

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안에 관한 연구

김형렬*

< 목 차 >

I. 서론	IV. 향토음식의 상품화 방안
II. 이론적 고찰	V. 결론
III. 지역축제의 현황	참고문헌
	ABSTRACT

I. 서론

21세기를 앞두고 우리사회는 급격한 변화의 소용돌이 속에 있다. 문민정부의 출범과 함께 국제화 또는 세계화라는 용어가 언론매체를 통해 흘러나오면서 산업계에서도 21세기를 맞이하여 경쟁력을 향상시키기 위한 방안으로 기업간의 통폐합, 벤치 마킹 또는 다운사이징 등의 기법을 동원하여 자기 개혁을 추진하기에 여념이 없다.

2000년대가 다가온 요즘, 관광산업에 있어서도 시장환경의 변화에 따른 상권 재편의 움직임이 일고 있다. 유래 없이 지속되는 경기침체, 개폐업의 악순화과 이에 따른 관광상품의 난립, 타계 또는 타업태와의 끊임없는 시장경쟁은 관광상품의 신상품 개발의 필요성을 직시하고 있다.

관광상품 중 향토음식은 널리 분포되어 있다. 그러나 이러한 잠재력이 많은 관광상품이 상품화되지 않고 각지방에 제한되어 판매되어 가고 있다.

* 단국대학교 대학원 식품영양학과(조리과학 및 단체급식 전공) 박사과정
(주) 파라다이스 위키힐 지점 식음료부 근무

새로운 산업에 적응하기 위해 새로운 상품을 개발하여 시장 경쟁력에 맞는 상품으로 전환 시키는 것이 중요하리라 사료된다.

따라서 본연구는 향토 음식이라는 우리의 음식을 신상품으로 개발하여 새로운 관광상품으로 만들어 관광마케팅을 도입하여 상품화시키는데 목적을 두고 있다.

본연구의 목적을 달성하기 위하여 각국의 향토음식의 현황을 비교 분석하여 향토음식을 상품화 할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 한국음식의 개요

1) 한국 음식문화의 역사적 배경

(1) 선사시대

한반도에서 빗살무늬 토기의 신석기 문화에서 고기잡이와 사냥을 주로 하다 후기에는 원시 농경생활로 점차 바뀌어 갔다.

벼의 재배가 시작된 것은 B,C 2000-1500년 쯤 부터이다. 곡물의 종류는 벼, 기장, 조, 보리, 콩, 수수, 팥 등이 재배되고, 유목계의 영향으로 가축의 생산도 크게 늘어났다.

농경은 차츰 더욱 발달하고, 가을 철에는 추수를 감사하는 뜻으로 하늘에 제사를 올리는 영고, 동맹, 무천등의 제천 의식때는 밤새도록 마시고 먹고 춤을 추는 풍습이 있었다고 한다. 이때에는 곡물을 찧어 밥도 짓고 떡도 만들며, 술을 빚는 기술이 뛰어나 중국에 까지 널리 알려졌다.

우리 조상은 중국 전래의 농작물 외에 콩을 처음으로 재배하기 시작하였음이 최근 세계 여러학자들에 의해 인정되고 있다.

(2) 삼국시대와 통일 신라시대

삼국시대에는 철기문화가 발달하여 농경의 기술도 혁신되고, 벼농사가 크게 보급되었다. 북방의 고구려는 조, 신라는 보리, 백제는 벼가 많이 생산되었으나. 기

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안에 관한 연구

장, 수수, 밀, 보리 등도 재배되었다.

농산물의 가공방법이 발달하여 술, 장, 김치, 젓갈 등을 만들어 오래 저장할 수 있게 되었다. 여러 종류의 재료를 이용하여 식생활이 다양화되었고, 곡류 중심의 주식과 채소, 육류 어패류를 부식으로 하는 구조가 확립되었다.

또한 이 시기는 왕권사회였으므로 서민의 식생활과 귀족의 식생활의 차이가 현저하였을 것이다. 지배 계급은 불교와 함께 들어온 음차의 습관이 생기고 다기와 식기가 발달하고 열음을 이용한 풍요한 식생활을 영위하였다.

(3) 고려시대

고려시대에는 권농정책으로 농업이 성하였고, 농경기구의 개선에 힘을 쓰고 곡물을 비축하는 제도가 실시되었다. 신라에 이터 고려에도 관설의 시장이 생기고 화폐가 통용되었다. 개성에는 주점이 생기고 외국과의 교류가 빈번해지자 객관이 출현하였다. 그리고 사원을 중심으로 술, 차, 국수 등을 제조하게 되었다.

고려시대에는 불교가 더욱 융성해져 습관은 쇠퇴하기 시작하였다. 육식의 쇠퇴로 식물성 식품을 더욱 맛있게 먹는 방법이 연구되었고 기름과 향신료의 이용도 많이 하게 되었다.

고려 시대 중기이후에는 승려보다 무관의 세력이 강하여 지니 사회의 풍조에도 변화가 생겨서 육식의 습관이 다시 대두되었다.

고려 후기에는 몽고의 지배로 도살법도 배우고 여러 가지 육식의 조리법도 배우게 되어 식생활의 양상이 많이 바뀌게 되었다.

(4) 조선시대

조선시대에는 유교를 숭상하고 불교를 배척하는 것이 기본 정책이었으나 초기 황실에서는 개인적으로 불교를 옹호하였다. 따라서 조선조 초기에는 식생활에 대한 변화는 없었으나, 16세기 이후 송유중의 사림파가 양반 문벌 사회를 형성하여 식생활에도 큰 변화가 가져왔다.

식생활에 유교가 끼친 영향을 살펴보면 우헌 차를 마시는 습관이 없어진 것을 들 수 있다. 불교에서는 차를 올리고 즐겨 마시므로 이를 꺼려하는 차발을 방지하게 되었고, 일부 전라도 지방의 사찰의 스님과 학자들 사이에만 차 마시는 풍습이 면면히 이어졌다.

조선시대에는 계급사회로 빈부의 격차가 심해져서 식생활에도 심한 차별이 생기게 되었다. 농민들은 흉년에 굶기가 예사여서 산야의 풀이나 열매, 나무 껍질, 등 구황식물을 찾아내기에 이르렀다.

조선시대에는 고려시대에 비해 식품이 더욱 다양해지고 조리법은 고려시대를 이어받게 되어 상차림의 형식도 세우게 되었다. 식생활이 다양해지면서 반가에서 음식을 만드는 조리서와 술 만드는 법을 적은 서적 등이 나오게 되었고, 명절이나 때에 시식과 절식도 즐기게 되었고 지방에 따라 특색있는 음식이 등장하였다.

궁중에서도 전국에서 올라오는 각종의 진귀한 재료로 고도의 조리기술을 가진 주방 상궁과 숙수들에 의해 한국음식이 최고로 발전한 절정기를 누렸다. 조선왕조의 후기에 이르러 한국음식은 완성되었으나, 20세기에 들어와서는 서양의 문화와 중국과 일본의 음식들이 들어오게 되면서 한국 음식에도 많은 영향을 주어 고유성이 변화 되었다.

2) 한국음식의 특징

한국음식에는 전통이 그대로 전승되는 것은 향토음식, 혼인음식, 명절음식, 시식, 제사음식 등이 있다. 예전과는 달리 근래에 이르러서 여성의 교육기관이 생기고 외식산업의 발달로 인하여 차츰 집안에서 솜씨를 물려 받는 기회가 적어졌다.

밥이나 곡물로 만든 음식을 주식으로 하고, 그외의 식품으로 찬을 만들어 먹는 식사의 형태는 공통이다.

한국음식의 특징은 다음과 같다.

- ① 곡물을 중히 여겨 곡물음식이 다양하다.
- ② 주식과 부식이 명확하게 구분되어 발달하였다.
- ③ 음식의 종류와 조리법이 매우 다양하다.
- ④ 음식의 간을 중히 여긴다.
- ⑤ 섬세한 손동작이 요구된다.
- ⑥ 음식의 맛이 다양하고 향신료를 많이 사용한다.
- ⑦ 조화된 맛을 중히 여긴다.
- ⑧ 음식의 모양보다 맛을 위주로 한다.
- ⑨ 상차림과 식사예법에 유교 영향이 크다.
- ⑩ 조반과 석반을 중히 여긴다.
- ⑪ 명절식과 시식의 풍습이 있다.
- ⑫ 공동식의 풍습이 있다.
- ⑬ 저장식품이 발달하였다.
- ⑭ 풍류성과 주체성이 뛰어나다.

3) 한국 음식의 분류

한국음식의 특징의 하나로 음식의 종류와 조리법이 매우 다양하다는 점을 들 수 있다. 그렇듯 한국의 음식의 종류는 대단히 많다.

한국음식은 크게 주식류, 찬품류, 떡과 한과, 차와 화채로 구분하여 볼 수 있다.

구체적인 분류를 보면 다음과 같다.

첫째, 주식류에는 밥, 죽, 미음, 응이, 국수, 만두와 떡국등이 있으며, 응이라 함은 곡류를 곱게 갈아서 전분을 가라앉혀서 가루로 말렸다가 물에 풀어 익힌 마실 수 있을 정도의 농도를 가진 것을 말한다.

둘째, 찬품류에는 국과 탕, 찌개, 지짐이, 감정, 조치가 있으며, 조치는 궁중에서 일컫는 것으로 찌개를 뜻하는 것이다. 또한 전골, 볶음, 생채, 나물, 조림, 조지개, 초, 구이 등이 있다.

2. 향토 음식

한반도는 남북으로 길게 뻗은 지형으로 동·남·서쪽은 바다에 둘러 싸여 있고, 북쪽은 압록강·두만강으로 중국 대륙과 경계를 이룬다. 그러므로 동서남북의 지세와 기후 여건이 매우 다르므로 그 고장의 산물의 특색이 각각 다르다. 한편 고장 마다의 문화와 사는 사람들의 성품도 뚜렷하게 다르다.

1) 서울 음식

서울은 자체에서 나는 산물은 별로 없으나 전국 각지에서 여러 가지 재료가 모두 모여서 이것들을 다양하게 활용하여 사치스러운 음식을 만들었다.

서울은 조선시대 초기부터 오백년 이상 도읍지였으므로 아직도 서울 음식은 조선시대 음식풍이 남아 있다. 서울 음식은 짜지도 맵지도 않고 대체적으로 중간의 간을 지니고 있다. 왕족과 양반 계급이 많이 살던 곳이라 격식이 까다롭고 맵지도 중히 여기고 의례적인 것도 중요시하였다.

대표적인 서울 음식에는 설렁탕, 장국밥, 비빔국수, 메밀 만두, 떡국, 편수 등이 있으며, 찬류에는 육계장, 추어탕, 각색 전골, 너비아니, 신선로, 구절판, 도미찜 등이 있다.

2) 경기도 음식

서해안은 해산물이 풍부하고 동쪽의 산간지방은 산채가 많고, 밭농사와 벼농사도 활발하여 여러 가지 식품이 고루 생산되는 지역이다. 음식은 소박하면서도 다양하나 개성음식을 제외하고는 대체로 수수한 음식이 많다. 간은 세지도 약하지도 않은 서울과 비슷한 정도이고, 양념이 많이 쓰인다.

강원도 충청도 황해도 지방과 접해 있어 공통점이 많고, 같은 음식도 많이 있다. 농촌 지방에서는 호박, 강냉이, 밀가루 등을 썬어서 풀떼기, 수제비등을 잘 만든다.

개성은 고려시대의 수도였던 까닭에 그 당시의 음식솜씨가 남아 한성, 전주와 더불어 한국에서 음식이 가장 호화롭고 다양한 지역이다. 개성음식의 사치스럽기는 궁중음식에 비길만하고 공과 정성이 많이 들고 재료도 매우 다양하게 고루 섞어서 만든다.

3) 충청도 음식의 특색

농업이 주가 되던 지역이므로 쌀, 보리, 고구마, 무 배추, 목화, 모시 등이 생산되고, 서쪽해안지방은 해산물이 풍부하다.

삼국시대에 백제지역으로 쌀을 많이 생산하고, 북방의 고구려 지역은 조, 경상도인 신라지역은 보리가 주곡이었으리라 추정된다. 그러므로 충청도는 쌀의 생산이 예전부터 많이 있다. 그리고 보리도 곱게 대껴서 짓은 보리밥 솜씨가 훌륭하다. 충청도 음식들은 그 곳 사람들의 소박한 인심이 그대로 나타나 꾸밈이 별로 없다. 충북 내륙의 산간지방에서는 산채와 버섯들이 많이 있어 그것으로 만든 음식이 유명하다. 서해안에 가까운 지역은 굴이나 조갯살 등으로 국물을 내어 날떡국이나 칼국수를 끓이기도 한다.

충청도 음식은 양념을 그리 많이 쓰지 않고 자연 그대로의 맛을 살리고 있다. 경상도 음식처럼 매운맛이 없고, 전라도 음식처럼 사치함도 없으나 담백하고 구수하고 소박하다.

4) 전라도 음식의 특색

전라도는 풍부한 곡식과 해산물, 산채 등으로 다른 지방에 비해 재료가 많고 음식에 정성이 유별나고 사치스러운 편이다. 특히 전라도의 전주, 광주 해남 등은 각 고을마다 부유한 토반들이 대를 이어 살았으므로 좋은 음식을 가정에서 대대로 전수하고 어느 지방도 따를 수 없는 풍류와 맛의 고장이라 하겠다. 경기도 개성은 고려시대의 음식을 전통적으로 지키면서 아주 보수적인데 전라도는 조선조의 양반풍을 이어 받아서 고유한 음식법을 잘 지니고 있다. 산나물들을 잘 써서 다양한

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안에 관한 연구

음식을 만들어 내고 있다. 특히 지방의 콩나물은 맛있기로 이름이 나 있다.

전라도 지방의 상차림은 음식의 가짓수를 많이 하는 습관이 있어 상 위에 가득 차이므로 처음 방문한 외지 사람들은 매우 놀라게 된다. 남해와 서해안이 접하여 있어 특이한 해산물, 음식과 짓갈이 많이 있다. 기후가 따뜨하여 음식은 간이 센편이고 고춧가루도 많이 쓰므로 맵고 자극적이다.

5) 경상도 음식의 특색

경상도는 남해와 동해에 좋은 어장을 가지고 있어 해산물이 풍부하고, 경상북도를 크게 굽어 흐르는 낙동강은 풍부한 수량으로 주위에 기름진 농토를 만들어 농산물도 넉넉하다. 이곳에서는 고기라고 하면 바닷고기를 가리키며 담수어를 많이 먹는다.

음식은 맛은 대체로 얼얼하도록 맵고 간이 센편이다.

음식은 멋을 내거나 사치스럽지는 않고 소담하게 만든다. 싱싱한 바닷고기에 소금간을 해서 말려서 굽는 것을 즐기고 바닷고기로 국을 끓이기도 한다. 곡물 음식 중에는 국수를 즐기나 밀가루에 낱 콩가루를 섞어서 반죽하여 홍두깨나 밀대로 얇게 말아 칼로 썰어 만드는 칼국수를 제일로 친다.

6) 제주도 음식의 특색

제주도는 해촌, 양촌, 산촌으로 구분하여 그 생활 태도에 차이가 있다. 양촌은 평야식물 지대로 농업을 중심으로 생활을 하였고, 해촌은 해안에서 고기를 잡거나 해녀로 잠수어업을 하고, 산촌은 산을 개간하여 농사를 짓거나 한라산에서 버섯, 산나물, 고사리 등을 채취하여 생활하였다. 농산물은 쌀이 거의 생산되지 않고 콩, 보리, 조, 메밀, 고구마 등을 많이 생산하고 특산물은 감귤과 전복으로 예전에는 진 상품이였다.

제주도 사람의 부지런하고 꾸밈없는 소박한 성품은 음식에도 그대로 나타나 있다. 음식을 많이 차리거나 양념을 많이 넣거나 여러 가지 재료를 섞어서 만드는 것이 별로 없다.

간은 대체로 짠편이며 회를 많이 먹는다. 재료가 가지고 있는 자연의 그 맛을 그대로 살리는 것이 특색이다. 제주도에서만 잡히는 자리돔과 옥돔이 있고, 전복과 썰미 많이 잡히고 한라산에서는 표고버섯과 산채가 많이 난다.

3. 지역축제의 개념

1) 축제의 개념

축제는 농업·종교·사회·문화의 어떤 사건이나 절기를 기념하여 그것을 의례적으로 축하하는 어느 날이나 기간을 말한다. 축제에 해당하는 영어 개념에는 feast와 festival, carnival이 있다. 여기서 feasts의 잔치라는 말과 가까운 뜻으로 일종의 정화의례의 성격을 갖는다. festival은 축제에 가장 가까운 개념으로 사용되고 있으며, carnival은 사계절 직전 전야에 거행되는 기독교적 축제를 말한다.

문화의 개념은 자국이나 외국이든 간에 인간행동을 이해하는데 매우 유용한 도구이다. 방문자들의 습관과 전통을 이해하면 그 사람을 독특하게 하는 것이 무엇인지 아는데 도움¹⁾이 되며 더 나아가 그 나라를 방문한 관광객의 관심사의 대상으로서의 문화적 체험을 통해 그 나라를 이해하는데 중요한 수단이 된다.²⁾

더욱이 민속축제는 우리의 전통문화제의 일종으로서 우리 후손들에게 물려주고 가꾸어야 할 소산이다. 그런 점에서 민속축제의 가치는 매우 크다고 할 수 있다.

민속축제의 기원과 가치를 분석한 사항들로서 다음과 같이 내·외국 학자들의 내용을 살펴볼 수 있다. “이사현”은 “주기전승의 의례적 행사로서 세시풍속의 특정한 날들을 절일, 즉 명절로서 인간생활과 정에 리듬을 주어 다음 단계로 넘어가는데 박차를 가하는 생활의 엑센트”라 하였고, “임동권”은 세시풍속과 생업성, 집단성, 역사성 등의 관계규명을 통하여 정통민속 축제의 의의를 역설하였다.

Falaassi는 다음과 같이 축제의 정의를 영어로 정의했다.

첫째, 신성하거나 경이로운 행사로서 특별한 관객에 의해 행해지는 것,

둘째는 중요한 산물의 수확이나 이벤트³⁾의 연중행사,

셋째는 좋은 예술품으로 연속공연이나 구성된 문화 이벤트는 종종 예술가 한 사람에게 의해서 한가지 장르로 열린다. 주로 축제의 테마들은 역사적 문화적 특성⁴⁾과 가치가 있는 부분과의 관련성에 의해서 정해진다. 결국 민속축제는 전통과 맥을 같이 함

1) 손대현, 관광론 (서울:일신사, 1993), p.197.

2) 이정록, “전남 도서지역의 문화관광활성화 방향 및 전략,” 전남해양종합개발에 대하여, 21세기 광주, 전남발전협의회. 1997년 봄호, p.23.

3) 이벤트란 어원적으로는 라틴어 evenire(밖으로 나오다)에서 유래되었으며, 사전적의미로는 “사건, 소동, 행사, 중요사건, 시험, 결과, 경과, 사람을 모으는 행사. 우발적인 행사, 경기의 종목과 같은 것”을 뜻한다.

4) 송태호, “지방화시대의 관광개발정책에 관한 연구,” 고려대학교 대학원 석사학위논문, 1995, p.88.

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안 에 관한 연구

으로써 일회적인 이벤트가 아니며 선대의 관습, 사고, 기술 등의 계승과 인수이고 현재성 속에 재발견 또는 창조되어 간다는 점에서 특이성을 갖는 것이며, 민속축제는 또한 환경을 같이하는 속에서 형성, 성장된 생활의 결과이고 그들이 속해있는 자연적 환경과 역사적, 사회적 환경에 대처하고 적응하는 가운데 신앙과 지혜로 엮어낸 생활 풍속을 의미한다고 할 때 민속축제란 전통성과 문화성에 바탕을 둔 것이라 할 것이다.

2) 지역축제의 개념

지역에서 개최되는 문화에 대해서 일본의 세이쇼우시는 “지역문화란 각각 고유한 특색을 갖고 있으며, 지역문화가 갖고 있는 독자성은 역사라고 하는 시간의 종축과 지역간의 비교가 가능한 공간의 횡축을 두고 보지 않으면 해명할 수 없다” 라고 주장하고 있다. 여기에는 전자는 지역문화의 전통의 문제이고 후자는 지역문화의 개성의 문제(井上 俊, 1984:34)임을 알 수 있다.

지역의 다양한 문화행사를 포괄하고 있는 지역축제의 개념정의는 두 가지로 생각해 볼 수 있다. 하나는 좁은 의미, 또는 전통적인 의미에서의 정의로서 지역과의 역사적인 상관성 속에서 生成·전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것이다. 반면 넓은 의미로는 이러한 전통축제 뿐 아니라 흔히 말하는 문화제, 예술제, 전국민속예술경연대회를 비롯한 각 지역의 민속경연대회 등 문화행사 전반이 포함된다. 오늘날 축제는 대체로 각 지역이라는 공간적인 제한을 바탕으로 이루어 진다. 축제의 원모습인 시간과 공간의 제약이 있는 세시의예와 같은 것이 라는 관념에서 해방되어 후대에 와서 인위적으로 만든 전국 민속 예술경연대회와 같은 것도 축제라고 한다면, 그것은 국가적인 축제라고 할 수 있다. 또한 전통적 축제의 현상이 제의성에 바탕을 둔 놀이로서의 축제였다면 현재의 그것은 제의성이 약화되거나 사라진 반면 놀이만 축제로 남아가고 있는 실정이기도 하다. 따라서 현대사회에서의 축제가 의미를 가지려면 제의성을 대체할 수 있는 요소를 찾고 그것에 부합되는 축제를 강구해야 할 것이다.

이성과 같이 오늘날 지역축제는 인간의 일상적인 삶에 신명과 활력을 불어넣고, 이로 인해 인간과 사회에 생활력을 찾게 하는 근원적인 의미가 있음을 알 수 있다. 또한 지역축제는 인간의

다양해져 가는 문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 속성으로 인해 새로운 체험의 장소로서 제공되고 있으며, 이를 통해 지역축제의 의한 지역민의 삶의 질 향상과 지역사회의 경제활성화, 지역문화를 풍요롭게 하는 특색을 엿볼 수 있다.

4. 지역축제의 기능

오늘날의 지역축제는 지역공동체의 결속력 약화, 전통 사회의 가치구조나 여건의 변화, 산업사회의 진행에 의한 생산기반의 다양화 등에 따라 축제 본연의 의미와 역할 면에서 많은 변화를 나타내고 있다. 그러나 축제는 너와 나의 벽을 허물고 “우리”라는 하나로 결집시키는 마당의 기능을 하고 있는 속성은 결코 간과할 수 없는 사실이다. 때문에 지역민의 삶을 제고하여 그 기회를 확대할 수 있는 최적의 대안으로 지역 문화축제의 가치성과 소중함을 인식해야 한다. 이러한 관점에서 지역축제 기능을 요약하면 다음과 같다.

우선 한국관광공사의 출판된 “지역축제의 관광상품화 방안”에 수록된 내용을 살펴보면, 축제는 억압된 인간의 감정과 행동표현의 기회를 제공한다. 이는 평상시에 억압되고 간과 되었던 인간의 감정과 행동을 표현하는 기회를 제공하는 것으로서, 이를 통해 전통적이고 역사성 있는 축제는 과거와 현재를 인간들에게 이어주고 현재의 축제 행위로부터 미래를 기약하게 하는 기능을 가지고 있다. 그리고 축제는 인간 본연의 위치를 발견하게 하는 기능을 갖고 있다. 축제 기간동안 일상의 일손을 멈추고 잠시나마 전통과 환상 속에 잠기게 함으로써 인간의 고귀함을 일깨워 주는 것이다. 축제는 하나의 공동사회를 이끌어 가는 사회적 또는 종교적 목적의 한 활동 수단으로써 역할을 다하고 있다. 이외에 축제는 지역간·국가간에 관광객 등의 인적·문화적 교류와 병행하여 인간들의 새로운 의식, 새로운 관계, 새로운 혁신 등에 영향을 끼치는 文化交流의 가교 역할을 하고 있다.

또한 김명자의 경우에는 축제의 일환으로 볼 수 있는 세시풍속의 기능을 전통사회와 산업사회로 나누어 살펴보고 있다. 즉, 전통사회의 기능으로는 종교적 기능, 윤리적 기능, 사회적 기능, 정치적 기능, 예술적 기능, 오락적 기능, 생산적 기능을 들었다. 그리고 산업사회의 기능으로는 전통사회의 기능이 약화되기는 했으나 그 명백은 유지하면서 산업사회에 적합한 의미가 강화되었으며, 그 예로서 전통사회의 기능 이외에 지역축제를 통한 지역적인 소속확인 기능, 전통문화의 보존 기능, 관광의 기능을 추가하였다.

첫째, 종교적 기능은 축제의 종교성과 직접 관련될 뿐 아니라 앞에서 논의되었던 원초 제의성과도 관련된다. 둘째의 윤리적 기능은 축제가 축과 제를 포괄하는 만큼 제사의식에는 윤리성이 내재되며, 탈춤과 같은 놀이 속에서 신분이 해체된다 하더라도 그것은 잠시이며, 상업적일 따름이라는 점에서 찾아 볼 수 있다. 셋째의 사회적 기능은 사회 성원으로서의 자기확인과 자기인식·공동체 의식의 고양 및 사회 통합적인

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안에 관한 연구

기능을 포괄하는 기능으로서 설명을 하고 있다. 네 번째의 정치적 지역축제를 위해서는 그 지역의 대표들이 모이는 대등회와 같은 조직이 구성되며, 여기서 대등회는 정치모임의 축소판이라 할 수 있다. 다섯 번째의 예술적 기능은 축제가 종합예술의 성격을 갖고 있다는 점에서 찾을 수 있다. 여섯 번째 오락적 기능은 일상적인 생활과는 구분되는 축제의 일탈성에서 엿 볼 수 있다. 그리고 일곱 번째의 생산적 기능은 축제를 통해 재생력을 강화하여 생산을 촉진시키는 것이다.

이상에서 살펴본것처럼 지역축제는 주민들의 문화 욕구를 충족시키고 문화예술의 계승과 선양, 교류를 통하여 지역 문화를 활성화하고 경제적 생산활동에 기여하는 기능을 갖고 있음을 알 수 있다. 또한 지역축제는 공동체 의식의 강화, 지역적 통합성, 오락성 등의 종래의 기능 이외에 전체적으로 통합의 과정을 보여준다. 즉, 지역민이 지역사회에, 지역문화의 다양한 모습이 축제에 함께 어우러지고, 현재의 일상이 지역축제의 역사성과 전통성에 통합되어지는 양상을 보인다. 이로 인해 지역민은 축제속에서 신명과 조화를 경험하게 되는 것이다. 그러므로 축제의 참된 기능은 축제의 속성인 통합과 신명, 조화에서 찾을 수 있을 것이다.

Ⅲ. 지역 축제의 현황

1. 외국

세계의 거의 모든 나라가 민족들은 역사가 짧거나 길거나 짧거나 그들만의 고유하고 독특한 민속축제를 지니고 있는데,⁵⁾ 이를 통하여 주기적으로 일상에서 벗어난 환상의 세계에서 잊어버렸던 원초적 세계와의 접촉으로 사람들의 정신과 생활에 생명력과 활력을 주는 장을 마련하고 있다.

외국의 이러한 고유의 축제들은 관광 상품화 하기 위한 노력을 경주하면서 아울러 해를 거듭할수록 축제 행사의 내실화를 기하게 되어 관광객을 유인하기 위한 문화관광이벤트 여행으로서 활용될 가능성이 매우 높아 지게 될 것이다.

세계 각국의 지역축제를 동양과 서양의 문화권으로 양분한다면 동양 문화권의 축

5) 이창근, 전개논문, 1993, p.24.

제들은 비교적 고대 제의·역사적 성격의 축제들은 잔존하여 농촌사회에 기반을 둔 것이 많으나 산업화와 도시화의 진전으로 서양의 현대적 성격이 강한 축제도 생겨나는 실정이다.

한편 서양 문화권의 축제들은 전통에 바탕을 둔 지역 축제 보다는 제반 분야의 예술과 농업관계 및 행사적 축제가 주종을 이루어 전반적으로 농업 예술 문화적 성격의 축제로서 세계적으로 유명한 대규모의 오랜 전통을 가진 축제가 있는 반면 각 지역의 생활의 기반으로 한 지역의 단위의 축제도 있다.

1) 일본의 現況

일본의 지역축제는 마쓰리 라고 불리우고 있다.⁶⁾ 이는 조상신이나 영웅신에게 경의를 나타내는 민간 신앙적 요소가 짙은 것으로 주로 신사, 관, 사,에서 연행되고 대부분 예작과 예어를 비는 의식에서 유래하며 1천여년의 오랜 전통을 지닌 역사, 제의적 축제라고 할 수 있다.

일본인들은 전통적으로 축제분위기를 즐겨 왔지만 전통적인 축제를 매력있는 관광자원화한 그들의 지혜는 우리에게 시사하는 바가 크다.⁷⁾

일본의 전통 지역축제의 실태를 보면 다음과 같다.

첫째, 일본정부와 민간단체는 3000억엔의 자금으로 전통 문화 보존 기금을 설치 운영하는데 문화청⁸⁾ 지방자치 단체가 전통문화보존 및 새로운 문화창조에 소요되는 활동자금으로 지출한다.

둘째, 외국 관광객에게 독창적인 일본문화의 소개로 자국문화를 이해 시키고자하는 문화관광프로그램을 개발하여 적극적으로 홍보하고 있다. 곧 이는 관광외화 적자인 일본이 경제적 이익보다는 장기적인 전망에서 무역 마찰해소와 자국에 호의적인 분위기를 형성하고자 하는 효과를 기대하여 일본 관광진흥회의 “ Explore Japanese Clture” 라는 관광 프로그램으로 획기적인 캠페인을 전개하였다.

6) 김진식, “ 문화관광자원개발에 대한 연구,” 경기대학교 경영대학원 석사학위논문, 1993, p.28.

7) 최승담, 문화예술 “지역축제가 문화관광 아이템이다,” 한국문화예술진흥원, 1995년 2월호, p.3

8) 문화청에서 민속축제는 민속문화제로 지정하여 관장하고 있다. 문화청의 역할은 민속문화제의 보존 및 수리, 민속문화제의 지역전승 활동지원, 일본 민요 축제개최, 지역전승예능 및 풍속의 조사연구를 담당하는 일이다.

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안에 관한 연구

2) 홍콩 차이나의 現況

홍콩의 각종 축제를 살펴보면 다음 네가지로 설명할 수 있다.

첫째 주요 외국여행 출판물에 대해 안내하는 전단을 끼워서 돌린다.

둘째, 일본의 여행사들이 홍콩의 축제를 판매하도록 협상을 하거나 DM을 발송하고 세일즈 콜을 한다.

셋째, 동남아의 관광전문잡지와 신문들에 축제개최 기사를 게재하고 뒤이어 여행사들이 공동으로 다양한 축제 패키지 상품을 판매·선전한다.

넷째, 태국에서는 TV 생중계로 홍콩에 대한 퀴즈프로그램을 방송하고, 그 축제만을 위한 주요주제로 다룬 라디오쇼도 방송한다.

다섯째, 민속축제의 홍보효과를 높이기 위해 해외의 기자단을 초청하고 기사화를 유도한다.⁹⁾ 주요 축제로는 음력 5월5일 1주일 전후(2일간) 쿠룽에서 개최하는 용선제¹⁰⁾를 살펴볼 수 있다.

3) 유럽의 현황

유럽의 축제들은 크게 두 분류로 나눌 수 있는데, 하나는 전통적이고 고유한 유산을 전승하려는 데서 행해지는 전통민속축제이며, 하나는 지역간 국제간의 교류를 촉진시키고 국가의 문화예술의 발전을 도모하고자 하는 현대적 예술제이다. 전자는 집단적, 공동체적 지역성 정체성을 확립하여 전통과 유산을 이어나가기 위한 지역 주민들의 모임으로 행해지는 축제이고, 후자는 지역적, 국제적 교류를 통하여 새로운 관계를 정립하고 창조성과 전문성을 향상시키면서 능력있는 신인들의 발굴과 새로운 문화예술의 창달을 꾀하고자 하는 축제로서 음악제와 영화제 등이 있다.¹¹⁾

유럽의 축제를 살펴보면 다음과 같은 특징이 있다.

첫째, 전통 고전 음악을 프로그램으로 하는 음악축제에 초 현대적 음악을 혼합하여 관객의 참여를 유도하여 공동토론 등을 하고 있으며 음악축제의 목록을 고전 및 현대적 프로그램이 혼합된 내용으로 작성하여 세계각국의 관광관련기관과 단체에 배포하고 있다. 둘째, 지역과 공간의 모든 장소에 문화적 기능을 부여하여 다용도의 자유로운 장소와 시설속에서 관광객과의 새로운 관계를 형성하고 있다. 셋째, 모든 유럽

9) 최승이, 한광중 공저, 관광광고·홍보론(서울:대왕사,1993), P.476.

10) '용선제'는 홍콩의 전래 민속제인 단오절을 국제화하여 개발한 축제이다. 단오절은 BC3천년이며 나라의 영웅인 굴원이 정국의 부패를 개탄, 바다에 투신하였을 때 온 마을 주민들이 배를 저어 나아가 그를 구하려 하였으나 찾지 못하자 북을치며 만두를 던져 고기들이 그의 시신을 상하지 못하도록 한데서 유래한 민속행사이다.

11) 함석중, 전계논문, PP.77-78.

의 축제에 참여하는 관광객들이 직접 접촉할 수 있도록 축제마다 가능한 카니발화 하고 있다. 넷째, 유럽축제의 특징은 우선 기독교 문화에 바탕을 두고 있으므로 크리스마스나, 부활절 등 기독교적인 축제행사가 크게 거행된다. 이외에도 전통적인 성격의 행사, 음악 및 문화예술, 전통무용, 연극, 스포츠 행사 및 산업 박람회, 전시회 등이 주종을 이루고 있다.

프랑스의 '니스카니발'¹²⁾은 18세기 베네치아 카니발의 전통을 이어받은 유일한 카니발로 프랑스 각종 언론매체 및 선전물, 미니텔등 통한 대대적인 홍보를 하고 있고 Comite Des Fetes De Nice 라는 별도의 기구를 두고 행사를 주관하면서 시의 예산으로 운영하고 있는 지역축제로서 알려졌다. 영국은 'Edinburgh Tatto'¹³⁾축제가 유명하다. 이 축제가 시작된 해는 1950년으로 매년 8월 정기개최된다. 행사규모는 30여개국에 20만명이 참관하는데 외국인이 7만명을 차지한다. TV방영 시청자는 5천만명을 넘고 행사단 구성원수는 550명이다. 이 축제는 영국의 전통문화와 관광을 연계한 대표적인 관광상품으로 역사가 깊고 대외적인 명성도 확고하여 영국 관광홍보와 외화수입에도 큰 역할을 담당하고 있다.

독일의 '뮌헨 맥주축제'¹⁴⁾는 규모가 큰 행사로 방문객이 600만명을 넘고 그 중 외국인이 60만명을 넘는 대단위 축제이다. 관광소비액은 약 4억4천만 dm(1인당 74DM)으로 외래관광객 평소소비액이 약 550DM/1인당으로 경제적 효과도 매우 크다고 볼 수 있다. 홍보방법은 첫째, DZT이벤트 가이드 및 보도자료를 통한 홍보와 오페라 등 별도의 행사는 주로 전단 및 벽보를 통한 홍보를 하고 있다. 제원조달의 방법은 전적인 독립채산제 운영:참여하는 맥주, 소세지 등 판매업체에 일정액의 참가료를 부과하고 스폰서와 중앙 및 지방정부로부터 보조를 받고있는 실정이다.

이탈리아는 '베니스비엔날레' 축제가 있는데 이는 매년 2년마다 개최되며 행사규모

-
- 12) '니스카니발'은 행사내용은 꽃마차 경연대회, 기마행렬, 가장행렬, 빛의 행렬, 밀가루 전제의 프로그램으로 구성되어 있으며, '참회의 화요일', '인 사육제' 최종일 카니발 황제가 화장되어 휘황한 불꽃놀이로 이어지면 카니발이 절정을 이룬다.
 - 13) Edinburgh Tatto 축제는 영국의 스코트랜드 대표적인 문화유적지인 에딘버러 캐슬에서 아름다운 야경을 배경으로 각국 행사단의 밴드, 전통무용단, 기마단등이 어우러지는 화려한 퍼레이드로서 같은 행사기간중 에딘버러 전 지역에서 야간 퍼레이드외에 다양한 민속축제가 동시 다발적으로 개최되어 수 많은 관광객을 유인하는 역할을 한다.
 - 14) 독일의 '뮌헨 맥주축제'는 1801년 황태자의 결혼축하행사로 기원이된 축제로 초기에는 말달리기 경주가 근원이었으나 1938년 이후 지방의 농업적특성을 살린 농민축제로 성격이 바뀌었다. 축제기간중 소비되는 맥주는 500만리터, 안주로 쓰이는 닭65만 마리, 소시지 110만톤으로 내국인이 즐기는 행사로 시작되어 외국인에게 파는 민속 축제로 개발되었으며 행사내용은 각종 독일의 민속행사와 맥주마시기 대회가 있다.

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안에 관한 연구

는 45개국, 30개의 독립관에 수십만명이 모여든다. 홍보방법은 TV, 신문광고 및 정기간행물로 하며 재원조달 방법은 입장료로 충당한다.

4) 미국의 경우

우선 '미국의 축제'¹⁵⁾를 살펴보면 전 국토에 공통된 축제와 각 주가 제정한 휴일 또는 축제로 대별할 수 있다. 미국의 역사가 짧아 전통축제는 적으나 명절적 성격의 축제와 각종 현대적인 행사로서 연주회, 전람회 등과 역사적인 인물의 생일을 기리는 휴일이 있다.

연간 전 국토에서 행해지는 축제일을 살펴보면, 신정(1,1), 워싱턴 생일(2,16), 부활절(4,19),

전몰장병 기념일(5,26), 독립기념일(7,4), 노동절(9,1), 콜롬버스데이(10,13) 제향군인의날(11,11), 추수감사절(11,27), 크리스마스(12,25) 등이 있는데, 이러한 축제들에 알 수 있듯이 기독교 문화에 기초를 둔 것과 역사적인 사건과 인물에 관련된것들로 크게 나눌 수 있다.

미국축제들의 특징을 보면 첫째, 아메리칸 인디언과 그들의 전통악기와 관련된 음악회, 경연대회 및 전통민속품의 전시회 등 그리고, 원주민의 인디언 관련축제와 초창기 서부개척 시대의 생활상과 관련된 축제가 다수있다.

둘째, 콘서트와 음악페스티벌이 주종을 이루는 편이다. 이러한 축제들은 모든 신문이 일요일 마다 문화행사란에 장소와 시간등을 안내한다.

셋째, 축제가 한지역 단위로 개최되므로 주최자는 관련기관 단체 등이며 전국적인 규모이기보다는 지역주민과 관련 인사들의 축제라고 할 수 있다.

2. 韓國

한국 관광공사가 여행사의 상품기획담당자와 관광학계 인사를 초청하여 1995년에 개최한 관광상품 개발지원회의에서 문화행사의 상품화에 대한 활발한 논의가 이루어졌으며, 회의참석자들은 상품화 가능행사를 제시하였다. 이결과에 의하면 백제문화¹⁶⁾

15) 최승이, 한광종 공저, 전계서, P.477. 미국의 축제와 행사들은 모든 신문이 일요일 마다 문화행사란에 실어 장소와 시간등을 안내하고 있다. 각 주마다 축제를 관광상품화 하도록 하는 의도는 보이지 않지만 관광관련 잡지나 신문에서는 2개월에서 1개월전 또는 1주일 전에 축제일정과 내용 및 문의처를 상세하게 실고있다.

16) 매년 10월에 개최되는 '백제문화제'는 화려한 전야제 외에 능산리에 왕릉에서 거행

와 금산인삼제17), 속리축전,

(충북), 남원춘양제, 설봉문화제, 설악제, 해운대축제, 바다예술제, 자갈치축제(부산), 진도영등제를 관광상품화 가능성이 높은 것으로 나타났다. 이는 학계와 실질적으로 외래객을 유치하는 인바운드 여행업계가 행사와 상품성, 즉, 수익성, 접근성, 패키지화 가능성, 주변 관광자원과의

연계성등에 근거하여 제 1 차 관광상품화대상 문화행사로 지정하였으며 전주풍납제(전주대사습놀이)를 비롯하여 36개 행사를 제2차 관광상품화대상으로 지정하였다.¹⁸⁾ 특히 지정된 축제 가운데 한국의 지역축제는 대표적인 이벤트로서 우리전통문화의 역사성이 깃든 훌륭한 문화관광자원이라 할 수 있다.¹⁹⁾ 따라서 우리나라 축제를 발굴, 전승하고 지방문화예술의 활성화를 도모하며 아울러 한국고유의 관광자원이 관광상품화가 될 수 있도록 지역축제의 적극장려 육성이 필요하다. ²⁰⁾한편 한국 공사와 서울신문사, 금성사 및 문화체육부 등 4개의 관광 관련 단체 및 언론사, 민간기업, 공동기관들은 향토문화축제의 모델정립을 위한 방안을 위해서 1992년 11월 한국 지역축제의 개선을 모색하였다. 여기에는 한국관광공사 진흥본부장, 언론인, 관련학계 교수, 축제기획관련 전문가, 문화재위원들이 모여서 향토축제 모델정립방안, 청소년 문화프로그램 검토 및 보완, 지역문화예술 프로그램의 내실화, 지역차원의 문화교류방안 및 시범적 실행방법 등에 대해서 논의한바 있다.

되는 백제대왕와 부소산 삼층사에서 성충 · 홍수 · 계백의 충신을 추앙하는 삼층제로 막이 올려진다.

17) '금산의 인삼제'는 금산의 상징인 인삼에 대한 감사제 성격의 축제로서 인삼의 종주 지로서 인삼을 아끼고 지키는 마음으로 내년 10월에 마련된다.

18) 김정옥, 전계서, p.228.

19) 이태희, 관광산업발전론-한국관광선진화의 과제-(서울:일신사,1996), p.242

20) 문화체육부, 전계서, p.172.

IV. 지역 축제와 연계한 향토음식 상품화 방안

1. 향토음식 상품화 방안에 대한 문제점

향토 음식의 관광상품화는 관광자원의 확충 및 다양화, 지역산업 발전 향토문화 계승, 발전 지역 특색 보존 및 향토에 재고, 지역 음식문화 및 요식업 발전 등 지역의 사회, 경제, 문화에 있어 여러 가지 유익한 효과를 가져올 것으로 예견되지만 사실상 이를 추진해 나감에 있어서는 다음과 같은 여러 가지 문제점을 해결해 나갈 수 있는 방안을 다각도로 강구하여 쉬운일부터 단계적으로 그리고 관계되는 여러기관 및 단체의 긴밀한 협력하에 꾸준히 상품화를 도모해 나가야 할 것으로 본다.

1) 전통식 세대의 노화로 인한 조리기능 단절화

각 지방의 향토음식 조리법은 체계화된 조리서 없이 가전비법으로 구전되어 왔기 때문에 전통 식세대의 기억 또는 실연에 의존할 수 밖에 없는바 이들의 저학력, 고령화로 인해 체계적 전수가 어렵기 때문에 조리기능이 점차 단절되어 가고 있다.

2) 향토음식의 발굴 육성 시책 미흡

그 동안 정부는 향토음식을 지방 특산물 육성 시책의 일환으로 발굴 육성하는데 노력해왔으나 그 강도가 낮고 지속성이 결여되어 큰성과를 보지 못했다. 향토음식의 민족 문화적 가치에 대한 정부의 인식 및 관심이 제고되어야만 적극적인 시책이 강구될 수 있을 것이다.

3) 여행사의 상품개발 기피 현황

좋은 음식점을 여행코스에 포함시키면 여행상품의 가격이 높아지므로 여행사들이 상품개발을 기피하는 경향이 있으며, 암암리에 이루어지고 있는 여행사 수배담당자, 관광버스 운전기사 및 관광안내원의 음식점 소개비 수수 관행으로 인해 향토음식점을 관광코스에 포함시키는 일이 용이치 않다.

4) 향토 음식점의 시설 및 서비스 미흡

향토음식점은 대부분이 영세한 소규모 업체로서 위생, 서비스 면에서 호텔이나 대형 음식점에 비해 크게 뒤떨어지기 때문에 위생 및 서비스에 민감한 도시거주 관광객이나 외래 관광객들이 이용을 꺼려할 가능성이 있으며, 관광객들이 이를 개의치 않더라도 장소가 협소하고 주차장 시설이 없는 곳이 많아 관광객이 아닌 단체관광객들은 수용이 어려운 곳이 많다.

또한 향토 음식점들이 주변의 고정고객이 아닌 일회성의 관광객을 상대하게 되면서 장기적 이익을 생각지 않고 원래의 재료를 쓰지 않는다는 등. 조리방법을 달리 하는 등의 관광객을 속이는 판매방법을 쓰게 되어 음식맛이 저하되는 경향이 있다.

5) 가격과 품질의 조화 문제

향토 음식중에는 주변에 흔한 저렴한 재료를 사용하여 만든 값싼 음식도 많지만 오래전부터 전해 내려오는 향토음식중에는 이제는 구하기 어려워진 재료를 사용하고 사람손이 많이가 저렴한 가격으로는 도저히 제맛을 보여주기 어려운 것도 많다.

따라서 향토음식이 어떻게 적절한 가격과 더불어 품질을 유지해 나갈 수 있을 것인가의 문제점이 야기된다.

6) 외래 관광객의 기호의 문제점

우리나라의 음식의 맛은 전반적으로 짠 맛과 매운맛이 주류를 이루고 있다. 이러한 성향으로 외래객의 취향에 맞지 않고 있다.

외래 관광객을 대상으로 향토음식의 상품화를 도모하는 경우 전통적인 우리 음식의 맛과 외래 관광객의 기호를 어떻게 조화 시켜 나가야 할 것인가 하는 것이 중요한 과제가 된다.

7) 향토음식 가공상의 문제점

우리나라의 전통 특산품들은 주로 소규모의 영세성을 띄고 있다.

따라서 맛이 아무리 뛰어나다고 해도 그 용기나 포장에 뒤떨어져 외국인 관광객들의 쇼핑의욕을 자극하기 어려운 것들이 많으며, 장거리 운반에 적합치 못한 것들도 많이 있다.

전통 특산품을 관광선물용으로 상품화함에 있어 용기 및 포장의 디자인과 질적 개선의 문제점이 야기된다.

2. 향토음식 상품화 방안

1) 향토음식 이벤트 개최 활성화

현재에도 지방 자치단체, 농촌진흥원, 농촌지도소, 여성단체 등이 주체가 되어 향토음식 경진대회 또는 유사 성격의 요리 솜씨 자랑, 시범 시식 행사를 개최하고 있지만, 그예가 많지 않으며, 그 개최된 목적이 관광의 차원에서의 접근성이 미약하였기 때문에 행사 결과에서 미흡한 점이 많다.

따라서 각 지방의 관광관련 기관과 단체가 주축이 되어 각별히 관광상품화의 뚜렷한 목적을 가진 향토음식 경진대회를 개최하며 민속 문화축제와 연계하여 관광객들이 보고 먹고 즐길수 있도록 함으로써 그 자체가 관광적 가치를 갖는 대규모 국민 민속 행사로 육성함이 바람직하다.

2) 관광객의 기호에 맞는 향토음식 개발

내국인 관광객에게는 각 지방의 독특한 음식들만이 향토음식으로의 의의를 갖지만, 외국관광객에게는 불고기, 김치, 식혜와 같이 전국적으로 보편성을 띤 음식도 한국이라는 향토에서 생겨난 고유의 향토음식으로의 의의를 갖는다.

한국인의 입맛에도 지나치게 독특하다고 여겨지는 음식은 외래 관광객의 기호에 전혀 맞지 않으므로 우리나라의 향토음식을 관광상품으로 개발함에 있어 외국인 관광객을 위한 향토음식을 별도로 설정할 필요가 있다.

3) 향토음식을 주제로 한 민속문화 축제 개최

한국은 우수한 음식문화를 가지고 있음에도 불구하고 음식문화의 발전과정을 한눈에 볼 수 있는 음식 박물관이 없으며 물론 향토의 장에서 맛보는 것보다는 못하겠지만 전국의 향토음식을 한곳에서 볼 수 있는 제대로 된 향토음식점 단지가 조성되어 있지 않다.

따라서 향토음식을 지역 문화 축제와 연계하여 향토음식의 맛과 멋을 한눈에 살펴볼 수 있는 이벤트 행사 개최가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

4) 향토음식의 내실화

(1) 내고장 향토음식의 발굴 지정

옛날에 만들어진 가옥이 역사적 문화적 가치를 지니듯이 한 지방에서 오랫동안 이어져 내려오는 음식도 향토음식으로서의 역사적 문화적 가치를 지닌다.

따라서 내고장 향토음식을 지역문화의 차원에서 보존해 나가는 한편 이를 내고장 산물에 대한 애착과 연결하여 지역의 발전으로 이어져 나가도록 하는 적극적인 노력이 필요하다.

(2) 향토음식의 조리기능 전수

만들기 어려운 전통식의 비법을 가진 사람들이 그 비법을 전수하지 못한채 노화하거나 사망하여 전통음식의 명맥이 단절되고 있음은 매우 안타까운 일이 아닐 수 없다.

따라서 이러한 명맥을 잇기 위하여 향토음식의 무형문화재 지정의 확대와 향토음식 실천 시범농가 지정의 확대가 필요하다.

또한 향토음식의 계승발전을 위해서는 조리기능의 전수를 위한 각종 문화강좌나 요리 교실의 개설이 활성화 되어야 한다.

우리 문화 연구원, 각 지방 문화원과 같은 문화 연구 단체 및 각종 언론사가 운영하는 문화 센터들이 개설하고 있는 문화 강좌 중에 향토음식에 관련된 강좌 들을 포함하여 조리 기능을 전수하여야 한다.

또한 영구히 향토음식의 조리 기능을 계승 발전시키기 위해서는 그 기록을 남기는 일이 무엇보다 중요하다.

5) 향토음식 지역 축제의 지역 주민 요원화 방안

관광지에서 제공되는 양질의 서비스는 찾아오는 관광객의 만족도를 증진시키고 재방문 욕구를 촉진하는 동시에 그 자체가 매력있는 자원이 되기도 한다.

지역주민으로 하여금 지역 발전 과정상 관광산업의 중요성과 유통구조등을 이해하도록 하여 자긍심을 바탕으로 한 자발적인 요원화가 가능하도록 적극적 홍보 계도가 이루어져야 한다.

지역민의 요원화 방안은 지역주민의 친절이 관광지의 성공여부에 가장 큰 영향을 주는 요소중의 하나로서 지역 주민으로 하여금 향토음식 문화축제의 배경을

지역축제와 연계한 향토음식 상품화 방안에 관한 연구

이해하고 지역적 자긍심을 갖고서 전통민속 문화제의 향토음식에 대한 관심을 고조시켜서 향토음식의 상품화에 대한 매력성을 홍보할 수 있도록 한다.

V. 결 론

본 연구는 쇠퇴해가는 향토음식을 상품화할 수 있는 방안으로 지역 문화 축제와의 연계성을 고려하여 향토음식을 상품화 시키는 데 목적을 두고 있다.

따라서 본 연구는 크게 한국음식의 특징과 종류 등 개요를 살펴보고 각 지방별 향토음식의 특징과 종류를 살펴보았으며, 지역문화축제의 개요를 이론적 배경으로 살펴보았다.

향토음식은 상품으로서의 잠재적 가치를 충분히 가지고 있으며, 이러한 잠재적 가치를 극대화하기 위하여 지역 문화 축제와 연계한 상품화 방안을 제시하였다.

참고문헌

- 강태일 “지역축제 문화관광활성화 방안에 관한 연구,” 경기대학교 경영대학원 석사학위 논문, 1998.
- 김승희, “강원지역 관광정보전달체계 구축방안에 관한 연구,” 경기대학교 대학원 석사학위 논문, 1997.
- 박은아 “관광이벤트 관련집단의 인식차이에 관한 연구,” 경기대학교 대학원 석사학위 논문, 1996.
- 양다순 “전통민속문화제의 관광상품화 방안에 관한 연구,” 경기대학교 대학원 석사학위 논문, 1998.
- 이기열, 한국인 식생활의 영양평가, 한국문화재 보호재단, 1996.
- 이명복, 체질을 알면 건강이 보인다. 대광 출판사, 1993.
- 이효지, 한국의 음식 문화, 신광출판사, 1998.
- 장지현, 한국발효 식품의 현주소, 한국식문화 학회지 3권 4호, 1988.
- 조남진 “민속축제의 관광상품개발 전략에 관한 연구,” 경기대학교 대학원 석사학위 논문, 1997.

3인 익명 심사 필

1999년 12월 5 일

논문 접수

1999년 12월 27일

최종심사