

문화관광부
국어민족문화팀

100대 민족문화상징 활용 방안

2006. 12

목 차

I. 용역개요	1
1. 연구과제명	
2. 연구기간	
3. 연구목적	
4. 연구내용	
II. 연구추진방법	2
1. 연구목표	
2. 연구개발내용	
3. 연구추진일정	
4. 연구추진방법	
5. 기대효과	
6. 연구결과물 활용계획	
7. 소요예산	
8. 연구결과물 제출내역	
III. 100대 민족문화상징	8
1. 100대 민족문화상징(분야별)	
2. 100대 민족문화상징 및 선정이유	
IV. 100대 민족문화상징 활용 방안	15
1. 기본방향	
2. 주요활용분야	
3. 100대 민족문화상징 공통 활용 방안	
4. 100대 민족문화상징별 활용 방안	
[부록]	
관련 기관 및 단체 목록	387

I. 용역개요

1. 연구과제명 : 100대 민족문화상징 활용 방안 연구

2. 연구기간 : 2006년 10월~12월(2개월)

3. 연구목적

- 문화관광부에서 선정한 전통과 현대를 아우르는 100대 민족문화상징을 효율적으로 상용화할 수 있는 방안 마련
- 한국의 문화가 현대 사회의 여러 분야에서 활용될 수 있는 방안 마련
- 전통문화의 현대적 계승 및 문화원형에 기반 한 부가가치 창출 방안 마련

4. 연구내용

- 100대 민족문화상징의 의의 및 핵심개념 설정
: 100가지의 한국민족상징이 한국문화에서 어떠한 의미를 가지며, 각 상징의 개념이 무엇인지를 명확히 한다.
- 100대 민족문화상징의 상용화 현황 소개
: 100가지 상징이 구체적으로 어떻게 산업화, 생활화, 실용화가 이루어지고 있는 지를 간략하게 보이고, 이를 소개한다.
- 산업화, 생활화, 실용화 방안 마련
: 100대 민족문화상징의 의미를 높이고, 이를 산업화, 생활화, 실용화 할 수 있는 직간접적 방안 기획
: 정부, 지방자치단체, 기업이 주관할 수 있는 사업에 따라 분류하여 보다 구체적인 방향 제시
- 실질적으로 100대 민족문화상징을 상용화할 수 있는 예산안 제시





II. 연구추진방법

1. 연구목표

- 100대 민족문화상징의 문화적 의미를 부각하고 상용화할 수 있는 핵심개념 정리
- 100대 민족문화상징을 실제적으로 활용할 수 있도록 구체적이고 현실적인 방안 제시
- 민족문화를 통한 부가가치 창출 발판 마련

2. 연구개발내용

- 100대 민족문화상징의 의의 및 핵심개념 설정
 - 개발내용, 범위, 방법에 따른 계획수립 및 업무분담
 - 자료조사, 사례조사 등
 - 연계되는 단체 및 지자체, 기업 등 연결방안 조사
- 100대 상징과 관련한 구체적인 단체 및 기업체 조사 및 연계
 - 각 선정 상징에 관련한 상용화 활동 현황 조사
 - 정부사업, 지방자치단체 활동, 기업체 활동의 현황 파악
- 산업화, 생활화, 실용화 방안 마련
 - 조사한 현황을 중심으로 정부, 지방자치단체, 기업에서 이루어지고 있는 산업화의 장단점 분석
 - 단점을 보강하고 장점을 발전할 수 있는 방안 제시
 - 새롭게 산업화, 생활화, 실용화를 할 수 있는 방안 제시
- 실질적으로 100대 민족문화상징을 상용화할 수 있는 예산안 제시
 - 각 상징 및 활용안에 따른 적절한 예산 편성 및 범위 설정



3. 연구추진 일정

업무 \ 일정	10/20	10/30	11/20	12/5	12/12	12/20
전체적인 방향 설정						
100대 민족문화상징 관련 자료 조사						
사례 조사 및 관련 단체·기업 조사						
관련 내용 집필						
자문위원 검토						
수정 및 보완						
최종 연구물 제출						

4. 연구추진 방법

- 100대 민족문화상징의 역사·문화적 의미 정보 수집
- 100대 민족문화상징이 상용화된 사례를 통한 현황 파악
- 산업화, 생활화, 실용화가 보다 효율적으로 이루어질 수 있는 방안 연구
- 정부, 지방자치단체, 기업의 활동 현황 파악 및 분석을 통한 보다 구체적인 수행 방안 제시
- 각 사업별 지원 예산안 제시

1) 기본방향

- 주장현 박사를 중심으로 한 한국민족문화에 대한 전문가 그룹과 문화콘텐츠 전문 기업인 와이쥬 크리에이티브의 공동연구로 진행
- 자료조사 및 분석, 전문가 자문 등을 통해 최대한 실효성 있는 연구 결과 산출





2) 100대 민족문화상징에 대한 개념 정리

● 연구인력 구성

- 주관기관 연구인력(총 15명) : 책임연구원 1명, 연구원 4명, 연구보조원 6명, 보조원 4명

책임연구원	○ 주장현 (한국민속연구소)
연구원	○ 임학성(고려대 민족문화연구소) ○ 최종성(서울대학교 종교학과) ○ 이기복(사단법인 민족문화연구소) ○ 조현신(동서대학교)
연구보조원	○ 윤주(와이쥬 크리에이티브) ○ 허나영(와이쥬 크리에이티브) ○ 윤민(와이쥬 크리에이티브) ○ 서혜연(와이쥬 크리에이티브) ○ 김신희(와이쥬 크리에이티브)
보조원	○ 이지현 (와이쥬 크리에이티브) ○ 임소현 (와이쥬 크리에이티브) ○ 김채영 (와이쥬 크리에이티브) ○ 심세라 (와이쥬 크리에이티브)

- 자문기구 연구인력(총 10명)

○ 김휴중(추계예술대학원) ○ 고정민(삼성경제연구소) ○ 최혜실(경희대학교) ○ 이보아(추계예술대학원) ○ 임학순(카톨릭대학교)	○ 주진오(상명대학교) ○ 김형수(연세대학교) ○ 정진완(이글픽처스 대표) ○ 노동은(중앙대학교) ○ 최재원(바른손 엔터테인먼트)
---	--



● 추진체계



3) 100대 상징과 관련한 구체적인 단체 및 기업체 조사 및 연계

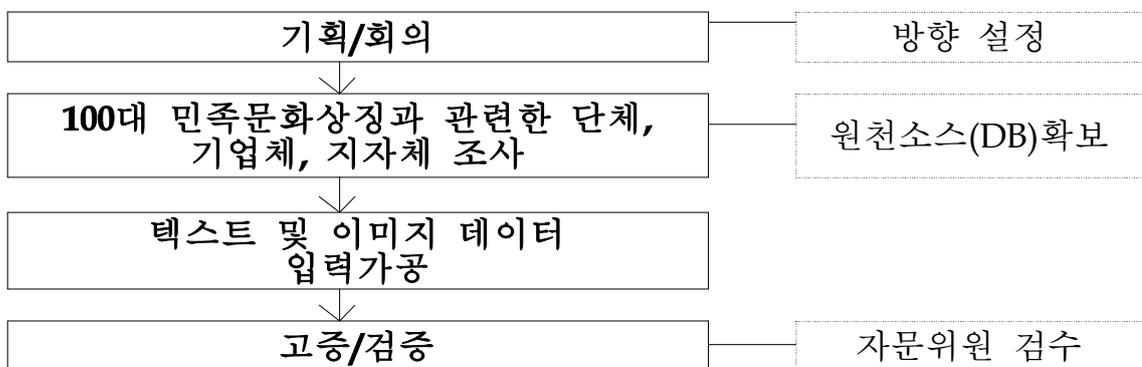
● 세부추진계획

- 세부과제 분석
- 세부과제별 업무분담
- 자문기구 구성

● 연구인력 구성

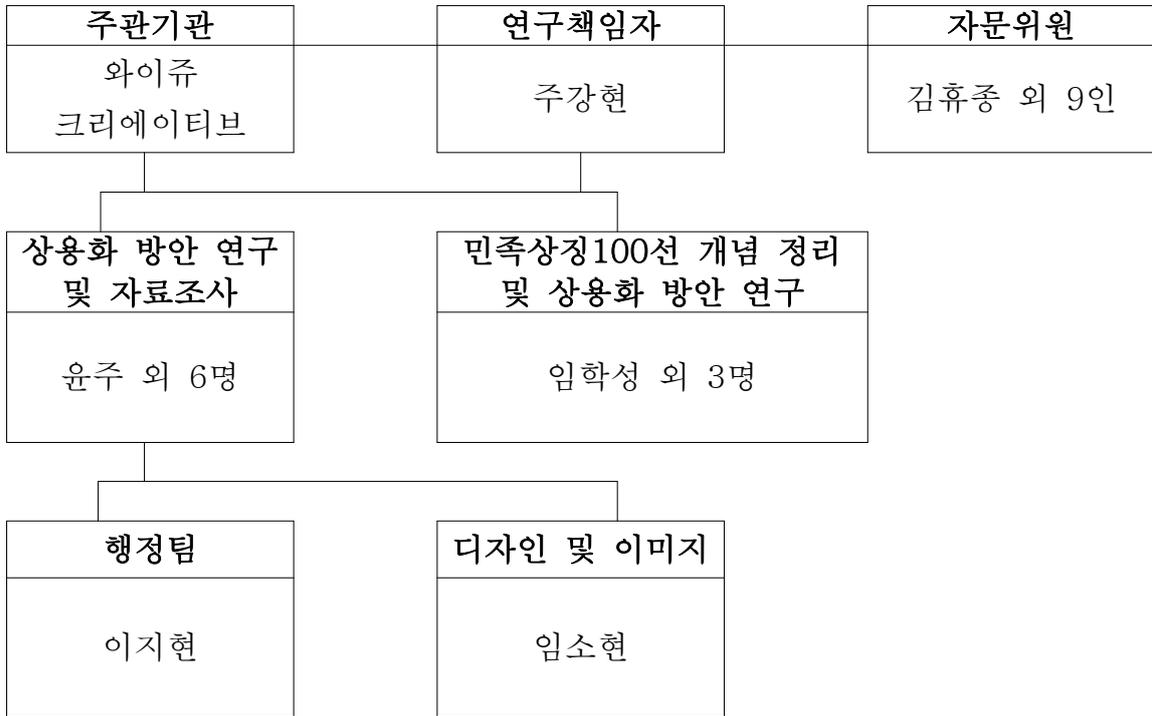
- 주관기관 연구인력(총 8명) : 책임연구원 1명, 연구원 7명
- 자문기구 연구인력(총 10명)

● 추진체계





4) 연구개발 인력 조직도



5) 개발인력 조직별 담당 업무내용

민족상징100선 개념 정리	<ul style="list-style-type: none"> ○자료수집 및 분석 ○내용에 따른 분류작업 및 분류체계 수립 ○학술적 고증 및 검증 ○자문위원회 의견수렴 및 분석/검증 ○상징자료에 대한 설명문 작성
상용화 방안 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○100대 상징 상용화 현황 조사 ○100대 상징별 가능한 활용안 연구 ○자문위원회 의견수렴 및 분석/검증 ○활용안에 대한 설명문 작성 ○추후 발전 방향 제시



5. 기대 효과

- 한국 문화의 경제적 활용 가능성에 대한 국민의 인식 전환
- 국내외에 한국 문화의 우수성을 새로운 측면 제시
- 이번 연구를 기반으로 하여, 보다 다양한 분야에서 문화원형 산업화가 이루어지기 기대

6. 연구결과물 활용계획

- 100대 민족문화상징의 산업화, 생활화, 실용화 방안을 수행할 수 있는 정부, 지방자치단체, 기업과 연계
- 한국민족 문화가 부가가치를 창출할 수 있다는 가능성을 제시
- 이번 연구를 기반으로 한, 보다 창의적인 활용안이 나올 수 있는 계기를 마련

7. 소요예산 : 28,900,000원

8. 연구결과물 제출 내역

- 최종보고서: 인쇄물 20부





III. 100대 민족문화상징



1. 100대 민족문화상징(분야별)

분야	세부분야	선정
민족상징 (2개)	민족상징(2개)	태극기, 무궁화
강역 및 자연상징 (19개)	강역(6개)	독도, 백두대간, 백두산, 금강산, 동해, 대동여지도
	경관(3개)	황토, 갯벌, 풍수
	동식물(4개)	소나무, 진돗개, 호랑이, 한우
	과학기술(6개)	천상열차분야지도, 거북선, 측우기, 물시계와 해시계(자격루와 앙부일구), 수원화성, 정보통신(IT)
역사상징 (17개)	선사(2개)	고인돌, 빗살무늬토기
	도읍(3개)	서울, 경주(서라벌), 평양(아사달)
	인물(9개)	단군, 광개토태왕, 원효, 세종대왕, 퇴계(이황), 이순신, 정약용, 안중근, 유관순
	사찰(1개)	석굴암
	현대사(2개)	비무장지대(DMZ), 길거리 응원
사회 및 생활상징 (34개)	경제(2개)	오일장(장날), 잠녀(해녀)
	마을생활(6개)	강릉단오제, 영산줄다리기, 솟대와 장승, 두레, 정자나무, 돌하르방
	의생활(3개)	한복, 색동, 다듬이질
	식생활(11개)	김치, 떡, 전주비빔밥, 고추장, 된장과 청국장, 삼계탕, 옹기, 불고기, 소주와 막걸리, 냉면, 자장면
	주생활(4개)	한옥, 온돌, 제주도돌담, 초가집
	건강·체육(6개)	동의보감, 인삼, 태권도, 씨름, 활, 윷놀이
	교육(2개)	서당, 한석봉과 어머니
신앙 및 사고상징 (9개)	불교(2개)	선(禪), 미륵
	유교(3개)	효(孝), 선비, 종묘와 종묘대제
	무속(4개)	굿, 서낭당, 도깨비, 금줄
언어 및 예술상징 (19개)	언어(1개)	한글(훈민정음)
	기록(4개)	한지, 조선왕조실록, 팔만대장경, 직지심체요절
	미술(7개)	고구려 고분벽화, 반가사유상, 백제의미소(서산마애삼존불), 고려청자, 백자, 분청사기, 막사발
	연희(2개)	풍물굿(농악), 탈춤
	음악(4개)	판소리, 아리랑, 거문고, 대금
문학(1개)	춘향전	





2. 100대 민족문화상징 및 선정이유

번호	민족문화상징	선 정 이 유	개별활용방안
1	태극기	대한민국의 국기. 태극기 자체가 문화적 상징 직관물임	31
2	무궁화	대한민국의 국화. 근역(槿域)의 역사적 함의	35
3	독도	세계적으로 널리 알려야할 필요성이 상시적으로 대두됨. 한반도 해양강역의 제일 상징물	40
4	백두대간	한반도의 등뼈. 그 자체로 넓은 지역과 사람들, 문화를 두루 내포함	44
5	백두산	한민족의 성산(聖山), 한반도에서 제일 높은 산, 백두대간의 시작	49
6	금강산	가장 빼어나고 수려한 산의 상징	53
7	동해	세계적으로 명칭 자체를 널리 알려야 할 필요성이 상시적으로 대두	57
8	대동여지도	한반도 강역을 정확하고 포괄적이며 상세하게 그린 지도	60
9	황토	한국적 흙의 정서를 가장 압축적으로 드러내는 상징물. 황톳길, 황토방 등 황토를 매개로 한 무한한 연계물	63
10	갯벌	세계 5대 갯벌의 하나로 갯벌 자체가 인간과 자연이 빚어낸 바다 밭의 문화적 상징물임. 생태문화의 으뜸상징	67
11	풍수	인간과 자연이 공생하는 근본적인 사유에서 비롯하였고, 구미에서는 풍수자체가 새로운 문화벤처로 각광받고 있음	70
12	소나무	한반도 식생의 상징. 소나무문화라 지칭할 만한 다양한 문화들	73
13	진돗개	한국 토종개의 상징으로 얼마든지 세계적 개로 알릴 수 있고 알릴 필요가 있음	77
14	호랑이	한국산 호랑이는 거의 멸종되었으나 민화(民話), 민담 등을 비롯하여 호랑이가 남긴 문화유산이 다대함	80
15	한우	소는 가축 이전에 식구(食口)로 대접받으며 농경민족의 애환과 더불어 왔음	84
16	천상열차분야지도	고구려 이래로 한국인의 천문관과 우주 이해도를 드러냄	87
17	거북선	한국인이 만든 세계적인 철갑선으로 세계유수의 조선국인 해양강국의 표징	92
18	측우기	전통과학의 으뜸 상징	95
19	물시계와 해시계	전통과학의 으뜸 상징	98
20	수원화성	유네스코 세계문화유산, 정약용이 설계한 뛰어난 과학구조물	101



번호	민족문화상징	선 정 이 유	개별활용방안
21	정보통신(IT)	높은 인터넷 보급률, 핸드폰, 반도체 등 정보통신 강국 이미지	106
22	고인돌	‘고인들의 나라’라는 명칭이 붙을 정도로 세계적인 거석 문화	109
23	빗살무늬토기	동북아시아 선사문화의 공통적 성격을 드러내는 으뜸 상징	113
24	서울	조선과 일제시대, 오늘의 수도	117
25	경주(서라벌)	신라의 고도	122
26	평양(아사달)	고구려의 수도	127
27	단군	민족 기원의 상징	131
28	광개토대왕	광개토대왕비를 매개로한 고구려 및 북방문화의 상징물	135
29	원효	‘대중불교’의 원조로 한국불교문화사에서 첫손을 꼽을 만한 인물	138
30	세종대왕	한글창제뿐 아니라 세종의 전반적 통치술이 보여주는 제왕다운 능력의 재평가 필요	142
31	퇴계(이황)	세계에 가장 널리 알려졌고 감화를 주고 있는 유학자	146
32	이순신	세계 해전사에 빛날 위인	150
33	정약용	한반도 실학, 즉 국학의 대부वाद 같은 존재	155
34	안중근	20세기초반 ‘제국과 식민의 시대’에 동양평화의 상징적 인물	159
35	유관순	대표적인 여성독립운동가	164
36	석굴암	유네스코 세계문화유산, 불교조각의 최고 조각품	167
37	비무장지대(DMZ)	분단의 상처이자 화해의 미래이며 생태환경의 마지막 보루	171
38	길거리 응원	2002년 월드컵 이후 새로이 자리잡은 역동적인 응원문화	174
39	오일장(장날)	조선시대 사회경제사의 상징이자 오늘까지 이어지는 풍속의 문화사	177
40	잠녀(해녀)	일본 등에도 해녀가 있지만 세계적으로 유래가 없는 전통적 잠수문화	180





번호	민족문화상징	선정 이유	개별활용방안
41	강릉단오제	한국의 4대 명절 중 하나, 유네스코 '인류구전 및 문화유산 걸작'	184
42	영산줄다리기	우리민족의 대표적인 민속놀이	187
43	솟대와 장승	동북아 신앙상징과 한국인의 얼굴을 닮은 신앙상징 직관물	190
44	두레	상부상조하며 공생의 삶을 구가하던 공동체문화의 상징	197
45	정자나무	마을 공동체문화의 정신적 지주	202
46	돌하르방	제주도의 대표적 신앙상징 직관물	205
47	한복	우리민족의 전통의상	210
48	색동	한민족이 가장 사랑하고 조화롭게 발전시킨 색깔문화의 하나	215
49	다듬이질	한국을 상징하는 여러 소리들 중에서 토속미의 으뜸	218
50	김치	한국인이 창조해낸 야채 발효식품의 으뜸	223
51	떡	밀가루문화 빵에 비견되는 쌀 문화의 일 상징	228
52	전주비빔밥	복합음식의 대표 격으로 세계화가 가능한 음식	232
53	고추장	고추와 장문화가 창조해낸 한국 특유의 장(醬)	238
54	된장과 청국장	발효된 장문화의 으뜸으로 건강음식의 대표 격	242
55	삼계탕	수많은 닭요리 중의 하나이나 중국을 비롯하여 세계화가 가능한 일상 보양음식의 하나	246
56	용기	한국그릇문화의 상징물로 가장 보편적인 용기임	250
57	불고기	세계에 가장 널리 알려진 한국의 고기문화	255
58	소주와 막걸리	한국인들이 가장 즐겨 먹어온 대중적 술	259
59	냉면	평양도 함경도 등 한반도 북방음식의 백미	264
60	자장면	대표적인 외식 메뉴이며 세계화가 가능한 음식	268



번호	민족문화상징	선 정 이 유	개별활용방안
61	한옥	우리민족의 전통적 주거양식	273
62	온돌	한국인이 만들어낸 뛰어난 난방문화	278
63	제주도돌담	현무암돌담 그 자체가 빚어내는 경관의 아름다움	282
64	초가집	한국인 살림집 문화의 으뜸	285
65	동의보감	현재까지도 인용되는 한의학의 대표서적	288
66	인삼	세계 최고의 성분을 자랑하는 인삼은 역사적으로 상당히 오래되었고 일찍부터 국제화되었음	291
67	태권도	세계화에 성공하여 올림픽 종목까지 진출	296
68	씨름	일본의 스모 등에 비견할 한민족 특유의 전통씨름	301
69	활	‘활의 나라’답게 국궁(國弓)을 비롯하여 양궁에 이르기까지 활쏘기의 종주국을 상징	305
70	웃놀이	한국인의 전통오락의 으뜸으로 전통성, 고유성, 오락성, 승부성 등을 두루 갖춘	309
71	서당	지금은 사라졌으나 21세기에도 새롭게 살펴볼만한 배움터	313
72	한석봉과 어머니	중국의 ‘맹모삼천지교’에 비견되는 한국 토종의 교육관	317
73	선(禪)	일본은 선을 젤리란 이름으로 세계화 시켰으나 정작 선의 종주국이랄 수 있는 한국의 대응은 매우 부진한 상태이므로 한국선의 저변화를 꾀할 필요가 있음	319
74	미륵	한국불교문화사의 독특한 서민성, 대중성을 두루 간직하고 있는 상징	323
75	효(孝)	부모님을 잘 섬기는 정신, 근본덕행	326
79	선비	그 자체 ‘선비문화’라 지칭할만한 포괄적 존재	330
77	종묘와 종묘대제	유네스코 세계문화유산, 전통왕실의 제사를 지내는 장소와 의식	334
78	굿	한국기층문화의 상징인 무속의 으뜸 상징	338
79	서낭당	한국의 대표적 마을신앙이자 거리신으로 보편성을 지님	342
80	도깨비	조형물, 민담 등으로 전해지는 판타스틱 한 상징물로 어린이들이 가장 좋아하는 전통문화의 으뜸	345





번호	민족문화상징	선정 이유	개별활용방안
81	금줄	‘금하는’ 의미를 지닌 신성스러운 줄로서 가장 한국적인 문화원형의 하나	349
82	한글(훈민정음)	한국인의 말과 글	352
83	한지	아름답고 질기고 실용적인 천년을 가는 종이문화	356
84	조선왕조실록	조선조 25대를 기록한 방대한 역사서	360
85	팔만대장경	몽고군의 침입을 불교의 힘으로 막고자 만든 불교경전	363
86	직지심체요절	세계최초의 금속활자로 찍은 활자문화의 상징	367
87	고구려 고분벽화	고구려 북방문화의 으뜸 상징물	371
88	반가사유상	국보제78호, 삼국시대에 만들어진 대표적인 불교불상	375
89	백제의 미소 (서산마애삼존불)	백제인의 예술과 미적 감각을 가장 잘 드러내주는 상징물의 하나로 한국불교미술사의 압권	378
90	고려청자	고려시대에 만들어진 자기	381
91	백자	조선시대 자기의 주류	384
92	분청사기	한국인이 빚어낸 가장 독창적인 도자문화	388
93	막사발	투박성, 토속성, 실용성 등이 두루 어우러지는 아름다운 사발	391
94	풍물굿(농악)	한국이 낳은 가장 보편적이며 세계인에게도 어울리는 복합문화	395
95	탈춤	한국의 얼굴로 널리 알릴 수 있는 한국의 대표적인 춤 예술	400
96	판소리	‘1인 오페라’라 지칭할만한 한국의 대표적인 서사	404
97	아리랑	역사적으로나 남북이 분단된 조건에서나 해외 동포까지를 망리한 민족의 노래	407
98	거문고	한국전통 고유악기의 대명사로 선비문화의 상징이기도 함	410
99	대금	한국전통 고유악기의 대명사로 한국인의 심금을 잘 드러내는 음색의 상징	413
100	춘향전	한국인이 낳은 최고의 ‘러브스토리’로 외국에도 가장 널리 알려진 문학작품	417





IV. 100대 민족문화상징 활용 방안



1. 기본방향

- 민족문화 정체성과 향수기회 확대
- 문화콘텐츠 개발을 통한 부가가치 창출

2. 주요활용분야

가. 100대 민족문화상징 디지털 데이터 베이스 구축

- 한국문화를 상징하는 100대 민족문화상징을 일반에 소개하고 보다 널리 보급하기 위한 디지털 데이터 베이스 구축
- 상품, 홍보물 등 다양한 분야에 적용이 용이하도록 디지털 베이스화

나. 100대 민족문화상징 별 기존의 행사 및 활동 보강

- 100대 민족문화상징 별로 이루어지고 있는 여러 활동들이 보다 양질의 활동으로 발전할 수 있는 방안 구축
 - 의미는 있으나 형식 및 규모가 미흡한 행사 협조 : 백두산종주대회, 김치축제 등
 - 특성화가 필요한 행사 협조 : 막사밭축제, 광주왕실도자기축제 등
 - 축제 및 행사 홍보 : 화성문화제, 고추장 축제 등
 - 축제 및 활동 통합 : 거북선, 이순신 축제 등
- 보호활동 협조 : 갯벌보호활동(갯벌), 휴양림 관리(소나무)등
- 교과서 개정(백두대간) 및 캐릭터 리모델링(호랑이), 색동 표준화, 명주 인증마크 보급, 서산마애삼존불 보존 협조 등

다. 교육용 교재 및 프로그램 개발

- 100대 민족문화상징의 의미 및 정확한 내용을 어린이 및 대중에게 알리어 보다 바르게 문화를 향유할 수 있는 기회 마련
 - 교육용 서적 개발 : 생태정보책자(독도), 평양 및 쉽게 가보지 못하는 장소 소개, 한국의 장승이야기 등
 - 100대 민족문화상징 시리즈 책자 및 번역서 출간 : 국내외에 100대 민족문화상징을 소개할 수 있는 대중서 출간





- 교육 프로그램 개발
 - 생태학교 : 황토, 갯벌, 독도 등
 - 답사프로그램 : 한국의 자연 체험(풍수), 산사체험(선), 선사문화 체험프로그램(고인돌, 빗살무늬 토기), 선비체험 프로그램(퇴계)
 - 어린이용 사이버 교육프로그램, 나만의 실록 쓰기 프로그램 등

라. 100대 민족문화상징의 기반 마련을 위한 학술 진흥 및 인재 발굴

- 민족문화를 학술적으로 연구하여 보다 심도 있는 가치와 의미 발굴
 - 역사적 고증이 미흡하거나 학계에서 논란이 있는 사안에 대한 학술 연구 협조(백두대간, 거북선 복원사업, 물시계와 해시계, 평양, 고구려사 연구소, 서낭당 유래와 전개, 한국의 도깨비, 막사밭의 연원과 정체성 등)
- 장학금 지급
 - 인재육성을 위한 장학금 지급(천상열차분야지도 장학금을 통해 과학 인재 육성, 원효 장학금으로 어려운 학생들)

마. 100대 민족문화상징의 관광 자원화

- 한국문화를 핵심적으로 보여줄 수 있는 다양한 방안을 통하여 한국을 기념할 수 있는 기회마련
 - 100대 민족문화상징 우표 및 기념주화 발행
 - 상품개발 : 엽서, 동영상 CD, 기념품, CI 및 캐릭터를 넣은 생활용품, 디지털 상품(홈페이지 스킨, 음원 등), 재현품 등
- 한국의 문화를 쉽고 즐겁게 이해할 수 있는 프로그램 개발을 통하여 한국에 대한 이해 확대
 - 축제 및 행사가 없는 민족문화상징을 즐길 수 있도록 지자체를 중심으로 한 새로운 행사 마련
 - 공원, 기념관, 관광단지 조성 : 황토마을 조성, IT 박물관 건립, 원효 테마공원, 안중근 도서관 건립, 정자나무 실버타운, 떡 홍보관, 옹기 공원 조성 등



- 관광코스개발 : 백두대간, 산사 체험, 한국의 별자리 여행(천상열차분야지도), 전주비빔밥 관광루트, 돌담산책로, 서울·경주 등 상징 도시 관광코스 등

바. 100대 민족문화상징에 대한 정보 제공 및 홍보

- 100대 민족문화상징을 쉽게 알 수 있도록 온라인을 통한 정보 제공
 - 상징별 정보 제공 홈페이지 구축
 - 사이버 테마관 제작(평양, 과거 경주, 과거 서울, 석굴암 등)
- 해외 홍보
 - 책자 발간 : 진돗개, 수원화성, 한국의 과학기술(측우기, 천상열차분야지도, 물시계와 해시계 등) 소개 책자, 비무장지대 사진집 등
 - 동영상 제작 : 농악, 굿, 강릉 단오제 등
 - 마케팅 협조 : 떡홍보관 및 떡카페, 비빔밥 등 프랜차이즈, 고추장 및 된장·청국장 수출협조 등

바. 100대 민족문화상징의 보급 및 문화 확산

- 한국문화를 보다 바르고 가치 있게 익힐 수 있도록 캠페인 등 다양한 활동을 통한 한국 문화의 확산 기대
 - 노래 제작 및 보급(동해표기정당성 등), 두레살리기 캠페인(자원봉사, 복지사업 등과 연계), 자장면 무료 급식, 효 알리기 등
- 100대 민족문화상징 창작소재 공모전
 - 100대 민족문화상징을 중심으로 한 만화, 애니메이션, 단편영화 등 다양한 창작물을 공모하여 저변 확대
- 국내외 전시
 - 상징 별 유물 전시회(고지도, 신라유물 해외전시, 분청사기 등)
 - 과거의 서울 전시 등





3. 공통 활용 방안

가. 100대 민족문화상징 디지털 데이터 베이스 구축

- 개발목적
 - 한국문화를 대표하는 100대 민족문화상징의 폭넓은 활용
 - 각 상징을 대표할 수 있는 이미지 구축
 - 다양한 상품 및 온/오프라인 프로모션에 적용이 용이한 디지털 데이터 베이스 구축

- 개발내용
 - 100대 민족문화상징 이미지의 디지털 베이스화
 - 상용화 가능한 이미지 개발
 - 활용 용이한 디지털형식으로 개발

- 개발방안
 - 100대 민족문화상징의 실사 촬영 및 이에 대한 디지털화 : 전문 촬영업체 용역
 - 폭넓게 활용할 수 있는 새로운 디자인 개발 : 디자인 계통 업체 선정 및 용역
 - 온/오프라인 자료를 통한 무상공급 : 정부기관 및 지방자치단체 등 공공기관을 통한 보급
 - 한국문화콘텐츠진흥원 문화원형 사업과 연계

- 소요기간
 - 100대 민족문화상징 실사 촬영 및 디지털화 : 3개월
 - 100대 민족문화상징의 디자인 개발 및 디지털 베이스화 : 3개월
 - 온/오프라인을 통한 보급 : 2개월

- 예산
 - 100대 민족문화상징 이미지화 및 디지털 베이스화 : 약 70백만원
 - 온/오프라인을 통한 보급 : 약 10백만원



나. 어린이 교육용 에듀테인먼트 교재 제작

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징의 의미를 쉽게 익힐 수 있도록 함
 - 한국문화를 생활 속에 적용할 수 있는 예를 통하여 어린이들의 문화에 대한 관심과 상상력을 증폭
- 대상 : 어린이(7세~13세)와 청소년(14세~18세)
- 개발내용
 - 100대 민족문화상징의 의미 및 정확한 정보 제공
 - 100대 민족문화상징을 현재 사용하고 있는 예시를 제공
 - 보다 쉽고 재밌게 습득할 수 있도록 애니메이션의 형식을 빌린 게임, 퀴즈 등, 교육용 교재 개발
- 개발방안
 - 100대 민족문화상징의 의미 및 정보, 상용화에 대한 정보를 전문 교육자를 통하여 집필 및 정리
 - 교육부 및 아동교재 전문 출판사와 연계
 - 수업 및 방송 등을 통한 국내 보급
 - 대표적인 언어(영어, 일어, 불어, 독어, 중국어, 스페인어 등)으로 번역하여 해외에도 한국의 문화를 알릴 수 있도록 함
- 소요기간
 - 개발 : 6개월
 - 보급 : 3개월
- 예산
 - 개발 : 50백만원
 - 보급 : 20백만원





다. 100대 민족문화상징 관련 세미나 개최 및 협조

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징의 학술적 의미 정립
 - 상용화 방안에 대한 의견 교류 및 실질적인 업무협조의 장 마련

- 개발내용
 - 100대 민족문화상징 관련 연구논문 발표
 - 100대 민족문화상징 활용화 방안 연구논문 발표 및 책자 발간
 - 활용화 성공사례 발표 및 관련 안내 책자 발간
 - 관련 업체 및 연구 단체 매뉴얼

- 개발방안
 - 세미나 협조 : 1년에 1회~2회
 - 정기적인 학술지 발간 협조
 - 관련 업체 및 연구 단체 매뉴얼 업데이트

- 소요기간
 - 세미나 협조(회당) : 4개월
 - 정기적인 학술지 발간 협조 : 2개월
 - 매뉴얼 조사 : 연 1회

- 예산
 - 세미나 지원(회당, 국내의 경우) : 20백만원
 - 정기적인 학술지 발간 지원(고료 포함) : 10백만원
 - 매뉴얼 조사 : 2백만원



라. 100대 민족문화상징 시리즈 책자 및 번역서 출간

- 개발목적
 - 한국문화를 대표하는 100대 민족문화상징을 국내외 소개
- 개발내용
 - 100대 민족상징을 권당 하나의 상징으로 시리즈 발간
 - 아름다운 이미지와 각 상징 별 핵심적인 내용 수록
- 대상 : 국내외 일반인
- 개발방안
 - 각 민족상징을 잘 설명해줄 수 있는 전문가를 필진으로 섭외하여 보다 전문적이면서도 대중적인 내용 수록
 - 전문적인 사진 작가를 섭외하여 통일성있고 양질의 이미지 수록
 - 전문출판기획사를 통한 진행으로 효율성 극대화
 - 국문 뿐 아니라, 해외용 번역서 출간 (영어, 일본어, 프랑스어 등)
- 소요기간
 - 기획 및 섭외 : 3개월
 - 집필 및 촬영 등 제작 : 6개월~1년
 - 번역 : 3개월
 - 보급 : 3개월~6개월
- 예산
 - 제작 : 100백만원
 - 보급 및 홍보 : 30백만원





마. 100대 민족문화상징 우표 및 기념주화 발행

- 개발목적
 - 한국문화를 대표하는 100대 민족문화상징 선정 기념
 - 한국문화를 국내외에 우편 및 기념주화를 통하여 전달

- 개발내용
 - 100대 민족문화상징을 대표할 수 있는 일러스트 및 선화(線畵) 제작
 - : 사실적이지 않은 회화적 요소를 가진 일러스트 및 선화로 각 상징 이미지 제작
 - 100대 민족문화상징 선정 기념으로 한정적으로 제작 및 판매

- 개발방안
 - 100대 민족문화상징 일러스트 및 선화 제작
 - : 전문 삽화가에게 용역 및 의뢰
 - : 3-5개의 팀이 100선을 나누어 제작하여 일관되지 않고 개성 있는 일러스트 및 선화 제작
 - 한국조폐공사와 연계
 - 한정적으로 제작 및 판매

- 소요기간
 - 100대 민족문화상징 일러스트 제작 및 선화(3-5팀 동시제작)
 - : 5-6개월
 - 우표 및 기념주화 제작 : 3개월
 - 홍보 및 판매 : 1개월

- 예산
 - 100대 민족문화상징 일러스트 및 선화 제작 : 30백만원



바. 100대 민족문화상징 관련 상품 개발 협조

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징 관련 상품을 통하여 한국문화의 아름다움과 우수성을 직·간접적으로 알림
 - 한국문화를 소비하고자 하는 국내외국민의 소유욕구 충족
 - 관광 프로그램 및 상품을 양적, 질적으로 확대
- 개발내용
 - 현재 출시되어 있는 상품의 질적 향상 도모
 - 100대 민족문화상징의 디지털 이미지를 활용한 창의적인 상품 디자인 개발 협조
 - 지방자치단체, 전국의 유명 관광지과 관련한 상품 개발 협조
- 개발방안
 - 연 1회의 정기적인 자료 조사와 공모
 - 100대 민족문화상징 관련 상품을 생산 및 개발하고 있는 업체와의 연계를 통한 전문가 자문 협조 및 기술 협조
 - 창의적인 상품 디자인 공모 및 기업과의 연계
 - 국내외 관광센터 및 서점, 관광지 등에 비치
- 소요기간
 - 기존 상품 질적 향상 : 3개월
 - 창의적 디자인 개발 : 6개월~1년
 - 상품 비치 및 홍보 : 2개월
- 예산
 - 기존 상품 질적 향상(연간) : 10백만원~20백만원
 - 창의적 디자인 개발(연간) : 50백만원~100백만원
 - 상품 비치 및 홍보(연간) : 20백만원





사. 100대 민족문화상징 홈페이지 개발

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징의 지속적인 홍보가 이루어지는 장기적 기반 형성
 - 100대 민족문화상징에 대한 정보 및 이미지, 자료 등에 대한 꾸준한 업데이트 및 정보 교류

- 추천 URL : www.100koreansymbols.or.kr

- 수록항목 : 영역별 6개 상징을 기반으로 항목을 분류하여 제시
 - 100대 민족문화상징의 선정 배경 및 의미
 - 100대 민족문화상징의 디지털 이미지 제시 및 제공
 - 100대 민족문화상징 상용화 현황 소개 및 관련 기관·업체 소개
 - 정보교류방
 - 100대 민족문화상징 플래시 게임 등 재미요소

- 개발방안
 - 홈페이지 제작 : 전문업체 의뢰
 - 홈페이지 유지 및 관리 : 문화관광부 자체 관리 혹은 관리자 채용
 - 관련 기관 및 업체, 전문가 참여 유도

- 소요기간
 - 홈페이지 제작 : 3개월

- 예산
 - 홈페이지 제작 : 10백만원
 - 홈페이지 유지 및 관리(전문가 자문 및 원고포함)
: 월 3백만원~5백만원





아. 100대 민족문화상징 홍보코너 및 전시프로그램 개발

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징의 국내외 홍보
 - 한국문화에 대한 기본적인 이해의 장 마련

- 개발내용
 - 100대 민족문화상징에 대한 이미지 및 정보 제시
 - 100대 민족문화상징을 생활 속에서 활용하고 있는 예시 제시
 - 100대 민족문화상징을 소재로 한 예술작품

- 개발방안 : 홍보코너
 - 전시 방법
 - : 핵심요소를 활용한 소규모의 홍보코너 제작
 - : 장소 및 시기에 따른 유동적인 전시내용 및 형식 구성
 - : 일 년에 두 번에서 세 번 홍보코너 개발
 - : 전문 전시업체와의 유기적 협조를 통한 개발 및 설치

 - 설치 장소
 - [국내]
 - : 국립중앙박물관, 경복궁 등 한국의 주요 관광지
 - : 지하철역, 기차역, 공항 등 유동인구가 많은 장소
 - : 각종 한국문화관련 행사 및 전시장

 - [국외]
 - : 한국대사관 및 코리아센터 등 한국문화 홍보관
 - : 한국과 문화수교를 맺은 국가의 공항, 항구 등
 - : 각국의 한인타운 회관 및 홍보관
 - : 각종 한국문화관련 행사 및 전시장

 - 국내외의 문화원 및 문화관련 단체와의 긴밀한 협조





- 개발방안 : 전시프로그램
 - 전시 방법
 - : 한국문화의 우수성을 보여줄 수 있는 특정 주제를 선택하여 이를 중심으로 한 응집력 있는 전시 구성
 - 전시 장소
 - [국내]
 - : 전문 전시장(COEX, KINTEX, BEXCO 등)
 - : 문화관련 박물관(중앙박물관, 민속박물관, 서울역사박물관 등 전국 박물관)
 - : 전국 문화원, 도서관, 마을회관 등
 - [국외]
 - : 한국대사관 및 코리아센터 등 한국문화 홍보관
 - : 각종 한국문화관련 행사 및 전시장
 - 국내외의 문화원 및 문화관련 단체와의 긴밀한 협조
- 소요기간
 - 전시형식개발(1회당) : 3개월~8개월
 - 전시물제작 및 설치 : 1개월
- 예산
 - 전시개발 및 제작, 설치(1회당) : 10백만원~20백만원



자. 100대 민족문화상징 방송프로그램 및 동영상 제작 협조

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징에 대한 정보를 대중에게 알림
 - 한국 문화를 효과적으로 홍보할 수 있는 방안으로 활용
 - 해외 홍보 및 해외 수출 디지털 매체의 문화관련 콘텐츠로 활용

- 개발내용
 - 100대 민족문화상징의 정보를 알려주는 다큐멘터리 제작(시리즈)
 - 100대 민족문화상징의 생활화, 상용화, 세계화라는 주제로 다큐멘터리 제작(시리즈)
 - 각 상징에 대한 짧은 동영상 제작(디지털 문화콘텐츠 활용)

- 개발방안
 - KBS 및 MBC 등 방송사와 연계
 - 모바일 및 디지털 기기에 적합한 동영상 제작
 - 휴대폰, MP3 Player, 네비게이션 등 모바일 기기 및 수출용 디지털 기기의 콘텐츠로 활용
 - 국내외 관광센터 및 서점, 관광지, 국가 홍보관 등에 상영
 - 대한항공, 아시아나 항공 등 교통수단, 국제공항 등에 동영상으로 상영하여 한국문화에 대한 홍보용으로 사용
 - 제작한 다큐멘터리 해외 수출

- 소요기간
 - 다큐멘터리제작 : 2-3년
 - 동영상 제작 : 1년

- 예산
 - 다큐멘터리제작 : 100백~200백만원
 - 동영상 제작 : 50백만원





차. 100대 민족문화상징과 관련한 국내외 마케팅 협조

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징에 관한 산업의 기반 조성
 - 지역, 진흥 특화산업으로의 육성

- 개발내용
 - 해외진출 집중협조 : 현지 진출 매뉴얼 제공, 시장개척자금 협조
 - 100대 민족문화상징 관련 사업에 대한 홍보 브로슈어 발간·배포
 - 공관 등에서 개최하는 소규모 홍보 이벤트 협조
 - 저작권 등의 관련분쟁 법률 서비스 협조

- 개발방안
 - 외국에 진출 시 현지 진출 매뉴얼 제공, 시장개척자금 협조
 - : 전문 경제연구기관의 연구 및 조사 의뢰
 - : 정기적인 매뉴얼 발간
 - 100대 민족문화상징 관련 사업에 대한 홍보 브로슈어 발간·배포
 - : 전문 연구기관의 조사의뢰
 - : 전문 홍보기관의 브로슈어 제작 의뢰
 - : 정기적인 발간
 - 공관 등에서 개최하는 소규모 홍보 이벤트 협조 등 : 광고
 - 법적 협조 기반 마련 : 관련 연구기관 의뢰

- 소요기간
 - 외국에 진출 시 현지 진출 매뉴얼 제공 : 6개월
 - 홍보 브로슈어 발간 및 배포 : 3개월~5개월
 - 공관 등에서 개최하는 소규모 홍보 이벤트 협조 등 : 3개월
 - 법적 협조 기반 마련 : 3개월

- 예산
 - 각 연구 용역당 20백만원~50백만원



카. 100대 민족문화상징 창작소재 공모전

- 개발목적
 - 100대 민족문화상징을 기반으로 한 다양한 창작소재를 통하여 한국문화의 가능성에 대해 생각해보는 기회 마련
 - 문화원형 소재를 활용할 수 있는 미래 인재 발굴

- 개발내용
 - 100대 민족문화상징을 기반으로 하여, 시각 및 청각적인 소재 개발 공모
 - 공모분야 예시 : 만화, 플래시 애니메이션, 제품 디자인, 단편 영화, 음원개발 등
 - 선정된 소재는 문화관련 기관 및 단체, 업체와 연결하여 다각적으로 활용할 수 있도록 함

- 대상 : 만 18세 이상 성인 및 고등학생·대학생

- 개발방안
 - 창작소재를 개발하는 전문가의 자문을 받아, 공모전 분야 및 규모 결정
 - 관련 기관 및 단체, 업체와의 긴밀한 협조를 통하여 공모전의 홍보 및 활용방안 구축
 - 연 1회로 정기적으로 공모전 개최 및 1등에게는 장관상을 수상하여, 미래의 인재를 키워나갈 수 있도록 함

- 소요기간
 - 공모전 기획 : 1년

- 예산
 - 공모전 기획 : 20백만원
 - 공모전 실행(연간) : 50백만원~100백만원





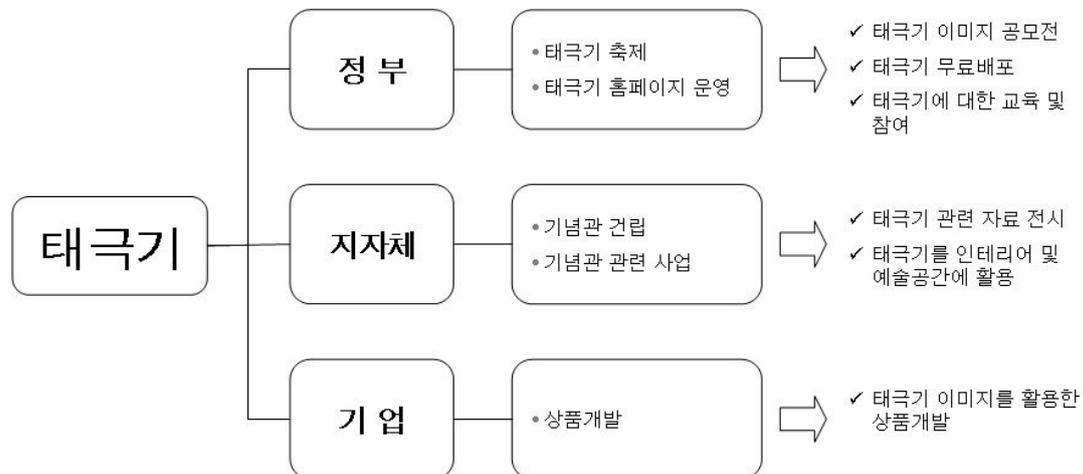
4. 100대 민족문화상징별 활용 방안

1) 태극기

□ 상징적 의미

한국의 국기인 '태극기'(太極旗)는 흰색 바탕에 가운데 태극 문양과 네 모서리의 건곤감리(乾坤坎離) 4괘(四卦)로 구성되어 있다. 태극기의 흰색 바탕은 밝음과 순수, 그리고 전통적으로 평화를 사랑하는 우리의 민족성을 나타내고 있다. 가운데의 태극 문양은 음(陰 : 파랑)과 양 (陽 : 빨강)의 조화를 상징하는 것으로 우주 만물이 음양의 상호 작용에 의해 생성하고 발전한다는 대자연의 진리를 형상화한 것이다. 네 모서리의 4괘는 음과 양이 서로 변화하고 발전하는 모습을 효(爻)의 조합을 통해 구체적으로 나타낸 것이다. 그 가운데 건괘는 우주 만물 중에서 하늘을, 곤괘는 땅을, 감괘는 물을, 이괘는 불을 각각 상징한다. 이들 4괘는 태극을 중심으로 동일한 조화를 이루고 있다.

□ 상용화 방안



○ 정부 주관 사업

태극기 축제 개최

태극기는 한국의 국기로서 국가 정체성을 드러내는 대표 상징이다. 이러한 태극기를 국가적으로 기리고 관심과 이해를 높이기 위한 행사가 필요할 것이다. 이를 위

하여 1년에 한번 씩 정기적으로 ‘태극기 축제’를 개최하는 것을 제안하고자 한다. 전국적으로 다양한 주제의 축제가 이루어지고 있고 양질의 축제에 대한 호응도 있으나, 축제의 난립에 대한 우려의 목소리가 높기도 하다. 그러나 우려의 경우, 축제 주제의 불명료성과 이에 따른 잡다한 콘텐츠를 모아놓아 축제가 모든 이들이 즐길 수 있는 장이 되지 못하고 상업적으로 전락하는 이유가 클 것이다. 그러한 점에서 ‘태극기 축제’의 중심 모토를 ‘생활 속의 태극기’와 ‘한국을 대표하는 상징 태극기’로 두어, 이를 기반으로 활동을 한다. 예를 들어, 태극기를 소재로 한 의상, 생활소품, 인테리어 디자인 등 산업화에 활용할 수 있는 디자인을 공모하며, 태극기를 주제로 한 공연, 즉 대중음악, 클래식, 발레, 뮤지컬 등을 공모하여 이를 축제의 메인 행사로 자리매김한다. 그리고 작게는 축제에 참여하는 관람객들에게 태극기를 무료로 배포하거나, 어린이들이 태극기를 바로 알고 그릴 수 있는 코너를 마련하여 바른 이해를 도모한다. 이러한 축제가 정례화 된다면, 태극기에 대한 관심이 높아지고, 보다 다양하게 활용이 됨으로써 태극기의 의미 역시 풍성해질 것이다.

태극기 홈페이지 구축 협조

일반적으로 태극기에 대해 많이 알고 있다고 생각하지만, 사실상 태극기에 대한 체계적인 정보나 풍부한 정보를 쉽게 얻을 수 있는 창구가 마련되어 있지 않다. 그러한 점에서 ‘태극기 홈페이지’를 제작 및 운영하는 방안을 제시하고자 한다. 태극기의 의미, 유래, 상징적 의미와 같은 기본적인 정보 뿐 아니라, 태극기를 그리는 방법, 올바른 태극기 계양 방법, 보관법 등과 같은 유용한 정보와 태극기를 활용한 다양한 사례들을 제시한다. 또한 유저들과의 상호소통 망을 구축하여 태극기를 단순히 국가를 상징하는 근엄한 상징물이 아닌, 생활 속에서 활용될 수 있는 한국의 대표 이미지로 자리매김할 수 있도록 한다. 실제 캐나다, 미국 등에서는 자국의 국기 문양을 활용한 다양한 디자인이 형성되고 이는 인터넷을 통하여 더욱 빠르게 확산·활용되고 있다. 이러한 점에서 태극기 역시 활용을 극대화하고 그 의미를 체계적으로 전달할 수 있는 창구로 홈페이지를 구축할 필요가 있다. 그러나 단순히 구축만이 아닌, 정기적인 업데이트와 각국의 언어로 이루어진 페이지를 제작하여 세계적이며, 오랫동안 지속될 수 있는 장이 되어야 할 것이다.



○ 지방자치단체 주관 사업

태극기 관련 기념관 및 공원 건립 협조

태극기가 지금의 모습을 갖추기까지는 여러 과정을 거쳤다. 이러한 태극기의 변천사나 관련한 사진 등의 자료를 전시하며 그 역사와 의미를 향시 찾아가 볼 수 있다면 태극기에 대해 보다 많은 생각을 할 수 있는 기회를 가질 것이다. 그러한 점에서 지방자치단체의 주도 하에 ‘태극기 기념관’을 세우는 방안을 기획해 볼 수 있다. 크게 전시관, 영상관, 자료관 등으로 나누어, 태극기의 역사와 그와 관련한 기록을 한자리에서 보고, 이에 관한 영상을 정기적으로 상영을 하여 그에 대한 이해를 돕는다. 또한 태극기와 관련한 기록, 연구 등에 대한 자료를 수록하고 이를 일반 관람객이 열람할 수 있도록 DB화하여 보유하는 자료관을 운영하여 태극기에 대한 정보를 한 자리에서 볼 수 있는 기념관을 건립한다. 이에 더하여 단순히 태극기의 역사만을 돌아보는 것이 아닌, 태극기를 활용한 디자인, 애니메이션, 공연 등 응용분야에 대한 활동을 전시함으로써 흥미를 유발하고 참여를 이끌어낼 수 있다. 또한 교육프로그램을 통하여, 태극기의 의미와 국가 정체성에 대해 생각해볼 수 있는 시간과 태극기를 활용한 다양한 아이디어를 낼 수 있는 기회를 제공하도록 한다. 더불어 기념관을 포함한 ‘태극기 공원’을 조성하여 지방민의 휴식처가 될 수 있도록 할 수 있다. 이는 전체적인 조경 디자인이나 조각 등의 예술품을 태극기를 테마로 하여 하나의 예술적 공간으로 승화시키고, 태극기의 의미를 자연 속에서 느껴 볼 수 있는 기회를 제공할 것이다. 사실상 자국의 국기를 테마로 한 공원은 찾아보기 힘든 만큼, 태극기의 의미와 장점을 잘 살린다면 새로운 형태의 관광지로 부상할 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

태극기는 내포하고 있는 국가적 의미, 동양적 사상과 함께 그 형과 색에서 독특한 디자인을 갖고 있다. 그러한 점에서 이를 활용한 다양한 상품 개발이 가능하다. 실제 해외의 경우 국기를 상품에 적용하는 사례가 많다. 예를 들어, 한국도자기에서 얼마 전 ‘색동’을 이용한 디자인 제품을 출시했는데, 이에 연결하여 ‘태극기’ 이미지를 활용한 디자인을 개발할 수 있을 것이다. 색동만큼이나 태극기의 색과 형은 한국의 대표적인 이미지라 할 수 있다. 그러한 점에서 수출하는 상품에 태극기 이미지를 활용하면 보다 한국의 미를 반영할 수 있을 것이다. 또한 태극기의 이미지가

세계 속에서 다양하게 소비됨으로써 자동적으로 한국을 홍보할 수 있을 것이다. 이러한 기업의 태극기 관련 상품군의 생산과 해외 수출은 하나의 브랜드와 같은 힘을 지닐 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	태극기 축제	태극기 소재로 한 이미지 디자인 공모	10,000,000
	태극기 홈페이지 운영	운영 협조	20,000,000
지자체	태극기 기념관	일부 기금	10,000,000
	테마공원	사업 협조	50,000,000
기업	태극기 디자인 라인 출시	홍보	30,000,000
	관광기념품 제작	사업 협조	10,000,000
합계			130,000,000



2) 무궁화

□ 상징적 의미

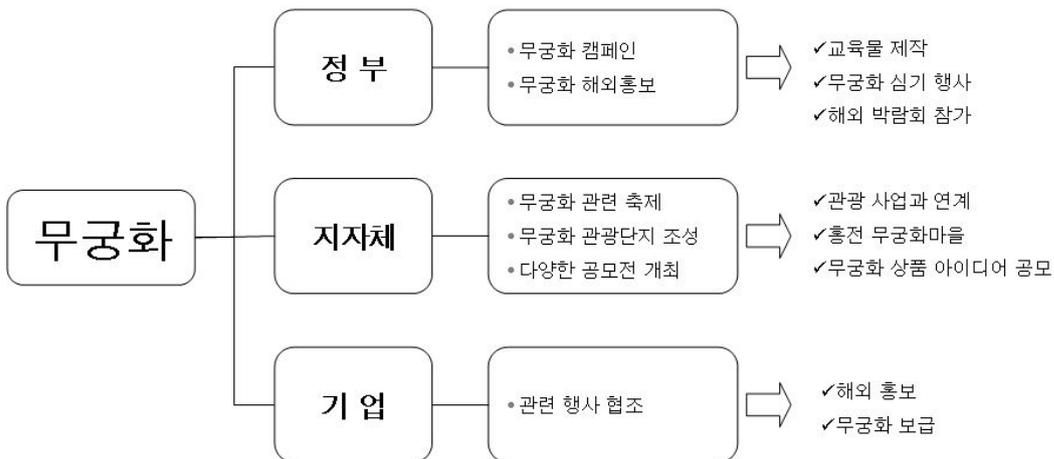
무궁화는 오래 전부터 우리나라에 자생하면서 우리 겨레의 민족성을 나타내는 꽃으로 인정받아 왔다. 여러 문헌에는 무궁화가 우리의 꽃임을 명시하고 있으나 국화로 제정된 정확한 근거에 관해서는 서술하지 못하고 있다. 그러나 무궁화가 우리 민족과 연관되어 나타난 것은 역사적으로 그 연원이 고조선까지 거슬러 올라가 우리나라의 상고시대를 재조명하고 있는 <단기고사>에는 무궁화를 '근수'라 하고 있으며, <환단고기>에는 '환화', '천지화'로 표현하고 있다. 또한 조선시대의 <규원사화>에 '훈화'로 표현하여 단군시대에 무궁화가 자생하고 있었음을 뒷받침해 준다. 또한 고대 중국의 지리서인 <산해경>에는 물론 <고금주> 등에도 우리 한반도가 무궁화가 많은 나라로 기록되어 있다. 신라의 해공왕 때와 고려 예종 때에는 외국에 보내는 국서에서 우리나라를 '근화향'이라 표현할 만큼 무궁화가 많이 피어 있었다. 이홍직의 <국어대사전>에 "무궁화는 구한말부터 우리나라 국화로 되었는데 국가나 일개인이 정한 것이 아니라 국민 대다수에 의하여 자연발생적으로 그렇게 된 것이다. 우리나라를 옛 부터 '근역' 또는 '무궁화 삼천리'라 한 것으로 보아 선인들도 무궁화를 몹시 사랑하였음을 짐작할 수 있다"라고 되어 있다. 이외에도 우리 민족과 무궁화를 결부시켜서 이야기한 것은 여러 곳에서 찾을 수 있고, 1896년 독립협회가 추진한 독립문 주춧돌을 놓는 의식 때 부른 애국가에 "무궁화 삼천리 화려강산"이라는 내용이 담겨질 만큼 은연중 무궁화를 우리나라를 대표하는 꽃으로 인식하고 있었다. 특히 일제 강점기에는 무궁화가 우리 국민과 애환을 같이하며 겨레의 얼로 민족정신을 상징하는 꽃으로 확고히 부각되었고, 고통 속의 민족에게 꿈과 희망을 주며 역사와 더불어 자연스레 자리 잡은 우리 겨레의 꽃이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

국내에는 무궁화를 한국을 상징하는 꽃으로 바로 알리고 그 가치를 확장시키기 위한 협회들의 활동이 진행되고 있다. 대표적인 단체인 한국고유문화콘텐츠진흥회의 '무궁나라'는 무궁화를 알리기 위한 디지털콘텐츠를 다양하게 갖추고, 관련 게임 및 이벤트를 개최하여 무궁화에 대한 국민들의 관심을 끌기 위해 노력하고 있다. 그리

하여 2006년 처음으로 산림청과 무궁나라의 주최로 ‘나라꽃 무궁화 축제 2006’이라는 무궁화 축제가 열려 무궁화 전시회 및 갖가지 체험행사를 가진 바 있다. 해마다 벚꽃 축제는 전국 각지에서 열리는데 비하여, 한국의 국화인 무궁화 축제는 활성화되지 않은 채 외면 받고 있다. 각 기관에서는 무궁화에 대한 국민들의 관심을 끌어올리기 위한 갖가지 행사와 프로그램 및 다양한 상용화 방안을 통해 겨레의 꽃 무궁화의 위상을 찾도록 노력해야 한다.



○ 정부 주관 사업

무궁화 캠페인 협조

정부에서는 국화인 무궁화에 대한 국민들의 관심을 키우기 위해 무궁화 캠페인을 통해 무궁화와 관련한 범국민적인 운동을 전개할 수 있다. 캠페인을 통해 무궁화를 알릴 수 있는 프로그램에는 여러 가지가 있는데, 먼저 무궁화에 얽힌 역사 속 이야기를 소재로 한 다큐를 제작·방영하여 미디어를 통한 무궁화의 의의를 인식시킬 수 있다. 그리고 국민들에게 직접 무궁화 키우기를 장려하기 위한 ‘무궁화 묘목 무료 나눔’과 같은 행사를 마련하여 무궁화에 대한 관심과 사랑의 필요성을 사회적인 이슈로 만들 필요가 있다. 또한 무궁화를 디지털콘텐츠화하여 이를 활용한 인터넷 상의 프로그램도 진행할 수 있다. 실제로 2005년 사단법인 한국고유문화콘텐츠진흥회가 광복 60주년을 맞아 인터넷 상에 무궁화를 피우는 이색 캠페인을 열은 바 있다. ‘온라인 100만 그루 무궁화 피우기 캠페인’으로 명명된 이 행사는 인터넷 ‘무궁화 홈페이지’(www.mugunghwa.or.kr)에서 ‘무궁화 키우기’ 온라인 게임을 통해 최소 45일에서 최대 80일 정도의 시간을 들여 사이버상의 아름다운 무궁화를 꽃 피우는 프로그램이다. 이러한 사례는, 나라꽃에 대한 인식이 부족한 청소년 층 네티즌



들의 관심을 쉽게 유발할 수 있어 무궁화에 대한 인식의 대중화에 도움이 된다. 정부는 무궁화와 관련한 다양한 캠페인을 전개하여 무궁화의 의의를 높이고 무궁화를 널리 홍보하기 위한 협조를 아끼지 말아야 한다.

무궁화 해외홍보 협조

정부는 국내 뿐 아니라, 해외에 무궁화를 지속적으로 홍보하여 무궁화를 국가의 상징으로 확립시켜야 한다. 이를 위해서는 외국에 무궁화를 보급하여 한국의 국화를 알리는 일이 필요하다. 예를 들어 외국 곳곳에 위치한 코리아타운에 무궁화 묘목을 보급하여 코리아타운 길거리마다 무궁화를 피워 한국의 국화를 알리는 방법이 있다. 이는 코리아타운을 방문하는 동포들에게는 나라 사랑의 마음을 심어주고, 외국인들에게는 코리아타운의 상징을 무궁화로 인식시키며 한국 문화에 대한 저변을 확대시킬 수 있다. 또한 코리아타운이 설치되어 있지 않는 곳이라도, 해외동포들이 모여 거주하는 곳에 무궁화를 활용한 상징물이나, 무궁화 공원과 같은 시설을 마련한다면 긍정적인 효과를 가져 올 것이다. 실제로 1990년 일본의 교포인 김화태 화백은 일본 오사카에 무궁화 단지를 조성하여 재일 교포 2·3세들에게 한민족의 혼을 일깨워준 사례가 있다. 동양화가인 김화백은 일본 오사카 시 고려사 일대 동산 12만여 평에 5만 그루의 무궁화를 심어 무궁화를 통한 국가관 및 민족정신을 일깨우고자 노력하였다. 이러한 사례를 참고로 하여, 정부는 국가차원의 세계 교류 및 문화 지원에 무궁화를 매개체로 하여, 세계인이 무궁화를 직접 보고 느낄 수 있는 기회를 제공해야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

무궁화 관련 축제의 협조

지자체에서 주관하는 무궁화 관련 대표 축제로는 강원도 홍천에서 열리는 한서 문화제가 있다. 이 축제는 강원 홍천 지역에서 활동한 언론인이자 교육가, 항일독립운동가로 무궁화 사랑 운동을 펼친 한서 남궁역의 정신을 군민정신으로 승화시키고, 군민 화합과 발전을 도모하기 위해 1977년부터 개최한 전통 있는 축제이다. 지자체는 이를 더욱더 발전시키기 위하여 지역민들만의 축제만이 아닌, 국내외 축제로 만들기 위한 홍보에 주력해야 한다. 예를 들면, 축제 시 문화예술행사로 진행되고 있는 무궁화 분재 및 야생화 전시회, 무궁화 사진 및 그림 전시회 등을 전국 순회 전시를 통해 무궁화에 대한 정보와 홍천 무궁화 축제의 홍보하는 방안이 있다. 더 나아가서는 해외 도시와 결연을 맺어, 한서 문화제의 대표 프로그램과 무궁화 관련

행사를 해외에서 개최하는 방법도 있다. 이는 한국의 꽃 무궁화를 비롯한 한국 문화 전파의 길이 될 것이다. 이러한 방안들에 관하여 지자체는 다양한 프로그램 마련과 협조를 통해 무궁화 축제의 전통을 이어나감과 동시에 해외에 한국의 문화가 전파될 수 있도록 해야 한다.

무궁화 관광단지 조성

무궁화는 수형(樹形)을 임의로 조절할 수 있고 꽃 색이 아름다워 조경 식재에 훌륭하게 활용될 수 있는 장점을 갖고 있다. 국기를 존중하고 국가를 애창하듯 국화인 무궁화에 대한 애정도 키워 가야 나라의 상징이 살아남음에도 불구하고 각 기관은 나라꽃에 대한 중요성을 망각하고 대수롭지 않게 생각하고 있다. 일부 자생 단체와 몇몇 개인들이 무궁화 선양운동을 펴오고 있지만 소수에 불과하고, 국가의 충분한 정책적 뒷받침도 부족하여 큰 성과가 없다. 지자체는 지역적 특성을 살린 무궁화 관광단지를 조성하여 무궁화의 부가가치를 창출해야 한다. 그 방법은 어느 한 지역만을 대상으로 삼아 무궁화 단지로 만드는 방법이 아닌 전국 곳곳에 무궁화 단지를 조성하여 국내외 관광객들이 한국의 어느 곳을 방문해도 무궁화를 만날 수 있는 전국망을 구축해야 한다. 이를 통해 국민들에게 국화인 무궁화에 대한 관심과 이를 통한 무궁화 관련 지역 사업의 발전과 해외 관광객들을 위한 한국의 대표 관광지의 육성이 이루어지도록 노력해야 한다.

다양한 공모전 개최

지자체에서는 다양한 공모전을 통해 무궁화에 대한 시민들의 관심 증대와 관련 상품의 개발을 활성화할 수 있다. 공모전의 예로는, 무궁화의 디자인적 요소를 활용한 관광기념상품 디자인 공모, 무궁화의 디자인을 활용한 건축 공모, 무궁화를 활용한 상품 아이디어 공모, 무궁화와 관련된 이야기 공모 등등이 있다. 무궁화를 활용한 상품의 예로는, 벽진약품에서 개발한 무궁화 약용비누가 있다. 이는 인삼과 홍삼 등에 함유된 ‘사포닌’ 성분이 무궁화 꽃과 잎, 줄기, 뿌리 등에 다량 함유돼 있는 것에서 착안하여 무궁화 물질 추출방법이라는 명칭으로 국내 최초로 특허를 획득하여 개발한 비누로 아토피, 여드름 등 효과가 탁월해 미국현지에서 효능 효과를 입증받아 수출하고 있다. 시민들의 무궁화에 관한 다양한 상품화 및 상용화 아이디어에 관한 공모는 다양한 관련 사업의 확장을 불러 올 것이다.



○ 기업 주관 사업

무궁화 관련 행사 협조

한국의 국화인 무궁화를 기업의 문화·복지 경영에 활용한다면, 국화의 의미를 살리고 긍정적인 의미를 알리는 효과를 가져 올 것이다. 이에 관한 예로는, 삼성물산의 ‘무궁화 사랑운동’을 들 수 있다. 삼성물산은 1990년부터 겨레 꽃인 무궁화의 민족적 상징성을 되살리고 무궁화와 함께 해온 민족정서를 회복하여 국민 일체감 조성 및 건전한 국가관 확립에 기여하고자 무궁화 사랑운동을 전개하고 있다. 무궁화 묘목 보급, 무궁화 사진 전시회, 무궁화 노거수 조사, 무궁화 품종개량 연구 협조 등과 함께 초등학생들을 대상으로 무궁화를 소개하는 그린 스쿨 운영 등도 병행하려는 노력을 전개하고 있다. 이러한 삼성물산의 사례와 같이 기업의 사회공헌 활동을 위한 여러 가지 활동에 무궁화를 활용한다면, 국내외 무궁화를 알리는 긍정적인 사례로 알려져 국화의 의미를 재창조할 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	무궁화 캠페인	일부 기금	30,000,000
	해외 홍보	일부 기금	20,000,000
지자체	관련축제	사업 협조비	25,000,000
	관광단지의 조성	사업 협조비	30,000,000
	다양한 공모전 개최	공모전 협조비	15,000,000
기업	관련 행사의 활성화	사업 협조	30,000,000
합계			150,000,000

3) 독도

□ 상징적 의미

일본과의 독도영유권 분쟁이 계속되고 있는 상황에서, 독도는 국민들에게 한반도 해양강역의 상징물이다. 독도 영유권 분쟁은 대한민국 정부가 1952년 1월 18일 ‘인접해양의 주권에 대한 대통령선언’을 발표하자, 그 해 일본에서 1월 28일에 ‘평화선 안에 포함된 독도[獨島, 일본 호칭 다케시마(竹島)]는 일본 영토’라 주장하면서 한국의 주장을 인정하지 않는다는 내용의 외교문서를 한국 정부에 보내면서 시작되었다. 그러나 독도가 한국의 영토라는 사실은 다양한 자료를 통해 증명되고 있다. 특히 1592년에 제작되어 1872년에 재모사된 조선국지리도(朝鮮國地理圖)는 임진왜란 당시 도요토미 히데요시(豊臣秀吉)의 명령으로 구끼(九鬼嘉隆) 등이 제작한 지도로서, 팔도총도와 강원도 부분도에 울릉도와 우산도(于山島-독도)를 표기하고 있다. 이 지도는 현재 발견된 일본고지도로서 울릉도와 독도를 우리식 명칭으로 표기한 최초의 지도일 뿐만 아니라, 대마도를 우리의 영토로 표시한 최초의 지도이기도 하다. 그리고 1785년에 일본인 하야시 시헤이(林子平)가 제작한 삼국접양지도(三國接壤之圖), 또는 삼국통람도(三國通覽圖)는 독도를 “朝鮮ノ持之(조선의 것으로)”와 “此島ヨリ隱州ヲ望又朝鮮ヲモ見ル(이 섬에서 隱州가 보이고 또 朝鮮도 보인다)”라고 적혀 있다. 이 지도가 제작될 당시 일본인들은 울릉도를 타케시마(竹島), 독도를 마츠시마(松島)라고 불렀다. 그러므로 이 지도상의 죽도는 울릉도로 봐야 한다. 이외에도 일본 측에서 다케시마를 일본의 부속섬이라고 주장하는 것 보다 더 오래되고 다양한, 한국의 부속 섬 독도에 관한 자료들이 존재한다. 이러한 자료를 토대로 독도에 대한 우리의 주권은 침해받을 수 없는 것이다. 앞으로 독도에 관한 일본의 태도에 대하여 한국은 단호한 대처가 필요하며 다양한 상용화 방안을 통해 독도를 알리고 이에 얽힌 역사적 의미와 환경을 보존하기 위한 노력이 필요하다.

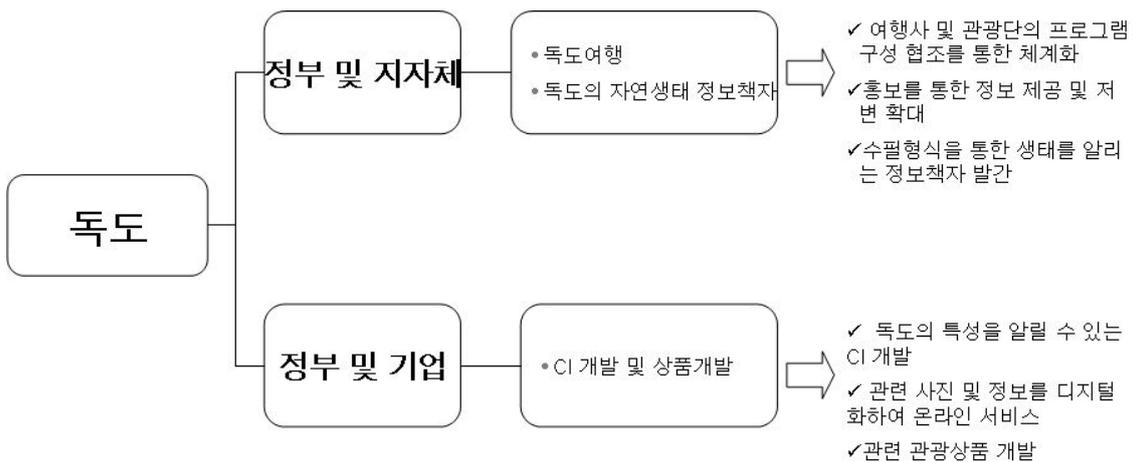
□ 상용화 방안

○ 현황

독도는 울릉도의 부속 섬으로서 울릉도와 함께 동해 한가운데에 있는 섬이다. 그리고 암초를 중심으로 그 부근에서 서식하는 다양한 어류들이 철 따라 몰려들어 수산 자원이 풍부하고, 미개발 수산물인 엘통이의 서식규모가 330만 톤으로 추정되어 수



산자원 개발의 가능성 또한 매우 크다. 뿐만 아니라 독도 인근 대륙붕과 해저에는 천연가스 하이드레이트가 분포되어 있다는 보고가 있어 독도는 그 자체로 동해의 꽃이며 종 다원성의 보고이다. 이러한 독도를 일본 측이 자기들의 땅 다케시마로 주장하고 그것을 공공연히 홍보하는 데에는 독도를 중심으로 일본의 해양 강역을 넓히려는 의도가 깔려 있는 것이다. 이러한 독도에 일본의 태도에 대처하기 위해서 정부는 2005년 7월, 해양수산부 산하에 ‘사이버 독도 해양청’을 발족하였다. 그리고 독도해양청의 홈페이지는 독도환경갤러리, 독도에 대한 개요와 형성, 독도 스쿨 등으로 구성되어 있으며, 독도스쿨의 경우는 어린이과정, 1318과정, 2080과정으로 나뉘어 다양한 학습 자료를 제공하고 있다. 이를 통해 막연히 ‘독도는 우리 땅’임을 외치고, ‘당연’이라는 논리 속에 독도지킴이 의식조차 없었던 대부분의 사람들에게 체계적인 독도 학습의 장이 마련되었다. 지속적으로 ‘우리 영토 독도’에 대한 관심과 애정이 이어진다면 독도는 결코 일본의 다케시마로 둔갑되는 일이 없을 것이다.



○ 정부 및 지방자치단체 주관 사업

체계적인 독도여행 협조

독도는 민족 문화적 상징성이 강하지만 그 자체로 바로 캐릭터상품 등으로 전화되기는 어렵다. 하지만 이벤트적인 성격을 더한 행사나 교육 홍보 쪽으로 방향을 잡아간다면 국내외적으로 ‘한국 땅 독도’라는 의식을 확산시킬 수 있을 것이다. 현재 독도 관광이 부분적으로 허용됨에 따라 많은 여행사에서 관광단을 모집하고 있지만 산발적이고 일회적인 경향이 있어 문제점으로 지적되고 있다. 이에 난립한 여행사에 대하여 적절한 기준에 의거한 인증 제도를 마련해서 내실있는 독도 여행

을 막고, 한 걸음 더 나아가 공신력 있는 특정 기관인 해양수산부와 해양문화재단이 중심이 된 교육 프로그램을 기획한다. 예를 들어, ‘독도사랑 해설사 과정’ 등의 체계적 교육과정 마련을 통해 이수한 수료자들을 중심으로 ‘상시 가이드제’를 시행한다면 독도를 찾아오는 국내외 관광객들에게 정확한 정보를 제공하고 독도 사랑 의식의 지속적인 저변 확대를 가능하게 할 것이다.

독도의 자연 생태적 정보책자 발간

독도에 대한 저작은 독도에 대한 관심을 반영하듯이 시중에 많은 종류가 출간되어 있으나 대부분이 독도의 역사나, 일본과의 분쟁에 관한 얘기이다. 이에 그동안 축적된 조사 자료를 바탕으로 하여 독도의 자연, 생태를 중심으로 한 책을 발간하는 것을 협조하여, 독도의 사계절과 식물, 동물 등의 사진을 풍부하게 담아 지식 전달과 함께 감성을 자유롭게 표현하는 수필의 형식을 빌려 책을 만든다면, 독자들이 독도에 관해 편안하게 접근할 수 있는 기회와 함께 분쟁지역이라는 선입견 없이 독도에 대해 우리 국토의 한 부분으로 자연스럽게 다가갈 수 있게 할 것이다.

○ 정부 및 기업 주관 사업

CI개발

독도를 상징할 수 있는 식물이나, 자연, 아니면 독도 자체를 사람들에게 뚜렷하게 각인시킬 수 있는 CI개발과 같은 이미지화 작업은 독도 관련 사업, 행사, 저술 등에 홍보 수단으로 사용될 수 있다. 그 외에도 CI나 독도의 모습을 담은 사진 등을 미니홈피의 스킨이나 블로그에 제공하여 인터넷상에서 아름다운 독도의 모습을 많은 사람들이 공유할 수 있도록 유도한다면 독도에 대한 지속적인 관심을 유지할 수 있을 것이다. 이외에도 독도에 대한 풍경을 담은 달력 등을 제작하는 일이 이미 제안된 바 있으며, 우표 등이 발매되어 독도에 대한 많은 사람들의 관심을 끌고 있다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부 및 지자체	상시 가이드제	인력 협조	60,000,000
	독도의 자연생태적 정보책자 발간	사업 협조	40,000,000
정부 및 기업	CI개발	개발 협조	50,000,000
합계			150,000,000

4) 백두대간

□ 상징적 의미

백두대간은 자연을 살아있는 생명체로 인식하는 한국인의 자연관을 상징하는 개념으로, 풍수 이론을 바탕으로 고려시대에서 조선시대에 걸친 긴 역사를 통해서 형성되었다. 백두대간은 산맥을 대간·정간·정맥의 체계로 이해한 개념으로, 오늘날의 방식으로 말하자면 마천령·낭림·부전령·태백·소백산맥을 모두 합친 산맥이 된다. 또한 백두대간의 개념은 한반도의 뼈대로 산줄기를 상징하여 백두산에서 남쪽으로 줄기를 뺀어 지리산에까지 이르는 한반도의 주요한 거의 모든 산을 두루 아우르고 있으며, 결국 산재한 산들을 하나의 개념으로 아우른 백두대간을 통해 한반도는 비로소 완전한 국토의 모습을 할 수 있는 것이다. 그리고 이러한 백두대간이라는 개념은 인위적으로 분단되어 있는 한반도의 오늘날의 현실에 더 큰 의미를 지닌다고 할 수 있다. 그리고 일제 강점기를 거치며 일인 학자에 의해 인위적으로 무시되고 단절된 백두대간이라는 개념을 지금에 되살리는 것은 단순히 전통을 되살려 계승한다는 행위에서 한걸음 더 나아가, 살아있는 인간과 살아있는 자연을 분리된 존재가 아닌 하나로 보는 시각을 되살린다는 점에서 환경문제가 심각한 현안으로 다가오는 현재에 주요한 지향점을 제공한다. 이러한 백두대간이라는 개념을 한국인 뿐 만이 아니라 세계인에게 알려 공유하고 이를 통해서 그 가치를 새롭게 인식하는 것이 필요한 시점이다.

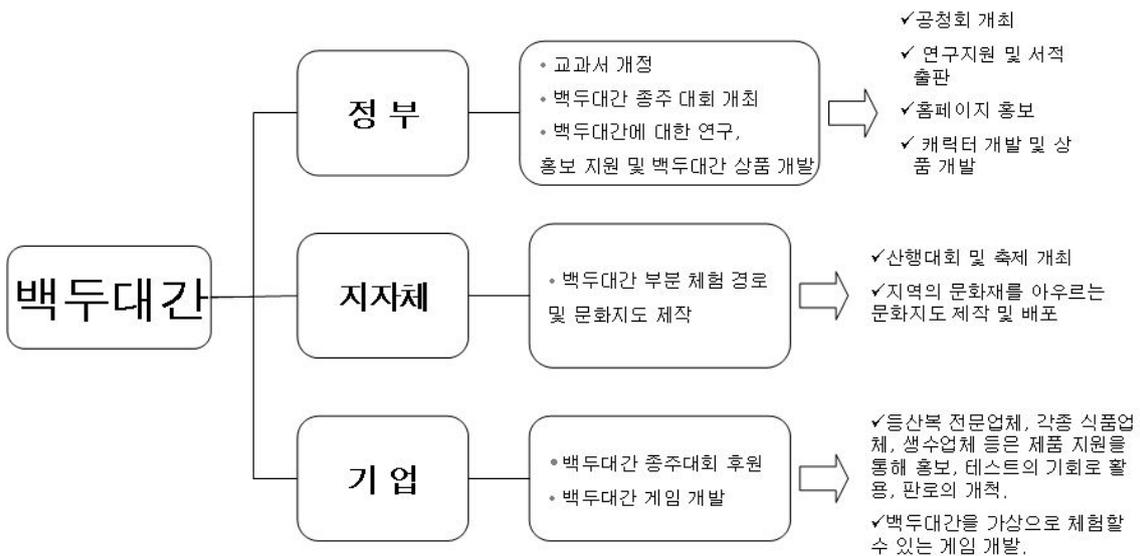
□ 상용화 방안

○ 현황

산림청에서는 96년도의 백두대간 연구용역 결과보고서를 통해서 백두대간에 대한 연구를 협조한 일이 있으며, 이를 통해 백두대간에 대해 실체적인 접근을 시도하였고 어느 정도의 성과물을 내놓았다. 그 후에도 민간과 협력하여 꾸준하게 백두대간에 대한 관심을 기울이고 있으며 이러한 관심의 일환으로 산림청 홈페이지에 백두대간 사이트를 개설하여 백두대간에 대한 다양한 정보와 백두대간에 대한 그동안의 정부의 대응 등을 소개해놓았다. 그러나 아직 그 역사가 오래되지 않아서 백두대간에 대한 개괄적인 정보 전달 외에 보다 깊이 있는 정보 공유는 부족한 편으로 앞으로 일방적인 정보 전달이 아닌 일반인들의 관심과 정보교환이 필요할 것으로 보



이다. 또한 아직까지는 백두대간을 소재로 한 구체적인 상품이 제작하고 있지는 못하다. 결과적으로 현재까지의 백두대간에 대한 연구와 관심은 산을 좋아하는 사람들의 모임을 중심으로 한 민간에 의해 주도되고 있다고 해도 과언이 아니다. 그러나 현재는 정부에서도 여기에 관심을 기울여 백두대간이라는 개념을 공론화 시키고 있는 상황이다. 하지만 아직 시간이 더 필요하며 많은 산악인 동호회에서 개설한 홈페이지를 통해서 정보의 공유가 이루어지고 있다. 이들은 백두대간이라는 개념을 이해하는 것에서 한걸음 더 나아가 이를 실제로 체험하기 위한 백두대간의 실제적인 루트를 밝히는 것 외에도 다양하고도 구체적인 정보와 경험담이 이러한 곳을 통해 교류하고 있는 것이다. 그리고 산을 애호하는 사람들의 증가와 더불어 백두대간에 대한 관심도 점차 높아지고 있고 있으며, 새로운 관점에서의 국내 관광지의 개척이라는 점에서도 백두대간은 앞으로도 점차 더 많은 사람들의 관심이 대상이 될 요소를 충분히 가지고 있는 것으로 판단된다.



○ 정부 주관 사업

교과서 개정 협조

그동안에는 일제강점기에 일인 학자에 의해 정해진, 한국의 역사나 전통이 전혀 반영되지 않고 일방적으로 정한 산맥의 개념을 무비판적으로 받아들인 경향이 있다. 이러한 문제점 때문에 현재 시민단체를 중심으로 한 교과서를 개정운동이 일어나고 있으며 이와 관련한 각종 공청회 등이 열리고 있다. 물론 현재의 산맥의 개념은 근대적 서양식 지리관을 반영한 것으로 서양식 교육체제를 채택하고 있는 현재의 교

육 시스템 하에서 모든 것을 무조건 적으로 바꿀 수는 없지만 정부에서는 이러한 시민 단체의 교과서 개정 요구를 보다 긍정적으로 검토하고, 수용할 수 있는 부분은 수용하여 우리의 전통을 보존하고 이를 바탕으로 새로운 것을 받아들이는 전통을 새롭게 만들어 나갈 수 있는 발판을 마련하는 일도 중요한 일일 것이다. 그리고 이러한 시도는 중국의 동북공정에 대처할 수 있는 우리의 정체성을 공고히 하는 일이며 남북통일이라는 대명제에도 부합된다. 그러므로 결과적으로 자라나는 학생들에게 통일의 당위성이나 국토에 대한 애정을 자연스럽게 높일 수 있는 기회를 줄 것이다. 무엇보다도 더 백두대간이라는 개념을 전근대적인 개념이라고 배척하지 말고 세계 속에 내놓고 함께 나눌만한 우리만의 특징적인 무형의 문화유산으로 인정하고 올바르게 정립하여 공론화시키는 일이 필요하다.

백두대간 종주 대회 개최 협조

백두대간의 개념은 자연을 살아 숨 쉬는 생명체로 상정하는 한민족 특유의 자연관에서 출발한다. 그리고 이러한 한국인의 자연관은 환경 문제를 해결할 수 있는 대안적 이념으로서의 매우 큰 가치를 지닌다. 그래서 이러한 개념을 발전시키고 또 공유하기 위해, 매해 성공적으로 개최되고 있는 춘천국제마라톤대회와 같이 전 세계인이 참여할 수 있는 백두대간 종주대회를 개최한다면 전 세계인과 함께 우리의 훌륭한 자연관을 함께 공유할 수 있을 것이다. 그리고 이는 사하라 사막 마라톤대회나 최근 개최되기 시작한 고비 사막 마라톤대회처럼 극한의 자연 환경이 오히려 인간의 도전 정신을 자극하고, 사하라나 고비와 같은 불모지의 가치를 새롭게 인식하는 기회를 줄 것이다. 또한 백두대간 종주 대회는 많은 사람들에게 한국인의 조화로운 자연관을 널리 알릴 수 있음과 더불어 한국의 아름다운 자연을 세계에 각인시키는 좋은 기회가 될 것이다. 이러한 백두대간 종주 대회를 세계적인 대회로 성장시켜 나가려면 각 지자체와 협조가 필요하므로, 이는 지역 경제와의 공생도 함께 모색할 수 있으며 여러 가지 파급효과도 기대해 볼 수 있다.

백두대간에 대한 연구, 홍보협조 및 백두대간 관련 상품 개발 협조

산림청에서는 96년도의 백두대간 연구용역 결과보고서를 통해서 백두대간을 체계화 한 인물이 여암 신경준(申景濬, 1712~1781)의 '산경표'라 밝혔는데, 여암은 저서에서 백두산에서 지리산에 이르는 산맥연결의 상태·관계·순서를 알기 쉽도록 일목요연하게 표로 제시하였다. 이러한 연구 성과가 사장되지 않도록 이를 바탕으로 백두대간을 한눈에 알 수 있는 지도를 사람들이 손쉽게 구할 수 있도록 제작하여 배포한다면 많은 사람들에게 백두대간을 막연한 개념이 아닌 실제적인 우리의 우리



국토를 바라보는 관점이라는 것을 보다 쉽게 알 수 있을 것이다. 그리고 백두대간의 경로와 연결시킬 수 있는 각 지역의 문화재를 표시한 문화지도를 작성하여 국내는 물론 세계에도 배포하는 노력한다면 관광지도로서도 좋은 범례가 만들 수 있을 것이다. 백두대간의 개념이 밑바탕을 이루고 있는 또 다른 민족상징100선인 대동여지도는 백두대간을 이해할 수 있는 통로가 되며, 이를 바탕으로 한 관련 상품으로는 관광지도 스카프 등을 제작할 수 있다. 그리고 현재 잘 정비되어 있는 산림청 홈페이지를 홍보하여 다양한 정보를 일반 대중들이 쉽게 공유할 수 있게 하고, 실제로 백두대간을 답사한 이들의 경험담을 공유할 수 있도록 할 수 있다. 또한 산림청에서 개발되어 있는 CI를 다양한 백두대간관련 사업에 응용하거나 환경 보호, 자연 보호 캠페인 등에 마크로써 일부 활용하는 일도 가능 할 것이다. 또한 여암의 산시표를 온라인 서비스하고, 기존의 연구 성과를 아울러 국토지리연구원이나 산림청등에서 이를 관리하도록 하고 이미 얻은 있는 백두대간에 대한 연구 성과들을 취합하여 서적을 출판할 수도 있다.

○ 지방자치단체 주관 사업

백두대간 부분 체험 경로 개발 및 문화지도 제작

전체 종주 외에 다양한 부분 체험 코스를 개발하여 많은 사람들이 자신이 원하는 방식으로 백두대간을 경험할 수 있도록 하며, 또한 이를 바탕으로 한 산행 대회를 개최할 수도 있다. 그리고 백두대간을 중심으로, 각 지역에 있는 문화재를 연결하는 문화지도를 만들어 관광객들에게 서비스한다면, 백두대간에 대한 이해를 높임과 동시에 새로운 시각에서의 국토 체험을 경험할 수 있도록 유도할 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

백두대간 종주대회 후원, 백두대간 게임 개발

기업은 백두대간 종주대회를 후원하여 기업의 친환경적 이미지를 향상시킬 수가 있으며, 아울러 대회에 쓰일 휴대 식품과 의복, 각종 장비 등을 후원하고 시험하는 장으로 활용함으로써 광고효과를 얻을 수 있다. 그리고 이를 바탕으로 한 광고효과를 통해서 새로운 수요의 창출을 기대할 수 있는 장으로써 활용이 가능하다. 또한 백두대간을 가상으로 체험할 수 있는 게임 개발과 같은 사업을 기획할 수도 있다. 그 형식을 예로 들면 지리적 개념에 각 지역의 설화나 문화 등 소재로 삼고, 기후, 생태, 지리 등을 변수 요소로 하는 롤플레이팅 게임을 구성할 수 있다. 이러한 게임을

모바일이나 온라인 게임, 종이 게임으로 서비스하여 알린다면, 학생들을 위한 에듀 테인먼트로 활용될 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	교과서 개정 공청회	사업 협조	20,000,000
	백두산 종주대회 개최	행사 협조	50,000,000
	백두대간에 대한 연구, 홍보	인력 협조	30,000,000
지자체	백두대간 부분 체험 경로 개발 및 문화지도 제작	일부 기금	30,000,000
기업	게임 제작	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000



5) 백두산

□ 상징적 의미

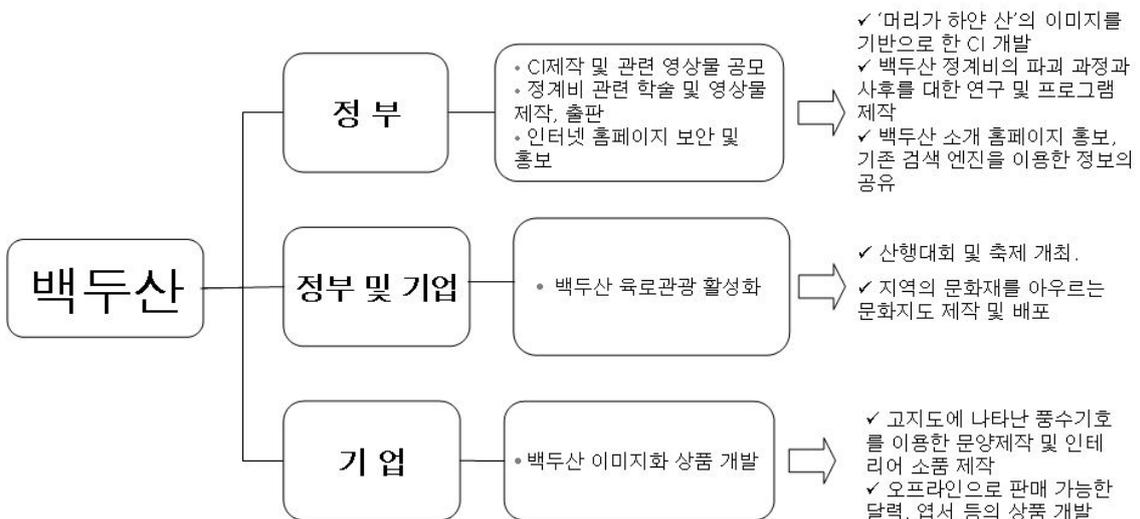
백두산은 백두대간의 발원지로서 한민족의 성산(聖山)이며, 그 정상에 위치한 세계 10대 호수의 하나로 평가 천지는 한민족의 성지(聖池)이다. 우리 민족에게 매우 중요한 의미가 있는 백두산은 산세가 장엄하고 자원이 풍부하여 일찍이 한민족(韓民族)의 발상지로, 환인의 아들 환웅이 내려와 신시를 정하였다는 단군신화에 있어서 신시가 백두산이라는 설이 있을 정도로 백두산은 한국민족의 개국(開國)의 터전으로 숭배 받는 민족의 영산(靈山)이다. 그리고 여러 차례 외침에 시달린 한민족의 역사와 더불어 수난을 같이한 흔적이 곳곳에 남아 있다. 그리고 백두산은 곳곳에 천지(天池)를 비롯한 절경을 많이 품고 있는 아름다운 산이며, 독특한 생태적 환경과 풍부한 삼림자원이 있어 세계적인 관광의 명소로서 많은 가능성을 가지고 있는 산이기도 하다. 그러나 현재는 남북으로 나뉘어 있어 직접적으로는 갈 수 있는 방법이 없고 중국을 통해서만 갈 수 있다는 점은 백두산이 멀리 있는 것처럼 느껴지게 만드는 요인이 되고 있다. 현재는 금강산 관광 및 남북 경협으로 북한과의 교류가 이전에 비해서는 활발해지고 그 심도도 점차 깊어지고 있어 향후 금강산 뿐 만이 아니라 백두산도 육로로 접근할 수 있는 루트가 확보되어 많은 교류가 많아진다면 백두산이 가졌던 민족의 영산으로서의 지위가 더욱 온전해 질 것으로 기대된다.

□ 상용화 방안

○ 현황

백두산은 관광·생태·삼림 자원 등이 풍부하여 많은 가능성을 가진 천혜의 보고이지만 분단된 현실 때문에서는 쉽게 갈 수 없는 한계가 있다. 그러나 현재 정부에서는 그동안 북측과 연계하여 ‘백두산의 자연’이라는 홈페이지를 제작해서 백두산에 대한 정보를 상당히 자세하게 제공하고 있다. 또한 본문 앞에도 언급하였지만 백두산은 현재 북측 지역에 있기 때문에 중국을 통해서 가는 방법 외에는 자유로운 왕래는 용이하지가 않으며 백두산을 찾는 많은 관광객들은 거의 모두 이러한 루트를 통해서 백두산에 다녀오는 것이다. 그리고 백두산을 가고자 하는 외국인들도 이러한 루트를 통해서 백두산을 체험하고 있다. 이러한 한계는 결국 대외적으로 마치 중국에게 백두산에 대한 권리가 있는 것처럼 보이기 충분하다는 위험이 있으며 결국 중국

의 동북공정에 상당 부분 힘을 실어주는 격이 되어 버리고 있다. 이러한 상황 속에서 최근 고무적인 것은 현대 아산에서 어렵게 성사되어 변동이 심한 국제 정세 속에서도 유지되고 있는 금강산 관광 협력을 발판으로 하여 백두산 육로 관광이 협의 중에 있다. 그러나 남북 당사자 간의 관계보다는 국제 정세에 영향을 받은 경향이 많아, 시시각각 변하는 국제정세 속에서 지속적인 협상이 진척되지 못하는 등 여러 가지 어려움에 봉착해 있다. 그러나 백두산이 남과 북 모두의 성스러운 산이 만큼 향후 지속적인 관계 개선을 위한 노력과 협조가 필요하다. 그 외에도 많은 백두산에 관련한 서적들이 출간되어 있어 백두산이 우리에게 가지는 의미를 나타내 주고 있다. 앞으로 남·북 관계가 한 단계 진보한다면 더욱 다양한 교류가 가능해 질 것이고, 백두산 육로 관광도 가능해 질 것이다. 그리고 이를 통해 남북협력에 중요한 요소가 한 가지 더 추가 될 수 있을 것으로 보인다.



○ 정부 주관 사업

백두산 CI제작 및 관련 영상물 공모

백두산은 단단대령·개마대산·도태산·태백산·백산·장백산·백두산 등 다양한 이름으로 불려왔지만 현재에는 백두산이라는 이름이 가장 널리 알려져 있다. 백두산(白頭山)이라는 이름은 글자 그대로 머리가 하얀 산이라는 의미를 가지고 있다. 머리가 하얀 산이란 이미지는 산신령 등 신령스러운 이미지와 아울러 형상화하기 쉬운 인격화가 가능한 이름으로, 이러한 백두산이라는 이름의 의미를 살려 백두산을 쉽게 표현할 수 있는 CI를 제작하여 각종 경협사업에 사용하고, 사람들에게 보다 백두산을 친숙하게 느낄 수 있도록 유도할 수 있다. 이는 호랑이와 천지 등 백두산과 연관될 수 있는 이미지를 적극 활용하여 애니메이션이나 만화, 창작 동화 등을 공모하여 선정



할 수 있다. 백두산에 대한 풍부한 이미지를 다양한 방법으로 표현하는 일은 한국 민족을 대표하는 산으로서의 백두산의 이미지를 더 친숙하게 만들 수 있을 것이다.

백두산정계비관련 학술 및 영상물 제작, 출판물 협조

백두산정계비는 중국과 우리나라의 경계를 정하기 위해 조선 숙종 때 만들어졌지만 만주사변 이후 일제에 의해 철거되어 현재 그 자취가 불분명하다. 이 백두산정계비는 간도가 조선의 국토임을 명기하고 있으나 일제강점기에 일본이 철도부설권을 얻기 위해 간도를 청나라에 넘기면서 이를 파괴하였다고 전해진다. 그리고 현재까지도 백두산정계비의 내용을 가지고 중국이 자국에 이익에 따라 이를 왜곡하고 있으나 이에 대한 우리의 대응은 미미한 편이다. 또한 중국이 백두산 일대를 유네스코 자연 유산에 등재하려고 하고 있으며 이는 결국 간도지역에 대한 영향력을 공고히 하겠다는 의미를 가지고 있다. 이에 우리는 다각적인 방법을 통해 이러한 중국의 시도에 대해 적극적으로 대응해야 하며, 통일 후 대륙으로 뻗어나가기 위해서도 백두산에 대한 우리의 권리는 반드시 지켜져야 하는 것이다. 이러한 대응의 일환으로 우선 학술대회를 개최하여 우리들의 입장을 정리하고 백두산정계비의 내용을 이론적으로 역사적으로 뒷받침하고 강화 할 수 있도록 협조할 필요가 있다. 또한 현재 지나치게 집중되어 있는 고구려사에 대한 내부적인 관심을 적절히 분산시켜서 전체적인 구조 하에서 고구려시대부터 조선시대까지의 영토 영역에 대한 개괄이 필요하며, 이를 통해 분쟁지역과 앞으로 분쟁이 될 요소가 있는 지역에 대한 대비책을 마련할 수 있을 것이다. 그리고 그러한 노력의 일환으로 백두산정계비의 흔적을 찾는 활동과 함께 보다 포괄적인 영토문제에 대한 개념을 정립하고, 이 백두산정계비에 대한 세미나나 출판사업, 다큐프로그램의 제작을 협조할 수 있다.

백두산 관련 인터넷 사이트 홍보 및 보안 협조

현재 한국과학기술정보연구원과 중앙과학기술통보사가 공동으로 제작하여 운영되고 있는 ‘백두산의 자연’ 홈페이지는 백두산의 지형·지질·생태 등의 자연환경에 대한 정보의 전달 측면에서는 상당한 수준의 내용을 보유하고 있으나 많이 알려져 있지 않다. 또한 사실적인 정보 전달 이외의 별다른 역할을 가지고 있지 못하다는 것이 사람들이 이 홈페이지를 잘 알지 못하고, 많이 찾지 않는 이유일 것이다. 이에 홈페이지 홍보하고 여기에 담긴 정보들을 CD나 대형 검색엔진에 협조하여 백과사전으로 응용할 수 있도록 협조하며, 질문이나 자료 요구에 보다 적극적인 대응할 수 있도록 인력을 협조하는 일이 필요할 것이다.

○ 정부 및 기업 주관 사업

백두산 육로관광 활성화 협조

현재까지의 백두산 관광 루트는 주로 중국을 통해서 가는 것이었다. 이러한 이유 때문에 백두산이 대외적으로 중국의 영토로 오인되는 경우가 많은 것이 사실이다. 앞으로 북측과의 꾸준한 협상을 통해 육로를 통해서 백두산을 여행할 수 있도록 정부의 협조가 필요하다.

○ 기업 주관 사업

백두산 이미지 상품 개발

기업에서는 상업적인 측면이 아닌 기업 이미지 제고를 위한 캠페인의 일환으로 백두산에 자연 풍경이나, 식생 등의 실사 사진을 바탕으로 한 미니홈피 스킨 및 블로그의 스킨을 제작하여 보급할 수 있다. 이는 ‘천지’와 같이 지나치게 정형화된 기존의 이미지 외에 보다 다양한 백두산의 모습을 시리즈물로 제작하여, 이를 통해 백두산에 관해 사람들에게 친근감을 가질 수 있게 하며, 백두산의 다종다양한 동·식물들을 모습을 제공할 수 있다. 그리고 이를 백두산의 정보를 담은 홈페이지에 연결하여, 풍경에 대한 정보까지 얻을 수 있도록 할 수 있다. 이외에도 오프라인을 통해 판매할 수 있는 달력이나 엽서 등 다양한 상품도 개발 가능할 수 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	백두산 CI 제작 및 관련 영상물 공모	공모	30,000,000
	백두산정계비 관련 프로그램 및 다큐멘터리 제작	제작 협조	50,000,000
	백두산 관련 인터넷 사이트 홍보 및 보완	인력 협조	20,000,000
정부 및 기업	백두산 육로관광 활성화	협조	20,000,000
기업	백두산 이미지 상품 개발	개발	30,000,000
합계			150,000,000



6) 금강산

□ 상징적 의미

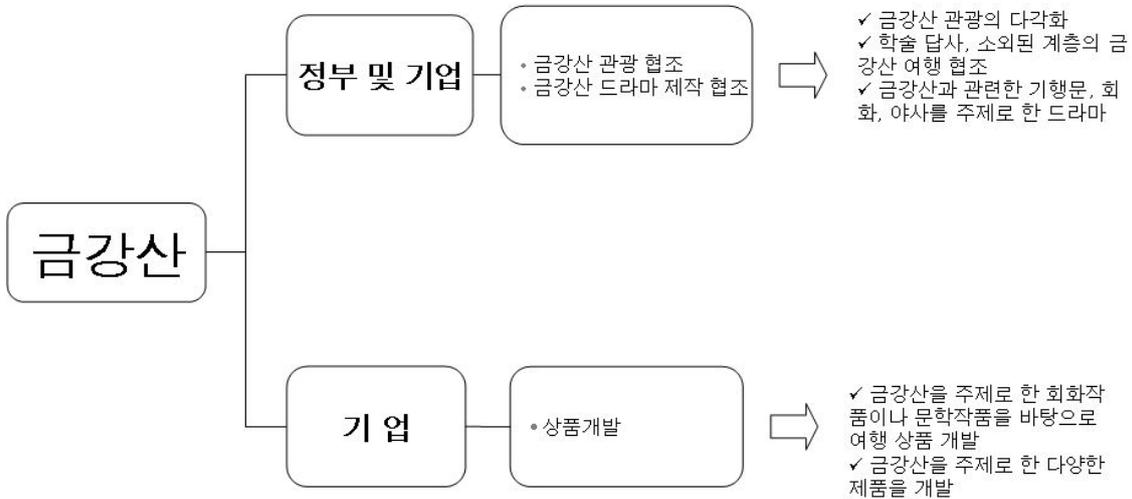
금강산은 강원도 회양군과 통천군·고성군에 걸쳐있는 산으로 그 높이가 1,638이다. 12,000봉이 형성한 분수계를 경계로 하여 서쪽은 내금강, 동쪽은 외금강으로 구분되며, 내금강은 온자우아(溫藉優雅)하여 여성적이고, 외금강은 웅건수특(雄健秀特)하여 남성적인 산세를 가졌다. 금강산의 ‘금강(金剛)’이라는 말은 불교 경전인 화엄경(華嚴經)에 ‘해동에 보살이 사는 금강산이 있다’고 적힌 데서 연유되었다고 하며 이외에도 사계절의 변화에 따라 그 풍광이 아름다워 봄에는 금강산, 여름에는 봉래산, 가을에는 풍악산, 겨울에는 개골산 등으로 여러 이름으로 불렸는데, 그만큼 다양한 면모를 가진 산이다. 그리고 이러한 계절의 변화에 따라 변화하는 다양한 정취는 우리나라 뿐 만이 아니라 세계적으로도 널리 알려져 있다. 또한 금강산의 수려한 풍광은 과거로부터 현재에 이르기까지 오랜 세월 동안 여러 기행문을 비롯한 문학, 예술에 많은 영감을 주었으며 우리의 문화유산을 풍성하게 하는 중요한 촉매제 역할을 해왔다. 현재 금강산은 분단된 한반도에 북쪽에 위치해 있어 자유로운 왕래가 힘들지만 남북경협 사업에 성장과 더불어 앞으로 더욱 원활한 왕래가 가능해 질 것으로 보인다.

□ 상용화 방안

○ 현황

여러 가지로 시도된 남북 협력 중에서 1998년부터 시작된 금강산 관광은 민간이 주도하는 사업으로 초기의 여러 가지 불안정한 정세 속에서도 끊어지지 않고 차츰 그 기반을 공고히 하고 있으며, 계속적으로 꾸준한 수요를 창출해 내고 있다. 금강산 관광 사업은 단순한 이윤 창출을 넘어서 남북 협력의 중요한 고리가 되고 있으며, 점진적으로 개성, 백두산의 새로운 루트의 개발하고 남북교류를 확대하는 데에 매우 중요한 발판의 역할을 하고 있다. 그러나 사업의 특성상 불안정한 국제정세의 영향을 많이 받는 만큼 여러 가지 어려움을 겪고 있다. 이에 남북 협력의 중요한 통로인 점을 감안하여 정부의 꾸준한 협조와 협력이 필요하다. 그 외에도 금강산은 우리나라 역사 속에서 명승지였던 만큼 관련한 문학이나 미술작품들이 많이 남아있으며 이를 연구하는 연구 활동과 전시회 등 금강산과 관련된 활동들이 매우 왕성하

고 활발히 이루어지고 있다.



○ 정부 및 기업 주관 사업

금강산 관광 협조

금강산은 무엇보다도 천혜의 자연 환경을 가진 곳이니만큼 관광 사업이 가장 유력한 사업이다. 그리고 현대 남북경협에 일환으로 현대 아산의 주관 하에 금강산 관광이 진행되고 있다. 그러나 여러 가지 불안 요소들이 산적해 중단과 진행을 반복하고 있으며 점진적으로 금강산 관광의 영역을 확대하려던 당초 계획이 늦춰지고 있는 것도 사실이다. 그러나 금강산 관광이 시작될 당시에 비해 인식이 많이 진전되어 많은 사람들이 금강산을 찾고 있어 고무적이다. 또한 육로 관광이 본격화되는 등 다양한 루트도 개발되어 있다. 그러나 장년층을 주로 대상을 하는 관광 상품이 많아 학생들이 가기에 어려움이 많다. 이에 어린 학생들이 금강산 관광을 할 수 있도록 프로그램을 만들고 정부에서 일정부분 비용을 부담하여 보다 많은 사람들이 금강산 관광을 경험할 수 있도록 협조한다. 정부와 기업에서는 보다 다양한 프로그램을 제공할 수 있도록 하며, 정부에서는 좀 더 자유로운 동선의 운용과 루트의 개발이 가능할 수 있도록 북측과 협상에서 기업을 협조하는 일이 중요하다.

금강산을 주제로 한 다양한 형식의 드라마 제작 협조

금강산은 우리의 오랜 역사 속에서 수많은 문학과 회화, 정사와 야사의 주제가 되어 왔다. 그리고 거기엔 불교, 유교, 전통신앙에 이르기까지 숭배의 대상이 되기도 했었다. 이러한 이야기성이 풍부한 금강산의 특성을 충분히 살려 금강산과 직접적



으로 관련된 이야기들을 유니버스 형식의 드라마로 제작할 수 있으며, 근래의 황진이와 같이 금강산과 관련하여 유명한 일화들을 남긴 인물들에 대한 이야기를 드라마 화 할 수 있다.

○ 기업 주관 사업

상품 개발

금강산의 아름다움이 과거 많은 이들에 의해 문학이나 미술 등에 많은 영감을 제공한 만큼 금강산을 주제로 한 많은 예술작품들이 현재까지도 상당수 남아 있다. 그리고 이러한 산수화, 금강산과 관련한 문학과 미술 등의 관련한 다양한 연구서 및 저작이 이미 많이 나와 있다. 그래서 이러한 축적된 자료나 이미지를 바탕으로 옛날 선비들이 지나갔던 경로를 따라가는 관광 상품이나, 황진이 등 명사들의 금강산 기행을 모델로 하는 관광루트 및 관광 상품을 개발한다. 또한 금강산과 관련한 다양한 아이템을 개발하여 기존의 판로를 이용하여 상품으로 제작하여 판매하는 등이 가능하며, 이미 어느 정도는 시도되고 있다. 특히 민속물 등 민속, 전통을 주제로 한 물품들을 파는 인터넷 사이트에서 판매되고 있으나, 아직 관광 상품 수준에서 크게 벗어나지 못한 실정이다. 또한 대부분의 상품들이 다양한 계층이나, 필요를 소화할 수 있는 다양성을 확보하고 있지 못하고 선뜻 살 수 없을 만큼 가격이 높은 것도 사실이다. 그래서 이 둘 사이에 균형을 잡을 수 있는 상품의 개발이 절실하다. 예를 들어보면 여러 화첩 시리즈를 이용한 포스터나 우표, 수첩, 여름을 겨냥하여 부채, 우산, 시계 등이다. 그리고 기존의 인터넷 판로는 민속품만을 따로 파는 사이트(민속물 등)를 이용해서 파는 경우가 많은데, 특성화한 온라인 마켓이라는 장점은 있지만, 인지도가 높지 않아서 필요해서 사려고 해도 잘 알지 못해서 찾아오지 못하는 경우도 많다. 그럼으로 대형 온라인 마켓에도 상품을 올려 보다 많은 사람들에게 소개하여 대중들에게 인식을 높이는 것이 중요하며, 각종 전통 행사와 함께 홍보함으로써(예를 들면 단오제에 부채를 선물하는 풍습) 수요를 만드는 것이 필요하다. 그리고 각 박물관을 이용한 국내 판매 외에 해외에 홍보하여 현재 해외에 생기기 시작하는 코리아 센터나 국립중앙박물관의 홈페이지를 통해 해외 판매를 시도하는 등 해외 수요를 목표로 한 새로운 판로를 개척하는 것도 중요하다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부 및 기업	금강산 관광의 다각화	사업 협조	40,000,000
	학술 답사, 소외된 계층의 금강산 여행	일부 기금 협조	50,000,000
	금강산 관련 드라마 제작	일부 기금 협조	30,000,000
기업	역사 속 인물, 문학과 관련한 여행상품 개발	개발 협조	20,000,000
	금강산 관련 상품 개발	일부 기금 협조	20,000,000
합계			160,000,000



7) 동해

□ 상징적 의미

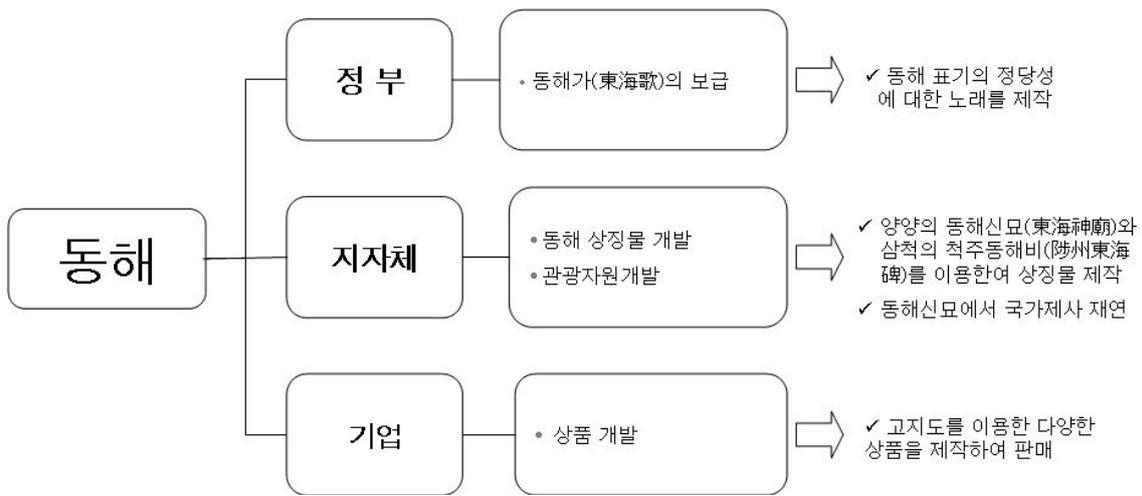
세계지도에서 동해표기의 90%이상은 동해(East Sea)보다 일본해(Sea of Japan)로 되어 있다. 한국인에서는 당연히 동해라고 부르지만 어디까지나 ‘국내용’일 뿐 국제 사회에서는 일본해로 통한다. 이는 국력의 차이에서 오는 힘의 논리의 반영이라고 할 수 있을 것이다. 따라서 우리가 보다 적극적으로 동해의 영역을 분명히 하고자 하는 대외적인 노력을 많이 기울여야 할 필요성이 상시적으로 대두되고 있다. 한국 측 문헌기록에서 동해표기가 처음 선보인 시기는 고구려 시조 동명왕 기사의 ‘東海之濱有地’ 구절에서 비롯된다. 이는 삼국 건립 이전인 기원전 59년부터 사용하기 시작한 말이니 약 2,000년 이상을 동해로 불려왔다는 의미가 된다. 또한 고구려 장수왕이 부왕(父王)의 업적을 기리기 위해 441년에 세운 광개토대왕비의 3면에는 ‘동해가(東海賈)’가 등장하며, 그 후 통일신라시대는 물론이고 고려시대, 조선시대를 관통하면서도 동해 명칭의 위상은 변함이 없었다. 왕조가 변하고 강역의 범위가 급변하였어도 동해 명칭만큼은 변함이 없었던 것이다. 그리고 당연하게도 한반도에서 제작된 모든 지도에는 동해가 명기되어있다. 천년이 아니라 이천년을 뛰어넘는 명칭의 장기지속성이 문헌기록으로 입증되는 셈이다. 반면 일본해라는 명칭의 근원은 일본(日本)이란 국명 자체가 7세기부터 사용되기 시작하였음을 가만하면 그 역사는 우리 보다 훨씬 뒤진 것으로, 일본의 석학으로 2003년 영면한 아미노(網野善彦) 같은 이도 ‘일본’이라는 명칭 자체가 ‘가상의 전제’로부터 출발하였음을 비판하였다. 이렇듯이 동해라는 명칭이 일본해에 비해 역사적으로 선행하는 만큼 동해는 동해로 불려져야 마땅하다. 하지만 우리에게만 당연한 일이 국외적으로는 당연하지 못한 것이 현실인 만큼 더욱더 많은 관심과 노력을 기울여야 할 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

동해에 대한 다른 나라의 사례는 일본 측의 ‘일본해’ 명칭 뿐이다. 일제강점기를 거치면서 자연스럽게 우리의 동해 표기는 일본해로 변해갔고, 해방 후에도 일본의 적극적인 외교활동에 힘입어 구미, 유럽이나 중국 측에서는 아직도 일본해를 공공연

히 공식명칭으로 사용하고 있는 실정이다. 하지만 빈번히 반복되는 일본 측의 ‘독도 망언’ 탓에 독도에 대한 전 국민의 해양강역 의식은 상당히 높아져 있지만 동해에 대한 관심은 그것만 못한 것도 사실이다. 그리고 얼마 전 동해가 표기된 고지도 전시가 국회의사당에서 개최되었지만 충분하다 할 만한 성과는 얻지 못한 것이 한계로 지적된다. 그리고 동해 표기 문제는 독도 문제와 더불어 우리의 주권과도 관련된 민감한 현안인 만큼 더욱 적극적인 대응이 요구된다.



○ 정부 주관 사업

동해가(東海歌)의 보급

정부에서는 동해에 대한 국민들의 관심을 자연스럽게 이끌기 위한 캠페인을 협조할 수 있다. 그 예의 하나로 동해가(東海歌)의 보급을 제안할 수 있다. ‘독도는 우리땅’이라는 노래가 많은 사람들에게 독도에 대한 의식을 보다 뚜렷하게 하는 것처럼 다양한 계층을 대상으로 다양한 목적의 동해사랑가를 제작하여 보급한다면 자연스럽게 동해에 대한 의식이 고취될 것이며 또한 이를 다양한 국제 응원 행사 등에 응원가로써 활용할 수도 있을 것이다.

○ 지방 자치 단체 주관 사업

동해 상징물 개발 협조

동해의 문화 상징을 뚜렷하게 표현하기는 어렵지만 강원도 양양의 남대천변에 복원되어 있는 동해신묘(東海神廟)와 삼척의 척주동해비(陟州東海碑)를 통해 동해가 갖



는 우리 역사상의 문화적 상징성을 드러낼 수 있을 것이다. 그리고 최근 삼척시에서는 척주동해비를 탁본하여 시의 홍보물로 배포하거나 판매하고 있다. 여기서 더 나아가 양양의 동해비나 척주동해비를 모형으로 축소 제작하여 국내·외의 동해 홍보에 활용하는 방안도 있다.

관광 자원 개발 협조

조선시대의<신증동국여지승람(新增東國輿地勝覽)>에는 ‘동해신사’에서 봄·가을로 제사지낸다고 하였고, <여지도서(輿地圖書)>에서는 ‘동해묘’의 규모를 묘사하고 있다. <고려사(高麗史)>에는 오늘날의 양양에 고려의 중사(中祠)가 있다고 전한다. 즉 국가에서 강향사(降香使)를 보내어 향을 사르면서 동해 용왕에게 국가적인 운명을 기도하고 장엄한 제례를 행하였던 것이다. 그러나 1900년대 초, 통감부 시절을 겪으면서 동해신묘에서의 국가제사는 중단되었다. 그러므로 동해신묘의 제례를 복원하여 관광자원으로 개발하고 국제적 축제로 승화시켜 나간다면 동해 명칭의 정당성과 민족혼의 발로라는 상징성까지 되찾을 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

동해에 관한 다양한 상품 개발은 한국의 동해임을 확립시키는 상징물로 국내·외 판매가 가능한 점을 가지고 있다. 그 예로는 동해가 분명히 표시되어 있는 고지도를 티셔츠나, 포스터, 엽서, 우표 등에 원용한 상품 개발이 있다. 고지도는 역사적 유물이자 회화작품으로 디자인으로 전용되기에 좋은 면을 가지고 있어, 관련 상품 제작에 유용하게 쓰일 수 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	동해가(東海歌)의 보급	홍보 협조	30,000,000
지자체	동해 상징물 개발	일부 기금 협조	40,000,000
	관광자원개발	개발 협조	60,000,000
기업	상품개발	일부 기금 협조	30,000,000
합계			160,000,000

8) 대동여지도

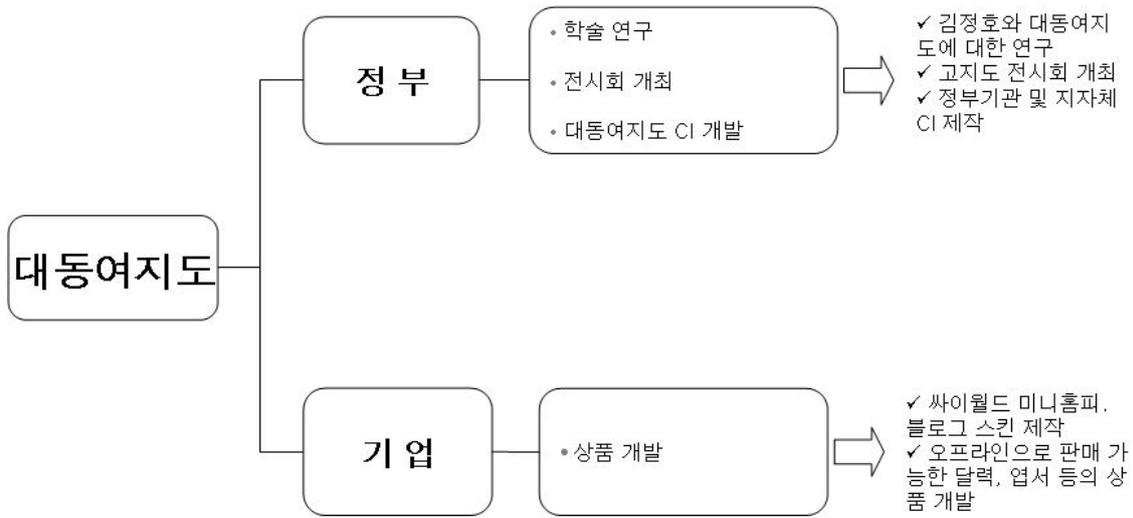
□ 상징적 의미

대동여지도는 조선후기에 고산자 김정호가 제작하였으며, 한국의 고지도 중에서 가장 문화 상징성이 강한 대표적인 고지도라고 할 수 있다. 또한 대동여지도는 국토의 산수 체계를 일목요연하게 파악할 수 있게 해주며, 백두대간을 비롯하여 한국의 전통적인 산맥 인식과 산줄기 체계가 집약되어 있는 성과물로 평가된다. 또한 대동여지도는 우리나라 전도에서 개개의 산지가 아니고 산맥을 표시하는 전통을 가진, 조선 초기에 만들어진 이회(李穡)의 <팔도지도>, 정척(鄭陟)과 양성지(梁誠之)의 <동국지도> (1463), 그리고 18세기 중엽 정상기의 <동국지도>의 전통을 바탕으로 김정호가 목판 인쇄를 통해서 새로운 산계의 표시를 시도한 것으로 김정호의 대동여지도는 이전의 조선의 지도 제작 전통을 바탕으로 18·19세기의 새로운 실증적 학문의 분위기를 반영한 훌륭한 유산임으로 정당한 평가가 뒤따라야 마땅할 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

대동여지도는 현재 보물 850호 지정되어 있으며 성신여대 박물관에서 소장 보관하고 있다. 그러나 대동여지도가 가진 의미만큼 그에 대한 올바른 인식이나, 올바른 인식을 유도할 만한 연구 성과는 부족한 실정이다. 그리고 최근에 들어 일제식민사관에 의해서 왜곡된 대동여지도와 김정호에 대한 보다 실증적 연구가 시도되고 있으나 아직 많은 사람들에게 널리 인식되어 있지는 않다. 대동여지도에 대한 연구는 조선 후기의 실증적 학문을 바로 본다는 문제와도 연관되어 있으므로 앞으로 더 많은 연구와 협조가 필요할 것으로 보인다.



○ 정부 주관 사업

학술 연구 협조

오랫동안 일제 강점기에 일제에 의해 형성된 식민사관으로 인해 김정호와 대동여지도는 잘못된 평가를 받아왔다. 그러나 올해 서울대에서 인문주간 행사의 일환으로 개최되었던 규장각 학술대회에서 서울대 규장각 소속 한국학연구원인 이기봉 박사는 ‘조선의 고지도와 김정호’라는 주제로 김정호와 대동여지도라는 뛰어난 문화유산이 우리의 축적된 과학문화의 결과물이라는 의견을 제기했다. 이는 대동여지도라는 우리의 귀중한 유산이 김정호라는 인물을 통해서 조선의 지리학의 역량에 근대적 시각을 더해져 훌륭한 문화유산이 탄생되었음을 의미하는 것이며 이를 바탕으로 김정호와 대동여지도에 대한 재평가가 앞으로도 활발하게 이루어져야 할 것임으로 예시했다. 그 외에도 대동여지도에 제작에 있어 함께 했던 최한기 등의 인물과의 연관 관계도 더욱 자세히 조명하여 대동여지도가 당대 여러 석학들의 도움으로 만들어졌음을 밝혔는데 이러한 연구 성과를 통해 우리는 우리의 문화유산의 모습과 가치를 보다 분명하게 구분할 수 있는 역량을 기를 수 있는 것이라고 생각할 수 있으며, 향후 외국에 우리의 문화재를 소개하는 데에 있어서도 이러한 연구 성과는 더욱 큰 역할을 할 것이다. 이에 정부는 다양한 의견들이 개진될 수 있는 이와 같은 학회나 세미나를 협조하고 이러한 결과물들이 출간되도록 할 수 있다.

전시회 개최 협조

얼마 전에 국회의사당에서 독도에 관련하여 한국 고지도 전시가 있었다. 이러한 전시회를 시작으로 하여 독도 뿐 만 아니라 백두산 등 우리나라의 중요한 지리적인

요지들을 한눈에 살펴볼 수 있고, 지도 제작의 역사를 가늠할 수 있도록 하는 고지도 전시회를 개최할 수 있도록 협조한다. 이러한 전시회를 통해 대동여지도가 우리나라의 지도 제작의 전통을 계승한 결과물이라는 것을 널리 알림과 동시에 우리의 전통적인 지도제작의 역량을 알리는 기회로 삼는다. 그리고 전시회의 도록 및 결과물들을 출간하여 각 국의 주요한 도서관이나 학교에 배포한다면 대동여지도에 관한 행사의 좋은 사례로 보존될 수 있을 것이다.

대동여지도 CI개발 및 도시계획에 활용

대동여지도 뿐 만 아니라 기록 문화와 연계하여 대동여지도를 이용하여 건설교통부나 지리와 관련된 정부, 지자체 등을 상징할 수 있는 CI를 제작하거나 대동여지도에 사용된 우리나라의 옛날 지명을 바탕으로 새로운 길, 거리 이름을 짓거나, 잃어버린 마을의 이름을 되찾는 데에도 참고 자료로써 활용할 수 있다. 이는 대동여지도의 가치를 현대에 다시 한 번 되새기는 기회가 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

대동여지도를 이용한 퍼즐 게임이나 시대와 같이 지리, 상업, 날씨 등을 주요 요소로 하는 게임의 개발이 가능하며, 각 국립공원이나 절 등에서 지리 안내를 담은 스카프를 대동여지도를 이용하여 만들어 좀 더 다양한 상품을 만들어 제공한다면 여행을 좋아하는 수집가들에게 각광받는 아이템이 될 수도 있다. 이러한 상품은 수집의 대상이 될 뿐 만 아니라 국내 관광에 대한 관심을 확대시킬 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	학술 연구	연구 협조	40,000,000
	전시회	사업 협조	30,000,000
	공공기관 CI 개발	일부 기금 협조	30,000,000
기업	온라인 게임 개발	일부 기금 협조	30,000,000
	캐릭터 상품 개발	일부 기금 협조	20,000,000
합계			150,000,000



9) 황토

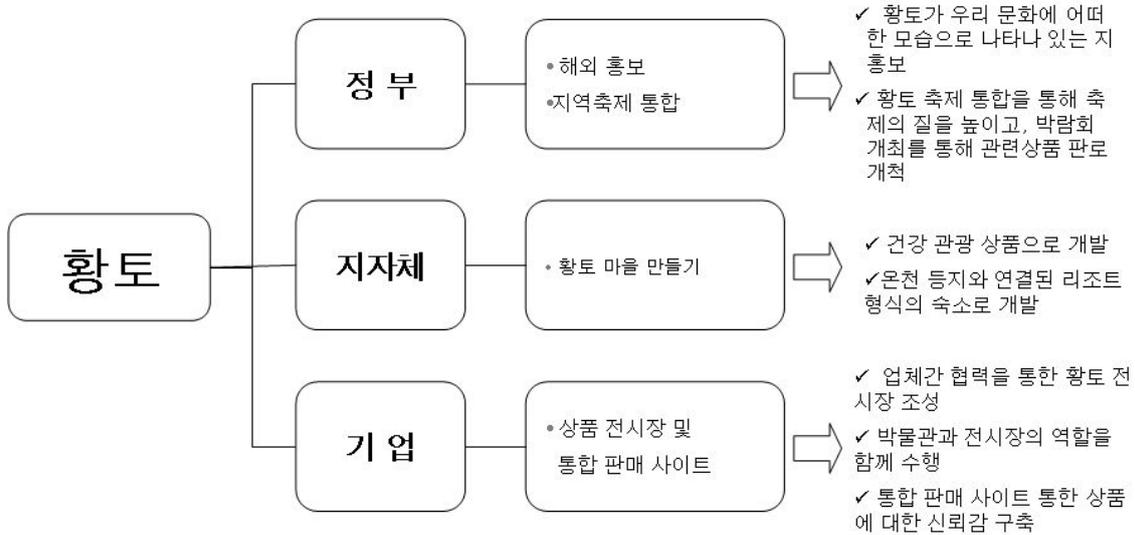
□ 상징적 의미

황토는 한국인의 정서적 감흥에 가장 잘 부합되는 색깔과 느낌, 효용을 지니고 있다는 평가를 받는다. 흙에서 태어나 흙으로 돌아간다는 말이 있을 정도로 한국인들의 삶에 흙은 고향과 같은 의미를 지녀 왔다. 그러나 언제부터인가 우리는 흙을 우습게 여기고 서양식 시멘트문화에 매몰되어왔다. 근년에 들어와 황토바람이 불면서 황토찜질방, 황토아파트, 황토집, 황토침대 등이 등장하여 열풍을 일으키고 있다. 이러한 황토에 대한 평가가 그동안 이루어 지지 않다가 웰빙의 중요성이 대두되면서 황토에 대한 평가가 다시금 이루어지고 있는 것이다. 이규보의 <동국이상국집>에는 황토 굴이 겨울철에 채소를 보관을 가능하게 하고, 겨울의 추위를 막아 주는 등의 효과가 있다는 내용이 나온다. 또한 <동의보감>에 의하면 지장수라고 하여 황토로 인하여 생성된 물을 높게 쳐서 약용으로 쓰기도 하였다. 이렇듯 황토는 주(住)로부터 시작하여 식(食)에 이르기까지 우리나라 사람들의 생활에서 매우 유용하게 쓰여 왔다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 황토가 건강에 많은 도움을 주는 것으로 밝혀지면서 많은 업체들이 다양한 상품들을 개발하고 있다. 미용 비누에서부터 지장수 제작용 황토, 황토 침대, 황토 염색 의상 등 먹을거리, 생활 소품, 건강 용품 등에 이르기까지 황토를 이용한 많은 상품들이 개발되어 팔리고 있다. 상품화와 더불어 황토의 문화적 측면에 대한 홍보가 필요한 실정이다.



○ 정부 주관 사업

해외 홍보 협조

동양의 생활방식이 여러모로 주목을 받고 있는 시대이다. 서양인들에게는 흙으로 만든 상품이라는 것이 매우 생소할 것이다. 그러므로 황토가 우리 문화에서 어떠한 영향을 발휘해 왔으며, 어떻게 이용되어 왔는지에 대해 홍보 할 필요가 있다. <동의보감>에 황토가 언급된 부분에 대한 설명을 비롯해서 효능과 쓰이는 방법 등을 상세히 소개해야 할 것이다. 황토에 담겨 있는 서민들의 삶, 흙에 담겨 있는 우리의 정서 등 그저 무언가를 만드는 재료가 아닌 문화적 가치가 높은 것임을 강조해야 할 것이다. 다양한 홍보물을 제작하여 각 공항 등지에 배포하고, 한국의 훌륭한 문화 상징 중 하나라는 것을 알리는 작업이 필요하다.

지역축제 통합

현재 황토 축제는 무안, 김제시 용지면, 고창, 보은 등 많은 도시에서 개최되고 있다. 그러나 이러한 축제들이 유행을 타고 시작되어 회를 더할수록 질이 떨어질 우려가 있다고 생각된다. 때문에 지속적인 축제로 자리 잡고 나아가 문화축제의 역할을 수행 할 수 있도록 하는 기획이 필요하다. 이러한 축제가 단순한 상품전시에 그치는 축제라면 전국적인 박람회를 개최하여 보다 효율적인 상품 홍보와 판매를 할 수 있도록 하는 방안을 마련해야 하고, 여러 곳 중에 장소와 프로그램, 지역적 관심 등을 고려하고 선발하여 산발적으로 이루어지고 있는 축제의 수를 줄이고 협력을



통해 질을 높일 수 있도록 해야 할 것이다. 황토 축제가 단순히 상품 소개에 그치는 행사가 되지 않도록 황토가 가진 문화적 요소를 잘 반영한 축제 프로그램을 개발하여 세계적 축제로 만들어 나가야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

황토 마을 만들기

옛날 힘겨운 고문을 받은 죄수들이 감옥의 바닥에 짚자리만 깔고 자도 회복이 될 수 있었던 것이 바로 그 흙바닥 때문이었다는 말이 있다. 그만큼 황토는 숙면을 도와주고, 몸의 기운을 북돋워 주는 효과가 있다는 의미이다. 그러나 현대에 이르러서 현대화 된 건축자재들을 사용하다 보니 황토 집을 짓고 살기는 쉽지 않다. 그저 황토가 함유된 바닥재나 매트를 사용하는 정도에 그친다. 이러한 점을 착안, 옛날 방식을 응용하여 황토로 집을 지은 마을을 조성하고 이를 건강 관광 상품으로 개발하여 내국인들은 물론 외국인 관광객들도 체험할 수 있도록 할 수 있다. 또한 이 마을 안에서 자체적인 우리의 웰빙문화 체험을 함께 할 수 있는 프로그램을 만들어 참여할 수 있도록 한다면 보다 높은 효과를 기대할 수 있을 것이다. 더불어 인근 온천이나, 스키장 등과 연계하여 제휴할인 서비스, 셔틀버스 운행 등 좀 더 편리하게 이용할 수 있도록 서비스 한다면 많은 인기를 끌 수 있을 것으로 기대된다.

○ 기업 주관 사업

황토관련 상품 전시장 및 통합 판매 사이트

현재 황토를 이용한 상품을 만드는 업체는 헤아리기 힘들 만큼 많다. 이 업체들이 협력하여 더 많은 고객을 확보하고, 우리 황토의 우수성을 홍보할 필요가 있다. 황토 관련 상품들은 대부분 건강을 그 목적으로 하고 있기 때문에 황토를 이용한 상품을 만드는 업체들이 협력하여 황토 상품 전시장을 만들고 상품의 전시와 함께 황토의 효능, 역사, 문화 등에 대한 전시를 함께 한다면 상품 판매 효과는 물론, 황토 박물관의 역할도 함께 할 수 있을 것으로 기대된다. 이러한 공간이 문화공간으로도 자리 잡을 수 있도록 전시물의 내용을 상품 진열에만 그치지 않고, 자세한 설명과 전시를 통해 자연스럽게 물건 구매로 연결 될 수 있도록 해야 하겠다. 상품을 ‘진열’하는 것이 아니라 ‘전시’하는 느낌으로 구성하여 상품의 이미지를 고급화 하고, 다양한 상품을 전시함으로써 황토가 얼마나 많은 용도로 쓰일 수 있는지에 대해 알린다. 이러한 전시관이 온라인에서도 이어 질 수 있도록 홈페이지를 운영하는 방안

도 고려해야 한다. 업체 간의 자체적인 평가를 통해 믿을 수 있는 상품만을 판매한다는 믿음을 주고, 통합 홈페이지를 통해 보다 쉽게 쇼핑할 수 있는 환경을 제공한다. 이러한 문화적이고 신뢰감을 주는 판촉활동은 소비자에게 원하는 상품에 대한 정보를 충분히 습득한 뒤 구매를 결정할 수 있도록 하여 지속적인 구매를 이끌어 내고, 우리 황토문화에 대한 이해를 높일 수 있도록 할 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	해외 홍보물 제작	일부 기금 협조	20,000,000
	지역축제 통합	일부 기금 협조	30,000,000
지자체	황토 마을 만들기	사업 협조	50,000,000
기업	전시장 및 통합 판매 사이트 구축	사업 협조	30,000,000
합계			130,000,000



10) 갯벌

□ 상징적 의미

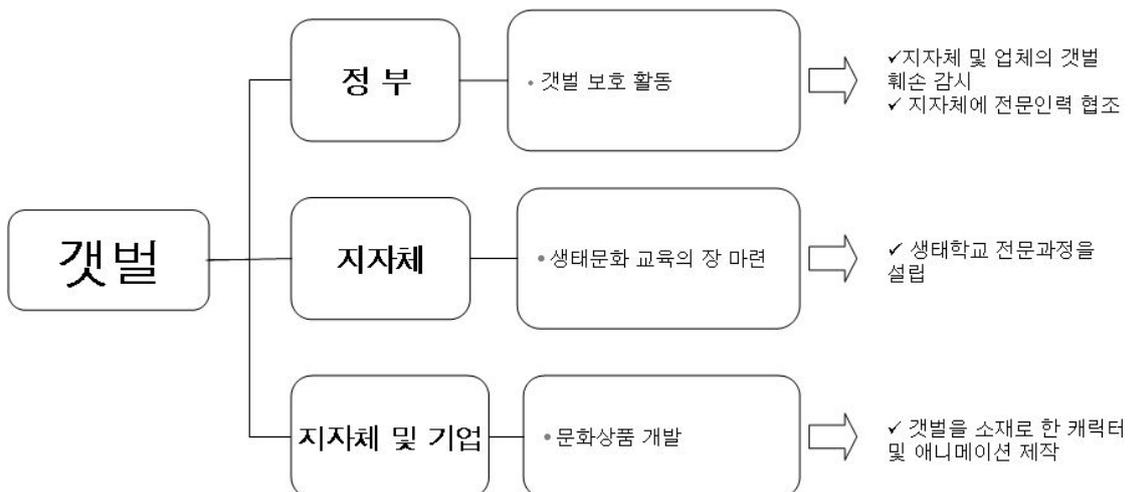
우리나라의 서해안 갯벌은 캐나다 동부해안, 미국 동부해안, 독일 북해연안, 아마존 강 유역의 갯벌과 함께 세계 5대 갯벌 중 하나로 그 가치가 매우 크다. 그러나 그동안 갯벌은 주인 없이 버려진 쓸모없는 땅으로 치부되어 왔다. 그러나 현재 많은 연구와 관심을 통해 이제는 수많은 생물들이 살아가는 서식처이자 주변 연안 해역을 깨끗하게 지켜주는 정화조라는 인식이 자리 잡았다. 생태 갯벌의 사전적 의미는 조수(潮水)가 드나드는 바닷가나 강가의 모래 또는 개펄로 된 넓고 평평하게 생긴 땅으로서, 그 종류를 나누어 본다면 모래 갯벌과 펄 갯벌이 있으며, 이러한 갯벌은 만조 때에는 물 속에 잠기고 간조 때에는 공기 중에 노출되는 것이 특징인데 통칭 조간대(潮間帶) 영역으로 간주된다. 고문헌에 ‘갯벌’에 대한 기록이 직접적으로 나타나는 경우는 거의 없지만 ‘조수(潮水)’와 관련된 기사가 다수 존재하고, 조선후기 군현지도 중 연안역의 갯골부분에는 ‘조수(潮水)’나 ‘조퇴연육(潮退連陸)’이라는 설명이 있다. 이를 통해, 소소한 지형의 변화는 있었을지라도 물이 들고 나는 과정에 형성되는 갯벌은 아주 오래 전 선조들의 삶에서부터 지금껏 이어져 왔다고 볼 수 있겠다. 예로부터 우리나라의 갯벌은 어민들에게 김이나 백합, 바지락 등이 생산되는 ‘바다 밭’이었으며, 어살(漁箭)을 비롯한 정치망(定置網)의 터전이 되어 왔다. 최근에는 그 중요성이 더욱 부각되고 있으며 철새들이 도래하고 생활하는 장소로서의 역할도 중시되고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

1980년대 후반에 들어서면서 이른바 '서해안 개발'이라는 명분 아래 갯벌을 매립하여 공장을 짓고 도시를 건설하고 하구에 독을 만드는 등 인간의 무분별한 개발행위가 자행되었다. 그로 인해 갯벌 생물들의 서식처가 파괴되고 오염되어 한반도 주변 연안 생태계 중에서 인위적 간섭을 가장 많이 받는 곳이 되어 버렸다. 그 결정판이 바로 농지확보를 위해 계획되었던 ‘새만금간척사업’이다. 새만금간척의 시대적 목적성이 이미 사라진 지 오래지만 정치적 논리에 따라 제대로 된 대책조차 없는 실정이다. 갯벌은 조수에 따라 형성되는 자연적 결과물로서 우리나라에만 존재하는 것

이 아니다. 다만 규모의 문제이다. 북해(North Sea)의 남서쪽 해안인 네덜란드, 독일, 덴마크 연안에도 갯벌이 잘 발달되어 있다. 이 해역을 특히 와덴해 (wadden sea)라고 일컫는데, 네덜란드에 속하는 해역은 전체의 30%, 독일 60%, 덴마크 10% 정도이다. 이 가운데 독일은 와덴해 연안국간의 다양한 협의를 거치면서 갯벌을 포함하는 와덴해를 국립공원으로 지정하는 등 갯벌에 대한 정책 중 가장 선진적인 모습을 보이고 있다. 그에 비해 우리는 이제 막 갯벌의 가치와 중요성이 각종 매체를 통해 일반 대중에게 알려지게 되었고, 갯벌이 어민들의 삶의 터전이자 다양한 생물들의 서식처라는 사실도 널리 인식되게 되었다. 이에 따라 자연스럽게 갯벌이 생태문화의 상징으로 부각되고 있다. 앞으로 개발과 보존사이에서 보다 신중한 태도가 필요할 것이며, 우리가 가진 자원을 그 자원이 가진 의미에 걸맞게 활용하는 의식이 요구된다.



○ 정부 주관 사업

갯벌 보호 활동 협조

갯벌이 매우 중요한 자원이라는 것이 증명되고 있으며, 한번 훼손하면 회복하기는 거의 불가능하다는 인식이 널리 퍼지고 있다. 이에 정부에서는 각 지자체를 중심으로 벌어지고 있는 각종 축제가 갯벌을 훼손하지 않는 범위 내에서 진행될 수 있도록 협조하고, 관련된 업체가 무분별하게 난립하거나 갯벌을 훼손하지 못하도록 감독하고, 지자체에 전문 인력을 협조해야 한다.



○ 지방자치단체 주관 사업

생태문화 교육의 장 마련

지자체를 중심으로 부안, 제부도, 시흥의 갯벌 축제들이 매년 개최되어 많은 관광객을 찾고 있으며, 체험학습프로그램의 일환으로 ‘갯벌탐사단’과 같은 다양한 갯벌 체험이 유행처럼 번지고 있다. 그러나 갯벌에 대한 무차별적 ‘삼질’로, 갯벌생태체험이 아니라 갯벌에 살고 있는 무분별하게 생명들을 죽이는 오류를 범하고 있다. 이는 진정한 의미의 생태문화 교육이 결여된 탓이다. 체계적으로 잘 이루어진 생태문화교육 과정이 개설된다면 생명사랑이 함께하는 생태교육의 장으로 거듭날 수 있을 것이다. 또한 이러한 과정을 통해 자연 혜택을 즐기는 것만이 아닌 그 혜택을 감사하고 그 자연을 보호하려는 의식을 고취시킬 수 있을 것으로 기대된다.

○ 지방자치단체 및 기업 주관 사업

문화상품 개발

최근 갯벌에 포함된 미네랄 성분이 피부미용에 좋다는 이유로 보령 등지를 중심으로 다양한 진흙 팩 제품이 시판되고 있다. 단순히 지자체의 소규모 업체에서 제작하는 차원이 아니라 특정 화장품 업체와의 제휴로 소기의 성과를 거두고 있는 것이다. 이러한 성과를 국내에 한정할 것이 아니라, 천혜의 갯벌을 자랑하는 대한민국, 생태적인 나라 대한민국의 이미지 마케팅전략으로 채택할 수도 있을 것이다. 또한 ‘샤크’나 ‘니모를 찾아서’와 같은 해외의 영화처럼, 갯벌에 서식하는 다양한 생물종을 대상으로 캐릭터를 제작하거나 그들의 삶의 이야기를 애니메이션으로 제작해도 좋을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	갯벌 보호 활동	사업 협조	35,000,000
		인력 협조	35,000,000
지자체	생태 교육의 장 마련	사업 협조	30,000,000
지자체 및 기업	문화상품 개발	일부 기금 협조	50,000,000
합계			150,000,000

11) 풍수

□ 상징적 의미

풍수는 전통적 환경사상이자 선조들의 삶의 지혜가 응축된 자연생태학이다. 풍수지리적인 자연관은 자연을 생명력 있는 존재로 보고, 자연의 생명력을 인간과 동화시킬 수 있다고 보는 관점이다. 그리고 풍수지리의 입지론은 전통적 최적주거입지론이라고 할 만한 것으로서 풍수는 고을과 마을의 입지, 마을의 공간구성 등에 적용되었다. 풍수는 음양론과 오행설을 기반으로 주역(周易)의 체계를 논리구조로 삼는 중국과 우리나라의 전통적인 지리과학이자 자연미학적 문화체계이다. 역사적으로 동아시아는 풍수적 문화권을 형성하고 있으며, 우리나라에는 고려 때의 승려 도선(道詵)(827~898)에 의해 도입되었다. 기본적으로 풍수는 자연과의 자연스러운 조화를 목적으로 하여 주로 주거지를 정하는 일에 매우 중요한 역할을 하였다. 그러나 시간이 지남에 따라 조상의 은덕을 입으려는 산 자의 이기심 때문에 묘지를 쓰는 데에 풍수가 많이 이용되면서 풍수의 본래 목적에서 벗어나 현재에 이르러서는 미신으로 취급되어 버려야 하는 악습으로 비판받게 되었다. 때문에 아주 오래된 풍수의 전통과 그 본래의 취지를 살려 현대에 있어서도 자연과 인간, 개발과 보호와의 균형의 이론적 토대로 삼는다면 현대인의 삶이 더욱더 풍요로워 질 것이다.

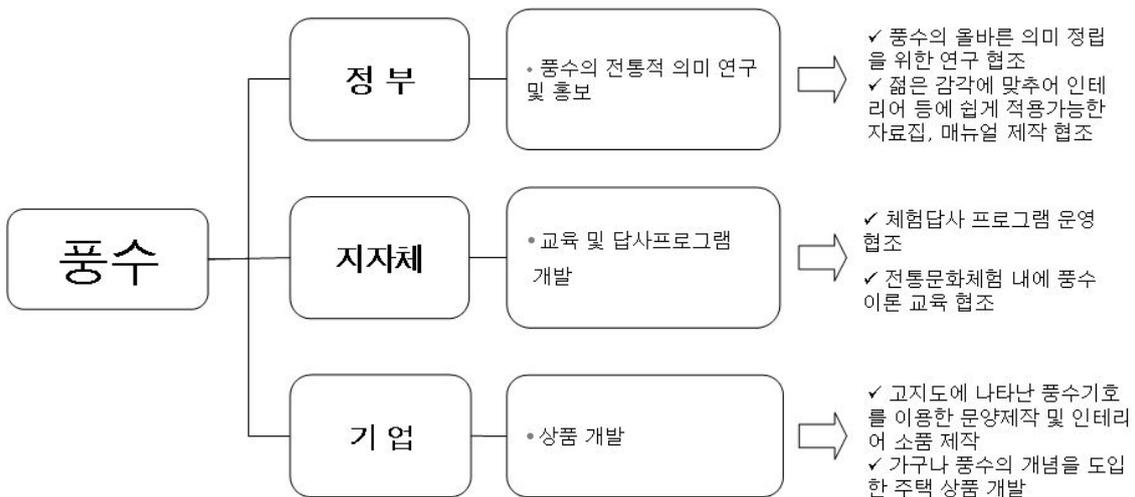
□ 상용화 방안

○ 현황

풍수는 이제까지 미신적이고 비논리적인 것으로 치부되어 왔으며, 조선 시대의 조상에 대한 지나친 장례나 제사의식과 맞물려 더욱 타파해야 할 구시대의 관습으로 치부되어 왔다. 또한 풍수지리에 대한 일반인들에 대한 강좌나 서적이 많이 제공되어 있는 있지만 이러한 과거의 인식을 극복하지 못하고 미신적이며 기복적인 그 폐습을 그대로 답습하는 것에서 벗어나지 못한 경향이 강하다. 그러나 최근에 들어 우리 국토에 대한 관심이 늘어나면서 죽은 자를 위한 풍수가 아닌 산자를 위한 풍수에 대한 인식이 늘어나고 있으며, 주로 전통에 대해 거부감이 없던 노년층이나 장년층을 중심으로 중시되어 왔던 풍수의 개념이 근래에 들어서는 젊은 층을 중심으로 자신과 자신의 주거공간을 꾸밈에 있어 풍수의 개념을 도입하는 경우가 늘고 있다. 이들의 인식은 과거에 비해서 풍수를 받아들이는 태도가 심각하거나 반드시 따



라야할 규칙이 아닌, 나와 내가족의 좀 더 나은 삶, 건강한 삶을 영위하기 위한 시도의 맥락이 강하며 이는 어쩌면 풍수가 가진 올바른 의미를 살리는 태도라고 할 수 있다. 그래서 좀 더 많은 사람들이 풍수를 가깝게 느낄 수 있도록 알기 쉽고, 현실에 적용 가능한 풍수이론의 재정립이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

풍수의 전통적 의미 연구 및 홍보 협조

풍수는 기존의 교육원이나 생활강좌, TV 등을 통한 교양강좌로 많은 사람들이 이에 대한 관심을 가지고 있으며, 비교적 많은 정보들이 널리 유포되어 있으나 실질적인 풍수의 가장 중요한 의미는 도외시 되고 있는 실정이다. 그러므로 풍수의 가장 중요한 의미를 되살릴 수 있고 풍수에 대하여 올바르게 인식할 수 있도록 풍수에 대한 보다 학술적인 연구를 협조하며, 학술서를 출간해야 한다. 또한 이를 바탕으로 기존의 장년층 외에도 웰빙 트렌드의 영향으로 새롭게 풍수에 대해 많은 관심을 갖기 시작한 젊은 층에게 올바른 풍수에 대한 지식을 알릴 수 있는, 보다 알기 쉽고 간단한 소책자도 발간하여 풍수의 의미를 재발견하는 기회를 제공해야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

교육 및 답사프로그램 개발 협조

각 지자체는 배산임수의 자연과 조화된 주거 형태를 가진 6개월이나 1년짜리 교유 프로그램을 만들어, 실제적인 불교, 유교, 도교 등의 여러 종교적인 건축물들이나

오래된 마을 등을 답사하며 풍수의 진정한 의미를 알 수 있는 답사 프로그램을 만들어 풍수의 의미를 활용할 수 있다. 또한 각 지방 출신의 명사들의 특강과 문화 예술 행사를 연계하여 기존에 있는 전통문화체험 안에서 올바른 풍수의 개념을 알리고 가르치는 프로그램을 추가한다면 풍수에 관한 시민들의 관심을 이끌어낼 것이다.

○ 기업 주관 사업

상품 개발

모바일게임을 개발함에 있어서 풍수를 이용하여 올바른 지리 감각을 살릴 수 있는 게임을 만들 수도 있으며 풍수를 표현하는 여러 가지 오래된 아이콘을 이용하여 문양 화하여 다양한 인테리어 관련 소품 제작이 가능하다. 또한 요즘 유행하는 웰빙 트렌드에 부합할 수 있는 가구 제조업체와 인테리어 업체, 건축 업체와 연계하여 풍수의 개념을 주거 공간에 도입한 상품 제작도 가능하다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	풍수의 전통적 의미 연구 및 홍보	홍보 협조	50,000,000
지자체	교육 및 답사프로그램 개발	사업 협조	50,000,000
기업	상품개발	일부 기금	50,000,000
합계			150,000,000



12) 소나무

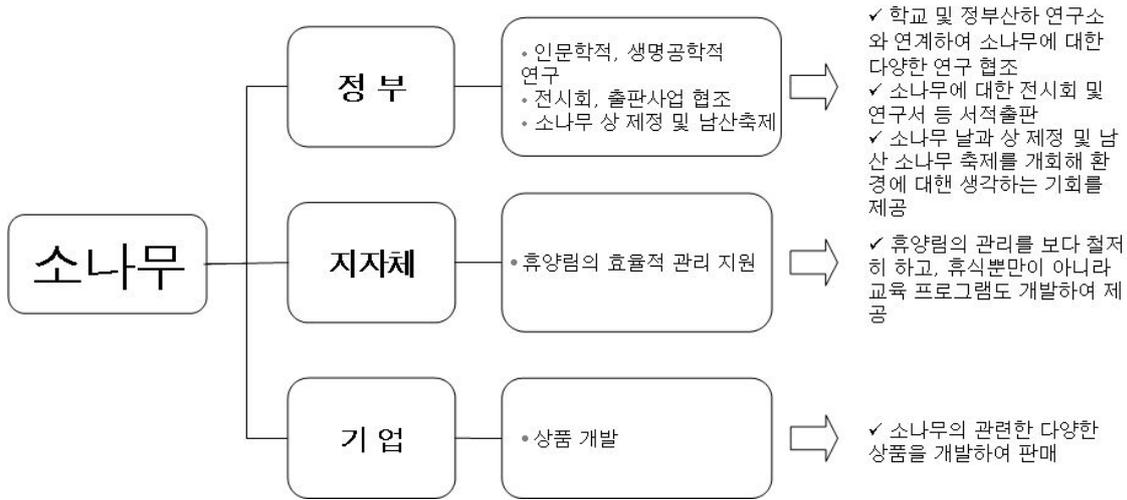
□ 상징적 의미

우리나라의 소나무 문화는 유럽의 오크나무, 지중해의 올리브나무, 일본의 편백나무 등의 각국을 대표하는 세계의 나무 문화에 비견될만하다. 소나무는 우리나라 나무 중에서 가장 넓은 분포면적을 가지고 있으며 개체수도 가장 많은 한국을 대표하는 나무이다. 그 만큼 소나무는 우리의 의·식·주 및 종교, 문화와 긴밀한 관계를 유지해 왔으며, 회화, 문학, 민속 등에서도 한국인의 정서와 기질을 대변해주는 역할을 해 왔다. 이렇듯 소나무는 한국인의 탄생부터 죽음까지 민족의 삶과 정서에 큰 영향을 끼쳤던 한국의 대표적인 식물 상징으로, 소나무에서 나고 소나무 속에서 살다가 소나무에 들어가 영원한 안식을 취하는 한국인의 전통적인 삶을 이해함으로써 현대 도시 문화에서 소나무의 생명성과 기질을 보급할 필요가 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

70년대부터 꾸준히 이어진 정부의 산림정책이 어느 정도 성과를 얻어 해방 후 일제 강점기를 지나면서 황폐해졌던 숲은 점차로 복구되었으며 그 숲의 70% 정도가 소나무 숲이다. 더불어 서울 남산에 소나무 숲이 조성되어 얼마 전에 일반에 개방되어 시민에게 휴식처를 제공하고 있다. 또한 각 지자체에서는 주 5일 근무를 확대 실시에 대응하여 휴양림을 운영 중이다. 그리고 소나무를 직·간접적으로 이용한 각종 제품이 상용화되어 있다. 그러나 소나무에 대한 생명공학적인 면에서는 연구가 부족하여 각종 병충해의 예방하고 치료하는 데에 대응이 늦어지는 면이 있다. 지금까지 잘 관리하여 조성한 숲을 장기적으로 보호하고 단순히 나무로서의 소나무 외에도 우리의 생태학적인 자산으로서의 소나무에 연구하고 응용하는 노력이 보장되어야 한다.



○ 정부 주관 사업

인문학적·생명공학적인 연구 협조

소나무는 우리 민족에게 매우 친숙한 나무였으나 일제 강점기를 지나면서 무자비하게 수탈되어서 대부분이 잘려나가고 숲은 황폐해졌다. 이에 해방 후부터 지금까지 정부의 꾸준한 노력으로 전국의 숲과 산이 살아나고 있는데 이러한 한국의 산림관리의 성과를 알리려는 노력이 필요하다. 또한 소나무는 과거 조선시대에 백성 뿐만이 아니라 왕실에서도 매우 귀중하게 여긴 나무이므로 그동안 흔하고 볼품없다는 이미지에서 벗어나 소나무가 가지고 있는 원래의 이미지를 되찾기 위한 노력이 필요하다. 또한 소나무는 옛날부터 전해내려 오는 많은 민간요법에서 중요한 약제로써 이용되어 왔으며 일부분은 과학적으로 그 효능이 입증되었다. 물론 산림자원 그 자체로서도 소나무는 중요한 가치를 지니지만, 소나무가 가진 여러 가지 의학적 효능 등과 관련하여 서울대학교 농생명과학연구정보센터, 국립산림과학원등과 연계하여 체계적인 소나무 연구에 대한 협조를 한다면 향후 매우 중요한 의학적 자원으로 도 소나무의 가치를 높일 수 있을 것이다. 또한 소나무의 생태공학적 연구와 우리나라 소나무의 식생을 연구하는 사업을 협조하고 이와 함께 소나무가 걸리는 각종 질병들에 대한 연구를 통해 치료제를 개발한다면 우리나라의 소나무에 사용할 수 있는 것은 물론 소나무가 많이 자라는 중국, 일본 등에 수출할 수 있게 될 것이다.

전시, 출판사업 협조

소나무를 주제로 한 전시회가 2006년 8월 국립춘천박물관에서 열렸으나 주로 회화 작품을 중심으로 하는 전시회였다. 소나무는 우리나라에 매우 흔하여 많은 사람들



에게 그 진정한 가치를 인정받지 못하고 있다. 이에 소나무의 다양한 수종과 그와 관련한 기능을 널리 알리고, 소나무가 우리 역사 속에서 지닌 다양한 의미들을 알릴 수 있는 기회를 만들어야 한다. 이를 위해서는 회화 작품 뿐 만이 아니라 건축물, 공예, 등 우리 문화 전반에 있는 스며든 소나무를 소개하는 전시회나 책자를 발간하여 소나무가 가진 다양한 이미지를 원형 화하는 작업에 협조가 필요하다.

소나무 상 제정 및 남산 축제

정부는 소나무에 대한 국민들의 관심을 불러일으키기 위한 다양한 행사를 협조할 수 있다. 이에 관한 예로는 소나무가 가진 가치에 걸맞은 소나무의 날(숲의 날)과 소나무 상을 제정하여 환경보호에 앞장서고 숲을 보호하는 데 공이 있는 사람들을 발굴하여 상을 수여할 수 있다. 더불어 서울 도심에 조성된 남산 소나무 숲에 축제를 열어 숲의 소중함에 대한 인식을 높이는 행사를 열고 정부의 조림사업을 홍보하는 장으로 활용할 수 있다. 그리고 수목원을 찾는 사람들에게 소나무에 관련한 다양한 아이템들, 예를 들어 소나무를 주제로 한 달력, 사진, 솔잎차 등 상품을 판매한다면 관련 상품의 하나로써 활용될 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

휴양림의 효율적 관리 협조

각 지자체에서는 자신들의 고장에 소재한 소나무 숲을 홍보하고, 또한 많은 지역에서 소나무 숲을 휴양림으로 개발하고 홍보하고 있다. 그러나 휴양림 안에 지자체에서 막대한 비용을 들여 조성한 펜션이 관리가 잘 되고 있지 못한 면이 많다. 이에 관리를 철저히 하여 보다 많은 사람들이 소나무 숲을 찾아올 수 있도록 하고, 이에 관련한 다양한 소책자들을 만들어 배포해 가족단위로 오는 가족들이 소나무 숲에 대한 지식도 함께 체험할 수 있도록 유도하는 일이 필요하다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 제작

소나무는 우수한 목재의 품질과 은은한 솔향을 지니고 있어 다양한 상품으로의 개발이 가능하다. 소나무를 제재로 한 가구, 식품, 차 등의 상품이나, 솔향을 활용한 스티커, 양말, 향수, 손수건 등을 예로 들 수 있다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	인문학적 생명공학적 연구	연구 협조	50,000,000
	전시, 출판사업	사업 협조	35,000,000
	소나무 상 제정 및 남산 축제	일부 기금 협조	30,000,000
지자체	휴양림의 효율적 관리 및 교육 프로그램 개발	개발 협조	20,000,000
기업	상품 개발	일부 기금 협조	15,000,000
합계			150,000,000



13) 진돗개

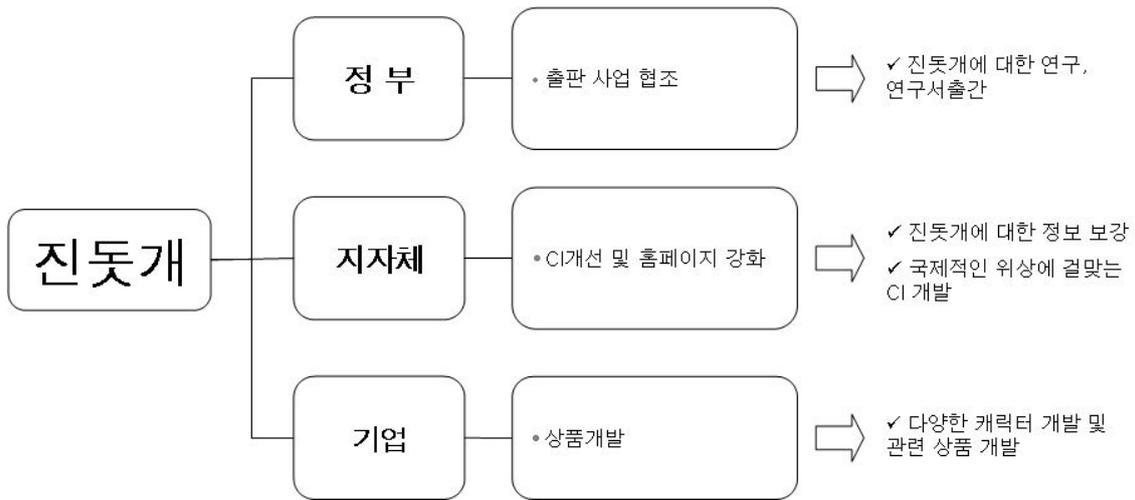
□ 상징적 의미

진도개는 우리나라를 대표하는 특산 품종으로 1962년 천연기념물로 지정된 이래 1967년 문화재보호법과 한국 진도견 보호 육성법에 의해 보호되고 있으며 1995년에는 국제보호육성동물로 공인 지정되었다. 또한 2000년 6월 남북정상회담을 계기로 평화통일이라는 진돗개가 북한에 기증되는 등 남북화해의 물꼬를 트는 상징으로 부각되기도 하였다. 진돗개의 기원에 대해서는 중국 남송의 무역선으로부터 유입되었다는 설과 고려 때 삼별초의 난에 몽골군이 군견으로 들여왔다는 설, 조선 초 왕가의 목장에 경비견으로 몽고에서 들여왔다는 설 등이 제시되고 있으나 하나로 단정하기는 곤란하다. 진도개는 감각이 예민하고 용맹스러워 사냥에도 적합하며 주인에 대한 강한 충성심과 귀가성으로 유명하다. 진도개의 기원에 대해서는 몇 개의 설이 제기되어 있으나 그간 내륙과 격리된 채 순수 품종을 유지해왔으나 외부와의 개방과 종건의 부족으로 특산 품종의 유지에 적신호를 보이고 있다. 앞으로 진돗개의 보급과 확산에 대비한 보호 육성이 시급하다고 할 수 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

진도군과 애호가들의 그 동안의 노력으로 진돗개에 대한 혈통과 종의 보존의 어느 정도 성과를 거두고 있으며 진돗개는 점차로 진도라는 한정된 공간에서 벗어나 많은 사람들이 키우는 애완견으로 성장하고 있다. 그리고 최근 세계애견연맹에 등재되고 관련 행사에 참가하면서 세계적으로도 많이 알려지게 되었다. 그러나 한국은 식견국이라는 인식이 서양에 깊이 박혀있어 진돗개가 온당한 가치를 평가받는 데에 걸림돌로 작용하고 있다. 또한 진돗개에 대한 학술적 연구가 미미하여 진돗개의 명성에 비해선 체계화가 부족한 실정이다. 진돗개가 한국의 우수한 유산에서 세계적으로 잘 알려지고 사랑받을 수 있도록 하는 노력이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

진돗개에 대한 연구, 연구서 출판 사업 협조

진돗개는 2005년, 2006년에 세계애견연맹에 등재되고, 세계적인 명견경연대회인 영국 ‘크러프츠 도그(Dog) 쇼’에도 참가하게 되면서 많은 인기를 얻게 되었다. 이러한 성과는 기업가와 진돗개를 사랑하는 애호인들, 그리고 진도군의 순종을 키우기 위한 노력에 힘입은 바가 크다. 이에 정부에서는 진돗개의 역사나 기원에 대한 연구를 협조하고 자료집을 출간하며, 더불어 진돗개에 대한 신·구의 여러 가지 이야기들을 모은 서적을 출판하여 진돗개가 가진 가치를 높이고 우리 스스로 진돗개를 소중하게 여길 수 있도록 해야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

CI개선 및 홈페이지 강화

진도군의 명물인 진돗개에 대한 진도의 관심이 높은 편이며 2005년에 진돗개가 정식으로 세계애견연맹에 등재되고 영국의 애견연맹에도 등록됨에 따라 명실상부하게 세계적인 애완견으로서의 인정받을 수 있는 길이 넓어졌다. 그러므로 향후 더욱 증가될 진돗개에 대한 관심에 부응할 수 있는 정보제공의 장이 필요한데, 기존에 있는 진도군청산하의 진돗개 관련 사이트는 매우 개괄적인 정보 밖에는 소개하고 있지 않아 좀 더 내용 구성을 심도 깊고 충실하게 확대 개편해야 할 필요가 있으며, 또한 기존의 진돗개 CI의 활용방안을 찾고, 진돗개 CI를 좀 더 현대적인 감각에 맞고 다양한 연령층과 목적에 맞도록 개선해야 할 필요가 있다. 특히 진돗개는 크게



는 한국을 상징하는 동물이기도 하지만 작게는 진도를 상징하는 개이기도 하다. 그동안 진도에서는 진돗개를 보존하기 위해 많은 협조를 해왔다. 그러나 앞으로는 진돗개가 보다 널리 보급 될 수 있도록, 그리고 보다 많은 사람들이 진돗개를 친숙하지만 귀하게 여길 수 있도록 하는 노력이 필요하다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

진돗개는 충직하지만 매우 독립적인 성격을 가진 개로 단순한 애완견으로서 보다는 인간과 대등하게 소통할 수 있을 만한 자질을 가진 개다. 이러한 성격 때문에 많은 일화의 주인공이 되기도 하였으며 이를 바탕으로 한 애니메이션이 제작되기도 했었다. 특히 애니메이션 ‘하얀 마음 백구’와 이를 아이템 사업과 연결시킨 완구업체 손오공의 성공은 캐릭터화의 대상이 되는 주제가 풍부한 이야기를 가지고 있을수록 더욱 많은 성공 가능성을 가지고 있다는 것을 알게 해준다. 이를 응용한 다양한 캐릭터 상품을 개발하여 좀 더 꾸준히 인기를 끌 수 있는 상품을 개발하려는 노력이 필요하며 이러한 상품 개발은 진돗개의 세계 진출과 맞물려 국내 뿐 만이 아니라 국제적인 캐릭터 상품으로서의 수요도 기대해 볼 수 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	연구, 연구서 출판 사업	사업 협조	60,000,000
지자체	CI개선 및 홈페이지 강화	사업 협조	50,000,000
기업	상품개발	일부 기금 협조	60,000,000
합계			160,000,000

14) 호랑이

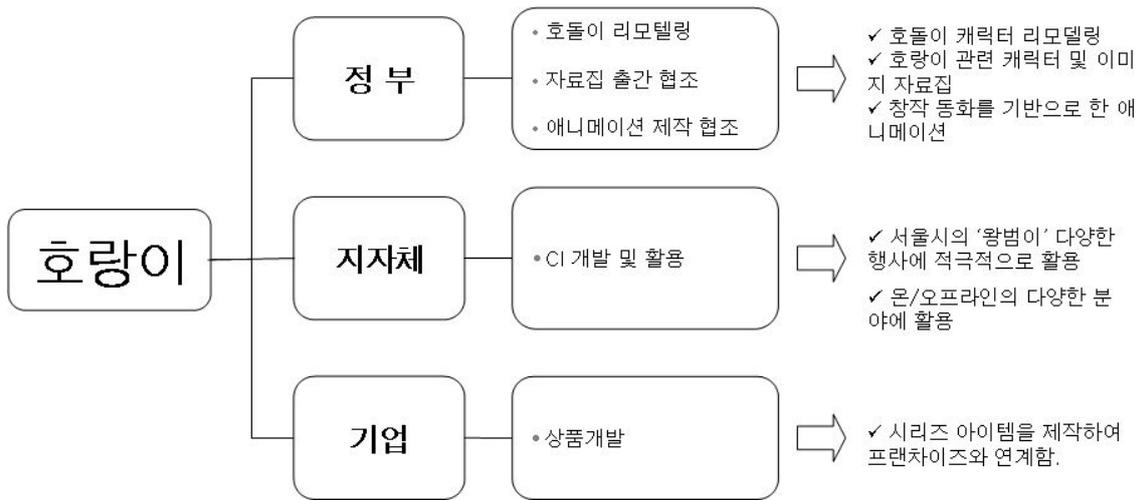
□ 상징적 의미

호랑이는 대륙과 해양을 향해 포효하는 반도의 기상을 표상하기도 하며, 88 서울올림픽의 상징으로 선정되기도 하는 등, 오랜 세월동안 우리 민족의 대표적인 동물 상징이었다. 우리의 오래된 역사 속에서 호랑이는 곰과 함께 단군신화에 출현하지만 야성의 소유자로 인간화를 위한 통과의례에 실패한 존재로 묘사되기도 한다. 그러나 자연의 강력한 힘을 숨겨진 힘을 은유하는 신앙과 의례의 상징으로써 꿈을 훨씬 능가하는 종교적인 의미를 가지고 있다고 간주되었다. 또한 호랑이는 산신 신앙과 풍수신앙의 측면에서 산신(혹은 산신의 사자) 혹은 방위의 수호신으로 굳건한 자리를 지켜왔으며, 설화나 민화 속에서도, 벽사의 민속에서도, 한국인의 삶에 강한 영향을 미쳐왔다는 점에서 한국의 대표적인 동물이라고 할만하다. 약 500km의 행동반경을 가지고 있는 호랑이는 대륙과 해양에 끼여 위축된 토끼의 이미지가 아니라 대륙과 해양을 두루 아우르는 기백과 용지를 지닌 진취적인 기질을 또한 내포하고 있으므로 한국과 한국인을 상징할 수 있는 대표적인 동물 상징으로서의 지니는 가치가 매우 크다고 할 수 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

호랑이가 한국의 민족적 상징으로 인식되고 사랑받은 지는 오래되었으며, 우리나라를 전 세계에 알린 88올림픽과 대한민국의 수도인 서울의 상징이다. 또한 수많은 전래 및 창작 동화의 소재로써 많은 작품이 있고, 캐릭터 상품도 개발되어 있으며 수많은 다큐멘터리와 책들의 주제이기도 했다. 그러므로 호랑이에 대해 새로운 사업을 시도하는 것보다는 현재까지의 우리의 호랑이에 대한 인식과 역사를 잘 취합하여 포괄적이면서도 현시점과 앞으로 우리가 지향하는 미래에 부합되는 이미지나 목적성을 호랑이에게서 끌어내려는 노력이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

호돌이 캐릭터 리모델링

호랑이는 과거로부터 현재까지 많은 곳에서 상징물로 쓰이고 있는데 그 대표적인 예가 88올림픽의 마스코트였던 호돌이이다. 호돌이 캐릭터는 당시에 많은 관련 상품들이 많이 쏟아져 나왔고, 거의 집집마다 호돌이 관련 캐릭터 상품을 하나씩 보유할 정도로 인기를 끌었다. 그 후 많은 시간을 흘렸고 호돌이는 사람들의 기억 속에서 점차 사라져 가고 있다. 그러므로 많은 사람들이 공유하고 있는 캐릭터인 호돌이를 20년이 지난 현재 시점에 맞도록 리모델링한다면 과거를 기억하는 사람들에게겐 향수를, 호돌이를 모르는 세대에게는 호랑이라는 친근한 동물로 만든 캐릭터를 제공하는 기회가 될 것이다. 또한 단순한 캐릭터의 리모델링이 아니라 4컷 만화 등을 이용하여 코믹하면서도 많은 메시지를 담은 스토리로 캐릭터를 뒷받침한다면 보다 장수하는 캐릭터로 거듭날 수 있을 것이며, 이러한 호돌이 캐릭터를 KT&G나 금연 공익광고 등에 응용할 수 있다.

자료집 출간 협조

호랑이 대한 관심을 끌고 더불어 호랑이에 대한 자료집에 담길 작품들을 공모전을 시행할 수 있다. 공모전의 대상이 되는 장르는 애니메이션, 일러스트, 카툰, 공예분야 등이 있다. 그리고 이를 통해 개발된 다양한 호랑이의 캐릭터를 롯데리아나 스타벅스, 맥도날드, 버거킹이나 요즘 새롭게 생기고 있는 한식 레스토랑 등과 연계해서 시리즈로 제작해서 수집의 대상이 될 수 있도록 제공하는 등의 아이템으로도 활용이 가능하다.

애니메이션 제작 협조

한솔교육에서 출간한 ‘하얀 눈썹 호랑이’ 책은 알려지지 않은 호랑이 이야기를 다루고 있다. 이러한 서정적이면서도 시적인 일러스트 동화책을 중심으로 애니메이션 제작을 협조하거나 공모전을 열어 단편애니메이션이나 한국적 정서를 잘 표현한 소규모 애니메이션을 제작·협조하여 해외에 보급한다면 국내·외 어린이들을 위한 훌륭한 에듀테인먼트가 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

CI 개발 및 활용

최근 서울시에서는 ‘왕범이’라는 호랑이를 캐릭터를 만들어 서울시에서 주관하는 여러 행사에 마스코트로 쓰고 있는데 인왕산을 인격화한 호랑이 캐릭터이다. 왕범이 캐릭터는 아직 만들어진지 얼마 되지 않았으며, 청계천 관련 행사들에 이벤트성으로 사용하고 있다. 이러한 왕범이를 서울 메트로 등 서울시와 관련한 사업체에 확대하여 사용하여 교통카드, 다양한 상품 등에 사용하고 각종 캠페인에 참여시킨다면 서울시에서 실시하는 사업의 일체감을 증가시킬 수 있으며, 보다 시민들에게 친근감을 줄 수 있는 전체적인 도시의 이미지를 구체화하는데 도움이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

기업에서는 정부에서 협조하는 여러 출판 사업을 통해 만들어진 이미지를 바탕으로 다양한 호랑이의 캐릭터를 시리즈로 만들어서 여러 외식업체, 롯데리아나 스타벅스, 맥도날드, 버거킹이나 요즘 새롭게 생기고 있는 한식 레스토랑 등에서 시리즈로 제작해서 수집의 대상이 될 수 있도록 제공하는 등의 아이템으로도 활용할 수 있다. 이는 어린이들의 관심을 이끌 뿐 아니라, 한국 호랑이에 대한 친근감을 줄 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	호돌이 캐릭터 리모델링	협조	35,000,000
	자료집 출간	협조	50,000,000
	애니메이션 제작	협조	25,000,000
지자체	CI 개발 및 활용	협조	30,000,000
기업	상품 개발	협조	20,000,000
합계			160,000,000

15) 한우

□ 상징적 의미

소는 우리 역사와 더불어 오랫동안 사랑을 받아온 귀중한 가축으로 역사적으로는 신라 지증왕 때에 우경을 장려했으며, 전쟁 시에는 군수물자를 나르는 우차의 동력 원으로 2천여 두의 소가 활용되기도 하였다. 그리고 고구려 때에는 소의 도살을 금지하는 보호령이 제정되기도 하였고 백제에는 육부를 설치해 소를 보호하기도 하였다. 고려시대에는 축우법이 진전되었으며 조선시대에는 의 개량과 증식이 적극 권장되었다. 그리고 일제 강점기에는 한우가 일본으로 공출되어 수난을 당하기도 하였으나 해방 이후에는 한우의 증식과 보호를 위한 각종 법령이 제정되기도 하였다. 그리고 전후(戰後)에 소는 어려운 가정형편에서 가정의 중대사를 후원하는 자금원이기도 하였다. 그러나 산업화가 진행되면서 농업과 농가의 정책이 일관되게 진행되지 않으면서 몇 차례 소 값 파동을 겪기도 하였다. 더불어 소는 우리의 종교와 민속생활에도 깊숙이 관계되어 있는데, <후한서> 동이전에 의하면 부여에서는 전쟁 때 희생으로 바쳐진 소의 발굽으로 길흉을 점쳤다고 하며 현재까지도 여러 형태의 우점(牛占)의 흔적이 발견된다. 또한 부와 번영을 상징하는 소는 민속, 설화, 민요에도 빈번하게 등장한다. 소와 관련된 민속놀이는 무형문화재로도 지정되어 보호되고 있다. 영산쇠머리대기, 밀양 백중놀이, 양주 소놀이굿, 수영 농청놀이 등이 그에 속한다. 한편 추석 뒷 놀이로 중부 이남지역에서 소싸움놀이가 벌어지기도 한다. 황갈색이 대중을 이루는 한우는 그동안 우리에게 농가 재산목록 1호로서 농우(農牛)의 역할을 담당했을 뿐만 아니라 잔치와 축제가 풍성하고 성대했는지를 평가하는 중요한 음식의 상징으로 간주되었다. 특히 농축산물의 시장이 개방된 이래 한우는 믿을 수 있는 신토불이의 음식으로 한국인의 식탁에서 사랑을 받고 있다.

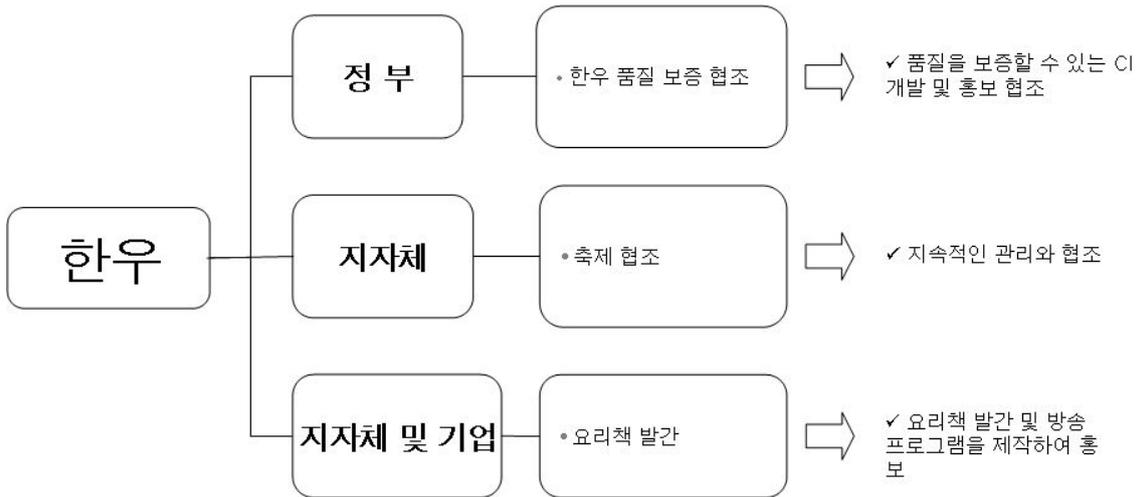
□ 상용화 방안

○ 현황

미국산 쇠고기 수입이 거센 가운데 한우는 고급스럽고 안전한 먹거리로 생각되고 있지만 가격이 너무 비싼 탓에 대중화에는 어려움이 따르고 있다. 이에 현재 도 단위의 각 지역에서는 저마다의 지역을 대표하는 한우 상표를 개발하여 품질관리에 힘쓰고 있고, 다양한 축제를 통해서 판로를 확대하고 일반 대중들에게 한우를 올바



르게 알리고자 노력하고 있다. 그러나 앞으로는 보다 투명한 유통 환경의 조성 절
 실하며 산재해 있는 각 지역의 한우협회가 통일성 있고 일관되게 운영되는 것이 필
 요하다. 농가에 이익을 주는 효자상품으로 한우의 브랜드 가치를 더욱 높이려면 유통
 과 판매의 효율화가 필요하며, 더불어 우리 소를 아끼고 보호하는 인식이 높아져
 할 할 것이다.



○ 정부 주관 사업

유통망 구축 협조

각 지역마다 한우를 브랜드 화하여 관리하고 있지만 보다 체계적이고 공신력 있는
 품질 관리가 시급한 실정이다. 이와 같은 상황을 감안하여 정부에서는 한우의 유통
 망이 투명하고 효율적으로 운영될 수 있도록 여러 지역의 한우 협회를 통합하여 전
 체적인 조직을 구성하고 전산화 작업을 협조하여 소도시 중심의 한우 유통이 대도
 시까지 능률적으로 이어질 수 있도록 협조해야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

관련 축제 협조

횡성 한우 축제를 비롯하여 철마 한우 불고기 축제, 청도 소싸움 축제 등이 개최되
 고 있는데 특히 횡성 한우 축제는 먹거리 축제로는 가장 성공적인 축제라는 평가를
 받고 있으며 청도 소싸움 축제도 오랜 역사와 전통을 자랑하는 축제이다. 또한 각
 축제별로 인터넷 홈페이지가 비교적 잘 구축되어 있으며 활발히 관리 운영되고 있



는 것도 고무적이라 하겠다. 앞으로 이런 지역 축제가 주변 지역으로 더욱 많은 경제적 파급효과를 줄 수 있도록 축제 프로그램의 강화, 해외 바이어 유치 등과 같은 지속적인 협조가 필요하다.

○ 지방자치단체 및 기업 주관 사업

요리책 발간 협조

지자체와 협력하여 한우를 이용한 요리를 전통적인 것부터 현대적인 것까지를 망라하여 요리책을 출간하고, 책을 바탕으로 케이블TV 등에서 요리프로그램을 제작하여 방송한다면 불고기뿐만 한정되어 있는 한우 요리의 다양한 모습을 소개할 수도 있으며 우리 한우가 가진 많은 가능성을 알릴 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	유통망 구축	사업 협조	60,000,000
지자체	축제	일부 기금 협조	30,000,000
지자체 및 기업	요리책 발간 및 방송 프로그램 제작	제작 협조	60,000,000
합계			150,000,000



16) 천상열차분야지도

□ 상징적 의미

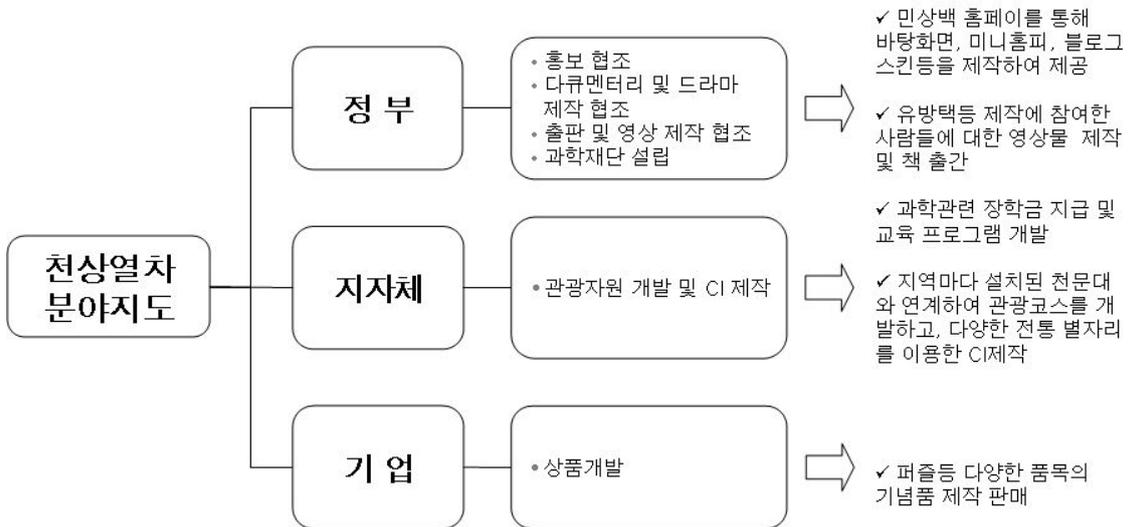
<천상열차분야지도>는 조선 건국의 이념과 15세기 당시의 천문학 성과를 반영한 천문도로서 동양에서는 중국의 <순우천문도>에 이어 두 번째로 오래된 천문도이다. 그러나 중국의 천문도와는 달리 우리의 독자적인 천문관을 보여주는 독특한 천문도라고 할 수 있다. <천상열차분야지도>는 현재 1395년에 제작된 태조대의 원본 각석이 그대로 현존하고 있으며, 숙종대의 복각본도 원본이 그대로 남아 있어 우리의 과학문화를 옛 모습 생생하게 보여주는 유물이라 하겠다. 또한 조선시대 천문학의 표준이었고, 조선왕조의 권위를 상징적으로 표현했던 천상열차분야지도는 고구려의 천문도를 저본으로 제작했다는 데에 있어서 그 의미가 크다고 할 수 있는데 최근의 <천상열차분야지도>의 별자리 측정 연대와 관측지를 과학적으로 분석한 결과에 의하면, 고구려의 수도인 평양의 위도(약 39도)에 가까운 북위 40도의 지역에서 서기 1세기 무렵에 관측된 것이라고 한다. 우리는 이와 같은 사실에서 조선왕조의 정통성을 확보하기 위해 만들었던 조선의 천문도가 고구려의 천문도(실존 여부와는 상관없이)에 그 기원하고 있다는 사실을 알 수 있다. 결국 이러한 사실은 조선 건국의 주도자들이 고구려가 하늘로부터 받았던 천명(天命)을 조선이 계승했음을 믿었음을 보여주는 것이라 하겠다. 또한 <천상열차분야지도>를 널리 알리는 일은 유난히 발전했던 조선시대 초기의 천문학 발달상을 잘 보여주는 것이 될 것이다. 뿐만 아니라, 동북공정으로 고구려의 역사가 침탈을 당하는 시점에서 고구려의 하늘을 담은 <천상열차분야지도>는 조선이 고구려의 정통성을 계승한 국가임을 보여주는 실증적인 역사적 증거가 될 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

<천상열차분야지도>는 한국의 과학 분야 중에서도 천문학에 대한 역량을 대표하는 상징물로 새로운 만 원권에 도안으로 삽입되었다. 그리고 최근에 출간된 박창범씨의 <하늘에 새긴 우리 역사>에서는 이 <천상열차분야지도>가 고구려의 천문도를 근간으로 만들어졌다는 사실이 실증적으로 조명되어 화제를 낳기도 하였으며, 그 외에도 최근의 많은 저작에서 <천상열차분야지도>를 언급하고 새롭게 조명하고 있

다. 그러나 <천상열차분야지도>에 대한 인식이 다른 과학 문화재에 비해서는 아직은 충분히 높지 않은 것도 사실이어서, 향후 이 <천상열차분야지도>에 대한 인식의 지평을 넓히고 보다 많은 사람들이 그 가치를 제대로 인식하게 하기 위한 다양한 상용화 방안이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

<천상열차분야지도>에 대한 홍보 협조

서기 1세기경의 고구려 천문도를 바탕으로 조선 초에 만든 <천상열차분야지도>는 이번에 2007년 새로운 만 원권의 도안으로 삽입되었다. 그러나 아직 <천상열차분야지도>에 대한 인식은 낮은 편으로 <천상열차분야지도>와 더불어 보현산 천문대 등 우리나라의 천문과학의 능력을 알릴 수 있는 전시회나 기념우표의 발행 등을 통해 <천상열차분야지도>를 널리 알리려는 노력이 필요하다. 그리고 민족 상징 100선 홈페이지 구축해서 바탕화면 등으로 제작해서 인터넷상에 널리 유포하거나 미니홈피나 블로그에 스킨으로 제작한다면 인터넷이라는 전자 매체의 본질과 <천상열차분야지도>의 과학성이 부합되어 IT한국의 이미지를 강화할 수 있다. 또한 세 곳의 천문대와 연계해 CI로 개발하여 사용 할 수 있다. 첨성대의 사용처와 사용법이 모호한 상황에서 <천상열차분야지도>와 같은 분명한 목적성을 만들어진 과정이 분명한 점을 적극 활용하는 것이 필요하다.

다큐멘터리 및 드라마 제작 협조

<천상열차분야지도>의 제작에 참여한 유방택(柳方澤·1320~1402)과 이원철(李源喆·1896~1962)의 이름을 새로 발견한 소행성에 붙여주었는데 이와 관련하여 우리



나라 천문학의 과거와 현재, 그리고 미래를 조명하는 다큐멘터리를 제작하고 또 <천상열차분야지도>가 만들어질 당시의 이야기도 드라마나 단막극의 좋은 소재가 될 수 있을 것이다. 또한 이는 IT 한국의 이미지와도 부합되는 것으로 전통과 첨단을 잇는 중요한 다리가 될 수 있을 것이다.

출판사업 협조 및 영상물 제작 협조

석각에 새겨진 평면적인 <천상열차분야지도>를 입체적으로 재구성한 영상을 제작하고 여기에 언급된 우리나라의 전통적인 별자리의 이름과 신화나 설화 등을 함께 소개하는 영상물과 출판물 등 교육용 자료를 만든다. 또한 유방택(柳方澤·1320~1402)과 이원철(李源喆·1896~1962)등 <천상열차분야지도>의 제작에 참여한 사람들의 위인전이나 기록을 연구하고 정리한 서적을 간행하여 역사 자료로 활용할 수 있다.

과학재단 설립 협조

과학기술처가 후원하여 <천상열차분야지도>와 관련한 과학재단을 설립하여 천문학에 대한 교육 프로그램을 제공할 수 있다. 이러한 재단의 프로그램은 많은 사람들이 천문학에 대해 가깝게 느낄 수 있고, 특히 학생들이 천문학에 많은 관심을 가질 수 있게 할 것이다. 나아가 이러한 노력은 기초과학의 육성으로 이어질 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

관광자원 개발 및 CI 제작

우리나라엔 한국천문연구원 본원(대전시)을 비롯하여 보현산천문대(경북 영천), 소백산천문대(충북 단양)등 각 지역에 천문대가 설치되어 있다. 이러한 천문대와 연계하여 체험이나 교육의 장으로 적극 활용하고, 기념품 등으로 노트나 뿔지, 모자 등 다양한 품목에 <천상열차분야지도>를 응용할 수 있다. 그 외에도 시민들이 운영하는 각지의 천문대와 연계하여 지역의 특성을 살리면서 천문학이라는 공통분모로서 <천상열차분야지도>를 전부나 부분을 이용해 CI를 만들어 공유하도록 유도해 볼 수 있다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

<천상열차분야지도>와 관련된 상품으로는 새로운 만 원권 발행을 기념하여 제작·판매할 수 있는 기념품이 있다. 그 종류로는 퍼즐 등의 상품도 개발이나 <천상열차분야지도>에 등장하는 우리나라 고유의 별자리 인식을 통해 게임을 개발할 수 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	홍보 지원	제작 협조	20,000,000
	다큐멘터리 및 드라마 제작	일부 기금 협조	30,000,000
	출판사업 지원 및 영상물 제작	제작협조	30,000,000
	과학재단 설립	일부 기금 협조	20,000,000
지자체	관광자원 개발 및 CI 제작	일부 기금 협조	30,000,000
기업	상품개발	일부 기금 협조	20,000,000
합계			150,000,000



17) 거북선

□ 상징적 의미

삼면이 바다인 한국에 있어 바다는 한국이 가진 무한한 가능성을 상징하는 공간이자 중국과 일본 사이에서 우리의 영역을 지켜내야만 하는 실질적인 공간이기도 하다. 그러한 면에서 거북선의 존재는 세계 4대 해군제독으로 평가받는 이순신 장군과 함께 7년간의 임진왜란을 승리로 이끄는 데 지대한 공헌을 한 강인하고도 굳센 한국인을 상징하는 상징물이라 할 수 있다. 그러나 거북선은 이순신 장군에 의해 새롭게 만들어 졌다고 보다는 이순신 장군에 의해 우리 역사의 전면에 나온 것이라고 할 수 있다. 그리고 이러한 사실은 <조선왕조실록(朝鮮王朝實錄)> 1413년(태종 13) 기록에 ‘거북선이 싸우는 모습을 보았다’고 한 기록과, 2년 후에는 ‘거북선이 매우 견고하여 적선이 해치지 못했다.’고 하는 기록 등을 통해 입증된다. 그리고 거북선은 이순신 장군이 전사하고 임진왜란이 종전된 이후에도 계속해서 조선의 해군 전력의 일부분으로 존속하였다. 그러나 아쉽게도 현재 거북선이 정확히 어떠한 모습을 한 배였는지를 알려줄 정확한 도면 등의 유물이 남아있지 않고 부분적인 자료들만이 남아있어 의견이 그 실질적인 모습에 대해서는 의논이 분분하다. 그러나 이러한 한계에도 불구하고 정확한 거북선을 고증 복원하려는 노력은 지속적으로 이루어져왔다. 거북선은 임진왜란이라는 국란과 그 국란을 극복한 이순신 장군에 의해서 많은 사람들에게 널리 알려지게 되었고 우리의 중요한 문화유산으로 평가받고 있으나, 그 외에도 거북선이 가진 조선 해군력과 조선의 과학기술의 상징으로서의 가치를 보다 확대하고 강조할 필요가 있다. 또한 돌격 선으로써 성격이 강한 거북선은 수성의 이미지가 강한 한국인들에게 한의 정서나 인내와 같은 수동적인 정서 외에도 그 내면에 가지고 있는 능동적이고, 강인한 성향을 드러내는 상징물로 그 가치가 충분하다. 그러므로 앞으로는 거북선에 대한 가치 평가를 보다 다각적으로 하려는 노력이 필요할 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 거북선은 이순신 장군과 맞물려 주로 임진왜란 때의 거북선의 이미지가 강하다. 그래서 고증 복원이나 여러 가지 축제도 이러한 점에 초점이 맞추어져 있고 관

런 지자체 등도 사람들에게 많이 알려져 홍보하기 쉬운 이러한 면을 부각시켜 축제 등을 개최하고 있다. 거북선을 주된 테마로 하는 축제는 여수 거북선 축제가 가장 규모가 크다. 또한 복원 사업 또한 여러 차례 시도되었는데 철저한 고증과 역사의식 부족으로 비난받고 있으며 거북선의 진정한 가치와 의미를 제대로 살리지 못했다는 평가를 받고 있다. 그 외에도 거북선을 소재로 하는 일러스트 집과 많은 서적이 출간되어 있으며 기념품들이 제작되어 온라인과 오프라인에서 판매되고 있다.



○ 정부 주관 사업

거북선 복원 사업 협조

해군의 거북선 복원 사업은 국난을 극복한 우리의 해군력에 대한 자각과 자긍심을 강화하기 위한 목적을 가지고 있으나, 거북선에 대한 다각적인 학술 연구가 뒷받침되어 있지 않고 결과만 중시한 나머지 그 과정은 소홀히 다루어지고 있는 면이 있다. 그러므로 앞으로는 거북선의 복원이 단순히 겉모습만을 복원하는 데에 그치지 않고 그 거북선이 가지는 다양한 의미들이 온전한 모습으로 복원될 수 있도록 하는 노력이 필요하며 이는 학계와의 공조와 협력을 통해서 보다 나은 결과를 기대할 수 있을 것으로 보인다.

학술 연구 협조

거북선이 가진 인지도와 가치에 비해 그 연구는 매우 미진한 편이다. 현재 순천향 대학교에 이순신연구소가 있기는 하지만 이는 이순신 장군의 연구에 집중되어 있어 거북선이 독립적으로 가지고 있는 조선시대 해군력과 과학수준에 대한 연구는 부족함이 있다. 이에 정부에서는 좀 더 장기간의 시간을 가지고 학술 연구와 학회를 협



조하고 그 결과물을 출판할 수 있도록 하는 실질적인 혜택에 협조하여야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

관련 축제 협조

2006년 현재 40회를 넘기고 있는 여수 거북선 축제는 8회까지는 관의 주도 이루어졌으나 현재는 진남 제전 보존회에서 주관하여 개최되고 있다. 그리고 KBS 대하드라마 <불멸의 이순신>의 성공 이후 더욱 더 이순신 장군과 그의 업적에 대한 평가가 높아지고 관심이 고조되었지만, 여수를 비롯하여 여러 지역에서 벌어지고 있는 이순신 장군 관련 축제가 많은 예산이 투입되는 데 비해서 내실 있게 진행되지 못하고 있는 문제점이 지적되고 있다. 특히 여수는 거북선이 만들어지고 전라좌수영이 있었던 곳으로 이순신 장군이 실질적으로 전쟁을 이끌었던 유서 깊은 고장으로 다양한 콘텐츠를 개발하고 협조하여 세계적인 축제로 성장할 수 있도록 노력해야 한다. 그리고 여수거북선축제를 상징할 수 있는 CI를 개발하여 국내·외 홍보 및 관련 사업의 더 큰 파급효과를 낼 수 있도록 협조해야 한다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

거북선 관련 상품으로는 주로 축소 모형 위주로 상품이 개발되어 있으며 그 품목이 다양하지 않다는 점이 문제점으로 지적되고 있다. 또한 이러한 제품들은 가격이 비싸고, 구입하려는 대상과 목적이 매우 한정적이라는 한계가 있다. 이에 거북선 관련 인터넷 게임이나 레고 모형 만들기와 같은 거북선 만들기 게임과 같은 다양한 상품을 개발하여 판매하고, 거북선이 가지는 역사적인 이미지를 호신부 등의 다양한 의미를 전사하여 다양한 제품을 개발하여 상품화할 수 있다. 이러한 상품들을 지자체와 연계하여 개발한 캐릭터를 바탕으로 더 많은 다양한 종류의 제품을 제작하고 판매한다면 거북선을 대중화하는데 도움을 줄 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	거북선 복원 사업	사업 협조	50,000,000
	학술연구	연구 협조	50,000,000
지자체	축제 프로그램 개발	사업 협조	30,000,000
기업	상품 개발	일부 기금 협조	20,000,000
합계			150,000,000



18) 측우기

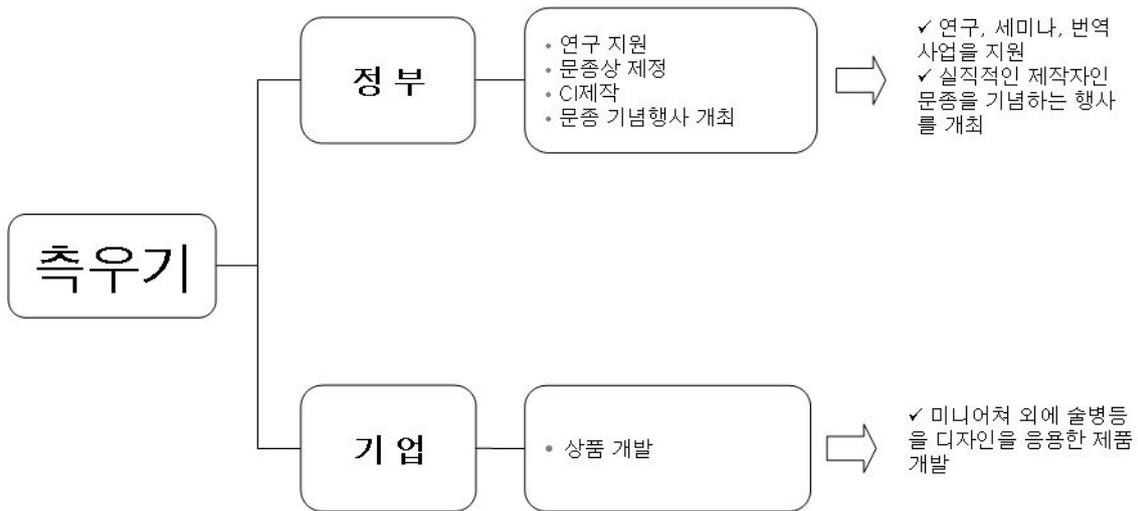
□ 상징적 의미

측우기는 세계 최초로 1442년에 세종대왕의 세자이자 후에 문종에 의해 만들어진, 강우량을 정량적으로 측정하는 기구이다. 대중적으로 널리 측우기의 제작자가 장영실라고 알려져 있으나 이는 잘못된 것이다. 문종이 세자 시절에 만든 측우기는 유럽 최초로 이탈리아의 카스텔리의 의해 1658년에 만들어진 측우기보다 200여년이 앞서는 것이다. 한편 측우기가 만들어진 역사적 배경이나 그것이 지닌 의미는 현대의 강우량 측정기와는 조금 다른 시각에서 살펴보아야만 한다. 과거 농업을 근간으로 하는 조선의 사회 질서 속에서는 농업생산의 안정은 무엇보다도 중요한 과제였으며, 매해의 농업의 풍흉은 천명을 받아 백성을 다스리는 왕이 정치적 능력과 도덕성에 비롯된다고 믿었기 때문에 물을 다스리는 일은 왕업에 있어서 매우 중요한 일이었다. 그러나 측우기의 발명은 이러한 유교적 정치사상에 바탕을 둔 것에 그치는 것이 아니라 세종 대에 행해진 수많은 업적의 근간을 이루는, 백성을 하늘로 보는 민본주의에 기인하는 것이라는 사실이 더욱 중요한 것이다. 그러므로 측우기는 과학적으로도 중요한 유산이기도 하지만 백성의 삶을 실질적으로 개선시키고자 노력하며, 백성의 더 나은 삶을 살게 하는 것이 곧 국가를 부강하게 하는 것이라는 믿었던 애민사상을 상징하는 유산이기도 한 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 1442년 세종대에 최초로 측우기의 제작했다는 사실을 중국인들은 인정하지 않고 있으며, 중국이 먼저 제작하여 조선에 하사했다는 억지 주장을 하고 있다. 그리고 이러한 억지 주장을 세계적으로 권위 있는 중국 기상학자가 발표한 이후 세계 과학 사학계에서는 중국의 주장을 그대로 수용하고 있는 상황이다. 이는 중국 학계의 중화주의적인 의식의 발로이기도 하지만 그만큼 우리가 우리의 유산을 세계에 알리는 데에 소홀했다는 사실을 반증하는 것이기도 하다. 앞으로 좀 더 능동적이고 적극적으로 우리의 훌륭한 문화인 측우기를 세계에 알리는 위한 다양한 상용화 방안이 시급하다.



○ 정부 주관 사업

연구, 세미나 및 번역사업 협조

측우기의 실질적인 제작자인 문종의 삶과 업적에 대한 연구와 세미나를 통해 측우기를 비롯한 세종조 후기의 과학문화를 조명하는 작업이 필요하며, 기상청과 학교가 연계된 프로젝트를 통해 측우기의 기능을 물론이고 제작자, 제작배경, 방법 등을 대하여 연구해야 한다. 정부는 이러한 연구 사업에 관한 협조 뿐 아니라, 이를 바탕으로 한 국제학술대회에 참여를 협조하고 아울러 자료의 번역작업을 협조하여 우리만 알고 있는 사실을 역사적이고 실증적으로 논증한 저작을 세계에 알리고 공유하려는 노력이 필요하다.

측우기 제작을 기념하는(문종) 상 제정

정부는 과학 영재에 대한 협조와 우리나라 과학문화에 대한 관심을 꾸준히 불러일으키기 위하여 상을 제정하거나 장학금을 협조할 수 있다. 이에 측우기의 상징성을 활용하여 기상에 관련하여 공로가 있는 사람들에게 수여하여 기념한다면 측우기는 단순한 유물 그 이상의 가치를 가지게 될 것이다.

CI 제작

측우기에 대한 의미를 되새기고 기상 관련 지자체의 이미지를 상징하기 위한 관련 CI를 제작한다면, 측우기에 대한 새로운 의미를 부여할 수 있을 것이다. 또한 이렇게 측우기를 CI에 대입해 활용한다면 기상청과 같은 지자체의 활동을 홍보하는 데 도움이 될 것이다.



문종 기념행사 개최 협조

문종은 측우기 외에도 세자로 있던 시절 많은 발명에 직·간접적으로 관여했었으며 측우기도 그 중에 하나이다. 이에 문종을 기념하는 행사를 개최하여 장영실로 잘못 알려져 있는 측우기의 제작자에 대한 인식을 올바르게 할 필요가 있다. 이러한 행사는 단순히 이벤트성으로 끝나지 않도록 적극적인 홍보와 다양한 체험 프로그램을 통해 측우기라는 우리의 귀중한 과학유산의 탄생을 기념해야 할 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

측우기는 소규모의 강우량 측정기로 충분히 관광 상품으로 개발할 수 있다. 뿐만 아니라 초등 과학교육에도 활용할 수 있을 것이다. 또한 측우기의 형태를 산업디자인에 응용하여 전통술을 담는 용기로 개발할 수 있다. 그 외에도 꽃병 등으로 개발하여 판매한다면 술의 이미지와 함께 일상생활에서도 측우기를 가깝게 느낄 수 있는 기회를 제공할 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	연구, 세미나 및 번역사업	사업 협조	50,000,000
	문종상 제정 및 문종 기념행사 개최	사업 협조	60,000,000
	CI제작	일부 기금	30,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000

19) 물시계와 해시계(자격루와 앙부일구)

□ 상징적 의미

자격루와 앙부일구는 조선 초 세종대왕 때에 창제된 물시계와 해시계의 이름이다. 그 중 물시계인 자격루는 단순히 물동이에 물이 차 올라오는 눈금을 읽어 시간을 측정하는 원시적인 물시계와는 차원이 다른 고도의 복잡하고 정밀한 기계장치로 작동되며, 자동 시보장치를 갖추고 있는 15세기 당시 세계 최고의 시계라 해도 과언이 아니다. 또한 오목 해시계인 앙부일구는 세계에서 그 유례를 찾아볼 수 없는 매우 독창적인 해시계이다. 앙부일구는 해의 운행과 궤적의 원리를 최대한 시계의 구조에 반영해 제작한 과학적인 해시계이다. 그렇기 때문에 시간을 측정할 수 있을 뿐만 아니라 24절기도 해의 그림자만 가지고 파악할 수 있는 기능도 갖추었다. 해시계는 중국 괘수경이 발명했다고 알려져 있으나, 중국에서는 제작된 적이 없으며 현존하는 유물도 없다. 분명 앙부일구는 우리나라에서만 제작되고 현존하는 해시계라고 할 수 있다. 그런데 해외의 과학박물관에서는 앙부일구가 중국 또는 일본의 것으로 소개되어 있어 우리의 뛰어난 문화유산이 올바르게 평가 받지 못하는 상황이다. 이는 우리가 앞으로 풀어야 할 중요한 과제가 아닐 수 없다. 자격루와 앙부일구가 제작되던 15세기 전반은 조선이라는 새로운 왕조가 건설에 따라 안정된 국가 운영을 위해 시간 체제의 정비와 정비가 필요했으며 그것을 위한 정확한 시간의 측정이 요구되었다. 그리고 이러한 사업은 이전까지의 축적된 기술력이 바탕이 되었다. 한글 창제 등 많은 문화적 업적을 이룬 세종대왕이지만 그 업적은 문화에만 국한된 것이 아니었다. 과학과 인문학의 조화로운 발전이 세종대왕의 눈부신 치세를 빛낸 것이었다. 이는 현재에도 시사되는 바이다. 조상이 남겨준 훌륭한 문화유산을 통해서 우리는 문화와 과학의 균형 잡힌 발전의 지향점을 찾을 수 있을 것이다.

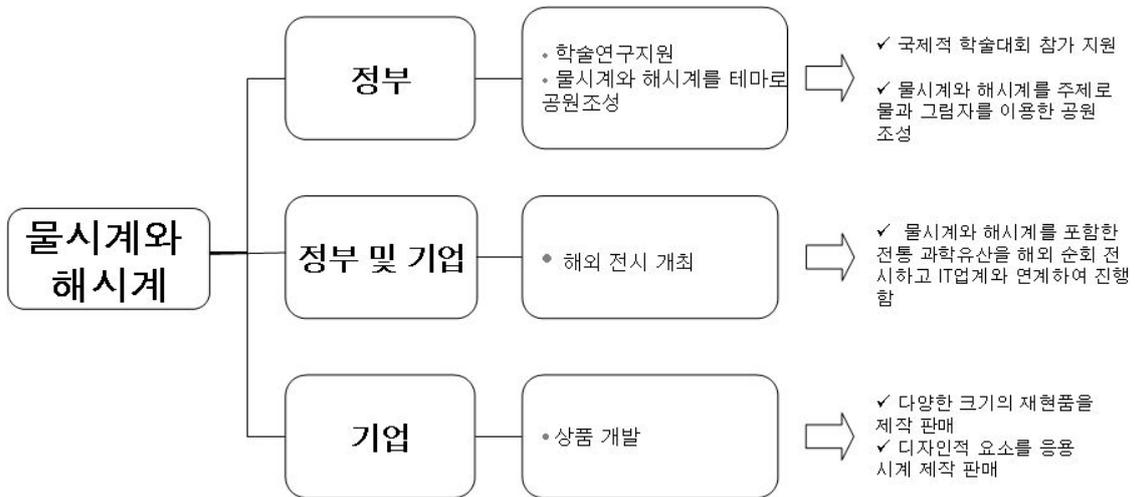
□ 상용화 방안

○ 현황

자격루는 매우 복잡하고 규모가 큰 시계로, 제작되었을 당시 보다 현재 여러 전란을 거치며 중요한 기계장치 부분이 남아있지 않지만 자세한 관련 역사기록이 남아있기 때문에 충분히 복원 가능하며, 그동안 학계에서 많은 연구와 노력으로 거의 복원 완료 단계에까지 도달해 있다. 또한 많은 연구자들에 의해서 해시계와 물시계



에 대한 연구가 활발히 진행되었고 많은 학술저서들이 출간되어 있다. 또한 단순한 연구서 외에도 해시계와 물시계를 현재의 디자인에 응용하거나 교육용 교재를 제작하는 시도도 진행되고 있다.



○ 정부 주관 사업

학술 연구 협조

과학사분야에서 자격루와 앙부일구에 대한 연구 활동을 하고 있으나 공학 분야와 같은 보다 실질적인 분야에서 기술적인 부분에 대한 연구를 협조하고, 이들의 연구 결과를 국제학회지나 학회에 발표할 수 있도록 협조하여 우리의 우수한 과학문화를 알릴 필요가 있다. 정부의 이러한 노력은 한국사에 남아있는 훌륭한 과학유산을 세계에 홍보하기 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

물시계와 해시계를 테마로 한 공원 조성

정부는 프라하의 천문시계나 오스트리아의 헬브룬 궁전을 모델로 삼아, 해시계와 물시계를 테마로 한 공원을 만들고, 더하여 물과 그림자의 이미지를 더한 이색적인 도심 휴식 공간을 조성한다면 시민들을 위한 테마 공원의 하나로써 각광받을 것이다. 또한 해시계를 통해 24절기를 알 수 있다는 사실에 착안하여 24절기 탐험 코스 만들어 자연스럽게 24절기를 체험할 수 있도록 한다면 관련 프로그램으로 활용할 수 있을 것이다.

○ 정부 및 기업 주관 사업

해외 전시 개최 협조

정부와 기업이 협력하여 해시계와 물시계, 측우기, 천상열차분야지도 등 우리나라의 훌륭한 과학문화를 해외에 알릴 수 있는 해외순회전시를 기획할 수 있다. 이를 위해서는 현재 세계 최고의 기술력을 자랑하는 IT 업체와의 연계를 통해 우리나라 과학기술 역량의 어제와 오늘, 미래까지를 총망라한 전시를 준비한다면 과학국가로서의 한국을 널리 알릴 수 있는 기회가 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

한국의 대표 발명품인 물시계와 해시계를 홍보하기 위한 재현 상품을 만들어 판매한다면 하나의 기념상품으로 활용될 수 있다. 그 외에도 물시계와 해시계의 디자인적인 측면을 응용하고 여기에 현대의 시계부품을 결합한 다양한 아이디어 상품을 제조 판매한다면 좋은 반응을 얻을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	학술연구	연구 협조	40,000,000
	물시계와 해시계를 테마로 한 공원 조성	사업 협조	50,000,000
정부 및 기업	해외전시 개최	사업 협조	40,000,000
기업	상품개발	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000



20) 수원화성

□ 상징적 의미

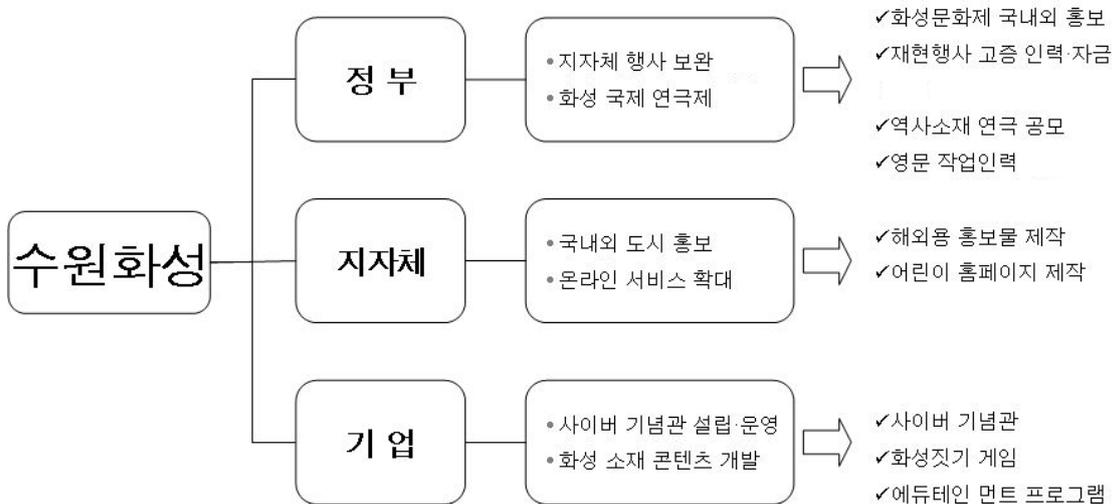
정조는 조선왕조의 한양도읍인 1394년으로부터 400년 뒤인 1794년에 화성에 신도시를 세우고자 한다. 화성은 단순 성곽이 아니었다. 정치적으로 당파간의 갈등을 조정하면서 한양을 떠나 새로운 도시를 건설하고야말겠다는 웅장한 꿈이 실현된 곳이다. 화성 주변은 그 자신의 부친 사도세자가 억울하게 죽어서 묻힌 땅이기도 하다. 그는 천하의 명당을 찾아 현릉원(顯隆園)이라 칭하고 아버지의 무덤을 옮긴다. 무덤을 쓰기 위하여 수원 읍의 촌락들도 옮겼으며, 수 년 뒤에 신도시를 축조하게 된 것이다. 그해 10월에 그는 직접 수원에 내려가, 신도시의 상업 활동을 진작시킬 방도도 모색하기도 했다. 성 둘레 약 3,600보, 성벽 높이 약 2장(丈) 5척(尺), 성 주변에는 호(壕)를 판다. 화성 설계자들은 총, 또는 포를 쏘기 위한 탑형식의 건물들도 설계한다. 문루는 동서남북에 한 개씩 내었으니 오늘날 까지 남아있는 수원시의 장안문·팔달문·창룡문·화서문이 그것이다. 수원시에서 가장 높은 팔달산 정상에 세운 총지휘본부인 서장대, 무지개모양의 아름다운 화홍문, 한국의 건축미와 정자문화를 맘껏 사랑하는 방화수류정, 무술을 연마하던 연무대와 활터, 그리고 정조가 임시 거처하던 행궁터 등이 지금껏 남아있어 유네스코에서 지정한 세계문화유산으로 등록되었다. 이는 화성이 다른 성과 달리 수많은 그림이 남아있는 독특한 성이기 때문이기도 하다. 성을 완공하면서 국왕이 행차하는 장면을 그린 그림들, 잔치 풍경 등 수많은 과정들이 사진을 찍듯이 세밀한 필치로 그려졌다. 화성은 이처럼 건축물과 기록문화가 모두 살아 숨 쉬는 성이며, 전쟁의 와중에도 튼튼하게 쌓아올린 벽돌 덕분에 무너지지 않고 지금껏 전해지는 역사의 현장이다. 대개의 성들이 산성이라 산정 높이 계곡을 가로질러 쌓아졌다면, 화성은 수원 시내 한복판에 우뚝 서 있다. 그래서 도시경관과 전통의 숨결이 그대로 만나는 이색적인 풍경을 연출하고 있다. 도시 속의 성곽이라 시민들과 접촉면이 많고 친자연성을 드높일 수 있다는 점에서 앞으로 발전의 가치를 지니고 있다 할 수 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

세계화가 진행되고, 국제 사회가 블록 화되어 국가의 경계가 점차 무너져 가고 있는 지

금 시대에 국가의 정체성을 확립하고 유지시키는 하나의 열쇠가 될 수 있는 것이 바로 '전통'과 '역사'라고 할 수 있다. 중국의 동북공정으로 인하여 더 이상 역사와 전통이 과거의 문제로 남을 수 없는 것을 알게 된 지금, 우리의 역사와 전통문화유산을 재인식하고 재조명하는 것이 우리문화의 틀을 유지하는데 매우 중요한 과제라는 것은 재고할 여지가 없다. 이러한 이유로 디지털을 이용한 문화원형사업은 2차 콘텐츠 개발이 가능하다는 장점까지 지니고 있어 그 파급효과가 무한하다고 할 수 있다. 수원화성은 조선 말기 정치 상황과 학문의 흐름과 함께 사회분위기 까지도 모두 담고 있는 성곽이다. 때문에 화성이라는 소재를 콘텐츠화 한다면 문화원형으로서 여러 가지 원천소스를 제공할 수 있을 것이라 기대된다. 현재 수원시 측에서는 여러 가지 관광 사업을 진행하고 있다. 장용영수위의식과 함께 매년 10월 화성문화제 기간 중에 정조대왕 능 행차, 혜경궁 홍씨 진찬연, 무예24기 등을 재현하는 행사를 진행하고 있다. 또한 궁중의상을 입어보고 한과, 도자기 등을 만들어 보는 궁중 문화를 체험할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이 밖에도 화성행궁 여름캠프, 국궁체험 행사와 함께 화성열차를 운행하는 등 관람객들이 참여할 수 있는 기회를 많이 마련해 두었다. 또한 화성문화재단에서는 1996년부터 수원화성 축성 200주년 기념행사의 일환으로 시작한 수원화성국제연극제를 매년 8월 중순경에 개최함으로써 수원화성을 홍보하는 것뿐 아니라 시민들에게 열린 문화공간과 행사를 제공하고 있다.



○ 정부 주관 사업

지자체 행사 보완 및 협조

현재 화성을 주제로 한 행사는 지자체 단위로 많이 진행되고 있지만, 화성이라는 콘텐츠



츠 자체의 목적과 내용을 문화관광부와 연계하여 보다 적극적인 홍보와 깊이 있는 연구를 통하여 국제적인 행사로 발전시키는 방안을 연구할 필요가 있다. 경비협조를 통해 재현행사에 쓰이는 의상과 도구에 관한 고증과 함께 질을 높이는 방안을 고려해 볼 만하다. 재현행사의 대부분이 궁중의식을 소재로 하고 있기 때문에 그 규모가 매우 크다고 할 수 있다. 이 재현 행사의 경우, 행사 자체가 그 의미를 충분히 갖고 있으며, 의상과 가마 등과 같은 도구들 모두가 각각 하나의 콘텐츠가 될 수 있는 문화원형사업의 보고라고 할 수 있다. 그러므로 철저한 고증과 질을 높이는 노력을 통해 보는 사람으로 하여금 우리의 화려하면서도 기품 있는 궁중 문화에 매료될 수 있게 해야 할 것이다. 또한 국제회의와 같은 행사시에, 참가 외국인들의 관광코스에 화성 행사를 추가하는 방안 등이 있을 것이다. 관광객이 직접 참여하여 체험하는 화성행궁 여름 캠프나 국궁체험 행사 등에는 외국인들을 위하여 영어로 된 프로그램과 핸드북을 제작하고, 영어 통역관을 배치하는 등의 협조가 필요할 것이다.

수원화성국제연극제 협조

수원화성국제연극제를 국제적으로 인정받는 연극제로 발전시키기 위하여 역사와 전통 문화를 기반으로 한 장소(화성)에서 개최된다는 특성을 살려서 우리의 전통문화를 공연하는 행사와 함께 연극 '이(爾)'와 같은 역사적, 전통 문화적 요소를 소재로 하고 있는 연극을 개발하여 공연하는 방안도 추진해 본다면 국제적 연극제를 통하여 우리의 문화를 좀 더 알릴 수 있는 기회가 될 것이라고 기대된다. 이를 국제 연극제로 발전시키려면 행사 기간 중에 셔틀 버스를 운행하여 접근성을 높이고 연극의 자막 서비스, 영문을 비롯한 외국어 프로그램 제작, 이미 발표된 작품을 선정하여 공연하는 등 행사의 볼거리를 늘릴 필요가 있다. 이처럼 화성문화제와 상설 프로그램 등에 기금을 협조해서 행사의 질을 높이고, 적극적인 홍보를 통해 대중화 시킨다면 세계 유수의 국제 축제들과 어깨를 나란히 할 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

국내의 도시 홍보 협조

앞에서도 언급한 바와 같이 화성은 여느 성곽과는 다른 의미들을 품고 있다. 계획단계에서부터 경제적, 정치적으로 치밀하게 준비된 일종의 '도시'라고 할 수 있다. 정조는 화성을 자신의 경제적 기반으로 만들려 하였으며, 군사를 양성하고 이를 통해 정치적 기반으로 삼으려 했다. 이러한 화성의 의미를 고려해 볼 때, 경제 도시로서 계획되었던 의미를 살려 옛 장터의 모습을 재현하는 행사를 갖는다거나, 사극 세트장 등을 지어서

도시를 홍보하는 방법도 있을 것이다. 이 홍보를 국내에서만 할 것이 아니라, 해외홍보도 함께 하여 화성과 관련된 축제를 국제적인 축제로 키우는 방안도 생각해야 한다. 해외 광고를 비롯해, 각국의 공항 등지에 홍보물을 비치하고, 코리아 센터와 같은 홍보관을 이용하여 보다 적극적으로 홍보할 기회를 갖는 것도 중요하다.

온라인 서비스 확대

지금 운영되고 있는 영문 홈페이지는 수원과 화성이 지니고 있는 역사적 의미와 정보를 소개하고, 간단하게 동영상이나 3D로 체험할 수 있는 서비스가 함께 이루어지고 있어 효과적이라고 할 수 있다. 그러나 외국인들이 관광을 할 때 활용할 수 있는 자료의 제작도 중요하다고 할 수 있다. 영문으로 된 간단한 리플렛은 물론이고, 교통편과 숙박 시설, 음식점 등의 지리적 정보와 함께 우리의 문화와 수원과 화성에 대한 정보도 제공할 수 있는 핸드북도 제공할 필요가 있다. 일회성 자료가 아닌, 관광을 마치고 돌아가서도 한국과 화성 문화소개서로서 간직할 만한 자료의 수준으로 제공할 수 있어야 할 것이다. 현재 수원화성의 홈페이지는 관광정보와 축제 정보, 간단한 역사 정보 등을 소개하고 있어서 잘 운영되고 있다고 할 수 있다. 서비스되고 있는 체험프로그램 중에는 어린이들이 참가할만한 것들이 많은데, 정작 소개는 어른들을 대상으로 하고 있는 것 밖에 없다. 행사에 어린이들이 좀 더 적극적으로 참여하고, 더 많은 것을 생각할 수 있도록 어린이 홈페이지를 운영하는 것도 좋은 방법이 될 것이라 생각한다. 위와 같은 사업을 정부가 주도적으로 진행하기 보다는 지방 자치 단체 측에서 주관하고, 정부는 일부 기금을 협조하는 형태로 진행하여 기존의 서비스에 비해 향상된 서비스를 제공한다면 효과적이고 지속적인 홍보가 이루어 질 수 있을 것으로 기대한다.

○ 기업 주관 사업

사이버 기념관 설립 및 운영

화성에 담겨 있는 역사, 정치, 사상 등을 사이버 기념관을 통해 재현하는 방법이 있다. 화성을 디지털 콘텐츠화 하여 사용자가 하나하나 단계를 거쳐 가면서 화성을 완성해 나가는 프로그램을 통해 화성이 지어지는 과정을 사용자가 조절함으로써 자신이 지어 올린 성곽, 자신이 구축한 도시에 어떠한 사상과 의미가 담겨 있는지에 대해 동영상이나 글로써 알려주는 방식으로 진행된다면 흥미 뿐 아니라 교육효과도 기대할 수 있을 것이다. 화성을 소재로 하여 사이버 박물관 형태의 공간을 만들고 기본적인 정보를 백과사전식으로 제시하는 것과 더불어 퀴즈나 위에서 언급한 화성 짓기 게임 등을 가미한다면 보다 활동적인 콘텐츠로서 다양한 효과를 높일 수 있을 것이라 기대된다. 화성



과 연관된 인물인 정약용, 정조 등을 캐릭터 화하고 프로그램의 기본 캐릭터로 하여, 화성 축조를 계획하는 단계에서부터 주요 장면을 설정하고 이를 3D나 2D 만화형태로 제작하여 서비스하면 자칫 지루할 수 있는 내용에 보다 쉽게 접근할 수 있을 것이다.

화성소재 콘텐츠 개발

화성을 소재로 한 콘텐츠의 개발을 통하여 당시 조선사회의 정치적 분위기와 함께 당 사회의 흐름을 이해하는 교육적 효과는 물론 청소년과 성인이 함께 향유 할 수 있는 사이버 문화 관광 상품으로서 우리의 역사와 전통문화에 보다 친근하게 다가설 수 있는 기회를 제공할 수 있을 것으로 기대한다. 또한 이를 원천소스로 하여 영화나 애니메이션, 드라마 등의 영상콘텐츠 개발도 가능하며, 각종 게임개발에도 일종의 '기반'역할을 할 수 있을 것이라 생각된다. 위와 같은 사업을 진행하는 기업에 기금을 협조하여 제작하여 향후 영화나 드라마를 비롯한 각종 다른 콘텐츠의 원천소스 역할도 수행할 수 있도록 한다면 상업적인 측면과 문화적 측면의 효과를 모두 올릴 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	화성문화제 및 상설행사	재현행사 고증 인력협조	30,000,000
	화성국제 연극제	역사전통 소재 연극 개발 및 공모	30,000,000
지자체	수원시 홍보	홍보 일부 기금 협조	15,000,000
	어린이 포탈 사이트 제작	일부 기금 협조	15,000,000
기업	사이버 기념관	사업 협조	50,000,000
	화성소재 콘텐츠 개발	일부 기금 협조	20,000,000
합계			160,000,000

21) 정보통신(IT)

□ 상징적 의미

분명히 정보통신분야는 우리에게서 낯선 것이었다. 근 10여년 안쪽에 이러한 말 자체가 널리 보급 된데서 알 수 있듯이 신진기술용어는 필지언정 민족적인 문화상징과는 무관한 것이다. 그런데 대한민국 문화관광부는 민족문화 100대 상징을 선정하면서 정보통신을 그 안에 집어넣었다. 산업 자체로서도 정보통신은 우리에게 ‘미래의 쌀’로 자리매김하고 있다. 가령, 삼성전자의 약진은 20세기 초반을 상징 짓는 대단한 의미를 지니고 있다. 기술개발에서 후진적인 상황에서 출발하였으나 가장 빠른 속도로 성장을 거듭하고 있으며 세계시장에서 선도 기업으로 나아가고 있다. 자잘한 중소기업까지 포함하고 이른바 벤처기업까지 포함한다면 우리나라에서 정보통신으로 생활을 유지하는 인구가 절대적으로 불어나고 있음을 말해준다. 정보통신이란 아이티(IT), 즉 ‘Information Technology’의 각각의 첫 자를 따서 만든 용어이다. 우리나라에서 실제적으로 IT용어가 대중화된 시점은 1997년 하반기 이후라고 볼 수 있다. 특히 1998-1999년에 벤처열풍이 불고 국가적으로 가장 중요한 미래산업 전략으로 채택하면서 정보통신은 우리나라에서 가장 중요한 산업의 하나가 되었다. 정보통신산업은 매우 급속도로 발전하고 있으며 정신을 차릴 수 없을 만한 속도로 우리 사회뿐 아니라 전 세계를 휩쓸고 있다. 반도체, 핸드폰, 가전제품, 인터넷환경, 그리고 무엇보다 놀라운 속도와 응집력을 보여주는 인터넷사용자들이 우리나라 정보통신산업의 오늘을 말해준다. 그리하여 반도체, 인터넷, 소프트웨어, 이동통신, 콘텐츠 같은 용어는 우리사회의 일상어가 되었다. 이제 세계는 독립적인 정보통신으로 존재하지 않는다. 정보 통신 환경 통합언어로서 유비쿼터스라고 하는 환경으로 이동한지도 이미 오래이다. 정보통신은 우리에게 미래의 ‘쌀’이다.

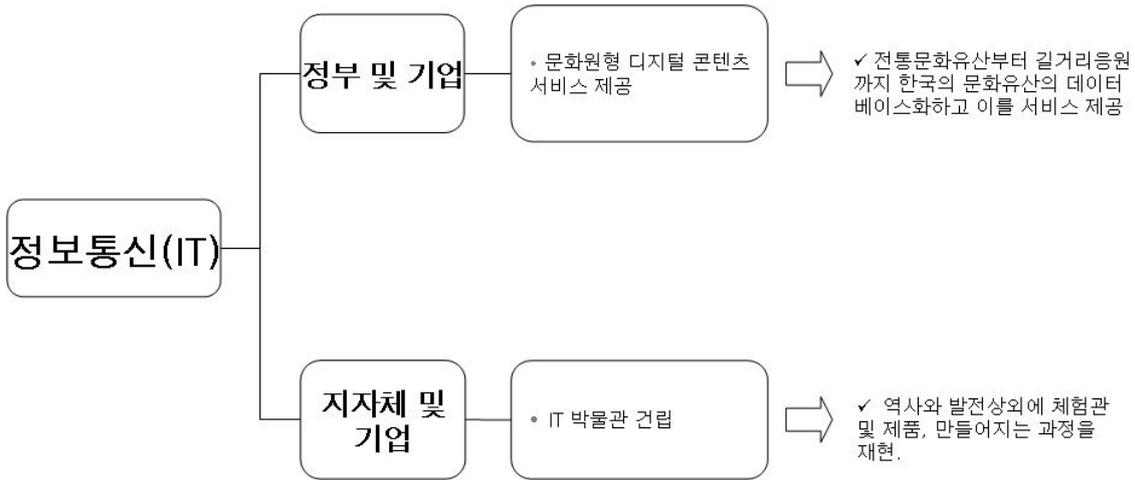
□ 상용화 방안

○ 현황

삼성과 LG를 비롯한 정보 통신 관련 업체는 월등한 기술력으로 시장을 점유하고 있으며 국내를 벗어나 세계적인 영향력을 가지고 있다. 정보통신기술의 발달은 한국인의 삶에 많은 변화를 가져왔으며, 온라인상에서 만들어진 여론이 오프라인상에서도 많은 영향력을 주고 있으며, 활발한 동호인 문화는 다종다양한 문화의 다양성



을 보장하였다. 또한 개개인에게 제공된 무한한 인터넷상의 공간은 공동체적 삶이 사라진 현재에 개인을 자신을 표현하고 서로 교류할 수 있는 기회의 장이 되고 있다. 그리고 이러한 문화의 대표적인 현상이 미니홈피와 블로그라 할 수 있다. 또한 한국인들의 정보통신기술에 대한 높은 관심과 참여 한국 IT산업 발전의 원동력이 되고 있다.



○ 정부 및 기업 주관 사업

문화원형 디지털 콘텐츠 서비스 제공

얼마 전 우리의 IT 기술로, 소실된 황룡사를 디지털로 복원하는 데에 성공하였다. 이와 같이 우리 중요한 문화 원형의 디지털 DB를 만들어 인터넷을 통하여 서비스 하는 프로그램을 개발한다면 우리나라의 많은 역사적 문화적 유산들을 정보화하고, 그 정보들을 영구적인 보존할 데이터 뱅크를 만들 수 있을 것이다. 이 사업에 포함되는 범위는 경복궁과 같은 고 건축물은 물론이고 중요 유물까지 적용될 수 있을 것이다. 이렇게 개발된 문화 원형 디지털 DB는 홍보물 및 교육용 에듀테인먼트, 가상 체험 프로그램 등등 다양한 분야에 활용될 것이다.

○ 지자체 및 기업 주관 사업

IT 박물관 건립

서울시에서는 2010년까지 IT 박물관을 개관하기 계획하고 있다. 이는 기업과의 연계를 통해서 IT 산업의 과거와 현재, 미래를 보다 실제적으로 조망할 수 있도록 하

고, 우리나라 IT 사업의 세계에서 위치와 역량과 앞으로의 가능성을 보여주는 공간을 만들기 위함이다. 이와 관련하여 IT 산업에 관련된 기술들을 체험할 수 있는 체험관과 관련 제품, 그리고 제품 안에 들어가는 부품과 작업 공간 등을 재현하고 풍부한 사진자료를 제공하여 사람들의 이해와 공감을 높인다면 학생들을 위한 교육 공간과 한국의 IT기술을 홍보하는 장으로써 활용될 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부 및 기업	문화원형 디지털 콘텐츠 서비스 제공	사업 협조	50,000,000
지자체 기업	IT 박물관 건립	사업 협조	100,000,000
합계			150,000,000



22) 고인돌

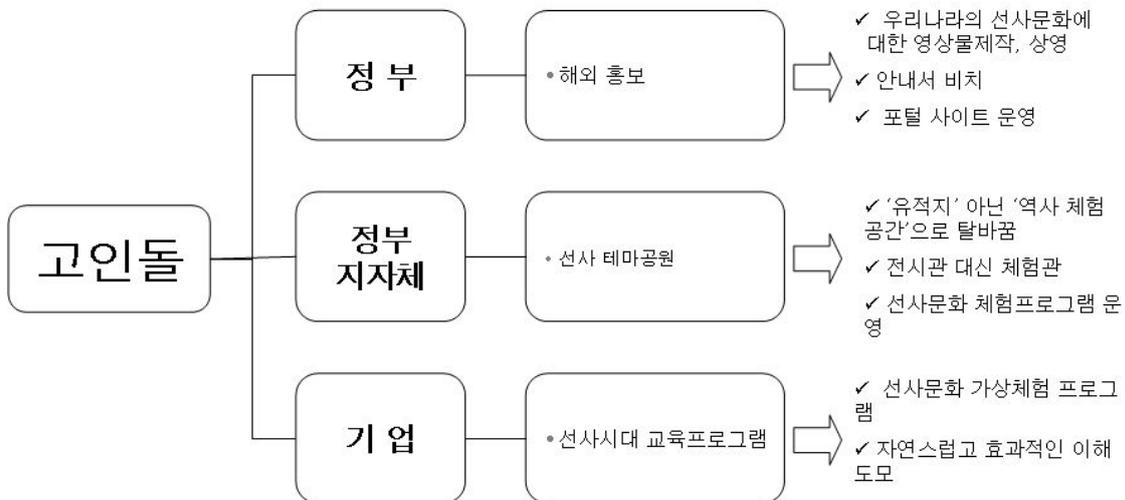
□ 상징적 의미

조상들의 혼과 숨결이 깃든 다양한 분묘는 우리에게 많은 문화유산을 남겨주었다. 지석묘로 불리는 고인돌은 우리나라 청동기시대 묘제로 선사시대의 기술 및 생활상을 생생히 보여주는 뛰어난 문화유적으로 평가받고 있다. 또한 무덤 내부에는 많은 부장품들이 매장되어 있어 선사시대 사람들의 사후세계관을 엿볼 수 있는 중요한 자료이다. 고인돌은 청동기시대의 대표적인 묘제일 뿐만 아니라 한반도 전역에 분포되어 있는 선사시대 유적 중 가장 특징을 가진 무덤이다. 고인돌은 시신의 위치와 무덤의 형태에 따라 북방식과 남방식으로 구분된다. 북방식 고인돌은 땅 위에 판돌(판석)로 4면을 세워 진 네모꼴의 묘실을 만든 후 그 안에 시신을 넣은 뒤 그 위에 넓은 덮개돌(상석)을 덮는다. 일명 탁자식이라고 하는데, 대동강과 재령강을 중심으로 하는 평안남도와 황해도 지방에 주로 분포하고 있으며, 한강 이남지역에서는 매우 드물지만 고창지역에서도 발견되고 있다. 남방식 지석묘는 일명 꺾돌로 피어 바둑판처럼 생겼다고 하여 바둑판식이라고도 한다. 먼저 땅을 파고 그곳에 판돌이나 깎돌로 긴 네모꼴의 돌널을 만들어 그 안에 시신을 넣은 후 꺾돌(지석)이나 돌무지를 쌓은 뒤 그 위에 덮개돌을 덮는다. 주로 중부이남 지방에 분포하고 있다. 우리나라의 고인돌은 전 세계적으로 유례를 찾아볼 수 없을 정도로 많이 분포되어 있을 뿐만 아니라 2000년 12월 유네스코 세계문화유산으로 등록되어 그 가치를 국제적으로 공인받았다. 이를 계기로 고인돌의 체계적인 보존은 물론 문화관광자원으로의 활용가치가 크다는 점에서 큰 의의를 지닌다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 순천, 화순, 고창, 강화에 고인돌 유적지가 있으며, 특히 고창, 화순, 강화의 고인돌 유적지는 유네스코 세계문화유산으로 지정된 상태다. 화순의 고인돌 축제는 고인돌로 대표되는 선사문화를 체험할 수 있는 여러 프로그램으로 구성되어 있으며, 강화의 고인돌 축제는 강화도에서 보유하고 있는 여러 다른 문화유산과 연관된 프로그램으로 운영하고 있다.



○ 정부 주관 사업

해외 홍보 협조

우리나라의 고인돌은 세계에서조차 찾아볼 수 없는 규모를 지니고 있다. 이러한 사실은 우리나라가 선사시대에 그만큼 정제된 형태의 사회를 유지하고 있었음을 보여주는 예라고 할 수 있다. 이러한 우리의 문화에 대하여 적극적인 해외 홍보가 필요하다. 해외 각지의 홍보관에 우리나라의 선사문화에 대한 홍보물을 비치하고, 고대부터 시작된 문화라는 점을 강조 한다면 우리나라의 문화에 대한 이미지는 물론 관광객 유치에도 도움이 될 것으로 생각된다. 고인돌 유적을 촬영하고, 안내하는 영상물, 그리고 안내서를 통해 지속적인 홍보에 힘쓰고, 더불어 우리나라의 고인돌 및 선사문화에 대한 정보를 모은 포털 사이트를 운영하여 국내외 관광객들에게 우리나라가 선사문화의 메카임을 홍보하는 일에 정부의 협조가 필요하다.

○ 정부와 지방자치단체 주관 사업

선사 테마 공원

양구의 선사 박물관은 선사시대 유물과 함께 고인돌 모형 등을 전시해 놓고 고인돌 운반, 석기 사용 등의 체험 프로그램을 마련해 두고 있다. 고인돌 공원이 이를 벤치마킹 하여 단순한 유적지가 아닌 체험 테마 공원으로 거듭난다면 보다 높은 교육효과를 가져 올 수 있을 것이다. 선사 유적지의 경우 유물이 부족하여 전시관을 만들지 못하고, 그저 유적을 보호하는 수준에 머무르기 쉽다. 그러나 전시관 대신 체험



관을 만들어서 선사시대의 생활을 폭넓게 체험할 수 있는 공간을 제공한다면 지루한 유적지에서 흥미 있는 역사 체험 공간으로 거듭날 수 있을 것이다. 고인들이 만들어 지는 과정을 설명하고 이를 체험하는 프로그램, 선사시대에 주로 사용했던 토기 만들기 프로그램, 불 피우기 프로그램, 원시 뗏목 만들기 등 다양한 선사시대 체험 프로그램을 통해 선사시대에 어떻게 사람들이 생활하였는지에 대한 이해를 돕고, 우리나라가 고인돌을 많이 보유하고 있는 것이 당 사회의 모습을 어떻게 보여주는 것인지에 대한 충분한 설명을 곁들인다면 많은 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다.

○ 기업 주관 사업

선사시대 모습을 담은 교육 프로그램 제작

요즘 어린이들은 단순히 책만을 보고 공부하지 않는다. 시청각 자료와 함께 사이버 공간을 이용해서 공부하기를 즐긴다. 사이버 공간의 경우, 현실에서 불가능한 많은 것들을 보여주고, 가르칠 수 있다는 장점을 지니고 있다. 고인돌과 함께 선사문화에 대한 지식을 전달하는 사이버 교육프로그램을 제작해야 한다. 사실, 선사문화의 경우, 선사유적지에 가보는 것 말고 딱히 다른 방법의 교육이 이루어 지지 못하고 있다. 이를 보완한 교육프로그램 개발이 필요하다. 예를 들어, 고인돌 하나를 만들려면 어떠한 도구를 얼마나 많은 인원이 움직여야 하며, 그 안에는 어떠한 물건들이 들어가며, 그들은 어떠한 의미를 담고 있는지에 대해 어린이가 직접 사이버 상에서 ‘고인돌 만들기’를 진행하는 가상체험을 함으로써 자연스럽게 이해하고 받아들이게 해서 사고의 폭을 넓히도록 돕는다. 이러한 방법을 이용하여, 선사문화를 대표하는 아이템들에 대한 가상체험 프로그램을 운영하는 방법은 보다 쉽고 효과적으로 선사문화를 이해하게 할 수 있을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	해외 홍보	일부 기금 협조	20,000,000
	한국의 선사문화 홈페이지 운영	일부기금 협조	50,000,000
정부 및 지자체	선사문화 테마공원	역사 체험 시스템 개발 협조	30,000,000
기업	선사시대 교육 프로그램	고증·자문 인력 협조	30,000,000
합계			130,000,000



23) 빗살무늬 토기

□ 상징적 의미

1925년, 암사동에서 빗살무늬 토기의 조각들이 발견되었으며, 이때를 전후로 우리나라의 곳곳에서 비슷한 종류의 토기들이 발굴되기 시작하였다. 이 빗살무늬토기가 바로 신석기 시대의 주류를 이루며, 인류예술의 시작을 알린 우리 문명사의 큰 비중을 차지하는 문화적 유물이다. 이 토기는 주로 시베리아를 중심으로 한 지역에 하나의 '문화대'를 형성하고 있어 일명 '환북극 문화'라고 하며 거석문화권, 채도문화권, 그리고 세석기 문화권과 함께 신석기 시대 4대 문화권의 하나로 자리매김하고 있다. 빗살무늬토기는 나무나 뼈연장 등의 '무늬새기개'를 가지고 토기의 바깥 면에 긁거나 눌러서 빗살모양의 무늬를 새긴 것을 이른다. 우리나라에서 가장 특징적인 것은 어골(魚骨), 즉 그 모습이 생선뼈와 같이 생긴 무늬이다. 그릇 모양은 밀창이 달걀처럼 생긴 것과 밀이 납작하여 깊은 바리[鉢]처럼 생긴 것이 대표적인데, 그릇 종류에는 독모양의 큰 것을 비롯하여 항아리·단지·대접·보시기 등에 이르기까지 여러 가지가 있다.

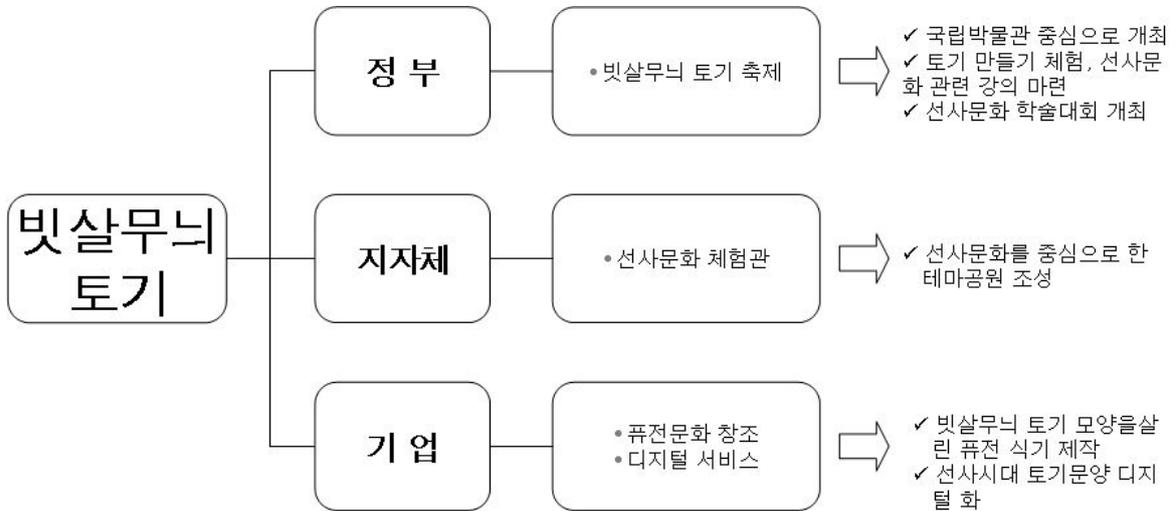
분포지를 살펴보면, 북유럽의 핀란드에서 출발하여 서북 러시아의 오카-볼가강 상류 지방을 거쳐 우랄 산맥을 넘은 다음 중부 시베리아 오브강 하류의 지류인 라핀강 유역으로 뻗어나간다. 이 분포양상은 계속 동진하여 예니세이강 중류를 지나 바이칼호에 이른다. 거기서 동남쪽으로 꺾어 몽골초원이나 헤이룽(흑룡)강을 지나 한반도로 남하하였는데, 그 여파는 일본 규슈 지방까지 파급되었다. 기존에는 이러한 분포지가 유동방향과 일치한다고 여기는 '서방기원설'이 유풀했는데, 이는 우리나라의 빗살무늬토기와 관련된 매우 민감한 문제라고 할 수 있다. 그러나 우리의 것이 시베리아의 것보다 천 년이나 앞서 만들어진 경우도 있기 때문에 함부로 이를 단정하는 것은 곤란하다. 비록 발원지나 유동경로가 모호하긴 하지만 이 빗살무늬 토기가 신석기 시대에 드넓은 북방지역을 연결하여 문명교류사의 시작을 알리는 계기가 되었다고 할 수 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 빗살무늬 토기와 관련해서는 뚜렷한 상용화 가 이루어 지지 않고 있는 실정이다. 그러나 빗살무늬 토기가 미술사적으로나 문화 인류학적으로 높은 가치를 지니고 있을 뿐 아니라 동북아시아 선사 문화의 연계성과 그 발단에 관한 단서가 되고 있으므로 이

에 대한 연구가 이루어져야 하며 그 의미를 살리는 작업도 중요할 것이다.



○ 정부 주관 사업

빗살무늬 토기가 우리민족의 전유물이라는 연구결과는 없지만 우리 문화의 발단에 관한 단서를 쥐고 있기 때문에 우리 문화사에서도 많은 의미를 갖고 있다고 할 수 있다. 그러나 이러한 의미가 대중들에게 인식되어 있지 못한 상태이다. 빗살무늬 토기에 대한 대중적 인식을 높이기 위해 국립박물관이 주도하여 정기적으로 ‘빗살무늬 토기 축제’를 기획 해 볼 만 하다. 그 구성으로는 어린이들을 대상으로 한 빗살무늬 토기 만들기 체험, 빗살무늬 토기와 선사문화에 대한 강의, 학생들과 전문가들을 위한 ‘선사문화 학술대회’와 같은 행사를 마련할 수 있다. 이러한 행사의 개최는 다양한 연령 및 계층의 대중들로 하여금 빗살무늬 토기에 대한 관심을 높이고, 우리 선사문화의 기원이라는 인식을 심어줄 수 있을 것이다. 이러한 인식은 우리 문화의 독자성에 대한 인식과 연결되어 우리 문화에 대한 자긍심도 함께 만들어 줄 수 있을 것으로 기대된다.

○ 지방자치단체 주관 사업

선사문화 체험관 건립 협조

현재 선사문화를 주제로 하고 있는 박물관은 매우 드물다. 이는 유물의 부족함이 부른 결과 일 수도 있겠지만 그 시대 문화에 그만큼 관심이 없기 때문이기도 할 것이다. 그러나 빗살무늬 토기나 고인돌과 같이 우리의 선사문화는 그 수준이 다른 나라에 뒤지지



않는다. 이러한 부분들을 고려하여 곳곳에 선사문화체험관을 조성할 필요가 있다. 도시마다 국립박물관이 있는데, 이를 활용하여 선사문화를 체험할 수 있는 공간을 만드는 방법도 있고, 따로 선사문화를 체험하는 공간을 만드는 방법도 있다. 전자의 경우 적은 예산으로 새로운 기대효과를 창출할 수 있는 장점이 있으나 자칫하면 허울뿐인 전시와 체험이 될 수 있다. 후자의 경우 보다 많은 예산을 투자해야 한다는 단점이 있지만, 보다 적극적인 참여와 질 좋은 프로그램을 제시 할 수 있다는 장점을 지니고 있다. 모든 지역에 많은 예산을 들여 테마 공원을 만들 수 없으므로 암사동이나 강화도, 석장리, 양구, 순천, 고창 등 선사유적지가 있거나 선사 박물관을 운영하는 곳에 기존의 시설을 확장하는 방식을 택해 기존의 콘텐츠에 보다 심도 있고 구체적인 체험 프로그램을 만들어 볼 만 하다. 선사 문화체험관을 하나의 테마 공원처럼 조성하여 어른과 아이들이 함께 즐기고, 체험하면서 선사문화와 역사에 대해 배울 수 있도록 한다면 시민공원으로서 교육 공간으로서의 두 가지 효과를 기대할 수 있을 것이다. 선사 문화체험프로그램으로 토기 만들기, 불 피워 보기 등 선사시대 특유의 생활을 체험해 볼 수 있는 프로그램을 만들고, 고인돌 모형이나 선사 유물 등을 전시하고 당 시대의 생활상을 보여 줄 수 있는 영상물 등을 만들어서 상시 방영한다. 또한 모의 발굴장을 만들어서 관람객들로 하여금 유물을 직접 발굴해 볼 수 있는 기회를 제공함으로써 흥미를 유발하고, 유물과 유적에 대한 이해를 높일 수 있도록 하는 것도 좋은 방안이 될 수 있을 것이다. 직접 발굴도구를 들고 유물을 발굴하면서 유물로 대변되는 문화유산이 얼마나 소중한 것인지에 대해서도 생각해 볼 수 있고, 교육적인 효과도 높일 수 있을 것으로 기대된다. 이와 같은 선사문화체험공간을 지방자치 단체에서 주관하여 조성하고, 이를 관광지화 시킨다면 휴식과 교육이라는 두 가지 효과를 한꺼번에 올릴 수 있는 문화콘텐츠로 자리 잡을 수 있을 것으로 생각된다.

○ 기업 주관 사업

퓨전 문화의 창조

요즘의 세계적인 트렌드를 제시한다면 여러 가지가 있겠지만 전 세계적으로 가장 큰 주목을 받고 있는 것이 바로 '웰빙' 이라는 트렌드이다. 경제성장이 어느 정도 이루어지고 삶의 질을 높이는 쪽으로 시선을 돌릴 여유가 생기자 사람들은 건강하게 사는 법에 대해서 연구하게 되었다. 그와 더불어 한의학과 같은 동양의 문화가 새로운 관심으로 떠오르고 있다. 이런 시점에서 토기는 하나의 좋은 상품이 될 수 있을 것이다. 흙으로 만들어서 굽는 토기의 제작 특성상 친환경적인 식기 제품으로 개발한다면 세계적 관심인 웰빙에 부합하여 충분히 매력 있는 상품이 될 것이다. 빗살무늬 토기의 형태가 밀면

이 뾰족한 모양을 하고 있기 때문에 생활에서 사용하기에 다소 불편한 점은 장식용 그릇으로서 토기와 잘 어울릴 수 있는 거치대를 디자인하여 인테리어 소품의 개념으로 만들고 그 판매 대상을 설정하여 판매업체를 결정하거나, 박물관 뮤지엄 샵이나 면세점에서 판매하는 방안도 검토해 볼 만하다. 실생활에 사용할 수 있게 하려면 최대한 기형과 문양을 살리지만 바닥 부분을 사용에 용이하도록 변형할 수도 하다. 또한 토기의 기형이나 문양은 살리고 그릇의 재료를 달리 한다면 충분히 변형하여 술잔이나 커피잔, 와인잔 등으로도 개발이 가능할 것이라 생각된다. 매우 한국적인 아이템을 이용해 서양 음식들과의 조화를 추구한다면 하나의 '퓨전 문화'를 만들어 낼 수 있다는 점에서 의미 있는 상품이 될 것이다. 여행자들은 여행지에서 단순한 기념품이 아닌 여행지의 문화가 담긴 물건들을 구입하고, 그것을 간직하기를 원한다. 이러한 욕구를 충족시킬 상품은 단순한 상품이 아닌 한국을 대표하는 문화를 충분히 대변할 수 있어야 한다. 때문에 이러한 아이템 개발이 매우 중요하다고 할 수 있다.

선사시대 토기문양의 디지털화

현재 한국 문화 콘텐츠 진흥원에서는 한국의 전통문양을 디지털화 하여 서비스하고 있다. 이에 진흥원에서는 빗살무늬 토기로 대변되는 선사시대 토기 문양의 디지털화 작업에도 힘을 기울여, 기업에서 이것을 이용·응용하여 각종 상품에 사용할 수 있도록 하는 것이 좋을 것이다. 이러한 상품을 실생활에 사용하면서 내국인들에게는 우리의 문화와 전통을 좀 더 친숙하게 여길 수 있는 기회를 제공하고, '전통'은 고루한 것이라는 이미지를 쇠퇴하며, 우리 문화와 유물들에 대한 자긍심을 높여 줄 수 있는 기회가 될 수 있을 것이다. 또한 외국인들에게는 단순한 그릇이 아닌 한 나라의 역사와 문화를 소장할 기회를 제공하고, 한국 문화의 느낌과 분위기에 좀 더 친숙하게 느낄 수 있게 할 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	빗살무늬 토기축제 개최	사업 협조	30,000,000
지자체	선사문화 체험관	사업 협조	70,000,000
기업	빗살무늬 토기 이용한 상품 제작	일부 기금 협조	10,000,000
	선사시대 토기 문양 디지털 베이스 작업	일부 기금 협조	30,000,000
합계			140,000,000



24) 서울

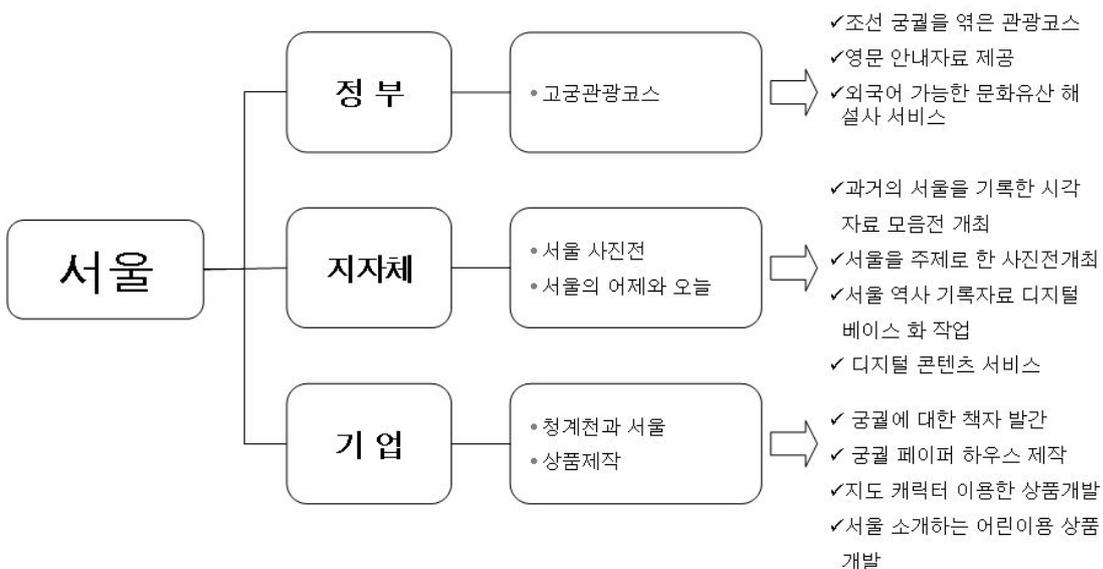
□ 상징적 의미

서울은 우리나라의 오래된 수도로서의 의미가 강하다. 때문에 역사적인 테마를 가진 관광코스의 개발에 많은 효과를 기대할 수 있을 것이다. 문화산업은 한 국가의 정체성과 정신문화를 솔직하게 담아내는 것이 가장 중요하다고 할 수 있다. 그런 의미에서 서울은 오랜 시간 동안 수도역할을 해 왔기 때문에 우리나라의 정체성을 가장 보편적으로 보여줄 수 있는 공간이기 때문에 문화산업의 좋은 소재가 될 수 있을 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 서울은 'Hi Seoul!' 캠페인 및 관련 행사를 통해 서울을 브랜드화 하려는 적극적인 노력을 기울이고 있다. 세계적으로 유례없는 사례로 주목받았던 청계천 복원 사업 또한 그것의 일환으로 작용했다고 할 수 있다. 지금 진행하고 있는 사업에 더욱 적극적인 협조를 하고, 아이디어를 개발하여 완성도 높고, 세심한 사업을 진행한다면 외국의 유명 도시들과 어깨를 나란히 할 수 있는 도시로 발전할 수 있을 것이다.



○ 정부 주관 사업

고궁 관광 코스 개발

서울에서 우리 문화를 가장 잘 소개 할 수 있는 것이라면 단연 조선시대의 왕궁일 것이다. 서울에는 현재 경복궁, 창덕궁, 창경궁, 덕수궁, 경희궁, 운현궁 과 사당인 칠궁과 종묘가 위치하고 있다. 전란이나 일제 강점기를 겪으면서 소실된 부분도 있고, 현재 복원 공사 중인 곳도 있지만, 고궁은 여전히 우리의 궁중 문화를 대표하는 공간으로서 매우 매력적인 공간이라고 할 수 있다. 이 매력적인 공간들을 하나의 답사 코스로 엮어서 효과적으로 서비스하는 방안을 찾아볼 필요가 있다. 현재 문화유산 해설사 제도로 인해 무료로 설명을 해주어 답사를 원하는 사람들로서는 매우 편하고 저렴하게 궁궐을 답사할 수 있다. 이 코스를 좀 더 체계적으로 기획해서 서비스 한다면 좀 더 높은 효과를 얻을 수 있을 것이다. 궁은 왕실이 기거하던 곳이며, 정사가 이루어지던 곳이다. 궁궐은 새로 지어지기가 여러 차례, 그리고 중간 중간 개·보수 하였다. 이러한 점을 착안하여 왕실이 살았던 시대 순으로 궁궐을 따라 가면서 자연스럽게 조선의 역사까지 설명하는 방법은 역사와 문화재를 한꺼번에 설명할 수 있다는 점에서 외국인들에게, 그리고 내국인들에게도 우리의 역사와 문화를 알리기에 효과적이라고 생각된다. 이러한 관광 시에는 그저 설명만을 진행할 것이 아니라, 핸드북이나 안내서 등을 발간하여 자료로 남길 수 있도록 하는 것이 더욱 효과적일 것이다. 이러한 고궁관광코스는 도심한가운데에 자리 잡고 있어 접근성이 매우 좋고, 궁궐들이 서로 가까운 곳에 위치하고 있으므로 장소간 이동이 매우 용이하다. 또한 넓은 공간을 보유하고 있기 때문에 단체 답사관광에 매우 적합하다고 할 수 있다. 때문에 이러한 프로그램은 적은 예산으로 문화적 효과를 극대화 할 수 있는 아이템이 될 수 있을 것이다. 고궁관광의 필요성은 문화관광의 수요가 높아짐에 따라 증가하고 있는 실정이다. 고궁관광은 우리국민들의 정서 함양 및 애국심을 고취시킬 수 있는 계기를 만들어 주고, 대외적으로 국가의 상징적인 이미지를 구축시킬 뿐 아니라 서울 관광의 매력을 향상시키는 결과를 가져다 줄 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

서울 사진전 개최 협조

서울은 시대를 담고 있는 도시라고 할 수 있다. 때문에 서울의 변화모습에는 서울시민의 삶이 담겨 있다고 할 수 있다. 이러한 점을 착안해서 서울의 모습을 담고 있는 사진이나 그림 자료들을 모아서 자료 전시회를 기획 할 만하다. 서울역사 박물관을 전시관으로 하여 기획전시의 형태로 일정한 시기를 정하여 주기적으로 전시하는 것도 의미



있는 행사가 될 것이다. 또한 과거의 시각자료 뿐 아니라 해마다 서울을 주제로 하여 사진이나 그림 등을 공모하여 전시하는 방안도 고려해 볼 만하다. 이러한 공모전을 거듭하면서 서울의 아름답고 의미 있는 모습과 이미지를 형성해 나가고, 시민들과 관광객들로 하여금 서울의 모습을 한자리에서 볼 수 있는 기회를 제공할 수 있을 것이다.

서울의 어제와 오늘을 주제로 한 사이버 공간 구축

서울에 위치하고 있는 고궁들은 조선의 문화와 역사, 그리고 왕족의 생활을 보여주는 문화유산이라고 할 수 있다. 그러나 서울은 조선의 왕도로서의 모습도 지니고 있지만 일반 백성들의 생활도 함께 담고 있다. 지배층의 문화와 피 지배층의 문화가 공존하는 곳이 바로 서울이다. 이처럼 서울의 역사가 의미를 담고 있는 만큼 서울이 변화하는 모습에는 우리 서민들의 역사와 문화가 담겨 있는 것이다. 이러한 의미와 관심을 바탕으로 하여 과거 서울이 수도가 아니었을 때부터 현재에 이르기까지, 서울이 어떻게 변화했는지를 사이버 공간을 활용하여 재현한다면 교육적인 효과 뿐 아니라 자료로서도 매우 중요한 역할을 할 수 있을 것이라 생각된다. 서울의 모습을 담고 있는 그림이나 사진 자료를 모아서 서비스 하고, 역사서나 기록에 서울이 등장하는 부분들을 함께 모아 DB화 한다면 여러 가지 콘텐츠를 개발 할 수 있는 원천소스의 역할을 꾸준히 해 낼 수 있을 것이다. 이는 장기적으로 보더라도 서울을 세계적으로 홍보하고 알릴 수 있는 바탕이 될 수 있는 부분이라고 할 수 있다. 또한 이러한 자료들을 토대로 서울의 공간을 사이버 상에서 시대별로 재현하고, 해당 장소에 따라 설화나 유래 등을 함께 서비스하는 것도 교육적 효과와 홍보의 효과를 함께 누릴 수 있는 방안이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

청계천과 서울

1930년대, 무한한 가능성을 지닌 작가로 주목받았지만, 월북과 함께 우리 기억에서 잊어진 박태원이라는 작가가 있다. 최근에 들어서야 남측에서도 그 가치를 인정하고 주목하기 시작한 그의 작품 중 최고로 꼽히는 <천변풍경>이라는 작품이 있다. 이 작품이 말하는 '천변'은 다름 아닌 청계천변을 이른다. 특별한 주인공 없이 청계천 주변과 종로 일대 서민들의 삶을 담담하고 세밀하게 그려낸 이 작품은 1930년대 청계천의 흑백사진을 보는 듯하다는 평을 받고 있다. 이 작품이 그리고 있는 1930년대 서울의 모습은 매우 '리얼'하다. 서울시의 청계천 복원사업으로 청계천은 이제 서울의 명소로 자리 잡았다. 이 시점에 청계천을 중심으로 한 소설을 바탕으로 하여 드라마를 기획해 보는 것도 좋을 듯하다. 작품 자체가 특별한 스토리를 지니고 있는 작품이 아니라는 점을 고려

하여 유니버스 형식의 ‘서울 드라마’를 만들어 볼만 하다. 한류로 인하여 서울을 찾는 일본인 관광객들이 점점 증가하고 있는 추세다. <천변풍경>이 얼마 전 일본에서도 번역·출판되기 시작했다는 것을 생각해 본다면, 일본인들을 대상으로 한 홍보도 가능할 것이라 생각된다. 더불어 청계천에 드라마와 소설을 중심으로 테마 공원, 혹은 테마 거리 등을 조성한다면 또 하나의 명소가 될 수 있을 것으로 기대된다.

관련 상품 제작

서울을 다녀간 관광객들이 서울을 기억할 수 있도록 고안한 관광기념품의 개발이 필요하다. 그들이 서울을 기억하고 간직할 만한 상품을 개발하는 것이 의미 있을 것이라 생각된다. 그런데 서울의 이미지를 대표할 만한 상품들은 그리 많지 않은 것이 사실이다. 한국적인 이미지를 지키는 것도 중요하겠지만 ‘한국 안의 서울’이 지닌 이미지를 지키는 것이 더 바람직 할 것이다. 먼저 서울이 지니고 있는 대표적 문화유산인 조선시대 궁궐을 상품화 하는 방안을 검토해 볼만 하다. 조선시대 궁궐과 그와 관련된 조선의 궁중 문화와 역사 등을 소개하는 외국인들을 위한 서적은 우리문화를 간직하고자 하는 외국인들에게 좋은 기념품이 될 것이다. 또한 궁궐을 만드는 페이퍼 하우스와 같은 상품도 좋을 것이라 생각된다. 또한 서울의 지도적인 모양 단순화 시킨 그림, 혹은 캐릭터를 만들어서 마그넷(냉장고에 붙이는 자석)과 같은 상품들을 만드는 것도 좋을 것이다. 서울의 지도적 모양은 그 자체로 서울을 의미하기 때문에 일상생활에서 서울을 자주 접하면서 기억할 수 있는 매개물 역할을 할 수 있을 것이다. 이러한 생활 소품들은 외국인 뿐 아니라 내국인에게도 가볍게 구매하고 사용할 수 있는 문화상품이 될 수 있을 것으로 기대된다. 이러한 생활 소품 이외에도 서울에 어떠한 지역이 어느 곳에 위치하고 있는지 자연스레 익힐 수 있는 어린이용 퍼즐이나, 서울의 역사와 유적지, 박물관 등 문화적 정보를 담은 어린이용 도서를 발간하여 아이들 스스로가 서울에 대해 관심을 갖고 관심이 가는 문화공간에 부모와 함께 와서 배우는 학습을 유도 할 수 있도록 하는 것도 좋은 교육방법이 될 수 있을 것이라 생각된다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	고궁 관광 코스	외국어 가능 인력 협조	15,000,000
지자체	서울 사진전	일부 기금 협조	15,000,000
	서울의 어제와 오늘	사업 협조	50,000,000
기업	청계천과 서울	사업 협조	50,000,000
	상품개발 및 제작	일부 기금 협조	15,000,000
합계			145,000,000

25) 경주

□ 상징적 의미

경주는 신라라는 하나의 왕조가 수도로 정한 뒤, 천년을 유지해 온 흔치 않은 역사를 지닌 도시이다. 경주의 문화 상징으로 인식되는 것은 ‘고대왕국 신라의 수도’라는 점이고, 이것은 신라의 여러 문화유산들로 집약되고 있다. 경주는 기원전 57년에 진한 사로국의 6촌장들이 모여 박혁거세를 왕으로 추대하여 나라를 세우고 국호를 서라벌(徐那伐)-사로(斯盧)-사라(斯羅)라 하고 수도를 금성(金城)이라 하였다. 이후 서기 65년(탈해왕 9)에는 국호를 계림(鷄林)으로 고쳤다가 307년(기림왕 10년)에는 국호를 다시 신라로 환원하였다. 935년에 신라의 마지막 임금인 경순왕이 즉위하자 처음으로 경주(慶州)라는 명칭이 생겼다. 이후부터 고려시대까지 몇 번의 명칭 변화를 겪은 후 1413년(태종 15)에 와서 경주부로 개칭되었다. 경주에는 유명한 석굴암과 불국사 외에도, 신라의 역사와 문화를 충분히 파악할 수 있는 정도의 다양한 유산이 산재해 있다. 유적의 성격에 따라 불교미술의 보고인 남산지구, 천년왕조의 궁궐터인 월성지구, 신라왕의 묘를 비롯한 고분군 분포지역인 대능원지구, 신라불교의 정수인 황룡사지구, 왕경 방어시설의 핵심인 산성지구의 5개 권역으로 구분할 수 있으며, 이들 지구에는 52개의 지정문화재가 포함되어 있다. 특히 경주 남산은 야외 박물관이라고 할 만큼 신라문화의 정수를 보여주는 곳으로 신라 건국설화에 나타나는 나정(蘿井), 신라왕조의 종말을 맞았던 포석정(鮑石亭)과 미륵골 석불좌상, 배리 석불입상, 칠불암 마애석불 등 수많은 불교유적이 산재해 있다. 월성지구에는 신라왕궁이 자리하고 있던 월성, 신라 김씨 왕조의 시조인 김알지가 태어난 계림(鷄林), 동양 최고(最古)의 천문시설인 첨성대(瞻星臺)등이 있다. 황룡사지구에는 황룡사지와 분황사가 있으며, 황룡사는 몽고의 침입으로 소실되었으나 발굴을 통해 당시의 웅장했던 대사찰의 규모를 짐작할 수 있으며 4만여 점의 출토유물은 신라시대 사 연구의 귀중한 자료가 되고 있다.

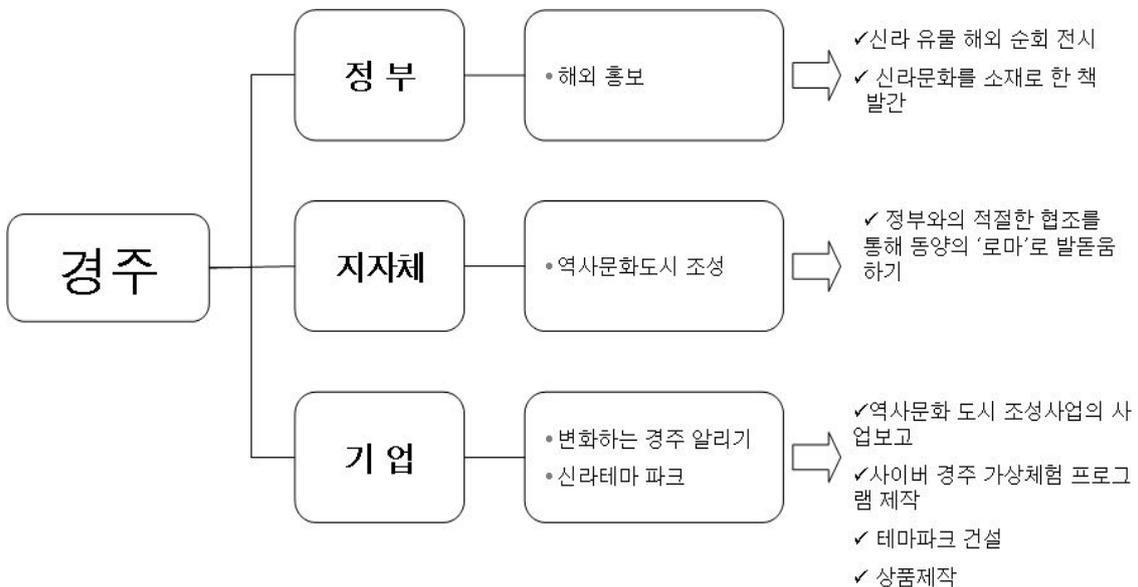
□ 상용화 방안

○ 현황

신라의 문화를 대표하고, 대표적인 관광도시로 손꼽히고 있는 경주는 신라 문화를 소재로 한 문화 특성화 작업이 끊임없이 이루어져 왔다. 올해로 33회를 맞은 신라



문화제가 줄다리기 등 시민 화합의 행사와 화랑 무예, 북춤, 화랑 원화 선발대회 등의 신라 문화를 재현하는 행사로 구성되어 해마다 개최되어 왔다. 또한 남산 유적 답사 프로그램, 자전거 문화유적 투어 프로그램 등 4가지의 문화 체험 행사와 각종 예술제, 문학제 등과 민속행사도 진행하고 있다. 경주의 문화관광을 담당하는 홈페이지는 연중행사 일정, 숙박 시설, 추천 관광지 등 많은 정보가 담겨 있다. 또한 이러한 정보들이 영어와 중국어, 일어로도 서비스 되고 있다는 점이 주목할 만하다. 이처럼 경주는 문화 관광 도시로서 자신들이 보유하고 있는 문화유산을 어떻게 서비스해야 하는 지에 대하여 인식하고 있는 듯하다. 또한 방폐장 건설·역사문화도시 선정 등 지방자치단체 주도로 지역발전에 힘쓰고 있다.



○ 정부 주관 사업

해외 홍보 협조

신라가 가진 문화는 우리 고대사회가 갖고 있는 모든 요소를 보여준다고 할 수 있다. 사회가 발전하기 전 샤머니즘에서는 벗어났지만 종교에 의지하는 불교적인 모습과 지배층이 중심이 되는 귀족적인 문화가 그것이다. 신라의 찬란한 문화와 정신을 알리기 위한 작업으로 신라유물의 해외 전시를 기획해 볼만 하다. 해외 유수의 박물관과 연계하여 순회전시회를 함으로써 신라가 가진 문화의 우수성을 알리고, 더불어 경주를 방문할 수 있도록 홍보하는 것이다. 또한 신라의 문화를 대표하는 항목을 선정해 책으로 발간하는 작업도 필요하다. 예를 들어 서양의 기사문화와 대비되는 '화랑과 원화' 문화를 소개하고 그에 얽힌 설화나 화랑 출신의 위인들을 위주

로 내용을 구성하는 것이다. 신라가 가진 개성적인 문화요소들은 동양에 대한 관심이 높아지고 있는 지금, 서구사회에서 흥미를 끌기 충분한 소재가 될 수 있을 것이다. 이러한 책을 영어와 다른 언어로 번역하는 작업을 함께 한다면 신라의 문화를 해외에 알리는 데 효과적인 방법이 될 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

역사문화도시 조성 협조

경주는 현재 2034년까지 약 30년을 기간으로 하는 역사문화도시 조성 사업을 계획 중에 있다. 4단계로 구성된 이 사업은 그 목적을 '재미와 감동이 넘치는 가보고 싶은 경주', '쾌적한 환경과 시설을 겸비한 살고 싶은 경주', '역사 문화 관광이 조화된 행복한 경주' 만들기에 두고 '히스토피아 경주', '메트로피아 경주', '에코노피아 경주' 만들기를 슬로건으로 내걸고 있다. 이에 경관 정비와 보전을 위해 경관위원회를 설치, 동해남부선 이설 철로의 보행녹지화 등 쉼터 조성 및 시가지 주거환경 개선, 주민커뮤니티 공간 확충사업을 진행하고 있다. 또한 도심 생태공원 조성 및 유적 외곽 순환 교통체계 구축, 천연가스를 이용한 도심순회버스 운행, 역사부지에 메인 정류장을 설치하는 등 역사 체험 공간을 만들고 이를 활용하기 쉽도록 편의시설을 만들 계획이다. 고분군을 중심으로 녹지를 조성하고, 신라왕경 구조 파악의 기초를 마련하는 한편 동부사적지 일대의 신라 옛길을 복원하기로 했다. 특히 황룡사 9층탑 복원과 함께 황룡사 전시관을 건립, 체험 프로그램을 개발하고 경주읍성 내 4대문 등 각종 문화유적지를 복원하기로 하였다. 문화기반 시설 확충을 위해 경주문화예술회관 건립하고 공공시설 이전부지의 문화공간화 등 다양한 시설을 갖춘다. '경주세계문화엑스포'를 세계적 문화 축제로 끌어올리는 한편 '신라문화제'와 '한국의 술과 떡잔치'를 국제적 규모로 육성하고 이와 함께 마을전통 문화체험을 위해 사업비 200억원을 투입해 교촌 한옥마을을 정비, 복원하고 동학발상지를 성역화 한다. 특히 교촌 최씨 고택 사랑채를 복원해 영상관, 전시관, 한옥 체험장, 저잣거리 및 늦전 거리를 조성해 경주를 찾는 국내외 관광객들에게 볼거리를 제공키로 했다. 이와 같은 사업이 성공리에 이루어진다면 2035년의 경주는 신라왕경 재현으로 2천년 역사와 현재, 미래와 공존하며 동양의 '로마'로 탈바꿈할 수 있을 것이다. 이번 사업의 경우 그 규모가 시간이나 예산 모두 매우 큰 사업이 될 것이다. 지난 70년대 추진되었던 '경주종합개발계획'이 예산문제와 정권 교체로 흐지부지 되었던 것을 상기해 볼 때 지방자치 단체의 노력과 계획만으로 이루어지기에는 무리라고 할 수 있다. 정부가 적극적으로 나서서 해외 홍보와 국내 홍보를 협조하고, 적절한 수준의 특별법 제정



을 하는 등 지나치지 않은 정도의 협조를 통해 동양 최고의 역사문화 관광지가 될 수 있도록 도와야 할 것이다.

○ 기업 주관 사업

변화하는 경주 알리기

경주 역사문화도시 조성 사업은 30년을 계획하는 사업이다. 그만큼 예산도 많이 들고 기간도 긴 사업이라고 할 수 있다. 지금도 경주의 문화관광 홈페이지는 잘 운영되고 있지만, 그 사업이 오랜 시간 진행되는 동안 자칫 사람들의 뇌리에서 잊혀질 수 있다. 역사문화도시로 선정됨으로써 쏠린 관심을 계속 이끌어 가고, 사업 보고와 손쉽게 변화해 가는 경주의 모습을 접할 수 있도록 하는 서비스가 필요하다. 역사문화도시 사업을 위한 포털 사이트를 만들어서 어떠한 사업이 얼마나 진행되고 있는지 게시함으로써 국민들의 관심을 잡아두고, 가능하다면 진행되고 있는 사업과 병행하여 사이버 상에서도 변화하는 경주를 즐길 수 있는 가상체험 프로그램을 만든다면 사업이 진행되는 동안에는 완성된 경주에 대한 기대감을 배가 시키고, 사업이 완료된 후에는 안내와 체험을 함께 할 수 있는 서비스로서 이용할 수 있을 것이다.

신라 테마파크 협조

한창 고대사에 대한 관심이 높아지고 있다. 더불어 찬란했던 우리의 고대 문화에 대한 관심도 높아지고 있다. 소비자들은 우리의 문화를 체험하고, 나아가 생활 속에서 문화를 함께 하기를 원하고 있다. 고대 문화 중 신라시대가 지니고 있는 화려한 불교문화와 궁중 문화 등은 분명히 좋은 소재가 될 수 있을 것이라 생각된다. 신라의 많은 유물·유적·문화유산들을 활용하여 한곳에서 체험할 수 있는 테마파크를 조성하고, 관련 상품을 개발하여 판매를 하는 방안을 검토해 볼만하다. 그저 관광지에 서처럼 눈으로 보고 지나치는 것이 아니라, 직접 손으로 만져보고 몸으로 체험할 수 있는 프로그램과 환경을 조성하는 것이다. 예를 들어 포석정을 그대로 복원하여 직접 체험해 볼 수 있도록 곳곳에 만들어 둔다거나, 신라 왕궁을 재현하여 직접 왕실의 복장을 입어보고, 음식을 체험할 수 있도록 한다거나, 신라시대의 장터를 조성하고 그 곳에서 물건을 파는 사람들이 신라의 서민들 복장을 하고 관광 상품을 판매하는 것 등이 될 수 있을 것이다. 또한 모노레일을 설치하여 손쉽게 테마파크를 관광할 수 있도록 하는 방안도 추진할 만하다. 이러한 사업들은 청풍문화재 단지와 같은 사업과 유사할 수 있겠지만 보다 확실한 고증과 질 높은 서비스를 제공하는 다

면 제대로 된 역사문화 테마파크의 역할을 할 수 있을 것이다. 판매하는 관광 상품 또한 당 시대의 손거울, 식기 등의 생활 소품부터 왕실에서 사용할 법한 술잔·도자기·장신구 등을 재현한 상품들을 다양하게 판매한다면 외국인들과 내국인 관광객 모두에게 큰 호응을 얻을 수 있을 것이다. 우리나라의 관광지에 가면 대부분의 상품들이 기념품의 수준에 머무르고 있는 것이 안타까운 점이라고 할 수 있다. 외국인들 또한 구입을 하고 싶어도 살 만한 물건들이 없음을 안타까워한다. 이러한 의견을 수렴하여 보다 '신라'적인 상품들로, 해당하는 곳이 아니면 살 수 없고, 간직할 만한 가치를 가진 상품들을 개발하는 것이 무엇보다 중요한 일이라고 할 수 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	신라유물 해외 전시	사업 협조	50,000,000
	신라문화 도서 발간	일부 기금 협조	10,000,000
지자체	역사문화도시 조성	사업 협조	30,000,000
기업	역사문화도시 포털 사이트	제작 협조	50,000,000
	신라 테마 파크	일부 기금 협조	30,000,000
합계			170,000,000



26) 평양

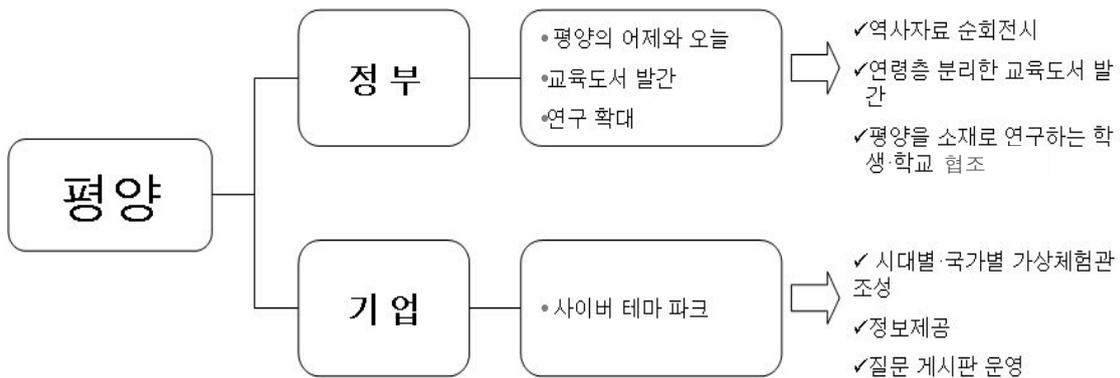
□ 상징적 의미

평양은 단군이 처음 나라를 세울 때, 도읍으로 정한 곳이며 고조선의 정치·경제·문화의 중심지였다. 이후 평양은 시대가 해도 그 위상을 잃지 않고, 수도로서 혹은 지역의 중심으로서 그 역할을 수행해 왔다. 현재에도 평양은 북한의 수도로서 기능하고 있다. 이처럼 평양이 오랜 역사를 간직한 도시이기에 많은 유물·유적을 보유하고 있다. 고분으로 대성구역의 고구려고분, 역포구역 무진리의 동명왕릉 등이 있으며, 성터 및 절터로는 낙랑구역의 낙랑리 토성, 대성구역의 대성산성·안학궁터, 청암리토성, 평양성, 외성, 내성, 북성, 영명사터 등이 있다. 누정으로는 연광정·승령전·최승대·을밀대·현무문·부벽루·청류정 등이 남아 있다. 특히 대동문·보통문은 국보급으로, 평양종·승인전·오순정·칠성문·홍복사 6각7층석탑·영명사 8각석불·중흥사당간지주는 보물급으로 지정되어 있다. 한편 대동강 주변에는 모란봉·을밀대·만경봉 등의 명승지와 능라도·양각도 같은 섬들이 있어 예로부터 풍치가 뛰어난 곳으로 알려져 있으며, 평양 관광권을 이루고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 평양을 소재로 한 적극적인 작업은 이루어 지지 않고 있는 상태이다. 얼마 전에 평양유물이 주체가 된 북한유물이 서울에서 전시된 사례가 있지만, 남측의 적극적인 작업은 찾아보기 힘들다. 북한에서는 고구려 고분군에 대해 유네스코 세계문화유산 등재를 신청, 선정되는 등 고구려의 수도로서 기능했던 평양의 모습을 지키려 노력하고 있다. 또한 아직 그 진위에는 논란이 있지만 대대적인 단군릉 복원사업과 함께, 발굴된 인골의 시대 측정을 통해 단군의 인골일 가능성이 높다는 주장을 펴는 등 평양이 고조선의 수도였음을 부각시키고, 역사가 싶은 도시임을 강조했다.



○ 정부 주관 사업

평양의 어제와 오늘

평양은 고조선 뿐 아니라 고구려의 전성기에 정치·문화·사회 전반의 중심지였으며, 그 전후에도 북부문화권의 중심지가 되어 왔던 곳이다. 때문에 그 역사가 길 뿐 아니라 매우 화려하다고 할 수 있다. 비록 북한에 위치하고 있어 직접 가보기는 어렵지만 남한에 남아 있는 역사적 자료를 모아서 해마다, 혹은 일정 주기를 정해서 자료 전시회를 기획해 볼 만 하다. 서울 뿐 아니라 지방의 국립 박물관을 활용 한 순회전시는 갈 수 없는 곳에 대한 갈증해소와 함께 우리 고대사연구와 홍보에 대한 새로운 자극이 될 수 있을 것이다. 또한 평양의 역사를 담고 있는 기록 자료들을 모아 함께 전시하는 것도 갈 수 없는 유적지를 간접적으로나마 느끼고, 평양이 우리의 문화와 역사에 어떠한 모습으로 기여 해 왔는지 알릴 수 있는 기회가 될 것이다.

교육 도서 발간 협조

역사적 자료라는 것은 그림, 사진 등의 시각적 자료 뿐 아니라 지방색이 짙은 음악이나 지방의 특색 있는 문화유산·풍습까지도 포함한다. 또한 실록이나 각 사료에 등장하는 부분도 있을 것이며 평양이라는 지역에 얽힌 설화도 있을 것이다. 이렇게 발굴한 자료들을 토대로 하여 각 연령층을 대상으로 한 책을 발간하는 것도 좋은 효과를 거둘 수 있을 것이다. 어린이들을 대상으로 한다면 설화나 신화, 역사적 일화 등을 엮어서 이야기 형태로 제시하고, 사진·그림 자료 등을 덧붙이면 흥미를 끌어서 교육적 효과를 높일 수 있을 것이다. 또한 대상연령층을 중·고등학생 이상으로 한다면 설화가 지니는 시대적 배경에 대한 설명을 덧붙이거나 사진, 그림에 대한 설명까지도 함께 하여 고대사에 대한 인식을 바로하고 교육적인 효과도 거둘 수 있을 것이라 기대 된다.



관련 연구 확대

앞서 말한 것처럼 평양이 담고 있는 역사는 매우 넓고 크지만 이에 대한 직접적인 연구는 북한에 위치하고 있다는 것 때문에 적극적으로 이루어 지지 않았다고 할 수 있다. 고대사 연구 확대의 일환으로 평양을 중심으로 한 국가의 생성과 발전, 문화의 성장과 변화 등을 연구하여 고대사를 확립하는 부분도 매우 중요하다. 이러한 소재를 연구하는 학생이나 학교에 기금을 마련하여 장학금을 주는 형식으로 협조한다면 질 높은 수준의 성과를 이루어 낼 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

사이버 테마파크

평양이 쉽게 갈 수 있는 곳이 아닌 만큼 이 부분을 어느 정도 보완할 수 있는 상품이 필요하다. 고조선과 고구려를 테마로 하여 시대별, 국가별로 체험할 수 있는 사이버 테마파크가 그 방안이 될 수 있을 것이라 생각된다. 사이버 테마파크의 특성상 소재와 기술력, 유저가 있다면 얼마든지 자료를 제공할 수 있다. 평양의 모습을 시대별로 고증하여 자세히 체험할 수 있도록 가상 체험관을 만들고, 이를 통해 당 사회의 사회적 분위기나 모습 등을 보다 가까이 다가설 수 있게 한다면, 고대사에 대한 인식과 개념이 절대적으로 부족한 지금 프로그램 사용자에게 올바른 역사적 인식과 역사에 대한 흥미를 비롯해 자긍심까지도 심어줄 수 있을 것이다. 이러한 가상체험 공간이 주는 영향력과 효과는 크지만 그것이 메울 수 있는 부분은 한계가 있다. 때문에 연구 결과를 토대로 한 정확한 정보의 제공이 필요하다. 현재 중·고등 학생들은 수행평가제도 시행으로 인해 깊은 수준의 학습을 필요로 하지만 그 부분을 채워주는 자료가 드문 것이 사실이다. 이로 인해 때로는 인터넷 포털 사이트에서 네티즌들이 작성한 근거 없는 자료들 간의 공방전이 벌어지기도 한다. 때문에 이러한 정보제공은 현 시점에서 꼭 필요한 부분이라고 할 수 있다. 효과적인 정보 제공을 위해 기본적인 자료 제공은 물론 사용자들의 질문에 적절한 답을 해 줄 수 있는 게시판을 서비스 하는 것도 효과를 높일 수 있는 방안이 될 것이다. 이 질문 게시판의 답변을 고대사를 전공하는 학생들이나 연구소에 맡긴다면 산학 협력을 통해 학생들과 주도 기업 모두에게 이로운 결과를 낳을 것이라 생각된다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	평양 유물 및 기록자료 전시	사업 협조	30,000,000
	교육도서 발간	일부 기금 협조	20,000,000
	연구 확대	일부 기금 협조	30,000,000
기업	사이버 테마파크	사업 협조	50,000,000
합계			130,000,000



27) 단군

□ 상징적 의미

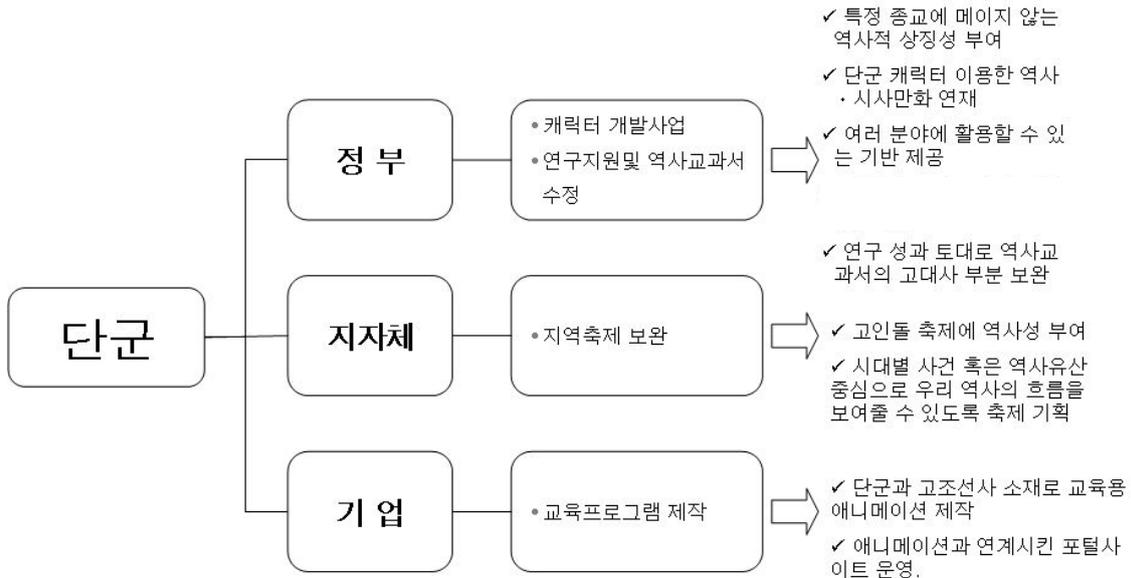
단군은 민족의 시조로 여겨지는 인물로서 역사와 신화의 경계를 넘나들며 국가와 민족의 단결이 필요한 시점에 이르면 구심점역할을 해 왔다. 과거에도 그러하였으며 현재에 이르러서도 남한과 북한 모두 사실과 신화적 요소에 대한 논란을 계속하면서도 그 정신적 위상은 줄어들지 않고 있다. 또한 단군은 학술과 이념의 차원을 넘어, 종교에도 영향을 미치는 등 거국적, 거족적 문화상징으로 자리 잡고 있다. 단군에 관한 기록은 고려시대 문헌을 통해 정착하였다. 일연이 지은 <삼국유사(三國遺事)>와 이승휴의 <제왕운기(帝王韻紀)>는 고조선을 개국한 단군의 존재가 기원의 측면에 있어서 하늘로부터 연원하는 신성한 존재이면서도 중국에는 산신으로 좌정한 초월적인 존재임을 공통적으로 시사하고 있지만, 구체적인 부분에서는 차이를 드러내기도 한다. 단군은 한국사 혹은 한국종교사를 서술하는 첫머리에 역사적 실체인 정치적인 군장으로 등장하기도 하고 혹은 민족 고유의 종교적 실체로서 선교(仙敎), 신교(神敎), 무속의 원형(단골)으로 등장하기도 한다. 단군신화는 민족적인 수난과 위기의 상황에서 민족 통합의 상징과 구심체로 요청되어 왔다. 가령, 고려 대몽 항쟁기에 민족시조의 내력담으로써 단군신화가 채록되고, 임진왜란과 병자호란 이후 단군에 대한 인식이 강화되고, 한말 일제하의 국권피탈 과정에서 단군에 대한 신앙이 조직(大倮敎, 檀君敎)되었다는 점은 단군이 우리민족에게 끊임없이 근원적인 힘의 상징으로 작용하였음을 의미한다. 심지어 북한은 1990년대 들어 고고학적인 발굴을 통해 단군릉을 복원하고 이를 주체적인 상징으로 보편화하려 했다. 그러나 20세기 다종교 상황에서 단군을 민족신앙의 상징으로 파악하는 데에는 한계와 갈등이 뒤따르기도 하였다.

□ 상용화 방안

○ 현황

단군은 우리 민족의 시조로 여겨져 온 인물이다. 그러나 단군을 문화화 하는 국가 차원의 정책은 이루어 지지 않고 있는 것이 현실이다. 현재 정부는 국조 단군의 영정이 난립할 것을 우려하여 대중교 총 본산에서 제작한 것만을 인정하는 것으로 표준 영정을 정해 놓은 것 말고 다른 특별한 활동은 하지 않는다. 그러나 대한민국의

국조(國祖)로 인정하고 있는 만큼 이에 대한 문화적 활용방안이 마련되어야 한다고 할 수 있다. 또한 지역차원에서는 강화도에 마니산과 참성단이 있는 것과 관련시킬 수 있는데, 강화도의 고인돌 축제 행사의 일환으로 첨성대에서 제의를 올리는 행사를 갖는다.



○ 정부 주관 사업

캐릭터 개발 사업 협조

먼저 단군이 가지고 있는 이미지를 다양화 할 필요가 있다. 단군을 특정 종교의 시선에서 바라보는 것이 아닌, 우리 고유의 역사적·문화적 인물로서 평가하고 국민들로 하여금 좀 더 가깝고 친근하게 다가갈 수 있도록 하기 위함이다. 현재 인터넷 상에서는 단군을 캐릭터화 한 그림들을 검색하면 쉽게 찾아 볼 수 있다. 이러한 캐릭터들이 난립을 막고 단군의 역사성과 의미를 잘 살린 캐릭터를 통해 국내·외에 우리 민족문화의 상징으로 홍보할 수 있도록 하는 차원에서 다각화 된 단군 캐릭터의 개발이 시급하다. 기존의 엄숙한 단군의 영정이 아닌, 보다 활동적이고 친근한 모습의 캐릭터와 영정에 가까운 캐릭터 등 여러 상황과 성격에 맞게 활용할 수 있는 캐릭터들을 개발하자는 것이다. 이러한 작업은 단군에 대한 이미지가 특정 종교와 연결되어 한정되는 것을 막고, 단군과 고조선에 대한 역사·민족적 개념을 바로 잡고 보급시킬 수 있는 계기를 마련할 수 있을 것이다. 이러한 작업을 통해 만들어진 캐릭터들을 교육 프로그램이나 개천절 행사, 애니메이션 제작 등을 통해 그 활용한다



면 기준에 단군이 가지고 있는 여러 이미지를 보다 긍정적으로 쇄신하는데 큰 도움이 될 것이라 생각된다. 단군의 캐릭터 개발을 위해 공모전을 개최하고, 이 캐릭터를 이용해 역사나 문화·시사·만화를 문화관광부 홈페이지 등에 연재한다면 캐릭터가 가진 의미도 살릴 수 있고, 단군을 보다 사람들의 의식 속으로 끌어들이 수 있는 방안이 될 수도 있을 것이다.

연구 협조와 역사교과서 서술

흔히 우리나라의 역사를 반만년 역사라는 말을 통해 표현한다. 그 시간 중 가장 많은 세월을 차지하고 있는 것이 고대사, 즉 고조선의 역사라고 할 수 있다. 그러나 국사 교과서에서 고조선에 대한 언급은 너무나도 짧다고 할 수 있다. 이렇게 고대사에 대한 교육이 이루어 지지 않기 때문에 관심이 줄어들고 가장 기본적인 역사적 지식도 공유가 되지 않는 것이다. 올바른 고대사 교육을 위해서는 일단 충분한 연구가 필요할 것이다. 이를 위해서 고조선의 역사와 문화, 더불어 고대사를 전공하는 학생들이나 대학의 연구소를 협조함으로써 고대사 연구를 활성화 시켜야 한다. 이후 연구 결과를 토대로 하여 역사교과서를 다시 서술하여 청소년 시기의 역사 교육이 올바르게 이어 질 수 있도록 해야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

지역 축제 보완

동국여지승람에 의하면 단군이 평양에 도읍한 후 황해도에 있는 구월산에 옮겨 산신이 될 후에 강화도 마니산에서 지냈다는 기록이 있다. 또한 마니산에는 단군이 쌓았다고 전해지는 제천지(祭天地)인 참성단이 있다. 현재 강화도에서는 고인돌 문화축제 기간에 참성단과 마니산의 행사를 함께 진행하고 있다. 강화도는 우리의 역사가 많이 스쳐간 곳이다. 선사시대의 고인돌로부터 단군 시대에 참성단과 고려 시대의 피난과 고려대장경 제작, 조선시대의 신미양요 등 많은 사건들이 일어난 역사적 색채가 짙은 지역인 것이다. 시대별 상징을 통해 역사성을 보유하고 있다는 점을 살려 고인돌 축제를 하나의 역사축제로 보완한다면 보다 가치 있는 축제를 만들 수 있을 것이라 기대된다. 각 시대 상징 간에 연관성을 만들어 축제에 통일성을 부여하고, 각 항목이 지닌 역사성을 개별적으로 부각시킨 행사를 기획하여 단순한 지역 축제가 아닌 우리민족의 역사적 흐름을 보여 줄 수 있는 축제로 발전시킨다면 세계적인 축제로 발돋움할 수 있을 것이라 생각된다.

○ 기업 주관 사업

교육 프로그램 제작

단군과 고조선을 소재로 한 교육 프로그램은 찾아보기 힘들다. 그러나 단군이 민족의 시조로, 고조선이 우리민족 최초의 국가로 여겨지고 있는 지금 고조선과 단군에 대한 교육은 매우 중요하다고 할 수 있다. 단군과 고조선의 역사를 바탕으로 그 의미를 올바르게 심어줄 만한 교육용 애니메이션을 제작할 필요가 있다. 아이들에게 흥미를 끌고, 학부모들로 하여금 교육적 효과가 있다고 판단하게 할 만한 기획을 갖추는 것이 중요할 것이다. 애니메이션을 통하여 역사에 대한 친근감과 함께 등안시 되어 왔던 고조선사 및 고대 역사에 대한 관심과 이해를 높일 수 있는 기회를 만들어 낼 수 있을 것이다. 또한 애니메이션을 방영하는 것으로 끝날 것이 아니라, 애니메이션과 연계한 포털 사이트를 운영함으로써 애니메이션이 담지 못했던 역사적 사실이나 궁금증을 토론하는 게시판 등을 운영하고, 학부모들을 위해서는 다른 교육 자료를 제공할 수 있도록 하는 것도 좋은 방안이 될 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	캐릭터 개발사업	일부 기금 협조	10,000,000
	고대사 연구 및 역사교과서 수정	사업 협조	30,000,000
지자체	지역축제 보완	일부 기금 협조	20,000,000
기업	교육용 애니메이션 제작	제작 협조	20,000,000
	교육용 포털사이트 운영	일부 기금 협조	20,000,000
합계			100,000,000



28) 광개토 대왕

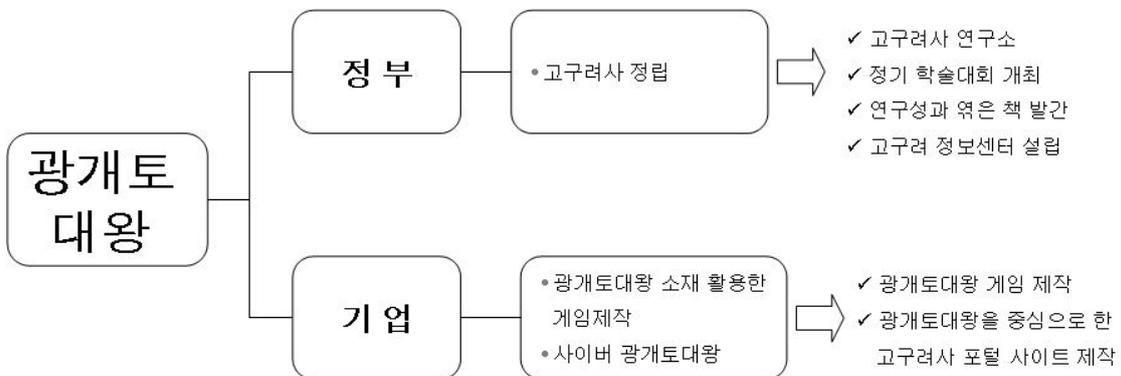
□ 상징적 의미

삼국시대, 삼국을 통일한 것이 신라가 아닌 고구려였다면 지금의 대한민국은 훨씬 큰 영토를 보유하고 있었을 것이라 하는 역사적 가정이 있다. 이 말처럼 오늘을 사는 한국인들에게 있어 고구려는 ‘강성한 나라’임이 틀림없다. 또한 외국의 침략에 시달려온 우리 역사의 자부심이기도 하다. 때문에 광개토 대왕이 지니고 있는 역사적·정신적 의미는 한국인들에게 있어 매우 크다고 할 수 있다. 최근 중국의 고구려 역사 왜곡 작업으로 그 어느 때 보다도 고구려 역사에 대한 관심도가 높아졌다. 이러한 국내의 관심을 반영하여 ‘민족문화 상징 100선’에 광개토 대왕을 포함시킨 것은 고구려 역사에 대한 관심을 더욱 높이고 연구협조와 같은 기본적 토대를 만드는 일부로 산업화를 통해 우리 역사임을 강조하는 작업까지도 필요함을 강조하는 것이라 할 수 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 광개토 대왕에 관한 콘텐츠에 대한 관심은 매우 높아지고 있으나 그러한 사회적 분위기와 요구에 충족할만한 결과물은 많이 나와 있는 상태가 아니다. 고구려사에 대한 연구나 학회도 산발적이고 자발적으로 이루어지고 있는 상태이고 상품 개발이나 콘텐츠 제작은 거의 이루어 지지 않고 있는 상태이다. 그러나 관심이 높고 소비를 원하는 층도 두텁기 때문에 개발이 이루어지기 시작한다면 활발하게 이용될 수 있을 것이라 생각 된다.



○ 정부 주관 사업

고구려사 정립 협조

중국의 동북공정으로 인하여 고구려 역사에 대한 관심이 높아지고 있으며, 그 중요성이 대두되고 있는 시점이다. 현재 고대사에 대한 자료가 많지 않다는 이유로 이에 대한 교육이 미비한 상태다. 때문에 고구려에 대한 기본적인 지식이 보편화 되지 않은 것이 사실이다. 동북공정으로 인하여 이에 대한 사회적 요구는 매우 높아져 있는 지금, 광개토대왕으로 대변되는 고구려 문화에 대한 정립이 필요한 시기라고 할 수 있다. 일단 고구려사의 정립을 위해 지금 운영되고 있는 고구려사 연구 학회 중 하나를 선정하여 협조를 하거나, 새로운 고구려사 연구소를 만들고 협조할 필요가 있다. 또한 정기 학술대회를 열어 수준 높은 연구 결과에 대해서는 선정하여 책으로 발간하는 등 대중화하는 작업을 거쳐야 할 것이다. 이러한 대중화 사업의 일환으로 고구려 정보센터를 설립하여 고구려를 비롯해 동북공정과 관련된 학술논문, 연구자료 등을 따로 모아 보관하여 공공도서관 방식으로 운영하고, 더불어 박물관의 형태로 남한지역에서 확보된 고구려 유물을 전시하고, 역사적 내용을 전시하는 형태로 운영할 필요가 있다. 이러한 공간은 어린이와 청소년, 그리고 성인들에게도 교육공간으로서의 역할과 더불어 하나의 문화공간으로서 기능할 수 있을 것이라 기대된다. 중국의 동북공정에 어마어마한 비용이 투자되고 있으며, 그들의 고구려사 왜곡이 정도를 넘어서고 있음을 차치 하고라도, 우리의 역사에 대한 연구가 제대로 이루어 지지 못하고 정립이 되지 않았다는 문제를 해결해야 할 필요가 있으며, 이를 제대로 연구하고 알기 위함이다. 중국의 동북공정에 맞서기 위해서가 아니라, 우리의 역사를 제대로 밝히기 위해서 신중하고 장기적인 안목으로 고구려사를 연구하고, 정립하는데 힘써야 하겠다.

○ 기업 주관 사업

광개토대왕 소재 활용한 게임제작

광개토대왕이라는 인물은 일생이 매우 극적이다. 많은 정복전쟁을 통해 영토를 늘렸던 점, 젊은 나이에 요절 한 점, 그를 기리는 비석은 있으나 그의 능은 발견되지 않았다는 점 등 극적인 인생경로를 보여주고 있다. 이를 이용하여 광개토대왕을 주인공으로 하고, 그 시대의 삼국관계, 중국과의 관계, 왜와의 관계 등을 주제로 컴퓨터 게임을 기획해 볼 만 하다. 컴퓨터 게임의 질이 점점 높아지고 있고, 그 위치도 확고해져서 또 하나의 한류로 불리고 있는 시대에 고구려를 대표하는 인물인 광개토대왕을 내세운 게임은 대외적으로는 우리의 역사를 알리고, 대내적으로는 역사와의 친밀감을 높이고 역사적



자극심을 고취시킬 수 있는 기회가 될 것이다. 다만 터무니없는 내용이 아닌, 스토리 구조나 이야기의 흐름에 있어서 철저한 고증을 통해 최대한 사실에 가깝게 만들어야 할 것이다. 아시아권, 특히 일본에서 폭발적인 인기를 끌고 있는 배용준이 광개토 대왕역을 맡은 '태왕사신기'라는 드라마가 촬영 중에 있다. 이 드라마가 일본과 중국 등지로 팔려 나갔을 때의 효과를 기대하고 있는 지금, 고구려사에서 가장 위대한 인물로 손꼽히는 광개토대왕의 삶을 게임으로 만들어서 국내 사용자뿐 아니라 외국인들에게도 우리 역사를 가깝게 알릴 수 있을 것이다. 위에서 언급한 고구려사 연구소와 온라인 콘텐츠 제작업체의 협력을 유도하고, 이에 정부의 협조를 바탕으로 콘텐츠를 제작한다면 여러 가지 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다.

사이버 광개토 대왕 기념관

광개토대왕에 관한 사이버 박물관을 만들고 광개토대왕의 일생을 비롯하여 업적과 당시 고구려의 상황까지 체계적으로 서비스한다면 한국 역사를 재발견하고 파급시킨다는 점에서 기업 이미지 제고에 도움이 될 수 있다. 고구려의 땅이었던 중국은 현재 갈 수 없는 곳이다. 한국의 고구려사 연구를 우려한 중국 측의 단속으로 인해 지난 날 고구려의 영토였지만 갈 수 없는 곳이 우리의 찬란한 역사가 담겨있는 그 곳이다. 그러므로 직접 볼 수 없는 유물과 유적을 애니메이션 기법이나 사진자료들을 이용해 사이버 상에서 전시하는 것은, 또 다른 형태의 전시라는 의미와 더불어 갈 수 없는 유적, 볼 수 없는 유물을 보여준다는 의미에서뿐만 아니라 역사적 지식과 자긍심을 전달한다는 의미에서도 매우 특별한 전시가 될 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	연구지원 및 학술대회 개최	사업 협조	30,000,000
	연구 성과 엮은 도서 발간	일부 기금 협조	30,000,000
	고구려 정보센터 설립	사업 협조	50,000,000
기업	광개토 대왕 활용 게임제작	일부 기금 협조	20,000,000
	정보 포털 사이트 운영	일부 기금 협조	20,000,000
합계			150,000,000

29) 원효

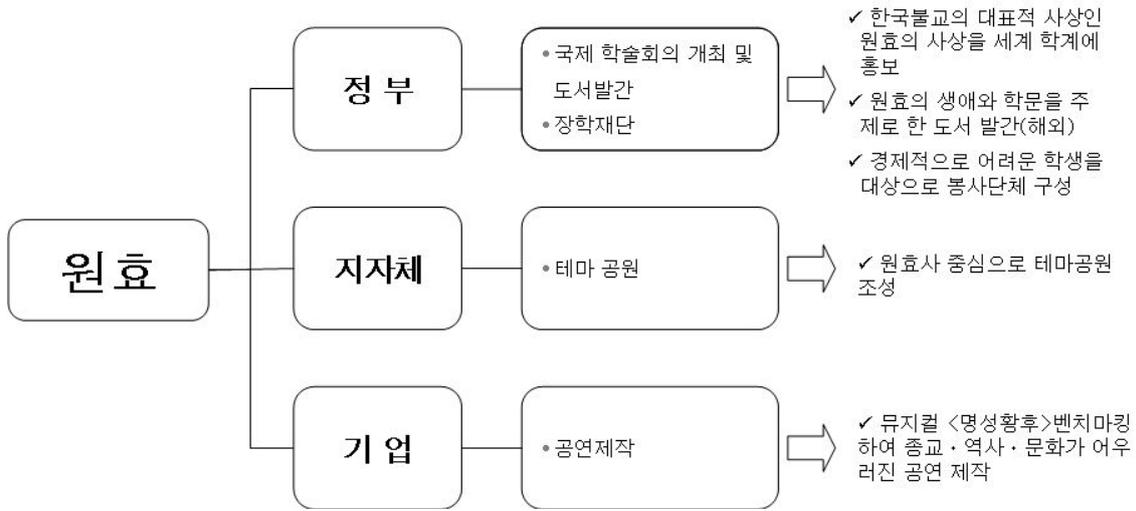
□ 상징적 의미

원효는 신라시대의 고승으로 이두를 만든 설총의 아버지이기도 하다. 원효는 의상과 함께 당나라로 유학을 가다 해골에 고인 물을 마시고 깨달은 바가 있어 유학을 포기 하고 돌아왔다는 일화가 유명하다. 현존하는 그의 저술은 20부 22권이며, 현전하지 않는 것을 포함하면 100여부 240권에 이른다. 그중에서도 <대승기신론>과 <금강삼매경론>은 중국 불교계에서도 찬사를 들을 정도였다. 그의 사상은 민중 교화적이면서도 종파주의에 빠지지 않는 회통불교의 성격을 보여준다. 원효는 200여권이 넘는 많은 불교 관계의 저술을 남겨 당시 중국인들로부터 ‘해동보살(海東菩薩)’이라고 일컬어 졌으나 스스로 파계하여 요석공주와의 사이에서 설총을 낳기도 하였다. 그는 속세로 나와 속복(俗服)을 입고 스스로 소성거사(小姓居士)라 칭하며 무애(無碍)박을 들고 전국 방방곡곡을 노래하고 춤을 추면서 ‘나무불(南無佛)’을 불러 불교를 대중화 하는 데 앞장섰다. 이리하여 왕실과 귀족중심이었던 신라불교가 서민들에게 보급되면서 진정한 국교로 거듭나게 되었다. 그의 불교사상에서 주목되는 것은 일심사상이다. 그에게 일심(一心)은 만법이 귀일하는 근원적인 원천이었다. 두 번째로 주목되는 그의 회통불교적 성격은 화쟁사상으로 압축된다. 일심의 귀일처를 지닌 그의 사상으로서의 여러 사상체계를 조화시킬 수 있는 토대를 가지고 있는 셈이었다. 마지막으로 원효는 일체에 걸림이 없는 원융한 삶을 통해 모든 분별을 극복하고자 하는 무애사상을 실천한 사상가였다.

□ 상용화 방안

○ 현황

원효를 소재로 한 사업은 경주의 ‘원효 예술제’가 있다. 이 행사 기간 동안 예술제와 더불어 학술발표, 논문집 발간 등의 활동을 한다. 그러나 이외에는 원효를 중심으로 이루어지는 사업은 찾아보기 힘들다. 서울에도 ‘원효로’, ‘원효대교’ 등 그의 이름을 붙인 곳이 있을 정도로 그의 업적과 사상을 중요시 생각하면서도 정작 이를 알리려는 노력은 부족한 것 같다.



○ 정부 주관 사업

국제 학술회의 개최 및 도서 발간

‘불교문화권’이라는 말이 있을 정도로 동양의 많은 나라들이 그러하지만, 불교는 우리나라 역사와 고대국가의 형성과 발전과정에서 많은 역할을 했다고 해도 과언이 아닐 것이다. 다시 말해 우리의 역사·문화와 불교를 떼어놓고 생각하기는 어렵다는 것이다. 그 안에서도 원효의 사상과 생애는 귀족적인 성격이 짙은 불교를 대중들이 향유 할 수 있도록 했다는 점에서 매우 의미가 깊다고 할 수 있다. 국내에서는 매우 익숙한 인물이지만 아직 외국에서는 그의 사상에 대해 알지 못하는 경우가 많다. 원효는 퇴계·세종대왕 등과 함께 우리나라의 지성을 대표하는 인물이다. 이러한 인물의 사상이 외국에 알려 진다면 우리나라의 문화와 사상, 역사성에 대한 관심을 이끌어 낼 수 있고 더불어 우수성에 대해서도 알릴 수 있는 좋은 기회가 될 것이다. 외국의 학술재단이나, 불교문화를 전공하는 학교와의 연계를 통해 학술발표회를 개최하는 것은 해당 학문을 연구하는 학자들에게 원효의 사상과 생애를 알림으로서 보다 직접적인 효과를 거둘 수 있을 것이다. 또한 원효의 생애와 학문을 서술한 도서를 발간하는 것도 좋은 방법이 될 것이다. 위의 방안이 학자들을 대상으로 이루어지는 것이라면 도서를 발간하는 일은 대중을 상대로 하는 방안이라고 할 수 있다. 그의 드라마틱한 인생과 함께 훌륭한 사상까지 엿볼 수 있는 좋은 기회가 될 수 있을 것이다. 또한 이를 통해 한국 고대사회의 분위기와 함께 종교가 어떠한 방법으로 전파되는 지 등 동양의 고대 문화를 간접적으로 접할 수 있는 도서가 될 것이다.

장학재단 설립 협조

원효는 불교를 대중화하기 위해 많은 노력을 기울였던 인물이다. 대중을 그의 이러한 뜻을 기려 장학재단을 만들고 더불어 봉사단체를 조직한다면 매우 뜻 깊은 작업이 될 것이다. 공부를 하고 싶어도 가정 형편상 하기 어려운 학생들을 대상으로 과외를 해 주는 대학생 봉사단체를 조직하고, 혜택을 받은 학생들이 대학에 가면 다시 그와 같은 활동을 하는 시스템을 만드는 것이다. 심화된 경쟁으로 공교육만으로 대학에 가기가 어려워진 지금, 배움의 꿈을 접어야 하는 학생들이 많아지고 있는 것이 현실이다. 누구에게나 성불할 수 있는 기회를 주고자 했던 원효의 뜻을 기려 누구나 공부 할 수 있는 기회를 가질 수 있도록 하자는 취지를 둔다면 봉사하는 사회 구현이라는 의미와 함께 반복되는 봉사라는 의미에서 청소년과 대학생 모두에게 좋은 혜택이 될 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

관련 테마공원 건립 협조

광주 무등산에는 원효계곡이 있다. 무등산 송광사의 말사로 ‘원효사’가 있는 곳이다. 신라 문무왕 때 원효가 이곳에 머물면서 절을 개축한 후부터 원효사·원효암·원효당 등으로 불렸다고 하는 설과 고려 충숙왕 때 이름 있는 승려가 절을 창건하고 원효를 사모하는 마음에서 원효사라고 했다고도 전해진다. 이곳을 원효 관광 코스로 지정하고, 테마공원 조성을 기획 해 볼만 하다. 원효를 기념할 수 있는 물건들을 전시하고 정기적으로 원효의 사상을 강의하는 등의 사업을 진행하는 것이다. 이러한 공간은 교육공간과 함께 휴식공간의 기능도 함께 할 수 있을 것으로 기대된다.

○ 기업 주관 사업

관련 공연 제작 협조

원효의 삶과 사상은 그 여정 자체가 매우 극적일 뿐 아니라 교훈적이기도 하다. 게다가 종교인의 삶이었던 만큼 숭고하고 신비스러운 이미지를 느끼게 해 준다. 이러한 점을 착안하여 그의 인생을 극화시켜보는 것도 상용화 방안이 될 수 있다. 원효의 상과 인생을 주제로 하여 뮤지컬이나 연극을 제작하여 국내·외 해외에서 공연한다면 경제적 수익과 함께 문화를 알리는 데도 큰 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다. <명성황후>의 경우 세계 유수의 극장에서 공연되었으며, 그 문화적 요소와 작품성으로 극찬을 받았다. 이를 벤치마킹하여 종교·역사·문화가 함께 어우러진 작품



으로 제작 한다면 우리문화를 효과적으로 알리는 방안이 될 수 있을 것으로 기대된다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	국제 학술대회 및 도서발간	사업 협조	40,000,000
	학비 지원 및 교육봉사단체 운영	사업 협조	10,000,000
지자체	테마공원 조성	일부 기금 협조	15,000,000
기업	공연 제작	일부 기금 협조	20,000,000
합계			85,000,000

30) 세종대왕

□ 상징적 의미

세종대왕은 한글 창제, 측우기 개발, 농사 편찬 등 찬란한 문화를 이끌었던 조선시대의 국왕으로, 현재 한국인이 가장 존경하는 역사상 인물 중 하나이다. 조선왕조의 제4대 임금으로 1397년(태조 6)에 태어나 1450년에 승하하였다. 세종이 재위하던 15세기 전반기는 우리 민족의 역사에 있어서 가장 훌륭한 유교정치, 찬란한 문화가 이룩된 시대였으며, 정치적으로 안정되어 정치·경제·사회·문화 등 전반적인 기틀을 잡은 시기였다. 집현전(集賢殿)을 통하여 많은 인재가 배양되었고, 유교정치의 기반이 되는 의례와 제도가 정비되었으며, 다양하고 방대한 편찬사업이 이루어졌다. 또한 훈민정음(訓民正音)의 창제, 농업과 과학기술의 발전, 의약기술과 음악 및 법제의 정리, 공법(貢法)의 제정, 국토의 확장[즉, 북방의 4군 6진 개척] 등 수많은 사업을 통하여 민족국가의 기틀을 확고히 하였다. 특히 훈민정음의 창제는 세종이 남긴 문화유산 가운데 가장 빛나는 것일 뿐 아니라 우리 민족의 문화유산 중에서도 가장 훌륭한 것임에 틀림없다. 세종은 집현전을 통하여 길러낸 박팽년, 최항, 신숙주, 성삼문, 이선로, 이개 등 소장 학자들의 협력을 받아 우리 민족의 문자를 창제하였던 것이니, 이 시대의 문화의식과 그 수준이 어떠한가를 잘 보여주고 있다. 또한 국토의 개척과 확장도 빼놓을 수 없는 세종의 업적이다. 두만강方面에는 김종서(金宗瑞)를 보내서 6진(鎭)을 개척하게 하였고, 압록강方面에는 4군(郡)을 설치하여 두만강과 압록강 이남을 영토로 편입하는 대업을 이루었던 것이다. 동쪽의 일본에 대하여는 강경책과 회유책을 함께 썼다. 세종 1년에는 이종무(李從茂) 등에게 왜구의 소굴인 대마도를 정벌하게 하는 강경책을 쓰기도 하였으나, 세종 8년에 삼포(三浦)를 개항하고, 세종 25년에는 ‘계해약조(癸亥約條)’를 맺어 이들을 회유하기도 하였다. 이와 같은 사업을 이룰 수 있었던 것은 세종이 문치만을 힘쓰지 않고 군사 훈련, 화기의 제조·개발, 성진(城鎭)의 수축, 병선의 개량, 병서의 간행 등 국방책에도 힘을 기울인 결과인 것이다.

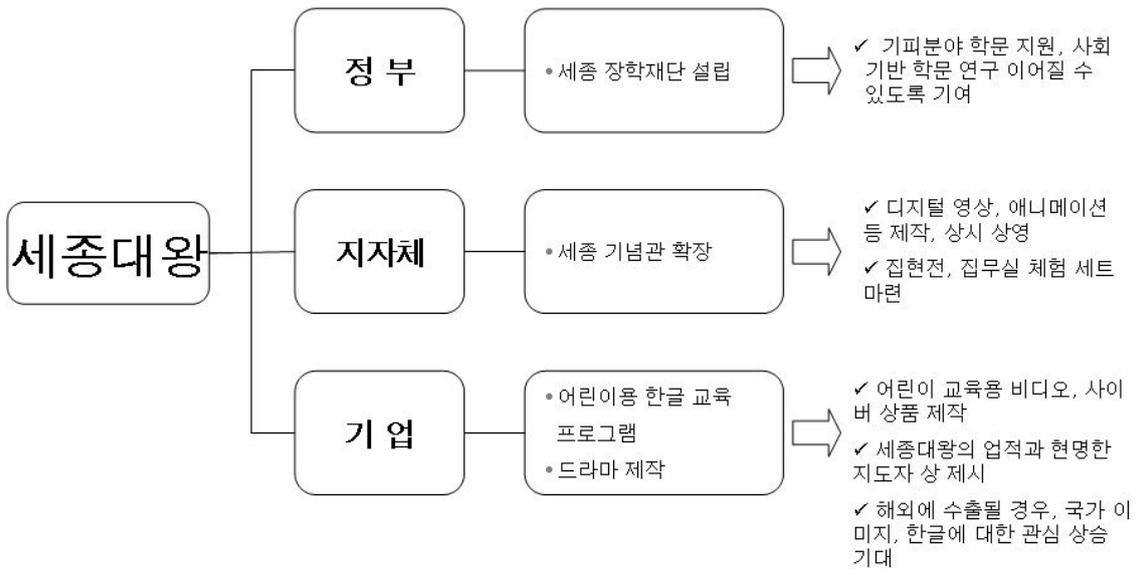
□ 상용화 방안

○ 현황

1956년에 창립된 세종대왕기념사업회를 중심으로 많은 사업이 운영되고 있다. 서울시 청량리에는 세종대왕 기념관이 운영되고 있으며, 유네스코에서는 세종의 업적



을 기려 문맹 퇴치에 기여한 사람들을 선정하여 ‘세종상’을 수여하고 있다. 한국인들이 존경하는 인물 중 한사람이며 그의 업적은 조선의 문화·사회·과학 등 전 분야의 기반을 마련하였다. 세종대왕이라는 인물이 너무 친숙해서 인지 생각보다 그에 대한 사업이 많이 진행되고 있지는 않은 실정이다.



○ 정부 주관 사업

세종 장학재단 협조

현재 세종 장학재단은 해외에서 활동하고 있는 이민자 사업가들을 중심으로 구성된 단체로 유학생들을 협조하고 있다. 외국의 경우 많은 장학재단이 학생들을 위한 장학금과 학자금 대출 등의 제도를 통해 활발히 운영되고 있어, 마치 입사시험과 같은 통과 경쟁이 벌어지기도 한다. 우리나라도 인문학, 이학계열 등 다양한 분야에 학생들, 혹은 연구소를 선정하여 협조하는 프로그램이 지속적으로 운영될 필요가 있다. 이러한 협조는 침체된 학계에 활력을 불어 넣는 기회가 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

세종 기념관 확장

세종대왕 기념관은 1973년에 개관하여 오늘에 이르고 있다. 전시 물품이나 방식에 대한 평이 좋은 편이지만 이를 확충할 필요가 있다. 훈민정음 창제 및 세종대왕의 여타 업적에 대한 영상물을 제작해 향시 상영할 수 있는 프로그램을 확충해야 할 것이다. 세종

대왕의 업적이 훈민정음 창제 뿐 아니라 많은 분야에 걸쳐 있음을 전달할 수 있을 것이다. 또한 집현전, 세종의 집무실 등을 재현하고 이를 직접 체험해 볼 수 있도록 조성하고, 관람객들이 강의를 듣거나 영상을 보는 공간을 집현전과 비슷한 분위기로 만들어, 흥미를 끌고 자연스럽게 조선시대 연구실을 체험할 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 변화를 통해 보다 참여적인 관람을 유도해서 교육적 효과를 높이도록 한다.

○ 기업 주관 사업

어린이용 한글 교육 프로그램 제작

세종대왕의 가장 큰 업적은 한글창제일 것이다. 이를 이용하여 어린이 교육용 프로그램을 만들어 보급할 수 있다. 일단 세종대왕의 일생에 관한 애니메이션을 제작하여 세종대왕의 업적과 일생에 대하여 쉽게 이해 할 수 있도록 한다. 또한 세종대왕을 캐릭터화 하여 아이들로 하여금 쉽게 다가갈 수 있도록 한다. 얼마 전 방영한 <올림푸스 가디언>이라는 애니메이션 시리즈는 귀여운 캐릭터와 신화라는 흥미로운 소재가 결합되어 다양한 연령층으로부터 많은 인기를 끈 바 있다. 이러한 애니메이션을 벤치마킹하여 세종대왕의 일생을 코믹하고 흥미롭게 다듬고, 캐릭터 작업을 통해 아이들로 하여금 흥미를 끌 수 있도록 하는 것이 바람직하겠다. 이 애니메이션과 관련하여 한글 교육 프로그램을 만든다면 보다 큰 효과를 기대할 수 있을 것이다. 애니메이션을 통해 세종대왕과 그 캐릭터들에 친근감을 갖게 된 아이들은 쉽고 편하게 교육 프로그램에 참여할 수 있을 것이다. 한글 교육 비디오에 세종대왕 캐릭터가 직접 등장하여 가르쳐 주는 방식으로 비디오를 제작하고, 교재를 만든다. 애니메이션과 학습비디오, 학습교재가 연관된 이 사업은 아이들의 역사와 한글 교육을 함께 담당한다는 면에서 사업이 분리되어 따로 이루어지는 경우에 비해 비용을 절약한다는 장점과 함께, 이를 이용하는 아이들도 보다 친근하게 역사와 한글 공부를 할 수 있다는 장점을 갖고 있다. 또한 이를 이용한 캐릭터 상품도 개발이 가능하다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	세종 장학재단 설립	일부 기금 협조	30,000,000
지자체	세종 기념관 확장	일부 기금 협조	30,000,000
기업	교육 프로그램 제작	제작 협조	50,000,000
합계			110,000,000

31) 퇴계

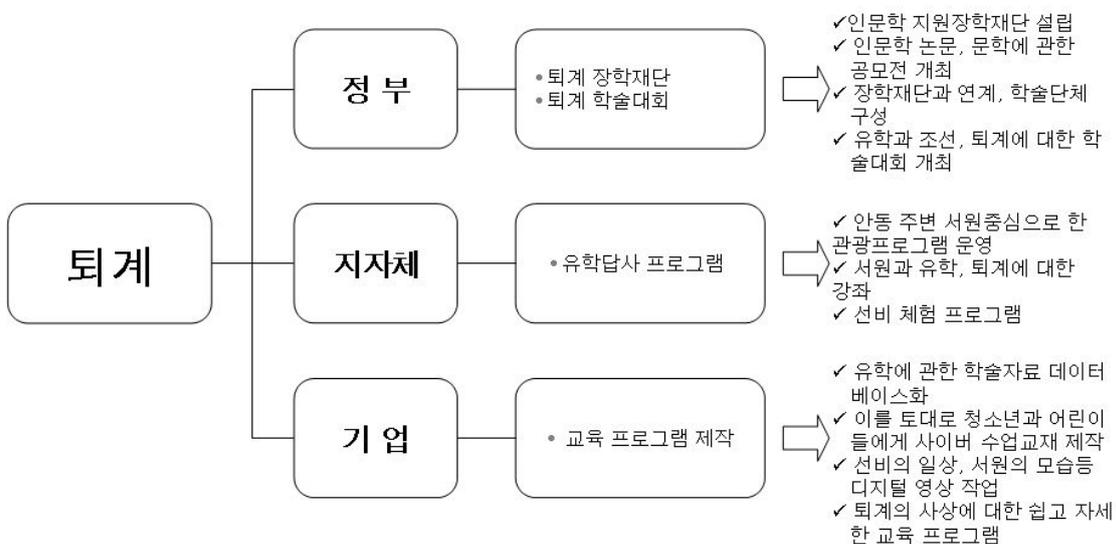
□ 상징적 의미

퇴계 선생은 한국 유학사에서 가장 주목받는 지성인이다. 퇴계의 학문은 일본 유학의 형성에 지대한 영향을 끼쳤으며 근대 중국과 일본의 지식인으로부터 주자 이후의 제일가는 성인으로 찬사를 받을 만큼 주목받은 바 있다. 한편 국내는 물론 미국의 우수 대학은 물론, 독일, 일본, 대만, 중국 등에서도 집중적인 연구의 대상이 될 정도로 이퇴계는 한국을 대표하는 사상가로 손꼽히고 있다. 특히 그가 기대승과 서신을 통해 논쟁을 벌였던 사단칠정론은 인간의 본성과 감정을 근원적으로 탐구하는 그의 독특한 인간학을 보여준다는 점에서 세계 학계의 이목을 끌고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

1970년대 이래로 동아시아는 물론 서구세계에서도 퇴계라는 한 인물을 중심으로 국제학술대회가 개최되고, 퇴계의 삶과 학문이 세계의 석학들이 씨름하는 연구의 대상과 주제가 되었다는 점은 퇴계가 국제적으로 인문사회학적인 상품으로 인정받고 있음을 의미한다. 그러나 퇴계의 학문과 사상에 대한 문화적·학술적 관심이 구체적인 활용으로 연결되지 못하고 있는 실정이다.





○ 정부 주관 사업

퇴계 장학재단 설립 협조

오래도록 지속되고 있는 불경기는 인문학 기피현상을 낳았고, 사회의 기반 학문이라고 하는 인문학은 점점 연구자가 줄어들고 있다. 퇴계의 교육자 적·학자적 이미지를 살려서 장학재단을 설립하여 인문학을 공부하는 학생이나 우수 연구기관에 장학금 및 연구비를 협조한다면 인문학에 활력을 불어 넣는 좋은 기회가 될 수 있을 것이다. 또한 퇴계의 이름을 걸고 논문이나 문학 등을 공모하여 장학금을 주는 것도 좋은 방법이 될 수 있다.

퇴계학술대회 협조

퇴계의 사상은 아시아 뿐 아니라 서구사회에서도 주목하고 있는 사상이다. 국내에도 퇴계연구 재단이 있고, 외국에서 학술대회가 열린 사례도 있었다. 그러나 이러한 연구가 한 때의 유행에 그치지 않도록 지속적인 관심이 필요하다. 국내 장학재단과 연계하여 학술 단체를 구성하고 정기적인 학술대회를 열고 더불어 유학이 지배하던 조선에 대한 연구도 함께 진행되어야 할 것이다. 학술적으로 봤을 때, 유학은 조선 사회 붕괴의 요인이 되지 않는다. 그러나 유학, 혹은 성리학이 조선 붕괴의 원인이라는 생각이 팽배해 있다. 그러나 조선사회와 유학의 관계, 성리학, 그리고 퇴계의 사상까지 함께 연구할 수 있는 장을 만들어야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

유학 답사 프로그램

안동의 도산서원은 주지하다시피 퇴계가 만든 서원이다. 안동시에서는 ‘다시 태어난 퇴계’라는 영상물을 만드는 등 퇴계를 홍보하는 노력을 하고 있다. 도산서원을 중심으로 퇴계와 서원을 주제로 하는 관광 프로그램을 운영해 볼 만하다. 퇴계와 서원들을 돌면서 서원이 어떻게 변모하였는지, 어떠한 역할을 했는지 등을 강의하고, 더불어 퇴계의 학문이 어떠한 이유로 주목을 받는 지 등을 알아보는 관광이 될 수 있도록 프로그램을 기획한다. 또한 선비체험이라 하여 프로그램 중에 선비 옷을 입고 기념촬영을 할 수 있는 기회나, 한시를 써 볼 수 있는, 혹은 서원에서 공부하던 모습을 재현하여 강의를 듣는 등의 짧은 체험프로그램을 포함시키는 것도 좋은 반응을 불러올 수 있을 것이다. 안동 근처에는 많은 서원들이 자리하고 있으며 그 서원들 모두 이름 있는 서원들이다. 이러한 서원들은 경치와 운치는 물론 많은 역사와

사건들을 담고 있다고 할 수 있다. 안동시가 지닌 이러한 문화유산을 하나의 테마로 엮어서 활용한다면 지역의 수익 뿐 아니라 안동시가 지는 고루한 이미지에서 탈피하여 학문적, 문화적 이미지를 확보 할 수 있을 것이라 생각된다.

○ 기업 주관 사업

교육프로그램 제작 협조

퇴계의 학문이 세계적 주목을 받고 있는 지금, 조선시대 유학의 폐해만이 부각되어 생긴 유학과 우리나라의 학문에 대한 부정적인 이미지를 쇄신할 수 있는 좋은 기회라고 할 수 있다. 또한 우리나라 유학의 흐름과 뛰어난 유학자들의 사상, 그리고 유학의 본거지라고 할 수 있는 서원에 대한 것 등 조선 유학의 전반적인 사항들을 활용해 사이버 콘텐츠로 제작해 볼 만하다. 먼저 사상의 흐름이나 학술적인 것들을 모아서 DB화하고 이를 토대로 청소년과 어린이들이 이용할 수 있는 수준으로 정리하여 초·중·고등학교의 수업자료, 참고자료로 이용할 수 있도록 구성한다. 이는 유학이 어떠한 학문인지 기본적인 정보와 지식이 부족했던 점을 쇄신하고, 올바른 지식을 전달할 수 있는 소스를 제공하기 위함이다. 더불어 선비의 일상이나, 서원의 모습 등을 디지털 영상으로 만들어서 간접적으로 체험할 수 있도록 하여 조선시대 학문이 사회적으로 어떠한 기능을 하였는지 자세하고 자연스럽게 받아들일 수 있도록 할 수도 있다. 이러한 방안을 통해 퇴계의 사상 또한 고루한 유학의 일부가 아닌 세계가 주목하는 자랑스러운 우리의 문화유산임을 인식하도록 해야 한다. 퇴계가 어떠한 시대적 배경에서 그러한 사상을 정립하였으며, 어떠한 영향을 미치고 있는지, 그의 사상 어떠한 부분에 세계가 주목하고 있는지 등을 텍스트와 강의 형태의 동영상 등으로 제작한다면 학생들 뿐 아니라 성인들과, 퇴계에 관심을 갖는 외국인들에게도 유용할 수 있을 것이다. 프로그램의 주된 방향을 청소년과 초등학생을 위한 교육 콘텐츠의 개발에 두고, 위와 같은 프로그램을 제작 한다면 교육적 효과와 함께 우리 문화의 대중화에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대된다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	퇴계 장학재단	사업 협조	30,000,000
	퇴계 학술대회	사업 협조	30,000,000
지자체	유학답사 프로그램	일부 기금 협조	10,000,000
기업	교육 프로그램 제작	일부 기금 협조	30,000,000
합계			100,000,000

32) 이순신

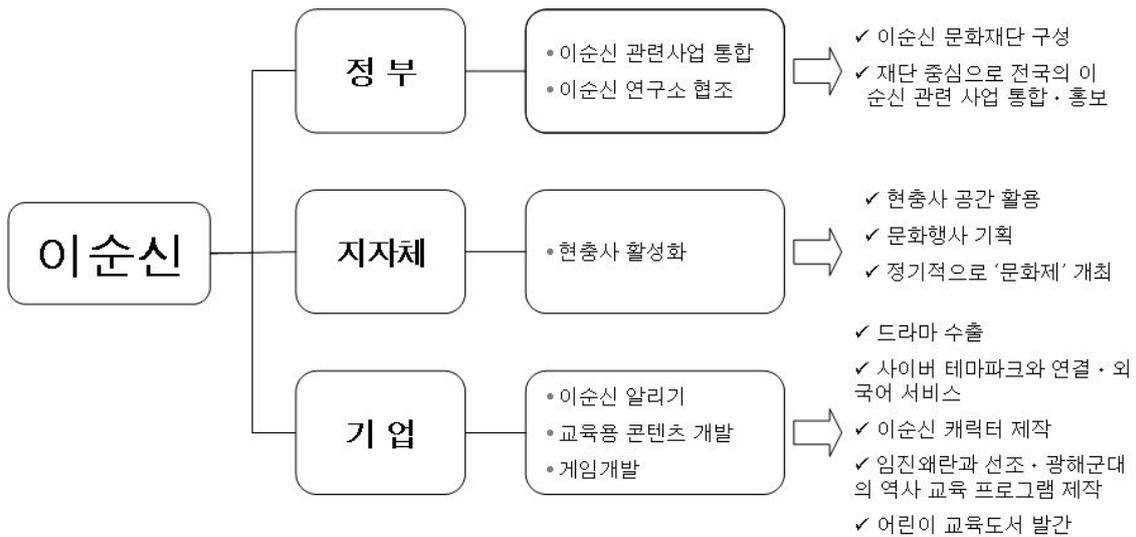
□ 상징적 의미

이순신은 1960년대 국가적 차원에서 충, 효와 호국의 상징으로 상징화 된 일이 있다. 이순신은 '영웅'을 넘어 '성웅'으로 추앙받았다. 세계 해전사에 남긴 그의 업적을 축소나 과장 없이 올바르게 볼 수 있어야 한다. 이순신은 1545년 한성부 건천동에서 태어나 32세에 무과에 급제 하여 진도 선전관, 정읍 현감 등을 지내다가 임진왜란 직전 전라좌도 수군절도사로 임명되었다. 부임후 왜구의 침략이 있을 것을 우려하여 군을 점검하고, 거북선 건조에 착수하였다. 임진왜란이 발발하자, 이순신은 옥포해전, 사천포해전, 한산도대첩, 부산포해전, 명량대첩 등을 승리로 이끌고, 1958년 11월19일 노량해전에서 큰 공을 세우고 54세의 나이로 전사하였다.

□ 상용화 방안

○ 현황

국내 이순신을 매개로 한 행사는 많이 진행되고 있다. <아산 성웅 이순신 축제>를 비롯하여, 당항포 대첩을 재현하는 <당항포 대첩제>, 한산대첩을 기념하는 <한산대첩 기념대전>, 임진왜란과 정유재란을 승리로 이끄는 데 큰 역할을 한 거북선을 기념하는 <여수 거북선 축제>등 각 지방 별로 다채로운 행사가 진행되고 있다. 각 지역별로 이순신과 관련한 대규모 사업을 추진하고 있으며 얼마 전 종영한 KBS드라마 <불멸의 이순신>이 큰 인기를 얻으면서 이순신이라는 인물에 대한 관심이 매우 높아진 상태이다.



○ 정부 주관 사업

이순신관련 사업의 통합

전라남도에서는 2011년까지 748억 원을 투입해 이순신 장군 역사유적지를 복원·정비할 계획이라고 밝혔다. ‘명량대첩 승전 현창사업 연구용역’에 의하면 구체적 내용은 도가 2006년부터 2011년까지 3단계로 나눠 국비와 지방비, 민자 등을 투입, 해남 전라우수영과 진도 벽파진 유적지, 여수 전라좌수영, 순천 왜성 등을 정비·복원한다. 이와 맞물려 해전 유적지가 있는 여수시와 해남·진도군 등도 수백억 원대의 사업비를 들여 각각 진남제와 명량대첩 축제, 역사공원 조성 등 이순신 장군을 활용한 축제와 개발 사업을 별도로 진행 중이다. 여수시는 울돌목 번지점프장과 체험형 거북선 건조, 전용부두 건설, 명량해전 기념관과 수영문화 체험관을 각각 건립하고 기타 유적지 18개소를 정비하기로 했다. 진도군도 명량대첩지인 울돌목을 관광명소화하기 위해 30억 원을 들여 동상 건립 및 역사공원을 조성 중이고 목포시도 이순신 장군의 혼이 깃 들인 충무동 고하도에 컬러 관광 등을 설치하는 등 곳곳에서 개발 사업이 진행 중이다. 한편, 경남도는 지난 1일 이들 사업과 유사한 가칭 ‘이순신 프로젝트’를 향후 5년간 추진하기로 했다. 주 내용은 이순신 장군 세계화 사업을 통한 관광객 유치를 위해 국비 440억 원을 포함, 모두 1440억 원을 들여 리더십 국제센터 건립, 사이버 체험관 등을 구축하기로 하였다. 이순신이라는 역사적 인물이 매우 매력 있는 소재임은 분명하다. 그러나 대규모의 자금이 동원되는 이러한 사업이 동시에 다른 지역에서 따로 진행되고 있다는 것이 효율적이지 못하다는 여론이 조성되고 있다. 각 지역에 산재 해 있는 이순신 축제와 더불어 이순신 관련 사업을 통합할 필요가 있는 부분이다. 통합을 통해 보다 체계적인 축제 및 사업계획을 짜고 적극적인 홍보를 기획한다면 같은 예산과 노력을 들이더라도 나은 효과를 거둘 수 있을 것이라 생각된다. 먼저 정부 산하에 이순신 문화재단을 만들고, 이순신

문화재단을 통해 이순신 관련 사업을 정리해야 한다. 문화사업의 주체는 소비자라고 해도 과언이 아닐 것이다. 때문에 비슷한 콘텐츠가 여러 지역에 있는 것은 결코 지역의 입장에서 높은 효과를 기대하기는 힘들다. 축제의 경우 각 지역 별로 이순신과의 연관성을 고려하여 그 부분을 부각 시키고 그 시기를 조정해야 할 것이다. 이렇게 계획된 축제를 이순신 문화재단에서 체계적인 홍보를 통해 관광객이 축제를 찾아서 즐길 수 있도록 해야 할 것이다. 문화사업의 경우 지역 사업 간에 부딪치는 부분을 줄이고, 사이버 기념관 등은 하나로 통합한 후, 그 안에서 나누어 질 수 있도록 기획하는 것이 좋을 것이다. 이러한 방안은 중복되는 사업을 줄여서 예산을 보다 효율적으로 사용하고, 지역의 색깔도 살릴 수 있는 방안이 될 것이라 생각된다. 홍보 또한 통합적이고 자세한 안내서를 비롯해, 각 지역의 홍보물 등을 제작해야 할 것이다.

이순신 연구소 협조

현재 순천향 대학교에는 이순신 연구소가 '이순신 연구논총'을 발간하고 충무공 탄신 기념일에 맞춰 학술 세미나 개최, 노량해전에서 이순신 장군이 순국한 해역을 찾아내어 부표를 설치하는 등 이순신 장군을 연구하고 알리는 데 힘쓰고 있다. 이 연구소에 연구비를 협조하고 각종 이순신 관련 사업에 참여하도록 한다면 연구에도 박차를 가할 수 있고, 각종 사업에 있어 보다 정확한 고증을 할 수 있도록 하는 바탕이 될 것이라 생각된다.

○ 지방자치단체 주관 사업

현충사 활성화 협조

우리나라에서 가장 큰 묘소를 가지고 있는 인물은 아마도 이순신일 것이다. 그만큼 현충사는 넓은 공간을 차지하고 있다. 때문에 이를 보다 적극적으로 사용할 방안을 찾아보아야 할 것이다. 지금도 현충사에서는 사생 대회나, 명절날 전통 민속놀이 행사, 주말 국악 행사 등 다양한 문화 행사를 하고 있다. 이러한 노력은 매우 바람직 한 것이라 할 수 있다. 그러나 지역 주민들이나 관람객들로 하여금 현충사를 문화시설로 여기게 하기에는 조금 부족한 면이 있어 보인다. 아산 시민들에게 이순신 장군의 묘소이기도 하지만 문화 공간의 역할을 할 수 있는 공간으로 자리 잡기 위해서는 좀 더 많은 문화 기획이 필요하다고 생각된다. 적절한 소재를 선택하여 사진이나 그림, 조각 등을 야외 전시하는 기획도 좋을 것이고, 음악회나 연극회 같은 것을 열어도 좋을 것이다. 이러한 행사들을 일회성에 그치지 말고 '정기 문화제'의 개념으로 준비하여 활용한다면 현충사가 보다 활용도가 높은 문화공간으로 탈바꿈할 수 있을 것이다.



○ 기업 주관 사업

이순신 알리기 협조

이순신이라는 인물은 이미 일본 등지에는 많이 알려진 인물이다. 그러나 일본도 자신들의 역사와 맞물려 있기 때문일 뿐, 그렇지 않은 다른 나라에서는 그가 어떤 인물인지 모르는 경우가 대부분이다. 이순신이 활동한 임진왜란이라는 전쟁이 더 이상 한-일간의 전쟁이 아닌, 동아시아의 국제 전쟁이라는 논의가 계속되고 있는 지금 우리나라 장군의 활약을 알릴 수 있다면 국가 이미지를 상승시키는 것 뿐 아니라, 일본의 역사왜곡에도 대응할 하나의 기반으로 작용할 수 있을 것이다. 이는 이미 방영되어 큰 인기를 끌었던 드라마 <불멸의 이순신>의 수출을 적극 활용하는 방법도 있을 것이며, 외국인들을 대상으로 한 프로그램을 만드는 방법도 있을 것이다. <대장금>이 그랬던 것처럼 드라마가 인기를 끌면, 그와 관련된 역사와 문화 등에 대한 관심이 증폭될 것이다. 이 때 외국인들이 컴퓨터상으로도 쉽게 이순신을 접할 수 있다면, 단순한 드라마가 아닌 한국을 대표하는 또 하나의 '문화' 키워드로서 자리 잡을 수 있을 것이다. <불멸의 이순신>은 극의 재미를 유지하면서도 역사적인 사실들을 잘 풀어내었다는 평을 받았다. 이러한 드라마가 해외에 방영 될 경우 우리 역사에 대한 관심과 함께 드라마에서 보이는 모습들을 통해 우리 민족이 지닌 저력을 보여주는 기회가 되어 국가 이미지 상승에도 도움이 될 것으로 생각된다. 이를 사이버 테마파크와 연결시키고, 외국어로 서비스를 함께 한다면 한국을 관광하고자 하는 외국인들과 내국인들에게도 큰 도움이 될 수 있을 것이라 생각된다. 또한 이를 관광과 연계시키면 높은 상업적 효과까지도 기대할 수 있다. 각지에서 진행되고 있는 이순신 프로젝트가 완성되면 그 규모가 매우 클 것이라 생각된다. 이를 외국인 관광코스로서 적극 홍보한다면 그 효과는 분명히 나타날 것이다.

교육용 콘텐츠 개발 협조

세대가 젊어질수록 국가에 대한 개념을 비롯해, 애국심 또한 희미해지고 있다. 더불어 우리 역사에 대한 관심이 줄어들고, 우리 역사는 학생들에게 있어 '수능국사' 이상의 의미를 갖지 못하고 있다. 이러한 시점에서 역사의식을 고취시키고, 우리 역사에 대한 자긍심을 심어주는 것과 함께 우리 역사에 대한 올바른 지식을 전달할 만한 콘텐츠가 절실히 필요하다고 할 수 있다. 이러한 콘텐츠의 목적성으로 인해 콘텐츠의 캐릭터나 진행방식이 매우 중요하다고 할 수 있다. 이순신이라는 인물은 드라마 열풍으로 인해 어린이들에게도 매우 친숙한 역사인물이라고 할 수 있다. 또한 이순신이라는 인물이 지니고 있는 역사성까지 고려한다면, 교육용 콘텐츠의 캐릭터로서 매우 좋은 역할을 할 수 있을 것이라 생각된다. 중국의 동북공정, 일본의 역사교과서 왜곡으로 위와 같은 작업

이 더욱 시급해 진 지금, 이순신 캐릭터를 이용한 교육콘텐츠는 임진왜란과 선조, 광해 군대의 역사를 좀 더 가깝고 실감나게 전달할 수 있을 것이다. 이미 운영되고 있는 순천향 대학교의 이순신 연구소와 온라인 콘텐츠 제작 업체의 협력을 통하여 탄탄한 내용과 수준 높은 기술력을 통해 역사를 재현해 낸다면 학생들로 하여금 보다 쉽게 역사에 다가설 수 있게 할 것이다. 이러한 교육 콘텐츠는 컴퓨터 프로그램은 물론이고, 교육용 서적도 발간하는 것이 필요하다.

관련 게임 개발 협조

현재 이순신을 주제로 한 게임은 모바일 게임 두 종류가 있다. 그러나 이순신이 뛰어난 전술과 전략을 통해 임진왜란을 승리로 이끈 인물이니 만큼 전략시뮬레이션 게임을 기획하기에 매우 적합한 인물이라고 할 수 있다. 한국의 온라인 게임이 세계시장에서 큰 인기를 끌고 있는 지금, 이러한 게임은 한국의 문화를 알리는데 기여 하고, 경제적인 효과도 올릴 수 있는 좋은 아이템이 될 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	이순신 문화재단 구성 및 활동비	사업 협조	40,000,000
	이순신 연구소	연구 협조	25,000,000
지자체	현충사 활성화	일부 기금 협조	15,000,000
기업	사이버 테마파크	일부 기금 협조	20,000,000
	이순신 캐릭터 제작 및 역사교육 프로그램 제작	제작 협조	30,000,000
	어린이 교육도서 발간	일부 기금 협조	10,000,000
합계			150,000,000



33) 정약용

□ 상징적 의미

정약용(丁若鏞)은 1762(영조 38) 경기도 광주에서 태어나 1836년(헌종 2) 2월 22일 향리에서 사망한 인물로 조선 후기 유형원, 이익의 학문과 사상을 계승하여 조선 후기 실학을 집대성했다. 그는 실용지학(實用之學)과 이용후생(利用厚生)을 주장하면서 성리학의 공리공담을 배격하고 봉건제도의 폐해를 개혁하려는 진보적인 사회개혁안을 제시했다.

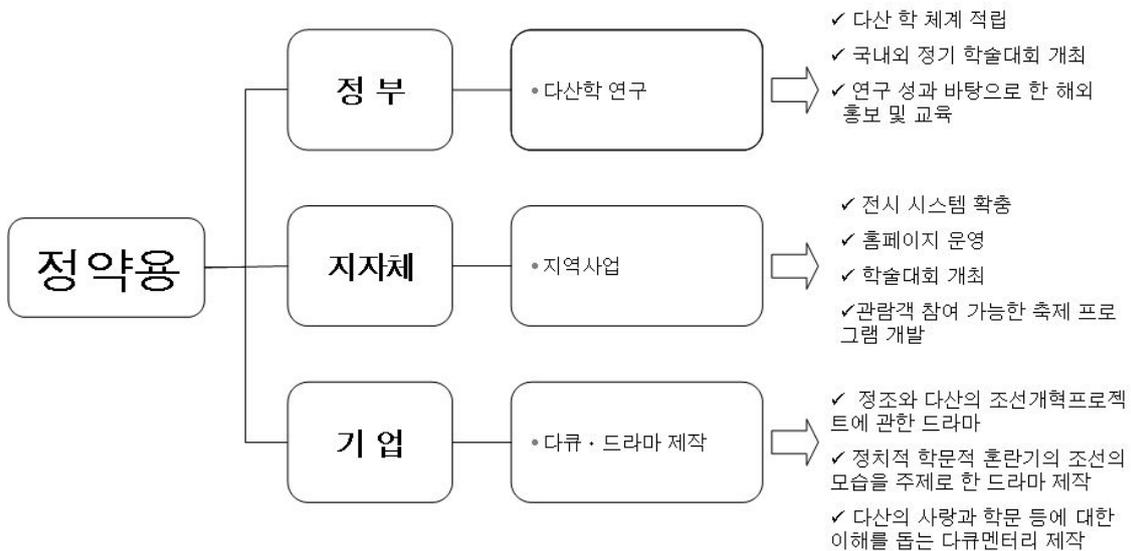
경의진사(經義進士)로 관직에 몸을 담은 그는, 이무렵 이벽을 통하여 서양의 자연과학과 천주교에 대한 이야기를 전해 들었고 서양서적을 접했다. 다산은 30대초까지는 아직 젊은 중앙관료로서 경학사상 등 학문체계는 물론 사회현실에 대한 경험과 인식이 깊지 못했다. 그러나 경기도암행어사를 비롯하여 금정찰방, 곡산부사(谷山府使) 등의 직무를 수행하면서 농촌사회의 모순과 폐해를 직접 목격하고 사회적 모순을 해결하기 위한 방안을 모색하며 이를 실천해보고자 했다. 그러나 정약용은 출중한 학식과 재능을 바탕으로 정조의 총애를 받았지만, 1800년 정조가 죽은 후 1801년 2월 천주교도들이 역모를 꾀했다는 죄명으로 체포되었다. 그리고 그해 11월 전라도 강진으로 이배되었는데, 유배기간 동안 학문체계를 완성했다. 그는 유배생활에서 향촌현장의 실정과 봉건지배층의 횡포를 몸소 체험하여 사회적 모순에 대한 보다 구체적이고 정확한 인식을 지니게 되었다. 또한 유배의 처참한 현실 속에서 개혁의 대상인 사회와 학리(學理)를 연계하여 현실성 있는 학문을 완성하고자 했다. <주례(周禮)> 등 ‘육경사서(六經四書)’에 대한 독자적인 경학체계의 확립과, ‘일표이서(一表二書)’를 중심으로 한 사회전반에 걸친 구체적이고 체계적인 사회개혁론이 이때 결실을 맺었던 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

정약용의 학문을 연구하는 단체로는 다산학술재단과 다산 연구소 등이 있다. 이들은 주로 다산학이라 불리는 정약용의 사상에 대한 연구를 하고 있으며, 학술 대회를 여는 등의 행사를 하고 있다. 경기도 남양주시와 전남 강진에서 다산전시관을

운영하고 있다. 다산 정약용은 유학과 서학(천주교)을 공부하고 실학을 집대성 하여 실학의 아버지로 불리고 있다. 뿐만 아니라 수원 화성을 짓는데 있어 거중기를 고안하는 등의 업적을 통해 몸소 실사구시의 모범이 되기도 하였다.



○ 정부 주관 사업

다산학 연구 협조

다산은 박지원 등과 함께 우리나라 실학을 대표하는 인물이라고 할 수 있다. 비록 성공하지는 못했지만 조선의 개혁과 변화를 이야기 하던 다산의 학문은 깊은 연구가 필요하다. 현재 다산 학술재단에서는 국내 학술대회를 개최 하고 연구 협조 및 학회지 발행 등의 사업을 하고 있다. 이를 단체에만 맡길 것이 아니라 다산의 학문과 조선후기 실학을 연구하는 사람들을 협조하기 위한 적극적인 노력이 필요하다. 2005년, 중국의 칭화대학에서 다산학술대회가 열린 적이 있다. 이러한 국제 학술대회를 정기적으로 열어서 중국의 유학과 다산의 학문에 대한 정리와 함께 다산의 학문을 정립하고, 유학에 바탕을 두고 있지만 그의 사상은 또 다른 학문임을 알리는 작업을 해야 할 것이다. 또한 조선 후기 실학과 다산의 학문 연구를 협조하여 보다 깊이 있는 연구 성과를 바탕으로 다산학을 발전시키는 물론, 우리 학생들에게 이를 교육하고, 해외에 우리 학문의 우수성을 알려야 할 것이다.



○ 지방자치단체 주관 사업

지역사업 협조 및 확대

강진에서는 다산의 유물들을 전시하는 다산 유물 전시관이 있고, 경기도 고양시에는 다산기념관이 있어서 정기적으로 다산문화제를 개최하고 있다. 다산문화제에서는 미술, 백일장, 휘호, 사진촬영대회를 개최하여 인재를 발굴하고 문화예술발전에 기여하고 있다. 또한 관내 유관기관 공무원을 대상으로 시민에 봉사하는 다산목민대상을 선정·수여하여 다산의 얼을 받들고 있다. 또한 다산사상강연회를 개최하여 지역민에게 다산의 실학사상을 전파하고 시민축제로 승화시켜 전통 예술공연, 각종 전시회 등 다양한 장르의 문화예술을 접할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이러한 행사가 이루어지고 있고, 기념관이 운영되고 있지만 홍보가 적극적으로 이루어지지 않고 있으며, 단순한 지역축제에 그치고 있다. 두 곳의 기념관에서는 시설을 확충하여 보다 많은 볼거리를 제시하고, 다산문화제의 경우 지역축제가 아닌 다른 지역민도 참여 할 수 있는 국가 단위의 축제로 발돋움하도록 노력해야 할 것이다. 기념관과 유물전시관에는 다산의 생애와 사상을 다룬 디지털 영상을 제작하여 상영하는 시설을 만들고, 그의 사상과 업적을 담은 책자를 출간·판매하고, 비치하는 안내서 또한 보다 자세하게 제작해야 할 것이다. 또한 각각의 홈페이지를 운영하여 직접 오지 않고도 기념관 혹은 유물전시관에서 관람할 수 있는 것들을 보고, 많은 정보를 얻어갈 수 있도록 하는 것이 바람직할 것이다. 다산문화제의 경우, 지역민들을 대상으로 한 행사만을 진행하고 있다. 다산의 사상을 강연하는 프로그램에 다산학술대회를 포함시켜 다산의 학문에 대한 보다 깊은 고찰을 시도하고, 이를 전파하는 역할을 할 수 있도록 해야 할 것이다. 또한 다른 축제와 공연의 경우도 지역민만을 대상으로 할 것이 아니라 관광객들이 함께 참여할 수 있는 프로그램을 개발하여야 할 것이다.

○ 기업 주관 사업

드라마, 다큐멘터리 제작

다산 정약용은 정조와 함께 새로운 조선을 계획하다 정조의 죽음으로 꿈을 포기했던 인물이다. 정조 또한 현재까지도 독살설에 시달릴 만큼 정치적으로 곡절 많은 삶을 살았던 인물이다. 이러한 조선의 시대적 배경을 중심으로 드라마를 제작해 볼 만하다. 신권과 왕권 사이에서 왕권을 강화하려는 정조와, 학문적 분위기를 쇄신하고, 백성들에게 이로운 사회를 건설하려는 다산의 노력을 그린 드라마는 개혁과 민

생안정이 중요한 코드로 떠오르는 지금과 맞물려 사회에 신선한 충격을 줄 것이다. 다산의 사상과 학문은 다큐멘터리로 만들 가치도 있다. 그의 학문적 범주가 크고, 그 내용 또한 시대에 앞서갔던 만큼, 어떠한 상황에서 어떻게 학문을 발전시켜 나갔는지에 대한 내용과 그의 학문에 대한 쉽고 깊은 접근을 통해 시청자들로 하여금 그의 사상과 인생에 대한 이해를 높일 수 있도록 할 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	다산학 학술 및 해외 홍보	사업 협조	60,000,000
지자체	전시와 홈페이지 등 지역사업 및 확대	사업 협조	40,000,000
기업	다큐 및 드라마 제작	일부 기금 협조	30,000,000
합계			130,000,000



34) 안중근

□ 상징적 의미

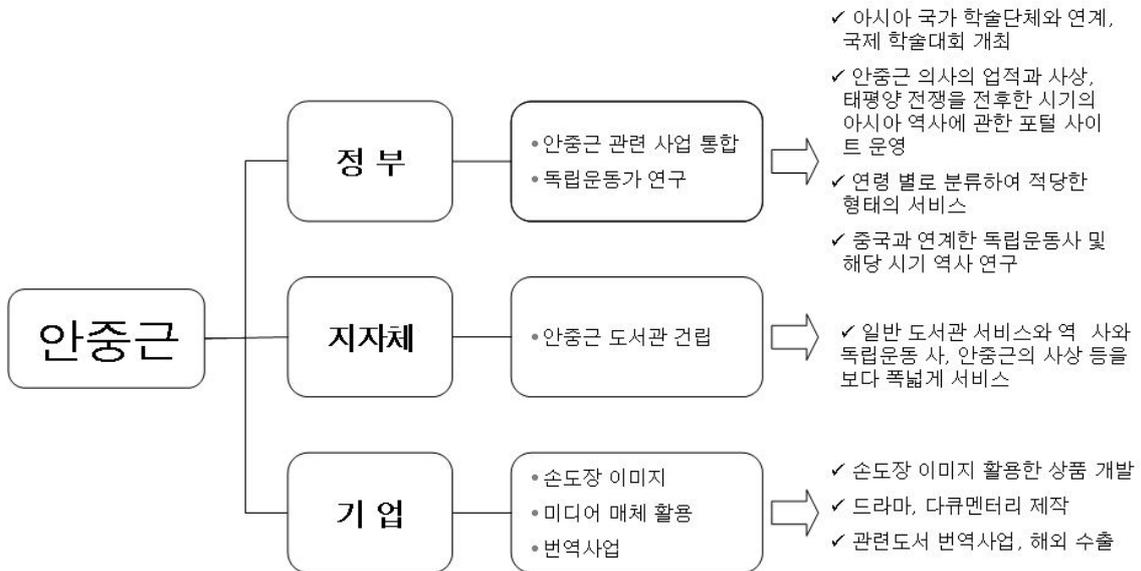
16세 때 천주교에 입교하여 신학문을 공부하였으며, 프랑스인 신부에게 프랑스어를 배우기도 하였다. 1904년 평양에서 석탄상을 경영하던 중에, 러일전쟁에서 이긴 일본이 우리나라에 더욱 압력을 가하여, 이듬해에 을사조약을 체결하고 우리나라의 외교권마저 빼앗자, 자신의 상점을 팔아 1907년에 남포에 삼포학교와 돈의 학교를 세워 인재를 길러냈다. 그러던 중 한일신협약에 의해 우리나라 군대가 해산되었다는 소식을 듣고 블라디보스토크로 건너가 의병운동에 참가하였다. 1908년 의병부대의 참모장이 되어 일본과 싸웠으며, 이듬해 뜻을 함께하는 11명의 동지들과 죽음으로써 구국투쟁을 벌일 것을 다짐하였다. 그 해 10월 26일 만주 하얼빈 역에서 일제침략의 우두머리인 이토 히로부미를 권총으로 쏘아 죽이고 체포되었다. 여러 차례 재판을 받았지만 모진 고문에도 굽히지 않고 의연한 자세를 지키다가 이듬해 3월 뤼순감옥에서 사형 당하였다. 저서로는 옥중에서 쓴 <동양평화론>이 있다. 1962년에는 건국훈장 대한민국장이 주어졌다. 안중근이 태어나서 자랐던 시대는 조선의 운명이 풍전등화와 같은 처지에 있었던 시기였다. 따라서 안중근이 교육자에서 독립군으로, 그리고 또 다시 의사(義士)의 길을 택하게 되었던 것도 시대 상황의 산물이라고 할 수 있다. 특히 안중근이 조선 침략의 원흉인 이토 히로부미를 하얼빈 역에서 저격하여 전 세계를 놀라게 했던 일은 항일독립운동의 최대 성과이자 쾌거였다. 그를 단순한 테러리스트로 평가하는 시각이 있기는 하지만, 그가 추구하던 것은 조선의 독립을 넘어서 동양의 평화였다는 것을 고려한 평가가 이루어져야 할 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 남산에는 안중근 승모회가 세운 안중근의사 기념관이 있어서, 안의사 일대기, 하얼빈 의거, 재판과정 등을 다룬 영상물과 옥중생활 모험, 활약상을 다룬 슈퍼그래픽, 유묵 등을 통하여 안중근 의사의 생애와 위업을 생생하게 볼 수 있도록 꾸며져 있다. 또한 안중근의사 기념 사업회에서는 안의사에 대한 강좌를 열고, 안중근 평화

상 시상, 추모 행사 등을 열고 있다. 그러나 이러한 단체의 활동은 구심점을 찾지 못하고 산발적으로 이루어지고 있어서 보다 효율적이고 적극적인 활동이 요구된다.



○ 정부 주관 사업

안중근 관련 사업 통합 서비스

현재 안중근의사를 추모하는 단체가 여러 개 있고, 각각의 활동 또한 이루어지고 있다. 그러나 단체 간의 협력이 이루어 지지 않아서 효율적인 서비스가 이루어 지지 않고 있는 실정이다. 이러한 문제점을 보완하기 위해 단체의 통합이 아니라, 안중근 의사 관련 사업을 통합적으로 실시하여 보다 질 높고, 다채로운 행사를 기획할 필요가 있다. 먼저 안중근의사와 당시의 국제관계 및 아시아의 국제 관계 등을 중심 주제로 한 정기 학술대회를 개최한다. 아시아의 학술단체와 연합하여 국제 학술대회를 열고 이를 통해 안중근의사의 활동과, 더불어 태평양 전쟁을 전후로 한 동아시아의 국제 관계 등에 대해 논의하고, 이 연구 결과를 토대로 하여 일본의 역사 교과서 왜곡에 함께 대응할 수 있도록 해야 한다. 더불어 안중근 의사의 업적과 사상, 태평양전쟁 시기의 역사에 관한 사실들을 서비스 하는 포털 사이트가 필요하다. 안중근 의사의 업적에 대해 어린이들이 쉽게 받아들일 수 있도록, 애니메이션이나, 만화 형태로 된 서비스를 제공한다면 어린이들로 하여금 보다 가까이서 안중근 의사를 받아들일 수 있을 것이다. 또한 청소년과 성인들을 대상으로 안중근의사에 대한 강좌를 동영상으로 제공한다면, 그의 사상 등에 관한 자료를 정리해서 서비스하고 자료들을 DB화한다면 공부하는 학생들이나 전공자들의 연구를 도울 수 있을 것이다. 이처럼 사용자들을 연령 별로 분류하고 그에 따른 서비스를 제공함으로써



서 안중근의사와 당 시대에 대한 이해를 돕는 효과를 기대해 볼 만 하다.

독립운동사 연구 협조

중국과 한국은 같은 시기에 일본으로부터 침략을 받았다. 한 나라는 식민지였고, 다른 한 나라는 반식민지 상태였다. 과거 일본에 대항해야 했던 시기, 두 나라의 독립운동가들은 뭉쳐서 활동 했었다. 같은 사상을 가지고 같은 단체에서 운동했던 독립투사들이 많이 있었다. 또한 신채호 선생과 안중근 의사처럼 중국에서 순국한 사람들도 있다. 이들에 관한 연구를 중국과 함께 손잡고 진행 할 필요가 있다. 이러한 연구가 성과를 거둔다면 일제가 왜곡하고 있는 당시의 역사에 대해 구체적인 대응 마련은 물론 자라나는 학생들에게 한국의 독립 역사를 올바르게 가르치는 기회를 제공할 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

안중근 도서관 건립 협조

‘하루라도 책을 읽지 않으면 입안에 가시가 돋는다.’는 안중근의사의 명언이 있다. 지자체에서는 두 곳의 학교를 세웠던 점과 독서에 대한 그의 생각 등을 기려 그의 이름을 딴 도서관을 운영할 수 있다. 구체적인 방안으로는 로비에 간단한 전시관을 마련하여 그의 뜻을 기리고, 안중근 의사의 이름을 딴 도서관이니 만큼, 역사와 그의 사상 등에 관한 자료들을 보다 폭 넓게 서비스 할 수 있다. 공공도서관 건립운동이 모 TV프로그램 주도로 이루어 질 만큼 공공도서관이 부족한 실정이다. 이런 상황에 독서에 관한 명언을 남긴 안중근 의사의 이름으로 도서관을 건립한다면 타 지역에 대한 파급효과도 기대할 수 있을 것이며, 주민들을 위한 의미 있는 도서관으로 자리 잡을 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

손도장 이미지

약지손가락이 한마디 잘린 안중근 의사의 손도장은 우리에게 매우 익숙하다고 할 수 있다. 이 손도장은 그의 기개와 의지를 단적으로 보여준다고 할 수 있다. 이미 많은 곳에서 쓰이고 있는 그의 손도장 이미지를 상품화 하는 것을 고려 해 볼 만 하다. 이 이미지를 사용한 각종 상품과 더불어 이 이미지를 캐릭터 작업을 통해 현대적 감각에 맞도록 만들 수 있을 것이다. ‘체 게바라’와 같은 인물의 얼굴은 젊은

이들이 즐겨 입는 티셔츠에 얼굴이 프린트되기도 한다. 이러한 상품들을 벤치마킹하여 특별한 의미가 있는 상품이 아니라 하더라도 생활 소품에서부터 책상 용품 등에도 쓰일 수 있을 것이라 생각된다. 예를 들어 볼펜이나 머그잔 같은 상품에 이미지를 활용할 수도 있고, 책상에 두는 명함 케이스 등에 사용할 수도 있을 것이다. 이러한 상품들은 안중근의사의 의지와 기개를 보여주는 이미지를 생활 속에서 사용함으로써 그를 좀 더 친근하게 생각하고, 그의 삶을 기념한다는 것에 의의가 있다고 할 수 있다.

미디어 매체 활용

독립운동가치고 인생이 극적이지 않은 사람은 없을 것이다. 안중근의사의 인생 또한 그러하다. 또한 그의 인생은 독립운동사의 많은 부분을 담고 있다. 이러한 그의 인생을 주제로 드라마를 만들어 볼 만 하다. 고대사와는 달리 역사의 전개가 긴박하고, 자료도 많이 남아 있어 역사적으로나 극적으로나 많은 장점을 가진 작품이 만들어 질 수 있을 것이라 기대된다. 또한 여러 가치가 공존하는 사회에서 나라를 지키고, 청년들을 일깨우고자 했던 그의 외침은 이 시대를 살아가는 청년들에게 본보기가 될 수 있을 것으로 생각된다. 이러한 작품들이 해외로 수출 될 경우, 그 문화적 파급효과는 더욱 크다고 할 수 있다. 드라마 뿐 아니라, 독립운동가로 살았던 그의 삶을 다큐멘터리로 조망해 볼만하다. 또한 신채호 선생과 같이 무국적자라는 이유로 후손들까지도 고초를 겪고 있는 실태와, 해외에서 많이 이루어진 우리나라의 독립운동사의 현장을 국민들에게 보여준다는 의미도 매우 깊을 것으로 생각된다. 안중근 의사의 사상과 생애와 함께 중국, 러시아 등의 국가에서 이루어진 우리 독립운동을 조망해 볼 수 있는 기회가 될 것이다.

번역 사업 협조

안중근의사의 사상과 생애를 비롯해 당시 동아시아의 국제관계를 다룬 책을 번역하는 작업도 필요하다. 안중근 의사의 저서인 ‘동양 평화론’과 그의 저술을 연구한 논문 혹은 연구서에 대한 번역작업을 통해 해외에 안중근의사와 함께 당시의 동아시아 국제 관계에 대해 해외에 알릴 수 있는 계기를 만들 것이다. 이러한 작업은 일본의 역사교과서 왜곡에 대한 해외의 관심을 불러일으킬 수 있는 계기로 작용할 수도 있을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	국제 학술대회 개최	일부 기금 협조	10,000,000
	포털 사이트 운영	운영 협조	30,000,000
	독립운동사 연구	일부 기금 협조	10,000,000
지자체	안중근 도서관 건립	사업 협조	50,000,000
기업	손도장 이미지 활용 상품 개발	일부 기금 협조	10,000,000
	드라마, 다큐 제작	제작 협조	20,000,000
	번역사업	일부 기금 협조	10,000,000
합계			140,000,000

35) 유관순

□ 상징적 의미

유관순은 3월 1일 이후에 보다 격렬하게 번진 만세운동에 고등과 1학년생으로 동급생들과 만세운동에 참가하였다. 이에 일제는 유관순이 다니던 이화학당을 휴교시켜 학생들의 동요를 막고자 하였다. 이에 유관순은 고향으로 돌아와 곳곳을 돌아다니며 독립시위운동의 상황을 설명하고 만세운동을 벌일 것을 도모한다. 조인원, 김구용 등 마을지도자를 규합하고 연기·청주·진천 등의 교회와 유림계를 규합하여, 천안의 아오내(병천) 장날을 기하여 그날 사람들이 모여드는 것을 활용할 것을 결의한다. 수 천 명, 그러니까 당시 아오내 일대의 대부분의 사람들이 운집하여 격렬한 만세시위를 벌인다. 일제는 무자비하게 시위대를 진압하여, 유관순의 아버지와 어머니가 총칼로 무자비하게 학살당하고 자신은 만세운동 주동자로 몰려서 잡혀간다. 일제는 할 수 있는 모든 고문을 가하였으며, 충청도의 공주법원에서 징역 3년형에 처해진다. 그러나 유관순의 독립을 위한 고난에 찬 투쟁은 그칠 줄을 몰랐다. 법정에서도 독립만세를 부르며 일제에 끝까지 항거한다. 이에 일본인 재판관은 법정모욕죄를 추가로 얹어서 징역 7년을 언도한다. 유관순은 서울의 서대문형무소로 옮겨졌으나, 유관순의 만세운동을 그칠 줄 몰랐다. 그때마다 일제는 유관순을 끌어내어 모진 고문을 가하였으며 유관순의 몸은 피로 얼룩졌다. 이듬해 1920년, 유관순은 끝내 17세의 어린 나이로 옥중에서 세상을 뜬다. 그녀는 불과 17세의 어린 나이에 세상을 떠났기 때문에 어떤 다른 독립 운동가들처럼 저서가 남은 것도 아니고 별다른 업적이 있는 것도 아니다. 그러나 그녀의 민족을 향한 불타는 열정과 지조는 훗날 우리나라 독립운동사에서 학생운동의 선구자 역할을 해낸 것이다. 해방 이후에도 이 땅에서 벌어진 모든 민주화운동에는 학생들이 앞장을 섰으며, 모든 민족운동사의 결마다 유관순의 숨결이 배어있다 할 것이다.

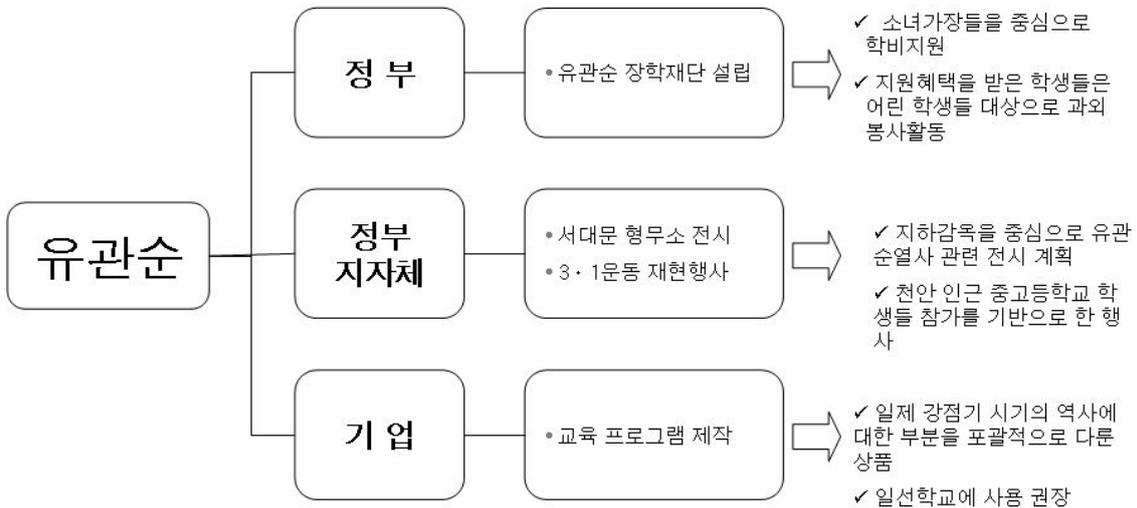
□ 상용화 방안

○ 현황

현재 천안시에 유관순 기념관이 운영되고 있다. 아오내 3·1운동 사적지, 유관순 열사 생가, 독립 기념관 등 유관순은 대표적인 독립운동가로 인정받는 만큼 많은 사



적지와 기념관을 가지고 있다. 이를 활용하여 각 기관에서는 조국독립을 향해 굽히지 않았던 유관순의 숭고한 정신을 기리기 위한 다양한 협조를 아끼지 말아야 한다.



○ 정부 주관 사업

유관순 장학재단 설립

유관순 열사는 어린 여고생의 몸으로 독립운동을 하여 한국 독립 운동사에 배놓아서 안 될 상징으로 여겨지고 있다. 이러한 유관순 열사를 기리는 뜻에서 정부는 유관순 장학재단을 설립하여 소녀 가장들을 중심으로 학비를 협조하는 정책을 협조할 수 있다. 이 장학재단의 경우, 가정 형편이 어려운 학생들이 일회적으로 협조를 받는 데서 끝나는 것이 아니라, 대학 입학 후 다시 어린 학생들에게 과외 봉사 활동을 하는 기준을 만들어 장학재단과 봉사단체가 서로 맞물려서 지속적인 효과를 극대화 시킬 수 있도록 운영한다면 그 의의와 효과가 커질 것으로 기대된다.

○ 지방자치단체 주관 사업

서대문 형무소 전시 협조

서대문 형무소는 유관순 열사가 순국한 지하 감옥이 있던 곳이다. 이곳은 대한제국 말에 일제의 강압으로 감옥이 지어져 80 여 년 동안 우리 근현대사 격동기의 수난과 민족의 한이 서려 있는 역사의 현장이자 우리 민족의 항일 독립운동에 대한 일제의 대표적인 탄압기관이었다. 현재 서울 서대문구 의주로에는 서대문형무소역사

관이 마련되어 있다. 이는 조국 독립을 위해 입계의 침략에 맞서 싸우다 순국하신 애국선열들의 넋을 기리고 선열들의 자주독립 정신을 되새겨 보는 역사의 산 교육장으로 만들기 위한 기관이다. 이러한 역사관에 유관순을 주제로 한 특집 전시를 기획할 수 있다. 유관순의 생애와 그의 독립 의지를 드러내는 역사적인 사건 등의 재현 등의 생애 관련 전시와 이외에도 보러 온 학생들이 참여할 수 있는 유관순 열사와 같은 순국선열을 위한 편지쓰기 프로그램, 당시의 시대적 정황을 체험해보는 연극 프로그램 등 다양한 체험 위주의 흥미로운 프로그램을 마련한다면 살아있는 역사 체험의 장이 될 것이다.

3.1운동 재현 행사 협조

정부는 유관순의 독립 만세 운동의 정신을 기리기 위해 천안 아우내 장터 사적지에서 3.1운동을 재현하는 행사를 협조할 수 있다. 그 참가자는 인근 중·고등학교 학생들을 대상으로 하여 만세 운동 재현의 협조를 받아 진행할 수 있다. 이러한 행사의 개최는, 과거의 독립 운동의 의미를 상기시키는 것은 물론 하나의 축제의 장으로 발전할 가능성도 있다.

○ 기업 주관 사업

관련 교육프로그램 제작

기업에서는 유관순 관련 교육프로그램 제작하여 교육 콘텐츠로 활용할 수 있다. 그 내용은 일제 강점기 시기의 한국 고난의 역사와 독립 운동의 역사 및 그 시대의 인물 등을 담을 수 있으며, 역사적인 내용 전달 뿐 아니라 그 의미를 학생들이 직접 찾아볼 수 있는 구성으로 만들 수 있다. 프로그램의 난이도는 초·중·고 학교의 등급에 맞게 제작하여 각 학교의 역사 교과 교육 프로그램으로 사용 권장할 수도 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	유관순 장학재단 설립	설립 협조	50,000,000
지자체	서대문 형무소 전시	일부 기금 협조	40,000,000
	3.1운동 재현 행사	일부 기금 협조	30,000,000
기업	관련 교육프로그램 제작	일부 기금 협조	30,000,000
합계			150,000,000



36) 석굴암

□ 상징적 의미

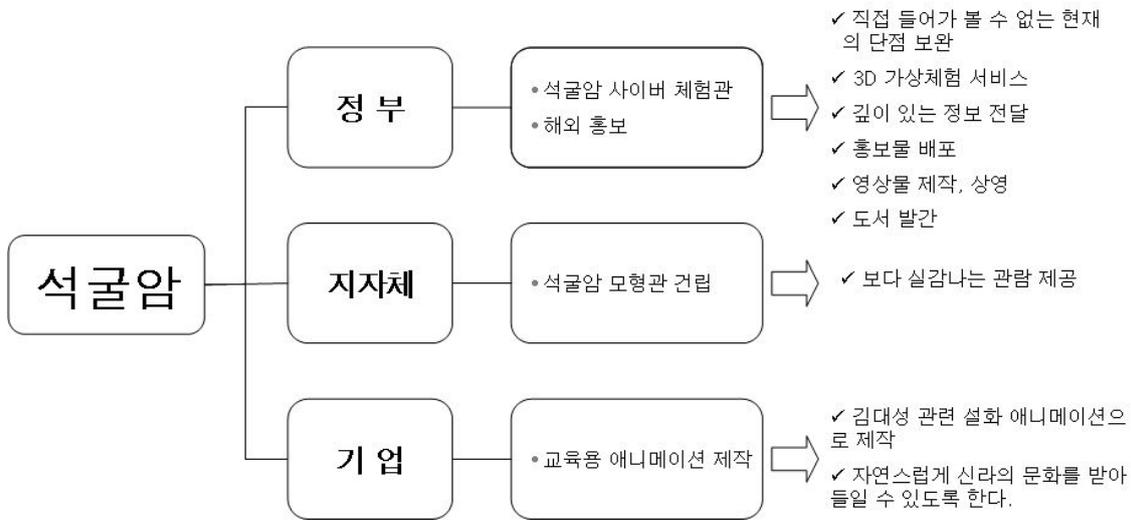
<삼국유사>에 의하면, 석굴암은 751년(경덕왕 15)에 김대성에 의해 창건된 것으로 보인다. 김대성은 현세의 부모를 위하여 불국사를 세우고 전생의 부모를 위해서는 석불사를 세웠다고 한다. 석불을 조각하려고 큰 돌 한 개를 다듬어 감개(감실을 덮는 천장돌)를 만드는데 돌이 문득 세 조각으로 갈라졌다. 이에 분노하다가 그 자리에서 잠이 들었는데, 밤중에 천신이 내려와서 제 모습대로 만들어놓고 돌아갔으므로 일어나서 남쪽 고개에 급히 올라가 향나무를 태워 천신을 공영하였다고 한다. 김대성이 불국사와 석굴암이라는 대대적인 불사를 주관한 책임자였음은 분명하지만, 이러한 대형불사는 당대 신라인들의 전체적인 염원 없이는 불가능한 것이다. 즉, 석굴암은 신라인의 믿음과 슬기가 만들어낸 찬란한 당대 신하문화의 금자탑이라 할 것이다.

석굴암의 중앙에는 본존불이 좌대 위에 앉아있으며, 본존불의 표정은 인자하면서도 담담하고, 너그로우면서도 단호하다. 또한 석벽에는 4개의 사부대중이 마주보고 있다. 또한 석벽에는 협상곳은 금강역사가 좌우로 서있다. 그 밖에도 다양한 불상들이 존재한다. 문수·유마 지장·기타 보살상들이 안치되어있다. 십일면관음보살은 저마다 다른 모습을 하고 있으며 중생을 교화하기 위한 11개의 얼굴로 부조되어있다. 10대제자의 조각도 보이며, 동굴을 파서 안치한 자그마한 감실부처들도 보인다. 천장은 아치형으로 되어있고 그 아치는 교묘하게 쌓여진 석재에 의하여 아름다운 조화와 기교의 묘미를 보여준다. 당대 조각, 건축 솜씨가 한 자리에 집결되어있는 느낌이다. 이러한 석굴암은 세계문화유산으로 지정되어 이를 복원하려는 노력이 계속적으로 이루어지고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 석굴암은 1995년 세계문화 유산으로 지정된 상태이다. 그러나 과거 잘못된 보수 공사로 인하여 누수현상이 생기는 등의 문제가 발생되어 계속 훼손이 되고 있는 상태이다. 석굴암에 대한 사업은 별도로 진행되고 있는 것은 없으며, 다만 경주에서 진행되고 있는 역사문화도시 조성 사업 중에 포함될 것으로 보인다.



○ 정부주도 사업

석굴암 사이버 체험관

석굴암은 유네스코에 세계문화 유산으로 등록되어 있다. 세계적으로 인정받은 문화재인 석굴암은 한국을 찾는 외국 관광객들에게는 필수 코스일 것이다. 그러나 막상 와 보면 유리 너머로 흐릿한 본존불의 모습을 보고 가야 하는 것이다. 이러한 아쉬움을 메우기 위해 석굴암을 3D 작업을 통하여 사이버 상에서 재현하고, 불상 하나 하나가 어떠한 의미를 담고 있는 지, 왜 그 자리에 위치하고 있는 지 등에 대한 설명을 함께 병행하여 서비스 한다면, 한국을 찾는 외국인들 뿐 아니라, 찾지 않는 외국인들에 대해서도 석굴암에 대한 홍보를 할 수 있을 것이다. 이를 문화관광부 홈페이지와 바로 연결 될 수 있도록 하여 보다 쉬게 석굴암을 접할 수 있도록 한다면 그 효과가 더해질 것이다. 이러한 3D가상 체험 시스템은 외국인들로 하여금 신라의 찬란한 불교문화를 느끼게 해 줄 것이고, 텍스트나 음성으로 서비스 되는 설명은 신라 문화의 우수성과 우리 민족의 문화적 측면에 대한 이해를 도울 것이다. 이제까지 석굴암 내부를 자세히 볼 기회가 없었던 내국인들은 석굴암을 자세히 체험하고 보다 깊은 정보를 제공받을 수 있는 기회가 될 수 있을 것이다. 이 서비스에는 비단 석굴암 뿐 아니라 신라의 찬란한 불교문화와 함께 수많은 불상의 형태에 대한 설명도 포함하여 우리의 불교문화에 대해 보다 깊이 있는 정보를 제공할 수 있도록 하여야 하겠다.



해외 홍보 협조

석굴암은 세계적인 문화유산이다. 이와 함께 화려하고 귀족적이었던 신라의 문화를 함께 소개할 수 있는 프로그램이 필요하다. 이를 위해 석굴암에 대한 책자를 만들어서 해외 홍보관 및 공항 등지에 배포 하고, 보다 깊은 내용은 책으로 만들어서 판매할 수 있다. 또한 디지털 영상물 등을 제작 하여 홍보관, 한국문화원 등에서 상영할 수 있도록 해야 한다. 이러한 적극적인 홍보를 통해 외국인들이 한국과 신라의 문화에 대해 관심을 갖고, 우리만이 가진 문화의 독창성을 느끼게 할 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

석굴암 모형관 건립 협조

현재 석굴암은 유리 벽 너머로 볼 수 있을 뿐, 직접 들어가 볼 수는 없다. 송산리고분군에 있는 박물관에 모형 무령왕릉을 만들어 두어 관광객들로 하여금 보다 실감나는 관람을 할 수 있도록 하고 있다. 우리 불교문화를 대표하는 문화재로 불리고 있는 석굴암에 대해 이러한 모형관을 건립할 만하다. 석굴암의 모습을 자세하게 복원하여 훼손되기 이전, 원래 석굴암이 갖고 있던 아름다움을 최대한 보여 줄 수 있도록 한다면 석굴암을 제대로 보지 못하는 관광객들의 아쉬움을 조금이라도 달래 줄 수 있을 것으로 기대된다.

○ 기업 주관 사업

교육용 애니메이션 제작 협조

석굴암은 설립자 김대성과 관련된 설화로도 유명하다. 해당 설화에는 신라의 사회적 분위기와 불교가 얼마나 깊이 신라 사회에 깊이 침투해 있었는지가 드러나 있다고 할 수 있다. 이러한 석굴암에 얽힌 설화를 어린이들을 위한 교육용 애니메이션으로 제작해 볼 만 하다. 기도와 보시로 인해 재상의 아들로 다시 태어난 김대성이 전생의 부모님까지 극진히 봉양한다는 효행의 가치와, 자신의 것을 아낌없이 나누어 줌으로서 다른 생을 살게 된다는 희생의 가치를 생각 해 볼 수 있게 할 것이다. 다시 태어나서도 전생의 부모와 이생의 부모를 위해 불국사와 석굴암을 지었다는 것에서는 신라 불교적 국가 모습을 지켜 볼 수 있다. 이러한 모습들이 드러난 애니메이션을 보면서 보호자의 설명이 곁들여 진다면 그 효과는 더욱 커질 것이며, 자연스럽게 우리 고대 국가의 이미지에 대해서 이해하고 받아들일 수 있을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	석굴암 사이버 체험관	사업 협조	70,000,000
	해외 홍보	홍보 협조	30,000,000
지자체	석굴암 모형관 건립	일부 기금 협조	30,000,000
기업	교육용 애니메이션 제작	일부 기금 협조	20,000,000
합계			150,000,000

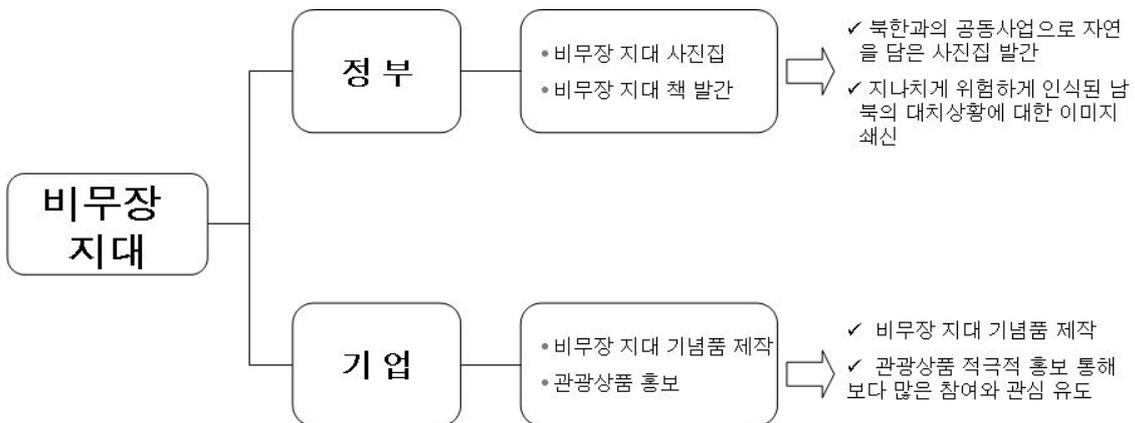


37) 비무장 지대

□ 상징적 의미

1953년 7월 27일 월요일 오전 판문점에서 휴전협정이 조인됐다. 남북은 즉각 2km씩 뒤로 후퇴하면서, 그 사이를 비무장지대(Demilitarized Zone)라는 완충지대로 만들었다. 그리고 남쪽은 DMZ 후방 5~20km 밖에 민간인 통제선(Civilian Control Line)이란 또 다른 선이 생겼다. DMZ는 군대의 주둔이나 무기의 배치, 군사시설의 설치를 금지하도록 약속한 지대다. 그리고 민간인 통제선은 이 약속을 효율적으로 준수하기 위해 민간인이 거주하거나, 산업활동을 하지 못하도록 남쪽의 필요에 따라 만든 지대다. 물론 북쪽도 비슷한 목적의 그런 지대를 만들어 놓았다. 많은 사람들이 상상 했던 것처럼 그곳은 풀과 나무가 마음껏 자라고, 새와 물고기가 거칠 것 없으며, 온갖 야생동물이 뛰어 놀고 있다. 반세기 전 남과 북은 전쟁으로 서로 한쪽을 잃었지만, 그 반대로 '자연생태계의 보고' 하나를 얻었다. 그곳에선 아직 인간의 전쟁은 끝나지 않았다. 그러나 자연은 인간의 의도와는 아무 관계없이 그곳을 지구에 단 하나밖에 없는 '자연생태공원'으로 만들어 놓고 있었다. 그곳은 20세기가 남기고 간 냉전유적지인 것이다. 그런가 하면 한국의 과거와 현재, 미래를 고스란히 담고 있는 '한국 자연사 박물관'이다. DMZ는 전혀 뜻밖의 자원을 유산으로 남겨놓았다.

□ 상용화 방안



○ 정부 주관 사업

비무장 지대 사진전 개최, 사진첩 발간

비무장 지대는 그야말로 자연의 보고라고 할 수 있는데, 멸종 위기의 동·식물이 자연 상태 그대로 보존되어 있는 곳이다. 한반도의 자연이 본격적인 공업화가 시작되지 않은 반세기 전의 모습 그대로 머물러 있다. 공업화가 급속도로 진행되면서 한반도의 자연환경은 많이 훼손되었다. 북한은 북한대로 나무가 없는 산이 빨간 몸을 드러내고 있고, 남한 또한 매연과 폐수 등으로 오염되어 자연 생태계가 유지되지 못한 것이다. 우리나라는 예로부터 수려한 경관이 큰 자랑거리였다. 그 경관을 잘 간직하고 있는 비무장 지대의 아름다운 자연을 널리 알리는 작업이 필요하다. 비무장 지대의 자연을 담은 사진전을 개최하고 출판된 작품 위주로 사진첩을 발간하도록 한다. 이러한 사업은 우리 국민들에게는 우리의 아름다운 자연을 느낄 수 있는 기회가 될 것이며, 해외 홍보를 통하여 남한과 북한의 대치 상태에 대한 부정적인 인식도 어느 정도는 바꿀 수 있을 것으로 기대 한다.

비무장 지대의 역사, 자연, 한국전쟁과 현재의 남과 북

현재 한반도의 위기에 대한 관심과 우려가 날로 고조되고 있다. 외국에서는 한반도의 상황이 금방이라도 전쟁이 터질 것 같은 폭탄과 같이 인식되고 있는 것으로 보인다. 비무장 지대의 역사와 자연 등을 소재로 하여 이를 보여주는 것에서 출발하여 한국전쟁의 역사적 사실과 그 동안 남북관계가 어떻게 변화하여 왔고, 현재의 남과 북은 어떠한 상황인지 등에 대한 책을 발간하고 이를 번역하여 해외에서도 판매 할 수 있도록 한다면 지나치게 위험한 국가로 인식되고 있는 남북의 대치 상황에 대한 인식을 쇠퇴시킬 수 있을 것으로 생각된다. 또한 이러한 책은 전쟁세대가 아닌 국내의 젊은 층에게도 올바른 인식을 심어 줄 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 제작

현재 판문점은 하나의 관광지로서 기능하고 있다. 초등학교 시절 한 번 쯤 소풍으로 다녀온 사람이 대부분이고, 서울에서 그다지 멀지 않아서 이용객들이 많은 편이다. 또한 세계 유일의 분단국가라는 이름으로 인해 외국인 관광객들도 많이 찾는 곳 중에 하나이다. 그러나 이들을 위한 관광 공간이 제대로 조성되어 있지 않은 것이 사실이다. 정부와의 협의를 통해 판문점 관광지를 개·보수 하고 땅굴 모형, 한국



전쟁 관련 유물 등을 전시·체험할 수 있는 공간을 만들고 관련 상품을 판매할 수 있는 공간을 확충하여 판문점 종합 관광 센터를 조성한다. 이 안에서 초등학교 등을 비롯한 단체 견학을 온 사람들과 다른 관광객들이 한국전쟁에 관한 다큐멘터리 등을 관람할 수 있는 공간을 만들고, 그와 관련된 책자와 상품 등을 판매 한다면 교육적 효과와 맞물린 수익사업을 진행 할 수 있을 것으로 기대 된다. 관련 상품으로는 관련 책자, 비무장 지대의 사진을 담은 마그넷, 엽서 등을 기획 할 수 있을 것이다.

비무장 지대 관광 상품 홍보

비무장 지대의 관광은 지역의 특성상 대대적으로 그 규모를 확대 하는 등의 작업은 어렵다고 할 수 있다. 그러나 외국인 들을 위주로 진행되고 있는 이 관광 상품을 적극적인 홍보를 통해 보다 많은 관심과 참여를 유도해야 한다. 관광 코스를 조성하고 해당 지역에 관광지에 걸 맞는 옷을 입혀서 의미 있는 관광 상품으로 자리 할 수 있도록 힘써야 한다. 이러한 사업은 우리가 가진 단점을 장점으로 승화시켜, 수익사업을 진행하는 것은 물론 국가 이미지 상승에도 기여 할 수 있을 것으로 기대 된다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	비무장 지대 사진전 개최 및 사진첩 발간	일부 기금 협조	30,000,000
	비무장 지대에 관한 책 발간	일부 기금 협조	30,000,000
기업	관련 기념상품 제작	기념관·홍보관 건립 협조	50,000,000
	관광 상품 홍보	일부 기금 협조	20,000,000
합계			130,000,000

38) 길거리 응원

□ 상징적 의미

본디 우리에게서 우리식의 광장이 있었으니 이는 ‘마당’으로 표현되었으며 공유하는 ‘대동의 장’이었다. 전통시대의 마당은 급격히 사라지기 시작한다. 그 대신에 마당잔치, 마당 곳은 사라지고 운동회나 군사 퍼레이드 등이 대신하였다. 그러한 점에서 2002년 6월의 길거리 응원 하나의 문화사적 전환, 잃어버린 마당의 복권과도 같은 일대 사건이었다. 6월의 축제는 ‘레드스’, 즉 붉은악마를 통하여 붉은빛이라는 통합 이미지를 얻어냄으로써 ‘색깔의 생명’도 얻어냈다. ‘생명의 문화’야말로 개개인과 집단 모두의 ‘제대로 살아가는 유일한 법칙’임을 각인시킨 것이다. 즉, 6월의 축제는 바로 ‘색깔의 잔치’였다. 색깔이 부여하는 냄새와 느낌이 전국을 뒤덮었다. 그리하여 우리들은 이러한 일련의 행위들을 ‘길거리 응원’이라고 부르고 있으며, 이들 응원 속에는 이처럼 복잡 미묘한 상징적 의미들이 숨겨져 있는 셈이다. 길거리응원은 민족적인 속성도 지닌다. 우리 민족의 놀이나 축제문화는 기본적으로 길거리 형식을 갖추고 있었다. 우리의 민중 전통 속에서 거리굿은 오랜 역사적 유산이다. 어느 날 갑자기 길거리로 뛰쳐나온 것이 아니다. 중요한 사태가 벌어질 때, 거리로 뛰쳐나옴은 인간의 보편적 습성이지만 한국인에게서 유독 강하여 강력한 문화 전통에 힘입고 있다. 그동안 우리에게 진정한 거리의 문화도, 광장의 문화도 좀처럼 틈새를 ‘허락’하지 않았다. 그러나 2006년 6월의 월드컵 기간에 벌어진 길거리응원은 우발적인 것만은 아니었으니, 민족적인 신명의 에너지가 월드컵이란 축제를 통하여 폭발한 것으로 여겨진다. 그러나 일단 길거리응원이 표출되자 이는 하나의 문화가 되었으며, 특히나 외국인들에게 한국인의 열광적이며 약동하는 이미지를 즉자적으로 보여주는 적극적인 계기가 되었다.

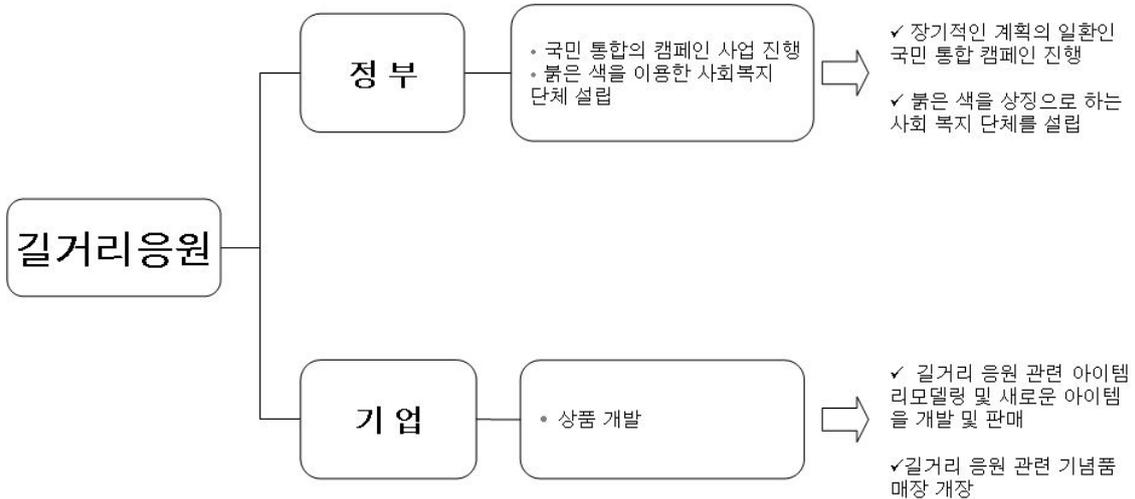
□ 상용화 방안

○ 현황

길거리 응원의 기억은 해외동포를 비롯한 한국인이면 누구나 가지고 있는 기억으로 2006년 독일 월드컵에서도 역시 길거리 응원행사가 재현되었으며, 그 외에도 한국의 축구 국제 경기가 열리면 어느 곳에서나 전례 화된 응원 문화로 자리매김하고 있다. 또한 이때의 기억을 이용한 많은 기업이미지 광고가 진행되었고, 붉은 악마



관련한 상품들도 제작되어 판매되었다. 그러나 대부분의 행사가 일회성을 끝나고 있어 아쉬움을 주고 있다. 앞으로 다양한 방법을 통해 길거리 응원의 기억이 사회를 변화시키는 긍정적이며 장기적인 에너지로 전화될 수 있도록 노력해야 할 때이다.



○ 정부 주관 사업

국민 통합의 캠페인 사업 진행

한국은 지구상의 마지막 분단국가이면서, 동·서간에 대립과 가속화되는 빈부 격차, 세대 간의 갈등, 양성간의 갈등 등, 갈등과 반목의 요소를 많이 가지고 있지만 반면에 그 이면에는 한민족이라는 동질성을 가지고 있기도 하다. 그리고 그러한 동질성이 표출된 것이 바로 역동적인 붉은 색으로 하나 된 길거리 응원이었다. 이러한 많은 현실적 문제에 불구하고 서로 마음을 여로 하나 되었던 귀중한 경험이 흘러가는 기억이 되지 않도록 하는 앞으로의 노력이 중요하다. 그리고 그러한 기억을 메시지로 전환하기 위한 사업의 일환으로 길거리 응원을 통해서 알게 된 사람들과의 이야기와, 인생을 다르게 보게 되었던 경험들을 국민통합의 주제아래 공모해서 그 중에 국민통합의 메시지를 담은 만한 일화들을 광고로 제작하여 지속적인 캠페인을 진행해 나아간다. 이러한 캠페인은 이미지 중심의 광고보다는 훨씬 더 많은 생각을 하게 할 것이며 장기적으로도 더 큰 파급효과가 있을 것으로 기대된다.

붉은 색을 이용한 사회복지단체 결성

이전까지의 일반적인 한국인의 상징 이미지가 한을 상징하는 백색이었다면 2002년 월드컵 이후의 한국인을 색이 된 붉은 색은 길거리 가득 매운 붉은 악마들의 색임과 동시에 열정, 신선함, 기쁨, 축제, 동지애 등 긍정적인 한국의 국민성을 상징하는

색이 되었다. 이러한 붉은 색을 상징으로 해서 사회 각지에 있는 도움이 필요한 이들을 돕는 네트워크를 결성하여, 기부하고자 하는 개인이나 기업과 도움을 절실히 필요로 하는 사람들을 이어준다. 단적인 예로 기부의 하나의 형태로, 휴면중인 카드 및 각종 마일리지나 역시 휴면중인 소액계좌의 돈을 통장 주인의 동의하에 자동적으로 모아서 도움이 필요로 하는 사람들을 주는 일등을 할 수 있다. 그리고 도움을 필요로 하지만 알지 못해서 도움을 받지 못하는 이들을 찾아내어 도움을 주는 등 보다 적극적인 활동을 펼친다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

치우천왕 등의 길거리 응원에 등장하였던 캐릭터를 이용하여 월드컵 응원 때만이 아니라 항시적으로 사용할 수 있는 치우천왕이 그려진 컵, 월드컵 응원 때의 열띤 모습을 담은 사진과 그것을 이용한 엽서나 포스터, 그 외에도 수건, 책갈피 등 기존에 만들어져 있던 물품들을 개발할 수 있다. 기존의 대부분의 상품들은 월드컵 기간에 맞추어 급하게 만들어졌으므로 본격적인 상품화를 진행하기에는 한계가 있으니 이러한 아이템들은 리모델링하고 나아가 새로운 아이템을 개발하고 판매하여 우리의 길거리 응원을 기억하는 외국인에게 판매할 수도 있도록 한다. 또한 길거리 응원 관련 아이템을 파는 매장을 외국인이 많이 다니는 인사동 등에 개장한다면 또 하나의 한국 관련 이미지를 인식시킬 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	국민 통합의 캠페인 사업 진행	사업 협조	60,000,000
	붉은색을 이용한 사회복지단체 설립	사업 협조	60,000,000
기업	상품 제작	디자인 개선 협조	30,000,000
합계			150,000,000



39) 오일장(장날)

□ 상징적 의미

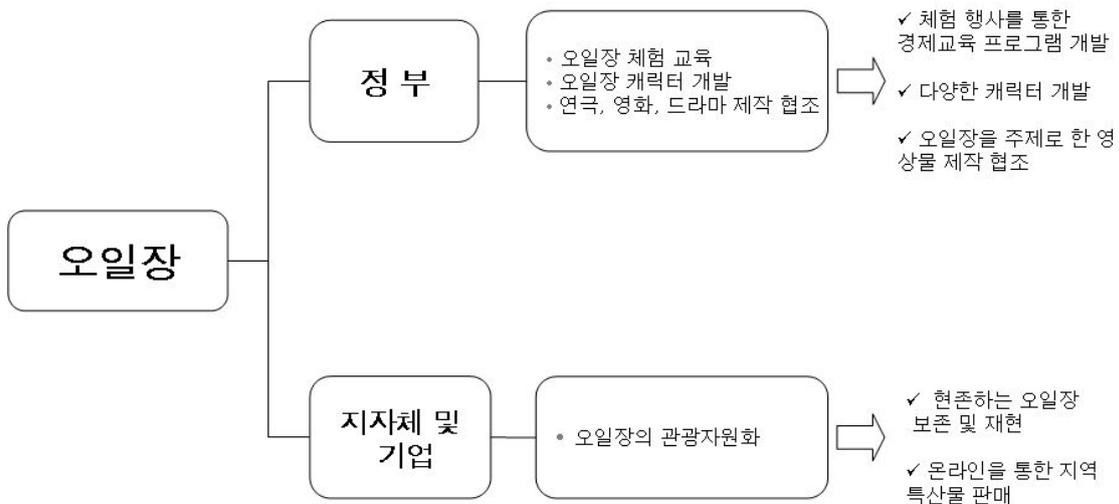
오일장은 우리 민족의 정취와 지혜가 담긴 장소로서의 상징성을 지닌다. 특히 조선 시대에 정착·확대된 오일장 체제는 그 유래가 드문 것이라 할 수 있으며 오일장은 지방에서 열린 ‘향시(鄕市)’의 한 형태로 고려시대부터 점차 그 모습을 정비하기 시작하여 조선시대에 들어와 전성기를 이루었다. 향시는 크게 매일 열리는 상설 시와 아침저녁으로 열리는 조석 시, 그리고 일정 기간을 두고 열리는 정기 시로 나뉘는데 가장 보편적인 시장의 형태가 한 달에 5일 간격으로 여섯 번 열리는 오일장이었다. 또한 정기시장이 언제부터 5일장의 형태를 취하기 시작하였는지는 확실하지 않지만 대체로 15세기 중엽 이후 인 것으로 보인다. 그리고 정기 시는 인구의 증가, 교통 및 수송 수단의 발달, 분업에 따른 생산성의 증가 등을 통하여 성립하고 발전해 왔으며, 이러한 역사적 과정 속에서 5일이라는 시간과 하루를 걸어서 왕복할 수 있는 30리 내지 60리라는 공간이 체계화되어 5일장이 성립되었을 것이다. 조선의 오일장 체제는 일제강점기에 이르러 공설시장이 생기면서 위축됐으나, 오늘날까지 미약하게나마 계속 그 명맥을 유지해 오고 있다. 우리의 오랜 역사 속에서 오일장은 단순히 물품을 사고파는 장소가 아니라, 혼담이 오가고 여론이 형성되는 장소였다. 뿐만 아니라 오일장이 열리는 ‘장날’은 탐관오리의 착취에 항거하는 날이었으며, 일제강점기에는 항일독립운동의 집결지이자 단체 행동을 단행하는 날이기도 했다. 지금은 점차 사라져 가고 일부 지방 읍면에서 그 명맥이 유지되고 있는 이 오일장의 전통은 문화산업으로 전승 활용되어야 하겠다.

□ 상용화 방안

○ 현황

오일장은 과거 우리 조상들의 공동체적 삶과 경제생활의 집결지였다고 해도 과언이 아니다. 그러나 백화점이나 각종 마트 등 현대적 상설시장이 생겨나면서 더 이상 물건을 사고파는 것을 기다릴 필요가 없게 된 요즘은 오일장은 소중한 전통으로 지켜내야 하는 유산이 되어가고 있다. 이러한 오일장은 현재 제주도와 정선 등 지방에 일부 지역에서 아직까지 그 명맥을 유지하고 있으며 도시에서 오는 사람들에게 과거를 향수할만한 장소를 제공하고 있다. 그리고 2000년에 들어서 민속원에서는

<사라져 가는 우리의 오일장을 찾아서>라는 시리즈물을 통해서 각 지역의 오일장에 대한 얽힌 여러 가지 이야기들을 알기 쉽게 전달하는 책을 출간하였다. 오일장은 현재의 마트나 마켓같이 정찰제로 물건과 돈의 등가교환의 개념이 아닌 흥정을 통한 열린 가능성이 존재하는 곳으로, 보존해야만 할 가치가 있는 우리의 문화유산이다. 앞으로 다양한 모색을 통해서 전통적인 오일장의 개념은 살리면서도 현대적 의미를 더하여 재정립할 수 있도록 노력해야 할 것이다.



○ 정부 주관 사업

오일장 체험 교육

요즘 한국인들의 지나친 허례 의식이나 과소비 등 경제관념의 부족이 지적되고 있다. 그리고 문제점의 원인으로 어렸을 때부터의 실질적인 경제교육의 잘 이루어지고 있지 않은 점이 지적되었다. 이에 우리의 전통적 오일장의 개념을 응용하여 각 초·중·고에 경제교육의 장으로 활용하여, 정기적으로 시장을 열어 필요하지 않는 물품들을 교환하고 수입과 지출을 체크하며, 이를 저축하는 프로그램을 만들어 어린 학생들에게 실질적인 경제관념을 심어주는 교육의 장으로 삼는다.

오일장 캐릭터 개발 협조

오일장은 많은 사람들이 오고갔던 곳으로 많은 이야기들과 그에 따르는 다양한 인물들이 등장하는 데, 이렇게 오일장 속에서 살아 숨 쉬었던 장돌뱅이나 대장간과 대장장이, 떡이나 나물을 파는 할머니 등을 이미지화해서 캐릭터를 제작하여 오일장 체험 행사등과 경제와 관련한 다양한 프로그램에 응용한다.



오일장을 주제로 한 연극, 영화, 드라마 제작 협조

오일장은 우리 민족의 애환이 가득 담긴 공간으로 많은 문학에 영감을 주어 왔으며 많은 사람들이 그 정서를 공유하였는데, 그 대표적인 예가 이효석의 <메밀꽃 필 무렵>이나 김동리의 <역마>와 같은 소설이다. 그만큼 오일장이라는 곳은 만남과 헤어짐이 공존하는 곳으로 많은 이야기 거리가 존재하는 곳이다. 그러나 소재로써 오일장은 많이 다루어져 왔으나, 오일장을 그 자체를 주제로 한 것은 드물다. 이에 오일장을 주제로 한 연극, 영화, 드라마, 애니메이션 등을 제작한다면 많은 사람들에게 다양한 의미의 오일장을 소개할 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 및 기업 주관 사업

오일장의 관광자원화 협조

제주도와 횡성 등의 오일장은 주 5일 근무를 맞아 휴식을 취하러 온 도시사람들에게 그 지방의 특산물을 값싸게 구입할 수 있는 장소이자, 오일장을 향수할 수 있는 기억을 지니고 있는 사람들에게는 추억을 떠올릴 수 있는 장소이다. 이렇게 사라져가는 오일장을 보호하고, 각 지역의 축제와 연계하여 오일장을 재현하는 행사는 물론, 오일장을 통해 각 지역의 문화, 민속, 음식, 의례 등을 경험할 수 있는 장소로 만든다. 또한 오일장이 열리지 않는 동안에도 각 지역의 오일장터 홈페이지를 개설해서 그 지역의 특산물을 판매할 수 있는 기회로도 활용할 수 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	오일장 체험 교육	프로그램 개발비 협조	50,000,000
	오일장 캐릭터 개발	개발비 협조	40,000,000
	오일장을 주제로 한 연극, 영화, 드라마 제작	일부 기금 협조	50,000,000
지자체 및 기업	오일장의 관광자원화	일부 기금 협조	20,000,000
합계			160,000,000

40) 잠녀(해녀)

□ 상징적 의미

해녀는 몸에 아무런 장치 없이 맨몸으로 잠수해서 전복·소라·미역·우뭇가사리 등 해산물을 직업적으로 채취하는 여자를 말한다. 해녀의 본고장인 제주에서는 이들을 ‘잠녀(潛女)’ 혹은 ‘잠수(潛嫂)’라고 부르는데, 이들 잠녀들은 전통적 잠수문화를 상징하며 또한 제주여인의 강인한 삶과 독특한 문화를 상징한다. 잠녀는 자연발생적인 생업수단의 일환으로 생겨났을 것으로 추정되는데, 문헌상으로는 12세기 초 고려 시대 기록에 보인다. 이들 잠녀의 삶은 매우 고되어, 잠수로 잡은 것들로 의식을 해결함은 물론이고 잡은 것을 관가에까지 바쳐야 했기 때문에 잠녀들의 고충은 말할 것도 없다. 그러한 탓에 잠녀들은 빈곤을 면치 못하였다. 그리고 이들 잠녀들은 제주도를 떠나버린 남자의 일을 대신하는 과정에서 일이 과중되어 더욱 힘든 삶을 살았던 것이다. 잠녀들은 대부분 농사일을 겸하였는데 잠수작업은 주로 봄에서 가을까지 이루어진다. 그러나 1876년 개항으로 일본 어민의 진출과 함께 제주어장이 황폐화되면서 잠녀들은 생존권을 위협받게 되었고 이에 전국의 여러 해안으로 조업하였는데 객주의 인술에 따라 일본 각지와 블라디보스토크, 랴오둥 반도의 다렌, 산둥 성의 칭다오까지 진출했다. 1920년대부터 8·15해방까지 일본 각지에 약 1,500명, 한반도 연안에 약 2,500명이 출가한 것으로 전한다. 최고 9,000명까지 헤아렸던 잠녀는 최근에 그 수가 급격히 줄어들어 불과 몇 백 명에 지나지 않는다. 현재 해녀·해남의 분포지역은 한국과 일본으로만 한정되어 있으며 특히 제주도는 여성 잠수업자가 가장 밀집되어 있는 곳으로 세계적인 주목을 받고 있다.

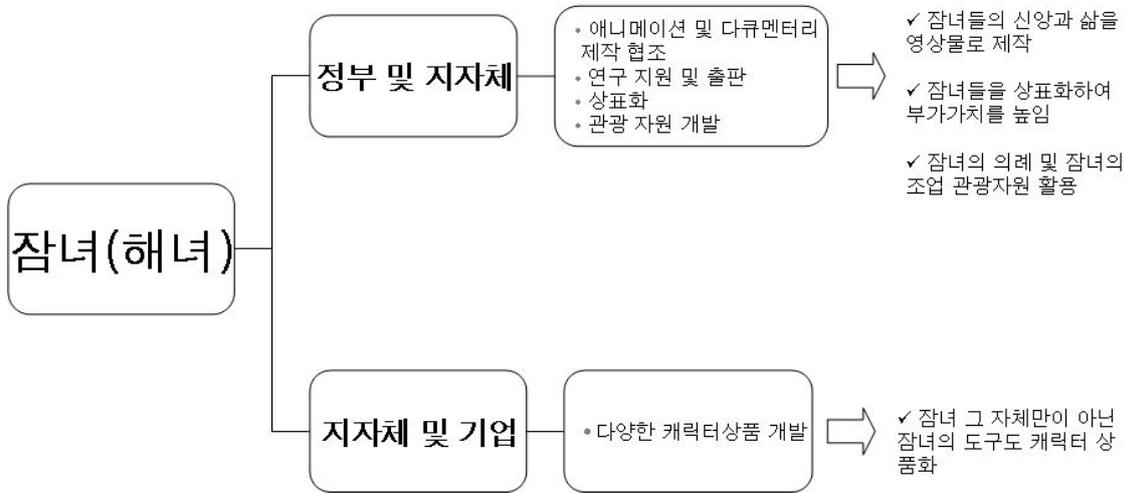
□ 상용화 방안

○ 현황

현재 제주도를 중심으로 하는 잠녀를 세계 섬 학회에서는 세계문화유산에 등록시키기 위해 노력 중이며, 2005년 12월에는 북제주군 제주해녀항일운동기념공원 내에 ‘제주해녀박물관’이 개관하였다. 이를 통해 잠수문화의 상징이자 제주도의 상징인 잠녀의 삶과 역사를 많은 사람들이 보고 체험할 수 있게 되었으며 해녀박물관에서는 그 취지를 살려 여성영화제도 개최하고 있다. 또한 2002년도에 월드컵 개최를 기념하여 제주해녀축제가 열렸으며 현재까지 이어지고 있다. 또한 해녀 캐릭터와



상품 등 제주에서는 해녀에 관련한 여러 가지 사업들을 진행하고 있다.



○ 정부 및 지방자치단체 주관 사업

잠녀 애니메이션 및 다큐멘터리 제작 협조

잠녀들은 맨몸으로 물에서 작업하는 탓에 신앙심이 유독 강하한데 이러한 잠녀들이 모시는 신들의 이야기를 애니메이션으로 제작한다면 제주 잠녀문화의 상징성은 더욱 부각될 것이다. 또한 해녀들의 삶을 조명하는 다큐멘터리를 만들고, 일제강점기의 잠녀들의 독립운동 참여를 주제로 하는 다큐멘터리나 드라마 등을 만들어 제주도에 강한 정신성을 상징하는 잠녀의 삶의 모습을 보존하고 알리기 위해 노력한다.

잠녀에 대한 연구 협조 및 출판

잠녀에 대한 그 동안의 연구와 서적은 주로 잠녀들의 신체적인 능력에 대한 것과 이들에 대한 설화나 민속에 관한 것으로 나뉘어 질 수 있으나, 잠녀가 가진 역사성이나 그들이 가진 가치에 비해서 미미하며, 20년 이상 된 연구 논문들이 많아, 이번을 기회로 세계 속에서 잠녀가 지닌 가치나 의미, 역사를 재조명해보는 여러 가지 연구와 그와 관련한 세미나 협조가 필요하며, 그 결과물을 전문가는 물론 대중들도 쉽게 접할 수 있도록 다양한 종류의 서적의 출간도 필요하다. 그리고 이러한 연구를 통해 얻어진 자료들은 제주시에서 잠녀에 대한 의미를 더욱 확장하고 특성화 시키며 전통과 역사를 보존하는 데에 많은 도움이 될 것이다.

잠녀 이미지의 상표화 협조

해녀가 직접 손을 채취하는 해산물에는 그것을 증명하는 표시를 해서 해녀가 직접 채취한 해산물임을 증명하고 나아가 상표화한다면 고부가 가치를 창출할 수 있을 것이다. 또한 도시와 제주도를 연결하는 빠른 운송수단을 이용해 직거래를 한다면 도시에 사는 사람들은 마치 제주도에서 직접 먹는 것과 같은 기분을 느낄 수 있을 것이고, 힘든 노동에 비해 적절한 대가가 주어지지 않아 계속해서 줄고 있는 해녀들에게 적절한 경제적 보상이 주어질 수 있을 것으로 보인다.

관광 자원 개발 협조

제주도 관광은 여전히 한라산 중심으로 이루어지고 있는데 이제는 바다로 영역을 넓힐 필요가 있다. 그러한 노력의 일환으로 잠녀와 작업을 체험할 수 있는 관광 상품을 개발하고, 잠녀들의 정서를 체험할 수 있는 신당답사프로그램 등을 육성한다면 한라산이나 보문단지 류의 관광에 식상한 다양한 관광객 층을 흡수해야 할 수 있을 것이다. 또한 관광객들이 주로 본섬인 제주도에 많이 몰리는 것을 가만하여, 현재 가장 많은 잠녀가 활동하고 있는 우도가 아닌 본섬에서 여러 해녀 관련 축제가 열리고 있는데, 우도에서 전통제주선박과 함께 하는 해녀체험 등의 프로그램 개발을 통해서, 현재 가장 많은 잠녀가 활동하고 있는 우도를 알려 많은 사람들이 올 수 있도록 한다.

○ 지방자치단체 및 기업 주관 사업

다양한 캐릭터 상품 개발

제주에서는 잠녀나 돌하르방의 이미지를 활용한 다양한 캐릭터 상품을 판매하고 있는데 잠녀의 경우는 대체로 망사리를 어깨에 메고 있는 모습으로 한정되어 있다. 이에 이제는 한 발 더 나아가 잠녀가 사용하던 도구인 망사리나 태왁의 이미지를 활용한 목걸이나 귀걸이, 반지, 열쇠고리, 휴대폰 줄 등으로 개발한다면 보다 많은 호응을 기대할 수 있을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부 및 지자체	좀녀 애니메이션 및 다큐멘터리 제작	제작 기금 협조	50,000,000
	좀녀에 대한 연구 및 출판	기금 협조	40,000,000
	잠녀이미지의 상표화	기금 협조	30,000,000
	관광 자원 개발	기금 협조	20,000,000
지자체 및 기업	다양한 캐릭터상품 개발	일부 기금 협조	20,000,000
합계			160,000,000

41) 강릉 단오제

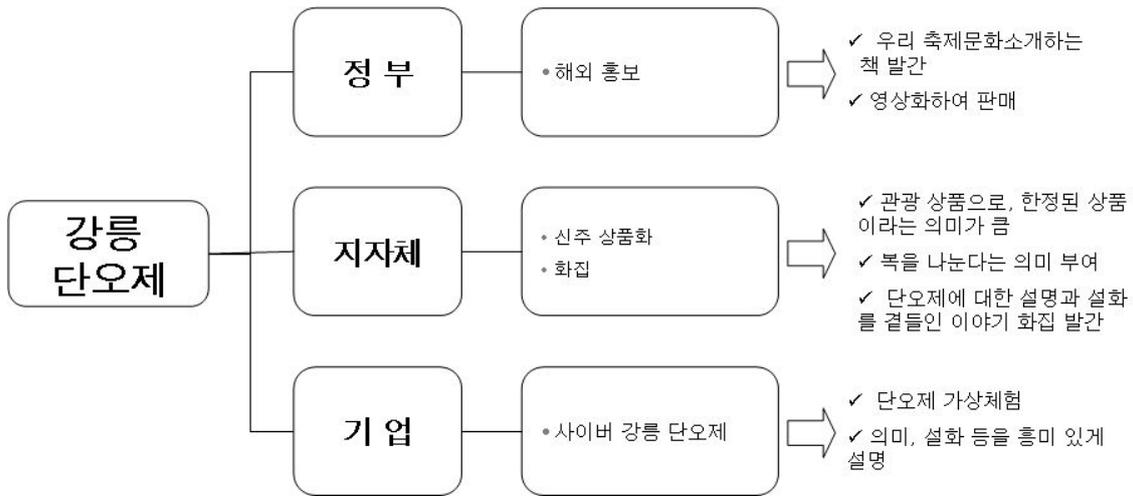
□ 상징적 의미

기온이 올라가고 따듯해지는 단오는 양기가 가득한 날로 예부터 부정을 쫓는 날로 알려져왔다. 천중부적을 구해다가 악귀를 쫓지도 하고 가정에서는 부정을 쫓고 길상을 맞이하기 위해서 단오 날 부적을 붙였다. 단오 날에는 창포를 삶아 그 물로 세수를 했다. 단순 세면기능으로만 볼 것이 아니라 건강을 위한 벽사의 의미를 지녔다. 곳곳에서 여인들이 창포로 머리감는 풍경은 단오절의 그윽한 풍경이었다. 양기가 가장 그득한 날이라고 하여 약제로 쓸 익모초를 베어서 말리는 날이기도 하였다. 국가적으로는 이날 신하들에게 부채를 내렸*으며 거기에 시원한 그림을 그려서 여름을 맞이하였다. 단오절에는 목욕, 즉 물맞이 행사가 이어져 왔는데 이것들은 부인네들의 가장 큰 연중행사로 여겨왔다. 또한 단오에는 남자들은 씨름, 여자들은 그네뛰기를 놀면서 하루를 보냈다. 춘향이 이도령을 만난 것도 단오 날이었다. 이처럼 모처럼 여자들이 외출을 하여 마음껏 놀 수 있는 날이기도 하였다. 여인들의 화려한 치마폭이 바람에 날리면서 창공을 박차는 그네뛰기는 단오 날이 선사할 수 있는 가장 아름다운 풍경 중의 하나이다. 남성들은 난장을 열어 씨름판으로 하루해를 보내곤 한다. 그러면서 이날에는 수리취떡을 해 먹으면서 축제의 하루를 즐겼다. 이러한 단오 날의 으뜸 풍경은 단오제다. 단오제란 전국에서 열리지 않는 곳이 없었다. 그 중에서 오늘날까지 남아있는 가장 큰 단오제는 강릉단오제이다. 강릉에서는 단오 날 훨씬 이전부터 단오제를 준비한다. 음력 4월 보름에 동서는 잇는 대관령에 올라간다. 신라시대 김유신을 산신령으로 모신 산신각에서 대관령산신제를 지내고, 범일국사를 모신 국사성황당에서는 국사성황제를 올린다. 강릉단오제에서 모시는 신들이 신라시대의 인물임을 통하여 오랜 역사를 지니고 있음을 알 수 있다. 강릉단오제는 축제가 지닌 모든 요소를 포함하고 있어 유네스코가 지정한 세계무형유산의 반열에도 올랐다. 이는 이제 우리나라뿐 아니라 세계적인 무형 문화유산으로서의 가능성을 입증한다고 할 수 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

강릉 단오제는 현재 강릉의 주된 지역축제로서 자리하고 있다. 유네스코 세계문화 유산으로 지정되었고, 축제의 절차와 전통들을 꾸준히 지켜 나가면서도 관객들과 지역주민의 참여를 얻어내는 지역축제로 평가받고 있다.



○ 정부 주관 사업

해외 홍보

강릉단오제는 우리 고유 무형문화를 많이 보여준다는데 있어 세계의 이목을 끌었다. 강릉 단오제는 한국의 전통적 축제의 유형이라 불리는 무당굿 축제, 풍물굿 축제, 가면극 축제, 놀이굿 축제라는 네 가지 유형의 축제가 함께 어우러져 있는 국내 유일의 종합적 축제로서의 가치를 지닌다. 강릉단오굿은 무당굿축제에 해당하고, 강릉농악은 풍물굿 축제에, 강릉관노가면극은 가면극축제에 해당하며 세시놀이, 풍물놀이, 제의적 놀이 등은 놀이굿 축제에 해당한다. 강릉단오제에서는 이들 축제의 유형들이 개별적 성격을 지니면서 동시에 강릉단오제라는 하나의 축제에 통합되는 특별한 성격을 지니고 있는 것이다. 결국 강릉단오제는 여러 축제 유형들의 단순한 합집합이 아니라 유기적으로 하나의 종합축제를 구성하는 유기적 결합체로서의 성격을 지닌다고 평가할 수 있다. 이러한 단오제의 장점을 살려서, 해외에 적극적으로 홍보해야 할 것이다. 그 방안으로 우리의 축제 문화를 소개하는 책을 발간하고, 강릉 단오제를 영상화 하여 판매하는 방안을 고려해 볼만하다.

○ 지방자치단체 주관 사업

신주 상품화 협조

강릉 단오제는 신주를 빚는 것으로 시작된다. 지역민들이 쌀을 모으는 행사를 하기도 하는데, 지역공동체의 주민들이 힘을 모아 복을 기원한다는 데 신주의 의미가 있다. 이 의미를 살려, 단오제가 끝난 뒤 빚은 신주를 판매 하는 방안을 고려 해 볼 만하다. 복을

함께 나눈 다는 의미를 부여 할 수 있는 이 신주 판매는 지역 특산물로, 또한 단오제가 끝난 뒤 한정량만 판매한다는 데 있어서도 큰 의미를 가질 수 있을 것이다.

화집 만들기 협조

단오제는 특별한 행사다. 여간해서는 보기 힘든 여러 종류의 굿과 가면극을 관람할 수 있는 기회다. 한국의 특별한 문화를 소장하기 원하는 사람들을 위하여 이야기가 곁들여진 사진집을 발간하여 판매 한다면 좋은 문화상품으로 자리 잡을 수 있을 것이다. 단오제가 진행되는 순서에 따라 촬영한 사진집에 적당한 설명과 설화 등을 함께 기록한 책은 문화적으로 매우 가치 있는 상품이 될 수 있을 것이다. 또한 이러한 사진첩과 별도로 엽서와 같은 상품도 좋은 기념품이 될 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

단오제 사이버 프로그램

강릉단오제는 특정시기에 긴 기간을 가지고 행해지기 때문에 그 축제를 처음부터 끝까지 함께 하는 것에는 무리가 있다. 이를 보완하기 위하여 단오제를 처음부터 끝까지 체험할 수 있는 가상시스템을 만들고, 서비스 한다면 축제에 대한 호기심을 불러일으키고, 축제에 대해 보다 자세히 알 수 있다는 점에서 의미가 매우 깊을 것이다. 또한 이러한 상품들은 좀처럼 경험하기 힘든 행사를 간접적으로나마 선두에서 참여할 수 있다는 것으로 우리문화를 체험하는 대표적인 상품이 될 수 있을 것으로 기대된다. 또한 단오제에 얽힌 설화 등을 디지털 영상화 하여 서비스 한다면 보다 심도 있는 이해를 도모할 수 있을 것으로 기대된다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	축제문화 소개 책 발간	고증 인력 협조	20,000,000
	영상물 제작	일부기금 협조	20,000,000
정부 및 지자체	신주 상품화	일부기금 협조	10,000,000
	화집 만들기	일부기금 협조	10,000,000
기업	사이버 강릉 단오제	일부기금 협조	50,000,000
합계			110,000,000



42) 영산 줄다리기

□ 상징적 의미

작은 읍내에도 불구하고 뛰어난 무형문화가 존재한다. 그 하나는 나무로 소를 만들고 사람들이 어깨에 메고서 승패를 가르는 쇠머리대기로 우전, 목우전, 나무 쇠싸움 등으로 호칭된다. 다른 하나는 성 안팎을 동·서편으로 싸우는 영산줄다리기이다. 또한 영산에는 단오 때 마다 유구한 역사를 자랑하는 문호장 곳이 어루어져 가히 ‘놀이문화의 메카’로 선언해도 괜찮을 성 싶다. 그리하여 영산줄다리기는 마침내 유네스코가 지정한 세계무형문화유산에 등록되는 영광도 안게 되었다. 민족해방의 봉화를 지켜든 3·1절 주간, 경상남도 영산사람들은 어김없이 싸움판을 벌인다. 작은 읍내는 온통 축제 도가니로 빠져들어 골목마다 부산하게 오가는 인파들로 메워진다. 3·1절을 이처럼 거족적으로 거행하는 곳이 또 있을까 싶다. 왜병이 그토록 겁냈다는 홍의장군의 주 무대이자, 기미년 3월 13일 남쪽에서 가장 빨리 3·1운동의 깃발이 올랐던 영산임을 안다면 당연한 일이기도하다. 영산은 예로부터 나다님이 편리하여 동쪽의 청도·밀양, 서쪽의 삼가, 남쪽의 칠원, 북쪽의 창녕으로 이어지며 낙동강과 남강이 합류하여 기름진 들녘을 이루었다. 이곳에서 일하는 수많은 농민들이 놀던 정월 대보름 축제에서 줄다리기가 시작되었다. 풍년에 짚이 풍성하면 줄다리를 놀았고, 짚이 부족하면 쇠머리대기를 즐겼다. 그러다가 일제의 민족문화말살정책으로 30 여 년간 중단된 것을 1960년대에 재개하였다. 세시놀이가 3·1운동 기념일 축제로 변화 발전한 셈이다. 이를 더욱 활성화하여 국내 뿐 아니라 세계에서도 인정받을 수 있도록 그 가치를 끌어올려야 한다.

□ 상용화 방안

○ 현황

영산 줄다리기는 경남 영산지방의 3·1 문화제의 메인행사로 진행되는 것을 제외하고는 별다른 사업이 이루어지고 있지 않은 실정이다. 지역축제로서 지역민들의 참여가 적극적으로 이루어지고 있긴 하지만 지역문화에 그칠 뿐, 영산줄다리기에 관한 자세한 자료를 찾기도 어려운 실정이다. 민족문화 상징으로 선정된 만큼, 보다 쉽게 배우고 활용할 수 있는 방안이 요구된다.



○ 정부 주관 사업

국내외 홍보 협조

영산 줄다리기는 풍년을 기원하는 풍농과 풍어를 기원하는 우리의 전통적 행사로서 우리의 공동체 문화를 보여주는 행사라고 할 수 있다. 이러한 문화가 관심 밖으로 점점 사장되어 가고 있다. 지역축제로 행해지고 있다고는 하지만 영산줄다리기 기능 보유자는 전수할 사람이 없어서 맥이 끊길 것을 걱정하고 있는 실정이다. 이처럼 무관심 속에 사장되어 가는 우리 전통문화에 대한 관심을 높이기 위하여 정부에서 적극적으로 국내외 홍보를 진행해야 한다. 먼저 영산 줄다리기 행사의 의미와 역사 등에 대한 설명과 함께 어떻게 진행되는 행사인지에 대하여 과정과 방법 등을 정립한다. 이를 바탕으로 홍보물을 제작하여 배포하고, 각 학교에 보내어 체육시간이나 체육대회, 학교 행사 등에서 활용할 수 있도록 한다. 이러한 방법은 우리 전통 놀이에 대한 관심을 높이고, 더불어 전통놀이에 대한 이해를 높일 수 있는 기회를 제공할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

축제 확대 방안 개발 협조

현재 영산줄다리기 행사는 지역축제의 일환으로 행해지고 있다. 이를 전국적인 축제로 발전시키기 위한 축제 프로그램 개발이 요구되고 있다. 먼저 영산 줄다리기를 소개하는 홈페이지를 제작하여 운영함으로써 영산 줄다리기에 대한 홍보에 관심을 가질 필요가 있다. 홈페이지에 줄다리기 행사의 역사, 진행 방법, 의미 등의 지식을



서비스함으로서 기본적인 지식을 제시하고 행사 장면을 영상화 하여 그 이해를 돕는다. 줄다리기 행사 기간에 참여한 관광객들에게, 행운을 불러 준다고 하는 줄다리기에 쓰인 ‘줄’을 나누어 주는 행사를 한다거나, 줄을 이용한 캐릭터 상품을 만들어 판매하면 재미있는 관광 상품이 될 수 있을 것이다. 더불어 즉석에서 관광객들이 줄다리기 행사에 참여하는 방안 등 관광객들의 참여를 높일 수 있는 축제 프로그램을 개발해야 할 것이다. 이러한 축제의 홍보와 관광객의 관심을 끌 수 있는 축제 프로그램은 영산 줄다리를 지역축제에서 우리의 전통 민속 축제로 자리 잡을 수 있도록 할 것이다.

○ 기업 주관 사업

문화 원형 사업 협조

영산줄다리는 우리 고유의 놀이와 축제가 결합된 행사로서 그 보존 가치를 인정받고 있다. 이를 문화 원형사업을 통해 디지털화할 필요가 있다. 영산 줄다리기를 디지털 영상으로 자세하게 재현해 내고, 이를 또 다른 형태의 기록으로 보존하는 것이다. 이러한 작업은 중요한 창작 기반으로, 교육, 영화, 다큐, 드라마 등의 원천 소스로 사용되어 우리 문화 발전에 기여할 수 있도록 한다. 때문에 영산 줄다리기에 대한 문화 원형사업은 여러 문화 사업 분야에 활용 될 수 있는 기반을 제시하고, 이를 통해 해당 문화 사업은 물론, 영산 줄다리에 대한 자연스런 홍보를 이끌어 낼 수 있을 것으로 기대된다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	국내외 홍보	홍보물 제작 협조	30,000,000
	매뉴얼 제작	일부 기금 협조	10,000,000
지자체	축제 확대 방안 개발	일부 기금 협조	20,000,000
기업	문화 원형 사업	일부 기금 협조	40,000,000
합계			100,000,000

43) 솟대와 장승

가. 솟대

□ 상징적 의미

솟대는 마을입구에 세워진 장대로서 마을의 안녕과 수호를 비는 신앙의 대상물이었으며, 오랜 유래를 지닌 민족의 신앙을 보여주는 상징이다. 솟대는 그 자체로 우주목(World Tree)이며, 지역을 경계 지으며 영역을 성화하는 상징이다. 솟대는 삼한의 성역인 소도(蘇塗)에서 보이는 대목(大木)과 관련성을 지니는 것으로 파악되기도 하며, 솟대 위에 얹어지는 물새로 인해 홍수를 막거나 화마를 다스리는 물의 상징이 결합된 것으로 보기도 한다. 이러한 다양한 형태와 의미를 지닌 솟대는 우리의 역사, 언어, 종교, 민속, 신화 등을 통합적으로 이해시키고 알리는 중요한 상징물이다. 이렇게 장대나 기둥을 세워 우주의 중심을 표현하거나 세계의 축을 표상하는 예는 세계에 보편적으로 보이고 있는데 특히 나무나 돌의 형태로 신간을 세우는 관습은 동북아 시베리아권에서 보편적으로 나타나고 있다. 또한 바다 건너 일본의 경우엔 일본의 전통적인 신앙의 상징물로 두 개의 나무 기둥을 두 개의 나무가 가로지르는 모양인 '토리이(とりのい, 鳥居)'는 신사의 입구 역할을 하는 것으로 '토리이(とりのい, 鳥居)'가 있는데, 일본을 상징하는 상징물로 널리 알려져 있다. 이렇듯이 솟대 문화는 우리나라만의 유일한 유산은 아니지만 우리나라의 오랜 역사를 통해 우리 민족만의 문화적 특성을 모두 포함하여 다층적인 의미구조를 가진 상징물로서의 가치를 심화시켜 왔다고 할 수 있다. 이러한 솟대 문화를 오늘날에 되살려 21세기에 어울리는 솟대 문화로 변화 발전시키는 것은 전통의 계승과 보다 풍요로운 정신문화의 보존이라는 측면에서 많은 의미를 가지는 일일 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

솟대는 농경문화와 지역공동체를 기반으로 하는 유산이었기 때문에 도시화와 공업화가 급속히 진행되어 지역공동체가 와해된 현재의 상황에서는 솟대가 가진 의미를 그대로 보존하고 있는 경우는 매우 드물다. 그러나 근래에 들어 국내 관광에 대한



인식이 넓어지고 주 5일 근무와 놀토 등 야외로 나갈 기회가 많아지면서 고향의 정서와 신성한 이미지를 동시에 가진 솟대에 대한 사람들의 인식도 점차 넓어져, 제천의 솟대 공원 등 여러 지역에 솟대 박물관이 세워지고 있으며 소규모이기는 하지만 솟대 만들기 체험행사도 열리고 있다. 그리고 2004년도에 한국에서 개최된 세계박물관협회 총회의 공식 로고로 이 솟대가 채택되었으며, 그 밖에도 각종 행사나 축제 등에 상징물이나 설치물로 사용되고 있어 앞으로 보다 많은 부분에 직·간접적인 응용이 늘어날 것으로 보인다.



○ 정부 주관 사업

연구 및 학술대회 협조

솟대는 세계박물관협회 2004년 총회의 공식 로고로 채택되었을 정도로 강한 상징성을 지니고 있지만 일본의 토리이와 이미지가 겹치는 경향이 있어 이 둘을 구분 지을 수 있는 대외적인 홍보활동이 이루어져야 하며, 우리의 솟대가 일본과 같은 신도와 연결되는 것이 아닌 천손사상에서 비롯된 것임을 밝히고 그 연원이 시베리아 지역에 잇닿아 있다는 인식을 보다 많은 사람들과 공유해야 할 필요가 있다. 또한 솟대가 단순한 무속적 상징물이 아닌 시베리아를 아우르는 우리 민족의 행동반경을 상징하는 것으로 우리 조상의 진취적이면서도 광활한 활동영역을 상징하는 것이기도 하다. 이에 연구 및 학술대회나 서적의 출판 등을 통해 이를 협조하고 국제학술대회 참가를 협조함으로써 솟대의 의미를 국제적으로 홍보한다. 또한 하늘과 우주와 소통하는 의미로서 솟대의 의미를 한국의 IT강국의 이미지와 부합시킨다면 과거와 현재 미래를 아우르는 상징물로 그 의의를 찾을 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

숫대 관련 관광지 조성 및 숫대 관련 전통 문화 행사 보존 협조

다섯 마리의 숫대가 하늘높이 세워져 있는 전라북도 고창군 신탄면 무림리는 특히 사한 특히 음력 정월 대보름을 앞뒤로 펼쳐지는 당산제와 줄다리기 그리고 당산 옷 입히기 행사 등은 공동체 사상이 아직까지 남아 있는 모습을 볼 수 있다. 또한 행주형 숫대가 있는 전라북도 부안군 부안읍 내요리와 진포배기 숫대로 유명한 강원도 강릉시 강문동 등은 무림리와 마찬가지로 전통적인 의식이 많이 있는 곳이다. 이와 같이 단순히 숫대만을 모아놓고 ‘구경’하는 것이 아니라 숫대가 지니는 토속적이면서도 전통적인 문화 의식이 함께 보존될 수 있도록 보호하고 또 홍보하여 많은 사람들이 함께 경험할 수 있도록 한다.

숫대 박물관 및 공원 홈페이지 협조

지역 박물관으로 충주에 숫대박물관이 있는데 주변의 경관과 어우러져 관광객들에게 휴식공간이 되고 있다. 또한 제천에 있는 숫대 공원도 좋은 반응을 얻고 있으나 홈페이지가 준비되어 있지 않아 찾아가거나, 여러 가지 정보를 안내받기에 어려움이 따른다. 규모나 시설을 조사 후에 적절한 협조가 이루어진다면, 서울과도 가깝고 주변의 관광지와 연계하여 우리의 민속도 알리고 각광받는 명소가 될 수 있을 것이다. 이렇듯 숫대를 구심점으로 하는 문화는 현대사회에서는 사라져가고 있는 공동체적 삶의 상징이다. 이러한 문화원형을 잘 보존하기 위해서는 정부 및 지자체 등의 적극적이고도 장기적인 협조가 필요하다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

숫대를 응용한 다양한 아이템을 개발한다. 기념품이나 선물용으로 활용할 수 있는 아이템이 될 수 있는 목걸이와 귀걸이 등의 장신구와, 스탠드, 옷걸이 외에도, 신성한 땅을 의미하는 상징성을 부각시켜 각종 박물관, 미술관, 결혼식장 등 다양한 건물 앞에 조각이나 장식 등으로 응용할 수 있다.



나. 장승

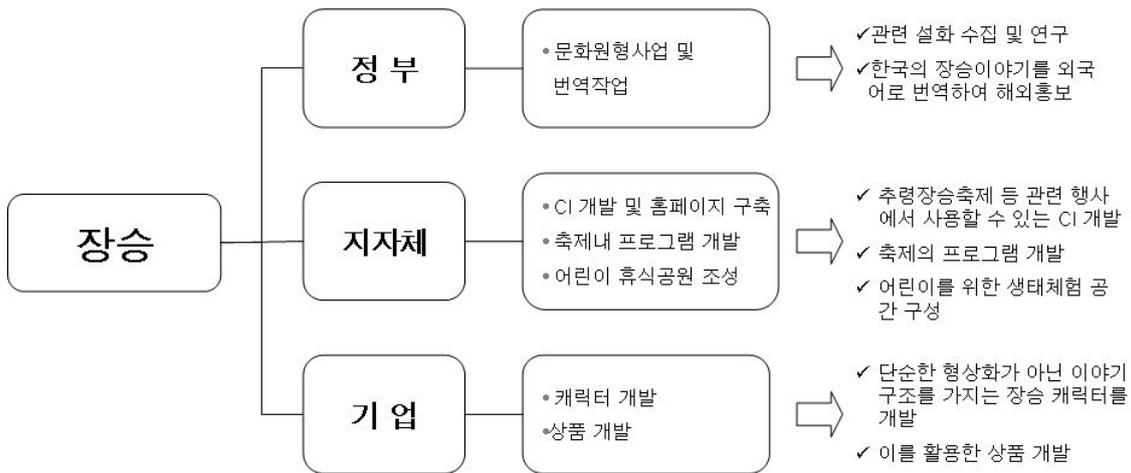
□ 상징적 의미

지금으로부터 100여 년 전, 한국에 들어왔던 당시의 외국인들은 예외 없이 장승의 “기괴한” 모습에서 묘한 느낌을 받았던 것 같다. 외국인들은 장승에게서 매우 심한 충격을 받았던 듯, 우상·악마·마귀 등의 표현으로 장승을 묘사하고 있다. 그러나 우리들에게 장승을 기괴한 존재라고 생각하지 않는다. 비록 낯선 서구인들은 기괴하게 느껴질 수 있을지라도 우리에게 장승의 얼굴은 소박함 그대로일 뿐이다. 그리고 다소 무섭고 두려운 외모를 지닌 존재이기도 하지만 한국인들에게는 친근한 친구와도 같은 존재가 바로 장승이다. 이러한 장승은 나무장승과 돌장승으로 나뉘는데, 나무장승은 세월이 흘러가면서 사라져 버려 근자에 수집된 일부 장승이 박물관에 있을 뿐 옛것이 거의 없다. 반면에 돌장승은 오래전에 만들어진 모습 거의 그대로 전승되고 있다. 가령, 나주의 불회사 석장승의 표정은 한결 같이 조선후기 민중들이 꿈꾸었던 가장 이상적인 모습을 담고 있는 것으로 보인다. 또한 장승은 그 자체로 몇 가지 중요한 기능을 지니고 있었는데 하나는 마을 입구에 서서 외부에서 들어오는 악신을 쫓는 수호신 역할이었고 또 하나는 이정표 기능이었다. 이처럼 장승은 제 각각 자신의 역할을 지니면서 민중의 삶 속에서 유전되어왔으며 민중들은 이러한 장승을 수호신으로 섬기며 해마다 장승제를 지내 그들의 수고를 치하하였다.

□ 상용화 방안

○ 현황

장승은 친숙하고 널리 알려진 우리의 문화유산으로 학계에서도 민속학이나 국문학 쪽에서는 연구가 어느 정도 되어 있으며, 국립민속박물관에서 1994년에 장승관련 전시회를 열고 도록을 출판한 바 있다. 또한 장승 만들기를 체험할 수 있는 여러 공방들이 산재해 있으며 다양하지는 않지만 캐릭터 상품도 생산되어 온라인과 오프라인에서 판매되고 있다. 그 외에도 각 지역에서 장승을 주제로 한 축제가 개최되고 있다. 장승은 국내뿐만이 아니라 국외에도 많이 알려진 상징물인 만큼 앞으로 한국인의 문화의 다양성을 드러낼만한 보다 많은 가능성을 가지고 있다고 생각된다.



○ 정부 주관 사업

문화원형화사업 협조 및 번역작업 협조

장승을 주제로 한 여러 가지 설화 등 각지의 전해내려 이야기를 모아서 이를 문화원형화 하고 장승이 지니는 가치나 이미지를 현대에 맞게 재조명 하는 일이 필요하다. 장승은 일제강점기에 의도적으로 파괴된 씨족을 중심으로 한 공동체 문화의 상징이며 자연을 존중하며 우리 안에 내부적으로 가지고 있는 샤머니즘이 형상화 된 것이다. 이러한 다양한 의미가 있는 장승의 이미지를 단순하게 하나의 이미지로 통합시키는 것 보다는 그 다양성을 살려 장승의 다양한 면모를 상용화 하는 방안을 강구한다. 그리고 학생들이 접근하기 쉬운 동화책을 출간하여 장승에 대한 친근하면서도 다양한 이미지를 구현할 수 있다. 창작 동화이기는 하지만 <마지막 장승(대표 작가 대표 동화 9), 글 이준연, 그림 박철민, 효리원, 2006> 와 같은 예가 있다. 또한 기존에 나와 있는 장승에 대한 많은 연구 자료들을 선별해서 해외 학회 등에서 발표하도록 협조하고 질 높은 자료들에 대한 번역 사업을 대학과 연계하여 협조한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

CI 및 홈페이지 구축 협조, 다양한 프로그램 개발 협조

추령장승축제(전북 순창)가 열리는 등 여러 지자체에서 장승관련 축제나 행사가 열리고 있는데 이를 상징할만한 CI를 개발이 필요하고 보다 다양한 프로그램의 개발도 요구된다. 그러나 무엇보다 더 중요한 것은 문화재를 단순히 축제 등에서 상업적으로 이용할 수 있는 아이템쯤으로 취급하지 말고 먼저 문화재로서 그들을 보호



하고 보존하려는 노력 위에 많은 사람들과 공유하려는 의식이 필요할 것이다. 또한 각 지방에서 다양한 주제로 축제가 열리고는 있지만 프로그램이 모두 엇비슷하다는 점이 한계로 지적되는데 장승에 대한 각 지역의 전승 문학과 전통적인 장승제 등을 참고하여 응용한다면 같은 각 지역마다 특색 있는 장승축제를 만들어 나갈 수 있을 것이다.

어린이 휴식 공원 조성 협조

전통적으로 매해 치러지던 장승제에 대한 전승 중에는 아이들의 안전을 바라고 복된 미래를 바라는 소망이 담겨져 있다고 한다. ‘장승 할아버지.할머니 동산’과 같은 이름으로 홍보하고 취약 전 아동들이 뛰어놀 수 있는 생태체험 공간을 꾸민다면 어린이들에게 한국 전통 문화인 장승을 어릴 때부터 친근하게 느낄 수 있도록 할 것이다.

○ 기업 주관 사업

다양한 상품 개발

장승에서는 다양한 의미와 상징이 있다. 기업에서는 이를 살려서 이전까지의 단순히 장승 인형 등의 기념품만을 반복적으로 만들어 판매하는 것이 아니라, 장승을 소재로 한 다양한 캐릭터 상품을 제작하여 판매할 수 있다. 그리고 캐릭터 페스티벌 등을 통해 장승을 대한 간단한 스토리를 만들어 이를 바탕으로 한 다양한 캐릭터를 만들어 노트나 필기구등 기존의 단순 형상화의 기념품 개념에서 한걸음 더 나아가 다양한 연령층이 공유할 수 있는 캐릭터를 만들어 상품화 한다면 한국의 장승 문화를 알리는 기회가 될 것이다.

□ 예산안

	주관	사업	지원항목	예산(원)
숫대	정부	연구 및 학술대회	연구비	20,000,000
	지자체	숫대 관련 관광지 조성	일부 기금	20,000,000
		전통문화행사 보존	일부 기금	20,000,000
		숫대박물관 및 공원 홈페이지	일부 기금	10,000,000
	기업	상품개발	디자인 개선	10,000,000
		환경 조각	일부 기금	10,000,000
장승	정부	문화원형 사업 지원 및 번역	일부 기금	20,000,000
	지자체	CI 개발 및 홈페이지 구축	일부 기금	10,000,000
		축제 내 프로그램 개발	일부 기금	10,000,000
		어린이 휴식공원 조성	일부 기금	10,000,000
	기업	캐릭터 및 상품 개발	일부 기금	10,000,000
합계				150,000,000



44) 두레

□ 상징적 의미

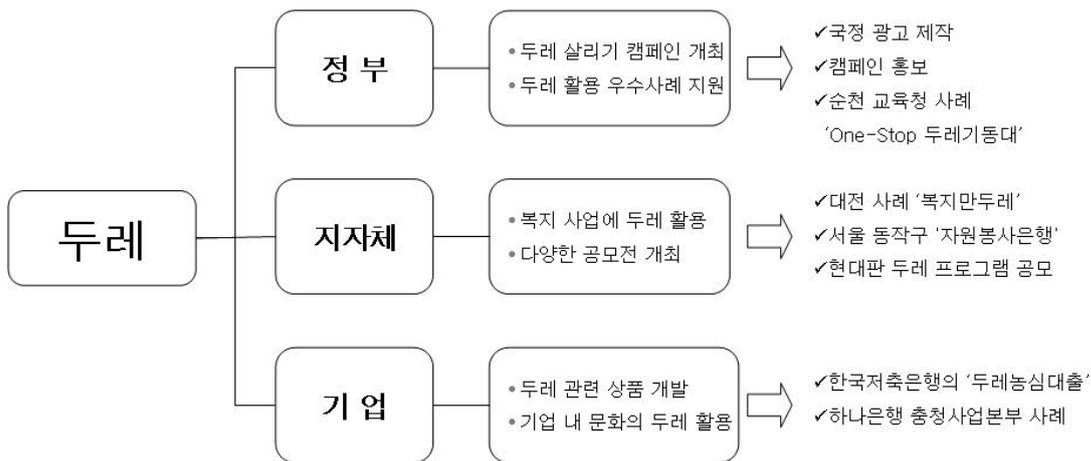
두레는 마을 성원들이 서로 노동을 제공하거나 협력하여 생산을 촉진하고 촌락사회의 결속을 다지는 협동조직의 한 양식이다. 그 유래에 대해서는 정확한 자료는 없으나, 고대 씨족공동체사회에서 찾는 견해가 지배적이다. 토지를 공유하고 공동경작, 공동 분배하는 공동체적인 유품을 ‘두레’에서 찾고, 이 두레가 씨족공동체의 집회 속에서 논의되어 씨족공동체의 붕괴 이후에도 계속된 것으로 여겨진다. 두레는 주로 논농사지대인 중남부지방에서 한 마을의 성인남자들이 협력하여 농사를 짓거나, 부녀자들이 서로 협력하여 길쌈을 하던 공동노동조직이었다. 특히 벼의 재배에 있어서는 재배기술면에서도 우선 모심기·논매기 등의 작업은 그 시기가 극히 제한되기 때문에 대량의 작업을 단시일에 마쳐야 하니, 집중적인 노동력의 동원이 필요하였다. 이에 공동노동은 벼 재배에 있어서는 불가결의 농경방식이 될 수밖에 없다. 그 결과 두레의 조직이 대체로 벼 재배지역인 삼남지방에 집중적으로 분포되어 있고, 20세기 초기까지 삼남지역에 두레가 많이 남아 있었던 연유도 여기에 있을 것이다. 한편, 공동 노동 외에도 두레에 떼놓을 수 없는 것에 풍물굿이 있다. 풍물굿이 있는 두레는 작업을 하러 갈 때에 농기를 앞세우고 장구, 팽과리, 북을 풍물잡이들이 치며 간다. 이는 노동의 고통을 경감시켜 더욱 힘을 내게 하고, 협동심을 북돋우는 효과를 가지고 있어 두레조직의 단결력을 상승시키는 중요한 역할을 하였다. 한 마을 한 사회를 이루는 공동체 구성원들이 하나가 되어 풍물굿을 치고, 함께 노동요를 부르며 일하는 사회, 계급적 차별과 돈의 차별이 아닌 하나가 되는 대동사회의 모습이 오래된 우리의 과거에 있었던 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

두레는 농경생활의 공동체 문화를 완성시키는 조상들의 따뜻한 나눔의 상징이다. 현대에 오면서 이러한 두레의 기본 의미를 활용한 사례가 많아지고 있다. 대전시의 대표적인 지역복지사업인 ‘복지만두레’는 지역민들의 자발적인 참여와 호응에 힘입어 차세대 복지사업의 모델로 해외에 소개되고 있으며, 순천교육청의 ‘One-Stop 두레기동대’는 학교들 간에 시설보수 및 관리와 같은 어려운 일들을 돌아가면서

해결하는 공동체를 활동 중이다. 이러한 사례들은 개인주의가 팽배해 가는 현대 사회에 두레를 통한 함께하는 생활의 지혜와 의미를 줄 수 있다. 조상들의 아름다운 공동체 문화인 두레의 전통을 계승한 다양한 상용화 방안으로 함께하는 한국 사회를 만들어야 한다.



○ 정부 주관 사업

두레 살리기 캠페인 개최

두레는 농촌에서 서로 협력하여 공동 작업을 하는 풍습을 말하는데, 어려울 때마다 함께 일하며 정을 나누는 두레의 전통은 점점 개인주의가 팽배하는 현대 사회에 공동체 의식을 알리고 이를 전파하는 길이 될 수 있다. 정부에서는 과거의 두레를 현대 사회에 적용하여 삭막한 현대사회 속에서 피어나는 이웃과 동료 간의 협동과 함께하는 마음을 아름답게 조명하는 국정 광고를 제작하여 '두레 살리기' 캠페인을 벌일 수 있다. 광고의 구성은 현대 사회에서도 적용 가능한 두레생활을 따뜻한 정이 느껴지는 에피소드들로 다루어 두레의 의미를 모르는 어린이들에게는 쉽게 두레를 설명하고, 어른들에게는 우리 조상의 아름다움 생활문화를 전파할 수 있다. 정부의 이와 같은 두레 살리기 캠페인은 보는 시민들로 하여금 한국의 전통적인 협동문화, 두레의 의미를 재발견하는 기회를 줄 것이다.

두레 활용 우수사례 협조

정부에서는 개인주의가 점점 커져가는 현대 생활 속에서도 두레의 의미를 계승하여 공동체 의식을 함양한 우수 사례에 대한 협조해야 한다. 하나의 예로 순천교육청에



서 조직한 ‘One-Stop 두레기동대’ 활동을 들 수 있다. ‘One-Stop 두레기동대’는 우리 조상의 상부상조 전통인 두레 및 품앗이 정신을 조직문화에 접목해 업무량이 많고 혼자 처리하기 힘든 학교 시설관리 같은 어려운 일들을 여럿이 모여서 해결함으로써 작업능률 향상, 정보교환, 상호 협동정신을 고양하기 위해 전남 순천교육청이 조직된 단체이다. 이들의 활동은 매월 1~2회 학교를 방문해 운동장 배수로, 화장실, 교실유리창 청소, 수목전정, 운동기구 도색 등 혼자서 처리하기 힘들거나 장시간이 소요되는 일을 여러 명이 협동해 처리함으로써 업무능률 향상 및 시간단축 효과를 거두고 있다. 또한 전문적인 기술협조를 위해 시설담당공무원 3명을 고문으로 참여시켜 학교의 전기도면, 상하수도 도면 등을 제공함으로써 학교시설 관리의 획기적인 발전을 가져오고 있다. 이러한 학교간의 네트워크 구축은 전통 ‘두레’의 의미를 학교에서 실천했다는 점에서 학생들에게 귀감이 됨은 물론 아름답고 쾌적한 환경에서 생활할 수 있도록 할 수 있다. 정부에서는 이러한 사례와 같이 두레를 계승하고 활용하는 사례에 대해 협조하여 장기적이고 더욱 체계적으로 운영될 수 있도록 협조해야한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

복지 사업에 두레 활용

최근 지자체에서 두레를 활용하여 실시한 복지사업이 성공적으로 운영되어 타 기관의 모범이 되고 있다. 대전형 복지모델로 전국적인 관심과 화제를 집중시키고 있는 ‘복지만두레’는 자발적인 주민참여의 복지네트워크이다. 주요 활동은 기본적인 복지를 필요로 하는 복지수요자와 다수의 복지공급자가 중첩으로 결연을 맺어 네트워크를 형성, 정기적인 방문관리활동을 전개하는 것이다. 하나의 방법 중 하나인 ‘1사(社) 1세대 결연운동’은 기관, 단체, 기업체가 가입을 희망하는 동복지만두레에 단체회원으로 가입해 형편에 따라 1세대 또는 수 세대의 보호대상자와 결연을 맺고 정기적인 방문봉사활동(청소빨래 등 가사보조, 말벗·상담서비스, 동행서비스 등)을 전개하는 방법이다. 이를 통하여, 충청체신청은 부서별로 월평2동 독거노인들과 결연을 맺고 방문봉사활동을 전개하고 있으며, 충남대학교 바이오누리사업단 학생 200여명이 온천2동 복지만두레에 참여, 3월 6일 국민은행 대전콜센터(1,400명)는 보호대상자가 많은 동구지역의 동복지만두레와 결연을 맺어 방문봉사활동을 전개했다. 이러한 대전의 ‘복지만두레’ 사례를 활용하여 각 지자체의 복지 사업에 실천한다면 조상들의 ‘두레’를 부활시킨 전국단위의 복지사업이 이루어질 것이다.

다양한 공모전 개최

두레의 전통적인 의미를 계승하여 프로그램화한 다양한 아이디어를 공모하여 지자체의 정책에 반영한다면, 함께 사는 따뜻한 지역 만들기 운동이 전개될 수 있다. 하나의 사례로, 서울시 동작구에서는 현대판 두레인 '자원봉사은행'을 운영하고 있다. 이는 전통적 두레 제도와 현대식 은행 제도의 결합한 프로그램으로 지정된 두 시간의 기본교육만 받으면 누구나 발급받을 수 있는 '자원 봉사 사랑 나눔 통장'을 가지고 봉사활동을 시작할 수 있다. 이 통장의 사용법은 봉사자가 자신이 봉사한 시간을 봉사은행에 저축하고 통장에 기록해 두었다가 후일 봉사자 본인 혹은 가족, 친지 등이 자원봉사를 필요로 할 때 언제든지 저축된 시간만큼을 되돌려 받을 수 있도록 하는 것이다. 조상들의 지혜가 담겨 있는 두레 제도와 일반 시중은행의 자유 입, 출금제도를 결합하여 만들어진 작품으로 '동작 자원 봉사 은행'은 '서울 사랑 시민상 (봉사부문) 본상'을 수상하기도 했다. 이러한 방법처럼 지역 단위로 실시할 수 있는 두레를 활용한 정책 아이디어 방안을 공모한다면, 함께 사는 지역 사회를 만들기 위한 지역민들의 관심을 증대시키고, 실용적인 정책개발에도 도움이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

두레 관련 상품 개발

두레 상용화 방안으로 두레의 의미를 상품화하는 방법이 있다. 이에 관한 예로는 한국저축은행의 '두레농심대출'을 들 수 있다. 한국저축은행과 관계사인 진흥, 경기저축은행과 함께 농민의 경제적 어려움을 해소하고자 출시한 이 상품은 전답, 임야, 과수원, 농가주택, 야산 등 주로 금융기관에서 대출이 용이하지 않은 농촌자산을 담보로 하는 것이 특징이다. 대출의 금리는 연 8.8% 수준의 저금리로 3개사가 3000억원 한도로 하며 대출조건은 담보물건의 공시지가 80% 내에서 매월 정기적으로 일정액(100만원 단위)을 농민에게 지급하고, 추수 후 일시상환(연장가능)받는 구조다. 이는 지역 농민들에게 봄과 농번기에 쉽게 자금을 협조받은 후 결실이 맺어지는 가을 추수기에 대출금을 상환하게 할 수 있게 하고 또한 일시적으로 자금이 부족한 농민에게는 일반 대출로도 자금을 협조할 수도 있다. 이러한 금융상품의 개발은 젊은 노동력의 농촌이탈, 인구 고령화, 특히 FTA에 따른 쌀시장 개방 위협 등으로 인해 전통적인 농촌의 공동체정신이 사라지고 농촌의 지역경제가 위협받고 있는 상황 속에서 과거 우리나라의 미풍양속인 두레의 상부상조정신을 살리겠다는 취지로 매우 유용하다 할 수 있다.



기업 내 문화의 두레 활용

전통 공동문화인 두레의 의미를 활용하여 기업 내 활동을 전개한다면, 직원들의 협동심 함양과 건전한 여가활동에 도움이 됨은 물론, 밝은 사내문화를 만들어 나갈 수 있다. 한 예로, 하나은행 충청사업본부는 2004년 5월 대전시 복지만두레 참여 협약식을 체결한 이후, 3년째 어려운 이웃들에게 따뜻한 나눔과 섬김의 문화를 실천하고 있어 대전지역의 대표기업으로 거듭나고 있다. 하나은행은 현재 대전 시내 47개 부·지점별로 복지만두레 보호대상 60세대와 결연을 맺고 퇴근 후나 주말을 이용해 월평균 2~3회 방문해 집안청소나 부식제공 등 가사보조서비스를 제공하고 독거노인들에게는 말벗되어주기, 소년소녀가장들에게는 놀이동산, 축구경기, 영화관람 등 보호대상자의 특성에 따른 차별화된 서비스를 제공해 결연대상자로부터 큰 호응을 얻고 있다. 이러한 기업의 복지활동들은 지역사회발전 외에도 기업 내 따뜻한 사내문화 형성하여 사원들의 사기진작에 도움을 줄 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	두레 살리기 캠페인광고제작	제작 사업비	15,000,000
	두레 살리기 캠페인 홍보	홍보 기금	10,000,000
	두레 활용 우수사례	사업 협조	15,000,000
지자체	복지 사업에 두레 활용	사업 협조	20,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	10,000,000
기업	두레 관련 상품 개발	개발 사업비	30,000,000
	기업 내 문화의 두레 활용	일부 기금 협조	15,000,000
합계			160,000,000

45) 정자나무

□ 상징적 의미

정자나무는 아름답리 가지를 뺏어서 널찍한 평상을 가리고도 남을 그늘을 만드는데 그 넓은 그늘 아래서 우리의 조상들은 더운 여름날에 한때를 시원하게 지냈다. 그리고 마을 사람들이 삼삼오오 모인 정자나무는 자연스럽게 마을의 중대사에 대한 마을 사람들의 뜻을 모으고 중대사를 의논하는 회의장소로서의 역할도 하였다. 또한 정자나무는 마을의 안녕을 위해, 병마와 액운을 없애기 위해, 또 아들을 얻기 위해 사람들이 기도와 축원이 드리는 마을 어귀에 있던 소원목으로 종교적인 제장이기도 하였던 것이다. 이렇게 한그루의 정자나무는 단순한 나무 그 이상의 가치와 의미를 지닌 휴식과 회합 그리고 기원이 함께 이루어지던 공동의 공간이었다. 정자나무의 대표적인 수종으로는 느티나무를 꼽을 수 있는데 이러한 이유때문인지 느티나무는 예로부터 신령스러운 나무로 여겨져 영목(靈木) 혹은 귀목(貴木)으로 대접받았다. 또한 느티나무는 규목(槻木)이라 하여 고급가구를 만드는 목재로 사랑받기도 하였으며 불상이나 가옥의 기둥을 만드는 데에도 활용되었다. 이러한 정자나무가 전통적으로 지녔던 의미들은 공동체적인 삶이 사라졌지만 개별화된 삶을 사는 현재의 대다수의 사람들, 치열한 경쟁과 복잡한 문제들로 가득한 삶에도 많은 위안이 될 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

정자나무는 대부분 느티나무인데, 동네 입구에 깊고 진땅에서 잘 자라던 나무로 수령이 오래된 느티나무의 경우는 현재 나라에서 지정 보호하고 있다. 또한 정자나무가 상징하는 고향의 이미지, 휴식의 이미지는 많은 문학에 영감을 주어, 시나 소설 등에 제재로 많이 등장하고 있으며 또한 나무의 이름을 딴 어린이 도서관도 운영 중에 있다. 이렇듯이 정자나무의 고향과 휴식의 이미지는 마을 공동체가 거의 소멸되어 가는 상황에서도 곳곳에 남아있으며, 이러한 휴식의 이미지는 웰빙의 유행 등 복잡한 삶에서 오는 스트레스를 극복하고자 하는 많은 현대인들에게 대안이 될 것이라고 생각된다.



○ 정부 주관 사업

쉼터 설치 협조

정자나무는 공동체적 삶을 상징하는 상징물로서, 정자나무에 대한 많은 이미지 중에서는 나무 그늘에서 바둑이나, 장기를 두는 노인 어르신들에 대한 이미지가 있다. 이러한 정자나무가 가진 휴식과 평온한 이미지를 기본으로 하여, 버려진 노인 분들이나, 미혼모, 가출청소년등 사회적인 약자들을 보호해 주는 쉼터를 설치하는 데에 응용할 수가 있다.

○ 지방자치단체 주관 사업

정자나무 백일장 대회 개최

정자나무는 고향의 이미지와 휴식의 이미지, 그리고 변함없는 존재에 대한 상징성을 아울러 가지고 있는 존재이다. 따라서 이와 같은 정자나무의 이미지를 살려서 시나 문학, 수필을 아울러서 남녀노소가 모두 참가할 수 있는 정자나무 백일장을 지자체에 주관 하에 개최한다면, 고향의 기억을 보존할 수 있음은 물론이고 전통에 새로운 가치를 부여할 좋은 기회가 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

정자나무 실버타운 조성 협조

노인인구가 급속히 늘어나는 요즘 자신의 노후를 자식에게만 의지할 수는 없는 상

황에 이르렀다. 이러한 이유 때문에 여러 곳에 실버타운이 조성되고는 있지만 아직은 그 활용도가 미미한 상태로, 대부분 병원이나 아파트와 같은 구조를 하고 있는 것도 사실이다. 물론 편리와 효율성 때문에 이러한 건축모델이 선택되는 것은 사실이지만 노인들이 생의 마지막을 보내는 장소라는 점에서 보다 노인들의 미감을 충족시킬만한 전통적인 건축물을 응용한 실버타운을 조성하는 시도는 중요할 것이다. 그리고 여기에 정자나무가 주는 쉼터의 이미지를 활용해 실버타운을 조성한다면 보다 많은 노인들에 입맛에 맞춘 타운 조성이 가능할 것이고 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이라고 생각된다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	쉼터 설치	건립 기금 협조	70,000,000
지자체	정자나무 백일장 대회 개최	일부 기금	30,000,000
기업	정자나무 실버타운 조성	일부 기금	50,000,000
합계			150,000,000



46) 돌하르방

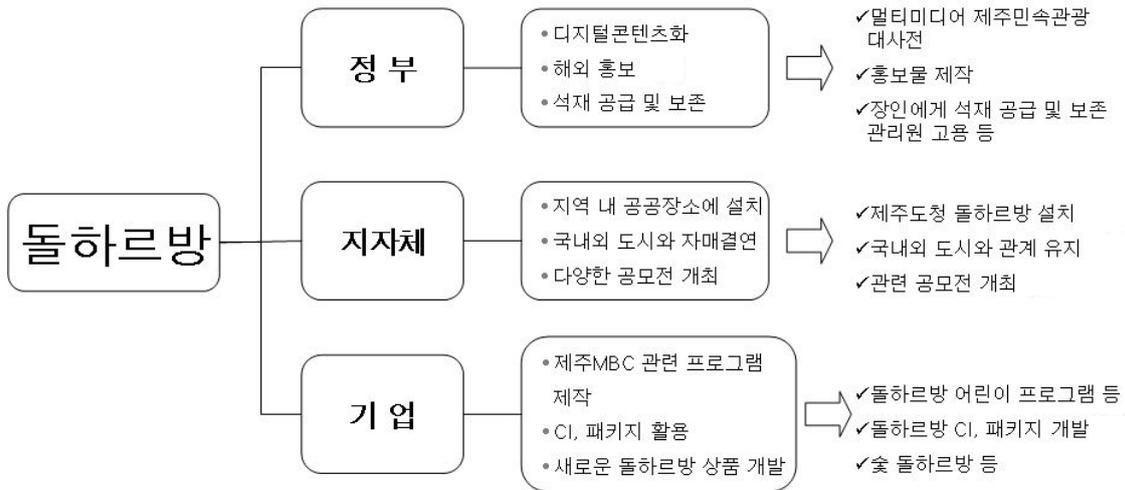
□ 상징적 의미

돌하르방은 제주의 대표 상징물로, ‘돌하르방’은 돌 할아버지를 뜻하며, 특 불거져 나온 눈과 몽툰한 긴 코, 꼭 다문 입매와 불룩한 배에 얹어 놓은 두툰한 손 등의 특징적인 외형을 하고 있다. 돌하르방은 제주목·정의현·대정현의 성문(동, 서, 남문) 입구에 세워졌던 것이나, 현재는 제주 시내에 21기, 서울국립민속박물관 2기, 성읍 12기, 대정 13기(미완 1기 포함) 도합 48기가 남아 있으며 그 주요 기능은 수호신적 기능, 주술 종교적 기능, 위치 표식 및 금표적 기능 등을 내포하고 있다. 제작된 시기는 문헌상으로 담수계(淡水契)에서 펴낸 <탐라지(耽羅誌)>에서 서기 1754년(영조 30년)에 김몽규(金夢奎) 목사가 창건했다는 기록이 전하고 있다. 돌하르방은 제주 곳곳에서 만날 수 있는 제주의 얼굴이며, 모진 환경에서 모진 한평생을 보낸 우리네 할아버지와 아버지의 모습을 발견할 수 있는 제주민의 삶과 역사가 담긴 소중한 민속자료이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

돌하르방은 제주도 곳곳에 설치되어 제주의 대표 상징으로 활용되고 있다. 제주특별자치도청 홈페이지에는 제주디지털콘텐츠, 사이버 삼다(三多)관, 사이버 신 탐라 순력 등등 다양한 홈페이지 등이 마련되어 있어 관광도시 제주를 알리기 위한 정보 시스템이 비교적 잘 갖춰져 있는 편이다. 여기에는 돌하르방의 역사와 소개를 담은 설명이 잘 구비되어 있고, 5년간의 공사 끝에 2005년 북제주군 조천읍 북촌리 숲속 4천500여 평에 들어선 돌하르방공원에는 제주 토박이 석공예가 5명의 창작 돌하르방 20여기와 제주도 민속자료로 지정 및 보호되고 있는 돌하르방 48기를 실물 크기로 재현한 돌하르방, 동자석 60여기 등이 전시되고 있어 돌하르방을 온·오프라인으로 만날 수 있는 여건이 잘 마련되어 있다. 이를 기반으로 제주 뿐 아니라 시민전체의 국내에서의 돌하르방의 입지 뿐 아니라 해외 홍보에도 눈을 돌려 돌하르방의 가치와 의의를 전파하고 나아가 한국 고유의 민속 문화를 소재로 한 다양한 산업화가 필요한 시점이다.



○ 정부 주관 사업

돌하르방의 디지털콘텐츠화

제주 자연석으로 만든 돌하르방의 독특한 질감과 색, 독특한 조형적 요소는 어느 나라에서도 찾을 수 없는 고유성을 가짐으로 이를 국내외 알리고 보존하기 위한 노력이 필요하다. 정부에서는 이를 위한 돌하르방의 디지털콘텐츠화 및 해외 홍보를 협조해야 한다. 이미 제주특별자치도에서는 ‘멀티미디어 제주민속관광 대사전’이라는 사업을 통해 제주의 우수한 민속문화자원 서적, 연구자료, 옛 문헌, 화첩, 사진, 동영상의 수집과 보존 그리고 이를 국가지식자원으로서 활용하기 위한 디지털화 및 데이터베이스 구축 작업을 진행하고 있다. 정부는 이 사업을 협조하여 제주도의 대표 상징인 돌하르방에 해당되는 자료 수집과 연구를 체계화하는데 노력해야 한다.

돌하르방의 해외홍보 협조

돌하르방은 외국 관광객들에게 제주도의 이미지를 심어주는 대표 매개체이다. 정부는 제주도에 관광 오는 해외 관광객들 외에도, 돌하르방을 해외에 알릴만한 길을 열어야 한다. 이는 국가 홍보물에 돌하르방의 이미지를 지속적으로 노출시키거나, 해외에 돌하르방에 얽힌 설화, 속담 등을 각국의 언어로 번역한 홍보물을 제작하여 한국 고유의 문화원형의 하나로서 인식시키는 방안 등이 있을 것이다. 효과적인 해외홍보 협조 전략을 수립해야 한다.

돌하르방 석재 공급 및 보존

돌하르방은 제주 자연석을 소재로 한 조각품이다. 보존자원인 제주 자연석은 화산



섬 특유의 다공질 현무암으로 숯이나 활성탄 필터처럼 오염물질을 정화하는 능력이 뛰어나다. 이러한 뛰어난 기능 때문에 제주 자연석이 밀반출 등의 위험이 있으므로 제주 자연석의 안정적인 확보와 보급이 시급하다. 이에 정부는 석공예 명장 제주 1호 송종원씨와 같은 장인에게 돌하르방을 제작할 수 있도록 안정적인 자연석을 협조하는 등의 방안을 통해 전통 돌하르방 제작의 맥이 끊어지지 않도록 해야 한다. 또한 제주 자연석이 무분별하게 채굴되어 낭비되지 않도록 전문 관리 직원 고용, 시민 감시단 등의 정책을 통해 관리해야 한다. 이에 정부는 돌하르방 제작의 안정적인 석재 공급과 자연석 보존 및 관리에 협조해야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

지역 내 공공장소에 설치

제주도 내에는 제주특별자치도민속자료 제2호로 지정된 돌하르방이 48기가 세워져 있고, 지정되지 않은 돌하르방의 수 까지 합하면 그 수가 상당할 것이다. 2005년 개관한 돌하르방 공원은 민속자료로 지정된 돌하르방을 재현해 모아놓은 점 뿐 아니라 돌하르방을 소재로 한 공원과 같은 공공환경을 조성했다는 점에서 의의가 크다. 나아가 관광객들이 주로 찾는 공항 주변이나 관광지에 제주의 대표 시설임을 상징하는 제주특별자치도청만의 돌하르방을 만들어 세운다면, 관광객들을 위한 표식으로서의 기능 뿐 아니라, 무분별한 돌하르방의 난립을 막아 전체적으로 통일된 제주도의 단정한 이미지를 심어 줄 것이다.

국내외 도시와 자매결연

전남 진도군에는 북제주군이 전남 진도군과 삼별초를 계기로 인연을 맺은 것을 의미하기 위해 기증한 돌하르방이 세워져 있다. 또한 미국 애리조나 주 세도나에도 돌하르방 2기가 세워져 있다. 이는 한인 미주이민 100주년 기념사업의 하나로 세워질 25만평 규모의 한국민속촌을 수호하기 위해 제주도에서 기증한 것이다. 이러한 국내외 도시와의 교류는 돌하르방의 이미지 뿐 아니라, 관광도시 제주를 홍보하는 데 큰 역할을 할 것이다. 앞으로도 제주특별자치도와 국내외 도시 간의 교류의 상징으로 돌하르방을 보급한다면, 한국 문화를 알리는 계기를 마련함은 물론 세워진 돌하르방을 통한 제주 이미지 상승효과로, 제주도가 국제적 도시로 거듭나기 위한 발판도 마련될 것이다.

다양한 공모전 개최

현재 지자체에서는 다양한 공모전을 통해 문화와 산업을 육성하기 위한 방안을 찾고 있다. 이에 제주특별자치도청에서도 단순한 제주도의 상징으로서, 관광 상품으로서의 돌하르방이 아닌, 실생활에서 다양하게 활용될 수 있도록 도민들의 의견을 적극적으로 모아야 한다. 관광기념품의 디자인에서부터 돌하르방의 실루엣을 디자인화 한 공공시설 및 건축, 어린이들에게 돌하르방을 친근하게 여길 수 있도록 하는 교육 프로그램, 돌하르방을 소재로 한 예술작품, 돌하르방의 신소재 개발방안 등 도민들의 의견과 아이디어를 적극 모은다면 제주도를 위한 실용적인 제품화에 도움이 될 것이다. 더불어 이러한 공모전의 개최는 도민들의 관심을 이끌어내어 돌하르방에 대한 보존과 가치 계승에도 도움이 될 것이다. 예를 들어, 디자인 아이디어 공모, 공공시설물 아이디어 공모, 돌하르방 등 민속자료 우수 교육사례 공모, 신(新) 돌하르방 공모 등의 공모전이 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

제주 MBC의 관련 프로그램 제작

돌하르방의 활용은 방송 매체를 통해서도 다양하게 활용될 수 있다. 이미 제주 MBC 라디오에는 제주 방언을 통해 제주사회를 살펴보는 ‘돌하르방 어드레 감수광’이라는 프로그램이 진행 중이다. 이는 프로그램 제목에 ‘돌하르방’을 넣어 프로그램 내용을 연상시키는 제주 방언의 대표적 예인 ‘돌하르방’을 제목으로 적절히 활용한 사례라 할 수 있다. ‘돌하르방’에 관한 프로그램이라 하면, ‘돌하르방’에 관한 연구를 목적으로 한 다큐멘터리 기획물이 제작이 있을 것이다. 그러나 다큐 제작 외에도 ‘돌하르방’은 다양한 프로그램의 소재로 활용될 수 있다. 한 예로 어린이 프로그램에 ‘돌하르방(돌할아버지)가 들려주는 전래동화(가제)’라는 코너를 만들어 어린이들에게 전래동화를 들려주는 식의 활용이 있을 것이다. 이렇게 어릴 적부터 ‘돌하르방’을 접한 어린이들은 제주 고유의 민속 문화를 친근하게 여기고, 제주 민속 문화를 소중하게 여기는 마음을 갖게 할 것이다. 나아가 어린이들의 호응을 얻어, 다양한 어린이 용품에 ‘돌하르방’의 캐릭터로 삽입되는 산업화로도 이어질 수 있다.

돌하르방 CI 제작 및 패키지 활용

2006년 제주 방문의 해의 심벌마크는 한라산과 돌하르방을 함께 형상화한 디자인으로, 관광 도시로서의 친근감을 전해준다. 제주지역항공사로 출발한 (주)제주항공 또한 제주도의 영문 이니셜 ‘J’와 돌하르방의 웃는 모습을 표현한 CI를 제작, 기업



이미지와 비행기 동체도안에 활용하여 제주도의 이미지를 현대적이고 생동감 있게 표현했다. 이렇게 돌하르방을 현대적인 CI 디자인의 소재로 활용한 사례는 자연스럽게 돌하르방의 홍보와 직결되는 훌륭한 활용이다. 돌하르방의 부분적 요소 외에도 돌하르방의 몸체 또한 패키지로 활용될 수 있다. 제주 고유 전통술이나 음료 등을 유리로 만든 돌하르방 술병과 술잔 패키지와 함께 담아 판매 유통하는 방법이나, 어린이들의 음료에도 pt병 소재의 돌하르방 패키지, 어린이들이 좋아하는 아이스크림 비닐 패키지 등은 색다른 느낌을 줄 것이다.

새로운 돌하르방 상품의 개발

돌하르방의 소재는 원래 제주 자연석이지만, 원료 수급의 문제와 현대화를 위한 새로운 소재 개발과 디자인 및 제품 개발이 필요하다. 전통 돌하르방은 자체의 고유의 미가 있긴 하지만, 상품화를 시도하는 시점에서는 검은 색의 단조로움과 투박한 디자인, 질감이 단점으로 꼽힐 수 있다. 이를 개선하기 위한 다양한 상품화 시도가 필요하다. 예를 들어 솟으로 만든 돌하르방은 고유의 색과 질감을 비슷하게 유지하면서도 공기정화, 음이온 발생과 같은 솟의 기능성까지 함유하여 실용적인 인테리어 소품으로 발전 가능하다. 또한 돌하르방 모양을 한 아로마 향초를 개발한다면 외국인들을 대상으로 한 관광기념품으로서 손색이 없을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	디지털콘텐츠화	멀티미디어 제주민속관광 대사전사업 협조	15,000,000
	해외홍보	제작 협조	10,000,000
	제작	석재보존 및 공급	15,000,000
지자체	공공물 제작	공공시설 내 설치	20,000,000
	국내외 자매결연	국내외 설치	30,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	10,000,000
기업	관련 프로그램 제작	일부 기금	30,000,000
	CI, 패키지 활용	디자인 사업비	15,000,000
	새로운 상품 개발	일부 기금	15,000,000
합계			160,000,000

47) 한복

□ 상징적 의미

한복의 역사는 고구려, 백제, 신라의 삼국시대로부터 시작되었다. 처음 한복의 흔적을 발견한 것은 고구려 시대의 왕과 귀족들의 무덤 속 벽화에서였다. 고구려는 중국 당나라시대의 의상과 불교의 영향을 받았다. 그 후 한국의 왕과 몽골족 공주와의 혼사로 중국 용안시대의 옷이 한국에 들어왔고, 그것이 한복의 시초가 된 것으로 보인다. 오랫동안 한복은 시대에 따라 저고리 길이, 소매통 넓이, 치마폭이 약간씩 달라질 뿐, 큰 변화는 없었다. 즉 한복은 둥글고, 조용하고, 한국의 얼을 담고 있다. 비단이나 면, 모시로 주로 만들어졌으며, 고름의 색상이나 소매통 색상이 여자의 신분을 나타내기도 하였다. 또한 나이와 사회적 지위, 계절에 따라 색상에 변화를 줄 뿐 옷의 모양은 아동의 시골아낙이나 대통령부인이나 모두 똑같다. 긴 원단에도 불구하고 가볍고, 입기 쉬운 점이 한복의 장점이다. 현재는 명절과 결혼식 같은 특별한 날에 주로 입는다. 신석기 시대 유적지에서 바늘이나 실을 잣던 도구들은 가장 오래된 우리 옷의 자료이다. 또 농경문 청동기에는 저고리와 바지의 기본 복식에 성인 남자는 상투를 하고, 미혼남자는 머리를 풀어 헤친 모습이 나타난다. 그 뒤 부족국가시대를 거쳐 삼국시대에 이르면 두루마기를 중심으로 저고리, 바지, 치마, 두루마기를 중심으로 모자, 허리띠, 화 또는 이를 착용하는 고유의 식 양식으로 이루어진다. 우리 옷은 아한대성 기후로 삼한 사온이 계속되는 자연 조건과 북방 유목민 계통의 문화요소가 결합되어 있다. 그래서 속옷부터 겉옷인 두루마기에 이르기까지 몸을 싸는 형식이다. 또 저고리와 바지가 떨어져있고, 앞이 트여 있는 활동적인 옷이다.

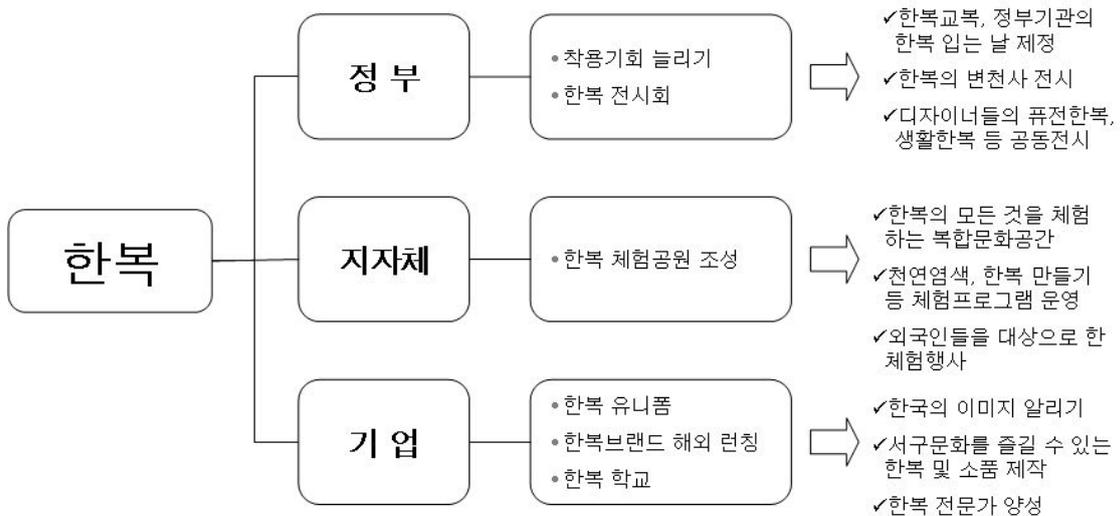
□ 상용화 방안

○ 현황

서양문화가 모든 문화의 선두에 있는 지금도, 한복은 여전히 우리 민족의 정체성을 대표해 주는 가장 한국적인 의상으로 그 위상을 굳건히 하고 있다. 여러 개량 한복 업체가 보다 실용적이고, 편안한 한복을 디자인 해 인기를 끌고 있으며, 한류 붐을 선도하고 있는 드라마 <대장금>, 천만 명이 넘는 관객을 동원한 영화 <왕의 남자>,



30%가 넘는 시청률을 기록한 드라마 <궁> 등에서 보여는 것처럼 한복 고유의 선과 색은 한류 영상물의 미학을 주도하며 그 아름다움을 재발견하게 하고 있다. 또한 이러한 미디어의 수출로 인하여 한복은 다시금 우리 민족의 상징물로서 인정받고 있다. 한국에 대한 관심이 높아지고 있는 지금, 국외적으로는 한복의 우수성을 알려 이를 한국에 대한 관심으로 끌어오는 것은 물론 국내적으로는 한복 활성화를 통해 전통문화를 보존하고 한국인의 긍지를 살려내야겠다.



○ 정부 주관 사업

한복 착용 기회 늘리기

한복의 활성화를 위해서는 한복을 착용할 기회를 늘려야 한다. 문화 관광부에서는 일주일에 한번, 수요일에 한복 입는 날을 지정하여 해당일은 직원들이 한복을 입고 근무한다. 또한 일부 초등학교에는 일 년에 두 번 정도 한복 입는 날을 지정하여 실시하고 있다. 이를 전국적으로 확대 하여 전국 관공서를 비롯한 초등학교에서는 특정한 날에 한복을 입도록 한다면 우리 옷에 대한 관심을 높일 수 있을 것이다. 일부 초등학교에서는 한복 입는 날에 각종 민속놀이와 사물놀이 등을 배우는 시간을 갖고 있는 데, 이러한 행사는 아이들로 하여금 우리 전통문화에 가까이 갈 수 있도록 한다는 점에서 매우 의미가 깊다. 이러한 행사는 전국적으로 확대하여 보다 많은 학생들이 체험할 수 있도록 하는 방안을 검토 해 볼 만하다. 또한 일부 학교에서는 교복을 한복 디자인으로 지정한 경우가 있다. 실시해 본 결과 한복 교복이 보통 교복에 비해 활동성이 좋아 학생들로부터 편하다는 평을 받고 있다. 또한 청소년들에게 한국인이라는 정체성을 자각하게 하며 한복을 가까이 함으로써 얻어지

는 우리 문화에 대한 친근감을 높여, 젊은 층에서 흔히 나타날 수 있는 우리문화에 대한 경시 풍조를 예방할 수 있다는 점에서도 효과적이라는 평이다. 한복 교복을 점차 확대하여 그 효과를 극대화 시키는 방안을 검토해 보아야 하겠다.

한복 전시회 협조

한복은 시대가 변함에 따라 많은 변화와 유행을 겪어 왔다. 최근 한복의 아름다움에 대한 관심 또한 높아지고 있다. 이러한 분위기를 반영하여 고대로부터 변화해 온 한복의 변천사를 전시하고, 더불어 디자이너들의 퓨전 한복, 생활 한복 등 현대적 한복의 변화도 함께 전시하는 행사를 기획 할만하다. 이러한 전시는 한복에 대한 관심이 높아지고 있는 지금, 관람객들의 문화적 욕구를 충족해 주는 것은 물론, 사회적 관심을 끌어 낼 수 있다는 데 그 장점이 있다. 또한 우리 옷의 역사를 한 눈에 볼 수 있으며, 우리 옷 문화가 어떻게 발전해 가고 있는지에 대하여 알 수 있는 기회를 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

○ 지방자치 단체 주관 사업

한복 체험 공원 조성

한복 문화를 복합적으로 체험할 수 있는 문화 공간을 조성하는 것도 한복을 널리 알리는 데 큰 역할을 할 수 있을 것이라 생각된다. 한복의 문화를 복합적으로 체험할 수 있는 공간을 조성하고, 천을 만드는 길쌈, 천연 염색, 한복 만들기 등 전통한복을 만드는 과정을 지켜보고, 체험할 수 있을 체험프로그램을 운영하는 것이다. 이러한 공간은 학생들을 비롯한 여러 단체의 견학 프로그램, 외국인들을 대상으로 한 관광 상품으로 활용 될 수 있을 것이다. 다양한 형태의 교육프로그램을 통해 단순한 체험, 단기 교육과정, 전문가 양성 등 여러 가지 목적을 달성 할 수 있도록 한다. 또한 댕기나 배씨 댕기 등 간단한 장신구를 만들어 직접 만들어 보고, 만든 제품을 기념품으로 가져 갈 수 있도록 하는 행사를 함께하면 좋은 추억을 만들어 줄 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

한복 유니폼 활용

외국에 지사를 두고 있는 한국 회사에서 한복을 유니폼으로 사용한다면 한국의 이미지를 알리는데 기여하는 것은 물론, 기업의 입장에서도 ‘문화 기업’의 이미지를 구



축할 수 있을 것이다. 활동성이 좋고 외국에서 일하는 직원들에게 한국인이라는 긍지를 심어 줄 수 있다는 점에서도 좋은 방안이 될 수 있을 것으로 기대된다.

한복 브랜드 런칭

최근 여자 연예인들이 영화제나 시상식 등 공식 행사에 한복드레스를 입어, 한복드레스에 대한 관심이 높아지고 있다. 이러한 관심은 웨딩 시장에도 반영되어 결혼식 때 한복드레스를 입는 신부들이 늘어나고 있는 추세이다. 한복 드레스는 한복의 화려함이 더욱 배가 된 옷으로, 독특한 분위기를 갖는 옷이다. 한국에 비해 드레스와 같은 특별한 의상을 입을 기회가 많은 서양에서 심플하면서도 독특한 디자인과 색감은 좋은 반응을 불러일으킬 수 있을 것이다. 해외 영화제에 참가 하는 연예인들에게 협찬을 하거나, 해외 패션쇼 등을 통해 한복의 아름다움을 과시하고, 한복 브랜드를 해외에 런칭한다면 한국의 전통적인 이미지와 고급스런 드레스의 이미지가 결합되어 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다. 더불어 서구문화와 함께 한복드레스와 어울릴 수 있는 디자인과 장신구와 소품 등을 개발한다면 보다 좋은 효과를 거둘 수 있을 것이다.

한복 학교 협조

한복을 배우고자해도 적당한 교육기관과 교육과정이 드물어서 배우기가 힘든 실정이다. 적절한 교육기관과 교육과정이 있다면 보다 많은 인력을 양성 할 수 있을 것으로 기대된다. 기업에서 한복 아카데미를 만들고 이 아카데미를 통해 일반인이 취미로 배우는 과정, 전문가 과정 등을 개설하여 한복 문화를 선도 해 나가고, 인력양성에 힘쓴다. 이러한 아카데미와 아카데미 수료자들을 바탕으로 지나치게 고가를 달리고 있는 한복을 대량생산을 통해 가격을 낮추고, 대중화 할 수 있도록 한다. 특별한 날에 한복 드레스를 입고, 명절에 한복을 입는다는 인식 등은 한복에 좀 더 쉽게 접근할 수 있을 때, 가능한 일이 될 것이다. 대중화를 이루기 위해서는 그 환경 또한 만들어 져야 한다는 것을 간과해서는 안 될 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	한복 전시회	일부기금	20,000,000
지자체	한복 체험 공원 조성	일부기금	30,000,000
기업	한복 학교	일부기금	50,000,000
	한복 브랜드 런칭	일부기금	30,000,000
합계			130,000,000



48) 색동

□ 상징적 의미

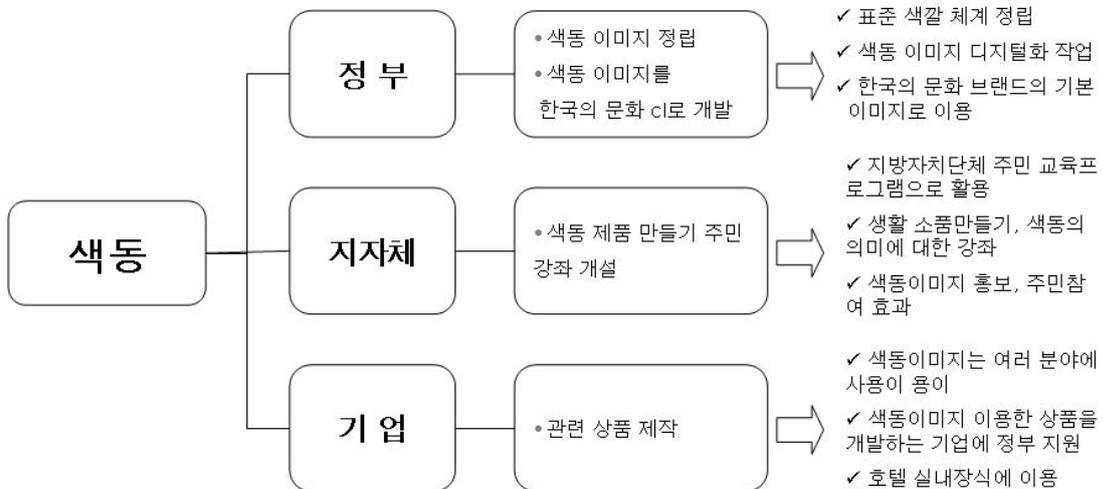
여러 색의 옷감을 잇대거나 여러 색으로 염색해서 만든 천의 이미지를 말하는 색동은 한민족이 가장 사랑하고 조화롭게 발전시킨 색깔문화의 하나라고 할 수 있다. 전혀 어울릴 것 같지 않은 여러 가지 색깔들이 모여서 이루어 내는 조화는 우리 민족의 조화로움을 대표 한다고 할 수 있다.

화려한 한복의 색은 우리의 대표적인 색채 질서인 오방색(五方色)을 기본으로 한다. 오방색은 동서남북의 사방에 중앙을 더한 다섯 가지 방위를 색으로 정한 것으로, 중앙은 황색이며, 동은 청, 서는 백, 남은 적, 북은 흑으로 표현하고 있다. 이러한 오방색이 잘 드러나는 예가 바로 색동인데, 어릴 적 설날에 입던 색동저고리를 생각나게 하는 이 추억의 색은 한국적인 색감을 가장 잘 드러내는 요소이기도 하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

색동은 아시아나 항공의 로고로 쓰여 왔으며, 얼마 전 한국도자기에서 이 색감을 이용한 그릇 디자인 라인을 출시하기도 했다. 전통적이면서도 세련된 느낌을 주는 색동 이미지는 한국적임을 표현하는 이미지로서 활용되어 오고 있다.



○ 정부 주관 사업

색동 이미지 정립

색동은 여러 가지 색상의 조합을 의미한다. 현재 색동이라 하면 여러 가지 색상의 천을 이어 붙인 정도로 생각하기 십상이다. 때문에 ‘색동’의 색상 이미지를 정립할 필요가 있다. 표준 색상 번호를 이용하여 색동의 이미지를 체계화 한다. 한 가지 색상 조합만을 만들 것이 아니라, 여러 가지 느낌에 따른 색상 조합을 만들어서 정립된 이미지를 사용할 수 있도록 한다.

또한 이렇게 만들어진 이미지를 디지털 작업을 통해 그 사용이 용이 할 수 있도록 해야 한다. 현재 ‘한 브랜드 박람회’가 열리는 등 한국을 브랜드 화 하는 작업이 진행 중에 있다. 이러한 방안이 추진되는 과정에서 한국을 대표할 수 있는 이미지가 반드시 필요하게 된다. 이 이미지를 색동으로 정한다면 여러 면에서 활용도가 높을 것으로 생각된다. 색동은 옷 등에 전체적으로 사용 될 수 있고, 로고와 같이 작은 크기의 이미지로도 용이하게 만들 수 있다는 점에서 대표 이미지로 사용되기에 적합하다. 예를 들어, 한국을 홍보하는 도우미들이 색동 한복을 입는다거나, 색동 이미지를 사용한 홍보물, 또한 우리나라의 관광지 티켓에 색동 이미지를 이용한 로고를 넣는 등 많은 방면에서 그 활용이 가능하며, 한국의 문화 이미지를 확고히 할 수 있는 기회가 될 수 있을 것이다.

또한 색동이 지닌 의미에 대한 정립과 홍보 또한 필요하다. 색동이라 하면 단순히 남은 천을 이어붙인 데서 유래 한 이미지라고 생각되는 예가 많다. 색동이 지니고 있는 만물의 조합이라는 의미, 이것이 우리 민족을 어떻게 표현해 주고 있는 지 등에 대한 의미를 확실히 정립하고, 이를 홍보할 필요가 있다.

○ 지방자치 단체 주관 사업

색동 제품 만들기 강좌

색동이 적용된 우리의 전통 상품으로는 한복도 있지만, 조각보와 같은 생활 소품들도 여럿 있다. 각 지방자치 단체에서 주민 교육 프로그램에 색동을 이용한 생활 소품 만들기 강좌를 개설하여 색동에 대한 홍보와 함께 그 이미지의 아름다움을 상기시킨다면 좋은 교육 프로그램이 될 수 있을 것으로 생각된다.

색동 이미지가 어떠한 의미를 갖고 있고, 어떻게 쓰여 왔는지에 대한 강의를 덧붙이고 조각보를 비롯하여, 현대에서도 쓰일 수 있는 쿠션 커버, 커튼, 주머니 등 많



은 생활 소품들을 디자인 하고 만들 수 있는 기회를 주민들에게 부여 한다.
이러한 사업은 색동이미지에 대한 홍보와 함께, 국민들의 참여를 높일 수 있다는 데 그 의의가 있다.

○ 기업 주관 사업

색동이미지 이용한 상품 출시

<한국 도자기>사에서 색동을 이용한 그릇 라인을 출시한 적이 있다. 이 상품은 아름다우면서도 한국적인 색감을 그릇에 적절히 이용했다는 평을 받았다. 이를 벤치마킹하여 기업에서는 색동을 이용한 여러 가지 상품을 개발하고, 정부에서는 이를 협조하여 기업들이 우리의 문화이미지를 이용한 상품을 개발하는데 관심을 기울이도록 한다.

색동 이미지는 가구, 벽지 등과 같은 인테리어 소품에서 시작하여 전통 생활 소품에 까지 많이 이용될 수 있다. 또한 관광객들이 묵는 호텔을 색동이미지를 이용한 상품들로 꾸미는 방법도 생각해 볼만하다. 한국적인 체험을 원하는 외국인들에게 침대커버, 벽지, 가구 등에 한국의 이미지인 색동이 이용된 상품들로 꾸민 객실이 제공된다면 좋은 반응이 있을 것으로 기대된다.

아시아나 항공에서 활용하고 있는 색동의 범위를 보다 넓혀, 아시아나 항공의 브랜드 홍보 및 한국의 아름다움 색감을 알릴 수 있도록 한다. 관련 기념 상품 제작, 식기 및 인테리어에 색동의 반영, 티켓 및 홍보자료의 활용 등 다양한 분야에 대한 활용이 가능하다.

이러한 사업들은 수익사업으로서 적절한 수입과 함께 우리의 문화이미지를 널리 홍보 할 수 있는 이중 효과를 올릴 수 있을 것으로 생각된다.

□ 예산

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	색동 CI 제작 및 홍보	일부기금	30,000,000
지자체	색동 제품 만들기 강좌	일부기금	30,000,000
기업	색동 이용 상품 개발	일부기금	50,000,000
합계			110,000,000

49) 다듬이질

□ 상징적 의미

다듬이들은 세탁된 옷감을 방망이로 두들겨 손질하는 다듬이질에 사용하는 받침돌이다. 이는 화강암·납석·대리석 등으로 만들며, 박달나무·느티나무 같은 단단한 나무로도 만들며, 다듬이 방망이와 함께 전해진다. 우리나라의 옷은 평면구성으로 이루어졌으므로 세탁 때마다 바느질한 모든 솔기를 뜯어 빨고 새로 옷을 만들어 입었다. 그러므로 풀을 먹여 새 옷감같이 울이 바르고 윤기 있게 손질하는 다듬이질이 일찍부터 발달하게 되었다. 다듬이질을 하는 것은 주로 겹옷이나 솜옷, 침구류 등이었으므로 늦가을과 겨울철에 밤늦게까지 두 사람이 네 개의 방망이로 음률에 맞추어 옷감을 다듬는 다듬이소리는 우리 풍속의 일면을 이루기도 하였다. 그러나 합성섬유가 발달하고 옷감의 후처리와 가공법이 발달함에 따라 다듬이소리가 사라지고 다듬이질한 옷감의 아름다움도 사라지게 되었다. 사라져가는 다듬이소리를 지키기 위한 다양한 상용화 방안이 필요하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

2002년 환경부에서는 한일월드컵 개최 시기에 맞춰 우리 고유의 전통과 자연의 소리를 담은 '한국의 아름다운 소리'를 영문책자와 미니 DVD 1장으로 구성된 월드컵 관광 상품으로 개발, 관광지과 공항, 서점 등에서 판매했었다. 여기에는 외국인들이 선호하는 40개의 우리 소리를 영상자료와 함께 수록했는데 다듬이소리 또한 포함되어 있다. 이러한 상용화는 한국 전통 문화의 보존 뿐 아니라, 세계에 우리의 소리를 적극적으로 알리고자하는 목적에서 매우 훌륭한 시도이다. 다듬이소리는 중장년층에는 어린 시절의 추억을 떠올리게 하는 정겨운 소리이고, 외국인들에게는 한국 문화에 대한 호기심을 갖게 하는 한국 고유의 소중한 소리이다. 그리고 짝을 이뤄 다듬이질을 할 때 생기는 리듬과 운율은 다듬이질을 처음 체험하는 어린이들과 외국인들에게 즐거운 체험의 가능성이 크다. 이러한 다듬이질과 소리를 다양하게 상용화하여 국내외 알리는 일이 필요할 때이다.



○ 정부 주관 사업

다듬이소리의 다양한 디지털콘텐츠화

환경부에서는 2001년 소리환경의 중요성과 자연 환경과 함께 하는 삶의 소중함을 되새겨 볼 수 있도록 ‘한국의 아름다운 소리 100선’을 선정하여 비디오테이프, CD 롬 등에 담아 총 3천 세트를 환경시범학교, 지자체 등 관계기관, 단체에 배포하였다. 또한 ‘디지털코리아루트’가 개발한 ‘한국의 소리은행’은 우리 고유의 소리와 현대의 전자음으로 재생 불가능한 전통의 소리 등을 선별해 모두 5600편의 디지털콘텐츠로 구성했다. 이 모두에 다듬이소리는 한국전통문화의 대표적 소리로 포함되어 있다. 이렇게 보존된 콘텐츠는 여러 산업에 두루 활용이 가능하다. 방송영상의 다큐멘터리와 TV 프로그램, 기업이미지 광고, 휴대전화 벨소리나 컬러링 등 모바일과 DMB 콘텐츠로도 활용이 가능하고 전통문화에 기반을 둔 애니메이션에 다양한 효과음과 캐릭터 소재로도 쓰인다. 또한 온라인과 오프라인의 교육 자료와 음반이나 DVD를 통해 일반인과 해외 사람들에게 우리의 전통문화를 알리는 데 활용되는 등 쓰임새가 광범위하다. 이렇게 한국 전통의 소리 문화인 다듬이 소리를 다양한 디지털콘텐츠화한 우수사례에 대한 정부 협조를 통해 장려하고 적극 홍보해야 한다.

다듬이소리를 활용한 전래동요 개발 및 보급

다듬이소리는 반복되는 부드러운 리듬감이 특징이다. 다듬이소리나 다듬이질하는 모습을 접하지 못한 현대의 어린이들에게 다듬이질 문화를 효과적으로 알리는 길은 전래동요의 보급이 있다. 현재 ‘가을밤’이라는 제목으로 ‘또닥 또닥’이라는 가사를 넣어 다듬이소리 가사를 넣은 전래동요가 있다. 이러한 노래를 어린이들에게 보급하는 방법도 있지만, 직접 다듬이질을 하면서 리듬을 맞춰가며 부를 수 있는 새로

운 어린이 전래동요가 마련되는 등의 다양한 교육이 요구된다. 나아가 어린이들의 교과서에 다듬이 동요를 삽입하여 학교교과과정의 하나로 한국의 전통 다듬이질 문화와 함께 교육한다면, 어린이들에게 한국 고유의 문화를 알리는 좋은 방안이 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

할머니 다듬이 연주단 협조

전라북도 완주군 소향리 창포마을에는 할머니들로 구성된 다듬이 연주단이 있다. 이 마을에 할머니 연주단이 만들어진 것은 지난 2006년 6월, 농림부가 녹색농촌 체험마을로 선정하면서였다. 할머니 다듬이 연주단은 민박을 하는 도시인들에게 잊혀져가는 우리 전통의 소리를 느끼고 체험하게 하기위한 취지로 결성됐는데, 농촌 마을을 알리고 주민 모두가 화합하는 긍정적인 효과를 가져왔다. 할머니 다듬이 연주단은 지역축제에서도 초청되어 기량을 뽐내어 기립박수를 받는 등 할머니들이 들려주는 청아한 다듬이 소리는 연령을 뛰어넘어 감동을 준다. 이러한 할머니 다듬이 연주단이 더욱 활발한 활동을 할 수 있도록 지자체의 적극적인 협조가 필요할 것이다. 할머니 다듬이 연주단의 연습실 마련의 혜택과 같은 실질적인 활동과 함께 지자체의 적극적인 홍보가 필요하다. 더불어 어린이 및 중고등학생들이 우리 문화를 알고 직접 체험하기 위한 체험학습장도 마련하여 보다 많은 이들이 우리 조상의 숨결을 느끼도록 해야 한다.

다듬이 소리를 활용한 창작공연 제작 및 협조

‘2003경주세계엑스포’의 개막공연은 ‘천마의 꿈’이라는 제목으로 천마의 힘찬 발굽 소리를 표현하는 다듬이소리와 오색천, 81명의 무용수들의 화려한 춤사위를 통해 조화와 상생, 아름다운 미래천년을 표현했었다. 다듬이질과 소리는 두드리는 동작과 청아한 소리, 리듬으로 인해 공연의 소재로써의 가능성을 지니고 있으나, 적극적으로 활용되어 알려진 예가 없다. 성공적인 공연으로 자리매김한 ‘난타’처럼 다듬이질을 소재로 한 공연도 성공 가능성이 있다. 이를 위해 지자체에서는 한국 전통 문화의 소리인 다듬이소리를 기반으로 한 공연 창작 및 활성화에 협조해야 한다. 예를 들어 전라북도에서 다듬이질을 활용한 공연 창작 및 활성화를 협조할 수 있다. 전라북도 내 전북도립국악원과 그 안에 속해있는 창극단, 관현악단, 무용단과 같은 지자체 문화예술단체에 창작기금을 협조하여 다듬이소리를 활용한 다양한 공연이 창작되고 공연될 수 있다. 먼저 전북 도민들의 호응이 이루어지면, 국내 순회공연과



나아가 해외공연까지도 협조하는 방안이 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

명상음악으로 개발

다듬이돌과 다듬이 방망이가 부딪치며 만들어내는 부드러운 선율과 잔잔하게 이어지는 똑같은 리듬의 반복은 듣는 이에게 편안함을 느끼게 한다. 다듬이소리처럼 부드럽게 다가오는 소리를 선호하는 것은 어머니 뱃속에서 심장 박동 소리를 들으며 생명이 완성되어가는 과정을 거치지 때문이라는 학설도 있다. 실제로 일본에서는 이 원리를 활용해 태아가 어머니 뱃속에서 듣는 심장 박동소리를 인용한 연주음악을 만들어 태교음악이나, 피로 풀어주는 음악, 명상음악 등으로 활용해 화제가 되기도 했다. 한국의 어머니를 떠올리게 하는 다듬이소리는 훌륭한 명상음악으로 쓰일 수 있다. 다듬이 소리를 활용한 태교, 휴식, 명상용 음악이나 연주곡 등을 개발한다면 전통 문화를 소재로 한 새로운 활용법이 될 것이다.

소리마케팅에 활용

소리 마케팅은 각종 서비스나 제품 생산과 광고에 고객의 마음을 사로잡기 위한 소리는 결합시키는 전략을 말한다. 부드러운 소리, 귀에 익숙한 소리, 상쾌한 소리는 인간의 마음을 순환시키고, 즐거움을 만들어낸다. 사람들은 한국적 이미지의 대표로, 문살에 비친 한국 여인의 다듬이질 모습과 소리를 떠올린다고 한다. 사람들에게 익숙한 다듬이 소리를 적절하게 기업 광고에 활용한다면 중장년층 소비자들의 관심을 이끌어 낼 것이다. 한 예로 삼성전자의 '또 하나의 가족' 캠페인에 다듬이 소리를 삽입해 이야기 소재로 만들 수 있다. 이 광고는 가족 간의 '정'을 잘 표현해 온 대표적인 광고로 지난 87년부터 우리주변의 이야기를 소재로 소비자들의 공감을 불러일으켜 왔다. 또한 랩, 비보잉, 디제잉, 그래피티 등 젊음의 상징인 힙합 코드에 우리의 전통 문화를 조화시켜 공영방송과 젊은 채널의 이미지를 결합시킨 KBS 2TV 채널 광고에 다듬이 소리를 현대음악과 결합하여 배경음악으로 활용한다면 다듬이 소리의 새로운 면모도 발견하게 될 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	다양한 디지털콘텐츠화	사업 협조	35,000,000
	전래동요 제작 및 보급	사업 협조	10,000,000
지자체	할머니 다듬이 연주단	사업 협조	35,000,000
	창작공연 제작	일부 기금	35,000,000
기업	명상음악으로 개발	일부 기금	10,000,000
	소리마케팅에 활용	일부 기금	20,000,000
합계			145,000,000



50) 김치

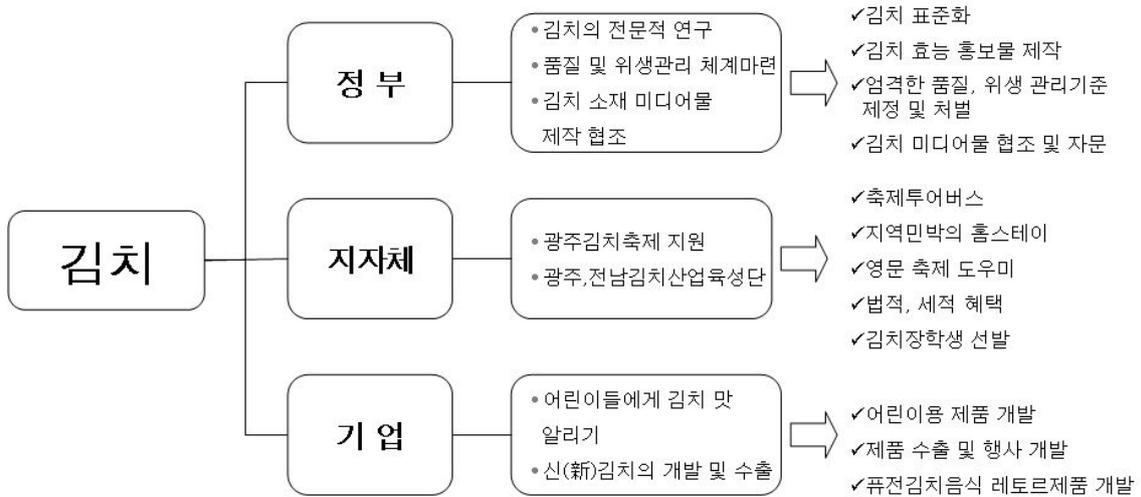
□ 상징적 의미

김치는 한국의 대표적인 전통 채소발효식품이며 쌀 위주의 식생활에서 가장 중요한 부식의 하나로, 소금에 절인 배추나 무, 오이 등의 채소에 젓갈류, 양념 및 향신료 등을 가미하여 일정기간 발효시킨 자연의 복합발효식품이다. 김치는 예로부터 채소를 생산하지 않는 겨울철에 주로 이용하여 온 저장식품이지만, 지금은 냉장고 등 저장시설이 보편화되면서 일 년 내내 섭취하는 상용 식품이다. 김치는 대부분 가정에서 자가 제조형태로 소비되어 왔지만, 경제의 급속한 성장에 의한 국민소득의 증가, 산업구조의 변화에 따른 도시인구의 급증 및 주거환경의 변화, 가공식품산업의 발전 등에 의해 한국인의 식생활 및 문화생활이 급속히 변화되어 김치산업이 발전하였으며, 현재 많은 양의 공장김치를 생산 소비하고 있다. 한국의 대표적인 전통식품으로서의 김치의 우수성이 알려지면서 수출이 증가하여 최근에는 전통식품 중 수출량이 가장 많은 품목이며, 김치의 국제규격(Codex standard)이 우리나라 식품 중 처음으로 2001년 7월 5일 제 24차 국제식품규격위원회 총회에서 채택되었다. 이를 바탕으로 김치의 산업화와 상용화에 힘을 기울일 때이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

2001년 김치의 국제규격 채택으로, 한국의 김치가 일본의 ‘기무치’를 누르고 그 위상을 찾아 국내 김치 산업은 활성화되기 시작했다. 김치의 종주국인 한국의 위치가 위협에 처했던 이유는 김치를 해외에 적극 홍보했던 일본과 달리 한국에서는 김치를 국내인들의 입맛에만 맞는 전통음식으로만 여겼기 때문이다. 그러나 이제 정부는 해외에 김치의 뛰어난 맛과 효능을 적극 알리고자 노력하고 있다. 각종 국가홍보물에 김치의 이미지를 보여주고, 다양한 영상물을 기획하여 김치 연구의 필요성도 알리고 있다. 광주김치축제는 13회를 맞으며 해외 바이어 유치에 힘을 다하고 있고, ‘RIS 광주·전남김치산업육성단’이라는 단체를 만들어 김치에 관한 과학적이고 다각적인 연구를 수행 중이다. 이에 기업들도 전통 김치에 기능성을 첨가한 다양한 김치신제품을 제품화하여 해외에 수출하고 있다. 이러한 다양한 상용화 시도들이 세계 속에서 김치를 빛나게 할 수 있도록 각 기관들의 협조가 필요하다.



○ 정부 주관 사업

김치의 전문적 연구 협조

김치의 수출을 더욱 더 활발하게 하기 위해서는 먼저 김치의 전문적인 연구를 통한 표준화가 필요하다. 세계인에게 김치를 한국의 맛으로 알리는 문제에 있어서, 기업마다 제각각 맛이 다른 김치들은 ‘한국의 대표 맛’을 알리는 데 걸림돌이 된다. 제조원에 따라 제품의 맛이 다른 것은 당연하지만, 가장 한국 전통의 맛을 담은 표준화 된 김치가 있어야만 한국만의 유구한 역사가 담긴 김치 맛을 인식시킬 수 있을 것이다. 원재료와 부재료의 선정과 용량, 숙성용기와 숙성기간 등에 관한 표준적인 조리방법을 담은 레시피 보급이 정부차원에서 협조한다면, 김치산업과 관련한 지자체와 기업에 도움이 될 것이다. 더불어 김치의 과학적 효능을 체계적으로 분석, 정리한 전문 홍보물도 제작하여 정부에서 보급한다면 관련 지자체, 기업들의 상품 홍보에 신빙성 있는 자료로 활용될 것이다.

해외 수출용 김치 품질 및 위생관리 체계 마련

김치는 이제 한국의 대표적인 수출 식품으로 자리 잡고 있다. 김치의 수출을 더욱 활발히 하기 위해서는 일본과 중국과는 다른 김치종주국만의 최고의 품질로 승부하는 일이다. 일본은 다양한 김치 상품의 유통망을 우리보다 먼저 구축했고, 중국은 한국 김치 가격의 20~30%밖에 되지 않는 가격으로 한국산 김치를 위협하고 있다. 이 모두를 극복하기 위해서는 한국산 김치만의 차별화된 품질을 확립하여 세계에 인식시키는 길 밖에 없다. 이를 위해서 기본적으로 이루어질 일은 수출용 김치의 품질과 위생에 관한 철저한 감시이다. 잘못된 식품 품질과 위생관리는 단한만으로



도 세계의 외면을 받을 수 있을 만큼 중요한 사항이다. 그러므로 정부는 수출용 김치에 대한 정부의 품질 관리 기준을 엄격히 만들고, 잦은 감시 관리체계를 통해 품질 및 위생 관리 기준에 미달하는 기업이나 제품에 대해서는 철저히 수출을 금지하여 수출용 김치의 품질 및 위생관리에 최선의 협조를 해야 한다.

김치를 소재로 한 미디어물 협조

MBC 드라마 ‘대장금’의 성공으로, 세계인들은 한국의 의식주와 관계된 모든 문화에 관심을 갖기 시작했다. 한국 음식에 대한 관심 또한 물론이다. 그 중에서도 한국인의 식탁에 빠지지 않는 김치에 대한 호기심을 채워주기 위해서는 김치를 소재로 한 다양한 미디어물이 효과적일 것이다. 예를 들면, 김치에 얽힌 한국인의 문화를 소재로 한 다큐멘터리, 김치의 성분을 분석하여 그 영양적 가치에 대해 분석한 다큐멘터리, 김치에 담긴 장인정신을 소재로 한 드라마, 서양식 식단에 익숙해진 어린이들에게 김치 먹는 습관을 교육할 수 있는 김치 애니메이션 등이 있을 것이다. 정부는 우리의 전통 문화인 김치를 발굴하여 미디어물을 제작하는 과정에 적극적인 협조와 미디어물 안에서 올바른 김치의 정보가 전달될 수 있도록 활발한 자문과 같은 도움을 아끼지 말아야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

광주 김치축제의 협조

1994년부터 매년 김치축제를 개최하고 있는 광주광역시도 우리 전통김치의 우수성을 세계에 널리 알려 김치산업을 육성하는 한편 관광 상품화를 통한 국내외 관광객을 유치하기 위하여 노력하고 있다. 광주광역시는 호남의 중심도시로서 교통의 요충지이며 정부의 지역균형발전시책으로 첨단산업, 문화중심도시 건설 등 서남권의 중추관리도시이다. 현재 광주에서 개최되는 광주비엔날레, 광주디자인비엔날레, 광주김치대축제 등을 국제적인 문화이벤트로 발전해 나가고 있어 광주는 세계적인 도시로 성장할 가능성을 가지고 있다. 광주김치축제는 해를 거듭할수록 홈쇼핑과 연계한 판매 전략과 지역 김치생산업체 참여기회 확대, 축제 기간 중 해외바이어 초청을 통한 수출 등 적극적인 사업을 추진하고 있다. 이러한 광주시의 노력은 지난 2005년 68만 명의 방문객과 88억 원의 현장 판매 등 267억 원의 직, 간접 효과를 가져왔으며, 이는 타 지역축제의 좋은 사례가 되고 있다. 나아가 광주김치축제의 발전을 위해서는 축제를 찾는 외국인들을 위한 문화체험의 장을 제공하는 등의 보안이 필요하다. 예를 들어, 공항과 김치축제장 및 광주시내 관광지를 연결하는 전용

교통편(광주투어버스)을 제공하고 이들이 투숙할 지역민들의 민박을 활용한 홈스테이 프로그램의 협조, 외국인들을 위한 영문 축제 설명 도우미 프로그램 운영 등 외국 관광객들을 위한 다채로운 협조에 더욱 앞장선다면, 광주김치축제는 대표적인 한국의 으뜸 축제로 성장할 것이다.

RIS 광주·전남김치산업육성단

2004년 산업자원부에서 광주·전남지역의 지역혁신과제로 선정되어 활발한 활동을 펼치고 있는 김치산업육성사업단은 열악한 지역 김치생산자들을 협조하고, 우리 김치, 특히 광주·전남지역의 김치를 수도권과 전 세계에 알리는데 기여하기 위해 결성된 단체이다. 이들은 지역김치의 공동 브랜드 ‘감칠배기’를 탄생시켰고, 광주공항에 시범점포를 개설하는 등 김치의 과학화와 산업화를 위한 사업과 함께 6개 지역대학에서 원재료 및 부재료, 자동화, 제품화, 균주 및 발효 등 김치에 대한 연구 사업을 지속적으로 하고 있다. 이외에도 지역김치생산기업의 포장디자인 개선, 시설확충, 유통망 개척을 위해 온라인 쇼핑몰을 여는 등 다양한 노력을 하고 있다. 전라남도 와 광주시는 김치산업육성단의 사업에 법적, 세적인 혜택을 확대하여 지역사업에서 해외사업으로 발전할 수 있는 발판을 마련해야 하며, 김치연구의 산학협력 시 우수한 학생에 대한 장학금 혜택을 마련하여 우수한 인재들이 한국 전통 김치의 맛과 영양을 지킬 수 있도록 협조해야 한다.

○ 기업 주관 사업

어린이들에게 김치 맛 알리기

서양식 식단에 길들여져 가는 어린이들에게 김치의 맛을 알리는 일은, 한국 김치의 미래를 좌우하는 중요한 과제이다. 어릴 때부터 김치의 맛에 익숙해져야지만, 성장해서도 김치를 거부감 없이 받아들이고 즐겨먹게 될 것이다. 또한 점점 서양식 음식이 잠식해가는 우리 식단을 지켜낼 수도 있다. 이를 위한 방안으로는 김치의 영양과 맛을 담은 김치스낵, 초콜릿, 비타민제 등등 어린이들의 입맛에 맞는 제품 개발이 필요하다. 이미 일본의 ‘프리토레이’사에서 생산한 김치맛 스낵은 많은 이들의 호응을 얻고 있다. 어린이들의 입맛을 사로잡기 위한 다양한 제품 개발과 함께, 이를 홍보하기 위한 김치 정보를 담은 애니메이션, 광고 등의 방영은 어릴 적부터 김치에 대한 친밀감을 형성시켜 그들로 하여금 미래의 한국 김치를 이어나가는 주인공이 되도록 할 것이다.



신(新) 김치의 개발 및 수출

김치산업의 발전으로 각 기업에서는 김치의 단점을 보완하고 기능성을 첨가시킨 다양한 수출용 김치를 선보이고 있다. 대표적인 것으로는 종가집 김치의 ‘먹어도 입냄새 나지 않는 김치’와 피망가루를 사용한 ‘맵지 않은 김치’, 제일제당의 순간 발효정지 기술로 유통기한을 6개월 늘린 김치, 고려인삼공사의 ‘인삼김치’와 ‘칼슘김치’, 보성녹차김치의 ‘녹차김치’ 등등 다양한 제품들이 눈길을 끌고 있다. 이러한 개발 노력에 힘입어 제일제당과 한성김치 등의 제품들은 미국시장에 진출했다. 외국인들의 기호에 맞춘 다양한 제품 개발의 노력도 필요하지만, 김치 문화를 적극적으로 알리기 위한 ‘김치 담그기 체험’과 같은 행사를 제품을 구입하는 소비자들을 대상으로 실시한다면, 김치 문화의 확산을 통한 소비자 수 증가 효과와 함께 문화를 알리는 기업이라는 이미지 상승에 도움이 될 것이다. 또한 전통 김치를 활용한 새로운 김치 뿐 아니라, 김치를 주재료로 한 퓨전음식을 레토르화한 제품도 개발하여 수출해야 한다. 예를 들어 김치피자, 김치전 반죽, 김치만두, 김치 또디아, 김치 스파게티, 김치 돈까스, 김치 그라탕, 김치볶음우동, 김치덮밥 등 김치 맛과 어우러진 다양한 퓨전음식을 제품화한다면, 간편한 조리방법과 동서양의 조화의 맛에 대한 호기심으로 외국인들의 입맛을 사로잡을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	김치의 전문적 연구	연구 협조	35,000,000
	품질 및 위생관리 체계마련	사업 협조	15,000,000
	김치 소재 미디어물	협조 및 자문	10,000,000
지자체	광주김치축제	사업 협조	40,000,000
	광주·전남김치산업육성단	일부 기금	25,000,000
기업	어린이에게 김치 맛 알리기	개발 협조	10,000,000
	신(新)김치의 개발 및 수출	일부 기금	30,000,000
합계			165,000,000

51) 떡

□ 상징적 의미

떡은 ‘곡물의 분식형의 음식’으로, 그 기원은 농경의 시작과 더불어 시작되었다고 할 수 있다. 떡의 용도는 세시절기에 따른 시절음식으로서, 나아가 잔치나 장례, 돌잔치 등의 의례음식으로 기능하였다. 농경세기의 흐름을 따라서 절기의 변화를 만끽하는 떡의 문화적 상징성은 그 계절에 가장 부합되는 알곡의 생산과 밀접하게 관련되며 문화적 상징성을 지니고 있다. 정월명절에는 떡국으로 만든 세찬과 세주, 정월보름에는 찹쌀을 쳐서 대추·밤·기름·꿀·간장 등으로 만든 약밥, 4월에는 증편과 어만두, 5월 단오에는 수레바퀴 모양의 쑥떡인 수리취떡, 6월에는 상화떡, 8월 추석의 명절음식으로는 송편, 10월 상달에는 상달고사떡 등등 절기에 따른 의미를 담은 다양한 종류의 떡이 발달해왔다. 떡은 대개 쌀이나 여타 잡곡으로 빚어 농경민족의 상징과도 같은데, 같은 농경민족이면서도 이웃 일본에 과자문화가 발달하였다면 우리는 고유의 떡 문화를 발전시켰다. 다양한 맛과 아름다운 형태, 조형적 미감이 빚어내는 조화, 고물이 가져다주는 오묘함을 갖춘 한국의 떡은 세계에 내놓을 만한 21세기의 건강식품이다.

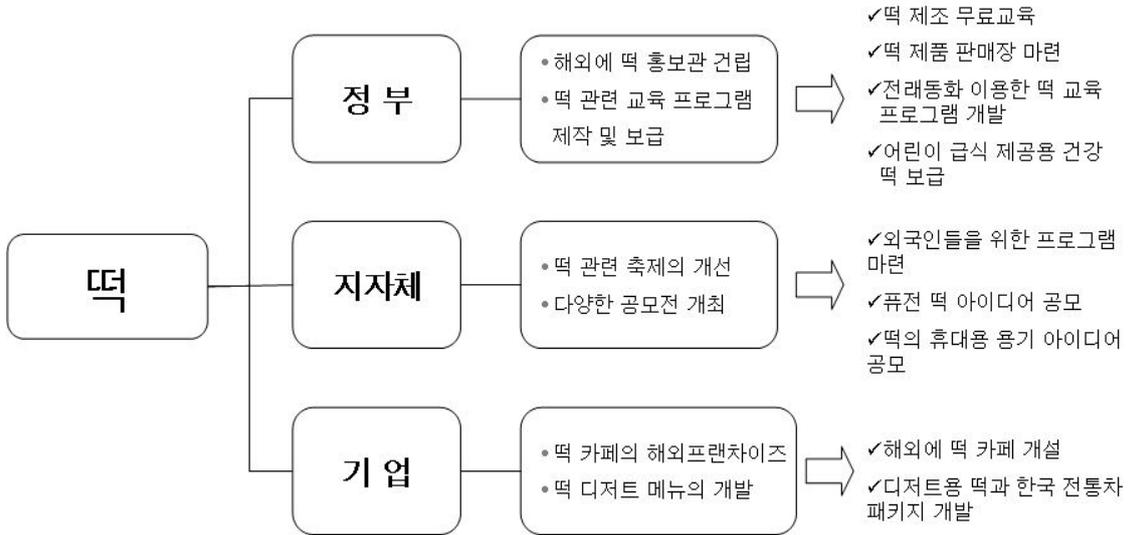
□ 상용화 방안

○ 현황

떡은 오랜 역사를 가진 음식으로 한국인의 생활과 함께 상생해 온 소중한 전통 음식이다. 서구식 식단의 영향으로 떡에 대한 선호도는 예전에 비해 줄어들었으나, 아름다운 색깔과 모양, 담백한 맛과 영양으로 인해 지금까지 꾸준히 사랑받는 우리의 음식이다. 최근에는 떡의 아름다움과 맛의 가치가 다시금 인정받기 시작하여 차와 함께 전통 떡을 즐길 수 있는 떡 카페와 같은 곳이 많이 생겨나, 국내외 인들에게 한국 떡의 멋과 맛을 알리는 장소로 활용되고 있다. 또한 한국전통음식연구소에서 개발한 떡 레토르 제품은 쉽게 굳는 떡의 단점을 개선하여 실온에서 3개월 정도 보관 가능하고, 전자렌지로 간단히 조리해 먹을 수 있는 제품을 만들어 떡의 유통 상의 단점을 극복한 사례로 인정받고 있다. 경주와 같은 지역사회에는 ‘한국의 술과 떡 잔치’라는 축제를 개최하여 한국의 떡을 알리기 위해 노력하고 있으나, 아직까지



해외에 소개 될 만큼의 국제성과 전문성을 갖추지는 못했다. 한국의 우수한 전통식품인 떡을 해외에 적극적으로 알리기 위한 다양한 상용화 방안을 연구하여, 서양의 빵과 같은 대중화를 이룰 수 있도록 노력해야 한다.



○ 정부 주관 사업

해외에 떡 홍보관 건립

우리나라는 한국에 방문하는 외국 대통령과 같은 국민 손님에게 한국의 떡을 대접한다. 한국의 떡을 접한 외국 손님들은 하나같이 한국 떡의 각양각색의 아름다움과 맛에 놀라워한다고 한다. 떡을 홍보하기 위해 다양한 해외음식박람회 참가가 이루어지고 있으나, 대부분의 외국인들이 ‘김치’처럼 한국의 음식으로 떡을 인식하고 있지 못하다. 이에 한국 떡의 맛과 멋을 적극적으로 알리기 위한 방안의 하나로 해외에 떡 홍보관을 건립하는 방법이 있다. 구체적인 방안을 예로 들면, 홍보관의 이름은 고유한 이름을 살린 ‘방앗간’ 혹은 ‘떡집’이라고 짓고, 홍보관의 구성은 떡의 종류 및 영양적 측면을 홍보하기 위한 전시실, 한국의 떡을 직접 체험할 수 있는 체험장, 떡 제품을 살 수 있는 판매 공간으로 갖출 수 있을 것이다. 이러한 공간에 외국인들이 손쉽게 한국 떡을 만날 수 있는 무료 교육 과정, 떡메치기 체험과 같은 이벤트를 마련하여 운영한다면, 한국 떡과 함께 한국 문화를 알리는 명소로 발전될 수 있을 것이다.

떡 관련 교육 프로그램 제작 및 보급

요즘의 젊은 세대들의 떡 보다는 서양의 빵과 같은 음식을 더욱 선호한다. 그 이유는 우리나라에 서양의 문물이 급속하게 유입되면서 우리의 것을 지키고자 하는 노력을 게을리 했기 때문이다. 그럼으로 이제 부터라도 자라나는 어린이에게 한국 고유의 음식의 떡의 개념과 맛에 길들일 수 있도록 노력해야 한다. 이를 위한 방안으로는 어린이들을 위한 떡 관련 교육 프로그램의 제작과 보급이 있다. 예를 들자면, 한국의 전래동화에는 ‘떡’과 관련된 동화들이 많은데 ‘해님 달님’이나 ‘달 속에서 떡방아 짓는 토끼’ 등이 있고, 떡과 관련한 동화를 새롭게 창작할 수도 있을 것이다. 이러한 전래동화를 바탕으로 한 떡에 관한 교육 프로그램을 만든다면 어린이들은 쉽고 재밌게 떡에 관한 호기심과 재미를 느낄 것이다. 이러한 교육 프로그램과 더불어, 자라나는 어린이들에게 영양적으로 도움이 될 만한 고물을 넣어 만든 건강 떡을 개발하여 유치원과 초등학교 급식에 제공한다면, 어린 시절부터 떡의 맛과 이야기에 익숙해진 어린이들은 후대에도 떡 문화를 잇는 세대로 자랄 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

떡 관련 축제의 개선

경주시에서는 매년 ‘한국의 술과 떡 잔치’라는 제목 아래, 축제를 개최하고 있다. 이 축제는 우리의 전통 음식인 술과 떡을 국내외에 널리 알리고 우수한 전통 먹거리를 관광 상품화하여, 관광객 유치와 지역경제 활성화를 도모하고자 마련된 행사이다. 2006년 축제에서는 부대 행사로, 창작 떡 만들기, 떡메 치기 체험, 떡살 탁본 뜨기, 떡 따라 만들기 등 다양한 체험 위주의 행사가 마련되었다. 그렇지만 ‘한국의 술과 떡 잔치’ 축제가 한국 떡의 세계화와 관련 사업 해외 진출의 목적을 달성하기 위해서는 해외 바이어를 포함한 외국 손님들을 끌기 위한 행사가 첨가되어야 할 것이다. 예를 들어, 경주내 외국인들을 초청하여 여는 떡 만들기 프로그램, 한국의 떡에 서양식 요소를 결합한 퓨전 떡 만들기 경연대회 프로그램, 해외 바이어들을 대상으로 한 떡의 영양성과 맛을 연구한 컨퍼런스 개최 등등 외국 손님들을 위한 다양한 프로그램은 떡 관력 축제가 경주 지역민들만이 즐기는 축제가 아닌, 세계로 뻗어나가기 위한 발판이 마련될 것이다.

다양한 공모전 개최

떡은 지역 특산물 등을 재료로 하여 지역별로 종류가 다양하고, 재료의 찌는 시간



과 불의 강도에 따라 다양한 형태로 가능하다. 경주시에서는 ‘한국의 술과 떡 잔치’ 축제와 관련하여 한국의 떡을 육성하기 위한 방안을 찾는 공모전을 개최하여 지역민들의 다양한 아이디어를 모아 산업화에 활용할 수 있다. 공모전의 주제로 들 수 있는 예로는, 시중에 발표되어 있는 떡을 이용하여 한식이나 서양식 요리에 응용해 메뉴 개발 공모, 외국인들이 선호할 만한 퓨전 떡에 관한 아이디어 공모, 떡의 휴대 및 저장이 간편한 용기에 대한 아이디어 공모 등이 있다. 이러한 다양한 공모전의 개최는 지역민들에게 떡에 대한 관심을 증가시키고 떡의 상용화를 위한 자료로 활용될 것이다.

○ 기업 주관 사업

떡 카페의 해외 프랜차이즈

한국전통음식연구소에서 만든 떡 카페 ‘질시루’는 산뜻하며 고즈넉한 쉼터의 분위기를 주는 인테리어에 한 입에 쏙 들어가는 작은 떡과 천연재료를 이용해 여러 가지 색으로 아름답게 빚은 떡 등 다양한 메뉴를 마련하여 많은 국내외인들의 발길이 끊이지 않는 명소로 손꼽히고 있다. 이러한 떡 카페를 해외 프랜차이즈 점으로 개발한다면, 한국의 떡 문화를 비롯하여 한국 문화를 알리는 명소로 발전할 것이다.

떡 디저트 메뉴의 개발

떡은 한국인들의 기호 식품의 하나로 널리 보급되어 왔지만, 떡의 소비를 더욱더 증진시키기 위한 대안으로 식사 과정의 하나로 떡을 섭취하는 방법이 있을 것이다. 떡의 성분구성은 완전한 식물성을 띠는 저칼로리로 식품으로 식사 과정 중에서 디저트로써 먹기에 적합한 특성을 띠고 있다. 이러한 점을 활용하여 한식이나 서양식마다 디저트로 어울릴만한 떡 메뉴를 개발하고, 종류별 떡에 음식궁합이 맞는 한국의 차를 결합하여 하나의 디저트 메뉴로 개발한다면, 떡에 관한 관심과 소비를 늘릴 수 있을 것이다. 더불어 한의학의 체질학과도 결합하여 체질별로 몸에 좋은 건강 떡 디저트 메뉴를 개발하여, 손님 각자의 체질에 맞는 디저트를 선택하게 하는 방법을 통해 식사하러 오는 손님들의 건강을 배려한 메뉴로 홍보한다면 한국의 전통 떡은 참살이(웰빙) 시대에 걸 맞는 저칼로리 건강 디저트 메뉴로 큰 호응을 얻을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	해외에 떡 홍보관 건립	건립자금 협조	30,000,000
	떡 무료교육	인력 협조	15,000,000
	떡 관련 교육프로그램	제작 및 급식에 보급	15,000,000
지자체	떡 관련 축제 개선	공공시설 내 설치	20,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	15,000,000
기업	떡 카페의 해외 프랜차이즈	일부 기금	30,000,000
	떡 디저트 메뉴의 개발	일부 기금	20,000,000
합계			145,000,000



52) 전주비빔밥

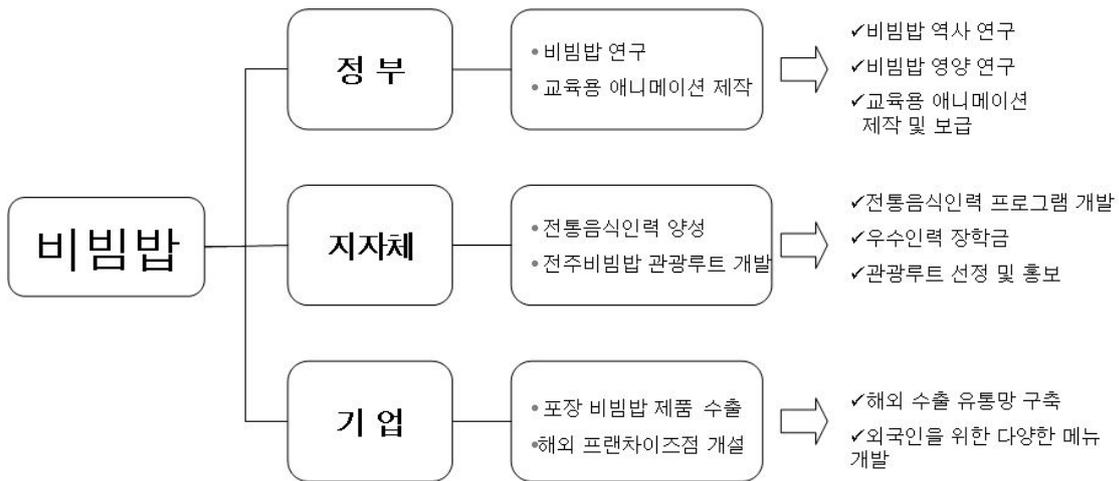
□ 상징적 의미

비빔밥은 밥에다 고기볶음, 나물, 튀각 등 여러 가지 반찬을 섞어 비벼먹는 한국의 대표 음식이다. 비빔밥이 처음으로 언급된 문헌은 1800년대 말의 ‘시의전서’로 이 문헌에는 비빔밥이 ‘부·밥’ ‘골동(汨董)반’으로 기록돼 있다. 골동반의 골은 ‘섞을 골’ 동은 ‘비빔밥 동’으로 ‘골동’이란 여러 가지 물건을 한데 섞는 것을 말한다. 그러므로 골동반이란 ‘이미 지어 놓은 밥에다 여러 가지 찬을 섞어서 한데 비빈 것’을 의미한다. 비빔밥은 식이섬유의 보고라 할 수 있을 만큼 풍성한 재료와 화려한 색깔로 멋과 맛의 흥취를 동시에 즐길 수 있는 기능성 식품이다. 또한 온갖 영양가가 골고루 분포된 복합음식으로 세계화를 이룰 수 있는 경쟁력 있는 한국의 음식이다. 이러한 우수한 비빔밥을 상용화하여 세계화를 이루기 위한 정부와 지자체, 일반 기업의 노력이 필요하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

비빔밥은 지역마다 특성에 맞는 특산물을 활용한 다양한 비빔밥을 발전시켜왔는데, 그 중에서도 전주비빔밥이 가장 대중적으로 보급되어 있다. 전주비빔밥은 전주시의 대표 음식으로 맛과 영양이 조화된 우수한 음식이다. 전주시는 일찍부터 전주비빔밥을 육성하기 위한 노력을 계속해오고 있다. 전주시는 지자체로서는 드물게 향토 음식전담 부서를 운영할 만큼 향토 음식에 남다른 노력을 기울이고 있으며 프로그램을 가동하여 지역 상품 특화에 앞장서고 있다. 전주시는 특허청에 전주비빔밥의 상표와 서비스표를 등록하고 비빔밥의 표준 조리화를 피하기 위한 레시피 보급에도 앞장서고 있다. 기업에서도 대한항공의 경우, 비빔밥을 기내식으로 제공하여 1998년도 대한항공 비빔밥은 기내식 부문의 오스카상으로 불리는 국제 기내식협회(ITCA)의 대상 ‘머큐리 상’을 수상한 것을 비롯하여 외국 항공사들로부터 최우수 해외 기내식공급사에 선정되는 영예를 안기도 했다. 이는 비빔밥이 한국인의 입맛 뿐 아니라, 세계인의 입맛까지도 사로잡을 수 있다는 점을 입증한다. 앞으로도 맛과 영양을 겸비한 전주비빔밥을 세계인의 음식으로 만들기 위한 다양한 협조가 필요하다.



○ 정부 주관 사업

비빔밥 연구 협조

비빔밥이 처음으로 언급된 문헌은 1800년대 말엽의 ‘시의전서’이지만, 한국인의 음식 문화의 발전을 볼 때 그 이전에도 비빔밥은 만들어 졌으리라 추측된다. 비빔밥의 역사에 대한 연구는 비빔밥에 얽힌 설화나 역사적 이야기, 일화 등의 이야기 소재를 만들어내는 토대가 됨은 물론 국내에서는 비빔밥의 전통성에 대한 흥미 유발을, 외국인들에게는 비빔밥에 대한 소개와 호기심을 충족시킬 수 있는 효과적인 홍보자료로써 작용할 것이다. 역사 뿐 아니라, 비빔밥의 체계적인 영양학적 연구도 함께 협조되어야 한다. 전주비빔밥을 예로 들면, 전주비빔밥은 전주의 10미중 하나인 콩나물로 지은 밥에 오색, 오미의 30여 가지의 지단, 은행, 잣, 밤, 호도 등과 계절마다 다른 신선한 야채를 넣어 만들어 탄수화물, 지방, 단백질, 비타민과 무기질을 골고루 섭취할 수 있는 영양식품이면서 건강식품으로 선조들의 지혜와 과학적 우주의 원리가 담겨있다. 각각의 재료가 갖는 효능을 데이터화한 과학적 자료를 해외에 소개한다면 건강에도 좋고 맛도 훌륭한 ‘웰빙’시대의 명품음식으로 발전시킬 수 있다. 이외에도 비빔밥 명인의 손맛에 대한 정확한 비빔밥 조리법의 연구, 재료와 고추장의 배합에 따른 비빔밥의 맛의 조화 단계 연구 등등 비빔밥에 대한 다각적인 연구는 다양한 디지털산업화를 위한 기초가 된다.

어린이 교육용 비빔밥 애니메이션 협조

비빔밥의 재료는 쌀을 기본으로 하여, 갖가지 야채와 발효식품인 고추장이 조화를 이룬 영양적으로 우수한 식품이다. 또한 비빔밥은 이러한 갖가지 영양소를 한번에 섭취할 수 있다는 점에서 간편한 음식이다. 이러한 비빔밥의 장점은 자라나는 어린



이들에게 적절한 음식으로서의 가능성을 보여준다. 그러나 서양 음식의 입맛에 길들여진 지금의 어린이들은 비빔밥을 선호하지 않는 경우가 대부분이다. 이를 개선하기 위한 예로는 어린이들이 비빔밥에 대한 관심을 가지고, 그 영양의 우수성에 대해 알기 위한 교육용 애니메이션을 제작하는 일이 있다. 비빔밥의 갖가지 재료들을 의인화하여 몸에 좋은 영양소를 설명하며 성장기에 좋은 장점들을 재미있게 배울 수 있는 간단한 게임과 자료 화면을 제작하여 유치원과 초등학교에 보급한다면, 한국 전통 음식문화의 교육과 함께 비빔밥에 대한 어린이들의 관심과 기호를 높여 줄 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

전통음식 인력 양성 프로그램 협조

전주시는 일찍부터 전주비빔밥을 육성하기 위해 특허청에 전주비빔밥의 상표와 서비스표 등록과 함께 비빔밥의 표준 조리화를 피하기 위한 레시피 보급에 앞장서고 있다. 또한 이를 바탕으로 ‘전주비빔밥’ 프랜차이즈 1호점을 개점하고 본격적으로 국내외 판로망을 개척하기 위한 사업에 착수했다. 이는 전주시 대표음식인 전주비빔밥의 브랜드 파워 제고와 지역경제 활성화 등의 파급효과를 가져올 것이라 기대되어 다른 지자체들의 모범사례가 되고 있다. 이러한 전주시의 전주비빔밥 사업을 활성화하기 위해서는 비빔밥의 맛과 전통을 이어나갈 전통음식 인력 양성 프로그램이 마련해야 한다. 더불어 우수한 인력에 대해서는 전주시가 협조하는 장학금이나 해외연수와 같은 기회를 제공한다면, 이들을 통해 전통전주비빔밥의 유구한 맛의 보존은 물론, 서양식과 결합한 퓨전 비빔밥, 비빔밥과 다른 메뉴를 결합한 코스요리 개발 등 새로운 맛과 메뉴의 개발도 이룰 수 있을 것이다.

전주비빔밥 관련 관광 상품 개발

전주시에서는 전주국제영화제, 풍남제, 전주세계소리축제 등등 다양한 축제와 국제 행사들이 개최되고 있으며, 여기에 전주비빔밥은 하나의 부대 행사로서 진행되는 경우가 많다. 그러나 전주비빔밥은 단독적으로도 전주의 대표 문화행사가 될 수 있는 여지가 있는 전주시의 대표 음식이며 상징이다. 전주시에서 대표 관광지와 전주비빔밥으로 유명한 대표 음식점들을 선정하고 해외 관광객까지 아우르는 서비스가 이루어지는 체계를 마련해야 한다. 이를 바탕으로 전주를 찾는 관광객들을 위한 대표 관광지를 돌면서 전주비빔밥 만들기 체험과 시식 등의 다양한 프로그램, 음식축제 등을 통해 오감을 충족할 수 있는 전주비빔밥관광 루트를 개발한다면 국내외 관

광객들의 큰 호응을 얻을 것이다.

○ 기업 주관 사업

비빔밥 레토르 식품의 수출 협조

(주)전주비빔밥에서 개발한 비빔밥 레토르 제품인 JJB전주비빔밥은 전자렌지로 간편하게 조리해 먹을 수 있는 패키지로 만들어진 제품이다. 이 회사는 전주시로부터 전주비빔밥에 대한 상표권의 독점적 사용권을 위임받아 재료와 공정 면에서도 믿음을 준다. 이러한 비빔밥 상품은 수출용은 물론 한식 프랜차이즈점, 철도, 항공기 내 제공용, 단체급식용, 편의점 및 휴게소 식품용, 일반 가정의 별식 등 그 활용도가 넓어 폭넓게 비빔밥을 보급하는 계기가 될 수 있다. 쌀 문화를 가진 아시아권 국가 뿐 아니라, 세계 여러 나라에 이러한 제품을 보급하기 위한 유통망을 구축하여 한국의 비빔밥을 알리기 위한 노력을 아끼지 말아야 한다.

비빔밥 해외 프랜차이즈점 개설

전통 비빔밥의 맛과 영양적 측면이 부각되면서 비빔밥을 주 메뉴로 한 다양한 프랜차이즈점이 개설되었다. 대표적인 예로는, CJ푸드빌의 ‘까페소반’, CJ푸드시스템의 ‘웰리엔돌솔비빔밥’, BJIF의 ‘본비빔밥’, 고궁의 ‘오목대’ 등등 이 있다. 이러한 프랜차이즈 점들의 경우, 한국인의 입맛에 맞는 전통 비빔밥과 신세대의 입맛에 맞는 다양한 퓨전 비빔밥 메뉴 개발로 좋은 반응을 얻고 있다. 국내 이러한 프랜차이즈점의 성공을 바탕으로 해외에 프랜차이즈점을 개설하여 세계를 무대로 한국의 전주 비빔밥을 알리는 계기를 만들어야 한다. 이를 위해서는 외국인들의 식사방식과 입맛을 고려한 다양한 전략이 있어야 하는데, 예를 들면 비빔밥을 메인으로 한 코스 요리의 개발, 고추장의 매운 맛 정도와 고명의 종류를 선택할 수 있는 비빔밥 뷔페식 개발, 유기농 재료와 약용으로 쓰이는 나물을 고명으로 올린 건강식 비빔밥 메뉴 개발 등등 다양한 방식을 통해 전주비빔밥의 맛과 영양을 알릴 수 있는 노력을 통해 비빔밥을 세계인의 음식으로 만들어야 한다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	비빔밥 역사 연구	연구 협조	20,000,000
	비빔밥 영양 연구	연구 협조	20,000,000
	교육용 애니메이션	제작 지원 및 보급	25,000,000
지자체	전통음식인력 양성	장학금	20,000,000
	전주비빔밥 관광루트개발	개발 및 홍보	30,000,000
기업	포장 비빔밥 수출	유통망 구축	15,000,000
	해외 프랜차이즈점 개설	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000

53) 고추장

□ 상징적 의미

고추장은 고춧가루와 더불어 한국음식문화의 바탕을 이루며 매운맛을 통해 한국의 음식 문화를 더욱 발전시킨 한국대표 소스이다. 고추장은 조선후기에 들어온 고추와 기존의 된장문화가 결합하여 탄생되었다. 1765년에 쓰여진 <본초강목습유>에서, ‘고추가 요즘 재배되어 이것이 시장에 모여든다. 이 고추는 고추장을 비롯한 넓은 용도로 쓰인다.’는 구절로 미루어 보아 이 시기에 고추장이 탄생되었음이 예상된다. 고추장의 탄생 초기에는 된장을 응용한 상태에서 맵지 않은 막장 형태의 고추장으로 시작했으나 차츰차츰 매운 고추장으로 변화해갔다. 현재는 고추장에도 다양한 재료를 삽입하고 기능성을 첨가하여 보리고추장, 무거리고추장, 판고추장, 수수고추장, 약고추장, 고구마고추장 등등이 많은 종류의 제품이 만들어졌다. 한국의 고추장은 한국 음식에서 빼놓을 수 없는 장류 중 대표이며, 이를 통해 한국 음식 문화는 더욱더 다채롭게 발전할 수 있었다. 이러한 한국의 훌륭한 고추장을 세계에 알리기 위한 다양한 협조가 필요하다.

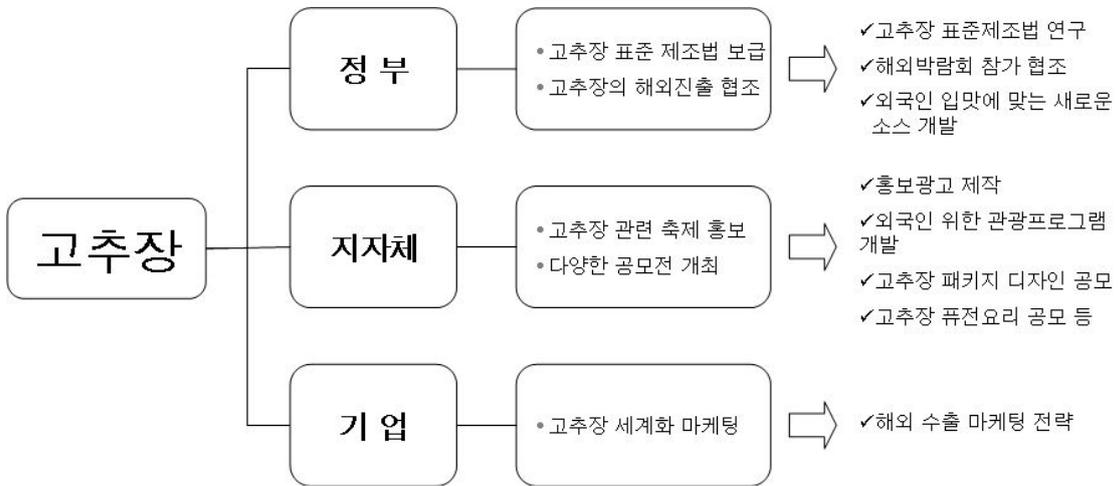
□ 상용화 방안

○ 현황

고추장은 지역별로 그 지역의 특산물과 결합하여 다양한 종류로 만들어지고 있다. 그 중에서도 지역의 특성을 살린 고추장으로 잘 알려진 제품으로는 순창고추장이 있다. 순창군에서는 순창고추장을 생산하는 순창고추장 마을을 중심으로 순창장류 특구를 지정하여 고추장과 관련된 다양한 산업을 활성화하기 위한 준비에 노력을 기울이고 있다. 그리고 2006년 ‘제 1회 순창장류 축제’를 개최하여 순창군의 고추장마을과 순창고추장을 알리는 축제를 매년 진행하고자 추진하고 있다. 전주시에는 전주 국제 발효식품 엑스포라는 축제를 통해 한국의 장 문화를 알리는 계기를 만들 고자 노력하고 있다. 기업들은 이미 고추장을 대량 생산하는 체계를 갖추고 국내에서의 판매망을 잘 구축하고 있고, 이를 바탕으로 해외 판로를 개척하기 위해 노력하고 있다. 이를 위해서는 외국인의 입맛에 맞는 고추장의 개발이나, 고추장을 이용한 한국 음식 문화의 홍보와 보급 등 관련된 다양한 부가사업을 전개하는 적극적인 방안이 필요하다. 한국의 고추장의 세계인들이 선호하는 소스의 하나로 정착되기



위한 정부, 지자체, 기업의 노력이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

고추장 표준 제조법 보급

고추장은 한국 음식 문화에 있어서 없어서는 안 될 필수적인 한국대표 식품이다. 또한 한국의 발효식품의 전통과 역사 및 과학성을 대표하는 사례라 할 수 있다. 정부에서는 이러한 고추장에 대한 연구 협조를 통해 한국의 장 문화의 세계적인 보급과 고추장 관련 사업의 해외 진출을 위해 노력해야 한다. 먼저 원래 고추장은 집마다 만들어 먹는 방식이었지만, 현대에서는 대부분 기업에서 생산하는 제품을 사다 먹는 경우가 많다. 이는 시간과 자금의 문제도 있지만, 고추장을 만드는 위한 재료와 각 재료의 양, 숙성기간, 항아리와 같은 숙성용기 등 표준적인 제조법을 알려줄 만한 지침이 없어서이기도 하다. 정부는 집안마다 고추장을 만들어먹던 전통문화를 알리고 고추장을 일반 가정에서도 쉽게 만들어 먹을 수 있도록 표준적인 제조방법을 담은 지침서를 만들어 보급한다면 고추장에 대한 국민들의 관심과 소비를 이룰 수 있을 것이다.

고추장의 해외 진출 협조

고추장을 기본양념으로 하는 비빔밥이 대한항공의 기내식에서 세계인의 입맛을 사로잡았다는 소식은, 한국의 대표 소스라 할 수 있는 고추장의 세계화 가능성을 보여준다. 정부는 다양한 방법을 통해 고추장을 해외에서도 유통할 수 있는 길을 열어야 한다. 예를 들면 국가 홍보물에 고추장의 맛과 영양적 가치를 담은 내용을 담아 홍보하는 방안, 고추장과 관련된 다양한 요리들을 해외식품박람회에 참가하도록

협조하여 고추장의 다양한 맛을 알리는 방안, 외국인들의 입맛에 맞게 개발된 새로운 고추장 소스의 보급 등등이 있을 것이다. 이 외에도 정부는 고추장에 관한 효과적인 해외홍보 협조를 통해 고추장을 세계화하는 데 힘써야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

고추장 관련 축제 홍보

전라북도 순창군은 순창고추장이라는 지역 내 특산 고추장을 대중화에 성공하여, 본격적인 산업화를 이루기 위해 순창장류특구를 지정하고 이를 발전시키기 위한 노력들을 행하고 있다. 순창장류특구는 순창전통고추장민속마을을 중심으로 장류 벨리를 구축하는 사업으로, 장류 연구소, 장류 박물관, 체험관, 장류대학 유치, 고속도로 휴게소 설치, 웰빙 관광단지 조성, 제2 생산단지 조성 등과 같은 시설 구축을 통해 순창고추장을 통한 지역 산업의 전문화를 꾀하는 사업이다. 또한 이러한 사업의 하나로 2006년 제 1회 순창장류축제를 개최하여 순창의 장을 홍보하기 위한 장을 본격적으로 마련하고 있다. 이러한 노력들이 더욱 홍보되어 세계인의 관심을 얻을 수 있도록 순창 고추장의 영양적 우수성과 다양한 제품들을 소개하는 영문 홍보물과 홍보 영상, 순창군을 찾는 외국인들을 위한 편리한 숙박 시설과 문화체험 프로그램 등등 순창군과 순창고추장을 알리는 다양한 홍보 방안은 고추장을 세계화하는 일일 앞당겨줄 것이다.

다양한 공모전 개최

현재 지자체에서는 다양한 공모전을 통해 문화와 산업을 육성하기 위한 방안을 찾고 있다. 이에 전북 순창군에서도 고추장을 다양하게 활용하기 위한 도민들의 의견을 적극적으로 모아야 한다. 특산품 고추장의 패키지 디자인에서부터 고추장을 알릴만한 홍보관의 건축 디자인, 어린이들에게 고추장의 영양과 다양한 요리들을 소개하는 교육 프로그램 공모, 고추장을 이용한 퓨전요리 아이디어 등등 군민들의 의견과 아이디어를 적극 모은다면 고추장에 관한 도민들의 관심을 키우고 고추장의 실용적인 상용화 방안에도 도움이 될 것이다.



○ 기업 주관 사업

고추장의 세계화 마케팅

대상 청정원에서는 순창고추장 제품의 세계화를 추진하기 위해 일본, 중국 여행객 대상으로 튜브형 고추장 제품을 무료 증정하는 행사를 가졌다. 이는 여행객이야말로 외국에서 한국의 음식과 문화를 가장 자연스럽게 효과적으로 알릴 수 있는 순창고추장의 해외 홍보대상들임에 착안하여 기획한 마케팅으로 이 외에도 외국인 선물용으로 적합한 고추장도 함께 만들어 제공할 예정이다. 이러한 대상의 고추장 마케팅 노력은 2005년 산업자원부의 세계일류상품 선정과 1988년 올림픽을 계기로 대상 아메리카와 대상 재팬 등 현지법인을 통해 미주와 일본지역에 고추장 등을 수출하기 시작해 현재 전세계 50여 개국에 수출하고 있는 기반을 바탕으로 본격적인 세계화를 추진하기 위한 노력이다. 이러한 대상의 사례와 같이 고추장의 새로운 패키지 개발, 해외 수출을 위한 적극적인 홍보 전략 등을 참고하여 고추장 관련 기업들의 고추장 세계화 마케팅이 활발히 진행되어야 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	고추장 표준제조법 연구	연구 협조	20,000,000
	해외박람회 참가	참가 협조	30,000,000
	외국인을 위한 새로운 소스 개발	일부 기금	15,000,000
지자체	축제 홍보 광고 제작	일부 기금	20,000,000
	관광프로그램 개발	일부 기금	15,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	15,000,000
기업	고추장 세계화 마케팅	개발 사업비	30,000,000
합계			145,000,000

54) 된장과 청국장

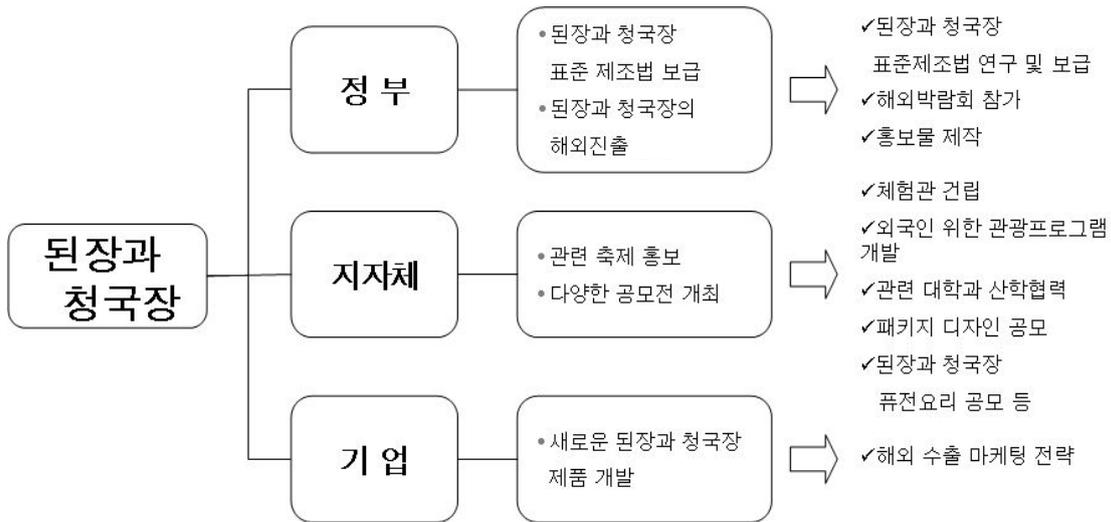
□ 상징적 의미

된장과 청국장은 콩을 발효시켜 만든 우리 고유의 전통장류로, 최근 항암효과가 있다는 연구결과가 발표되면서 해외에서도 주목을 받고 있는 훌륭한 우리의 전통 음식이다. 장에 대한 기원은 삼국시대에 이루어졌는데, 고려조에서도 구황식품으로서 장을 낸 사실이 여러 번 있었고, 조선 초기에 구황식품을 수록한 구황촬요에도 장이 있어 그 역사를 알 수 있다. 된장은 옛 부터 전해 내려오는 우리나라의 전통식품으로 구수한 고향의 맛을 상징하게 된 식품이다. 초기의 된장은 간장과 된장이 섞인 것과 같은 걸쭉한 장이었으며, 삼국시대에는 메주를 쑨어 몇 가지 장을 담그고 맑은 장도 떠서 썼을 것으로 추측하고 있다. 된장은 음식을 조리하는 데 썼을 뿐만 아니라 해독, 해열에 사용되어 독벌레나 뱀, 벌에 물리거나 쏘여 생기는 독을 풀어주며, 불이나 뜨거운 물에 덴 데, 또는 놀다가 머리가 터진데 바르면 치료가 되고, 머슴들이 명절에 어쩌다 술병이라도 나면 된장국으로 속 풀이를 했다고 전해진다. 청국장은 삶은 콩을 짚에 감싸서 구들방의 뜨끈한 아랫목에 놓고 발효시키는 ‘즉석된장’인데, 벧짚에 붙어있는 야생 고초균(*Bacillus Subtilis*)이 번식하여 실 모양의 끈끈한 점물질(粘物質)을 생성하여 일종의 항생물질이 된다. 장기적으로 먹는 저장식품인 된장과 다르게 즉석된장이지만 그 영양가와 항암효과는 대단하다고 하겠다. 한국 발효식품이 된장과 청국장의 효과가 발표되는 지금 다양한 상품화 방안을 통해 된장과 청국장을 알릴 때이다.

□ 상품화 방안

○ 현황

된장과 청국장은 찌개와 같은 조리 형태로 한국인들이 즐겨 먹는다. 이러한 된장과 청국장은 발효식품 가운데서도 항암 효과는 물론 암세포 성장을 억제시키는 효과가 있다는 것이 밝혀졌다. 그 외에도 고혈압 예방, 간 기능 강화, 항산화 효과, 해독 작용, 노인성 치매 효과, 소화 기능 활성화, 골다공증 예방, 당뇨 개선, 비만과 변비 예방, 심장병과 뇌졸중 예방 등등 그 효과가 매우 뛰어난 건강식품이다. 이렇게 영양학적 효과가 뛰어난 된장과 청국장을 세계에 알리고, 세계인의 입맛에 맞도록 다양한 요리와 상품화를 통해 보급하는 방안이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

된장과 청국장 표준 제조법 보급

된장과 청국장은 한국의 발효식품의 전통과 역사 및 과학성을 대표하는 식품이며, 그 효능 또한 뛰어나다. 정부에서는 이러한 된장과 청국장에 대한 연구 협조를 통해 한국의 장 문화의 세계적인 보급과 관련 사업의 해외 진출을 위해 노력해야 한다. 원래 된장과 청국장은 집마다 만들어 먹는 방식이었지만, 현대에서는 대부분 기업에서 생산하는 제품을 사다 먹는 경우가 많다. 청국장은 청국장제조기와 같은 제품의 개발로 인해 가정에서도 손쉽게 만들 수 있다. 그러나 된장을 만들기 위한 재료와 각 재료의 양, 숙성기간, 항아리와 같은 숙성용기 등 표준적인 제조법을 알려 줄 만한 지침은 가정마다 다르다. 정부는 집안마다 된장을 만들어먹던 전통문화를 알리고 일반 가정에서도 쉽게 만들어 먹을 수 있도록 표준적인 제조방법을 담은 지침서를 만들어 보급해 한국 고유의 된장과 청국장 문화에 대한 국민들의 관심과 소비를 이끌어야 한다.

된장과 청국장의 해외진출 협조

된장과 청국장이 가진 항암효과와 다양한 기능성은, ‘웰빙’ 시대 세계에 널리 알릴 최고의 건강식품으로서의 가능성을 보여준다. 이에 정부는 다양한 방법을 통해 된장과 청국장을 해외에서도 유통할 수 있는 길을 열어야 한다. 예를 들면 국가 홍보물에 된장과 청국장의 맛과 영양적 가치를 담은 내용을 담아 홍보하는 방안, 된장과 청국장에 관련된 다양한 요리들을 해외식품박람회에 참가하도록 협조하여 다양한 맛을 알리는 방안, 외국인들의 입맛에 맞게 개발된 새로운 된장 및 청국장 소스

의 보급 등등이 있을 것이다. 이 외에도 정부는 다양한 홍보 전략을 통해 된장과 청국장을 세계화하는데 힘써야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

된장과 청국장 관련 축제 협조

된장과 청국장에 관련된 축제로는 2006년 10회를 맞는 파주 장단콩 축제, 4회를 맞는 전주시 국제 발효식품 엑스포, 그리고 6회를 맞는 (주)메첼(메주와 첼리스트)의 된장축제가 있다. 파주 장단콩 축제의 경우, 지역 특산품인 장단콩을 이용한 다양한 제품을 소개하는 장이며, 전주 국제발효식품엑스포의 경우에는 장류 뿐 아니라, 젓갈, 치즈 등등 국내외 온갖 종류의 발효식품이 선보이는 자리이다. (주)메첼의 된장축제는 유일하게 기업에서 주최하는 축제로 다양한 상품과 부대행사를 마련하고 있다. 여기에 된장과 청국장의 본격적인 산업화를 이루기 위한 된장과 청국장 체험관 건립, 인극 관광단지 조성, 관련 대학과의 산학협력 등등 다양한 협조책을 첨가한다면 된장과 청국장 관련 축제의 세계화가 이루어 질 것이다.

다양한 공모전 개최

현재 지자체에서는 다양한 공모전을 통해 문화와 산업을 육성하기 위한 방안을 찾고 있다. 이에 된장과 청국장을 다양하게 활용하기 위한 시민들의 의견을 적극적으로 모아야 한다. 해외로 수출한 된장과 청국장을 담은 패키지 디자인에서부터 해외에 건립될 관련 홍보관의 건축 디자인과 프로그램 공모, 어린이들에게 된장과 청국장의 영양과 관련된 다양한 요리들을 소개하는 교육 프로그램 공모, 된장과 청국장을 이용한 퓨전요리 아이디어 등등 시민들의 의견과 아이디어를 적극 모은다면 된장과 청국장에 관한 시민들의 관심을 키우고 실용적인 상용화 방안에도 도움이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

새로운 된장과 청국장 제품 개발

된장과 청국장의 효능이 알려지면서, 다양한 제품이 선보이고 있다. 해찬들은 전자레인지에 30초만 데우거나, 끓는 물에 2분만 데우면 바로 먹을 수 있는 레토르트 된장 제품 '자글자글 끓여낸 강된장'을 내놓았다. (주)엔유씨에서 개발한 청국장 제조기는 집안에서도 쉽게 청국장을 만들어 먹을 수 있어 많은 이들의 호응을 받았



다. 로제화장품에서는 3년의 시간을 들여, 청국장 특유의 냄새를 없애고 살아 있는 균으로 화장품을 개발하여 세계 최초로 제품화하였다. ‘바실루스 바이오닉 프로그램’이라는 팩 제품은 세균에 의한 피부 트러블을 해결하고 피부를 촉촉하게 해 주는 효과가 있다. 된장과 청국장을 활용한 다양한 퓨전 요리도 인기를 끌고 있다. 된장베이컨파스타, 된장소스치킨샐러드, 청국장해물무침, 청국장주먹밥 등등 찌개만 끓이는 방법이 아닌 색다른 별미 요리로 변신이 가능하다. 이러한 사례들을 바탕으로 한 된장과 청국장의 제품화와 적극적인 마케팅이 활발히 진행되어야 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	표준제조법 연구	연구 협조	20,000,000
	해외박람회 참가	참가 협조	20,000,000
	관련 홍보물 제작	일부 기금	15,000,000
지자체	체험관 건립	제작 협조	20,000,000
	관광프로그램 개발	일부 기금	15,000,000
	관련 대학과 산학협력	사업 협조	10,000,000
	다양한 공모전 개최	공모전 사업비	15,000,000
기업	된장과 청국장 세계화 마케팅	개발 사업비	30,000,000
합계			145,000,000

55) 삼계탕

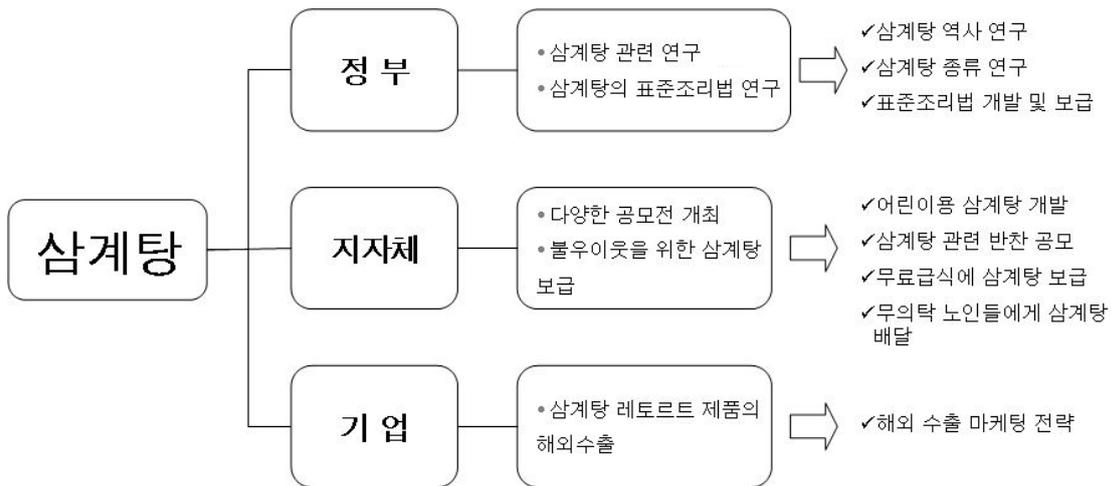
□ 상징적 의미

삼계탕은 여름철 보양음식의 대표음식이다. 한국의 삼계탕은 삼복더위를 통과 하면서 더위에 지치고, 특히 세벌김매기를 끝낸 무렵에 ‘어정 칠월 건들팔월’이라고 하여 잠시 휴식을 취하면서 몸을 추스르는 시기에 닭을 잡아서 국물을 크게 잡고 삼계탕을 끓여 나눠먹는 ‘나눔의 잔치’를 벌이는 문화에서 유래했다. 농사일에 불가결한 소와 찬 성질을 가져 여름철에 적합하지 않은 돼지고기 대신 단백질이 풍부하고 소화흡수가 잘 되는 닭을 보양음식의 재료로 이용한 것은 우리 조상들의 지혜가 담겨있다. 그리고 닭과 인삼, 마늘과 대추, 찹쌀, 때에 따라 넣는 황기 등등 각 재료가 음양조화를 이루면서 음식궁합을 이루는 삼계탕은 한국만의 특색 있고 우수한 보양음식으로서 세계에 널리 알려 보급할 만한 가치를 지니고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

삼계탕은 한국의 여름철 대표 보양음식으로 한국인 대부분이 선호하는 음식이다. 인간이 닭을 사육해온 역사는 대략 기원전 2500년경으로 거슬러 올라가며 우리나라에서는 함경도, 평안도 등의 신석기유적에서 야생 닭뼈가 출현하는 것으로 보아 적어도 신석기시대쯤이면 닭고기가 보편화된 것으로 밝혀진다. 그럼으로 닭을 주 재료로 한 삼계탕의 역사는 오래되었다고 볼 수 있다. 그러나 삼계탕의 역사에 관한 연구가 체계적으로 이루어지지 않고 있다. 그리고 국내 삼계탕을 주 메뉴로 음식점은 활성화되어 있으나, 본격적인 해외 진출을 이룬 사례는 아직까지 잘 알려지지 않고 있다. 이를 개선하기 위한 삼계탕의 역사적 연구와 해외 홍보에 협조를 아끼지 말아야 한다.



○ 정부 주관 사업

삼계탕 관련 연구 협조

닭과 인삼, 마늘과 대추, 찹쌀, 때에 따라 넣는 황기 등등 각 재료가 음양조화를 이루면서 음식궁합을 이루는 삼계탕은 한국만의 특색 있고 우수한 보양음식이다. 그리고 그 역사가 매우 오래된 한국의 대표 음식으로 꼽을 수 있다. 그러나 삼계탕에 관한 역사적 연구가 체계적으로 이루어진 바가 없어, 상용화하기 위한 기초 자료가 부족하다. 정부는 이러한 점을 개선하기 위해 삼계탕의 유래와, 초기 삼계탕에서 지금의 모습까지 발달하게 된 삼계탕의 변천과정, 삼계탕의 영양적 우수성을 성분조사를 통해 정리한 연구 자료, 갖가지 재료와 지역별로 다른 삼계탕의 종류 연구, 남한과 북한의 삼계탕 비교 등등 삼계탕에 관한 다양한 연구 작업을 통해 삼계탕의 홍보와 상용화에 이용할 수 있는 기초 자료로 활용할 수 있도록 해야 한다.

삼계탕의 표준 조리법 보급

삼계탕은 한국에서 대중적인 음식이지만, 이를 해외에 알리기 위한 표준적인 조리법은 보급되어 있지 않다. 이에 정부는 해외에 삼계탕을 홍보하기 위한 기초 자료로 활용할 수 있는 표준화된 조리법 제작에 협조해야 한다. 국내 다양한 맛의 삼계탕을 취합한 자료를 바탕으로 가장 한국인의 입맛에 맞고, 재료 준비가 간단하고 조리 방법이 간편한 지침서를 제작한다면 외국인들에게 삼계탕의 정보를 효과적으로 알릴 수 있는 자료로 활용할 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

다양한 공모전 개최

현재 지자체에서는 다양한 공모전을 통해 문화와 산업을 육성하기 위한 방안을 찾고 있다. 이에 닭 관련 영농조합과 같은 단체에서 복날의 홍보와 삼계탕의 소비 촉진 방안에 대한 공모전을 개최한다면 삼계탕에 관한 국민들의 관심을 끌 수 있을 것이다. 그 예로는 우리 집 복날 풍경에 관한 수필 공모, 전통적인 삼계탕의 향과 맛을 살려 개발한 새로운 메뉴의 개발, 삼계탕의 영양적 측면을 살리면서도 어린이들의 입맛에 맞는 어린이용 삼계탕의 개발, 삼계탕과 궁합이 어울리고 삼계탕의 맛을 배가시킬 수 있는 관련 반찬 아이디어 공모 등등이 있다.

불우이웃을 위한 삼계탕 보급

삼계탕은 연령층에 관계없이 대중적인 몸에 이로운 건강 음식이다. 삼계탕은 일반 가정에서는 흔하게 먹을 수 있는 음식이지만, 아직도 불우한 이웃에게는 삼계탕이 귀한 음식이다. 이러한 실상에 기초하여, 복날에 불우한 이웃들에게 삼계탕을 보급하는 일은 불우이웃을 위한 훈훈한 협조책이 될 것이다. 예를 들면, 먼저 각 지자체에 속해있는 삼계탕 음식점 중에서 참가 의사가 있는 업소를 선정하여 초복, 중복, 말복 기간 중 일주일에 한 번씩 서로 돌아가면서 불우 이웃을 위한 삼계탕 나누기 행사를 개최하는 것이다. 참여하는 음식점에 대해서는 지자체가 지정한 ‘사랑의 삼계탕 집’ 또는 ‘나눔 삼계탕의 집’ 등과 같은 마크를 주어 명예를 주는 방식의 보상을 취한다. 이러한 삼계탕 보급 행사는 불우 학생들의 무료 급식 메뉴에, 노숙자들을 위한 무료급식소 등에 실시하고, 거동이 힘든 무의탁 노인을 위해서는 삼계탕 배달 서비스까지 진행하는 등등 다양한 방법이 있을 것이다. 불우 이웃을 위한 지자체의 이러한 제안은, 음식점에게는 지역사회에 봉사하는 기쁨과 명예를 주고, 시민들에게는 여름철 더위를 식혀줄 나눔의 정신을 과급하는 효과를 가져 올 것이다.

○ 기업 주관 사업

삼계탕 레토르트 제품의 해외 수출

삼계탕의 인기에 힘입어 집에서 편리하게 해 먹을 수 있는 즉석삼계탕 제품도 시중에 많이 나와 있다. 농협 목우촌, 하림, 마니커 등 닭 가공업체들이 내놓고 있는 이런 즉석삼계탕은 레토르트 식으로 출시되어 조리 과정 없이 해동한 상태에서 뜨거운 물에 15분 정도만 데우기만 하면 바로 먹을 수 있는 것이 특징이다. 삼계탕의



조리가 끝난 후 즉시 급속 냉동 또는 진공 포장 유통하기 때문에 영양도 그대로 유지된다. MBC 드라마 ‘대장금’의 한류 열풍으로 한국 음식 문화에 대한 동남아시아의 관심이 집중되고 있다. 실제로 타이베이 aT센터의 조사결과 건강음식인 삼계탕에 대한 타이베이 국민의 선호도가 높아, 300%의 수출 신장률을 기록했다고 한다. 이러한 성공을 바탕으로 삼계탕 레토르트 제품을 해외에 수출하기 위한 판로 개척하기 위해 삼계탕 시식행사와 삼계탕의 효능을 알리는 홍보하는 광고와 책자를 보급하여 한국 대표 보양음식 삼계탕을 해외에 적극 보급하는데 노력해야 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	삼계탕 역사 연구	연구 협조	15,000,000
	삼계탕 종류 연구	연구 협조	10,000,000
	삼계탕 표준조리법 개발 및 연구	일부 기금	15,000,000
지자체	공모전 개최	공모전 사업비	20,000,000
	불우이웃 돕기	삼계탕 보급	30,000,000
기업	레토르트 식품 해외 수출	마케팅 협조	30,000,000
합계			160,000,000

56) 용기

□ 상징적 의미

용기는 한국인이 빛은 ‘숨 쉬는 항아리’로 서민들의 가장 보편적인 그릇이며, 넉넉한 조형적 아름다움까지 포함한 한국 문화의 상징이다. 용기의 원형은 선사시대 흙을 빚어 구운 토기의 역사에서 유약을 바른 용기로 넘어왔다고 할 수 있다. 이러한 용기는 조선시대로 넘어오면서 된장, 고추장, 간장의 장 문화와 김장 문화를 담아내며 실용성을 확보하게 된다. 용기는 지방에 따라서도 모양과 크기가 다른데 서울을 중심으로 한 중부지방의 독은 아가리가 넓고 큰 반면 남부지방의 독은 조금 작다. 아무래도 날씨가 추운 중부지방에서는 받아들이는 햇볕의 양을 많게 해서 장의 발효를 빠르게 하려는 의도에서 비롯되었을 것이다. 용기의 크기를 따져서 담는 장의 종류를 구분하기도 하는데 고추장 같은 장은 키가 작고 구멍이 넓은 항아리에 담는다. 용기는 건강음식으로 부각되고 있는 김치, 된장, 간장, 고추장, 그리고 생선이나 조개로 만든 젓갈 같은 음식과 같은 발효식품을 담으면 음식의 맛을 한결 배가시키는 작용을 하며, 환경 호르몬 문제와 같은 플라스틱 용기의 병폐를 극복할 수 있는 좋은 대안이다.

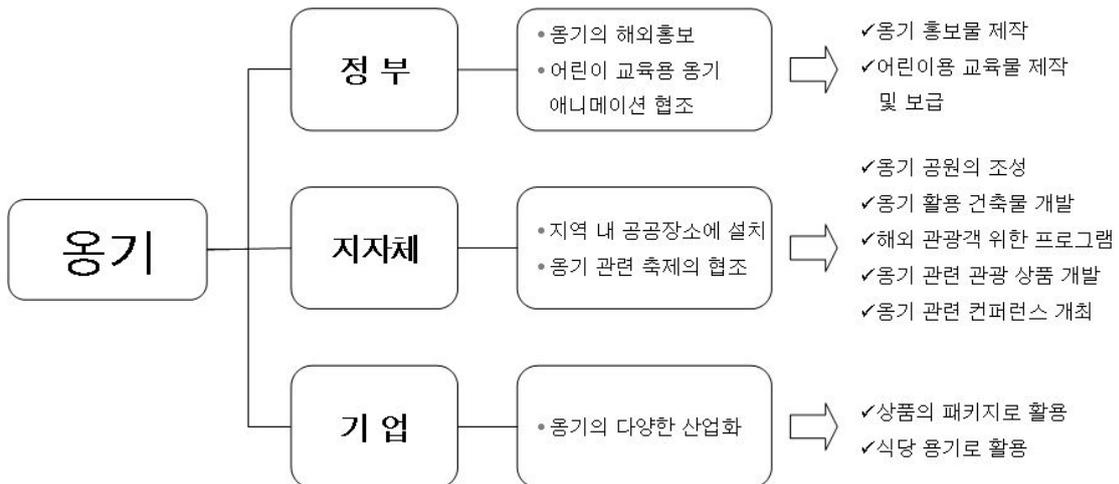
□ 상용화 방안

○ 현황

우리가 쓰는 그릇 중에서 용기는 자연에 가장 가까운 그릇으로 야산에서 얻어지는 흙에다 나뭇잎이 썩어 만들어지는 부엽토와 재를 섞어 만든 잣물을 입혀 구워내기 때문에 친환경적인 그릇이다. 전통적으로 한국인은 용기를 조미료와 주식 및 부식물의 저장용구, 주류 발효 도구, 음료수 저장 용구 등으로 사용하였으며, 용기는 세계에서 한민족만이 가지는 독특한 저장 용기 문화이다. 그러나 현대로 오면서 용기는 점점 사라져가는 전통문화의 하나가 되고 있다. 소박한 아름다움뿐만 아니라, 우리의 생활에서 가장 많이 쓰인 생활용구라는 점에서 우리의 문화를 간직하고 있는 용기 문화를 이어나가기 위한 노력이 필요할 때이다. 울산 울주 외고산 전통용기마을은 사라져가는 용기문화의 보존과 계승을 도모하기 위해 용기 관련 산업과 관광자원의 상품화와 체험형 프로그램 개발 등 용기마을의 세계화 프로젝트를 위해 노력 중이다. 이에 매년 외고산 용기 축제를 개최하여 직접 용기를 체험하고 문화를 향



유할 수 있는 다양한 행사와 프로그램으로 구성하여 지역의 대표적인 문화축제로 만들기 위해 노력 중이다. 이러한 지역 내 용기 관련 축제 외에도 용기 문화를 보존하기 위한 정부의 노력과 용기를 활용해 부가가치를 만들 수 있는 다양한 산업화 방안이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

용기의 해외 홍보 협조

용기는 찰흙에 들어있는 수많은 모래 알갱이가 그릇 벽에 미세한 공기구멍을 만들어 용기의 안과 밖으로 공기를 통하게 함으로서 안에 담긴 음식물을 잘 익게 하고 오랫동안 보존해 주는 과학이 담긴 그릇이다. 또한 한국인의 생활과 함께 해온 고유의 문화유산이다. 정부는 용기에 관한 국내 홍보 외에도, 용기를 해외에 알릴 수 있는 길을 열어야 한다. 예를 들면, 용기의 과학성과 친환경적인 장점을 담은 홍보물을 제작하여 용기의 이미지와 효과를 지속적으로 노출시키거나, 해외에 용기에 얽힌 전래동화 또는 용기와 관련된 한국의 생활 방식 및 음식 문화를 흥미로운 구성을 통해 홍보하는 미디어 물을 제작하여 용기의 한국 고유의 문화원형의 하나로 인식시키는 방안 등이 있을 것이다. 용기에 관한 효과적인 해외홍보 협조 전략을 마련되어야 한다.

어린이 교육용 용기 애니메이션 협조

한국의 음식 문화와 관련하여 중요한 문화적 가치를 가진 용기 문화를 보존하기 위해 용기 문화를 접하지 못한 자라나는 어린이들에게 교육하는 방안이 필요하다. 현

재의 어린이들은 용기 문화를 체험하기 어려운 생활환경 속에 살고 있기 때문에, 어린이들이 선호하는 애니메이션과 같은 매체를 통해 어린이들에게 한국 전통 용기인 용기를 교육시키는 방법이 필요하다. 예를 들어 용기의 제작과정을 체계적으로 보여주는 자료화면과 함께 용기에 담아 저장할 수 있는 다양한 한국 전통 음식의 종류 및 요리의 설명, 용기를 활용한 다양한 예술 작품의 감상, 용기에 얽힌 전래 동화를 퀴즈와 함께 알아보는 간단한 게임 등과 같은 구성으로 유치원과 초등학교에 보급한다면, 한국 전통 문화인 용기에 대한 어린이들의 관심과 함께 잊어져 가는 용기 문화의 전수에 도움이 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

지역 내 공공장소에 설치

용기는 질그릇(진흙만으로 구워 만들고 찻물을 덮지 않은 그릇)과 오지그릇(붉은 진흙으로 만들어 별에 말린 뒤 오징어를 입혀 구운 질그릇)을 총칭하는 것으로, 그 종류는 무려 250여종에 이른다. 용기는 용도에 따라 종류가 다양하고 이름도 독특하여 운두가 높고 중배가 부르며 키가 큰 것은 ‘독’, 위아래가 좁고 배가 부른 ‘항아리’, 또 독보다 조금 작고 배가 부른 것은 ‘중두리’, 중두리보다 배가 부르고 키가 작은 것은 ‘바탕이’, 독의 뚜껑으로 쓰이는 굽 없는 접시 모양의 그릇은 ‘소래기’, 둥글넓적하고 아가리가 짝 벌어진 것은 ‘자배기’ 등 그 형태와 이름이 흥미롭다. 울산 울주 외고산 용기마을에 가면 이러한 다양한 용기들을 볼 수 있는 용기전시관이 있으나, 용기는 전시장을 나와 야외에 전시해도 좋을 각각의 조형성과 모여 있을 때의 조화미가 뛰어나다. 이러한 점을 활용하여 야외에 다양한 용기들을 전시한 ‘용기 공원’의 구성이 이루어진다면 관광객들에게 좋은 반응을 얻을 것이다. 뿐만 아니라, 도시 속에서도 용기를 활용한 다양한 공공물의 개발과 건축에도 용기의 미를 활용한다면 도시 곳곳에 소박한 한국의 미를 알리는 효과를 가져올 것이다.

용기 관련 축제의 협조

국내 용기 관련 축제로는 울산 울주 외고산 용기마을에서 매년 열리는 ‘울주 외고산 용기축제’와 제주 도예촌에서 개최하는 ‘제주 도예워크숍’ 등이 있는데 여기에는 용기를 주제로 한 용기 전시와 제작과정 시연행사 및 만들기 체험과 같은 프로그램들이 진행되고 있다. 이러한 축제가 지역민들의 축제만의 아닌, 세계를 무대로 뻗어나가기 위한 축제가 되기 위해서는 해외 관광객들을 위한 숙박 시설 및 전통문화체험 프로그램의 마련이 이루어져야 한다. 또한 용기 축제를 찾는 관광객들을 위한



특색 있는 용기관련 관광 상품의 개발이 필요하다. 그 외에도 국내 용기 관련 업체들을 모아, 용기의 세계화 및 용기 수출 방안을 정보 교류와 학술회를 통해 연구하는 컨퍼런스를 지속적으로 개최하여 용기를 산업화하기 위한 교류의 장을 마련해야 한다. 용기와 관련된 이러한 다양한 프로그램의 마련은 용기 축제를 세계화하기 위한 발판이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

용기의 다양한 산업화

본정초콜릿은 서양의 초콜릿과 경쟁하기 위해 인삼초콜릿, 매실초콜릿 등을 개발하고 여기에 전통을 계승한다는 면에서 용기 패키지 디자인으로 제품화하여 국내고객과 외국인들의 기념품으로서 큰 매출을 기록하고 있다. 이는 용기는 부피가 크고, 무겁고, 원가가 비싸다는 단점 때문에 포장용으로 쓰기에 불편하다는 고정관념을 깨고 용기의 새로운 변신을 보여준다. 플라스틱 용기에 담겨왔던 시판용 된장, 고추장 시장에도 용기 바람이 불어, 두산식품BG에서 출시한 ‘종가집 우리콩 된장용기’와 ‘종가집 찹쌀 고추장용기’는 주부들에게 선물세트나 가정용으로 인기를 끌고 있다. 이는 용기의 미세구멍이 필터역할을 해서 된장을 숙성시키고 맛과 향을 풍부하게 하는 용기의 과학성을 부각시킨 사례이다. 또한 용기 전문 음식점을 표방하는 서울 청담동의 한정식집 ‘칠량(七良)’에서는 전남 강진에서 유명한 칠량용기를 사용해 모든 음식을 준비한다. 음식을 용기나 자기류에 담으면 한국 음식 특성을 살려주고 맛깔스럽게 보일 뿐 아니라, 용기에 젓가락이 닿는 소리는 안정적이어서 집에서처럼 편안하게 식사할 수 있는 장점을 살렸다. 그러나 이와 같은 용기의 다양한 상용화 시도에 가장 큰 어려움은 용기의 가격과 유통 문제다. 용기는 공장에서 대량으로 찍어내는 서양그릇에 비하면 아무래도 대량생산이 어렵고, 유통과정에서 깨질 위험이 높아 자체 물류관리를 철저히 해야 한다. 이에 아직까지 대중적인 브랜드가 형성되지 못했다. 그러므로 이제 용기의 생산과 유통에 관한 문제를 극복하기 위한 각 기업의 연구와 다양하게 활용할 수 있는 아이디어를 통해 용기를 통한 자연스러운 그릇문화를 형성하고 용기를 세계무대로 부가가치화 하기 위한 다양한 방안이 필요하다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	옹기 해외 홍보	제작 협조	30,000,000
	어린이 교육물 제작 및 보급	일부 기금	20,000,000
지자체	옹기 공원의 조성	개발 사업비	30,000,000
	옹기 축제 프로그램 개선	사업 협조	25,000,000
	옹기 관련 관광 상품 개발	디자인 사업비	15,000,000
기업	옹기 활용한 패키지 개발	일부 기금	20,000,000
합계			140,000,000



57) 불고기

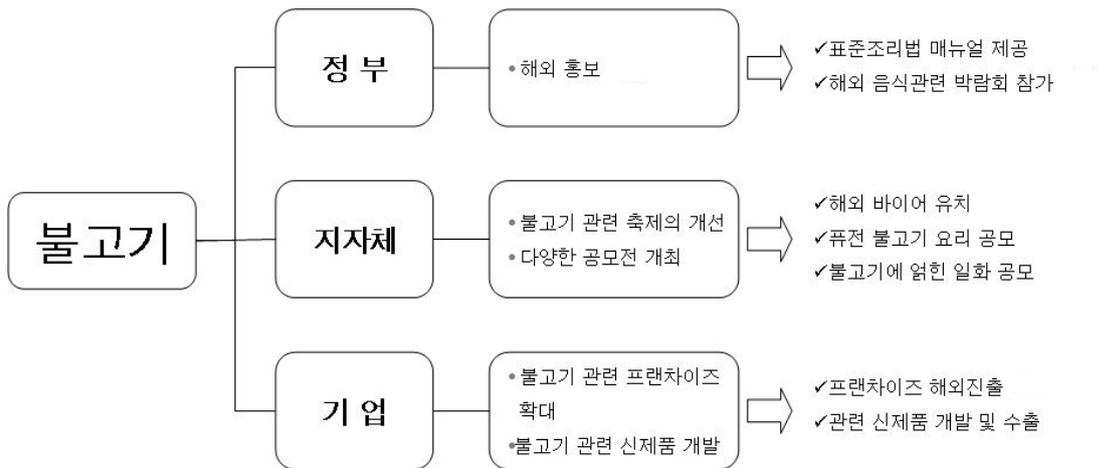
□ 상징적 의미

불고기는 그 시작점은 정확하지 않으나, 음식문화학자들은 불고기는 오랜 역사를 가진 음식이고 그 시작은 궁중음식에서 출발했다고 주장한다. 불고기는 조선 후기가 되어 ‘너비아니’라는 이름으로 마른 음식의 반대말인 ‘진음식’ 가운데 으뜸가는 맛난 요리로 불렸다. 근대 소설이나 문헌을 보면 지금처럼 불고기가 국물이 흥건한 요리는 아니었다. 숯을 피우고 간장 양념을 한 고기를 얹어 구워 먹었는데, 주로 석쇠를 이용했다고 하니 국물이 많았을 리 없다. 나중에 전형적인 서울식 불고기가 된 황동 불판의 국물 많은 불고기가 대중화 되었다. 불고기는 국물과 함께 밥을 곁들여 먹을 수 있고, 적은 양으로 많은 이가 즐기기에 손색이 없을 정도로 풍부한 양이 특징이다. 한국의 맛과 문화가 담긴 불고기를 세계로 뻗어나게 하기 위한 다양한 상용화방안이 필요하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

한국 드라마와 영화가 일으킨 동남아의 한류열풍은 한국 음식 문화에 대한 관심 증대를 가져왔다. 특히 드라마 <대장금>와 같은 드라마의 경우, 화려하고 다양한 한국 궁중 음식의 멋과 맛을 부각시켜 차원 높은 한국 음식 문화를 해외에 소개하는 좋은 기회가 되었다. 불고기는 연한 육질의 질감과 단 맛과 감칠맛을 함께 느낄 수 있어, 대부분의 한국인의 선호하는 요리이며, 외국인들도 선호할 수 있는 가능성을 가진 음식이다. 이에 각 기관에서는 불고기를 세계로 알리기 위한 해외 홍보는 물론, 국내 불고기 관련 축제 및 상품 생산 업체에 대한 수출과 협조를 위한 다양한 상용화 방안을 모색해야 한다.



○ 정부 주관 사업

해외 홍보 협조

불고기는 음식점마다 각각의 가정마다 조리법을 가지고 요리한다. 그러나 불고기를 해외로 소개하는 일에서는 불고기 조리법과 맛에 표준화를 정립해야 한다. 그래야만 외국인들이 대표 불고기의 참맛을 알고 느끼며 한국의 맛이라 인식할 수 있기 때문이다. 이에 정부는 가장 대표적인 한국의 불고기를 선정하고, 그 조리법과 맛에 표준화를 정립해야 한다. 그리고 외국인들도 불고기를 직접 조리가 가능하도록 하는 각 나라의 언어로 번역된 매뉴얼을 제작해야 한다. 이 매뉴얼의 구성에는 한국 음식 문화와 불고기에 관한 간단한 소개와 불고기 조리법, 그리고 맛있게 먹는 방법 등과 같은 정보를 담을 수 있다. 이러한 매뉴얼을 공항 내 음식점이나, 외국인들이 많이 찾는 관광지 음식점에 비치하고, 또는 해외 음식관련 박람회에 참가할 시 홍보용으로 비치한다면, 한국의 불고기를 소개하고 전파하기 위한 유용한 방안이 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

불고기 관련 축제의 개선

불고기 관련 축제로는, 울산 언양 한우불고기축제, 부산시 기장군 철마한우축제 등이 개최되고 있다. 특히 47년 전통을 자랑하는 울주군 언양 한우불고기단지가 2006년 국내 첫 한우불고기특구로 지정되면서 앞으로의 불고기 축제와 산업에 활기를 것으로 보인다. 그러나 전국 곳곳에는 불고기 단지가 산재해 있는 실정에서, 이 특구를 차별화하기 위해서는 언양 불고기단지를 단순한 단지 차원이 아닌 세계



적 경쟁력을 갖춘 클러스터를 구축해야 한다. 이에 언양 불고기 단지를 불고기 축제와 연결하여 관광 활성화와 해외 바이어 유치에 주력하여 세계적인 축제로 만들기 위한 지자체의 노력이 필요하다.

다양한 공모전 개최

불고기는 한국 내 시민들의 대중적인 음식으로, 이를 해외에 수출하고 새로운 상품화하기 위한 공모전을 개최하여 시민들의 의견을 모아 불고기 육성 방안에 활용할 수 있다. 관련 공모전의 예로는, 불고기 관련 축제에 관한 프로그램의 공모, 내가 찾은 불고기 맛집 공모, 한국의 불고기와 서양음식의 요소를 결합한 퓨전 불고기 요리 공모, 불고기와 관련된 이야기(가족 간의 일화, 사내 간의 회식 일화, 동화 등 등) 공모, 불고기를 친근하고 재미있게 알 수 있는 노래 공모 등이 있을 것이다. 이러한 다양한 공모전의 개최는 시민들에게 불고기에 대한 관심을 이끌어내어, 불고기 관련 정책과 사업에 활성화를 가져올 것이다.

○ 기업 주관 사업

불고기 관련 프랜차이즈 확대

최근 불고기를 주메뉴로 한 패밀리레스토랑이 선을 보여 주목을 받고 있다. 이티엔 제우스에서 선보이는 ‘불고기 브라더스’는 패밀리레스토랑의 쾌적한 분위기와 친절 한 서비스, 저렴한 가격으로 승부수를 던진 육류 위주의 신개념 한식 패밀리레스토랑이다. 주 메뉴를 한식 대표 요리인 불고기로, 서울식, 광양식, 언양식 등의 불고기 요리는 물론 갈비와 꽃등심, 떡갈비까지 소고기를 이용한 다양한 요리를 즐길 수 있도록 하고 소고기를 싫어하는 사람을 위해 한국형 바비큐 립과 해산물까지 갖춘 것이 특징이다. 이러한 한식 식단의 서양식 패밀리레스토랑은 국내에서도 많은 이들의 호응을 얻을 것이며, 이를 확대하여 프랜차이즈점의 해외개설에 노력한다면 한국의 불고기를 효과적으로 전파하는 길이 될 것이다.

신제품 개발 및 수출

불고기에 관한 다양한 신제품을 개발하여 해외에 수출하기 위한 노력에 매진해야 한다. 예를 들면, 롯데리아 등 다양한 패스트푸드점의 불고기 버거는 서양의 햄버거 문화에 한국 불고기의 맛을 작 적용시킨 사례라 할 수 있다. 불고기 버거는 이러한 프랜차이즈점에 스테디셀러 메뉴로, 이를 해외에도 소개하여 세계인이 간편하게 즐길 수 있는 상품으로 개발하는 방안이 필요하다. 또한 마트에는 불고기 양념 뿐 아

나라, 생고기를 양념하여 판매하는 방법을 통해 시민들이 쉽게 불고기를 조리할 수 있도록 하고 있다. 이를 활용하여 해외에도 수출할 수 있도록 양념된 불고기를 장기간 보관하여도 맛을 잃지 않도록 하는 연구와 이를 담은 패키지 개발에 노력하여 해외수출 활성화를 이루어야 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	해외홍보	홍보 지원비	30,000,000
지자체	관련 축제의 개선	개발 사업비	35,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	20,000,000
기업	관련 프랜차이즈 확대	일부 기금 지원	30,000,000
	신제품 개발 및 수출	일부 기금 지원	25,000,000
합계			140,000,000



58) 소주와 막걸리

□ 상징적 의미

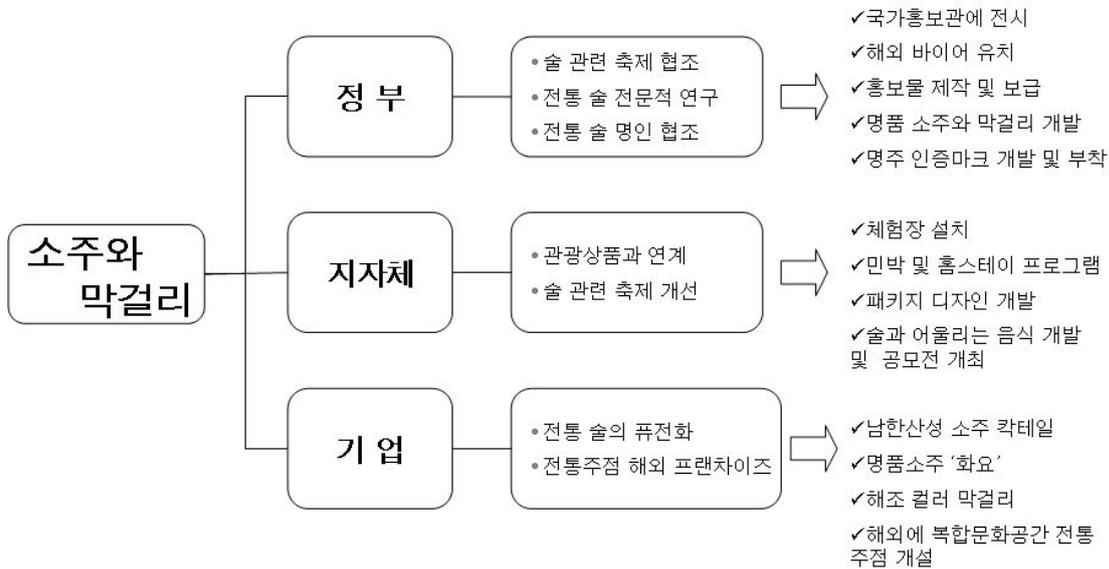
소주는 약주, 탁주와 더불어 우리나라를 대표하는 술로, 원나라 때부터 전해진 증류방법을 이용해 탁주와 약주 등 양조주를 증류하여 제조한다. 발생 당시에는 고급 주류로서 상류층에서 주로 음용하던 술이었으나, 현대에서는 대중적인 술로 인정받고 있다. 우리나라 소주는 다른 나라의 증류주와 확연히 구분되는 독특한 주류로서 크게 희석식소주와 증류식소주로 나눈다. 증류식소주는 고대부터 약주나 탁주를 고리라고 부르는 재래증류기로 증류하여 제조해왔던 소주이고, 희석식소주는 주정을 희석하여 첨가물을 첨가하여 마시기에 적당하게 감미를 낸 술을 말한다. 막걸리는 한국의 대표적인 전통 술로, '쌀과 누룩으로 빚어 그대로 막 걸러내어 만들었다' 하여 붙여진 이름이다. 제조방법은 찹쌀, 맵쌀, 보리, 밀가루, 감자 등을 주원료로 하여, 이들을 찐 다음에 수분을 건조시켜 누룩과 물을 섞고, 일정한 온도에서 발효시켜 청주를 떠내지 않은 상태에서 그대로 걸러 짜내는데, 이때 찹쌀을 원료로 한 술은 찹쌀막걸리라고 하고, 거르지 않아 밥풀이 그대로 떠 있는 상태의 술을 동동주라고 하였다. 좋은 막걸리는 적당한 감칠맛과 청량미가 있으며, 알코올 성분은 6-7% 정도이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 진행되고 있는 술 관련 축제들은 경주 술과 떡잔치, 포천 대한민국 술 축제, 대한민국 막걸리 축제 등이 있다. 그러나 대부분의 축제의 경우, 축제의 주제인 한국의 전통 술의 활성화에 집중되지 못한 채 지역 내 축제로만 그치고 있다. 한국의 전통소주에는 경북 안동의 안동소주, 경기 광주 남한산성소주, 제주 고소리주 등이 있고, 막걸리에는 부산 산성막걸리, 포천 이동 막걸리, 전주 막걸리 등이 있다. 각 지역마다 고유의 술이 있을 정도로 한국 전통 술은 그 수와 제조법이 다양하다. 예로부터 우리 조상들은 전통술을 단순한 기호음료가 아니라 음식이라고 생각하여 식사 때 소화를 돕고 영양 섭취를 효율적으로 높이기 위한 목적으로 술을 마시는 반주문화를 발달시켰다. 즉 우리나라 술 문화는 술도 마시고 건강도 도모한다는 약주(藥酒)의 개념을 가졌던 것이다. 이렇게 건강에 이로운 한국의 전통술, 소주와 막걸

리를 국내외 상용화하기 위한 적극적인 대책이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

술 관련 축제의 정부 협조

현재 술 관련 축제는 경주 술과 떡잔치, 포천 대한민국 술 축제, 대한민국 막걸리 축제 등등이 개최되고 있으나, 역사도 길지 않을 뿐더러 대외적으로 지지도 또한 낮은 수준이다. 한국 전통 술은 어디에서도 찾아볼 수 없는 우리 고유의 술이기 때문에 해외에 소개해도 손색이 없는 전통 문화이다. 정부는 이러한 술 관련 축제에 다양한 협조를 통해 규모가 더욱 확대되고 활성화될 수 있도록 해야 한다. 예를 들어, 한국 전통 술을 해외에 홍보하기 위해 코리아 센터와 같은 해외소재 국가 홍보관에 한국 전통 술의 대표로 전통 소주와 막걸리를 비치하고, 전통 술 빚기 시연행사 및 시음 체험을 할 수 있는 복합전시 공간을 마련하는 협조가 있다. 또한 술 관련 축제에 해외 바이어들의 방문이 이루어지도록 해외 홍보를 협조하고, 이를 통해 전통 술의 해외 진출이 이루어질 시에는 현지에 보급할 홍보 브로슈어의 제작 및 보급에 전문 인력을 협조하는 등의 실질적인 대책이 마련하여야 한다.

전통 술의 전문적 연구 협조

한국 전통 술은 각 가정에서 제조되어 발전된 경우가 많으므로 같은 지역 내 같은 종류의 술이라도 만드는 장인에 따라 그 맛과 효과가 달라진다. 정부는 한국의 대



포 술인 전통 소주와 막걸리에 관한 전문적인 연구를 협조하여 한국을 대표하는 음식 문화의 하나로써 정착시켜야 한다. 먼저 전통 소주와 막걸리의 특징과 성분에서 따른 효능을 체계적으로 분석한 전문자료를 연구 개발하여 한국 술의 뛰어난 우수성을 해외에 홍보하기 위한 자료로 이용할 수 있도록 해야 한다. 또한 이를 바탕으로 각 지역별로 생산되는 전통 소주와 막걸리의 장점만을 취합하여 한국을 대표하는 기능성 건강 주, 명품 소주와 막걸리를 개발한다면 프랑스를 대표하는 와인처럼 한국을 알리는 대표 상징이 될 수 있을 것이다.

전통 술 제조 명인 협조

농림부에서는 전통식품의 계승, 발전과 가공기능인의 명예를 위하여 전통식품 명인을 지정하여 보호, 육성하는 전통식품 명인제도를 시행하고 있다. 여기에는 안동소주, 전주 이강주, 한산 소곡주, 옥로주 등등이 선정되어 있다. 선정기준은 ‘당해 전통식품의 조리·가공에 관한 분야에 계속하여 20년 이상 종사한 자로서, 조상전래의 특별한 전통식품의 조리·가공방법을 원형대로 보전하고 있으며, 이를 그대로 실현할 수 있는 자, 그리고 당해 전통식품 명인으로부터 보유기능에 대한 전수교육을 이수 받고 10년 이상 그 업에 종사한 자’이다. 농림부는 전통 술의 명맥을 이어가는 장인들의 선정 외에도, 선정된 명인들의 제품에 농림부 지정 인증마크를 개발 및 부착하는 방법을 통해 명인 술에 관한 보증제를 실시하고, 이를 계승하고자 연구하는 관련 학생들에 대해 장학금을 협조하는 정책과 같은 구체적인 방법 또한 마련해야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

소주와 막걸리를 연계한 관광 상품화

한국의 전통 소주와 막걸리는 관광과 연계한 상품이 될 수 있다. 예를 들어 지자체에서 지역 내 전통 소주와 막걸리 제조하는 명가 주변에 제조과정을 명인과 함께 시연해 볼 수 있는 체험장 설치를 협조하여 관광객에게 색다른 체험을 제공하는 방법이 있다. 또한 막걸리의 경우, 한국 고유의 농촌 체험과 결합시켜 국내에 교환학생으로 온 해외 대학생이나 외국 관광객들을 대상으로, 농활과 같은 프로그램을 개발하여 농촌 생활 체험과 함께 막걸리를 경험하는 이벤트를 만든다면, 색다른 체험에 긍정적인 반응을 얻을 것이다. 이를 위하여 지자체에서는 관광객들이 체험하고 편안하게 머물 수 있도록 지역 내 특성을 살린 민박과 홈스테이 프로그램을 마련한다면 지역 관광 활성화에 하나의 대안이 될 것이다.

술 관련 축제의 개선

지역 곳곳에 술 관련 축제가 열리고 있으나, 각각의 장점을 살리지 못하고 대중성을 얻지 못하고 있다. 이에 각 지자체에서는 지역 내 술 축제에 관한 보다 적극적인 홍보 전략과 개선이 필요하다. 먼저 축제에 소개하는 지역별 명주에 대한 홍보가 활발히 이루어질 수 있도록, 낙후된 패키지 디자인을 개선하여 다양한 사이즈와 세련된 디자인으로 개선될 수 있도록 지자체의 디자인 개발 협조가 이루어져야 한다. 또한 일본이 정종과 함께 일본음식을 전파하여 세계적 대중화를 성공했듯이 지역 내 특산물과 연계한 전통 술과 어울리는 전통 음식 및 퓨전 음식 메뉴를 개발하여, 술과 음식을 함께 광고하는 전략에 협조해야 한다. 소주와 막걸리에 어울리는 새로운 음식메뉴에 대한 공모전을 개최하여 지역주민들의 의견을 모으고 이를 상품화하여 전통 술의 활성화를 위한 보다 적극적인 지자체의 노력이 필요하다.

○ 기업 주관 사업

전통 술의 퓨전화

전통적인 맛의 소주와 막걸리를 보존하는 일도 중요하지만, 세계를 무대로 진출하기 위해서는 새로운 시도 또한 필요하다. 남한산성 소주 제작 명인 강석필 옹의 전수자 아들 강환구 씨는 남한산성 소주의 알리기와 전통주의 대중화에 앞장서고 있다. 그는 남한산성 소주에 복분자와 매실주를 섞어 만든 전통주 최초의 칵테일 '붉은 악마'를 개발했다. (주)광주요의 제품 '화요'는 감압증류 방식을 채택, 종래 전통주 단점을 제거해 깨끗하게 취하고 깨끗하게 깨는 고품격 증류식 소주를 개발한 제품으로 원주를 옹기에 넣어 지하에 장기 숙성 시키므로 안정되고 순화된 부드러운 맛을 내며 쌀 100%로 만들어지는 건강 웰빙(Well-Being)주 개발하여 소주의 명품화에 다가가고 있다. 해양바이오 벤처기업인 엔존은 매생이를 이용해 건강에 유익한 '해조 컬러막걸리'를 개발, 특허를 출원했다. 이는 초음파를 이용해 매생이의 세포막을 파괴하는 방법으로 추출한 엽록소를 쌀막걸리 제조공정에 적용해 기능성 해조 컬러막걸리를 만든 제품으로 숙취해소에 더없이 좋은 매생이를 첨가한 기능성 막걸리이다. 이러한 기업과 같이 전통주를 이용한 새로운 아이디어와 실험을 통한 상품 개발에 끊임없이 노력하여 국내외 사람들 모두 즐길 수 있는 전통 주 문화를 만들어야 한다.



전통 주점을 통한 해외에 전통 술 보급

국내에서는 전통 인테리어를 갖추고, 전통 술과 음식을 판매하는 전통 주점이 인기리에 운영되고, 이에 따른 전통 주점의 국내 프랜차이즈 산업 또한 활성화되고 있다. 이에 힘입어 해외 프랜차이즈 개설 사업에도 도전해야 할 것이다. 전통주점의 인테리어와 음식, 전통 술은 외국인에게 호기심을 불러일으킬 뿐만 아니라, 한국의 문화를 선보이고 즐기는 문화공간으로 거듭날 수 있는 요소를 갖추고 있다. 이를 실행하기 위해서는 한국 전통주와 함께 먹을 수 있는 한국 전통 요리 및 퓨전 요리를 개발하고, 전통 술에 관한 호기심을 불러일으킬 만한 술병과 잔의 디자인 개선, 공간 내 한국 문화를 알리는 전통 그림과 음악 등등 한국을 체험할 수 있는 복합문화공간으로서의 요소를 두루 갖추어야 한다. 철저한 해외 현지조사와 홍보 전략을 통해 전통 주점을 통한 전통 술 및 한국 문화를 알리는 시도가 이루어져야 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	술 관련 축제	사업 협조	35,000,000
	전통 술 전문적 연구	연구 및 상품 개발비	20,000,000
	전통 술 명인	지원 협조	20,000,000
지자체	관광 상품과 연계	개발 사업비	25,000,000
	술 관련 축제 개선	개발 사업비	25,000,000
기업	전통 술의 퓨전화	일부 기금	20,000,000
	전통주점 해외 프랜차이즈	일부 기금	20,000,000
합계			165,000,000

59) 냉면

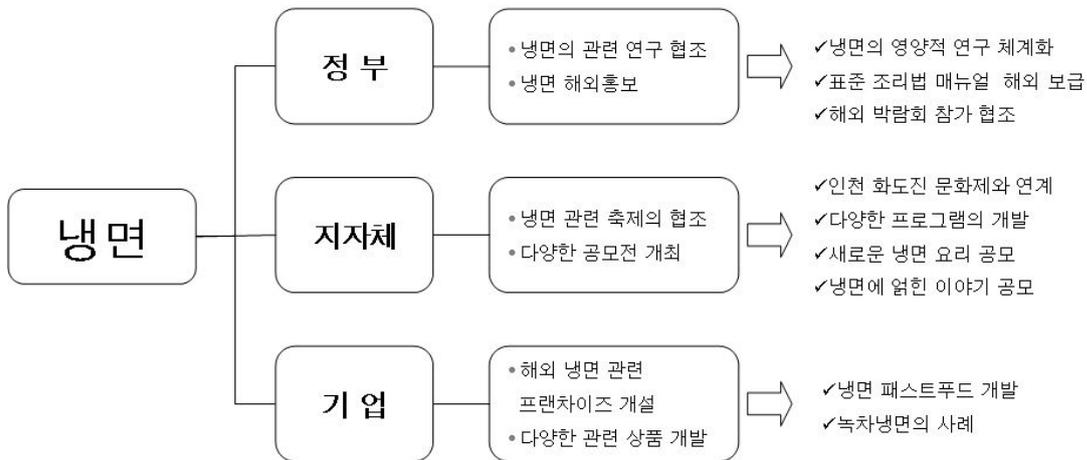
□ 상징적 의미

냉면의 원래 뜻은 차게 식힌 국물에 만 국수를 말하며, <동국세시기(東國歲時記)>, <진찬의궤(進饌儀軌)>, <규곤요람(閨閤要覽)>, <부인필지(夫人必知)> 등의 기록으로 보아 조선시대부터 즐겨 먹었던 한국 고유의 음식이다. 냉면의 대표적인 평양냉면은 메밀가루에 녹말을 약간 섞어 반죽하여 국수를 만들어 건져서 큰 대접에 담고, 편육·쇠고기 볶음·오이채·배채·삶은 달걀 등의 고명을 얹어 놓는다. 국수에는 쇠고기·닭고기·뽕고기로 만든 육수나 동치미국물을 미리 차게 식혀 두었다가 가만히 부은 후, 식초와 겨자를 곁들여 먹는다. 또 함경도 지방에서 발달한 함흥냉면은 그 고장에서 많이 나는 감자녹말로 만드는데, 면이 질기고 오들오들하며 싱싱한 가지·미나·홍어 같은 생선으로 회를 쳐 고추장으로 양념하여 비벼 먹는다. 추운 겨울철에도 따뜻한 온돌에서 속까지 시원한 평양냉면과 얼얼하고 쫄깃쫄깃한 함흥냉면을 즐겨 먹던 멋스러운 음식문화는 6·25전쟁 후 남쪽에서도 널리 애용되어 지금은 여름철에 많이 찾는 음식이 되었다.

□ 상용화 방안

○ 현황

한국의 여름철 인기 음식인 냉면은 더운 날씨에 별미로 먹을 수 있는 뛰어난 맛 뿐만 아니라, 간편하게 먹을 수 있는 장점이 있다. 또한 면발의 재료가 되는 메밀은 쌀이나 밀가루보다 아미노산이 풍부하며 특히 필수 아미노산인 트립토판이나 트레오닌, 라이신 등이 다른 곡류보다 많고, 변비와 고혈압에 매우 좋은 식품이다. 이러한 메밀을 주재료로 한 냉면은 저칼로리 음식으로 비만 인구비율이 높아지는 세계의 추세에 각광받는 음식이 될 수 있다. 국내 냉면의 인기는 대중적이거나, 이를 세계적인 음식으로 만들기 위한 노력은 미흡하다. 냉면의 종류는 여러 가지가 판매되고 있으나, 이를 조리할 수 있는 표준화된 조리법이 기준이라던가, 해외에 소개하기 위한 노력이 뒷받침되고 있지 않다. 각 기관에서는 냉면을 세계화하기 위한 다양한 상용화 방안을 통해 한국 냉면의 맛과 영양적 효과를 알리는 노력이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

냉면의 관련 연구 협조

냉면은 국민들이 즐겨먹는 대중적인 음식으로, 특유의 시원하고 새콤달콤한 맛으로 인해 여름철뿐 아니라 겨울철에도 별미로 사랑받는 음식이다. 정부는 이러한 훌륭한 냉면을 해외에 소개하기 위한 발판을 마련하기 위한 다양한 연구에 협조해야 한다. 먼저 냉면의 맛과 영양을 담은 연구에 협조하여 해외 홍보물에 담을 수 있는 과학적인 자료를 만들어야 한다. 동시에 한국의 맛을 대표할 수 있고 서양의 입맛에도 맞을 수 있는 냉면을 연구를 통해 선정하여, 이를 만드는 표준 조리법 매뉴얼을 제작해야 한다. 이러한 두 가지 연구 협조는 냉면을 세계화하기 위한 기초자료로 활용될 것이다.

냉면 해외 홍보 협조

정부는 냉면의 연구 협조 외에도 냉면 맛을 해외에 알리기 위해 협조해야 한다. 이를 위해서는 냉면의 해외 홍보를 위한 효과적인 홍보물 제작에 협조하고, 냉면의 이미지와 맛을 지속적으로 해외에 소개하는데 협조해야 한다. 이는 해외 유명 음식 관련 박람회에 국내 냉면 관련 기업의 참가를 협조하고, 관련 세미나 등의 개최하여 관련 기업들의 교류와 냉면의 세계화를 모색하는 기회를 제공해야 한다. 이러한 정부의 노력은 냉면을 시작으로 한 한식문화의 전파에 큰 도움이 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

냉면 관련 축제의 협조

냉면은 대중적인 음식으로 사랑받고 있지만, 이를 활용한 축제와 같은 관련 행사는 없는 실정이다. 지자체에서는 냉면을 적극적으로 알리기 위한 축제를 개설하는 노력을 통해 지역 특성을 살리는 또 하나의 대표 행사로 만들 필요가 있다. 인천 동구 화평동에는 20여년의 역사를 가진 냉면골목이 있다. 이곳은 지역민들에게 냉면을 싼 가격에, 푸짐하게 맛볼 수 있게 하는 장점으로 인해 ‘세숫대야 냉면’이라는 이름이 나오게 한 곳이기도 하다. 이러한 냉면 골목을 지역민들만이 아닌 인천시 동구의 관광명소로 만들기 위한 협조가 필요하다. 이는 인천시 동구에서 매년 개최하는 화도진 축제를 연계하여 냉면 관련 축제를 함께 진행하는 방법을 취할 수 있다. 화도진 축제는 조선말기 서양세력의 출몰을 감시하기 위해 고종 때 세워진 군영인 화도진이라는 역사적 장소를 배경으로 전통놀이 체험 및 다채로운 문화예술행사를 진행하는 인천시 동구의 문화행사이다. 화도진 축제의 부대행사로 화평동의 냉면골목을 활용하여 다양한 프로그램을 진행할 수 있다. 이는 ‘냉면 빨리 먹기 대회’, ‘냉면 많이 먹기 대회’와 같은 단순한 프로그램도 있겠지만, 냉면골목의 역사와 그 의미를 함께 찾아보고 나아가 이를 더욱 더 발전시키기 위한 의미 있는 프로그램도 가능할 것이다. 냉면 관련 축제가 더욱 활성화된다면, 특색 있는 지역 문화행사의 마련과 관련 지역사업의 활성화를 가져 올 것이다.

다양한 공모전 개최

지자체에서는 냉면에 관한 다양한 공모전을 통해, 냉면에 대한 국민들의 관심과 관련 사업의 활성화를 이루기 위한 아이디어를 얻을 수 있다. 그 예로는 새로운 냉면 요리를 공모하여, 전통 냉면의 맛 이외에도 서양식과 결합한 퓨전냉면과 같은 새 메뉴 개발을 통해 새로운 맛을 찾을 수 있다. 또한 냉면에 얽힌 이야기를 공모하여, 더운 여름철 더위를 한순간에 날려줬던 냉면에 얽힌 훈훈한 이야기를 선정하여 국내외 관련 자료로 활용할 수 있는 이야기소재도 찾을 수 있다. 그 외에도 냉면에 관한 다양한 공모전의 개최는 냉면에 대한 가치를 끌어올리는 방안이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

해외 냉면 관련 프랜차이즈 개설

냉면의 면 요리의 공통적인 단점인, 면이 불어서 쫄깃한 맛을 잃는 점만 보완한다



면 서양식 패스트푸드화가 충분히 가능한 음식이다. 냉면의 구성요소는 구매자의 기호에 맞게 조절이 가능한 장점이 있다. 먼저 면을 메밀로 할지, 칩으로 할지, 녹차로 할지 등등 기호에 맞는 면을 선정하고, 물냉면으로 할지 비빔냉면으로 할지를 결정한 후, 그 위에 얹을 기호에 맞는 고명을 선정하여 주문하면, 빠른 시간 내 제공할 수 있는 패스트푸드가 될 수 있다. 이를 위해서는 면을 가지고 가도 불지 않도록 하는 신기술의 개발과 다양한 소스 개발을 선행되어야 한다. 이러한 냉면 패스트푸드점을 개발하여 이를 해외 프랜차이즈까지 협조한다면, 한국의 냉면을 알리는 세계 속 거점으로 개발될 수 있을 것이다.

다양한 냉면 관련 상품 개발

시중에는 집에서 간편하게 조리해 먹을 수 있는 냉면제품들이 판매되고 있으며, 최근에는 기능성까지 첨가 된 냉면제품들이 출시되어 주목받고 있다. 풀무원의 '숙성 동치미 물냉면', '숙성 다대기 비빔냉면', CJ의 '남원골 뽕잎 냉면', '동치미 물냉면', '흑미 냉면' 농심의 '찰비빔면', 송학식품의 '녹차냉면', 동원F&B의 '감자생냉면', 오뚜기의 '강원도 칩냉면', '해초물냉면' 등이 있다. 이러한 냉면 관련 제품의 개발 및 이를 수출하기 위한 다양한 홍보 전략을 통해 국내외 인이 손쉽게 냉면을 접할 수 있는 환경 조성과 관련 사업의 활성화를 이루어야 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	관련 연구	연구 협조	30,000,000
	해외 홍보	일부 기금	20,000,000
지자체	관련축제	사업 협조	25,000,000
	다양한 공모전 개최	공모전 사업비	15,000,000
기업	관련 공연의 활성화	일부 기금	30,000,000
	다양한 관련 상품 개발	일부 기금	20,000,000
합계			140,000,000

60) 자장면

□ 상징적 의미

조선에 진출하려는 열강들은 인천 해역에서 군사적 충돌을 일으켰다. 병인양요(丙寅洋擾, 1866)와 신미양요(辛未洋擾, 1871)가 그것으로, 선조들은 이들의 도래를 온몸으로 싸워 막았다. 그러나 일본은 메이지유신 이후에 조선 진출의 기선을 제압하고자 운요호(雲揚號)사건(1875)을 감행했고, 끝내 조일수호조약(강화도조약, 1876년)으로 문을 열게 되었음은 교과서적 상식이다. 구미 열강과도 수호통상조약을 맺게 되니 은둔국 조선은 갑자기 붓물 터진 외압을 직접 받게 된다. 그리하여 인천은 무엇보다 자장면이 탄생한 곳이다. 인천에서 가까운 중국 산둥 반도의 가난한 사람들이 부푼 꿈을 안고 개항지 인천으로 몰려든다. 그네들은 하층 밀바닥에서 생활하면서 간신히 끼니를 때우고 있었다. 그네들 노동자를 쿨리(苦力)라고 불렀다. 그네들을 위하여 값싸고 간편한 중국음식으로 만들어진 것이 자장면의 출발이다. 자장면은 추억의 음식이다. 자장면의 탄생은 20세기 근대적인 상황에서 비롯되었다. 자장면을 중국음식으로 알고 있지만 정작 자장면은 한국인의 보편적인 음식이 되었다. 따라서 냉면, 비빔밥, 불고기 등의 전통적 한국음식이 아니라 근대적 한국음식으로서 자장면을 선정할 수 있다고 본다.

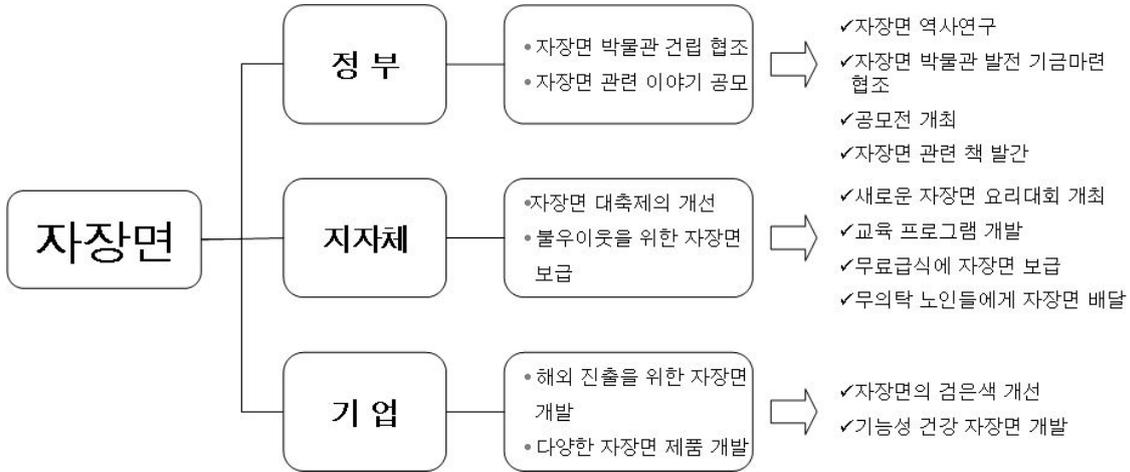
□ 상용화 방안

○ 현황

자장면은 서민들의 외식문화를 대표하는 요리로써 사랑받아 왔으며, 지금까지도 많은 사람들의 입맛을 사로잡는 별식이다. 자장면의 발상은 중국이었으나, 엄연히 한국의 자장면은 우리의 입맛에 개발된 뛰어난 맛의 요소를 가진 한국만의 독창적인 음식이다. 인천 중구에 있는 차이나타운을 통해 개발 보급된 자장면은 ‘인천. 중국의 날’ 문화 축제의 하나의 행사로 진행되다가 2005년에는 자장면이 한국에서 판매된 지 100주년을 기념으로 하여 독립적인 성격의 축제가 열려 성황리에 끝났다. 그런데 자장면 대축제는 자장면 할인판매, 자장면 빨리 먹기 대회, 자장면 수타 시범 등등 일회적인 이벤트성 행사들만 주를 이뤄 단조로운 구성이 주를 이루는 게 아쉽다. 이를 극복하기 위해 자장면을 통해 알아보는 인천의 역사공부나, 자장면이 중국의 것이 아닌 한국의 자장면을 느끼도록 하는 프로그램의 개발이 필요하다. 이



와 더불어 한국인이 개발한 자장면의 맛을 세계로 알리기 위한 노력도 함께 노력해야 한다.



○ 정부 주관 사업

자장면 박물관 건립 협조

인천 중구에서는 1905년 우리나라에서 자장면을 최초로 만들어 판 중국집 공화춘 건물을 자장면 박물관으로 만들겠다는 계획을 발표했다. 내용은 선린동 일대 176평의 부지에 지상 2층 연면적 256평 규모로 세워진 옛 공화춘을 매입해 1층을 화교 문화박물관으로 조성하고, 2층을 자장면 시식 및 체험공간으로 만들어 2009년쯤 시민에게 개방한다는 내용이다. 공화춘 건물은 2006년 4월 14일 문화재청이 근대 문화유산문화재 246호로 지정되기도 했다. 정부는 인천 중구의 계획에 따른 자장면 박물관의 건립이 잘 이뤄질 수 있도록, 다양한 방법을 마련해야 한다. 먼저 자장면이 한국인의 입맛에 맞도록 개발되고, 서민들의 생활과 함께 하며 발전해 온 역사 연구를 할 수 있는 인력 양성 부문에 협조하여 자장면이 한국의 음식임을 공고히 하는 역사적인 근거를 체계적으로 정리할 필요가 있다. 이는 자장면 박물관의 전시 내용을 구축하기 위해서는 초창기 자장면의 모습과 생산 방식 등을 발굴·복원하는 것에서부터, 현재 중 다양성을 보이고 있는 수많은 자장면의 종류(예를 들어, ‘옛날 자장’, ‘간 자장’, ‘볶은 자장’, ‘쟁반 자장’, ‘유니 자장’, ‘사천 자장’, ‘짬자면’, ‘스파게티’ 등등)를 조사하여 정리하는 연구도 필요하다. 즉, ‘끊임없는 자장면의 진화(進化)’ 과정은 단순한 호사(好事)거리가 아니라, 학문적 연구거리인 것이다. 더불어 2009년으로 건립될 예정인 자장면 박물관을 체험 위주의 전시 공간을 위한 최신시설이 갖춰질 수 있도록 해야 하며, 자장면 박물관의 건립 후에는 운영에 어려움이 없도록 문예진흥기금과 같은 발전 기금을 협조할 필요성이 있다.

자장면 관련 이야기 공모전 개최

자장면은 한국인의 대부분이 즐겨먹는 음식이며, 이에 얽힌 경험이나 추억들이 각자 하나씩 있을 만큼 대중적인 사랑을 받는 요리이다. 정부는 자장면에 대한 시민들의 관심을 끌고 인천 중국의 자장면 축제나, 한국 자장면에 대한 홍보를 위해 자장면에 얽힌 이야기 공모전을 개최하는 협조를 마련해야 한다. 자장면과 관련된 시민들의 다양한 이야기 소재를 모아 자장면 홍보에 관련된 미디어물의 소재로 활용하거나 책으로 발간한다면 자장면을 더 이상 중국의 이미지로 떠올리지 않고, 한국인의 일상과 함께 한 우리의 음식임을 밝히는 기본 자료로 활용될 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

자장면 대축제의 개선

인천 중구에는 매년 ‘인천, 중국의 말 문화축제’가 열리고 있으며, 여기에 메인 행사는 자장면이 추가 되는 자장면 할인행사, 자장면 빨리 먹기 대회 등등이 진행되고 있다. 그러나 이러한 자장면 관련 행사의 경우 축제장을 찾은 시민들에게 강한 인상을 남기기보다는 일회적인 이벤트로 끝나는 경우가 많아, 보다 다채로운 프로그램을 마련해야 한다. 예를 들어, ‘나만의 자장면 만들기’와 같은 행사를 마련하여, 검은색의 자장면의 외형을 탈피한 새로운 색의 자장면 개발 대회를 개최한다면, 자장떡볶이, 자장스낵 등등 자장면 맛을 활용한 새로운 요리 아이디어를 겨루는 요리 대회 등을 개최한다면 보다 많은 사람의 활발한 참여와 관심을 끌 것이다. 그리고 먹기 위주의 프로그램에 편성되어 있는 지금의 모습을 개선하여, 자장면의 유래와 맛을 보급하는 교육 프로그램도 개발한다면 더욱더 풍성한 축제로 거듭날 것이다.

불우이웃을 위한 자장면 보급

자장면은 연령층에 관계없이 서민적이고 대중적인 음식이다. 또한 자장면은 한국 경제 발전이 미흡했던 어려웠던 시절, 최고의 외식 메뉴였다. 이제 자장면은 시민들에게 흔한 음식이지만, 아직도 불우한 이웃에게는 자장면이 흔하지 않은 음식이다. 이러한 실상에 기초하여, 불우한 이웃들에게 자장면을 보급하는 일은 자장면의 소비를 늘리고 불우이웃을 위한 효과적인 협조책이 될 것이다. 예를 들면, 먼저 각 지자체에 속해있는 중식점 중에서 참가 의사가 있는 업소를 선정하여 일주일에 한 번씩 서로 돌아가면서 불우 이웃을 위한 자장면 나누기 행사를 개최하는 것이다. 참여하는 중식점에 대해서는 지자체가 지정한 ‘사랑의 자장면 집’ 또는 ‘나눔 자장면의 집’ 등과 같은 마크를 주어 명예를 주는 방식의 보상을 취한다. 이러한 자장면



보급 행사는 불우 학생들의 무료 급식 메뉴에, 노숙자들을 위한 무료급식소 등에 실시하고, 거동이 힘든 무의탁 노인을 위해서는 자장면 배달 서비스까지 진행하는 등등 다양한 방법이 있을 것이다. 불우 이웃을 위한 지자체의 이러한 제안은, 중식 점에게는 지역사회에 봉사하는 기쁨과 명예를 주고, 시민들에게는 나눔의 정신을 파급하는 효과를 가져 올 것이다. 자장면 하나로 시작한 지자체의 작은 나눔의 노력은 한국 사회 전체에 퍼지는 나눔의 운동으로 발전될 것이다.

○ 기업 주관 사업

해외 진출을 위한 자장면 개발

중국의 춘장을 재료로, 한국은 한국인의 입맛에 맞는 자장면을 개발하여 대중적인 음식으로 발전시켰다. 이러한 자장면의 뛰어난 맛을 해외에 소개하기 위해서는 몇 가지 방안이 필요하다. 먼저 음식의 맛과 향을 중시하는 외국인들은 자장면의 검은 색은 첫인상만으로 음식에 대해 거부감을 가질 수 있다. 각종 야채의 색이 검은색의 춘장에 가려진 자장면은 이러한 외국인들의 성향에 비추어 볼 때 약점이다. 이를 개선한 하나의 예로 김밥은, 겉의 검은 색 김 때문에 외국인의 기호에 맞지 않을 것을 대비해, 안의 밥을 겉으로 하고, 김을 안쪽에 말아 넣은 누드김밥을 만들었다. 이처럼 자장면의 검은색 소스를 맛은 변화시키지 않은 채 다른 색으로 개발하는 방법이나 면에 자장소스를 미리 부어주는 일반적인 자장면 대신, 자장면 그릇에 면과 자장소스를 기호에 맞게 덜어서 먹을 수 있도록 하는 방법, 자장면이 한국의 음식임을 상징하도록 한국의 김치를 비롯한 다른 한국 전통 요리와 함께 하나의 메뉴로써 보급하는 방법 등등 해외에 진출하기 위한 다양한 방법 개발이 필요하다.

다양한 자장면 제품 개발

자장면을 간단하게 조리해 먹을 수 있는 제품은 시중에 여러 종류가 판매되고 있다. 최근에는 최초의 자장면의 본거지라 할 수 있는 '공화춘'의 이름을 내건 조리식품이 시판되어 원조 자장면의 맛을 사람들에게 전하기 위해 개발되었다. 국내 이러한 자장면 조리식품은 꾸준히 사랑을 받으며 소비되고 있다. 이를 바탕으로 한 새롭고 다양한 자장면 제품을 개발하는 일이 필요하다. 면 반죽에 몸에 좋은 녹차 가루를 섞거나, 자장 소스에 저칼로리의 채소, 야채만을 넣어 만든 참살이(웰빙) 시대 가능성 건강 자장면의 개발, 단순히 자장면의 레토르 식품만 아니라 조랭이 떡을 넣어 만든 자장소스 떡볶이, 자장 볶음밥 등등 자장 소스를 이용한 다양한 제품 개발 등등 자장면의 맛을 알리기 위한 노력이 개발되어야 한다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	자장면 역사연구	인력 협조	15,000,000
	자장면 박물관	발전기금	25,000,000
	공모전	개최 및 책 발간	20,000,000
지자체	자장면 대축제의 개선	요리대회 개최 및 교육프로그램 개발	20,000,000
	불우이웃 돕기	자장면 보급	25,000,000
기업	해외 진출	일부 기금	15,000,000
	새로운 상품 개발	일부 기금	15,000,000
합계			135,000,000



61) 한옥

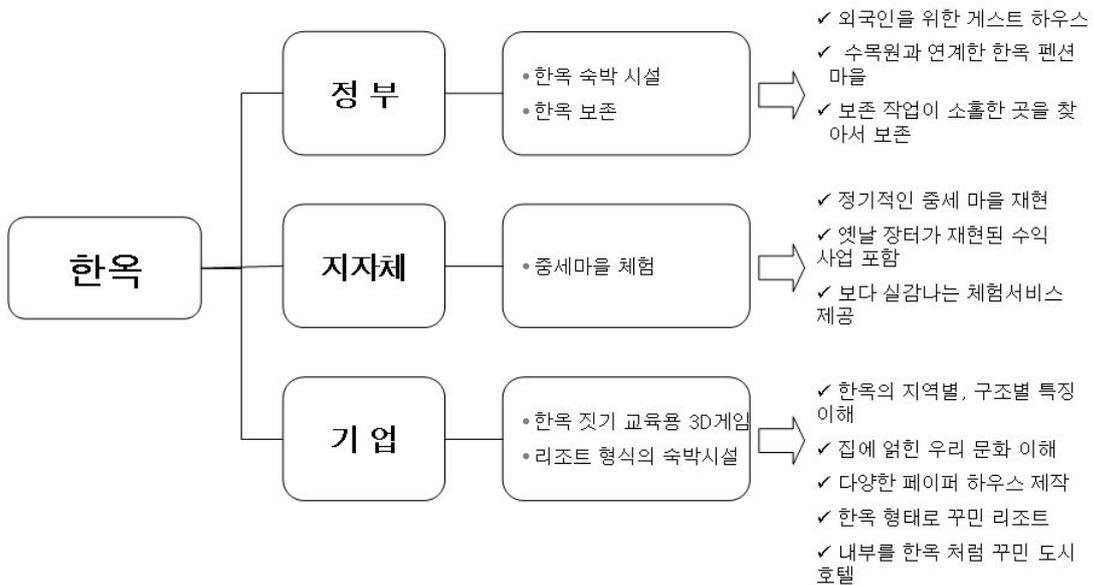
□ 상징적 의미

한옥은 자연과 인간, 안과 밖이 서로 소통하며 어울리는 조화롭고 한국적인 삶을 반영한 한국식 가옥을 일컫는다. 한옥은 자연과의 조화를 중시하는 풍수와 오방을 중심으로 집들마다 자연을 거스르지 않는 구조와 배치를 갖고 있다. 건축자재 역시 나무와 황토, 흙, 볏짚 등 자연에서 얻은 그대로의 가공되지 않은 자연 재료들로, 인공 건축물에서 발생하는 새집증후군이 사회적 화두로 떠오르고 있는 지금 한옥의 친환경적 소재와 구조에 대해 관심이 집중되고 있다. 급격한 서구화로 우리 생활 주변에서 한옥은 찾아보기도 힘든 존재가 돼 버렸다. 이처럼 관광지구로 보호되고 있는 곳에서만 그 흔적을 조금씩 접할 수 있는 상황이지만, 다행히 각 고장의 문화와 전통을 되살리려는 지자체의 노력에 힘입어 한옥은 전통과 문화를 함께 체험할 수 있는 관광지로서 새롭게 탈바꿈하고 있다. 뿐만 아니라 서구적 삶을 당연시하는 현대 한국인들이 한옥을 체험하게 할 수 있는 여러 형태의 테마파크가 활성화 되고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

얼마 전에 종로구 혜화동의 한 동사무소가 전통한옥에서 새로이 문을 열었다. 기존에 있던 한옥을 정부에서 사들여 관공서로 개조한 것인데, 시민들의 반응이 매우 좋은 편이다. 남산골 한옥마을을 비롯하여 전국 곳곳에 민속마을이 생겨나서 우리 전통의 가옥과 마을을 체험할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 한옥으로 만들어진 게스트 하우스 등이 생겨나면서 많은 이용이 이루어지고 있는 실정이다. 또한 한옥풍의 전원주택을 짓고자 하는 사람들이 늘어남에 따라 한옥을 현대적으로 짓는 업체들도 늘어나고 있다. 이처럼 우리 고유의 주거 문화가 다시 주목 받고 있는 실정이다.



○ 정부 주관 사업

숙박 시설화 협조

한옥은 그 전통을 간직하고 있는 한국인들에게는 향수로, 새로운 문화를 체험하고자 하는 외국인들에게는 신선한 전통으로 다가온다. 또한 친환경적인 한옥의 장점을 살린 집을 지어 살고자 하는 사람들이 늘고 있는 추세이다. 이러한 한옥에 대한 관심을 반영하여, 외국인들을 위한 한옥 게스트 하우스 뿐 아니라 한옥 숙박시설 등을 적당한 규모로 조성하는 방안을 검토 해 볼 만하다. 관광지에 한옥 단지를 마을 형식으로 숙박시설을 조성한다면 고전과 웰빙에 대한 향수를 느끼는 사람들에게 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이다. 웰빙에 대한 관심이 한옥에 연결되어 있다는 점을 고려하여 수목원과 같은 자연이 잘 보존 되어 있는 곳에 이러한 한옥 펜션 마을을 조성한다면 정신적 휴식과 육체적 휴식을 함께 하고자 하는 현대인들에게 큰 호응을 얻을 수 있을 것이다. 이러한 사업은 한국인들과 외국인들에게 모두 단순한 숙박시설이 아닌 문화 상품으로서 유용한 가치가 있는 시설이 될 것으로 기대 된다.

한옥 보존 협조

여행을 하다 보면 ‘추사 고택’, ‘임청각’ 등과 같이 옛날부터 사용되어 오는 한옥을 보존하고 있는 사적을 종종 보게 된다. 이들 중에는 보존이 잘 이루어져서 옛 양반가의 모습을 느낄 수 있는 곳도 많이 있지만, 보존이 잘 이루어지지 않은 곳들도 간혹 있다. 한옥은 목재로 지은 집이기 때문에 그 관리와 보존이 쉽지만은 않으며, 그 비용도 만만치 않다. 현재 보존이 잘 이루어지지 않고 있는 한옥들을 찾아서 협조하는 방안이 시급하



다고 할 수 있다. 체계적인 관리를 통해 우리 한옥이 재 모습을 오래도록 지켜 갈수 있도록 해야 하겠다.

○ 지방자치단체 주관 사업

중세 마을 체험

제주도의 성읍 민속 마을, 충청 남도의 외암리 민속 마을, 안동의 하회 마을 등 옛날 마을 모습 그대로 보존이 되고 있고, 옛집에서 아직도 전통을 지키며 사는 마을들이 곳곳에 있다. 이 마을에 관광을 하러 가면 마을 주민들이 관광객을 이끌고 돌아다니면서 친절하게 해설을 해주곤 한다. 이러한 서비스는 현재와 과거가 공존하는 공간을 체험한다는 것에 큰 의의가 있다. 그러나 우리의 고전 가옥 및 마을 체험을 보다 실감나게 하기 위한 서비스를 제공한다면 새로운 관광 명소로 탈바꿈 할 수 있을 것으로 생각된다. 이 민속마을에서 정기적으로 실제 중세 마을을 재현하는 것이다. 주민들이 한복을 입고, 옛날 방식으로 준비한 식사를 제공하고, 옛날 장터를 재현 하는 등 중세 시대 우리가 살았던 모습을 재현하는 행사를 갖는다면 관광객들의 큰 호응을 얻을 수 있을 것이다. 이러한 사업은 우리나라의 과거 모습을 직접 체험할 수 있다는 점에서 큰 의미를 갖는다. 이러한 관광 사업에 적절한 수익사업을 곁들여, 관광 기념품이나 옛날에 장에서 팔았던 물건들을 파는 등의 수익사업 또한 재미있는 경험이 될 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

한옥 짓기 교육용 3D게임

한옥의 구조는 그 크기와 지방에 따라 다르다. 이를 지방의 기후와 문화 등이 반영된 결과라 할 수 있다. 이러한 한옥의 특징을 제대로 배우기 위한 교육 프로그램이 필요하다. 어린이와 청소년들을 대상으로 한 한옥 짓기 3D게임을 개발한다면 한옥의 구조와 특징을 기능별, 구조별로 정확한 이해를 이끌어 낼 수 있을 것으로 기대된다. 한옥의 구조와 기능을 공부하는 것은 그 자체로도 의미가 있지만 우리의 국토의 지역적 색깔과 사회문화를 공부 할 수 있다는 점에서 그 의미가 크다고 할 수 있다. 예를 들어 제주도의 가옥과 함경도 지방의 가옥은 그 명칭에서부터 구조에 이르기 까지 많은 차이를 보인다. 이는 따뜻한 기후를 지닌 제주도와 추운 지방의 차이를 보여 주는 것이며, 울릉도 지방의 가옥은 많은 강수로 인해 또 다른 형태의 가옥을 보여 준다. 이러한 차이에 대한 공부는 지역문화의 큰 전제 조건을 이해 할 수 있다는 점에서 그 교육적 효과가 크다고 할 수 있겠다. 또한 한옥의 경우, 안채와 사랑채, 별채 등 유교 문화가 만들어 낸 구조들

이 있다. 이러한 구조를 이해하면서 유교문화가 어떻게 사회와 가정에 영향을 미치고 있었는지에 대한 이해도 곁들일 수 있을 것으로 기대된다. 이와 더불어 직접 만들어 볼 수 있는 상품도 비슷한 역할을 할 수 있을 것이다. 현재 시중에는 외국의 유명한 건물들과 함께 수원화성 등이 페이퍼 하우스 상품으로 나와 있다. 이러한 상품을 한옥에도 도입하여 일반적인 대규모 기와집, 지역별 가옥 등을 페이퍼 하우스로 제작 한다면 안채와 사랑채, 별채 등 구조적 사항들 뿐 아니라 집에 깃들여 있는 한국인들의 정신문화까지도 이해를 도울 수 있을 것으로 생각된다. 이렇게 놀이와 공부가 결합된 상품은 아이들로 하여금 흥미롭게 공부에 몰두할 수 있는 환경을 제공함으로써 보다 높은 학습효과를 줄 것이다.

한옥 호텔 조선 협조

가장 한국적인 호텔 조성을 모토로 한 숙박시설은 하나의 관광 상품이 될 수 있다. 외국에서도 디자인 호텔이라 하여 특별한 형태의 객실이 제공되는 사례가 늘어나고 있다. 한옥 호텔의 경우, 고급화 전략을 앞세워 한옥을 재현하고 내부 구조는 편의를 위해 개조하는 형태로, 기존의 호텔과의 차별을 둔다. 또한 호텔에서 제공되는 식사도 전통 한식을 다양하게 체험할 수 있도록 한다면 관광 상품의 역할을 충분히 할 수 있을 것이다. 일본의 경우 전통 다다미방을 갖추고, 일본식 식사를 하는 등의 숙박시설이 많이 있다. 이러한 리조트 형태의 한옥 호텔은 단순한 숙박시설이 아닌 문화를 체험할 수 있는 공간으로 기능할 것이다. 또한 상대적으로 이러한 시설을 조성하기 힘든 도시 호텔의 경우, 내부를 한옥 식으로 꾸미는 방법이 있다. 한국의 고 가구를 비롯하여 인테리어를 한국적인 분위기를 체험할 수 있도록 꾸민다면 전통 한옥에 비하면 아쉽지만, 한국을 느끼고자 하는 관광객들에게는 색다른 경험이 될 수 있을 것으로 기대된다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	한옥 숙박 시설	일부 기금	30,000,000
	한옥 보존	일부 기금	30,000,000
지자체	중세 마을 체험	일부 기금	10,000,000
기업	한옥 짓기 교육용 게임 개발	개발 협조	50,000,000
	한옥 호텔	일부 기금	50,000,000
합계			170,000,000



62) 온돌(구들)

□ 상징적 의미

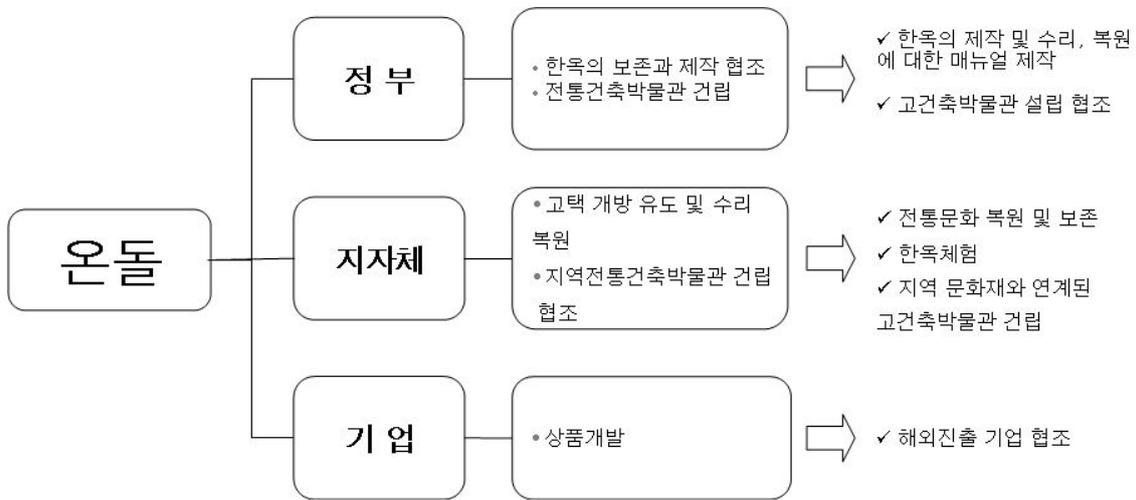
온돌은 가장 원초적인 문화유산이면서도 희소성이 없기 때문에 그동안 그다지 주목 받지 못했다. 그러나 온돌만큼 민족생활양식에 큰 영향을 준 문화유산이 아마 없을 것이다. 문헌상으로 온돌을 처음으로 암시한 문서는 <신당서(新唐書)>와 <구당서(舊唐書)>인데 그 내용을 보면, ‘가난한 사람들이 겨울을 나기 위해서 긴 갱(坑)을 만들어 따뜻하게 한다.’고 하였다. 이런 기록을 보아 아마도 온돌은 간단한 부뚜막에서 실내 일면 칸으로, 일면 칸에서 삼면 칸으로, 삼면 칸에서 전면 온돌로 발달한 것으로 여겨진다. 그리고 무엇보다 온돌의 주요한 특징은 의식주 생활풍습 가운데서 전통의 현대적 적응력을 가장 잘 보여준다는데 있다. 즉 온돌은 힘은 그 ‘장기지속성’에 있는 것이다. 그리고 이러한 온돌 전통의 오랜 전승은 그만큼 온돌이 뛰어난 발명품이라는 것을 알려주는 것일 것이다. 오랜 세월동안 우리의 삶과 함께한 온돌은 우리에게 펄펄 끓는 아랫목으로 산모가 몸을 푸는 곳이자, 추운 겨울날 할 아버지의 입을 통하여 아버지에게 아버지의 입을 통하여 자식에게 대를 이어가면서 구전의 역사가 펼쳐졌던 ‘쓰이지 아니한 역사’가 서술되던 ‘구술 문화’의 현장이다. 그리고 사람이 그 운명을 다할 때 자손들의 손을 마지막으로 쥐던 곳이기도 하다. 결국 온돌을 ‘우리 민족의 영원한 텃자리’라 부를 수 있는 것으로 온돌의 문화상징화는 우리들의 영원한 텃자리를 부활시키는 것이기도 하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

온돌의 상용화에는 두 가지 방향이 있을 수 있는데 하나는 전통을 보존한다는 의미에서 그 자체를 체험할 수 있게 하는 체험의 기회를 마련하는 일이고, 나머지 하나는 온돌의 원리를 현대에 응용하여 상품화 하는 것이다. 첫 번째 방법은 현재 각 지역에서 전통문화 체험의 일환으로, 복원한 한옥이나 기존의 역사성 있는 전통한옥에서 방문객을 맞아 여러 가지 전통적인 행사를 곁들인 전통문화 체험행사로 실행되고 있으며, 이러한 행사는 주 5일 근무 확대와 함께 많이 사람들이 체험하고 있다. 또한 여러 난방회사가 온돌을 응용한 난방장치를 개발해 국내는 물론 해외에서도 호평을 받고 있어서 앞으로 많은 관심과 협조를 통해서 온돌의 세계화를 도모

해야 할 것이다.



○ 정부 주관 사업

한옥의 보존과 제작 협조

정부는 템플 스테이나 전통 문화체험 등의 대상이 되는 오래된 건축물의 보존에 대한 협조가 필요하며, 오래된 고택을 모방하여 만들어지는 신축 건물들에는 올바른 복원이 이루어질 수 있도록 여러 가지 자료들을 제공하는 일이 필요하다. 또한 한옥을 만드는 단체나 대목장이 참여한 매뉴얼 제작을 통해 지역이나 용도 특성에 따른 전통 가옥의 제작을 유도하는 일이 필요하다. 이러한 작업을 통해서 현재 크게 유행하고 있는 펜션 건축에 있어서, 대부분의 펜션들이 무분별하게 외국의 건축물을 흉내 내어 몰 개성화되어 있는 상황을 개선할 다양한 대안을 제시할 수 있다. 그래서 이러한 매뉴얼을 각 건축사에 공개하여 응용할 수 있도록 유도한다면 한국만의 특색 있는 신축건물 단지가 조성될 것이다.

전통건축박물관 건립 협조

정부는 고건축박물관을 건립해서 우리나라의 건축의 역사를 한눈에 볼 수 있도록 협조하고, 여기에 구들의 변천사와 제작방법, 난방의 원리를 직접 눈으로 보고 체험할 수 있게 한다면 운동에 대한 인식을 높일 수 있다. 또한 무분별하게 외국의 것만을 받아들여 점차로 사라져 가는 우리의 훌륭한 유산을 보호하고 더 발전시킬 수 있는 저변을 확대할 수 있을 것이다.



관련 기업 협조

온돌의 원리를 이용하여 현대 건축에 응용한 국내 기업들이 동·서양을 막론하고 해외에서 많은 각광을 받고 있다. 1999년 중국 텐진(天津)에 보일러공장을 설립한 귀뚜라미보일러의 경우 2000년에는 온돌 난방이 전체 보일러 시공 건수(3500건)의 1%에 불과했다. 하지만 해마다 큰 폭으로 증가해 2006년에는 2만3000건의 보일러 시공 중 32%를 온돌 난방으로 했다. 온돌용 파이프를 만드는 LG화학 관계자는 "베이징, 상하이 등 중국 대도시에서 요즘 짓고 있는 아파트의 20% 이상이 한국식 온돌을 설치한 것으로 조사되기도 했다. 이에 정부에서는 이러한 관련 기업의 시도와 진출이 장기적으로 지속·발전할 수 있도록 각종 세제 협조와 기술 개발 자금을 협조할 수 있도록 하여 우리 문화유산을 보다 더 많은 사람들이 공유할 수 있도록 협조한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

고택 개방 유도 및 수리 복원 협조

주 5일 근무제가 확대 실시되면서 각종 사찰에서는 템플 스테이와 같은 행사를 활발하게 계획하여 많은 도시인들이 종교의 유무를 떠나 지친 몸과 마음을 쉬게 하는 기회로 삼고 있으며, 전통적 유교문화의 유산이 많이 남아있는 안동을 비롯한 여러 지방에서는 이전까지 단순하게 보호만 하였던 고택을 개방해서 일반인들은 물론이고 학생들에게 전통 한옥을 체험하고 더불어 유교 문화까지 체험할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이러한 사찰이나 전통 고택 체험은 획일화된 서양식 삶에서 벗어나 우리 문화를 이해하고 보존하려는 의식을 만드는데 많은 도움이 될 것이다. 그러나 이러한 행사들은 주로 개인적인 노력에 의해서 진행되는 경우가 많아 고택 수리 및 유지에 정부의 협조가 필요하며, 많은 사람들이 드나들며 사용하는 만큼 보존과 보호에 대한 협조가 요구된다.

지역전통건축박물관 건립 협조

중요무형문화재 제74호인 대목장 신응수씨가 강원도 강릉시 경포동 일대에 사재를 들여 한국건축박물관 건립을 추진하고 있는데 강릉시에서는 이를 협조한다면 현재 드라마 촬영장으로 쓰이고 있는 선교장을 비롯하여 강릉과 강원도에 잘 알려져 있지 않은 전통건축물에 대해 높아진 관심을 장기적인 관광수요로 전환될 수 있도록 유도할 것이다. 또한 이외에도 정동진과 동해, 경포대등으로 여름 휴가지라는 한정된 강릉의 이미지를 예향의 고장 등의 이미지로 보다 확대시킬 수 있는 기회가 될

것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

온돌의 우수성을 현대에 직접 응용한 기업으로는 (주)ADD 웰빙 테크의 황토 온돌장과 한국의 건축사무소 코다(CoDA)등이 있다. 특히 코다는 웨일스 정부가 2003년부터 추진 중인 스완지(Swansea)시 재개발 프로젝트(SA1)의 주거시설 신축사업 입찰해 경쟁 끝에 수주를 따냈다. 또한 경동보일러와 귀뚜라미 보일러는 한류 열풍을 타고 중국에 성공적으로 진출해 많은 성과를 올리고 있다. 또한 일본 합작 기업인 린나이도 온돌의 난방기술을 바탕으로 일본에서 성과를 올리고 있다. 이렇게 온돌을 응용하여 새로운 가치를 창출해 낸 기업들과, 전통의 한옥을 복원하고 보호하여 보다 많은 사람들이 온돌을 경험할 수 있게 하려는 개인들의 노력들이 이어지고 있는 것이다. 그리고 이러한 노력들이 더 큰 결실을 맺을 수 있도록 하는 장기적인 안목과 연구가 필요하다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	매뉴얼 제작	기금 협조	30,000,000
	전통건축박물관 건립	사업 협조	40,000,000
	관련 기업	일부 기금	20,000,000
지자체	고택 개방 유도 및 수리 복원	일부 기금	30,000,000
	지역전통건축박물관 건립	사업 협조	20,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	20,000,000
합계			160,000,000



63) 제주도 돌담

□ 상징적 의미

돌담은 어느 나라나 있으며, 한국의 경우에도 돌담은 흔하다. 그러나 전 지역이 전일적으로 돌담으로 이루어진 곳은 제주도가 유일하다. 그동안 돌담의 미학적 관점에 관하여 사람들이 관심을 두지 않았으며 관광자원으로서의 가치에 관해서도 고려하지 않았다. 하지만 현재 제주도의 돌담은 척박한 자연에 적응하려고 애쓰는 인간의 삶이 만들어낸 있는 오랜 역사의 흔적으로 ‘재발견’되고 있다. 제주도를 흔히 삼다도(三多島)라고 부르는 데 삼다 중에 하나가 바로 돌이다. 특히 화산섬인 제주도 돌은 현무암으로 색이 검고 구멍이 많이 나 있는 것이 특징인데, 제주 문화의 많은 부분이 바로 이들 돌에서 생겨났으며 돌담도 그 중의 하나이다. 제주도의 산과 들에는 산담이, 집에는 집담이, 바다에는 바닷빌레가, 고기를 잡는 곳에는 원담이, 그리고 삶에 지친 육신을 누이는 무덤에 이르기까지 제주인의 삶이 있는 곳이라면 어디든지 돌담이 있었다. 이처럼 제주도민에게 돌담은 태어나서 죽을 때까지 한시도 눈길에서 놓을 수 없는 공간이었다. 때로는 건축적 미감으로, 혹은 삶 그 자체의 현실로, 자연적 질서에서 배태된 소재를 가지고 지극히 작은 부분에 사람을 손을 닿아 만들어진 제주도 돌담은 나지막한 제주도 풍경 속에서의 새로운 의미로 우리에게 다가온다.

□ 상용화 방안

○ 현황

오랜 세월동안 돌담은 제주도민의 정신과 생활의 구심점으로 자리잡아왔으나 제주도 내 관광자원의 범주에서는 소외되어 왔다. 제주도의 어민들이 즐겨 세웠던 바닷가의 갯담(혹은 원담)은 고기잡이 체험어장으로서의 효과도 있으며, 그 자체로도 아름다운 관광자원으로서의 충분한 가치가 있다는 것이 그동안 제대로 평가되지 못한 점이 있다. 얼마 전 정부에서는 제주도의 돌담을 포함하여 전국 6개의 돌담을 문화재로 지정하고 보호하기로 하였다. 이것은 개발로 인해 흔적도 없이 사라져가던 전통적인 삶의 소소한 유산들도 훌륭한 문화재가 될 수 있다는 점에 주목한 것으로, 특히 독특한 돌담을 유산을 많이 지니고 있는 제주도에서는 이를 보존하여 제주도를 찾는 많은 사람들에게 제주도가

가진 또 다른 모습을 보여 줄 수 있도록 해야 할 것이다.



○ 정부 주관 사업

연구 협조

2006년 10월에 전국의 돌담 6곳이 문화재로 지정되었다. 돌담의 문화는 석탑, 석불 등 한국의 가진 돌문화의 하나의 변주로 볼 수 있다. 이러한 점에 주목하여 돌을 중심으로 한 돌담에 대한 우리의 문화를 조명하는 학회를 개최하여 많은 분야의 사람들이 서로 의견을 교환할 수 있게 하고, 학회를 통해 얻어진 자료들은 출간하여 자료집으로 제공할 수 있다. 더불어 선정사업의 조사연구 결과를 대중화 시키는 사업의 하나로, 제주의 돌담을 널리 알릴 수 있는 인문집을 화보의 형식으로 제작, 돌담의 역사적 유래, 제작방식, 종류, 선정 돌담의 사진작가가 참여한 사진촬영 등으로 제작할 수 있다. 또한 연구 과정에서 사진작가들이 촬영한 사진작품으로 아름다운 돌담 사진전시회를 제주에서 개최하고 전국에 순회한다면 돌담의 연구와 홍보에 큰 도움이 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

돌담의 보존 및 관광지 조성

제주도의 돌담은 단순한 구역의 경계가 아니라 매우 다양한 역할을 가지고 있었다. 이러한 제주도 돌담의 다양한 쓰임새를 정리한 안내책자를 발간하고, 갯담 등 현존하는 다양한 돌담의 유산들을 보호하여 많은 사람들이 경험할 수 있



게 한다면 현재 제주도의 자연 경관에만 맞추어져 있던 제주도 관광의 다양성 확보에 기여할 것이다.

돌담 산책로 개발 협조

돌담은 제주도에서 흔히 볼 수 있는 풍경 중에 하나로 현무암과 바다, 하늘, 그리고 녹색의 자연 경관이 어우러진 아름다운 풍경의 중요한 요소로서 가치가 있지만, 그 가치를 인식하지 못해 그저 자연스러운 제주도의 풍경 정도로만 받아들여지고 있다. 이러한 점에서 제주도에서는 ‘걷고 싶은 제주도의 돌담길 사업’을 기획하고 있다. 이를 연계하여 아름다운 돌담길이 있는 곳을 보호구역으로 지정하여 보호하고, 관광객들이 산책할 수 있도록 ‘돌담 관광 지도’를 제작·보급하고 주요 돌담에 해당 돌담의 유래 및 설명이 곁들여진 조형적인 안내판을 설치하여 돌담을 관광 상품의 하나로 활용할 수 있다.

○ 기업 주관 사업

건축에 응용

제주도의 특성상 관광 산업의 비중이 높은 만큼, 제주도에는 일급호텔을 비롯하여 펜션 등 다양한 종류의 숙박시설이 있다. 하지만 대부분의 숙박시설 건물들은 외국의 건물들을 모델로 하여 지어졌다. 그러나 해외의 유명 리조트들이 대부분 그 지역의 전통적 건축을 응용하여 사람들에게 이국적인 느낌을 주는 것에 비해 제주도는 같은 한국 내에서도 매우 이질적인 문화를 가지고 있음에도 불구하고 그것을 제대로 살리지는 못하는 면이 있다. 이에 돌담을 이용한 제주도의 전통 건축물을 토대로 하여 리조트나 펜션 등의 짓는다면 제주도만이 가진 특성을 충분히 살릴 수 있을 것이다.

□ 예산안

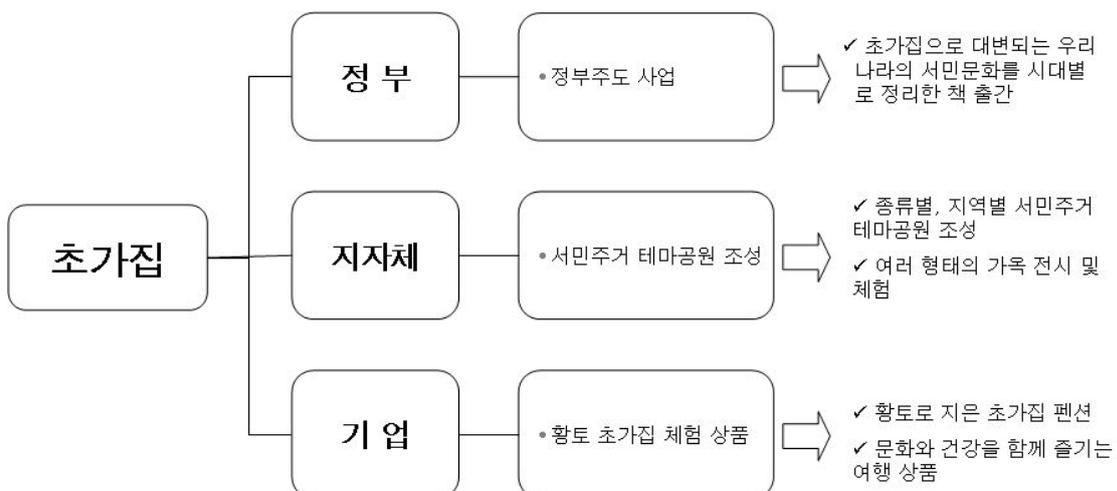
주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	연구	연구비 협조	60,000,000
지자체	돌담의 보존 및 관광지 조성	일부 기금	40,000,000
	돌담 산책로 개발	일부 기금	30,000,000
기업	건축에 응용	일부 기금	30,000,000
합계			160,000,000

64) 초가집

□ 상징적 의미

초가집은 우리 서민문화를 대표하는 아이콘이라고 할 수 있다. 서민들은 흙으로 된 바닥과 벽에 짚으로 짠 자리를 깔고 짚을 엮은 지붕을 이고 살았다. 초가집은 기와 집과 함께 우리의 대표적인 주거형태로서 서민들의 삶이 담겨 있는 가옥이라고 할 수 있다. 갈대나 새를 엮어 인 지붕을 새나리 지붕이라고 하며, 비교적 수명도 길고 깨끗하나 주로 농촌에서는 벗짚으로 인 것이 많다. 초가는 단열과 보온성은 우수하나 여름철에는 벌레가 생기며 화재의 위험이 많고 특히 인근 화재 때는 비화(飛火)되기 쉽다. 또한 벗짚으로 인 것은 매년 1번씩 다시 이어야 하므로 자료의 손실은 물론 번거롭다. 구조는 모임지붕 형식으로서 도리에서 치마 끝까지 서까래를 건너지르고 이것을 골조로 여기에다 잡목이나 대나무 발을 엮어서 새끼로 묶고 그 위에 흙을 물에 개어 엮고 고른다. 방법은 벗짚을 엮어서 만든 이엉을 밑에서부터 이는데 처음에는 뿌리 쪽이 밑으로 가게끔 돌리고 그 위에 이삭 쪽이 밑으로 가게 차례로 하며 용마루에는 벗짚을 틀어 지네처럼 엮어 만든 용마름을 덮고 그 위를 바람에 날리지 않도록 새끼로 엮어맨다.

□ 상용화 방안





○ 정부 주관 사업

책 발간 협조

우리나라의 가옥은 그 시대 별 변화와 함께 지역 별로 다른 모습을 보이고 있다. 이러한 모습은 우리 조상의 지혜와 삶이 담겨 있는 것이라고 할 수 있다. 초가집은 한국을 대표하는 서민 문화의 심벌과 같다고 할 수 있다. 정부는 초가집에 담겨 있는 우리의 서민 문화의 변천사를 담은 책을 출간하여 왕실과 귀족 위주로 쓰여 온 역사적 서술 방식을 탈피해 초가집에 얽힌 서민 문화에 대한 고찰을 진행할 수 있다. 이러한 사업은 서민의 역사에 대한 관심이라는 색다른 시각의 역사와 함께 우리 문화의 진수를 보여 줄 수 있는 기회가 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

서민주거 테마 공원 조성 협조

초가집이 가장 흔한 형태의 서민 가옥이라면, 귀틀집, 너와집 등 기와집이 아닌 집들은 그 환경에 맞게 형태를 갖추어 생성된 서민가옥이라 하겠다. 이러한 서민 주거를 테마로 한 테마 공원을 조성한다면 관광은 물론 우리 서민 문화를 다양하게 전시하고 체험할 수 있는 시스템이라는 점에서 의미가 클 것이라 생각된다. 여러 형태의 가옥을 그 환경과 함께 조성하고 관광객들로 하여금 자세히 체험 할 수 있는 공원이 되는 것이다. 더불어 지역마다 다른 가옥의 구조를 함께 전시한다면 보다 깊고 폭넓은 우리 가옥에 대한 이해를 도모할 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

황토 초가집 테마 펜션

황토로 된 집에서 자면 몸이 편안해 진다고들 한다. 이러한 점을 살려 황토로 지은 초가집 펜션을 숙박시설로 조성하는 방안을 생각해 볼 만 하다. 통나무로 지은 방갈로 같은 펜션은 많이 이용되고 있고, 그 인기도 꽤 높은 편이다. 평소와는 다른 분위기를 느끼고 싶어 하는 펜션 이용객들은 색다른 소재를 이용한 펜션에서의 휴가를 즐기는 것이다. 이러한 이용객들에게 황토 초가집 펜션은 큰 매력을 가진 상품이 될 수 있을 것이다. 휴식과 문화라는 두 가지 즐거움을 누릴 수 있는 황토 초가집 펜션은 우리 문화를 적극 체험해 볼 수 있는 기회를 제공함으로써 우리 문화에 대한 자부심을 갖게 해 줄 것이라 생각된다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	도서 발간	일부 기금	20,000,000
지자체	서민주거 테마 공원 조성	일부 기금	60,000,000
기업	황토 초가집 펜션	일부 기금	40,000,000
합계			120,000,000



65) 동의보감

□ 상징적 의미

<동의보감>은 조선중기의 의사 허준이 지은 의서로 25권 25책에 이르는 방대한 분량이다. 이 책은 원래 1596년 허준이 선조의 명을 받아 편찬한 의서이다. 세종조에 편찬된 향약집방서와 의방유취 등 무려 240여종의 의서가 인용되고 있는 것으로 보아 당대의 의학지식을 모두 망라한 것으로 여겨진다. 허준 이전에도 의학서가 없던 것은 아니었지만 <동의보감>을 기점으로 비로소 우리민족의 종합적의 의학과 완성된 것이니 실로 역사적 의의가 높다.

조선시대를 통하여 임금을 모시는 어의는 무수히 많았지만 <동의보감> 같은 불후의 대작으로써 우리나라 의학사의 물꼬를 바꾸어놓은 그만한 인물은 없다. 사상의학의 최고봉인 이제마도 그의 명저 ‘동의수세보원’에서 한의학사의 뚜렷한 인물 셋을 뽑으면서 허준을 지목하였다. 허준은 여러 권의 의서를 썼지만, 그 중에서도 <동의보감>은 한국 의학사에서 독보적인 존재이다. <동의보감> 이후로 후대의 의학자들은 허준의 의학을 공부의 출발점으로 삼았다. 오늘날도 많은 사람들이 우리 의학을 이야기할 때면 늘 <동의보감>을 인용하곤 한다. 그만큼 우리 의학의 중심적인 책자이기 때문이다. 또한 <동의보감>은 우리나라에서 출간된 뒤로 청나라에서 무려 30 여 차례, 일본에서도 두 번 출간된 만큼 많은 관심을 예부터 받고 있다. 이는 <동의보감>이 동양의학의 보감이며 동양의학의 백과전서임을 잘 말해준다.

□ 상용화 방안

○ 현황

허준의 삶과 그의 저작인 <동의보감>에 대해서는 소설과 드라마를 통해 일반인들에게 많이 알려져 있으며, 17세기의 저술인 <동의보감>은 현재도 각 대학의 한의학과에서 정규과목으로 가르치고 있으며 허준과 <동의보감>에 대해서도 전문적인 학술 연구가 30여 년간 꾸준히 이어져 오고 있다. <동의보감>은 한의학의 역량을 대표한다고 볼 수 있을 만큼의 중요한 저작으로 그 명성은 가까운 일본과 중국에 널리 알려져 있다. 그러나 현재 중국에서는 자신들의 전통적인 의학을 중의학이라고 하며, 활발한 홍보와 연구를 통해 서양 의학에 대칭점으로 동아시아의 전통 의학의 기준을 자신들을 중심으로 재편하려고 하고 있다. 그리고 해외에서도 한의학

과 중의학의 구분이 모호해 모두 함께 중의학으로 치부해 버리고 있는 실정으로 앞으로 이러한 경향은 점차적으로 더 강화될 것으로 보인다. 그리고 중국은 한의학을 평가절하하며 그 고유성을 무시하고 있다. 그러한 면에서 <동의보감>은 오랜 동안 국제적으로 한의학이 가지고 있는 독자적 역량을 드러내는 위대한 유산으로 그 가치가 더 크다고 할 수 있다. 허준과 허준을 중심으로 하는 여러 가지 사업도 중요하지만 <동의보감>이라는 훌륭한 저작을 세계에 알리고 그 가치를 제대로 평가받는 일이 더욱 시급하다.



○ 정부 주관 사업

번역 사업 협조

허준은 <동의보감> 외에도 한글로 된 의서들을 지었으며, <동의보감>도 무조건적으로 대국인 중국의 것을 따르기를 거부하는, 이 땅에 살고 있는 사람들을 중심으로 생각하는 세계관이 바탕에 깔려있다. 이러한 <동의보감>에 담긴 허준의 사상을 살려 <동의보감>을 영어 등의 비한문어 권으로 번역하는 사업을 협조하고, 역으로 동-서양을 막론한 여러 의서들을 번역하는 사업 협조 및 뛰어난 성과를 낸 사람을 시상하여 내재적 역량을 기르고 국제적인 정보교환을 통해 지속적인 발전의 전기를 마련할 필요가 있다.



○ 정부 및 지방자치단체 주관 사업

허준박물관 및 한방 허브 육성

현재 서울 강서구에서는 1999년부터 10월 중순에 허준 축제를 개최하고 있으며, 얼마 전에는 많은 예산을 들여 허준 박물관을 건립해, 의성(醫聖) 허준에 관련된 전시와 함께 한의학을 직접 체험해 볼 수 있는 기회를 제공하고 있다. 강서구에서는 앞으로 계속적으로 막대한 예산을 투입해서 강서구를 한방 허브로 만들 계획을 가지고 있다. 정부에서는 이러한 사업에 체험위주의 프로그램의 및 시민들을 위한 교육 프로그램 강화에 협조하여 장기적으로 실효성 있는 사업이 될 수 있도록 해야 한다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 제작

기업에서는 어린이들을 위한 용품으로 의사놀이가 아닌 의원놀이 세트를 제작하여 판매할 수 있다. 그러나 각종 기구 중심인 서양 의사와는 달리 주로 손이나 침, 뜸 등을 이용하는 한의학은 어린아이들을 대상으로 하는 완구용품을 만들기에는 어려울 수 있다. 그렇지만 <동의보감>을 바탕으로 각종 약초를 배합하는 놀이라든가, 다양한 증상에 맞는 올바른 치료법을 찾는 게임 등을 만든다면 아이들에게 한의학에 대한 이해를 돕고 색다른 놀이로도 즐길 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	번역 사업	일부 기금	70,000,000
정부 및 지자체	허준박물관 및 한방 허브 육성	일부 기금	50,000,000
기업	상품제작	일부 기금	30,000,000
합계			150,000,000

66) 인삼

□ 상징적 의미

오가과에 속하는 인삼(人蔘)은 줄기나 잎은 가을이 되면 말라 죽지만 뿌리는 몇 년간 그대로 성장하는 다년생 반 음지성 식물이다. 한국에서 인삼은 삼국시대부터 공물이나 왕실의 재정확보를 위해 사용되었고, 고려 중엽에 이르러서는 인삼의 인공 재배법이 세계 최초로 한국에서 개발되면서 대표 수출 품목으로 그 명성을 떨치게 되었다. 인삼의 한방적 효능은 중초약학에서는 원기를 크게 보하고 폐를 튼튼히 하며 비장을 좋게 하고 심장을 편하게 해 준다고 전해지며, <본초강목>에서는 남녀의 모든 허증과 신체 허약을 신속히 회복시켜 주며 인체 오장육부를 보하여 준다고 전해진다. 그 외에도 인삼은 신경강장제, 바이러스나 인플루엔자 등에 대한 저항력을 증진 및 예방, 소화질환 개선, 체력 감퇴 개선, 당뇨병 개선 등등에 효과가 있다. 이러한 고려인삼은 현대 의학적으로도 인삼사포닌(ginsenoside), 폴리아세틸렌, 항산화활성 페놀계화합물, 간장 보호작용을 하는 고미신(gomisin-N,-A), 인슐린 유사작용을 하는 산성펩티드 등이 들어 있는 것으로 보고되고 있다. 특히 비사포닌 물질의 주된 성분으로 항산화 활성 및 암세포 증식 억제 활성성분인 페놀성분 및 폴리아세틸렌 성분이 다른 삼에 비해 고려인삼의 함유량이 많으므로 생리활성도 강하다는 점이 부각되고 있다. 이러한 탁월한 효능으로 인해 세계적으로 유통되는 6~7종의 인삼종 중에서 고려 인삼은 최고의 인삼으로 인정받고 있다.

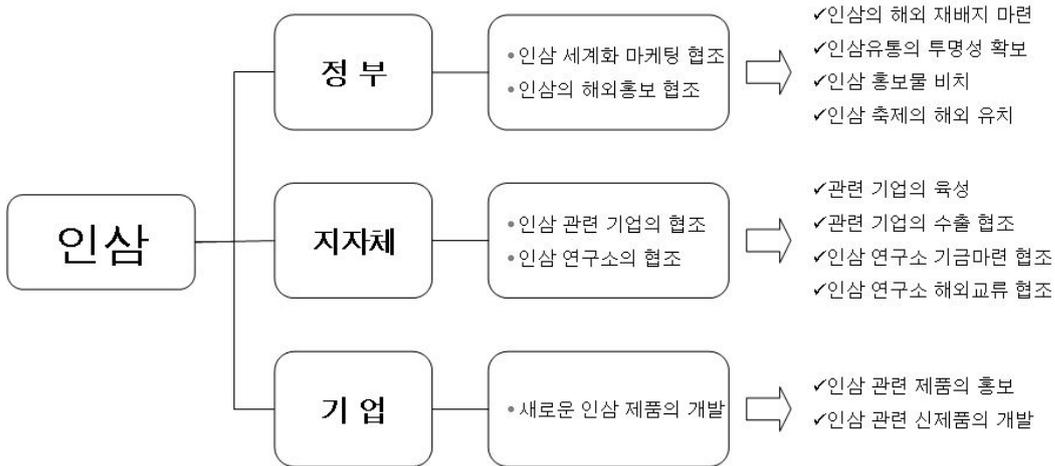
□ 상용화 방안

○ 현황

한국의 인삼은 오랜 전통과 뛰어난 효능을 가진 한국의 대표 건강식품으로 이를 세계화하기 위한 다양한 행사가 국내에서 진행되고 있다. 지역에서는 충남 금산 인삼엑스포, 파주 개성 인삼축제, 경북 영주 풍기인삼축제, 강원홍천인삼축제 등과 같은 인삼 관련 행사를 마련하여 국내외 인삼을 홍보하기 위한 장을 마련하고 있으며, 음성 인삼약초연구소, 중앙대 인삼산업연구소 등과 같은 인삼 관련 연구소는 인삼에 대한 연구와 산업화에 매진하고 있다. 그리고 기업에서는 인삼 엑기스, 인삼 절편, 인삼 사탕, 인삼 청국장 등등 인삼을 활용한 새로운 제품들을 생산하여 인삼의 대중화에 노력을 기울이고 있다. 그러나 인삼산업은 인삼 자체의 효능의 측면에서



는 월등하나 어린이들이나 외국인의 경우, 인삼 특유의 냄새와 향을 선호하지 않는다는 점과 생산의 측면에서 볼 때 좁은 땅에서 재래적으로 재배하다보니 원재료 가격이 비싸 저가의 서양 삼에 밀려 가격 경쟁력이 떨어진다는 점 등의 어려움이 있다. 이러한 국내 인삼산업의 단점을 개선하여 한국 인삼의 세계화를 위한 다양한 협조가 필요하다.



○ 정부 주관 사업

인삼 세계화 마케팅 협조

인삼은 다양한 제품으로 개발되어 국내 유통이 되고 있으나 이를 세계화하기 위해 인삼 마케팅의 과제가 남아있다. 국내 인삼산업의 문제는 재배지의 높은 단가와 한국 내 좁은 재배면적, 유통 상의 취약점 등으로 인해 해외 수출에 어려움을 겪고 있다. 이러한 점을 개선하기 위해 정부에서는 동북아 지역에 한국 땅과 비슷한 지질 구조를 닮은 부지를 선정하여 인삼 재배에 적당한 해외 부지를 확보해야 한다. 그리하여 인삼의 안정적인 확보와 재배 단가를 낮추어 인삼 제품화의 비싼 단가의 문제를 해결해야 한다. 더불어 인삼의 유통과정에서 발생하는 불법 중국산 인삼의 난립, 인삼을 제품화하는 과정의 투명성 확보 등등의 문제를 해결하기 위한 대책을 마련해야 한다. 이에 중부대 산학 협력단이 전국 최초로 인삼 생산의 표준화를 위해 노력하고 있다. 중부대는 금산군 소재의 청정인삼 농가를 생산관리 재배지로 선정하고 우수농산물관리제도(GAP)를 통해 인삼의 생산단계부터 수확 후 포장단계까지 토양, 수질 등에 잔류할 수 있는 농약, 중금속 또는 유해생물들의 위해요소를 관리함으로써 인삼 생산의 세계적 표준화에 매진하고 있다. 이러한 인삼산업의 마케팅을 강화하기 위해 노력한다면, 이는 해외에 한국 인삼 제품에 관한 신뢰도를 높

이고 인삼 제품의 품질향상에 효과적일 것이다.

인삼의 해외홍보 협조

인삼은 뛰어난 효능을 가진 한국의 대표 건강식품으로 세계화할 수 있는 부가가치를 지닌 한국전통식품이다. 정부는 이러한 인삼의 효능을 알리고 인삼 제품의 수출을 위한 해외 홍보에 주력해야 한다. 예를 들면, 인삼의 효능을 체계적으로 정리한 자료와 인삼 관련 업체 리스트를 합한 홍보물을 만들어 코리아센터와 같은 해외 소재 국가 홍보관에 비치하여 한국 인삼의 뛰어난 효능을 알려야 한다. 또한 국내에 열리고 있는 충남 금산 인삼엑스포, 파주 개성 인삼축제, 경북 영주 풍기 인삼축제, 강원 홍천 인삼축제 등과 같은 인삼 관련 축제를 협조하고 해외에서도 전시회를 열 수 있을 만큼의 국제 경쟁력을 가질 수 있도록 프로그램을 강화하여 해외에서 인삼 관련 전시회나 축제를 개최할 수도 있다. 이러한 인삼의 적극적인 홍보는 인삼 관련 산업의 활성화와 수출 증대는 한국 문화 축제의 세계적 위상을 떨칠 수 있는 기회가 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

인삼 관련 기업의 협조

인삼 산업과 관련된 지자체에서는 인삼의 생산과 제품화에 노력하는 인삼 관련 기업의 해외로 진출을 위해 협조해야 한다. 이에 관한 대표적인 사례로는 충청남도에서 추진하고 있는 '인삼산업 중·장기 발전대책'이 있다. 이 사업은 고품질 원료 인삼의 안정적 생산기반을 구축하고 새로운 수요를 창출하기 위해 인삼의 수출전진기지인 '금산국제인삼물류센터'의 건립 및 지역 내 소규모 인삼 생산, 유통, 가공업체의 공동 브랜드 개발과 품질 관리 등을 추진하고 있다. 또한 인삼 제품 기업 코인텍과 공동 개발한 인삼 원료를 이용한 기능성첨가제 "GE 510"을 상품화하고 해외 바이어를 금산으로 초청하는 국제인삼교역전을 정기적으로 열어 금산인삼의 우수성을 알리고 수출도 늘려 나가고 있다. 이 외에도 인삼, 약초에 대한 체계적인 정보를 제공하는 전문 홈페이지인 '인삼정보시스템'을 구축, 장기적인 인삼 원료의 안정적 공급을 위한 비무장지대(DMZ)나 북한 황해도에 대규모 인삼 재배단지를 조성하는 방안도 추진하고 있다. 이러한 지자체의 노력은 인삼이 효능 면에서는 뛰어나지만 가격이 비싸 세계 인삼시장에서의 시장 점유율이 해마다 떨어지고 있는 현실에서 인삼의 국제경쟁력을 강화하는 효과적인 대책이 될 것이다.



인삼 연구소의 협조

지자체는 인삼에 관한 연구와 국제화에 노력하고 있는 연구소에 대해 협조를 아끼지 말아야 한다. 인삼 관련 연구소는 국내의 인삼 산업의 활성화는 위해 다양한 프로젝트를 수행하고 있다. 충북 음성군의 ‘인삼약초 연구소’는 110ha 부지에 인삼 재배지와 연구 시설을 갖추고 인삼과 약초 관련 시험 및 연구는 물론 인삼 창업보육센터, 인삼 안정성 검사 센터도 설치하고 재배기술 보급 등의 사업을 추진하여 세척인삼 개발, 홍삼용 인삼저장기술 개발, 인삼 브랜드 개발 등 인삼 명품화 사업을 추진하고 있다. 중앙대학교 인삼산업연구소는 국내 대학 유일의 인삼 및 인삼산업 전문 연구기관으로, 인삼경작, 가공, 유통 및 상품화 기술개발을 비롯 인삼의 역사, 문화, 사회, 경제적 가치를 재조명하고 특히 지속적이고 체계적인 인삼산업 전문 인력 육성을 통하여 세계시장에서의 명성과 입지를 공고히 하기 위한 연구를 하고 있다. 중부대는 금산군 소재의 청정인삼 농가를 생산관리 재배지로 선정하고 우수농산물관리제도(GAP)를 통해 인삼의 생산단계부터 수확 후 포장단계까지 토양, 수질 등에 잔류할 수 있는 농약, 중금속 또는 유해생물들의 위해요소를 관리함으로써 인삼 생산의 세계적 표준화에 노력하고 있다. 지자체에서는 이러한 인삼 관련 연구소를 육성하기 위해 연구소 운영 기금 마련, 연구원 장학 지원, 해외 연구소와의 학술제 개최 및 해외 교류 지원 등과 같은 실질적인 방법을 실시한다면, 한국 인삼의 세계화 진출을 앞당길 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

새로운 인삼 제품의 개발

국내에는 인삼의 맛과 효능을 이용한 다양한 인삼가공식품들이 선보이고 있다. 전통적인 인삼엑기스와 절편, 원삼제품 외에도 인삼사탕과 양갱, 인삼이 들어간 커피와 청국장, 인삼 국수 등이 상품화 되어 있다. 인삼 특유의 쓴 맛 때문에 잘 먹지 않는 아이들을 위한 제품, 인삼 도너츠, 인삼 요구르트, 인삼 북어탕, 인삼 간장게장 등등 인삼을 이용한 한국 요리와 인삼 그라탕, 인삼 스프링롤, 인삼 찹쌀 팬 케이크, 인삼 연어 말이 등의 퓨전 인삼 요리도 개발되고 있다. 이러한 다양한 시도는 인삼이 약재로만 쓰이는 것이 아니라 다양한 제품과 요리를 통해 대중적인 식품으로 자리 잡을 수 있는 가능성을 보여준다. 이러한 식품의 국내외 소비를 이끌기 위한 적절한 홍보책의 마련과 레토르트 식품과 같은 제품 개발을 통해 손쉽게 소비자들이 찾을 수 있는 신제품의 개발 등의 노력이 필요하다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	인삼 해외 재배지 마련	사업 협조	30,000,000
	해외 홍보	일부 기금	15,000,000
	인삼축제 해외 유치	일부 기금	20,000,000
지자체	관련 기업 육성	발전 협조	25,000,000
	인삼 연구소	발전 협조	30,000,000
기업	인삼 관련 제품의 홍보	일부 기금	15,000,000
	인삼 관련 신제품의 개발	일부 기금	20,000,000
합계			155,000,000



67) 태권도

□ 상징적 의미

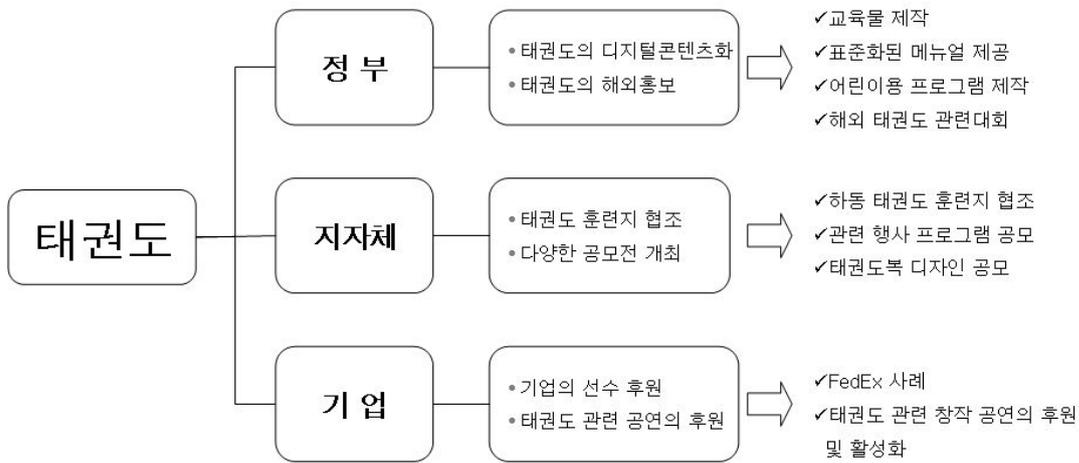
태권도는 손과 발을 이용하여 상대의 공격을 막아내거나 상대에게 타격을 주는 한국 고유의 전통무예이다. 수련을 통해 심신 단련을 꾀하고 강인한 체력과 굳센 의지로 정확한 판단력과 자신감을 길러 강자에게 강(強)하고 약자에게 유(柔)하며, 예절바른 태도로 자신의 덕(德)을 닦는 행동철학이기도 하다. 태권도의 연원은 고대 부족국가시대의 제천행사였던 영고·동맹·무천 때 체육활동으로 행해졌던 제전경기로, 이로부터 형성된 전통무술이 ‘택견’(태권도의 옛 이름으로 ‘수박(手搏)’이라고 칭함)에서 찾을 수 있다. 태권도의 가장 오래된 실증 자료는 고구려의 고분 가운데 하나인 무용총에서 찾을 수 있으며, 신라는 화랑도를 통해 학문을 닦는 한편 신체를 단련하고 무술의 하나로서 수박을 행했다. 고려시대에는 태권도를 수박 또는 수박희라고 했으며, 고려 의종(毅宗)은 이의민의 수박희를 가상히 여겨 벼슬을 올려주었다고 한다. 조선시대에 들어와서는 1790년에 이덕무·박제가가 저술한 <무예도보통지(武藝圖譜通志)>에 ‘권법’이라는 이름으로 태권도 기술이 도해로 기록되었다. 이후 일제강점기 태권도는 정책적으로 탄압받기도 했으나, 8·15광복 후 크게 보급·발전되기 시작하였으며, 1954년 고유 명칭인 ‘태권도’로 부르게 되었다. 이후 스포츠 경기종목으로 태권도는 인정받으면서 발전하여, 1980년 10월에는 모스크바에서 개최된 국제 올림픽 위원회 총회에서 경기종목으로 공식승인을 받아 1986년 아시아 경기대회에서 정식경기종목으로, 1988년 서울 올림픽 대회에서는 시범경기종목으로, 2000년 시드니 올림픽 대회에서 정식경기종목으로 채택되었다. 한국의 전통 무예에서 세계인의 스포츠로 발전한 태권도는 우리 무예 문화의 우수성을 입증하는 대표적인 예이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

태권도는 2000년 올림픽 대회 정식경기종목으로 채택된 이후, 전 세계인의 관심을 받으며 세계인의 스포츠로 발전하고 있다. 이에 세계적으로 태권도를 연마하려는 사람들의 증가 및 태권도 경기에 대한 인기가 늘어가고 있다. 이러한 흐름을 지속시키기 위해서는 스포츠로서의 태권도만을 알리는 방법이 아닌, 한국과 한국인이

함께해 온 태권도 문화를 알리는 일이 중요하다. 태권도에 담긴 정신과 태권도를 활용한 다양한 상용화 방안을 통해 태권도의 문화와 보급해야 할 필요가 있다.



○ 정부 주관 사업

태권도의 디지털콘텐츠화

태권도는 한국인의 무예정신이 담긴 문화의 상징이며, 세계인의 스포츠가 될 수 있는 가능성을 가지고 있다. 이를 더욱 보급하기 위해 한국의 뛰어난 IT기술을 바탕으로 태권도의 역사 및 운동방법에 대한 디지털콘텐츠화하는 일이 필요하다. 이를 바탕으로 어린이들을 위한 교육물 제작 및 해외에 표준화된 매뉴얼을 만들어 보급한다면 태권도의 전파하는 데 많은 도움이 될 것이다. 특히, 어린이들의 관심을 끌기 위해 게임 캐릭터에 태권도를 삽입한다던가, 태권도를 이용한 이야기 보급, 캐릭터 제작 등을 추진하여 자라나는 어린이들의 건강과 정서 함양에 도움이 되도록 노력해야 한다.

태권도의 해외 홍보 협조

태권도가 올림픽 정식경기로 채택되면서, 해외에서 다양한 태권도 관련 대회가 개최되고 있다. 그 사례로는, 제1회 남아프리카 태권도 선수권대회가 경우, 상대적으로 전문적인 교육 기회가 어려운 아프리카 태권도 선수들에게 정식 질적 발전을 이룰 수 있도록 태권도 아카데미에 인력 등을 협조할 수 있다. 가수 인비테이셔널 태권도 챔피언십은 한국의 국기인 태권도를 세계에 알리고 한인을 비롯한 다 민족간 친선도모의 장이 되고 있고, 뉴욕오픈 태권도 챔피언십 대회의 경우, 개회식을 부채춤 등 전통국악공연과 어린이태권도시범단의 설날 세배 인성교육 시범 등 문화행사



를 겸해 열리고, 대회를 후원하는 뉴욕aT센터는 한국음식 축제관을 마련, 1천명분의 한국음식을 제공하는 등 태권도와 함께 한류문화 전파의 장을 만들어 이러한 대회를 협조하여 한국 문화를 알리는 장을 만들 수 있다. 포트워스 국제태권도 대회 경우, 박원직 미 고단자협회 회장의 지휘 아래 태권도 정신을 미국인들에게 체계적으로 전수하기 위해 현재 알링턴 지역에 태권도 박물관 건립 또한 계획하고 있다. 이렇게 태권도 해외 태권도 대회 개최는 태권도의 전파 및 한국 문화를 알리는 축제의 장으로서 작용할 수 있으므로, 이를 위한 정부의 협조가 필요하다.

○ 지방자치단체 주관 사업

태권도 훈련지 협조

지자체에서는 올림픽 정식경기종목인 태권도의 기량을 키우기 위한 선수들의 훈련에 협조할 수 있다. 국내에서는 경남 하동군이 태권도 전지훈련장으로 각광받고 있다. 2004년 독일 청소년과 국가대표팀이 8박9일간 하동에서 전지훈련을 한 뒤 첫 메달을 획득하는 쾌거를 이뤘고 2005년에는 독일선수뿐 아니라 스페인 마드리드 태권도 선수단 22명이 12일간 훈련했다. 국내외 태권도 팀이 하동군을 전지훈련장소를 찾는 것은 하동의 경우 겨울에는 지리산에 막혀 찬 북서풍이 불지 않고 여름에는 강진만에서 불어오는 해풍이 지온을 상쇄하는 등 사철 스포츠 훈련장소로 최적의 요건을 갖춘 점도 태권도 팀 유치에 큰 역할을 하고 있다. 하동군은 훈련을 위해 방문하는 국내외 태권도 팀들을 위한 다양한 방법을 강구하여, 한국의 대표 훈련지로 육성하기 위한 협조를 아끼지 말아야 한다.

다양한 공모전 개최

시민들을 대상으로 한 다양한 공모전의 개최는 태권도에 대한 관심을 증대시키고, 태권도를 위한 정책 수립에 도움이 된다. 공모전의 예로는, 무주 태권도 조성에 대한 아이디어 공모, 세계 태권도 한마당 대회와 같은 태권도 관련 행사에 대한 프로그램 공모, 어린이용이나 패션요소를 첨가한 태권도복 디자인 공모 등이 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

기업의 선수 후원

기업의 태권도 선수 후원은 자라날 태권도 인재들의 미래를 위한 좋은 기회가 될

수 있다. 항공 특송 회사 FedEx가 외국계 기업 최초로 태권도 선수를 후원한 일은 이러한 태권도 후원 사업의 효시가 되고 있다. 이번 후원 프로그램은 페덱스 직원들의 팀워크와 스포츠맨십을 연결해 국내를 포함, 일본, 홍콩, 호주 등 7개 국가에서 각 지사가 선정한 스포츠 유망주를 3년간 후원하는 것으로 국내에서는 태권도 헤비급 국가 대표 남운배 선수를 선정, 3년간 후원하게 된다. 이는 태권도의 신속함과 팀워크를 바탕으로 한 스포츠 정신이 페덱스 직원들의 협업 및 빠른 배송서비스와 비슷한 점을 연결하여 기업 이미지 제고는 물론, 외국계 기업 최초로 개인 태권도 선수 후원을 통해 한국 전통 스포츠인 태권도의 위상을 전 세계적으로 널리 홍보하는 긍정적인 효과를 줄 것이다.

태권도 관련 공연의 후원

태권도의 새로운 활용과 이를 활용한 공연에 대한 협조가 이루어져 한국의 태권도를 더욱 활성화하기 위해 노력해야 한다. 태권도에서 유래한 신종 피트니스 ‘리권’은 이로울 리(利), 주먹 권(拳)의 합성어이자 ‘리듬 태권도’의 줄인 말이다. 태권도와 복싱을 바탕으로 한 태보가 90년대 미국에서 만들어진 서양식 퓨전 운동이라면 리권은 경원대 운동 처방학을 전공한 박중현(30)씨가 2003년 개발한 한국형 ‘태보’라고 할 수 있다. 상체 중심의 태보와 달리 리권은 하체를 더 강조한다. 우리 몸을 지탱하는 하체의 운동량이 많을수록 운동효과가 커지기 때문이다. 또 태보 등 에어로빅은 몸매 가꾸기나 다이어트에 치중하고 있지만 리권은 태극권이나 요가, 명상 등을 곁들여 정신 수양도 강조한다. 유산소 운동과 무산소 운동이 적절히 결합되어 있어 다이어트 효과를 얻으면서 근육도 키울 수 있으며, 지루한 러닝머신이나 웨이트 트레이닝보다 훨씬 재미있다는 것도 장점이다. 등이나 어깨 근육, 승모근 등 자주 사용하지 않는 근육을 사용하기 때문에 여성들이 몸매를 가꾸는 데도 도움이 된다고 한다. 또한 공연 속에 태권도의 요소를 결합하여 좋은 반응을 얻고 있다. 태권도와 무용을 결합한 태권무는 태권도 품세를 부드러움과 절도 있는 동작으로 엮어내 스포츠를 예술로 승화시킨 독특한 작품이다. 이 외에도 태권도 퍼포먼스 <더 문(The Moon)>이나 <점프>에서도 태권도 요소가 발견된다. 태권도를 활용한 다양한 공연의 활성화 및 보급은 스포츠로서의 태권도만이 아닌 한국의 문화를 알리는 긍정적인 효과를 가져 올 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	디지털콘텐츠화	일부 기금	30,000,000
	표준화된 매뉴얼 제공	사업 협조	15,000,000
	해외홍보	홍보	15,000,000
지자체	태권도 훈련지	개발 사업비	30,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	15,000,000
기업	기업의 선수 후원	일부 기금	20,000,000
	관련 공연의 활성화	일부 기금	20,000,000
합계			145,000,000

68) 씨름

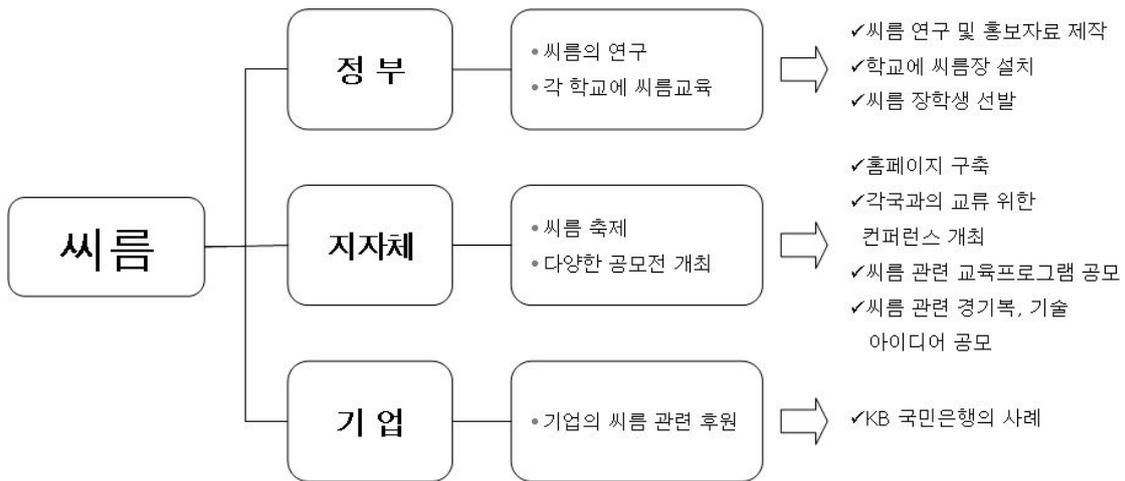
□ 상징적 의미

씨름은 두 사람이 상대방의 살바를 잡고 주심의 지시에 따라 서로의 기술과 힘을 겨루어 상대방의 신체부위 중 무릎 이상이 지면에 먼저 닿는 것으로 승패를 결정하는 경기를 말한다. 씨름은 한민족 5000년 역사와 그 맥을 같이한 민속경기로서 인간존중사상을 바탕으로 서민 속에서 성장하였으며, 격투기로 발전된 대부분의 운동과는 달리 화합과 단결을 추구하는 평화의 경기로 자리 매김 해왔다. 왜냐하면 씨름은 신체적으로 가장 가까운 거리에서 상대방의 중심을 무너뜨려서 승패를 결정하는 가장 인간적인 경기 방식을 가지고 있으며, 상대방에게 치명적인 상처를 주지 않으면서 다양한 기술과 힘으로 승패를 결정짓기 때문에 인본주의 사상에 입각한 가장 과학적이고 합리적인 스포츠라 할 수 있다. 씨름은 한민족 고유의 심오한 철학을 상징화시킨 민족혼의 스포츠로서 단순한 스포츠 이상의 의미를 가짐으로, 이를 후대에 보전하고 세계에 알리기 위한 노력이 필요하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

유구한 역사를 가진 민속씨름의 위상이 요즘 들어 크게 흔들리고 있다. 1500년 동안 전승되며 국기(國技)로 불리는 씨름이 각 단체의 내부 분열에 의해 대중들의 외면을 받고, 이런 분위기를 반영하듯 씨름 지망생이 급감하고 한때 8개에 이르던 프로씨름구단이 외환위기를 거치며 요즘은 한 개밖에 남지 않아 무너진 프로씨름일 뿐이다. 프로씨름대회가 불가능해지자 지난해부터 지자체 팀과 실업 팀 등이 참여하는 통합대회를 개최하고 있으나 이 또한 반쪽으로 갈라질 처지라 한다. 이는 씨름에 관한 체계적인 연구와 협조가 이루어지지 않았기 때문이다. 이에 반해 일본은 정부와 기업이 힘을 합쳐 스모와 이중격투기를 세계화하였다. 이제 국내외 씨름을 알리기 위한 적극적인 활동이 필요하다. 초, 중, 고등학교 운동장에 씨름장을 만들고 정규 교육 과정의 마련, 지방자치단체의 씨름관련 축제를 마련, 기업의 씨름 관련 후원 등 씨름을 살리기 위한 정부와 지자체, 기업의 노력이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

씨름의 연구 협조

씨름의 역사는 인류발생과 때를 같이한다고 볼 수 있으며, 우리의 씨름은 약 4세기 경 고구려 고분 각저총 주실 벽화에 씨름하는 장면이 있는 것으로 보아, 이미 삼국 시대 이전부터 행해졌다고 볼 수 있다. 고려시대에는 우리나라의 씨름이 최초로 문헌상에 기록된 시기로, 고려사 세가(高麗史世家) 36권에 의하면 '충혜왕 원년(元年) 1331년 3월에 국왕은 나라 일을 신하들에게 맡기고 매일같이 젊은 근시(近侍)들과 각력(角力), 즉 씨름을 하였는바 이때에 상하 예의가 없었다.' 라고 기록되어 있다. 조선시대에는 고려시대를 거치며 유흥과 오락의 일면을 보이던 씨름이 점차 마을과 마을의 대항전이나 풍년을 기원하는 숙원행사, 단오절 씨름놀이 등 연례적인 대규모 축제의 형식으로 자리 잡았으며, 조선왕조실록을 비롯한 김해읍지, 완당집, 경도잡지, 동국세시기 등의 문헌과 김홍도의 씨름그림, 유숙의 대쾌도, 기산의 풍속도 등에서 씨름에 관한 기록을 살펴볼 수 있다. 정부는 이러한 씨름의 역사를 체계적으로 정리한 연구 사업을 통해 한국씨름을 홍보하기 위한 기초자료로 활용해야 한다. 이러한 정부의 연구 협조는 씨름을 홍보할 책자와 다큐와 같은 미디어물 제작과 같은 다양한 사업의 자료로 이용될 수 있다.

각 학교에 씨름 교육 협조

한국의 씨름을 보존하기 위해서는 초, 중, 고등학교 수업 과정에 씨름을 보급하는 방안이 필요하다. 자라나는 학생들에게 씨름을 직접 체험하고 교육시키는 일은 씨름의 미래를 위해서 필수적인 일이다. 이를 위한 정부 협조의 예로는 씨름장을 설

치하려는 학교에 대해 지원금 제도의 실시, 씨름 관련 학생들의 장학금 지원, 운동회 종목에 씨름 대회 개설, ‘민속 운동회’와 같은 새로운 경기 대회 프로그램 개발, 씨름을 활용한 우수 교육 프로그램 시상, 씨름에 얽힌 역사 교육 등등 이 있다. 이러한 씨름 교육에 관한 정부의 지원책은 자라나는 청소년들에게 씨름을 알리고, 그 가치를 계승하는데 큰 도움이 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

씨름 축제의 협조

씨름 관련 축제로는 2005년 마산시민의 날 부대행사로 열린, 세계 민속씨름 축제와 충주 세계무술축제가 있다. 그 중에서 2005년에 열린 세계 민속씨름축제는 우리나라를 비롯하여 중국, 몽골, 터키, 스위스, 스페인, 뉴질랜드, 일본 등 모두 8개국에서 120여명의 선수단이 참가해 각국 고유의 경기방식으로 가진 시범경기과 우리나라와의 교환경기, 세계 민속씨름의 진수를 보여준 세계 장사 씨름대회, 각국의 이색적이면서도 화려한 민속공연 등등 다양한 부대 행사가 마련되어 많은 호응을 얻었다. 그러나 관련 홈페이지 구축과 같은 정보 시스템의 마련, 각국의 민속씨름단체와의 교류와 단결을 위한 컨퍼런스 개최, 씨름을 대중화하기 위한 전략 회의 등등 씨름축제가 안정적으로 지속되기 위한 다양한 프로그램의 협조가 필요하다.

다양한 공모전 개최

현재 지자체에서는 다양한 공모전을 통해 문화와 산업을 육성하기 위한 방안을 찾고 있다. 이에 한국씨름연맹과 같은 씨름 관련 단체에서는 씨름을 활용하기 위한 시민들의 적극적인 의견을 모아 씨름의 보급과 활성화에 다양하게 활용될 수 있도록 해야 한다. 예를 들면, 씨름을 홍보할 수 있는 기념품의 디자인에서부터 씨름의 홍보관 건립을 위한 건축 디자인, 어린이들에게 씨름을 친근하게 여길 수 있도록 하는 교육 프로그램 공모, 씨름에 관한 내용을 담은 역사물을 통한 교육 프로그램 공모, 씨름 경기복에 관한 새로운 아이디어 공모, 새로운 씨름 기술에 대한 아이디어 공모 등 씨름을 활용한 다양한 사업에 관한 시민들의 의견과 아이디어를 적극 모은다면 씨름에 대한 관심을 이끌어내어 민속경기 씨름에 대한 보존과 가치 계승에 도움이 될 것이다.



○ 기업 주관 사업

기업의 씨름 관련 후원

씨름연맹의 주수입원은 경기에 참여하는 팀별 가맹사의 회비와 주관방송사 KBS의 중계권료였으나, 최근 가맹사가 한 팀(현대 삼호중공업)으로 준 데다 지난해 KBS가 중계를 중단해 직원급여도 제대로 지급하지 못하는 등 재정난의 어려움을 겪었다. 이에 KB국민은행은 2006년 하반기부터 정규 씨름대회 공식 후원계약을 체결하고 남은 대회 명을 'KB국민은행 장사씨름대회'로 결정되었다. 이러한 KB국민은행의 결정은 민족 고유의 스포츠인 민속씨름을 살리는 것이 사회공헌을 통한 전통문화유산의 계승 및 발전의 밑거름이 된다고 판단해서이다. 이는 기업 이익의 사회 환원 측면에서 바람직한 사례라 할 수 있다. 씨름과 같은 우리 민족 스포츠를 보존하기 위한 기업들의 후원이 거듭된다면, 향후 씨름이 세계 속의 민속경기로 거듭날 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	씨름 연구	연구 협조	20,000,000
	씨름 홍보물 제작	제작 협조	15,000,000
	각 학교에 씨름교육	일부 기금	30,000,000
지자체	씨름 축제 홈페이지 구축	제작 협조	20,000,000
	씨름 축제 프로그램 개선	개발 사업비	30,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	15,000,000
기업	씨름 관련 후원	발전 기금	30,000,000
합계			160,000,000

69) 활(궁도)

□ 상징적 의미

한국의 활은 고조선의 단궁(檀弓)에서 시작되었으며 고구려의 맥궁(貊弓)은 동방의 명궁으로 소문났다. 그리고 고구려를 세운 주몽의 뜻이 ‘활 잘 쏘는 사람’을 뜻함은 널리 알려진 이야기다. 한국의 활은 단궁이자 복합궁으로 성능이 뛰어나고 사정거리가 멀다는 특징이 있다. 그리고 그 기원은 고조선에서 시작하여 그 맥은 삼국시대를 거쳐 조선시대까지 이어졌다. 조선시대의 각궁은 물소뿔, 소힘줄, 대나무, 뽕나무조각, 민어부레풀, 자작나무껍질 등을 사용해서 제작하였다. 활을 만드는 최적기는 년 중 10월부터 이듬해 3월까지이며 활을 만드는 공정 자체가 지극히 정교하여 완성되기까지 무려 4개월여가 걸린다. 보관 방법도 까다로워 습기를 피하여 늘 건조한 상태에 보관하여야 하는데 우리나라 온돌방은 각궁보관에 가장 적당한 장소이기도 하다. 화살은 죽시(竹矢)로 원래 이름은 유엽전(柳葉箭)이다. 몸체는 대나무로 만들며 오늬는 싸리나무, 깃은 꿩깃이다. 예로부터 활을 연습하기 위한 국가적인 공식 활터(射亭)가 존재하였으며 고려의 남량 사장이나 조선의 훈련원 사장이 그것이다. 그리고 국가 뿐 아니라 민간에도 곳곳에 활터가 있었다. 활터에서는 사원 상호간에 지켜야 할 예의와 규율이 엄격하였으며 이를 사풍(射風)이라고 하였다. 또한 활쏘기는 사례(射禮)라고도 하여 군자가 갖추어할 할 덕목 중에 하나이기도 하였다. 국제스포츠계에서 한국인의 활에 관한 뛰어난 능력은 널리 알려져 있으며, 사극 드라마의 인기에 힘입어 요즘은 궁궁에 대한 관심이 높아지고 있다.

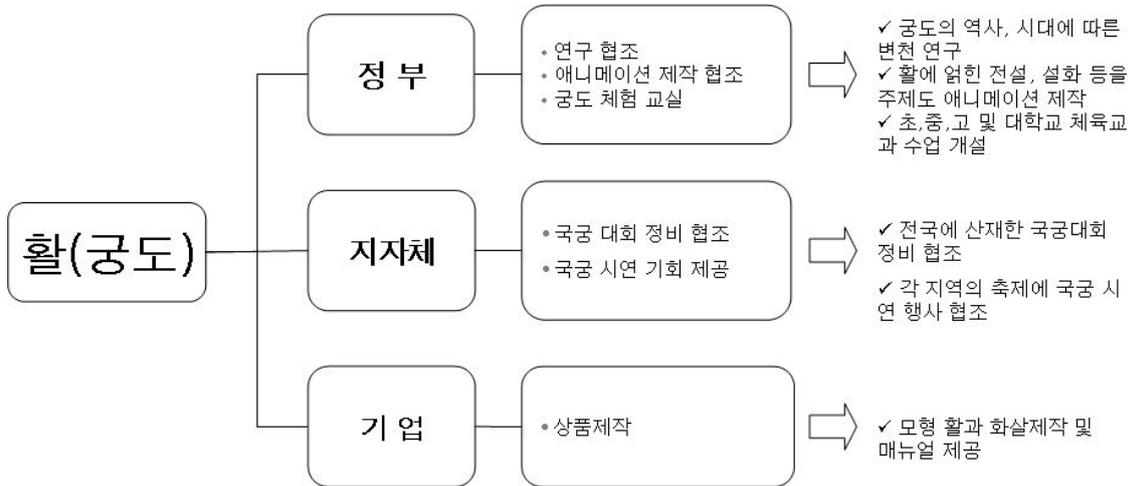
□ 상용화 방안

○ 현황

현재 대한궁도협회가 설립되어 있으며 각 지역마다 활터가 산재해 있고, 이들을 중심으로 여러 국궁대회가 각지에서 개최되고 있다. 그러나 홍보가 부족하여 일반인에게 관심을 받지 못하고 있으며 전통을 고수하는 면이 강해 상황 변화에 따른 대응이 부족한 것이 한계이다. 또한 대한궁도협회가 있지만 각 지방별 궁터들 사이에 상호 협력이 부족하여 대회나 단체가 흩어져 있는 것도 궁도의 발전에 걸림돌일 수 있다. 궁도는 오랜 전통을 가진 전통 무예의 하나이지



만 남녀노소를 불문하고 각종 스트레스로 심신이 약해진 현대인의 생활에 활력소로서의 전통기예로 손색이 없으므로 적극적인 홍보와 매뉴얼 개발 등을 통해서 현대인의 삶과 요구에 부응하는 방식으로의 진전이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

연구 협조

정부는 학계와 연계하여 국궁의 기원과 역사, 도구, 활을 쏘는 방법, 그리고 얽힌 이야기들을 체계적으로 연구하고 정리하는 연구를 협조하여 중국이나 일본의 궁술과의 차별화를 정립하고, 다양한 수준의 서적을 출간하여 전문가든 물론이고 일반인, 학생들도 쉽게 이해하고 따라해 볼 수 있는 매뉴얼을 개발, 제공할 수 있다. 이러한 사업은 한국의 국궁을 세계로 알리기 위한 기초자료로 활용될 것이다.

애니메이션 제작 협조

정부는 활에 관련된 어린이용 미디어물 제작에 협조하여 자라나는 어린이들에게 한국 전통의 국궁을 알릴 필요가 있다. 주몽을 비롯하여 활에 얽힌 우리나라의 인물들의 여러 가지 일화들을 재미있게 소개하는 애니메이션을 제작해서 어릴 때부터 우리의 전통 활에 대하여 관심과 친근감을 가질 수 있도록 유도한다면 한국 활과 국궁의 전통을 이어나가는 발판이 될 것이다.

궁도 체험 교실 협조

초·중·고는 물론이고 대학의 체육교과과정 궁도를 체험할 수 있는 기회를 제공한다면, 과거에 비해 체격조건은 좋아졌지만 심신이 약해진 학생들에게 평생에 걸쳐 지속할 수 있는 여가 생활이 될 수 있도록 궁도를 체험할 수 있는 기회를 제공할 수 있다.

○ 지방자치단체 주관 사업

국궁 대회 정비 협조

현재 진행되는 국궁 대회는 주로 동호인들을 중심으로 이루어져 활을 직접 쏘지 않는 일반인에게는 인지도가 낮은 편이다. 이에 국궁 대회가 좀 더 내실 있게 진행될 수 있도록 지자체는 각 지방의 국궁 관련 행사를 협조할 필요가 있다. 구체적인 방안으로는, 국궁 대회를 적극적으로 홍보하기 위한 ‘어린이 주몽 선발대회’와 같은 이벤트를 진행하거나, 일반인들도 손쉽게 국궁을 체험할 수 있도록 각 지방의 체육공원에 국궁 체험 장을 마련하는 방안이 있다.

국궁 시연 기회 제공

국궁과 관련한 각종 축제나 행사에 국내외 관광객들이 흥미 있게 참여할 수 있는 체험 프로그램을 개발·협조해야 한다. 구체적인 예로는, 전통 국궁의 의상을 입어보는 체험, 간단한 활 만들기 체험, 국궁 체험을 하면서 일정 점수 획득 시 선물 증정 프로그램 등등이 있다. 이러한 프로그램은 일반인들에게 잊지 못할 추억을 남겨주면서 외국인들의 경우, 해외로 나가 한국의 국궁을 알리는 문화사절단으로서 역할도 기대할 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

기업에서는 국궁을 보급하기 위한 활과 과녁을 어린이용 완구를 기획할 수 있다. 여기에 궁도에 대한 매뉴얼과 용어 등을 쉽게 설명한 책자를 첨가해서 단순히 활쏘기 놀이가 아닌 궁도의 역사 또한 인식할 수 있도록 한다면 한국 전통을 담은 의미 있는 상품이 될 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산
정부	연구	연구 협조	20,000,000
	애니메이션 제작	일부 기금	50,000,000
	궁도 체험 교실	일부 기금	20,000,000
지자체	국궁 대회 정비	일부 기금	30,000,000
	국궁 시연 기획 제공	일부 기금	20,000,000
기업	매뉴얼 제작	일부 기금	20,000,000
합계			160,000,000

70) 윷놀이

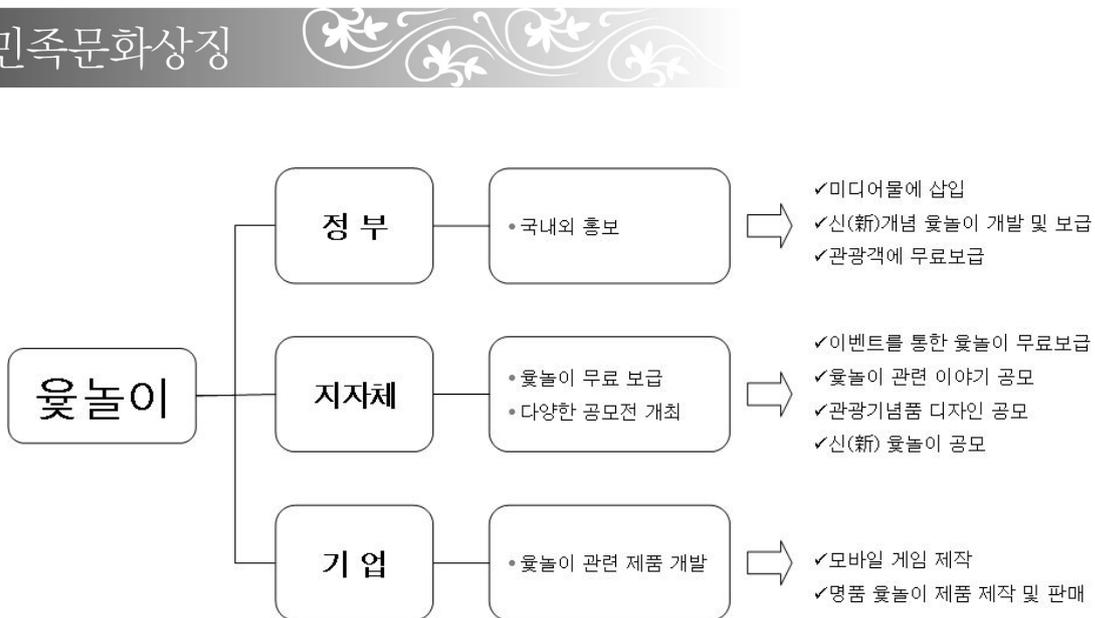
□ 상징적 의미

한국의 전통 민속놀이 가운데 가장 대중적이고 보편적으로 행해지는 것은 윷놀이이다. 윷놀이는 한자로 척사(擲柶) 또는 사희(柶戲)라 한다. 또 윷을 한자로써 나무 네 조각이란 뜻을 따서 사(柶)로 적었다. 중국에도 저포(樗蒲), 격양희(擊壤戲)가 있고 만주와 몽골에도 비슷한 놀이가 있으나 그 방식도 다르고 널리 유행하지도 않아, 윷놀이는 한국 고유의 놀이라 할 수 있다. 이러한 윷놀이의 시작은 조선후기의 실학자 이익은 “고려의 유속으로 본다”고 했으나 최남선은 그 기원을 신라시대 이전으로 추정했다. 하지만 신채호는 그 기원을 고대 부여에 두면서 각기 말, 소, 돼지, 개를 상징하는 제가(諸加)인 마가(馬加) 우가(牛加) 저가(저加) 구가(狗加)로 구성된 부여의 지배체계에서 윷놀의 기원은 시작되었다 한다. 그러나 어느 주장도 윷놀이의 원형이라고 단정하지는 못한 상태이다. 따라서 윷이나 윷판의 유래에 대한 연구와 함께 윷놀이를 한국의 보편적인 놀이 문화로 국내외 보급하기 위한 각 기관의 노력이 필요하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

정월대보름이나 추석과 같은 명절 때, 온 가족이 앉아 벌이는 민속놀이는 윷놀이가 대표적이다. 그러나 현대에는 인터넷의 발달로 컴퓨터 게임과 같은 거대한 게임문화의 확산으로 윷놀이와 같은 민속전통놀이는 청소년들의 관심을 받지 못하고 있다. 그러나 윷놀이는 남녀노소 누구나 참여가 가능하고 인원의 제한도 없으며, 간단한 게임 구성과 룰을 가지고도 다양한 변수를 즐길 수 있는 흥미로운 게임이다. 그 외에도 윷놀이는 열려진 판에서 벌어지는 놀이문화란 점에서 놀이를 통해 가족, 공동체 문화를 느낄 수 있는 많은 장점을 가진 놀이이다. 이에 최근 온라인 게임으로 유명한 한게임에서 개발한 온라인 윷놀이 게임 '신윷놀이'는 전통문화의 성공적인 디지털 콘텐츠화 가능성을 보여주는 예이다. 이러한 윷놀이의 현대적인 활용 외에도 윷놀이와 같은 건전한 놀이문화를 전국적으로 보급하기 위한 다양한 상용화 방안이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

윷놀이 국내외 홍보 협조

윷놀이의 장점은 윷과 윷판이라는 간단한 준비물과 놀이를 행하는 데 있어 장소에 구애받지 않는 점, 그리고 인원의 제한 없이 남녀노소 누구나 참여할 수 있으며, 쉬운 규칙을 가지고도 다양한 변수를 통해 흥미롭게 즐길 수 있다는 점이다. 정부는 이러한 윷놀이의 장점을 국내외 알리고 보다 많은 사람들이 윷놀이를 즐길 수 있도록 적극적인 홍보 방안을 수립해야 한다. 예를 들면, 국내 윷놀이를 사극이나 가족 드라마 등과 같은 미디어물의 소재로 넣어 흥미로운 이야기의 소재로 만든다면, 이를 시청한 시민들이 윷놀이에 관한 새로운 시각과 재미를 줄 수 있다. 또는 전통적인 윷과 윷판에 약간의 변형을 가해 윷놀이의 재미를 증가시킨 신(新)개념 윷놀이를 보급하는 방안도 있을 수 있다. 더불어 윷놀이의 해외 홍보를 위해서 한국을 방문하는 외국 관광객을 대상으로 공항이나 민속촌과 같은 공공장소에서 무료로 윷과 윷판, 각 나라의 언어로 번역된 윷놀이 매뉴얼을 함께 증정한다면 윷놀이를 알리는 효과적인 홍보가 될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

윷놀이 무료 보급

윷놀이는 보급하기 위한 지자체의 적극적인 방법으로 각 지역의 시청이나 구청에서 지역민들을 위한 문화사업의 일환으로 윷놀이를 무료로 보급하는 일이 있다. 설, 정월 대보름, 추석과 같은 명절에 지자체 차원에서 건전한 전통놀이문화를 보급하기 위한 문화 복지사업으로 윷놀이를 무료로 보급한다면 지역민들의 좋은 반응을 얻을

것이다. 이는 점점 줄어드는 율놀이에 대한 수요로 재정난을 겪는 율놀이 생산 업체에도 도움이 되는 정책이 될 수 있다. 무료 율놀이 보급의 방법은 동사무소 방문을 통한 선착순 지급 방법 또는 시, 구청 홈페이지에 명절에 얽힌 가족 이야기나 율놀이를 즐기는 사진 공모에 참가하는 지역민들에 한해 지급하는 방법 등등 다양한 이벤트를 통하여 지급할 수 있다. 이러한 시, 구청의 명절맞이 율놀이 무료 보급 행사는 지자체에서 지역민들에게 민속놀이문화를 직접 전파한다는 점에서 긍정적이고 바람직한 문화 복지사업의 예가 될 것이다.

다양한 공모전 개최

현재 지자체에서는 다양한 공모전을 통해 문화와 산업을 육성하기 위한 방안을 찾고 있다. 이에 전통 민속놀이인 율놀이를 대중적인 놀이문화로 정착시키기 위한 시민들의 의견을 적극적으로 모아 율놀이의 활성화를 이루어야 한다. 관광기념품으로 할 수 있는 옷과 옷판, 그리고 이를 담은 한국적인 패키지 디자인에서부터 옷의 모양을 모티브로 한 공공시설 및 건축, 어린이들에게 율놀이를 재미있게 즐기게 하기 위한 교육 프로그램, 옷을 소재로 한 전래 동화 및 이야기 공모, 율놀이의 전통 규칙에 새로운 아이디어를 첨가한 신(新) 율놀이 공모 등 시민들의 의견과 아이디어를 적극 모은다면 율놀이를 보급에 도움이 될 것이다. 이러한 공모전의 개최는 도민들의 관심을 이끌어내어 율놀이 문화의 파급과 전통놀이문화의 보존의 효과를 가져 올 것이다.

○ 기업 주관 사업

율놀이 관련 제품 개발

한게임에서 개발한 국내 유일 온라인 율놀이 게임인 '신 율놀이'는 율놀이를 디지털 콘텐츠화한 좋은 예이다. 이 게임에는 '다리 건너기', '복주머니 잡기' 등 다채로운 미션과 함께 춘향, 월매, 사또, 도령 등 개성 넘치는 캐릭터 말들을 넣어 아기자기한 그래픽과 익살스러운 음성으로 게임의 생동감을 극대화하여 많은 인기를 얻고 있다. 이에 나아가 성장해 가는 모바일 게임 산업에도 적용하여 모바일용 율놀이 게임을 제작할 수 있다. 이러한 율놀이의 디지털 개발 외에도 율놀이의 다양한 상품화 방안도 있을 것이다. 예를 들면, 고급스러운 목재로 만든 옷과 정교한 율놀이판, 한국 문화의 이미지가 드러나는 소재를 조각한 말과 놀이 방법에 대한 상세한 설명이 담긴 책자 등을 담은 명품 율놀이 패키지를 면세점에 비치하여 판매한다면, 외국인들이 찾는 관광기념품으로서의 손색이 없을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	국내외 홍보	사업 협조	15,000,000
	새로운 옷놀이 개발 및 보급	국가홍보에 삽입	10,000,000
	관광객에 무료보급	일부 기금	15,000,000
지자체	옷놀이 무료보급	공공시설 내 설치	20,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	10,000,000
기업	옷놀이 관련 제품 개발	일부 기금	30,000,000
합계			160,000,000

71) 서당

□ 상징적 의미

서당은 향촌 사회의 사설 교육기관으로서 초등 단계의 교육을 담당하는 곳으로, 고구려 소수림왕 2년(372)에 지방의 민간교육 기관으로 세워진 경당(扁堂)을 서당의 역사적 출발로 삼기도 한다. 그리고 지방 민간 교육기관으로서 서당의 역할은 조선 중기에 향촌사회에서 유학적 이념과 질서를 정착시키려는 노력이 결부되면서 점차적으로 그 사회적 의미와 중요성이 확대되었다. 그리고 17세기에는 사족(士族)들이 약화된 재기 기반을 강화하는 차원에서 서당을 중심으로 사족이 결합하는 측면이 보였다. 그러나 18세기에 이르면 비사족 중심의 서당 경영과 서당교재의 출현이 눈에 띈다. 서당의 형태로는 훈장을 초빙하여 자제교육을 맡기는 사숙 또는 독서당의 형태가 있었고, 문중에서 학계나 학전을 마련하여 운영하는 동계서당의 형태도 있었으며, 훈장이 생계유지를 위해 운영하는 자영 서당의 형태도 존재했다. 그리고 한편으로는 서당계의 형태로 운영되는 서당도 등장하였다. 대부분의 서당은 훈장, 접장, 생도로 구성되어 있었으며, 강독(講讀), 제술(製述), 습자(習字)의 분야로 교육을 진행하였다. 강독교재는 대개 천자문, 동몽선습, 통감, 사서, 삼경, 사기 등이었으며 조선중기 이후로는 자체적인 아동의 교재 개발과 보급이 이루어지기 시작했다. 조선말에 사회경제적인 모순으로 서당교육이 원활하지 못했으며 19세말 근대 교육의 전개와 일제강점으로 인해 많은 난점을 안게 되었다. 1918년 <서당규칙>의 공포로 통제를 받게 되었고, 1929년에 이르러 근대적인 개량서당이 출현하면서 전통교육의 활력을 잃게 되었다. 그러나 고난 속에서도 서당은 초등교육과 저항교육의 산실 역할을 해냈다고 말할 수 있다.

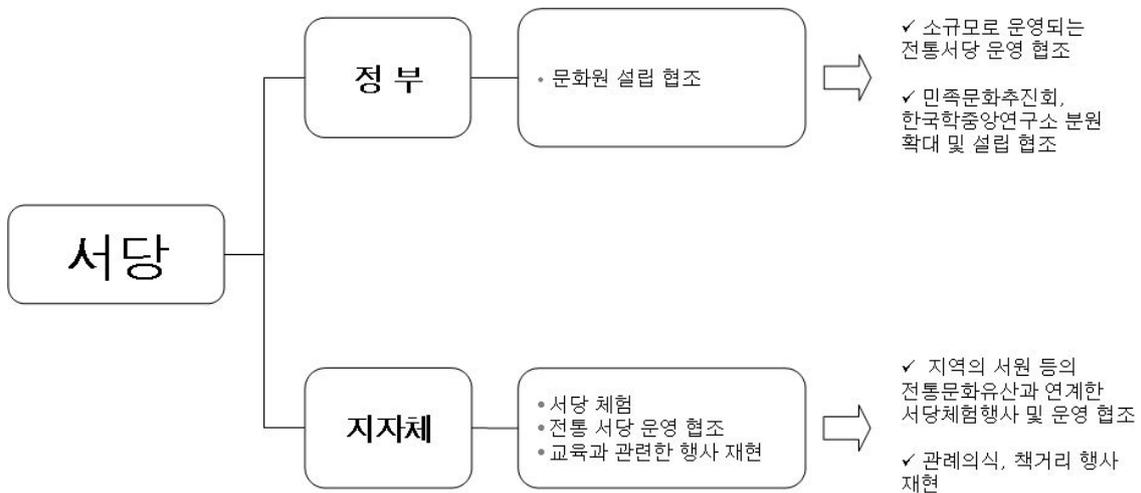
□ 상용화 방안

○ 현황

현재의 공교육 시스템은 한명의 교사가 다수의 학생을 가르치기 때문에 학생과 선생간의 거리감이 많이 존재하는 편이다. 이러한 이유로 선생과 학생의 관계는 지식을 전달하고 전달받는 관계로 한정되게 된다. 그에 비해 서당은 지역 공동체를 기반으로 하기 때문에 선생과 학생의 관계가 매우 가깝고, 이는 스승과 제자로의 관계로 발전할 수 있는 여건의 바탕이 되었다. 그러나 지역공동체가 와해되고, 서당의



주된 교육 과목이었던 한문으로 쓰인 경서들은 서양식 교육체제가 들어오면서 점차로 사람들에게 잊혀졌다. 그러나 얼마 전부터는 우리 문화에 대한 관심이 높아지고 서양식 교육이 한계에 부딪치면서, 그 한계를 극복하기 위해 인사동이나 여전히 전통성이 강한 안동 등의 몇몇 지역을 중심으로 단순한 지식의 함양이 아닌 전인적 교육으로서 서당 교육이 새롭게 모색되고 있다. 그러나 아직은 저변이 충분한 것은 아니며 청학동등을 중심으로 한 서당은 방학동안 이색적인 체험정도로, 어린 학생들을 대상으로 하는 캠프와 같은 형식으로 이루어져 왔다. 앞으로 교육 방식의 다양성을 보장한다는 측면에서 어린 학생들을 대상으로 하는 서당교육을 통해 한문과 전통적인 서당 교육이 갖는 전인적인 인재양성 교육관의 초석을 마련해야 할 필요가 있다.



○ 정부 주관 사업

문화원 설립 협조

현재 서당과 비슷한 개념의 교육 기관들이 인사동과 각 지역에 산재해 있다. 그러나 대부분 개인 자격으로 서당을 만들고 유지하고 있어 매우 규모가 협소하고, 홍보가 잘 되지 않아 학생 수가 많지 않다. 또한 교과과정도 다양하지 않는 단점도 있다. 정부에서는 이렇게 전통 교육방식을 고수하는 여러 곳에 홈페이지 구축이나 적절한 장소를 협조하고, 현재 교통이 불편해 찾아가기가 힘든 민족 문화 추진회나 한국학중앙연구소의 분원을 교통이 좋은 종로 등에 만들 수 있도록 협조해서 어린 학생들을 대상으로 하는 수업에서부터 보다 수준 높은 한문학을 배우려는 사람들에

게까지 다양한 사람들에 요구에 부응하도록 협조할 필요가 있다.

○ 지방자치단체 주관 사업

서당 체험 협조

현재 서당의 교육을 경험할 수 있는 단기 프로그램이 곳곳에 시행되고 있다. 이러한 프로그램은 사교육에 길들여진 학생들과 학부모들에게 방학동안 만이라도 천자문 교육과 예절 교육을 경험할 수 있어 좋은 호응을 얻고 있다. 지자체에서는 이러한 서당 교육 체험이 보다 활성화될 수 있도록, 관련 교육 기관에 지속적인 발전기금 협조를 통해 한국 교육의 전통을 이어나가야 한다.

전통 서당 운영 협조

지자체는 한옥마을과 연계해서 한옥체험도하고 한문도 배우는 서당을 설립하여 초·중·고 외에도 대학생, 일반인에게까지 배움의 기회를 제공할 수 있다. 이러한 교육이 이루어질 장소로는, 기존의 관리가 소홀하여 퇴락한 전통 종가집 등을 활용하는 방안이 있다. 지자체는 이러한 종가집이 교육 장소로 변모하기 위한 리모델링 산업에 협조하고, 각 학교에 이러한 서당 체험 공간에 대해 적극적으로 홍보하는데 지위하여 정기적이 교육 프로그램의 하나로써 정착시키기 위해 협조해야 한다.

교육 관련 행사 재현

지자체는 각 지역 마다 청소년들의 관례를 치르는 행사를 주관하여, 장미나 향수를 선물하는 관습이 팽배한 요즘 젊은이들에게 새로운 대안을 제시할 수 있다. 이는 서울에서만 상징적으로 시도되고 있는 관례행사를 종가집이나 향교 등에서 치러 지역 청소년들에게 한국적인 의식을 심어주는 방법이 있다. 또한 책이나 교과과정이 하나 끝날 때 마다 스승에게는 감사를 전하고 학생 스스로는 자신의 학문이 점차로 깊어지는 것을 자축하며 치르던 책거리 행사 등을 재현하거나 찾아가는 서당을 운영하여 방과 후 교실을 이용해서 서당교육의 일부분을 응용한 특별수업을 제공하는 프로그램들을 마련한다면 서당의 긍정적인 면을 현대의 학생들에게 전할 수 있을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	문화원 설립	일부 기금	60,000,000
지자체	서당 체험	일부 기금	30,000,000
	전통 서당 운영	일부 기금	35,000,000
	교육과 관련한 행사 재현	행사 협조	25,000,000
합계			150,000,000

72) 한석봉과 어머니

□ 상징적 의미

본명 한호(韓濩; 1543~1605)는 본명보다 ‘한석봉’으로 더 알려진 조선 중기에 활약한 문신이자 명필로 석봉(石峯)은 그의 호(號)가 된다. 본관은 삼화(三和)이고, 1567년(명종 22) 진사시에 합격하여 1599년 천거로 사어(司御)가 되었으며 가평군수·흡곡현령·존숭도감서사관(尊崇都監書寫官) 등을 지냈다. 글씨를 잘 써서 국가의 여러 문서와 명나라에 보내는 외교문서를 도맡아 썼으며 선조(宣祖) 임금의 특별한 사랑을 받았다. 글씨가 뛰어나 왕세정(王世貞)·주지번(朱之蕃) 등 중국인들로부터 극찬을 받았다. 그의 글씨는 짜임새가 좋고 필력이 있어 일세를 풍미하였고, 그로부터 국가의 문서를 다루는 사자관의 특유한 서체가 생길 정도로 후세에 큰 영향을 미쳤다. 특히 그가 1583년에 완성한 ‘석봉천자문(石峯千字文)’은 조선 천자문의 표준이 됐고 왕실과 사대부가 뿐 아니라 전국 각지 서당으로 퍼져나갔다. 그런데 한석봉이 조선 최고의 명필로 성장할 수 있었던 데에는 어머니의 헌신이 지대한 영향을 미쳤다는 이야기가 전하는데 자만에 빠진 아들을 교육시키기 위해 캄캄한 어둠 속에서 어머니는 칼 들어 떡을 썰고 아들은 붓 잡고 글씨를 쓰는 내기를 한 후, 내기에 진 아들을 낚아채기 하여 다시 글씨 공부에 전념하도록 만들었다는 이야기가 그것이다. 이러한 일화가 전하듯, 한석봉의 어머니는 어려움 형편에서도 아들의 자질을 믿고 이를 성장시키기 위한 각고의 노력을 아끼지 않았다고 한다. 한석봉과 그 어머니의 이야기는 중국의 ‘맹모삼천지교(孟母三遷之教)’와 비견되는 한국 어머니의 교육상을 상징한다고 할 수 있을 것이다.

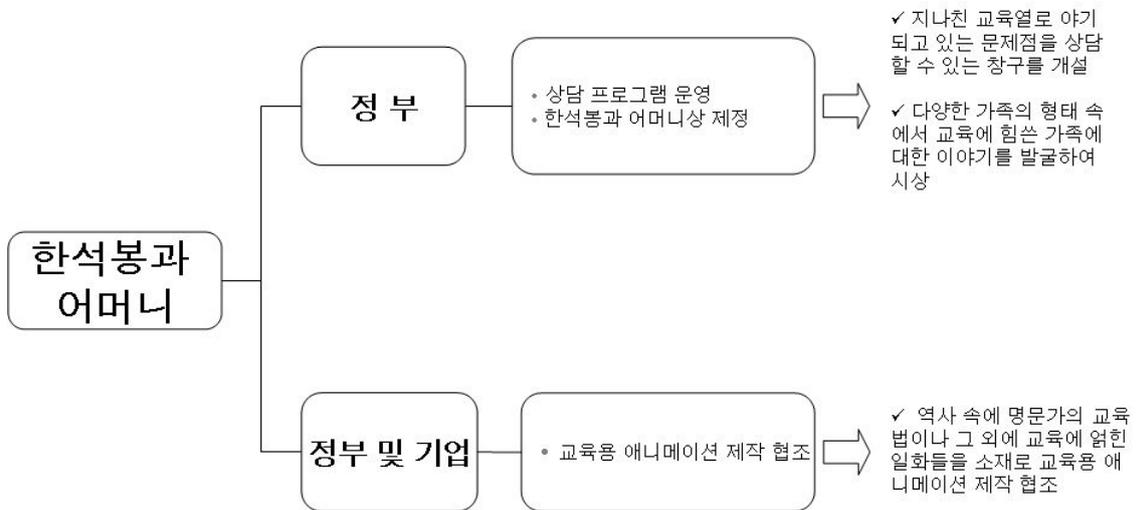
□ 상용화 방안

○ 현황

한석봉과 그 어머니에 대한 이야기는 이미 널리 알려진 이야기이다. 그리고 한석봉의 어머니가 가진 강인함과 희생정신, 그리고 어려운 현실에도 굴하지 않고 열심히 노력하여 훌륭한 업적을 성취한 한석봉은 이야기는 자연 자원이 척박하여 인적 자원이 그 무엇보다 더 중요했던 이제까지의 한국의 교육을 상징하는 모델이라고 할 수 있다. 그러나 앞으로는 여기에서 한걸음 더 나아가 자식과 부모간의 대화를 통한 원활한 의사소통이 가능한 민주적인 방식으로의 교육 방향의 전환이 이루어져야



할 것이다. 그 외에 석봉 한호에 대한 연구는 그의 서예작품을 중심으로 이루어져 왔으며 그에 따른 연구서와 전시회와 관련한 도록 등이 출간되어 있다.



○ 정부 주관 사업

상담 프로그램 운영 협조

현재 취학 전 아동을 비롯하여 많은 학생들이 과열된 교육열과 경쟁으로 인하여 많은 스트레스에 시달리고 있으며 이에 따른 여러 가지 정신적·육체적 질병을 앓고 있다. 그리고 이는 지나친 경쟁의식으로 아이의 재능이나 욕구는 무시하고 무조건적인 교육을 시키는 부모들로부터 야기되는 경우가 많다. 이에 정부는 학생들은 물론 부모들에게 올바른 교육관을 이해시키고, 교육 문제와 관련한 상담프로그램을 만들어 협조하기 위해 상담 프로그램을 진행할 필요가 있다. 그 이름을 ‘한석봉와 어머니’이라 붙여 학생들에게는 학업과 관련한 여러 가지 고민을 상담을 수시로 받을 수 있는 제도를 기획할 수 있다. 정부에서 실시하기 때문에 각 학교와 연계망을 구축, 전국적인 학생 복지 프로그램으로 활성화시킨다면 원하는 학생이 언제든지 고민을 상담 받을 수 있고, 여기에서 얻은 많은 상담사례들과 자료를 교육정책 반영하여 프로그램을 체계화하는데 기여할 수 있을 것이다.

한석봉과 어머니상 제정

정부에서는 아이를 쉽게 버리고, 아이를 낳지 않는 풍토가 널리 퍼져있는 요즘과 같은 때에, 어려운 상황 속에서도 서로 아끼고 살아가는 가족의 이야기를 소개하고 이를 ‘한석봉과 어머니상’이라는 이름 아래 시상하는 방안을 기획할 수 있다. 수상

자에게는 장학금을 협조를 통해 실질적인 혜택을 주고, 책임감 있는 부모와 힘든 삶을 스스로의 의지로 개척해나가는 가족들의 훈훈한 사례를 국민들에게 전파함으로써 긍정적인 효과를 가져 올 것이다.

○ 정부 및 기업 주관 사업

교육용 애니메이션 제작 협조

요즘 우리나라의 전통적인 명문세가의 교육 방법을 담은 책이 출간되는 등 전통적인 교육 방식의 장점을 취하려는 시도가 있었다. 이러한 시도는 현재 사교육에 집중되어 있는 교육 문제에 대한 대안을 모색하려는 시도이기도 하다. 이에 한석봉과 어머니를 비롯하여 과거 우리의 역사 속에서 훌륭한 교육 방법으로 자식을 뛰어난 인물로 길러낸 일화들을 애니메이션을 만들어 보급한다면 보다 많은 사람들이 우리 조상의 교육철학을 쉽게 접할 수 있을 뿐더러, 이를 통해 새로운 교육의 대안에 대한 국민들의 의견을 들을 수도 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	상담 프로그램 운영	일부 기금	50,000,000
	한석봉과 어머니상 제정	일부 기금	40,000,000
정부 및 기업	교육용 애니메이션 제작	일부 기금	60,000,000
합계			150,000,000



73) 선

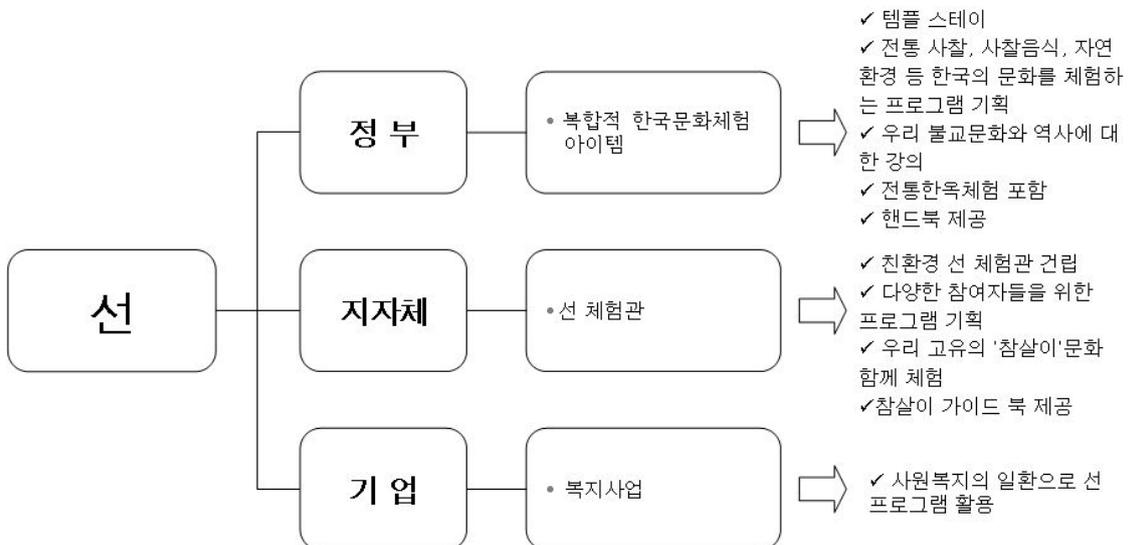
□ 상징적 의미

지금까지 세계는 모든 사회구성에 있어서 '서양식'이 주류가 되어 왔던 것이 사실이다. 서양의 문화가 동(動)적이라면, 동양의 문화는 정(靜)적이라고 할 수 있다. 웰빙과 함께 떠오른 요가가 그렇고, 선 또한 정적인 동양의 문화를 고스란히 담고 있는 것이라 할 수 있다. 웰빙이라는 세계적 관심은 동양과 서양의 문화적 관심을 한층 끌어 올렸으며, 모든 분야에서 서양의 문화가 주류를 이루던 분위기에서 벗어나 동양의 문화가 각광받는 시대를 열었다고 할 수 있다. 그 대표적인 예 중의 하나가 바로 선(禪)이다. 불교의 중요한 수행방법인 선은 바쁜 일상 속에서 정신적 휴식과 더불어 자기 성찰의 기회를 제공한다. 이 점에서 동·서양을 막론하고 뜨거운 관심을 받고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 선에 대한 특별한 프로그램은 찾아보기 힘들다. 그러나 웰빙 열풍으로 선에 관한 관심도는 높아져 있는 상태라고 할 수 있다. 그러나 안타깝게도 일본의 'ZEN'으로 인해 선이 마치 일본의 고유문화인 양 인식되고 있어, 선과 우리 고유 참살이 문화를 연결시킨 한국적 선문화의 정립이 요구되고 있는 시기이다.



○ 정부 주관 사업

복합적 한국문화체험 아이템

불교의 문화를 이해하는 것은 한국 역사의 흐름 중 큰 줄기를 이해하는 것이라 할 수 있다. 그런 의미에서 선(禪)을 포함하고 있는 템플 스테이는 한국문화를 직접적으로 느낄 수 있는 프로그램이 될 것이다. 또한 템플 스테이는 웰빙이라는 세계적 트렌드에 부합하는 전통 사찰음식을 체험할 수 있는 기회를 준다. 그리고 자연이 하나로 융합된 우리 산사의 자연환경과 아름다움은, 고색창연한 전통 사찰 건축과 더불어 자연의 품으로 회귀하기를 꿈꾸는 수많은 사람들에게 신선한 호흡을 제공할 것이다. 이처럼 전통 사찰에서 한국의 전통문화를 느끼고 체험하고, 아름다운 자연으로 둘러싸인 산사에서의 일상을 통해 몸의 휴식도 취할 수 있는 템플스테이 프로그램은 한국의 진정한 '아름다움'을 느낄 수 있는 프로그램이라 할 수 있다.

현재 각 지역의 규모가 있는 사찰에서는 자발적으로 템플스테이 프로그램을 진행하고 있다. 또한 한국불교문화사업단에서는 전국적으로 템플스테이 프로그램을 볼 수 있는 서비스를 제공하고 있다. 이를 단순히 사찰에서 며칠 머무는 것이 아닌, 한국을 대표하는 하나의 '문화'로서 정착시킬 필요가 있다.

그러기 위해서는 먼저 한국과 불교, 그리고 선이 어떠한 연관성을 지니고 있는지에 대한 강의가 필요하다. 이는 참여자들로 하여금 자신들이 참여하고 있는 프로그램의 정체성에 대해 한 번 더 생각할 기회를 제공하고, 한국의 정신문화에 대한 이미지를 확립할 좋은 기회로 만들 수 있을 것이다. 템플스테이라는 아이템이 산사의 문화를 체험하는 프로그램이지만 한국의 문화를 체험하는 프로그램으로서 자리하도록 하려면 한국의 문화를 복합적으로 체험할 수 있는 기회를 제공하는 것이 좋을 것이라 생각된다. 또한 참여자들에게 앞에 언급한 강의 내용을 포함한 문화적 요소들을 설명하는 핸드북을 제공하고, 적절한 상품을 기념품으로 제공한다면 한국에서의 체험을 단순한 경험이 아닌, 소중한 추억을 소장할 수 있는 기회까지도 제공할 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

선 체험관 건립 및 운영 협조

보통 '선'이라는 말보다 'ZEN'이라는 말이 더 익숙하다. 'ZEN style'이라는 단어가 있을 정도로 선은 일본의 문화적 아이템의 하나로 자리 잡고 있다. 그러나 선은 일본의 고유문화가 아니다. 우리만의 한국적인 '선 문화' 정착이 필요한 시점이다. '선 체험관'을 건립하고 여러 가지 프로그램을 운영한다면 한국적 선 문화 정착의 선두에 설 수 있을



것이다. 자연이 잘 보존되어 있는 곳에 친환경 소재를 이용하여 선 체험관을 짓고 선 체험 프로그램을 운영하는 방안을 기획할 수 있다. 그 구성 프로그램의 예로는 어린이들의 수련회 프로그램, 기업이나 회사의 직원 프로그램, 가족단위 참여자들을 위한 프로그램 등 다양한 소비자들을 위한 프로그램이 있을 것이다. 선 체험 프로그램은 ‘웰빙’과 ‘휴식’을 목적으로 하여 명상과 가벼운 운동, 사찰음식 체험, 천연염색 체험 등을 포함시켜 체험관을 찾은 사람들에게 충분한 휴식을 제공하는 것은 물론, ‘한국적인 선 문화’를 단순히 ‘선’에만 국한된 것이 아닌 참살이를 위한 복합적인 문화로 만들어 나가야 할 것이다. 우리 고유의 참살이 문화를 함께 소개 하고 체험하는 프로그램을 만듦으로서 우리문화에 대한 관심을 높이고 더불어 대중들의 활용을 높일 수 있도록 해야 한다. 또한 선 체험관을 찾는 사람들에게 선과 참살이에 관한 가이드 북을 선, 음식, 천연 염색 등에 대한 내용으로 구성하여 제공한다면 일상으로 돌아간 후에도 책을 활용하여 선을 해 보고 우리의 참살이 문화에 관심을 갖는 등 우리 문화를 알리는 데도 기여할 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

복지 사업 협조

외국 기업들을 보면 회사 내에 헬스클럽을 운영한다거나 심리상담가를 고용하여 사원들의 육체적·정신적 건강을 관리해 주는 예를 어렵지 않게 볼 수 있다. 최근 들어서는 우리나라에도 이러한 시스템이 사원복지의 일환으로 확산되고 있는 추세이다. 이러한 복지 시스템의 일환으로 ‘선’ 프로그램을 만들어 짧은 시간을 이용해 정신적으로 휴식을 취할 수 있는 공간과 시간을 마련해 준다면 사원들의 건강과 생산성 향상 등의 효과를 함께 누릴 수 있을 것으로 생각된다. 또한 한국적인 선 문화를 자연스럽게 생활 안으로 끌어들이 수 있기 때문에 우리문화의 홍보 효과도 거둘 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	템플스테이	일부기금	50,000,000
지자체	선 체험관	일부기금	50,000,000
기업	회사 내 ‘선 센터’	프로그램 기획	20,000,000
합계			120,000,000

74) 미륵

□ 상징적 의미

미륵은 불교 전파의 경로를 타고 보급되었다. 따라서 불교가 전래된 곳에는 미륵상생과 미륵하생의 신앙이 소개되었다고 할 수 있다. 미륵은 산스크리트어 Maitreya의 음역으로써 미륵보살은 석가모니 부처가 멸한 후 56억 7천만년 후에 하생하여 성불하고 용화세계에서 대중을 교화하기로 예정된 미래불이다. 미륵신앙은 미륵이 거하는 도솔천으로의 상생(上生)을 염원하거나 도솔천의 미륵이 인간세상으로 하생(下生)하기를 바라는 것으로 대별된다. 우리나라의 미륵 신앙의 역사를 보면, 미륵불상을 조성했던 고구려, 미륵사를 창건한 백제, 그리고 미륵불의 화신으로 여겨진 신라의 미시랑과 용화향도(龍華香徒)로 불린 김유신의 낭도들의 경우 등을 통해 미륵신앙의 유행과 관심을 이해할 수 있다. 그리고 <삼국유사>에 수록된 미륵과 미륵불상에 관한 설화 역시 당시 미륵신앙의 유행을 보여 주고 있다. 고려 말의 미륵하생신앙은 미륵불이 하생하여 용화수에서 교화할 때 거기에 참여하기를 발원하며 향목(香木)을 해변 가에 묻어두는 풍속에서 잘 드러나며 이를 실증해주는 것이 매향비(埋香碑)이다. 조선시대에도 미륵신앙은 대중들에게 계속되었고, 미륵신앙을 바탕으로 증산계통의 미륵불교나 금산사의 미륵불 신앙과 결부된 서백일의 용화교 등은 대표적인 한말 이후의 신종교이다. 미륵은 한국의 보통사람들이 염원하는 아직 오지 않은 미래에 대한 기대와 희망의 상징이다. 그리고 현실의 질곡과 고통을 이겨내게 하는 삶의 원동력이었다. 따라서 미륵은 불교신앙의 울타리를 넘어 생활 속에 파고든 민중 신앙이 될 수 있었다. 미륵을 이해하는 것은 곧 현실의 삶의 고통을 미래에 대한 희망의 에너지로 승화시키며 이겨냈던 한국인의 저력을 이해하는 것이다.

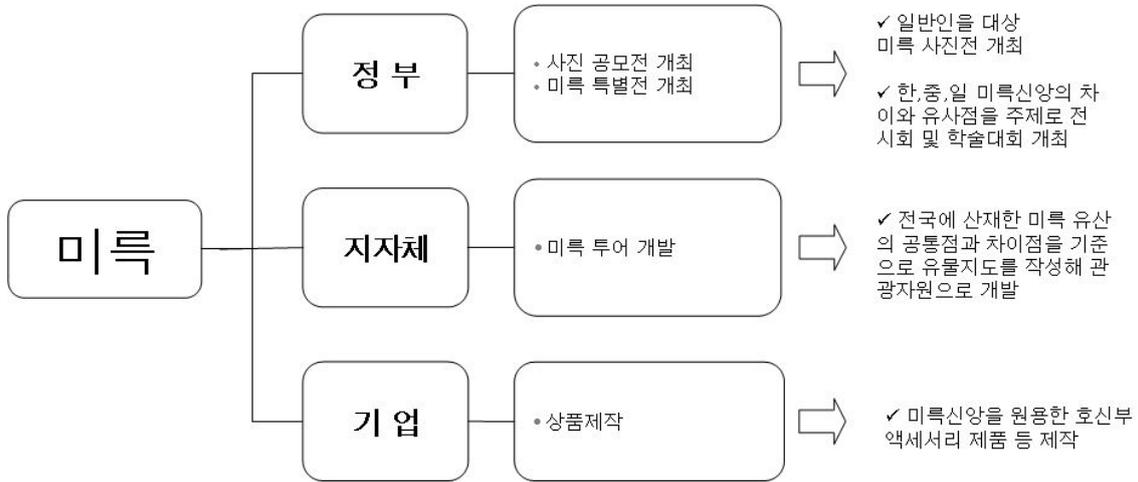
□ 상용화 방안

○ 현황

긴 역사 속에서 한국인에게 중요한 의미가 되었던 미륵신앙은 그와 관련한 많은 정신적, 물질적 유산을 남기고 있으며, 그러한 미륵신앙의 유산이 각 사찰이나 명산들에 돌미륵이나 목조상, 금동불들로 많이 남아 있다. 특히 운주사 등 미륵의 성지로 알려진 사찰은 다종다양한 미륵불의 존재로 사찰의 신비로운 분위기가 고조되고 있



어 종교와 관계없이 많이 사람들이 찾는 명소이다. 또한 미륵에 대해 연구한 많은 결과물들이 출간되어 있으며, 미륵에 관련한 전시회도 많이 열려 사람들의 높은 관심을 반영하고 있다.



○ 정부 주관 사업

사진 공모전 개최

주5일 근무가 확대되고, 휴식에 대한 중요성이 강조되면서 국내 여행에 대한 관심이 높아지고 있으며, 디지털 카메라가 광범위하게 보급되면서 누구나 사진을 찍는 것을 즐기고 개인의 개성이 담긴 사진들을 미니홈피나 블로그 등을 통해 공유하고 있다. 이러한 경향을 반영하여 정부는 미륵에 대한 일반인 대상 사진전을 열어 국민들에게 미륵에 대한 의미를 환기시킬 수 있다. 그 방법은 미륵과 국내의 명소를 찍은 사진들을 출품하도록 하고, 여기서 모아진 작품들을 각 지자체와 연계하여 각지의 문화유산을 홍보하는 자료로 사용할 수도 있을 것이다.

미륵 특별전 개최

미륵신앙은 불교가 대중화 되던 통일신라 말 사회격변기에 민중들에 의해 신봉되었으며, 불교가 민속 신앙과 접합되던 조선후기에 다시 크게 성행하였다. 또한 미륵신앙은 우리나라뿐만 아니라 중국이나 일본에도 있었는데, 아시아 삼국의 미륵에 대한 시각의 차이점을 살펴보는 특별전의 개최를 통해서 우리나라만이 가진 미륵신앙의 특징을 추출할 수 있는 기회를 제공한다. 그 결과로 보다 뚜렷한 우리나라만의 미륵 신앙의 성격을 파악할 수가 있을 것으로 기대된다. 또한 전시회와 함께 국제 학술대회를 추진하여 한·중·일 학자들의 토론의 장을 마련하여 우리의 문화를 알리

고 공감할 수 있는 기회를 만들어서 세계 속에 뚜렷하게 자리매김할 수 있도록 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

미륵 투어 개발

미륵의 유산은 전국적으로 흩어져 있지만 가까운 지역 간에는 서로 유사성이 존재하며, 또한 각각의 지역마다 차이점도 존재한다. 이러한 차이점이 존재하게 된 배경에는 문화·역사적 차이가 분명히 존재한다. 이렇게 같은 미륵신앙의 발현이라고 해도 문화적, 지역적 차이에서 오는 상이점은 많은 사람들의 호기심을 자극할 수 있을 것이다. 이에 각지자체에서는 그 지역에 유전하는 미륵 신앙의 유산들을 정리하고 동선을 만들어 새로운 관광 루트로 개발한다면, 우리의 문화재를 새로운 관점에서 볼 수 있는 기회를 제공할 뿐만 아니라, 차이와 상대성을 긍정하는 문화여행을 경험할 수 있게 할 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

미륵은 종교적 신앙의 대상물이긴 하지만 오랜 세월동안 유전하면서 민간 신앙과 결합한 기복 신앙과 같은 성격을 가지게 되었다. 이러한 미륵의 기복 신앙적 성격을 응용하여 핸드폰 액세서리 호신부 등 휴대하기 좋은 제품으로 만든다면, 불교를 믿는 신도들은 물론이고 각 사찰을 찾는 관광객들과 등산객들에게 호신의 의미로 판매할 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산
정부	사진 공모전 개최	행사 진행 협조	50,000,000
	미륵 특별전 개최	행사 진행 협조	50,000,000
지자체	미륵투어 개발	일부 기금	30,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000



75) 효

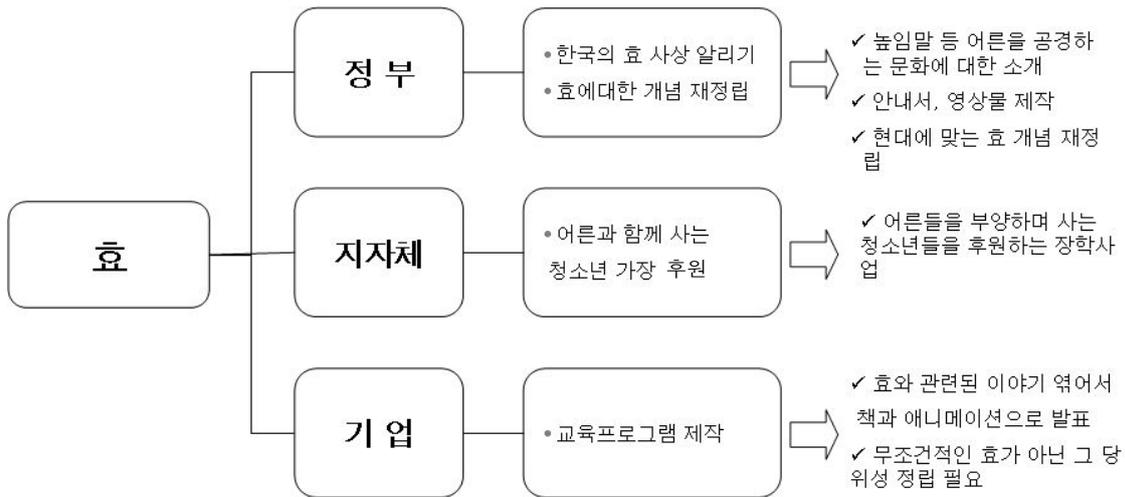
□ 상징적 의미

효가 가장 강력하게 국가적으로 권장된 시대는 조선사회이다. 조선사회는 유교의 강력한 지도이념으로 개국하였다. 따라서 나라에 충성하고 부모에 효도하는 일이 인간사회에서 가장 소중하였다. 효란 자녀가 부모에 대하여 경애의 감정에 토대를 두고 하는 행위를 이룸인데, 이러한 행위를 국가적으로 지도하고 교육시켰다. 그리하여 단순한 효가 아니라 효사상이란 말까지 나왔다. 인간이 자신을 낳아주고 길러준 부모에게 효도하는 것은 최소한의 도리일 것이다. 자신을 낳아주고 길러준 부모를 배반하고 무시하는 것은 인간이 할 짓이 아니기 때문이다. 그래서 예로부터 한국은 물론이고 이웃 중국이나 일본, 그리고 서양에서도 부모 자식 간의 애정과 경애심을 강조하였다. 그러나 효가 국가적인 지도사상으로 발전하고 한 사회를 전일적으로 통제할 정도로 사회적 가치규범이 되었던 나라는 우리나라가 유일할 것 같다. 그만큼 우리나라는 효를 강조하고 효자와 효녀를 널리 칭송하였으며 효를 만사의 중심으로 놓고 사고하였다.

□ 상용화 방안

○ 현황

초·중·고등학교에서는 대부분 '효행상'을 수여하고 있으며, 효를 소재로 한 글짓기 대회가 열리는 등 교육계에서는 '효'에 대하여 생각할 수 있는 많은 기회를 제공하고 있다. 또한 기업인 삼성 복지재단에서도 '삼성효행상'이라는 상을 제정하여 수여하고 있다. 이러한 다양한 종류의 효행상의 종류는 한국 사회에서 효를 얼마나 중시하고 있는지에 대해 보여주는 단편적인 예라 하겠다.



○ 정부 주관 사업

한국의 효 사상 알리기

한국어를 배우는 외국인들은 특히 어려운 점이 바로 높임말이라고 이야기한다. 우리나라는 높임말이 매우 다양하게 발달되어 왔는데, 이는 어른을 어려워하는 우리 문화에서 비롯된 것이라고 할 수 있다. 이러한 문화의 바탕에는 ‘효’가 자리하고 있다. 유교 문화권이라 불리는 동아시아 지역에서는 유교의 영향으로 효를 중시하지만 우리나라는 국가의 기틀을 효에 두는 등 그 어느 나라 보다 효에 더 큰 의미를 두었다고 할 수 있다. 이렇게 우리 문화에 있어 ‘효’가 어떤 의미인지 등에 대한 것과 효에 얽힌 이야기 등을 소개하는 책을 통해 우리 문화와 효의 관계에 대하여 생각해 볼만하다. 또한 이 책을 바탕으로 영상물을 만들어, 해외에 우리의 효 문화에 대해서 홍보한다면 한국의 효를 효과적으로 알리는 길이 될 것이다.

효에 대한 개념 재정립

과거 유교가 사회의 모든 기준이 되던 시대에 정립된 ‘효’ 사상은 더 이상 현대에는 맞지 않는다. 이러한 변화에 따른 새로운 ‘효’사상 정립이 요구되는 시점이다. 새로운 형태의 가족관계가 등장하고, 사회의 가치가 변하는 동안 그 변화에 발맞추지 못한 ‘효’는 자칫 사회에 이념적 혼란을 초래할 가능성이 있다. 이러한 변화는 시대가 흐를수록 더욱 빨리 진행되고 있다. 이러한 사회적 변화에 만출 수 있는 ‘효’사상을 가족학적 연구를 통해 재정립하고, 재정립된 효 문화가 자리 잡을 수 있도록 해야 하겠다. 가족 복지학을 연구하는 대학을 선정하여 연구 용역을 주는 방식으로 사업을 진행하고, 이 결과를 토대로 책을 발간하거나 중·고등학교의 도덕 교과서 등



에 반영하는 등의 사업을 통해 달라진 효 사상에 대한 홍보를 지속적으로 진행하여, 사회적 통념으로 자리 잡을 수 있도록 협조해야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

장학사업 협조

간혹 할머니나 할아버지를 모시고 사는 어린 가장들이 보호자가 있다는 이유만으로 경제적 협조 대상에 제외되어 안타까운 이야기가 TV에 소개되곤 한다. 이로 인해 어린 학생들이 경제적 능력이 없는 보호자들로 인해 적절한 교육을 받지 못하는 일이 벌어지지 않게 하기 위해 이들을 후원하는 프로그램이 필요하다. 학비와 함께 약간의 생활비도 협조하는 방안을 통해 어린 학생들이 일정수준의 교육을 받아서 보다 나은 생활을 영위할 수 있도록 해야 하겠다. 지자체 단위로 이러한 학생들을 찾아내어 협조하는 형태의 사업이 가장 효율적일 것이다. 또한 지자체 뿐 아니라, 대기업의 사회기여 사업과 연계하여 진행한다면 보다 많은 협조금을 확보하고 지속적인 후원이 가능할 것으로 생각된다.

○ 기업 주관 사업

유아용 및 초등학생용 시리즈 교육 프로그램

효가 나라의 기반 이었던 만큼 우리나라에는 효와 관련된 이야기들이 많이 있다. 이를 수집하여 시리즈 형태로 어린이용 도서를 발간한다면 자라나는 어린이들에게 효를 효과적으로 알리는 방법이 될 것이다. 또한 이와 연결된 상품으로 애니메이션 프로그램을 만들어서 방영할 수도 있다. 이는 아이들에게 무조건적인 효행을 요구하는 것이 아니라, 부모님의 노력과 애정을 이해시키고, 효의 당위성에 대해 느낄 수 있도록 하는 방향으로 내용을 엮어야 하겠다. 이러한 사업은 가족에 대한 개념이 무너지고, 그 소중함이 퇴색해져 가는 오늘날, 어린이들로 하여금 가족에 대한 소중함을 느끼고, 부모의 사랑에 대하여 감사하는 마음을 배우게 할 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	도서 발간 및 영상물 통한 홍보	일부기금	30,000,000
	가족학 연구	일부기금	20,000,000
지자체	장학사업	일부기금원	50,000,000
기업	교육용 애니메이션 및 도서 제작	일부기금	30,000,000
합계			130,000,000



76) 선비

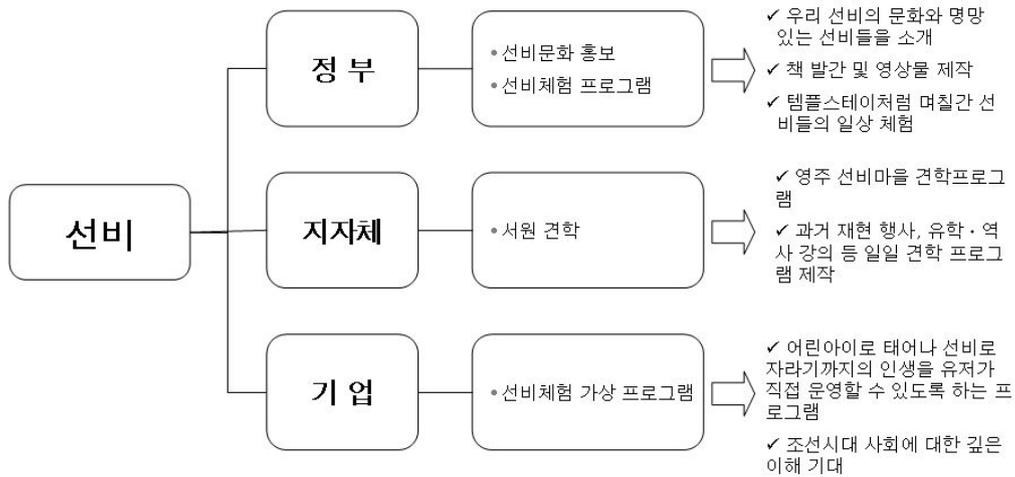
□ 상징적 의미

선비는 학식과 인품을 갖춘 유교의 인격체로서 현대 교육이 추구하는 개인의 완성 과도 무관하지 않다. 선비는 관직이나 신분의 의미보다는 부단한 교육과 연마를 통한 인격의 완성에 근본적인 뜻이 있다. 따라서 선비정신은 실용적인 교육 목표에 함몰되어 있는 현대인에게 지성과 실천을 겸비한 인격체의 완성을 교육의 목표로 설정할 필요가 있다. 선비는 그러한 교육 목표 중에 중요한 하나일 수 있다. 용비어 천가의 용법 이래로 선비는 어질고 학식 있는 유생을 의미하였다. 중국 고대전통에서는 이미 사(士)가 관직이나 신분상의 계급으로 정착되어 있었으나 공맹의 시대에 관직보다는 인격의 측면에서 사(士)가 규정되고 자각되었다. 이후 신분계급적인 의미보다는 유교적인 인격의 주체로 통용되었다. 조선시대 선비의 중심세력이었던 사림들은 독서와 인격수양을 통해 유교의 이념과 가치를 몸에 익히고 강상과 절의에 찬 의리론을 사회적으로 실현하려 하였다. 선비는 철저하게 자기 자신을 연마하면서도(獨善其身) 자신의 연마에 머물지 않고 세상을 교화하고자 하는(兼善天下) 삶의 목표를 통해 유교의 수기치인의 도를 실현하고자 하였다.

□ 상용화 방안

○ 현황

선비를 이용한 문화 콘텐츠로는 현재 ‘사이버 선비문화 체험관’이라는 콘텐츠를 들 수 있다. 이 프로그램은 주인공을 두고 선비가 하루 동안 어떠한 일상을 겪는지 보여주는 시스템인데, 사용자가 직접 조종할 수 있다는 점에서 보다 쉬운 접근이 이루어지고, 세세한 부분까지 보여주고 있다는 점에서 선비의 일상을 잘 표현하고 있다. 또한 소수서원이 있는 경상북도 영주에서는 선비마을을 조성하여 선비 문화에 대하여 체험할 수 있는 공간을 마련, 운영하고 있다.



○ 정부 주관 사업

우리나라 선비 문화에 대한 홍보 협조

우리나라의 역사에 있어, 선비라는 계층은 매우 다양하였다고 할 수 있다. 관직에 나아가 큰 뜻을 이루는 이들이 있는가 하면, 그저 책을 읽고 학문을 닦는데 그쳤던 이들이 있고, 선비라는 이름에 걸맞지 못하게 몰락하였던 이들도 있다. 그러나 조선 사회를 이끌어 나갔던 계층이 선비였음을 부정하기는 힘들다. 선비들은 학문을 닦고 올바른 사회구현을 위해 관직에 나아가는 것 말고도 일반 서민들을 다스려야 한다는 사명감을 지니고 있었으며, 그들이 편안한 생활을 영위할 수 있도록 하는 것을 최고의 과제로 여겼다. 이러한 우리나라의 선비 문화에 대한 개념에서부터 그들이 몸담았던 사회구조, 인식과 같은 일반적인 설명과 함께 명망 있는 선비들을 소개하는 책, 영상물 제작 하여 우리의 선비 문화를 국내외에 적극적으로 홍보 한다. 식민사학이라고 일컬어지는 사상에 의해 유학자인 선비들이 조선 망국의 원인이라는 인식이 많이 남아 있다. 선비들이 가지고 있는 의식과 그들이 나라의 위기에 어떠한 방식으로 대처 하였는지에 대한 지식이 부족해서 생긴 인식이라고 할 수 있다. 이를 국내외에 적극적으로 홍보함으로써 우리 선비들에 대한 올바른 인식을 만들어 나가야 하겠다.

선비체험 프로그램 협조

산사체험이라는 이름으로 진행되고 있는 템플스테이는 정신적 휴식을 취하고자 하는 내국인들과, 한국의 정신문화를 체험하고자 하는 외국인들에게 많은 인기를 얻고 있다. 이와 비슷한 형태로 선비들의 일상을 체험할 수 있는 프로그램을 진행한다면 비슷한 효과를 거둘 수 있을 것이다. 템플스테이의 경우, 한국의 문화이긴 하지만 특정 종교에 치우칠 수 있다는 단점이 있으나, 선비 체험의 경우 그러한 약점



을 보완할 수 있다고 할 수 있다. 또한 역사와 유학 등 여러 가지 유익한 강의를 들을 수 있는 시간을 늘려서, 우리 선비 문화에 좀 더 가깝게 다가가고, 소신과 절개라는 선비 정신을 되새겨 볼 수 있는 기회로 삼을 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

영주 선비마을 협조

지자체는 영주에 조성되어 있는 선비마을 적극 활용하여 선비 문화 견학 프로그램을 진행할 수 있다. 이는 주로 학생들의 견학 프로그램으로 진행하며, 과거 재현 행사, 유학과 역사를 중심으로 한 강의, 일일 선비 체험 프로그램 개최 등 과거 선비들의 일상을 체험하면서 조선시대의 역사를 보다 쉽게 이해할 수 있는 체험 위주 프로그램으로 구성할 수 있다. 이는 선비들의 공부 시간 뿐 아니라 그들의 놀이문화에 대해서도 체험할 기회를 마련함으로써 고루한 이미지에서 탈피하여 선비와 우리 문화에 좀 더 가까이 다가갈 수 있는 기회를 제공할 것이다.

○ 기업 주관 사업

선비체험 가상 프로그램 개발

기업에서는 선비의 일상을 가상 체험함으로써 조선시대의 사회적 분위기를 이해하고, 그들이 주도해 나간 사회의 모습을 이해할 수 있는 교육 콘텐츠 프로그램을 개발할 수 있다. 그 내용을 예로 들면 어린 아이가 태어나서 선비로 자라나기까지의 과정을 자신이 직접 만들어 갈 수 있는 가상 인생 만들기 프로그램이 있을 수 있다. 몇 살 때는 어떠한 책을 공부하고, 어떠한 생활 방식을 영위 하는 지 등에 대한 간접적이지만 자세한 체험을 통해 지금의 학생과 조선시대의 학생들이 배우는 과정이 어떻게 달랐는지에 대하여 생각해 보고, 그들의 사회참여가 어떠한 형태로 이루어지게 되는 지 등 선비의 일생에 대하여 이해한다. 이러한 교육프로그램은 조선시대의 전반적 사회 분위기, 당시의 사회 제도 등을 자연스럽게 체험하게 하고, 그 이해를 도모하는 기회를 제공할 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	선비문화 홍보	일부기금	30,000,000
	선비 체험 프로그램	일부기금	30,000,000
지자체	서원 견학 및 체험프로그램	일부기금	30,000,000
기업	선비체험 가상 프로그램	제작 협조	50,000,000
합계			140,000,000



77) 종묘와 종묘대제

□ 상징적 의미

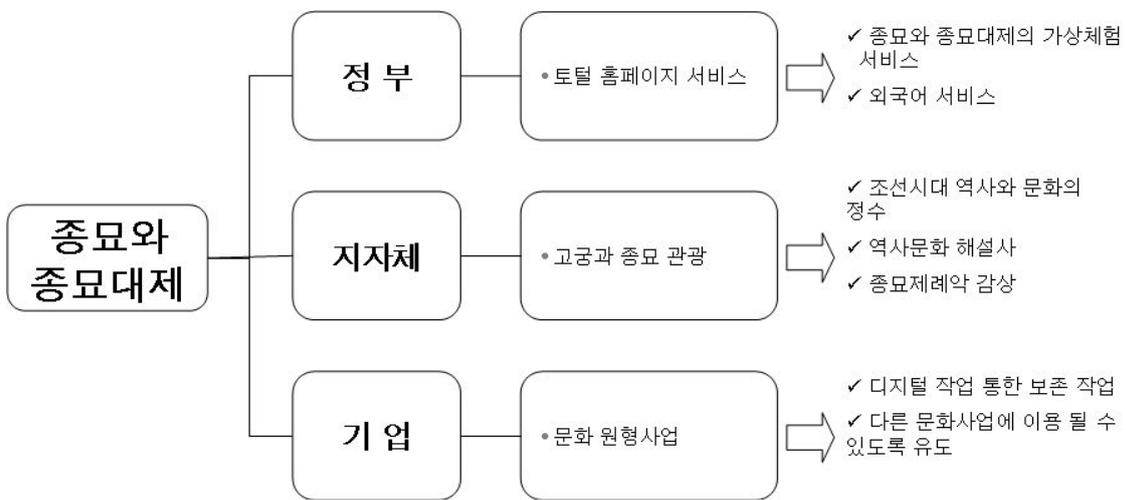
종묘제도는 이미 삼국시대에 도입되어 정착하였으며 고려시대에도 종묘가 있었다. 조선왕조가 시작되자마자 태조 이성계는 종묘건설부터 독려하였다. 처음에 창건된 종묘는 오늘날의 거대한 규모가 아니었다. 태조의 4대 조상인 목조, 익조, 도조, 환조, 그리고 각 부인의 신위만 모시면 되었기 때문이다. 그러나 차츰 조선왕조의 역사가 깊어지면서 왕들이 늘어났고 모셔야 할 신위가 많아졌다. 그래서 영녕전이라 부른 별묘라고 특별한 제각을 지어서 앞의 4대 조상을 별도로 모시게 되었으며, 본래의 건물들도 자연스럽게 증축이 이루어져 오늘날 같은 대규모 건축물로 거듭나게 되었다. 그리하여 27대에 걸친 많은 임금과 부인들을 모시게 되었다. 그러나 임진왜란 같은 전란으로 불에 타서 재건한 건물들이다. 전쟁이 끝나자 가장 먼저 재건에 착수한 것은 무너진 궁궐이 아니라 종묘였다. 그만큼 종묘가 중요했기 때문이다. 국가적인 대사였던 만큼 종묘대제는 참여하는 인원수와 의복, 제물차림, 악사들과 악기 등에서도 여느 제사에 비할 바가 못 된다. 왕이 직접 치르는 제사는 춘하추동 사시와 납일, 곧 동지가 지난 뒤 세 번째 무일에 치르며, 다른 제사는 제관을 뽑아서 지내게 한다. 국왕이 친히 왕립하여 지내는 제사인 만큼 그 격식과 법도가 화려하고 엄정했음은 두말할 것도 없다. 왕은 여느 제사들처럼 사전에 목욕제계하여 심신을 깨끗이 정화시키며 음식을 정갈히 먹고 부정한 일을 일체 피해야 한다. 제사는 왕이 으뜸 제관인 초헌관이 되며, 왕세자가 버금 제관인 아헌관, 영의정이 세 번째 제관인 종헌관을 담당하게 된다. 초헌, 아헌, 종헌례를 예법에 따라서 올리게 되며 일일이 술잔을 올리게 된다. 집안의 제사처럼 음복을 하게 되며 이로써 대제는 끝이 난다.

□ 상용화 방안

○ 현황

한국의 종묘대제는 500년 이상을 단 한 번도 끊어짐 없이 이어져온 국가적 제사라는 점에서 세계적인 관심을 끌었고, 유네스코 세계문화유산의 반열에 올랐다. 국왕의 선대 조상들을 모신 종묘는 국가의 운명은 물론이고 왕실 그 자체를 상징한다.

이들 제도는 중국에서 수입된 것으로 모두 고대 중국의 예법에서 유래한다. 국조오례, 즉 국가에는 다섯 가지 예가 있으니 그 중 으뜸이 제사지내는 길례이다. 길례는 제사의 규모와 품격에 따라서 대사, 중사, 소사로 나뉘는데 종묘에 지내는 종묘제례는 가장 중요한 대사에 속한다. 지금도 매년 5월에는 전국의 왕실 후손들이 모여들어 종묘제례를 올리고 있다. 건축물과 제사 두 가지가 모두 세계문화유산이 되었음은 이 같은 지속성, 그리고 한국 귀족음악의 정수로서 세계에 내놓아 손색이 없음을 입증한다. 이러한 종묘와 종묘대제의 방안을 통해 이를 널리 알리려는 각 기관의 노력이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

종묘와 종묘 제례악에 대한 제반 사항들 서비스하는 토털 홈페이지

정부에서는 종묘와 종묘대제를 좀 더 쉽게 체험할 수 있는 서비스 실시에 협조할 수 있다. 그 방법은 종묘와 종묘대제에 관한 정보가 담겨 있는 토털 홈페이지를 제작하는 일로 그 구성은 종묘를 가상공간으로 구현 해 내고, 해당하는 곳이 어느 곳인지에 대한 설명도 덧붙인다. 또한 종묘제례악을 연주 하는 모습을 디지털 영상으로 제작해서 쉽게 찾아 볼 수 있도록 한다. 종묘제례악이 진행되면서, 악기의 이름과 위치 등을 함께 설명하여 그 이해를 높인다. 또한 이를 영어, 일본어 등으로 함께 서비스 하여 한국을 찾는 관광객들이 종묘를 직접 찾아 볼 수 있도록 한다. 이러한 사업을 통해 종묘의 아름다움을 보다 널리 알리도록 할 필요가 있다.



○ 지방자치단체 주관 사업

종묘와 함께 고궁 관람 코스 만들기

종묘의 정전이 매우 아름다운 건물이라고는 하지만 종묘에 직접 가보면 어떠한 것을 보고, 어떠한 것을 알아야 하는 지 여간 어려운 일이 아닐 수 없다. 아는 만큼 보인다는 말처럼 종묘는 사전 지식이 없는 사람들에게는 어려운 공간이 아닐 수 없다. 이를 위해 전문 해설을 겸비한 관광 상품이 필요하다. 이는 접근성이 좋은 다른 고궁들과 함께 조선시대의 역사와 문화를 느끼고, ‘산 사람들’의 공간인 궁궐과 ‘죽은 사람들’을 위한 공간인 종묘가 지닌 다른 의미들을 배울 수 있는 기회를 마련할 수 있다. 또한 관광 말미에 종묘 제례악을 감상할 수 있는 기회를 만든다면 보다 폭넓고 깊은 추억을 남길 수 있는 관광 상품이 될 수 있을 것으로 기대된다. 고궁 관광은 한국만이 지닌 독특한 전통과 문화유산을 담아낸다는 데서 우리문화를 대표하는 건축미, 역사와 화려한 문화를 느낄 수 있는 가치 있는 관광 상품이라고 할 수 있다. 이러한 고궁관광 코스에 종묘와 종묘대제가 포함 된다면 우리 왕실문화의 모든 것을 체험하는 알찬 관광 상품이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

종묘대제 문화원형화 사업

종묘와 종묘대제는 조선의 사상과 제례문화를 이해하는 데 매우 중요한 문화유산이라고 할 수 있다. 조선시대, 양반의 집에는 모두 사당이 있었고, 먼 길을 떠나거나 집에 돌아왔을 때는 사당에 들러 인사부터 했다. 이처럼 조상이 중요했던 나라에서 국가의 아버지인 왕을 조상으로 모신 사당은 두 말할 필요도 없었다. 이와 같은 제사 문화는 종묘대제에 여실히 나타난다. 종묘와 사직을 국가의 근본으로 여겼던 조선시대의 시대적 가치를 고려 할 때, 종묘와 종묘대제의 중요성은 매우 큰 것이었다고 할 수 있다. 이처럼 조선사회에 큰 영향을 미쳤던 종묘와 종묘대제를 디지털 작업을 통하여 보존하고, 이를 통해 다른 문화 사업에도 이용될 수 있도록 하여야 하겠다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	포털 홈페이지 제작 및 운영	일부기금 지원	30,000,000
지자체	관광 프로그램 운영	일부기금 지원	30,000,000
기업	문화 원형사업	일부기금 지원	50,000,000
합계			110,000,000



78) 굿

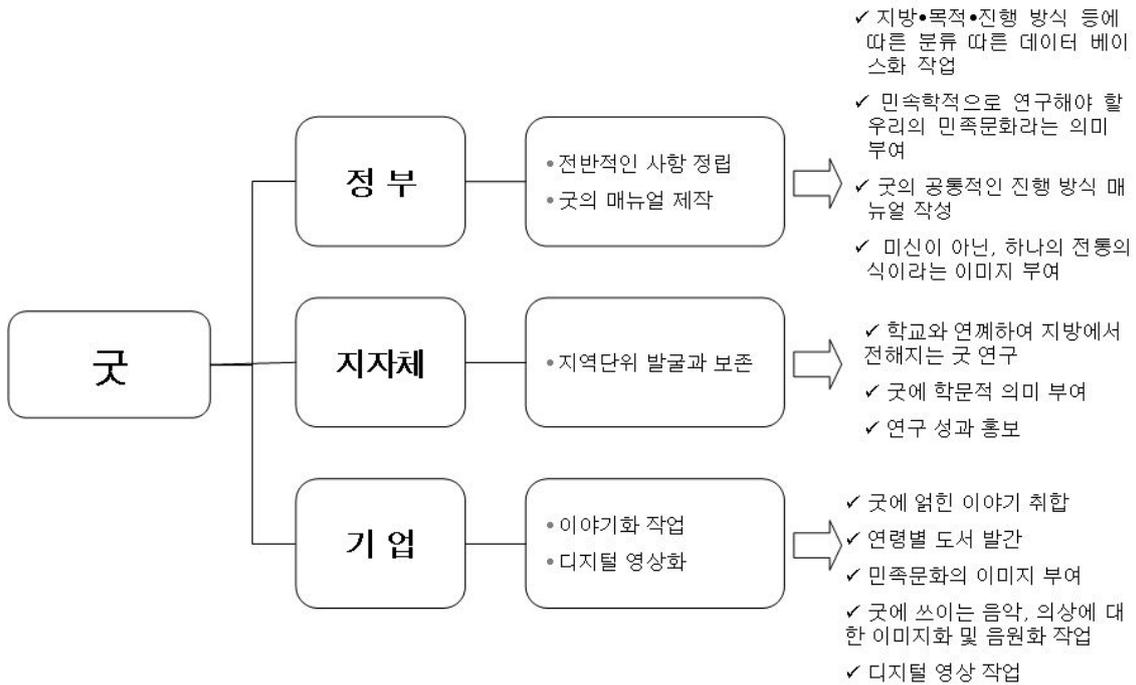
□ 상징적 의미

굿은 본디 민족의 역사와 더불어 시작된 고어로서 신앙과 모임·놀이 등을 두루 포괄하는 말이었다. 그러나 서양문화가 급격히 들어오면서 우리의 굿 뿐 만 아니라 전 세계적으로 제3세계의 신앙들은 모두 미신 따위로 박해를 받았다. 하지만 전통의 민간신앙 중에서 무당의 굿과 마을의 굿을 굿의 핵심으로 보아야 할 것이다. 무당굿은 무당들이 행하는 굿을 뜻한다. 노래와 춤, 연극적인 요소와 제의적 요소 등을 두루 포함하고 있기 때문에 굿은 그 자체 종합예술이다. 무당이 되면 누구나 굿을 할 수 있는 것이 아니다. 일정한 수련기간을 거쳐서 학습을 해야만 굿을 주관할 수 있다. 그러나 오늘날은 과거에 다년간의 학습으로 무당이 되었던 교육도 사라져 가고 이른바 ‘선무당’들이 더욱 많아지는 추세이다. 나름의 신관을 확고하게 지니고 제대로 배운 무의(춤과 노래, 음악)를 수행할 수 있으면 신도를 잘 거느릴 수 있는 ‘무당다운 무당’을 찾아보기 힘들게 되었다. ‘선무당이 사람 잡는다’는 속담이 여기에 해당된다. 무당의 굿이 있다면 마을의 공동체적인 마을 굿이 있다. 마을 굿은 공동체의 신격인 마을지킴이를 중심으로 하여 마을의 수호신적 기능을 담당하고 내부적으로는 마을의 집단적 결속을 꾀하는데서 출발한다. 즉, 마을 굿은 마을지킴이를 중심체로 하여 이루어지는 굿이다. 마을 굿은 오랜 세월 민중의 지킴이는 다양한 이름으로 불려왔다. ‘마을에서 모시는 분’, ‘당제모심’ 등의 자연스러운 구어체로 불려온 마을지킴이는 민간신앙, 민중신앙 등으로도 호칭된다.

□ 상용화 방안

○ 현황

굿에 대한 인식은 그리 좋지 않다. 각 지역에서 행해지는 축제의 형태(강릉 단오제)를 띠지 않는 이상, 민속의 굿은 아직도 미신이라 하여 배타적인 이미지를 갖고 있다. 그러나 굳이 신앙적 이유로 하는 굿이 아니라 하더라도 굿은 우리 민속 문화 중 하나이다. 때문에 이를 보호하고 전승할 필요가 있다.



○ 정부 주관 사업

곳의 전반적인 사항 정립 협조

곳은 그 종류도 다양하고 그 형태도 제각각인 경우가 많다. 지방마다 그 특색이 있고, 무엇을 위한 곳이나에 따라서 다르기도 하다. 곳을 보존하고 전승하기 위해서는 먼저 곳이 어떠한 것인지에 대하여 정립하는 작업이 필요하다. 여러 가지 곳에 대하여 ‘어느 지방의 어떤 형태로 진행되는 어떠한 사항을 기원하는 곳’ 이라는 분류와 함께 이를 데이터베이스화 하는 작업이 필요하다. 이러한 일은 곳을 다른 문화사업에서도 쓰일 수 있도록 하는 기능도 하지만, 아직 완성단계에 이르지 못한 곳에 대한 연구를 활성화 하는 데도 도움이 될 것이라 생각된다. 곳에 민속학을 통해 연구해야 할 우리의 민족문화라는 의미를 부여하고, 이를 정리하여 홍보하는 사업을 통해 국민들이 가지고 있는 곳에 대한 부정적인 인식을 쇠신할 필요가 있다.

곳의 매뉴얼 제작 협조

곳이 지방 마다, 쓰임에 따라 그 모습이 다양하지만 진행 방식에 있어 공통적인 부분이 있게 마련이다. 이러한 곳의 공통적인 면을 취합하여 적당한 매뉴얼을 제작하고 이를 외국에서 한국문화 퍼레이드 시 공연한다거나, 홍보 책자에 이용할 수 있도록 하는 협조가 필요하다. 곳이 단순히 미신에 근거하여 귀신을 믿고, 액을 물리치기 위한 행사가 아니라 액운이 떠나기를 바라는 마음에서 갖는 하나의 전통의식



또는 전통 행사라는 개념을 부여 하여 사람들이 갖고 있는 곳에 대한 인식을 바꾸고, 이를 축제 화하는 방안을 연구해야 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

지역단위의 발굴과 보존 협조

해당 지역에 어떠한 형태의 굿이 남아 있는지에 대해 발굴하고, 조사하는 사업을 통해 이를 보존·전승할 수 있도록 협조해야 한다. 또한 지역축제 중에 굿을 진행하여 축제의 일환으로 삼고, 우리 민속 문화를 공유할 수 있도록 해야 하겠다. 굿에 대한 전반 사항을 조사하고, 데이터를 만드는 일은 정부가 한다고 하지만, 그 많은 사항들에 대하여 전부 자세하게 조사할 수는 없다. 이에 따라 지자체에서 지역 특색이 잘 드러나 있고, 그 보존가치가 있는 굿을 골라 지역의 학교와 연결하여 해당 굿을 연구하고, 그에 대한 기원과 역사적 사항 등 연구 성과를 홍보하여 널리 알릴 수 있도록 노력해야 하겠다. 이러한 굿에 대한 학문적인 연구는 굿이 우리 민족의 역사와 삶에 어떠한 방식으로 스며들어 있는지에 대해 알아보고, 더불어 학문적인 의미를 부여하여 연구한다는 점에 의의가 있다.

○ 기업 주관 사업

이야기 화 작업

굿은 귀신을 다루는 의식이다. 때문에 굿에 얽힌 이야기나 설화는 수도 없이 많이 있다. 이러한 굿에 얽힌 설화나 이야기들을 엮어서 이야기 화하는 방안이 필요하다. 이러한 이야기들은 어린이용 도서와 어른을 위한 도서로 각각 발간하고, 애니메이션으로 제작하는 기초자료로 활용될 수 있다. 이러한 사업은 샤머니즘과 민속 문화의 경계에 서 있던 굿에 더 이상 미신이 아닌 ‘문화’라는 이미지를 부여 하는데 큰 역할을 할 것으로 기대 된다. 아이들과 청소년들은 자랄 때부터 굿에 대한 이야기를 읽고, 보면서 굿에 대한 부정적인 인식을 기르지 않을 것이고, 성인들은 민속학적 견해와 함께 서술된 이야기를 읽으면서 굿의 주술성만을 중요시 하던 기존의 입장에서 벗어나 굿이 가지고 있는 문화유산 측면에 눈을 돌리게 될 것이다.

디지털 영상화

굿에 등장하는 음악과 의상은 분명 단순한 국악이나 한복으로 규정짓기엔 좀 특별한 것이 있다. 이러한 부분을 착안하여 굿의 음악과 의상을 디지털 작업을 통해 각

각 음원화, 이미지화 하고 이를 원천 소스로 사용할 수 있도록 해야 한다. 이러한 작업은 곳에 대한 좀 더 세밀하고 구체적인 접근을 통해 깊이 있는 이해를 도모할 수 있다. 또한 분류된 곳을 디지털 영상화 작업을 통해 쉽게 보고, 생각할 수 있도록 해야 한다. 이러한 영상화 작업을 통해 다른 문화 사업에서의 이용을 용이하게 하고, 더불어 우리문화를 홍보하는데 적극 활용할 수 있도록 해야겠다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	내용 정립 및 매뉴얼 제작	연구 인력 협조	50,000,000
지자체	발굴과 보존	연구비 일부 협조	30,000,000
기업	도서 발간 및 애니메이션 제작	일부기금	50,000,000
	디지털 영상화	연구 인력 협조	30,000,000
합계			160,000,000



79) 서낭당

□ 상징적 의미

서낭당은 마을의 수호신인 서낭을 제사지내는 곳으로 흔히 마을 입구나 고개에 형성된 성스러운 공간이자 마을과 마을, 도시와 도시간의 경계를 알려주는 표식이기도 하였다. 서낭당은 일반 사람들의 일상적인 삶 속에서 구현된 민속종교(popular religion)의 특질과 공간을 질적으로 구획하는 공간의 이미지를 잘 보여주는 상징이라고 할 수 있다. 서낭당은 지역마다 성황당, 할미당, 천왕당, 국사당 등으로 불리기도 하는데, 흔히 신수(神樹)와 더불어 마을 입구나 고개에 쌓아 놓은 돌무더기 형태로도 존재하기도 하고, 신수와 당이 결합된 형태를 보이기도 한다. 서낭에 기원에 대해서는 서낭이 우리 고유의 것에 중국의 것이 결합된 형태인지, 아니면 중국의 성황이 와전된 것인지는 분명하지는 않다. 그리고 고려 문종 때에 성황신사(城隍神祀)를 처음으로 설치하여 숭배했다는 기록이 있기는 하지만 이것이 서낭과 직접 관련이 있는지는 아직 미지수이다. 또한 민간의 서낭신앙은 복합적인 양상을 가지고 있어서 한마디로 단정 짓기가 쉽지 않다. 서낭당에 대하여 이해한다는 것은 곧 한국의 마을에 존재하는 성스러운 공간의 이미지를 확인하는 것이다. 그리고 서낭당 자체를 상품화하기보다는 전국에 소재하는 서낭당을 영상자료로 구축하여 영화나 기타 영상사업의 소재로 제공해줄 수 있을 것이다. 현대감각에 부합하는 서낭당의 상징 계발로 무의미하게 연속되는 도시의 공간에 경계 상의 질적인 의미를 제공하는 공간적인 의미를 구축할 수도 있을 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

서낭당은 과거 농업을 기반으로 한 공동체적 삶의 유산으로 마을을 수호하는 신성한 영역의 표시로 이는 장승, 솟대 등과 같은 맥락에서 이해될 수 있다. 현재는 급격한 공업화 및 도시화로 인하여 공동체적 마을의 개념이 붕괴되면서 서낭당과 서낭숲의 본래의 의미는 사라져가고 그 흔적만을 남기고 있다. 우리나라의 민속을 연구하는 민속학 분야에서는 서낭당에 대해 연구한 바는 있으나, 서낭당의 연원이나 형성배경에 대한 것을 뚜렷이 밝히지 못하고 있으며, 그 형태가 갖추어진 유물에 대한 언급이 있으나 사라져 버려 흔적조차도 없는 것에 대하여서는 아직 연구가 미

미한 편이다. 앞으로 서낭당과 서낭숲에 관한 보다 다각적인 접근과 밀도 있는 탐구가 요구된다.



○ 정부 주관 사업

연구 협조

정부에서는 각 지역의 서낭당과 서낭숲의 실태와 형식을 조사하여 정리하고, 이에 대한 연구를 지원하여 이의 전통성을 보존하기 위해 협조할 필요가 있다. 그리고 이러한 자료를 바탕으로 해외에도 서낭당과 숲을 대한 적극적인 홍보를 통해 일본의 신도와와의 차별성을 분명히 하여 샤머니즘적인 특성을 많이 가지고 있는 한국의 이미지를 부각시키고 더불어 시베리아 문화와의 연계성을 강화할 수 있다. 또한 기존에 나와 있는 연구서를 확대 개편하여 서낭당의 의미를 좀 더 심화한 서적을 출간한다면 연구 자료로 활용될 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

친환경적 이미지와 관광 자원 개발

우리나라에서 완도군 노화읍 냇도의 서낭당과 서낭숲은 규모가 큰 편에 속하며 울진 서면의 서낭당 등이 유명한데, 특히 울진은 원자력 발전소 소재지로 중공업이 발전한 공업 도시의 이미지를 가지고 있다. 이에 울진군청에서는 친환경적인 이미지를 부각시키기 위해 다각적인 사업을 전개하고 있는데 이러한 사업의 일환으로 서낭당과 서낭숲을 보호하고 육성해서 전통의 계승과 친환경적인 고장의 새로운 이



미지를 창출하는 데에 많은 도움이 될 수 있으며 휴식이 필요한 사람들에게 훌륭한 휴식 장소를 제공하는 일일 것이다. 또한 울진을 비롯하여 전국에 남아있는 서낭당과 서낭숲을 보존하고, 서낭당에서 치러지던 전통 행사를 고증하여 재현한다면 자연과 인간에 대해 보다 깊은 성찰을 할 수 있는 기회를 제공할 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

서낭당과 서낭숲의 개념을 도입한 주거단지 조성

과거에는 새로 조성된 아파트 단지 등에 입구에 장승을 세우는 일들은 종종 있어왔으나 서양식 삶의 모습을 추종하는 현재에 있어선 그러한 전통 요소를 도입하는 시도는 거의 사라진 추세이다. 그러나 또한 한편으로는 웰빙의 유행과 함께 단순히 좋은 주거 공간보다는 좋은 환경을 가진 주거 공간이 더욱 각광받고 있다. 그러므로 주택 단지에 서낭당과 서낭숲의 의미를 되살려 응용한다면 전통을 새롭게 해석하고, 자연과 인간이 공존하는 삶에 대해 더욱 가깝게 느낄 수 있는 환경을 조성할 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	연구 지원	연구 협조	70,000,000
지자체	친환경적 이미지와 관광 자원 개발	일부 기금	50,000,000
기업	서낭당과 서낭숲의 개념을 도입한 주거단지 조성	일부 기금	40,000,000
합계			160,000,000

80) 도깨비

□ 상징적 의미

도깨비가 언제부터 있었는가는 분명하지 않다. 또한 도깨비에게는 도깨비, 돛가비, 독잡이, 도각귀, 귀것, 망량, 영감, 물참봉, 김서방, 허체, 허주 등 이명도 많고, 지역에 따라서는 돛재비, 또개비, 토재비 등의 방언으로 불리기도 한다. 결국 도깨비를 부르는 명칭이 이렇게 많았다는 것은 그만큼 도깨비의 문화가 보편적이었다는 것을 말해주는 것이면서, 그 저변에 깔린 깊은 역사와 문화를 반증하는 것이라고 할 수 있다. 그리고 이러한 도깨비의 문화는 이성적인 문화의 산물이라기보다는 눈에 보이는 것과 보이지 않는 것 사이에서 파생된 문화라고 할 수 있을 것이다. 그리고 그것은 우리가 미처 깨닫지 못하는 사이에 세대를 거듭하면서 구전되어 전승되어 왔던 것이다. 도깨비는 주로 밤에 등장하는데 밤은 눈에 보이던 것들이 눈이 보이지 않는 시간이면서, 어슴푸레한 달빛이 사물들의 경계를 모호하게 만드는 시간으로 피차의 구분이 불분명해 지는 시간이다. 또한, 변신에 능한 도깨비는 사람들의 손때 묻은 빗자루나 부지깥이, 절구공이 등으로 변신하기도 하였는데, 이러한 변신의 요소는 도깨비를 인간 생활과 밀접한 존재로 바라보는 인간 중심주의적 사고가 드러나 있는 것이라고 할 수 있다. 또한 도깨비는 지나치게 사악하거나, 착하지도 않게, 인간을 능가하는 지혜를 가진 초월적 존재가 아닌 것으로 묘사된다. 이것은 마치 도깨비를 빌어 우리들 인간사의 파노라마를 이야기 하고 있는 것처럼 느껴지기 한다. 그리고 도깨비는 액운을 쫓아주는 근원적 힘으로써 집단의 고통을 통해 전승되기도 하였으며 이는 벽사의례의 하나의 전형이 되는 셈이다. 이렇게 다양한 성격을 지닌 도깨비는 한국의 오래된 문화적 요소로서 인지되어온 만큼, 문화상징화를 통하여 한국벽사원형의 대표적인 상징물로 만들어나가고, 다양한 문화콘텐츠의 원형자료로 적극적으로 부각시킬 수 있을 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

도깨비는 인간의 상상력을 자극하는 존재로서, 과거에는 한국인의 삶과 매우 밀접했지만, 과학이 발달하고 이성이 지배하는 현재에는 아직 현실적인 삶에 눈을 뜨지 않은 아동들에게 인기 있는 소재로, 그 인기를 증명하듯 많은 도깨비 관련 서적이



출간되어 인기를 끌고 있다. 또한 도깨비 관련 축제도 있으며, 도깨비를 주제로 한 캐릭터도 개발되어 있어 문화원형으로서의 도깨비의 충분한 가능성을 보여주고 있다. 또한 2002년 한·일 월드컵을 기점으로, 그 이전까지는 익살스럽고 우화적인 도깨비가 많았다면, 월드컵 이후에는 치우천왕이라고 불리는 고대 신화에 등장하는 신화적 인물이 모든 도깨비들을 대표하는 존재로서 많은 사람들에게 각인되게 되었다. 치우천왕의 모습은 원래 귀면왕이라고 하여 전통적으로 벽사의 의미를 담고 있었으나 월드컵 때에 그 강력하고 위협적인 모습이 강렬한 붉은 색과 어우러져 강한 카리스마를 지닌 모습으로 다시 태어나, 월드컵의 에너지를 상징하는 존재로 많은 사람들의 뇌리 속에 깊이 박히게 되었다. 이후 도깨비는 이전의 친근하고 순박한 이미지에서 신령스럽고 악을 물리치는 능동적인 존재로 그 이미지의 범주를 넓히게 되었다. 이러한 사례는 도깨비를 상용화한 좋은 사례로 볼 수 있다. 앞으로도 도깨비에 관한 다양한 상용화 방안을 통해 널리 알리는 일이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

캐릭터 개발 공모

정부는 캐릭터 페스티벌 등과 같은 행사를 협조하여 기존의 치우천황 사례만이 아닌 다양한 도깨비 콘텐츠를 개발할 수 있다. 치우천황과 같은 강한 카리스마를 지닌 도깨비 외에 다양한 종류의 도깨비의 여러 가지 특성을 살려서, 예를 들면 두려움을 떨쳐 주고 용기를 주는 도깨비, 노래 잘하는 도깨비 등 공포의 대상이 아닌 친근감이 있고 민속적인 도깨비의 특성을 이미지화하여 원형 작업을 할 수 있다. 이러한 작업을 통해 풍부한 캐릭터가 확보되면 창의적인 애니메이션이나 영화 등의

소재로도 활용할 수 있을 것이다.

관련 연구 및 서적 출간

정부는 도깨비 이야기만을 모은 여러 가지 설화나 유물 등의 풍부한 이미지를 담은 아동용 서적을 출간하는데 협조할 수 있다. 이는 도깨비의 이미지를 보다 다양화하는 많은 도움이 될 것이며, 또한 중국의 천년유혼이나 일본의 백귀야행과 대별될 수 있는 풍부한 이야기성을 가진 한국적인 도깨비의 이미지를 구체화하는 데 많은 도움이 될 것이다.

아동극 개발

정부는 어린이들이 한국의 민속 도깨비를 친근하게 여길 수 있도록 아동극을 체험할 수 있는 프로그램을 제작 협조할 수 있다. 이는 정부에서 아동극 대본을 만들고 전체적인 형식을 확정해서, 이를 가지고 누구나 손쉽게 극을 만들어 나갈 수 있도록 도깨비와 관련된 다양한 대본을 다수 제작하여, 이를 놀토나 체험 학습 등에 이용할 수 있도록 각 학교나 단체에 제공하는 방식이다. 이를 가지고 각 기관에서는 기본적인 줄거리를 이용한 놀이학습은 물론 그 외에도 다양한 아이디어를 삽입하여 새로운 극을 만들 수 있는 유용한 프로그램으로 활용될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

여름캠프 프로그램 개발

지자체에서는 학생들의 여름방학 기간에 시행되는 자연 체험, 서당 체험 등 다양한 캠프를 기획할 시, 그 지역에 전해내려 오는 도깨비 설화를 바탕으로 하는 담력 시험 프로그램 등을 추가하는 아이디어를 제안할 수 있다. 이러한 프로그램은 도깨비를 활용한 하나의 이벤트로 자리 잡아, 학생들의 호기심을 불러일으키고 학생들의 체험 기회 확대를 가져올 것이다.

관련 축제 협조

도깨비와 관련된 축제로는 2002년부터 개최되고 있는 장안산 도깨비 대축제가 있는데 지자체는 이러한 축제를 협조하기 위해 다양한 프로그램 마련에 협조해야 한다. 그 예로는, 앞으로 다양한 한국 도깨비 문화를 많은 사람들이 즐겁게 경험할 수 있는 장이 될 수 있도록 하기 위한 도깨비불의 이미지를 이용한 전등 만들기 대회, 그리고 나아가서 그 전등을 통해 소원을 비는 프로그램 등 창의적인 프로그램을 개



발하여 보다 많은 사람들이 참여할 수 있도록 하고, 홍보에도 힘을 기울여 좀 더 내실 있는 규모가 큰 축제로 성장시킬 수 있도록 할 필요가 있다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

기업에서는 다양하고 친근감 있는 토속적인 도깨비의 특성을 담은 캐릭터를 만들어, 열쇠고리나 각종 아이템 제품의 제작이 가능하다. 또한 어린이들을 대상으로 한 도깨비를 이미지화한 카드 게임, 전래동화를 바탕으로 하는 각종 모바일 게임이나 온라인 게임을 만들 수 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	캐릭터 개발 공모	일부 기금	25,000,000
	연구 및 서적 출간	일부 기금	45,000,000
	아동극 개발	개발 협조	30,000,000
지자체	여름캠프 프로그램 개발	일부 기금	20,000,000
	축제 지원	일부 기금	20,000,000
기업	상품개발	일부 기금	20,000,000
합계			160,000,000

81) 금줄

□ 상징적 의미

금줄은 ‘금하는’ 의미를 지닌 신성한 줄로서 그 기원은 선사시대까지 소급될 것으로 추측해 볼 수 있지만 ‘기록되지 아니한 무형의 문화’이기 때문에 그 정확한 시원은 알 수 없다. 우리의 문화 속에서 금줄이 갖는 의미는 지역경계(금기)와 신성구역 선포라는 두 가지 기능으로 대변될 수 있다. 하지만 두 기능은 결국 동전의 양면처럼 상호보완적인 의미를 가진다고 할 수 있다. 금줄의 가장 대표적인 쓰임으로는 갓 태어난 아이가 있는 집 대문에 늘인 금줄을 들 수 있는데 이는 영아사망률이 매우 높았던 과거에 우리 조상들이 면역력이 약한 아이와 산고에 시달린 산모를 보호하려는 의도가 저변에 깔려 있는 것이었으며 아울러 새로운 생명의 탄생을 모두에게 알리는 역할을 겸하였던 것으로 볼 수 있다. 그리고 또한 절기의 흐름에 따라 치러졌던 당산제나 마을 굿을 위해 동네 입구나 제관의 집, 당집에 쳐두었던 금줄도 역시 신성구역과 일상구역을 구분하여 제의를 망칠 잡신의 침입을 막는데 그 목적이 있었다. 그러나 이제 보잘 것 없는 새끼줄로 만들어 내었던 신성한 공간은 이성의 시대에 밀려 사라져 버리고 말았다. 금줄이 쳐진 것을 경계로 공간은 정화된 곳과 그렇지 않은 곳으로 분리되며, 약자나 보호가 필요한 자들은 그 금줄로 인해 안전하게 보호받았다. 그러나 이러한 금줄문화는 시대의 변화와 함께 점차 소멸되어 가고 있으며 이제 그 흔적조차 찾기 어렵다. 금줄의 문화가 비록 우리만의 것은 아니라고 할지라도 금줄은 가장 한국적인 특성이 담긴 문화 원형질의 하나라는 점은 부인할 수 없을 것이다. 그러므로 우리는 비록 옛날 그대로의 모습은 아니다 할지라도 그 금줄이 지녔던 의미 속에 담겨진 우리 문화의 본질을 되살려 내기 위해 많은 노력을 기울여야 할 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

금줄은 시대가 변화하면서 많은 전통의 유산들과 함께 점차로 소멸되어가고 있으며 현재는 그 흔적을 찾는 것도 어려운 일이다. 그러나 아직도 많은 사람들이 금줄과 그 금줄이 지닌 의미를 기억하고 있다. 이는 금줄이라는 개념이 그만큼 우리민족의



문화 깊숙이에 자리 잡고 있음을 의미하는 것이기도 하다. 그러나 지역성이 뚜렷하지 않은 저변이 넓은 문화 원형이기 때문에 특성화나 개별화가 어렵고, 상품으로의 전환도 쉽지가 않아 금줄을 현대의 한국인의 삶에 들여오는 일은 쉽지가 않으나 앞으로 금줄의 의미와 형태를 살린 여러 시도들을 통해 금줄과 그 의미를 되살려내야 할 것이다.



○ 정부 주관 사업

세계의 '금기' 문화 축제 협조

아직 소규모이기는 하지만 세계의 다양한 전통 문화를 체험해 볼 수 있는 교류의 장인 세계통과의례 페스티벌 등과 같은 행사에 우리의 문화 원형인 금줄이 소개하기 위한 정부의 협조가 필요하다. 그리고 가까운 일본이나 중국 등과 같으면서도 다른 금기의 문화를 비롯하여 세계의 생명 탄생과 관련한 상징과 다양한 해석이 가능한 금기의 문화에 이해할 수 있는 문화 축제를 개최한다면 한국만의 특별한 문화를 알리고 각국의 문화를 이해하는 장을 만들 수 있을 것이다.

금줄 이미지화 작업 협조

정부는 금줄이 지닌 의미를 살려, 공공기관 등의 각종 접근 금지 지역에 관계자 외 출입금지에 꽃말 대신에 금줄을 디자인화 하여 사용하는 아이디어를 활용할 수 있다. 이는 출입을 제한한다는 의사를 강하게 전달하면서도 강제적이고 권위적인 면을 약화해 오히려 자발적인 협조를 이끌어 낼 수 있을 것이다. 또한 이 외에도 자연보호구역이나 입산 금지 지역같이 사람의 접근을 막아야 지역에 금줄을 응용한 표식을 한다면 사람들에게 더욱 그 의미가 분명하게 전달될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

전통 무속문화 재현 협조

금줄은 서낭당, 장승, 솟대 등의 무속적인 성격을 지닌 민속 문화 원형을 하나로 통합할 수 있는 중요한 키워드이다. 이러한 성격을 활용하여 기존에 한옥 마을이나 서낭숲 안에 다양한 무속 문화 원형들을 하나로 통합한 상징물을 설치한다면 관광객들에게 우리 문화의 원형을 쉽게 접할 수 있게 할 뿐만이 아니라 더불어 그 의미를 자연스럽게 되새길 수 있는 기회가 될 것이다. 그리고 이러한 전통적 문화원형을 접할 기회가 없는 어린 아이들에게 자연스럽게 그 역할과 모습을 경험하게 한다면 교육적인 효과도 높을 것이라고 생각된다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

금줄의 본래 의미를 살려 산부인과나 산후조리원 등에 금줄을 모티프로 디자인한 장식이나 표식을 사용하여 업종의 특수성을 높이고, 더불어 고유한 전통이 가진 의미를 살리고 산모와 아기 그리고 이들이 머무는 장소에 대한 존중의 의미를 부여할 수 있다. 이러한 시도는 산모와 아기 모두에게 심리적인 안정을 이끌어 낼 수 있는 효과도 기대할 수 있을 것이며 아울러 가족이나 찾아오는 사람들에게 생명을 소중함을 자연스럽게 일깨워 줄 수 있을 것이다. 실제로 이와 관련된 사례로 (주)코디앙에서는 금줄 벽시계 등의 인테리어 제품을 개발해 시중에서 판매하고 있으나 종류가 적고 홍보가 잘 되지 않는 한계가 있다. 이러한 시도를 시작으로 금줄의 상품화 및 수출용 관광 상품의 가능성도 기대해 볼 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	세계의 '금기'문화 축제	축제 진행 협조	50,000,000
	금줄 이미지화 작업	일부 기금	30,000,000
지자체	전통 무속문화 재현	일부 기금	50,000,000
기업	상품 제작	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000



82) 한글

□ 상징적 의미

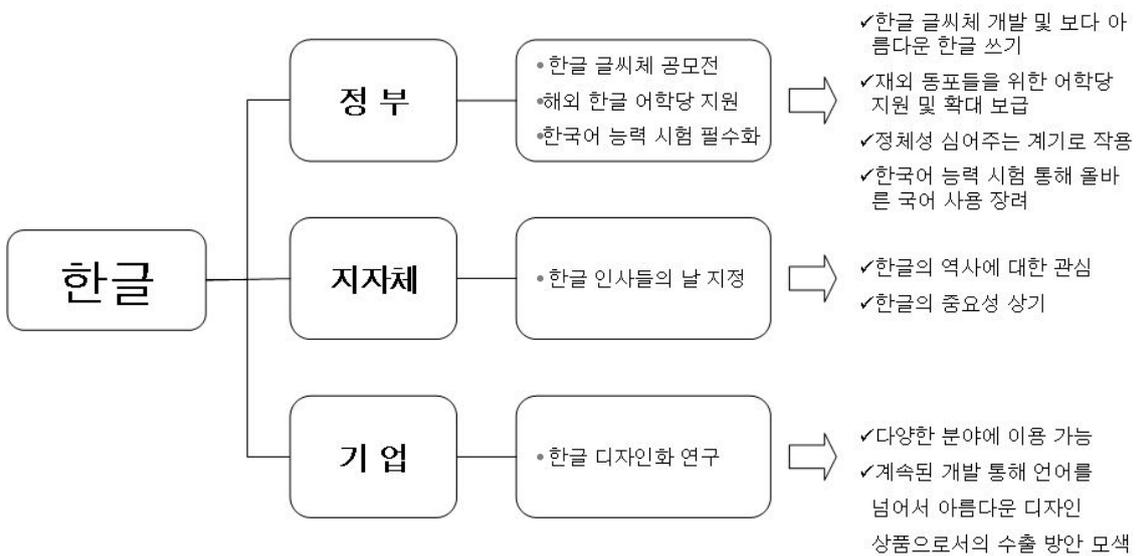
세종대왕이 창제 발간한 <훈민정음(訓民正音)>은 국보 제70호로 지정되어 있고, 1997년에 유네스코 세계 기록 문화유산으로도 등재되어 있다. 이렇듯 세계 문자 역사에서 그 독창성이나 실용성이 높이 평가되고 있고, 현재 우리가 쓰는 글자이기도 한 이 한글은 우리나라의 대표적 문화 상징까지 되어도 부족함이 없을 것이다. 세종은 일찍이 우리의 말이 당시 우리가 쓰고 있던 문자인 한문과 일치하지 않는다는 것을 깨닫고, 우리말에 따른 우리글을 만들었다. 그러한 우리글을 만드는 가장 큰 목적은 한문을 모르는 일반 백성들이 실생활에 있어 자유로운 문자 생활을 하는 것이었다. 세종은 1443년 우리글인 <훈민정음>을 창제하였고, 이를 1446년에 반포하였다. 훈민정음 28자는 닿소리 17자를 혀, 입술, 이, 목구멍 등 발음 기관의 모양과 이에 획수를 더하는 상형(象形)과 가획(加劃)의 원리에 의해 만들어졌고, 닿소리 11자는 천(天, ‘ㄷ’), 지(地, ‘ㄴ’), 인(人, ‘ㄹ’) 삼재(三才)를 사용해 만들어졌다. 어떤 소리든 적을 수 있는 표음 문자이고, 익히기 쉬운 문자로 현재 우리나라가 세계에서 가장 문맹률이 낮은 국가가 되었다. 그러나 19세기 중기까지도 서리층(胥吏層)의 이두(吏讀)로 사용되었고 부녀자들 중심으로 많이 활용되었다. 그러다 1894년 갑오경장 때, 관련 법령이 공포됨으로써 비로소 한글이 공식적인 공용문이 되었다. 이후 주시경 선생에 의하여 ‘한글’이란 명칭이 사용되었다. 세종의 창제 이후 개인에 따라 어느 정도 자유롭게 사용된 한글이 일정한 원칙에 따라 공용화되었고, 이후 이에 대한 부분적인 수정들이 이뤄지며 오늘날의 우리글에 이르렀다. 한편 1926년 조선어연구회(한글학회의 전신)에 의해 ‘한글날’이 제정되었고, 1940년 경북 안동에서 1446년에 반포된 <훈민정음> 원본이 발견됨으로써 그 날짜가 오늘날처럼 10월 9일로 정해졌다.

□ 상용화 방안

○ 현황

한글은 1997년 10월 1일 유네스코에 ‘세계 기록 유산’으로 등록되었다. 우리나라에 서는 한글의 가치를 새롭게 인식하며 한글을 창제한 세종대왕의 업적을 기리기 위

해 매년 10월 9일을 ‘한글날’로 지정하여 이를 기념하기 위한 다채로운 행사들을 진행하고 있다. 최근 일본, 중국, 동남아에서 불고 있는 한류 열풍으로 인하여 한국 문화에 대한 관심이 높아졌다. 한국 문화에 대한 뜨거운 관심은 자연스럽게 한국어에 대한 수요로 이어져 이제 한국어는 해외에서 하나의 문자적 코드로 자리 잡고 있다. 이에 한국어와 한글을 배우고자 하는 외국인이 해마다 증가하여 베이징문화원의 한국어 강좌 수강생 수는 1994년 700여 명에서 2005년에는 5,000명으로 늘어난 것으로 조사되었으며, 우리말의 실력을 검증하는 한국어능력시험의 외국인 응시자 수는 1995년 2,500여 명에서 10년만인 지난 2005년 25,000여 명으로 10배 가량 증가하였다. 그러나 한국어를 배우기 위한 교재나 교육시설 등은 여전히 부족한 편이다. 이를 극복하기 위해 현재 국가 기관뿐 아니라 민간에서도 한국어교육을 위한 교재 편찬, 방송프로그램 제작 등의 노력을 기울이고 있다. 또한 한글은 알파벳이나 한자와는 다른 독특한 시각적 형태를 갖고 있어 해외 유명 디자이너들에게 좋은 디자인 소재로 각광받고 있으며 높은 상품 가치를 가지고 있다. 또한 서예를 응용한 한글만의 독특한 필체가 의류, 잡화 등에 다양하게 활용되고 있다. 다양한 분야에 걸쳐 한글을 응용하여 그 산업적 가치의 확대는 물론 문화적으로도 한글을 널리 알릴 수 있는 좋은 계기가 필요하다.



○ 정부 주관 사업

한글 글씨체 공모전

인터넷에 자신을 표현하는 공간이 만들어 지고, 지금은 누구나 개인 홈페이지 하나



썸은 가지고 있는 시대가 되었다. 이러한 인터넷의 발달은 외계어 사용과 같은 한글 변형이라는 문제를 야기하기도 했지만 이에 대한 반대급부로 한글에 대한 관심이 높아지는 계기가 되기도 하였다. 자신을 표현하는 방법으로서 신세대 들은 글의 내용 뿐 아니라, 글씨체를 선택하는 것에 있어서도 신경을 쓴다. 또한 각종 인쇄물, 간판, 로고 등에 쓰이는 디자인 체에 대한 관심이 높아지고 있다. 한글 글씨체 공모전을 갖는다면 이러한 관심 뿐 아니라 각종 인쇄물, 간판, 로고 등에도 한글이 보다 적극적으로 쓰일 수 있는 계기를 마련할 수 있을 것이다. 보다 아름답고 다양한 한글의 쓰임을 위한 글씨체 공모전은 한글에 대한 관심을 불러일으키고, 참여 학생들에게 장학금을 지급한다는 데에도 의미를 둘 수 있을 것이다.

해외 한글 어학당 협조 및 확대 보급

2004년, 미국이민 100주년 기념행사가 있었다. 이렇게 이민이 시작 된 지 100년이 넘어 가면서 이민 3세대들이 태어났고, 머지않아 4세대들이 이민사회의 주류가 될 시기가 되었다. 이들은 외국에서 나고 자라면서 모국어인 한국어를 접할 기회가 별로 없다. 정부에서는 이러한 재외국민 자녀들을 위하여 해외에 있는 한글 어학당을 협조하고, 확대 보급하는 정책이 필요하다. 이러한 사업은 한국어를 배우고자 하는 재외국민들에게 그 기회를 제공하고, 그들에게 한국인이라는 정체성을 심어 줄 수 있는 기회가 될 것이다.

한국어 능력시험 필수화

영어에 치중된 교육으로 인해 우리말을 잘 사용하지 못하는 인구가 늘고 있다. 맞춤법과 띄어쓰기를 잘 못하고, 문법에 전혀 맞지 않는 언어를 구사하는 경우를 쉽게 않게 찾아 볼 수 있다. 또한 인터넷 사용으로 인해 외계어를 비롯하여, 외래어와 우리말의 잘못된 결합, 지나친 줄임 말 등 바르지 못한 언어를 사용하는 예가 늘면서 올바른 우리말은 점차 잊혀 가고 있는 실정이다. 이러한 현상을 막기 위해 모든 관공서의 채용 규정에 한국어 능력시험을 포함시키고, 기업에도 이러한 사항을 권장해야 한다. 한국어를 제대로 구사하지 못하는 한국인들이 일을 할 때에 자신의 생각을 얼마나 제대로 표현할 수 있느냐에 대한 문제는 일의 효율과도 연관이 되는 문제이므로 그 실행 가치가 충분하다고 생각된다. 이러한 정책을 통해 올바른 한국어 사용에 대한 경각심을 일깨우고, 우리말의 중요성에 대해서도 생각해 볼 기회를 제공할 수 있을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

한글 인사들의 날 지정

우리글이 ‘언문’이라 일컬어지며 천대 받았던 한글이 지금의 이름을 갖고 국민의 언어로 자리 잡기까지는 많은 노력을 필요로 했다. 주시경 선생과 같은 인물들이 한글을 연구하고, 한글에 대한 관심을 유도 하는 등의 노력을 했기 때문에 지금의 한글이 있다고 할 수 있을 것이다. 지방자치 단체에서 이들 한글 인사들의 날을 지정하여 홍보하고, 각 학교를 중심으로 그들의 업적과 노고에 대해 한 번 더 생각할 수 있는 계기를 마련하도록 해야 한다.

○ 기업 주관 사업

‘한글’ 디자인 연구

디자이너 이상봉 씨의 한글을 이용한 패션 디자인이 파리에서 큰 호응을 얻었다. 이와 같은 사례를 더욱 확대시켜 지속적으로 한글을 해외에 알리고, 상품화 할 수 있는 방안이 개발되어야 한다. 의상, 생활 소품, 디자인이 가미된 건물에 이르기 까지 많은 분야에서의 개발이 무궁무진한 실정이다. 계속된 연구와 개발을 통해 한글을 해외에 일반적인 언어의 개념에서 벗어난 아름다운 디자인 상품으로서 수출할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	한글 글씨체 공모	일부기금	10,000,000
	해외 한글어학당	진행 협조	60,000,000
	한국어 능력 시험 필수화	일부기	10,000,000
지자체	한글 인사의 날 지정	일부기금 지원	10,000,000
기업	한글 활용한 디자인 연구	연구비 및 상용화 비용 일부 지원	70,000,000
합계			160,000,000



83) 한지

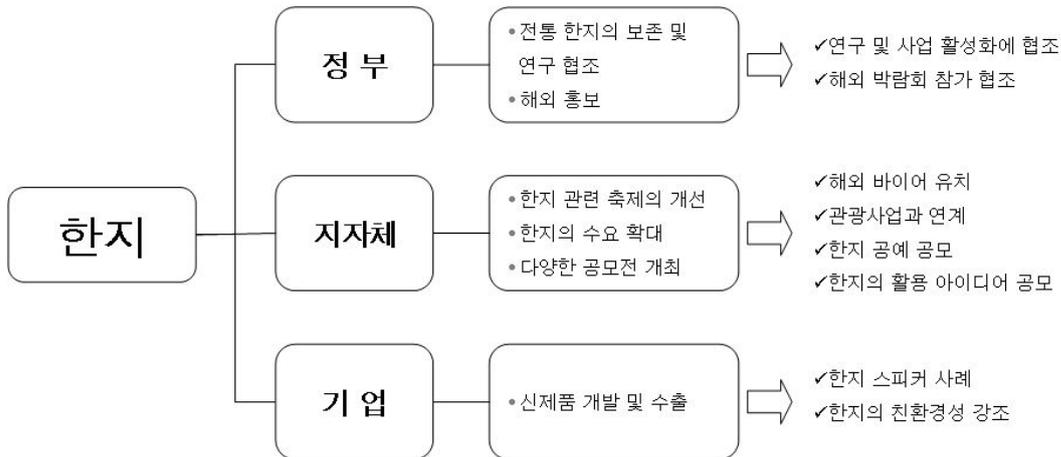
□ 상징적 의미

한지는 닥나무 껍질을 원료로 하여 전통적인 공정으로 만들어낸 우리나라 고유의 종이를 말한다. 한반도에 종이와 전래된 이후 우리 선조들은 독창적인 한지 제조기술을 발달시켜 섬유질이 단단하고 질기면서도 부드러운 한지를 만들었는데 중국, 일본의 것과 차원이 다른 그 우수한 품질로 인해 고려시대 이후부터 조선후기에 이르기까지 우리나라 주요 수출 품목이었다. 원료와 인력부족의 문제로 전통 한지의 생산규모는 크게 줄어들었지만, 세계 최고의 목판인쇄문화를 가능케 하고, 1천년이 넘어도 거뜬히 보존된 한지는 우리 선조들의 과학적 슬기로움을 증명하는 소중한 문화유산이다. 현대의 CD나 마이크로필름도 10~20년이 지나면 교체해줘야 할 정도로 비영구적이거나, 세계 최고의 목판인쇄문화를 가능케 하고, 1천년이 넘어도 거뜬히 보존된 한지는 우리 선조들의 과학적 슬기로움을 증명한다. 이러한 한지의 장점을 최대한 활용하여 다양한 제품들을 개발하여 산업화에 노력한다면 한국 과학기술의 세계화는 물론, 머지않아 한지가 세계 속 일등 종이로 우뚝 설 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 전통 한지 사업은 위축되고 있으나, 한지 축제의 개최와 같은 행사를 마련하여 한지를 알리기 위한 노력을 이어지고 있다. 그리고 웰빙 시대에 맞는 한지의 친환경적인 면을 부각시킨 다양한 산업이 발전되고 있어, 한지의 새 미래를 만들고 있다. 인공적인 공산품에 둘러싸여 사는 현대생활에서 천연소재의 장점은 다각도로 활용된다. 일반 냅킨에 비해 먼지가 적고 흡수성이 좋은 한지냅킨을 비롯하여 1회용 가운, 1회용 마스크, 기저귀, 통기성이 좋은 한지로 만든 담배필터, 컴퓨터 등 전자기기에서 나오는 전자파를 막는 한지 차단지, 한지를 소재로 한 벽지와 장판지와 같은 건축마감재 등 한지의 무한한 영역을 위한 각 기관의 다양한 협조가 필요하다.



○ 정부 주관 사업

전통 한지의 보존 및 연구 협조

전통 한지 제작이 어려운 이유는, 한지의 원료인 닥나무 수급에 어려움을 겪고 있기 때문이다. 이에 정부에서는 전통 한지를 안정적으로 제작할 수 있도록 닥나무 생산지를 확보하여 제공하여야 한다. 또한 전통 한지 생산 및 이를 산업으로 연구하기 위한 협조를 통해 한국 전통 한지의 우수성과 이를 활용한 사업 개발에 주력해야 한다.

해외 홍보 협조

한지의 해외 홍보를 위해 정부에서는 한지를 활용한 다양한 상품들을 해외에 소개하는 박람회 참가를 협조해야 한다. 해외 박람회에 참가하는 한지 관련 업체에 대한 협조금을 제공하고, 한지 관련 상품의 해외 수출을 위해 디자인 협조 비용, 해외 홍보물 제작비용, 영문 홈페이지 구축 등등 다양한 방안을 마련하여 한지 관련 사업의 해외 수출을 위한 노력이 필요하다.

○ 지방자치단체 주관 사업

한지 관련 축제의 개선

한지 관련 축제로는 전주한지축제, 원주한지문화제 등이 있다. 이러한 축제의 경우, 지역민들 위주의 축제가 아닌, 주변 관광지와 연계한 관광벨트 조성을 통해 국제적인 한지문화제로 만들기 위한 노력이 필요하다. 이에 정부는 한지 관련 축제가 국제경쟁력을 갖출 수 있도록 관련 프로그램의 개선, 한지 관련 광고 등 적극적인 홍보, 해



외 바이어 유치 등 정부의 다양한 협조가 필요하다.

한지의 수요 확대

한지의 수요를 확대하기 위해서 관공서의 종이 사용 일부분을 한지를 이용하도록 협조하는 안이 필요하다. 전주시 관공서에서는 직원의 명함은 물론, 대부분의 공용 용지를 한지로 활용하여 한지 수요를 확대하고 있다. 또한 새집 증후군이 걱정 없는 한지 벽지를 관공서의 건축마감재로 활용하여 수요를 늘린다면, 한지의 활용도 증가와 한지 제조업에 활기를 띠게 할 것이다.

다양한 공모전 개최

한지의 아름다움은 한지를 이용한 다양한 공예작품에서 찾아볼 수 있다. 대표적인 한지 공예로는 한지 등, 닥종이 인형, 한지 생활 소품 등등이 있다. 이러한 알려진 공예 이외에도 실생활에서 한지 공예를 활용할 수 있는 시민들의 공모를 통해 한지를 생활 속에서 많이 수요할 수 있는 방안을 찾을 수 있다. 또한 한지를 활용한 다양한 산업 아이디어를 공모하여 한지의 새로운 가능성을 찾는 일은 한지에 대한 시민들의 관심 증대와 한지 산업의 활성화를 가져올 것이다.

○ 기업 주관 사업

신제품 개발 및 수출

한지는 공예를 넘어 첨단산업 소재로도 활용된다. 스피커의 떨림판을 한지로 만든 한지 스피커는 원음을 가장 완벽하게 재생, 음악 마니아들로부터 각광을 받고 있다. 기존의 스피커는 고음·저음·중음·우퍼 기능을 구현하는 4채널 스피커가 가장 이상적인 스피커로 알려져 왔다. 그런데 한지 스피커는 4개 채널에 해당하는 소리를 한지 한 장에 담아 완벽하게 재생한다. 한지의 흡음성과 밀도가 뛰어난 특성을 활용한 것이다. 한지 스피커는 그 뛰어난 성능은 물론 명상용으로, 인테리어 소품으로서의 가치를 지녀 수출상품으로 개발이 가능한 대표적인 문화기술상품으로서의 가능성이 크다. 이 외에도 한지 특유의 가볍고 견고한 데다 통풍성이 뛰어난 점을 응용하여 오토바이 헬멧이나 군인 헬멧에도 한지가 첨단소재로 개발 중에 있다. 이러한 한지 첨단산업을 알리고 이를 수출하기 위한 기업들의 다양한 안이 필요하다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	전통 한지 보존 및 연구	사업 협조	30,000,000
	해외홍보지원	일부 기금	25,000,000
지자체	관련 축제의 개선	일부 기금	25,000,000
	한지 수요 확대	사업 협조	15,000,000
	공모전 개최	공모전 사업비	15,000,000
기업	신제품 개발 및 수출	일부 기금	30,000,000
합계			140,000,000



84) 조선왕조실록

□ 상징적 의미

조선왕조실록은 세계기록문화의 역사에서 유래가 없는 사건으로 기록되어 있다. 태조로부터 철종에 이르기까지 25대, 총 1893권 888책에 달하는 원본이 전해지고 있으며, 단일 왕조의 기록으로는 최대이다.

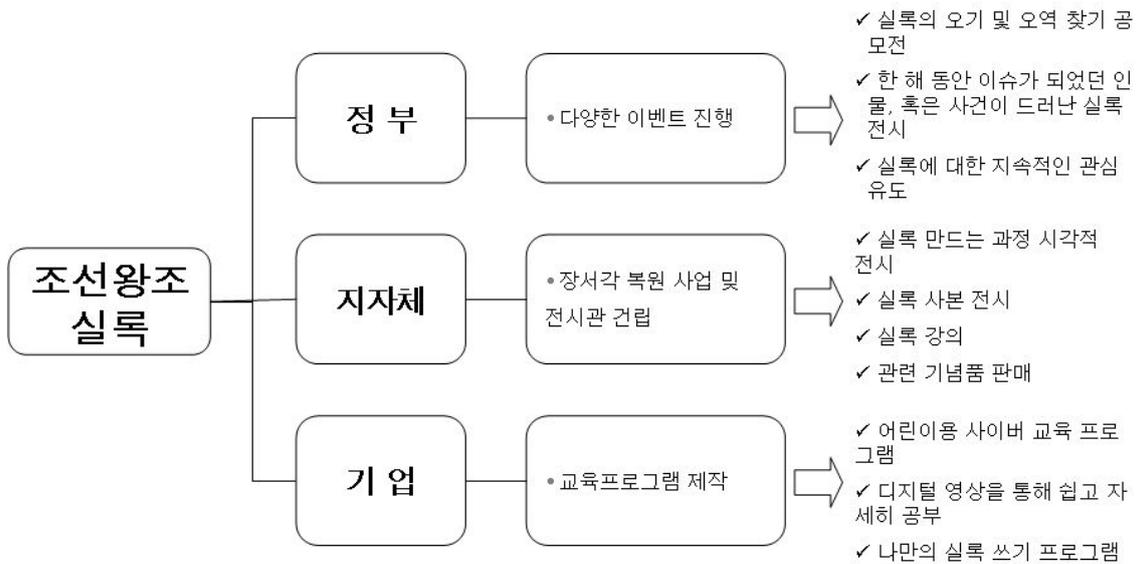
조선왕조실록의 편찬과정을 보면 왕 조차도 함부로 개입할 수 없을 정도로 매우 엄격한 잣대로 편찬이 이루어졌다. 역사를 기록하는 사관이 왕의 일 거수 일 투족을 지켜보면서 기록을 남겼다. 사관은 국가적인 중요한 회의나 행사는 물론이고 국왕이 신하와 만나는 어떤 모임에도 참석하였으며, 국왕이라 할지라도 신하를 개별적으로 사관이 없는 자리에서 만날 수 없었다.

그리고 왕이 죽고 나면 사관의 사초를 토대로 하여, 왕의 비서관격인 승지들의 방대한 승정원일기, 그 밖의 온갖 문서들이 총동원되어 실록을 편찬하게 된다. 이를 위하여 실록청이 차려지고 많은 관료들이 편찬에 임하면서, 1·2·3차에 걸친 엄정한 편찬과정을 통하여 객관적으로 인정된 사실만이 기록에 오른다. 다음번의 국왕이 죽고 나면 다시 그 통치시절의 기록이 완성되고, 이런 식으로 대물림하면서 방대한 분량의 조선왕조실록이 완성되어나간다. 실로 오래 세월이 걸쳐서 수많은 사람들의 노력으로 조선왕조 500여년의 역사가 기록된 것이다. 하지만 왕을 중심으로 한 기록이므로 여타 백성들의 목소리는 제대로 담지 못했다는 한계는 분명히 있지만 당대의 중요 사건들을 모조리 살펴볼 수 있는 중요한 기록이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

현재 조선왕조실록은 데이터베이스 작업을 마치고 일반에 서비스 되고 있다. 한문과 한글이 함께 서비스 되어 이용이 용이하다는 평을 듣고 있다. 또한 조선왕조실록을 다룬 책들도 시중에 많이 나와 있는데, 이는 역사에 대한 높아진 관심을 반영한다고 할 수 있다.



○ 정부 주관 사업

다양한 이벤트 진행

실록은 한문으로 쓰여진 것을 우리말로 번역한 것이기 때문에 중간 중간에 오역이 있을 수 있다. 이러한 점을 보완하고 국민의 관심을 이끌어 내기 위한 행사로, ‘조선왕조실록 오기 및 오역 찾기 공모’등을 통해 국민들의 관심을 불러일으키고 잘못된 부분도 수정하고, 더불어 조선왕조실록 디지털 서비스에 대한 자연스런 홍보를 도모할 수 있다. 또한 역사 속 화제 인물 혹은 사건을 해마다 선정하여 그 인물들이 등장하는 부분의 실록을 전시하는 이벤트 적이고 지속적인 전시 기획하는 방법도 있다. 드라마나 영화, 혹은 다른 이유로 사회적 이슈가 되는 역사 인물들이 있다. 방대한 조선왕조실록을 한꺼번에 전시하기는 힘들고, 그럴 필요도 별로 없다. 그러나 국민의 관심을 받고 있는 인물 혹은 사건들을 선정하여 선정사항이 등장하는 부분을 전시하고, 해석도 곁들인 지속적인 전시 계획은 흥미로운 기획이 될 수 있을 것으로 생각된다.

○ 지방자치단체 주관 사업

장서각 복원사업 및 전시관 건립 협조

조선왕조실록은 여러 곳에 보관되어 왔다. 그러나 이 장서각들의 보존이 제대로 이루어 지지 않았다. 이를 바로 잡기 위해 장서각을 복원하고, 이를 실록 전시관으로 꾸며서 실록을 만드는 과정을 마네키와 세트를 통해 보여주는 전시와 실록 사본을



전시하고, 강의실을 만들어서 관광객들로 하여금 조선의 기록문화에 대한 강의를 들을 수 있는 시설을 구비 한다. 조선왕조 실록은 중국의 방식을 따랐지만 우리의 독창적인 문화로 승화 시킨 예하고 할 수 있다. 이러한 조선의 기록문화에 대한 강의는 관광객들로 하여금 한국의 우수한 문화에 대하여 느끼게 해 줄 것이다. 또한 이 전시관에서는 실록은 이용한 관광 기념품을 제작하여 판매할 수 있도록 한다. 실록이 가진 기록의 의미를 살린 일기장이나, 메모 용품 등 다양한 관광 기념품을 제작하여 판매하도록 한다.

○ 기업 주관 사업

실록에 관한 어린이 교육 프로그램

역사적 자료를 근거로 하여 실록이 어떠한 책인지, 어떻게 만들어 지고 보관이 되었는지, 실록에 얽힌 역사적 사건 등을 중심으로 어린이 교육 프로그램을 만든다. 사이버 교육프로그램 형태로 하여 자세하게 지식을 전달하고, 사실을 ‘읽는’ 방식이 아닌 ‘보는’ 방식을 통해 흥미를 끌 수 있도록 한다. 디지털 영상으로 내용을 구현하고, 이를 통해 아이들이 쉽고 자세하게 배울 수 있는 방식을 선택한다. 이렇게 배운 실록의 의미와 내용을 ‘나만의 실록 쓰기’ 프로그램을 통해 다시 한 번 상기 시킨다. 더불어 아이들의 글쓰기 능력을 향상 시킬 수 있는 프로그램으로 기능할 수 있을 것이다. 이러한 프로그램은 아이들에게 기록을 남기는 것이 얼마나 중요한 것인지에 대한 인식을 심어주고, 자신의 행동에 대해 다시 돌아 볼 수 있는 기회를 제공함으로써 역사적 지식전달은 물론 올바른 생활방식을 구축하는 데도 많은 도움이 될 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	실록 오기 및 오역 찾기 공모 및 수정작업	일부기금	10,000,000
	정기 전시회	일부기금	10,000,000
지자체	장서각 복원 및 전시관 건립	고층 인력 및 전시관 건립비용 일부 협조	70,000,000
기업	교육 프로그램 제작	고층인력 및 사업 협조	50,000,000
합계			140,000,000

85) 팔만대장경

□ 상징적 의미

처음 찍었던 초조대장경이 1232년에 몽고침략으로 불에 타자 당시 집권자인 무인 최우가 대장도감을 설치한다. 무려 16년이란 긴 시간과 공력을 들여서 대장경을 파게 된 것은 불교의 힘에 의지하여 몽골침략을 격퇴하고자하는 믿음에서 비롯되었다. 1237년부터 1248년까지 12년 동안에 대장도감이 중심이 되어 이루어졌으며, 준비기간까지 총 16년이 걸렸다. 민족적 수난의 시대에 한 글자 한 글자를 판각하면서 불심에 의지하여 외적을 퇴치하려던 고려인들의 굳은 결의가 돋보인다. 대장경을 깎는다고 몽골군이 쳐들어오지 않는 것은 아니었으나 백성들의 신심을 모으고 충력을 경주하기 위하여 피난을 왔던 강화도에서 판각작업이 이루어졌다. 판각은 강화도의 선원사에서 주로 이루어졌다. 이만한 규모의 대장경을 파는 일은 실로 국력을 기울인 국가적 사업이었다. 우선 대장도감에서는 나무를 선정하고 이를 베어내어 일정한 규격으로 판목을 만들었다. 해인사대장경판은 강화도성 서문 밖에 대장경판당에 수장되었다가 1318년(충숙왕5) 이후에 선원사로 옮겨졌다. 1398년(태조7)에 해인사로 옮겨져 오늘에 이르고 있다. 해인사에서는 경판고라고하여 팔만대장경판을 보관하는 서고에 안전하게 보관하고 있다. 조선 초기에 세워진 경판고는 그 자체 건축사적으로 의미가 있어 국보 52호로 지정되었다. 팔만대장경은 고려 고종 때 판각한 대장경(국보32호)을 말하며 해인사에 소장되어있기에 일명 해인사대장경이라고도 부른다. 8만 4천 번뇌에 해당하는 법문을 수록하였다고 하여 팔만대장경이라고 한다. 그러나 고려시대에 대장도감에서 판각하였으므로 해인사고려대장도감각판이 가장 타당한 명칭일 것이다. 해인사의 대장경판은 정확히 말하자면 8만 1258매이다. 대장경은 불교의 삼장이라고 하는 경·율·논을 모두 뜻하며 불교경전을 비롯한 불교관련 책자를 망라한 불교총서이다. 이는 유네스코 문화유산으로 지정될 만큼 그 가치를 세계적으로도 인정받고 있다.

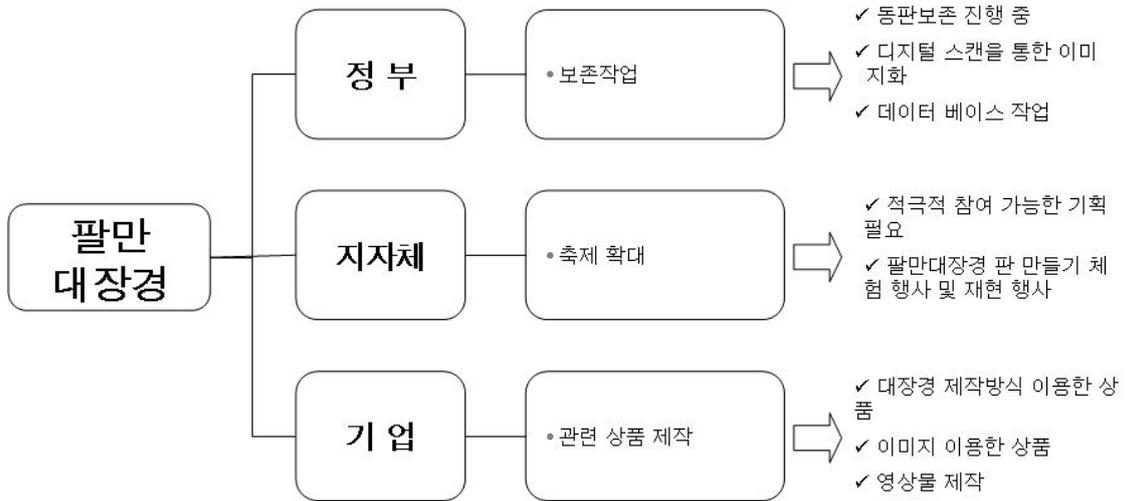
□ 상용화 방안

○ 현황

팔만대장경은 우리나라의 호국적인 불교의 특징을 단적으로 보여주는 예로서, 당시



고려인들의 투지와 인내, 의지와 기원 등이 맞물려서 완성된 것이라고 할 수 있다. 현재 합천에서는 해마다 팔만대장경 축제를 개최하고 있으며 이 행사에서는 팔만대장경 이운 행사 등을 진행하고 있다.



○ 정부 주관 사업

보존 작업 협조

아무리 정교한 솜씨와 공정을 거쳤다 해도 팔만대장경은 목판본이다. 세월이 흐르면서 목판이 뒤틀릴 수도 있고, 낙산사 동종과 같이 화재 피해를 입을 수도 있는 일이다. 때문에 이를 보존하기 위한 작업을 꾸준히 지속하고 그 방안을 개발해 내야 한다. 현재 팔만대장경은 동판으로 복원작업을 하고 있다. 이를 좀 더 많은 사람들이 쉽게 보고 접할 수 있도록 하는 방안 또한 필요하다. 디지털 스캔을 통해 그 이미지를 복사하여, 판의 내용과 이미지에 대한 데이터베이스를 구성하여 디지털 형태로도 보존 할 수 있도록 하여야 한다. 이러한 보존 작업은 팔만 대장경을 보다 쉽게 접할 수 있는 방법으로 직접 해인사에 가지 않더라도 컴퓨터 화면으로 접할 수 있게 할 것이다. 그러나 무엇보다도 팔만대장경은 정교하고 정성들여 만들어진 목판에 의미가 있으므로 이를 보존하는 방안에 대하여 계속 연구해야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

관련 축제 확대

팔만대장경 축제에 이운행사 등이 진행되고 있지만 이러한 방식으로는 전국단위의

축제로 발돋움하기가 어렵다. 보다 적극적으로 참여 할 수 있는 축제 프로그램의 기획이 요구되고 있다. 팔만대장경은 그 제작과정에 많은 정성을 쏟은 것으로 알려져 있다. 베어진 나무를 한참 두었다가 판으로 켜내고, 켜 낸 판을 바닷물에 오래 담가 두었다가 다시 한 번 바닷물에 넣고 삶아서 말린 뒤 사용했다고 한다. 이는 판이 뒤틀리지 않게 하기위한 것인데, 실로 많은 시간과 노력이 필요한 작업이라고 할 수 있겠다. 이러한 팔만대장경의 제작 과정을 이용해서, 팔만대장경 만들기 체험 행사나, 팔만대장경 만드는 과정을 재현한다거나 하는 행사를 통해 팔만대장경이 가진 의미를 보다 명확히 느낄 수 있는 행사를 개발해야 할 것이다. 또한 나무 판에 글자를 새겨 볼 수 있는 체험프로그램도 진행 해 볼 만하다. 이러한 프로그램은 관광객들의 참여도를 높이고 더불어 팔만대장경에 깃든 조상들의 정성을 생각해 볼 수 있는 기회를 마련할 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 제작

팔만대장경은 까다로운 공정을 통해 만들어 졌으며, 공정을 거치면서 사람들은 고려의 안녕을 기원했다. 팔만대장경판이 지닌 이러한 의미를 살려 목판을 소비자가 원하는 글귀로 만들어 판매 한다거나, 미니 대장경판을 제작하여 핸드폰 고리 등으로 이용할 수 있도록 하여 판매한다거나 하는 방안들이 있을 것이다. 또한 생활소품으로도 개발이 가능하다고 생각된다. 팔만대장경 판의 이미지를 살리고 정성과 기원의 의미를 담은 상품을 제작한다면 팔만대장경의 의미를 담은 문화상품으로 자리할 수 있을 것이다.

영상물 제작

팔만대장경은 그 자체가 많은 이야기를 담고 있는 작품이다. 전쟁 중에 나라의 안녕을 기원하고자 했던 고려인들의 마음, 제작 기술 등 하나하나가 모두 연구 대상이라고 할 수 있다. 팔만대장경을 보다 자세히 이해하기 위해 이를 다큐멘터리를 만들 필요가 있다. 또한 팔만대장경이 보관되고 있는 해인사 장경각은 그 건물 자체도 많은 비밀을 담고 있다. 대장경판을 다른 곳으로 이전 한 적이 있었는데, 이후 문화재가 손실 될 우려가 있다고 하여 다시 장경각으로 옮긴 예가 그것을 말해 준다. 대장경판이 목판임에도 오랜 세월을 견딜 수 있었던 비밀이 바로 장경각에 있다는 것이다. 장경각 지하에 많은 양의 솟을 묻어 습도를 조절하게 했다는 설이 있을 정도로 장경각은 대장경판을 보존하는데 최고의 환경을 가지고 있고, 이는 명확



하게 밝혀지지지는 않고 있는 것이다. 뿐만 아니라 팔만대장경이 만들어 진 배경에 대하여 보여주는 것은 당시 고려의 역사를 이해하는데 많은 도움을 줄 것이다. 이러한 내용을 바탕으로 하여 영상물을 제작하면 국내의 관심과 이해를 높이는 것은 물론 해외에도 우리가 지닌 역사와 국민성, 뛰어난 지혜 등을 알릴 수 있는 기회가 될 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	보존 작업	일부 기금	30,000,000
지자체	축제 확대	홍보 협조	30,000,000
기업	관련 상품 제작	일부 기금	20,000,000
	영상물 제작	일부 기금	50,000,000
합계			130,000,000

86) 직지심체요절

□ 상징적 의미

현전하는 세계 최초의 금속활자 인쇄본으로 우리 민족이 지녔던 최고의 인쇄술과 문화적 공지를 상징하는 서적인 직지는 고려 말기의 승려 경한이 선(禪)의 요체를 깨닫는 데 필요한 내용을 뽑아 2권으로 엮은 책이다. 정식 서명은 <백운화상초록불조직지심체요절(白雲和尚抄錄佛祖直指心體要節)>이며, ‘직지심체요절’ 또는 ‘직지’라고 줄여 부르기도 한다. 이 책의 중심주제인 ‘직지심체(直指心體)’는 ‘직지인심견성성불(直指人心見性成佛)’이라는 오도(悟道)의 명구에서 따온 것으로, 사람의 본성은 그 자체가 본시 청정하므로 선지식(善知識)의 도움에 의하여 자기 마음 속에서 그 심성이 자정함을 깨닫고 늘 자수(自修)·자행(自行)하면 곧 불성(佛性)을 체득하여 자기 자신이 바로 법신(法身)이 되며, 자기 마음이 바로 불심이 된다는 요지이다. 즉, 사람이 눈을 외계로 돌리지 않고 자기의 마음을 올바르게 가지면서 참선하여 도를 깨친다면 마음 밖에 부처가 있는 것이 아니라 자기의 마음이 바로 부처가 됨을 뜻한다. 이 책은 경한이 입적한 3년 뒤인 1377년(우왕 3) 7월 청주(淸州)의 교외에 있었던 흥덕사(興德寺)라는 절에서 금속활자로 찍어낸 것이 그 첫 인쇄본이다. 이 때 간행된 상, 하 2권 가운데 지금까지 전해지고 있는 것은 하권 1책뿐이며, 프랑스 국립도서관에 소장되어 있다. 한편, 이 책의 인쇄본으로는 흥덕사에서 찍어 낸 금속활자본보다 한 해 뒤인 1378년(우왕 4)에 찍어 낸 목판본도 남아 있다. 그 책에 적혀 있는 간기(刊記)에 의하면, 지금의 여주(驪州) 북쪽에 위치한 천녕현(川寧縣) 혜목산(慧目山) 소재의 취암사(鷲巖寺)에서 간행되었다고 한다. 그 목판본은 현재 국립중앙도서관과 한국정신문화연구원 장서각에 상, 하권 1책이 각각 소장되어 있으며, 그 중 한국정신문화연구원 장서각 소장본은 1992년에 보물 제1132호로 지정되었다. 직지는 독일인 구텐베르크가 1455년에 찍어 낸 <42행 성서>보다 80년 가까이 앞선 세계에서 가장 오래 된 금속활자 인쇄본으로 한국의 앞선 과학기술을 반증한다.

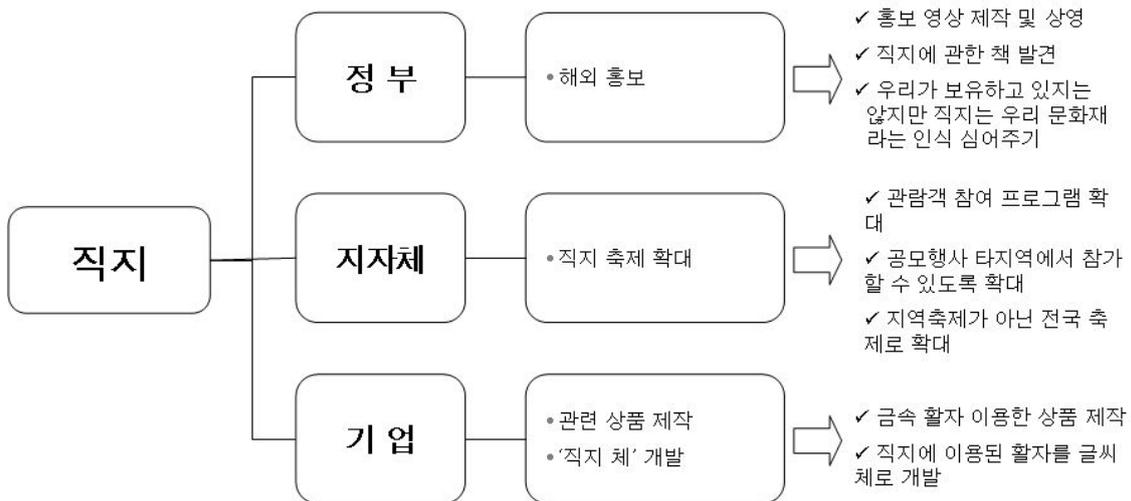
□ 상용화 방안

○ 현황

‘직지(直指)’는 현재 프랑스 국립도서관에 소장되어 있으며, 이를 찾기 위한 각계의 노력이 계속되고 있다. 직지는 1887년 주한 프랑스 대리공사로서 서울에 부임하여



근무한 콜랭 드 플랑시(Collin de Plancy; 1853~1922)가 우리나라에서 수집해 갔고, 이것이 1911년 골동품 수집가 앙리 베베르(H. Vever; 1854~1943)의 수증을 거쳐 사후 그의 상속인에게 넘어가 관리되어 오다가 1950년 프랑스 국립도서관에 기증되어 오늘에 이른 것이다. 이 책은 프랑스인 모리스 쿠랑(M. Courant; 18615~1935)이 1901년에 발행한 <한국서지>의 부록에 일찍이 소개된 바 있었으나 책의 행방이 묘연하였는데, 1972년 ‘국제 도서의 해’를 기념하기 위한 도서전시회에서 출품됨으로써 처음 공개되어 비로소 세상에 알려지게 되었다. 이 책의 가치는 문헌에만 전하여지고 있던 여러 종류의 고려 금속활자 인쇄본 중 유일하게 전래되고 있는 것으로 우리나라뿐만 아니라 세계적으로 가장 오래된 귀중한 문화유산이 되는 점이다. 뿐만 아니라 우리가 최초로 금속활자를 창안, 발전시킨 슬기로운 문화민족임을 공인받았으니, 우리에게는 더없는 긍지요 자랑이라 하겠다.



○ 정부 주관 사업

해외 홍보 협조

세계 최초의 금속활자 본인 직지는 서구의 문명보다 우리의 문화가 앞서서 발전했다는 것을 보여주는 좋은 예가 될 것이다. 이러한 사항 뿐 아니라, 직지가 어떠한 서적이며 어떠한 경로를 통해 프랑스에 들어가게 되었는지, 어떠한 의미를 담고 있는 책인지에 대한 해외 홍보자료를 제작하고 이를 활용하는데 노력을 기울여야 한다. 직지가 만들어 지는 과정과 흥덕사지 고인쇄 박물관, 직지 축제 등 관련 사항들을 영상으로 제작하여 홍보관이나 한국 문화원에서 상영하고, 인터넷으로도 이러한 영상을 볼 수 있도록 서비스 한다. 또한 직지에 관한 책을 발간하여 해외에 판매한

다. 비록 우리가 갖고 있지는 않지만 직지가 분명 한국의 문화유산이라는 인식을 심어주고, 세계최초의 활자가 만들어진 나라가 한국이라는 점 또한 홍보 할 필요가 있다. 우리문화의 우수성을 알리기 위한 해외 홍보는 매우 중요한 사업이라고 할 수 있다. 문화가 세상을 지배하는 시대가 된 지금, 문화가 깊이는 곧 해당 국가의 이해하는 척도로 작용한다. 때문에 우리문화의 해외홍보사업은 우리나라의 국가 이미지 향상은 물론, 관심을 불러일으킬 수 있는 좋은 계기를 마련한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

직지 축제 확대

현재 직지와 관련된 지역 사업으로는 청주 흥덕사지의 고 인쇄 박물관이 운영되고 있는 것과 직지 축제가 열리고 있는 것이다. 직지 축제의 경우 직지와 고 인쇄박물관을 비롯해 청주지역의 명소를 그림 퍼즐로 제작, 이를 맞추는 게임이나 직지 인쇄 방식인 금속활자를 만들어 직접 고 인쇄 방법에 의해 찍어보기 등 고인쇄문화의 우수성과 직지의 소중함을 체험으로 일깨워 줄 프로그램으로 진행 된 바 있으며 이 밖에도 현존하는 세계 최고의 금속활자본 직지가 책이라는데 점에 착안해 각종 고서 및 희귀한 책, 골동품 전시와 도서교환전도 진행하였다. 사전행사로는 직지 간행연도(1377년), 흥덕사지 발굴연도(1985년) 등 직지와 직·간접적으로 연관된 숫자를 활용한 이벤트도 여는 등 적극적인 관람객의 참여를 유도하였고, 그 프로그램 또한 다양하고 심도 있는 것이 많아서 큰 호응을 얻은 바 있다. 직지 축제에서 이용된 그림 퍼즐, 금속활자 체험 프로그램 등은 상품으로 만들어서 기념품 개념으로 판매한다면 보다 지속적인 효과를 누릴 수 있을 것으로 기대된다. 정부도 해외 홍보 등 적극적인 홍보를 통해 외국인 관광객들을 축제에 유치하는 등의 노력을 기울여야 할 것이다. 또한 축제 내의 체험 프로그램을 확대하여 관광객들이 참여 할 수 있는 프로그램을 늘리고, 글짓기 대회와 같은 공모전은 타 지역의 학생들에게도 기회를 줌으로서 전국적 축제로 발돋움 할 수 있도록 한다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 제작

금속활자의 개념을 사용한 상품을 통해 직지가 지닌 의미를 상기 시키고, 소비자들로 하여금 직지를 친근한 문화재로 느끼도록 한다. 예를 들어 활자를 조합해서 인쇄한다는 점을 착안하여 여러 개의 활자 중 소비자가 원하는 글자를 선택해서 글귀



를 만들 수 있는 상품을 제작한다. 이러한 상품은 핸드폰 고리, 소형 스탬프 등에 이용 될 수 있으며 관광기념품으로서 충분한 역할을 할 수 있을 것이다

‘직지 체’ 개발

금속활자의 글씨체는 다른 글씨와는 다른 느낌으로 디자인 체의 효과를 낼 수 있다. 인터넷 상에서도 이러한 디자인 체가 인기를 끌고 있고, 글의 내용과 함께 자신을 표현하는 하나의 수단으로 이용되고 있다. 직지에 쓰인 한문의 글씨체를 연구하여 한글 글씨체를 개발하고, 문서 작성 프로그램에서 사용할 수 있도록 하고, 인터넷에서도 사용 할 수 있도록 하는 방안을 모색한다. 우리 고전이 지니고 있는 아름다움과 우리 문화재에 대한 친근감도 부여할 수 있다는 점에서 효과적인 문화 사업이 될 것으로 기대 한다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	해외 홍보	홍보 영상 제작 협조	20,000,000
		직지 서적 발간 협조	20,000,000
지자체	직지 축제 확대	일부기금	30,000,000
기업	관련 상품 제작	일부 기금	10,000,000
	글씨체 개발	고증인력 협조	10,000,000
합계			90,000,000

87) 고구려 고분벽화

□ 상징적 의미

고구려 사람들의 생생한 모습을 담은 고구려 고분 벽화는 당시 사람들의 생활상과 정신세계를 살피는 중요한 문화유산으로 얼마 전 유네스코 세계문화유산으로 등록되었다. 고구려 고분 벽화는 현재까지 약 100여기가 발견되었으며, 중국의 집안 지역 일부와 북한의 평양과 평안남도 지역에 대부분 분포되어 있다. 이들 고분벽화들은 주로 3세기말에서 7세기까지 만들어졌으며 무덤의 축조방법과 그림의 주제에 따라 크게 세 시기로 나누어 볼 수 있다. 제1기(350~450년)는 고구려의 영토가 크게 확장되는 시기에 해당하며, 이 시기의 벽화내용은 죽은 자의 생전의 저택구조를 재현하거나 목조가옥의 뼈대로 화면을 구성하고 무덤 내부를 주택과 같이 꾸몄으며, 그 안에는 행렬도나 수렵도등 묘주의 살아생전의 삶을 보여주는 장면들이 그려져 있다. 제2기(450~550년)는 중국의 남북조 등과 함께 동아시아 국제질서를 좌우하는 4대 강국의 하나로 군림하던 시대로, 1기의 인물이나 생활풍속과 함께 사신도, 장식무늬를 비롯해, 연꽃 문양과 구름무늬 등 죽은 자의 극락왕생을 비는 염원을 상징하는 불교적인 장식무늬가 등장하는 것이 특징이다. 제3기(550~650년)는 무덤이 구조적으로 단순화되며 그림의 주제 또한 사신도 일변도로 고착된다. 그리고 그 외에 사신도의 배경에는 도교적인 요소가 많이 등장하여, 이 시기의 고분벽화는 고구려 특유의 힘과 긴장감, 화려하고 세련된 분위기를 담아내고 있다. 고구려의 고분벽화는 한민족의 역동성과 예술성을 표현한 최고의 걸작품이라 해도 지나치지 않는다. 또한 고분벽화는 우리에게 긍지와 가슴 뿌듯한 자부심을 심어주는 상징물로 손색이 없다.

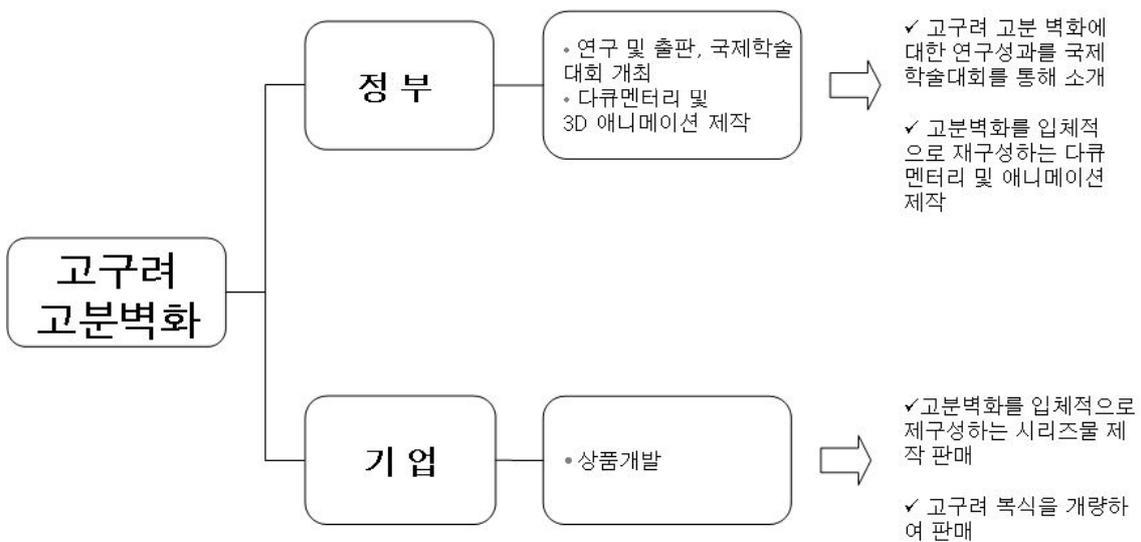
□ 상용화 방안

○ 현황

현재 고구려의 고분벽화는 대부분의 고구려 고분이 중국과 북한에 분산되어 위치해 있기 때문에 쉽게 접근하기 어려우며, 특히 중국 쪽에 있는 고구려의 고분벽화는 중국 측이 민감하게 주시하고 있는 곳으로 접근조차 어려워지고 있다. 이러한 점 때문에 더욱 연구와 보존에 어려운 점이 있다. 그러나 점차로 남·북의 문화 부분 교류가 활발해지고 있고, 얼마 전에는 북측의 국보가 남측에서 전시되어 큰 화제가



되기도 했다. 이처럼 경제 부분 교류 외에도 학문 부분 교류를 더욱 확대하여 고구려 고분 벽화에 대한 체계적 연구와 보존이 이루어져야 할 것이다. 그리고 중국이 동북공정을 가속화 시키고 있는 만큼, 중국에 대한 감정적인 대응보다는 보다 이성적이고 논리적이며 지속적인 대응이 필요하며, 이는 고구려 역사에 대한 적극적인 연구와 이러한 연구 성과를 해외에 활발하게 알리는 일로부터 시작될 것이다. 그리고 이에 대하여 2002년에 설립된 고구려사 연구재단이 중심적인 역할을 하고 있으며, 2006년에는 동북아역사재단이 출범해서 고구려 문제는 물론이고 동북아 지역에 관련된 민감한 사안들을 지속적으로 다룰 예정에 있다. 이러한 활동들이 향후 지속적으로 이어지고, 많은 결실을 맺을 수 있도록 정부의 협조가 필요하다. 이 외에도 고구려에 대한 국민들의 높은 관심이 고구려 관련 캐릭터와 상품의 개발로 이어지고 있으며, 고구려를 주제로 한 각종 게임과 광개토태왕 등을 주제로 한 캐릭터도 제작되어 있다. 이러한 흐름 속에서 회화성이 강한 고구려 고분 벽화는 좋은 소재가 되고 있으며 앞으로도 많은 가능성을 내포하고 있다고 할 수 있다.



○ 정부 주관 사업

연구 및 출판, 국제학술대회 개최 협조

중국의 동북공정이후 고구려에 대해 많은 관심이 쏠리면서 많은 전시회와 서적, 학술대회가 양산되고 있으나 이를 종합하여 해외에 알리는 노력은 부족하다. 우리가 우리의 문화에 대해 자부심을 갖는 것은 당연하지만 세계적으로 이를 인정받고 인식시키려는 노력은 더욱 필수적인 것이다. 그러므로 드라마 주몽, 연개소문, 대조영

등의 드라마를 제작하고 방영하여 국민들의 공감대를 형성케 하는 것도 매우 중요하지만 그와 함께 수없이 많은 고구려 고분 벽화에 대한 연구서와 학술대회와 성과와 정확한 정보들을 여러 개의 난의도의 서적을 다국적 언어로 발간하는 것도 중요할 것이다. 이러한 활동들을 활발히 전개해 나가고, 2006년 출범한 동북아역사재단을 통해 그 성과들을 집적시켜 나간다면 앞으로 장기적인 성과를 얻을 수 있을 것이다.

다큐멘터리 및 3D 애니메이션 제작 협조

현재 나와 있는 고구려 고분벽화 자료들은 시일이 꽤 지난 과거의 자료들로 새로운 자료를 수집하고, 고구려 고분벽화의 정확한 현 실태를 다큐멘터리로 제작하여 실제적인 정보를 많은 국민에게 알리고 아울러 외국에 고구려 고분 벽화를 알릴 수 있는 자료로 만든다. 또한 3D 애니메이션 제작하여 고분이라는 입체적인 건축물 안에 어떠한 방식으로 벽화가 그려져 있고, 그러한 배치는 어떠한 의미가 있는지 설명하는 애니메이션을 제작하여 교육용 자료로 만든다면, 고구려고분벽화에 대한 보다 실제적인 접근이 가능할 것이며 하나의 이미지가 아닌 하나의 문화로서 인식하는 계기를 마련해 줄 수 있을 것으로 판단된다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

고구려의 고분 벽화는 고구려의 문화와 역사가 집적되어 있는 귀중한 문화유산이므로 이를 적극 활용하는 노력이 필요하며 그 가능성 또한 무한하다고 할 수 있다. 기업에서는 단순히 고구려 고분 벽화의 잘 알려진 그림을 떼어내서 그대로 상품에 전사(傳寫)할 것이 아니라 고분벽화 속에 등장하는 다종다양한 인물들과 복식, 악기, 음식, 행렬도, 수박도, 수렵도 등 사실적 복원이 가능한 상황들을 실물로 제작하여 판매할 수도 있으며, 단품이 아니라 각각 하나의 고분을 주제로 한 시리즈물이나 세트물을 제작한다면 보다 다양한 아이템을 개발할 수 있을 것이다. 또한 더욱 다양한 계층을 아우를 수 있는 고급스러운 제품을 생산한다. 또한 고구려 복식을 응용하여 새롭게 현대화 한다면 근래에 한복의 개량하여 현대화하고 있는 흐름에 영감을 더하는 작업이 될 수 있을 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	연구 및 출판, 국제 학술대회 개최	연구 및 진행 협조	70,000,000
	다큐멘터리 및 3D 애니메이션 제작	제작 협조	60,000,000
기업	상품개발	일부 기금	30,000,000
합계			160,000,000

88) 반가사유상

□ 상징적 의미

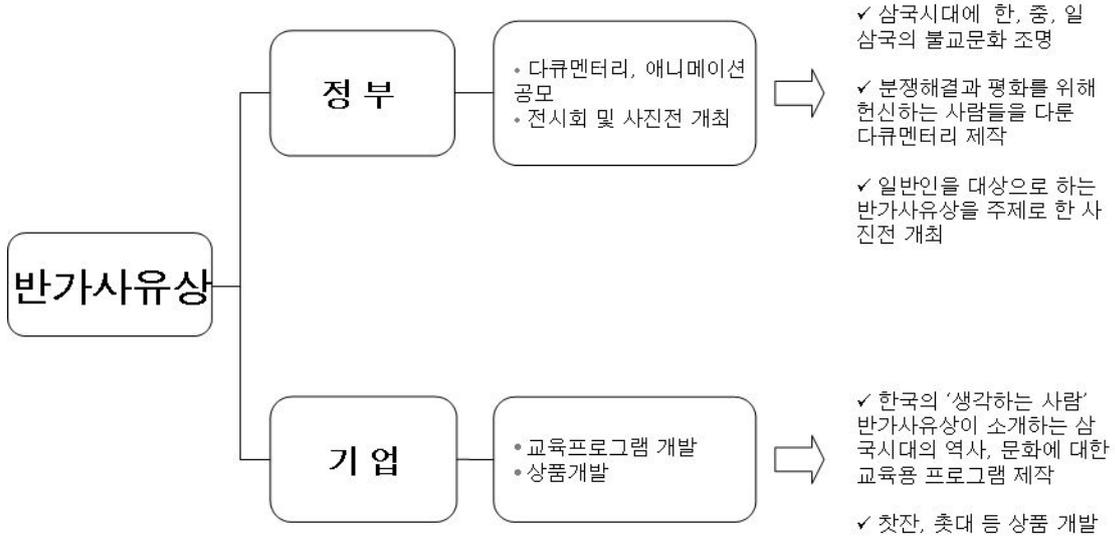
반가사유상은 오른쪽 다리를 구부리고, 발목을 왼쪽 허벅지에 올리고 앉은 형식으로 한국에서는 주로 도솔천에서 명상에 잠기는 미륵의 표현이었다. 멀리 인도에서 시작되어 중국에 들어온 후, 다시 6세기경에 우리나라에 들어온 불상양식이지만, 한국의 장인들은 그들 중국의 형식과는 전혀 다른 느낌과 감동을 연출하였다. 특히 국보78호인 금동미륵보살반가상은 옷주름의 흐름과 손끝의 우아함, 그리고 온화한 미소로 아름다움의 극치를 보여준다.

미륵반가사유상이 나타내는 모습은 도솔천에서 세상을 구원하기 위해 도래할 미륵으로 한국에 만연하였던 미륵신앙과 더불어 삼국시대부터 다양하게 만들어진 미륵불의 형태 중 하나이다. 이는 미래에 대한 희망을 갖고자 하는 기복신앙의 성격을 보여주는 것이며, 이러한 점을 반영하고 있는 반가사유상은 한국인의 미래상을 알 수 있는 상징이라 할 것이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

많은 사람들의 뇌리 속에 깊이 박혀져 있는 반가사유상은 여러 차례의 해외순회전시를 통해서 해외에도 널리 알려진 한국문화의 정수라고 할 수 있다. 이에 따라 연구도 많이 되어 있으며 얼마 전 확장 재개관한 국립중앙박물관에서는 국보 83호 반가사유상만을 따로 전시한 전시실을 마련했는데 관람객들에게 좋은 평가를 받고 있다. 그리고 반가사유상을 재현한 재현품도 현재 판매 중이다.



○ 정부 주관 사업

다큐멘터리, 애니메이션 공모

반가사유상은 여러 가지 의미로 해석되는데 아직 부처가 되지 못한 석가모니의 모습과 아직 부처가 되지 못한 '미륵'의 의미가 서로 교집합과 부분집합을 이룬다. 이러한 반가사유상의 성격과 우리나라에서 유독 승했던 미륵신앙과 반가사유상을 연결 짓는 다큐멘터리의 제작하고, 또 다른 측면에서는 일본 반가사유상과의 관계를 조명해보는 다큐멘터리 제작하여 과거 삼국시대의 한반도를 포함한 한·중·일의 삼개국의 불교를 조명해 볼 수 있다. 또한 반가사유상이 상징하는 잡념이 없는 깊은 사념(思念)의 평화로운 세계, 두루 온화한 정신세계를 현재에 구현하여 여러 가지 분쟁들을 해결해 가는 사람들과 평화에 이바지하는 사람들의 이야기들을 담은 다큐멘터리 제작도 협조한다.

전시회 및 사진전 개최 협조

국립중앙박물관에서는 '반가사유상의 꿈'과 같은 특별전을 개최하여 국보 83호 외에 남겨진 많은 반가사유상의 유물들을 한자리에 모아 전시회를 개최하고, 오늘날의 반가사유상의 의미를 재조명해 볼 수 있다. 또한 반가사유상의 단순하면서도 심오한 세계를 현실의 삶에서 찾는 사진전을 개최하여 오늘날의 반가사유상의 새로운 의미를 만들어나갈 수도 있다. 이러한 다양한 사진전의 개최는 시민들로 하여금 반가사유상의 문화재적 가치와 함께 미적 가치를 인식시키는 기회가 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

교육프로그램 개발

기업에서는 반가사유상을 소재로 한 교육 프로그램은 제작할 수 있다. 한 예로 반가사유상이 한국의 생각하는 사람과 비슷한 이미지를 가지고 있다는 점에 착안하여 삼국문화탐방과 같은 교육프로그램에 중요한 등장인물로 등장시켜 전체적인 프로그램 진행을 맡기고 역사 이야기를 그 내용으로 구성하여 어린이들에게 교육이 가능할 것이다.

관련 상품 개발

반가사유상을 찾은 국내·외 관광객들이 기념상품으로 간직할 수 있도록 반가사유상의 형태를 이용하여 등잔이나, 찻잔 받침 같은 제품을 만들고, 품질이 좋은 반가사유상 재현품에서 부터 책갈피 등의 다양한 제품의 제작·생산할 필요가 있다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	다큐멘터리, 애니메이션 공모	일부 기금	50,000,000
	전시회 및 사진전 개최	행사 협조	50,000,000
기업	교육프로그램 개발	일부 기금	30,000,000
	상품개발	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000



89) 백제의 미소(서산마애삼존불)

□ 상징적 의미

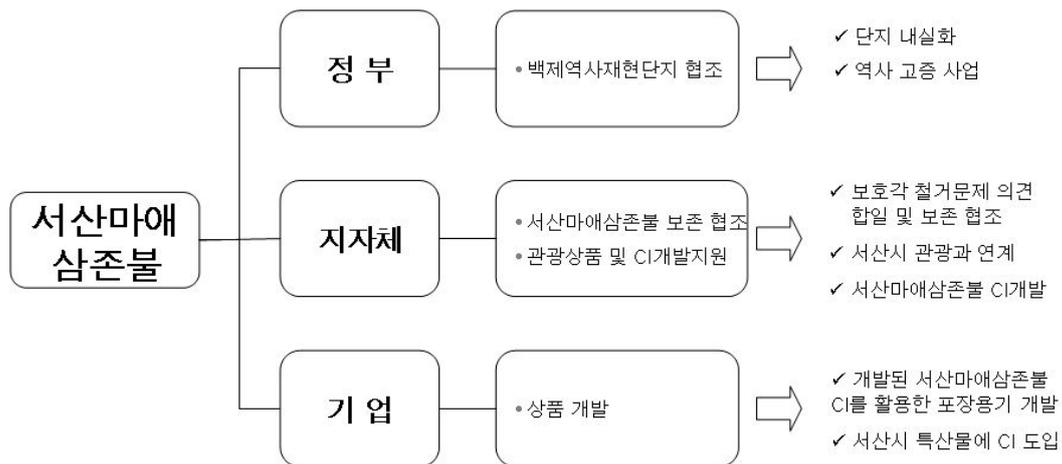
백제인의 예술과 미적 감각을 가장 잘 드러내 주는 상징물의 하나인 서산마애삼존불(瑞山磨崖三尊佛)은 충청남도 서산시 운산면 용현리 가야산의 고란사 왼쪽에 있는 큰 바위 동남면에 조각되어 있는 마애불상이다. 빛이 비치는 방향에 따라 세 불상의 미소 짓는 모습이 각기 달라 ‘백제의 미소’라는 애칭으로 우리에게 널리 알려져 있다. 그 미소가 털끝만큼의 꾸밈도 없이 맑아 보는 이로 하여금 탄성을 짓게 하여 백제미(百濟美)의 극치라고까지 표현된다. 현재 국보 제84호로 지정되어 보호되고 있다. 삼존불은 가운데의 석가여래입상(釋迦如來立像)를 중심으로 왼쪽에 반가사유상(半跏思惟像), 오른쪽에 보살입상(菩薩立像)이 배치된 특이한 삼존형식으로서, 이는 법화경(法華經)에 나오는 석가(釋迦: 현재의 부처)와 미륵(彌勒: 미래의 부처), 제화갈라보살(提和渴羅菩薩: 과거의 부처)의 수기삼존불(授記三尊佛)을 표현한 것으로 보인다. 이 마애삼존불은 6세기 중엽, 백제 시대의 작품으로 추정되며 백제 불상 가운데에서도 매우 아름다운 것으로 꼽히고 있다. 더욱이 서산시 운산면은 중국의 불교문화가 태안반도를 거쳐 부여로 가던 행로상에 있는데, 태안반도에서 서산마애불이 있는 가야산 계곡을 따라 계속 전진하면 부여로 가는 지름길이 이어지고 이 길은 예로부터 중국과 교통하던 길이었다. 이 옛길의 어귀에 서산마애삼존불이 있는 지점은 산세가 아름다운 천하의 명승지여서 6세기 그 당시 중국 불교문화에 자극을 받아 찬란한 불교문화를 꽃피웠으며 우리나라 삼국시대의 마애불 조성에 크게 영향을 미쳤을 것으로 추정된다.

□ 상용화 방안

○ 현황

인도, 중국 등 불교문화가 전파된 지역의 경우 마애불은 많이 만들어졌다. 그 중에서도 간다라 스와트 지방의 마애불은 그 대표적인 예이다. 중국에서도 운강·용문·천룡산·타산 등에도 수많은 마애불이 조성되었다. 그 중에서도 이 서산마애삼존불이 짓고 있는 미소는 백미라고 할 수 있을 것이다. 현재 세계 각 나라는 자신들의 문화성을 상징하는 ‘미소’를 이미지화하고 상품화하고 있다. 그것은 미소가 서로 다른 것을 융합시키는 최상의 문화요소이기 때문이다. 우리나라 또한 ‘신라의 미소’를 비

못하여 여러 종류의 미소를 문화요소로 지니고 있지만, 그 중에서도 서산마애삼존불이 상징하는 ‘백제의 미소’는 최고라 하겠다. 과학의 발달로 전 세계는 점차로 그 연관성이 강해지고 있으며 그와 함께 이질적인 문화의 충돌이 잦아지고 있다. 그러한 면에서 ‘백제의 미소’가 가지는 문화원형으로써의 가치는 매우 높다 하겠다.



○ 정부 및 지방자치단체 주관 사업

백제역사재현단지 사업 협조

백제역사재현단지는 충청남도 부여군 규암면 합정리에 들어서게 될 역사문화단지로서 1994년부터 충청남도와 문화관광부가 부소산과 낙화암 맞은편 백마강 주변에 백제의 역사와 문화를 재현하기 위해 조성되고 있다. 총 100만평 규모로 역사재현촌·백제역사민속박물관·연구교육촌 등으로 이루어질 예정이다. 이 중 역사재현 촌에는 개국촌·왕궁촌·전통민속촌·군사통신촌·장제묘지촌·산업교역촌·풍속종교촌 등의 다양한 테마로 지어질 예정이고, 백제역사민속박물관에는 첨단 영상기법과 매체를 활용한 전시시설이 들어설 예정이다. 이밖에 연구교육 촌에는 백제시대 연구와 학술 교류 중심지로 활용할 한국전통문화학교·예술인마을·호텔·컨벤션센터 등도 계획되어 있다. 지금까지의 백제역사재현단지는 민자와 중앙정부와 지자체에서 각각 협조하여 이루어지고 있으며 완공 후엔 백제문화권을 아우르는 구심점 역할이 기대된다. 지자체는 중앙정부와의 조율을 통해 백제역사재현단지의 내실화를 위해 힘써야 할 것이며, 아울러 백제문화에 대한 관심과 복원사업이 활발하게 진행되고 있는 지금 ‘백제의 미소’로 상징되는 서산마애삼존불은 이러한 백제 문화의 부흥을 상징하는 상징물로서의 지정한다면 백제문화가 지니는 특질을 표현할 수 있을 것이다.



○ 지방자치단체 주관 사업

서산마애삼존불을 보존 협조

현재의 서산마애삼존불상에 설치된 보호각을 철거하느냐 마느냐를 두고 논의가 되고 있다고 한다. 지자체는 각계의 의견을 수렴하여, 서산마애삼존불상이 갖는 아름다움을 잘 살리면서도 이를 효과적으로 보존하기 위한 방안을 조속히 강구하여 진행할 필요가 있다.

관광 상품 및 CI개발 협조

서산시에서 가장 중요한 문화재 중에 하나인 서산마애삼존불상을 서산시의 문화재와 관광을 적절하게 연결시켜 활용할 필요가 있다. 현재처럼 다양한 서산시의 관광 명소와 연계하여 현재처럼 단순하게 위치나 교통편, 유물 소개에서 한걸음 더 나아가 자가 자체의 CI를 개발하여 서산시의 특산물 등과도 관련한 통합적인 관광 체계를 통해 더욱 높은 부가 가치 창출할 수 있도록 유도할 수 있다.

○ 지방자치단체 및 기업 주관 사업

관련 상품 개발

지자체는 통합적인 관광 상품을 개발을 위한 서산마애삼존불상 CI를 개발하고, 이를 서산의 각종 특산물, 예를 들어 육쪽 마늘, 서산인삼, 생강, 감천 배, 쌀, 난, 표고버섯, 영지버섯, 누에가루, 어리굴젓, 생강한과 등의 상자나 용기에 부착해 판매할 수 있다. 이는 하나의 품질 인증 마크로 활용되어 지자체 특산물의 이미지를 향상시키고 소비자들도 믿고 살 수 있는 제도로 확립될 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	백제역사재현단지	일부 기금	50,000,000
지자체	서산마애삼존불 보존	일부 기금	50,000,000
	관광상품 및 CI개발	일부 기금	20,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	30,000,000
합계			150,000,000

90) 고려청자

□ 상징적 의미

고려시대의 대표적인 자기인 고려청자는 한국의 화려했던 미감을 보여주는 대표적인 예이다. 특히 운학무늬매병의 경우, 그 기형의 흐름과 구름사이에서 흰 학이 놀고 있는 하늘빛의 청색은 그 아름다움에서 국내외의 찬사를 받고 있다. 또한 이러한 아름다운 청색을 낼 수 있을 만큼 고려시대에 뛰어난 과학기술이 있었다는 점에서 그 의미가 크다. 예부터 중국인들이 ‘천하에서 제일가는 물건’의 하나로 꼽은 청자색이다. 이러한 청자는 전남 강진의 도요지, 부안의 도요지등에서 확인되고 있다.

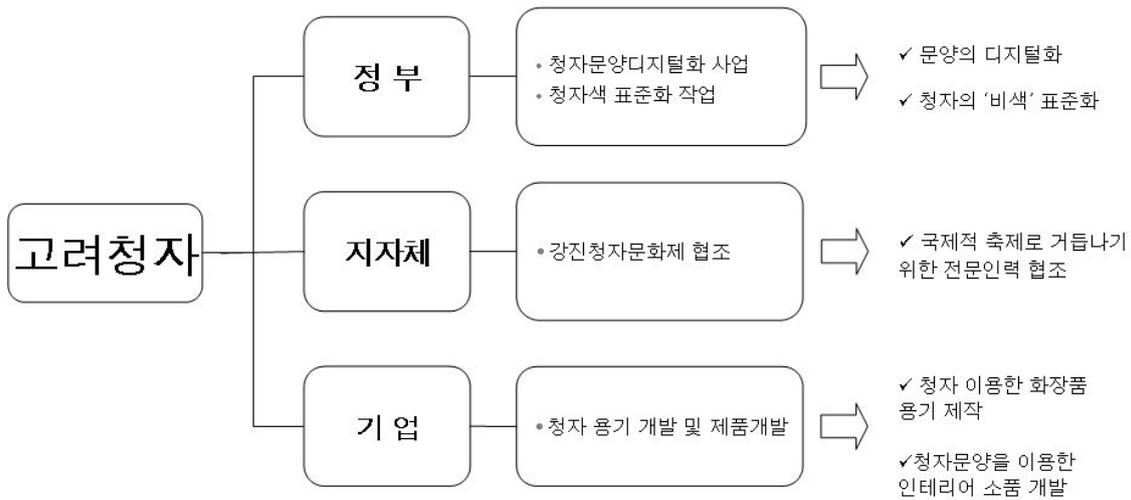
특히 12세기 중엽부터 시작된 상감기법은 자기에서 사용되는 드문 예로 수준 높은 기술성을 반증한다. 상감법은 청자가 아직 마르지 않았을 때 문양을 음각하고 그 부분에 백토를 메우고 일단 초벌구이 한 다음에 다시 청자유약을 바르고 구운 방식이다. 청자는 보는 사람의 느낌과 안목에 따라서 다양한 평가를 받는다. 그러나 세계도자문화사 측면에서 볼 때 세계에 내놓아 손색이 없는 청자는 역시 상감청자이다. 상감청자는 한국을 대표하는 문화유산의 하나로 전 세계에 널리 알려져 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

고려청자는 국내외에 널리 알려진 우리의 뛰어난 문화유산이지만 그 발생과 편년의 문제가 확실하게 규명되지 못한 한계가 있다. 이는 고려청자가 대부분 일제강점기에 무분별하게 도굴되었기 때문에 출처지가 확실하지 않기 때문이다. 또한 고려의 도읍이었던 개경이 지금의 개성으로 북측에 위치해 있기 때문에 연구 및 조사가 제대로 이루어지지 못하고 있다.

그러나 이러한 한계에도 불구하고 활발한 연구 활동은 물론이고 전시회가 성황리에 열리고 있으며, 청자 가마터가 있었던 강진에서 매년 큰 규모의 축제가 성공적으로 개최되고 있다. 또한 매병 등의 장식용 고급 기명 외에도 참살이의 유행과 건강을 중시하는 근래의 흐름을 타고 녹차를 중심으로 한 차 문화가 일반화되어 차를 마시는 차잔으로서나 그 외에 다종다양한 청자 관련 제품이 제작되어 판매되고 있다.



○ 정부 주관 사업

청자문양 디지털화 작업 협조

청자의 문양은 회화적인 문양도 있지만 반복적으로 일정한 패턴을 가지고 있는 경우가 많아 세련된 미감을 가지고 있다. 이러한 고려청자의 다양한 문양들을 추출해 내어 디지털화 한다면 도자기 외에 인테리어 분야 등 많은 분야에서의 산업적 응용 가능할 것이다.

청자색 표준화 사업 협조

고려청자에 있어서 비색은 정확히 규정하기 어려운 점이 많다. 그것은 시대에 따라 다르며, 무늬가 없는 청자의 빛깔과 무늬가 있는 청자의 빛깔이 차이가 나기 때문이다. 그리고 제각기 그 인식 속에서 고려청자의 푸른색을 다르게 규정하는 면이 있기 때문이다. 이는 결국 대다수의 사람들이 청자의 정확한 색을 알고 있기 보다는 비색을 이미지로 알고 있다고 해야 옳을 것이다. 그러므로 고려청자의 그 빛깔을 표준화하여 비색에 대한 사람들의 인식이 올바르게 정립될 수 있도록 돕고, 비색의 표준화를 통해, 그 색을 사용하는 것만으로도 청자가 가진 아름다움까지 담을 수 있도록 색의 의미를 부여하는 작업을 통해, 다양한 분야에서의 폭넓은 공유가 가능하도록 한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

강진청자문화제 협조

2002년부터 2005년까지 4년 연속 문화관광부지정 최우수 문화관광 축제로 선정된 강진청자문화제는 중앙의 협조와 지자체의 노력으로 매년 매우 성공적으로 개최되고 있으며, 2005년부터는 세계적인 도자축제로 거듭나기 위한 노력을 병행하고 있다. 또한 다산 정약용등 강진과 연관이 많은 인물들도 함께 축제에 포함함으로써 고려와 조선을 아우르는 문화제로서 그 가치를 더해가고 있어 상당히 모범적인 사례로 꼽히고 있는데 앞으로 더욱 다양한 협조를 통해서 국내는 물론 해외에서 많은 사람들이 이 축제에 참여하게 위해 올 수 있도록 하는 것이 중요하다 하겠다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

청자를 이용한 다양한 용기의 제작이 가능할 것이다. 화장품 업계나 용기의 디자인이 중요한 부분에서는 백자, 청자 등의 기형, 문양 등을 이용해서 용기를 만드는 시도를 해왔으나, 아직은 개념정립이 뚜렷하지 않아 중국 것 인지, 일본 것 인지 모를 국적 불명의 디자인이 더러 있다는 문제가 지적된다. 이에 청자의 여러 아름다운 현존 유물들을 모델로 원용한 시리즈물을 기획하여 출시할 수 있다. 또한 청자에는 운학문이나 국화문, 당초문등 단순화 되어 있으면서도 패턴화된 디자인적인 요소가 강한 아름다운 문양 들이 많은데 이를 이용하여 벽지, 침구 등 다양한 제품의 제작이 가능할 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	청자문양 디지털화 사업	사업 협조	40,000,000
	청자색 표준화 작업	사업 협조	30,000,000
지자체	강진청자문화제	일부 기금	45,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	35,000,000
합계			150,000,000



91) 백자

□ 상징적 의미

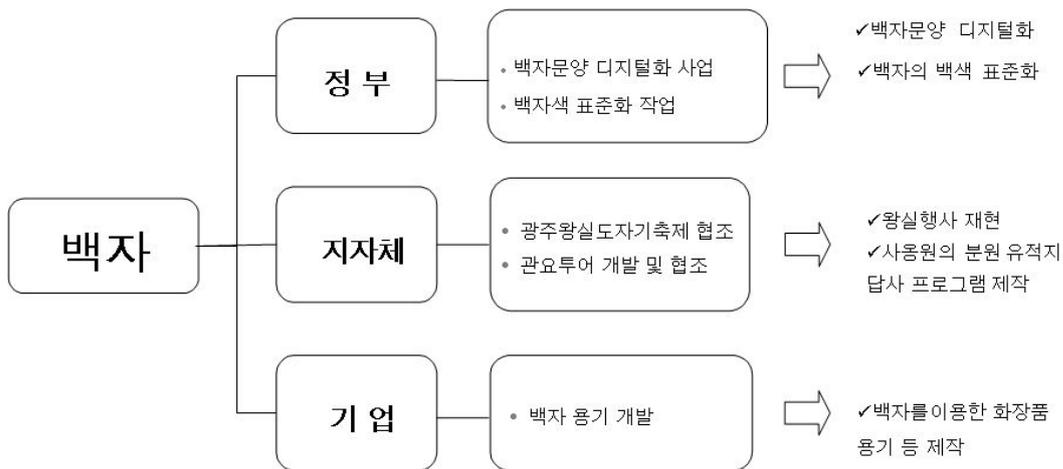
백자는 조선 시대에 크게 유행하였던 도자기로 조선의 개국이념인 성리학적 이념이 담겨있다고 할 수 있다. 물론 백자는 고려시대에도 있었던 것으로 보이지만 그 흐름이 지속적인 연속성이 있는 것은 아니며, 새로운 유교사회를 기반으로 한 조선왕조의 성립 후에 선택적으로 사용되었던 것으로 보인다. 조선 왕조는 전시대를 통해서 백자제작의 높은 수준을 유지하고자 노력하였으며, 이러한 노력을 통해서 일찍부터 어기(御器), 왕실용기, 제사 의기 등으로 사용되어 졌다. 이러한 사실은 조선 초기의 관리였던 성현(成俔 ; 1439~1504)의 <용재총화(慵齋叢話)>에 보면 알 수 있는데, 아직 백자의 제작이 초기 단계였음에도 불구하고 세종의 어기로 백자만을 썼다고 하는 기록이 있다. 이러한 백자의 제작은 관영 수공업 체제로서 국가가 관리하는 관요를 중심으로 이루어 졌다. 그러나 점차 시대가 내려 갈수록 국가의 관리가 느슨해지자 많은 지방의 가마에서 그 지역의 특색을 담은 다양한 백자를 제작하였다. 백자에는 아무런 무늬가 없는 순백자도 있지만 대부분의 경우 그림이 그려졌는데 그 소재는 사군자, 산수풍경이나 당초무늬 외에도 한국인의 재치와 익살스러움이 넘치는 주제들로 장식된 작품이 많이 남아 전한다. 한국의 백자 제작은 중국 명나라의 백자 제작의 영향을 받아 발전했지만, 달항아리 등 절묘한 균형과 아름다운 곡선을 지니고 더불어 넉넉한 품을 가진 우리만의 특색을 듬뿍 담은 자기로 발전을 거듭해 나아갔다. 그리고 현재에 이르러서도 백자는 시대에 따른 많은 변모를 거쳐 왔으나, 가장 한국적인 미감이 담긴 유산이라고 해도 과언이 아닐 것이다. 그리고 이러한 백자의 아름다움은 해외에도 널리 알려져 있어, 세계적으로 한국을 상징하는 아름다운 유산으로 인식되어 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

백자에 대한 연구는 매우 활발하며 저술활동과 학회 등을 통해 여러 의견들이 활발하게 교환하고 있다. 백자는 시대에 따라 그 의미가 변화하여 왔는데 우리 문화에 대한 관심이 고조되고 있는 요즘 백자의 은은한 아름다움은 많은 사람들에게 영감을 주고 있으며, 그러한 관심은 광주조선관요박물관의 '사기장의 혼 500년-관요(官

窯)의 맥을 찾아' 와 같은 백자 관련 전시회를 찾는 많은 인파들과 다양한 백자관련 행사에 참가하는 사람들을 통해 알 수 있으며, 아울러 광주요 등에서는 백자가 지닌 아름다움을 현대화해서 많은 사람들에게 각광을 받는 제품을 만들어 내고 있다. 또한 온라인 판매는 물론, 오프라인 매장을 판매하고 있다. 또한 얼마 전에 있었던 조선 왕조의 유물들만을 전담하는 고궁박물관의 첫 전시가 바로 달항아리였다는 것은 이러한 백자에 대한 사람들의 인식을 잘 대변해 주는 것이라고 할 수 있다.



○ 정부 주관 사업

백자문양 디지털화 사업 협조

백자에 문양은 청자나 분청사기와는 다른 특색을 가지고 있으며 다양한 상징성을 지닌 것이 특징이다. 이러한 백자에 주류를 이루는 문양뿐 아니라 백자에 사용된 문양을 모두 모아 디지털화한다면 학술적 가치도 있을 뿐만 아니라 다양한 분야 활용될 가능성이 크다.

백자색 표준화 작업 협조

백자의 색은 시대에 따라 변화하였으며, 단순히 ‘희다’라고는 표현할 수 없는 다양한 면모를 가지고 있다. 그러므로 백자의 색을 표준화하는 작업을 통해 흰색 속에 존재하는 다양한 역사성을 표현할 수 있도록 하고, 백자를 재현하는 일에서는 물론이고 이를 바탕으로 한 벽지, 포장지 등 다양한 아이템으로의 원용이 가능하도록 하는 정부의 협조가 필요하다.



○ 지방자치단체 주관 사업

광주왕실도자기축제 협조

광주는 조선시대 왕실에서 쓰는 도자기를 관리하던 사용원의 분원이 있었던 곳으로 이 일대의 마을 이름 중에는 분원리가 많이 있어 그 역사를 가늠하게 해준다. 이러한 광주지역에서 벌써 9회째 광주왕실도자기축제가 열리고 있는데, 경기도와 광주 지역에서 도자와 관련한 축제들과 사업들이 많아서 매우 복잡한 양상을 보이고 있으며 더불어 각 축제간의 차별화가 부족하여 행사들이 중복되는 경향이 있다. 이에 광주왕실도자기축제만의 특징을 살릴 수 있는 프로그램의 개발이 시급하며, 진상행사나 왕실다례시범 등에 직접 왕실과 관련한 사람을 초청하여 행사를 주관하도록 하는 것도 한 방법일 수 있을 것이다. 또한 분원의 도자기에는 중앙의 화원이 직접 내려가 그림을 그리는 일이 있었는데, 그러한 행사를 재현하는 등의 다양한 프로그램을 개발이 가능하다.

그 외에도 각종 진찬의례 등의 재현을 통해서 도자기의 제작뿐만이 아니라 왕실에서 직접적으로 도자기를 어떤 식으로 사용하였는지 알릴 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 축제를 통해서 현존하는 왕실에서 이 행사에 참여하여 도자기축제로서는 물론이고 단절된 왕실과의 일반인들과의 거리를 좁힐 수 있는 장으로 활용할 수 있을 것이다.

또한 홈페이지를 좀 더 내실 있게 보강하고, 광주왕실도자기축제를 상징할 수 있는 CI를 개발하여 보다 뚜렷한 이미지를 전달하려는 노력이 필요하다. 그리고 해외에 적극적인 홍보를 통해서 도자기가 단지 하나의 물건이 아니라 그 배경엔 역사와 전통이 있다는 것을 홍보해서 해외의 판로를 개척하고 그 하나의 교두보로서 이 축제를 활용할 필요가 있다.

관요투어 개발 및 협조

광주와 그 주변 지역에는 과거 조선의 어기를 구웠던 관요의 흔적이 많이 남아있으며 한 분원에는 폐교를 이용한 작은 박물관도 만들어져 있다. 그러나 홍보가 부족하여 많은 사람들이 알고 있지는 못한 실정이다. 이러한 분원의 흔적들을 하나로 묶는 투어 프로그램을 마련해서 재현이나, 설명보다는 직접적으로 유적을 경험해 볼 수 있는 기회로 제공하는 등 다양한 노력을 통해 이를 활성화하는 데 노력해야 한다.

○ 기업 주관 사업

백자 용기 개발

이미 화장품 업계에서는 전통적인 문양을 이용한 화장품 용기를 개발하여 사용하고 있으나 개중에는 국적이 불명인 문양이나 기형도 심심치 않게 발견되어 더욱 많은 연구를 통해 우리 문화를 잘 담아낸 문양이나 용기의 제작이 필요한 시점이다. 이에 화장품등의 제품을 담은 그릇으로 백자나 그 문양을 활용하는 것이 가능하며 또한 백자의 직접적인 원용도 좋지만 백자의 질감을 재현한 용기를 개발한다면, 편리성과 아름다움 두 가지를 모두 구비할 수 있을 것으로 생각된다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	백자문양 디지털화 사업	일부 기금	45,000,000
	백자색 표준화 작업	일부 기금	30,000,000
지자체	광주왕실도자기축제	일부 기금	30,000,000
	관요투어 개발	일부 기금	25,000,000
기업	백자 용기 개발	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000



92) 분청사기

□ 상징적 의미

분청사기는 청자나 백자와 달리 한국에만 있는 고유의 도자기이다. 회색 또는 회흑색의 태토 위에 정선된 백토로 분장한 후, 유약을 씌워 구운 조선 전기의 도자기로 분장회청사기의 준말이다. 분청사기는 고려의 청자에서 조선의 백자로 이행하는 중간단계에서 과생된 자기이기도 하다. 분청사기는 고려시대 말기에 청자에서 분화하여 15·16세기의 약 200여년에 걸쳐서 제작되었고 청자가 14세기 중엽부터 퇴락국면으로 접어들면서 조선 초기가 되면 고려 말의 청자와는 완전히 다른 도자기들이 생산되기 시작한다. 분청사기에 쓰인 기법은 매우 다양한데 처음에는 고려청자의 영향을 받은 인화무늬와 상감무늬기법이 발달하였으며, 박지기법·귀얄기법·철화기법의 순으로 발달해 나갔다. 15세기 중엽에 이르면 인화기법·귀얄기법 등이 더욱 증가한다. 따라서 무늬보다는 백토분장이 주가 되고 차츰 태토와 표면분장 상태가 백자 화되어 가는 경향성을 보인다. 이러한 과정에서 임진왜란이라는 외적 요인과 사기 제조에 있어서 제도상의 변화 등 내적 요인으로 말미암아 분청사기는 더 이상 발전하기 못하고 소멸하게 된다. 분청사기는 이전의 전통을 계승하고 뒤에 올 새로운 유행을 예견했던 자기로써 많은 유물들이 국보 및 보물로 지정되어 보호 받고 있다. 그만큼 뛰어난 예술적 미감을 보여주고 있다. 또한 뛰어난 품격을 자랑하면서도 지극히 서민적이고 단정하면서도 정교하지는 않지만 자연스러운 면모를 가지고 있는 분청사기는 어떤 면에서는 한국인의 미의식을 가장 잘 드러내는 자기이기도 하다. 그리고 또한 외국에서도 그 아름다움을 인정받는 자기이기도 하여 세계에 내놓아도 손색이 없는 한국이 특색이 담긴 문화유산이다.

□ 상용화 방안

○ 현황

분청사기는 세계도자기 엑스포 등을 통하여 한국인의 감성을 담은 도자기로 세계로 알려지기 시작하였다. 분청사기 중에 여러 기법은 매우 현대적인 성격을 가지고 있기도 한데 가령 분장기법, 일명 ‘덤병기법’이라고 부르는 순발력 넘치는 필요한 기법이 연출하는 자연스러운 미감과 생동감 넘치는 미학은 지

극히 현대적이라고 할 수 있다. 이러한 분청사기는 청자와 백자가 일반 국민들에게 널리 알려진 것에 비하면 인지도가 높은 편은 아니지만 올해 11회를 맞고 있는 김해분청도자기축제와 계룡산 분청사기 축제 등 많은 도자 관련 축제를 통해 분청사기가 더욱더 일반 대중들에게 알려질 기회가 많아졌다. 또한 분청사기에 대한 전문적인 연구도 많이 전개되고 있어 이를 바탕으로 분청사기의 민족상징으로서의 가치는 더욱 높아질 것이다.



○ 정부 주관 사업

전시회 및 연구협조

분청사기의 소박하면서도 자연스러운 멋은 해외에서도 그 인지도가 높다. 하지만 분청사기에 대한 인식은 단순한 경향이 있다. 정부에서는 분청사기의 다양한 면모와 높은 수준을 보다 많은 외국인들이 경험할 수 있도록 분청사기를 홍보하는데 협조를 아끼지 말아야 한다. 이를 위해 해외 분청사기 순회전시회를 추진하고, 뿐만 아니라 국제적인 학술대회도 마련하여 분청사기를 알리는데 노력해야 한다.

분청사기 문양 디지털화 사업

분청사기는 문양은 매우 친근하면서 다양한 것이 장점인데, 이러한 문양들을 모두 모아 디지털화 작업을 통해 여러 가지 다른 분야의 아이템 사업에도 응용이 가능하도록 협조할 필요가 있다.



○ 지방자치단체 주관 사업

관련 축제 협조

매년 계룡산 분청사기 축제가 개최되고 있지만, 타 축제와 프로그램 상에서 독특한 특성이 없다. 이를 극복하기 위하여 분청사기 만의 특성을 강화한 주제선정 및 프로그램 개발이 필요할 것이다. 또한 공주 국립 박물관과 연계하여 공주의 지역적 특성을 가미한 응집력있는 전시 및 프로그램을 활성화하여 분청사기의 특성을 효율적으로 볼 수 있는 장이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

까사미아 등의 종합 인테리어 회사에서 현대적 감성에 맞는 분청사기 찻잔 세트 등, 작가와 연계하여 판매하고 있는 데 분청사기 그 자체를 복원하는 것뿐만이 아니라 그것을 응용하여 젊은 층을 타겟으로 한 제품을 제작하여 판매하고 있다. 또한 공주시의 계룡산 찻사발 축제와 같이 막사발을 홍보하고 저변 화하려는 노력이나 전통 도자를 만들어 판매하는 것도 중요하지만 보다 현대적으로 변화를 더하여 보다 폭넓은 응용의 방법을 찾아내는 것도 중요하다. 또한 분청사기 편병이나, 장군형 등을 꽃병으로 응용한다든가 하는 노력을 통해 기존의 형태를 살리면서도 새로운 쓰임새로 전용할 수 있는 아이디어가 담긴 아이템 개발이 필요하다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	전시회 및 연구	일부 기금	55,000,000
	분청사기 문양 디지털화 사업	일부 기금	35,000,000
지자체	축제	일부 기금	30,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	20,000,000
합계			150,000,000

93) 막사발

□ 상징적 의미

막사발은 그동안 청자나 백자나 분청사기 등에 비하면 문화사적으로 저평가되어왔다. 그러나 근래에 들어 일본의 막사발에 대한 미적 가치평가가 역수입되면서 막사발에 대한 중요성이 부각되었다. 그러나 아직은 한국의 도자사에 있어 막사발에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있지는 못하다. 이에 막사발에 대한 학술적 연구를 통해서 한국문화의 상징으로서 재평가해야 할 시점이다. 막사발의 ‘막’이라는 표현 속에는 허투루 쓰는 저급의 물품이란 개념이 반영되어 있으나 막사발이란 용어에 대해서는 여러 가지 논의가 있어 앞으로 많은 조사, 연구가 필요할 것으로 보인다.

막사발이 높은 평가를 받게 된 것은 이웃 일본을 통해서였다. 임진왜란을 거치면서 많은 도자기들이 일본으로 넘어갔으며, 특히 경남 일대의 막사발들이 다량으로 수탈되고 많은 도공들이 일본으로 끌려갔다. 일본인들이 추구하는 소박하고도 단아한 미감에 잘 부합되어 점차로 다도와 함께 점차로 그 가치가 더욱 높아지게 되어 결과적으로 이도다완(井戸茶碗)은 일본의 국보로 지정된다.

막사발은 유약이 자연스럽게 흘러 내려 뭉쳐져 울퉁불퉁한 질감이 그대로 드러난 특징을 가지고 있으며, 인공적인 가감의 손길의 흔적을 최대한 지우고 흙이 가진 질료의 느낌을 최대한 살린 막사발은 평범하면서도 파란(波瀾)이 없고 꾸밈이 없다. 이러한 면모는 오늘 날에 들어서 한국인에게는 물론 해외의 많은 사람들을 공명시키는 힘으로 다가오고 있다. 아직은 그 명칭조차도 불분명한 막사발에 대한 재조명이 필요할 시점이다.

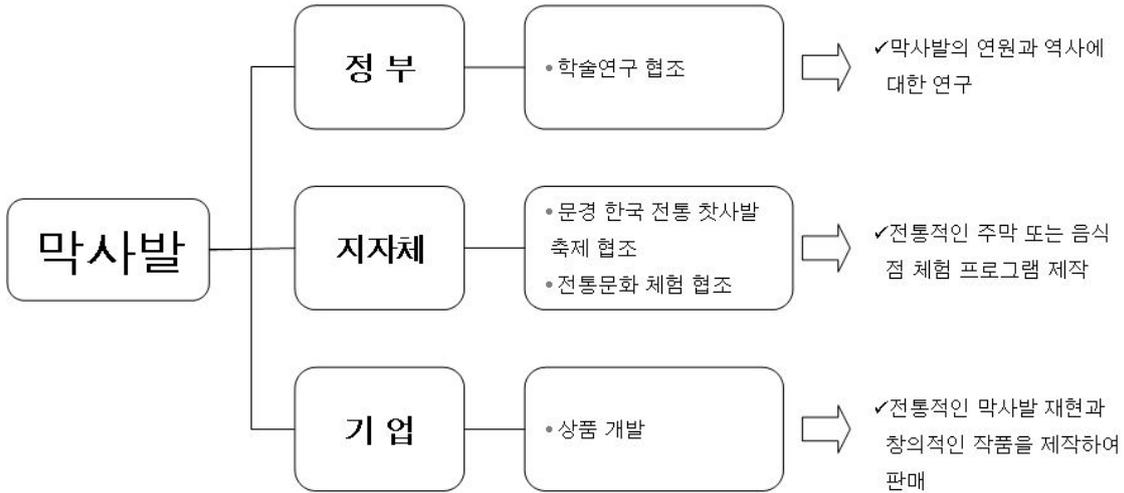
□ 상용화 방안

○ 현황

중국은 막사발축제를 개최하면서 세계적으로 막사발종주국으로 각인되길 원하고 있는 실정이다. 이러한 상황에서 대내외적으로 막사발이 한국인의 미감과 삶을 담은 문화상징으로서의 그 자리매김을 분명히 해야 할 것이다. 또한 막사발은 국제적 문화 벤처가 가능한 물건으로 일본인이 막사발에 쏟는 열정과 관심은 가히 폭발적이라 할 만하다. 이에 우리는 막사발을 현재에 재현함은 물론



이고 현대적인 미감을 더하여, 국제적인 유통 판매망을 구축한다면 막사밭의 세계화를 추진할 만한 원동력이 될 것이다. 그리고 이를 통해 끊겨버린 우리 그릇을 이용한 생활 자기의 전통이 복원된다면 막사밭의 저변 화는 자연스럽게 넓어 질 것으로 기대된다. 이렇듯이 막사밭의 미래적 문화자원으로서의 가치는 무한하다.



○ 정부 주관 사업

학술 연구 협조

막사밭의 대외적인 인지도에 비해서, 체계적인 학술적 연구가 미미한 편으로 정확히 막사밭이 어떠한 기형을 말하는지, 어디에 쓰였던 그릇인지, 막사밭이라는 용어는 어떻게 파생된 것인지도 확실하게 규명된 바가 없다. 그리고 현재 시중에 나와 있는 막사밭에 대한 서적도 비전문가에 의한 추측성 논리 전개가 두드러진 것으로 앞으로 막사밭에 대한 심도 깊은 연구에 대한 협조가 절실하다. 이를 위해 정부에서는 관련 연구 인력의 양성 및 학술회 개최에 지속적인 협조를 해야 할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

문경 찻사밭 축제 협조

막사밭과 관련한 축제는 문경 한국 전통 찻사밭 축제로 2006년 8회째 맞고 있으며 문경시가 주관한 도자기 축제로서 전통 장작 가마 시연, 다례행사를 비롯하여 일본 도자기와의 교류 등 다양한 문화를 행사를 통해 좋은 반응을 얻고 있으며, 그 외에

도 문경의 온천 등과 연계하여 단순한 축제 개최에서 한걸음 더 나아가 주변으로까지 경제적 파급효과를 파생하며 성공적으로 개최되고 있다. 그러나 특히 축제 자체의 높은 성과에도 불구하고 막사발에 대한 개념이 정립되어 있지 않아서 좀 더 역사적이고 전통적인 가치를 제대로 표현하는 데에는 한계가 있다. 이에 정부에서는 막사발과 문경 내에 있는 막사발 전통에 대한 연구를 협조하여 이 축제가 세계적인 축제가 될 수 있도록 한다. 강진청자축제의 성공적인 개최를 참고하여, 학술제 등을 병행하여 좀 더 내실 있는 축제가 될 수 있도록 협조해야 할 것이다.

전통문화 체험 협조

막사발은 일본에서는 다완으로 여겨져 각광받지만 한국에서의 본래의 쓰임새는 다완 이라 하기보다 일상용기로서의 기능이 더 강했다. 또한 백자나 청자같이 귀족이나 사대부 혹은 왕실이 쓰던 그릇이라는 보다는 서민들이 쓰던 그릇이었던 것으로 판단된다. 이에 각종 축제나, 코리아 센터 등의 국내외에 막사발을 본래 사용했던 방법으로 사용할 수 있는 주막 체험 프로그램 등을 만들어, 주모가 주는 막사발에 담겨진 토속적인 음식을 먹는 색다른 경험을 할 수 있도록 한다면 국내 막사발의 수요 증가와 함께 세계인에게 우리의 그릇과 음식을 함께 알리는 효과적인 홍보 방안이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

청자와 분청사기 등 전통의 도자기들이 전통 문화에 대한 재인식과 웰빙의 유행과 더불어 차를 즐기는 문화가 확대되면서 많은 사람들에게 애호되기 시작하였으며, 각 기업에서는 이에 발맞추어 전통의 재현에서부터 현대적 미감이 가미된 새로운 디자인의 제품까지 다양한 상품을 개발해서 내놓고 있다. 그러나 막사발은 그에 비해 일본의 수요를 염두 해두지 않을 수 없어, 주로 재현에만 그 초점이 맞추어져 있는 경향이 있다. 이에 단순한 재현에만 머물지 말고, 자연스럽게 투박한 미감을 충분히 살리면서도, 막사발에 대한 연구를 통해서 막사발의 다양한 면모를 발굴해내고 이것을 응용하여 다종다양한 막사발 제품의 개발이 필요하다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	학술 연구	연구 협조	60,000,000
지자체	문경 찻사발 축제	일부 기금	30,000,000
	전통문화 체험	일부 기금	35,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	25,000,000
합계			150,000,000

94) 풍물굿(농악)

□ 상징적 의미

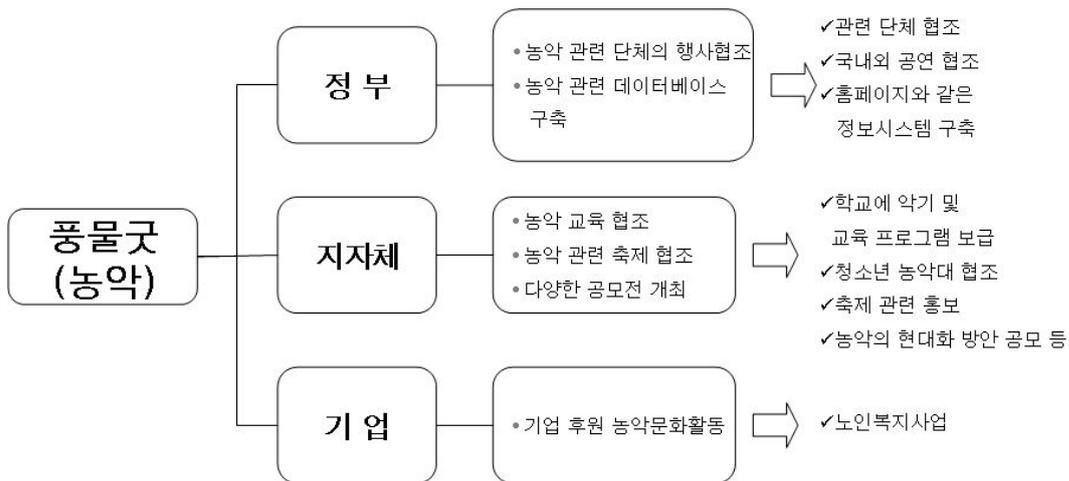
풍물굿(농악)은 추석이나 설 또는 두레, 품앗이 등 공동 작업을 할 때 연주했던 우리 고유의 민속종합예술로, 장구, 북, 팽과리, 징 등이 어우러져 이뤄지는 한해의 풍년을 빌고 풍년을 축하하며 사람의 복과 건강을 빌어주므로 많은 의미를 갖고 있는 전통문화이다.

문헌자료에서는 풍물굿이 악귀를 쫓고 복을 구하던 신앙풍습에서 나온 것으로 기록되어 있으나, 조선후기에는 모내기가 확산되고, 두레가 강해지면서 풍물굿이 다양한 모습으로 체계화 되었다. 이는 매귀굿에서 기원하여 노동의 힘겨움을 놀이로 풀어내던 흥의 잔치, 병농일치제 아래서 농기 등 군사훈련 요소가 가미된 풍물굿을 통해 무리지어 일사분란하게 움직이는 방법을 익혀 실제 전투에 활용, 장터를 누비면서 연예를 팔면서 살아가던 유랑예인집단의 세련된 기예 등의 다양한 모습에서 발견할 수 있다. 농악은 수천 년 전부터 흘러내려오는 민족의 혼에서 주어진 서로 하나 되는 장이며, 서민의 자연스러운 욕구와 감정의 배출구이며, 공동체가 하나로 되는 연대의 장으로 그 문화적 의의가 크다.

□ 상용화 방안

○ 현황

경기농악대회와 대구 풍물굿 한마당, 부안 필봉 풍물굿 축제와 같은 지역을 중심으로 하는 다양한 행사가 이루어지고 있다. 그러나 서로 모여 풍물을 치며 흥겨운 ‘생명’을 만들어내는 풍물을 보다 쉽게 체험하기 위한 다각적인 노력이 필요할 것이다. 이를 위하여 정부의 농악 관련 무형문화재와 관련 공연에 대한 실질적인 협조책 마련 및 국내외 홍보를 위한 효과적인 방안 및 협조, 지역축제에 다양한 프로그램을 구축하는 등의 전통을 이어나가기 위한 노력이 필요할 것이다.



○ 정부 주관 사업

농악 관련 단체의 행사 협조

정부는 농악이 사라져 가는 현실 속에서도 농악을 보전하고 농악보급을 실천하고 있는 단체들에 대해 협조할 필요가 있다. 한 예로, 고창 농악 전수관(관장 이명훈)은 노인 분들을 대상으로 2006년 찾아가는 문화 활동의 일환으로 ‘이보게 동네사람들 굿 보러 가세’ 공연을 실시하고 있다. 이는 지역에 거주하고 있는 노인 분들의 외로움과 사회적 문화적 소외감을 덜어주기 위한 목적으로 진행되고 있다. 이러한 농악보존과 사회적 보급하고자 노력하는 우수한 단체에 대해 정부는 연습실의 마련이나, 운영비 보조와 같은 실질적인 협조를 제공해야 한다. 더불어 고창 농악 전수관 외에도 지역마다 농악을 보존하고 계승하고 있는 단체를 발굴하고 우수한 단체에 대해서는 전국순회공연과 나아가 해외공연의 길을 협조하여 농악이 퍼져나갈 수 있는 길을 마련해야 한다.

농악 관련 데이터베이스 구축

국가지정 중요무형문화재 5대 농악에 속하는 ‘진주·삼천포농악’, ‘평택농악’, ‘이리농악’, ‘강릉농악’, ‘임실필봉농악’을 비롯하여, 각 지역에는 지역마다 내려져 오는 풍물굿이 있으며, 이는 추석과 같은 명절이나 지역축제의 행사 중 하나로 행해지고 있다. 그러나 이러한 다양한 종류의 농악에 대한 체계적인 데이터베이스가 없어, 각 농악의 특징을 알고 서로 비교, 대조하는 등의 정보가 없는 실정이다. 정부는 농악에 대한 정보 제공과 홍보를 위한 농악 관련 데이터베이스 구축에 협조해야 한다. 그 구성을 예로 들면, 농악의 역사를 체계적으로 정리한 자료, 지역별 대표적인 농

악 공연을 담은 동영상, 농악에 사용되는 악기의 유래와 종류를 정리한 자료, 기초적으로 농악을 배워볼 수 있는 교육 동영상, 각 농악 관련 단체 및 보존회의 홈페이지 링크 등등이 있을 것이다. 이러한 농악에 관련 정보 시스템은 농악을 적극적으로 알리고 활용하기 위한 효과적인 자료로 활용될 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

농악 교육 협조

농악은 구성원들이 함께 연주하고, 즐기는 과정을 통해 서로간의 결속력을 주고 신명나는 한마당을 통해 함께 나누는 즐거움을 느끼게 하는 장점을 가졌다. 이러한 농악을 청소년에게 직접 체험할 수 있는 기회를 제공한다면, 공동체 의식을 느끼게 하고 농악의 가치 계승에도 도움이 될 것이다. 이를 위해 지자체에서는 학교에서 농악교육을 효과적으로 진행할 수 있도록 악기의 보급, 농악의 역사와 연주방법을 가르칠 수 있는 교육용 프로그램 보급, 농악 교육을 실천하는 우수 학교에 대한 시상, 청소년들의 농악대를 위한 연습실 건립 및 장학 기금 마련 등등을 실시해야 한다. 이러한 지자체의 농악 교육 협조 노력은 사라져가는 우리 농악의 명맥을 잇는데 큰 도움이 될 것이다.

농악 관련 축제 협조

현재 농악과 관련된 행사에는 경기농악대회, 평택농악경연대회, 진안 풍물굿 경연대회 등과 같은 지역 단위의 경연대회와, 대구 풍물굿 한마당, 임실 풍물굿 축제 등과 같은 축제 행사가 있다. 또한 '5대 농악과 소리의 만남'이라는 주제로 마련된 '2006 대한민국 무형문화재 축제'와 한국문화재보호재단 주관으로 개최된 무형문화재 순회공연 'Good(굿)! 보러가자'는 중요무형문화재로 지정된 예능종목의 보유자를 비롯하여 각 지역의 특색 있는 굿, 지역예술인의 무대, 젊은 국악, 퓨전국악 등 다양한 프로그램들이 마련되었다. 이렇게 농악과 연관해 실시되는 관련 행사의 수는 많으나, 이를 찾을 수 있는 정보체계를 갖춘 홈페이지나 적극적인 홍보가 없어 지역민들의 행사로 마무리되는 점이 아쉽다. 이를 개선하기 위해 지자체에서는 각 지역의 풍물굿 관련 행사에 대한 적극적인 홍보를 진행하고, 외국인들도 함께 즐길 수 있도록 지역 내 거주하는 외국인들을 초청하여 체험 프로그램 진행, 농악과 관련된 음악 CD나 행사 매뉴얼을 담은 홍보 자료, 농악을 해외로 보급하기 위한 홍보단 발족 등 보다 폭넓은 행사를 만들어야 한다.



다양한 공모전 개최

농악을 국내외 보급하고 그 가치를 계승하기 위한 시민들의 의견을 수렴한다면 실질적인 농악의 상용화에 반영될 수 있다. 예를 들면, 농악의 국내 보급을 위한 ‘우리 농악 바로 알기’와 같은 교육 프로그램의 공모, 농악의 현대화를 위한 퓨전 음악의 공모, 농악을 활용한 창작공연의 공모, 지역별 농악과 관광을 결합한 체험 프로그램 공모 등 농악을 현대화하기 위한 방안들이 있다. 이러한 공모전의 개최는 농악에 대한 시민들의 관심을 이끌어내어 농악의 보급과 가치 계승에 큰 도움이 될 것이다.

○ 기업 주관 사업

기업 후원 농악 문화 활동

한화증권은 지난 1999년부터 천주교 노인복지시설과 결연한 이래 매년 봄과 가을에 경로잔치와 효도관광을 마련하고, 명절에는 전자제품, 쌀 등 위문품을 마련하여 봉사활동을 해오고 있다. 이러한 프로그램의 하나로, 무의탁 노인들을 모시고 한국용인민속촌에서 공연한 농악놀이, 줄타기, 마상공연 등을 함께 관람하는 등 ‘다음세대를 가꾸는 기업, 한화’의 모토로 노인복지를 위한 사회공헌활동을 진행 중이다. 이러한 기업의 사회봉사활동은 기업의 이미지 제고와 함께 복지사업의 확대효과를 가져온다. 이러한 활동 중 노인복지사업에 농악을 활용한다면 효과적일 것이다. 노인복지시설에 ‘찾아가는 농악 공연’과 같은 행사를 만들어 농악 공연을 통해 어르신들에게 즐거움을 드리는 일에서부터, 노인복지시설에 농악 악기 제공 및 농악을 배울 수 있는 프로그램을 함께 실시한다면 소외된 노인들을 위한 복지사업에 효과적인 프로그램 구성이 될 것이다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	농악관련 단체 협조	일부 기금	20,000,000
	국내외 농악공연	공연 협조	15,000,000
	농악 관련 정보시스템 구축	홈페이지 구축	25,000,000
지자체	농악교육	협조	20,000,000
	농악 관련 축제	홍보	25,000,000
	공모전 개최	공모전	15,000,000
기업	기업 후원 농악 문화 활동	일부 기금	20,000,000
합계			140,000,000



95) 탈춤

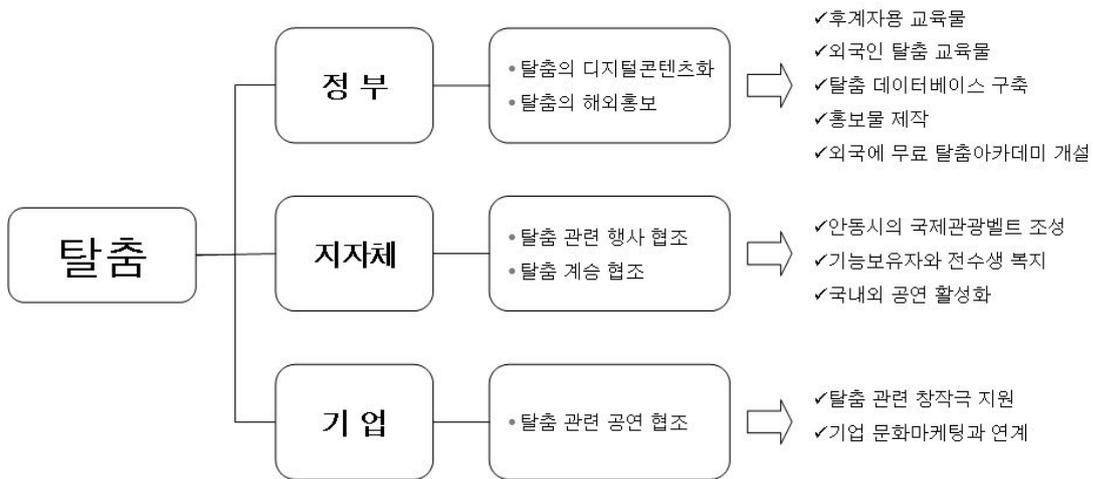
□ 상징적 의미

탈춤은 한 사람 또는 여러 사람의 연기자가 가면으로 얼굴이나 머리 전체를 가리고, 본래의 얼굴과는 다른 인물이나 동물 또는 초자연적 존재(신)로 분장하여 극적인 장면을 연출하는 연극의 일종이다. 한국 탈춤의 기원은 농경의례설, 기악설, 산대희설의 세 가지로 논의되어 왔다. 고구려의 무악, 백제의 기악, 신라의 처용무와 오기 등과 같이 대륙에서 전래된 산악백희가 향악화에서, 고려의 산대잡극으로 이어지며, 조선 전기에는 사찰기악의 민속극화로 발전해왔다. 이어 조선 전기의 각종 가면희가 17세기 중엽에 이르러 현재의 것과 같은 산대도감극 드라마로 정립되었다. 그러나 탈춤의 기원은 문화기록보다는 훨씬 앞서서 정신문화적인 측면에서 시작한 '굿' 형태에서 찾는 설도 있다. 이러한 주장은 탈춤이 어떤 제례의식보다는 생활의 방편으로 행해지고, 연희의 장소는 실제 그들 삶의 현장임을 말해 준다. 탈춤의 전승은 농촌마을 자체에 깊이 뿌리를 박고 전승되다가, 식민지적 근대 문화와 부딪치자 쉽게 위축되어 일제의 탄압을 거치면서 대부분이 탈춤 전승이 중단되어 현재 원형을 보존하는 대본 채록에 어려움을 겪고 있다. 한국인의 삶과 함께 해 온 탈춤의 전통을 보존하고 계승하기 위한 각 기관의 노력이 필요하다.

□ 상용화 방안

○ 현황

탈춤은 한국 연희문화의 대표 상징이며, 후대에 계승해야 할 소중한 무형문화재이다. 탈춤은 지방에 따라 북부지방에는 봉산탈춤, 강령탈춤, 은율탈춤, 중부지방에는 양주별산대놀이, 송파산대놀이, 남부지방에는 고성오광대탈춤, 가산오광대 탈춤, 통영오광대탈춤, 동래야유 그 외에 하회별신굿 탈놀이, 북청사자놀음이 내려져 오고 있다. 안동에서는 매년 국제탈춤페스티벌과 같은 행사를 마련하여 800여년의 역사를 가진 하회별신굿탈놀이를 모태로 한 문화관광축제 개발하고 안동을 국제적인 탈춤 메카로 조성하기 위해 노력하고 있다. 탈춤을 활성화하기 위해서는 탈춤 축제의 성공적인 개최 이 외에도 탈춤에 관한 지속적인 연구와 지원, 국내외 탈춤공연의 보급과 청소년의 탈춤 교육, 탈춤의 현대화 등등 탈춤의 전파와 보급에 효과적인 다양한 방안이 필요하다.



○ 정부 주관 사업

탈춤의 디지털콘텐츠화

한국 탈이 가진 다양한 종류와 색, 독특한 조형적 요소와 이를 가지고 신명나는 한마당을 풀어내는 탈춤은 자랑스러운 한국의 유산이다. 이에 정부에서는 탈과 탈춤의 보존과 보급에 활용하기 위한 디지털콘텐츠화 및 해외 홍보에 협조해야한다. 한 예로, 영화, 애니메이션에 주로 쓰이는 모션 캡처 기법이 문화재 보존분야에도 도입되어 국립문화재연구소와 문화재보호재단은 중요무형문화재 6종목의 춤사위를 디지털 재현을 마무리했다. 대상은 승무.태평무.살판이춤.처용무.진주검무.승전무다. 춤을 추는 보유자의 전신(주로 관절)에 센서를 달고, 그 센서에서 나온 정보를 20여 대의 적외선 카메라가 받아 3차원 영상을 만들어낸 이러한 성과는 향후 무형문화재의 후계자 양성에 기본 텍스트로 쓰이는 것은 물론, 자라나는 청소년 교육물, 외국인들에게 탈춤을 전파하기 위한 홍보물, 전통탈춤의 보존을 위한 데이터 작업 등등 다양하게 활용될 수 있다. 정부는 이러한 디지털콘텐츠화 사업에 협조하여 한국 탈춤의 자료연구의 체계화와 다양한 활용에 노력해야 한다.

탈춤의 해외홍보 협조

탈춤은 외국 관광객들에게 한국적인 공연문화를 경험하게 할 수 있는 대표적인 매개체가 될 수 있다. 이에 정부는 탈춤의 적극적인 홍보를 위해 한국에 관광 오는 해외 관광객들을 대상 외에도, 탈춤을 해외에 알리기 위해 노력해야 한다. 이를 위해서는 국가 홍보물에 탈춤의 이미지를 지속적으로 노출시키거나, 해외에 탈춤에 얽힌 설화, 속담 등을 각국의 언어로 번역한 홍보물을 제작하여 한국 고유의 문화원형의 하나로서 인식시키는 방안, 외국에 탈춤을 보급하기 위한 무료 탈춤 아카데미



미의 개설 등이 있다. 한국의 대표적인 공연문화, 공연자와 관객이 하나 되는 탈춤의 세계화를 위한 효과적인 해외홍보 전략을 수립해야한다.

○ 지방자치단체 주관 사업

탈춤 관련 행사의 협조

탈춤에 관해 가장 잘 알려진 대표 행사로는, ‘안동국제탈춤페스티벌’이 있다. 안동국제탈춤페스티벌은 국내외 탈춤단체들이 서로의 신명을 함께 느끼며, 문화적 교류를 꾀하는 탈춤인들의 축제의 장으로, 축제기간 중에 국내 중요문화재 지정 탈춤 13개가 공연되고 세계 여러 나라의 민속탈춤, 그리고 민속축제와 각종 부대행사가 열린다. 2006년으로 10회를 맞는 이 행사는, 2006년 ‘세계 탈문화예술연맹’의 설립과 김희동 안동시장의 초대회장 선출로, 안동시의 아시아 탈 문화예술 중심지로의 성장에 박차를 가하고 있다. 이후 안동시는 안동시의 각국의 탈 관련 자료를 DB화하고 국제 탈박물관 건립도 추진할 계획이다. 안동은 하회마을과 별신굿 탈놀이, 고택(古宅) 등의 전통문화의 보존이 잘 이루어진 도시로, 지역대표축제인 ‘안동국제탈춤페스티벌’은 문화관광부 지정 5년 연속 국내 최우수 축제로 선정되는 등 지역문화가 활성화된 곳이다. 이러한 기반을 바탕으로 전통 탈과 탈춤을 활용한 국제적인 관광도시로 육성하기 위한 지자체의 노력이 필요하다.

탈춤 계승 협조

한국의 대표적인 탈춤은 중요무형문화재로 지정되어 있다. 은율탈춤(중요무형문화재 제61호), 강령탈춤(중요무형문화재 제34호), 봉산탈춤(중요무형문화재 제17호), 가산오광대(중요무형문화재 제73호), 송파산대놀이(중요무형문화재 제49호) 등 문화재청에서는 우리 문화의 정신과 정서, 생활풍습 등을 대대로 전해 주는 문화의 보고인 탈춤을 법으로 지정해 보존하고 있다. 이를 위해 원형보존, 기록보존, 전수교육 협조, 전승자 지원금제도, 공개행사협조, 보급과 선양 등으로 영역을 나누어의 협조하고 있다. 그러나 현재 기능보유자의 월 지원액은 100만 원으로 이는 한 달을 살아가기에는 부족한 실정이다. 그리고 전승 면에서도 비인기 종목은 전수생이 없어 전승 자체가 시급한 문제가 된다. 이러한 문제로 탈춤 보존에 문제가 생기지 않도록, 지자체 내에서 기능 보유자와 그 전수생을 위한 복지에 앞장서는 것은 물론 전국순회공연, 해외순회공연 등 공연 활성화 지원을 통해 정기적인 공연을 통한 수익구조가 발생되도록 적극적으로 협조해야 한다.

○ 기업 주관 사업

탈춤 관련 공연 후원

극단 '민들레' 대표 송인현 씨는 봉산탈춤 이수자로, 우리 전통을 소재로 한 어린이 연극의 연출과 이를 보급하기 위해 노력하고 있다. 대표작으로는 연희극 <황봉사 황됐네>, 어린이 연극 <놀보, 도깨비 만나다>가 있다. 이러한 극들은 어린이들과 청소년들에게 우리의 전통 양식인 탈춤과 판소리, 꼭두극을 한 작품에 녹여 단순한 옛이야기가 아닌 오늘의 이야기로 새로이 구성하였다. 이렇게 탈춤과 같은 전통 문화를 현대적으로 창작한 공연에 기업의 문화마케팅을 접목시켜 후원한다면 탈춤의 현대화에 도움이 될 수 있다. 최근 기업의 문화마케팅이 가져오는 소비자 관심 증대, 문화의 대중화, 기업 이미지 향상과 같은 효과들이 주목받고 있다. 한 예로, GM대우는 'GM대우 작은 무대, 큰 사랑'(가제)이라는 이름으로 소극장 뮤지컬 5개 작품을 동시에 후원하는 기업 메세나 활동을 전개하고 있다. GM대우는 이들 작품에 대해 현금 협조와 함께 홍보물 제작, 신문 및 인터넷 배너 광고 등 다양한 방식을 통해 총 2억 5천만 원 상당을 협조할 예정이다. 또 대학로 소극장의 창작 뮤지컬에 대한 협조를 확대하기 위해 내년 5~7월쯤 'G M대우 대학로 페스티벌'을 열 계획이다. 이러한 협조는 대형 라이선스 공연에 치우쳐 소외받고 있는 소극장 창작 뮤지컬에 힘을 주기 위한 기업의 후원이다. 기업들이 전통 탈춤공연 및 탈춤을 현대화한 공연들에 후원한다면, 전통 문화를 살리는 기업이라는 이미지 제고는 물론, 탈춤의 대중화를 가져 와 사회 전체에 긍정적인 효과를 가져 올 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	탈춤의 디지털콘텐츠화	일부 기금	30,000,000
	탈춤 교육물, 홍보물 제작	일부 기금	20,000,000
	외국에 탈춤아카데미 개설	해외사업 협조	15,000,000
지자체	안동시 관광벨트 조성	사업 협조	25,000,000
	탈춤 계승 지원	복지 협조	30,000,000
기업	기업 문화마케팅	일부 기금	20,000,000
합계			140,000,000



96) 판소리

□ 상징적 의미

판소리에 관한 가장 오래된 기록은 1754년에 만화(晩華) 류진한(柳振漢)이란 충청도에 사는 선비가 1753년 전라도 남원 지역을 방문했다가 광대가 부르는 ‘타령’을 듣고, 그 이듬해 200구의 한시(漢詩)로 지은 <만화본 춘향가>라 할 수 있다. 이후 1843년에 지어진 송만재(宋晩載)의 <관우회>(觀優戲)에 판소리 12마당에 대한 소개가 나온다. 그러나 이후 판소리는 1870년대에 주로 전래의 판소리 사설들을 개작한 신재효 때, <춘향가>, <심청가>, <흥부가>, <수궁가>, <적벽가>, <변강쇠타령> 등 6작품이 중시되었다가, 현재에는 <춘향가>, <심청가>, <흥부가>, <수궁가>, <적벽가> 등 5작품만 그 소리가 전승되고 있다. 현재 전승되고 있는 5가는 주인공들이 긍정적 성격이 강하고, 줄거리 자체도 상당 부분이 일반이 공감할 수 있는 것이어서 지속적으로 향유할 만한 것으로 되어 있다는 것이라는 공통점이 있다. 이러한 점에서 판소리는 풍자나 해학 같은 웃음 일변도의 작품들은 점차 버리고 문학적으로 지속적으로 향유할 만한 이른바 국민 서사시가 될 만한 작품들을 중심으로 발전한 것을 알 수 있다.

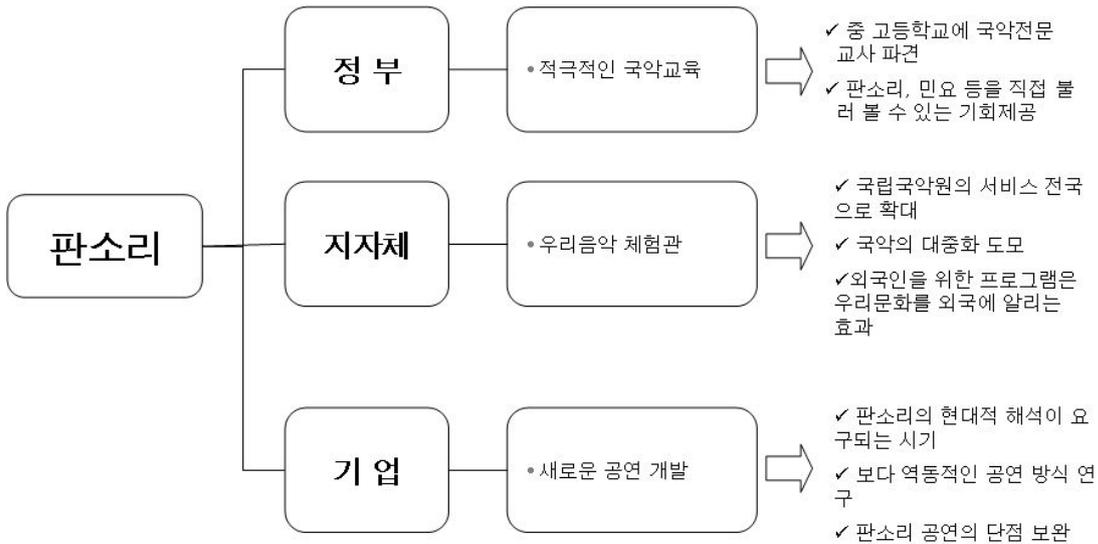
판소리는 초기에는 광대의 재미있는 공연물이었다가 이후 문학적으로나 음악적으로 지속적으로 향유할 만 공연물이 되면서 문학적, 음악적인 면들이 발전하였는데, 그 중에서도 음악적인 발전이 더욱 두드러졌다. 판소리를 부르는 광대들은 노래와 춤을 전문으로 하는 공연 예술인들이었기 때문이다. 따라서 전통 사회에서 판소리는 광대들의 최고의 공연물이었고, 오늘날 전승되는 판소리들은 문학적으로는 국민 서사시로, 음악적으로는 국민 예술로 간주되었던 것이다. 오늘날 판소리 전승 5가들은 1964년부터 모두 국가 중요 무형문화재 제5호로 지정되어 보존·전승되고 있다.

□ 상용화 방안

○ 현황

판소리는 고도의 음악성, 수준 높은 문학성, 세련된 연행성 등으로 인해, 엄격한 신분 사회였던 전통 사회에서도 상하층이 모두 적극적으로 향유한 국민 예술이었다. 또한 2003년 유네스코 인류 구전 및 무형 유산 걸작으로 선정되었다. 오늘날 전통 사회의 예술이었던 판소리 자체를 보존하는 차원을 넘어 판소리의 우수한 예술성을 현대에도 잇는 새로운 공연 예술들이 요구된다. 판소리는 과거에나 지금에나 우리

나라의 대표적 공연 예술의 하나로 있는 것이다. 판소리는 외국인들로부터 극찬을 받는다. 한사람이 오랜 시간동안 독특한 발성으로 노래하고 이야기하는 공연에 대해 칭찬을 아끼지 않는다. 그러나 한국 사람들에게는 많은 호응을 얻고 있지는 못하다. 예술적인 측면에서 뛰어난 공연이나 자칫 지루해 지기 쉽기 때문으로 생각된다. 이에 새로운 형태의 판소리 공연이 요청되고 있다.



○ 정부 주관 사업

적극적인 국악 교육

중고등학교의 음악책에 판소리에 대한 언급이 있고 이를 감상하거나 하는 형식으로 국악에 대한 교육을 마친다. 또한 판소리가 지닌 문학적 가치로 인해 국어 시간에도 판소리가 소개되고 이 내용에 대한 공부를 한다. 이처럼 학교 교육과정에서 판소리에 대한 개념은 배우지만, 정작 직접 보거나 배워 볼 수 있는 기회는 없다고 할 수 있다. 서양의 음악은 직접 부르고 시험을 보는 반면, 우리의 국악은 정작 직접 체험할 기회가 없는 것이다. 이러한 교육은 우리 학생들로 하여금 국악은 어려운 음악으로 받아들이게 한다. 이를 보완하기 위해 교육청에서 국악대학교 학생들이나, 국악의 기본기에 대해 가르칠 수 있는 인력을 통하여 한국음악을 접하고 배워 볼 수 있는 기회 제공하도록 한다. 이렇게 채용된 국악전문 교사들이 각 학교에 출장을 나가는 식으로 국악 교육을 진행하고, 이 시간에는 판소리를 비롯한 민요 등을 학생들이 직접 체험해 볼 수 있는 기회를 갖도록 한다. 더불어 간단한 악기를 직접 볼 수 있는 기회를 만들어 주기도 한다. 이러한 교육은 국악의 기본적인 이해를 길러주는 한편, 좀 더 가까운 문화로 인식할 수 있도록 할 것이다.



○ 지방자치단체 주관 사업

한국음악 체험관

현재 국립국악원에서는 국악 박물관, 공연장과 함께 국악교육을 함께 하고 있다. 국악 교육도 음악 교사 연수를 비롯하여 가족, 청소년, 외국인들을 위한 프로그램으로 상세하게 나누어져 있다. 이러한 프로그램은 국립국악원에서만 진행되고 있지만, 이를 전국으로 확대하여 국악 공연을 활성화 할 수 있도록 한다. 이러한 사업을 통해 고루하다는 이미지를 갖고 멀어져가기만 하던 한국음악에 대한 관심과 참여를 이끌어 내고 이러한 개인적인 관심이 지속될 수 있는 기회를 제공할 수 있을 것이다.

○ 기업 주관 사업

새로운 공연 개발

판소리가 해외에서 공연 될 경우 화제가 되기도 하고, 호평을 받았다. 그러나 정작 국내에서는 판소리라는 장르에 대한 관심은 낮다. 이는 판소리 공연의 방식을 지루하게 느끼며, 현대음악에 익숙한 젊은이에게는 난해한 장르로 여겨지고 있다. 이러한 점을 보완하기 위해 보다 역동적이고 볼거리가 다양한 공연방식의 연구가 필요하다. 예를 들어, 1인극이 아닌 여러 사람이 등장하여 판소리로 연극을 하는 방식을 갖는 다거나, 현대극을 판소리로 재구성 하는 등의 새로운 공연 방식이 요구되고 있다. 이를 지속적으로 개발하여 국내 공연은 물론 해외에도 우리의 판소리가 널리 전파 될 수 있도록 노력을 기울이고, 지속적인 새로운 공연 방식의 개발을 연구해 나가야 하겠다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	국악교육 활성화	전문교사 양성 및 파견	50,000,000
지자체	우리음악 체험관	박물관 및 공연장 건립 협조	20,000,000
		대중 국악 교육 협조	20,000,000
기업	새로운 공연 개발	일부 기금	30,000,000
합계			120,000,000

97) 아리랑

□ 상징적 의미

아리랑은 한국을 대표하는 민요로서 민족의 노래라고 할 수 있다. 아리랑은 누구나 쉽게 부르고 어느 자리에서든 부를 수 있어 민요 이상의 민족 공동의식을 대변하는 ‘백성의 소리’가 되어 있다. 이러한 집단적 신명성을 가지는 소리로서, 현대에는 남북한을 하나로 묶어주는 통일을 상징하는 노래로 여겨진다.

현재 흔히 불리는 아리랑은 4분의 3박자의 서양음악어법에 가깝게 만들어진 것으로 나운규의 영화 아리랑에서 편곡되어 쓰이면서 널리 퍼진 것이라 한다. 결국 나운규의 영화 아리랑의 음악이 지금은 아리랑의 대표곡으로 불리고 있으나, 이 외에도 지역마다 이름난 아리랑들이 있다는 것은 잘 알려져 있다. 서울지역의 아리랑을 비롯하여 진도의 아리랑, 해주아리랑, 밀양아리랑, 강원도아리랑, 정선아리랑 외에도 많이 있다. 이러한 아리랑들은 대부분 일제 강점기를 거치면서, 특히 영화 아리랑의 과장으로 여러 형태가 만들어진 것으로 추측되고 있다. 모든 아리랑의 원천을 캐어 보면 강원도지역에서 논밭 일을 할 때 부르는 아라리소리가 그 근원이 되고 있다고 한다. 강원도 지역의 아라리소리는 고려가 망하자 고려의 유신들이 정선의 두문동에 숨어살며 부른 노래가 시원이 되었다고도 한다. 그러나 민요의 기원을 노동요에서 찾을 때 아리랑의 기원은 고려 이전의 노래로까지 거슬러 올라갈 수 있다. 아리랑은 오랜 역사성과 민중성으로 인하여 민요가 가진 집단성과 창조성, 시대성을 그대로 반영하는 점에서 큰 가치가 있다. 아리랑 속에는 한국인이 살아온 삶의 궤적이 담겨 있으며, 지난한 시대의 굴곡을 헤쳐 온 강인한 생명력과 한국적 정서가 깃들여 있다. 현재에도 오늘을 사는 우리의 염원과 신명을 풀어낼 수 있는 민족적 정서의 결정체로서 존재하고 있다.

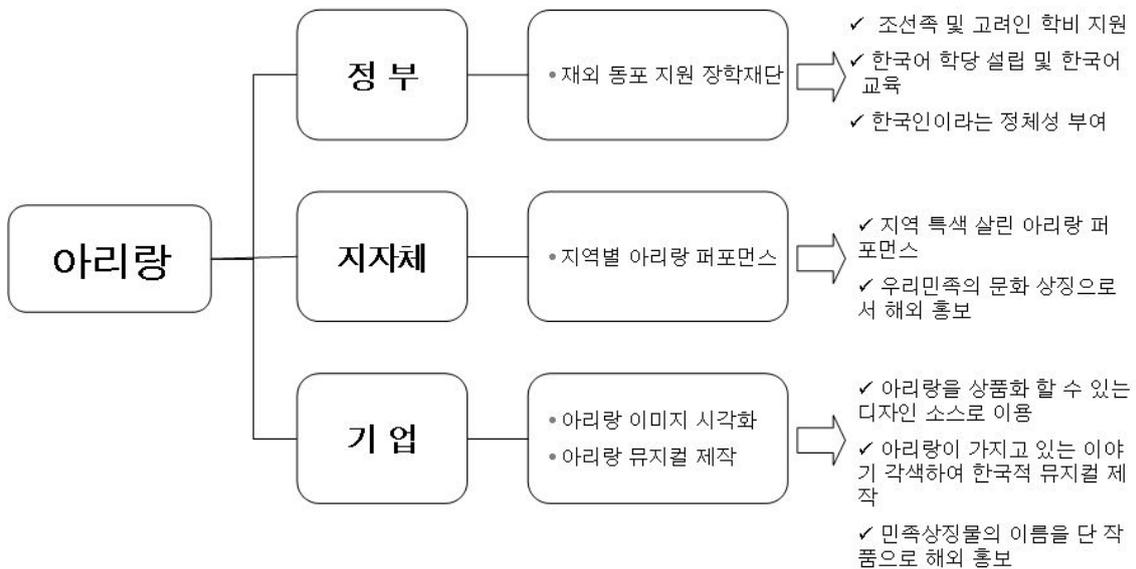
□ 상용화 방안

○ 현황

요즘에 이르러 한국 고전의 상징이라고 할 수 있는 아리랑과 서양문화가 결합된 형태의 아리랑이 많이 연주되고 있다. 때문에 아리랑의 버전만 해도 헤아리기가 어려울 정도라고 할 수 있다. 이는 아리랑이 우리 민족 문화의 상징으로 여겨지고 있으



며, 우리 전통 문화를 현대식으로 재해석 하고자, 혹은 서양의 문화와 결합시키고자 하는 노력이라고 생각된다. 이러한 생각은 TV 채널에도 반영되어 영어로 진행되는 한국방송사의 명칭으로 이용되고 있다.



○ 정부 주관 사업

재외 동포를 위한 장학재단

아리랑이 한이 서려 있는 노래라면 그 한을 담고 사는 사람들은 다름 아닌 조선족 자치구, 연해주, 중앙아시아 등지의 조선족·고려인 들이다. 그들은 주변인으로서 해당 국가에 완전히 속하지 못하고, 그렇다고 한국인으로서 살지도 못하는 형편에 처해 있다. 이들을 협조하는 사업에 ‘아리랑’이라는 말을 이용함으로써 그들로 하여금 자신들이 한국인이라는 인식과 함께 그들이 우리 민족임을 알려야 한다.

‘아리랑’ 재단에서는 조선족 및 고려인들이 공부 할 수 있도록 장학 사업을 진행하고, 한국어 교육이 필요한 곳에 한국어 어학당을 지어 자신들의 뿌리를 배울 수 있도록 협조가 필요할 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

지역별 아리랑 특색에 맞춘 퍼포먼스

지역별로 아리랑은 각각 다른 색깔을 가지고 있다. 음악도 듣기만 하는 것이 아닌, 시각적으로 보이는 것이 중요한 이 시대에 발맞추어 각 지역의 아리랑을 각각의 특색에 맞춘 퍼포먼스로 개발 한다면 아리랑이 그저 민요가 아닌 한국문화의 상징으

로 기능할 수 있을 것이다. 이렇게 만들어진 문화 상징을 해외에 홍보하고, 더불어 여러 가지 형태의 아리랑을 공연할 수 있는 기회를 만듦으로서 우리 문화를 국내에는 물론 세계에 알릴 수 있는 계기를 만든다.

○ 기업 주관 사업

아리랑 이미지 시각화

아리랑이라는 민요가 한국의 정서를 잘 표현하고 있지만 이를 상용화하기 위해서는 시각화 된 이미지가 필요하다. 아리랑이 가지고 있는 의미 등 여러 가지를 조합하여 우리 국민이 공감할 수 있는 아리랑의 이미지를 개발하고, 이를 통해 한국 문화에 대한 홍보를 진행 할 수 있도록 한다. 이를 위해 아리랑 이미지를 시각적으로 표현한 홍보 영상물과 디자인을 개발하여 디자인 소스를 만들고 이를 상품화할 수 있도록 지속적인 상품 개발에 힘쓴다.

아리랑 뮤지컬 제작

아리랑은 우리나라 최초로 영화의 소재가 되기도 할 만큼 우리 민족의 정서를 잘 표현하고 있다, 아리랑이 가지고 있는 이야기를 각색하여 뮤지컬로 제작하고, 이를 한국문화를 상징하는 작품으로서 해외에 홍보 한다. 이는 문화 상징의 확대, 그리고 우리 문화의 발전이라는 의미 외에 민족 상징물을 통한 해외 홍보라는 점에서 큰 의미를 가질 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	재외동포 지원 장학사업 및 한국어학당	일부기금	50,000,000
지자체	지역별 아리랑 퍼포먼스 제작 및 홍보	홍보	30,000,000
기업	아리랑 이미지 시각화	일부기금	20,000,000
	아리랑 뮤지컬 제작	일부기금	50,000,000
합계			150,000,000



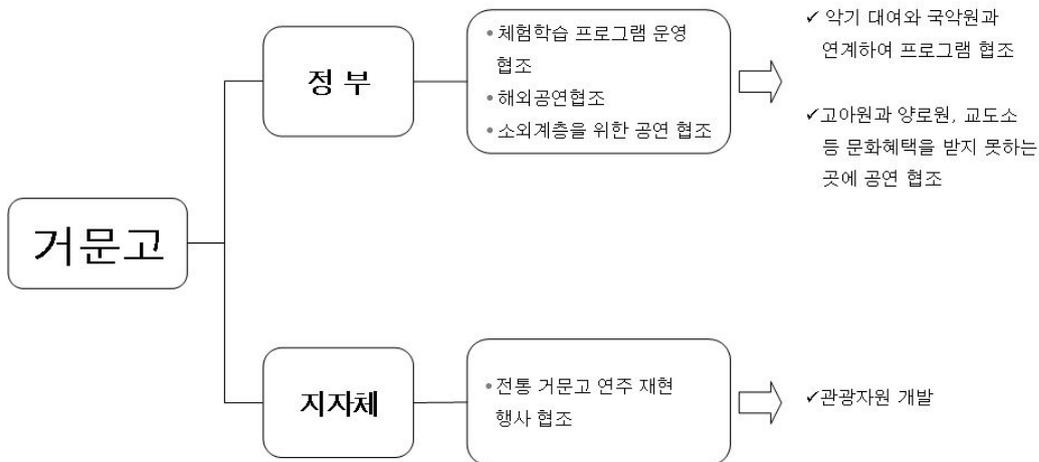
98) 거문고

□ 상징적 의미

거문고는 예부터 백악지장(百樂之長)이라 하여 모든 악기의 으뜸으로 꼽았으며 현악기를 대표하던 악기였다. <삼국사기>의 기록에는 왕산악이 중국 진(晉)나라 사람이 보내온 칠현금(七絃琴)을 개조하여 연주하니 검은 학이 날아들어 현학금(玄鶴琴)이라 하였고 후에 현금이라 이르게 되었다고 전한다. 그러나 그보다 더 이른 시기 여러 기(基)의 고구려 고분벽화에서 거문고와 유사한 악기들이 등장하고 있는 사실에서, 고구려에 있던 토착악기가 중국 금의 영향을 받아 후에 개조된 것이 거문고라는 학설이 널리 받아들여지고 있다. 거문고의 명칭은 ‘신성성을 뜻하는 고어인 ‘금[神]’과 현악기를 뜻하는 ‘고[琴]’의 합성어인 감고, 검고에서 ‘거문고’가 된 것으로 보는 견해가 일반적이다. 발생초기에는 초월적 신비성으로 다분히 선가적(仙家的) 색채를 갖던 거문고는 고려를 거쳐 조선에 이어지면서 점차 유가적(儒家的)인 음악관으로 변용되었다. 거문고의 ‘금(琴)’은 곧 ‘금(禁)’이라 하여 마음의 사기(邪氣)를 정화하려 했고, 음악으로 마음을 다스리면 이직자량지심(以直子諒之心)이 절로 우러난다 하여 정신수양과 인격도야의 수단으로서 거문고를 애호하였다. 거문고는 서화로 치면 문인화와 같은 격으로 이해될 수 있다. 음악 자체보다 음악 속에 담겨진 정신성을 높이 여겼고 직접 줄을 튕겨 나는 소리보다 소리와 소리 사이의 여백을 중시하였다. 안빈낙도의 학문과 덕을 닦는 선비들 사이에서 숭상되어 유교적 이상과 깊이 맞물려 있는 악기가 바로 거문고이다. 지금은 대부분의 사람들이 서양의 고른음에 익숙해져, 음량이 적고 술대가 내는 둔탁한 소음이 있는 거문고가 점차 연주 기회를 잃어가고 있다. 거문고가 가진 고유한 매력과 깊은 정신성은 특히 현대사회에서 되살릴 필요성과 가치가 크다.

□ 상용화 방안

거문고는 전체 음역이 3 옥타브에 가까워 한국 악기 가운데 가장 넓은 음역을 가진 악기여서 창작음악이나 협연 악기로서도 충분한 발전 가능성이 있다. 그러나 거문고는 음량이 적고 단절음을 내는 특성상 합주 음악이나 대규모 편성에서는 환영 받지 못하고 있다. 그리고 현재 같은 현악기인 가야금의 여러 가지 진화에 비해서 그 변화가 더딘 편으로 앞으로 많은 협조가 이루어지고 거문고 연주자를 비롯한 국악계 전체의 노력이 필요할 것으로 보인다.



○ 정부 주관 사업

체험학습 프로그램 운영 협조

거문고에 친숙해진다는 것은 우리 음악에 대한 친숙도를 높이는 일이다. 그러므로 국악의 저변 확대라는 큰 목표 아래 초·중·고 방과 후 교실에서 거문고 강좌를 마련하고, 또 대학에서도 교양과목으로 개설해서 국악의 대중화에 힘쓰는 것이 중요하다. 그러나 악기를 구비하는 것이 큰 부담일 수 있으므로 정부에서는 거문고를 저렴한 비용으로 대여할 수 있도록 협조한다. 또한 학교에서 현장학습의 일환으로 거문고 연주를 단체로 들을 수 있는 프로그램을 개발하여 제공하고 거문고 연주 듣기를 방학숙제로 응용한다면 거문고에 대한 친숙함을 높일 수 있을 것이다. 그리고 이를 위해 새롭게 프로그램을 만들기 보다는 현재 국립국악원에 진행되는 프로그램을 이용할 수 있으며 또한 굳이 전통음악만을 고집하지 말고 국립국악원에서는 다양한 퓨전국악음악도 공연하고 있으므로 이러한 것을 경험해 보는 기회를 제공하는 것도 좋을 것이다.

해외 공연 협조

해외의 설립되었거나 설립예정인 코리아 센터에 거문고 등 국악공연기회를 마련해서 해외에서 다양한 국악공연의 기회를 마련하고, 거문고를 비롯한 국악을 우리 동포뿐만이 아니라 많은 외국인들이 보다 가깝게 경험할 수 있는 기회를 제공한다. 이는 국악의 세계화를 위한 필수 과제이므로 이러한 사업에 정부는 적극적으로 협조할 필요가 있다.



소외계층을 위한 공연 협조

정부는 고아원이나 양로원 등에 거문고를 활용한 찾아가는 공연을 협조할 수 있다. 음악은 사람의 감정을 순화하고 여유 있게 만드는 효과가 있으며, 특히 거문고는 덕은 쌓는 선비들이 아꼈던 악기로 장중하고 깊은 소리를 가지고 있어 백악지장(百樂之丈)이라고 불렸다. 이러한 거문고의 장점을 살려 사회로부터 소외받은 계층을 찾아가 그 소리를 공유한다면 그들의 외롭고 지친 마음을 위로할 수 있을 것이다. 그리고 반드시 전문 공연자의 공연이 아니라 거문고를 공부하는 학생들과 연계하여 공연기회를 주는 방식으로 진행되어도 좋을 것이다.

○ 지방자치단체 주관 사업

전통 거문고 연주 재현 행사 협조

거문고는 특히 선비들에게 많이 애호되던 악기로 많은 선비들이 거문고를 뜯으며 시를 읊는 등, 도도한 흥취를 거문고와 더불어 돋우었다. 이러한 전통적인 행사들을 각 지역에 현존하는 유서 깊은 정자나, 서원, 고택 등에서 재현하는 행사를 벌인다면 많은 사람들이 찾아올 것이며, 이러한 행사는 통해서 거문고를 원래의 연주되던 모습 그대로 재현한다면 새로운 관광자원의 개발과 더불어 전통을 보존한다는 의미도 더할 수 있을 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	체험학습 프로그램 운영	일부 기금	35,000,000
	해외공연	일부 기금	55,000,000
	소외계층을 위한 공연	일부 기금	35,000,000
지자체	전통 거문고 연주 재현 행사	일부 기금	25,000,000
합계			150,000,000

99) 대금

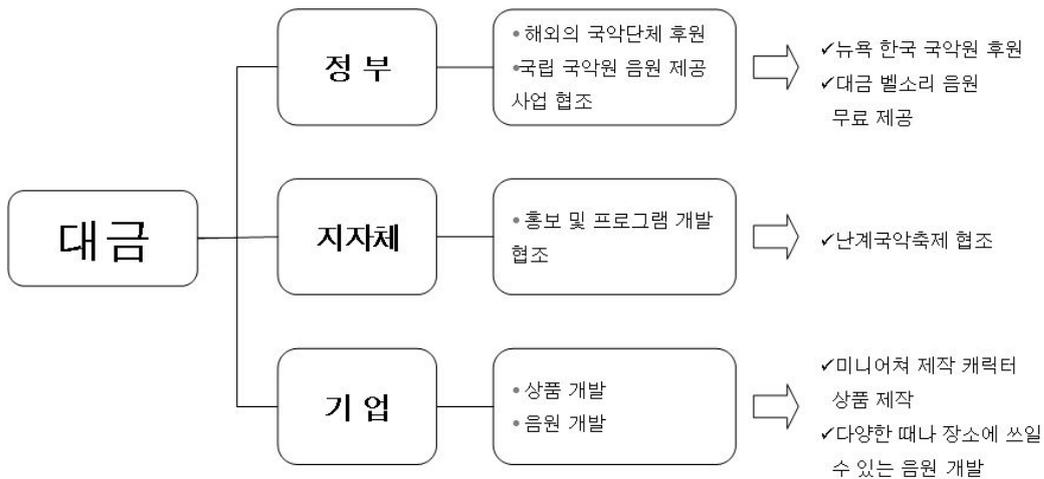
□ 상징적 의미

대금은 삼국시대에 삼죽(三竹)이라 하여 중금(中筚), 소금(小筚)과 함께 신라에서 기원한 것으로 알려져 있으나 누가 언제 만든 것인지에 대하여는 정확히 알 수는 없다. 대금의 연주법에 대해서는 조선시대의 <악학궤범>에 일지, 이지, 삼지, 횡지, 우조, 팔조, 막조라 하여 대금의 제도와 지법과 함께 조율법을 소개하고 있는데, 대금은 지금도 음역이 넓고 고정된 음고를 지니고 있어 합주음악에서 조율의 표준이 되고 있다. 또한 음량이 풍부하고 비교적 음역을 가지고 있어 국악기 중 대표적인 독주악기로도 자주 쓰이는데 이러한 대금의 특수한 점은 바로 취공(吹孔) 바로 아래에 있는 청공(淸孔)의 존재일 것이다. 청공은 갈대 속청을 붙여 만든 구멍으로서, 특히 높은 음역에서 매우 독특한 음색을 만들어내게 된다. 이러한 특성을 가진 대금은 악기발달상 관악기류에 나타나는 보편성과 함께 특수성을 함께 지닌 악기로 평가받아야 한다.

그리고 대금의 연주 기법들, 떠는 소리, 꺾어 내는 소리, 흘러내리는 소리, 밀어 올리는 소리 등을 통하여 독특한 음색이 형성된다. 이러한 심미적 표현들은 외국인들에게 강한 인상을 느끼게 하는 데 충분하며, 한국적인 정서를 심어주는 데에도 중요한 역할을 할 것이다.

□ 상용화 방안

대금은 문묘제례악과 대취타를 비롯한 대부분의 전통음악에 널리 쓰이고 있다. 그럼에도 서양음악 및 대중음악의 조류에 밀려 전통음악 가운데 대금이란 악기는 여전히 몇몇 애호가들의 관심 속에만 살아있다. 하지만 전자음향화 되어가는 현대 음악 속에서 대금 자체가 가지고 있는 자연적 속성과 맑고 생명력 있는 음색은 현대 사회에 매우 신선한 자극으로 다가오며, 웰빙 문화와 접목될 수 있다.



○ 정부 주관 사업

해외 국악단체 후원

현재 뉴욕에 있는 뉴욕한국국악원은 자금 사정이 여의치 않아서 문을 닫을 위기에 있다. 이에 이러한 한인사회에 뿌리를 내린 뉴욕한국국악원 같은 곳을 정부에서 협조하고, 더불어 외국에 살고 있는 한국 이민자들이나 입양아들에게 한국 문화를 알리는 적극적인 장으로 활성화할 필요가 있다. 또한 현재 LA에 설립된 코리아 센터 등과 서로 연계하여 정보를 풍부하게 공유함으로써 향후 뉴욕한국국악원의 역할을 다양화해가려는 노력이 중요하며, 현재의 단발적인 연예인들의 공연보다는 꾸준한 한류를 위해서도 한국의 역사나 문화를 알리는 것이 장기적으로 한국을 올바르게 알리는데 더 유익할 것으로 생각된다.

국립 국악원 음원 제공 사업

국립국악원에서는 인터넷 홈페이지를 통해서 각종 국악 벨소리 및 학교 종소리 등의 음원을 개발하여 무료로 제공하고 있다. 이는 국악을 낯설어 하는 사람들이 많은 현시점에서 그 거리감을 좁힐 수 있는 훌륭한 시도이지만, 홍보가 부족하여 이용하는 사람이 적고, 음원의 종류가 다양하지 않아서, 많은 사람들의 다양한 취향을 충족시키기에는 부족하여 자칫 ‘시도’에서 그치게 될 우려가 있다. 이에 이러한 음원 제공 사업을 협조하여 다양한 음원을 개발할 수 있도록 하며 향후 점차 그 범위를 넓혀가는 노력이 필요하다.

○ 지방자치단체 주관 사업

홍보 및 프로그램 개발 협조

영동군에서 난계 박연을 기념하여 난계국악축제를 열고 난계국악박물관 만들었는데, 박연은 고구려의 왕산악, 신라의 우륵과 함께 우리나라의 3대 악성으로 불리는 인물이다. 1405년 문과에 합격하여 여러 벼슬을 거친 뒤 예문관 대제학을 지냈고 세종대왕 때에는 음악에 관한 일을 맡아 보며 궁중 음악을 정비하고 악보책을 펴냈다. 또한 대금을 잘 다루었으며, 편경을 만들고 그것에 맞는 아악을 연주하도록 하는 등 궁중 음악 전체를 새롭게 다듬었다고 전해진다. 그러나 그 뒤 단종 복위 사건에 연루되어, 벼슬에서 물러나 낙향하여 일생을 보낸 인물로 대금과 인연이 많은 인물이기도 하다. 이러한 박연을 기념하는 난계국악축제는 그러나 현재 보다 적극적인 홍보가 필요하고, 축제에 참여하러 온 사람들을 편하게 어울리게 할 수 있는 다양한 프로그램 개발이 시급하다. 또한 보다 많은 사람들에게 긍정적인 반응을 끌어낼만한 CI의 개발도 필요하며 박물관 관리에 좀 더 심혈을 기울여 찾아오는 사람들에게 좋은 인상을 심어줄 필요가 있다. 박연이 국악사상 중요한 인물이므로 축제나 박물관 운영 등이 보다 충실하게 진행될 수 있도록 국립국악원과 연계를 통해 프로그램이 보다 내실 있게 진행될 수 있도록 한다.

○ 기업 주관 사업

관련 상품 개발

대금은 우선 악기 자체를 이용한 다양한 캐릭터 상품을 개발할 수 있다. 대금의 휴대하기 간편한 점이나 한국 전통의 악기를 대표한다는 점에서 소리는 일반 대금과 비슷하게 구현하되 크기가 작은 미니어처로 만들어 상품화할 수 있을 것이다.

음원 개발

무엇보다 대금은 소리 자체를 모티브로 하여 다양한 공간에서 한국적인 여유와 아름다움을 선사해 줄 수 있는 방안을 찾는 일이 필요하다. 공공기관의 특정한 신호를 담당하는 소리를 비롯하여 명상이나 휴식이 필요한 장소에서 대금 소리와 같은 전통적인 음향을 이용하여 한국적인 느낌을 느끼게 하는 일은 외국인들에게도 신선한 인상을 심어줄 수 있을 것이다. 또한 휴대폰 벨소리나, 컴퓨터 음향 등 일상생활에 쓰이는 다양한 소리들에 응용할 수 있도록 대금 소리의 본질은 잃지 않으면서도 다양한 음원을 개발한다.



□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	해외의 국악단체 후원	후원 협조	50,000,000
	국립 국악원 음원 제공 사업	일부 기금	35,000,000
지자체	홍보 및 프로그램 개발	일부 기금	30,000,000
기업	상품 개발	일부 기금	20,000,000
	음원 개발	일부 기금	15,000,000
합계			150,000,000

100) 춘향전

□ 상징적 의미

<춘향전>은 현재까지도 우리나라의 대표적 문학 작품 중 하나로 여겨진다. 그러한 만큼 현재까지 <춘향전>의 이본들은 알려진 것만 해도 120여종이나 된다. 여러 <춘향전>의 내용을 보면, 춘향의 신분 변화에 따른 주제의 변모 양상을 볼 수 있다. 이른 시기의 작품들인 <만화본 춘향가>, <별춘향전>에는 춘향의 신분이 기생으로 나와서 그 주제가 변학도와 같은 부정적 지배자에 대한 항거를 통한 인간 해방 선언이다. 반면, 후대의 작품들인 신재효의 <춘향가>, <열녀춘향수절가> 등에는 각기 춘향이 성천총(成千摠)의 서녀, 남원 부사를 한 성참관의 서녀로 모두가 대비속신(代婢贖身)하여 기적(妓籍)에서 이름을 뺀 평민 여자가 되어 그 주제가 열녀 지향으로 나오는 것이다. 이것은 판소리 춘향가를 양반과 같은 상층의 사람들도 향유하게 되는 과정에서의 변모라 할 수 있다. 지배층의 입장으로서 기생 신분의 춘향이 관장인 변학도의 수청 요구를 거부한다는 것은 당시의 관기(官妓) 제도로 보아서는 사실상 불가능한 일이었기 때문이다. 이렇듯 <춘향전>의 주제는 전통 사회에서 기생이었던 춘향의 인간 해방 선언에서 평민 여자였던 춘향의 열녀 지향으로 바뀌었다. 그러나 오늘날 신분 제도도 없어졌고, 열녀 지향과 같은 유교적 의식도 많이 사라진 가운데서 <춘향전>의 주제는 이도령과의 약속을 지키는 사랑의 성취란 것으로 그 주제가 다시 바뀌게 된다. 이렇게 많은 변화를 겪어 오면서도 춘향전이 우리의 대표적인 고전으로 자리 잡을 수 있었던 이유는 남녀 간의 사랑이야기라는 점과 신분을 뛰어넘기 위한 고난을 극복하는 과정에서 보이는 서사적 구조는 다른 작품에 비해 매우 뛰어나다고 할 수 있다. 이러한 이유로 <춘향전>은 아직까지도 우리 민족의 대표적인 사랑이야기로 손꼽히고 있다.

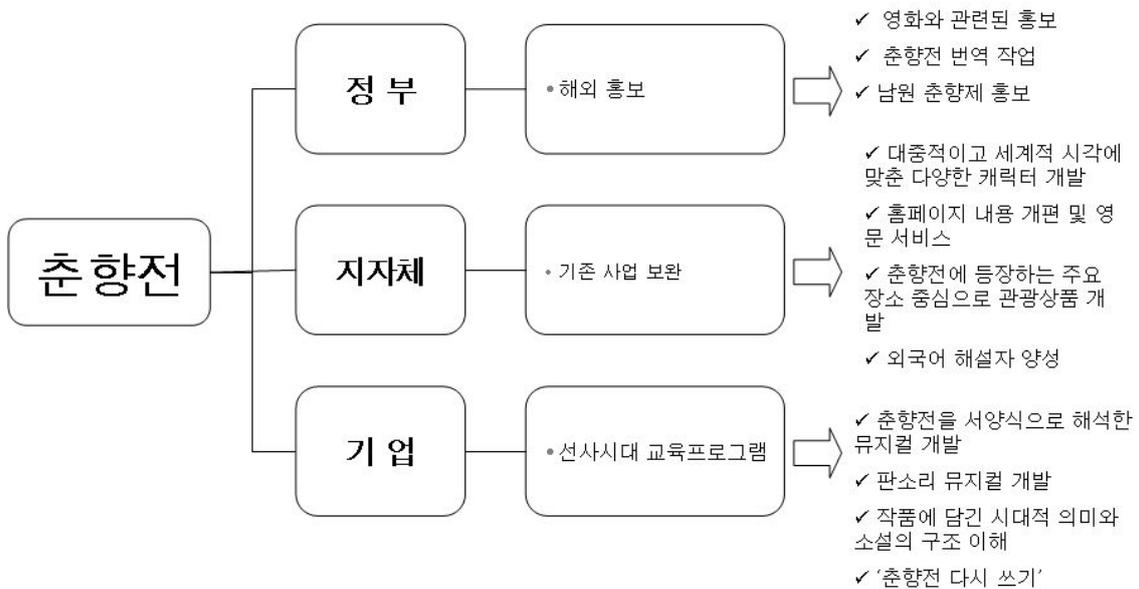
□ 상용화 방안

○ 현황

춘향전은 고대로부터 시작하여 지금에 이르기까지 끊임없이 사랑 받고 있는 작품으로서 한국인들에게는 단순한 문학 작품이 아닌, 하나의 정신문화로 자리하고 있다. 특히 남원에서 이루어지는 춘향제는 민족혼을 일깨우는 주인공으로 일제강점기인 1931년



에 시작하였다. 이렇게 시작된 춘향제는 깊은 역사성뿐 아니라 춘향이라는 인물이 겨레의 앞길을 밝히는 정신적 지표가 되어 왔다는 점에서 남원의 문화적 자긍심을 부여하고 전통문화 축제의 모범으로 자리를 굳히게 된 것이다. 1986년부터 민간 주도로 진행되기 시작한 춘향제는 지난 2005년 4개 분야의 축제 중점 방향을 제시 했고, 이에 따른 30종목 가량의 행사를 열어 그 규모와 내용을 체계화 하였으며, 이러한 다양한 볼거리들은 세계적 축제로 발돋움하기 위한 발판이 될 것으로 기대하고 있다.



○ 정부 주관 사업

해외 홍보

춘향전은 그 서사 구조가 매우 극적이며 한국고유의 유학적 분위기와 함께 중세사회의 세계적 공통점인 신분제를 소재로 하고 있다. 이러한 점에서 춘향전은 동서양의 키워드를 모두 갖고 있는 셈이라고 할 수 있는 것이다.

그러한 점에서 춘향전이 해외에 소개 되었을 때, 커다란 공감을 불러일으켰다. 그러나 외국인들이 보다 깊은 이해를 하기 위한 노력이 필요할 것이다. 춘향전을 번역하여 해외에서 우리문화를 상징하는 문학작품으로서 홍보해야 할 것이다. 춘향전은 이미 임권택 감독의 영화가 해외에서 호평을 받은 일이 있는 바, 영화와 소설을 함께 연계하여 소개 한다면 보다 큰 효과를 누릴 수 있을 것으로 기대 된다. 더불어 남원의 춘향제 등을 함께 소개하여 관광객 유치의 효과도 노려볼 만하다.

○ 지방자치단체 주관 사업

기존 사업 보완

춘향제가 세계적 축제로 자리 잡기 위해서는 정부차원에서의 협조가 필요하다고 할 수 있다. 지금 것에 비해 좀 더 대중적이고 다양하게 춘향과 몽룡의 캐릭터를 설정하고 이에 대한 홍보가 적극적으로 이루어 질 필요가 있다. 캐릭터 개발이 단지 춘향과 몽룡에만 제한 될 것이 아니라, 변학도, 월매, 방자, 향단 등 등장인물의 캐릭터를 모두 만들어서 시각적으로 보다 흥미 있는 서비스를 제공해야 한다. 또한 단순한 한 가지 캐릭터가 아닌 다양한 이미지의 캐릭터를 개발한다면 관련 상품개발에서도 더 큰 효과를 기대할 수 있을 것이다. 현재 춘향제의 홈페이지는 한글로만 이루어져 있다. 또한 춘향전과 춘향이라는 인물에 대한 소개는 미흡한 편이라고 할 수 있다. 이 홈페이지의 내용을 보다 심도 있게 개편하여 영문홈페이지를 제작하고, 공항이나 유명 관광지에 춘향제와 춘향문화에 대한 홍보물을 영문으로 제작해서 비치하는 등 좀 더 적극적인 노력이 필요하다. 또한 체험관광의 일환에서 춘향전에 등장하는 주요 장소들을 중심으로 관광 상품을 개발하고, 영어로 춘향전을 이야기 하며 외국인 관광객들을 인솔할 수 있는 전문가를 양성해야 할 것이다.

○ 기업 주관 사업

공연 제작

춘향전은 이제까지 극의 소재로 많이 이용되어 왔다. 영화는 물론이고 오페라로도 많이 만들어져 왔다. 이러한 작품들의 해외공연에 정부가 협조를 한다면 우리 문화를 알리는데 좀 더 큰 효과를 거둘 수 있을 것이다. 서양식으로 제작한 뮤지컬이나 오페라는 우리의 문화인 춘향전과 서양의 공연형태가 어우러져서 하나의 ‘퓨전 공연’을 만들어 낸다는 데 그 의의가 있을 것이다. 또한 우리 문화의 진수를 보여 줄 수 있는 의상과 역사적 배경 등은 외국인들의 관심을 끌기에 충분할 것이다. 그러나 진정한 춘향전을 보여주는 가장 좋은 방법은 현재 전해지고 있는 판소리 ‘춘향가’이다. 우리나라에만 있는 고유한 창법인 판소리를 통해 관객들은 한국적 문화로만 구성된 뛰어난 공연을 감상할 수 있을 것이다. 그러나 판소리가 한사람이 전부를 노래하는 만큼 오랜 시간이 걸리는 공연에서 지루함을 느끼기 십상이다. 이 점을 보완하여 판소리로 공연을 하되, 연극적 요소를 가미시켜 모든 등장인물이 등장하고 무대 장치도 꾸미는 등 ‘판소리 뮤지컬’로 만들어서 공연한다면 외국인들 뿐 아니라 국내에서도 큰 성과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다.



교육프로그램 제작

춘향전은 지니고 있는 시대적 의미가 크고, 고전소설 하나에 많은 설화가 얹혀 있는 만큼 이야기할 거리가 너무나도 많은 작품이다. 이를 청소년들에게 효과적으로 교육시키기 위해 춘향전에 얹힌 설화와 의미 등을 담은 교육프로그램을 제작할 필요가 있다. 또한 그 시대적 의미를 공부한 뒤, 학생들로 하여금 ‘춘향전 다시 쓰기’와 같은 자신의 의견을 담아서 소설을 재구성하는 행사를 마련한다. 이러한 행사에 참여함으로써 해당 시대를 보다 가깝게 이해하는 것은 물론, 소설의 구조 등을 이해하는 데도 탁월한 효과를 줄 수 있을 것이다. 사이버 상에서의 이러한 교육시스템은 컴퓨터가 더 익숙한 청소년들로 하여금 보다 가깝고 친근하게 공부에 다가설 수 있는 기회를 제공할 것이다.

□ 예산안

주관	사업	지원항목	예산(원)
정부	해외 홍보	번역사업	20,000,000
		영화와 연계된 홍보 및 해외 홍보물 제작 협조	30,000,000
정부 지자체	기존 사업 보완	캐릭터 개발	20,000,000
		홈페이지 개편 작업 협조	20,000,000
		관광 상품 개발 협조	10,000,000
기업	공연 제작	일부기금	30,000,000
	교육프로그램 제작	일부기금	20,000,000
합계			150,000,000

[부록] 협력단체 및 행사·문화 인프라 목록

번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
1	태극기	국가보훈처	1577-0606
		독립기념관	041-560-0114
		(사)태극기선양운동중앙회	02-469-3900
		국기홍보중앙회	02-747-1958
2	무궁화	국가보훈처	1577-0606
		독립기념관	041-560-0114
		대한무궁화중앙회	02-780-3337
3	독도	해양수산부 해양연구원(KORDI)	031-400-6000
		해양수산부 해양조사원	032-885-3827
		국립공원관리공단	02-3279-2700
		동북아역사재단	02-2012-6114
		울릉군청 문화관광과	054-791-2191
		독도박물관	054-790-6432
		경북도청 문화관광과	054-748-9001
		경북도청 관광문화재과	053-950-3735
		(주)대아고속해안	054-242-5111-6
울릉문화원	054-791-0245		
4	백두대간	국립공원관리공단	02-3279-2700
		환경부	02-2110-6576~7
		문화재청 천연기념물과	042-481-4980
		녹색연합	02-747-8500
		태백문화원	033-553-3161
		태백시문화관광과	033-552-1360
5	백두산	통일부 사회문화담당관실	02-2100-5636
6	금강산	통일부 사회문화담당관실	02-2100-5636
		(주)현대 아산	02-3669-3970
		고성군청 문화관광과	055-670-2231
		고성문화원	055-672-3805
7	동해	해양수산부 해양연구원(KORDI)	031-400-6000
		해양수산부 해양조사원	032-885-3827
		양양군청 문화관광과(동해신묘)	033-670-2114
		양양문화원	033-671-8762
		동해시청 문화관광과	033-533-3011
		국립공원관리공단	02-3279-2700



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
8	대동여지도	국토지리정보원	031-210-2600
		고려대학교 전자지도연구단 (한국학술진흥재단 중점연구지원기관)	011-9965-5485 (이정주 교수)
9	황토	환경부	02-2110-6576~7
		(사)환경운동연합	02-1588-3337
		(사)녹색연합	02-747-8500
10	갯벌	환경부	02-2110-6576~7
		해양수산부 해양환경국	1577-5060
		(사)환경운동연합	02-1588-3337
		(사)녹색연합	02-747-8500
		새만금생명평화연대	063-583-3985
		김제시청 문화관광과(새만금)	063-540-3221
		김제문화원	063-547-4659
		부안군청 문화관광과(새만금)	063-580-4191
		부안문화원	063-583-2001
		순천시청 문화관광과(순천만갯벌)	061-744-8111
		순천문화원	061-723-4563
		인천시 강화군청 문화관광과(강화갯벌)	032-934-2183
		강화문화원	032-932-0011
		순천만갈대축제(순천시)	061-749-4293
		보령시청 문화관광과(보령머드축제)	041-930-3541
국립공원관리공단	02-3279-2700		
11	풍수	문화역사지리학회	02-2287-5465
		한국풍수지리연구원	02-558-7884
		계룡시 문화과(신도안)	042-840-254
12	소나무	산림박물관(국립)	031-540-1030
		(재)녹색문화재단	02-2285-2095
		환경부	02-2110-6576~7
13	진돗개	진도군청 문화관광과	061-544-2181
		전남도청 문화재과	061-247-2114
		문화재청 천연기념물과	042-481-4980
		오수의견문화재위원회(임실군 오수청년회의소)	063-642-5387
		임실군청 문화관광과	063-640-2114
		대한민국 국견협회	02-2274-0752
		진돗개 영농조합	061-542-0091
14	호랑이	서울대공원	02-500-7114
		한국야생호랑이·표범 보호보존연구소	02-381-7531



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
15	한우	(사)한우협회	02-525-1053
		(사) 양주소놀이굿보존회	031-879-5969
		양주군청 문화관광과	031-820-2114
		양주문화원	031-836-6467
		청도군청 문화관광과	054-370-6114
		청도문화원	054-371-2514
		(사)황해도평산소놀이굿보존회	032-772-4331
		형성한우축제(형성군)	033-340-2223-4
		청도국제소싸움축제추진위(청도군 문화관광과)	054-370-6373
16	천상열차분 야지도	문화재청	042-481-4650
		(재)과학재단	042-869-6114
		궁중유물전시관	02-3701-7500
		유방택 기념사업회	041-663-5553
		서산시청 문화관광과	041-660-2224
		서산문화원	041-669-5050
		국립중앙과학관 전통과학연구실	042-601-7894
		과학사학회	02-880-6511
17	거북선	해군사관학교 해양연구소	055-549-1500
		전쟁기념관	02-709-3114
		(재)과학재단	042-869-6114
		국립중앙과학관 전통과학연구실	042-601-7894
		통영시 문화관광과	055-646-2111
		통영문화원	055-646-3310
		여수시 문화관광과	061-690-2114
		여수 진남재거북선축제위원회	061-690-2221
		여수문화원	061-682-5388
		아산시청 문화관광과	041-540-2530
		과학사학회	02-880-6511
18	측우기	문화재청	042-481-4650
		(재)과학재단	042-869-6114
		궁중유물전시관	02-3701-7500
		세종대왕기념사업회	02-969-8851
		국립중앙과학관 전통과학연구실	042-601-7894
		과학사학회	02-880-6511
19	물시계와 해시계 (자격루와 양부일구)	문화재청	042-481-4650
		(재)과학재단	042-869-6114
		세종대왕기념사업회	02-969-8851
		궁중유물전시관	02-3701-7500
		군포시 물테마박물관	02-390-8640
		군포시청 문화관광과	031-390-0089
		국립중앙과학관 전통과학연구실	042-601-7894
		과학사학회	02-880-6511



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
20	수원화성	문화재청	042-481-4650
		(재)과학재단	042-869-6114
		수원시청 문화관광과	031-228-2470
		경기도청 문화정책과	031-249-4672
		한국건축역사학회	02-545-5490
		(재)경기문화재단	031-231-7200
		수원화성 문화재단	031-238-5740
		수원문화원	031-244-2161-3
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
21	정보통신 (IT)	문화콘텐츠진흥원	02-2016-4114
		정보통신부	02-750-2114
22	고인돌	문화재청	042-481-4650
		고고학회	031-283-6673
		선사고고학회(서울대 임호재 교수)	02-880-5114
		(재) 선사문화연구소	043-264-4191
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
		고창군청 문화관광과	063-560-2225
		고창문화원	063-564-2340
		고창 고인돌축제위원회(고창군청)	063-560-2225
		강화군청 문화관광과	032-930-3114
		강화문화원	032-932-0011
		강화 고인돌축제위원회	032-930-3114
		화순문화원	061-372-7777
		화순군청 문화관광과	061-370-1224
		화순 고인돌축제위원회	061-370-1224
		동북아지석묘연구소(화순세계문화유산)	061-374-9300
23	빛살무늬토기	고고학회	031-283-6673
		선사고고학회 (서울대 임호재 교수)	02-880-5114
		(재) 선사문화연구소	043-264-4191
		서울시청 문화관광과	02-2171-2461
		서울시 강동구청 문화과	02-480-1114
		서울시 암사동주거유적지(관리사무소)	02-3426-3867
		서울역사박물관	02-724-0275
24	서울	서울특별시 문화관광과	02-2171-2461
		서울역사박물관	02-3426-3867
		(재) 서울문화재단 문화진흥팀	02-3290-7130
		서울학연구소(서울시립대)	02-2210-2704
		하이서울축제위원회	02-731-6114
		청계천축제위원회(서울시)	02-731-6114
		조선시대사학회(심승구 교수)	019-650-5064



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
25	경주 (서라벌)	경주문화엑스포위원회	
		경북도청 관광문화재과	053-950-3735
		경주시청 문화관광과	054-748-9001
		국립경주박물관	054-740-7518
		한국고대사학회	02-320-1853
26	평양 (아사달)	한국고대사학회	02-320-1853
		(재)동북아역사재단	02-2012-6114
		통일부 사회문화담당관실	02-2100-5636
		한국고대사학회	02-320-1853
27	단군	(사) 국학원	041-620-6700
		한국상고사학회	050-2813-7355
28	광개토 대왕	한국고대사학회	02-320-1853
		(재)동북아역사재단	02-2012-6114
		고구려삼족오대축제조직위(고구려역사관추진위)	02-549-0134
		구리시 문화공보과	031-557-1010
29	원효	대한조계종 총무원	02-2011-1701
		동국대학교 불교문화연구소	02-2260-3016
		대한조계종 분황사	054-742-9922
		불교사상사학회	052-408-3280
30	세종대왕	(재)세종대왕기념사업회	02-969-8851
		여주군청 문화관광과	031-883-2114
		한글학회	02-738-2236~7
31	퇴계(이황)	(재)국학진흥원	054-851-0700
		안동시청 문화관광과	054-856-5701
		국제퇴계학회	02-744-5388
		한국사상사학회	02-3277-3111
32	이순신	해군사관학교 해양연구소	055-549-1500
		현충사(이충무공 유물전시관)	041-539-4600
		아산시 문화관광과	041-540-2530
		성웅 이순신축제(아산시)	041-540-2404
		노량해전승첩제(남해군)	055-860-3609
		남해군 문화관광과	055-864-2131
		이순신장군배 통영마라톤대회(통영시)	055-649-8777
		통영시 문화관광과	055-646-2111
		통영한산대첩기념제전	055-644-5222
33	정약용	남양주시청 문화관광과	031-590-2114
		강진군청 문화관광과	061-430-3114
		(사)다산연구소	02-545-1692
		결기실학축제(남양주)	031-231-2114
		(재)경기문화재단	031-231-7200



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
34	안중근	국가보훈처	1577-0606
		안중근의사기념관	02-771-4195
		독립기념관	041-560-0114
35	유관순	국가보훈처	1577-0606
		서대문형무소역사관	02-363-9750
		서대문구청 문화체육과	02-330-1412
		독립기념관	041-560-0114
		유관순열사기념관(천안)	041-564-1223
		천안시 문화관광과	041-551-2011
36	석굴암	천안문화원	041-575-3004
		문화재청	042-481-4650
		경주시청 문화관광과	054-748-9001
		대한조계종 총무원	02-2011-1701
		국립경주박물관	054-740-7518
37	비무장지대 (DMZ)	유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
		관광공사	02-729-9600
		통일부 사회문화담당관실	02-2100-5636
		경기도청 문화정책과	031-249-4672
		강원도청 문화관광과	033-254-2011
		경기 세계평화축전(경기문화재단)	031-231-7200
38	길거리 응원	경기문화재단	031-231-7200
		붉은악마	02-3676-2002
39	오일장 (장날)	대한체육회	02-2144-8114
		국립민속박물관	02-720-3137
40	잠녀 (해녀)	제주해녀박물관	064-755-7372
		제주도청 문화관광과	064-710-2114
41	강릉단오 제	강릉시청 문화관광과	033-640-4114
		강릉문화원	033-648-3014
		강릉단오제보존회	033-648-4014
		강릉단오제위원회(단오굿)	033-648-4014, 033-652-0638
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
42	영산줄다리 기	문화재청 무형문화재과	042-481-4960
		경남도청 문화관광과	055-211-2114
		창녕군청 문화과	055-530-2000
		창녕문화원	055-533-3777
		(사) 영산줄다리기보존회	055-536-0031, 536-3376
		영산3·1문화제위원회	055-536-0031
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
43	숫대와 장승	국립민속박물관	02-720-3137
		제천시	043-645-7101



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
44	두레	농협 중앙회	02-2080-5114
		농업박물관	02-2080-5727
		두레소리보존회	055-674-2885
45	정자나무	산림청	042-481-4152
		산림박물관	031-540-1030
		산림과학연구소	02-961-2522
46	돌하르방	제주도청 문화관광과	064-710-2114
		(사)제주전통문화연구소	064-755-7372
47	한복	석주선기념민속박물관	02-709-2186
		한국복식학회	02-871-3944
		한산모시짜기보존회(중요무형문화재 제14호)	041-951-2202
		나주갯골나이보존회(중요무형문화재 제28호)	061-335-9870
		곡성돌실나이보존회(중요무형문화재 제32호)	061-362-3467
		누비장(중요무형문화재 제107호)	054-774-2631
		망건장(중요무형문화재 제66호)	064-756-3081
		바디장(중요무형문화재 제88호)	041-951-2654
		매듭장(중요무형문화재 제22호)	02-723-1414
		염색장(중요무형문화재 제115호)	055-642-3050
		자수장(중요무형문화재 제115호)	02-548-1545
		침선장(중요무형문화재 제89호)	031-968-2881
		탕건장(중요무형문화재 제67호)	064-756-2227
		한산모시축제	041-950-0441
서천군청 문화관광과	041-950-4208		
48	색동	석주선기념민속박물관	02-709-2186
		(주)아시아나항공	02-2669-8180
		염색장(중요무형문화재 제115호)	055-642-3050
		자수장(중요무형문화재 제115호)	02-548-1545
		침선장(중요무형문화재 제89호)	031-968-2881
49	다듬이질	석주선기념민속박물관	02-709-2186
50	김치	풀무원 김치박물관	02-6002-6456
		광주시청 문화정책과	062-613-3422
		광주김치축제위원회(광주시청 문화과)	062-613-3422
51	떡	떡·부엌살림박물관(한국전통음식연구소)	02-741-7848, 02-741-5411
		한국의 술과 떡잔치(경주시)	054-779-6396
52	전주비빔밥	전주시청 전통문화진흥과	063-240-0483
		전주문화재단	063-283-9225
		전주문화원	063-288-7500



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
53	고추장	순창군청 문화관광과	031-228-2470
		순창문화원	063-653-2069
		순창전통고추장민속마을(장류개발사업소)	063-650-1701
		청양고추·구기자축제	041-940-2374
		청양군청 문화관광과	041-940-2478
		농협 중앙회	02-2080-5114
54	된장과 청국장	한국콩축제운영위(전남 광주 남구청)	062-650-7313
		파주 장단콩축제(파주시)	031-940-4361
		농협 중앙회	02-2080-5114
55	삼계탕	(주) 하림	063-862-2542
		농협 중앙회	02-2080-5114
56	용기	용기민속박물관	02-900-0399
57	불고기	한우협회	02-525-1053
		언양·봉계 한우불고기축제(울산)	055-229-7000
		철마한우불고기축제(부산)	051-722-1697
		부산시 기장군청 문화관광과	051-722-0001
58	소주와 막걸리	포천시 문화관광과	031-940-4351
		(주) 하이트진로	02-520-3114
59	냉면	이북5도청	02-2287-2525
60	자장면	인천시립박물관	032-832-2570
		인천광역시 문화관광과	032-440-2114
		중국문화축제(인천시)	032-440-4022
		중국문화축제(대구 화교협회)	053-255-0561
		차이나타운축제(부산시 문화관광과)	051-888-2000
61	한옥	서울시청 문화관광과	02-2171-2461
		서울문화재단 문화진흥팀	02-3290-7130
		북촌문화센터	02-3707-8270,8388
		전주문화재단	063-288-7500
		안동하회마을	054-852-1856
		경주양동마을(경주시 관광진흥과)	0561-779-6396
		낙안읍성 민속마을	061-749-3347
		아산외암리민속촌	041-544-8290
		남산골한옥마을	02-2266-6937
		한국건축역사학회	02-545-5490
		대목장(중요무형문화재 제48호)	02-573-2806
		단청장(중요무형문화재 제74호)	02-392-8224
		소목장(중요무형문화재 제55호)	055-645-8394
		소반장(중요무형문화재 제99호)	02-936-0660
		제와장(중요무형문화재 제91)	061-862-6283



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
62	온돌	구들학회	02-965-9245
63	제주도돌담	제주문화예술재단	064-748-9813
		제주도청 문화관광과	064-710-2114
		(사)제주전통문화연구소	064-755-7372
64	초가집	한국건축역사학회	02-545-5490
		낙안읍성 민속마을	061-749-3347
65	동의보감	서울약령시한의학박물관(동대문)	02-3299-4903
		대한한의사회	031-242-1409
		의성 허준축제위원회(서울 강서구청)	02-2600-6455
		허준박물관(서울 강서구청)	02-3661-8686
		(주)백화점 동의보감	02-3299-4600
		한의학국제박람회 조직위	02-751-9614
		영천 한약축제	054-330-6535
		영천군청 문화관광과	054-333-1701
		대구약령시한약축제(약령시보존위원회)	053-253-4729
		대구시 중구청 문화과	053-661-2171
		지리산 한방약초축제(산청군)	055-970-6421
		산청군 문화관광과	055-970-6403
66	인삼	담배인삼공사	041-830-3221
		금산세계인삼엑스포	042-824-3321
		금산군청 문화관광과	041-750-2394
		포천개성인삼축제	031-538-2069
		포천시 문화관광과	031-538-2114
		풍기인삼축제(영주)	1544-2713
		영주시청 문화관광과	054-634-3100
		홍천인삼축제	033-430-2717
홍천군청 문화관광과	02-858-3875		
67	태권도	대한체육회	02-2144-8114
		대한태권도협회	02-420-4271
		국기원	02-567-1058
		태권도기념관(국기원)	02-567-1058
		(사)한국전통택견회	043-842-9103, 043-847-0062
		충주세계무술축제	043-850-6741
		충주시 문화관광과	043-850-5114
		전주시청 문화관광과 (세계태권도문화축제)	063-281-2532
68	씨름	대한체육회	02-2144-8114
		한국씨름연맹	02-722-4100
		대한씨름협회	02-420-4256
		한국씨름연구소	053-792-5537



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
69	활	대한체육회	02-2144-8114
		대한궁도협회	02-420-4261
		(사) 국학원	041-620-6700
		연무대(수원시청 문화과)	031-228-2114
70	웃놀이	놀리아이(어린이놀이연구회)	www.nol2i.com
71	서당	(재)한국국학진흥원	054-851-0700
		칭학동 서당	055-884-1300
		예산 성산서당	041-337-0477
		소백산 예절서당	043-421-0031
72	한석봉과 어머니	교육인적자원부	02-2100-6060
		한밭 교육박물관	042-626-393
73	선(禪)	대한조계종 총무원	02-2011-1701
		화계사 국제선원	02-900-4326
74	미륵	대한조계종 총무원	02-2011-1701
		나주시청 문화관광과(운주사)	061-330-8192
		김제 금산사	063-548-4440
		익산 미륵사지(박물관)	063-836-7806
75	효(孝)	곡성심청축제추진위원회	061-360-8465
		곡성군 문화관광과	063-360-8223
		(재) 한국국학진흥원	054-851-0700
		경기도 효박물관 설립위원회 (파주시)	031-940-4351
		파주군청 문화관광과	031-940-4351
		삼성복지재단(효행상)	02-2014-6810
79	선비	(재) 한국국학진흥원	054-851-070-
		성균관	02-760-1472
77	종묘와 종묘대제	문화재청 무형문화재과	042-481-4960
		(사)종묘제례악보존회	02-535-4957
		국립국악원	02-580-3333
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
78	굿	문화재청 무형문화재과	042-481-4960
		한국샤머니즘학회	042-629-7420
		(사) 한국민속문화연구소	031-901-8035
		(사) 제주전통문화연구소	064-755-7372
		(사) 서해안배연신굿 및 대동굿보존회(황해도굿)	032-873-2692
		(사) 민속놀이진흥회(씻김굿)	055-648-3951
		(사) 은산별신제보존회(별신굿)	041-832-6065
		(사) 남해안별신굿보존회(별신굿)	055-648-3951
		(사) 위도띠뱃놀이보존회(풍어굿)	063-584-5987
		(사) 경기도당굿보존회(도당굿)	031-232-6756
		(사) 서울새남굿보존회(새남굿)	02-568-9786
		(사) 강릉단오제위원회(단오굿)	033-648-4014, 033-652-0638
		(사) 제주칠머리당굿보존회(영등굿)	064-753-7812
		탐라입춘굿놀이(제주시)	011-9660-3423



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
79	서낭당	국립민속박물관	02-720-3137
80	도깨비	국립민속박물관	02-720-3137
		제주도청 문화관광과(도깨비도로)	064-710-2114
		(사) 제주전통문화연구소	064-755-7372
		진안산도깨비축제(장수)	063-430-2114
		장수군청 문화관광과	063-350-2114
81	금줄	국립민속박물관	02-720-3137
82	한글 (훈민정음)	(재) 세종대왕기념사업회	02-969-8851
		국립국어원	02-2669-9775
		(사) 한글학회	02-738-2236~7
		한겨레신문사 한겨레말글연구소	1566-9595
		(사) 한글문화연구원	02-582-7627
		(재) 재외동포재단	02-3463-6500
		(재) 한국국제교류재단	02-3463-5600-1
		국제교육진흥원	02-3668-1300
		한국문화연대	02-773-7707
		한국문화세계화본부	02-412-1475
		한국어세계화재단	02-2669-9788
		국어단체연합회국어상담소	02-735-0991
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
83	한지	전주시청 전통문화진흥과	063-240-0483
		전주전통문화센터	063-280-7000
		전주한지문화축제	063-271-2503
		국립중앙과학관 전통과학연구실	042-601-7894
		한지박물관	063-543-7400
		(주) 한솔제지	02-3287-7112
		원주한지문화제	033-738-5436
		원주시청 문화관광과	033-742-2111
		배첩장(중요무형문화재 제102호)	031-902-1769
한지장(중요무형문화재 제117호)	042-481-4650		
84	조선왕조 실록	문화재청	042-481-4650
		국사편찬위원회	02-500-8282
		서울대학교 규장각	02-880-5316
		오대산 월정사	033-332-6661
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
85	팔만대장경	문화재청	042-481-4650
		해인사	055-934-3000
		팔만대장경연구소 학술부	02-923-7994
		합천군청 문화관광과	055-930-3114
		합천 팔만대장경축제	055-934-3000
		팔만대장경 동판간행 범국민추진위원회(해인사)	055-934-3000



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
86	직지심체 요절	청주시청 문화관광과	043-220-6165
		청주직제축제	043-220-7821
		청주문화원	043-65-3625
		청주고인쇄박물관(사무실)	043-269-0556
		국립청주박물관	043-252-0710
		영광불갑사(백은화상초록불조직지심체요절)	061-352-8097
87	고구려 고분벽화	동북아역사재단	02-2012-6114
		서울시립박물관	02-724-0275
88	반가사유상	국립부여박물관	041-833-9562-3
		국립중앙박물관	02-2077-9000
		국립경주박물관	054-740-7518
89	백제의 미소 (서산마애삼존불)	문화재청	042-481-4650
		서산시청 문화관광과	041-660-2224
		서산문화원	041-669-5050
90	고려청자	해강도자미술관	031-634-2266
		해강고려청자연구소	031-632-7029
		호암미술관	031-320-1801-2
		호림미술관	041-539-4600
		강진군청 문화관광과	061-430-3114
		강진문화원	061-433-7373
		강진고려청자사업소(연구소)	061-430-3956
		강진향토축제 추진위원회(강진청자문화제)	061-430-3228
91	백자	세계도자기엑스포 경기도	031-631-6501
		호암미술관	031-320-1801-2
		호림미술관	041-539-4600
		조선관요박물관(경기도광주)	031-797-0614
		광주시청 문화체육과(경기)	031-760-2722
		여주군 문화관광과	031-883-2114
		이천시청 문화관광과	031-644-2114
		왕실도자기축제(광주시)	031-760-2104
		이천도자기축제(이천시)	031-644-2280
		여주도자기축제 추진위원회(여주시)	031-887-2282
92	분청사기	세계도자기엑스포 경기도	031-631-6501
		호암미술관	031-320-1801-2
		호림미술관	041-539-4600
		김해분청도자기축제협회	055-345-6036
		김해시청 문화관광과	055-330-3241



번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
93	막사밭	세계도자기엑스포 경기도	031-631-6501
		호암미술관	031-320-1801-2
		호림미술관	041-539-4600
		부천문화재단	032-320-6300
		부천공예체험교육장 빗재가마	032-611-7376
		세계막사밭 장작가마축제(수원)	031-374-1336
		새미골 막사밭축제(하동)	055-880-2114
		한국전통찾사밭축제(문경)	054-550-6393
		문경시 문화관광과	054-552-3210
94	풍물굿 (농악)	문화재청 무형문화과	042-481-4960
		(사) 진주삼천포농악보존회	055-834-3583
		(사) 이리농악보존회	063-842-4800
		(사) 강릉농악보존회	033-642-4982, 011-378-5003
		(사) 임실필봉농악보존회	063-643-1902, 011-690-6831
		임실필봉풍물굿 축제	063-643-2901
		임실군청 문화관광과	063-640-2114
		임실문화원	063-642-0227
		부평풍물대축제	032-509-7515
95	탈춤	국제탈춤페스티벌(안동축제조직위원회)	054-840-6398
		진주탈춤한마당(진주)	055-746-6889
		(사) 양주별산대놀이 보존회	031-840-1389
		양주문화원	031-836-6467
		(사)수영고적민속예술보존회	051-752-2947
		부산시 수영구청 문화과	051-622-4251
		부산시청 문화관광국	051-888-2000
		진주시청 문화관광과	055-749-2114
		진주문화원	055-746-5001
		(사)하회별신굿탈놀이보존회	054-854-3664
		안동시청 문화관광과	054-856-5701
		안동문화원	054-859-0825
		(사) 통영오광대보존회	055-646-2278
		통영시청 문화관광과	055-646-2111
		통영문화원	055-646-3310
		(사) 고성오광대보존회	055-674-2581
		고성군청 문화관광과	063-560-2225
		고성문화원	055-672-3805
		(사) 가산오광대보존회	055-854-6669
		사천시청 문화관광과	055-830-4220
		사천문화원	055-833-3162
		(사) 동래야유보존회	051-555-0092
		부산시청 문화관광국	051-888-2000
		동래구청 문화과	051-554-8411
		(사) 송파산대놀이보존회	02-412-8665
		(사) 북청사자놀이보존회	02-566-4716
		(사) 봉산탈춤보존회	02-566-6356
(사) 강령탈춤보존회	02-556-2335		
(사) 은율탈춤보존회	032-875-9953		

번호	민족문화상징	협력가능 단체 및 행사·문화인프라	
96	판소리	국립국악원	02-580-3333
		(사) 한국국악협회	02-744-8051-2
		국립극장 국립창극단	02-2280-4256
		서울국악예술고	02-896-1094
		국립남도국악원	061-540-4042
		유네스코한국지부(유네스코 세계문화유산)	02-755-5668
		전주대사습	063-252-6792
		전주시청 전통문화진흥과	063-240-0483
		서울중요무형문화재전수회관	02-566-5951
		판소리학회	02-710-9307
		남원 흥부제	063-620-6544
		서편제보성소리축제(보성군 문화관광과)	061-852-2181
		(사) 조통달판소리연구소	063-836-8674, 011-602-278
		(사) 신영희국악연구소	02-418-8326, 011-259-8999
		(사) 동초제판소리보존회	063-833-3133
		(사) 대한전통예술보존회(성창순제)	02-546-0146
(사) 조상현국악연구원	02-2649-3355, 011-667-3336		
(사) 박송희판소리전수소	02-2247-3700		
97	아리랑	국립국악원	02-580-3333
		(사)한국국악협회	02-744-8051-2
		(주)아리랑 국제방송(아리랑TV)	02-3475-5000
		정선아리랑연구소	033-378-0694
		정선아리랑제 위원회	033-563-2646
		정선군청 문화관광과	033-562-3911
		정선문화원	033-562-5471~2
		밀양군청 문화관광과	055-359-5648
		밀양문화원	055-354-3009
		진도아리랑축제	061-540-3131
		진도군청 문화관광과	061-544-2181
		진도문화원	061-542-1108
국립남도국악원	061-540-4042		
98	거문고	국립국악원	02-580-3333
		(사)한국국악협회	02-744-8051-2
		(사)거문고산조 보존회	02-3141-4895, 958-2517
		국악박물관(서울)	02-580-3333
99	대금	국립국악원	02-580-3333
		(사)한국국악협회	02-744-8051-2
		(사) 대금산조보존회	02-742-7484, 051-556-0122
		국악박물관(서울)	02-580-3333
100	춘향전	국립국악원	02-580-3333
		국립남도국악원	061-540-4042
		남원국립민속국악원	063-620-2306
		(사)한국국악협회	02-744-8051-2
		국립극장 국립창극단	02-2280-4256
		남원시청 문화관광과	063-625-6161
		남원문화원	063-633-1582
		남원 전통문화체험관	063-625-6131
		전주시청 전통문화국	063-240-0483
전주세계소리축제	063-280-3326		