

전통적 주생활 문화 환경의 관광 상품화 전략

이 왕 기 교수(목원대학교 건축도시공학부)

I. 서

흔히 국민소득 1만달러 시대가 되면 그 전시대와는 다른 생활의 변화를 가져오게 된다. 그 중에서도 가장 큰 변화는 문화에 대한 인식이 바뀌게 된다. 즉 문화를 즐기는 패턴의 변화가 가장 큰 변화이다. 일부계층만 향유하던 문화가 앞으로는 누구나 문화를 향유할 수 있는 '문화의 대중적 소유시대'가 된다.¹⁾ 문화가 단순히 존재하는 것에서 이제는 즐기고 소유하는(정신적 소유, 물리적 소유) 쪽으로 방향이 전환되어가고 있다. 문화의 권위주의 시대에서 대중적 교감시대로 바뀌어가고 있다.

예상되는 문화의 소유욕구를 충족시켜주기 위해서는 첫째, 관광상품으로써 전통건축이 문화로서 가치를 지니고 있어야 한다. 그 문화의 가치에는 절대적인 가치뿐만 아니라 상대적인 가치도 중요하다. 두 번째는 특정한 부류의 문화가 대중화되어야 한다. 예를 들면 일부계층만이 소유하고 즐겼던 문화가 대중화되고, 건축문화 또한 전문가의 영역에서 벗어나 대중화가 되는 것이다. 세 번째는 알려지지 않은 문화, 발굴되지 않은 문화, 숨어있는 문화를 찾아 문화 향유권자에게 가깝게 접근시켜주어야 한다. 이렇게 함으로써 문화의 향유권자와 문화생산자 모두가 경제적 이익을 추구하게 되는 것이다. 지금까지는 문화의 생산과 소비가 단절되어 있었다면 앞으로는 문화의 생산과 소비가 함께 조화하는 시대로 패러다임이 바뀌어야 한다.

II. 전통문화와 관광

1. 문화와 전통

문화는 민족의 정신적 활동과 물리적 표상을 배경으로 나타나는 표출 현상이다. 흔히 정치, 사상, 경제, 종교, 예술, 문학 등 모든 분야에 이와 같은 정신적 표현이 내포되어

1) 특히 최근 논의가 되고 있는 주5일제 근무가 정착되면 이런 현상은 더욱 가속화 될 것이다.

있다. 그러므로 문화란 민족의 생활양식 그 자체라고도 할 수 있다.

이러한 문화현상은 민족성을 근원으로 각 시대마다 그 시대 정신이 줄기를 이루고 있으며 시대에 따라 서서히, 분야별로 서로 영향을 주고받아 양식적 변환을 거쳐왔던 것이다. 따라서 '전통'의 관념 속에는 '문화'라는 부분이 내재되어 있기도 하다.

전통이란 하나의 사회집단이 관점을 가지고 오랜 시간동안 연속적으로 수행해 오는 관습적 행위의 유산이다. 관습 중에서도 역사적 배경을 지니고 있으며 특히 고도의 규범적 의의를 지닌 것이어야 한다. 전통은 습관과 풍속이 시간적 순서를 밟아 전시대에서 다음 시대로 전승되는 흐름을 의미하는 것이다. 여기에는 공간적으로 습관과 풍속이 '전파' 되는 것과 습관과 풍속이 시공적인 '전달'의 구조를 보여주는 것이 포함되는 것이기도 하다. 그러기에 전통은 어떻게 보면 습관과 풍속이 있는 곳이면 어디에서나 나타나는 일반적인 것이라고도 하겠다.

전통은 가족이나 국가 또는 민족 및 지역사회와 같은 일정한 집단공동체에 전해 내려오는 사상·관습·행동·기술 등의 양식을 말하지만 경우에 따라서는 내려오는 문화유산 가운데 현재의 생활환경에 효용성이 있는 것들이 포함되기도 한다. 그렇기 때문에 같은 문화유산이라 할지라도 현재의 상황에서 주관적인 판단으로 가치가 인정될 때 그것이 하나의 문화형태로 전통이라는 이름아래 고려될 수도 있는 것이다. 이런 의미로 보면 전통이란 반드시 연속성이 있어야 한다는 것은 아니다. 어느 시대에는 망각되었던 것이 후대에 전통으로 다시 나타나는 일도 흔히 있는 일이다. 다시 말해 전통문화라는 것은 하나의 고정된 틀에 얽매어져 있는 사고는 아니라는 것이다. 언제나 새로운 사유체계와 주관적 판단이 동반되는 개연성을 지니고 있는 것이다.

문화의 접촉은 어느 시대 어느 공간에서나 존재했으며 그 과정에서 새로운 전통은 생성되고, 소멸되는 반복을 거듭해 왔던 것이다. 그렇기 때문에 우리에게 있어서 전통문화라는 것은 언제나 내적 갈등을 통해 신문화를 창조해 가는 과도기적 현상이라고 할 수 있을 것이다.

토속문화와 이입문화의 접촉이 時空的인 전승에 따라 전통이 나타나고, 이러한 메카니즘의 틀 속에서 독특한 전통문화를 만들어가고 있는 것이다.

2. 문화관광의 특징

문화관광은 문화적 요소를 관광자원으로 활용하는 관광형태로써 이를 통하여 추구하고자 하는 문화적 욕구를 충족시키는 행위이다. 문화적 요소란 도시, 건축, 음식, 축제,

민속, 무용, 음악 등 유·무형의 다양한 것들이 포함된다. 특히 근래의 문화관광은 보고 즐기는 것이 아니라 함께 참여하는 체험성 문화관광이 주를 이루고 있다. 그 특징을 요약하면 대개 ①고학력, 고소득, 전문직이 많으며, ②여행기간이 길어지며, ③관광지 또는 관광대상에 대한 사전지식을 지니고 있으며, ④자연환경이나 기후환경에 별로 영향을 받지 않으며, ⑤교육적 효과를 기대한다는 것이다.

문화관광의 유형을 크게 나누어 보면 유적관광, 예술관광, 교육여행, 생활체험관광으로 구분된다.

‘문화’는 이제 국가간, 지역간 경쟁에서 가장 큰 무기로 등장하게 될 것이고 이러한 상황은 이제 곧 우리 앞에 닥칠 것이다. 지역문화가 민족문화의 보편성, 나아가 세계문화에 편승되어 버리면 이미 독창성을 상실하고 만다. 즉 경쟁에 있어서 가장 중요한 무기를 버리는 것이나 마찬가지다. 지역의 독자성을 얼마나 확보할 수 있는가는 결국 생존과도 그 맥락이 이어지는 것이다. 지역의 건축문화가 민족문화로 보편화되는 것은 지역성의 존재의미를 상실하는 것이다. 그렇다면 지역 건축문화의 정체성의 특징은 무엇인가. 그것은 독특하면서도 지역성이 부각되어야 한다. 그리고 다른 것과 구별되어야 한다.

3. 주생활 문화의 관광 상품화 요소들

주생활 건축문화가 자원으로 활용될 때 그 지역의 정체성은 살아날 수 있고 존재가치를 찾을 수 있는 것이다. 그러기 위해서는 건축이 관광 誘引物(Attraction)으로써 중요한 역할을 할 수 있어야 한다.

전통적 주생활 문화를 관광상품화 할 수 있는 요소는 크게 자연적인 요소와 문화적인 요소로 나뉘어진다. 자연적인 요소에는 마을 경관, 수자원, 수목, 기후, 환경 등을 들 수 있고 문화적인 요소에는 역사, 건축, 축제, 농사, 음식, 제사 등 유·무형의 인위적인 요소를 말한다.

문화요소를 다시 유형적인 것과 무형적인 것으로 나누어 볼 때 유형적인 것에는 건축, 도시를 비롯하여 자연경관, 조경, 역사적인 장소, 특산물, 각종 유형문화재, 매장문화재, 공예품, 민속제품, 농기구, 서책 등이 있고, 무형적인 것으로는 역사, 전설, 무형문화재, 지방색, 음악, 축제, 민속놀이, 전통음식, 민간용법, 방언 등이 있다. 이런 것들이 정체성을 만들어내는 요소라 하겠다. 그 내용을 정리해 보면 다음과 같다.<표 1>

〈표 1〉 전통 건축문화의 관광상품화 요소들

분류	요 소	내 용	구체적인 사례
유 형 적 인 것	도 시	도시의 역사성, 아름다운 도시 경관, 특색 있는 거리	역사적인 거리, 정감있는 거리, 장터, 신작로 등
	마 을	마을의 역사성, 마을 출신의 역사 적 인물, 추억을 되살리는 마을 경관	민속마을, 종가, 반가, 초가, 사당, 방앗간 (물레방아, 연자방아, 디딜방아), 정자, 정자나무, 서당, 성황당, 장승, 솟대 등
	건 축	역사적인 건축, 기록될만한 근대 및 현대건축	관아, 객사, 향교, 서원, 사찰, 반가, 민가, 근대건축, 현대건축 등
	자연경관	아름다운 자연경관, 보존의 가치 가 있는 자연경관	농촌풍경, 명산, 해안, 계곡, 들판, 수평선, 저녁노을 등
	역사적인 장소	역사기록에 나타난 장소, 종교와 관련된 장소	역사적 인물과 관련된 곳, 유명 인물의 탄생지 또는 방문처, 순교지 등
	특산물	음식, 민속공예품, 공산품, 중공업 제품	각종 특산음식, 과일, 음식재료, 목공예품, 석공예품, 공업제품 등
	유형문화재	국가 및 지방정부 지정 문화재	건축, 공예, 회화
	매장문화재	선사시대 주거지, 각종 건물터	주거지, 절터, 성터, 우물 등
	공예품	문화재, 민속공예, 장인의 제작품	장식품, 탈, 의상, 목제품 등
	서 책	역사, 민속, 군지 등	문집, 각종 읍지, 작품집, 관련서책
무 형 적 인 것	역 사	기록에 나타난 도시의 역사, 지역의 역사	역사적인 사진, 탄생 인물, 역사현장 등
	전 설	지역의 전설, 민담, 고사 등	
	무형문화재	장인의 기술, 예인의 기예, 민간 신앙, 관혼상제 등	도자공예, 가구, 칠, 줄타기, 성주풀이, 각종 제례 등
	음악연극	전통민속음악, 현대음악,	농요, 농악, 판소리, 가면극, 탈춤
	축 제	동제, 지역축제, 민속축제 등	당제, 탈춤페스티벌, 음식축제 등
	놀 이	전통민속놀이,	연날리기, 널뛰기, 팽이치기 등
	전통음식	전승되어온 전래 음식, 제사음식	주식, 부식, 술, 떡, 국수, 해산물 등
	방 언	재미있고 독특한 용어,	각 지역별 사투리
	민간요법	지역의 독특한 민간요법	모래찜질, 고로쇠, 건강식품 등
5일장	정기적으로 열리는 전통 시장		

Ⅲ. 전통 주생활 문화의 관광상품화 개발전략

1. 유형분류

1) 유형적인 것

- ① 마을경관을 활용하여 방문자에게 기억에 남도록 한다. 마을 내 건축과 조경을 체험하게 하고 인근의 높은 언덕에 정자를 만들어 휴식을 겸한 전망대를 만들어 줌으로써 체류 시간을 늘인다.
- ② 건축물은 관광자원으로써 상품화 가치가 가장 큰 요소이다. 건축물의 유형과 특징을 이해시키고, 주생활 공간 체험을 할 수 있도록 한다.
- ③ 민속자료는 마을이나 건축에 생동감을 불어 넣어줄 수 있는 요소이다. 이러한 민속 자료의 전시 방법에 따라 교육관광의 효과를 크게 나타낼 수 있다.(일반전시장, 건축 현장 전시, 민속자료를 이용한 건축일, 농사 체험, 모심기, 곡물이나 과일추수 등)

2) 무형적인 것

- ① 역사자료 : 마을의 내력, 건축물의 역사성, 전설, 마을축제 등
- ② 체험관광 개발 : 농사체험, 장승 만들기, 솥대 만들기, 이엉잇기, 톱질, 대패질 등 집 만들기, 전통가옥 생활 등(눈 오는날 전통가옥에서 보내기, 가족과 함께 전통가옥 생활)
- ③ 이벤트 개발 : 어린이 사생대회, 모내기 행사, 초중학생 예절교실, 대학생 디자인 캠프, 환경캠프, 사진경연대회, 전통생활체험교실 등

2. 주생활 문화를 이용한 관광상품의 활성화 방안

1) 마을 답사코스 개발

- ① 자유로운 답사를 위한 안내 : 안내지도, 안내판, 기분 상하지 않는 경고문, 포장재료를 이용한 안내디자인(Freedom trail)
- ② 안내인과 함께 하는 답사코스 : 지정된 안내인을 따라 해설과 함께 답사(문화재해설사)
- ③ 탈것을 이용한 답사코스 : 마차, 우차 등 전통적인 운송수단을 이용하여 지정된 코스를 답사(마차운영)

2) 인근 관광지와의 연계

- ① 투어코스 개발 : 인근 관광지와 연결하는 관광코스, 역사 인물 탐방 코스, 역사사건 탐방 코스, 문학인물, 문학배경 탐방 코스 등
- ② 휴양, 놀이시설과의 연계 : 온천, 명산, 유적지, 휴양지, 놀이시설 등과 연결하는 투어 코스

3) 전통적接客시설 만들기

- ① 전통 저잣거리 건립 : 또 다른 볼거리로써 관광자원이 된다.(민속마을의 경관을 해치지 않는 권역에 별도 설치, 민속마을의 거주민 생활을 보장해 주면서 주민 소득증대와 연결)
- ② 전통 가옥 숙박시설 : 민속 마을 내 空家 활용, 마을 인근에 소박한 민박마을 신축
- ③ 저잣거리 운영규약 : 호객행위 금지, 상품의 질저하 방지, 혐오감을 주지 않는 복장, 친절함 등
- ④ 마을 내 민박 및 민박마을 운영 규약 : 호객행위 금지, 1일 수용인원 제한, 음식제공 방법, 혐오감을 주지 않는 복장, 친절함 등

4) 공가(空家) 활용방안 모색

- ① 민박집으로 활용한다.
- ② 작가, 예술인을 대상으로 장·단기 대여해 줌으로써 활성화한다.
- ③ 해당 시 군에서 매입 또는 장기 대여하여 민속자료 전시공간으로 활용한다.
- ④ 전통가옥을 예술활동 공간으로 활용한다.(음악회, 전시회 등)
- ⑤ 전통혼례공간으로 활용한다.
- ⑥ 동호인 모임장소로 활용한다.

5) 관광자원 홍보

- ① 해당 시, 군과의 연계 : 마을, 건축물 소개, 관광정보 체계화
- ② 각종 국·내외 행사장소로 적극 활용
- ③ 홍보 homepages 개설
- ④ 드라마나 영화 촬영장소 활용
- ⑤ 지역 학교와 연계 : 문화유산 방문하기, 교내행사장으로 활용
- ⑥ 유인물 발간 : 역사책, 전래문집, 소개책자, 사진집, 비디오테이프, CD집

⑦ 기념품 개발 : T-셔츠, 열쇠고리, 경관판화 접시, 마을의 이미지를 담은 생활용품, 전래되어오는 민속품을 상품화 등

⑧ 마을 이미지디자인 작업 : 안내판, 관광상품, 각종 홍보물 등

6) '문화유산 해설사' 운영

① 2001년부터 시행되기 시작한 '문화유산해설사'제도를 적극적으로 활용

② 마을 주민을 문화유산해설사로 양성 운영

③ 자원봉사자 제도 운영

7) 국·내외 타 지역과 교류

① 국내외 민속마을과 교류를 통해 보존문제, 활성화문제, 운영문제 등 발전방안을 모색

② 정기적인 모임과 행사를 통해 보존의 효율성 극대화

③ 문화관광 정보시스템 구축

8) 민속마을(또는 해당 건축물) 보존위원회 및 후원회 설치 운영

① 민속마을을 자치적으로 보존 운영할 수 있도록 유도하기 위한 '마을보존위원회'가 필요함 : 주민 참여에 의한 마을보존운동의 모체가 된다. 장래 법인체로 만들어 운영을 활성화한다.

② 관심 있는 국외자들을 후원회로 유입하여 관심을 갖도록 유도 : 마을출신 외지인, 마을 관련 후손 및 인사, 마을에 관심이 있는 모든 사람이 대상이다.

9) 마을 주민 의식수준 향상

① 마을 주민의 역사의식, 문화의식 수준은 향상을 위한 노력이 필요하다.

② 주민의 주인의식과 서비스 향상 노력이 필요하다.

3. 관광상품화를 위한 전통 주택 건립 및 보수지침

역사 문화 환경을 보존하면서 민속마을을 관광 상품화하기 위해서는 반드시 주민이 그곳에서 생활을 영위하고 있어야 한다. 그렇지 않으면 박제화 된 모형에 불과하다. 한편으로는 이율배반적으로 주민의 생활을 위해서는 한정된 문화생활을 보장해 주지 않으면 안된다.

보존과 생활보장이라는 상반된 행위를 어떻게 조화시키느냐는 전통 주생활공간을 관광

자원화 하는데 중요한 과제가 된다.

기존 전통 민속마을에 주택을 신축할 경우, 원칙적으로 외부 형태는 마을의 전통적 경관에 맞추어 특정시대의 전통양식으로 건립하도록 한다.²⁾ 다만 실내공간은 기능과 용도에 따라 부분적으로 변형을 할 수 있도록 한다. 시설물의 변형 범위는 기본적인 지침을 정하여 이 지침을 준용하도록 한다.

신축하고자 하는 사람에게 설계 전 이 지침을 알려 이해하도록 한다. 설계과정에서 지침의 이행여부를 확인하기 위해 '마을보존위원회'와 협의 과정을 권장한다.

'마을보존위원회'에서는 관련분야 전문가를 자문위원으로 참여하도록 하여 협의 과정에서 지침내용의 준수사항 여부를 검토하도록 한다.

다만 전통마을 내 空家, 또는 비 거주용 건축물의 경우 해당 시대의 전통적인 모습을 그대로 복원, 보수할 수 있다. 주인이 있는 공가의 경우 주인의 허락을 얻거나 마을 공동소유로 변환하거나, 지자체에서 매입하여 운영하는 방안이 모색될 수 있다.

■ 전통민속마을 내 주택 신축 및 보수 지침(안)

- 문화재로 지정된 건축물의 경우 문화재 보호법에 따르도록 한다.(원형보존 원칙)
- 주택 및 부속 건물의 외부형태는 조선시대 전통양식으로 한다.
- 건축물의 높이와 규모는 마을 내 주택 규모를 과도하게 초과해서는 안된다.
- 건축물의 전체적인 형태는 마을 경관에 어울리도록 해야 한다.
- 건축물의 내부구조는 기능과 용도에 따라 변형시킬 수 있다.
- 외부로 노출되는 기단부에는 반드시 석재를 사용하되 건축물의 기능과 용도, 규모에 맞도록 설계한다.
- 외부로 노출되는 초석은 반드시 석재를 사용하되 건축물의 기능과 용도, 규모에 맞도록 설계한다.
- 외부로 노출되는 기둥부재는 반드시 목재를 사용하여야 한다.
- 외부로 노출되는 창호재료는 반드시 목재를 사용하여야 한다.
- 목재와 유사한 플라스틱재 창호, 금속재 창호를 사용할 경우 목재창호 안쪽에 달아야 한다.
- 창호에 붙이는 유리제품은 가능한 한 외부로 노출시키지 않는다.

2) 현재 전통민속마을은 조선시대가 배경이므로 가능한 한 조선시대를 대상으로 한다. 고려시대 이전을 대상으로 할 경우 고증의 문제와 생활환경을 만들어 낼 소프트웨어 문제가 있으므로 고려시대 이전의 경우 그것도 당시 추정건축물만 보여줄 수 밖에 없다.

외부로 노출되는 벽의 마감재료에 세멘트, 타일, 벽돌, 금속, 플라스틱 등 현대적인 가공 재료를 써서는 안된다. 다만 전통적인 형태에 지장을 주지 않는 작은 범위 내에서 협의를 거쳐 현대적인 가공재료를 쓸 수 있다.

처마에 채양을 설치할 경우 금속, 플라스틱 재료를 사용할 수 없다. 다만 전통적인 모습을 해치지 않는 범위 내에서 전통재료를 사용할 경우 보존위원회와 협의를 거쳐 사용할 수 있다.

보일러 시설을 할 경우 보일러는 외부로 노출되지 않도록 하며, 실을 설치할 경우 본체의 재료와 구조를 준용한다.

굴뚝에 세멘트, 벽돌, 금속, 플라스틱 등 이와 유사한 현대적인 가공제품을 사용해서는 안된다. 다만 굴뚝 외부로 노출되지 않는 곳에는 협의를 거쳐 사용할 수 있다.

전기계량기, 분전반, 전화단자함 등 건물에 부착되는 시설은 가능한 한 은폐되도록 하며, 그 색상과 재료는 보존위원회의 권장사항을 따르도록 한다.

대문에 세멘트, 금속, 플라스틱 등 이와 유사한 현대적인 가공제품을 사용해서는 안된다. 다만 외부로 노출되지 않는 부분에는 협의를 거쳐 사용할 수 있다.

담장에 세멘트 제품, 금속 및 플라스틱 제품을 써서는 안된다. 다만 세멘트를 사용할 경우 외부로 노출되지 않도록 한다.

외부로 노출되는 냉방기기는 나무, 대나무, 발 등 전통재료를 이용한 함을 만들어 주택 경관에 어울리도록 한다.

프로판 개스통은 나무, 대나무, 발 등 전통재료를 이용한 함을 만들어 주택경관에 어울리도록 한다.

마을 내 전선은 지중화 하여 노출되지 않도록 한다.(전기, 전화, TV 공청안테나 선 등)

마을 내 변압기 함은 마을길에 노출되지 않도록 하며, 노출될 경우 외부에 전통재료를 이용하여 경관을 해치지 않도록 한다.(변압기 발열 고려)

위 사항과 관련되지 않은 내용의 경우 반드시 보존위원회와 상의를 거쳐 시행하도록 한다.

IV. 관광 상품화 기획의 접근방법과 역할

1. 상품화 기획

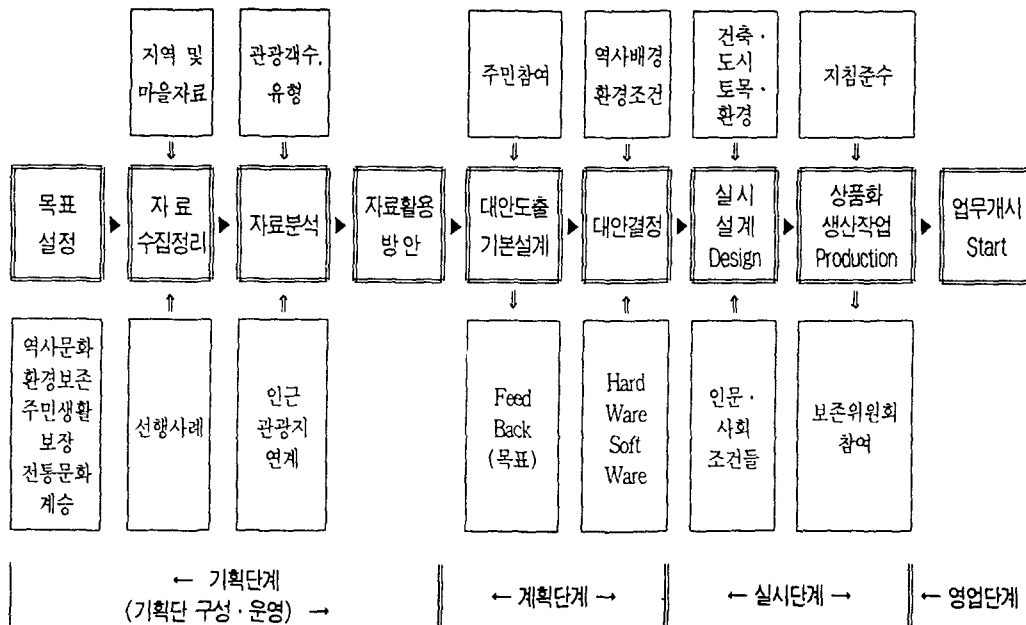
인습이 현대생활에 젖어 있어서 옛 모습으로 돌아가기란 그리 쉬운 일은 아니다. 전통

건축을 관광상품화 하기 위하여 단순히 물리적으로 재현하는 것은 쉬울지 모르지만 그 속에 담겨지는 내용까지 재현하기란 어려운 일이다. 전통 생활문화를 관광상품화 하기 위해서는 그것이 지니고 있는 역사성과 당위성, 목적과 내용이 담겨져 있어야 한다. 이를 위하여 단계별 접근방법이 필요하다.

실제로 사업이 구체화되기까지는 크게 기획단계, 계획단계, 실시단계, 영업단계를 거치게 된다.<표 2>

전통 주생활 문화가 관광 상품화되기 위한 첫 번째 작업은 무엇보다도 목표의 설정이 명확해야 한다. 목표를 정확하게 설정하기 위해서는 역사를 이해해야 하고 그 역사를 바탕으로 미래에 대한 삶의 지표를 설정할 수 있도록 하여야 한다. 과제의 목표가 단순히 관광자원화에 치우쳐 주민의 생활을 불편하게 하거나 주민편의를 위하여 역사적 사실을 무시해서는 안될 것이다. 관광이 우선되어 문화환경이 훼손되어서도 안되고, 보존만을 위하여 관광이 무시되어서도 안된다. '보존'과 '관광'이라는 두 개의 상반된 목표를 훌륭하게 조화시켜 가야한다.

<표 2> 전통 민속마을 관광상품화 진행과정



두 번째는 자료 수집 및 정리가 이루어 져야할 것이다. 자료는 앞에서 언급한 각종 요소를 기본으로 정리하되 추가될 수 있는 요소들은 모두 망라하도록 한다. 유형적인

것뿐만 아니라 무형적인 것을 포함하여 앞에서 언급한 모든 자료가 관광자원화 될 수 있으므로 가능한 모든 내용을 조사 정리한다. 중복된 자료라도 경우에 따라서는 복합적으로 사용될 수 있으므로 소홀히 해서는 안된다. 이 자료들 중 유형적인 것과 무형적인 것의 활용 방법은 다르지만 유형적인 자료에 내용을 풍부하게 해주는 것은 바로 무형적인 자료라는 것을 잊어서는 안될 것이다. 경우에 따라서는 무형적인 자료가 더욱 중요하게 관광자원으로 활용될 수도 있다.

세 번째는 이러한 자료를 어떻게 활용할 것인가를 위한 분석과정이다. 즉 조사된 자료를 바탕으로 그 활용방법에 대한 분석단계를 거쳐 활용방안을 모색한다. 자료 중에는 직접적으로 활용하는 자료도 있고, 간접적으로 활용하는 것도 있다. 뿐만 아니라 복합적으로 활용하는 것과 이미지화 하여 활용하는 방안도 있을 것이다. 물리적으로 현존하는 자료와 현존하지는 않지만 근거를 남기고 있는 자료도 있을 것이다. 이러한 모든 자료가 조사 분석될 수 있어야 한다. 일반적으로 유형적인 것은 직접 사용이 가능하지만 무형적인 것은 유형적인 것과 함께 함으로써 활용가치가 극대화 될 수 있다. 예를 들면 역사적인 사실은 그 역사적인 장소(또는 건조물)가 현존함으로써 관광자원화의 가치를 발휘할 수 있으며 방문객들에게 깊은 인상을 주게 된다.

네 번째는 자료의 활용방법 도출이다. 지금까지 수집된 자료를 정리 분하고 이를 바탕으로 구체적인 활용방안을 만들어 가는 단계라고 할 수 있다. 건축과 도시, 자연공간, 역사적인 장소와 같은 유형적인 것은 관광객을 끌어들이는 직접적인 자료가 된다. 그렇기 때문에 이러한 요소들을 어떻게 물리적으로 만들어 내는가의 문제가 가장 중요한 관건이 된다. 이 단계에서 고려할 사항으로는 건축적으로 구체화되는 장소의 환경연구이다. 여기서 말하는 환경에는 자연 및 지리환경, 인문환경, 사회환경을 포함하고 있다. 또한 실현하고자 하는 내용이 초기단계에서 설정했던 목표와 부합하고 있는지 피드-백 하는 것도 잊어서는 안된다. 이 단계에서 해야할 업무중에는 선행 사례조사도 포함되어야 한다. 선행 사례조사는 시행착오를 최소화하는데 반드시 필요한 과정일 뿐만 아니라 장단점을 분석하여 적용될 수 있는 내용을 참고하는데도 필요하다.

다섯 번째는 대안의 도출과 도면화 작업 단계이다. 대안의 추출은 우선 그 지역이 지니고 있는 환경조건, 역사적 배경, 현존하는 자연경관 및 마을경관 등을 고려한다. 그리고 선행 사례에서 분석된 각종 요소들을 참고로 진행된다. 작업에서 가장 고려할 사항은 대상지역의 정체성을 구체화하는 것이다. 예를 들어 현존하는 역사적 문화환경(문화재로 지정된 건조물 등)을 중심으로 주변 경관을 정비, 조성해 준다. 현존하는 문화환경이

없을 경우 장소성을 근거로 역사적인 내용을 현실화하는 방안도 있을 수 있다. 이 경우 명확한 고증문제를 고려하여야 한다. 또한 지역의 특산물과 연계시켜 역사적인 공간을 만들어내는 방안도 있다. 도면화 작업은 그 동안 진행되었던 자료분석 내용과 선행사례 분석내용을 바탕으로 이루어진다.

2. 상품화 작업의 주체와 역할

전통 주생활문화가 계승 발전되기 위해서는 우선 주민들이 생활문화를 먼저 이해할 수 있어야 하며, 그 다음으로는 행정가들이 전통문화에 대한 자긍심을 지니고 있어야 한다. 마지막으로 전문가의 역할이 중요하다.

1) 주민

주생활 문화 환경을 잘 보존하고 이를 상품의 가치를 극대화시키는 주체는 말할 것도 없이 지역 주민이다. 행정 혹은 건축가의 역할도 중요하지만 주민 참여가 필수 불가결이다. 그러므로 주민이 주체가 되고 주도권을 가져야 한다. 일반적으로 주민 참여에 의한 '마을 가꾸기'가 효과를 나타내기 위해서는 조직체로서 '보존위원회(또는 협의회)'와 같은 시스템이 필요하다. 경관문제 뿐만 아니라 보존과 활성화, 그리고 관광상품으로써의 가치를 소득으로 연결시키기 위한 논의를 중심으로 마을 가꾸기가 진행되도록 한다. 좋은 대안을 도출하기 위한 전문가의 자문을 구하고 사업을 원활하게 실행시키기 위한 행정가의 도움을 요청하기도 하다. 행정가의 도움은 특히 중요하므로 주민 협의체에 행정가와 전문가가 참여할 수 있도록 해야 한다. 이 협의는 결국 지역 주민의 의식수준을 높이기 위한 작업의 일환으로 생각해야 한다.

2) 행정 및 정책 담당자

정책담당 행정가는 먼저 사업의 중요성을 인식하고 의무와 책임감을 지니고 있어야 한다. 과제의 목표를 정확하게 설정하고 목표를 달성하기 위한 최적의 방법론을 도출하기 위하여 노력해야 한다.

이들은 지역 주민들이 스스로 도시경관 가꾸기에 동참할 수 있도록 자료를 제공하고 동기를 부여하여야 한다. 지역주민들을 대상으로 '역사적 주생활 문화 환경 보존'에 대한 개념과 목표를 인식시키고, 성공적인 선행사례를 통하여 주민 참여 의욕을 불러일으키도록 해야 한다.

자체 교육 프로그램을 개발하여 문화에 대한 전문지식을 습득하도록 노력한다. 지역의 문화를 발굴하고 이를 육성, 지원하는 노력도 필요하다. 지역의 문화는 마을 가꾸기의 내용을 풍부하게 만드는 요소가 된다. 이와 함께 지역문화재 보존과 아름다운 마을경관이 마을 가꾸기와 연결될 수 있게 하여야 한다. 미래사회는 문화상품이 가장 중요한 자원이다. 지방정부의 정책방향은 '문화'를 우선하는 정책으로 방향이 전환되어야 한다.

3) 민·관 공동작업의 역할

주생활 문화 환경이 관광자원으로써 역할을 할 수 있게 하려면 결국 지역 주민과 행정 관청의 공동작업이 이루어지지 않으면 안된다. 주민과 관의 공동작업의 순서는 준비단계를 거쳐 주민과의 접근단계, 주민과의 논의단계, 마지막으로 주민과의 상호 이해단계로 이어져야 한다.<표 3>

<표 3> 주생활문화의 관광상품화를 위한 민·관 공동작업 흐름

단계별 작업	내용
1. 준비 단계	① 「관광상품화 작업」의 동기와 개념 및 목표를 정리 ② 마을 문제 및 과제 분석 ③ 주민의 특성과 접근방법 검토 ④ 참여 작업 프로그램 작성
2. 접근 단계	① 주민과 만나는 계기를 만든다. ② 주민 대표자와 간담회를 갖는다. ③ 「보존위원회」를 구성하도록 노력한다.
3. 논의 단계	① 구성된 협의회와 논의 ② 그 밖의 여러 가지 문제에 대하여 주민들과 논의를 거친다.
4. 이해 단계	① 협의내용을 구체화 ② 계획안을 설명하여 이해의 공감대를 형성한다. ③ 협의 내용을 바탕으로 그 다음 단계로 이어지도록 한다.

준비단계에서는 관광상품화를 위한 마을 가꾸기의 동기와 개념 및 목표를 정리하고 문제 및 과제를 분석한다. 주민의 특성과 접근방법을 검토하는 작업과 함께 참여하여 작업할 수 있는 프로그램을 작성한다.

주민과의 접근단계에서는 주민과 만나는 계기를 만들고, 주민 대표자들과 간담회를 갖는다. 이 단계에서는 「보존위원회」와 같은 협의회를 구성하도록 노력한다.

주민과의 논의단계에서는 구성된 보존위원회와 논의를 하고, 그 밖의 여러 가지 문제에 대하여 주민들과 논의를 거친다.

주민과의 이해단계에서는 협의내용을 구체화하고 계획안을 설명하여 이해의 공감대를 형성한다. 이러한 이해를 바탕으로 그 다음 단계로 이어진다.

이와 같은 민·관의 공동작업이 가져오는 기대효과는 첫째 관주도형에서 민관협동으로 주민의식이 변화된다는 점이고, 두 번째는 행정발의형에서 지역주민발의형으로 전환된다는 점을 들 수 있다. 세 번째는 행정의존형에서 마을자율형으로 전환된다는 것이다.

마지막으로 사업의 결과에 대한 문제점을 최소화하고 성과를 극대화 할 수 있다는 점이다.

아무리 훌륭한 관광자원이라도 지역에서 소외당하고 재창출되지 않으면 존재가치가 없다. 문화의 유기적 관계가 생활 속에 녹아 들어가 생활 근저에서 창조되지 못할 때는 아무런 소용이 없는 것이다.

독특한 주생활문화가 관광자원으로 활용될 때 정체성(Identity)은 살아날 수 있고 존재 가치를 찾을 수 있는 것이다. 주생활 문화는 반드시 그 지역의 특수한 정보와 역사성을 간직하고 있어야 하며 그 가치를 살리기 위해서는 여러 분야에서 협조와 노력이 있어야 한다. 특히 유형이나 무형 문화재는 주생활 문화를 더욱 잘 살릴 수 있는 요소가 된다. 역사적 문화 환경을 주민 스스로 보존하는 노력이 하나의 운동으로 일어나야 한다. 문화환경 보존을 위한 행정적, 재정적 배려 이전에 주민 스스로 보존하려는 노력이 앞설 때 관광자원으로써 효과는 극대화 될 수 있다. 뿐만 아니라 주민 스스로 전통문화에 대한 자긍과 정체성을 간직하고자 하는 노력이 어우러질 때 비로소 가치가 인정받을 수 있는 것이다. 그러나 주민의 자발적인 운동만으로 전통문화가 보존되고 계승되기는 어렵다. 이러한 문화운동이 활성화되기 위해서는 행정, 재정적인 배려와 후원이 반드시 뒷받침되어야 한다. 그러기 위해서는 우선 모든 공무원들에게 문화관련 프로그램이 교육에 반영되어야 할 것이다.

역사적 문화환경은 인간의 문화생활을 더욱 풍요롭게 해줄 것이며, 나아가 지역의 가치를 살리는 중요한 자원이 될 것이다.

V. 정 리

역사적인 주생활 문화환경을 보존하여 이를 관광상품화 하는 것은 지역의 경쟁력을 높이는 중요한 사업이다. 이 사업이 성공하기 위해서는 주민의 참여가 필수적이다. 이 사업은 전통문화의 보존과 함께 주민의 삶의 질과 생활문화가 함께 보장되도록 하는 '원-원전략'이 되도록 해야 한다.

역사 문화환경은 절대적인 가치와 상대적인 가치를 동시에 지니고 있어야 한다. 절대적 가치와 상대적 가치가 조화롭게 표출되어 지역주민과 함께 해야 하며 나아가 전통문화와 문화적 전통이 유기적으로 계승되어야 한다.

현대사회에서 이제는 문화의 질이 높인다는 것만으로 문화행정이나 문화운동이 만족해서는 안된다. 미래의 문화는 질의 문제가 아니라 ' 즐겁게 즐기는 것'에 초점이 맞추어져 가고 있다. 방문하고, 소유하고, 느끼고, 즐겁게 즐길 때 문화의 가치가 살아나게 되는 것이다.

주생활 문화를 관광 상품화하는 목표는 역사적 문화환경을 보존하고 주민의 삶의 질을 보장하고 방문자에게 소유하는 즐거움을 주어야 한다. 그러기 위해서는 '전통문화 환경 보존'을 최우선으로 안정성, 건강성, 쾌적성, 그리고 정체성을 지니고 있어야 한다. 이 사업은 단시간에 이루어질 성격이 아니라 지역주민이 기본개념을 이해하고 스스로 동참할 때 그 성과가 크게 나타날 수 있다. 그러므로 전통 주생활 문화를 관광자원화 하는 계획은 주민의 이해를 전제로 진행되어야 할 것이다. 전통적 주거환경이 관광자원으로써 가치를 지니기 위해서는 물리적인 규제도 중요하지만 지역 주민들의 자발적인 참여가 중요하다. 사업의 성패는 지역 주민의 자발적인 참여와 깊은 관련이 있다. 정책 담당자나 행정가의 역할도 중요하지만 지역주민을 중심으로 하는 주민 문화운동으로 발전시켜 가는 것도 하나의 방법이다. 주민 문화운동으로 전환되어야 한다는 것은 결국 주민 스스로 동참하도록 유도하는 것이다. 지역 주민의 자발적인 참여 없이 실패한 사례를 많이 보아 왔다. 행정가나 전문가가 지역 주민이 스스로 참여 할 수 있도록 자료를 제공하고 목표를 달성할 수 있도록 도와주어야 한다.