

# 慶州의 傳統工藝産業과 觀光資源化\*

- 경주민속공예촌을 중심으로 -

朴 敬 庸 \*\*

## 목 차

- |                               |                       |
|-------------------------------|-----------------------|
| I. 서 론                        | IV. 경주민속공예촌의 관광자원화 전략 |
| II. 경주의 전통공예산업 현황과 민속공예촌 조성과정 | V. 전망과 과제             |
| III. 경주민속공예촌의 개요와 운영방식        | VI. 결 론               |

## < 요 약 >

본 논문은 경주민속공예촌의 사례를 중심으로 전통공예산업이 경주의 역사문화적 배경과 관련하여 관광자원으로서 어떻게 활용가능한지를 분석하여 경주 역사문화자원의 경제적 가치창출 방향에 대한 시사점을 찾고자 계획되었다.

경주시에서는 경주민속공예촌을 공예장인들의 생활공간으로 조성하여 문화상품 생산활동을 지원하고 공예기능의 보존과 전승은 물론 관광경제적 효과까지 도모하고자 하였다. 그 일환으로서 전통공예장인의 공예촌 입주와 공방 생산품의 전시·판매를 원칙으로 생산과정과 그 결과물을 방문객들에게 완전 공개하고 생산과정에 대한 직접적인 참여와 신라역사과학지식의 학습을 도모하는 등 공예촌 전체를 아예 관광자원화 하고자 하였다.

공예촌의 자연경관 보존과 시설물에 대한 전통적인 외관조성을 비롯하여 지역의 역사문화전통을 가미한 문화상품 개발전략, 각 공방의 상품제조과정 개방과 상품전시·판매장 설치, 체험학습장 개설, 신라역사과학지식의 공유, 인근 관광지와의 연계도모 등은 모두 이러한 구체적인 관광자원화 전략들에 해당한다. 경주민속공예촌의 이와 같은 관광자원화 전략들은 공예장인을 포함한 경주시민 전체의 정체성 강화와 관광효과의 극대화로 귀착되고 있다.

따라서 향후 경주의 관광개발 과정에 있어서 경주가 지니고 있는 역사문화적 고유성과 지역성 및 전통성을 더욱 강화시키는 가운데 이를 현대적으로 잘 활용하는 것이 절실히 요청된다고 하겠다.

\* 이 글은 21세기 지식기반사회 대비 고등인력 양성사업에 해당하는 '두뇌한국(BK)21 핵심분야' <역사도시 경주의 보존과 현대적 활용사업>과 관련하여 필자가 신진연구원으로 참여하여 이루어진 연구 결과이다.

\*\* 영남대학교 문화인류학과 BK21사업단 연구원

## I. 서론

전통(민속)공예산업은 '전통적 공예기능으로 생산되는 제품 또는 민속을 소재로 한 창의적 개발제품을 생산하는 산업분야'(중소기업 진흥 및 제품 구매촉진에 관한 법률시행령 제44조)로서 장인적 기술에 의해 지역의 전통문화요소를 소재로 감성집약적 상품을 소량생산하는 문화산업이다.<sup>1)</sup> 보다 구체적으로 전통공예산업은 ①일상 생활용품을 주로 생산하고 ②제조과정의 주요 부분이 수공업적이며 ③전통적 기술 또는 기법에 의해 제조하며 ④전통적으로 사용되어온 원재료를 사용하며 ⑤일정한 지역에서 산지를 형성하는 특징을 갖는다.<sup>2)</sup> 이러한 관점에서 본다면, 전통공예산업은 전체적인 생산공정이 정밀한 手作業에 의존함으로써 그 생산과정을 쉽게 표준화하기 어려운 도·초자 및 목·칠기, 금속·보석, 자수·한복, 지필묵, 전통악기, 죽세, 초경, 짚·풀용구 등의 전통문화상품을 생산하는 산업부문을 의미한다.

우리 나라에서는 근대화 논리에 편승한 '전통'의 가치절하와 비효율성에 대한 인식이 팽배하여 아직까지 전통공예산업의 육성 및 지원과 관련되는 종합적인 제도적 틀을 강구하지 못하고 있다. 다만 중소기업진흥법 등 부수적인 관련법안에 기초하여 민속공예산업 진흥 및 제품구매촉진에 관한 법률(제40조)과 민속공예산업 진흥법(동 법 시행령 제45조)을 제정하여 민속공예산업의 경영안정을 위한 소요자금과 제품의 개발·품질향상·판로확보 등을 지원해 주고 있을 뿐이다.<sup>3)</sup> 이러한 사실은 소수의 전통장인기능 보유자에 한하여 무형문화재로 지정하여 그 기능의 보존과 전수를 위한 경비 일부만 지원해 주는 있는 현실과 결코 무관하지 않다. 따라서 민속공예산업을 포함한 전통산업의 진흥에 관한 종합적인 법률을 제정하여 전통산업의 기능과 지식의 전승은 물론 고부가가치 산업화를 위한 체계적인 방안이 마련되어야 할 것이다. 여기에는 관련 기능과 기술 보존 및 상품개발은 물론 기능인의 지위보장과 후계자 육성 방안도 당연히 포함되어야 할 것이다.

최근에는 '가장 한국적인 것이 세계적인 것'이라는 기치 아래 전통문화에 대한 관심과 더

- 
- 1) 김춘동, 2000. 「니시지마 화지의 지역활성화」, 『한국문화인류학』(한국문화인류학회) 33(2), 141
  - 2) 傳統的工藝商品振興協會, 1998. 「傳統的工藝産業の振興について法律」, 『傳統的工藝品ハンドブック』(김춘동, 2000. 「앞글」(주 1) 141 재인용)
  - 3) 전국의 광역지방자치단체는 이상의 모범을 기초로 조례와 규정 형식으로 전통공예상품 개발지원책을 강구하고 있으나, 5-6개의 지방정부는 아직까지 관련 제도를 마련하지 않고 있는 실정이다(문화관광부, 1998. 『주요국의 문화상품 개발지원제도 및 우리 문화상품의 해외진출방안-전통문화상품을 중심으로-』, 367-404 참조).

불어 전통공예기술의 보존과 연구<sup>4)</sup>는 물론 전통산업기술을 활용한 부가가치 창출방안들<sup>5)</sup>이 정부와 지방자치단체 등에서 다각도로 강구되고 있다. 이는 전통적 장인기술의 보존 차원을 넘어 현대적 활용을 통한 관광자원으로서의 활용과 부가가치 획득의 원천으로 승화시키려는 노력과 관련된다. 그 일례로 경상북도에서는 1980년 '특산품 디자인 및 포장개발에 관한 조례'(제1099호)를 제정한 이후 종합적인 '문화산업 진흥계획'을 수립하여 해마다 전통공예품 및 전통디자인 경진대회를 비롯한 공예단체 전시회, 산업디자인 전람회 등의 행사를 개최하여 우수 문화상품과 전통문양 문화상품 등을 개발함으로써 관광자원화함은 물론 해외수출까지 도모하는 등 전통산업 진흥을 위해 많은 노력을 기울이고 있다.<sup>6)</sup> 정부 차원에서도 매년 전국 규모의 공예품경진대회를 개최하여 상품성이 뛰어난 문화관광상품의 개발을 장려함은 물론 국내·외 관광객과 정부 관련 기관과 단체를 중심으로 판매지원까지 도모해 주고 있다.<sup>7)</sup>

이러한 맥락에서 본 연구는 전통산업기술의 축적기반이 튼튼한 역사도시 경주 일원의 전통 공예산업 현황을 먼저 살펴본 후 전통공예산업체가 밀집해 있는 경주민속공예촌의 조성경위와 운영방식을 중심으로 전통공예산업이 경주의 역사문화적 측면과 관련하여 관광자원으로서 어떻게 활용되는지를 분석해 보고자 한다. 이러한 연구목적 달성을 위해서는 역사도시 경주에서 전통공예산업의 의미가 지역성과 역사성, 전통성 등의 측면에서 어떠한 양상으로 나타나는가에 대한 분석이 우선되어야 할 것이다. 아울러 전통공예산업이 지역공동체의 정체성 강화와 지역활성화, 관광가치의 제고 등과 관련하여 어떠한 가치와 의미를 내포하는지에 대한 분석도 병행되어야 할 것이다. 이러한 연구는 향후 역사도시 경주의 보존 및 현대적 활용방안과 관련하여 경주가 지니고 있는 풍부한 역사문화자원<sup>8)</sup>의 경제적 가치창출 방향에 대한 일말의 시사를 제공해 줄 것이다.

- 4) 문화공보부 문화재관리국, 1969-1994, 「민속공예」, 『한국민속종합조사보고서』 및 고려대학교 민족문화연구소, 1982, 「공예」, 『한국민속대관-민속예술·생업기술-』, 489-674, 국립문화재연구소, 1996, 『製瓦匠』, 1998a, 『慶州校洞法酒』, 1998b, 『輪圖匠』, 1998c, 『玉匠』, 1999a, 『刻字匠』, 1999b, 『刺繡匠』, 1999c, 『莞草匠』, 1999d, 『大木匠』
- 5) 문화관광부, 1998a, 『앞책』(주3) 및 문화관광부, 1998b, 『패션디자인의 문화상품 개발·육성방안에 관한 연구』, 매일경제연구소, 1997, 『우리 나라 문화상품의 디자인개발 진흥정책에 관한 연구』 등 참조
- 6) 경상북도, <경상북도 특산품디자인 및 포장개발에 관한 조례>(제2290호) 및 경상북도 문화산업과, 2001, 3, <2001년 문화산업진흥계획>(전통문화상품 개발분야) 등 참조
- 7) 우수 문화상품을 자료집으로 엮어 홍보는 물론 조달청을 통한 정부 관련 기관의 우선적인 구매를 지원해 주고 있다(조달청, 『문화관광상품 종합편』 참조).
- 8) 2000년 1월 5일 현재 문화재청에서 조사한 바에 의하면, 경상북도가 지니고 있는 국보(52개)와 보물(250개) 및 사적지(93개소) 등 국가지정문화재는 모두 395개로서 전국의 20%를 차지하고 있는데, 이 중 45%에 달하는 177개(국보 31, 보물 74, 사적 72)가 경주에 분포하고 있다(문화재청, 2000, 1, <국가지정문화재 통계>).

본 연구를 위해 필자는 2001년 3월부터 경상북도청과 경주시청, 경주농업기술센터, 대구·경북공예조합 등의 기관과 유관단체를 방문하여 관련자료를 수집하였다. 이와 병행하여 현지조사지역인 경주민속공예촌을 여러 차례 방문하여 공예촌 조성경위와 운영방식, 현황 파악은 물론 각 공방과 부속전시장, 종합전시판매장 등을 둘러보고 촌장과 협동조합 이사장을 비롯한 여러 匠인과 관련 종사자 등에 대한 면접조사를 실시하였다.

## II. 경주의 전통공예산업 현황과 민속공예촌 조성과정

### 1) 경주의 전통공예산업 현황

아래 <표1>의 '경상북도 전통공예산업 현황'에 따르면 전통문화상품을 생산하는 관련업체

<표1>경상북도 시·군별 주요 전통공예업체 현황<sup>9)</sup>

시·군	업체수	목·칠기	도·초자	금속·보석	기타	비 고
계	169	41	95	11	22	
경주시	66	7	46	6	7	39%
문경시	15	1	12	-	2	9%
안동시	13	6	2	2	3	8%
경산시	9	4	5	-	-	
청도군	9	2	6	-	1	
김천시	6	4	-	1	1	
영주시	6	1	1	1	3	
상주시	6	2	4	-	-	
고령군	6	1	4	-	1	
칠곡군	5	2	3	-	-	
영천시	5	2	3	-	-	
울진군	5	4	1	-	-	
포항시	4	-	4	-	-	
청송군	4	2	-	-	2	
구미시	3	-	1	1	1	
군위군	2	1	1	-	-	
영덕군	2	-	1	-	1	
봉화군	2	2	-	-	-	
성주군	1	-	1	-	-	
의성군	-	-	-	-	-	
울릉군	-	-	-	-	-	

9) 경상북도 문화산업과, 2001. 3. <시군별 주요 전통공예업체 현황>

는 모두 169개이다. 이를 분야별로 분류해 보면 陶·硝磁업체가 95개로 가장 많고 그 다음이 木·漆器업체 41개소, 金屬·寶石 관련업체 11개소, 기타 22개소 등으로 구분된다. 지역 분포를 살펴보면 경주시에 66개 업체가 밀집하여 경상북도 전체의 39%를 차지하고 있으며, 문경시와 안동시에 각각 15개(9%)와 13개(8%) 업체가 입지하고 있어 이들 3개 지역이 경상북도 전체의 절반 이상(56%)을 차지하고 있다.

경주의 경우에는 위 <표1>에 나타나 있는 바와 같이, 전체 66개 업체 중 도·초자업체가 46개로 가장 많고 목·칠기업체가 7개, 금속·보석업체가 6개, 기타 7개 등으로 분포한다. 이를 통합경주시 관내 읍면별로 분류해 보면 경주시역에 45개 업체가 밀집하고 있으며 의동읍 9개 업체, 건천읍 5개 업체, 양북면 4개 업체, 내남면 3개 업체 등으로 나타난다.

경주의 전통공예업체를 생산품목별로 분류해 보면 아래 <표2>와 같다. 7개의 목·칠기업체

<표2>경주 전통공예업체의 생산품목<sup>10)</sup>

계	목·칠기	도·초자	금속·보석	기 타
66	7	46	6	7
	목공예품(5) 목탁자(2)	생활자기(18) 분청사기(11) 신라토기(6) 청자·분청(3) 토기·자기(2) 청·백자(2) 백자·분청(1) 문화재모조(1) 분청·토기(1) 전통자기(1)	유기공예(1) 문화재모조(1) 불상·와당(1) 자수정·옥(3)	자수(4) 인장·벼루·붓(1) 병풍(1) 전통떡(1)

는 목공예품 5개와 목불상 1개, 목탁자 1개 등으로 나타난다. 46개의 도·초자업체의 경우 생활자기를 생산하는 업체가 18개로 가장 많으며 분청사기를 제조하는 업체 11개, 신라토기 업체 6개, 청자·분청사기 업체 3개, 청자·백자 및 토기·자기 업체 각각 2개, 문화재 모조와 백자·분청사기, 분청사기·토기, 전통자기 업체 각 1개 등이다. 6개 금속·보석분야의 업체는 자수정과 옥을 가공하는 업체가 2개, 유기공예와 문화재 모조 및 불상·와당을 제작하는 금속

10) 경상북도 문화산업과, 2001. 3. <앞 보고서> (주9) 참조

공예업체가 각각 1개씩 포함된다. 기타에 해당하는 7개 업체의 경우에는 전통자수 4개 업체를 비롯하여 인장·벼루·붓 제작업체 1개와 병풍 업체 1개, 전통떡 업체 1개 등으로 나타난다.

한편 경주의 전통공예업체 종업원 수를 살펴보면 아래 <표3>과 같이 10인 이상이 2개(3%)이고 5인 이상 10인 이하가 9개(14%)인 반면, 나머지 55개(83%) 업체는 5인 미만이다. 특히 장인 혼자 공방을 운영하는 업체가 28개(42%)에 이르러 경영규모가 가내수공업 수준의 영세성을 면치 못하고 있다. 이는 정교한 수공예 기능을 바탕으로 하는 전통공예산업의 특성상 기계에 의한 대량생산체제의 구축이 어려울 뿐만 아니라 제한된 상품 수요와 자금조달 및 공예인력 부족 등과 같은 여러 요인 때문이다.

<표3>경주의 전통공예업체 종업원수<sup>11)</sup>

계	10인 이상	10-5인	4인	3인	2인	1인
업체(66)	2	9	5	8	14	28
비율(100%)	3	14	8	12	21	42

경주의 전통공예산업에서 도·초자 부분의 비율이 높은 이유는 경주가 오랜 역사를 지닌 신라토기문화의 전통 때문인 듯하다. 경주의 전체 66개 전통공예업체 중 46개(약 70%) 업체가 도·초자 부문을 점하고 있다. 실제로 많은 도·초자업체의 경우 경주 일원에서 발굴된 바 있는 신라토기를 포함하여 고려백자와 조선백자, 분청사기 등을 원형에 가깝게 재현하거나 혹은 현대적으로 변형시켜 상품으로 만들어 내고 있다.

경주 일원에는 이상의 전통공예산업체 외에도 전통술 생산업체가 3개, 전통 손명주 생산단지 1개, 닥나무한지 생산업체 1개소가 각각 분포하고 있다. 전통술의 경우에는 350년 전통의 경주 최씨 家釀酒인 校洞法酒를 비롯하여 경주법주와 黃金酒, 新羅酒 등이 개발되어 경주를 대표하는 전통민속주로 상품화되어 있다. 특히 경주 교동법주의 경우에는 그 제조기능을 보유하고 있는 裴永信 할머니(84세)가 1986년 국가 중요무형문화재로 지정 받음으로써 그 기능이 보존·계승되고 있는데,<sup>12)</sup> 이를 모태로 하는 경주법주가 경주의 민속주로서 상품적 성가를 높

11) 경상북도 문화산업과, 2001. 3. <앞 보고서> (주 9) 참조

12) 국립문화재연구소, 1998a. 『慶州校洞法酒』 참조. 경주에는 이 외에도 김동학(箭筒匠)과 김매자(樓緋匠), 한상수(刺繡匠) 등이 1989년과 1996년, 1984년에 각각 국가 중요무형문화재로 지정되어 국가의 보호와 지원에 의해 그 기능을 체계적으로 전수하고 있다. 자수장 한상수에 대해서는 국립문화재연구소, 1999b. 『앞 책』(주 4) 150-157 참조

이고 있다.

한편 경주시 양북면 두산리와 건천읍 송선리에는 각각 손명주와 닥나무한지 생산단지가 조성되어 있어 명주와 한지 생산기능의 전수는 물론 전통상품을 생산하고 있다. 두산리의 손명주 산업은 농촌소득사업의 일환으로 1990년부터 경주시농업기술센터의 기술지도와 지원에 의해 육성되기 시작했는데, 현재 20여 명의 사람들에 의해 壽衣用的 '신라손명주'가 경주의 특산품으로 생산되고 있다. 송선리 닥나무한지의 경우에는 현재 기능보유자인 박성환 씨(40세)가 20여 평의 공장시설을 통해 연간 약 240동의 전통한지를 생산하며 4대째 가업을 계승해 오고 있다. 1970년대 후반까지만 해도 마을 내 10여 가구가 한지생산을 하여 성했으나 이제는 박씨에 의해서만 그 명맥이 유지되고 있다.

## 2) 경주민속공예촌 조성과정

경주에는 오랜 역사와 문화를 자랑하는 지역적 특수성으로 인해 전통적으로 공예산업이 여타 지역에 비해 월등히 발달해 있다. 경주시에서는 1960년대 초 박정희 정권 때부터 경주가 보유하고 있는 풍부한 역사문화자원을 바탕으로 한 정부의 관광산업 육성 의지와 더불어 새마을사업과 연계하여 관내 공예산업의 육성을 강력히 추진하였다. 이러한 중앙과 지방정부의 관광활성화 정책에 편승하여 경주의 공예업체들도 경북공예조합을 결성하여 공예산업 진흥을 위한 노력을 다하였다.

당시에는 정부의 경주 관광산업 육성 의지가 강하여 전통공예산업의 활성화를 통한 관광의 시너지 효과를 극대화한다는 전제 아래 공예산업의 발전을 꾀할 수 있는 호기였다. 하지만 공예조합의 일부 집행진의 업무비리와 관련한 지도력 부재로 공예산업 진흥기회를 상실하여 별다른 성과를 얻지 못했다.

이후 제5공화국 정권의 출범과 더불어 86아시안게임과 88올림픽 등 국제적인 메가이벤트에 대비하여 전통공예상품 개발을 통한 관광외화 획득의 필요성을 절감하게 되었다. 마침 전두환 전 대통령이 인근의 월성 원자력발전소 건설현장 시찰차 경주에 들러 시정에 대한 브리핑을 듣게 되었다. 이 자리에서 당시 경주시장은 경주의 숙원사업이던 北川 고수부지 정비사업과 공예단지 조성을 적극 건의하게 되었다. 다시 말하면, 당시 북천변이 매우 불결하여 경주의 관광미관을 흐리게 하고 있었으며 경주의 풍부한 전통공예자원이 체계적으로 관리되지 못하여 문화상품 개발을 통한 관광자원화 효과를 충분히 낼 수 없었으므로 북천 정비와 공예자원의 집적을 통한 관광의 연계효과를 극대화하는 것이 절실하였다. 이러한 경주시민의 건의가

수용되어 정부로부터 지원된 10억원의 예산으로 북천변 정비와 공예산업단지 조성에 각각 4억2천7백만원과 5억7천3백만원씩 투자됨으로써 비로소 오늘날의 경주민속공예촌을 만들 수 있게 되었다.

1983년 5월 8일 경주시에서 '경주공예품단지 조성사업계획'을 수립한 후 동년 7월 17일 경상북도 고시 제30호에 의해 경주시 하동 201번지 普佛路邊 20,071평(66,234㎡)을 준공업단지로 승인 받아 1983년 8월부터 조성공사를 시작하였다. 1986년 2월 7일에는 상공부공고 제86-7호에 의해 경주민속공예품협동화단지로 지정 받아 2년 7개월 동안의 공사 끝에 1986년 3월 13개 업체가 최초로 입주하면서 '경주민속공예촌'을 준공하게 되었다. 조성 당시 이 곳은 경주보문관광단지를 지나 불국사가 있는 토함산 자락으로 가는 배후지였기 때문에 인적이 드물 뿐만 아니라 삼십여 기의 무덤이 자리하고 있던 한적한 곳이었다. 따라서 경주시의 여타 관광자원과 불국사와의 관광연계효과가 크게 저하되어 있던 차에 이 곳에 민속공예촌을 조성함으로써 여러 관광자원간의 연계효과와 공예단지의 입지적합성을 동시에 높일 수 있었다.

민속공예촌 조성에 소요된 예산은 모두 39억 2천 6백만원이었는데, 재원은 국비 5억 7천 3백만원과 시비 2억 8만원, 자부담 30억 7천 3백만원 등으로 각각 충당되었다. 경주시가 공예단지를 조성한 후 이를 각 입주자들에게 불하했으며 입주자는 자부담으로 공방과 전시장, 거주가옥 등의 건물을 짓고 관련 시설들을 설치하였다.

아울러 경주시는 공예단지 불하대금으로 종합전시판매장과 주차장, 휴게시설을 조성하여 공예촌사업협동조합에 위탁운영토록 했다.

### Ⅲ. 경주민속공예촌의 개요와 운영방식

#### 1) 공예인프라와 공예촌의 사회적 구성

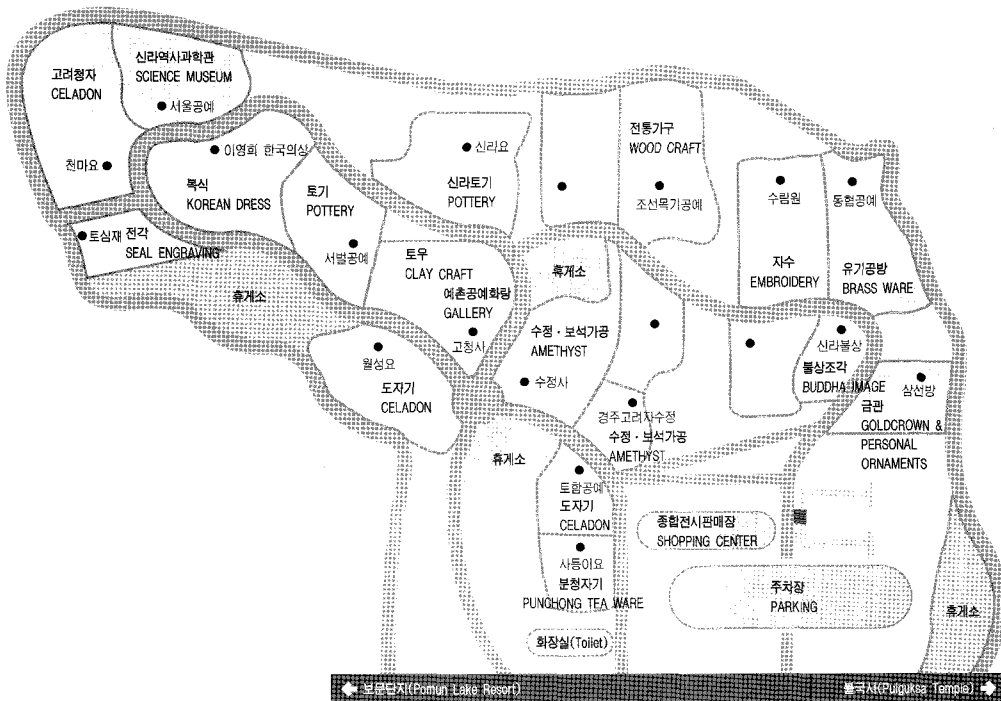
2001년 1월 현재 민속공예촌에 입주한 업체는 모두 26개이다. 이 중 민속공예촌 사업협동조합 가입 업체는 20개이고 비조합업체는 6개이다. 조합업체를 생선품목별로 분류해 보면 陶瓷가 7개 업체(서벌공예, 사등이요, 신라요, 월성요, 천마요, 토함공예, 고청사)로 가장 많고, 금속공예 3개 업체(동협공예, 삼선방, 신라불상), 보석공예 3개 업체(고려자수정, 보광사, 수정사), 목공예 2개 업체(서울공예, 전통목칠공예), 석공예 1개 업체(보문공예사), 한복 1개 업체(이영희한국의상), 자수 1개 업체(수림원), 篆刻 1개업체(토심재), 미술관(서울미술관) 1개소 등으로 나타난다. 한편 비조합업체는 <보산토기>와 <가람공예>, <석보공예>, <수정토산품>, <서림공방>.



〈미소공예〉 등 6개소인데 공방운영은 하지 않고 조합원의 일부 구역을 임대하여 상업 위주로 꾸려나가는 업체들로서 생활자기를 포함한 실생활용품을 주로 취급하고 있다.

각 구역에는 입주 장인들의 공방과 전시장을 비롯하여 거주가옥 등의 건물들이 들어서 있다. 각 건물들의 외형은 모두 전통식으로 꾸몄으며 입주 장인들이 공예단지 안에 거주함으로써 하나의 마을을 형성하고 있다. 각 공방의 구역경계와 위치는 아래 〈관광지도〉에 나타나 있는 바와 같다.

〈관광지도〉경주민속공예촌 공방 및 전시판매장 지도



경주민속공예촌 사업협동조합 정관<sup>13)</sup> 제10조 제1항 및 제8조에 의거한 ‘조합원 자격’ (제3조)과 ‘조합원 자격규정’ (제4조)은 다음과 같다 :

제3조(조합원 자격)

13) 경주민속공예촌사업협동조합, 〈정관〉 참조

- (1) 조합원 자격은 경주민속공예촌 협동화단지 내에서 고유 업종의 민속공예품 제조업을 영위하는 중소기업자이어야 한다.
- (2) 경주시장의 경주민속공예품 협동화단지내 입주승인을 받은 기업체라야 한다.
- (3) 경주민속공예촌 민속공예품 분류기준에 의한 고유업종의 민속공예품 제조업을 영위하여야 하며, 업체 대표는 공예업 경력이 1년 이상이라야 한다.

#### 제4조(자격기준)

- (1) 입주기업체 선정시 신청한 바 있는 고유업종 공예품만을 생산하여야 한다.
- (2) 조합의 출자배정기준에 따른 출자승락을 하여야 한다.
- (3) 소정의 가입금과 출자금 및 특별 찬조금을 납부하여야 한다.
- (4) 자기 고유업종 공예품 생산에 알맞은 생산시설을 갖추어 공장등록을 필하고, 이를 가동하는 한편 제조과정을 관광객에게 공개하여야 한다.
- (5) 조합원 업체가 생산한 자기 고유업종 민속공예품에 한하여 상행위를 하겠다는 서약을 하여야 한다.

이상의 조합원 가입규정에 의하면, 조합원은 정해 놓은 구역에서 고유업종의 공예품을 직접 생산하는 자이어야 하며 상속가입(제7조)이나 매수가입(제8조) 및 임차가입(제9조)의 경우에도 대표자 1인에 한해 조합원 자격을 취득할 수 있도록 규정해 놓고 있다.<sup>14)</sup> 따라서 일정 면적에 적정 수준의 업체를 유치하여 과당경쟁 방지와 쾌적한 관광환경 여건조성 등을 포함하는 공예촌 운영의 묘를 극대화시키려 하고 있다. 조합원이 자신의 토지와 건물 일부를 다른 사람에게 임차한 경우에는 임차인이 민속공예촌 내에서 직접 고유업종의 공예품을 생산하더라도 그는 조합원이 될 수 없고 비조합원으로 남게 된다. 이는 공예촌 장인들이 장인소유권을 확보함으로써 대자본의 경제논리와 상업적인 논리를 배제함으로써 장인 우선주의를 지향해 나가기 위함이다. 1986년 조성 당시에는 모두 13개 업체가 입주하였는데 이후 차츰 늘어나 모두 20개 업체로 늘어났다. 그 동안 15년을 경과해 오면서 5개 업체가 나가고 들어오는 변화도 있었다.

민속공예촌 내에는 관광객 편의제공과 관광집객 효과를 꾀하기 위한 여러 연계 시설물들이 공존한다. 불국사와 석굴암, 첨성대, 성덕대왕신종 등과 같은 신라시대의 과학적인 내용들을

14) 경주민속공예촌사업협동조합, <조합원 가입규정> 참조

고증하여 전시해 놓은 신라역사과학관을 비롯하여 종합전시판매장과 휴게시설, 4곳의 휴게소 등이 있다. 이 외에도 1개의 숙박업소와 3개의 민속음식점과 주점, 1개의 경주민속주(황금주) 제조공장 등으로 구성되는 민속주막촌이 공예촌과 연계되어 있다.

고용인원은 20개 업체 200여 명으로서 이 중 10인 이상이 1개 업체이고 5-10인이 7개업체, 12개 업체가 5인 이하로서 대부분의 업체가 영세성을 면치 못하고 있다. 민속공예촌의 연간 매출액은 약 33억원인데 내수 20억원과 수출 5억원, 납품 및 공사 8억원 등으로 구성된다. 업체별 매출규모를 살펴보면 1억 이상이 8개업체이고 5천만원 이상 1억원 이하가 7개 업체, 5천만원 이하가 5개 업체이다. 경주민속공예촌을 찾는 방문객 수는 연간 33만명 정도인데, 이는 경주 관광객 전체의 5%에 불과한 실정이다.

경주민속공예촌에 입주해 있는 대부분의 장인들은 우수한 기능과 투철한 장인정신을 지니고 있다. 이는 누대에 걸친 가업계승과 다수의 무형문화재와 명장의 존재, 우수 문화상품 개발실적 등의 사실을 통해 확인된다. 공예촌 내에는 현재 3대째 가업을 계승해 오고 있는 <新羅窯>를 비롯하여 <形協工藝>와 <三仙房>, <古靑舍>, <史等伊窯> 등의 업체들이 2대에 걸쳐 가업을 계승해 오고 있다. 刺繡匠인 한상수(제80호, 수립원) 씨와 箭筒匠인 김동학(제92호, 전통목칠공예) 씨 등이 국가에서 지정한 중요무형문화재 기능보유자로 등록되어 있으며, 名匠에는 도자 분야의 유효웅(제91-14호, 신라요) 씨와 배용석(제91-9호, 보산토기) 씨를 비롯하여 금속 분야의 고 김인태(제91-5호) 씨 2세 김진배 씨(삼선방) 등이 있다. 아울러 금속공예 분야의 <동협공예>(김종준)는 월드컵 관련상품생산 유망기업(제97-13호)과 경북 중소기업 공동브랜드 실라리안 참여업체로 인정(제S-2000-17호)되기도 했다. 외에도 <동협공예>(김종준)를 포함하여 <월성요>(이주성)와 <신라요>(유효웅), <토함산공예>(김영섭) 등 4개 업체는 대구·경북중소기업청 품질인증 민속공예품 생산업체로 지정되어 그 기능을 대외적으로 인정받고 있다.

## 2) 공방과 종합전시판매장의 운영방식

경주민속공예촌은 26개소의 업체와 종합전시판매장, 기타 부대시설 등을 총괄하는 촌장과 20여 조합원으로 구성된 경주민속공예촌 사업협동조합 이사장이 공예촌을 이끌어 나가는 실질적인 지도자에 해당한다. 촌장은 공예촌을 대외적으로 대표하며 공예촌의 모든 사안에 대한 총괄적인 관리와 감독의 책임을 진다. 이에 비해 이사장은 20여 조합원의 대표자로서 조합원의 권리와 의무에 관한 사안을 총괄한다.

위에서도 언급했듯이 민속공예촌의 주요한 공예산업인프라는 개별 조합원의 공방과 전시장

및 종합전시판매장이다. 개별 공방과 전시장 및 장인 가족 주거지 등을 포함하는 20여 구역은 공예단지 조성 후 개별 장인들이 경주시로부터 매입한 것이다. 따라서 입주 당시 신청한 고유 업종의 공예품을 생산 및 전시판매하고 제조과정을 관광객에게 공개하는 등의 중요한 규율만 지킨다면 공방과 전시장은 장인 개인의 자율적인 운영이 가능하다. 따라서 공예단지 조성 후 5-6개 업체는 다른 사람에게 매각처분하고 공예촌을 떠나기도 했으며, 일부 업체의 경우에는 여러 가지 사정으로 구역 전부(천마요, 고청사) 혹은 일부(사등이요, 고려자수정)를 다른 사람 들에게 임대하고 있다. 앞에서 살펴보았듯이 임차인은 원칙적으로 조합원이 될 수 없다. 하지만 임차인의 '조합원 가입규정' 제9조(임차가입)에 따라 '매수가입' 규정(제8조)에 준거하여 임차인도 조합원이 될 수 있도록 하고 있다. 이는 공예촌 조성의 당초 취지를 크게 퇴색시키 지 않는 범위 내에서 공예촌을 탄력적으로 운영해 나가기 위한 것으로 풀이되는데, 조합원 '매수가입' 과 '임차가입' 규정은 다음과 같다 :

#### 제8조(매수가입)

(1)조합원이 아닌 자가 조합원의 토지·건물을 매수하여 조합에 가입하고자 할 때는 매수 자 중 대표 1인만이 조합에 가입할 수 있다.

(2)이 경우에는 조합원 가입의 절차를 밟은 후 인수출자금 및 가입금과 특별찬조금을 조 합에 납입하여야 한다.

#### 제9조(임차가입)

조합원 업체의 공장 전부 또는 일부를 5년 이상의 임대차계약으로 임차받고 임대한 기존 조합원이 조합에 조합원 탈퇴서를 제출하였을 때는 임차업체가 이 규정 제8조 매수가입의 규정에 준하여 조합에 가입할 수 있다.

이러한 가입절차에 따라 조합원 자격을 취득한 장인은 조합원의 중요한 권리 중의 하나인 공예촌 종합전시판매장의 영업권을 자동적으로 취득할 수 있다. 개별 공방과 전시장 및 주거 가옥을 포함하는 구역과는 달리 종합전시장과 주차공간은 경주시 소유로 되어 있으며 공예촌 사업협동조합에서는 사용료(년 1억 5천 4백여만원)를 지불하고 위탁운영권을 확보하여 자율 적으로 관리해 나가고 있다. 따라서 조합원은 종합전시판매장 관리규정에 따라 종합전시판매 장의 일부 구역을 자신의 영업공간으로 활용할 수 있다. 공예촌 조성 당시에는 이 곳에서 전

시판매할 수 있는 물품을 개별 공방에서 생산한 고유품목에 한정시켰다. 하지만 자가생산 품목만으로는 상품구색을 갖추기가 어려울 뿐만 아니라 자가상품의 판매단가가 높아 관광객의 요구에 부합하기 힘든 문제점이 제기되었다. 다시 말하면, 규모의 영세성으로 인해 인력과 시설이 미비하여 다양한 상품을 생산하기가 어려울 뿐만 아니라 모든 생산공정이 꼼꼼한 手工工程에 의존하므로 공정단가가 높아 자연적으로 판매가격이 비싸지게 되어 종합전시판매장 운영의 채산성이 악화되지 않을 수 없었다.

따라서 그 자구책으로 가능한 한 각 공방에서 제작한 고유상품 위주로 하되 공예촌 조성의 당초 취지를 흐리게 하지 않는 범위 내에서 유관 상품의 반입을 허용하였다. 이는 경주의 역사와 문화적 배경을 기초로 하는 상품이면서 각 공방의 고유업종 관련상품의 구색을 고려하여 외지생산품을 함께 전시판매할 수 있다는 것이다.<sup>15)</sup>

현재 종합전시판매장에서 전시·판매되고 있는 상품을 생산방식에 따라 분류해 보면 완전 제조상품과 외주가공상품, 임가공상품, 외지반입상품 등으로 나눌 수 있다. 공예촌의 개별 공방에서 생산계획을 수립하여 원료를 조달하고 자체 인력으로 생산하여 전시판매하는 이른바 '완전제조품'은 전체의 약 40%에 해당한다. 공방에서 상품의 기본 아이디어를 포함한 생산계획을 세운 후 일부 공정에 한해 외부 업체에 의뢰하여 생산하는 '외주가공품'과 외부 업체에 생산설계와 원료 일체를 제공하여 생산을 의뢰하되 노임만 지불하는 '임가공품'이 30%를 차지한다. 한편 상품생산 과정에 있어서 공예촌의 영향력이 전혀 미치지 못하는 상황에서 생산된 '외지반입상품'이 약 30%에 달한다. 일부 판매장에서는 당초의 규약을 어기고 고유 업종과 무관한 잡다한 상품들을 외부로부터 반입하여 전시판매하고 있는데, 공예촌의 당초 취지를 강조하는 어느 장인은 이들 업소에 대해 '장사속'이며 엄격한 의미의 전통민속공예업체가 아니라고 비판한다.

이상의 사실처럼 공예촌의 실질적인 주체는 고유한 공예기능을 지니고 공방을 운영하는 장인들로서, 이들은 자율경영(공방·전시장)과 임대운영(종합전시판매장)의 이중적인 공예촌 운영방식을 따르고 있다. 하지만 공예촌의 전체적인 운영형태는 완전한 자치제를 원칙으로 공예촌 조성 당시의 공예기능 발전과 전수, 공예문화의 공유 등과 같은 기본 취지를 지켜 나가고 있다.

15) 예를 들면, 금관을 포함한 각종 금제장식을 복제 혹은 응용상품화하는 <삼선방>의 경우 다른 지역에서 생산된 천마도 문양의 책갈피('한갈피' BOOK MARK)와 2000년 '용의 해'를 기념하기 위해 용을 가미하여 만든 장식용 '성덕대왕신종' 등의 문화상품들을 공방 전시판매장에서 판매하고 있다.

## IV. 경주민속공예촌의 관광자원화 전략

경주민속공예촌 조성을 위해 1983년 경주시에서 수립한 기본계획<sup>16)</sup>의 8개 목적과 15개 방침 속에 들어있는 주된 내용은 지역의 우수한 전통공예기능을 보존·발전시킴은 물론 이에 기초한 전통민속공예품의 생산과 전시판매를 촉진하고 생산과정을 공개함으로써 공예촌 자체를 관광자원화하여 인근 관광자원과의 연계 관광효과를 극대화한다는 점이다. 이는 경주 지역에 전통산업의 기술적 기반이 튼튼했던 역사적 사실과 풍부한 관련 인적자원을 기초로 민속공예촌을 조성하여 한 곳에 집적함으로써 궁극적으로는 역사도시 경주의 관광효과를 높이기 위한 목적성을 갖는다.

이러한 맥락에서 볼 때 경주민속공예촌 조성과정은 애초부터 관광자원화를 지향하여 그 효과를 극대화하기 위한 다양한 전략들을 강구해 왔다고 볼 수 있는데, 4장을 통해서는 어떠한 전략들이 어떠한 맥락에서 실천되는가를 살펴보고자 한다.

### 1) 문화상품<sup>17)</sup> 생산과 전시판매 : 지역성과 역사성, 전통성의 강조

경주민속공예촌 조성을 위한 기본계획<sup>18)</sup>에는 다음과 같은 몇 가지 기본목표들이 포함되어 있다.

첫째, 경주시내에 산재한 공예품 생산업체를 본 단지에 유치하여 국가적 차원에서 기술지도와 개발·육성한다.

둘째, 공예품단지를 조성하여 우리 조상들의 우수한 공예품을 보존계승하고 개발·육성한다.

셋째, 영세성과 낙후된 공예품 생산업체를 기업화하고 고도의 기술을 제공하여 관광상품을 적극 개발한다.

넷째, 관광상품의 질적 향상을 도모하고 관측을 적극적으로 추진하여 관광외화를 획득한다.

16) 경주시, 1983. <경주공예품단지 조성계획>

17) 문화상품이란 문화적 소재를 활용한 산업활동 과정에서 생산되는 최종물로서 문화적 요소를 가미하여 고부가가치를 창출하는 상품 일체를 의미한다[매일경제연구소, 1997. 『앞책』(주 5) 14]. 달리 표현하면, 문화상품은 문화적 영역이 경제적 영역과 결합함으로써 산업적 생산 및 소비의 대상으로 나타나는 산업분야의 모든 결과물에 해당하는데 무공해 고부가가치 산업일 뿐만 아니라 지방의 정서와 전통을 바탕으로 지방의 이미지를 창출하므로 지방자치 단체마다 문화상품 개발에 심혈을 기울이고 있다[한국문화정책개발원, 2000. 11. 『경주 세계문화엑스포 중장기발전계획』 11, 121-122]. 이러한 입장에서 볼 때, 전통문화상품은 지역 고유의 전통문화요소를 기초로 하여 부가가치 획득을 위해 만든 상품이라 할 수 있다.

18) 경주시, 1983. <앞 보고서> (주 16) 참조

위의 사실처럼 경주민속공예촌은 기술적 고도화와 규모의 확대, 집적효과의 극대화 등을 통해 공예관광단지의 특성을 살리기 위한 일차적 과제는 우수한 전통공예상품의 개발과 전시판매를 도모하는데 있다. 여기서 우수한 공예상품이란 王都 1,000년의 역사적 광휘와 전통을 이으면서 그 의의와 가치를 충분히 현대적으로 되살릴 수 있는 문화상품을 의미한다. '조상들의 우수한 공예품을 보존계승'(기본목표) 내지는 '우리의 문화예술을 창조·계승하는 과정'(기본방침), '자랑스런 옛 선조의 장인정신을 계승하여 오늘날 선조의 예술정신과 얼을 실현' 19), '신라토기를 재현시키려는 피나는 노력의 결정으로 훌륭한 옛 모습을 되찾게 됨' 20) 등과 같은 표현들은 모두 이러한 의지를 강조하고 재확인하기 위한 것이다. 따라서 민속공예촌 입주업체 자격을 아예 '전통적인 민속공예품 제조업종'으로 한정시키는 물론 지역의 문화사적 전통과 역사적 의미를 함의하는 문화상품의 생산을 적극 추진해온 것이다. 이러한 사실을 공예촌에 입주해 있는 한 업체를 중심으로 살펴보자.

〈三仙方〉은 작고한 김인태 名匠이 1977년에 설립한 업체로서 경주 지역에서 출토된 금관을 포함한 각종 금제장식들을 복제하여 전시관 등에 납품하거나 응용상품을 생산해 왔다. 금속문화재 복제는 출토유물에 대한 식견과 정교한 수작업을 요구하므로 정부로부터 그 기능을 검증 받은 자에 한하여 자격을 인정해 주고 있다. 고 김인태 명장의 경우에도 1979년 당시 문화재관리국으로부터 문화재제조품 제조업체로 지정 받았는데, 가업을 계승한 2대 김진배(40세) 씨는 사학 전공의 학사출신으로서 대학 재학시절부터 부친의 일을 도우면서 기능을 연마하였다.

김씨는 현재 자신과 장인 2명 및 아내를 포함하여 4명의 구성원들과 함께 공방을 운영해 나가면서 안압지와 천마총, 황남대총 등의 신라 유적지와 백제 무령왕릉에서 출토된 관련 유물들을 복제해 왔다. 공방과 마주하고 있는 전시장 안에는 지역에서 발굴된 각종 유물들을 복제한 전시품들이 즐비하다. 그 중 1500년의 세월을 지나면서 고스란히 보존되어온 피장자의 금관과 금관모자, 새날개 모양 관식, 금허리띠, 금동신발, 금으로 장식된 검 등이 복제되어 축소·재현된 천마총 내부의 전시상태는 실제 상황을 느끼게 할 정도로 섬세하다. 이 외에도 금관과 금제장식, 성덕대왕신종, 은제팔지, 요령, 풍경, 금제허리띠 등 많은 유물들이 정교하게 복제·전시되어 있다. 아울러 이러한 복제품과 연계하여 문화상품으로 제작한 것들도 함께 진열되어 있는데, 다음 〈표4〉는 〈三仙房〉에서 생산한 문화상품의 품목과 관련 사실들을 나타낸

19) 서벌공예사, 〈土·火·魂〉(안내팜프렛) 참조

20) 신라요, 〈新羅窯〉(안내팜프렛) 참조

것이다.

〈표4〉〈三仙房〉의 문화상품 목록

문 화 상 품	관련 유적·유물	시 대	비 고	가 격
천마총금관	황남동천마총155호분	5-6C	국보 188호	13만-90만
은잔	황남대총98호분	5-6C	보물 제627호(龜甲禽獸文銀盞)	5만-10만
문고리세트	안압지	7C후반	鬼面瓦	10만(1쌍)
소형액자	다보탑, 첨성대 등	신라	7종	2만
풍경	신라인면와당 등	신라	5종	3만-5만
십이지목걸이	김유신장군묘	7C	십이지상 응용	5천
십이지줄넥타이	김유신장군묘	7C	십이지상 응용	5천
은제귀걸이/반지	천마총	5-6C	금제귀걸이/반지	1만-2만
은제외/쌍줄팔찌	무령왕릉	백제	은제팔찌(왕비)	2만-3만
은제7절목걸이	무령왕릉	백제	銀製頸飾	5만-12만
곡옥목걸이	천마총155호분	5-6C	신라금관장식	5만

이상의 문화상품들은 금제유물을 복제하는 〈삼선방〉에서 복제 혹은 응용하여 만든 것들이다. 백제 무령왕릉의 출토유물과 관련되는 외·쌍줄팔찌와 7절목걸이를 제외하면 모두 신라의 유물과 관련되는 상품들이다. 이들은 대부분 황남대총과 천마총, 안압지, 다보탑, 김유신장군묘 등에서 출토된 유물들을 복제 혹은 응용한 금관과 잔, 목걸이, 액자, 풍경, 귀걸이, 문고리, 반지, 줄넥타이 등이다. 이 중 장식용 금관과 풍경, 액자 등을 제외하면 대부분이 일상생활용품과 장신구들인데 소형액자와 풍경에는 첨성대와 석굴암본존불, 배리석불입상, 포석정, 무열왕릉, 다보탑, 천마총 천마도, 성덕대왕신종 비천문 등의 관련 유물과 유적들이 응용되었다. 특히 은잔의 경우에는 신라 5-6세기의 적석목곽분인 皇南大塚 北墳에서 출토된 바 있는 鳥, 獐(노루), 鳳凰, 虎, 人 등의 여러 문양이 부조된 龜甲禽獸文銀盞(보물 627호)을 실물과 ½축소형 2종류로 복제한 작품으로서, 2000년 중소기업청 품질인증공예품으로 선정되기도 했다.<sup>21)</sup>

이상의 상품들에서 나타나는 공통점은 역사도시 신라에서 사용되었던 유물들이 1000년 혹은 1500년 이상의 세월을 경과한 지금 경주의 장인들에 의해 다시금 새로이 만들어졌다는 점이다. 실제로 경주민속공예촌 장인들은 자신들이 '신라 1000년의 전통을 이어받은 신라 장인

21) 이 외에도 <수립원> (중요무형문화재 자수장 한상수)의 지갑과 골무, 매듭 등 3점, <신라토기>(명장 류효웅)의 다기세트와 등잔, 잔, 인화문병 등 4점도 조달청 문화상품으로 지정된 바 있다.



의 후에' 22)임을 자각하며 전통계승자로서의 큰 자부심을 지니고 있다.

이러한 지역성과 역사성, 전통성을 강조하는 문화상품화 전략은 상품의 유통과정에 그대로 연계된다. 이는 투철한 장인정신의 계승과 자본제적 상업논리의 배제라는 차원에서 설명 가능한데, 어느 명장의 다음과 같은 이야기(23)는 그 적절한 시사가 된다 :

“... 유통망을 확대시키면 자기관리가 어려워 결국 지금까지 쌓아올린 것들이 하루아침에 무너져 버릴 수도 있으므로 의도적으로 상품유통 범위를 한정시킨다. 이는 옛 것을 있는 그대로 재현하여 지켜나가고자 하는 장인의 목적의식과 상통하는 것인데, 이것을 버리면 우리는 전체를 버리는 격이 된다. 이것이 오늘날까지 나를 버텨온 근본인데...돈만 좇으려고 했다면 나도 벌써 다른 것을 했지 ...”

따라서 상품유통망을 민속공예촌과 경주일원으로 한정시켜 '경주의 공예품을 구하려면 경주로 와야만 한다'는 점을 강조한다. 이러한 관점에서 공예촌 장인들은 신라의 전통을 계승한다는 투철한 장인정신으로 열과 성을 다하여 1000년 전 혹은 1500년 전의 유물을 재현하고 생산된 상품에 대한 깊은 애정과 높은 가치를 부여한다. 경주의 유구한 역사성과 우수한 장인기술전통에 기초하여 다품종소량생산과 주문제 생산방식을 고집함은 물론 자가생산과 자가판매 방식, 상품가치의 고수 태도는 모두 경주민속공예촌 조성 목적과 관련하여 전통문화상품의 차별화와 특화를 통해 희소가치를 창출하고 그 관광자원 효과를 극대화하기 위한 것이다.

## 2)공방 개방과 학습체험실 운영 : 전통의 공유와 장인주의 강화

첫째, 공예품의 생산공장을 집단화하여 단지를 관광자원화하고 또한 생산과정을 관광객에게 공개한다.

둘째, 전시장 및 판매장 시설을 하여 관광객에게 전시효과를 높이고 단지내에서 판매를 촉진한다.

이상의 내용들은 경주민속공예촌 조성의 기본목표(24) 중의 일부이다. 이는 공예촌 전체를 한국 고유의 전통 골개와와 짚 등의 재료를 활용한 전통촌락으로 단장함과 더불어 장인들의 작

22) 서벌공예사, <土·火·魂>(안내팜프렛), 신라요, <新羅窯>(안내팜프렛), 월성요, <月城陶窯>(안내팜프렛) 참조

23) 신라토기 제작 가업의 3대 계승자이자 名匠으로서 현재 경주민속공예촌에서 <新羅窯>를 경영하는 류효웅 씨(60세)의 진술

24) 경주민속공예촌사업협동조합, <경주민속공예촌 연혁> 참조

업과정을 방문객들에게 개방함으로써 관광효과를 높이고자 하는 목적과 조응한다. 방문객들은 장인들의 손에서 빚어지는 신라시대 토기와 금제장식들의 생산과정을 관찰하고 또 학습체험장에서 직접 만들어 봄으로써 경주의 역사와 문화전통을 익힘과 동시에 장인의 정신세계와 공예문화의 면면에 대한 이해를 넓힐 수 있다. 이러한 이해를 통해 방문객들은 전시판매장에 진열된 상품가격이 왜 그렇게 비싼지를 알게 되고 상품의 회소가치에 대한 구매욕구를 자극 받게 된다. 공예장인들은 실제로 관광객들로 하여금 상품 생산과정을 직접 보고 또 제작체험을 하도록 유도함으로써 전통민속공예품에 대한 이해와 애정을 심화시켜 견물생심에 의한 구매의욕을 촉구하고 있다.

이러한 목적달성을 위해 민속공예촌 장인들은 애초부터 장인에 의한 생산과 자가상품의 전시판매를 원칙으로 공방개방과 전시장의 설치를 의무화하였다. 어느 공방에서든 '들어와 보세요'라는 안내문을 써 붙여 놓고 방문객들의 자유로운 관람을 유도한다. 일부 전시장에는 공방 상품과 그 상품의 모태가 되는 지역의 출토유물을 상호 비교하여 진열해 놓음으로써 방문객으로 하여금 상품의 의미와 가치에 대한 이해를 제고시키고 있다. 신라토기 재현과 응용상품을 만들어 내는 <新羅窯>의 경우에는 2단의 전시장 상하에 각각 응용상품과 실물을 비교하여 배치시켜 놓고 관련 자료까지 사진과 설명문을 곁들여 전시해 놓음으로써 방문객들로 하여금 마치 박물관에 온 듯한 느낌을 갖게 한다. 아울러 관련 유물과 유적에 대한 상당한 지식을 가진 종사자가 방문객의 궁금증을 풀어주기도 한다. 최근에는 <天馬窯>를 비롯한 몇몇 공방에서 외국관광객 유치를 통한 상품판매 제고를 위해 외국인전용 판매장을 개설한 후 전문가이드를 고용하여 공방의 상품생산과정과 상품에 대한 자세한 안내를 해주고 있다.

관광객 체험제작프로그램은 일반인에게 비교적 친숙할 뿐만 아니라 제작과정이 따라하기 쉽고 위험성도 낮은 도·초사업체들을 중심으로 개설되어 있다. 초기에는 공방개방과 전시위주로 관광객을 맞이하였는데 최근 들어서는 보여주는 관광서비스로부터 체험하게 하는 관광서비스로의 중요성을 인식하게 되면서 협동조합 차원의 권유로 <신라요>, <서벌공예사>, <월성요>, <석보도예> 등 여러 업체에서 신라토기 제작을 비롯한 생활도자기 등의 학습체험실을 열었다. <신라요>의 신라토기 제작체험실은 매일 오전 10시부터 오후 5시까지 개방되는데 내·외국인 개인과 가족을 포함하여 유아에서 일반인에 이르는 단체까지 모두 참여할 수 있다. 1회 수용인원은 80-100명인데 필요한 재료를 미리 준비하기 위해 예약을 받는다. 체험학습실 강사가 기구 사용과 제작방법 등에 대해 설명을 한 후 직접 만들어 보도록 유도한다. 작품을 구워가는데는 약 2개월의 기간이 소요되는데 재료비와 지도비, 탁송료 등을 포함하여 어른의

경우 2만원이고 어린이는 1만 5천원이다.<sup>25)</sup> 외국인을 비롯하여 많은 사람들이 참여하는데 특히 방학 때는 전국으로부터 학생들이 찾아온다.

체험실 운영을 통해 장인들은 참여자들에게 체험학습주제에 대한 설명과 공정지도 등을 통해 방문객들과의 자연스런 접촉을 갖게 된다. 때로는 장인정신을 설파하기도 하고 때로는 지역의 문화전통과 역사를 논하기도 하는데, 가장 중요한 사실은 관광객들에게 공예문화의 공유 기회를 제공함으로써 공예문화의 가치와 의미는 물론 匠人들의 정신과 삶에 대한 이해의 기반을 넓혀나간다는 점이다.

공방 개방과 체험학습실 운영은 신라공예전통의 공유기회를 확대하고 장인정신을 대내외적으로 강조함으로써 궁극적으로는 지역의 역사문화전통에 기초한 관광효과의 극대화과 공예장인들의 정체성을 강화하기 위한 목적으로 귀착된다. 이러한 사실을 뒷받침해 주는 단서들은 공예촌 내의 여러 시설물들을 통해 확인된다. 종합전시관매장 뒤 공터에는 ‘… 南山新城을 축성함에 있어 … 배정된 책임구역을 법대로 축성하되 준성 후 3년 안에 성벽이 허물어지면 죄를 받을 것이라는 서약과 함께 책임자의 관직명, 출신지, 인명, 관위순으로 기록 … 신라 장인정신을 귀감으로 삼고자 하기 위한 것 …’이라는 내용의 경주 南山新城碑를 복제하여 세워 두었다. 남산신성비는 신라역사과학관 및 공예촌 상징조형물<sup>26)</sup>과 더불어 민속공예촌 조성의 본래 목적과 웅대한 의지를 상징적으로 표상함은 물론 민속촌 입주 장인들의 正體性을 강화시켜주고 있다. 다시 말하면 공예촌 입주 장인 자신들이 옛 신라 천년의 우수한 과학기술과 투철한 장인정신의 전통을 이어가는 ‘名匠’의 후예임을 널리 알리고 강조하기 위함이다. 실제로 도자와 금속, 보석, 불상, 목·철기 등의 공예품을 생산하는 공방들의 경우 신라시대의 분묘와 주거지 등에서 출토된 유물들의 모습을 그대로 재현하거나 응용한 상품들을 만들어 내면서 지나친 상업적 세속성을 경계하며 시간을 뛰어넘는 전통 잇기에 주력하고 있기 때문이다.

### 3) 신라역사과학전시관 개관 : 지역 역사과학지식의 소비전략

신라역사과학관은 <서울공예사>를 경영하던 목공예(불상)장인 석우일 씨가 1988년 토함산의 옛 이름을 본 따 東岳美術館으로 개관되었다. 1995년에는 민속공예촌과의 연계와 대외적인 흥

25) 신라요, <新羅窯>(안내팜프렛) 참조

26) 경주민속공예촌 중앙에 위치하고 있는 상징조형물은 1995년 설립되었는데, 천마총155호분에서 출토된 금관장식물인 曲玉 2개를 태극형으로 배치시켜 활활 타오르는 화염 형상으로 조형하였다. 아울러 조형물을 떠받치고 있는 기단 사방 벽면에는 김유신장군묘와 왕릉 등의 외벽 護石에 나타나 있는 十二支像을 부조화시켰다.

보호과를 높이기 위해 첨성대와 석굴암, 왕경도, 천문도, 성덕대왕신종 등 신라 관련 유물과 유적의 과학적 원리를 중심으로 새로운 전시체제를 갖추어 新羅歷史科學館으로 바꾸었다. 신라역사과학관은 신라시대의 과학적 내용을 중심으로 전국의 전문가를 통해 모형을 제작·전시함은 물론 문헌자료를 고증한 관련사실을 설명패널 형식으로 병행하여 전시해 놓고 있다.

신라역사과학관은 총6개의 전시실로 구성되어 있다. 제1전시실에는 ‘하늘에는 天文圖, 땅에는 王京圖’라는 제목으로 신라천문과학의 대표적 인프라인 첨성대와 신라 왕도의 도시구조에 해당하는 왕경도가 전시되어 있다. 제2전시실에는 ‘뉴밀레니엄의 태양빛이 가장 먼저 닿는 石窟庵’이라는 제목으로 석굴암 모형 8기를 축소제작하여 전시해 놓음으로써 수수께끼와 같은 과학적 원리의 실체를 밝히고 있다. 제3전시실에는 ‘중소리는 중생을 구제하고 중소리는 시간도 알렸다’라는 제목으로 성덕대왕 신종(일명 에밀레종)과 성덕왕 24년(725년)에 만들어진 오대산 상원사 범종 등을 비교해 가면서 조형상의 특징과 음향을 고려한 디자인의 특성, 주조성의 특징 등을 중심으로 전시해 놓고 있다. 제4전시실에는 신라 경덕왕 10년(751년) 석가탑을 세울 때 제작한 신라목판기술의 백미라고 할 수 있는 〈無垢淨光大陀羅尼經〉을 중심으로 고려의 목판(팔만대장경)과 금속활자문화를 비교 전시하고 있다. 제5전시실에는 5-6C에 만들어진 신라 서봉총과 천마총, 금관총, 황남대총 등에서 출토된 신라왕들의 금관과 허리띠를 전시하고 있다. 제6전시실에는 우수한 신라과학기술이 계승된 결정판으로서의 ‘세종대왕 시대의 과학문화재’라는 제목으로 조선시대 과학기술을 일목요연하게 전시해 놓고 있다. 대표적인 내용은 태조 4년(1395년)에 돌에 새겨 제작한 천문도인 〈天象列次分野之圖〉와 영조 대의 〈天象列次分野之圖 목판인쇄본〉, 세종 때의 해시계인 〈仰釜日晷〉와 강우량 측정시설인 〈測雨器〉와 〈測雨臺〉, 천문기기인 〈圭表〉, 천문학서인 『天文類抄』(세종)와 『星鏡』(철종), 별시계인 〈星晷〉와 별의 위치를 재는 〈赤道儀〉, 세종 때의 한글활자본인 「月印千江之曲」과 주야겸용시계인 〈日星定時儀〉 등이다.

이상과 같이 신라과학기술을 중심으로 고려와 조선시대의 방대한 역사과학 자료를 민속공예촌과 연계하여 신라역사과학관에 집적해 놓은 이유는 무엇일까? 필자의 견해로는 그 이유를 크게 2가지로 집약할 수 있다. 첫째, 건축과 불상, 종, 활판제작 등과 관련되는 신라의 과학기술이 현대의 장인들에 의해 석·목·금속공예기술로 계승·재현되고 있음을 강조하고자 함이다. 이는 비록 1000년-1500년의 시간을 경과하였지만 여전히 시간적 깊이를 초월하여 동일한 공간인 경주에서 그것도 경주공예인을 대표하는 민속공예촌 장인들에 의해 신라과학기술의 전통이 면면히 계승된다는 사실을 강조함에 다름 아니다. 따라서 신라의 영화는 갔어도 남아있는 과학기술의 흔적과 현존하는 장인들의 존재를 통해 여전히 과거의 번영과 권세가 지

속되고 있음을 확인하고자 하는 과정이다. 이는 신라인의 후예로서 경주시민과 장인들의 자부  
와 자랑이자 정체감을 강화시켜 주는 상징적 원천이 된다.

둘째, 신라역사과학관의 민속공예촌 입지는 공예촌 조성의 당위는 물론 그 연계관광적 가치  
를 한층 높여주는 기능을 한다. 이는 신라역사과학관의 년 관람객 수에서 확인되고 있는 바,  
민속공예촌 방문객의 약 70%인 20만명이 매년 신라역사과학관을 찾고 있다. 신라역사과학관  
의 교육적 가치가 크므로 특히 경주를 찾는 수학여행단을 비롯한 단체관광객이 이 곳을 많이  
방문한다.

따라서 신라역사과학관을 찾는 관광객들은 신라의 역사과학지식을 습득하게 되어 경주의  
역사와 전통을 더 많이 그리고 더 깊이 인식하게 되는 계기를 갖게 된다. 아울러 관광객들은  
이러한 신라과학기술과 연계하여 공예촌의 각 공방과 전시장을 둘러보고 그 곳에서 신라장인  
의 숨결을 보다 사실적으로 느껴볼 수 있도록 암묵적으로 강제 당한다. 이 점은 신라역사과학  
관과 경주민속공예촌을 연계시킨 본래 의도와 합치되는 것으로서 신라역사과학지식이 관광주  
체에 의해 생산되는 과정이자 동시에 관광의 객체인 관광객들에 의해 소비되는 과정인 셈이  
다. 지역관광 활성화 전략과 관련하여 지역의 역사와 문화에 대한 일차적인 연구와 자료집적  
및 그 응용의 모색이 무형의 자본으로 강조됨은 바로 이러한 사례를 두고 하는 말이다.

#### 4)보문관광단지와 불국사의 관광벨트화 : 인근 관광자원과의 연계전략

경주민속공예촌이 입지하고 있는 鰐洞 201번지 일대는 경주보문관광단지와 불국사 중간지  
점이다. 이 일대는 불국사와 석굴암이 위치하고 있는 吐含山 산자락으로서 많은 문화재가 산  
재할 뿐만 아니라 불국사를 찾는 관광객들이 매일같이 지나다니는 곳으로서 일찍부터 자연환  
경 보전지구로 지정되어 있었다. 하지만 경주시역으로부터 완전히 벗어나 있을 뿐만 아니라  
보문관광단지와 불국사까지 각각 5-6km 정도 떨어져 있어 양대 관광지간의 연계 관광효과가  
많이 저하되었다. 아울러 이 일대에는 30여 기의 묘지가 들어서 있었을 뿐만 아니라 인적도  
드물어 부랑자들의 은신처가 되기도 했는데, 이러한 상황을 두고 혹자는 '도둑놈 소굴'로 표  
현하기도 한다.

따라서 경주시에서는 보문관광단지와 불국사의 중간지점인 보불로변에 입지한 관광루트상  
에 경주민속공예촌을 조성하여 이용객의 편의제공과 관광의 연계개발을 도모하려 하였다. 실  
제로 경주민속공예촌 조성을 주도했던 경주시에서 1983년 5월 8일 입안한 '경주공예단지 조성  
계획'의 목적과 기본목표 및 방침<sup>27)</sup> 등에는 모두 양대 관광지의 연계관광 내용이 적시되어 있

27) 경주민속공예촌사업협동조합, <경주민속공예촌 연혁> 참조

다. 특히 이 일대는 자연환경보전지구로서 자연경관을 유지·보존해야 하는 바, 공예단지는 자연의 변형을 최소화하고 자연경관과 조화될 수 있도록 조경을 실시하였다. 자연환경을 최대한 보존하면서 신라문화를 대표하는 불국사와 보문관광단지 등으로 이루어진 주변 관광자원과의 조화를 꾀해야 한다는 맥락에서도 지역의 역사와 전통을 함의하는 경주 장인의 요람 조성은 적절한 조치였다.

경주민속공예촌이 조성되자 이와 연계하여 신라역사과학관과 민속주막촌이 함께 들어서고 보불로변에도 관련 공예단지와 토속음식점 등이 생겨나 과거의 한적했던 이미지가 많이 개선됨은 물론 남북 양대 관광지의 연계효과도 한층 높아졌다. 실제로 불국사를 여행하는 관광객들 대부분은 도로변에 위치한 민속공예촌에 들러 각 공방과 상품전시판매장, 신라역사과학관 등을 둘러봄으로써 전통공예문화에 대한 식견을 높이고 체험학습과 관광과 쇼핑을 즐긴다. 경주민속공예촌을 방문하는 관광객 수는 년 평균 30여만 명이 되며 약 20억원의 관광매출 실적을 올리고 있다.

## V. 전망과 과제

경주민속공예촌을 찾는 관광객 수는 1986년과 1988년에 각각 34만명과 31만명이다가 1990년 39만명을 최고치로 그 후 지속적으로 감소추세를 보여 1995년 35만명, 1999년 30만명으로 나타난다. 이처럼 많은 관광객들이 공예촌을 방문하는 이유 중의 하나는 경주가 지니는 역사관광 도시로서의 위상과 보문관광단지와 불국사를 연계하는 입지적 이점 때문이다. 하지만 문제는 공예촌 방문객수가 경주 방문객의 5%에 불과하다는 점과 최근 방문객 수가 차츰 줄어들고 있다는 사실이다. 따라서 최소한 경주 관광객의 10%만이라도 공예촌으로 유치해야 할 필요성이 제기되는데, 이하에서는 공예촌의 문제점과 활성화를 위한 당면 과제가 무엇인지를 먼저 진단해 본 후 미래 전망을 조망해 보고자 한다.

공업단지 유치지역 안에 민속공예품 단일 특화단지를 조성하여 인근 관광자원과의 연계효과를 높이고 공방의 생산과정 공개와 체험프로그램의 개설 및 신라역사과학관의 개관 등을 통한 전통공예문화의 이해도를 제고하는 등 관광자원화를 위한 많은 노력에도 불구하고 경주 민속공예촌은 여러 가지 당면 문제를 노정하고 있는 바, 이를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 공예인력 부족 및 채산성 악화로 공방가동률이 저조하다는 점이다. 공예작업은 모든 공정을 手工에 의존하므로 장인의 혼을 불어넣어 작품을 창조하고 전통을 계승한다는 투철한 장인정신을 빼버린다면 일종의 3D업종에 가깝다. 따라서 사람들은 공예업체 종사를 꺼리는

경향이 있어 공예업체들은 인력난을 겪고 있음은 물론 전통공예기술을 전수하고 계승시켜나갈 우수한 공예인력을 양성하기가 어렵다. 아울러 공예촌에 입주해 있는 대부분의 공예업체들이 주문생산과 단지내 판매에 의존하는 특성상 수요창출에 한계가 있으므로 공방가동율이 저조하다. 20여 업체 중 절반 가량의 업체들만 정상조업을 할 뿐 나머지는 불완전한 가동을 하고 있다. 따라서 공방의 채산성 악화를 초래함은 물론 관광객들에게 상품 생산과정을 효율적으로 공개할 수 없게 되어 관광효과를 저하시키기도 한다.

둘째, 공예품의 고비용·저효율로 생산성이 저하됨은 물론 상품경쟁력이 약화된다는 점이다. 따라서 자체생산품의 판매율을 저하시켜 궁극적으로는 민속공예촌의 채산성을 약화시키게 된다. 민속공예촌에서 생산되는 대부분의 문화상품들은 제작공정이 정밀한 手工에 의존하고 있으므로 인건비가 높아 결과적으로 판매단가가 올라가기 마련이다. 아울러 생산성을 높일 수 있는 공정혁신과 자동화가 어려워 공방가동의 효율성이 낮다. 전통공예상품의 한정성과 높은 변별력으로 상품의 희소가치를 충분히 창출할 수는 있을지라도, 대부분의 상품들이 판매단가가 높아 관광객들의 상품구매율이 낮은 편이다.

셋째, 시대감각에 맞는 향토민속 공예품과 관광기념품의 개발이 저조하다는 점을 들 수 있다. 이는 상품개발 지원체제의 미흡함과 자금부족 문제를 포함하여 민속공예촌 장인들의 현실적 바탕과 고객 기대치간의 큰 격차 때문인데, 공예장인들은 현대상황과 생활패턴의 변화를 직시하지 않은 채 고유문화에만 집착하려는 성향이 있어 현실적응을 위한 새로운 문화상품 개발과 이의 산업화 의지가 다소 부족하다는 사실과 관련된다.<sup>28)</sup> 공예장인들은 집안 경제사정으로 공교육 과정에서 소외된 채 공예부문과 인연을 맺은 사람들이 많다. 이들은 특정 분야의 기능은 뛰어나지만 이를 응용하여 획기적인 상품을 창작할 수 있는 마인드가 다소 부족하다. 이를 보완하기 위한 목적에서 산·학·관 협력시스템의 일환으로 소위 '지도교수제'를 활용하기도 했지만 1회성에 그쳐 소기의 성과를 거두는데는 한계가 많았다.<sup>29)</sup>

넷째, 건축법상 공방이 사유재산으로 매매가 자유로와 공예인이 아닌 자가 소유권을 취득함에 따라 공예촌 조성의 본래 취지에 반하는 개인의 별장화와 상업주의가 우려되고 있다는 점

28) 최봉수, 1999, 「통영시의 전통공예의 실태와 육성발전에 관한 연구」, 『통영·거제지역 연구』(경남지역문제 연구원) 477

29) 중소기업청의 기술혁신지원법에 따라 실시되어온 지도교수제는 국고지원 30%와 공방 70%의 비용충당으로 관련 전공교수와의 연계를 통해 디자인 능력을 장인의 제작기술에 결합하여 우수한 문화상품을 개발하는 제도이다. 하지만 1년 단위로 갱신해야 함은 물론 비용문제 등으로 지속적인 성과를 얻기 어렵다 (김종준 총장의 진술).

이다. 실제로 몇몇 구역의 경우에는 공예인이 아닌 자가 부동산을 취득하여 임대사업화 하거나 상업 위주의 업체운영 현상이 나타나기도 했다.

다섯째, 앞서도 지적되었듯이 비교적 많은 관광객이 민속공예촌을 찾고 있지만 그것은 경주 관광객의 5%에 불과할 뿐만 아니라 최근 방문객 수가 차츰 줄어들고 있다는 점이다. 이는 경주 관광객 수의 감소추세와도 밀접하게 관련되지만, 1999년과 2001년의 경주문화엑스포 기간 동안 오히려 방문객이 줄어든 사례에서 나타나듯이, 경주 관광객을 민속공예촌까지 원활하게 유인하기 위한 적극적인 홍보와 유치노력이 부족했다는 사실을 반증한다.

이상의 문제점들을 보완·개선하여 경주민속공예촌의 당초 취지를 충분히 살리면서 관광가치를 극대화하기 위한 과제들을 열거하면 다음과 같다. 첫째, 전통공예산업의 육성을 위한 기금조성과 지원제도 수립 등을 포함하는 전통민속공예산업 진흥에 관한 종합적인 법률 제정이 필요하다. 이는 기존의 중소기업진흥에 관한 법률에 준하여 전통공예산업을 지원하던 체제를 전면 개편하여 공예산업을 포함하는 광의의 전통산업 육성을 위한 제도적인 장치 마련을 의미한다. 이러한 제도적인 장치 속에는 지금의 무형문화재 개념과는 별개의 전통민속공예장인 지위보장과 기능계승 및 발전을 위한 방안까지 포함되어야 할 것이다.

둘째, 전통문화상품의 품질향상과 신제품 개발 및 생산공정과 경영의 고도화를 통한 생산성 향상을 도모하여 상품경쟁력을 한층 강화시켜 나가야 한다. 이러한 과정에는 역사도시 경주의 문화사적 전통성과 역사성, 지역성과 관련되는 의미와 가치 및 철학이 반드시 함의되어야 하며 '전통'의 의미와 가치 또한 현대적으로 재해석해되는 과정을 통해 투영되어야 한다. 아울러 산·학·연 협동체제를 더욱 강화하여 일회성·전시성 행사가 아닌 지속적이고도 내실 있는 '지도교수체제'가 이루어질 필요가 있다. 이러한 문제점을 보완하고 우수한 문화상품 개발 및 경쟁력을 확보하기 위한 방안의 하나는 경주민속공예촌 내에 공동디자인개발지원센터를 설립하여 산·학·관 연계체제를 구축한 후 지역문화를 체화시킨 각종 디자인을 개발하고 각 업체가 이를 활용하는 것이다.<sup>30)</sup>

셋째, 각 공방의 생산과정 공개와 전시장 개관 및 관광객 체험학습프로그램 개설을 가능한 많은 업체로 확대하여 교육장화함으로써 신라역사과학지식과 전통공예산업문화의 공유기회를 확장함은 물론 관광객과의 밀착도를 한층 높여 나가야 한다. 이는 전통공예산업 문화의 생산과 소비라는 큰 틀 속에서 전통공예기술의 전승과 장인정신의 보존을 위한 제도화와 미래의

30) 한국문화정책개발원, 2000. 11. 『앞책』 (주 17) 129



잠재적인 수요를 확대시키기 위한 기반이 된다는 측면에서 대단히 중요한 사안이다. 신라역사과학관의 운영과 관련한 교육이벤트 실시와 더불어 민속공예축제 개최도 적극 고려해 볼만한 사안이다. 특히 민속공예축제는 경주민속공예촌의 공예문화 인프라를 바탕으로 소프트웨어만 잘 가미하면 많은 예산을 들이지 않고서도 커다란 홍보와 상품 판매효과를 안겨줄 것으로 사료된다. 왜냐하면 기존의 시설물과 공예상품을 포함하여 우수한 자연경관과 조화되는 공예촌의 풍경, 공방의 작업과정, 체험학습프로그램, 전시판매장과 신라역사과학관 개관 등이 이미 훌륭한 이벤트가 되고 있으므로 여기에다 가마불지피기, 어린이전통공예그림·글짓기대회, 공예문화사진촬영대회, 내가바로신라명장, 전국공예명품전, 신라토기재현컨테스트 등과 같은 행사를 몇 가지 공연이벤트와 더불어 가미하면 될 것이기 때문이다.

넷째, 경주민속공예촌의 자체 연계 관광인프라의 지속적인 구축이 필요하다. 예를 들면 공방과 전시장, 체험장 등과 연계한 향토예술작가들의 주제별 작품전시공원 조성과 인접한 역사문화자원과의 연계 보도 관광로 개설 등을 고려해 볼 필요가 있다. 아울러 기존의 신라역사과학관과 연계하여 신라장인의 정신과 생활을 보여줄 수 있는 전시프로그램의 제작과 설치를 통해 신라과학기술과 현존하는 전통공예장인의 기능과 그 정신을 연계시킨다면 더 좋을 것이다.

이상에서 지적된 경주민속공예촌의 당면 문제들을 직시하여 과제들을 차근차근 풀어나간다면 미래 전망은 상당히 밝다. 우선 경주 관광객의 10%유치 목표를 설정하고 이를 달성할 수 있는 다양한 대안이 마련되어야 할 것 같다. 이를 위해서는 우수한 문화상품 개발을 포함한 관광인프라 구축은 물론 경주세계문화엑스포 상설 행사장과 연계하여 보문관광단지과 불국사를 경유하는 관광코스의 홍보를 한층 강화할 필요가 있다. 아울러 향토의 전통공예 부문(전통한지, 손명주, 완초공예 등)을 더욱 많이 유치하여 명실상부한 지역 전통공예산업의 메카임을 강화함은 물론 그 집적효과도 도모해야 하겠다.

이렇게 된다면 문화의 21세기에 경주민속공예촌은 전통공예문화의 보존과 창달은 물론 지역 전통산업기술과 역사과학지식의 현장교육장으로서의 역할뿐만 아니라 관광경제적 측면에서도 새로운 부가가치 창출원으로 각광을 받을 것이다. 아울러 역사도시 경주의 문화적 전통과 역사성, 지역성에 편승하여 경주의 관광명소로서 인근 관광자원과의 연계관광 효과 또한 배가시킬 것이다.

## VI. 결 론

전통공예산업은 오래 전부터 선조들에 의해 영위되어온 공예기술지식과 기능을 활용하여

문화상품 내지는 지역 특산품을 생산해 내는 산업부문을 의미한다. 전통공예상품은 지역의 역사문화요소를 함의하고 있으면서 높은 부가가치를 창출해 주기 때문에 지역홍보와 경제적 수익증대 차원에서 최근에는 지방자치단체마다 많은 관심을 보이고 있다.

경주 지역의 전통공예산업은 유구한 역사와 찬란한 문화사적 전통으로 인해 다른 지역에 비해 월등히 발달해 있는 편이다. 하지만 대부분의 업체가 도·초차 부문에 한정(70%)되어 있을 뿐만 아니라 5인 미만의 영세성(83%)을 면치 못하고 있어 생산성과 상품성 등에서 경쟁력이 약하다. 경주민속공예촌은 산재해 있는 전통공예인력을 한 곳에 집적하여 이러한 단점을 보완함으로써 전통공예기능의 전승과 경쟁력있는 문화상품을 개발·전시·판매하여 관광자원화는 물론 외화획득을 도모하고자 조성되었다.

그 일환으로 전통공예장인의 입주와 공방생산품의 전시판매를 원칙으로 생산과정과 그 결과물을 방문객들에게 완전공개하고 생산과정에 대한 직접적인 참여와 신라역사과학지식의 학습을 도모하는 등 공예촌 전체를 아예 관광자원화하고자 했다. 공예촌의 자연경관보존과 시설물에 대한 전통적인 외관조성을 비롯하여 지역의 역사문화전통을 가미한 문화상품 개발전략, 각 공방의 상품제조과정 개방과 상품전시판매장 개관, 체험학습장 설치, 신라역사과학관 개관, 인근 관광지와 연계도모 등은 모두 이러한 구체적인 관광자원화 전략들에 해당한다. 경주민속공예촌의 이와 같은 관광자원화 전략은 공통적으로 경주의 지역성과 유구한 역사 및 찬란한 문화사적 전통에 기초하고 있는데, 궁극적으로는 공예장인을 포함한 경주시민의 정체성 강화와 관광효과 극대화로 귀착되고 있다. 따라서 향후 경주가 보유하고 있는 풍부한 역사문화 자원의 개발과정에 있어서 경주만의 고유 이미지를 어떻게 더욱 강화시켜 나갈 것인가가 핵심적인 사안이 될 것으로 사료된다. 역사문화자원의 개발뿐만 아니라 그 보존에 있어서도 역시 마찬가지다.

경주민속공예촌은 해마다 30만명의 관광객을 유치하여 28억원의 관광매출을 올림은 물론 인근 관광지와 연계관광 효과도 강화하는 등 소기의 성과를 얻고 있다. 하지만 경주 관광객 유치와 경쟁력있는 문화상품 개발 및 수요창출, 생산성 향상과 관광효과 증대를 위한 자체의 연계관광인프라 구축 등과 같은 풀어야 할 과제들 또한 많다. 아울러 전통공예장인들의 기술 지식과 기능계승을 포함하여 이상의 과제들을 효율적으로 해결해 나가기 위한 종합적인 전통공예산업 지원제도가 하루빨리 구축될 필요가 있다.

## 〈참고문헌 및 자료〉

### 가. 참고자료

- 1) 경상북도, 〈경상북도 특산품디자인 및 포장개발에 관한 조례〉(제2290호)
- 2) 경상북도 문화산업과, 2001. 3, 〈2001년 문화산업진흥계획-전통문화상품개발분야-〉
- 3) -----, 2001. 3, 〈시군별 주요 전통공예업체 현황〉
- 4) 경주시, 2000. 8, 〈경주민속공예촌 현황〉
- 5) 경주민속공예촌사업협동조합, 〈경주민속공예촌〉(안내 팸프렛)
- 6) -----, 〈정관〉
- 7) -----, 〈조합원 가입규정〉
- 8) -----, 〈경주민속공예촌 연혁〉
- 9) 서벌공예사, 〈土·火·魂〉(안내팸프렛)
- 10) 신라요, 〈新羅窯〉(안내팸프렛)
- 11) 신라역사과학관, 〈신라의 신비 석굴암〉(안내팸프렛)
- 12) -----, 〈전시설명자료〉
- 13) 월성요, 〈月城陶窯〉(안내팸프렛)

### 나. 참고문헌

- 1) 고려대학교 민족문화연구소, 1982, 『한국민속대관-민속예술·생업기술 -』
- 2) 국립문화재연구소, 1996, 『製瓦匠』
- 3) -----, 1998a, 『慶州校洞法酒』
- 4) -----, 1998b, 『輪圖匠』
- 5) -----, 1998c, 『玉匠』
- 6) -----, 1999a, 『刻字匠』
- 7) -----, 1999b, 『刺繡匠』
- 8) -----, 1999c, 『莞草匠』
- 9) -----, 1999d, 『大木匠』
- 10) 김춘동, 2000, 「니시지마 화지와 지역활성화」, 『한국문화인류학』(한국문화인류학회) 33(2), 139-170

- 11) 문화공보부 문화재관리국, 1969-1994. 「민속공예」, 『한국민속종합조사보고서』
- 12) 문화관광부, 1998a. 『주요국의 문화상품 개발 지원제도 및 우리 나라 문화상품의 해외 진출방안-전통문화상품을 중심으로-』
- 13) -----, 1998b. 『패션디자인의 문화상품 개발육성 방안에 관한 연구』
- 14) 매일경제연구소, 1997. 『우리 나라 문화상품의 디자인 개발 진흥정책에 관한 연구』
- 15) 최봉수, 1999. 「통영시의 전통공예의 실태와 육성발전에 관한 연구」, 『통영·거제지역 연구』(경남대학교 경남지역문제연구원), 465-495
- 16) 한국문화정책개발원, 2000. 11. 『경주 세계문화엑스포 중장기발전계획』
- 17) 傳統的工藝商品振興協會, 1998. 「傳統的工藝産業の振興について法律」, 『傳統的工藝品ハンドブック』

# Traditional Craft Industry and Tourist Development

- A Case of Kyungju Folk Craft Village -

**Bak, Gyung-Yong**

This Study was contrived to analyse strategies for developing traditional craft industry as tourist resources through a case of Kyungju Folk Craft Village and to find the way of making economic value from components of Kyungju history and culture.

According to this study, Kyungju city(district office) tried to not only support production of culture-goods and preserve and continue craft technology but also achieve economic benefit of tourism by way of Kyungju Folk Craft Village. For this, all aspects of craft village was planned to achieve most tourist effects, opened all process and results of works to guests, guided them to experience production process and Shilla history and science knowledge, at the base of settlement of traditional craftsmen and exhibition · sale of products that they produced.

Including of preservation of environment around and of make-up with tradition outside craft village, development of culture-goods with regional history and culture, exhibiting process of production in Gongbang(工房), opening exhibition · sale hall of goods, managing participant program, giving historical science knowledge in Shilla, strengthening synergy effect with tour site near, are strategies of detail tourist resources of Kyungju Folk craft Village. This above items are ultimately focused on the strength of craftsmen identity in concluding Kyungju citymen and the most effect of tourism.

Therefore development of Kyungju tourism affairs should be focused on strength of regional character, traditionality, authenticity of history and culture in Kyungju and applied it to modern style with the fittest.