 않다.⁴⁹⁾

2. 民俗藝術의 現況

제주도의 民俗藝術은 육지와는 다른 특수한 生活空間에서 이루어져 民間에 傳承되어온 藝術이기 때문에 제주 사람들의 文化와 생활의 慣習을 잘 드러내 주고 있다. 다른 지역 민속예술보다 독특한 문화적 가치를 지니면서 예술성 또한 뛰어나 훌륭한 자원으로써 관광상품으로서의 가치도 높다 하겠다.

47) 예총제주도지회, 「제주문화예술백서: 문학편」, 1988, pp.17-42.

48) 예총제주도지회, 「濟州文化藝術白書: 음악편」, 1988, pp.17-42.

49) 김순관, “제주근대미술의 형성 배경고찰”, 석사학위논문, 제주대학교 교육대학원, 1991, p.18.

따라서, 현재 제주도의 민속예술에 대해서는 도내 향토학자와 민속학자들이 조사와 발굴작업을 하면서 도민들의 삶속에 묻혀진 민속예술들을 많이 밝혀 내고 있다. 지금까지의 조사된 민속예술들의 현황을 살펴보면 다음과 같다.

<표 III-1> 무형문화재 중 민속예술 부문

종 별	종 목	수량	문화재명(민속예술명)
국가지정 무형문화재 (민속예술)	巫歌·굿	1	제주 칠머리 당굿
	민요	4	오돌포기·봉지가·산천초목·맷돌노래
도지정 무형문화재 (민속예술)	민속놀이	1	영감놀이
	민요(음악)	3	해녀노래·방앗돌굴리는 노래·멸치푸리는 노래
	儀式	2	송당리 마을제(당굿)·납읍리 마을제(포祭)
미지정 무형문화재 (민속예술) 기발표	민속놀이	5	화반놀이(결궁)·입춘굿놀이·세경놀이·산신놀이 연신맞이 굿놀이
		2	민속경기; 조리희·떼몰이놀이
		1	음악(巫樂); 연물놀이
		4	儀式(巫俗); 용왕맞이·남당중놀이·전상놀이· 거무영청굿
	6	당굿; 1월 신과세제·2월 영등굿·6월 마블림제· 7월 백중제·8월 추석제·10월 만곡제	
音 樂 (民 籥) 	音 樂 (民 籥)	25	달구질소리·상여소리·발밟는 노래·김매는 노래 들미노래·집을 놓는 노래·아웨기, 흥애기 소리 테우 만드는 노래·논 다루는 노래·탕건 노래· 물고맷 소리·집터 다지는 소리·나무내리는 소리 톱질 소리·출비는 소리·곰배질 소리·남방앗 소 리·귀래 고는 소리·마당질 소리·새앗 일구는 소리·뚝거름 내는 소리·조팔 일노래·예촌 염부 소리·멸치잡이 노래·갈치 낚는 노래
	
..... 미발표	巫 歌	1	서우젓 소리
		3	군웅덕담; 송동지 영감·고전적 본·양씨아미 본
미발표	굿놀이	3	巫俗(儀式); 서천꽃놀이·무흔굿·구삼신님
미발표	인형극	1	허맹이 놀음
미발표	민속무용	12	배포도업 춤·도랑춤·감상기 춤·신청귀 춤· 보향춤·질치기 춤·떡춤(나까시리 춤)·꽃춤· 주록춤·할망다리추김·바랑춤·입투춤

資料: 濟州道 文化藝術課(1993); 論者 再作成

1) 民俗藝術의 現況

민속예술은 민간에서 전통적으로 전승되어 온 예술로서 민중생활에 높은 규범적 의의와 가치를 지니면서 무형문화재의 한 부류에 속한다.

無形文化財로서 제주도의 민속예술을 살펴보면 국가지정 무형문화재로서 민속예술부문이 2점, 도지정 무형문화재로서 민속예술 부문이 6점이 있으며, 그 외에 미지정 무형문화재로서 민속예술 부문은 민속놀이로서 걸궁인 화반놀이와 당굿 6점을 비롯하여 입춘굿놀이·새경놀이·조리회 등 9점, 굿놀이 6점, 巫歌로는 서우젯소리 등 3점, 민요로는 상여소리, 갈치낚는 노래, 조발다지는 노래 등 25점, 민속무용 12점 등 상기의 <표 III-1>에 나타난 바와 같이 매우 많이 있다.

이와 같이 내용이나 종류별로 다양한 민속예술들이 많지만 실제로 도민들에 의해 알려져 공연이 되거나 문화적 가치로 인정받고 있는 것은 그리 많지 않다. 뿐만 아니라 관광상품으로서 가치가 무궁무진함에도 불구하고 개발되어 활용하지 못함으로써 潛在觀光資源으로서만 존재할 뿐 관광상품화 단계에까지는 발전되지 못하고 있는 실정이다.

2) 民俗藝術의 實態

이러한 종목 및 내용의 민속예술들은 전국 민속경연대회에 출현하여 대외적으로 가치를 인정받은 적도 있고, 대내적으로는 한라문화제에 출품하여 가치를 확고히 한 적도 있다. 이러한 소재의 민속예술 중에서 공연이 가능한 소재들은 뜻있는 사람들에 의해 관광상품으로 개발된 적도 있을 뿐만 아니라, 「제주도립민속예술단」에서는 위의 소재의 작품들을 공연으로 개발하여, 국내·외적으로 제주도 민속예술의 우수성을 널리 선양하면서 좋은 반응을 얻고 있다.

지금까지 전국 민속경연대회와 한라문화제에 출품되어 선보였던 것들을 정리하여 보면 <표 III-2>와 같다.⁵⁰⁾

50) ① 현춘식, “제주도의 민속예술1”, 「제주도」 통권 제 76호(제주도청, 1979)
_____, “제주도의 민속예술2”, 「제주도」 통권 제 77호(제주도청, 1980)
_____, “제주도의 민속예술3”, 「제주도」 통권 제 79호(제주도청, 1982)
_____, “제주도의 민속예술4”, 「제주도」 통권 제 89호(제주도청, 1990)
② 제주도, 「제주도 문화현황」, 1992.
③ 신상범, 「제주예술」, 예총제주도지회, 1992, p.23.

〈표 III-2〉 전국민속예술경연대회 출연현황

回數	開催年度	開催地	出 演 事 項		
			出演 分野	參 加 種 目	受 賞 內 容
1	1958	서울	民俗舞踊	말뚝기놀이, 무당춤	獎勵賞
2-4		서울	불참		
5	1964	서울	民俗舞踊	입춘굿놀이·허벅춤	
6	1965	서울	민속놀이	입춘굿놀이	獎勵賞
7	1966	서울	민속놀이	세경놀이	文化公報部長官賞
8	1967	부산	민속놀이	영감놀이	大統領賞
9	1968	대전	민속놀이	영등굿놀이	國務總理賞
10	1969	대구	民俗舞踊	해녀놀이	文化公報部長官賞
11	1970	광주	민속놀이	조리희	獎勵賞
12	1971	전주	民俗舞踊	해녀놀이	獎勵賞
13	1972	대전	민속놀이	영등굿놀이	獎勵賞
14	1973	청주	민속놀이	입춘놀이·해녀놀이	獎勵賞
15	1974	부산	民謠. 놀이	달구소리·몹질놀이	功勞賞
16	1975	서울	民俗舞踊	비바리	獎勵賞
17	1976	진주	民謠. 舞踊	멸치우리는 노래·차사영맞이	國務總理賞
18	1977	수원	民謠	조팔다지는 노래	獎勵賞
19	1978	춘천	民謠. 놀이	김매는노래·정소암화전놀이	功勞賞
20	1979	대구	民謠	블미노래	文化公報部長官賞
21	1880	제주	民謠	방앗돌굴리는 노래	大統領賞
22	1981	인천	民謠	집줄놓는 노래	文化公報部長官賞
23	1982	광주	민속놀이	산신놀이	藝總會長賞
24	1983	안동	민속놀이	테우만드는 놀이	藝總會長賞
25	1984	충주	민속놀이	연신맞이 굿놀이	文藝振興院長賞
26	1985	강릉	민속놀이	불싸움놀이	文藝振興院長賞
27	1986	천안	民謠	아웨기소리·홍애기소리	文藝振興院長賞
28	1987	수원	민속놀이	연물놀이	文化公報部長官賞
29	1988	전주	민속놀이	떼몰이 놀이	文藝振興院長賞
30	1989	마산	民謠	동김녕리 해녀노래	獎勵賞
31	1990	제주	民謠	서우젓소리	大統領賞
32	1991	여수	민속놀이	망대기 질드리는 놀이	功勞賞
33	1992	구미	민속놀이	화반놀이	獎勵賞

資料: 濟州道 文化藝術課, 文化現況, 1993.

〈표 III-2〉에서 살펴 본 바와 같이, 전국 민속예술경연대회에 참가했던 제주 민속예술의 작품들을 살펴보면, 민속예술의 갈래로써 농악·민속극·민속놀이·민요·민속무용 중, 출연작품에는 민요·민속놀이·민속무용 뿐이고 이는 제주도의 민속예술이 農樂은 '걸궁'이란 이름으로 전승되어 왔고, 민요는 노동요가 중심이 되어 매우 풍부한 데 비하여 민속무용·민속놀이·민속연극 따위는 巫俗의 굿 속에 용해되어 아직 분리되지 않은 것이 대부분이기 때문이다. 그리고 민속예술경연대회에 출연한 작품들을 살펴보면 대부분 크고 작은 상을 받고 있다. 제 8회 대회에서는 〈영감놀이〉가 大統領賞을 수상한 것을 비롯하여, 제 9회 대회에서는 〈영등굿놀이〉가 국무총리상을, 그리고 제회 대회에서는 민요 〈방앗들 굴리는 노래〉가, 제 31회 대회에서는 〈서우젓소리〉가 각각 대통령상을 받는 등 수 차례에 걸친 입상으로 이미 제주도의 민속예술의 우수성을 내외에 널리 선양해 온 터이다.

이렇게 많은 수상을 한 것은 수상한 작품들이 바로 제주도 고유의 향토문화예술이라는 그 소재의 특이성과 독특한 예술성에 기인하는 것이다. 따라서 제주의 민속예술은 그 자체로서 의미를 갖고 있으며 이를 더 보완하고 개발한다면 관광상품으로서의 가치는 아주 크다고 하겠다.

第 2 節 民俗藝術의 觀光商品化 實態 및 問題點

前述한 바와 같이, 제주도에는 특색있는 제주 고유의 민속예술들이 산재해 있으면서 높은 관광상품적 가치를 지니고 있지만, 현재 관광상품으로 개발되어 관광객을 대상으로 판매하고 있는 민속예술의 企圖관광상품은 미약하다기보다 全無한 실정이다.

論者が 調査한 바로는 1986년 제주시 연동 향토 야시장에서, 도내 민속예술공연단(당시 재단법인 제주민속예술단)에 의해 제주도의 민속예술을 공연을 통한 방법으로 관광상품화 하여 최초로 관광객을 대상으로 판매하여 선 보인 바 있다.

그 후 1988년과 1989년 2, 3차에 걸쳐 민속예술을 관광상품으로 판매하였으나 시기적 또는 당시 분위기적으로 공감대가 형성되지 못했으며, 무엇보다도 유관단

체와 관련업체들의 비협조로 인하여 실패하는 불운을 맞았다.⁵¹⁾ 따라서 현재 제주도 관광상품에는 민속예술의 관광상품은 전무한 실정이다. 그러나 현재 제주도의 민속문화 및 옛 생활문화를 감상할 수 있는 관광상품들이 다소있어 관광객들을 상대로 판매하고 있는 실정에 있다.

따라서 민속예술의 관광상품화 실태는 민속예술의 관광상품화 사례연구에서 자세하게 분석하기로 하고 본 節에서는 관광객들을 상대로 판매하고 있는 제주도 민속문화의 관광상품화 실태를 살펴보도록 하겠다.

1. 民俗文化의 觀光商品 實態

제주도 민속문화의 관광상품들을 살펴보면 대부분 민속관광지내에 속해 있는 실정인데, 이 곳들은 자연경관 관광자원을 중심으로 하여 설정·조정된 기존의 관광코스에 불과 3곳이 포함되거나 또는 경유지로만 되어 있다. 그나마 진열되어진 즉 박제화 된 제주의 民俗文化를 감상을 위주로 한 보는 관광으로서 그 종류나 내용면에서 동일한 내용으로 기획되고 있어 너무 단조롭고, 제주도민에게 전승되는 제주인의 생활과 문화를 특징적으로 표현하고 있는 민속예술과 같은 무형의 관광자원상품은 전혀 고려되어 오지 못하고 있어, 제주의 향토성 및 특수성을 살릴 수 있는 관광지 상호간의 유기적인 상관성을 확보하지 못하고 있는 것으로 분석되고 있다.

<표 III-3>은 제주도 민속문화의 관광상품실태를 나타내고 있으며, 이들 관광상품을 구매하고 있는 관광객들의 추이는 <표 III-4>에서 보는 바와 같다.

51) 濟州道文化振興院 公演藝術課 資料에서, 論者 定理.

<표 III-3> 제주도 민속문화의 관광상품

관광지명	관광상품내용	관람요금
제주도 민속자연사 박물관	제주 고유의 민속유물과 동·식물 및 광물에 관한 일체의 자료를 모집·보관하고 있으며, 희귀한 고래 상어를 비롯해서 민속품 3천 2백여점, 자연자료 9천여점을 수집·진열해 연구와 관광상품으로서의 역할을 하고 있다. 우리나라에서 처음으로 만들어진 이 민속자연사 박물관은 국내에선 처음으로 지붕을 제주 고유의 돌로 덮어 건축하여 이채로움으로 관광성으로도 한 몫 하고 있다	일반: 550원 단체: 450원
제주민속촌	모형보존으로 옛 제주의 생활상을 생생하게 재현하여 제주의 옛풍속을 한눈에 볼 수가 있다. 산촌, 중산간촌 어촌등이 있으며 1-3백년 이전 당시의 초가에는 옛살림까지 갖추어져 있다. 전통취락 104동, 무속신앙지구, 전설의 집, 옛상가 등과 편의관리시설과 민속공연장 등	일반: 2300 단체: 2100 청소년: 1,500원
성읍민속마을	원형보존지역으로 문화재지정 중요민속자료 제 188호로 옛 제주도 마을 형태의 민속경관이 보존된 살아 있는 관광지로 향교, 일관현, 민간초가, 돌하르방, 성지, 관서지, 노둑(느티나무, 팽나무) 등과 중산간지대의 특유의 민요 민속, 향토음식, 제주방언 등의 무형문화재 유산	없음 연중무휴 개장
삼 성 혈	사적 제 134호로 제주도의 전설적인 고을나, 양을나, 부을나 삼신인이 솟아난 곳으로 3개의 솟과 모퉁이를 중심으로 조선조 중종때(1526년) 목사 이수몽이 표단과 홍문을 세우고 담장을 쌓아 봄, 가을, 제사하기 시작하여 현재 매년 춘추제 및 전시제를 지냄	일반: 480원 단체: 380원 청소년: 240원
목 석 원	수석 1,600점, 석두 500점 등과 나무와 돌로 만든 전시물들과 목물 1,000점(문화재지정 20점 포함), 동자석 30점, 돌탑 103기 등의 제주도산 목석물을 이용한 제주도의 전설을 형상화 시킴	일반: 300원 단체: 250원 청소년: 150원

資料: 濟州道廳 觀光局(1993), 論者 再作成

<표 III-4> 민속 관광상품 구매(관광객) 추이

(단위: 천명)

관광지명	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
자연사박물관	-	248	606	774	867	961	1,180	1,163	1,153	1,184
제주민속촌	-	-	-	-	-	246	237	310	328	428
성읍민속촌	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
삼 성 혈	325	459	507	554	540	552	791	832	800	782
목 석 원	332	363	303	458	478	488	613	677	698	759

註: 1) 1992년말 현재.
2) 성읍민속촌인 경우 연중 무휴로서 개장시간도 제한이 없으며, 관광객의 추이도 집계되어 있지 않음.

2. 民俗文化 觀光商品化의 問題點

현재 제주도에는 <표 III-3>에서 보는 바와 같이 다양한 민속예술 관광자원이 보유되어 있으면서도 관광상품으로의 개발은 아주 저조한 실정이다. 더욱이 民俗 觀光地內에서 관광상품으로 개발되어 관광객들에게 판매하고 있는 민속문화 관광 상품들마저도 불과 3~4 곳으로서 이마저도 일반 관광상품처럼 감상위주의 「보는 관광」에 머물러 있어 아쉬움을 더하고 있으며, 새로운 관광패턴에 부응하지 못하고 있음은 물론 관광상품으로서의 역할도 아주 微微한 실정이다.

현재 선진 각국의 관광현상은 보고 즐기는 정적인 관광에서 벗어나 직접 참여하고 즐기는 즉, 레크레이션 까지도 포함한 동적인 관광형태로 변하고 있는 동시에, 배우고 습득하여 자신의 내적 성숙과 발전의 매개로 삼는 심미적 문화관광으로 변화해 가고 있는 실정인데 비해 제주도의 민속예술을 보고, 배우고, 알거나 즐길 수 있는 곳은 한 군데도 없어 이의 상품개발은 요원한 실정이다. 따라서 행정당국을 비롯한 유관단체 및 관광관련업체들은 관광시장 변화에 대한 경쟁력 제고를 위해서 새로운 관광상품개발에 전력을 쏟아야 할 것으로 생각된다.

第 3 節 民俗藝術의 觀光商品化 事例比較

1. 濟州道의 事例⁵²⁾

前述한 바와 같이, 제주도 민속예술의 관광상품화는 지난 1986년 도내 민속예술단에 의해 제주도 민속예술이 공연을 통한 상품으로 개발되어 제주시 연동 향토 야시장에서 관광객을 상대로 판매된 것이 최초라고 할 수 있다.

그 후 1988년과 1989년 2, 3차에 걸쳐 관광상품으로서의 본격 개발이 추진되었으나 시기적 또는 분위기적으로는 물론, 유관단체와 관련업체들의 비협조로 인하여 실패하는 불운을 맞았다.

52) 濟州道文化振興院 公演藝術課 資料에서 參照하여 論者 再 整理함.

1) 추진경위

道 觀光協會 및 道內 旅行社 측에서 야간관광 코스 및 문화관광상품을 판매할 상설공연장이 없어 그러한 문화공간시설이 시급하다는 요청에 의해 상설공연장을 제주시 연동 향토 야시장에 開場하게 되었다.

2) 민속예술의 관광상품화 사례

<표 III-5> 민속예술의 관광상품화 사례

사례	공연단체	공연장소	공연기간	공연회수	입장객수	공 연 내 용
1차	제주시립민속예술단	제주시 연동향토 야시장	1986년 7월 30일 ~ 10월 30일 (3개월)	1일 2회 週당 3일	1회 평균 25명	입춘굿놀이, 물비룻한물, 허벅춤, 해녀춤 등의 민속춤과 영감놀이 외에 제주도의 민요 등
2차	재단법인 제주도민속단	동아생명문화센터 (제주시 연동)	'88년 4월 30일 ~ '88년 9월 30일 (5개월)	1일 2회 주당 3일	1회 평균 20명	입춘굿놀이, 물비룻한물, 허벅춤, 해녀춤 등의 민속춤과 영감놀이 외에 제주도의 민요 등
3차	재단법인 제주도민속단	제주민속촌 (남군 표선면 표선리)	'89년 3월 16일 ~ '89년 11월 30일 (6개월)	1일 2회 주당 3일	1회 평균 15명	입춘굿놀이, 물비룻한물, 허벅춤, 해녀춤 등의 민속춤과 영감놀이 외에 제주도의 민요 등



3) 문제점

이와 같은 장소와 민속예술의 공연상품을 가지고 관광객들에게 판매를 하였으나 도내 여행사측에서 야간에 관광수송차량 운행기피 및 알선수수료 과다요구(수수료 30%) 등 관광객 알선기피로 인한 관람객 저조로 적자요인이 발생함과 동시에, 소수관람객 유치로 인한 예술단원의 사기저하, 그리고 상설공연장도 없어 관계당국에서의 예술단 유치·운영의 어려움 등으로 인하여 실패하는 불운을 겪었다.

4) 개선점

체류관광객들에게 문화향수의 기회를 부여하기 위해서는 제주도의 민속예술의 특성 및 해설서 등의 공연안내지를 발간하여 도내여행사 및 관광숙박업소에 배포

하여야 할 것이며, 또한 제주의 고유민속예술을 국내외에 홍보활동을 전개하기 위하여 국내외 대규모 세미나 등 예술단 초청공연을 운영·확대하는 방안이 검토되어야 할 것이다.

2. 臺灣의 事例⁵³⁾

현재 東南亞를 비롯하여 歐美 등 관광선진국에서는 이미 自國의 고유의 민속 예술을 공연 또는 대규모 향토축제를 통하여 관광상품으로 개발하여 외국의 관광객들로 하여금 높은 관심과 관광수입을 올리고 있다. 브라질의 리오축제·하와이의 민속축제를 비롯하여, 한국관광객들의 많이 찾고 있는 동남아 지역인 인도의 발리에는 발리에술제와 민속춤인 께작춤(원승이춤), 탈춤(Barong 춤), 대만의 우라이민속춤에서의 민속예술공연 등은 많은 외국 관광객들에게 선호도가 높은 관광상품으로 각광을 받고 있다.

따라서, 본 연구에서는 동남아 중 전통민속예술을 관광상품으로 개발하여 많은 소득을 올리고 있는 臺灣의 경우를 해외의 사례지역으로 선정하여 분석하기로 한다.

1) 사례대상지의 개괄

세계 제1의 외환 보유고를 자랑하고 있는 대만은 지난 '56년부터 관광산업에 눈을 돌리기 시작한 이래 '88년 들어 외국관광객 200만명을 유치해 23억 달러의 외화를 벌어들였고, '89년 부터는 관광업계에 대한 정책지원과 자원개발 등에 힘쓰고 있다.

만성적인 객실 부족현상과 높은 물가, 단조로운 관광자원의 여건 속에서도 대만의 관광산업은 꾸준히 성장하고 있으며 보다 많은 관광객을 유치할 수 있다는 자신감으로 각종 政策을 펴고 있다.

중국의 전통문화를 보존하고 있는 대만은 산악에서 생활해 온 원주민의 고유 민속문화가 있음으로 해서 관광객들을 끌어 들일 확신을 가지고 있는 곳이다. 특

53) ① 오창수 기자, "취재수첩", 「대만관광기행: 민속문화를 관광상품으로」, 제주문화방송, 일요 리포트, 1992.

② 김호진, 「중화민국: 타이완」, 투어타임즈사, 1991.

히 10종족에 이르는 대만 원주민의 고유한 생활양식은 지역별로 관광자원화되어서 상설공연을 통한 관광상품으로 개발되어 관광객들을 끌어 들이고 있다. 대만을 찾는 관광객 대부분이 민속공연상품을 관람함으로써 민속문화의 상품화가 요원한 제주관광산업에 산 교훈이 되고 있다. 대만 원주민들의 전통생활양식 및 민속예술을 노래와 춤으로 표현하며 관광객을 끌어 들이는 민속예술의 관광상품이 있는 민속문화촌은 타이페이(臺北)와 花蓮, 臺中, 空中 등 주요 도시마다 분포되어 있다.

2) 민속예술의 관광상품화 사례

(1) 우라이민속촌의 민속예술 관광상품

<표 III-6> 우라이민속촌의 상품화사례

면적	수용인원	입장료	입장객	공연회수	공연시간	공 연 내 용
165ha	400여명	대만화 폐90원 한국화 폐 약 3000원 정도	관광객 연 100 만여명	1일 5회	1회 40분	1)영빈무(迎賓舞): 관광객들을 환영하는 내용 및 고대결혼 의식과 관광객들과 어울려 춤추는 부문등 10여개 소재 2)고강에 서서: 남녀 1쌍의 노래와 춤으로 서로의 마음을 전하는 과정을 묘사함 3)대나무춤: 그들의 주요 사냥 무기는 대나무로 만든 함정이었는데 함정에 빠진 짐승을 잡는모습을 춤으로 개발

註: 홍보와 마케팅은 공연장입구에 한국어와 영어, 일본어 등으로 표기된 내용 설명서 등을 비치해 관광객 들의 이해를 돕고 있다.

세계적으로 유명한 우라이민속촌내의 민속예술공연장은 주변에 수려한 경관과 다양한 관광시설이 어우러져 한해 100만명 이상의 관광객이 들르는 곳이다. 주목

할 만한 것은 이곳을 찾는 관광객들은 주변경관이나 부대시설 보다는 40분정도 연출되는 민속공연을 우선 관람하고 있다는 점이다.⁵⁴⁾ 공연단원⁵⁵⁾들은 휴일없이 계속되는 공연에 임하면서도 자신들의 전통문화를 내외에 알리고 정당한 보수를 받는다는데 긍지와 자부심을 보이고 있다. 민속공연의 내용들은 관광객들의 흥미를 돋구기 위하여 30% 이상 각색되고 있다. 이 우라이민속촌의 전체적인 운영권리는 타이페이市에서 공무원을 파견하여 맡아서 하고 있고 민속촌이 입장료는 정부가 운영하는 관리소에서 받고 있으며 민속공연장은 주민단체, 호텔 등은 민간단체에 의해서 운영되고 있다. 관리소에서 받아들이는 입장료 수익은 轉賣로 연간 약 6억원 정도이지만 이를 모두 민속촌 관리와 시설 유지 보수에 재투자되고 있는 등 시설물의 보완 및 대규모 공사는 정부예산 사업으로 추진되는 등 관광지 관리에 대한 정부의 관심이 매우 높다.

(2) 아미문화촌의 민속예술 관광상품

1960년대 초에만 해도 이 지역은 모두 목장이었고 경기가 매우 좋지 않았다. 당시 무용부문에 조예가 깊은 한 여인의 구상으로 민속무용단을 설립하여 시범적으로 무대에 올려지게 되었고, 경기불황을 이용하여 아미족에게 취업기회를 제공하면서 민속공연 분위기를 확산시켰다. 그러나 당시 花蓮지방의 경기가 워낙 침체되어서 수입은 많지 않았다. 그래서 정부의 도움으로 2,000여명의 아미족으로 구성된 대규모 무용행사를 치르면서 좋은 반응을 얻게 되었고 점차 유명해지게 되었다.⁵⁶⁾

54) 공연은 8가지 소재의 춤과 노래의 공연이 끝난 뒤, 고대 결혼의식을 통해 관객들을 무대 위로 끌어들이어 관광객들과 함께 어우러져 춤을 추거나 기념사진 촬영을 하면서 막을 내린다. 20여명의 공연단은 관광객들과 어우러져 무대 위에서 관객과 결혼식을 올리거나 사진촬영을 통해 모델료 명목으로 돈을 받는다.

55) 민속공연단은 이 지방 중학교에 다니면서 무용반에 들어가 고전무용을 배운 학생이나 마을에 살고 있는 주민들로 구성되어 있다.

56) 진성봉, 아미문화촌 총경리, 인터뷰.

<표 III-7> 아미민속촌의 상품화사례

설립	면적	수용원	입장료	입장객	공연회수	공연시간	공 연 내 용
1964 년	7천㎡	672여 席	한화로 3000- 4000원	월 만여명	1일 4회	1회 40 여분	10-25명으로 구성된 공연단 들의 30여년 가까운 역사를 자랑하는 아미족들의 생활 풍속을 묘사하는 춤과 노래 를 공연

註: 홍보와 마케팅은 공연장입구에 한국어와 영어, 일본어 등으로 표기된 내용 설명
서 등을 비치해 관광객 들의 이해를 돕고 있으며, 부대시설은 임대이면서 운영
체제는 사설로 운영하고 있다.

경기불황을 극복하기 위하여 花蓮縣 지방정부의 권유와 적극적인 지원에 의해
서 창단되었고 발전해 온 민속무용단은 30여년의 역사를 가지고 있다. 花蓮縣 정
부에서는 매해마다 원주민들의 무용대회를 개최하고 있고 또 각종 보호정책을 마
련해 추진하고 있어서 이들의 생활은 매우 풍요로운 편이다. 예술성은 제주도의
민속예술보다 아주 떨어지지만, 기계적인 듯 하면서도 관광객의 마음을 끄는 민
속공연은 공연단과 여행사, 정부가 만들어 낸 성공작이라 할 수 있다.

3. 兩事例의 比較·分析

민속예술의 관광상품화에 대한 濟州道와 臺灣의 사례를 비교·분석해 보면 다
음 <표 III-8>과 같다.

<표 III-8>과 같이 두 지역을 비교·분석해 본 결과 제주도의 문제점을 살펴
보면, 시설 및 상품개발에 대한 투자의 미약, 행정기관과 유관단체의 비협조 및
개발노력의 부족, 만성화된 관광부조리 등 복합적인 문제들로서 이는 서로의 협
조와 노력으로 충분히 극복할 수 있는 문제라고 생각된다. 따라서 위의 문제들이
해결 없이 제주도 민속예술의 관광상품화는 遙遠하다 하겠다. 그러나 행정기관을
비롯 문화예술에 관심을 두고 있는 人士들과 유관단체 및 관광관련업체들 사이에
서는 위의 문제들을 해결하려는 노력과 함께 제주도의 민속예술을 상설공연을 통
한 관광상품개발에 대한 관심과 새로운 분위기가 일어나고 있음은 그나마 다행스
러운 일이 아닐 수 없다.

<표 III-8> 제주도와 대만 사례의 비교·분석

비교사항	대 만	제 주 도	내 용
1) 공연장 시설	상설공연장 (7천㎡의 넓이의 672席)	없 음 (임대하여사용)	불과 150만여명의 관광객에 보여 주기 위하여 7천㎡의 넓이에 672席이 되는 대형 상설공연장이있는 반면, 제주를 찾는 관광객의 350만여명을 넘고 있는데 상설공연장이 없는 것은 문화 관광으로 발전 시키는데 문제점이다
2) 행정적 지원	적극적인 지원	소극적인 지원	대만의 행정적인 지원은 공연장 시설 뿐만 아니라 공연단에 대한 정부의 적극적인 지원과 유관단체의 노력은 공연단으로 하여금 자긍심을 갖게 하는 반면 제주도는 행정과 유관단체가 제 각각으로 만성적인 관광부조리만연
3) 민속예술의 내용과 質	다소 떨어짐 (다소 각색함)	월등히 우수함 (가능한 고유성 유지하려 함)	민속공연상품의 구성요소인 민속예술은 그 내용이나 질적인 면에서 월등히 우수하나 質의 운영으로 한 운영미숙
4) 공연단	민속 고전 무용을 배운 학생과 원주민들로구성	재단법인으로 구성된 민속 예술단	지역 주민들로 구성된 대만의 공연단 자부심이 대단 하며, 제주도의 경우는 관에서 운영함으로써 사기저하
5) 관람객	연 150만여명	별토 없음	관광여행사에서의 지나친 송객수수료 요구로 인한 관광객 수송기피로 인한 소수관람객으로 단원들의 사기저하
6) 송객 수 수수료 및 관광부조리	없 음	만성적임	제주관광에 있어서 총체적 비리, 가장 痛적 존재인 과다한 송객 수수료 요구는 문화관광에도 암적존재로 한몫함
7) 기타 부대시설	종합적인 민속촌으로 운영하면서 그 안에서 숙박 및 쇼핑과 공연장 시설을 갖추어 있다	대규모의 민속 관광단지가 없음으로 인하여 산만하며, 유람 형식의 관광이 되고 있다	대만의 경우는 수려한 자연경관과 연계한 민속예술 관광의 성공을 거두고 있으나, 제주도의 경우 그에 못지 않은 천혜의 자연경관의 있지만 그와 연계하지 못하고 있으며 민속관광지 및 공연장 시설도 투자가 아주 미약하다

第 IV 章 濟州道 民俗藝術의 觀光商品化를 위한 實證分析

第 1 節 研究의 設計 및 分析方法

1. 研究의 設計

본 연구는 제주도의 민속예술을 관광상품화하여 새로운 관광상품으로서 관광객들에게 더불어 참여하는 즐길 거리를 제공하는데 목적을 두고 있기 때문에, 연구의 주요 문제는 제주도의 민속예술을 관광상품화 하는데 있어서 관광객들의 반응과, 제주도의 민속예술에 대한 이해도(認知度) 및 관광상품으로 제공하였을 때에 관광객들의 선호도 및 구매효과를 측정하여 제주도 관광에 있어서 매력있는 관광상품으로서 가치와 가능성, 산업성 여부를 파악하여 관광상품으로 개발하는 방안을 모색해 그 대안을 제시하고자 함에 있다.

따라서, 實證的 研究을 수행하기 위하여 연구방법으로 自己記述式 설문조사 방법에 의한 사회조사방법(Self-Administered Social Survey Method)을 사용하였다.

본 연구를 위한 인구통계학적 변인을 포함한 각 변인들은 폐쇄형 설문지법과 리커트형의 5점 合算平定尺度를 병행하여 사용하였으며, 리커트 척도는 1점에서 5점까지의 값을 부여하는 방법으로 각 개인의 척도값은 각 진술에 대한 값의 평균을 사용하였다.

2. 資料蒐集 方法

1) 標本設計

본 조사의 母集團은 제주지역에서 관광을 마치고 귀향하는 내국인 관광객으로 표본의 대상은 20代 미만의 청소년층을 포함한 모든 成人으로 하였으며, 標本의 크기는 550名으로 하였다.

2) 資料蒐集 方法

예비조사(Pre test: 30명)를 1993년 10월 14일부터 10월 16일까지 3일간 실시하여 설문지의 내용을 수정·보완하였다.

본 조사(Main test: 550명)는 1993년 10월 21일부터 10월 27일까지 週中과 週末을 포함하여 7일간 실시하였는데, 제주 관광을 마치고 귀향하는 거점인 제주 공항과 관광을 마치고 1일 前 또는 당일애 한하여 숙소 및 관광지에서 내국인 관광객을 대상으로 任意抽出하여 설문지조사를 실시하였다. 대상인원에 대한 설문지의 회수는 550매 중 520매가 가능하였다. 그 중 응답이 아주 불성실하거나 분석하기에 부적합한 26매를 제외한 494매를 최종 분석대상으로 하였다.

3) 設問의 構成

설문의 내용은 인구통계적 변수로 성별, 연령, 직업, 학력 등 4개 문항과 관광여행성향에 관한 문제로 제주도 방문회수, 여행목적, 여행동기, 여행만족도를 포함한 10개 문항, 그리고 제주도의 민속예술에 대한 참여, 관심, 인지도와 민속예술 관광상품의 개발필요성과 개발방안에 대한 관광객들의 반응, 그 영향에 대한 평가를 묻는 18개 문항 등 총 32개의 문항으로 <표 IV-1>과 같이 구성되었다.

<표 IV-1> 설문지의 구성

구 분		설문지 항목 번호	
I. 관광여행성향	방문회수	1	
	여행목적 및 동기	2, 3, 4, 5	
	관광미련 및 불편, 불만 사항	6, 7	
	관광중 여가시간의 활용	8	
	개발이 필요한 관광상품	9	
	관광 만족도	10	
	II. 제주도의 민속 예술에 대한 변수	민속관광활동의 만족도	1
		민속예술에 대한 관심도	2, 17
		민속예술의 인지도 및 인지경로	3
		민속예술의 인지 유구 및 방법	4, 5
민속예술 관광상품의 비중		6	
민속예술단 공연의 관람 유무		7, 8, 9	
민속예술 관광상품의 개발 필요성 및 방법		10, 11, 12	
민속예술 관광상품의 기여도		13, 14, 15	
민속예술의 홍보(마케팅)		17	
민속예술상품의 산업성(재방문의사)		18	

또한 민속예술의 참여에 대한 만족도, 관심도, 인지도 그리고 개발필요성 및

잠재성 등은 5점 리커트(Likert)척도로 질문하였는데, 실제분석에 있어서도 3점 척도에 의한 분석도 포함되었다.

3. 分析方法

설문지에 의한 자료의 통계적 분석은 SPSS/PC*를 이용하였으며, 실증분석은 표본의 일반적인 특성을 단순빈도(Simple Frequency)에 의하여 서술하고 통계학적 검증을 실시하였다.

집단간 차이검증을 위해서는 交叉分析과 T檢證, 그리고 民俗藝術에 대한 인지도는 變量分析(Anova분석)을 실시하였다. 또한 교차분석표에서는 인구통계학적 변수와 각 교차변수간의 빈도 비율이 나타나 있는데, 여기서 사용한 비율은 전체 비율만을 표시하였고 열간 비율 및 줄간 비율은 분석내용에만 표시하였다.

第 2 節 調查資料의 分析

1. 資料의 一般의 特性

실증분석에 이용한 자료의 일반적 특성을 살펴보면, 총 494매의 유효표본 중 남성응답자가 287명, 여성응답자가 207명으로 남성이 16.2%정도 더 응답하였다.

연령별로는 20대 미만이 238명으로 48.2%를 차지해 가장 많은 비율을 보였고, 이어 30대가 126명으로 25.5%, 40대가 88명으로 17.8%, 그리고 50대 이상이 42명으로 8.5%를 각각 차지하였다.

직업별로는 학생이 135명으로 27.3%, 주부, 사업, 농수산업 등이 포함된 자유직업이 181명으로 36.6%, 그리고 공무원, 회사원, 전문직 등이 포함된 일반사무직이 178명으로 36%를 차지했다.

학력별로는 고졸이하가 213명으로 43.1%, 전문대졸이나 대학재학중인 응답자가 134명 27.1%, 그리고 대졸이상의 응답자가 147명으로 29.8%를 차지하고 있다.

제주도 방문회수별로는 처음왔다고 답한 응답자는 240명으로 48.6%, 2회가 127명으로 25.7%, 3회가 63명으로 12.8%, 그리고 4회이상인 64명으로 13.0%를 각각 차지했다.

여행목적별로는 수학여행이 128명으로 25.9%를 차지해 가장 높은 비율은 보였고, 이어 단체여행이 118명으로 23.9%, 그리고 개인여행이 104명으로 21.1%로 나타났다.

<표 IV-2> 인구통계학적 변수의 구성

구분		빈도(명)	백분율(%)	누적백분율(%)
성별	남성	287	58.1	58.1
	여성	207	41.9	100.0
합계		494	100.0	100.0
연령별	20대 미만	238	48.2	48.2
	30대	126	25.5	73.7
	40대	88	17.8	91.5
	50대 이상	42	8.5	100.0
	합계	494	100.0	100.0
직업별	학생	135	27.3	27.3
	자유직업	181	36.6	64.0
	일반사무	178	36.0	100.0
	합계	494	100.0	100.0
학력별	고졸이하	213	43.1	43.1
	전문대/대재	134	27.1	70.2
	대졸이상	147	29.8	100.0
	합계	494	100.0	100.0
방문회수별	1회	240	48.6	48.6
	2회	127	25.7	74.3
	3회	63	12.8	87.0
	4회 이상	64	13.0	100.0
	합계	494	100.0	100.0
여행목적별	개인여행	104	21.1	21.1
	신혼여행	60	12.1	33.2
	가족여행	77	15.6	48.8
	수학여행	128	25.9	74.7
	단체여행	118	23.9	98.6
	기타	7	1.4	100.0
합계		494	100.0	100.0

2. 資料의 分析

1) 제주관광의 매력성

제주관광시 매력적인 사항을 설문한 결과 가장 높은 비율을 차지한 것은 아름다운 자연경관으로 71.8%를 차지하였다. 이어 생활양식 및 향토문화가 15.5%, 기타 토속음식 및 쇼핑기회나 친절한 도민성 순으로 나타났다.

이를 성별에 따라 살펴보면 전체적으로 아름다운 자연경관에 대하여 남성응답자는 40.9%가, 그리고 여성응답자는 28.3%가 매력적인 것으로 답하였다. 주목할 만한 사항은 각 항목의 상대적인 비율이 토속음식 및 쇼핑기회와 생활양식 및 향토문화에 대하여 남성(각각 4.2%, 13.6%) 보다는 여성(각각 5.8%, 16.9%)쪽의 응답비율이 높게 나타났다.

연령별 집단에 따라서는 20대, 30대, 40대의 연령층은 아름다운 자연경관이 가장 높은 비율을 차지하고 이어 생활양식 및 향토문화를 두번째로 매력이 있는 것이라고 답한 반면, 50대는 아름다운 자연경관과 친절한 도민성 및 생활양식과 향토문화를 두번째 매력이 있는 것으로 답하였다.

직업별 집단에 따라서는 모든 직업집단이 가장 매력적인 것으로 아름다운 자연경관과 생활양식 및 향토문화를 꼽고 있다. 그러나 아름다운 자연경관에 대해서는 사무직 응답자가 다른 직업 응답자보다 더 높은 비율을 보였고, 생활양식과 향토문화에 대해서는 학생이 다른 직업 응답자보다 더 높은 비율을 보였다.

학력별 집단에 따라서는 역시 아름다운 자연경관이 가장 높은 비율을 차지하고 이어 생활양식 및 향토문화를 두번째로 매력이 있는 것이라고 답하고 있다. 아름다운 자연경관에 대해서 고졸이하의 집단이 가장 높은 응답비율을 차지하고 생활양식과 향토문화에 대해서는 전문대졸 및 대학재학 응답자가 가장 높은 비율을 차지하고 있다. 또한 학력별 집단간에는 통계적으로 유의적인 차이를 보이고 있다.

방문회수별 집단에 따라서는 역시 아름다운 자연경관이 가장 높은 비율을 차지하고 이어 생활양식 및 향토문화를 두번째로 매력이 있는 것이라고 답하고 있다. 그러나 아름다운 자연경관에 대해서 처음 방문하는 집단이 가장 높은 응답비

율을 차지하고 이어 2회, 3회, 4회순으로 나타나고 있어 방문회수가 적을수록 아름다운 자연환경에 대한 매력은 높은 비중을 차지하고 있다. 생활양식과 향토문화에 대해서는 4회이상 방문한 집단이 가장 높은 비율을 차지하고, 이어 1회, 3회, 2회 순으로 나타나고 있다. 방문회수별 집단간에는 통계적으로도 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보이고 있다.

여행목적에 따라 살펴보면 아름다운 자연경관이 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 생활양식 및 향토문화가 두번째로 매력이 있는 것이라고 답하고 있다. 그러나 아름다운 자연경관에 대해서 여행목적이 가족여행인 경우가 가장 높은 응답 비율을 차지하고, 이어 단체여행, 신혼여행 순으로 나타나고 있다. 반면 생활양식과 향토문화에 대해서는 수학여행 집단이 가장 높은 비율을 차지하고, 이어 개인여행, 단체여행 순이다.

<표 IV-3> 제주관광의 매력사항(총괄)

변 수	빈도(명)	백분율(%)	누적백분율(%)
친절한도민성	21	4.4	4.4
위락시설	15	3.2	7.6
아름다운자연경관	342	71.8	79.4
토속음식쇼핑기회	24	5.0	84.5
생활양식향토문화	74	15.5	100.0
무응답	18	-	-
합 계	494	100.0	100.0

<표 IV-4> 제주관광의 매력사항(성별)

매력의 대상	남 성	여 성	열간합계
친절한도민성	13 (2.6)	8 (1.6)	21 (4.3)
위락시설	10 (2.0)	5 (1.0)	15 (3.0)
아름다운자연경관	202 (40.9)	140 (28.3)	342 (69.2)
토속음식쇼핑기회	12 (2.4)	12 (2.4)	24 (4.9)
생활양식향토문화	39 (7.9)	35 (7.1)	74 (15.0)
기타	11 (2.2)	7 (1.4)	18 (3.6)
줄간합계	287 (58.1)	207 (41.9)	494 (100.0)

$\chi^2 = 2.30705$ $d.f. = 5$ $P = .8052$
 주) ()안은 백분율(%)

<표 IV-5> 제주관광의 매력사항(연령별)

구 분	20대미만	30대	40대	50대이상	열간합계
친절한도민성	12(2.4)	2(0.4)	3(0.6)	4(0.8)	21(4.3)
위락시설	5(1.0)	5(1.0)	2(0.4)	3(0.6)	15(3.0)
아름다운자연경관	165(33.4)	85(17.2)	66(13.4)	26(5.3)	342(69.2)
토속음식쇼핑기회	6(1.2)	9(1.8)	6(1.2)	3(0.6)	24(4.9)
생활양식향토문화	41(8.3)	20(4.0)	9(1.8)	4(0.8)	74(15.0)
기타	9(1.8)	5(1.0)	2(0.4)	2(0.4)	18(3.6)
줄간합계	238(48.2)	126(25.5)	88(17.8)	42(8.5)	494(100.0)

$\chi^2 = 18.55542$ $d.f. = 15$ $P = .2346$

<표 IV-6> 제주관광의 매력사항(직업별)

구 분	학생	자유직	사무직	열간합계
친절한도민성	8(1.6)	5(1.0)	8(1.6)	21(4.3)
위락시설	3(0.6)	9(1.8)	3(0.6)	15(3.0)
아름다운자연경관	92(18.6)	124(25.1)	126(25.5)	342(69.2)
토속음식쇼핑기회	4(0.8)	11(2.2)	9(1.8)	24(4.9)
생활양식향토문화	25(5.1)	27(5.5)	22(4.5)	74(15.0)
기타	3(0.6)	5(1.0)	10(2.0)	18(3.6)
줄간합계	135(27.3)	181(36.6)	178(36.0)	494(100.0)

$\chi^2 = 12.10634$ $d.f. = 10$ $P = .2780$

<표 IV-7> 제주관광의 매력사항(학력별)

구 분	고졸이하	전문대/대재	대졸이상	열간합계
친절한도민성	9(1.8)	7(1.4)	5(1.0)	21(4.3)
위락시설	3(0.6)	2(0.4)	10(2.0)	15(3.0)
아름다운자연경관	155(31.4)	90(18.2)	97(19.6)	342(69.2)
토속음식쇼핑기회	9(1.8)	4(0.8)	11(2.2)	24(4.9)
생활양식향토문화	28(5.7)	29(5.9)	17(3.4)	74(15.0)
기타	9(1.8)	2(0.4)	7(1.4)	18(3.6)
줄간합계	213(43.1)	134(27.1)	147(29.8)	494(100.0)

$\chi^2 = 22.24317^*$ $d.f. = 10$ $P = .0139$

<표 IV-8> 제주관광의 매력사항(방문회수별)

구 분	1 회	2 회	3 회	4회이상	열간합계
친절한도민성	9(1.8)	4(0.8)	3(0.6)	5(1.0)	21(4.3)
위락시설	2(0.4)	2(0.4)	6(1.2)	5(1.0)	15(3.0)
아름다운자연경관	174(35.2)	91(18.4)	39(7.9)	38(7.7)	342(69.2)
토속음식쇼핑기회	5(1.0)	14(2.8)	5(1.0)	0(0.0)	24(4.9)
생활양식향토문화	39(7.9)	13(2.6)	8(1.6)	14(2.8)	74(15.0)
기타	11(2.2)	3(0.6)	2(0.4)	2(0.4)	18(3.6)
줄간합계	240(48.6)	127(25.7)	63(12.8)	64(13.0)	494(100.0)

$\chi^2 = 46.32090***$ $d.f. = 15$ $P = .0000$

<표 IV-9> 제주관광의 매력사항(여행목적별)

구 분	수학여행	신혼여행	가족여행	개인여행	단체여행	열간합계
친절한도민성	5(1.0)	1(0.2)	2(0.4)	6(1.2)	7(1.4)	21(4.3)
위락시설	3(0.6)	2(0.4)	2(0.4)	6(1.2)	2(0.4)	15(3.1)
아름다운자연경관	87(17.9)	42(8.6)	59(12.1)	65(13.3)	84(17.2)	337(69.2)
토속음식쇼핑기회	8(1.6)	1(0.2)	6(1.2)	4(0.8)	5(1.0)	24(4.9)
생활양식향토문화	23(4.7)	7(1.4)	8(1.6)	18(3.7)	17(3.5)	73(15.0)
기타	2(0.4)	7(1.4)	0(0.0)	5(1.0)	3(0.6)	17(3.5)
줄간합계	128(26.3)	60(12.3)	77(15.8)	104(21.4)	118(24.2)	487(100.0)

$\chi^2 = 30.07946*$ $d.f. = 20$ $P = .0686$

2) 제주관광의 불편성

제주관광에서 가장불편하거나 불만인 사항으로 응답한 것은 관광상품의 단순함과 레저 및 위락시설의 부족(25.3%), 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(25.1%), 관광안내시설 및 숙박시설의 부족과 교통시설 이용 등의 불편(23.7%) 순으로 나타났다.

이를 인구통계적 변수에 따라 세부적으로 살펴보면 성별의 경우 남성은 관광상품의 단순함과 레저 및 위락시설의 부족(27.5%)이 가장 높은 비율을 차지하고

여성은 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(24.6%)을 가장 불편·불만인 사항으로 꼽고 있다.

연령별로 살펴보면 20대미만의 집단은 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(33.6%)을 가장 불편·불만인 사항으로 꼽고 있으며, 30대의 집단은 관광상품의 단순함과 레저 및 위락시설의 부족(25.4%)을, 그리고 40대와 50대 이상의 집단은 관광안내시설 및 숙박시설의 부족과 교통시설 이용 등의 불편(각각 34.1%, 38.1%)을 가장 불편·불만인 사항으로 꼽았다. 연령별 집단간에는 통계적으로 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보이고 있다.

직업별로 살펴보면 학생집단은 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(45.2%)을 가장 불편·불만인 사항으로 꼽고 있으며, 자유직과 사무직 집단은 관광안내시설 및 숙박시설의 부족과 교통시설 이용 등의 불편(각각 29.8%, 27.5%)을 가장 불편·불만인 사항으로 꼽았다. 직업별 집단간에는 통계적으로 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보이고 있다.

학력별로 살펴보면 고졸이하의 집단은 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(30.0%)을 가장 불편·불만인 사항으로 꼽고 있으며, 전문대졸 및 대학재학 집단은 관광상품의 단순함과 레저 및 위락시설의 부족과 관람기회의 부족(24.6%)을, 그리고 대졸이상의 집단은 관광상품의 단순함과 레저 및 위락시설의 부족(34.0%)을 가장 불편·불만인 사항으로 꼽았다.

제주방문회수별로 살펴보면 처음 방문하는 집단의 가장 큰 불편·불만 사항은 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(30.4%)이며, 2-3회 방문한 집단은 관광상품의 단순함과 레저 및 위락시설의 부족(각각 32.3%, 38.1%), 그리고 4회이상인 집단은 관광안내시설 및 숙박시설의 부족과 교통시설 이용 등의 불편(39.1%)으로 나타났다. 방문회수별 집단간에는 통계적으로 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보이고 있다.

여행목적별로 살펴보면 여행목적이 수학여행인 집단의 가장 큰 불편·불만 사항은 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(45.3%)이며, 신혼여행, 개인여행 그리고 단체여행은 관광안내시설 및 숙박시설의 부족과 교통시설 이용 등의 불편(각각 26.7%, 37.5%, 30.5%)으로 나타났다. 여행목적별 집단간에는 통계적으로 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보이고 있다.

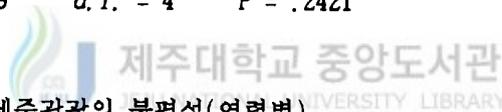
<표 IV-10> 제주관광의 불편성(전체)

변 수	빈도(명)	백분율(%)	누적백분율(%)
운전기시불친절	48	9.7	9.7
위락시설부족	125	25.3	35.0
관람기회부족	124	25.1	60.1
농원쇼핑강대행위	80	16.2	76.3
시설부족교통불편	117	23.7	100.0
합 계	494	100.0	100.0

<표 IV-11> 제주관광의 불편성(성별)

구 분	남 성	여 성	열간합계
운전기시불친절	30(6.1)	18(3.6)	48(9.7)
위락시설부족	79(16.0)	46(9.3)	125(25.3)
관람기회부족	73(14.8)	51(10.3)	124(25.1)
농원쇼핑강대행위	38(7.7)	42(8.5)	80(16.2)
시설부족교통불편	67(13.6)	50(10.1)	117(23.7)
줄간합계	287(58.1)	207(41.9)	494(100.0)

$\chi^2 = 5.47339$ $d. f. = 4$ $P = .2421$



<표 IV-12> 제주관광의 불편성(연령별)

구 분	20대미만	30대	40대	50대이상	열간합계
운전기시불친절	20(4.0)	17(3.4)	7(1.4)	4(0.8)	48(9.7)
위락시설부족	60(12.1)	32(6.5)	24(4.9)	9(1.8)	125(25.3)
관람기회부족	80(16.2)	21(4.3)	15(3.0)	8(1.6)	124(25.1)
농원쇼핑강대행위	38(7.7)	25(5.1)	12(2.4)	5(1.0)	80(16.2)
시설부족교통불편	40(8.1)	31(6.3)	30(6.1)	16(3.2)	117(23.7)
줄간합계	238(48.2)	126(25.5)	88(17.8)	42(8.5)	494(100.0)

$\chi^2 = 30.64852***$ $d. f. = 12$ $P = .0022$

<표 IV-13> 제주관광의 불편성(직업별)

구 분	학생	자유직	사무직	열간합계
운전기사불친절	8(1.6)	18(3.6)	22(4.5)	48(9.7)
위락시설부족	34(6.9)	44(8.9)	47(9.5)	125(25.3)
관람기회부족	61(12.3)	26(5.3)	37(7.5)	124(25.1)
농원쇼핑강매행위	18(3.6)	39(7.9)	23(4.7)	80(16.2)
시설부족교통불편	14(2.8)	54(10.9)	49(9.9)	117(23.7)
줄간합계	135(27.3)	181(36.6)	178(36.0)	494(100.0)

$\chi^2 = 53.93544***$ $d. f. = 8$ $P = .0000$

<표 IV-14> 제주관광의 불편성(학력별)

구 분	고졸이하	전문대/대재	대졸이상	열간합계
운전기사불친절	15(3.0)	14(2.8)	19(3.8)	48(9.7)
위락시설부족	42(8.5)	33(6.7)	50(10.1)	125(25.3)
관람기회부족	64(13.0)	33(6.7)	27(5.5)	124(25.1)
농원쇼핑강매행위	38(7.7)	26(5.3)	16(3.2)	80(16.2)
시설부족교통불편	54(10.9)	28(5.7)	35(7.1)	117(23.7)
줄간합계	213(43.1)	134(27.1)	147(29.8)	494(100.0)

$\chi^2 = 19.45854**$ $d. f. = 8$ $P = .0126$

<표 IV-15> 제주관광의 불편성(방문회수별)

구 분	1 회	2 회	3 회	4회이상	열간합계
운전기사불친절	25(5.1)	10(2.0)	9(1.8)	4(0.8)	48(9.7)
위락시설부족	45(9.1)	41(8.3)	24(4.9)	15(3.0)	125(25.3)
관람기회부족	73(14.8)	32(6.5)	7(1.4)	12(2.4)	124(25.1)
농원쇼핑강매행위	44(8.9)	22(4.5)	6(1.2)	8(1.6)	80(16.2)
시설부족교통불편	53(10.7)	22(4.5)	17(3.4)	25(5.1)	117(23.7)
줄간합계	240(48.6)	127(25.7)	63(12.8)	64(13.0)	494(100.0)

$\chi^2 = 34.19168***$ $d. f. = 12$ $P = .0006$

<표 IV-16> 제주관광의 불편성(여행목적별)

구 분	수학여행	신혼여행	가족여행	개인여행	단체여행	열간합계
운전기사불친절	6(1.2)	5(1.0)	17(3.5)	13(2.7)	7(1.4)	48(9.9)
위락시설부족	39(8.0)	9(1.8)	19(3.9)	24(4.9)	32(6.6)	123(25.3)
관람기회부족	58(11.9)	15(3.1)	8(1.6)	20(4.1)	22(4.5)	123(25.3)
농원쇼핑강대행위	17(3.5)	15(3.1)	18(3.7)	8(1.6)	21(4.3)	79(16.2)
시설부족교통불편	8(1.6)	16(3.3)	15(3.1)	39(8.0)	36(7.4)	114(23.4)
줄간합계	128(26.3)	60(12.3)	77(15.8)	104(21.4)	118(24.2)	487(100.0)

$\chi^2=91.81661***$ $d.f. = 16$ $P= .0000$

3) 來道前 알고 싶었던 사항과 민속예술

제주도에 오기전에 가장 많이 알고 싶었던 사항을 질문한 결과 첫번째는 자연 경관으로 47.8%였고, 두번째가 고유의 전통문화·미풍양속·사투리 등으로 38.5%였다. 이들 중 전통문화에 관심이 있는 집단과 그렇지 않은 집단간의 민속예술인지도 차이를 알아보기 위해 T-test를 한 결과, 관심이 있는 집단과 그렇지 않은 집단간에 제주도의 민속예술 인지도에 차이가 있는 것으로 나타났는데 관심이 있는 집단은 민속예술의 인지도가 그렇지 않은 집단보다 현저히 높다. 즉 3점척도로 점수를 산정하였을 때 굿놀이에 관심있는 집단은 1.5114, 민속놀이의 경우는 2.0719, 민요의 경우는 1.8059, 그리고 전설 및 신화의 경우는 1.7045의 평균값이 나왔다.

<표 IV-17> 來道前 알고 싶었던 사항

변 수	빈도(명)	백분율(%)	누적백분율(%)
자연경관	230	47.8	47.8
해양문화자원	23	4.8	52.6
특산물토산물	21	4.4	57.0
전통문화사투리	185	38.5	95.4
위락시설	22	4.6	100.0
무응답	13	MISSING	-
합 계	494	100.0	100.0

<표 IV-18> 민속예술에 관심도에 따른 민속예술 인지도의 차이검증

구분		빈도	평균	표준편차	t	p
굿놀이	있다	176	1.5114	.668	5.94	.000
	없다	286	1.1748	.440		
민속놀이	있다	167	2.0719	.765	7.93	.000
	없다	280	1.5036	.713		
민요	있다	170	1.8059	.558	5.83	.000
	없다	278	1.4748	.599		
전설 설화	있다	176	1.7045	.816	4.65	.000
	없다	285	1.3649	.666		

4) 민속예술의 인지실태

(1) 민속예술의 認知度

제주도 민속예술에 대한 인지정도를 설문한 결과 <표 IV-19>에 나타난 바와 같이 칠머리당굿, 영등굿놀이, 입춘굿놀이, 영감놀이 등 굿놀이를 알고 있다고 응답한 비율은 응답자 462명 중 24명인 5.2%만이 알고 있다고 응답하였다. 해녀놀이춤, 들머리춤, 비바리춤 등 민속무용은 447명 중 91명인 20.4%가, 오돌또기, 아야흥타령, 이어도타령 등 민요는 448명중 28명인 6.3%가, 그리고 설문대할망, 아흔아홉골 등 전설 및 설화는 461명중 70명인 15.2%가 알고 있다고 응답하였으며 민속예술이 널리 알려지지 않아 모르고 있는 비율이 현저하게 높다.

또한 민속예술 중 굿놀이, 민요, 전설 및 설화 등은 성별에 따라 인지도의 차이가 없으나 민속무용의 경우는 성별에 따라 통계적으로 차이가 있는 것으로 나타났다, 특히 여성이 남성보다 그 인지도가 더 높은 것으로 나타나고 있다. 연령별 집단의 경우를 살펴보면 민속예술에 대해서 20대미만의 인지도가 가장 높고, 민속예술 중에서는 민속무용의 인지도가 가장 높게 나타나고 있다. 또한 통계적으로도 연령별 집단간 인지도의 차이가 있는 것으로 나타났다. 직업별 집단의 경우를 살펴보면 민속예술에 대해서 학생집단의 인지도가 가장 높고, 민속예술 중에서는 민속무용의 인지도가 가장 높게 나타나고 있다. 또한 통계적으로도 직업별 집단간에 굿놀이, 민속민요, 전설 및 설화에 대하여 인지도의 차이가 있는 것으로 나타났다. 학력별 집단의 경우를 살펴보면 민속예술에 대해서 대졸이상 집

단의 인지도가 가장 높고, 민속예술 중에서는 민속무용의 인지도가 가장 높게 나타나고 있다. 또한 통계적으로도 학력별 집단간에 인지도의 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 IV-19> 민속예술의 인지도 구성비율

구 분	굿놀이		민속무용		민 요		전설 및 설화	
	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)
모르겠다	346	74.9	218	48.8	207	46.2	303	65.7
그저그림	92	19.9	138	30.9	213	47.5	88	19.1
알고있다	24	5.2	91	20.4	28	6.3	70	15.2
무응답	32	MISSING	47	MISSING	46	MISSING	33	MISSING
합 계	494	100.0	494	100.0	494	100.0	494	100.0

<표 IV-20> 성별에 따른 T검증 결과

구 분		빈도	평균	표준편차	t	p
굿놀이	남성	269	1.3346	.579	1.43	.155
	여성	193	1.2591	.535		
민속무용	남성	257	1.6459	.731	-2.16	.031
	여성	190	1.8105	.839		
민 요	남성	260	1.5692	.589	-1.29	.199
	여성	188	1.6436	.625		
전 설 설 화	남성	269	1.5093	.751	.50	.616
	여성	192	1.4740	.737		

<표 IV-21> 민속예술의 인지도에 대한 분석결과(연령별)

구분	집단	빈도	평균	표준편차	F 값	P 값
굿 놀이	20대미만	226	1.3982	.6116	5.0775 ***	.0018
	30대	114	1.2544	.5120		
	40대	83	1.2048	.4879		
	50대이상	39	1.1026	.4469		
	Total	462	1.3030	.5619		
민 속 무 용	20대미만	216	1.7870	.7782	2.8972 **	.0348
	30대	113	1.7257	.7934		
	40대	80	1.6625	.7947		
	50대이상	38	1.3947	.6794		
	Total	447	1.7159	.7823		
민 요	20대미만	220	1.7318	.5781	8.8664 ***	.0000
	30대	110	1.5273	.6164		
	40대	79	1.4937	.5964		
	50대이상	39	1.2821	.5595		
	Total	448	1.6004	.6048		
전설 및 설화	20대미만	226	1.6283	.7854	7.6662 ***	.0001
	30대	114	1.4912	.7555		
	40대	82	1.3049	.6224		
	50대이상	39	1.1282	.4690		
	Total	461	1.4946	.7449		

주) *** : P<0.01, ** : P<0.05, * : P<0.1

<표 IV-22> 곳놀이의 인지도에 대한 분석결과(직업별)

구분	집단	빈도	평균	표준편차	F 값	P 값
곳 놀 이	학생	132	1.4167	.6183	9.5328 ***	.0001
	자유직업	170	1.1588	.4400		
	일반사무	160	1.3625	.5986		
	Total		462	1.3030	.5619	
민 속 무 용	학생	123	1.7561	.7503	.2768	.7583
	자유직업	166	1.6867	.7695		
	일반사무	158	1.7152	.8224		
	Total		447	1.7159	.7823	
민 요	학생	127	1.7559	.5451	6.9889 ***	.0010
	자유직업	166	1.4940	.5799		
	일반사무	155	1.5871	.6525		
	Total		448	1.6004	.6048	
전 설 및 설 화	학생	132	1.6364	.7644	11.7865 ***	.0000
	자유직업	171	1.2807	.5867		
	일반사무	158	1.6076	.8281		
	Total		461	1.4946	.7449	

주) *** : P<0.01, ** : P<0.05, * : P<0.1

<표 IV-23> 민속예술의 인지도에 대한 분석결과(학력별)

구분	집단	빈도	평균	표준편차	F 값	P 값
굿놀이	고졸이하 전문대/대재 대졸이상	195	1.2615	.5259	12.3175 ***	.0000
		127	1.1654	.4321		
		140	1.4857	.6623		
	Total		462	1.3030	.5619	
민속무용	고졸이하 전문대/대재 대졸이상	189	1.6508	.7255	6.5958 ***	.0015
		125	1.6000	.7620		
		133	1.9173	.8443		
	Total		447	1.7159	.7823	
민요	고졸이하 전문대/대재 대졸이상	190	1.5684	.5937	4.3263 **	.0138
		124	1.5161	.5482		
		134	1.7239	.6534		
	Total		448	1.6004	.6048	
전설 및 설화	고졸이하 전문대/대재 대졸이상	195	1.3949	.6834	9.4005 ***	.0001
		127	1.4016	.6815		
		139	1.7194	.8343		
	Total		461	1.4946	.7449	

주) *** : P<0.01, ** : P<0.05, * : P<0.1

(2) 민속예술의 인지경로

민속예술을 알고 있다고 응답한 집단에 대하여 굿놀이, 민속무용, 민요, 그리고 전설 및 설화의 인지경로를 파악한 결과 굿놀이는 학교수업을 통하여 알게 되었다고 한 집단이 36.4%로 가장 높았고, 민속무용과 민요는 각각 69.3%, 38.7%로 매스컴을 통하여 인지하게 되었다고 답하였고, 전설과 설화는 제주관광을 통하여 알게 된 비율이 43.1%로 가장 높은 비율을 각각 나타냈다.

이들 인지경로를 인구통계적 변수에 따라 더 세부적으로 살펴보면 굿놀이의 인지경로에 대하여 남성, 여성 모두 학교수업(각각 33.3%, 40.0%)이 가장 높은 인지경로라고 응답하였다. 민속무용에 대해서는 남녀 모두 매스컴(73.3%, 66.7%)이, 민요에 대해서는 남성은 매스컴(50.0%)이, 여성은 학교수업(46.7%)이, 그리고 전설 및 설화에 대해서는 남녀 모두 매스컴(각각 43.2%, 42.9%)이 주요 인지경로가 되었다.

연령별 인지경로를 살펴보면 굿놀이의 경우 20대 연령층은 학교수업(58.3%), 30대 연령층은 마스크(50.0%), 40대 연령층은 직무 및 관련도서를 통하여, 그리고 50대 이상의 연령층은 학교수업과 제주관광을 통해 인지하게 되었다고 응답하였다. 민속무용의 경우 20대 연령층은 마스크(52.6%), 30대 연령층은 마스크(85.7%), 40대 연령층은 마스크(88.9%), 그리고 50대 이상의 연령층은 마스크(85.7%)를 통해 인지하게 되었다고 응답하여 전 연령층에 걸쳐 마스크가 민속무용을 인지시키는 주요 매체가 되었다. 민요의 경우 20대 연령층은 학교수업(50.0%), 30대 연령층은 마스크(57.1%), 40대 연령층은 마스크(60.0%), 그리고 50대 이상의 연령층은 마스크(66.7%)를 통해 인지하게 되었다고 응답하였다. 그리고 전설 및 설화에 대해서 20대 연령층은 제주관광(42.9%), 30대 연령층은 제주관광(52.9%), 40대 연령층은 직무 및 관련도서(50.0%)를 통하여, 그리고 50대 이상의 연령층은 학교수업과 마스크를 통해 인지하게 되었다고 응답하였다.

직업별 인지경로를 살펴보면 굿놀이의 경우 학생은 모두 학교수업을 통하여 인지하고, 자유직 응답자는 마스크(33.3%), 사무직 응답자는 직무 및 관련도서(33.3%)를 통하여 인지하게 되었다고 응답하였다. 민속무용의 경우 학생은 학교수업(50.0%)을 통하여 인지하고, 자유직 응답자와 사무직 응답자는 마스크(각각 77.8%, 82.1%)를 통하여 인지하게 되었다고 응답하였다. 민요의 경우 학생은 학교수업(77.8%)을 통하여 인지하고, 자유직 및 사무직 응답자는 마스크(각각 60.0%, 41.7%)를 통하여 인지하였다. 전설 및 설화의 경우 학생은 학교수업(52.2%)을 통하여 인지하고, 자유직 및 사무직 응답자는 제주관광(각각 54.5%, 38.7%)을 통하여 인지하였다.

학력별 인지경로를 살펴보면 굿놀이의 경우 고졸이하는 학교수업(66.7%)을 통하여 인지하고, 전문대 및 대학 재학집단은 학교수업, 마스크 그리고 제주관광을 통하여, 그리고 대졸이상의 집단은 관련도서(40.0%)를 통하여 인지하게 되었다고 응답하였다. 민속무용의 경우 전 학력별 집단이 마스크(각각 55.2%, 81.3%, 76.7%)를 통하여 인지하고있으며, 민요의 경우 고졸이하는 학교수업(42.9%)을 통하여 인지하고, 전문대 및 대학 재학집단 그리고 대졸이상의 집단은 마스크(각각 75.0%, 30.8%)를 통하여 인지하고 있다. 전설 및 설화의 경우 고졸이하는 학교수업(45.8%)을 통하여 인지하고, 전문대 및 대학 재학집단은 제주관광(각각 61.5%,

35.7%)을 통하여 인지하는 것으로 나타났다.

<표 IV-24> 민속예술의 인지경로(전체)

인지경로 \ 민속예술	굿놀이		민속무용		민요		전설 및 설화	
	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)
학교수업	8	36.4	13	17.3	9	29.0	14	21.5
직무 및 직업	4	18.2	5	6.7	4	12.9	9	13.8
관련도서	4	18.2	3	4.0	3	9.7	10	15.4
매스컴	4	18.2	52	69.3	12	38.7	4	6.2
제주관광	2	18.2	2	2.7	3	9.7	28	43.1
합 계	22	100.0	75	100.0	31	100.0	65	100.0

<표 IV-25> 민속예술의 인지경로(성별)

구 분		학교수업	직무업무	관련도서	매스컴	제주관광	주간합계
굿놀이	남 성	4(18.2)	3(13.6)	2(9.1)	3(13.6)	0(0.0)	12(54.5)
	여 성	4(18.2)	1(4.5)	2(9.1)	1(4.5)	2(9.1)	10(45.5)
	주간합계	8(36.4)	4(18.2)	4(18.2)	4(18.2)	2(9.1)	22(100.0)
민속무용	남 성	3(4.0)	1(1.3)	2(2.7)	22(29.3)	2(2.7)	30(40.0)
	여 성	10(13.3)	4(5.3)	1(1.3)	30(40.0)	0(0.0)	45(60.0)
	주간합계	13(17.3)	5(6.7)	3(4.0)	52(69.3)	2(2.7)	75(100.0)
민요	남 성	2(6.5)	3(9.7)	2(6.5)	8(25.8)	1(3.2)	16(51.6)
	여 성	7(22.6)	1(3.2)	1(3.2)	4(12.9)	2(6.5)	15(48.4)
	주간합계	9(29.0)	4(12.9)	3(9.7)	12(38.7)	3(9.7)	31(100.0)
전설및설화	남 성	7(10.8)	7(10.8)	6(9.2)	1(1.5)	16(24.6)	37(56.9)
	여 성	7(10.8)	2(3.1)	4(6.2)	3(4.6)	12(18.5)	28(43.1)
	주간합계	14(21.5)	9(13.8)	10(15.4)	4(6.2)	28(43.1)	65(100.0)

<표 IV-26> 민속예술의 인지경로(연령별)

구 분	학교수업	직무업무	관련도서	매스컴	제주관광	졸간합계	
곳 놀이	20대미만	7(31.8)	1(4.5)	2(9.1)	0(0.0)	2(9.1)	12(54.5)
	30대	0(0.0)	2(9.1)	1(4.5)	3(13.6)	0(0.0)	6(27.3)
	40대	0(0.0)	1(4.5)	1(4.5)	0(0.0)	0(0.0)	2(9.1)
	50대이상	1(4.5)	0(0.0)	0(0.0)	1(4.5)	0(0.0)	2(9.1)
	열간합계	8(36.4)	4(18.2)	4(18.2)	4(18.2)	2(9.1)	22(100.0)
민 속 무 용	20대미만	12(16.0)	4(5.3)	1(1.3)	20(26.7)	1(1.3)	38(50.7)
	30대	0(0.0)	1(1.3)	1(1.3)	18(24.0)	1(1.3)	21(28.0)
	40대	0(0.0)	0(0.0)	1(1.3)	8(10.7)	0(0.0)	9(12.0)
	50대이상	1(1.3)	0(0.0)	0(0.0)	6(8.0)	0(0.0)	7(9.3)
	열간합계	13(17.3)	5(6.7)	3(4.0)	52(69.3)	2(2.7)	75(100.0)
민 요	20대미만	8(25.8)	2(6.5)	2(6.5)	3(9.7)	1(3.2)	16(51.6)
	30대	0(0.0)	0(0.0)	1(3.2)	4(12.9)	2(6.5)	7(22.6)
	40대	0(0.0)	2(6.5)	0(0.0)	3(9.7)	0(0.0)	5(16.1)
	50대이상	1(3.2)	0(0.0)	0(0.0)	2(6.5)	0(0.0)	3(9.7)
	열간합계	9(29.0)	4(12.9)	3(9.7)	12(38.7)	3(9.7)	31(100.0)
전 설 및 설 화	20대미만	13(20.0)	2(3.1)	7(10.8)	2(3.1)	18(27.7)	42(64.6)
	30대	0(0.0)	5(7.7)	2(3.1)	1(1.5)	9(13.8)	17(26.2)
	40대	0(0.0)	2(3.1)	1(1.5)	0(0.0)	1(1.5)	4(6.2)
	50대이상	1(1.5)	0(0.0)	0(0.0)	1(1.5)	0(0.0)	2(3.1)
	열간합계	14(21.5)	9(13.8)	10(15.4)	4(6.2)	28(43.1)	65(100.0)

<표 IV-27> 민속예술의 인지경로(직업별)

구 분		학교수업	직무업무	관련도서	매스컴	제주관광	열간합계
굿 놀이	학생	7(31.8)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	7(31.8)
	자유직	1(4.5)	1(4.5)	1(4.5)	2(9.1)	1(4.5)	6(27.3)
	사무직	0(0.0)	3(13.6)	3(13.6)	2(9.1)	1(4.5)	9(40.9)
	열간합계	8(36.4)	4(18.2)	4(18.2)	4(18.2)	2(9.1)	22(100.0)
민 속 무 용	학생	10(13.3)	1(1.3)	0(0.0)	8(10.7)	1(1.3)	20(26.7)
	자유직	3(4.0)	2(2.7)	1(1.3)	21(28.0)	0(0.0)	27(36.0)
	사무직	0(0.0)	2(2.7)	2(2.7)	23(30.7)	1(1.3)	28(37.3)
	열간합계	13(17.3)	5(6.7)	3(4.0)	52(69.3)	2(2.7)	75(100.0)
민 요	학생	7(22.6)	0(0.0)	1(3.2)	1(3.2)	0(0.0)	9(29.0)
	자유직	1(3.2)	0(0.0)	0(0.0)	6(19.4)	3(9.7)	10(32.3)
	사무직	1(3.2)	4(12.9)	2(6.5)	5(16.1)	0(0.0)	12(38.7)
	열간합계	9(29.0)	4(12.9)	3(9.7)	12(38.7)	3(9.7)	31(100.0)
전 설 및 설 화	학생	12(18.5)	0(0.0)	1(1.5)	0(0.0)	10(15.4)	23(35.4)
	자유직	1(1.5)	0(0.0)	1(1.5)	3(4.6)	6(9.2)	11(16.9)
	사무직	1(1.5)	9(13.8)	8(12.3)	1(1.5)	12(18.5)	31(47.7)
	열간합계	14(21.5)	9(13.8)	10(15.4)	4(6.2)	28(43.1)	65(100.0)

<표 IV-28> 민속예술의 인지경로(학력별)

구 분	학교수업	직무업무	관련도서	매스컴	제주관광	졸간합계	
굿놀이	고졸이하	6(27.3)	1(4.5)	0(0.0)	1(4.5)	1(4.5)	9(40.9)
	전문/대재	1(4.5)	0(0.0)	0(0.0)	1(4.5)	1(4.5)	3(13.6)
	대졸이상	1(4.5)	3(13.6)	4(18.2)	2(9.1)	0(0.0)	10(45.5)
	열간합계	8(36.4)	4(18.2)	4(18.2)	4(18.2)	2(9.1)	22(100.0)
	고졸이하	11(14.7)	2(2.7)	0(0.0)	16(21.3)	0(0.0)	29(38.7)
민속무용	전문/대재	0(0.0)	1(1.3)	1(1.3)	13(17.3)	1(1.3)	16(21.3)
	대졸이상	2(2.7)	2(2.7)	2(2.7)	23(30.7)	1(1.3)	30(40.0)
	열간합계	13(17.3)	5(6.7)	3(4.0)	52(69.3)	2(2.7)	75(100.0)
민요	고졸이하	6(19.4)	0(0.0)	0(0.0)	5(16.1)	3(9.7)	14(45.2)
	전문/대재	0(0.0)	0(0.0)	1(3.2)	3(9.7)	0(0.0)	4(12.9)
	대졸이상	3(9.7)	4(12.9)	2(6.5)	4(12.9)	0(0.0)	13(41.9)
	열간합계	9(29.0)	4(12.9)	3(9.7)	12(38.7)	3(9.7)	31(100.0)
전설 및 설화	고졸이하	11(16.9)	0(0.0)	1(1.5)	2(3.1)	10(15.4)	24(36.9)
	전문/대재	1(1.5)	0(0.0)	2(3.1)	2(3.1)	8(12.3)	13(20.0)
	대졸이상	2(3.1)	9(13.8)	7(10.8)	0(0.0)	10(15.4)	28(43.1)
	열간합계	14(21.5)	9(13.8)	10(15.4)	4(6.2)	28(43.1)	65(100.0)

5) 민속예술과 관광과의 관계 및 민속예술의 홍보

민속예술을 관광상품으로 개발한다면 전통문화예술의 발굴 및 보존, 계승·발전시키는데 기여할 것인지를 질문한 결과, 긍정적인 대답이 85.0%로 아주 높게 나타났다. 민속예술의 관광상품이 제주도의 관광이미지 개선에 기여한다는 긍정

적인 응답이 83.6%로 나타났고 반면 부정적인 응답은 2.8%에 불과한 것으로 나타났다. 또한 제주도의 민속예술이 관광객들에게 얼마나 홍보되고 있는지에 대해서는 9.9%만이 홍보정도가 높다고 응답하고 대부분(60.7%)은 홍보정도가 낮다고 응답하여 효율적인 홍보체계 및 홍보전략이 절실한 것으로 나타나고 있다.

<표 IV-29> 민속예술의 기여도 및 관광이미지 기여도

구 분	민속예술의 기여도			민속예술의 관광이미지 기여도		
	빈 도 (명)	백분율 (%)	누적백분율 (%)	빈 도 (명)	백분율 (%)	누적백분율 (%)
긍 정	420	85.0	85.0	413	83.6	83.6
중 도	40	8.1	93.1	67	13.6	97.2
부 정	34	6.9	100.0	14	2.8	100.0
합 계	494	100.0	100.0	494	100.0	100.0

<표 IV-30> 관광객에 대한 민속예술의 홍보

변 수	빈도(명)	백분율(%)	누적백분율(%)
높다	49	9.9	9.9
그저그렇다	145	29.4	39.3
낮다	300	60.7	100.0
합 계	494	100.0	100.0

6) 개발할 관광상품과 민속예술의 개발방법

제주도 관광산업의 발전을 도모하기 위해서는 관련산업의 매력적인 관광상품이 관광객들에게 공급되어야 한다. 그러나 제주도를 관광하고 있는 관광객들은 제주도에서 느끼는 사항으로 관광상품의 단순함(25.3%)과 전통민속의 관람부족(25.1%)을 들고 있어 관광상품의 개발이 시급하다. 이들은 또한 적당히 이용할 수 있는 관광상품이 없어 체재시의 야간시간에는 숙소에서 휴식을 취하거나 오락(33.7%), 또는 야경관광(26.1%)으로 시간을 보내고 있다.

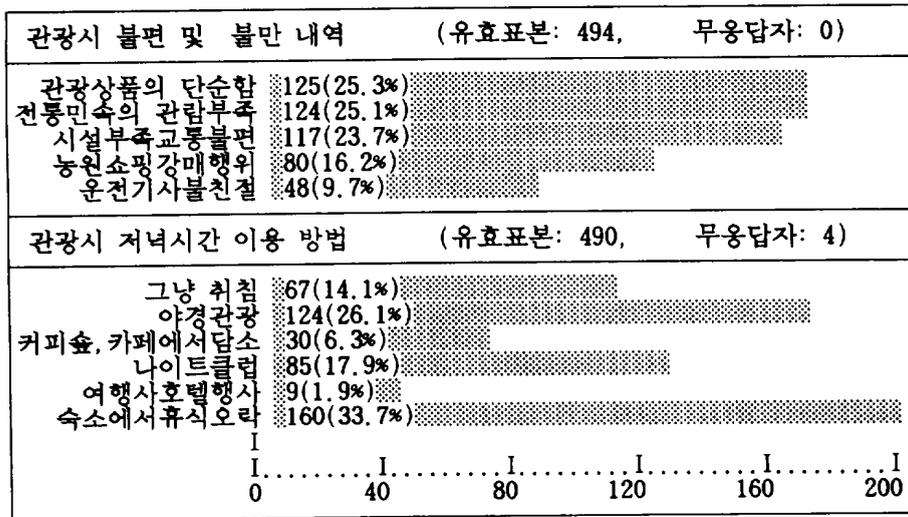
또한 <표 IV-31, 32>에서도 나타난 바와 같이 민속예술개발에 대해서는 개발이 전혀 필요치 않다고 응답한 비율은 4.9%에 불과한 반면, 관광상품개발이 시급하다고 답한 응답자는 79.0%로 나타나 관광상품개발의 필요성을 뒷받침해 주고 있다.

이들 응답자가 개발해야 될 관광상품으로 응답한 비율을 보면 야간관광상품(39.1%), 민속공연상품(30.8%), 산림욕관광상품(15.6%) 순으로 나타나고 있다.

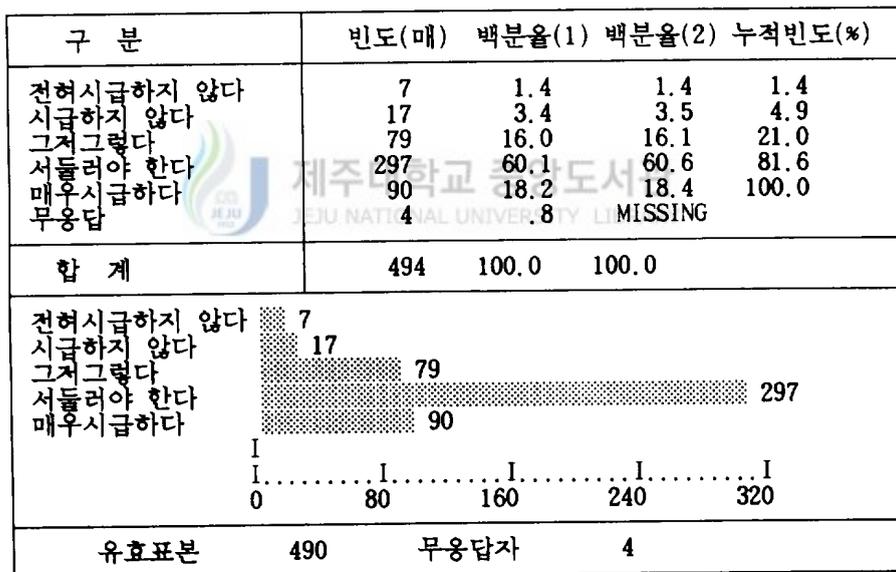
개발해야 할 관광상품에 대하여 인구통계적 변수에 따라 더 자세히 살펴보면 성별에 따라서는 남성, 여성 모두 야간관광상품을 개발해야 한다고 한 비율이 가장 높았고(각각 34.9%, 45.2%), 연령별로는 20대, 30대, 40대 연령집단이 역시 야간관광상품(각각 46.4%, 36.2%, 33.7%)을, 그리고 50대 연령집단은 산림욕관광상품(38.2%)을 개발해야 한다는 비율이 가장 높았다. 학력별로는 고졸 및 전문대/대학재학의 경우가 야간상품개발(각각 40.7%, 35.5%)을, 대졸이상이 민속공연상품(31.6%)을 개발해야 한다고 하였다. 제주도 방문회수별로는 처음 방문하는 집단과 3회방문하는 집단이 야간관광상품의 개발(각각 47.3%, 29.3%)을, 2회방문한 집단은 민속공연상품(37.5%)을 그리고 4회이상 방문한 집단은 민속공연상품과 야간관광상품(27.3%)을 개발해야 한다고 하였다. 여행목적별로는 수학여행, 신혼여행 그리고 가족여행 집단이 모두 야간관광상품개발(각각 46.8%, 63.2%, 35.2%)을, 그리고 개인여행 및 일반단체여행 집단은 민속공연상품(각각 30.8%, 32.1%)을 개발해야 한다고 응답하였다. 이들 성별, 연령별, 학력별, 직업별, 방문회수별, 그리고 여행목적별 집단간에는 통계적으로 $\alpha=0.01$ 수준에서 모두 유의적인 차이를 보이고 있다.

개발할 관광상품의 개발방법에 대해서는 향토축제의 활성화(41.1%)를 피해야 한다고 답한 비율이 가장 높고 이어 상설공연(34.4%), 순회공연(20.5%), 그리고 정기공연(4.0%) 순으로 나타났다. 그리고 제주의 민속예술을 관광상품으로 개발할 때에는 관광객과 함께 호응하기 위해서 개작이나 창작도 필요하다(42.8%)고 한 의견이 가장 높게 나타나고 또한 그 소재가 반드시 원형 그대로여야 한다(26.8%)고 하는 의견과 공연을 위한 어느 정도의 각색이 필요하다(26.8%)고 한 의견도 높게 나타났다.

<표 IV-31> 민속예술 관광상품의 개발필요성



<표 IV-32> 민속예술 관광상품의 개발시급성



주) 백분율(1)은 무응답사례를 포함한 것이며, 백분율(2)는 제외된 것임.

<표 IV-33> 개발할 관광상품(전체)

변 수	빈도(명)	백분율(%)	누적백분율(%)
위락시설	36	7.9	7.9
민속공연상품	140	30.8	38.7
해양관광상품	30	6.6	45.3
야간관광상품	178	39.1	84.4
산림욕관광상품	71	15.6	100.0
합 계	494	100.0	100.0

유효표본 = 455 무응답자 = 39

<표 IV-34> 개발할 관광상품(성별)

구 분	남 성	여 성	열간합계
위락시설	27(5.9)	9(2.0)	36(7.9)
민속공연상품	74(16.3)	66(14.5)	140(30.8)
해양관광상품	22(4.8)	8(1.8)	30(6.6)
야간관광상품	94(20.7)	84(18.5)	178(39.1)
산림욕관광상품	52(11.4)	19(4.2)	71(15.6)
줄간합계	269(59.1)	186(40.9)	455(100.0)

$\chi^2 = 17.32620***$ $d. f. = 4$ $P = .0017$

<표 IV-35> 개발할 관광상품(연령별)

구 분	20대미만	30 대	40 대	50대이상	열간합계
위락시설	16(3.5)	8(1.8)	8(1.8)	4(0.9)	36(7.9)
민속공연상품	69(15.2)	35(7.7)	25(5.5)	11(2.4)	140(30.8)
해양관광상품	12(2.6)	8(1.8)	9(2.0)	1(0.2)	30(6.6)
야간관광상품	103(22.6)	42(9.2)	28(6.2)	5(1.1)	178(39.1)
산림욕관광상품	22(4.8)	23(5.1)	13(2.9)	13(2.9)	71(15.6)
줄간합계	222(48.8)	116(25.5)	83(18.2)	34(7.5)	455(100.0)

$\chi^2 = 30.90387***$ $d. f. = 12$ $P = .0020$
 무응답 사례수 = 39

<표 IV-36> 개발할 관광상품(직업별)

구 분	학 생	자유직	사무직	열간합계
위락시설	12(2.6)	12(2.6)	12(2.6)	36(7.9)
민속공연상품	35(7.7)	55(12.1)	50(11.0)	140(30.8)
해양관광상품	9(2.0)	12(2.6)	9(2.0)	30(6.6)
야간관광상품	59(13.0)	61(13.4)	58(12.7)	178(39.1)
산림욕관광상품	14(3.1)	23(5.1)	34(7.5)	71(15.6)
줄간합계	129(28.4)	163(35.8)	163(35.8)	455(100.0)

$\chi^2 = 8.99063$ $d. f. = 8$ $P = .3431$
 무응답 사례수 = 39

<표 IV-37> 개발할 관광상품(학력별)

구 분	고졸이하	전문대/대재	대졸이상	열간합계
위락시설	7(1.5)	13(2.9)	16(3.5)	36(7.9)
민속공연상품	63(13.8)	35(7.7)	42(9.2)	140(30.8)
해양관광상품	5(1.1)	15(3.3)	10(2.2)	30(6.6)
야간관광상품	93(20.4)	44(9.7)	41(9.0)	178(39.1)
산림욕관광상품	30(6.6)	17(3.7)	24(5.3)	71(15.6)
줄간합계	198(43.5)	124(27.3)	133(29.2)	455(100.0)

$\chi^2 = 26.57418***$ $d. f. = 8$ $P = .0008$
 무응답 사례수 = 39

<표 IV-38> 개발할 관광상품(방문회수별)

구 분	1 회	2 회	3 회	4회이상	열간합계
위락시설	11(2.4)	10(2.2)	8(1.8)	7(1.5)	36(7.9)
민속공연상품	68(14.9)	45(9.9)	12(2.6)	15(3.3)	140(30.8)
해양관광상품	9(2.0)	6(1.3)	9(2.0)	6(1.3)	30(6.6)
야간관광상품	105(23.1)	41(9.0)	17(3.7)	15(3.3)	178(39.1)
산림욕관광상품	29(6.4)	18(4.0)	12(2.6)	12(2.6)	71(15.6)
줄간합계	222(48.8)	120(26.4)	58(12.7)	55(12.1)	455(100.0)

$\chi^2 = 32.93775***$ $d. f. = 12$ $P = .0010$
 무응답 사례수 = 39

<표 IV-39> 개발할 관광상품(여행목적별)

구 분	수학여행	신혼여행	가족여행	개인여행	단체여행	열간합계
위락시설	11(2.4)	1(0.2)	8(1.8)	7(1.6)	8(1.8)	35(7.8)
민속공연상품	35(7.8)	18(4.0)	23(5.1)	28(6.2)	34(7.6)	138(30.7)
해양관광상품	5(1.1)	0(0.0)	6(1.3)	12(2.7)	7(1.6)	30(6.7)
야간관광상품	58(12.9)	36(8.0)	25(5.6)	26(5.8)	30(6.7)	175(39.0)
산림욕관광상품	15(3.3)	2(.4)	9(2.0)	18(4.0)	27(6.0)	71(15.8)
줄간합계	124(27.6)	57(12.7)	71(15.8)	91(20.3)	106(23.6)	449(100.0)

$\chi^2 = 46.07383***$ $d.f. = 16$ $P = .0001$
 무응답 사례수 = 45

<표 IV-40> 관광상품의 개발방법

구 분	빈도(매)	백분율(1)	백분율(2)	누적빈도(%)
향토축제활성화	196	39.7	41.1	41.1
상설공연	164	33.2	34.4	75.5
순회공연	98	19.8	20.5	96.0
정기공연	19	3.8	4.0	100.0
무응답	17	3.4	MISSING	
합 계	494	100.0	100.0	

향토축제활성화	196
상설공연	164
순회공연	98
정기공연	19

I
I.....I.....I.....I.....I.....I
0 40 80 120 160 200

유효표본	477	무응답자	17
------	-----	------	----

주) 백분율(1)은 무응답사례를 포함한 것이며, 백분율(2)는 제외된 것임.

<표 IV-41> 예술작품의 소재

구 분	빈도(매)	백분율(1)	백분율(2)	누적빈도(%)
원형모습	131	26.5	26.8	26.8
각색필요	131	26.5	26.8	53.7
개작필요	209	42.3	42.8	96.5
기타	17	3.4	3.5	100.0
	6	1.2	MISSING	
합 계	494	100.0	100.0	

원형모습	131
각색필요	131
개작필요	209
기타	17

유효표본	488	무응답자	6
------	-----	------	---

第 3 節 實證分析의 要約

제주관광시 매력적인 사항을 설문한 결과 가장 높은 비율을 차지한 것은 아름다운 자연경관으로 71.8%를 차지하였다. 이어 생활양식 및 향토문화가 15.5%, 기타 토속음식 및 쇼핑기회나 친절한 도민성 순으로 나타났다.

이를 학력별, 방문회수별로 살펴보면 통계적으로도 유의적인 차이를 보이고 있다. 제주관광에서 불편하거나 불만인 사항으로 응답한 것은 관광상품의 단순함과 레저 및 위락시설의 부족(25.3%), 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회의 부족(25.1%), 관광안내시설 및 숙박시설의 부족과 교통시설 이용 등의 불편(23.7%) 순으로 나타났다. 연령별, 직업별, 방문회수별, 여행목적별 집단간에는 통계적으로 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보이고 있다.

제주도에 오기전에 가장 많이 알고 싶었던 사항은 자연경관, 고유의 전통문화·미풍양속·사투리 등이었다. 또한 전통문화에 관심이 있는 집단과 그렇지 않은 집단간의 민속예술인지도에 차이가 있는 것으로 나타났는데 관심이 있는 집단은 민속예술의 인지도가 그렇지 않은 집단보다 현저히 높다.

제주도 민속예술에 대한 인지정도는 칠머리당굿, 영등굿놀이, 입춘굿놀이, 영

감놀이 등 굿놀이를 알고 있다고 응답한 비율은 5.2%만이, 민속무용은 20.4%가, 민요는 6.3%가, 그리고 전설 및 설화는 15.2%가 알고 있다고 응답하였다.

또한 민속예술 중 굿놀이, 민요, 전설 및 설화 등은 성별에 따라 인지도의 차이가 없으나 민속무용의 경우는 성별에 따라 통계적으로 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 여성이 남성보다 그 인지도가 더 높은 것으로 나타나고 있다. 연령별로는 20대미만의 집단이, 직업별로는 학생집단이, 그리고 학력별 집단은 대졸 이상 집단이 가장 높은 인지도를 나타냈다. 또한 통계적으로도 연령별 및 학력 집단간에는 민속예술 전반에 걸쳐서, 직업별로는 굿놀이, 민속민요, 전설 및 설화에 대해서 집단간 유의적인 차이를 보이고 있다.

민속예술의 인지경로의 경우 굿놀이는 학교수업을 통하여 알게 되었다고 한 집단이 36.4%로 가장 높았고, 민속무용과 민요는 각각 69.3%, 38.7%로 매스컴을 통하여 인지하게 되었다고 답하였고, 전설과 설화는 제주관광을 통하여 알게 된 비율이 43.1%로 가장 높은 비율을 각각 나타냈다.

민속예술의 관광상품이 전통문화예술의 발굴 및 보존, 계승·발전시키는데 기여할 것이라는 긍정적인 대답이 85.0%로 아주 높게 나타났다. 민속예술의 관광상품이 제주도의 관광이미지 개선에 기여한다는 데에는 긍정적인 응답이 83.6%로 나타났다. 또한 제주도의 민속예술이 관광객들에게 홍보되는 정도는 9.9%만이 높다고 응답하고 대부분(60.7%)은 홍보정도가 낮다고 응답하였다.

응답자가 꼽은 개발할 관광상품은 야간관광상품, 민속공연상품, 산림욕관광상품 순으로 나타났으며, 성별, 연령별, 학력별, 직업별, 방문회수별, 그리고 여행목적별 집단간에는 통계적으로 $\alpha=0.01$ 수준에서 모두 유의적인 차이를 보이고 있다.

개발할 관광상품의 개발방법에 대해서는 향토축제의 활성화를 피해야 한다고 답한 비율이 가장 높고 이어 상설공연, 순회공연, 그리고 정기공연 순으로 나타났다. 그리고 제주의 민속예술을 관광상품으로 개발할 때에는 관광객과 함께 호응하기 위해서 개작이나 창작도 필요하다고 한 의견이 가장 높게 나타났고 또한 그 소재가 반드시 원형 그대로여야 한다고 하는 의견과 공연을 위한 어느 정도의 각색이 필요하다고 한 의견도 높게 나타났다.

第 V 章 濟州道 民俗藝術의 觀光商品化 方案

本章에서는 第 IV 章의 실증분석의 결과를 토대로 濟州道 民俗藝術의 觀光商品化 方案을 提示하고자 한다.

第 IV 章의 實證分析結果를 살펴 보면, 제주도를 찾는 대부분의 관광객들은 來道前부터 제주 고유의 생활양식과 전통민속문화에 대하여 높은 관심을 보이고 있으며, 學習欲求도 높게 나타나고 있다. 따라서 관광객들은 이에 대하여 상당한 기대를 갖고 찾아 왔으나 관광상품의 단순함과 특히 제주의 전통민속예술공연과 토속적 이미지의 관람 부족 등으로 인하여 매우 불만이라는 반응을 보이고 있다. 그리고 관광을 마친 저녁시간 이후에도 마땅히 즐길 관광상품이 없음으로 인하여 대부분의 관광객들은 市內를 방황하거나 나이트클럽 등에서 시간을 보내고 있다는 반응과 함께, 야간관광상품과 연계한 민속예술 공연상품의 개발 필요성과 시급성을 지적하고 있다. 한편 제주도 민속예술에 대한 관광객들의 認知度는 대체적으로 낮은 빈도를 보이고 있으나, 학생들인 경우에는 내용별, 종류별로 다소 인지하고 있는 것으로 파악된다.

한편 제주도의 민속예술을 觀光商品化하는 방안에 대한 관광객들의 반응은 향토축제의 활성화, 전문공연단에 의한 무대공연화, 민속관광지와 연계한 상설공연 등의 순서로 나타나고 있어 관광객들 대부분이 부담없이 쉽고, 편하게 접(購買)하기를 원하고 있음을 알 수 있다. 따라서 제주도의 민속예술에 대한 관광객들의 필요와 학습욕구 충족, 夜間觀光의 욕구의 충족, 그리고 관광객들의 文化鄉愁機會를 부여하기 위해서는 이의 商品化가 가장 효율적이며 시급하다고 생각된다. 따라서 제주도의 민속예술을 관광상품으로 개발하기 위해서는 제주도의 민속예술을 種類別, 內容別, 마을別로 特性化를 推進하여 관광객들의 이해도를 높이고, 향토색질은 文化行事나 鄉土祝祭의 活性化, 전문공연단에 의한 舞臺公演化, 민속관광지와 연계한 민속예술 中心型 관광코스의 개발 방안 그리고 이를 위한 행정적, 정책적 지원방안과 국제관광객유치의 提高와 국민관광의 건전한 육성을 위한 마케팅方案이 강구되어야 하겠다.

第 1 節 民俗藝術의 特性化

어떤 관광자원이 그 진가를 최대한 發顯하기 위해서는 우선 무엇보다도 그것을 찾아온 모든 관광객들에게 완전히 이해될 수 있어야 한다. 만일 그것이 관광객에게 이해되지 않는다면 필연코 그의 관심에서 멀어지게 될 것이고, 결국 그에게는 관광자원으로서 아무런 역할을 해내지 못하는 결과를 초래하게 된다. 그리고 이런 결과는 다시 말해서 그 관광자원이 보유한 가치가 그대로 발휘될 수 없었다는 사실을 드러내는 것이라고 말할 수 있다.

오늘날 성공을 거두고 있는 여러 관광자원들을 살펴볼 때 그 모두가 한결같이 관광대중에 의해 쉽고도 선뜻 이해되고 있다는 점은 그다지 주의를 기울이지 않아도 쉽사리 捕捉할 수 있으리라 본다. 그러므로 모든 觀光資源의 價値發顯 또는 利用에는 참여자의 완전한 감정이입에 필요한 속성으로서 참여자의 교육적인 이해 내지 相等한 능숙함에 대한 욕구가 반드시 따른다고 할 수 있다.⁵⁷⁾ 이러한 면에서 볼 때, 제주도의 민속예술을 觀光商品으로 開發하기 위해서는 優先 제주도 민속예술을 이해시키고 特性化를 추진할 필요성이 절실하다. 이는 實證分析의 結果에서도 나타나고 있듯이 제주도의 민속예술에 대한 관광객들이 認知度가 낮을 뿐만 아니라, 그런대로 알고 있다는 학생들인 경우에도 민속예술의 종류와 내용에 따라 차이를 보이고 있어, 제주도의 민속예술에 대한 이해도를 높이고 종류 및 내용에 따라 고루 알려주기 위해서는 제주도의 민속예술을 種類別, 內容別, 마을別로 특성화시킬 필요성이 있다.

한편 제주도의 民俗藝術을 特性化하기 위해서는 민속예술에 대한 나름대로의 價値를 인정하고 評價할 수 있어야 한다. 우선 제주도민들이 그 가치를 인정하고 높이 살 때만 민속예술이 觀光資源으로서 그 價値를 드러내어 觀光商品化할 수 있기 때문이다. 따라서 민속예술의 가치에 대한 평가기준은 '제주도민에게 전

57) 장성수, "관광자원활용의 본질적 속성 및 기본적 방안에 관한 연구: 관광지 개발자의 입장을 중심으로", 제주대학교 논문집 제17집, 1984, pp.66-67.

승되는 예술이면서 제주인의 생활과 문화를 특징적으로 표현하고 있는 예술이나'에 두어야 한다.

따라서 민속예술을 觀光商品化하기 위한 제주도 민속예술의 특성화는 전승여건을 갖추면서 도민의 美意識이 발현되어야 하고, 생산노동과 신앙 공동체의 집단성이 발휘되어야 하며, 무엇보다도 제주도민의 정신을 보존·계승할 수 있는 틀속에서 특성화가 추진되어야 하겠다. 그러기 위해서는 민속예술의 갈래 구분을 명확히 하고 그 구분에 따라 全國民俗競演大會나 漢拏文化祭에 출연했던 민속예술의 價値를 評價하고 정리해 나가야 한다.

그러나 민속예술은 道民의 傳承과 향유의 주체자로서 생활속에서 일하면서 즐기는 노동의 예술이기 때문에 전승해 나가려면 마을의 주기적인 연례행사가 되어야 하며, 농사의 歲時에 알맞는 축제의 관행이어야 한다. 그리고 마을 단위로 민속예술의 역량을 비축할 수 있는 조직으로써 결공패가 조직·운영될 수 있어야 한다. 결공은 신앙과 관련지을 때는 굿놀이이며 생산노동과 관련될 때는 두레패 演戲로서 마을의 모든 대소의 행사와 관련된 대동놀이이다. 따라서 결공패의 부활은 마을에 활력을 불어 넣을 것이며, 마을사람들의 공동체 의식을 강화해 주는 동시에 민속예술의 역량을 비축할 수 있을 것이다.

한편 제주도 문화의 특색을 한마디로 말한다면 굿문화권이라 할 수 있는데, 제주도는 굿으로부터 모든 민속예술이 파생하였다. 그러므로 당국의 보호·육성과 장려는 제주도의 전통문화와 민속예술을 동시에 보존하는 것이 되며, 놀이문화를 창출할 수 있는 근본적인 힘의 축적과 아울러 제주도민 공동체 의식을 강화해 나가는 길이 될 것이다.

그리고 제주도민의 정신은 제주지역의 문화를 형성해 준 자연환경과 가혹한 역사가 합워고 간 그 터전 위에서 우리 선인들의 강한 의지로 인간의 삶을 일구어 온 행동양식의 총체이다. 따라서 제주도민의 정신을 개발·보존·계승하기 위해서는 제주도의 민속예술을 향토색 짙은 문화행사나 향토축제를 공동체적인 민중적 축제로서 지역주민의 일체감을 조성하고 지역문화를 재인식시키고 자긍심을 심어줄 수 있는 교육의 장으로 활용할 수 있을 때 제주도민의 정신을 발현시킬 수 있는 것이다.

第 2 節 民俗藝術의 活性化

1. 郷土祝祭의 活性化

觀光地에는 祝祭觀光資源이나 觀光商品이 있어야 한다. 예컨대 힌두교축제의 섬 발리나 神社와 마쯔리(郷土祭)의 나라 일본처럼 관광객들이 보고 즐기며 더불어 참여하는 축제는 소중한 관광매력이 된다. 세계의 이름난 관광지들은 한결같이 독특하고 신비로운 축제자원들을 관광상품의 대상으로 개발하여 觀光非需期의 관광객 유치수단으로 삼을 뿐 아니라 자기문화를 드러내어 자랑하고 있음은 좋은 본보기가 되고 있다.

郷土祝祭란 생산과 노동을 함께해 온 사람들이 벌이는 제사이자 잔치이며 놀이이다. 다시 말하면 생활공동체를 이루고 있는 구성원들이 노동에서 벗어나 畵農과 畵漁를 기원하며 벌이는 제의이며, 춤과 노래로 신명나게 즐기는 놀이 마당이다. 따라서 어린아이에서부터 노인에 이르기 까지 지역주민들이 능동적으로 참여하면서 각종 문화의 揚속에서 민중적 공감대를 얻으면서 함께 어우러져 한마당 축제로서 보편타당한 문화를 형성하면서 창출해 나가는 것을 말한다.

이러한 면에서 볼 때 제주도의 대표적인 향토축제라면 한라문화제를 들 수 있는데, 강릉단오제, 개천예술제와 함께 우리나라 3대 지방문화제로서 서른 두해동안의 연륜아래 여러 단점들을 보완하면서 관광자원화해 보자는 일거양득의 진흥방안이 거론되어 오고 있지만 큰 효과를 얻지 못하고 있다. 그 이유로는 향토축제가 무엇보다도 지역주민들의 신명나는 놀이판으로서 지역주민들간에 일체감을 이루고 지역사회를 통합하는 한마당 축제로서 흥겨움이 있어야 하는데 지금까지 한라문화제는 마을이나 집단들이 스스로 하는 축제가 없으며 행사기간의 불규칙하고 행사자체가 경연에 염두를 둔 구성과 연출로 인하여 생활자체에서 우러나는 전통문화의 참맛과 흥을 살리지 못하고 있으며, 행정적으로 급조하여 행사를 치르고는 해산해 버리는 일과성 축제라는 한계를 벗어나지 못하고 있고, 행사자체

가 제주시지역에 편중돼 치러져 향토축제라는 이미지를 퇴색시킴은 물론 문화적 불균형 등의 심화로 관광자원 및 상품으로서의 가치와 구실을 못하고 있기 때문이다.

따라서 향토축제가 공동체적인 민중적 축제를 통하여 지역주민들의 일체감을 조성하고 활성화하여 전통과 특성을 담은 관광자원 및 관광상품으로 개발하기 위해서는 다음과 같은점에 유의하여 시행해야 할 것이다.

첫째, 향토축제의 주체는 주민들이어야 한다. 축제의 근본적인 문제는 축제에 참여하는 지역주민들이 그 축제의 주체가 되고 있는가 하는 것이다. 왜냐하면, 축제는 그 축제에 참여하는 구성원들이 주체가 될 때 비로소 그 축제의 목적을 달성할 수 있는 것이기 때문이다. 다시 말하면, 그 구성원들이 주체가 되어서 자발적으로 이루어지는 축제에서 비로소 신명나는 놀이판을 기대할 수 있는 것이며 구성원들이 일체감을 기대할 수 있는 것이다. 그러나 지금까지 향토축제는 사실상 官의 주도에 의해서 치루어지고 있다. 이는 향토축제가 財政적으로 행정기관의 보조를 받을 수 밖에 없는 상황에서 다소 불가피한 면이 있기는 하지만 그 결과는 사뭇 심각하다. 그것은 축제를 官이 주도함에 따라 자연히 의전행사 등의 요식행사가 늘어나고, 그로 인하여 즐겁고 흥에 겨운 행사라기 보다는 형식적인 행사를 위한 행사가 되고 있다는 것이다. 또한 향토축제가 官의 주도에 의해서 진행되는 결과로 나타나는 현상은 주민들이 자발적인 참여가 부족하다는 것이다. 축제는 기본적으로 흥과 신명을 전제로 하는 것인데, 피동적으로 참여하는 지역주민들에게서 그러한 축제의 신명을 기대하기는 어려울 것이 분명한 만큼, 향토축제의 주체가 바로 지역주민들이라는 사실이 지역주민들에 의해서 확인되고 실제적으로 민간주도의 원칙 아래 향토축제가 기획되고 진행되어야 할 것이며, 官에서는 민간주도의 축제가 진행될 수 있도록 적절히 지원해 나가야 할 것이다.

둘째, 향토축제의 특이성을 충분히 부각시켜야 한다. 향토축제가 존재하고 활성화를 위해서는 향토축제의 특이성이 충분히 부각되어야 한다. 다시 말하면 향토축제가 갖는 개성이 드러나야 한다는 것이다. 그런데 오늘날 행해지고 있는 향

토축제는 지역적 특성이 드러나지 않고 그 구성이 천편일률적이라는 점이 문제다. 즉, 축제의 행사내용은 제등행렬, 불꽃놀이 등 전야제와 가장행렬, 기념식, 문화예술행사, 민속놀이, 체육행사 등으로 획일화되어 있어 지역환경과 전통의 맥을 살린 특성있는 축제가 되지 못하고 있다는 것이다. 그러나 향토축제가 앞으로 지역의 향토축제로서 존재하고 활성화되기 위해서는 지역적 특성에 맞는 특정 행사를 발굴해 나가야 할 것이다. 예를 든다면, 한라문화제에서의 돌하르방축제 즉, 돌하르방 모양의 탈을 쓰고 세계 각국의 복장을 하여 가장행렬을 하는, 이른바 세계의 돌하르방을 연출해 내는 것이다. 이것은 관광이벤트로서의 연결이 기대될 수 있을 것이다.

셋째, 향토축제는 시간과 장소의 일관성이 있어야 한다. 향토축제가 바람직한 형태로 나아가기 위해서는 축제가 벌어지는 시간과 장소에 대한 검토가 필요하다. 축제는 새해의 시작, 전후의 변화, 생명의 탄생과 죽음 등과 관련하여 이뤄진다. 즉, 축제는 시간성을 지닌다. 이러한 축제의 시간은 일상적인 시간이 아닌 신성한 시간이며 선택된 시간이다. 따라서 축제마다 그 축제가 벌어지는 나름대로의 시기가 있다. 그런가 하면, 축제는 물리적이고 지리적인 공간이 아닌 신성하고 초월적인 공간에서 이뤄진다. 따라서 향토축제는 축제의 지역적 특성에 비추어 의미있는 장소와 시기에 벌어지는 것이 바람직하다. 농번기와 한 장소에 집중되어 축제를 행하므로써 지역주민의 참여가 저조하고 따라서 '참가자 따로 구경꾼 따로'가 아닌 전 지역주민이 신명나게 어울어지는 향토축제가 되어야 한다.

넷째, 향토축제의 현대화를 도모해야 한다. 오늘날의 향토축제가 현대사회 속에서 축제로서의 역할을 감당하기 위해서는 그 놀이방식이 현대적 감각에 재구성되어야 할 필요가 있다. 다시 말하면, 현대 산업사회의 환경에 부응하는 새로운 축제로 발전해 가야 한다는 것이다. 축제의 본질은 흥과 신명에 있다고 해도 과언이 아닐진대, 비록 그것이 전통적인 것이라고 할지라도 축제로서 意味를 잃기 마련이다. 오는날 향토축제의 주체는 현대 산업사회를 살아가는 현대인이라는 사실이 충분히 강조되어야 한다는 것이다. 그렇다고 해서 전통적인 놀이방식 자체

를 버려야 한다는 것은 아니다. 만일 그렇게 된다면 그것은 더이상 향토축제일 수 없을 것이다. 그보다는 전통문화적 특성을 살리면서 동시에 현대생활 감각에 맞도록 해야 한다는 것이다. 예컨대 전통적인 노래와 춤이 전통적인 가락과 율동에 바탕을 두면서 현대인의 감각에 맞도록 조정되어야 할 것이라는 것이다. 이에 대해서는 관광객들의 반응도 긍정적으로 일치하고 있는 것으로 실증분석에서도 잘 나타나고 있다.

2. 民俗藝術의 舞臺公演化

舞臺公演化란 演劇이나 舞蹈, 音樂 등을 상연하기 위한 舞臺에서 觀衆들을 대상으로 音樂, 劇, 舞蹈 등을 公演하는 것을 말하며 이는 곧 公演藝術이라고도 말하고 있다. 이러한 공연예술은 藝術家(公演家)와 觀客이 동시에 존재한다는 특징이 있다. 예술적 측면에서 볼 때 실제로 觀客이 공연장에 모여드는 일은 필수적이며 경제적 측면에서도 매우 중요하다.⁵⁸⁾ 따라서 민속예술이 무대공연을 통하여 상품화되고 향유층이 觀客이나 구경꾼으로 바뀌면 보다 오락적이고 세련된 무대나 마당의 공연예술로 발전하게 된다.

이러한 측면에서 볼 때 제주도의 민속예술을 관광상품화하는 方案은 무대공연화를 통하여 관광상품으로 개발하는 방안이 현재 제주도의 현실적 여건으로 무엇보다도 가장 우선되는 방안이며 成功可能性이 높다고 생각된다. 한편 민속예술을 觀光商品化하기 위한 方案에 대한 觀客들이 반응에서도 무대공연을 통하여 상품으로 개발해야 한다는 반응이 높게 나타나고 있는데, 이것은 외국의 사례에서도 볼 수 있듯이 觀客들이 언제나 항상 마음만 있으면 이의 상품을 손쉽게 접(購買)할 수 있을 뿐만 아니라 상품을 개발하는 사업자측에서도 다른 방법보다는 마케팅 측면에서도 유리하기 때문이다. 이에 따라 상품화를 위한 제주도 민속예술의 무대공연화 模型을 제시해 본다면 <표 V-1>과 같다.

58) 김성일, "공연예술의 시장경제적 접근 방법 비교", 한국문화예술진흥원, 「문화예술 6」, 1993, p.19.

<표 V-1> 민속예술의 무대공연 작품내용과 구성

작품명	출연 인원	소요 시간	작 품 내 용
물허벅춤	8명	7분	제주도에는 옛부터 식수를 길고 나르는 "물허벅"이라는 용기를 사용하였고 물허벅을 악기로 활용하여 춤과 노래가 어우러졌는데 이처럼 물허벅을 이용한 처녀들의 하루 일과를 무용화한 민속무용.
해녀춤	13명	10분	제주도는 해녀의 발원지이다. 해녀들이 바다에서 작업할 때 사용하는 "태와"를 악기로 사용하는 등 해녀들이 바다에 나가 작업하는 과정 등 종합적인 작업실태를 표현하는 민속춤이다.
연물놀이	13명	10분	제주 무당굿 놀이의 하나로 네가지 악기로 흥겨운 음율이 조화를 이루며 알맞는 춤과 노래로 극적인 장면을 연출하는게 특징인데, 굿 할 때 놀이적 성격이 짙은 연희로 전개된다.
탐라개벽	20명	50분	제주도의 개벽신화를 춤과 무용으로 나타내고 있다
생불화	35명	50분	제주도 민간설화 속에 나오는 신들 중 인간을 잉태시키고 관장했다는 속신인 삼승할망과 병을 주고 괴로움을 주었다는 악신인 마마신과의 대립과 갈등속에 삼승할망이 악신을 퇴치하여 인간을 보살렸다는 내용을 무용극화 한 작품.
무속의 군무	15명	13분	'신들의 섬'이라고 일컫는 제주도의 토속적 신앙의 측면에서 각박한 풍토와 거친 바다와 싸워온 제주도민의 생활속에 저절로 형성된 속신이 담겨 있고 예술적 측면에서는 그 초자연적 존재에서 순용된 技藝로서 음악과 연극의 종합예술체로 융화된 작품.
사물놀이	8명	15분	우리나라 고유의 악기인 징, 꽁꽁, 북, 장구 등의 악기를 가지고 신명나게 관객과 더불어 흥겨운 한마당 춤판을 연출
영감놀이	28명	30분	"영감놀이"는 제주도의 전통무당굿 중 놀이굿의 하나로, 제의식과 연희적인 놀이형식이 종합적으로 내포되어 있으며, 서민적 풍자와 해학이 무당들에 의해 음악과 춤과 대사와 연극적 요소 등 종합적인 회형식으로 이루어진 것이 특징이며 그 중 묘사도 서가면극이 등장하는 등 서민놀이의 원초적인 모습이 재현되는데 유래가 매우 오랜 역사를 지니고 있는 예술적 가치가 매우 높은 민속놀이이다.
입춘굿놀이	23명	20분	제주도는 12절기 중 하나인 입춘날에 마을과 가정의 안녕을 기원하는 전통 굿놀이의 하나로서 농사의 풍년과 씨족의 번창을 비는 내용의 놀이로 진행되는데 이 놀이를 무용화한 민속무용이다.
만덕송가	41명	50분	연약한 여인의 몸으로 타의에 의해 기녀생활에 이르게 되고 착실히 모은 사재를 털어 굶주린 백성을 위해 구휼했다는 내용인 "의녀 김만덕의 일대기"를 무용작품화한 대작임.
제주판굿	32명	40분	판굿은 예로부터 전래되어온 "결궁" 놀이 형태를 한데 모은 마당놀이로써 일년의 풍년과 가정의 안녕을 기원하는 서민적 놀이이며 연희적인 제의식을 종합적으로 무용화한 작품임.
산방덕이	30명	50분	산방산 처녀 산방덕이의 아름다운 전설을 무용극화한 작품으로 산방덕이와 나뭇꾼 사이의 아름다운 사랑이 관가의 횡포로 무너지나 이에 굴하지 않고 항거하는 내용임.
김녕사굴제	32명	30분	구전으로 전해 내려오는 제주의 전설 중 하나이며 역사속의 한 인물인 서린판관의 행정과 연관시켜 뱀에게 제를 지내며 처녀를 제물로 바친 지역적 악습을 없애는 과정 등을 무용극화한 작품임.

資料: 濟州道文化振興院 公演藝術課, 論者 再作成.

여기에 제시하고 있는 모형은 현재 제주의 향토민속예술을 보존·전승하고 이를 무대화함으로써 향토민속예술발전에 큰 몫을 담당하고 있는 「제주도립민속예술단」에서 제주도 민속예술의 素材들을 작품화하여 公演하고 있는 作品과 內容들이다.

이러한 내용과 구성으로 「제주도립민속예술단」은 도내·외에서 뿐만 아니라 해외의 관광홍보행사에도 참가하여 공연을 하는데, 참가하여 공연하는 곳마다 큰 성황을 이루며 제주도 민속예술의 우수성을 널리 선양하면서 높은 칭송과 큰 呼應을 얻고 있다. 따라서 이의 공연작품모형과 도립민속예술단의 활성화를 위하여 관광상품으로 활용하는 방안도 모색해 볼 필요가 있으며 그 효과도 빠른 것으로 展望된다.

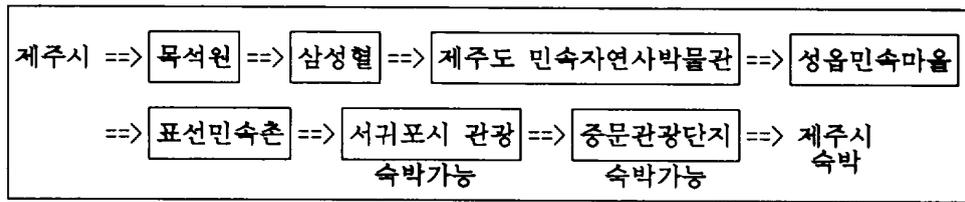
3. 民俗藝術 中心의 觀光코스 開發

제주도의 기존 민속관광지를 보면 자연경관자원을 중심으로 설정·조정되어진 4개의 관광코스에 불과 3곳이 포함되어 있거나 또는 경유지로만 되어 있어 그 종류나 내용에서도 동일하게 기획되고 단조로우며, 제주의 향토성 및 특수성을 살릴 수 있는 관광지 상호간 유기적인 상관성을 확보하지 못하고 있는 것으로 분석된다. 더욱이 제주인의 생활과 문화를 특징적으로 표현하고 있는 민속예술의 공연 등 무형 관광자원의 상품화는 전혀 고려되지 못하고 있다.

따라서 박제화된 제주의 생활모습들을 감상위주로 설정되어 있는 민속관광지와 민속예술의 공연 등을 조화있게 결합·연계시킴으로서 보다 합리적이고 새로운 관광패턴에 부응하는 민속예술 중심의 관광지로 조성·개발할 필요가 있는 것이다.

우선 기존의 민속관광지와 민속예술공연의 관광상품을 연계시킨 새로운 민속예술 中心의 관광코스를 구상해 보면 <그림 V-1>과 같다.

<그림 IV-1> 민속예술 중심형 관광코스(안)



<그림 IV-1>에서 보는 바와 같이 현재 제주도의 기존 관광코스 이외에 기존 민속관광지와 연계한 민속예술을 중심으로 한 관광코스를 설정해 보았다. 새롭게 설정된 관광코스는 기존의 관광코스보다 관광일정에 있어서 시간적인 여유 뿐만 아니라 교통의 접근도가 용이하게 되고, 또 이와 같은 3곳의 중심도시를 거점으로 하여 새로운 관광코스를 설정되었기 때문에 관광객의 이동성에 있어서는 가장 용이한 관광코스가 된다고 하겠다. 아울러 민속예술을 중심으로 설정된 관광코스의 주변에는 기존 개발된 관광자원 및 관광지가 많이 있으며, 기존 관광코스에서 볼 때도 그 연계성이 충분히 확인되고 있으므로 특성화를 시도한 민속예술들을 민속관광지내에서 공연을 할 수 있는 분위기를 마련하는 방안을 강구해야 할 것이다.

생각컨대 이러한 민속예술을 중심으로 한 새로운 관광코스의 개발은 제주도의 민속예술들을 상품화하기 용이할 뿐만 아니라, 관광객들의 체재일수를 늘리는 효과도 있을 것이다.

第 3 節 觀光商品化를 위한 마케팅 方案

관광마케팅은 새로운 고객을 유치하고 기존 고객을 관리하는데 관계하고 있다. 특히 관광사업은 재판매가 중요하고, 관광사업에서의 성패는 관광객들의 욕구와 필요를 충족시키느냐 못시키느냐에 좌우되는 만큼 관광객인 소비자들의 욕구와 필요, 태도, 행동에 따른 전략을 수립하여 관광마케팅 활동을 하여야 할 것이다.⁵⁹⁾

59) 김경호, “관광마케팅론”, 강의교안, 1992년 2학기.

第 IV 章의 실증분석에서 제주도 민속예술에 대한 認知度는 性別에 있어서는 남성보다 여성이 더 높게 나타나고 있고, 年齡別 집단인 경우는 20대 연령층이 認知度가 가장 높고, 職業別 집단인 경우에는 학생집단의 인지도가 가장 높게 나타나고 있다. 또한 認知經路에 대해서는 대체적으로 마스크업이나 학교수업을 통하여 알게 되었다고 응답하고 있으며, 설화나 전설인 경우에는 제주관광의 기회를 통하여 알게 되었다는 집단도 다소 나타나고 있다.

따라서 민속예술의 마케팅 활동을 전개함에 있어서는 앞으로 제주도를 다시 찾을 가능성이 가장 높은 20대 학생집단을 주대상으로 하여 마스크업을 통한 대대적인 홍보활동 방안을 모색해야 할 것으로 생각되며, 이의 활동 효과가 긍정적으로 나타나면 앞으로 제주관광의 전망은 다소 희망적이라고 조심스럽게 전망할 수 있다. 이는 관광객들이 제주도의 민속예술들이 관광상품으로 개발이 된다면 5년 내에 다시 제주를 찾겠다는 응답이 73.3%로 높게 나타나고 있어 위의 가정을 입증해 주고 있다고 하겠다.

제주지역은 국내 최대 관광지 가운데 하나이나 연휴때와 주말에 관광객이 많이 몰리는 특성을 보이고 있으므로 성수기와 주말에 집중되는 관광객을 분산시키고 비수기를 타개하기 위해서는 대대적인 향토축제나 전문공연단에 의한 민속예술의 무대공연화 또는 민속관광지에서의 민속예술을 공연함으로써, 일상화된 관광코스의 패턴을 다양화시켜 제주지역 특유의 놀이문화를 소개하고 민속적 이미지를 부각시켜 채재일수를 연장시켜야 한다. 따라서 이에 대한 민속예술의 홍보와 선전 또는 관리를 위해서 대내·외적인 마케팅 방안을 다음과 같이 강구해 볼 수 있다.

1. 對外的 方案

먼저 대내적으로 첫째, 제주도의 민속예술을 보다 많은 사람에게 접근시키고자 하는 노력이 필요하다. 제주를 찾는 사람들에게 '보여주기 위한 민속예술'은 제주도 어느 지역, 어느 때나 있어야 하므로 제주도의 민속예술을 각 종류별, 내용별, 마을별, 계절별로 특성화를 추진하여 정기적인 마을의 축제를 통하여 항상

접할수 있도록 하여 놀이문화를 생활화할 수 있도록 하여야 한다.

둘째, 제주도 민속예술에 대한 홍보와 관광안내원에 대한 교육을 강화시켜야 한다. 제주도 민속예술에 대한 홍보자료의 풍부와 관광안내원에 대한 소양교육은 관광객들로 하여금 관광욕구를 심화시키고, 본질적으로는 관광객수를 증가시키게 되어 관광소득을 촉진하게 된다는 사실이다. 민속예술에 대한 내용의 책자 발간, 관광안내원에 대한 소양교육의 기회는 평생교육으로 강화될 수 있으며 이에 대한 정책적 노력은 행정당국이나 學界와 業界 등이 상호협조에 의해서만이 성취될 수 있을 것이다.

셋째, 관광홍보의 획일화 및 다양화를 도모해야 한다. 현재 제주도내에서 이루어지고 있는 관광홍보는 도·시·군 등 행정기관과 관광협회·호텔 등 유관기관에서 개별적으로 이루어 지고 있으며 홍보물의 대부분은 제주의 명승지나 교통편, 관광지요금 소개 등의 팸플렛 제작이 주종을 이루고 있다. 이 때문에 제주관광홍보는 관광객들에게 홍보제작물을 나누어 주는데 그치고 있고, 외국의 홍보는 업체별로 개별판촉에 나서고 있는 등 예산낭비는 물론 큰 효과를 거두지 못하고 있다. 따라서 예산 및 기구의 통합으로 조직적인 홍보를 강화해야 함은 물론 홍보방식에서도 기존의 인쇄물 뿐만 아니라 비디오 및 마스크를 통한 현대적이면서 적극적인 홍보가 되어야 한다.

넷째, 민속예술의 관광상품화를 위한 상설기구를 마련하고 공연인력을 육성시켜야 한다. 민속예술의 공연기구는 당장에 기업성을 보장받지 못하기 때문에 일정기간 행정기관의 책임보호가 필요하며, 공연인력의 육성은 기존 독립민속예술단을 법인화시켜 활성화를 꾀하는 방안도 검토해 볼 필요성이 있으며, 도내의 기존 연극단체로 하여금 행정적, 재정적 지원을 통하여 민속예술의 공연을 장려하여 민속촌 및 역사공원(예: 제주도자연사박물관)과 도시 중심지역(예: 탐동 해안가 놀이마당)의 공연장 등에서 상시 공연하도록 한다. 이를 위해서는 공연기구가 마련되고 기능인력을 양성하여 민속예술의 공연화·현대화를 기해야 할 것이다.

또한 지방자치정부의 행정적·재정적 지원을 통해 대규모 야외민속공연장을 확충하고 실내민속공연장도 건설하여 상설 운영하게 하며, 지역별 특화토산품과 향

토음식 등 쇼핑과 연계하여 개발하도록 한다.

2. 對內的 方案

대외적인 방안으로서는 첫째, 國際的 관광마케팅 활동의 확대를 위해서는 행정기관과 관광관련 단체에서 합동으로 전담기구를 설치하여 外國人들이 선호하는 민속예술공연의 特性化를 유도하여, 지방자치정부의 행정적·재정적 지원을 통하여 주요 관광대상국에 유능한 순회선전요원(예: 제주도립민속예술단)을 양성하여, 外國의 旅行業者를 대상으로 판촉활동을 하도록 하며 외국의 지역별, 관광대상층별 특수홍보체계를 개발하도록 한다.

둘째, 제주도의 민속예술 및 민속행사를 列擧한 民俗카렌다를 제작하여 홍보하도록 한다. 즉, 제주도의 세시풍속과 민속예술, 마을축제들을 週別 혹은 月別로 공연달력을 작성하여 전국 관광행사알선업체 및 각국해외지사, 주한외국대사관 등에 배포하도록 한다. 이와 같은 달력제작은 1년을 통하여 사전에 모든 행사 실시계획을 수립하여야 하는 어려움이 있을 수 있으나, 마케팅 측면에서는 기타 다른 홍보수단을 사용하지 않더라도 홍보가 된다는 利點이 있기 때문에 가장 좋은 마케팅 수단이 된다고 볼 수 있다.

第 4 節 觀光商品化를 위한 行政的 支援

東南亞를 비롯한 西歐의 각국 政府에서는 自國, 또는 자가지방의 관광자원 및 관광상품개발에 있어서, 自國의 傳統文化的 諸價値의 비중을 종전보다도 더 중요시하고 있음은 주지의 사실이다. 그 이유는 말할것도 없이 관광산업이 굴뚝 없는 무공해산업인 동시에 외화가득률이 높은 산업으로서, 국가사회발전에 미치는 영향뿐만 아니라, 자국의 문화이미지를 전달할 수 있는 국가 홍보수단이 된다는 것을 인식한데 있다.

따라서, 우리나라 또는 지방정부의 관광정책도 지금까지 각 市·道를 중심으로 기존의 자연적 관광개발에만 기울여 왔던 행정적 지원을, 이제는 傳統民俗文化的 創進이라는 측면에서 고려되어야 한다.

지금까지 제주도는 고유의 전통민속문화·생활양식 등이 우수한 관광자원들이 散在해 있으면서도 보다 큰 매력을 제공하지 못해왔던 것이 사실이다. 따라서 행정기관 또는 관광관련업계에서는 이제 자연자원과 연계한 無形의 觀光上品(즉, 제주도 민속예술 등의 사회적, 인문적 관광자원)을 有形화하기 위한 정책적, 행정적 지원을 강화하여야 한다. 따라서 관광자원으로서의 민속예술을 관광상품화로 개발하기 위해서는, 정부의 각 地方 豫算에 觀光 및 민속문화의 개발을 위한 항목을 두어 예산상의 지원을 실시하여야 하며⁶⁰⁾, 규모 야외공연장을 각 지방행정기관 단위로 확충하도록 하고, 실내 민속예술공연장도 건설하여 관광객을 위한 상설적인 공연장이 될 수 있도록 제도적인 지원을 하여야 한다. 또한, 관광진흥기금의 연중계획을 수립해 민속예술공연 및 민속행사를 개발하도록 지원하여 盛需期의 집중적으로 물리는 지역에 대하여 관광객을 분산시켜 줌으로써 관광지의 수용태세를 항상 균등하게 유지하여 관광수요의 안정화를 기해 연중 관광수입의 평준화를 기하여야 한다.

행정적 차원에서도 건전한 국민관광을 육성하기 위하여 국민들에게 민족적·정신적인 동질감을 부여할 수 있는 민속예술공연을 적극 홍보하고, 개발하도록 노력하여야 하며, 이를 위해서는 민속예술 등 민속문화의 개발을 전담하기 위한 기구를 설치하고, 각종 마스크를 통한 민속행사의 지도와 계몽이 앞서야 할 것으로 본다. 또한 민속예술의 기능보유자를 계속 발굴하여 그들에게 일정액의 보상금을 지급하고 그 기능을 계속 전수할 수 있도록 지원해 주는 것이 바로 행정기관의 기능 중의 하나라고 할 수 있다.

한편 제주도의 민속예술을 관광상품으로 개발하기 위해서는 우선 제주도의

60) 제주도 문화진흥원에 따르면 1993년의 예산액은 문화예술진흥비 3,166,512원 중 문화예술진흥부분에 1,249,626원, 문예진흥부분에 148,380원, 기타 문예시설 지원부분에 1,768,506원이었으며, 1994년의 문화예술진흥비 5,182,588원 중 문화예술진흥부분에 2,613,971원, 문예진흥부분에 860,776원, 기타 문예시설 지원부분에 1,707,841원으로 문화예술진흥부분은 1,540,387원이, 문화진흥부분은 1,364,345원이 증가하였고 기타 문예시설 지원부분은 60,665원이 감소하였다.

그러나 문화예술의 관광상품화를 위해서는 예산의 증가가 요청되고 있으나 문예시설부분은 오히려 예산의 감소를 보이고 있다.

민속예술을 조사·발굴하여, 보호·육성되어야 하며, 이에 대한 전승방안도 강구해야 한다. 제주도 민속예술 발굴작업의 첫째 단계로는 우선, 도내에 민속예술의 實況과 기능보유자를 파악하는 기초조사가 필요하다. 이 調査는 민요, 굿, 걸궁, 민속무용, 민속놀이 등 종목별로 각 마을마다 어떤 기능보유자가 있는지 조사·파악 하는 것이다.

2단계 작업으로는 이러한 기초조사를 기반으로, 전문가로 하여금 현지 녹음 조사를 실시하고 녹음된 자료는 기록 보존하며, 나아가 노래의 음악적 採譜작업, 춤사위의 舞譜작업도 병행하여 보존한다. 또한 종목별로 영화나 비디오로 촬영 보존하도록 한다.

제주도 민속예술의 傳承方案으로는 위에서 발굴 조사한 결과 보존·전승의 가치가 있다고 인정되는 민속예술은, 無形文化財로 지정, 보호하고 傳授生에게 전수교육을 강화하여 이를 원형 그대로 길이 전승시켜야 한다. 그 방안을 略述한다면 첫째, 기능보유자의 지원강화다. 둘째, 傳授生 선정과 지원강화, 셋째, 傳授會館 및 傳授환경의 조성, 넷째, 무형문화재 공개의 활성화 등을 들 수 있다.

한편 관광지나 민속촌 그리고 도시지역에 전문적인 예능인들이 민속예술을 직업으로 하며 자기의 技藝를 팔아 살아가려면 전통예술은 보다 세련되고 다듬어져야 할 것이다. 따라서 그러한 기능을 다하기 위해서는 전수관을 설립하여 전문적인 예능인들을 배출해야 한다.



第 VI 章 結 論 및 示 唆 點

現代의 고도화된 産業社會에 있어서 觀光은 이제 누구나가 享有할 수 있는 文化活動의 일환으로 자리를 잡아가고 있는 실정이며 觀光産業은 이미 세계 최대의 産業이 되고 있다. 이러한 추세와 함께 觀光은 政府의 國際化·開放化 정책에 부응하여 觀光政策의 목표와 방향 또한 地域의 소득증대를 통한 지역개발과 문예창달 및 전통문화의 계승과 발전, 그리고 국제교류를 통한 國際化·開放化를 추구하고 있다. 또한 현대관광의 패턴과 向後의 관광형태도 자연탐방에서 심미적 문화관광으로 변화해 가고 있는 실정이다. 이와 같은 시대적 要求에 부응하기 위하여 國家 및 地方 자치단체에서는 각종의 관광지 지정과 다양한 觀光商品 및 觀光施設을 개발하는데 많은 투자와 관심을 기울이고 있다.

국내 최대 觀光地의 하나로 南國의 情趣가 풍기는 곳, 신혼여행의 메카 등 화려한 수식어와 함께 道內 經濟의 중추적 역할을 맡아 오던 제주도의 觀光産業이 최근들어 비싼 여행경비와 바가지요금, 과다한 송객수수료 등 고질적인 부조리와 觀光商品의 單純化 등으로 인하여 관광수요가 점증적으로 감소하는 추세를 보이고 있다.

이처럼 제주도가 관광객들로부터 외면당하면서 그 명성을 잃어 가는 이유는 무엇인가? 21세기 환태평양 시대를 맞는 오늘의 위기를 타개할 방안과 앞으로 제주관광의 進路를 모색하기 위한 수단은 무엇인가? 본 연구는 이러한 문제점들을 다소나마 해결하고 제주도의 관광이미지 개선은 물론, 경쟁력 제고와 새로운 관광패턴에 부응하기 위한 하나의 방편으로서 개발 잠재성이 풍부한 제주도의 민속예술품을 관광상품으로 개발하는 방안을 모색, 그 대안을 제시하여 관광상품으로 개발을 촉진하고자 하였다.

따라서, 본 연구는 척박했던 자연환경과 가혹했던 역사적 시련을 강인하게 극복해 온 제주도민들의 행동양식의 총체이기도 한 제주도의 민속예술에 대한 전반적인 고찰과 마케팅 측면에서 관광객들을 대상으로 실증적인 분석을 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 제주도를 찾는 대부분의 관광객들은 來道前부터 제주 고유의 생활양식과 전통민속문화에 대하여 높은 관심을 보이고 있으며, 學習欲求도 높게 나타나고 있다. 또한, 제주관광시 매력적인 부분으로 제주도의 생활양식과 전통민속문화가 상당한 비중을 차지하고 있어 잠재자원으로서 관광상품으로 개발잠재성이 있다는 것이다.

둘째, 제주도를 찾는 대부분의 관광객들은 來道前 제주도에 대하여 상당한 기대를 갖고 왔으나 관광상품의 단순함과 제주도 전통민속예술 및 토속적 이미지의 관람 부족 등으로 인하여 불만이라는 반응을 보이고 있으며 야간관광상품과 연계한 민속예술공연상품의 개발 필요성과 시급성을 지적하고 있다.

셋째, 제주도 민속예술에 대한 관광객들의 認知度는 대체적으로 낮은 빈도를 보이고는 있으나 학생들의 경우에는 민속예술의 내용별, 종류별에 따라 다소 알고 있음을 볼 수 있어, 마케팅 활동을 전개함에 있어서는 앞으로 제주도를 다시 찾을 가능성이 가장 높은 20대 학생집단을 주대상으로 마스크를 통한 대대적인 홍보활동 방안을 모색해야 할 것으로 판단된다.

넷째, 제주도 민속예술에 대한 인지도는 학교수업이나 마스크를 통하여 알고 있는 비율이 높게 나타나고 있어, 마케팅 활동을 함에 있어서는 전문공연단에 의한 공연으로 마스크를 통하여 집중적인 마케팅 활동을 해야 할 것으로 생각된다.

다섯째, 제주도의 민속예술을 관광상품화하기 위한 방안과 방향에 대해서는 향토축제의 활성화, 전문공연단에 의한 무대공연화, 민속관광지와 연계한 상설공연 등의 방법을 선호하고 있으며 관광객과 함께 호응하기 위해서는 민속예술의 원형 그대로의 모습 보다는 다소의 각색이나 창작도 좋다는 것으로 보아 관광객 대부분이 부담없이 쉽고, 편하게 접(購買)하기를 원하고 있음을 알 수 있다.

이상과 같은 연구의 결과를 綜合하여 제주도의 민속예술을 관광상품으로 개발하는 방안을 요약·제시한다면 다음과 같다.

1) 제주도 민속예술의 관광상품화를 위해서는 제주도의 민속예술에 대한 관광객들의 이해를 도모하기 위하여 제주도의 민속예술들을 種類別, 內容別, 마을別로 特性化를 推進하여야 한다.

2) 향토색 짙은 文化行事나 鄉土祝祭를 開發하여 대동적인 한마당 큰 잔치를

베풀어 종합적인 축제가 될 수 있도록 하는 향토축제의 활성화를 도모해야 한다. 이를 위해서는 현재 한라문화제를 더욱 개선하고 개발하여 활성화를 추진해야 한다.

3) 전문공연단에 의한 舞臺公演化를 통한 상품화 방안으로서, 제주도립민속예술단을 법인화시켜 활성화하는 방안을 모색해 볼 필요가 있다. 현재 제주도의 여건상 이의 방안이 가장 가능성이 있으며 합리적이라 생각된다.

4) 민속관광지와 연계한 민속예술공연 중심형 관광코스를 개발·설정해야 한다. 이를 위해서는 관계당국과 관광관련업체의 일관성 있는 협조체제를 구축하여야 할 필요가 절실하다. 그리고 이상과 같은 방안들의 효과적인 결과를 위해서는 행정적, 정책적 지원방안과 국제관광객유치의 제고와 국민관광의 건전한 육성을 위한 적극적인 마케팅 방안이 강구되어야 하겠다.

5) 동남아를 비롯한 西歐의 각국 政府가 관광자원 및 관광상품개발에 있어서 自國의 傳統文化的 諸價値의 비중은 종전 보다도 더 중요시 하고 있는 바와 같이 우리나라 또는 지방정부의 관광정책도 지금까지 각 市, 道를 중심으로 기존의 자연적 관광개발에만 기울여 왔던 행정적 지원을 이제는 傳統民俗文化的 創造이라는 측면에서 고려되어야 한다. 행정적 차원에서 민속예술 등 민속문화의 개발을 전담하기 위한 기구를 설치하고 각종 마스크를 통한 민속행사의 지도와 계몽이 앞서야 할 것으로 본다. 또한 민속예술의 기능보유자를 계속 발굴하여 그들에게 일정액의 보상금을 지급하고 그 기능을 계속 전수할 수 있도록 지원해 주어야 한다. 제주도의 민속예술을 조사·발굴하여 보호·육성되어야 하며 이에 대한 전승방안으로서, 기능보유자의 지원강화, 傳授生 선정과 지원·강화, 傳授會館 및 傳授환경의 조성 그리고 무형문화재 공개의 활성화 등을 들 수 있다.

그러나, 이와 같은 연구결과의 타당성에 앞서 본 연구는 다음과 같은 몇 가지 制限點을 안고 있음을 고백하지 않을 수 없다.

첫째, 연구대상의 標本을 국내 관광객 550명으로 국한시킴으로써 研究結果의 一般化에 유념할 필요가 있다.

둘째, 設問紙 調査時 조사의 편의를 위해서 비확률표본으로 任意抽出法을 사용하므로써 調査對象者 선정의 기준을 明確히 제시하지 못하였다.

셋째, 本 研究에 임함에 있어서 관광객들에게 特性있는 제주도의 民俗藝術公

演을 보여주지 못한 가운데 연구가 시도됐다는 점에서 설문응답에 편향성이 있을 수 있다.

넷째, 民俗藝術의 관광상품화는 文化를 商品化하는 것이므로 제주인의 생활문화를 세계에 널리 소개하고 동시에 관광수익이 보장된다는 긍정적인 면과 民俗文化가 '보여주기 위한 구경거리'로 됨으로써 도민은 소외되고 문화는 상품성만을 추구하여 변질될 위험성이 있다는 부정적인 면 등 兩面性이 있음을 결코 간과해서는 안될 것이다.

끝으로 본 연구의 論題는 濟州地域을 中心으로 한 民俗藝術의 觀光商品化에 관한 研究인데, 연구결과는 민속예술의 관광상품개발 방향에 상당한 비중이 두어졌음을 고려해야 할 것이다.

생각컨대 변화하는 관광형태에 대한 관광상품개발 연구는 관광정책적 차원이거나 관광마케팅 측면에서도 관광시장의 세분화에 따른 적합한 관광상품을 제공하는 유용한 도구가 될 수 있으며, 어떠한 관광상품개발이 관광자의 욕구충족과 관계되는가를 식별하게 하여 관광대상지의 이미지를 쇄신시킴으로써 관광자들에게는 다시 찾고싶은 분위기를 제공해 줄 수 있다고 믿어진다.



參 考 文 獻

1. 國內文獻 및 論文

- 1) 김봉옥 편역, 「조선왕조실록중 탐라록」, 제주문화방송(주), 1986.
- 2) 김사헌, 「관광경제학」, 경영문화원, 1989.
- 3) 김상훈, 「관광사업개론」, 형설출판사, 1987.
- 4) 김정배, 「관광자원론」, 형설출판사, 1986.
- 5) 김진섭, 「관광자원론」, 일신사, 1986.
- 6) 김현식, 「동아원색세계대백과사전」, 동아출판사, 1990.
- 7) 김호진, 「중화민국 - 타이완 -」, 루어타임즈사, 1991.
- 8) 손대현, 「관광마케팅론」, 일신사, 1992.
- 9) 송지영, 「한국민속 100년」, 민속공보사, 1980.
- 10) 신상범, 「제주예술」, 예총제주도지회, 1992.
- 11) 안종윤, 「관광학개론」, 창문각, 1987, p.82.
- 12) 유제동, 「한국민속학총서 2: 민속예술」, 민속학회편.
- 13) 유필화, 「현대마케팅론」, 박영사, 1990.
- 14) 윤대순, 「여행사경영론」, 서하문화사, 1986.
- 15) 이강렬, 「민속과 축제」, 圓方閣, 1990.
- 16) 이상일, 「민족심상의 예능학: 굿의 놀이와 축제의 드라마」, 시인사, 1986.
- 17) 이선근, 「한국의 민족문화」, 한국정신문화연구소, 1984.
- 18) 이영수, 「여행사알선업경영론」, 세진사, 1986.
- 19) 이항구, 「현대관광학」, 명보출판사, 1986.
- 20) 임동권·권병호·김선풍, 「민속론」, 집문당, 1989.
- 21) 고려대학교 민족문화연구소, 「한국민속대관 5: 민속예술」, 1982.
- 22) 국제관광공사, 「한국관광진흥종합계획」, 1979.
- 23) 영남대학교 민족문화연구소, 「민속예술」, 1987.
- 24) 예총제주도지회, 「濟州文化藝術白書: 음악편」, 1988.
- 25) 예총제주지회, 「제주문화예술백서: 문학편」, 1988.
- 26) 제주도, 「제주도 문화현황」, 1992.

- 27) 제주도, 「제주도지」, 제3권, 예술편, 1993.
- 28) 제주도문화진흥원 공연예술과 자료.
- 29) 진성봉, 아미문화촌 총경리, 인터뷰.
- 30) 한국경제신문, 1992년 12월 11일자.
- 31) 한국문화진흥예술원 문화발전연구소, 「문화관광에 관한 기초연구」, 1989.
- 32) 고금희, “우리나라 민속행사의 관광상품화에 관한 연구”, 대구보건전문대 「논문집」, 제10집, 1987.
- 33) 김경호, “관광마케팅론”, 강의요안, 1992년 1학기.
- 34) _____, “관광서비스의 기획(생산)유통 가격 촉진에 관한 기초이론”, 「상업교사특별연수교재」, 제주대 사범대학 중등교원 연수원, 1992.
- 35) _____, “제주권 관광상품의 기획과 촉진과제”, 제주대학교 관광개발연구소 「논문집」, 제3집, 1986.
- 36) _____, “제주권 여행업의 시장세분화에 관한 고찰”, 제주대학교 「논문집」, 1991.
- 37) 김덕희, “제주지역관광자 유치촉진을 위한 관광상품개발에 관한 연구”, 석사학위논문, 한양대학교, 1987.
- 38) 김순관, “제주근대미술의 형성 배경고찰”, 석사학위논문, 제주대학교 교육대학원, 1991.
- 39) 안경모, “사회적 관광자원의 국민관광화 방안에 관한 연구- 전통 무형문화를 중심으로”, 석사학위논문, 경희대학교 대학원, 1987.
- 40) 오남삼, “제주도 고유문화의 보존 및 선양방안에 관한 연구” 제주대학교 사회발전연구소 「논문집」 제3집, 1987.
- 41) 오창수 기자, “취재수첩”, 「대만관광기행: 민속문화를 관광상품으로, 제주문화방송, 일요 리포트, 1992.
- 42) 이장춘, “한국특화관광상품개발과 선양방향에 관한 연구”, 경기대 「논문집」, 제10집, 1980.
- 43) 장성수, “관광자원활용의 본질적 속성 및 기본적 방안에 관한 연구: 관광지 개발자의 입장을 중심으로”, 제주대학교 논문집 제17집, 1984.
- 44) _____, “제주도 관광객에 대한 설문조사연구: 관광불안요인을 중심으로”, 제주대 「이데올로기 연구논총」 제3집, 1985.

- 45) 전동환, “관광마케팅의 이론적 접근”, 강원대학교 「사회과학연구」 제16집, 1982.
- 46) 현용준, “제주민속예술의 발굴 보존 전승방안”, 「제주도」 제89호, 1990.
- 47) _____, “민속문화 관광자원화 방안: 민속예술을 중심으로”, 제주대학교 사회발전 연구소 「논문집」, 1991.
- 48) 현춘식, “제주도의 민속예술1”, 「제주도」 통권 제 76호(제주도청, 1979)
- 49) _____, “제주도의 민속예술2”, 「제주도」 통권 제 77호(제주도청, 1980)
- 50) _____, “제주도의 민속예술3”, 「제주도」 통권 제 79호(제주도청, 1982)
- 51) _____, “제주도의 민속예술4”, 「제주도」 통권 제 89호(제주도청, 1990)

2. 外國文獻 및 論文

- 1) A. J. Burkart and S. Medilk, *The Managerment of tourism* (London: Heinemann, 1975).
- 2) G. W. Snedecor and W.G. Cochran, *Statistical Methods*, 6th ed. Arms: The Iowa State Univ. Press, 1967.
- 3) J. Christopher Holloway, *The Business of Tourism* (Macdonald and Evans, 1985).
- 4) Jafar Jafari, *The Tourism Market Basket of Goods and Services*, *Annals of Tourism Research*, Vol.1. No.3(January 1984).
- 5) Michael Perter, *International Tourism*, 1966: 한국관광발전연구소, Tourism Research, 제2호, 1988.
- 6) Philip Kotler, *Marketing Management*, 4th ed. (Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, Inc, 1980).
- 7) Tighe A. J., *Cultural Tourism in the USA*. *Tourism Management*. Vol.6. Dec. 1985.9.
- 8) W. J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, 4th ed. *Mc Graw-hill*, 1975.
- 9) William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, McGraw-Hill, 1978.
- 10) 鈴木忠義 編, 「現代觀光論」, 白山出版社, 1990.
- 11) 財團法人 日本交通公社, 觀光辭典, 1974.

設 問 紙

조 사 설 문 지

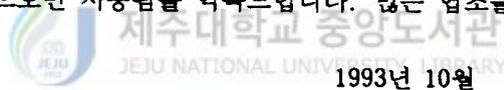
안녕하십니까?

제주도를 찾아주신 관광객 여러분 모두를 진심으로 환영합니다.

저는 제주문화방송 TV 기술부에 근무하고 있는 장철후입니다. 방송사에 근무하면서 평소에 제주도의 민속예술에 대하여 관심을 가져 오던 중, 제주 고유의 전통문화 가운데 제주의 「민속예술」을 관광상품으로 개발하는방안에 관한 연구를 하게 되었습니다.

바쁘신 일정 가운데 다소 번거로운 일인줄 사료되오나, 제주관광의 보다 나은 설계를 위한 본 연구의 정확한 결과를 위하여 성의있게 응답하여 주시면 고맙겠습니다.

귀하의 응답은 무기명으로 통계처리 됨으로써 절대 비밀이 보장되며 순수 연구목적으로만 사용됨을 약속드립니다. 많은 협조를 부탁드립니다.



1993년 10월

제주대학교 경영대학원 석사과정 관광경영전공

지도교수 장 성 수
대학원생 장 철 후

* 조사장소:

* 조사번호:

* 연구에 필요한 귀하의 인적 사항입니다. 해당 번호에 V 표를 하여 주십시오.

1) 성별 :	① 남	② 여		
2) 나이 :	① 20세 미만	② 20~29세	③ 30~39세	④ 40~49세
	⑤ 50~59	⑥ 60세 이상		
3) 직업 :	① 학생	② 주부	③ 사업(자영업)	④ 농·수산업
	⑤ 공무원	⑥ 회사원	⑦ 전문직(교사, 교수, 의사, 법률가 등)	
4) 학력 :	① 중졸이하	② 고졸/재학	③ 전문대졸/대재	④ 대졸이상

* 각 항목마다 적절하다고 생각되는 에 V 표를 하여 주십시오.

1. 귀하의 이번 제주 방문은 몇 번째입니까 ?
 1회 2회 3회 4회 5회이상
2. 귀하의 이번 제주 여행이 목적은 무엇이었습니까 ?
 수학여행 신혼여행 가족·친지여행
 개인여행 단체관광(효도·회갑)
3. 귀하가 이번 제주를 여행하게 된 직접적인 동기는 무엇이었습니까 ?
 개인적 동기
 여행사의 권유
 신문의 관련기사
 TV 또는 라디오의 관련프로
 친구나 친지의 추천으로
4. 귀하가 이번에 여행 목적지로 제주를 선택하신 이유는 무엇이었습니까 ?
 한번도 못왔던 관광지라서
 수려한 자연경관이 뛰어나서
 자주올 수 없는 유명관광지라서
 레크레이션 및 위락시설이 뛰어나서
 특이한 생활양식과 고유의 전통민속문화가 다양해서
 업무 및 기타 _____

5. 귀하가 이번 제주에 오시기 전, 가장 많이 알고 싶었던 사항은 무엇이었습니까 ?
- 자연경관
 - 해양문화 및 자원
 - 특산물 및 토산품
 - 고유의 전통문화/미풍양속/사투리
 - 레크레이션 및 위락시설(낚시와 골프 포함)
6. 귀하께서 이번 제주 관광을 통하여 가장 매력적이라고 느끼신 것은 무엇이었습니까 ?
- 친절하고 순수한 도민성
 - 레크레이션 및 위락시설
 - 아름답고 수려한 자연경관
 - 맛있는 토속음식과 쇼핑기회
 - 특이한 생활양식과 고유의 향토문화
7. 귀하께서 이번 제주 관광을 하면서 가장 불편, 불만했던 사항은 무엇이었습니까 ?
- 운전기사의 불친절 및 바가지요금
 - 관광상품의 단순함과 레져 및 위락시설의 부족
 - 전통민속 및 토속적 이미지 등의 관람기회 부족
 - 관광농원 및 쇼핑에서의 강매행위 및 바가지요금
 - 관광안내원과 숙박업소 종사원의 팁요구 및 서어비스 부족
 - 관광안내시설 및 숙박시설의 부족과 교통시설 이용 등의 불편
 - 기 타 _____
8. 귀하께서는 이번 여행에서 저녁(식후)의 시간을 어떻게 이용하셨습니까 ?
- 피곤해서 그냥 취침
 - 쇼핑하면서 시내 야경을 관광
 - 커피 숭 및 카페 등에서 담소
 - 나이트 클럽 등에서 피로를 해소
 - 여행사 및 호텔 등의 Guide 행사 참여
 - 숙소에서의 휴식 및 오락활동
9. 이번 제주관광을 하신 결과 앞으로 시급히 새로 개발해야 할 관광상품이 있다면 무엇이라고 생각하십니까 ?
- 레크레이션 및 위락시설 관광상품
 - 민속놀이 및 민속예술 등의 민속공연상품
 - 낚시 및 수쿠버다이빙 등의 해양관광상품
 - 시내의 야경을 즐길 수 있는 야간관광상품
 - 등산 및 산책코스를 포함한 산림욕을 위한 관광상품

10. 귀하께서 이번 제주 관광을 하신 후의 소감은 ?

아주 만족하다 만족하다 보통이다 불만이다 매우 불만이다

귀하가 이번 관광지로 선택하신 제주도는 지리적·역사적인 배경으로 인하여, 타 지역에 비해, 고유하고 독특한 민속예술의 관광자원들이 많이 있습니다.

* 다음 질문의 해당 사항에 V표를 하여 주십시오.

1. 귀하가 이번 제주관광에서 이용하셨던 다음의 민속관광활동은 ?

매우만족 만족 보통 불만족 매우불만족

- (1) 민속촌 방문 () () () () ()
 (2) 민속행사 관람 () () () () ()
 (3) 민속박물관 관람 () () () () ()

2. 귀하께서는 평소에 제주도의 민속예술에 대한 관심은 어떠습니까 ?

아주 크다 크다 그저 그렇다 없다 전혀 없다

3. 귀하께서는 평소 제주도의 민속예술에 대하여 어느 정도나 알고 있습니까 ?

알고 있는 종류와 그 경로를 해당 사항에 V 표를 해 주십시오.

제주도 민속예술		매우 잘안다	조금 안다	그저 그렇다	잘 모른다	전혀 모름	경로				
							학교 수업	직무 업무	관련 도서	매스컴 (TV, R)	제주 관광
국 놀이	칠머리당굿										
	영등굿놀이										
	입춘굿놀이										
	영감놀이										
민속 무용	해녀놀이춤										
	물허벅춤										
	비바리춤										
민 요	오돌또기										
	이야흥타령										
	이어도타령										
전설 설화	설문대할망										
	아흔아홉골										

4. 제주도의 민속예술에 대하여 배우고 싶거나 알고 싶으신 생각이 있으십니까 ?
 매우 그렇다 그렇다 그저 그렇다 그렇지 않다 전혀 그렇지 않다
5. 제주도의 민속예술을 어떠한 방법을 통하여 배우거나 알았으면 합니까 ?
 매스컴 비디오 팸플렛 향토문화축제 정기공연
6. 현재의 제주 관광상품 중에서 민속예술 부분은 어느 정도 차지하고 있다고 보십니까 ?
 아주 많다 많다 보통이다 없다 전혀 없다
7. 귀하께서는 제주도에 민속예술단(전문공연단)이 있는 사실을 알고 계십니까 ?
 잘 알고 있다 알고 있다 그저 그렇다 모른다 전혀 모른다
8. 이번 제주관광을 하시면서 제주의 민속예술 공연을 보신 경험이 있습니까 ?
 있다 없다
9. 민속예술의 공연을 보신 경험이 있다면 몇 번 정도나 됩니까 ?
 1회 2회 3회 3회 이상
10. 제주관광의 지속적 발전을 위해, 제주의 민속예술을 관광상품으로 개발하는 것에 대한 귀하의 의견은 ?
 매우 시급하다 서둘러야 한다 그저 그렇다
 서둘지 않아도 무방하다 전혀 필요 없다
11. 제주의 민속예술을 관광상품으로 개발 한다면 어떠한 방법이었으면 합니까 ?
 향토문화축제의 활성화
 전문공연단에 의한 상설관에서의 공연
 관광지 또는 각 마을에서의 순회 공연
 호텔 및 나이트클럽 등에서의 정기 공연
12. 제주의 민속예술을 관광상품화 하기 위해서는 작품의 소재들을 어떻게 해야 한다고 생각하십니까 ?
 반드시 원형 그대로의 모습이어야 한다
 공연을 위한 어느 정도의 각색은 필요하다
 관광객과 함께 호응하기 위해서는 개작도 필요하다
 기 타 _____

13. 제주의 민속예술을 관광상품으로 개발한다면 전통문화예술의 발굴 및 보존, 계승·발전시키는데에 기여 할 것이라고 생각하십니까 ?
- 매우 그렇다 그렇다 그저 그렇다
 아니다(별 도움이 없을 것이다) 전혀 아니다(오히려 악 영향을 미친다)
14. 제주도 민속예술의 관광상품은 제주도의 역사와 전통문화 및 생활문화를 이해하는데에 도움이 될 것이라고 생각하십니까 ?
- 매우 그렇다 그렇다 그저 그렇다 아니다 전혀 아니다
15. 제주도 민속예술의 관광상품은 제주도의 관광 이미지 개선에 기여 하리라고 생각하십니까 ?
- 매우 그렇다 그렇다 그저 그렇다 아니다 전혀 아니다
16. 관광객들에게 제주의 민속예술에 대한 홍보는 어느 정도라고 생각하십니까 ?
- 매우 높다 높다 그저 그렇다 낮다 매우 낮다
17. 귀하께서는 평소에 전통문화(민속예술)에 대한 관심은 어떻습니까 ?
- 매우 높다 높다 그저 그렇다 없다 전혀 없다
18. 귀하께서는 제주의 민속예술들이 관광상품으로 개발 된다면, 5년 내에, 다시 제주를 방문(관광)할 의사가 있습니까 ?
- 예 아니오 잘 모르겠다



A Study on the Developing of Folk Customs as a Tourist

Product:

Concerning the Cheju Area

By Chol-hu Chang

Department of Business Administration
Graduate School of Business Administration
Cheju National University

Summary

Today, most nations consider the tourism industry as a highly-evaluated, major strategic industry and are making every effort to promote and develop the industry along with their export industry. Tourism also provides us rest and an opportunity necessary for self-development and a better life.

The tourism industry of Cheju province is now on a steady increase: the number of incoming tourists increased up to about 3 millions in the year of 1991, compared to 1.32 million in 1985 and 2 million in 1988. Naturally, the revenue from tourism went up from 115.7 million in 1985 to 238.2 million in 1988 and to 513.1 million (in Korean currency) in 1991. Despite the definite increase of tourists and income, the tourism product is very poor.

This study is mainly focused on considering the development of folk customs as a tourist product.

This study consists of 5 chapters:

- 1) Introduction
- 2) Theoretical Backgrounds: Developing of Folk Customs as a Tourist Product
- 3) Theoretical Backgrounds: Conditions of Folk Customs in Cheju
- 4) Empirical Research
- 5) Countermeasure to develop folk customs as a tourist product
- 6) Conclusions

To accomplish this purpose, Five hundred fifty tourists visiting Cheju were given a questionnaire of which 520 were returned of which 494 were used for empirical analysis.

Frequency, One-way ANOVA and Crosstabs by a statistical package, SPSS/PC(Ver. 3.1) were used to analyze each variable.

The findings are summarized as follows:

- 1) Tourists are interested in native life style and traditional folk customs before they come to Cheju.
- 2) Tourists are dissatisfied because the tourist product does not meet their expectations.
- 3) Tourists do not know about folk customs very much though students of tourists know some.
- 4) Those students know about folk customs through class or mass communications.
- 5) Tourists want to see local festivals, stage dramas by professionals and regular performances at tourist attractions related to folk art. They agree that performances of folk art can be modernized.

The conclusions are summarized as follows:

First, folk customs should be specialized by their kinds, contents, and village.

Second, local festival such as Halla-munhwaje should be activated.

Third, folk art corps established by the local government may be a foundation so they can make money to run themselves.

Fourth, tourist course focused on folk customs should be included in existing tourist courses.

Limits of this thesis are as follows:

- 1) As the survey used data which was gathered without showing performances of folk art to respondents, there may be difficulties in generalizing the results of the empirical research.
- 2) Samples of data were collected on only Cheju.

