

# 濟州巫俗研究の回顧と反省

## —個人的経験を基礎として—

網野房子（専修大学〔日本〕）

### 1. はじめに

私は、1994年に初めての長期調査を行って以来、すでに15年近く韓国研究にたずさわってきました。しかしながら、なお韓国語は未熟極まりなく、そして、自らの研究に関しましても、常に先の見えない迷路を彷徨っているような、そんな状況からいつまでも抜け出すことができずにいるようです。そのような私が、本日、濟州国際協議会でのセミナーで発表をさせていただくことになりましたことを、誠に恐縮しつつ、ここから感謝申しあげたいと存じます。

本日は、巫俗の産業化というテーマと直接的に関連させることはできませんが、巫俗を含めた濟州島研究にたずさわる者として、巫俗研究を現在どのような方向で行っているのか、あるいは、行いたいと考えているのかをお話ししながら、「巫俗の現在」に多少とも関わりをもたせることができたかと考えています。

さて、私は、昨年、勤務先の大学から1年間の研究期間を与えられ、濟州大学校博物館の高光敏先生のご指導のもとで研究生活をおくりました。今日の発表にお誘いいただいた全京秀先生は、1年間も濟州島にいればさぞかし大きな成果をあげることができただろうと想像されていることと思いますが、ここでお示しできることは、むしろ、失敗の告白のようなことに過ぎません。また、濟州島研究者の方々にとっては、あまりにも自明なことなのかもしれないと思われまます。

私と濟州島との関わりは1998年に始まります。それ以後、数回の短期調査を重ねて、いくつかの報告書をまとめてきましたが、今回、1年間という初めての長期の調査を行うなかで、これまでの報告書が極めて不十分であり、さまざまな反省が必要なことを痛感しました。

ここでは、この点について、2つの報告書をご紹介しながら、具体的にお話ししたいと思います。

## 2. 巫女とケガレと差別

一つめは「巫女とケガレ—韓国済州島と珍島の調査から」（注1）という拙稿で、ここでのテーマは、巫女の被差別という問題です。私にとって、このテーマに関心を抱くようになったのは、済州島調査以前におこなっていた、全羅南道珍島での調査がきっかけです。初めての韓国留学における2年間の長期調査期間中、後半に珍島で生活していました。以下、簡単に差別と巫女という問題に出会った経緯をお話いたします。

現地調査には苦勞がつきものであることは、いうまでもありませんが、私にとって、珍島の宗教的職能者、タンゴルと呼ばれる巫女と出会ったのは、そんな、フィールドワークにおける最も苦しい時期でした。韓国でのカルチャーショックがピークに達し、自らの研究のテーマや方向性はいうまでもなく、自分自身すら見失ってしまった時期だったのです。彼女と偶然に知り合い、その人柄に惹かれて、彼女を訪ねる毎日が続ける中で、私はタンゴルの世界をテーマにするようになっていきました。彼女はいくつかの深刻な病をかかえながらも、自らのタンゴルパンで特に死者儀礼・シッキムクツを中心とした儀礼を行いながら、生活の糧を得て、夫と息子夫婦との貧しい長屋暮らしを支えていました。

そして、彼女と出会ってすでに半年近く過ぎた頃、初めてシッキムクツに連れて行ってもらいました。私はその晩、珍島の田舎屋で繰り広げられたシッキムクツの世界に圧倒的な衝撃と感動をおぼえました。その夜は一睡もできませんでした。一生忘れられない、私の研究を決定的づける光景だったといえます。

さらに彼女を深く知るようになるにつれ、彼女たちへの村人達の差別が未だに極めて根強いことも知りました。国家指定の重要無形文化財技能保有者としてその職能の価値が評価されるようになった現在においても、彼女らタンゴルへの強烈的な卑賤視の実態ははっきりと存在しているのです。

帰国後、報告書をまとめるなかで、彼女たちタンゴルの世界を描く上で、差別の問題を、私自身は決して避けて通ることができないと強く認識するようになりました。もともと、この留学時の韓国での研究課題は島嶼社会研究であり、巫俗や宗教も、差別も、計画外のテーマでした。とりわけエリアーデ流のシャーマニズム・巫俗研究には関心を持ってなかったため、珍島での経験がなければ、巫俗研究にはたずさわっていなかったと思います。

以上が一つめの拙稿「巫女とケガレ」で巫者の差別を扱うことになった経緯ですが、この稿で述べたかったことは、現在の珍島のタンゴルが、強い賤視の対象であるのに対し、その後調査を始めた済州島の宗教的職能者シンバンは、タンゴルに比べて社会的位置づけは低いとはいえないのではないかという点でした。（この点は、現時点での比較に限定して考えています。）

そして、両者の社会的位置づけの違いは、その活動のあり方に現れていると考えました。すなわち、両者の活動の違いとして、珍島のタンゴルが、現在、死の領域を活動の中心にしているのに対し、シンバンは、死の領域とともに死を忌避する様々な儀礼にも関わり活動しているという点が指摘できます。

ただし、珍島のタンゴルが死の領域を活動の中心にしているからといって、私は、死が本来、不浄な現象・事物であるために、それに関わる巫者が差別されるとは考えません。この点を明確にするために必要な概念が、ケガレという概念です。ケガレ概念は、例えば死という現象・事物を不浄とはとらえない概念です。この概念については、インドの不可触民の差別を明らかにするために関根康正が明確な定義を示し、すぐれた研究を発表なさっています（注2）。私は、韓国の巫女の差別と死の問題を考える場合にも、「ケガレ」概念が、有効なのではないかと考えました。

ケガレとは、済州島の場合、人や動物の生（性）をめぐる現象や事物、死・動物の生（性）や死をめぐる現象や事物、肉食、失火、皮膚病などの現象・事物に対して生み出される観念であり、済州島の言葉では、ビリダという言葉で表される観念であると、私は考えました。この観念は、死や生命の誕生、出血などに対して、人間が感じる畏怖や不安、恐怖の念に近いものであると思われます。重要なことは、ケガレという観念は不浄という観念とは異質な

観念だという点です。

このケガレという概念を用いて、タンゴルとシンバンを比較すると、タンゴルは、死のケガレに接近した存在であり、シンバンはそれとは距離をもちながら、ケガレを忌避する領域にも関与する存在であると、とらえることができます。死のケガレに接近しているとは、シッキムクツという死霊儀礼が、死者の眠る棺の前で行われることを具体的に意味しています。一方、シンバンの死霊儀礼、クィヤンプリは、死者の埋葬後に、先ほどまで屍体の横たわっていたその部屋で行われます。それを行うシンバンは、屍体がないという点で、ケガレの観念を生じない儀礼だととらえて、ケガレを忌避するチャムスクツの直前に行っていました。また、ケガレを忌避する活動としては、堂をめぐる儀礼、チャムスクツ、竈王マジ、豚祭などがあります。

シンバンの社会的位置づけをタンゴルより高いとみなしたのは、繰り返すように、「タンゴルが不浄な死に接近しているのとは異なり、シンバンは死と距離を持って関わり、同時に死を忌避する清浄な空間に関わっているからだ」と考えるからではありません。ケガレの領域は不浄・非ケガレの領域は清浄とはとらえないことを改めて強調しておきます。そうではなく、ケガレの領域とケガレを忌避する領域は、ともにタブーとされる空間であり、非日常的空間であるととらえ、シンバンは、そうした、非日常空間に幅広く関わっている点で、死の領域に活動が狭められたタンゴルよりも、社会的位置づけは、低いとはいえないと考えたいと思います。

とりわけ、村落の神々をまつる、歴史的にも古く遡る村落にとって重要な空間、堂の領域にシンバンが関わることには、その社会的位置づけの高さを示しているといえるのではないかと思います。珍島でも、かつては、堂祭に、タンゴルが関わっていたといわれています。

そして、これは一般論ですが、社会の非日常的空間は、近代化とともに、狭められ、ケガレの領域は不浄化していくという、一般的傾向をたどると考えておきます。そして、死に対するケガレの観念が失われ、死を不浄視し、否定する社会において、そこに関わる宗教的職能者への差別や賤視というまなざしが生まれるのではないかととらえておきます。

以上が「巫女とケガレ」という拙稿の要旨ですが、現在の時点で、再考すべき問題点が見

えてきました。活動のあり方という観点からシンバンの社会的位置を低からずみなしたわけですが、高光敏先生から教えられた、シンバンが「堂下人」とよばれた重大な事実を、全く見落としていた点です。この問題については、高光敏先生の今後のご発表を参考にしながら、再考していく必要があろうと思います。

### 3. 豚と天神

次に、二つめの拙稿「豚と天神—朝鮮半島の巫俗と儒教の習合をめぐる一考察」（注3）では、済州島の醮祭という村落儀礼を取り上げ、儒教と巫俗の習合（折衷・混淆）について考察しています。

韓国の巫俗とは、「民間の宗教的職能者たる巫者が中心となって、民衆によって担われてきた土着的な民間信仰を基盤として、仏教・道教と習合しつつ、儒教とも深い関係のあると考えられる重層的な宗教現象である」と、私は暫定的に定義しています。先に、済州島では、巫者の関わる非日常的領域が、いまだ社会の中で小さからぬ意味を持っていると述べましたが、私はこのような巫俗の根強い力を考えるために、この稿では「二重構造」「二重組織」をなすといわれてきた、巫俗と儒教の関係に注目しました。

済州島には、儒教式村落儀礼といわれる醮祭が、現在でも島の各地でおこなわれています。そして、村落儀礼は、この男性を中心とする儒教式儀礼＝醮祭と、女性を中心とする巫俗式儀礼＝堂クツにより並列的におこなわれているとされ、儒教（男性）/ 巫俗（女性）の二重性という、「二重構造」の図式によって、村落儀礼の理解はなされてきました。

私は、「男/ 女の二重性」と「儒教/ 巫俗の二重性」で構成されるこの二重構造論の二つの側面のうち、「儒教/ 巫俗の二重性」の側面は、韓国社会をみる見方としてなお有効だと考えます。男女の二重性については、社会の儒教化が進むことにより形成されたと考えれば、まずもって、「儒教/ 巫俗の二重性」を明らかにすることが重要ではないかと考えるわけです。

しかし、男性を中心とする儒教式儀礼＝醮祭と、女性を中心とする巫俗式儀礼＝堂クツと

いう、二項対立的の静態的な図式を適用するだけに終わっては、「両者の相互関係を見無視し」、「現象の多様性を無視し」てしまい、「歴史的経過を含めた動態的側面が視野から抜け落ち」てしまうこととなります〔岡田1999:60-61〕（注4）。私は、その限界を乗り越えるために、1、二重性の形成の歴史的プロセスを実証的に解明することと、2、社会全体の中で宗教儀礼が持つ意味を解明することが必要だと考えます。

この稿では、1の点について、まず醮祭に関する歴史的諸事実を整理し（注5）、濟州島の醮祭については、玄容駿の研究に依拠して、より古い形式である、かつて男女によりおこなわれていた巫俗的村落儀礼とは別個に、新たに朝鮮王朝の初期に官行儒式祭として導入された儀礼であったと理解をしました（注6）。そして、醮祭は濟州島に導入された当初は儒教儀礼であったとしても、形式は儒教形式（男性の祭官、儀礼形式など）をとりながら、定着の過程で巫俗との連続面をもって変容したことを、これまでの研究によって整理しました（注7）。

こうした先行研究をふまえて、この稿で考察したのは、醮祭の祭壇にささげられる豚と、豚を追求するうちに浮上した天神への信仰です。この二つは、儒教と巫俗の二つの領域に関わる要素であると思われるからです。私は、まず何よりも、醮祭の最も重要な祭物である、屠殺したばかりの生の豚は、一体、濟州島に導入された当初の醮祭に由来するものなのか、それとも、濟州島独自の祭物なのか、この点を明らかにしたいと考えました。

たしかに、儒教祭祀において豚は、三牲の一つとして使用されており、醮祭の豚は儒教祭祀に由来することも大いに考えられます。しかし、近代以降の村落儀礼・雨乞い儀礼に豚が多用されている事例を整理してみると、その由来は単純に儒教祭祀とはいえないのではないかとも思われ、そうした村落儀礼や雨乞い儀礼の供犠の問題を歴史的に遡ってみました。

しかしこれはとても専門外の人間が解明できる問題ではなく、手をつけるべきではなかったのかもしれませんが、ともかく豚を追いかけていきました。確実にわかるのは、高麗時代、天地を祀る儒教祭祀である郊祀において、豚は祭天儀礼の供犠動物として使用されていたことです。一方、東北アジアの基層信仰として、豚は、祭天儀礼において、供犠動物とされていたとみる可能性もあるといえます。結局、豚の供犠は儒教か巫俗かという起源問題は、解

明には遠く、今後、儒教領域、巫俗領域の双方から追求していかなければならないということ強く感じました（注8）。

この稿で、最後に仮説的に提示したのは、豚の供犠を、基層信仰との関連で、巫俗の領域の中において考えるための一事例です。それは、濟州島の一人のシンバンから知り得た事例で、彼女は、巫俗神話である天地王ボンプリにもとづき、醮祭は1年に1度天の門を天地王があける儀礼であり、醮祭の祭日である丁亥の日は、天地王が門をあける日であること、豚は天地王へささげる供物であることを語りました。私はこのたった一例にもとづいて、さらに、天神への信仰が、実は巫俗儀礼の中心に位置していたことと、巫俗的村落儀礼の中核に位置した天神信仰が、天神という崇高な存在を巫俗と共有することを嫌う儒教によってうばわれていく場合があることとを指摘した黄縷詩の研究（注9）を参照しつつ、次のような仮説を立てました。

儒教化以前、巫者の担っていた男女の民衆による村落儀礼において、天神をまつり豚を供物としていたのではないか、醮祭はその最も重要な天神をまつる儀礼の位置をうばい取ったのではないかと。

以上が、2つめの拙稿の要約ですが、今述べた、一人のシンバンが示した醮祭の巫俗起源についての説明は、そのシンバンにこの点を教えた師であるシンバンによって、今回の調査で否定されてしまいました。丁亥の日という祭日は巫俗の影響であるという点は肯定されたものの、それ以外の重要な部分については否定されたのです。弟子であるシンバンは、それを聞き非常に当惑していますが、私はまず、自らの調査が極めて不十分であることを大いに反省しました。そして、十分に検証もふまえないままわずか一事例だけにもとづき仮説をのべた後半部分については、今は撤回せざるをえないと思っています。

#### 4. おわりに

以上のような2つの拙稿に対する反省にもとづき、昨年調査では、まず豚に関連するさまざまな生活文化を、巫俗領域、儒教領域に限定せず、濟州島全土で追いかけてみようと思

いました。その調査はまだ緒に就いたばかりで、研究成果もこれから徐々にまとめていきたいと思っています。今思うことは、巫俗・儒教という枠組みの向こうにある人々の生活そのものに、人々の生き方にもっともっと触れたいということです。以前、ある学会である文化人類学者に「失われていくものを研究することは何になるのか？」と詰問されたことがあります。でも、近代化のもとで消滅する過程にある生活文化を研究することに、意味があると私は思っています。失われつつある文化であれ、そこには人々の生き方が込められ、人生が刻まれていると思うからです。民俗文化の活用ということがよく言われますが、その前に、生活文化そのものから学ぶことはまだまだたくさんあると思うのです。

## 注

注1) 『辺縁のアジアー〈ケガレ〉が問いかけるもの』阿部年晴・綾部真雄・新屋重彦編、明石書店、82-134頁、2007年。

注2) 関根康正『ケガレの人類学-南インド・ハリジャンの生活世界』東京大学出版会、1995年、「ケガレと差別」『岩波講座 宗教〈第8巻〉暴力』岩波書店、2004年。

注3) 『東アジア社会における儒教の変容』土屋昌明編、専修大学出版局、1-51頁、2007年。

注4) 岡田浩樹「沈黙する多数派—韓国仏教の「過去」に関する試論」『東アジアにおける文化の多中心性』三尾裕子・本田洋編、東京外国語大学アジア・アフリカ言語文化研究所、43-83頁、1999年参照。

注5) 桑野英治によれば、本来は、朝鮮王朝時代（1392-1910年）の初期に、国家祭祀として全国的に導入された儒教儀礼であった。醮祭は、高麗時代（918-1392年）には存在しない儀礼で、成宗5（1474）年に編纂された『国朝五礼儀』において、国家祭祀の小祀として新たに設けられた。祭場は馬歩壇といい王都に置かれた。また、現在の済州島の醮祭は、広く村落の安寧を祈る村落儀礼の形で行われているが、国家祭祀として導入された当初の醮祭は、蝗を駆除するために、蝗害が発生すると挙行される臨時祭としての性格を持っており、



中国の北宋における醮祭を導入したものという。醮祭は王都だけでなく州県にも執行され、朝鮮王朝初期導入の後にも、各地で挙行されていることが『朝鮮王朝実録』に記録されているという〔桑野 1993 : 134-137〕。(桑野栄治「李朝初期における国家祭祀—『国朝五礼儀』吉礼の特性」『史淵』130、九州大学文学部、121-149頁、1993年。)

注 6) 玄容駿によれば、『新增東国輿地勝覧』『東国歳時記』『耽羅誌』などの記録から、濟州島の村落儀礼は本来、男女混合、巫者による巫式儀礼であったことがわかるという。しかし、「このような男女共祀の巫俗堂神が高麗時代に至り、国家的に公認され、官管理の巫祭が朝鮮朝の末まで存続した」と史料をもとに述べている。ただし、その巫祭の形式については、「少なくとも高麗時代には巫式であった公算は大きい」という。さらに、史料からは、儒教化が強まる「朝鮮時代に入っても、儒巫習合として巫神堂が認定されていたことを理解できる」という。だが、一方、「朝鮮時代に至ると、儒教国是に従い、文廟が建てられ、郷校が設置され、男性達にその教育が普及した。濟州郷校が設置され教授官が置かれたのは太祖 3年 1394、大静郷校が設置されたのは太宗 16年 (1415年 : 筆者注) であった。この時から儒学が発達し、積奠祭と漢拏山神祭 (濟州島の中央にある 1950メートルの山 : 筆者注) が官行の致祭としておこなわれるようになった。今、部落ごとに挙行される醮祭もこの時から官行儒式祭として始められたのだろう」という〔玄 2002 : 402-404〕。ここで玄は、およそ濟州島の村落儀礼は、大きくとらえれば、本来巫俗式で男女により行われていた段階から、朝鮮王朝期に入り徐々に儒教化されてゆくこと、醮祭はこのようなより古い形式である巫俗的村落儀礼とは別個に、新たに朝鮮王朝の初期に官行儒式祭として導入されたことを指摘している。男女の巫俗式村落儀礼と醮祭は、朝鮮時代になり、並行的に存在したわけである。(玄容駿「濟州島の儒式部落祭 (濟州島の儒式部落祭)」『濟州島 巫俗과 그 周辺 (濟州島巫俗とその周辺)』集文堂、379-407頁、韓国、2002〔1971〕年。)

注 7) 玄容駿 (前掲書)、강정식(姜晶植)「신앙/전설유적 (信仰・伝説遺跡)」『北濟州學의 文化遺跡 (北濟州郡の文化遺跡) II』北濟州郡、韓国、29-148頁、1998年、参照。

注 8) 今後は、儒教領域と豚については、祭天の円丘祭祀の儀礼内容に関する高麗時代や朝鮮王朝の実態を検討すること、朝鮮王朝時代の国家的祈雨儀礼である雩祀の実態の究明、巫

俗領域との関連については、ほとんど未解明といえる高麗・朝鮮王朝の巫覡や盲僧の関わる祈雨儀礼の実態を明らかにすることによって、近代以前の豚と儀礼の問題へ接近して行くこともできるのではないかと考えている。

注9) 黄縷詩「巫俗の天神儀礼に関する研究」『比較民俗学』22、比較民俗学会、韓国、37-62頁、2002年。

# 観光資源としての文化財

－日本の沖縄の事例－

池田榮史（琉球大学法文学部教授・考古学）

津波高志（琉球大学法文学部教授・社会人類学）

## 1. はじめに

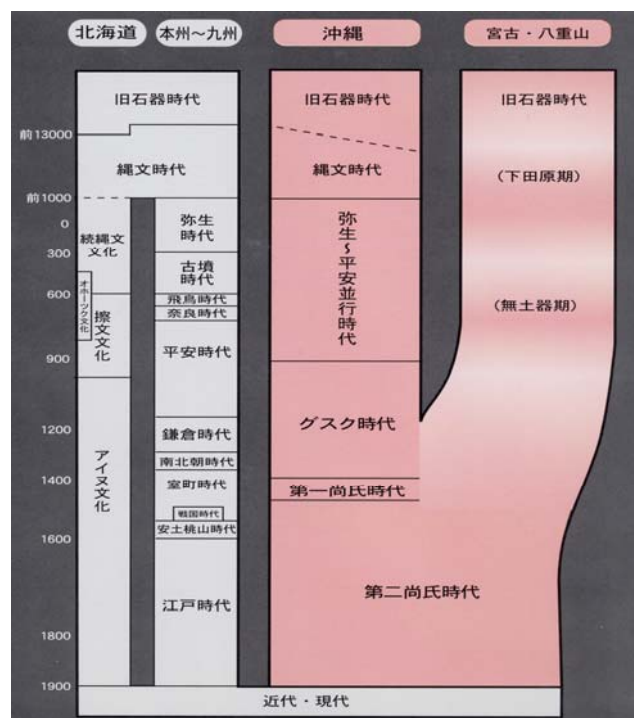
日本列島の九州島から、中華民国台湾島までの間、約 1,200km の海洋中に点在する島々を琉球列島と呼ぶ。琉球列島は約 200 の島からなり、九州島の南に点在する大隅諸島、トカラ列島、奄美諸島の計 38 島が鹿児島県、さらに南西に点在する沖縄諸島（117 島）、宮古諸島（12 島）、八重山諸島（32 島）が沖縄県に属する。この中の奄美諸島以南は亜熱帯気候帯に属する島々である。（図 1）



(図 1) 琉球列島全図

14～16世紀の間、奄美諸島から宮古・八重山諸島までの島々は、沖縄諸島の中の沖縄島に王都を置いた琉球国の支配下にあった。しかし、1609年琉球国は日本の江戸幕府の裁可を受けた大名である島津氏の武力侵攻に屈した。この結果、琉球国は中国明・清朝との冊封関係を維持しながらも、実質的には島津氏の支配の下、日本の幕藩体制に組み込まれることとなった。

その後、1868年に江戸幕府を倒して成立した日本の明治政府は、1879年琉球国を強制的に廃し、ここに沖縄県を設置して、日本中央政府の直接支配下に組み込んだ。その後、1945年太平洋戦争の末期に沖縄島を中心として起こった、米軍を中心とする連合軍と日本軍との壮絶な地上戦闘の後、奄美諸島以南の島々は日本の統治下から切り離され、米国の支配下に置かれた。そして、1953年に奄美諸島、1972年に沖縄諸島以西の島々の施政権が日本へ返還され、現在では再び沖縄県が設置されている（豊見山和行編 2003年、安里進ほか 2004年など）。（図2）



(図2) 沖縄歴史年表

このような経緯をもつことから、琉球列島の島々には日本本土とは異なる独自の自然と文化が存在する。現在の沖縄では、このような独自の亜熱帯島嶼環境とここで育まれた歴史・文化を利用して、これを観光資源化する試みが進められつつある。ここではこのような沖縄の動きについて、紹介してみたいと思う。

## 2. 観光資源としての自然遺産

亜熱帯気候帯に属する琉球列島の島々の周囲には珊瑚礁が発達し、珊瑚石灰岩の砂粒が堆積した砂丘海岸が形成される。この砂丘海岸と珊瑚礁の海は美しく、南海の楽園のイメージを彷彿とさせる。(写真1・2)



(写真1) 羽地内海の風景



(写真2) 宜野湾市海浜公園

現在、日本の国土の中で、亜熱帯気候帯に属するのは琉球列島と東京都に属する小笠原諸島のみである。このこともあり、沖縄の施政権が日本に返還された 1972 年以降、琉球列島は観光リゾート地として注目されることとなった。沖縄を観光地化するための手始めの事業は、1975 年に日本政府主催で開催された沖縄海洋博覧会である。これを契機として、沖縄県庁の所在地である沖縄島南部の那覇市から、海洋博覧会会場となった沖縄島北部の本部町までを結ぶ沿岸道路が整備された。そして、海洋博覧会終了後は、この整備された道路に面して点在する砂丘海岸に、多くのリゾート施設が作られることとなった。また、このようなリゾート開発は沖縄島に止まらず、沖縄島周辺の離島や沖縄島から航空機を乗継いでいくことが必要な宮古諸島や八重山諸島にも波及した。(写真 3)



(写真 3) 竹富島の町並み

特に、日本政府がリゾート産業の振興と国民の多様な余暇活動の場の整備を目的とした「総合保養地域整備法（通称、リゾート法）」を制定した 1987 年以後は、沖縄県によって「沖縄トロピカルリゾート構想」が策定され、これが日本政府の承認の下に推進されることとなった。「沖縄トロピカルリゾート構想」には、県下の 10 地区が選ばれ、226281ha を対象とするリゾート整備計画が進められている。この結

果、沖縄島は日本有数の観光リゾート地域として発達し、現在では日本本土からだけでなく、韓国や台湾、中国からの観光客も訪れるようになってきている。このことからすれば、沖縄の観光地化は琉球列島の珊瑚礁をはじめとした亜熱帯の自然遺産を大きな魅力として、その活用を目指した日本復帰後の政策的な取り組みによって成し遂げられてきたのである。

### 3. 観光資源としての文化財（文化遺産）

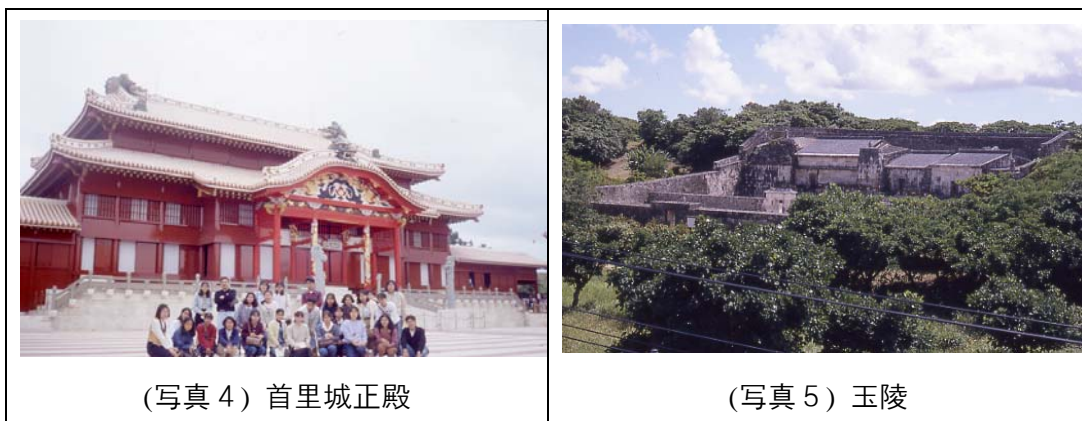
2000年12月、沖縄島に分布する9つの史跡が「琉球王国のグスクおよび関連遺産群」として、ユネスコの世界文化遺産に登録された。これらは14世紀から16世紀の間に構築された、琉球王国に関係する城郭や庭園、祭祀場、王陵などである。世界文化遺産に登録される以前において、これらの史跡は日本の国指定史跡であった。これは沖縄の施政権が返還された1972年に、それまで琉球政府指定史跡であったものを日本の国指定文化財へと指定変更されていたものであった。「琉球王国のグスクおよび関連遺産群」の世界遺産登録への歩みは、1992（平成4）年6月に日本政府が「世界遺産条約」を批准した際、ユネスコに提出した「世界遺産登録候補暫定リスト」に「琉球王国の城（グスク）遺産群」が含まれていたことに始まる。このリストに基づき、翌1993年にユネスコ世界遺産委員会の諮問機関であるICOMOS（国際記念物遺跡会議）の世界遺産調整官が沖縄を訪れ、現地視察を行なったのである。

これをきっかけとして、1994年度からは日本政府の国庫補助事業による世界遺産登録推進事業が沖縄県教育庁を窓口として進められ、1998年度末にいたって、世界遺産登録のための推薦書素案が沖縄県から文化庁へ提出された。これを受け、1999年5月21日に開催された国文化財保護審議会では、「琉球王国のグスクおよび関連遺産群」について、世界遺産登録の推薦を行なうことが了承された。そして、同年

6月25日に文化庁から外務省を通して、「世界遺産一覧表記載推薦書」がユネスコ世界遺産センターに提出されたのである。

2000年1月に入ると、再びICOMOS事務局から世界遺産としての評価を行なう委員が沖縄に派遣され、5日間にわたる現地調査および諮問が行なわれた。そして、その結果がICOMOSの定例執行委員会で審議された後、ユネスコ世界遺産ビューロー一国会議で審議・了承されて、世界遺産リストに登録されたのである。登録された沖縄の遺跡は「首里城」(写真4)とこれに接して作られた「園比屋武御嶽石門」、王陵である「玉陵」(写真5)、王家の別邸である「識名園」、聖域の「斎場御嶽」、および「今帰仁城」(写真6・7・8)、「座喜味城」(写真9・10・11)、「中城城」、「勝連城」(写真12・13・14)である。これらの文化財は沖縄県内7つの市町村に分布しており、それぞれの市町村では沖縄県との間の関係を取りながら、その保護と活用を進めつつある(當眞嗣一 2002年)。

ところで、これらの世界遺産に登録された文化財については、日本復帰後、日本政府からの補助金を受けた考古学的調査および復元・整備工事が継続的に行なわれていた。世界文化遺産への登録に際しては、このような考古学的調査成果を踏まえた上で、できる限り現存する建造物の保存を図りながら、復元・整備工事を進めてきたそれまでの手法が高く評価されたものであった(池田榮史 2008年)。(写真15)



(写真4) 首里城正殿

(写真5) 玉陵





(写真6) 今帰仁城正面



(写真7) 今帰仁城発掘調査



(写真8) 整備後の今帰仁城



(写真9) 座喜味城正面



(写真10) 座喜味城



(写真11) 座喜味城正面



(写真 12) 発掘中の勝連城



(写真 13) 整備された勝連城



(写真 14) 勝連城からの風景



(写真 15) 国指定仲原遺跡

なお、沖縄県内ではこのような琉球王国の国家形成に関わる史跡だけではなく、人々の日常生活の中で構築されてきた住居や墳墓などの文化財についても、日本本土のものとは異なった様相を示すことから、これを県外から訪れる観光客に向けた観光資源化することが試みられている。古い佇まいを残す伝統的な家屋だけではなく、現在も用いられている墳墓、さらには折々に行なわれる祭祀や行事など（写真 16～21）も観光資源化されつつあるのである。また、このような文化財を活用する

だけではなく、琉球列島に見られる伝統的集落景観を復元し、そこで伝統工芸や芸能、さらには料理に見られる食文化を体験することができるテーマパークも開設されている。



(写真 16) 津嘉山大綱引①



(写真 17) 津嘉山大綱引②



(写真 18) 津嘉山大綱引③



(写真 19) 塩屋海神祭①



(写真 20) 塩屋海神祭②



(写真 21) 塩屋海神祭③

さらに、沖縄においては、太平洋戦争末期に起こった戦争についても、いろいろな調査と検証を行ない、これを負の歴史的遺産として未来へ継承する取り組みが進められつつあり、これが沖縄を訪れる多くの人々の耳目を集める場所となりつつある。敵味方を問わず、沖縄戦の全戦没者を刻名した「平和の礎(いしじ)」の設置や、これに接して建設された沖縄県立平和祈念資料館、あるいは沖縄戦に動員され、亡くなった女学生を追悼し、平和の尊さを訴える「ひめゆり平和記念資料館」は、このような戦争によって生じた負の歴史的遺産を取り扱った施設である(池田榮史1993年)。

#### 4. 観光資源としての文化財

こうしてみると、沖縄においては、日本の本土と異なる琉球列島の自然遺産や、独自の歴史・文化に関わる文化遺産について、いろいろな形で保存・整備し、これを未来へ伝えるべき遺産として、さらには観光資源として、広く知らしめる試みが続けられてきたことが知れる。

この中で、はじめに注目されたのは、亜熱帯気候によって形成された珊瑚礁の海を中心とする自然遺産であった。その後、観光客の増加に伴って、琉球列島の歴史・文化的遺産への関心が引き起こされた。これを契機として、沖縄での文化遺産の調査と復元・整備工事が進められるようになり、沖縄の歴史や文化を物語るいろいろな文化遺産が観光資源化されることとなった。これについては、「総合保養地域整備法(リゾート法)」の制定や「沖縄トロピカルリゾート構想」など、国、県をはじめとする行政組織の関与による観光事業推進計画の立案と遂行が大きな役割を果たしたことはいうまでもない。

また、このような観光基盤の拡充とともに、観光客を受け入れるホテルや航空路線の整備、これを知らしめるメディアの活用、観光商品の開発も進んだ。これによっ

て、沖縄を訪れる多様な観光客のニーズ（要求）に対応する施設や商品の拡充が一層の展開を生じることとなった。2008（平成20）年度における沖縄県内への観光入域者数は、約600万人が見積もられており、これは毎年10%に近い観光客の増加に支えられている。

このようにしてみると、沖縄における文化財（自然遺産・文化遺産）の観光資源化は、文化財が持つ固有の価値を前提として、これを保全・復元・活用するための長期的な展望に立った計画の立案と遂行、またその周知化を行なうためのマスメディアの活用と観光客の多様なニーズに合わせた商品の開発など、ハード面とソフト面を見据えた官民一体の取り組みによって、成し遂げられつつあると言える。

## 参考文献

安里進・高良倉吉・田名真之・豊見山和行・西里喜行・真栄平房昭 2005 「沖縄県の歴史」『県史』47 山川出版社

池田榮史 1993 「沖縄県博物館史」『國學院大学博物館學紀要』第18輯

2008 「沖縄における文化財保護行政の歩み」『國學院大學考古学資料館紀要』第24輯

當眞嗣一 2002 「琉球王国のグスク及び関連遺跡群」の世界遺産登録とその周辺  
『沖縄県教育庁文化課紀要』第18号

豊見山和行 2003 「琉球・沖縄史の世界」『日本の時代史』18 吉川弘文館

*Jeju International Association 2008 Seminar, Jeju, Korea  
The Commoditization of Jeju Heritage, June 27, 2008*

*Commoditization, Tourism and the Jeju Dolhareubang  
Presented by William Cannon Hunter, Ph.D.  
Department of Tourism Management,  
Cheju National University  
Email: hunter@cheju.ac.kr  
Phone: 010-4699-4199*

## **Commoditization, Tourism and the Jeju Dolhareubang**

### **Introduction**

The Dolhareubang is a representation of Jeju. It is an old, stone artifact – 48 old stone artifacts, to be exact – but more than that, much more than that, it is a representation. A representation is ultimately a mental construct of a visual marker that is embedded with a variety of complex meanings, and those meanings are shared by a certain group of people. Representations are powerful tools in tourism and are applied, in their representational forms, to a number of purposes, particularly to the job of destination image promotion. Previous to becoming a representation, the Dolhareubang has been commoditized, although to a much lesser extent. In this paper, the problem of commoditization and the larger problem of representation are discussed in terms of cultural heritage and tourism. The Dolhareubang is a heuristic device for this discussion. In other words, the Dolhareubang can be a case study illustrating how material artifacts are transformed into commodities, and then further developed into representations of culture for the purposes of tourism destination image promotion. The first transformation (into commodity) is based on the principle of use-value whereas the second transformation (into representation) is based on the principle of sign-value.

Commoditization is a problem associated with artifacts that have had useful but highly local cultural significance, and have now to some extent become obsolete because of the emergence of larger scale cash economies and changing priorities that arise in relation to them. These cultural artifacts naturally take on additional exchange value over time. Cultural artifacts can be beliefs (myth), behavior (rituals, performances, work, contests), or items (structures, clothing, icons, tools). Having lost some of their practicality they are re-packaged as narratives, performances and displays and given new roles in society. At least this is the general trend that has been observed in the development of tourism, an

effect of globalization, since at least the 1950's. The inevitable commoditization of culture is not a bad thing but it raises certain concerns associated with the sustainability of local culture and the survival of tradition. The first breakdown of culture and tradition described by Durkheim (1938) as social anomie (the breakdown of social norms), was a condition with various dangerous and debilitating effects. And the second and more immediate is the value-inflation of cultural artifacts to a point where they lose all connection to their original cultural or social connotations and significance. These possible developments are mutually complementary.

The Dolhareubang is a cultural artifact that is exclusive to Jeju. It exists nowhere else, although there are some common associations made with similar relics elsewhere. It has been transformed exactly as has been just described, from a relic into a commodity and further, into a representation. It has already been thoroughly commoditized and now exists as a generalized cultural representation, it has transcended its own use-value. The main point of this paper is to contribute to an understanding of cultural heritage commoditization by illustrating just how this process takes place. And since heritage commoditization is the primary symptom of the growth of tourism as a replacement economy, it is worthwhile to first review the highlights of the Jeju tourism industry before moving on to a description of the Dolhareubang and a discussion of its use-value as a commodity and its sign-value, as a representation. The social effects of these developments are also briefly discussed.

## **Tourism in Jeju**

Jeju has been transformed from a remote and isolated island territory into a successful tourism destination. The transformation has taken place over almost 40 years, almost an entire generation, time enough for most of the residents of Jeju today to have forgotten a time when tourism was not a significant element of the local economy. Nevertheless, the unique cultural reality of Jeju survives, even if it is for most people only the trappings of an image or an ideology. In daily life there is nothing about living in Jeju that is all that different than living in any other urbanized community. And this is not a unique case; it is representative of the contemporary historical trend.

Jeju has completed the two-fold development of a tourist destination, a comprehensive implementation of the appropriate infrastructure and at the same time a promulgation of touristic

imagery. These two complementary efforts have been accomplished rapidly, and it might be worthwhile to consider some of the highlights of the development process in terms of infrastructure, and then in terms of image. The construction of tourism infrastructure in Jeju, including transportation, accommodations and attractions began in the 1960's, and has continued up until the present. It is marked by various landmarks, including the following, listed in the following table. The development of infrastructure can be described in three phases, as origins, expansion and enlargement. Once the original equipment is in place, it is expanded and eventually enlarged to a proportionally exponential degree. Thus early tourism follows a more conservative development (in our view today) in comparison to the much larger economies of scale currently being implemented.

<b>Phases of Jeju Tourism Infrastructure: Origins, Expansion, Enlargement</b>	
Origins	<ul style="list-style-type: none"> <li>Airport and airplanes               <ul style="list-style-type: none"> <li>1942 Japanese airfield</li> <li>1948 Passenger jet service from Seoul &amp; Kwangju, Korea National Airline Stinson 4-seat airplane service) and DC-3 planes by 1951</li> <li>1958 Officially designated commercial Korean airport (Seoul, Busan, Kwangju, Kangreung)</li> <li>1968 International service</li> </ul> </li> <li>Highways               <ul style="list-style-type: none"> <li>1962-63 #1 Cross island highway (#11, today)</li> <li>1973 #2 Jungmun-Jeju Cross island highway (#99, today)</li> </ul> </li> <li>Attractions and Accommodations               <ul style="list-style-type: none"> <li>1971 Five public attractions Yongyeon, Manjangul Cave, Andeok Valley, Jeongbang Waterfall, Cheonjeyeon Waterfall</li> <li>1971 Two private attractions Hallim Park (Song Bong Kyu), Mok Sok Wan Garden (Baek Wun Cheol)</li> <li>1974 First major hotel, KAL Hotel</li> </ul> </li> </ul>
Expansion	<ul style="list-style-type: none"> <li>1977-78 Jungmun Tourist Complex development</li> <li>New Jeju City development</li> </ul>
Enlargement	<ul style="list-style-type: none"> <li>2001 World Cup Stadium – 42,256 person capacity</li> <li>2003 International Convention Center -- 54,876 m2</li> <li>2007 Stone Culture Park – 330.6 hectare</li> <li>2007 Free International City 3 projects (Myth Park 4,900,000 m2, Recreational Residence Complex, Picturesque Tour Port)</li> </ul>
<i>Sources: See assorted references provided at the end of the paper</i>	

The equally important and complementary development of a tourism destination is the promulgation of touristic imagery. For Jeju, as with most successful destinations, this occurs in tandem with the physical construction of infrastructure. Its crucial elements include the citation of famous visits and



the publication of general tourism statistics as well as the marking of significant indigenous features (including slogans, photographs and the identification of key heritage-based representations). Some highlights of Jeju's promulgation of touristic imagery are contained in the table on the following page.

The brief review of the infrastructure/image development of Jeju illustrates the progress of the island in terms of development and how certain landmarks coincide with each other. For instance, how the opening of international air service in 1968 finally yielded some 400,000 international visitors by 2004; or how the culturally based slogans of Sambu, Samda and Sammu have resulted finally in the development of large scale heritage-based attractions. It is also interesting to note how the natural heritage and agriculture base of Jeju has played a much larger role in the destination image of Jeju, namely the designation of Halla Mountain as a national park, and the roles of Women Divers, and tangerine farmers in producing lifestyles and products for tourist consumption. It is safe to say, briefly, that physical infrastructure, indigenous production and natural heritage are dominant in tourism and the commoditization of cultural heritage is a matter of minor interest. However, the argument of many is that cultural heritage is a fundamental social, rather than economic concern. Therefore it should be a matter that is critically sensitive to the radical economic force of tourism and requires special consideration. One might be interested in reviewing the top attractions in Jeju (listed at the end of this paper) and their contents. Only four or five out of 25 are even remotely related to cultural heritage\*.

#### **Promulgation of Jeju Touristic Imagery: Visits and Statistics, Touristic Imagery, Indigenous Features**

##### Visits and Statistics

- 1958 British Royal Family tour
- 1962 Korea Economic Development Plan includes Jeju
- 1965 PATA delegate visits Jeju, marking it as "a fascinating tourist attraction"
- 1983 1 million tourists visited Jeju Island
- 1987 2 million tourists visited Jeju Island
- 1990's 4 million tourists visited Jeju Island
- 2004 4,603,000 domestic travelers and 329,000 international travelers visited Jeju Island
- 2011 10 million visitors 'projected'

##### Marking Touristic Imagery

- 1960's traditions and identity of Jeju undervalued or ignored as superstitious and uncivilized
- 1960's Jeju Sambu (three treasures): nature, folklore and regional industry
- Slogans, old to new:
  - 1970's The Island of Mystery, Island of the Gods, Clean Island
  - 1980's Fantastic Island, Honeymoon Island, The Hawaii of East Asia, Sports Mecca
  - 1990's
    - Samda (three things found in abundance) are wind, stones and women

Sammu (three things that are absent) are thieves, beggars and gates  
2000's World Peace Island, International Free City

Marking of Significant Indigenous Features

Women Divers recognized since Sambu was promulgated  
1963 First Dolhareubang souvenir, made by Song Jong-Won  
1970 Halla Mountain becomes a national park  
1971 Dolhareubang designated Jeju Number 2 Cultural Asset,

*Sources: See assorted references provided at the end of the paper*

Although cultural heritage might play a minor role in tourism development, it might be interesting to note that in research (Urry, 1990, p. 52) it has been found that tourists enjoy experiences related to culture. Note the list (below) of the six most popular leisure pursuits for overseas visitors:

Visiting Shops or Markets	82%
Visiting Restaurants and Cafes	77%
Visiting Churches or Cathedrals	69%
Visiting Historic Sites/Buildings	69%
Visiting Museums and Art Galleries	64%
Visiting Historic Cities or Towns	62%

It would seem that from the destination's point of view, development takes priority, and the value of a local resource is measured in its economic return, or physical presence, whereas from the tourist's point of view what matters is the experience of cultural novelty. Economies of scale might be more interesting from a development point of view, but in terms of sustainability as well as cultural interest, heritage preservation requires at least an equal amount of attention. The above list suggests that these activities do not require massive new development. They require careful preservation and attention to the provision of authentic cultural experiences. As Jeju enlarges its scope of (and appetite for) tourism it is worthwhile to consider the place of certain cultural artifacts in the big picture, in this case the Jeju Dolhareubang.

### **Jeju Dolhareubang – History and Current Status**

The Jeju Dolhareubang can offer an interesting case study for cultural heritage commoditization in tourism. It has been identified in relation to local culture and has played a significant although small role in the development of Jeju as a tourist destination. But the role of cultural heritage these days is always peripheral or secondary to infrastructure (i.e., large scale development). The history of the Dolhareubang and its basic characteristics should be well known to Jeju people, but nevertheless, a

brief review is offered. The most interesting historical fact concerning these standing stones is that no one seems to know exactly what they are or where they come from. But generally they have been typically described as a 14<sup>th</sup> century totem.

There are four basic historical references to the stones, in 1416, 1754, 1848/50 and in the 1950's. It is said that by 1416, during Korea's Chosun Dynasty, three pairs of standing stones stood at the entrances of Jeju's three original administrative areas. They were markers indicating the political boundaries of Jejumok (濟州牧) to the north (today's Jeju City), Daejeonghyeon (大靜縣) to the southwest (today's Daejeong County), and Jeonguihyeon (旌義縣) to the southeast (site of Seong-eup village today). They were known as Uhyungsok or Ongjungsok. By 1754 there were 48 standing stones in Jeju Island, said to have been commissioned during the 30th year of King Yeongjo, and these are the Dolhareubang that we know today. By this time the 24 in Jeju Mok were known as U Sung Mok, the 12 in Daejeonghyeon as Mu Sung Mok, and the 12 in Jeonguihyeon as Mu Sung Mok or Buk Su Mo Ri. During the period of 1848 to 1850 reference to the Dolhareubang is made again when discussed publicly by then Governor Jang In-Sik and recorded by Kim Suk-Ik, the 'first person' to write about the Stone Grandfather. Then in the 1940's or 50's the stones make another appearance, with names such as "Wooseokmok," "Mooseokmok," and "Beoksumeori." Dolhareubang means "Dol (stone) Halabeoji (grandfather)," partially in reference to its phallic connotations. The significant points of these historical references are that each offers a different account regarding the stones and their names and together they offer a relatively discontinuous history. In addition, in each reference the stones are known by different names and they are found at different locations. And it is not known whether the original six are included in the 'original' 48 we know today.

The theoretically interesting point about the history of the Dolhareubang is its numerous 'first appearances'. This allows the stones an ambiguous enough origin to accommodate a wide variety of equally 'authentic' cultural interpretations. For instance, there are references to the stones as boundary markers, and as markers of totemic significance. As boundary markers, the original placement of the six stones probably corresponded to the administrative delineations of the Three Village System, or Sam-eup. City walls contained these three centers of culture to the north, southeast and southwest of the island. The function of boundary marker has been maintained in Jeju City with its 24, positioned at the gates of public properties to this day. The stones at the other two locations were positioned haphazardly. They have possibly lost the role as boundary marker. As a fetish or totem, there are implications of shamanism and the 'dark arts'. It is said that whenever people would

pass this guardian they would lower their heads and say a prayer for family or for the community. They are still found today along highways at the heads of bridges and in this position they seem to function as boundary markers but more so to ward off evil. To some they might be gods offering protection from disease and to others they are phallic symbols ensuring fertility, although some have speculated that this is related to the honeymoon island imagery of Jeju. There is also room for psychoanalytical interpretations, how fetishism, especially in an oppressive culture of having it both ways, of expressing that which is silenced. In Jeju because of the minority of men, he was reduced to an object, a portion of the body that could substitute for an organ, for a subject that would eventually be reconstructed as 'our stone grandfathers'. This is a symbol of loss, or lack, latent sexual desire and need and the taboo that would keep this need unspoken. Maybe this is true, but for most people they are probably nothing more than folk-art.

In a more structural interpretation, the Jeju Dolhareubang could be a form of standing stone, a distant cousin to the Moai of Easter Island, the mysterious gigantic stones buried in Chile, or to those in Mongolia, Ireland and Scotland (still marking boundaries). There are two theories as to its origin; the first is that sea-faring people introduced them. The second is that they are related to the Beoksu or Chanson Totem Poles found on the Korean Peninsula. Either way it is a fetish with external and indigenous origins, being adapted over the years to the changing needs and conditions of Jeju culture.

### **Commoditization and Culture (2 stages of use-value)**

The Dolhareubang, no matter what its origins or original political or folk connotations might have been, has been retrofitted with other values (or perhaps totally purged of all value). It has become a commodity. The first form of commoditization in the modern sense was as a souvenir. The first souvenir Dolhareubang was made by stone sculptor Song Jong-Won in October 1963. It was 25 cm tall and resembled the Jeju Mok standing stones. The first wave of commoditization followed Song's precedent, taking the form of souvenir, specifically as Jeju Mok style miniature replicas. These are still sold today although not in any significant number and with no major economic effect. My own research found that in one particular survey, only about 17 per cent of visitors to Jeju purchased a Dolhareubang souvenir (Hunter & Suh, 2007). They are often sold in pairs, as their original placement, at least in Jeju Mok, was in pairs, positioned at gateways. Later touristic commoditization can be seen in the form of lighters, key chains, small figurines and the like. At this primary level of

touristic commoditization, the Dolhareubang is not all that interesting. It is simply being miniaturized and sold as a portable marker, for tourists to take home, as a reminder of their Jeju experience, or as a gift for others. There is no larger effect or social commentary to be had concerning cultural heritage, other than the interesting point concerning how it illustrates Jeju City's cultural or political hegemony over the other two of the three original villages in Jeju's three village system, as all later productions of Dolhareubang follow the Jeju Mok form. At any rate, this form of production (the conversion of the Dolhareubang into a souvenir miniature) is simply represents a first-stage use-value development.

But what happens at a secondary level is much more interesting. The later and more successful commercial reproductions of the stones follow a different strategy. They appear in what Guy Debord (1995) would have described as commodity bundles. The Dolhareubang is a much more successful commercial item when it is paired up with another commodity. We see this when the form of a perfume bottle, or honey jar resembles the stones. It works as a physical container for another complementary commodity. This commodity 'doubling' resembles what Debord (1995, p. 111) described as 'commodity bundles', or "a complete commodity combining a variety of other commodities." The Dolhareubang has found its real purpose in the doubling or tripling of cultural imagery, condensed or miniaturized into a commodity, usually serving as a container.

And it is especially useful, because of its very distinct form, as a packaging device, rather than as an item with a specific use-value. Its only use-value is symbolic because its appearance is unique and easy to remember. Tourist associations in Jeju have described it as a god with a dignified, fierce or humorous expression that is the namesake of Jeju, 'Island of the Gods'. It has become a commercial product, reproductions unified in a form derived from the dominant Jeju Mok style, and used in every aspect of destination image promotion. Although each stone is physically different they can easily be recognized as three different 'types'. The best representation of which is located in front of the International Convention Center, where three giant simulations stand. However, general commercial applications invariably follow the original form of the Jeju Mok stones.

There are certain concerns related to the commoditization of cultural heritage in the context of tourism, and these have been discussed at length in a variety of published research. The first major problem associated with the Dolhareubang or any other cultural heritage artifact as a commodity arises when it fails to meet expectations of what cultural meanings a material object (in particular) should possess (Tharp & Scott, 1990). In this sense, the commoditization of the Dolhareubang has

sparked protest (Kim, 2004) there should be a public reconsideration of the spiritual and social identity of the stones within the community prior to commercial production. Or that administrative criteria or legal standards should be implemented to regulate the production of tourist souvenirs associated with the stones. In this sense, the proliferation of the Dolhareubang raises concerns that commercial interests might misrepresent local cultural identity by allowing it to symbolize in ways that promote a cultural image that fails to serve the interests of the community. This is less a concern than those of the total separation of meaning that can occur between artifact and its image, a concern that will be taken up in the next section on cultural representation.

The second problem associated with the commoditization of cultural heritage is the question of authentic cultural identity. In the case of the Maya (Medina, 2003), this was met by evaluating commercial items in terms of their fit with ancestry, language and cosmology, and only then in terms of economic benefits. Although a valid concern, and theoretically it should also apply to the Dolhareubang (that replicas and miniatures should refer back to and reinforce the reality of the original 48), that any commercial application should work to complete a semiotic network of relationships that connect material culture, place identity and the story of the making of that place (Markwick, 2001). But in the sense of use-value, the commoditization of cultural heritage faces only one real danger, the one previously mentioned: the bad souvenir, or bad product. When a touristic commodity is cheaply made (and usually over-priced) it makes no contribution to the community. It only cheapens the overall perception a visitor would have of the local culture. A good souvenir, on the other hand will be judged by its qualities: maintaining the original function of the thing it represents, transmitting cultural identity, facilitating communication between people, and being commercially viable. Cultural goods are place-dependent (Williams, Patterson & Roggenbuck, 1992) and a good souvenir communicates a sense of place (Stoffle & Evans, 1990). Goods sold where they are made and labeled with quality assurance or interpretive information will raise a product's exchange value (Halewood & Hannam, 2001). However sound these prescriptions might be, they do not entirely apply to the case of the Dolhareubang, since its problems are associated with a more advanced stage of commoditization.

### **Cultural Reality and Representations (sign-value)**

In Jeju the Dolhareubang was identified as the Number Two Jeju Cultural Asset in 1971 by the Jeju Cultural Property Committee (Kim, 2004). Other names (sometimes spelled Dolhareubon, Tol-

hareubang, or 'Beoksu-Meori') are still used. Officially there are either 45 original stones, or 48. There are 21 or 24 in Jeju City, 12 in Daejong-eub and 12 in Seongeub-ri. This historical ambiguity is very useful for cultural commoditization because it allows certain flexibility in the production of new applications. It does not have to conform exactly to some historical protocol. The Dolhareubang is a particularly fortunate case because, as described previously, it is associated with any number of names, forms, myths, functions and even origins.

In tourism, cultural resources are an especially important part of the composition of a particular place image. There are countless published studies in tourism research concerning destination image, or more specifically, the traveler's perceptions of destination image (Hunter & Suh, 2007; Suh & Gartner, 2004; Reisinger & Turner, 2002; Liu, Furrer & Sudharshan, 2001), finding that there is no certain way to guarantee a universal and constant image for all travelers. But a simple and recognizable artifact, such as the Dolhareubang can be easily recognized and remembered, and can be installed at any juncture in the tourist's experience, from the beginning of the trip until the end. As mentioned before, the Dolhareubang can be transformed into a physical container. But more commonly what occurs is that it is transformed into a marker, of Jeju as an authentic destination. It marks things as authentically Jeju, and in addition, marks Jeju as authentically Jeju. The first level of representation (sign-value) finds the Jeju Dolhareubang no longer a container, but now a logo or stamp of authenticity. It is found on the labels of indigenous Jeju products and at a second level, it is found labeling Jeju itself as a tourism product.

In tourism, "fully equipped" blocks of time are commercially provided, each of which is "a complete commodity combining a variety of other commodities." These include various products related to a logic of appearances. These include 'services', 'leisure activities', 'spectacular forms of housing' and 'collective pseudo-travel', among others (Debord, 1995, p. 111). The Dolhareubang is employed in the social image of the consumption of a touristic commodity. It represents Jeju as a touristic experience made commercially available. There are theoretical social effects associated with the employment of the Dolhareubang strictly for its sign-value. The most pressing concern is that the sign value associated with the Dolhareubang will simply become detached from the thing it once actually was. As a sign, bearing reference only to itself, limitless variations can be manufactured as products, but this is accomplished at the risk of losing contact with its foundation in cultural reality, in the original stones and the Jeju culture in which they are situated. This leads to a creeping surrealism of the world around us described famously by Baudrillard (1983) as the notion that production has long

ceased to be a thing or even an appearance, but a simulation of a real, that may have never existed, a simulation bearing no relation to any reality. This development will also be considered momentarily.

Cultural reality is a multidimensional concept associated with motivations –a driving force that is an ethos – that are only apprehended by its effects. Culture is an all inclusive subject related to the descriptions of a way of life that is isolated, discrete and locally based. Tax (1990) stressed that what is shared in a community is a system of values that is both literal and metaphoric. In terms of its representation, cultural heritage commoditization is much more concerned with the latter, the metaphoric. Luckily, culture is regenerating or reproducing naturally from generation to generation, as a natural and inevitable force (Jenks, 1993). However it is not free from obligation to the past, as culture is associated with accumulation, inheritance and transmission (Firth, 1951) and is linked to the difficult in-between sites of emergent identity where people raise themselves from the crushing weight of history (Bhabha, 1994). The process of cultural reality is associated with the negotiation of the past with the belief that it can be “constantly created and renewed” (Hollinshead, 1998, p. 123). It is in this new sensibility of culture, where constructions are replacing traditions that a new economy of the sign has emerged.

In the new cultural reality, cultural reproduction means ‘copy’ or ‘imitation’ as often as it does ‘natural regeneration’ or ‘synthesis’ (Hunter & Suh, 2007). The representation appears as often as the artifact, and its meanings are much more diverse. In the sense of cultural reproduction, the stages of heritage commoditization coexist. That means that replicas, bundles of commodities and simulations (although they may have appeared in stages) all exist together in the same social setting. The concern at this advanced stage of commoditization is that the representation will eventually replace the physical commodification of a cultural artifact, that an item’s use-value will be obliterated by its sign-value. We have already seen this happen with almost everything. Commercial branding has replaced basic needs with perceived needs.

The problem of representations is the problem of the replacement of something real with its sign. Representations are “true descriptions” (Brown, 1995, p. 135) of culture and they are also things in themselves. As true descriptions they precede the image because they convey the very discourse of culture (Ryan, 2002). They are the “order of appearance of a thing or event, according to conventions” (Hollinshead, 2000, 501) and are consumed more than actual entities. In other words, a visitor to Jeju is much more likely to perceive the representation of the Dolhareubang as real and on a



deeper level, to recognize that representation as a “true description” of Jeju culture. In another sense they are things in themselves. The representation of a Dolhareubang is as real and tangible as the original standing stones, and they share the same historical and cultural context. The most common form of representation is the photograph in all its forms (as a postcard, or a website .gif image, or imprinted onto any media as a logo or watermark, for instance). The photograph has transformed the discourse of tourism from the descriptive language of ethnographers and travel writers (Adler, 1989) into a visual code. Tourism includes a collection of representations (Papson, 1981), the production and consumption of signs (Urry, 1990) and a view “through a frame” (Ryan, 2002, p. 953). The image of Dolhareubang is much more versatile than its ideal.

The image is the most common form of representation, and Guy Debord’s theory is recalled, that “the image as the final form of commodity reification.” In other words, images are themselves turned around and converted into commodities. For example, a television program on the exotic experience of China will be turned around and sold as a tour package. The image fuses together the fictional and the factual in such a way that it has become semi-autonomous and ‘floats above reality’. In Jameson’s words, “Today, culture impacts back on reality in ways that make any independent and, as it were, non- or extracultural form of it problematical in a kind of Heisenberg principle of mass culture which intervenes between your eye and the thing itself), so that finally the theorists unite their voices in the new doxa that the ‘referent’ no longer exists” (Jameson, 1991, p. 277).

Considering the abstract concepts of commodity and image, that of the market brings up the question of authenticity, not in MacCannell’s sense, but in the ultimate test – what is its material equal? For all transactions of the market there was once the myth of the gold standard. That all exchange was fundamentally based upon something material, something real, and something with a specific economic value. That a *natural* value of gold existed. The whole range of experience, as something having to do with nature and the authentic have been slowly undone by (according to Jameson, 1991, p. 197) Barthes’ work in *Mythologies* foundationally, in MacCannell’s (1976) *The Tourist* (as a ‘dress rehearsal’) and in “its full-dress ideological program in Baudrillard, in particular the Baudrillard of the critique of concepts of ‘need’ and ‘use value’. The mystery in cultural commoditization is, ‘what guarantees its value?’

Along these same lines, Baudrillard (1981) described hyperreality (Like MacCannell's [1976] 'more hamlike than ham'), a more real than real. It is the minute duplication of real, preferably via the photograph or electronic media. Like rules, hyperreality is the process of deconstructing the real into details, or the game of "duplication and reduplication of the object in detail (Baudrillard, 1981, p. 144). Representations overrun the real, like MacCannell's description of markers obliterating an attraction. On yet another level, hyperreality is a kind of automatic outcome based on the need to speak (to mark, to identify) even if one has nothing to say. The narrator, having nothing to say speaks endlessly of minute details that crush the experience of an attraction. The need to speak becomes all the more pressing when one has nothing to say (Baudrillard, 1988, p. 30). Hyperreal attractions attract undivided attention because "not even a trace of illusion remains... they lean over to see an astounding thing: an image where there is nothing to see (p. 31)." The spectacle (drama of alienation) has been replaced by the ceremony (ecstasy of communication).

The image of the Dolhareubang obliterates its original by outnumbering it. There are only 48 original stones (and of those two are missing) and there are countless representations. The representations take the form of logos, mascots, markers on any number of promotional flags, signs and brochures, and even in the form of descriptions. Even this paper and this presentation is a representation of the Dolhareubang and in writing and speaking of it I am adding yet another layer of commentary down upon it.

## **Conclusion – Perceptions**

In tourism today, local developers are much more sophisticated than they were even a few years ago. Today we have access to travel, to see for ourselves how other destinations develop the tourism industry as a wealth making enterprise. And even more immediate, we have the internet and television and other information technology to see immediately how destinations have re-created themselves through the use of representations. The image of a destination has become much more real than the place it has replaced. Marketing professionals have become very efficient at identifying the ways in which certain desirable markets, or demographic segments of a population perceive, and the items that they consider valuable. And so a destination will become identifiable, or meaningful,

for a particular group of visitors, while remaining a total enigma for others.

The good thing about the Dolhareubang is that it is a much more suitable representation than it is a commodity in itself. That is to say, its sign-value has outstripped its use-value. In actuality, few people recognize the original stones and their significance. The Dolhareubang at the main gate of the University are passed by daily by thousands of people who never even glance at them in appreciation. They require no surveillance or security and there is no fear of them being stolen. They do not need to be put into museums. They are not valuable, materially. However, there is almost no one who has lived in or even briefly visited Jeju who does not recognize the Dolhareubang. What it represents, the material it is made from, the cultural specificity to Jeju – is all known, not because of the stones themselves, but because of the representations. Representations are physical evidence of “the developer’s intentions, the consumers’ interpretation and the interactions among them” (Herbert, 2001, p. 317; Wang, 1999).

Some have protested that the proliferation of the Dolhareubang sign has robbed the original stones of their spiritual power, becoming a symbol representing itself rather than a thing symbolizing some other meaning such as fertility, protection or an object of magick. Instead of a single standing stone, created to fulfill its functions at a gate or at the entrance to some place or at some particular turn in the road or at the head of a bridge, it has become something created for any number of purposes in any media and appearing in any place. Its original identity has become obfuscated yet it, as a symbol of Jeju identity, has become ubiquitous.

The real worry is whether this dislocation of sign-value from use-value will result in any adverse social effects. Will the de-sacrilization of the Dolhareubang result in some kind of social catastrophe? Probably not, as the stones remain a niche item, and its cumulative economic value as a representation of Jeju and its other culture-based commodities has not been quantitatively evaluated. What are interesting about the Dolhareubang are its visual simplicity and its endless proliferation as an image, representing itself as much as it does the culture from which it originated.

The real subject of discussion that the Dolhareubang raises is that of the larger issue of sustainability in Jeju. The ‘bigger-is-better’ attitude towards development these days is a much more loaded issue

than it was during the peak of Korea's economic growth. On an island the environmental and cultural boundaries are discrete and there are real limitations to the level of growth that can be achieved. We should be concerned about representations because they have the capability to obliterate the reality that generated them. Culture is a natural state of being in society. It is a state that is collectively recognized, tacitly, by its members. It is a means of production, but not necessarily a source of revenue. On the other hand, once a culture (one's own or another's) is recognized (through the eyes of the other) as valuable, for its novelty, originality or otherwise, it becomes transformed very quickly into 'bundles of commodities' that can be developed and sold in the form of a tourism product. That is the dark magic of tourism.

In terms of cultural heritage, material (Dolhareubang), behavioral or ideological (Shamanism) or natural (Lava Tubes or Hallasan) resources face twin consecutive dangers of overdevelopment, on the one hand, in terms of use-value there is the problem of facilities that are too large, too centralized, or too specialized to be supported by available markets. On the other hand, in terms of sign-value, there is the danger of overproduction in terms of representations that can result in a sense of creeping surrealism, the sense that local culture is contrived and superficial. The principles to remember in the commoditization of cultural heritage are to realize that the key to sustainability is through the cultural rather than economic development of heritage. And that the commoditization of cultural heritage must be systemic rather than localized. It must be generated, not provided. The Jeju Dolhareubang is an example of a cultural resource that can only play a periphery role in the cultural economy and should be considered primarily in terms of its luck in survival, its ambiguous past, and its recognizability. The original stones and their value should not be forgotten.

The heritage of Jeju depends upon a diversified economy. On the one hand, existing and future large scale facilities provide the base for a tourism economy. On the other hand, a renewed development of small and medium enterprises should be undertaken with the full support of Jeju Special Self-Governing Province. The role of artists and entrepreneurs should not be underestimated and they should be given as much support as possible, not only for the development of their own crafts and the realization of their visions, but for their valuable abilities to contribute to the cultural diversity of Jeju. Cultural heritage is crucially dependent upon its creators. It is a set of resources that must be continually renewed.

## References in text

- Adler, J. (1989). Origins of sightseeing. *Annals of Tourism Research*, 16, 7-29.
- Baudrillard, J. (1988). *The Ecstasy of Communication*. Bernard & Caroline Schutze, (Trans.). Sylvere Lotringer (Ed.). NY: Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman, (Trans.). NY: Semiotext(e).
- Bhabha, H. (1994). *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Brown, R. H. (1995). The poststructural crisis in the social sciences: Learning from James Joyce. In R. H. Brown (Ed.), *Postmodern representations: Truth, power and mimesis in the human sciences and public culture* (pp. 134-167). Urbana Chicago: University of Illinois Press.
- Debord, G. (1995). *The Society of the Spectacle*. Donald Nicholson-Smith, (Trans.). NY: Zone Books.
- Durkheim, E. (1938). *The Rules of Sociological Method*. NY: Free Press.
- Halewood, C. and K. Hannam (2001). Viking heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(3), pp. 565-580.
- Firth, R. (1951). *Elements of Social Organization*. London: Watts
- Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 312-333.
- Hollinshead, K. (2000). Representation. In J. Jafari (Ed.), *Encyclopedia of Tourism* (pp. 501). NY: Routledge.
- Hollinshead, K. (1998). Tourism, hybridity, and ambiguity: The relevance of Bhabha's 'third space' cultures. *Journal of Leisure Research*, 30(1), pp. 121-156.
- Hunter, W.C. & Suh, Y.G. (2007). Multimethod research on destination image perception: Jeju Standing Stones. *Tourism Management*, 28(1), pp. 130-139.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jenks, C. (1993). *Culture*. NY: Routledge.
- Kim, S. J. (2004, spring). Symbol of Jeju people, Dolhareubang, stand up his self-esteem, Jeju Development Forum, Jeju. *Onnuri N.P.* pp. 52-56.
- Liu, B., Furrer, O. & Sudharshan, D. (2001). The relationship between culture and behavioral intentions toward services. *Journal of Service Research*, 4(2), pp. 118-129.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. NY: Schocken Books.

Markwick, M. (2001). Postcards from Malta: Image, consumption, context. *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 417-438.

Medina, L.K. (2003). Commoditizing culture: Tourism and Maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), pp. 353-368.

Papson, S. (1981). Spuriousness and tourism. *Annals of Tourism Research*, 8, pp. 220-235.

Reisinger, Y. and Turner, L. (2002). Cultural differences between Asian tourist markets and Australian hosts. *Journal of Travel Research*, 40(3), pp. 295-315.

Ryan, C. (2002). Tourism and cultural proximity: Examples from New Zealand. *Annals of Tourism Research*, (29), pp. 952-971.

Stoffle, R. W. and M.J. Evans (1990). Holistic conservation and cultural triage: American Indian perspectives on cultural resources. *Human Organization*, 49(2), pp. 91-99.

Suh, Y. K. & Gartner, W. C. (2004). Perceptions in international urban tourism: an analysis of travelers to Seoul, Korea. *Journal of Travel Research*, 43(8), pp. 39-45.

Tax, S. (1990) Commentary. *Human Organization*, 49(3), pp. 280-286

Tharp, M and L.M. Scott (1990). The role of marketing processes in creating cultural meaning. *Journal of Macromarketing*, 10(Fall), pp. 47-59.

Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.

Wang, N. (1999). Re-thinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26, pp. 349-370.

Williams, D.R., P.E. Michael and J.W. Roggenbuck (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, (14), pp. 29-46.

#### **Assorted websites, Dolhareubang**

<http://japan-korea-strait8.org/e/conference/jigyoudentou/doruharuban.html>

<http://www.sac.or.kr/eng/face/history/89.html>

<http://www.andersonadventure.com/page4.html>

<http://goodsinfo.ejeju.net/itemshop.asp?goodsclass=04&LanguageType=2>

<http://users.pandora.be/Mijnsitevandeputte/Seogwupu.htm>

<http://www.taipeitimes.com/News/archives/2002/06/09/0000139655>

[http://english.tour2korea.com/11Overseas/Singapore/romanticjeju.asp?kosm=m1\\_9&konum=subm5\\_5](http://english.tour2korea.com/11Overseas/Singapore/romanticjeju.asp?kosm=m1_9&konum=subm5_5)

[http://www.thesecondlayer.com/blog/2003\\_12\\_28\\_archive.html](http://www.thesecondlayer.com/blog/2003_12_28_archive.html)

<http://www2.scasd.org/developers/lub11/WEB%20pages/Jinie'swebpage/pics.htm>

<http://dream.paperempire.com/shopping/shopping-detail.php?pi=271>

<http://jejubangeo.com/Yumul/Dolhareubang.htm>

<http://dvpolymedia.com/thevoid/temporaryexhibits/kzone/gl.htm>

<http://www.pantheon.org/articles/t/tol-harubang.html>

[http://us.flyasiana.com/travelplanner/travelplanner\\_destinationguide\\_feature\\_jeju.asp](http://us.flyasiana.com/travelplanner/travelplanner_destinationguide_feature_jeju.asp)

<http://www.laodong.com.vn/sodara/xuan2004/quocte/t32.htm>  
<http://www.iwander.net/korea/photo/jeju.html>  
[http://www.korea.net/learnaboutkorea/hello/Generalinfo\\_45.html](http://www.korea.net/learnaboutkorea/hello/Generalinfo_45.html)

**Assorted References: Jeju Culture and Tourism**

Explore Korea: Essence of Culture and Tourism (2002) Ministry of Culture and Tourism, Republic of Korea  
 Fifty years of Jeju Tourism (2004), Halla Daily 제주관광반세기(2004), 한라일보사  
 Jeju City Hall 제주시청 [www.jejusi.go.kr](http://www.jejusi.go.kr)  
 Jeju Free International City Development Center 제주국제자유도시개발센터 [www.jdcenter.com](http://www.jdcenter.com)  
 Jeju Provincial Government 제주도청 [www.jeju.go.kr](http://www.jeju.go.kr)  
 Jeju Tourist Manual (2005) Jeju Provincial Government  
 Jeju Tourist Manual (2003) Jeju Tourism Promotion Division  
 Kim, Soonhee 2003 Jeju Island Women Divers' Association in South Korea: A Source of Social Capital. *Asian Journal of Women's Studies* 9(1): 37-59.  
 Kim, S. J. (2004). *Symbol of Jeju people, Dolhareubang, stand up his self-esteem*, Jeju Development Forum (Spring), Jeju: Onnuri N.P. pp.52-56.  
 Ko, Changhoon Spring 2005 A New Look at Korean Gender Roles: Cheju Women as World Cultural Heritage. Speech at Yale University  
 Mt. Halla National Park Authority <http://www.npa.or.kr/Halla>.  
 North Jeju County Hall 북제주군청 [www.bukjeju.go.kr](http://www.bukjeju.go.kr)  
 Peace Island (2005, Vol. 1), Institute of Peace Studies, Cheju National University  
 Seogwipo City Hall 서귀포시청 [www.seogwipo.go.kr](http://www.seogwipo.go.kr)  
 South Jeju County Official Website 남제주군청) [www.namjeju.go.kr](http://www.namjeju.go.kr)

**\*25 Top Jeju Attractions: Visitors in 1998/Visitors in 2003 (In thousands)**

(Source: [www.jeju.go.kr](http://www.jeju.go.kr) Jeju Provincial Government 제주도청)

1. Cheon Jiyeon Falls 천지연	1,293/1,644
2. Jeju Botanical Garden (Yeomizi) 제주관광식물원	1,019/1,206
3. Hallim Park 협재굴및쌍용굴	789/1,195
4. Sangumburi 산굼부리	882/1,052
5. Seongsan Ilchul-Bong (Sunrise peak) 일출봉	638/980
6. Jeju-do Folk & Natural History Museum 제주도민속자연사박물관	644/857
7. Miniature Theme Park 소인국테마파크	---/783
8. Sanbang Grotto Temple 산방굴사	648/758
9. Jeongbang Falls 정방폭포	540/582
10. Cheonje Pond & Falls 천제연	618/557
11. Mountain Halla National Park 한라산국립공원	550/557
12. Marine Park or Haeyang Sujok-Kwan 해양수족관	274/545
13. Manjang Cave 만장굴	531/494
14. Jeju Folk Village 제주민속촌	282/412
15. Mokseok-Won 목석원	532/378
16. Miniworld 미니월드	---/324
17. Sinyeong Movie Museum, Jeju 신영제주영화박물관	---/288

18. Ilchul Land 미천굴관광지구(일출랜드)	---/276
19. Jeju Bonsai Artpia 제주분재예술원	230/243
20. Samseong-Hyeol 삼성혈	229/192
21. Songsan-Ilchul Maritime National Park 성산일출해양군립공원	---/177
22. Mara Maritime National Park 마라해양군립공원	---/154
23. Hangil Memorial Hall 항일기념관	---/151
24. Jeju Sculpture Carvers' Park 제주조각공원	142/141
25. Bija-Rim (Nutmeg-Forest) 비자림	96/130



# 관광자원으로서의 문화재

- 일본 오키나와 사례 -

이케다 요시후미(일본류큐대학 법문학부 교수 · 고고학)

츠하 타카시(일본류큐대학 법문학부 교수 · 사회인류학)

## 1. 머리말

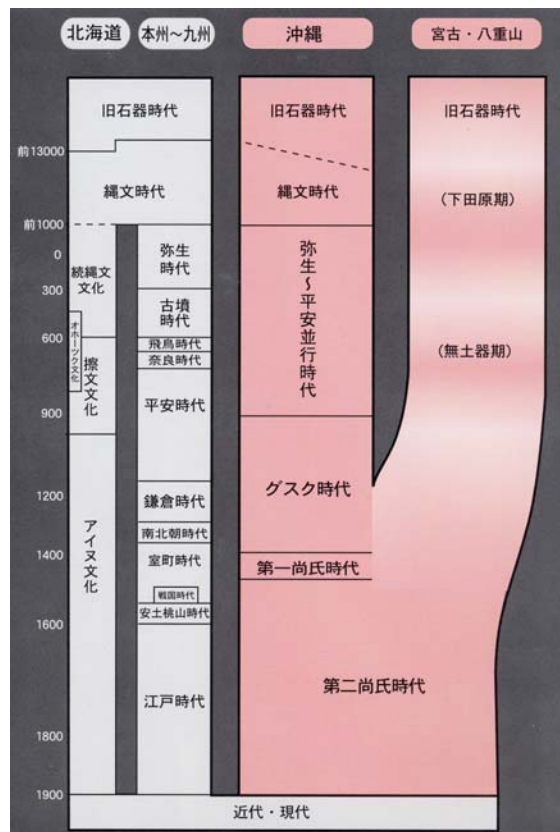
일본 열도의 규슈섬으로부터 중화민국 대만섬까지의 사이 약 1,200 km의 해양 중에 산재해 있는 섬들을 류큐 열도라고 부른다. 류큐 열도는 약 200개의 섬으로 되어 있고, 규슈섬의 남쪽에 있는 오스미 제도, 도카라 열도, 아마미 제도 등 총 38개 섬은 가고시마현, 한층 더 남서쪽에 산재해 있는 오키나와 제도(117개 섬), 미야코 제도(12개 섬), 야에야마 제도(32개 섬)는 오키나와현에 속한다. 그 중에서 아마미 제도 이남은 아열대 기후대에 속하는 섬들이다(그림 1).



(그림 2) 류큐 열도 전도

14~16 세기에 아마미 제도로부터 미야코·야에야마 제도까지의 섬들은, 오키나와 제도 내에 있는 오키나와섬에 왕도를 둔 류큐국의 지배 하에 있었다. 그러나 1609년 류큐국은 일본의 에도 막부의 허가를 받은 영주인 시마즈씨의 무력 침공에 굴했다. 그 결과, 류큐국은 중국 명·청조와의 책봉 관계를 유지하면서도, 실질적으로는 시마즈씨의 지배 아래 일본의 막번 체제에 편입되었던 것이다.

그 후, 1868년에 에도 막부를 넘어뜨려 성립한 일본의 메이지 정부는 1879년 류큐국을 강제적으로 폐지하고, 이곳에 오키나와현을 설치해 일본 중앙정부의 직접 지배 하에 편입시켰다. 그 후 1945년 태평양전쟁 말기에 오키나와섬을 중심으로 일어난, 미군을 중심으로 하는 연합국군과 일본군과의 장렬한 지상 전투 후, 아마미 제도 이남의 섬들은 일본의 통치에서 벗어나 미국의 지배 하에 놓여졌다. 그리고 1953년에 아마미 제도, 1972년에 오키나와 제도 이서(以西)의 섬들의 시정권이 일본에 반환되어, 현재는 다시 오키나와현이 설치되어 있다(豊見山和行 編 2003年, 安里進 외 2004年 등)(그림 2).



(그림 3) 오키나와 역사 연표

이러한 경위를 지닌 까닭에 류큐 열도의 섬들에는 일본 본토와는 다른 독자적인 자연과 문화가 존재한다. 현재 오키나와에서는 이러한 독자적인 아열대 환경과 이곳에서 육성된 역사·문화를 이용하여, 이것을 관광자원화 하려는 시도가 추진되고 있다. 여기서는 이러한 오키나와의 움직임에 대해 소개하고 싶다.

## 2. 관광자원으로서의 자연유산

아열대 기후대에 속하는 류큐 열도의 섬들 주위에는 산호초가 발달하여 산호 석회암의 모래알이 퇴적한 해안사구가 형성되어 있다. 이 해안사구와 산호초의 바다는 아름답고, 남해의 낙원의 이미지를 방불케 한다(사진 1, 2).



(사진 1) 하네지 내해의 풍경



(사진 2) 기노완시 해변 공원

현재 일본 국토 중에서 아열대 기후대에 속하는 곳은 류큐 열도와 도쿄도(東京都)에 속하는 오가사와라 제도뿐이다. 그래서 오키나와의 시정권이 일본에 반환된 1972년 이후, 류큐 열도는 관광 리조트지로서 주목받게 되었다. 오키나와를 관광지화 하기 위한 사업의 시작은 1975년에 일본 정부 주최로 개최된 오키나와 해양박람회이다. 이 계기로 오키나와현청 소재지인 오키나와섬 남부의 나하시로부터 해양박람회 회의장이 된 오키나와섬 북부의 모토부초까지 잇는 연안 도로가 정비되었다. 그리고 해양박람회 종료 후, 이 정비된 도로에 접해 점재하는 해안 사구에 많은 리조트 시설이 만들어지게 되었다. 또 이러한 리조트 개발은 오키나와섬에 중단되지 않고, 오키나와섬 주변의 낙도나 오키나와섬으로부터 비행기를 타고 가야 하는 미야코 제도나 야에야마 제도에도 파급되었다(사진 3).



특히, 일본 정부가 리조트 산업 진흥과 국민의 다양한 여가 활동의 장으로 정비를 목적으로 한 「종합 보양지역 정비법(통칭 리조트 법)」을 제정한 1987년 이후, 오키나와현에 의해 「오키나와 열대 리조트 구상」이 책정되고, 이것이 일본 정부의 승인 하에 추진하게 되었다. 「오키나와 열대 리조트 구상」에는 현 내의 10 지구가 선택되어 226281 ha를 대상으로 하는 리조트 정비 계획이 진행되고 있다. 그 결과, 오키나와섬은 일본의 훌륭한 관광 리조트 지역으로서 발전하여 현재는 일본 본토뿐만 아니라 한국이나 대만, 중국에서도 관광객이 찾아오고 있다. 이렇게 오키나와의 관광지화는 류큐 열도의 산호초를 비롯한 아열대의 자연 유산이 큰 매력을 이끌었고, 그 활용을 목표로 하여 일본 복귀 후의 정책적인 대처에 의해 완수할 수 있었던 것이다.

### 3. 관광자원으로서의 문화재 (문화유산)

2000년 12월, 오키나와섬에 분포하는 9개의 사적 『류큐 왕국의 구스쿠 및 관련 유적군』이 유네스코의 세계문화유산으로 등록되었다. 이것들은 14세기에서 16세기 사이에 구축된 류큐 왕국과 관련된 성곽이나 정원, 제사장(祭祀場), 왕릉 등이다. 세계문화유산으로 등록되기 이전, 이러한 사적들은 일본의 국가지정 사적이었다. 이것은 오키나와의 시정권이 반환된 1972년에, 그 때까지 류큐 정부 지정 사적이었던 것을 일본의 국가지정 문화재로 변경 지정한 것이다. 『류큐 왕국의 구스쿠 및 관련 유산군』의 세계유산 등록을 위한 행보는 1992년 6월에 일본 정부가 『세계유산조약』을 비준했을 때, 유네스코에 제출한 『세계유산 등록 후보 잠정 리스트』에 『류큐 왕국의 성(구스쿠) 유산군』이 포함되어 있었던 것에서 시작된다. 이 리스트에 근거해, 다음 해인 1993년에 유네스코 세계유산위원회의 자문기관인 ICOMOS(국제기념물유적협의회)의 세계유산 조정관이 오키나와를 방문해 현지 시찰을 행했던 것이다.

이를 계기로 1994년도부터는 일본 정부의 국고 보조 사업에 의한 세계유산 등록 추진 사업이 오키나와현 교육청을 창구로 하여 진행되었으며, 1998년도 말에 이르러 세계유산 등록을 위한 추천서 초안을 오키나와현이 문화청에 제출하였다. 이것을 접수해 1999년 5월 21일에 개최된 국가문화재 보호심의회에서는 『류큐 왕국의 구스쿠 및 관련 유적군』에 대해 세계유산 등록 추천을 행할 것을 승낙하였다. 그리고 동년 6월 25일에 문화청으로부터 외무성을 통해, 『세계유산 일람표 기재 추천서』가 유네스코 세계유산위원회 사무국에 제출되었던 것이다.

2000년 1월에 접어들어, 다시 ICOMOS 사무국으로부터 세계유산으로서의 평가를 행하는 위원이 오키나와에 파견되어 5일간에 걸쳐 현지조사 및 자문이 행해졌다. 그리고 그 결과가 ICOMOS의 정례 집행위원회에서 심의된 후, 유네스코 세계유산위원회 집행이사회(BUREAU)회의에서 심의·승낙되어 세계유산 리스트에 등록되었던 것이다. 등록된 오키나와의 유적은 『슈리성』(사진 4)과 그 옆에 만들어진 『소노한우타키석문』, 왕릉인 『옥능』(사진 5), 왕가의 별장인 『시키나엔』, 성소(聖所)인 『세파우타키』 및 『나키징성』(사진 6·7·8), 『자키미성』(사진 9·10·11), 『나카구스쿠성』, 『카츠렌성』(사진 12·13·14)이다. 이러한 문화재는 오키나와현 내 7개의 시읍면에 분포하고 있으며, 각각의 시읍면은 오키나와현과 연계하여 그 보호와 활용을 추진시키고 있다(當眞嗣一 2002년).

그런데 이러한 세계유산으로 등록된 문화재는 일본 복귀 후, 일본 정부로부터 보조금을 받아 고고학적 조사 및 복원·정비 공사가 계속적으로 이루어져 왔다. 세계문화유산 등록은 이러한 고고학적 조사 성과를 걸친 후, 가능한 한 현존하는 구조물의 보존을 꾀하

면서 복원·정비 공사를 진행시켜 온 수법이 높이 평가받았던 것이었다(池田榮史 2008년)(사진 15).



(사진 4) 슈리성 정전



(사진 5) 옥능



(사진 6) 나키징성 정면



(사진 7) 나키징성 발굴조사



(사진 8) 정비 후의 나키징성



(사진 9) 자키미성 정면



(사진 10) 자키미성



(사진 11) 자키미성 정면



(사진 12) 발굴 중의 카츠렌성



(사진 13) 정비된 카츠렌성



(사진 14) 카츠렌성에서 본 풍경



(사진 15) 국가지정 나카하라 유적



(사진 16) 츠카잔 대줄다리기



(사진 17) 츠카잔 대줄다리기



(사진 18) 츠카잔 대줄다리기



(사진 19) 시오야의 해신제



(사진 20) 시오야의 해신제



(사진 21) 시오야의 해신제

덧붙여 오키나와현 내에서는 이러한 류큐 왕국의 국가 형성에 관련되는 사적만이 아니고, 사람들의 일상생활 속에서 구축되어 온 주거나 분묘 등의 문화재에 대해서도, 일본 본토의 것과는 다른 양상을 나타냄으로 이것을 현외로부터 방문하는 관광객을 위해 관광 자원화가 시도되고 있다. 옛 모습을 남기는 전통적인 가옥만이 아니라, 현재도 이용되고 있는 분묘, 또 절기에 행해지는 제사나 행사 등(사진 16~21)도 관광자원화 하고 있는 것



이다. 또 이러한 문화재를 활용하는 것만이 아니라, 류큐 열도에서 볼 수 있는 전통적 취락 경관을 복원하여 거기서 전통 공예나 예능, 요리로 맛볼 수 있는 식생활 문화를 체험할 수 있는 테마관광도 개설되고 있다.

더욱이 오키나와에서는 이곳에서 일어난 전쟁에 대해서도 여러 조사와 검증을 시행하여, 이것을 패전의 역사적 유산으로서 미래에 계승하도록 추진하고 있으며, 이것이 오키나와를 방문하는 많은 사람들의 이목을 모으는 장소가 되고 있다. 적·아군을 따지지 않고 오키나와 전쟁의 모든 전몰자의 이름을 새긴 「평화의 주춧돌」의 설치와 그 옆에 건축된 오키나와현립 평화기념 자료관, 또한 오키나와 전쟁에 동원되어 죽은 여학생을 추도하고 평화의 고귀함을 호소하는 「히메유리 평화기념 자료관」은 이러한 전쟁에 의한 패전의 역사적 유산을 담고 있는 시설이다(池田榮史 1993년).

#### 4. 관광자원으로서의 문화재

이처럼 오키나와에서는 일본의 본토와 다른 류큐 열도의 자연유산과 독자적인 역사·문화와 관련된 문화유산에 대해서 여러 가지 형태로 보존·정비하여 이것을 미래에 남길 유산으로서, 더욱이 관광자원으로서 널리 알리려는 시도가 계속되어 왔음을 알 수 있다.

그 중에서 처음에 주목받은 것은 아열대 기후에 의해 형성된 산호초의 바다를 중심으로 한 자연유산이었다. 그 후 관광객이 증가됨에 따라 류큐 열도의 역사·문화적 유산에 대한 관심을 불러 일으켰다. 이를 계기로 오키나와의 문화유산의 조사와 복원·정비 공사가 추진되고, 오키나와의 역사와 문화를 말하는 여러 가지 문화유산이 관광자원화 되었던 것이었다. 이에 대해서는 「종합 보양지역 정비법(리조트 법)」의 제정과 「오키나와 열대 리조트 구상」 등 국가, 현(縣)을 비롯하여 행정 조직의 관여에 의한 관광사업 추진 계획 입안과 수행이 큰 역할을 완수했다는 것은 말할 필요도 없다.

또 이러한 관광기반의 확충과 더불어 관광객을 위한 호텔이나 항공 노선 정비, 이를 알리는 미디어의 활용이나 관광 상품 개발도 추진시켰다. 이것에 의해 오키나와를 방문하는 다양한 관광객의 요구에 대응한 시설 충족과 상품 개발이 한층 더 전개되고 있다. 2008년도 오키나와현을 방문할 관광객 수는 약 600만 명으로 추정하고 있으며, 이것은 매년 약 10%에 가까운 관광객의 증가 예측에서 비롯되고 있다.

이처럼 오키나와에서의 문화재(자연유산·문화유산)의 관광자원화는 문화재가 지닌 고유의 가치를 전제로 하여, 이것을 보존·복원·활용하기 위한 장기적인 전망을 내다보는 계획의 입안과 수행, 또 그것을 널리 알리기 위한 매스 미디어의 활용과 관광객의 다양

한 요구에 맞춘 상품의 개발 등, 하드면과 소프트면을 고려하면서 관민 일체의 대처에 의해 성취해 가는 중이라고 말할 수 있다.

## 참고문헌

- 安里進・高良倉吉・田名眞之・豊見山和行・西里喜行・眞榮平房昭, 2005, 『沖繩縣の歴史』, 『縣史』47, 山川出版社.
- 池田榮史, 1993, 『沖繩縣博物館史』, 『國學院大學博物館學紀要』~第18輯.  
2008, 『沖繩における文化財保護行政の歩み』, 『國學院大學考古學資料館紀要』~第24輯.
- 當眞嗣一, 2002, 『琉球王國のグスク及び關連遺跡群』の世界遺産登録とその周辺』, 『沖繩縣教育廳文化課紀要』~第18号.
- 豊見山和行, 2003, 『琉球・沖繩史の世界』, 『日本の時代史』~18, 吉川弘文館.

## <관광자원으로서의 문화재 - 일본 오끼나와 사례>에 대한 토론문

김은석(제주대 교육대학 교수)

오늘의 주제는 관광자원으로서의 문화재의 보존과 활용에 대한 검토이다.

문화재의 가치는 교환가치로서만 존재하는 상품에 있는 것은 아니다. 인간 특유의 생존과 적응 양식을 뜻하는 문화는 즉 특정집단의 세계관과 인생관, 요컨대 삶의 표현이라는 점에 있다. 따라서 문화재란 삶의 수단이 아니다. 어떤 꽃을 더 아름답다고 느끼고, 어떤 음식을 더 즐기느냐가 개인의 주관적 기호에 달려 있듯이 특정 집단의 삶의 총체적 표현이 문화재라 할 수 있다.

제주 주민의 삶의 표현인 제주문화재의 가치는 따라서 도구적이 아니라 그 자체에 내재해 있다. 그것은 마치 한라산의 가치는 바로 그 자체 있을 뿐 어떤 목적에 비추어 도구적으로 계산될 수 없는 것과 마찬가지로이다. 성서의 가치는 그것의 판매부수에 의한 상품적 가치와는 전혀 상관 없다. 고려 청자가 경매 가격과는 무관하게 우리, 그리고 온 인류의 자랑으로 영원히 빛난다. 따라서 유형, 무형 문화재의 진정한 가치는 상품성과는 상관 없이 그것이 내재하고 있는 정신의 진실성, 고귀성 등에 의해 평가되어야 한다.

그렇다고 문화재가 상품이 아니라는 것은 그것이 관광자원으로 이용될 수 없다는 말은 아니다. 세계 각국은 위대한 문화유산은 이용하여 훌륭한 관광자원으로 활용하고 있다.

제주도의 문화재를 관광자원으로 활용해야 한다는 점에 동의한다. 다만 어떻게 활용해야 할 것인가에 대한 논의가 필요하고 그런 점에서 이번 세미나의 의미가 있는 것이다.

몇가지 논의해야 할 점이 있다. 우선 성격상 ‘보존’을 중시하는 문화재와 ‘활용’을 중시하는 관광자원은 공존하기 어려운 점이 많다. 제주의 자연 경관은 제주의 문화적 특성과 가치를 더욱 높여주고 독특한 제주만의 전통을 창출하는 중요한 자원이다. 그러나 관광자원의 활용을 위해 해안도로를 개설하면서 오히려 해안 경관이 파괴되고 말았다. 원활한 교통소통을 위해 도로가 확장되면서 마을 안길을 비롯한 역사적 문화경관들이 훼손되고 말았다. 복원이 불가능한 실정이다.

둘째, 문화재를 관광자원화 할 때 전제되어야 할 것은 기존 전통에 대한 투철한 주체성이라는 토양을 지속적으로 일굴 때만 가능하다. 그러나 관광지에서 문화재의 복원에

있어 주체적 소화가 절실히 필요한 곳이 많다.(제주목, 정의현, 대정현 돌하르방)

잘 알다시피 문화재란 한 사회의 얼굴이고 표정이며, 그 사회의 정체성을 표상한다. 제주문화재의 원형을 상실하는 것은 제주문화가 자신의 정체성을 상실함을 함의한다. 그렇다고 우리는 정체성이라는 명목으로 일 점 일획도 변경을 불허해야 하는가? 왜냐하면 한 인간의 정체성은 처음부터 주어지는 것이 아니라 부단히 개발되고 변신했을 때만 의미가 있다. 특정 문화재가 가치가 있다고 생각되는 이유는 그것이 어떤 상황에서 가장 바람직하게 살기 위한 가장 현명한 장치이기 때문이다. 결국 문화재를 관광자원화하면서 예견되는 갈등은 냉철한 이성의 관점에서 풀어야 한다.

## <관광자원으로서의 문화재-일본 오키나와 사례>에 대한 토론문

강경희(제주역사문화진흥원 연구원)

오키나와는 관광산업이 발달한 지역이라는 것은 잘 알려져 있습니다. 그래서 많은 연구자들과 행정 담당자들이 오키나와의 전통문화 보존 및 활용을 통한 지역 활성화 및 관광산업 정책, 지역학 육성 방안 등의 사례를 조사 연구하기 위해 오키나와를 빈번히 방문하고 있습니다.

그런 의미에서 오늘 오키나와의 자연유산과 문화유산을 이용한 관광자원화의 구체적인 사례를 통해 그 동안 추진되어 온 문화관광 산업 정책과 그 정책을 실현시키기 위한 국민의 노력과 대응전략에 대한 이케다 교수의 발표는 제주 지역의 문화 혹은 문화재를 관광자원으로 활성화하기 위해 다각적인 계획을 수립하는데 있어서 큰 도움이 되리라 생각합니다.

일본 내에서도 아열대 자연환경의 독특한 경관과 매우 독자적인 역사 속에서 개성적인 문화를 형성해 왔던 오키나와에서는 자연·인문적 요소들의 가치를 발굴하고 효과적으로 활용함으로써 오히려 지역 관광산업에 큰 경제적 부가 효과를 가져왔음을 시사하고 있습니다. 또한 국가지정 문화재뿐만 아니라, 일상생활과 관련된 주거 및 장묘 문화, 제사, 전통적 취락 경관, 전통공예, 예능, 축제, 식생활 문화 등 광범위한 영역의 문화유산에 걸쳐 보존과 활용을 통한 관광자원화를 추진시키고 있음을 제시하였습니다. 심지어 오키나와 전쟁과 관련된 폐전의 역사적 유산도 보존·활용하여 많은 사람들의 방문을 유도하고 있습니다.

이처럼 천혜의 자연환경과 함께 다양한 역사문화유산을 체험할 수 있도록 기획한문화 관광의 형태는 자연 및 문화자원을 개발하여 문화관광 수요를 창출함으로써 지역에 대한 관광매력을 한층 더 고조시키고 있다고 사료됩니다. 또 이러한 문화관광은 증가하고 있는 관광객들의 문화관광 수요에 대응하여 지역의 다양한 문화를 개발·보호·강화하는 수단으로 활용되고 있다고 생각합니다. 오늘날 문화관광의 형태는 관광산업의 발전을 이끄는 주축이 되고 있으며, 세계 각지에서는 잠재 보유하고 있는 자국의 혹은 지역의 자연 및 역사문화 자원을 적극적으로 개발·발굴하여 보존·활용하려는 다양한 정책을 추진시키

고 있음은 주지하는 바입니다.

오키나와 사례 발표에서 알 수 있듯이, 오키나와는 류큐 왕국이라는 독립국에서 일본으로의 통합, 제2차 세계대전 후의 미군통치, 다시 일본으로의 복귀 등 역사적으로 여러 시련과 체험은 오히려 지역 역사와 문화, 그리고 평화에 대한 인식을 강화시켜 지역문화 창출을 꾀하고 있습니다. 동시에 미래에 남길 유산으로서 지역 사회의 역사문화를 보존 유지하려는 신념은 세계문화유산 등재의 성과를 이루어내고, 국제 사회에 오키나와 문화 혹은 아시아 문화를 한층 더 이해시키는 계기를 마련하고 있습니다.

그러나 이러한 성과를 달성시키기 위해 다양한 정책 추진 과정 속에서 여러 문제들이 일어날 수 있으리라 생각합니다. 그 중 문화재 지정 및 발굴·개발로 인한 지역 사회 내의 여러 난항과 갈등에 대한 해결 방안 및 역사문화 자원을 이용한 지역 문화 창출을 위한 정책 및 활동 등에 관하여 발표자에게 몇 가지 묻고 싶습니다.

1. 세계문화유산으로 등재된 9개의 사적은 꾸준히 고고학적 조사 및 복원·정비가 추진되어 왔고, 그 결과가 높이 평가 받아 세계문화유산 등재라는 큰 성과를 이루 수 있었다고 발표자께서는 말씀하셨습니다. 이와 관련하여 문화재 보존·활용을 위해 오키나와에서 추진되고 있는 문화재 발굴조사 사업 현황에 관하여 묻고 싶습니다. 현재 오키나와에서는 전통문화 및 문화재 기획 발굴 정책 사업에 대한 지원이 어떻게 이루어지고 있는지에 대해 알고 계시면 설명 부탁드립니다.

2. ‘제주 화산섬과 용암동굴’ 이 유네스코 세계자연유산으로 등재되어 1주년이 되고 있습니다. 이로 인하여 제주를 찾는 국내외 관광객이 급증하고 있으며, 제주도 전반에 걸쳐 시너지 효과 역시 상승하고 있는 것으로 나타나고 있습니다. 그러나 관광산업의 발전에 의한 경제적 부가 가치뿐만 아니라, 지역 사회 내에서 세계자연유산에 대한 올바른 지식과 이해를 위한 교육 홍보 사업, 즉 학생들과 일반 시민들을 위한 교육 사업 역시 중요하다고 생각합니다. 오키나와 경우에는 2000년 12월에 세계문화유산이 등재되어 지금에 이르고 있는데, 세계문화유산 등재 후 지역 사회에서 교육적 측면에서의 홍보 사업을 위해 어떤 노력과 활동을 해 왔는지에 대해 알고 계시면 말씀해 주셨으면 합니다.

3. 오키나와에서의 문화재의 관광자원화는 고유의 가치를 지닌 전통문화를 보존·활용하기 위한 계획 입안과 수행 등의 여러 단계의 절차와 홍보 및 관광 상품 개발 등 다양한 방법을 통한 관민 일체의 대처에 의해 큰 성과를 이루어가고 있다고 제시하였습니다. 그런데 지역 내에 보유하고 있는 자연유산을 개발하고 역사문화유산을 발굴하여 문화재로

지정 보존하기 위한 정책 추진 과정에서 지역민들의 반발로 인해 행정기관과 지역민들과의 갈등은 발생하고 있지 않은지, 혹은 발생하고 있다면 어떤 대책을 강구하여 문제점을 해결하고 있는지에 대해 구체적인 사례가 있다면 말씀해 주셨으면 합니다.

4. 오늘 발표자께서는 자연유산과 유형문화재를 중심으로 한 문화유산의 보존 및 활용을 통한 관광자원화에 대해 말씀해 주셨습니다. 그런데 지역의 전통예능 및 공예 등 무형문화재를 계승·보존하여 관광자원으로 활용하기 위한 정책 사업은 어떻게 추진되고 있는지에 대해 알고 계시면 설명 부탁드립니다.

## 제주 무속 연구의 회고와 반성

- 개인적 경험을 기초로 -

아미노 후사코(일본전수대학 교수)

### 1. 머리말

저는 1994년 처음으로 장기 조사를 행한 이래, 벌써 15년 가깝게 한국 연구를 해 왔습니다. 그렇지만 여전히 한국어는 미숙하기 짝이 없고, 또한 자신의 연구에 대해서도 항상 앞이 보이지 않는 미로를 방황하고 있는 것 같은, 그런 상황에서 언제나 빠져 나가지 못하고 있는 것 같습니다. 그런 제가 오늘 제주국제협회의 세미나에서 발표하게 된 것을 매우 황송하게 생각하며, 진심으로 감사드리는 바입니다.

오늘 발표에서는 무속의 산업화라는 테마와 직접적으로 관련시킬 수는 없습디만, 무속을 포함한 제주도 연구를 하는 사람으로서, 무속 연구가 현재 어떤 방향으로 가고 있는지, 혹은 행하고 싶지를 말하면서 『무속의 현재』와 다소 관련이 되었으면 하는 바람입니다.

저는 작년 근무처의 대학으로부터 1년간의 연구기간이 주어져, 제주대학교 박물관의 고광민 선생님의 도움을 받으며 연구생활을 보냈습니다. 오늘 발표에 불러 주신 전경수 선생님은 1년간이나 제주도에 있었으면 필시 큰 성과를 올렸으리라 상상하고 계시리라 생각합니다만, 여기서 말할 수 있는 것은 오히려 실패의 고백에 지나지 않습니다. 또 제주도 연구자들께는 너무나도 자명한 일인지도 모른다고 생각합니다.

저와 제주도와의 관계는 1998년에 시작됩니다. 그 이후, 몇 차례의 단기 조사를 걸치면서 몇 편의 보고서를 정리해 왔습니다만, 이번 1년간 처음으로 장기 조사하면서 지금까지의 보고서가 매우 불충분하고 많은 반성이 필요하다는 것을 통감했습니다. 여기서는 이 점에 대해 두 편의 보고서를 소개하면서 구체적으로 말하고자 합니다.

### 2. 무녀와 케가레(ケガレ)와 차별

첫 번째는 『무녀와 케가레- 한국 제주도와 진도 조사로부터』(주 1)라는 줄고로, 여기



서의 테마는 무녀의 피차별에 관한 문제입니다. 제가 이 테마에 관심을 갖게 된 계기는 제주도 조사 전의 전라남도 진도 조사입니다. 처음 한국 유학에서 2년간의 장기 조사기간 중, 후반에 진도에서 생활하고 있었습니다. 이하, 간단히 차별과 무녀라는 문제를 만나게 된 경위를 말하겠습니다.

현지 조사에는 고생이 따른다는 것은 말할 것도 없습니다만, 제가 진도의 종교적 직능자인 당골(단골)이라 불리는 무녀와 만난 것은, 그런 현지조사에서 가장 괴로운 시기였습니다. 한국에서 문화 충격이 극에 달해, 스스로 연구의 테마나 방향성은 말할 필요도 없이 자기 자신조차 잃어 버렸던 시기였습니다. 그녀와 우연히 알게 되고, 그 인품에 매료되어 그녀를 매일 방문하면서 저는 당골의 세계를 테마로 하게 되었습니다. 그녀는 몇 개의 심각한 병이 있으면서도, 자기 단골판(당골판)에서 특히 사자의례·씻김굿을 중심으로 한 의례를 행하면서, 생활의 양식을 얻어 남편과 아들 부부와의 궁핍한 연립주택 생활을 하고 있었습니다.

그리고 그녀와 만나 벌써 반년 가깝게 지났을 무렵, 처음으로 씻김굿 하는데 데려가 주었습니다. 나는 그날 밤, 진도의 시골집에서 전개된 씻김굿의 세계에 압도적인 충격과 감동을 느꼈습니다. 그날 밤은 한 잠도 잘 수가 없었습니다. 일생 잊을 수 없는, 저의 연구를 결정짓게 했던 광경이었다고 말할 수 있습니다.

더욱이 그녀와 깊이 알게 되면서, 그녀들에 대한 마을 사람들의 차별이 아직도 매우 뿌리 깊다는 것도 알게 되었습니다. 국가지정 중요무형문화재 기능보유자로서 그 직능의 가치가 평가된 현재에도, 그녀들 당골에 대한 강렬한 비천시의 실태는 분명히 존재하고 있었습니다.

귀국 후 보고서를 정리하면서, 그녀들 당골의 세계를 그리는데 있어서 차별의 문제에 대해 제 자신은 결코 피해서 갈 수 없다고 깊이 인식하게 되었습니다. 원래 유학 당시의 한국에서의 연구 과제는 도서 사회 연구이며, 무속이나 종교도, 차별도 계획 외의 테마였습니다. 무엇보다도 엘리야데류의 샤머니즘·무속 연구에는 관심이 없었기 때문에, 진도에서의 경험이 없었더라면 무속 연구는 하지 않았을 것입니다.

이상은 첫 번째의 졸고 『무녀와 케가레』에서 무속인(巫者)의 차별을 다루게 된 경위입니다만, 이 원고에서 말하고 싶은 것은 현재 진도의 당골이 강한 천시의 대상인데 반해, 그 후 조사를 시작한 제주도의 종교적 직능자 심방은 당골에 비해 사회적 위치 설정이 낮다고 말할 수는 없지 않을까라는 점입니다(이 점은 현시점에서의 비교에 한해서 생각하고 있습니다).

그리고 양자의 사회적 위치 설정의 차이는 그 활동의 존재 형태에서 비롯되고 있다고 생각했습니다. 즉, 양자의 활동의 차이로서 진도의 당골은 현재 죽음의 영역을 활동의 중

심으로 하고 있는 반면, 심방은 죽음의 영역과 함께 죽음을 기피하는 여러 가지 의례에도 관여하며 활동하고 있다는 점을 지적할 수 있습니다.

다만 진도의 당골이 죽음의 영역을 활동의 중심으로 한다고 해도, 저는 죽음이 본래 부정(不淨)한 현상·사물이기 때문에, 거기에 관여하는 무속인이 차별받는다고는 생각하지 않습니다. 이 점을 명확히 하기 위해서 필요한 개념이 케가레(ケガレ)라는 개념입니다. 케가레 개념은 예를 들면 죽음이라는 현상·사물을 부정하다고 취급하지 않는 개념입니다. 이 개념에 대해서는, 인도의 불가촉민의 차별을 분명히 하기 위해 세키네 야스마사(關根康正)가 명확히 정의를 하면서 훌륭한 연구를 발표하고 계십니다(주 2). 저는 한국의 무녀의 차별과 죽음의 문제를 생각할 경우에도 「케가레」 개념이 유효하지 않을까 생각했습니다.

케가레란, 제주도의 경우, 사람이나 동물의 생(生, 性)을 둘러싼 현상이나 사물, 죽음·동물의 생(生, 性)이나 죽음을 둘러싼 현상이나 사물, 육식, 실화(失火), 피부병 등의 현상·사물에 대해서 생기는 관념이며, 제주도에서는 비리다라는 말로 표현되는 관념이라고 저는 생각했습니다. 이 관념은 죽음이나 생명의 탄생, 출혈 등에 대해 인간이 느끼는 두려움과 불안, 공포의 느낌에 가까운 것이라고 생각됩니다. 중요한 것은, 케가레라고 하는 관념은 부정(不淨)이라는 관념과는 이질적인 관념이라는 점입니다.

이 케가레라는 개념을 이용해 당골과 심방을 비교하면, 당골은 죽음의 케가레에 접근한 존재이며, 심방은 그것과는 거리를 두면서 케가레를 기피하는 영역에도 관여하는 존재라고 할 수 있습니다. 죽음의 케가레에 접근하고 있다는 것은, 씻김굿이라는 사령의례(死靈儀禮)가 사자(死者)가 누워있는 관 앞에서 행해진다는 것을 구체적으로 의미하고 있습니다. 한편, 심방의 사령의례, 귀양풀이는 사자를 매장한 후에 방금 전까지 시체가 놓여 있던 방에서 행해집니다. 그것을 행하는 심방은 시체가 없다는 점에서 케가레의 관념과는 상관없는 의례라고 여기며, 케가레를 기피하는 잠수굿 직전에 행하고 있습니다. 또한 케가레를 기피하는 활동으로서는 당을 둘러싼 의례, 잠수굿, 요왕맞이, 돛제 등이 있습니다.

심방의 사회적 위치 설정을 당골보다 높다고 간주한 것은, 반복하듯이, 「당골이 부정한 죽음에 접근하고 있는 것과는 달리, 심방은 죽음과 거리를 두며, 동시에 죽음을 기피하는 청정한 공간과 관련되고 있기 때문이다」라고 생각하기 때문이 아닙니다. 케가레의 영역은 부정, 비케가레의 영역은 청정하다고 다루고 있지 않음을 다시 강조해 두려고 합니다. 그렇지 않고, 케가레의 영역과 케가레를 기피하는 영역은 모두 터부시되는 공간이며, 비일상적 공간이라고 여겨 심방은 그러한 비일상적 공간에 폭넓게 관여하고 있는 점에서, 죽음의 영역에 활동이 좁혀 있는 당골보다는 사회적 위치 설정이 낮다고 말할 수는 없다

고 생각하는 것입니다.

특히 마을의 신들을 모시는, 역사적으로도 오래 전으로 거슬러 올라가 마을에서 중요한 공간, 당의 영역에 심방이 관련되는 것은 그 사회적 위치 설정의 높이를 나타내고 있다고 말할 수 있지 않을까 생각합니다. 진도에서도 예전에는 당제(堂祭)에 당골이 관여하고 있었다고 합니다.

그리고 이것은 일반론입니다만, 사회의 비일상적 공간은 근대화와 함께 좁혀져 케가레의 영역은 부정화(不淨化)되고 있다는 일반적 경향을 따른다고 생각합니다. 그리고 죽음에 대한 케가레의 관념이 없어져 죽음을 부정시(不淨視)하여, 부정(否定)한 사회에서 거기에 관련된 종교적 직능자에 대한 차별과 천시라는 시선이 생기는 것은 아닐까 생각합니다.

이상은 「무녀와 케가레」라는 줄고의 요지입니다만, 현재의 시점에서 재고해야 할 문제점이 있습니다. 활동의 존재 형태라는 관점에서 심방의 사회적 위치가 낮지 않다고 간주하고 있습니다만, 고광민 선생님이 가르쳐 주신, 심방이 「당하인(堂下人)」이라고 불린 중대한 사실을 완전히 간과해 버린 점입니다. 이 문제에 대해서는 고광민 선생님의 향후 발표를 참고로 하면서 재고해 나갈 필요가 있다고 생각합니다.

### 3. 돼지(豚)와 천신(天神)

다음으로, 두 번째의 줄고 「돼지와 천신-한반도의 무속과 유교의 습합을 둘러싼 일고찰」(주 3)에서는, 제주도의 포제라는 마을 의례를 다루면서 유교와 무속의 습합(절충·혼효)에 대해 고찰하고 있습니다.

한국의 무속이란 「민간의 종교적 직능자인 무속인이 중심이 되어, 민중에 의해 지탱해 온 토착적인 민간신앙을 기반으로 하여 불교·도교와 습합하면서, 유교와도 깊은 관계가 있는 중층적인 종교 현상이다」라고, 저는 잠정적으로 정의하고 있습니다. 먼저, 제주도에서는 무속인과 관련되는 비일상적 영역이 아직도 사회 속에서 적잖이 의미를 가지고 있다고 말했습니다만, 저는 이러한 무속의 뿌리 깊은 힘을 생각하기 때문에, 이 원고에서는 「이중구조」, 「이중조직」을 이룬다고 말해 온 무속과 유교의 관계에 주목했습니다.

제주도에서는 유교식 마을 의례인 포제가 현재에도 도내 각지에서 행해지고 있습니다. 그리고 마을 의례는 남성을 중심으로 하는 유교식 의례=포제와 여성을 중심으로 하는 무속식 의례=당굿에 의해 병렬적으로 행해지고 있다고 하며, 유교(남성) / 무속(여성)의 이중성이라는 「이중구조」의 도식에 의해 마을 의례를 이해해 왔습니다.

저는 「남/녀의 이중성」과 「유교/무속의 이중성」으로 구성되는 이 이중 구조론의 두 측면 중에서, 「유교/무속의 이중성」의 측면은 한국 사회를 보는 견해로서 매우 유효하다고 생각합니다. 남녀의 이중성은 사회의 유교화가 진행됨에 따라 형성되었다고 생각하면, 우선 「유교/무속의 이중성」을 분명히 밝히는 것이 중요하지 않을까 생각하고 있습니다.

그러나 남성을 중심으로 하는 유교식 의례=포제와 여성을 중심으로 하는 무속식 의례=당굿이라는 이항 대립적 정태적인 도식만을 적용하면, 「양자의 상호관계를 무시하고」, 「현상의 다양성을 무시해」버리므로 「역사적 경과를 포함한 동태적 측면이 시야로부터 누락」해 버리고 말 것입니다. [岡田 1999 : 60-61] (주 4). 저는 그 한계를 넘어서기 위해서, 1. 이중성 형성의 역사적 과정을 실증적으로 해명하는 것과, 2. 사회 전체 속에서 종교 의례가 가지는 의미를 해명하는 것이 필요하다고 생각합니다.

이 원고에서는 1의 점에 대해, 우선 포제에 관한 역사적 제 사실을 정리하고(주 5), 제주도의 포제에 대해서는 현용준의 연구에 의거해 보다 오랜 형식인, 예전에 남녀에 의해 행해지고 있던 무속적 마을 의례와는 별개로, 새롭게 조선왕조의 초기에 관행 유식제로서 도입된 의례이었다고 이해하고 있습니다(주 6). 그리고 포제는 제주도에 도입된 당시에는 유교 의례이었지만, 형식은 유교 형식(남성의 제관, 의례 형식 등)을 취하면서, 정착 과정에서 무속과의 연속적인 면을 지니면서 변용되었음을 지금까지의 연구에 의해 정리했습니다(주 7).

이러한 선행 연구에 바탕을 두고, 이 원고에서 고찰한 것은 포제의 제단에 올리는 돼지와 돼지를 추구하는 동안에 부상한 천신에 대한 신앙입니다. 이 둘은 유교와 무속의 두 영역에 관련되는 요소라고 생각하기 때문입니다. 저는 우선 무엇보다도, 포제의 가장 중요한 제물인 막 도살한 생돼지는 도대체 제주도에 도입된 당초의 포제에서 유래하는 것인지, 그렇지 않으면 제주도 독자적인 제물인지에 대하여 분명히 하고 싶습니다.

분명히 유교 제사에서 돼지는 삼생(三牲)의 하나로서 사용되고 있으며, 포제의 돼지는 유교 제사에서 유래한다는 것도 깊이 생각하였습니다. 그러나 근대 이후의 마을 의례·기우제에 돼지가 많이 이용되고 있는 사례를 정리해 보면, 그 유래는 단순히 유교 제사라고 말할 수 없지 않을까라고 여겨져, 그러한 마을 의례나 기우제의 공희(供犧)의 문제를 역사적으로 거슬러 올라가 보았습니다.

그러나 이것은 도저히 전문 외의 인간이 해명할 수 있는 문제가 아니고, 손을 대어서는 안 되는 것이었는지도 모릅니다만, 어쨌든 돼지에 대해 조사를 해 보았습니다. 확실히는 것은, 고려 시대 천지를 모시는 유교 제사인 교사(郊祀)에서 돼지는 제천 의례의 공희 동물로서 사용되었던 점입니다. 한편, 동북아시아의 기층 신앙으로서 돼지는 제천 의례에서 공희 동물이었을 가능성도 있다고 합니다. 결국, 돼지의 공희는 유교인가 무속

인가라는 기원 문제는 해명하기 어렵고, 향후 유교 영역, 무속 영역의 쌍방에서 추구해 나가지 않으면 안 된다는 것을 깊이 느꼈습니다(주 8).

이 원고에서 마지막에 가설적으로 제시한 것은, 돼지의 공희를 기층 신앙과의 관련에서 무속의 영역 내에서 생각하려는 한 사례입니다. 그것은 제주도의 한 명의 심방으로부터 얻은 사례로, 그녀는 무속 신화인 천지왕 본풀이에 의거해, 포제는 1년에 한 번 하늘의 문을 천지왕이 여는 의례이며, 포제의 제일인 정해일(丁亥日)은 천지왕이 문을 여는 날이며, 돼지는 천지왕께 바치는 공물이라고 말했습니다. 저는 단지 한 사례에 의거해, 더욱이 천신에 대한 신앙이 사실은 무속 의례의 중심에 위치하고 있던 점과, 무속적 마을 의례의 핵심인 천신 신앙이 천신이라는 숭고한 존재를 무속과 공유하는 것을 싫어하는 유교에 의해 빼앗기는 경우가 있다는 것을 지적한 황루시의 연구(주 9)를 참조하면서, 다음과 같은 가설을 세웠습니다.

유교화 이전, 무속인이 담당하고 있던 남녀 민중에 의한 마을 의례에서 천신을 모시고 돼지를 공물로 받쳤던 것은 아닐까, 포제는 그 가장 중요한 천신을 모시는 의례의 위치를 빼앗아 버린 것은 아닐까라고.

이상은 두 번째 줄고의 요약입니다만, 지금 말한 한 명의 심방이 나타낸 포제의 무속 기원에 대한 설명은 그 심방에게 이 점을 가르친 스승인 심방에 의해, 이번 조사에서 부정적으로 나타났습니다. 정해일이라는 제일은 무속의 영향이라는 점은 긍정적이었지만, 그 이외의 중요한 부분에 대해서는 부정적이었습니다. 제자인 심방은 그것을 듣고 매우 당황해 하였습니다만, 저는 우선 자신의 조사가 매우 불충분했던 점을 반성했습니다. 그리고 충분히 검증도 하지 않은 채, 불과 한 사례에 근거해서 가설을 말한 후반부에 대해서는, 지금 철회하지 않으면 안 되겠다고 생각하고 있습니다.

#### 4. 맺음말

이상과 같이 두 편의 줄고에 대해 반성하면서, 작년 조사에서는 우선 돼지에 관련된 다양한 생활 문화를 무속 영역, 유교 영역에 한정하지 않고 제주도 전역에 걸쳐 조사해보려고 생각했습니다. 그 조사는 막 실마리를 찾은 단계로, 연구 성과도 지금부터 서서히 정리해 가고 싶습니다. 지금 생각하는 것은, 무속·유교라는 구조의 저 편에 있는 사람들의 생활 그 자체에, 사람들의 삶의 방법에 좀 더 좀 더 접근하고 싶다는 것입니다. 예전에 어느 학회에서 문화 인류학자에게 「사라져가고 있는 것을 연구하는 것은 무엇이 될까?」라고 힐문 당한 적이 있습니다. 그렇지만, 근대화 과정에서 소멸해 가는 생활 문화를

연구하는 것도 의미가 있다고 저는 생각하고 있습니다. 사라져가고 있는 문화라 할지라도, 거기에는 사람들의 삶의 방법이 담겨 있어 인생이 새겨져 있다고 생각하기 때문입니다. 민속 문화의 활용에 대해 많이 말합니다만, 그 전에 생활 문화 그 자체로부터 배울 것이 아직도 많이 있다고 생각합니다.

## 注

- 주 1) 『辺縁のアジア-〈ケガレ〉が問いかけるもの』~阿部年晴・綾部眞雄・新屋重彦編, 明石書店, 82-134頁, 2007年.
- 주 2) 關根康正 『ケガレの人類學-南インド・ハリジャンの生活世界』~東京大學出版會, 1995年, 『ケガレと差別』, 『岩波講座 宗教〈第8卷〉暴力』~岩波書店, 2004年.
- 주 3) 『東アジア社會における儒教の変容』~土屋昌明編, 専修大學出版局, 1-51頁, 2007年.
- 주 4) 岡田浩樹 「沈黙する多数派-韓國仏教の『過去』に関する試論」, 『東アジアにおける文化の多中心性』~三尾裕子・本田洋編, 東京外國語大學アジア・アフリカ言語文化研究所, 43-83頁, 1999年 参照.
- 주 5) 쿠와노 에이지(桑野英治)에 의하면, 본래는 조선왕조 시대(1392-1910년)의 초기에 국가 제사로서 전국적으로 도입된 유교 의례였다. 포제는 고려 시대(918-1392년)에는 존재하지 않던 의례로, 성종 5(1474)년에 편찬된 「국조오의(國朝五禮儀)」에서 국가 제사의 소사(小祀)로서 새롭게 만들어졌다. 제장은 마보단(馬步壇)이라고 하여 왕도에 마련되었다. 또 현재 제주도의 포제는 널리 마을의 안녕을 비는 마을 의례의 형태로 행해지고 있지만, 국가 제사로서 도입된 당초의 포제는 메뚜기를 없애기 위해, 황해(蝗害)가 발생하면 거행되는 임시제로서의 성격을 가지고 있고, 중국의 북송에서 포제를 도입했다고 한다. 포제는 왕도뿐만이 아니라 지방에서도 집행되어, 조선왕조 초기에 도입한 후에도 각지에서 거행되었음이 『조선왕조실록』에 기록되어 있다고 한다 [桑野 1993: 134-137]. (桑野榮治 「李朝初期における國家祭祀-『國朝五禮儀』吉禮の特性」, 『史淵』T30, 九州大學文學部, 121-149頁, 1993年)
- 주 6) 현용준에 의하면, 『新增東國輿地勝覽』~『東國歲時記』~『耽羅誌』~등의 기록에서, 제주도의 마을 의례는 본래 남녀 혼합, 무속인에 의한 무식(巫式) 의례였다는 것을 알 수 있다고 한다. 그러나 「이러한 男女共祀의 巫俗 堂神이 고려때에 이르러 국가적으로 공인되고 官管理의 巫祭가 조선조 말까지 존속했다」라고 사료에 근거하여 말하고 있다. 다만, 그 巫祭 형식에 대해서는 「적어도 고려때에는 巫式이었을 공

산이 크다」라고 한다. 더욱 이 사료에서는 유교화가 강해지는 「조선 시대에 들어 와서 儒巫習俗으로 巫神堂이 인정되었음을 이해하게 된다」라고 한다. 한편, 「조선 시대에 이르면 儒敎國是에 따라 文廟가 세워지고 鄕校가 설치되어 남성들에게 그 교육이 보급되었다. 濟州鄕校가 설치되고 敎授官이 두어진 것은 太祖 3년(1394), 大靜鄕校가 설치된 것은 太宗 16년(1415년 : 필자주)이었다. 이때부터 유학이 발달하여 釋奠祭와 漢羅山神祭(제주도의 중앙에 있는 1950미터의 산 : 필자주)가 官行으로 치제하기 시작하였다. 지금 각 부락마다 거행하는 포제도 이때부터 官行 儒式祭로서 시작되었으리라」라고 한다. [玄容駿 2002 : 402-404]. 여기서 현용준은 대략 제주도의 마을 의례는 포괄적으로 본래 무식(巫式)으로 남녀에 의해 행해지고 있던 단계에서, 조선 왕조기에 접어들어 서서히 유교화 되고, 포제는 이러한 보다 옛 형식인 무속적 마을 의례와는 별개로, 새롭게 조선왕조 초기에 관행 유식제로서 도입된 것이라고 지적하고 있다. 남녀의 무식 마을 의례와 포제는 조선 시대에 병행적으로 존재했던 것이다.(玄容駿 「濟州島의 儒式部落祭」 『濟州島 巫俗과 그 周邊』 集文堂, 379-407쪽, 韓國, 2002 [1971] 년)

- 주 7) 玄容駿 (상계서), 강정식 「신앙·전설 유적」 『北濟州郡의 文化遺蹟(Ⅱ)』 北濟州郡·濟州大學校博物館, 29-148쪽, 1998년, 참조.
- 주 8) 앞으로 유교 영역과 돼지에 대해서는, 제천의 원구제사의 의례 내용에 관한 고려 시대나 조선왕조의 실태를 검토하는 것, 조선왕조 시대의 국가적 기우제인 우사(霧祀)의 실태 구명, 무속 영역과의 관련에 대해서는 거의 미해명이라고 할 수 있는 고려·조선왕조의 무격(巫覡)이나 맹인 승려와 관련되는 기우제의 실태를 명확히 밝힘에 따라 근대 이전의 돼지와 의례의 문제에 접근해 갈 수 있지 않을까 생각하고 있다.
- 주 9) 황루시 「무속의 천신 의례에 관한 연구」 『비교민속학』 22, 비교민속학회, 한국, 37-62쪽, 2002년.

## “제주 무속 연구의 회고와 반성 : 개인적 경험을 기초로”에 대한 토론문

강소전(제주대 박사과정, 민속학 전공)

아미노 후사코 선생님의 발표문인 “제주 무속 연구의 회고와 반성 : 개인적 경험을 기초로”를 잘 읽었습니다. 아미노 선생님께서 그간 제주를 연구하는 과정에서 느낀 여러 생각과 고충을 조금이라도 알 수 있게 하는 글이었습니다.

토론자도 몇 년 전부터 곳 현장에서 아미노 선생님을 가끔 만날 수 있었습니다. 언제나 조용히 현장을 응시하고 기록하며, 작은 것이라도 놓치지 않으려 애쓰시던 모습을 알기에 이번에 발표하신 글의 고민이 더욱 다가온다는 것을 먼저 말씀드립니다. 외지의 연구자도 이렇게 고민하고 반성하며 연구를 진행하는데, 하물며 제주인인 토론자는 더 게으른 것 같아 저도 이참에 깊이 반성하여 보는 계기가 되었습니다.

토론자 역시 아직 공부하는 과정에 있어 늘 헤매고 있기에, 과연 좋은 토론을 할 수 있을까 하는 걱정이 앞섭니다. 더욱이 발표자가 사례로 든 논문을 제가 읽지 못한 터라 충실한 토론이 되지 못할 지도 모른다는 염려도 있습니다. 일본에서 발표된 논문이라 아직 접하지 못하였다는 사실을 솔직히 말씀드립니다. 그럼에도 불구하고 아미노 선생님의 발표문에 대해 책임을 다해서 토론에 응해야 하므로, 간단하고 대략적이지만 저의 생각을 말해보고자 합니다.

이 글은 어떤 하나의 연구주제를 들어 자세하게 고찰한 것이 아니라, 발표자가 그동안 행했던 연구를 돌아보며 반성하고 앞으로 나아갈 방향에 대해 스스로 고민하는 글이었습니다. 기존 연구사례로 무녀와 차별, 돼지와 천신이라는 2가지를 들고 있고, 자신이 발표한 논문에 대해 수정할 부분이 많다고 고백하고 있습니다. 더불어 앞으로 연구과제에 대해서도 말하고 있습니다. 발표자 스스로 부족한 점이 많다고 고백하지만 무속인에 대한 차별의 문제, 돼지라는 제물을 중심으로 무속과 유교의 관계에 대한 관심을 나타낸 점은 의미가 있다고 생각합니다.

우선 제주도 무속에서 심방에 대한 연구는 사실 그렇게 많이 진척되지 못한 부분입니다. 초창기 선구자적인 몇 분 선생님께서 행하신 연구 이래로 그다지 나아가지 못했습니



다. 제주도 심방의 성격, 지위, 입무(入巫)와 성무(成巫)과정, 신굿, 무구 등 많은 부분에서 더욱 정밀하게 연구를 이루어야 하는 과제를 안고 있습니다. 여기에 발표자가 지적하신 것처럼 심방에 대한 차별의 문제까지 다루어져야 할 것입니다. 무속의 중심축이 무(巫)임에도 불구하고, 가장 기초적인 대상조차 충분히 연구되지 못한 것이 현실입니다. 그런 의미에서 진도의 당골과 비교해 제주도 심방의 사회적 지위에 주목한 것은 매우 그 의미가 있다고 하겠습니다.

한편 돼지라는 제물을 중심으로 천신에 대한 고찰은 새로운 관점이라고 생각합니다. 제주의 유교식 의례인 포제와 무속의례를 함께 고찰한 것도 중요합니다. 천신에 대한 의례는 둘째 치더라도 돼지에 대한 관심은 제주도 무속연구에 있어 아주 중요한 주제입니다. 돼지를 바치는 돛제(豚祭)에 대한 논문은 그동안 몇 편 있었지만, 제주도 전체의 전수조사를 바탕으로 세밀한 연구를 진행한 논문이 없었기에 역시 앞으로 유심히 관찰해야 할 대상입니다. 돛제는 지금도 작지만 매우 중요한 의례로 행해지고 있으며, 본풀이와 관련성을 보이고 있기도 하므로 아주 흥미로운 전승문화입니다. 발표자께서 돼지와 관련한 의례를 전수조사 하겠다는 생각만으로도 충분히 연구를 독려할 만한 일입니다.

일단 발표자가 사례로 제시한 논문의 대상에 대해 성글게나마 그 연구현황과 의의를 말해 보았습니다. 그런데 발표자의 원래 논문의 정확한 내용에 대해 잘 알지는 못하지만, 몇 가지 의문점이 드는 것도 사실입니다. 구체적인 질문이라기보다는 대략적인 수준에서 간단히 여쭙어 보겠습니다.

#### 1.

무속인에 대한 차별을 언급하면서 말씀하신 “케가레(ケガレ)”라는 개념에 대해서 보다 자세한 설명을 듣고 싶습니다. 또한 진도와 제주 지역의 무속의례에서 케가레와 관련되어 무속인의 사회적 지위에 어떠한 차이가 있는 것은 아닌지 말씀하시는데, 발표문의 간략한 요지만으로는 정확한 주장을 알기가 어렵다고 느껴집니다. 여기에 당(堂)의 영역에 심방이 관련된 것이 심방의 사회적 위치 설정의 높이를 나타낸다고 말하는데, 그 주장의 근거가 무엇인지 궁금합니다.

무속인에 대한 차별은 ‘보통 사람이 아닌 신과 소통하는’ 특이한 존재에서 비롯될 수 있습니다. 무속의례는 보통 사람이 행할 수 없는 것이고, 특별한 영적 능력을 가진 이들이 오랜 수련을 통해서 가능한 것입니다. 무속의례를 행한다는 것 자체가 무당과 보통 사람들을 구별하는 요소가 될 수 있습니다. 그러나 무당에 대한 차별에는 역사적, 사회적 맥락들도 있습니다. 제주도 심방들이 곧잘 얘기하는 ‘팔자 그르친 인생’이라는 말에는 신과 소통하는 그들의 ‘선택된 인생’에 대한 면도 있지만, 한편으로는 그들을 구별해서 천

시해 온 역사적·사회적 측면도 있을 것입니다.

2.

유교식 의례인 포제와 무속식 의례인 당굿에 대해 정태적인 도식을 넘어서서 양자의 상호관계나 현상의 다양성, 역사적 경과를 포함한 동태적 측면을 보고자 하는 관심은 매우 필요한 일이라 여겨집니다. 포제는 그동안 연구가 많이 진행되지 못해서 본격적인 접근이 요구되는 주제이기도 합니다.

그런데 포제의 유래에 대해 천지왕본풀이에 근거를 둔 한 심방의 제보에 의존한 것은 무리가 있다고 생각합니다. 제주도에서 벌어지는 포제나 무속의례에서 천신에 대한 신앙이 과연 어느 정도나 행해지는 지도 의문입니다. 제주도에서 포제의 대상신은 천신이라기보다는, 포신·토신·이사신 등으로 다양하게 나타납니다. 무속의례에서도 중심적인 대상신은 곳에 따라 시왕, 용왕, 당신, 조상신 등으로 다양합니다. 물론 젓드리에 따라 매우 다양한 신들을 청하기는 하지만, 실제적으로 곳에 관련된 신들로 보자면 천신에 대한 비중은 사실상 별로 없다고 생각됩니다.

한편 돼지를 바치는 의례에 주목했는데, 토론자는 제주도 내에서 행해지는 뜻제에 대한 조사가 우선적으로 필요하다고 생각합니다. 당신본풀이와 관련 되어 행해지는 뜻제(김녕리, 세화리, 월정리 등)를 중심으로, 영감신과 관련된 장저맞이 등 다양한 돼지 제물에 대한 관심이 필요합니다. 여기에 유교식 의례인 포제에서 올리는 돼지 제물에 대한 고찰까지 덧붙여진다면 더욱 좋을 것입니다.

## 상품화, 관광 그리고 제주 돌하르방

윌리엄 케넌 헌터(제주대 관광경영학과 초빙교수)

hunter@cheju.ac.kr

### 개요

돌하르방은 제주를 대표하는 역사 깊은 석공예물입니다. 정확히 48개가 남아 있으며 석공예물이상의, 훨씬 더 큰 가치를 지니는 제주의 상징물입니다. 상징이라는 것은 결국 물리적인 상징물을 정신적으로 승화시킨 것으로서 여러 복합의미를 담고 있으며 일단의 사람들이 공유하는 것입니다. 지역 상징물은 관광의 강력한 도구로 사용될 수 있고, 그 상징성을 다양한 목적에 적용할 수 있습니다. 특히 관광지 이미지 강화에 이용할 수 있습니다. 대표 상징물이 되기 전에, 돌하르방은 훨씬 적은 규모로였지만 상품화가 이루어져왔습니다. 본 글에서는, 상품화의 문제점과 대표 상징물의 더 심각한 문제를 문화유산과 관광이라는 면에서 논의해 보도록 하겠습니다. 돌하르방은 본 논의를 위한 탐색적 도구로 사용되었습니다. 다시 말해서, 돌하르방은 문화유물이 어떻게 상품이 되고, 나아가 어떻게 관광지 이미지 개선을 위한 문화의 상징물로 발전될 수 있는지를 보여주는 사례 연구의 대상으로 사용한 것입니다. 첫번째 상품화로의 변화는 사용가치 원리에 바탕을 둔 것이고, 두 번째 상징물로의 변화는 기호가치 원리에 바탕을 둔 것입니다.

상품화 유용한 것이지만 지역 문화에 있어서 중요한 의미를 지니고 있었던 문화유물과 관련된 문제도 있습니다. 지금 이 문화유물들은 더 큰 규모의 현금 경제의 등장과 이로 인한 우선순위의 변화로 인해 어느 정도 진부해 지기도 합니다. 시간이 지남에 따라 이러한 문화유물은 자연스럽게 추가적인 교환가치를 지니게 됩니다. 실용성을 잃으면서, 설화 이야기나 공연, 전시 등으로 재포장되고 사회로부터 새로운 역할을 부여 받게 됩니다. 적어도 이것이 바로 관광의 발전에서 관찰되어온 일반적인 흐름이고 1950년대 이래로 전개되어온 세계화의 영향이라고 할 수 있습니다. 문화의 상품화는 더 이상 피할 수 없는 흐름이고 나쁜 것이라고 할 수 없는 것이지만, 지역 문화의 지속성과 전통 유지의 맥락에서 여러 가지 우려를 낳고 있습니다. 뒤르켐 (Durkheim) 이 사회적 아노미 (anomie)

현상이라고 묘사한 최초의 문화 파괴는 여러 가지 위험하고도 파괴적인 영향을 지닌 상태를 말하는 것이었습니다. 제 2차적인, 그리고 더욱 더 즉각적인 문화파괴는 문화유물에 대한 가치 절하로서 문화, 문화유물이 그 본래의 사회적인 의미와 중요성을 모두 잃게 되는 상황까지 치닫게 되는 경우입니다. 이러한 현상은 서로 상호 관련되어 전개됩니다.

돌하르방은 다른 곳에서는 볼 수 없는 제주만의 독특한 문화유물입니다. 물론 이와 비슷한 유물을 볼 수 있을 수도 있지만 단연코 제주에만 존재하는 유물입니다. 앞서 언급했던 것처럼, 유물에서 상품으로, 그리고 하나의 상징물로서 발전되어왔습니다. 이미 광범위하게 상품화 되었고, 현재 일반화된 문화 상징물로 존재하고 있습니다. 고유의 사용 가치를 초월하는 가치를 지니게 되었습니다. 이 글의 주요 목적은 문화 유산의 상품화 과정을 설명함으로써 문화유산의 상품화에 대한 이해를 돕고자 하는 것입니다. 문화 유물을 상품화 하는 것은 일종의 대체경제로서 관광 성장의 주요 현상임으로, 제주관광 산업의 주요부분을 우선 조명 해보고, 돌하르방에 대한 자세한 설명 및 상품으로써의 사용 가치 및 상징물으로써의 기호가치를 논의해 보고자 합니다. 이 과정이 사회에 미치는 영향 또한 간단하게 논의해보도록 하겠습니다.

## 제주의 관광

제주는 오지의 고립된 섬에서 훌륭한 관광지로의 성공적인 변모를 이루었습니다. 거의 한 세대 이상의, 약 40 년의 기간에 걸쳐 이러한 변모를 이루게 되었는데 그 당시만 해도 관광이 지역 경제에 매우 중요한 의미를 지닐 수 있는 요소가 된다 라고 생각하는 사람은 거의 없었습니다. 제주의 독특한 문화 현실은 이미지나 이데올로기의 부속물에 지나지 않는다고 생각하는 사람도 많이 있지만, 그럼에도 불구하고, 그 색을 바래지 않고 있습니다. 일상 생활에 있어서, 다른 도시지역의 삶과 그렇게 다른 면모가 있는 것은 아닙니다. 그리고 특별한 경우도 아닙니다. 즉, 현시대의 역사적인 경향을 나타내는 것입니다.

제주에는 두 가지 측면의 관광지 개발을 전개해왔습니다. 이는 적절한 인프라의 종합적 구축과, 동시에 관광지로서의 이미지 선전이었습니다. 이 두 가지 상호보완적인 노력은 급속도로 이루어져왔습니다. 인프라 면에서, 나아가 이미지 면에서 그 발전 과정의 주요 면모들을 살펴보는 것도 가치가 있을 것 같습니다. 교통, 숙박 그리고 관광지를 포함한 제주의 관광 인프라의 구축은 1960년대에 시작되었고 현재까지 계속 진행되고 있습니다. 다음 표에서 보실 수 있는 것처럼, 이를 보여주는 획기적인 사건들이 많이 있었습니다.

인프라 개발은 시작단계, 확장단계 그리고 확대단계의 3단계로 설명할 수 있겠습니다. 일단 최초의 장비가 구축되고 나면, 그것은 확장되고, 결국 기하급수적으로 확대 됩니다. 초기의 관광은 현재의 훨씬 더 큰 '규모의 경제'와 비교해 볼 때, 좀더 보수적인(오늘날 우리의 시점에서 볼 때) 전개과정을 보여주고 있습니다.

### 제주 관광인프라의 발전 단계: 시작, 확장, 확대

#### 시작단계

##### 공항과 항공기

1942 일본 공항

1948 서울 & 광주간 여객기 서비스, 한국 국영항공사

1951년 까지 스티슨 4석 항공기 서비스, DC-3 항공기

1958 한국의 상업공항 공식지정 (서울, 부산, 광주, 강릉)

1968 국제 항공 서비스

##### 고속도로

1962-63 제주도 내 고속도로 1개 (현재 11개)

1973 제주/중문간 고속도로 2개 (현재 99개)

##### 관광지와 숙박시설

1971 5개의 공공 관광지

용연, 만장굴, 안덕계곡, 정방폭포, 천제연 폭포,

1971 두개의 사유 관광지

한림 공원(송봉규), 목석원(백운철)

1974 최초의 주요 호텔, KAL 호텔

#### 확장단계

1977-78 중문관광단지 개발

신제주 개발

#### 확대단계

2001 월드컵 경기장 - 42,256 명 수용능력

2003 국제 컨벤션 센터 -- 54,876 m<sup>2</sup>

2007 돌문화 공원 - 330.6 hectare

2007 3개의 국제자유도시 프로젝트

(신화 공원 4,900,000 m<sup>2</sup>, 휴양지형 주거 단지, 관광 미항 개발)

출처: 본 글 끝부분에 있는 기타참고자료를 참고바랍니다.

관광지의 이미지화는 관광지 개발에 있어서 결코 놓쳐서는 안 되는 중요한 상호관계적인 요소입니다. 다른 성공적인 관광지와 마찬가지로, 제주에 있어서도, 물리적인 인프라 구축과 함께 이루어져야 하는 것입니다. 유명한 관광지를 알리고, 일반적인 관광 통계수치를 발표하며, 슬로건이나, 사진, 주요 유산의 상징물 선정 등, 또한 중요한 지역고유 문화를 선정하여 주목할 수 있도록 하는 것이 이미지화의 중요한 요소라 하겠습니다. 다음 페이지의 표를 보시면 관광지 이미지화에 대한 몇 가지 주요내용들을 보실 수 있습니다.

제주 인프라와 이미지 개발의 발전 과정을 간략히 살펴보면서 개발에 있어서 제주의 발전모습과 몇 가지 획기적인 사건들이 어떻게 서로 상호 유기적으로 이루어 지게 되었는지를 보실 수 있습니다. 예를 들어, 1968년에 국제항공 서비스가 시작된 이래로 2004년까지 약 4십만 명의 해외 방문객이 이곳 제주를 찾게 된 것, 또는 삼부, 삼다 그리고 삼무라는 문화를 바탕으로 한 슬로건으로 인해 제주가 결국 대규모의 문화유산에 바탕을 둔 관광지로 거듭날 수 있던 것 등의 배경을 살펴보도록 하겠습니다. 또한 흥미로운 점은 제주의 자연 유산과 농경문화가 제주의 관광지로서의 이미지를 구축하는 데 있어서 훨씬 더 큰 역할을 해왔다는 것입니다. 다시 말해서 한라산의 국립공원 지정, 해녀의 역할, 삶의 방식을 형성하는 데 있어서의 감귤농업인들의 역할, 그리고 관광객의 소비를 목적으로 하는 상품 등 입니다. 그러므로, 간단히 말해 물리적인 인프라, 토속 상품생산, 자연 유산이 관광에 있어서 지배적인 역할을 한다고 할 수 있으며 문화유산의 상품화는 관심영역의 중심에 있다고는 볼 수 없습니다. 그러나 문화유산이 경제적인 관심영역에 있다가 보다는 근본적으로 사회적인 관심영역에 속한 것이라고 주장하는 사람들이 많습니다. 그러므로 관광의 과격한 경제력에 대해서는 매우 민감하게 다루어야 할 문제이고 각별한 고려가 요구되는 것입니다. 따라서 제주와 주요 관광지(본 글의 뒷부분 참고)와 그 내용을 점검해보고자 합니다. 25개 관광지 중에서 4 - 5개의 관광지만이 문화유산과 관련이 되어있고, 그것도 그리 밀접한 관계가 아닌 경우들입니다.

제주 관광이미지 강화 : 제주방문 관광객과 통계, 관광 이미지화,  
지역 고유 특징

제주 방문객과 통계

- 1958 영국 왕실의 제주 방문
- 1962 한국 경제개발 플랜에 제주 포함됨
- 1965 PATA 대표단의 제주 방문. 제주를 "환상적인 관광지"로 극찬
- 1983 제주 관광객 백 만 명 돌파
- 1987 제주 관광객 2백 만 명 돌파
- 1990년대 제주 관광객 4백 만 명 돌파
- 2004 국내 관광객 4,603,000명, 해외 관광객 제주 방문
- 2011 제주 관광객 천 만 명 돌파 '예상'

제주 관광 이미지 메이킹

- 1960년대 제주의 전통과 정통성은 미신적이고 미개한 것으로 평가절하되었습니다.
- 1960년대 제주의 삼부(세가지 보물): 자연, 민속 및 지역산업

슬로건, 과거에서 지금까지 슬로건의 변화:

- 1970년대 신비의 섬, 신들의 섬, 깨끗한 청정의 섬
- 1980년대 환상의 섬, 신혼 여행지, 동아시아의 하와이, 스포츠의 메카
- 1990년대

제주에는 삼다라 하여 3가지가 많은데, 그것은 바람과 돌과 여자입니다.

제주에는 삼무라 하여 3가지 없는 것이 있는데, 그것은 도둑과 거지와 문입니다.

- 2000년대 세계 평화의 섬, 국제자유도시

주요 토속물

- 삼다가 널리 알려지게 된 이후 해녀에 대한 인식이 고무됨
- 1963 송정원 씨에 의해 돌하르방이 처음으로 기념품으로 제작됨
- 1970 한라산이 국립공원으로 지정됨
- 1971 돌하르방이 제주 문화제 제2호로 지정됨

출처: 본 글 끝부분에 있는 기타참고자료를 참고바랍니다.

문화유산이 관광개발에 있어서 비중이 적을 수도 있다고 하더라도, Urry의 1990년 연구(p52)에서 보여주듯이 관광객들이 문화와 관련된 경험을 즐기고 있다는 사실을 주목할 필요가 있습니다. 외국인 관광객들이 가장 선호하는 6곳의 관광지를 열거해보았으니 참고하시기 바랍니다. (아래 참고)

상점이나 시장	82%
식당과 카페	77%
교회나 성당	69%
역사적인 장소나 건물	69%
박물관과 미술관	64%
역사적인 도시나 마을	62%

관광지의 관점에서 볼 때, 개발은 우선적으로 이루어 져야 하고 지역의 자원의 가치는 얼마나 경제적인 이윤을 낼 수 있는가가 중요하며, 또는 그 물리적인 존재 가치에 따라 측정될 수도 있습니다. 반면 관광객의 관점에서 보면 정말 중요한 것은 문화적 독특성이라고 할 수 있습니다. 규모의 경제는 개발의 관점에서 더 흥미로울 수 있지만, 문화적 관점뿐만 아니라 지속가능성의 관점에서 보면 유산의 보전에도 적지 않은 관심이 필요합니다. 앞서 보신 리스트에서 보여주는 바는 이러한 활동들이 대규모의 발전을 필요로 하지 않는다는 것입니다. 신중한 보전노력과 진정한 문화 경험 보전에 주의 깊은 노력을 기울여야 한다는 것입니다. 제주가 점점 관광의 범위와 기호를 확대해 나가고 있는 상황에서, 커다란 구도에서 어떤 특정 문화 유물의 위치를 고찰해 보는 것은 가치 있는 일입니다. 이 경우에는 돌하르방이 되겠지요.

## 제주 돌하르방 - 역사와 현 상태

제주 돌하르방은 관광에 있어서 문화유산의 상품화에 대한 흥미로운 사례연구를 제공해 줄 수 있습니다. 지역문화와 관련해서 그 정체성을 확인 할 수 있었으며 관광지로서의 제주 발전에 있어서 적지만 중요한 역할을 해왔습니다. 요즘, 문화유산의 역할은 항상 변방적이고 인프라 (예를 들어, 대규모 개발)에 대한 부차적인 정도입니다. 돌하르방의 역사와 기본적인 성격은 제주사람들에게 잘 알려져 있지만 이에 대한 고찰은 매우 미약합니다. 돌하르방에 대한 가장 흥미로운 역사적인 사실은 누구도 그 정확한 정체와 기



원을 알지 못한다는 것입니다. 그러나 일반적으로 14세기 토렘으로 묘사되어 왔습니다.

돌하르방에 대한 기본적인 역사적 언급은 1416년, 1754년, 1848/50년 그리고 1950년대, 4차례에 걸쳐 있었습니다. 조선왕조 시기였던 1416년의 기록에 따르면, 3쌍의 돌하르방이 제주의 세 곳의 행정 구역 입구에 위치해 있었다고 합니다. 제주목 (현재 제주시)의 북쪽 정치한계선과 대정현(현재 대정읍)의 남서 한계선, 그리고 정의현(현재 성읍마을)의 남동 한계선을 표시하는 것이었습니다. 우영석 또는 웅중석이라고 알려져 있었습니다. 1754년까지 제주에는 48개의 이러한 돌이 있었다고 하고, 영조 30년 때 만들어졌다고 전해집니다. 이것이 바로 현재 우리가 돌하르방이라고 알고 있는 돌인 것입니다. 당시 제주목의 24개의 우성목이라 하는 돌하르방이 있었으며, 대정현의 12개는 무성목이라고 했으며, 정의현의 12개는 무성목 또는 부수모리라고 불리었다고 합니다. 1848년에서 1850년 시기에도 돌하르방에 대한 언급이 있었는데 당시의 장인식 목사가 공식적으로 돌하르방을 언급하였고 이를 김숙익이 기록하였습니다. 그가 바로 최초로 돌하르방에 대한 기록을 남긴 사람이 되었습니다. 그 후, 1940년대와 50년대에 돌하르방이 다시 한번 등장하게 되었는데 "우석목", "무석목", "백수매리" 같은 이름으로 등장하였습니다. 돌하르방의 "돌"은 돌을 의미하고 "하르방"은 할아버지를 의미하는데 부분적으로 남근을 의미하는 것이기도 합니다. 이러한 역사적인 언급을 통해 알 수 있는 중요한 사실은 각각의 언급이 돌하르방과 그 명칭에 대해 다른 설명을 하고 있으며 전체적으로 볼 때 각각 서로 역사적으로 연결되지 않는다는 것을 보여줍니다. 게다가, 각각의 언급내용에서 보면, 이 돌들은 각기 다른 이름으로 알려져 있고 각기 다른 장소에 위치하고 있습니다. 또한 최초의 6개의 돌이 우리가 알고 있는 48개의 원래의 돌하르방에 포함되어 있는지도 알려지지 않고 있습니다.

돌하르방의 역사에 있어 이론적인 면에서 흥미로운 점은 처음 등장에 대한 무수히 많은 언급입니다. 이렇게 많다 보니 그 기원이 애매모호해 지고 너무 나도 다양한 '진짜'라고 하는 문화 해석들이 다 진짜인 것으로 수용될 수 있다는 것입니다. 예를 들어, 경계석으로 언급되기도 하고 토렘적 의미의 돌로 언급이 되기도 합니다. 지리적 경계석으로서 6개의 돌의 원래 위치는 삼읍이라고 하는 3개의 마을 시스템의 행정적 설계도와 대략 일치하였습니다. 도시의 성벽은 제주도의 북쪽과, 남동쪽, 남서쪽에 3개의 문화 중심을 포함하고 있었습니다. 경계석으로서의 기능은 오늘날까지 공유지의 입구에 위치해있는 제주시의 24개의 돌에서 그대로 유지되고 있습니다. 다른 두 곳에 위치에 해 있는 돌들은 위치연관성이 없습니다. 즉, 경계석으로서의 역할을 잃어버린 것들입니다. 또한 물신 또

는 토렘으로서 샤머니즘과 '주술'의 의미를 내포하고 있습니다. 이 토렘적인 돌을 지나갈 때 마다 사람들은 머리를 숙이고 가족과 마을의 무사안녕을 빌곤 했다고 전해집니다. 이 돌들을 찾아 볼 수 있는데, 경계석의 기능도 있지만 주술적 의미가 더 강해 보입니다. 병을 예방해주는 신이라고 말하는 사람들도 있고, 다산을 의미하는 남근의 상징이라고 하는 사람들도 있습니다. 물론 어떤 사람들은 이것이 제주를 신희여행지로 이미지화 하기 위해 일부러 이런 상징을 부여한 것이라고 하기도 하며, 심리분석적인 해석의 여지도 있습니다. 즉, 제주 같은 억압적인 문화에서 이런 표현이 가능했을 까 하는 것입니다. 제주에는 남자가 소수였기 때문에, 남자의 신체 일부를 나타내는 어떤 물체로 형상화 하여 결국 '우리의 돌하르방'으로 다시 태어난 것입니다. 이것은 성적 욕구의 상실, 부족, 잠재성 그리고 성적요구 및 금기화 되었던 분위기의 상징이었고 이는 자제해야 하는 주제였습니다. 이것이 사실일지도 모르지만 대부분의 사람들에게 있어서는 그저 민속문화에 지나지 않았을 수도 있습니다.

좀더 탄탄한 해석을 보자면, 제주 돌하르방은 기립형태의 상으로 이스터랜드의 모아이(Moai)의 먼 사촌쯤 되는 것일 수도 있고, 칠레나 몽고, 아일랜드, 스코틀랜드 (여기서도 역시 경계석의 역할을 하는 것인데)에 묻혀있는 신비스런 거대한 돌상과도 관련이 있는 것일 수도 있습니다. 그 기원에 대한 두 가지 이론이 있습니다. 우선 첫 번째 이론은 뱃사람들이 소개하였다고 하는 것이고, 두 번째 이론은 한반도에서 발견된 백수 또는 찬손이라는 토렘폴(숫대)과 관련이 있다고 하는 것입니다. 어쨌든 이는 외부적, 내부적 기원을 가진 주술적인 것이고 제주문화의 변화하는 요구와 상황에 부흥하며 수년간에 걸쳐 수용된 것 입니다.

## 상품화와 문화 (2단계의 사용 가치)

돌하르방의 기원이나 정치인들의 의견, 또는 민속이 전하는 내용이 어떻든지 간에, 이것은 다른 가치와 함께 사용되게 되었습니다 (또는 모든 가치를 완전히 혼합해서 사용하게 되었다). 그리고 나서 돌하르방이 상품화 되었습니다. 현대적 의미의 상품화는 처음에는 기념품형태로 만들어 졌습니다. 최초의 돌하르방 기념품은 1963년 10월에 조각가 송종원 씨가 만든 것이었습니다. 25 cm 크기였고 제주목의 형태를 본 따 만들었습니다. 돌하르방의 첫 상품화의 물결은 송종원 씨의 형태를 따랐고 특별히 제주목 스타일의 미니어쳐 형태의 기념품이었습니다. 이런 것들은 아직도 여전히 팔리고 있지만 그리 많은 숫자

도 아니고 경제적으로 의미 있는 큰 규모도 아닙니다. 연구 중에 저는 한 조사결과를 보게 되었는데 이에 따르면 단지 17%의 제주 방문객들만이 돌하르방 기념품을 구입한다는 것이었습니다. (Hunter & Suh, 2007) 원래 기원과 마찬가지로 보통 한쌍으로 판매가 되고 있습니다. 적어도 제주목에서는 한쌍으로 구성되어 있었습니다. 그 이후에 관광 상품화는 라이터나, 열쇠고리, 돌하르방 미니어처 형태 등으로 이루어졌습니다. 이 초기 단계에서 돌하르방은 그리 흥미를 끌지 못했습니다. 그저 크기만 작게 하여 가지고 다닐 수 있는 형태로 만든 것으로 제주에 왔던 기억을 추억하기 위한 또는 다른 사람들에게 선물로 사가는 정도였습니다. 문화유산이라는 점에서 그 이상의 영향이나 사회적 파장 같은 것은 거의 없었고 그저 제주의 오래 전 3개의 마을 시스템에서 다른 두 개의 마을과 다른 제주목 마을의 문화적 또는 정치적 체계모니를 어떻게 나타내었는가에 흥미를 둔 정도였습니다. 그 이후에도 돌하르방의 형태는 모두 제주목의 형태를 따랐습니다. 어쨌든, 돌하르방이 기념품용 미니어처로 사용된 이 형태는 단순히 첫 단계의 사용가치 발전모습을 보여주는 것입니다.

그러나 두번째 단계에서는 훨씬 흥미로운 상황이 전개됩니다. 그 이후에 더욱 성공적인 상업적인 면이 탄생하게 되는데 이는 좀 다른 전략에 따른 것이었습니다. 기 드보르(Guy Debord-1995)가 상품 묶음(commodity bundles)라고 묘사했던 바로 그것이었습니다. 즉, 돌하르방이 다른 상품과 연계해서 판매되었을 때 훨씬 더 큰 성공을 보게 된 것입니다. 돌하르방 모양의 향수병이나 꿀병이 바로 그것입니다. 주로 또 다른 상품을 담은 용기로 사용되고 있습니다. 두 가지의 상품을 함께 하나의 상품으로 만들어 내는 것은 드보르가 '상품 묶음' 또는 '여러 가지 상품을 서로 조합하여 하나의 완제품 만들기'(1995년, p111)에서 묘사했던 부분을 보고 시도한 것입니다. 돌하르방은 문화적 이미지를 이중화, 또는 삼중화 하여 다른 상품을 담은 용기라는 하나의 상품으로 압축 및 소형화 한 것입니다.

어떤 특정한 사용가치를 가진 하나의 상품으로서보다, 특히 눈에 띄는 포장용품으로서 특별히 유용합니다. 이것의 유일한 사용가치는 상징적이라는 것인데, 즉 외관이 독특하고 기억하기 쉽다는 것입니다. 제주의 관광 협회들은 돌하르방을 일컬어 위엄 있고, 거칠기도 하면서도 또 한편으로는 유우머가 넘치는 표정을 지닌 신이라고 했고, 제주를 '신들의 섬'이라고 부르기도 했습니다. 지배적인 형태였던 제주목 형태를 따라 통일성을 보이고, 관광지 이미지 강화를 위한 전 분야에 사용되는 하나의 상업적인 상품이 되어온 것입니다. 비록 각각의 돌하르방은 실제 외형이 좀 다르지만, 3가지의 다른 '형태'로 쉽게 분류

할 수 있습니다. 국제 컨벤션 센터(ICC) 앞에 세워 놓은 3개의 거대한 돌하르방을 보면 그 다른 면을 가장 잘 알아볼 수 있습니다. 그러나, 상품화된 보통 돌하르방의 모습은 거의 제주목 돌하르방의 원래 형태를 따르고 있습니다.

문화유산을 관광이라는 이름 하에 상품화 하는 것과 관련해서 우려가 일고 있기도 하고 이에 대한 많은 논의 및 연구 결과가 발표되기도 했습니다. 돌하르방 또는 다른 기타 여러 문화유산이 상품으로 사용될 때 이와 관련해서 우선적으로 등장하는 주요 문제는 그것이 가져야 하는 문화적인 의미에 대한 기대치를 충족시키지 못할 때 발생합니다(Tharp & Scott, 1990). 이런 면에서, 돌하르방의 상품화로 인해 항의가 잇따르게 되었는데, 상품화 이전에 돌하르방의 정신적인, 그리고 사회적인 정체성을 재고해야 한다는 대중들의 주장이 있었던 것입니다. 돌하르방을 관광 기념품으로 생산하는 것을 규제하기 위한 행정적인 기준이나 법적인 기준이 마련되어 실행되어야 한다는 것이었습니다. 이런 면에서 돌하르방이 상업화 되면 지역의 문화적인 정체성이 잘못 전달될 수도 있고 이로 인해 지역공동체의 관심을 제대로 대변해 주지 못하는 식으로 문화이미지가 전달될 수 있다는 것이었습니다. 문화 유물은 언제나 그 고유의 이미지를 담고 있는데 이것이 완전히 분리되는 최악의 상황도 있을 수 있습니다. 이 문제에 대해서는 문화 상징에 대한 다음 장에서 다루도록 하겠습니다.

문화유산의 상품화와 관련된 또 다른 문제는 문화 정체성의 진위에 대한 문제입니다. 마야 문명(Medina, 2003)의 경우에 있어서, 문화유산을 상품화 할 때 그들의 선조와 언어, 우주론 등의 여러 전통적인 요소와 제대로 부합하는지를 충분히 고려하고 나서야 경제적인 이익에 대한 사업에 착수 하였습니다. 진정한 정체성을 담아야 한다는 문제가 중요하긴 하지만 이론적으로 볼 때 돌하르방은(원래 존재했던 48개의 돌하르방의 모습을 재현하고 강화하는 상품이 되어야 하며) 또한 상품문화에 그 정신을 담고, 정체성과 기원적인 이야기를 담아내야 하는 관계적 연결이 이루어져야 합니다(Markwick, 2001). 그러나 사용가치의 면에서 문화유산을 상품화할 때 봉착하게 되는 단 한가지 현실적인 위험은, 앞서 언급했던 바대로 기념품의 질이 낮은 경우, 즉 상품 자체가 좋지 않은 경우입니다. 관광 상품이 값싼 재료로 적은 비용을 들여 만들게 될 때(대개는 훨씬 비싼 값으로 팔리게 되는데), 그 지역에 거의 도움이 되지 않습니다. 관광객이 그 지역에 대해 갖게 되는 전체적인 인식만 실추시킬 뿐입니다. 그러나, 좋은 기념품이라고 하는 것은 상품의 질로 평가됩니다. 상품이 대표하는 원래의 기능을 제대로 표현하고, 문화적 정체성을 잘 전달하며, 사람들간의 의사소통을 촉진할 수 있으며 상업성도 있어야 합니다. 문화 상

품은 장소 의존적이며(Williams, Patterson & Roggenbuck, 1992), 좋은 기념품은 그 장소에 대한 이야기를 사람들에게 전달해줍니다(Stoffle & Evans, 1990). 상품이 만들어진 곳에서 그 상품을 팔고 품질 보증서를 붙이거나 역사적인 정보를 담아 판매를 한다면 그 상품의 교환가치를 높일 수 있게 됩니다.(Halewood & Hannam, 2001) (이런 설명이 매우 설득력 있게 들릴 수도 있지만, 돌하르방의 경우에는 전적으로 적용될 수 없습니다. 왜냐하면 이미 매우 발전한 상품화 단계에 있으므로 이에 따른 다른 문제들이 발생하기 때문입니다.)

### 문화적인 현실과 상징 (기호 가치)

제주 돌하르방은 1971년에 제주 문화재 위원회에 의해 제주 문화유산 제2호로 지정되었습니다(Kim, 2004). 다른 이름들도 여전히 사용됩니다. (영어 표기시에 가끔 Dolhareubon, Tol-hareubang, or 'Beoksu-Meori'로 표기되기도 합니다) 공식적으로 45개 또는 48개의 원 돌하르방이 있습니다. 제주시에 21개 또는 24개가 남아 있고, 대정읍에 12개 그리고 성읍리에 12개가 있습니다. 역사적인 모호성은 오히려 상품을 새롭게 응용하는 데 있어서 어느 정도의 융통성을 허락하므로 문화 상품화에 매우 긍정적으로 작용합니다. 어떤 역사적인 프로토콜에 반드시 맞추지 않아도 된다는 것입니다. 돌하르방은 특별히 운이 좋은 경우인데, 이전에도 언급했듯이, 이름이나, 형태, 신화, 기능, 심지어 그 기원에 이르기까지 충분한 융통성이 있기 때문입니다.

관광에 있어서, 문화 자원은 특정 관광지 이미지 구성의 특별상 중요성을 갖습니다.

관광지 이미지, 또는 더 구체적으로 말하자면 관광지에 대한 관광객의 인식에 대한 연구들이 무수히 많이 출간되었습니다(Hunter & Suh, 2007; Suh & Gartner, 2004; Reisinger & Turner, 2002; Liu, Furrer & Sudharshan, 2001). 이들 연구들은 모든 관광객들에게 보편적이고 지속적인 이미지를 보장할 수 있는 특정한 방법은 없다고 밝히고 있습니다. 그러나 돌하르방 같은 단순하고도 쉽게 알아볼 수 있는 문화유물은 기억하기 쉽고 눈에 띄기 때문에 여행의 처음부터 끝까지 관광객이 언제나 찾게 됩니다. 앞서 말한 것처럼 돌하르방은 용기로서 새로운 변신을 하였습니다. 그러나 사실 관광지로서의 제주를 대표하는 상징적인 형태로 더 많이 등장하고 있습니다. 진정한 제주의 모습을 표현하고, 제주다운 제주를 나타내 줍니다.

첫 단계의 상징(기호가치)이 나타내 주는 것은 제주 돌하르방이 더 이상 용기에만 그

치는 것이 아니라, 진정한 제주성을 나타내는 로고 또는 상징이라는 것입니다. 토착 제주 상품의 상표에서뿐만 아니라, 그 다음 단계로 관광 상품으로서의 제주 자체의 상품화에도 적용되고 있는 것입니다. 관광에는 “완전한 세트” 시간들이 상업적으로 제공됩니다. 각각의 세트는 여러 가지 다양한 상품이 조합되어 있는 하나의 완전한 상품입니다. 외형의 논리와 관련된 여러 가지 상품을 포함하고, ‘서비스’, ‘여가 활동’, ‘멋진 체류지’ 그리고 ‘단체 유사 관광’ 등도 있습니다(Debord, 1995, p. 111). 돌하르방은 관광 상품 소비를 촉진 위한 사회적 이미지를 담기 위해 사용되었습니다. 제주 관광의 상업적인 성공을 가능하도록 한 것입니다. 돌하르방을 엄격하게 그 기호가치에 맞추어 적용한 것과 관련된 이론적인 사회적 효과가 있습니다. 돌하르방과 관련된 기호가치가 단순히 실제 과거에 그러했던 것에서 분리될 수도 있다는 우려를 많이 합니다. 기호는 오직 그 자체만을 언급하는 것이므로, 무한정한 다양성이 상품으로 만들어질 수 있습니다. 그러나 문화적 현실과 원래의 돌하르방, 그리고 그 배경이 되는 제주 문화의 기본적인 것들과의 관련을 상실하게 될 위험이 있습니다. 이로 인해 우리는 점점 초현실 세계로 빠져들어가게 될 수도 있다고 보드리야르(Baudrillard, 1983)는 그의 유명한 정의에서 설명하고 있습니다. ‘생산은 중단되었고 존재한 적도 없는 현실의 모사(시뮬라시옹)만이 남았다. 그리고 그 모사는 현실과 전혀 관련이 없는 것이다.’

문화적인 현실은 동기부여, 즉 기풍이라고 하는 추진력과 관련된 다각적인 개념이고 그 영향에 의해서만 파악될 수 있는 것입니다. 문화는 고립되고, 불연속적이며 지역에 바탕을 둔 삶의 방식 묘사와 관련된 포괄적인 주제인 것입니다. 텍스(Tax, 1990)는 지역 공동체에서 서로 공유하는 것은 직접적이고도 은유적인 가치관 체계라고 강조했습니다. 상징에 대해서 볼 때, 문화유산의 상품화는 후자인 은유적인 것과 훨씬 더 관련이 되어 있습니다. 다행히도 문화는 세대에 걸쳐 자연적이고 불가항력적인 힘으로써 자연스럽게 이어져 내려오고 재생산 됩니다. 그러나 과거에 대해서 의무감을 가질 필요가 없다는 이야기는 아닙니다. 왜냐하면 문화는 축적, 계승 그리고 전이(Firth, 1951)에 의해 이어지는 것이고, 엄청난 역사의 무게로부터 발돋움하는 정체성 출현의 여러 다른 장소와 연결되는 것이기 때문입니다(Bhabha, 1994). 문화 현실의 과정은 문화가 끊임 없이 형성되고 새로워 질 수 있다고 하는 믿음을 가지고 과거를 재고해보는 것과 관련이 있습니다(Hollinshead, 1998, p. 123). 건축물들이 전통을 대치하는 이러한 새로운 문화 감각의 시대에 새로운 기호경제가 등장해 온 것입니다.

새로운 문화 현실에서, 문화의 재생산은 ‘자연스런 계승’이나 ‘통합’만큼 자주 ‘복제’, 또

는 ‘모방’을 의미하게 되었습니다(Hunter & Suh, 2007). 상징은 문화유물처럼 자주 등장하게 되었고 그 의미도 훨씬 더 다양합니다. 문화 재생산의 면에서 볼 때, 문화 유산의 상품화의 단계들은 공존합니다. 즉, 복제, 상품 묶음, 시뮬레이션이(비록 단계별로 등장했을 수도 있지만) 같은 사회적인 배경에서 모두 함께 공존하고 있다는 것입니다. 이런 발전된 단계의 상품화에 있어서의 우려되는 것은 상징이 결국 문화 유물의 물리적인 상업화를 대치할 수도 있다는 것입니다. 다시 말해서, 어떤 상품의 사용가치가 그 기호가치에 의해서 지워 질 수 있다는 것입니다. 우리는 이러한 것을 수없이 많이 경험했습니다. 상업적인 혼합이 기본적인 필요를 지각적인 필요로 대치해왔던 것입니다.

상징의 문제는 현실적인 것을 기호로 대치하는 데에 있습니다. 상징은 문화의 ‘진정한 묘사’(Brown, 1995, p. 135)이고 그 자체로 존재합니다. 진정한 묘사로서, 상징은 문화의 내용을 전하는 바로 그것이므로 이미지 보다 우선하게 됩니다(Ryan, 2002). “관습에 따른 어떤 물체나 사건의 출현 순서”(Hollinshead, 2000, 501) 이고 실제 물 보다 더 많이 사용되기도 합니다. 즉, 제주를 방문하는 사람은 돌하르방의 상징성을 실제로, 그리고 매우 깊은 수준으로 까지 인식을 하고, 그 상징성을 제주 문화를 “진정으로 묘사한 것”이라고 인식하게 되는 경향이 많습니다. 또한 상징은 그 자체로서 존재한다고 했는데, 돌하르방의 상징은 원래의 돌상처럼 실제적이고 손에 잡힐 듯 구체적인 느낌으로 다가오고, 똑 같은 역사적, 문화적 구도를 공유하게 되는 것입니다. 우리가 가장 흔히 볼 수 있는 상징의 형태는 각종 사진으로 엮거나, 웹사이트, 선물 이미지, 방송에 소개되는 마크, 로고 또는 워터마크 등입니다. 사진은 민족학자와 관광관련 작가가 관광에 대해 이야기하는 설명적 언어를 영상 코드로 바꾸어 놓은 것이라고 할 수 있습니다. 관광에는 기호의 상징(Papson, 1981)과 생산, 소비(Urry, 1990) 가 종합적으로 포함되어 있고 “프레임을 통해 본 모습”(Ryan, 2002, p. 953)이 포함되어 있습니다.

이미지는 상징의 가장 일반적인 형태이고 기 드보르의 이론에서처럼 “이미지는 상물물화(物化)의 최종적인 형태”임을 상기해 보게 됩니다. 다시 말해서, 이미지는 자체적으로 상품이 될 수 있다는 것입니다. 예를 들어, 중국의 신비로운 체험에 대한 한 TV 프로그램이 있다고 할 때 이것은 자연스럽게 하나의 여행 패키지 상품으로 팔릴 수 있다는 것입니다. 이미지는 허구적이고 사실적인 면에서 통합될 수 있는데, 반 자동적으로 그리고 ‘현실을 상회하는’ 식으로 이루어져 왔습니다. 제임슨의 말을 빌리면, “오늘날, 문화는 반대로 현실에 영향을 주고 있는데 독립적인, 즉 전혀 문화적인 형태를 띄지 않거나 문화외적인 형태를 띄면서 영향을 미치고 있습니다. 대중문화는 우리의 눈과 사물 사이에 개입하고 있다는 헤인즈버그(Heisenberg)의 설명처럼 진행이 되고 있습니다. 그래서 결국

이론가들은 모두 한 소리로 ‘지시 대상’은 더 이상 존재하지 않는다는 새로운 의견을 만들어내게 되었습니다.”

상품과 이미지의 추상적인 개념을 고려해 볼 때 시장에서는 진위성에 대한 문제를 제기합니다. 맥커넬(MacCannell)의 시각에서가 아니라, 궁극적인 테스트로서 ‘이 상품은 과연 무엇인가?’라는 문제제기인 것입니다. 시장의 모든 거래에 대해서, 한때 황금기준이라고 하는 신화가 있었습니다. 모든 교환은 기본적으로 물질적인 것, 실제인 것, 그리고 뭔가 구체적인 경제 가치를 가진 것에 바탕을 둔다고 하는 것이었습니다. 즉, 금의 자연가치가 존재한다는 것이었습니다. 자연과 진위성과 관련된 것으로서의 모든 경험은 점점 의미를 잃어가고 있습니다(Jameson, 1991, p. 197).’ 근본적으로 신화에 대한 Barthes의 저서에서, 그리고 (‘총연습’으로서의) MacCannell의 The Tourist(1976)에서, 보드리아르의 ‘본격적인 이데올로기 프로그램’에서, 특히 그의 ‘필요’와 ‘사용가치’ 개념에 대한 비평을 보면 알 수 있습니다.

이와 같은 맥락에서, 보드리아르(1981)는 현실 보다 더 현실적인 극사실주의(hyperreality)를 설명했습니다. (1976년에 맥커넬이 ‘햄보다 더 햄 같은’이라는 표현을 사용했던 것처럼) 정밀하게 사실을 복제한 것으로, 사진이나 전자 영상매체를 이용하는 경우가 많습니다. 규칙처럼, 극사실주의는 사실을 분해하여 매우 자세한 부분까지 표현해내는 과정, 또는 어떤 사물을 상세하게 복제하거나 재복제하는 게임이라고 할 수 있습니다(Baudrillard, 1981, p. 144). 상징이 사실 그 자체를 뛰어넘는 의미를 지닐 수도 있는데, 맥커넬의 설명에 의하면 관광지 안내표가 그 장소 자체를 둘러보는 것보다 더 자세한 경우를 예를 들어 볼 수 있습니다. 또 다른 차원에서 볼 때, 극사실주의는 어떤 사람이 할 말이 없는데도 (표시를 해야하고, 설명을 해야하기 때문에) 말을 해야하는 상황에서 보게 되는 그런 결과라고도 할 수 있습니다. 할 말이 없는데도 아주 세밀한 내용까지 끊임 없이 말을 하는 설명자는 관광지의 경험을 망쳐놓을 수가 있습니다. 할 말이 없을 때 어떻게든 말을 이어나가야 한다는 필요성은 더 절실합니다(Baudrillard, 1988, p. 30). 극사실주의적인 관광에서는 거의 동일한 관심을 이끌어내게 되는데 “별다른 환상이 남아 있지 않기 때문입니다. 그들은 그저 어떤 놀라운 것을 보려고 신경을 곤두세우게 됩니다. 바로 볼 것이 아무 것도 없는 그런 이미지이지요(p.31).” 관광지의 장관을 현란한 말재주가 대체해 왔던 것입니다.

돌하르방의 이미지는 원래의 돌하르방을 압도함으로써 더 큰 조명을 받고 있습니다.



원래의 돌하르방은 48개(그 중 두 개는 실종 상태)이고 그 상징물들은 그 수를 헤아릴 수 없을 정도입니다. 로고나, 마스크트, 선전용 깃발에 사용되는 장식, 간판, 소책자, 심지어는 설명서 등에도 등장하고 있습니다. 본 문서와 프리젠테이션도 돌하르방의 상징이고, 제가 지금 이를 글로 쓰고 말하는 것 역시 또 한 차례의 돌하르방 상징을 사용을 하는 것이 되겠지요.

## 결론 - 인식에 대해서

오늘날 관광 개발자들은 몇 년 전에 비해 훨씬 더 정교해졌습니다. 관광을 하면서, 우리는 많은 다른 관광지에서 관광 사업을 수익사업의 형태로 발전시키고 있는 것을 경험하게 됩니다. 인터넷과 TV, 또는 다른 정보기술을 통해서 우리는 다른 관광지에서 상징의 사용을 통해 얼마나 많은 성공을 거두고 있는지 시시각각으로 볼 수가 있습니다. 관광지의 이미지는 관광지 자체보다 훨씬 더 사실적이 되고 있습니다. 마케팅 전문가들도 어떻게 하면 자신들이 목표로 하고 있는 시장이나 대상인구 층에 관광지의 이미지를 더욱 효과적으로 인식시킬 수 있을지, 그리고 어떤 아이템이 가치를 창출할 수 있을지를 고민하고 성공적으로 대처하고 있습니다. 그렇게 함으로써 관광지는 더욱 더 어떤 특정 관광 층에 높이 인식되거나 의미를 부여할 수 있게 됩니다. 물론 어떤 층에게는 별다른 어필을 할 수 없을 수도 있겠지요.

돌하르방의 장점이라고 하는 것은 상품 자체보다 상징물로서 훨씬 더 강점을 가지고 있다는 것입니다. 즉, 돌하르방에 있어서 그 사용가치보다 기호가치가 더 크다는 것입니다. 사실, 돌하르방의 원석과 그 의미를 아는 사람은 그리 많지 않습니다. 하루에도 수천 명이 제주대학 정문 앞에 위치한 돌하르방을 지나치지만 누구 하나 이를 감상하기 위해 쳐다보는 사람은 없습니다. 이를 감시하거나 보안 장치를 해 둘 필요도 없습니다. 누가 훔쳐갈까 걱정할 필요도 없습니다. 또한 박물관에 안전하게 보관해 둘 필요도 없습니다. 그 자체로는 아무 가치가 없습니다. 그러나 제주에서 살고 있는 사람이나 잠시 제주를 방문하는 사람 중에 돌하르방을 인식하지 않는 사람은 아무도 없습니다. 돌하르방이 나타내는 의미와, 재질, 제주의 문화적 특성은 그 자체 때문이 아니라 상징성 때문에 모든 사람들이 알고 있는 것입니다. 상징성은 "개발자의 의도, 소비자의 해석 및 상호작용"의 물리적 증거입니다 (Herbert, 2001, p. 317; Wang, 1999).

돌하르방이 너무나도 난무하기 때문에 정신적인 힘을 갖고 있던 원석의 도난 사건이 일어나고, 원래의 상징인 다산, 보호, 주술적 대상이라는 의미보다는 돌하르방 자체만 대표하는 상징이 되어가고 있다는 등의 우려의 목소리도 있습니다.

대문 앞이나 다른 특정 장소의 입구, 또는 도로의 갈림길이나 다리 입구 등에 서있는 그저 하나의 돌상이라기 보다, 돌하르방은 이제 방송매체 등에서 무수히 많은 목적으로 사용되고, 어디든 등장하는 상징물이 되었습니다. 그 원래의 정체성에 대해서 말할 때 좀 당황스런 부분도 있지만, 제주 정체성의 상징물로서 제주 어디서나 볼 수 있게 되었습니다.

그러나 실질적인 면에서 우려가 되고 있는 것은 사용가치보다 기호가치가 크기 때문에 사회적인 역효과가 발생할 수도 있다는 것입니다. 돌하르방의 신성성이 떨어짐에 따른 사회적 혼돈 상황이 발생하게 될 것인가? 아마도 그렇지는 않을 것입니다. 왜냐하면 돌하르방은 틈새시장으로 존재하고 있고, 제주와 다른 문화에 기반을 둔 상품의 상징물로서 의 누적 경제가치는 양적인 면에서 그리 큰 비중은 아니기 때문입니다. 돌하르방과 관련하여 흥미로운 점이라고 하는 것은 외형상 매우 단순한 모습을 지녔고 이미지를 무한적으로 확장할 수 있다는 것입니다.

돌하르방이 제기하는 진정한 주제는 제주의 지속가능성이라고 하는 좀 더 커다란 주제입니다. 최근의 개발에 있어서 ‘클수록 좋다’라는 접근방식은 한국의 경제성장이 최고조를 보일 때 보다 훨씬 더 부담을 주는 주제입니다. 섬이기 때문에 환경적으로도 문화적으로도 한계가 있고 성장의 수준에 있어서도 어느 정도 실질적인 한계가 있습니다. 그러므로 상징성은 매우 중요한 것이고 반드시 체크해 보아야 합니다. 상징성은 우리가 현실적인 한계를 뛰어 넘을 수 있게 하는 잠재력을 가지고 있습니다. 문화는 사회 안에 존재하는 자연스러운 상태입니다. 사회 구성원 전체가 무언의 인식을 함께 하고 있는 것입니다. 생산을 의미하는 것이지만, 반드시 소득원이 되지 않기도 합니다. 다시 말해서, 일단 어떤 문화가 (고유의 것이던, 타 문화이건) 숭고함이나, 고유성, 또는 다른 어떤 면에서라도 가치 있는 것으로 인식되게 되면 매우 빠른 속도로 ‘상품 묶음’으로 변모를 하게 되고 관광상품의 형태로 개발 및 판매가 됩니다. 관광의 다트 매직이라고도 하지요.

문화유산의 면에 있어서, 유물(돌하르방), 행동이나 이데올로기적 자원(샤머니즘) 또는 자연 자원(용암동굴이나 한라산)등은 두 가지 난개발의 위협을 안고 있습니다. 우선 사용가치라는 면에서는 가능한 시장에 비해 너무 크고, 너무나 중앙 집중적이고 심하게 특화된 시설은 문제가 될 수 있습니다. 또 다른 한편, 기호 가치 측면에서, 상징성을 지나치게 사용하게 되어서 결국 초현실주의에 봉착하게 되고 지역문화는 마구 이용되며 그

깊이도 알아 질 수 있다는 것입니다. 문화유산의 상품화에 있어서 기억해야 할 원칙은 지속 가능한 발전을 하기 위한 핵심은 문화유산을 경제적으로 이용하기 보다 문화적으로 발전시켜 나가야 한다는 것입니다. 문화유산의 상품화는 지역화 방법 보다는 체계적인 방법으로 추진해야 합니다. 그리고 제공되는 것이 아니라 창출 되어야 합니다. 제주의 돌하르방은 하나의 문화적인 자원이 단지 문화 경제에 있어서 변방적인 역할만을 수행할 수 있는 것의 예입니다. 생존가능성, 모호한 과거, 그리고 인식가능성에 있어서 우선적으로 고려되어야 합니다. 또한 원래의 돌하르방과 가치 또한 잊으면 안되겠습니다.

제주의 유산은 다양화된 경제에 의존하고 있습니다. 우선, 기존의 그리고 미래의 대규모 시설물들은 관광 경제에 토대를 제공해 줄 것입니다. 또한 제주 특별자치도는 중소기업을 최대한 지원하여 새로운 발전을 이루어 나갈 수 있도록 해야 합니다. 예술가와 기업가들의 역할 역시 과소 평가되지 않아야 하며 가능한 한 많은 지원을 받아야 합니다. 그들의 작품 개발뿐만 아니라 비전 인식을 위해서 그리고 제주의 문화 다양성에 기여하는 가치 있는 노력을 위해서입니다. 문화유산은 그것을 만들어 내는 사람들에 달려 있다는 것은 중요한 사실입니다. 계속적으로 새로운 모습으로 거듭나야 하는 소중한 자원인 것입니다.

## 참조

- Adler, J. (1989). Origins of sightseeing. *Annals of Tourism Research*, 16, 7-29.
- Baudrillard, J. (1988). *The Ecstasy of Communication*. Bernard & Caroline Schutze, (Trans.). Sylvere Lotringer (Ed.). NY: Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman, (Trans.). NY: Semiotext(e).
- Bhabha, H. (1994). *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Brown, R. H. (1995). The poststructural crisis in the social sciences: Learning from James Joyce. In R. H. Brown (Ed.), *Postmodern representations: Truth, power and mimesis in the human sciences and public Culture* (pp. 134-167). Urbana Chicago: University of Illinois Press.
- Debord, G. (1995). *The Society of the Spectacle*. Donald Nicholson-Smith, (Trans.). NY: Zone Books.

- Durkheim, E. (1938). *The Rules of Sociological Method*. NY: Free Press.
- Halewood, C. and K. Hannam (2001). Viking heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(3), pp. 565-580.
- Firth, R. (1951). *Elements of Social Organization*. London: Watts
- Herbert, D. (2001). Literary places, Tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 312-333.
- Hollinshead, K. (2000). Representation. In J. Jafari (Ed.), *Encyclopedia of Tourism*(pp. 501). NY: Routledge.
- Hollinshead, K. (1998). Tourism, hybridity, and ambiguity: The relevance of Bhabha's 'third space' Cultures. *Journal of Leisure Research*,30(1), pp. 121-156.
- Hunter, W.C. & Suh, Y.G. (2007). Multimethod research on destination image perception: Jeju Standing Stones. *Tourism Management*, 28(1), pp. 130-139.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jenks, C. (1993). *Culture*. NY: Routledge.
- Kim, S. J. (2004, spring). Symbol of Jeju people, Dolhareubang , stand up his self-esteem, *Jeju Development Forum*, Jeju . Onnuri N.P. pp. 52-56.
- Liu, B., Furrer, O. & Sudharshan, D. (2001). The relationship between Culture and behavioral intentions toward services. *Journal of Service Research*, 4(2), pp. 118-129.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. NY: Schocken Books.
- Markwick, M. (2001). Postcards from Malta: Image, consumption, context. *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 417-438.
- Medina, L.K. (2003). Commoditizing Culture: Tourism and Maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), pp. 353-368.
- Papson, S. (1981). Spuriousness and tourism. *Annals of Tourism Research*, 8, pp. 220-235.
- Reisinger, Y. and Turner, L. (2002). Cultural differences between Asian tourist markets and Australian hosts. *Journal of Travel Research*, 40(3), pp. 295-315.
- Ryan, C. (2002). Tourism and cultural proximity: Examples from New Zealand. *Annals of Tourism Research*, (29), pp. 952-971.
- Stoffle, R. W. and M.J. Evans (1990). Holistic conservation and cultural triage:

- American Indian perspectives on cultural resources. *Human Organization*, 49(2), pp. 91-99.
- Suh, Y. K. & Gartner, W. C. (2004). Perceptions in international urban tourism: an analysis of travelers to Seoul, Korea. *Journal of Travel Research*, 43(8), pp. 39-45.
- Tax, S. (1990) Commentary. *Human Organization*, 49(3), pp. 280-286
- Tharp, M and L.M. Scott (1990). The role of marketing processes in creating cultural meaning. *Journal of Macromarketing*, 10(Fall), pp. 47-59.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage.
- Wang, N. (1999). Re-thinking authenticity in Tourismexperience. *Annals of TourismResearch*, 26, pp. 349-370.
- Williams, D.R., P.E. Michael and J.W. Roggenbuck (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, (14), pp. 29-46.

관련 웹사이트, 돌하르방

- <http://japan-korea-strait8.org/e/conference/jigyoudentou/doruharuban.html>
- <http://www.sac.or.kr/eng/face/history/89.html>
- <http://www.andersonadventure.com/page4.html>
- <http://goodsinfo.eJeju.net/itemshop.asp?goodsclass=04&LanguageType=2>
- <http://users.pandora.be/Mijnsitevandeputte/Seogwupu.htm>
- <http://www.taipeitimes.com/News/archives/2002/06/09/0000139655>
- [http://english.tour2korea.com/11Overseas/Singapore/romanticJeju.asp?kosm=m1\\_9&konum=subm5\\_5](http://english.tour2korea.com/11Overseas/Singapore/romanticJeju.asp?kosm=m1_9&konum=subm5_5)
- [http://www.thesecondlayer.com/blog/2003\\_12\\_28\\_archive.html](http://www.thesecondlayer.com/blog/2003_12_28_archive.html)
- <http://www2.scasd.org/developers/lub11/WEB%20pages/Jinie'swebpage/pics.htm>
- <http://dream.paperempire.com/shopping/shopping-detail.php?pi=271>
- <http://Jeju bangeo.com/Yumul/Dolhareubang.htm>
- <http://dvpolymedia.com/thevoid/temporaryexhibits/kzone/g1.htm>
- <http://www.pantheon.org/articles/t/tol-harubang.html>

[http://us.flyasiana.com/travelplanner/travelplanner\\_destinationguide\\_feature\\_Jeju .asp](http://us.flyasiana.com/travelplanner/travelplanner_destinationguide_feature_Jeju .asp)

<http://www.laodong.com.vn/sodara/xuan2004/quocte/t32.htm>

<http://www.iwander.net/korea/photo/Jeju .html>

[http://www.korea.net/learnaboutkorea/hello/Generalinfo\\_45.html](http://www.korea.net/learnaboutkorea/hello/Generalinfo_45.html)

#### 관련 웹사이트: 제주의 문화와 관광

Explore Korea: Essence of Culture and Tourism(2002) Ministry of Culture and Tourism,  
Republic of Korea

Fifty years of Jeju Tourism(2004), Halla Daily 제주관광반세기(2004), 한라일보사

Jeju City Hall 제주시청 [www.Jeju si.go.kr](http://www.Jeju si.go.kr)

Jeju Free International City Development Center 제주국제자유도시개발센터 [www.jdcenter.com](http://www.jdcenter.com)

Jeju Provincial Government 제주도청 [www.Jeju .go.kr](http://www.Jeju .go.kr)

Jeju Tourist Manual (2005) Jeju Provincial Government

Jeju Tourist Manual (2003) Jeju TourismPromotion Division

Kim, Soonhee 2003 Jeju IslandWomen Divers' Association in South Korea: A Source of Social  
Capital. Asian Journal of Women's Studies 9(1): 37-59.

Kim, S. J. (2004). *Symbol of Jeju people, Dolhareubang , stand up his self-esteem,*  
Jeju Development Forum (Spring), Jeju : Onnuri N.P. pp.52-56.

Ko, Changhoon Spring 2005 A New Look at Korean Gender Roles: Cheju Women as  
World Cultural

Heritage. Speech at Yale University

Mt. Halla National Park Authority <http://www.npa.or.kr/Halla>.

North Jeju County Hall 북제주군청 [www.bukJeju .go.kr](http://www.bukJeju .go.kr)

Peace Island (2005, Vol. 1), Institute of Peace Studies, Cheju National University

Seogwipo City Hall 서귀포시청 [www.seogwipo.go.kr](http://www.seogwipo.go.kr)

South Jeju County Official Website남제주군청) [www.namJeju .go.kr](http://www.namJeju .go.kr)

\*25개 주요 제주 관광지 : 1998년 관광객/ 2003년 관광객(단위 천명)

(Source: *www.Jeju.go.kr Jeju Provincial Government 제주도청*)

1.	Cheon Jiyeon Falls 천 지연	1,293/1,644
2.	Jeju Botanical Garden (Yeomizi) 제주관광식물원	1,019/1,206
3.	Hallim Park 협재굴뚝쌍용굴	789/1,195
4.	Sangumburi 산굼부리	882/1,052
5.	Seongsan Ilchul-Bong (Sunrise peak) 일출봉	638/980
6.	Jeju -do Folk & Natural History Museum 제주도민속자연사박물관	644/857
7.	Miniature Theme Park 소인국테마파크	---/783
8.	Sanbang Grotto Temple 산방굴사	648/758
9.	Jeongbang Falls 정방폭포	540/582
10.	Cheonje Pond & Falls 천제연	618/557
11.	Mountain Halla National Park 한라산국립공원	550/557
12.	Marine Park or Haeyang Sujok-Kwan 해양수족관	274/545
13.	Manjang Cave 만장굴	531/494
14.	Jeju Folk Village 제주민속촌	282/412
15.	Mokseok-Won 목석원	532/378
16.	Miniworld 미니월드	---/324
17.	Sinyeong Movie Museum, Jeju 신영제주영화박물관	---/288
18.	Ilchul Land 미천굴관광지구(일출랜드)	---/276
19.	Jeju Bonsai Artpia 제주분재예술원	230/243
20.	Samseong-Hyeol 삼성혈	229/192
21.	Songsan-Ilchul Maritime National Park 성산일출해양국립공원	---/177
22.	Mara Maritime National Park 마라해양국립공원	---/154
23.	Hangil Memorial Hall 항일기념관	---/151
24.	Jeju Sculpture Carvers' Park 제주조각공원	142/141
25.	Bija-Rim (Nutmeg-Forest) 비자림	96/130

## <상품화, 관광 그리고 제주 돌하르방>에 대한 토론문

### - 제주 민가의 근대성 고 -

김홍식(명지대 건축대학 교수)

제주 민가는 그것이 담고 있는 가족구조와 함께 우리나라에서 가장 근대적인 혹은 현대의 사회 문제를 해결할 수 있는 다세대, 다문화 가정의 미래적 해결 방안이라고 지적되기도 한다. 이에 대한 특징 몇 가지를 정리해 두고자 한다.

\* 제주 민가의 태극적 우주관 ; 안팎거리 안뒤, 올래목 우영

제주 민가 배치의 특징은 마당을 중심으로 앞뒤가 대비적으로 놓인다는 점이다. 육지의 경우 긴 중심축 선상에 좌우가 대칭적으로 배치되고 앞뒤가 점진적으로 전개되는 방식과는 비교된다고 하겠다. 마당을 중심으로 안거리와 밖거리는 음과 양이면서도 남녀의 공간으로 구분되지 않고 세대간으로 나누어진다. 이는 핵가족으로 세분되는 현대의 드라이한 사회구성을 치료할 수 있는 미래적 방안으로 제시되고 있다. 앞으로의 주거는 이런 방향으로 진행되어야 할 것이다.

다시 안거리는 마루(삶방)을 중심으로 큰구들과 작은구들로 구분되는데 이것 역시 남녀로 구분되는 공간이 아니고 세대간으로 이용이 나누어지는 (태)음과 (소)양으로 배열되었다. 이때 부대시설공간은 집의 뒤켠, 그늘진 곳으로 놓인다. 가장 기능주의적 공간 배치이다. 이런 공간 배열은 밖거리에서도 유사하게 적용된다. 말하자면 태양과 소음의 공간이다. 어찌 보면 성리학에서 주장하는 4상의 공간구성이고 원자핵의 공간구성 방법이기도 하다.

안거리 뒤에는 밖에서는 접근이 불가능하고 안거리에서만 나설 수 있는 안뒤공간(뜰)이 마련된다. 가장 은밀하기도 하며 부대공간으로서 휴식공간이기도 하다. 이에 대비되는 전면의 공간은 올래이고 올래목이다. 이것은 아이의 텃줄처럼 외부와 연결된다. 마당과 안팎거리 주위에는 우영이 둘러싸고 이를 담장이 두르고 있다. 마치 원자의 핵 구성을 보고 있는 느낌이다. 이것은 인간 생활의 가장 기초이기도 하고 하나의 음악을 형성하는 한 소절의 율동이기도 하다.

공간을 세대별로 나누되 같은 공간에 붙어 있음으로써 지극히 개인적인 현대적 주생활



공간을 치유할 수 있는 대안으로 미래의 주거로서 제안해야 한다.

\* 제주 민가에 나타난 방 이름 재고 ;

삶방 ; 안거리 복판에 있는 마루방을 제주에서는 상방이라고 발음한다. 이것을 연구자는 통상 옷방이라는 의미의 上房, 혹은 마루라는 의미의 床房이라고 생각해 왔다. 이것은 남도지방에서 아래, 옷방이라고 쓰일 때의 의미와 상통한다고 여겼다. 그러나 이것은 모두 구들이고 마루는 아니다. 상방이라고 쓰이는 안동지방에서도 부엌 아래의 아랫방을 상방이라고 부르고, 봉화지역에서는 통상 건넌방을 상방이라고 부르는데 이는 머리방이라는 의미에서의 상방이다. 그러나 상방의 발전 과정을 면밀히 살펴보면 옷방이 상방이 되고 다시 사름방이 되었다가 사랑방으로 변천해 감을 알 수 있다.

정리하면 사랑방의 어원은 사람방, 곧 내가 아닌 다른 사람(손님)의 방인 것이며 사람방의 발음은 사름방이었고 이것의 어원은 삶방인데 이것의 발음은 상방인 것으로, 오랜 연구 기간을 통해 볼 때, 단정된다. 남기가 낭구로 불리고 제주에서는 낭으로 발음되는 것과 마찬가지로, 남기는 ㄱ자 받침인 것이다.

쾌팡 ; 통상 육지의 庫房과 기능과 발음이 비슷해서 이렇게 생각해 왔다. 그러나 육지에서의 고방은 양반집에서 마루가 깔린 수장 공간을 말하며 민가에서는 구들이 놓인 도장 혹은 마루가 놓인 마루방 혹은 상방으로 통상 불리는 것을 본다. 그러나 제주도에서는 노인들의 말을 채집한 결과 발음이 쾌팡인 것을 알 수 있는데, 학자에 따라서는 이를 몽고어의 쾌팡으로 보는 사람도 있다. 나는 몽고어를 몰라서 확인할 길은 없지만 고대 주거지를 발굴해 보면 우리나라 선사주거에서 몽고포에서 보는 수장시설을 가꿈은 볼 수 있다. 제주의 쾌팡에서 마루가 시설되지 않았을 때 양쪽 벽으로 팡돌을 깔고 그 위에 항아리를 배치하는 그런 방식이다. 이것은 통상 구들 시설인데 구들이 아닌데 팡돌(판석)이 나란히 깔려 있는 경우가 보인다.

이를 미루어 볼 때 쾌팡이란 제주말에서의 쾌 곧 굴렁진 작은 크기의 어두운 굴과 팡이라는 평평한 바닥 혹은 판석이라는 의미의 팡이 모여져서 쾌팡이 되지 않았는가 추측한다.

이것이 18세기에 제주가 잘 살게 되면서 상방에도 마루를 깔게 되고 심지어 쾌팡에도 마루를 놓으면서 쾌팡이 육지와 같은 의미의 고방으로 바뀌지 않았나 생각한다.

챗방 ; 제주에서 가장 근대적이고 특징적인 공간이 챗방이다. 부엌과 붙어 있는 식당이면서 삶방과 연결되어 있어 서구의 근대건축에서 주장하고 있는 다이닝키친 혹은 리빙키친인 것이다. 그러나 그 의미는 확실하지 않았다. 막연히 식당의 기능을 가지므로 한자어로 饌房이 아닌가 추정하는 학자도 있었다. 그러나 육지의 민가에서 유사한 기능으로

는 과방과 차방이 있다. 과방은 부엌 아래쪽에 위치해서 큰일을 치를 때 각종 찬을 보관한다는 의미로 쓰이고 차방인 경우는 충남 일부 지역에서만 쓰이는 이름인데 옷방 위에 골방을 마련하고 차방 혹은 상방이라고 부르는 경우를 본다. 여기서 상방이라고 하면 喪禮를 치루는 공간이라는 의미로서 부모의 삼년상을 모시는 공간이다. 그러나 차방이라고 하면 茶禮를 지낸다는 의미로서 상방과 거의 같은 뜻을 지니고 있다. 따라서 제주의 챗방이라고 하는 공간도 부모의 삼년상을 모시는 喪禮를 치루는 곧 차례를 지내는 茶房의 기능이며 이것이 '1'모음 역행동화와 된받음화 현상에 의해 챗방으로 발음되지 않는가 생각한다.

낭굽 ; 동네 어귀나 혹은 중심에 폭낭(팽나무) 혹은 느티나무를 심고 그 아래 돌은 쌓아서 여름에는 땀을 들이거나(검불리다) 혹은 사람들이 모여서 담소하는 공간으로 쓰이기도 한다. 여기에는 대체로 청풍대(화북)라던가 하는 고유명사가 붙지만 이름이 지정되지 않은 보통명사는 찾아지지 않는다. 이것을 필자는 어느 날 어떤 어린아이가 이를 편상이라고 부르는데서 한국의 민가에서 편상이라는 이름을 등재한 적이 있다. 이것이 그대로 제주민속박물관에 기록되었는데 편상이란 나무로 만들어진 것이며 이동 가능한 물건이므로 나무 아래에 축조된 석축과는 전혀 다른 모양과 기능을 갖는다.

따라서 이것은 낭굽이라고 부르는 것이 옳다. 장독대를 제주에서는 장항굽이라고 부르고 있으며 지대석을 담굽이라고 부르는데서 확인 할 수 있다. 낭굽 윗면은 굽광이 되고 그 위에 깔린 판석은 팡돌이 되겠다. 이렇게 생각하면 주초는 기둥굽이 되고 초석은 기둥굽돌, 기단은 집굽이 된다. 지붕은 집의 머리라는 의미의 집의 웅이었는데 발음상 지붕으로 순화된 것이다. 집굽의 윗면은 뜰광이 된다.

난간 ; 제주에서는 툇마루를 欄干이라고 한문으로 쓴다. 툇마루 토방 공간을 제주에서는 물동이라고 부르는데 여기에 마루를 깔았을 때 난간이라고 하는 것이다. 이로 미루어 볼 때 툇마루는 18세기 이후에 시설되었을 것이라고 추정한다.

\* 정주간채 - 성읍리에는 모커리를 정주간으로만 이용하는 소위 별동정지의 민가가 많이 있다. 이것이 오키나와의 민가의 이용과 유사하다고 해서 많은 인류학자들의 주목의 대상이 되었다.

제주의 민가는 육지의 민가와 달리 취사와 난방이 구분되기 때문에 정지(鼎廚)간이 반드시 안채에 있을 필요가 없게 된다. 이것은 중국도 마찬가지이다. 필자가 조사한 바에 따르면 목은성에 있는 강씨네 집과 조천의 김씨네 집에서 고전적인 정주간채를 발견했는데, 이 집들은 모두 기와집이고 도시형이었으며 집을 구성하고 있는 채수가 ㅁ자 집의 네거리 이상을 넘고 있는 특징을 가지고 있었다.

그러나 대부분의 민가에서는 모커리에 정지간을 두고 있었는데 원래는 2칸 막살이 집이었다. 막살이 집은 통상 구들과 정지간으로 구성되지만 구들에 벽체가 없이 만들어져서 챗방으로 이용되는 경우가 있었고 심지어는 마구간까지가 모커리 정지간에 들어오는 경우가 있었다. 1930년대에 일제는 새생활운동을 펼쳤는데 이때 가장 많이 개조된 부분이 통시간과 정지간이었으며 정지간을 안거리에서 독립시켜서 모커리에 시설하는 것이 유행하기 시작했다. 이것이 1970년대 새마을사업을 하면서 4칸집인 경우 안거리 정지간이 비좁은 관계로 모커리에 시설하는 경우가 전도적으로 퍼져나기 시작했다. 이것을 오래된 제주 민가의 한 기법으로 오해하는 것은 무리라고 본다. 원래 중국식 혹은 오키나와식 정주간채 (별동정지)는 양반집에서나 찾아 볼 수 있는 것이었으며 전통민가의 ㅁ자 배치의 모커리와는 구분된다. 모커리에 시설된 정주간채는 2칸 막살이집을 개조하여 만든 새로운 주거양식이라고 봐야 한다. 어쨌든 정주간채는 농가에서 가장 기능적인 공간 구성으로서 제주 민가의 근대성을 말해주는 대표적인 기법이라고 말할 수 있다.

## 民俗으로서의 濟州 長壽와 成長動力으로서의 ‘長壽産業’: 實踐人類學의 사례\*

전경수(서울대 인류학과 교수)

korancks@hotmail.com

### 1. 문제제기(1): 제주도의 地政學

전체 사회가 분절에서 통합으로 진행되면서, 먹고 사는 문제는 더욱더 심각하게 진행되고 있음을 우리는 실감하고 있다. 다변화가 보장되면서 통합이 진행되어야 한다는 것도 이론적으로는 알고 있지만, 통합이라는 행위 자체가 발생하는 에너지의 효과로 인해서 통합 과정에서 빚어지는 다변화의 상실감도 만만치 않게 진행되고 있음을 우리는 체감하고 있다. 목포에서 잡은 물고기가 서울과 동경에서 문제가 되고, 중국의 대련에서 실은 마늘이 인천과 홍콩에서 논의되는 세상에 살고 있다는 인식 위에서 우리는 ‘제주 산업화의 미래’를 논해야 할 것이다.

인류학도가 산업화를 거론하자면, 정책 방향으로 머리를 돌려야 하고, 그렇게 하기 위해서 고용할 수 있는 인류학이란 학문내의 전략으로는 ‘실천’이라는 문제이다. 현장을 대상으로 한 참여관찰을 방법으로 하여 연구한 결과를 연구실과 논문으로만 보관하지 않고, 현장으로 다시 피드백해서 현장의 삶에 어떠한 현상이 벌어질 것인가에 대해서 생각해 보는 주제를 우리는 ‘실천인류학’이라고 부른다. 말하자면, ‘인류학 응용’ 즉 인류학이라는 학문함을 응용하여 실제의 생활에 적용시킬 수 있는 가능성을 타진해본다는 얘기이다. 사실 인류학이라는 학문을 하는 목적의 궁극성이 연구결과를 현장 즉 그 연구결과와 원인행위가 실행되었던 현장으로 되돌린다는 점에 있다는 인식에 근거하고 있다.

본론으로 들어가기 전에 한 가지 더 명확하게 짚고 넘어가야 할 것은 ‘제주도’라는 지역

\* 본고는 (사)제주국제협의회(이사장 양의숙)와 제주발전연구원(원장 허향진)이 공동주최하는 제주국제협의회 2008년 국제학술회의(대주제 : 제주 민속의 산업화, 2008년 6월 27일, 제주영상미디어센터)에서 구두발표를 위하여 작성된 원고입니다. 발표후, 토론과 질의를 거쳐서 보완해야 할 부분들을 남기고 있는 초고의 형태이기 때문에, 본 원고의 일부 또는 전부를 인용하려는 분께서는 사전에 필자의 허락을 받아주시기를 양망합니다. 감사합니다.

의 지정학적 좌표에 대한 인식이다. 몇 년 전에 타계한 안드레 군더 프랑크(A. Frank) 교수는 타계 직전 병석에서 우리에게 보낸 비디오 메시지를 통하여 한국이라는 지역을 고려할 때 선행해야할 문제의식을 두 가지 예견한 바 있다. 그 한 가지는 ‘지정학적 충돌’(geopolitical clash)의 문제이다. 다른 한 가지는 이미 우리가 경험한 바 있는 ‘금융상의 충돌’(financial clash)로서 IMF 관리체제를 말한다. 지정학이라는 것은 제1차세계대전과 제2차세계대전 사이에 독일의 학자들이 만들어낸 개념으로서 한 국가가 위치하고 있는 지리적 좌표로부터 발생될 수밖에 없는 정치적인 문제에 대한 관점의 표현을 말하는 것이다. 한반도의 지정학적 위치는 대륙과 해양의 가운데서 양자의 충돌이 일어날 시에는 반드시 한반도의 주민들이 심각한 고생을 할 수밖에 없다는 얘기이다. 제주도도 바라볼 때도, 이러한 관점이 필요한 것이고, 더군다나 현실적인 문제를 고려할 경우에는 반드시 선고되어야하는 과제라고 생각된다.

지정학상의 제주도를 한마디로 요약한다면, 나는 동아시아의 핵심지라고 말하고 싶다. 동아시아는 대륙과 해양으로 나뉘고 있는데, 동아시아의 지도를 거꾸로 놓고 보면, 대륙과 해양의 중간지대로서 오키나와와 제주도를 꼽을 수 있다. 즉 동아시아의 북쪽 핵심지가 제주도이고, 남쪽 핵심지는 오키나와라는 구도를 설정할 수 있고, 앞으로 이 구도에 대한 고려를 선행시킨다면, 제주도는 오키나와와 밀접한 관계를 맺고 발전문제를 생각해야할 것이라고 본다. 즉 제주도의 미래발전은 오키나와와 상호보완 관계의 구도를 설정해 보는 것이 중요한 패러다임일 수 있다. 제주도의 산업이라는 문제를 고려할 때에도 항상 벤취마킹과 아울러서 보완관계를 유지할 수 있는 대상으로서 오키나와를 염두에 두는 것이 필요한 작업이라는 말이다. 현재 제주도가 오키나와와 자매관계를 맺고 여러 가지 교류를 하고 있는 것도 이미 이렇게 자리잡은 인식표현의 결과라고 생각할 수 있다.

## 2. 문제제기(2): 제주도 산업화의 미래

산업이라는 차원에서 제주도의 삶을 들여다본다면, 수산업과 축산업 그리고 농업을 포함하는 일차산업을 손꼽을 수 있다. 그러한 일차산업에 의지하여 살아온 시간이 이제는 완벽하게 끝이 난 것 같이 보인다. 산업 그 자체가 끝이 났다는 얘기가 아니라, 제주도의 정책입안자들이나 제주도에 살고 있는 사람들의 삶의 방식에서 현재 그렇게 표현이 되고 있다는 얘기다. 일차산업이라는 것이 먹는 것과 직결되어 있기 때문에, 사람이 살아가고 있는 한 어느 지역에 살더라도 그것은 끝이 날 수 있는 문제가 아니다. 다만 현재 세계화의 구도에 의해서 지배를 당하고 있는 상황에서는 끝장이 난 것처럼 보인다는 얘기

일 뿐이다. 환금작물로 등장하였던 이런 저런 것들도 이미 거덜 난 지 오래되었다. 그래서 굴뚝 없는 산업이라는 미명하에 등장한 대체산업이 관광이라는 것인데, 이것이 안고 있는 또는 앞으로 제주도민들에게 안겨다 줄 재앙은 이미 여러 차례 예견된 바 있고, 실제로 나도 그러한 예견을 시도한 사람들 중의 하나다.

토속신앙의 주체인 돌하루방은 기념품이나 장난감으로 취급됨으로서, 제주도민들의 토속신앙에 보이지 않는 관광 폐해를 각인시키고 있다. 현재로는 눈으로 확인이 되지 않지만, 제주도 사람들의 정신세계를 변화시키고 있음에는 틀림없다고 생각한다. 돈벌이를 위해서 설치한 민속촌들은 싸구려 관광상품과 음식점으로 가득하고, 그 결과 앞으로는 남은 지는 모르겠으나, 뒤로는 믿지는 장사를 하고 있는 것이 현재 제주도 관광의 실태라고 말할 수 있다. 단기 방문형을 중심으로 하는 관광 전략은 사실상 실질 소득이라는 면에서는 별로 이득이 없을 뿐만 아니라 성수기의 단기간 내에 집중하는 관광객의 숫자로 인하여 제주사회가 소란스럽게 되는 문제를 야기시킨다.

관광이라는 것도 산업이기 때문에, 반드시 산업폐기물을 생산하게 마련이다. 눈에 보이는 폐기물도 있지만, 눈에 보이지 않는 정신적인 폐기물도 쌓여가고 있다. 그 결과가 제주도 삶의 왜곡된 변질로 나타나고 있는 것이다. 관광으로 먹고 산다는 중론이 지배적이면 지배적일수록 제주도민의 내부는 상대적 박탈감과 사회적 비대칭성에 시달리게 될 것이 분명하다. 현재 보여주고 있는 관광 관련 산업의 취업구도에서도 이러한 문제는 잘 나타난다. 젊은이들의 취업이라는 것이 현재와 같은 관광산업이 제공하는 구도 속에서 얼마나 미래 지향적으로 안정된 것인가 하는 문제에 봉착해 있다. 관광이 제주도민의 삶을 구해낼 수 있는 산업으로 자리를 잡고 있는가? 그렇지 않다. 새로운 서비스 항목을 발굴해내지 못하기 때문에, 관광 경쟁력이 떨어지고, 그것을 방지하려니 할인 방식을 채택할 수밖에 없고, 할인 상품의 양산은 궁극적으로 관광산업의 매력을 떨어뜨리고 있다. 자생력이 없기 때문에, 제주특별자치도라는 행정기구는 끊임없이 예산을 들여서 적자발생 부분을 메꾸어 주어야 하는 것이 현실이다.

‘제주도 살길’의 획기적인 아이디어라고 내놓고 목하 추진 중인 골프장 건설은 또 어떠한가? 골프장 수와 ‘홀’ 수로 수익 계산은 나올지 몰라도, 골프장에 소요되는 물은 당장 어떻게 감당할 것인가? 무제한으로 지하수를 뿔아 올린다고? 언제 제주도는 사람이 살 수 없는 곳으로 변할지 모르는 상황을 초래할 가능성이 높은 것이 골프장 양산이다. 환경친화와는 거리가 먼 골프장에 대해서 언제까지 제주도의 미래 명운을 맡기고 있을 것인가? 현 지사의 임기동안에는 파탄날 일이 없을 것이 뻔하다. 자연은 그렇게 빨리 움직이지 않으니까. 그러나 미래의 어느 지사가 그 문제를 감당해야 할 것임은 명약관화한 일이다. 골프장 중심의 경제살리기가 제주도를 송두리째로 파탄낼 날은 분명하고, 문제는

시간일 뿐이다. 제주도에 사람이 살기 힘들 정도로 물을 낭비하는 체제, 골프장을 유지하기 위해서 쏟아붓는 농약과 화학비료 그리고 제초제로 인해서 바다의 사막화는 돌이킬 수 없는 방향으로 진행하고 있는 상황, 이런 것이 제주도의 삶과 산업의 총체적 난맥상이 아니고 무엇이겠는가? 파탄날 것이 눈앞에 뻔히 보이는데도 그 방향으로 진행하고 있는 것은 기만 아니면 만용이고, 그러한 기만과 만용은 거대한 음모에 의해서 진행된다고 볼 수밖에 없다. 그 음모의 끝은 ‘사람살기 어려운 제주도’가 아니겠는가?

### 3. 희망적 대안의 시나리오: 長壽=民俗

문제 속에 답이 있다. 제주도의 문제는 제주도 사람들이 안고 있다. 그러면 제주도 문제는 제주도 사람들 속에서 답이 나온다. 삼단논법을 풀어보기로 한다.

산업화는 경쟁력을 전제로 한다. 경쟁력의 확보는 각자의 개성과 특징을 최대한으로 살리는 것이 기본이다. 그렇지 않으면, 인프라의 설비에 소요되는 투자액으로 인해서 경쟁력 확보는 불가능하다. 그동안 제주도는 자연환경이 제공하는 환경 인프라의 덕분으로 환금작물과 관광산업을 경쟁력으로 내세우려는 노력을 기울였으나, 세계화의 진행은 그러한 경쟁력의 더 이상 허용하지 않는 구도를 제공하고 말았다. 그 두 가지 산업은 다른 요인들로 인해서 더 이상 제주도의 미래를 담보할 수 없는 상황을 보여주고 있다. 관광산업에 미련을 갖고 있는 것이 현실이지만, 현재와 같은 단기 방문형 관광객 유치 전략으로는 산업으로서의 관광이 경쟁력이라는 측면에서 취약한 면을 탈피하기 어렵다. 필자는 이러한 난국의 타개를 위한 대안 모색을 본고의 목적으로 삼고 있다.

제주도의 특성으로서 주목을 받지 못하고 있는 현상이 장수라는 것이다. 제주도의 장수현상을 다른 말로 바꾸면 제주도는 고령사회의 모습을 보여주고 있다고 해석된다. 현재 노인복지 분야에서 최대로 관심을 갖고 있는 것이 고령사회가 요구하는 고비용체제이다. 경제활동인구의 숫자와 비경제활동인구의 숫자가 보여주는 비율의 불균형으로 인하여 앞으로 다가올 노인복지라는 것이 걱정거리로 대두되고 있는 현실이다. 따라서 제주도의 고령사회 현상은 제주도의 문제임에 분명하고, 앞으로 이 문제는 점점 더 크게 대두될 것이라고 생각된다. 필자는 이 문제 속에 제주도의 미래를 담보할 수 있는 답이 있다고 생각하는 것이다. 그리고 그 답은 제주도의 특성을 최대한으로 살릴 수 있는 즉 제주도만이 누릴 수 있는 자연의 인프라와 장수현상을 보여주는 제주도민들의 삶 속에서 발견될 수 있다고 믿으며, 현재 생각할 수 있는 제주도 발전의 유일한 대안이라고 말하고 싶은 것이다. 그래서 제주도의 발전을 위한 새로운 개념의 산업을 제안한다. 소위 성

장동력을 위한 신산업으로서의 ‘장수산업’을 생각하며, 이것이 제주도의 자연과 삶을 담보하는 미래를 위한 ‘희망적 대안’의 시나리오일 수 있다고 본다.

동아시아에서 유명한 장수 관련 설화는 기원전 230년까지 거슬러 올라가는 기록에 근거를 두고 있다. 사마천의 사기에 등장하는 중국의 진시황제는 그의 신하 중의 한 명인 서불(徐市)을 파견하여 영원한 젊음을 준다는 약초인 불로초를 찾아오도록 지시하였다는 기록과 전설이 광범위하게 전해지고 있다. 중국과 한국 그리고 일본에 광범위하게 전해져 있는 이 전설의 존재를 구성하는 핵심적인 내용은 장수의 개념이다. 이 지역에 살고 있는 사람들이 장수에 대해서 깊은 생각을 하고 있다는 것이 역사와 전설로 이어지고 있는 것이다. 동아시아에서 장수란 사람들을 위한 최고의 행운이기도 하며, 위의 서불 전설은 백세인들과 관련된 행동과 사상을 전달하는 문화적 패턴을 이루고 있다고 이해된다.

장수에 의한 고령사회라는 현상은 앞으로도 지속적으로 유지될 것임에 분명하다. 왜냐하면, 특히 동아시아 사회는 전통적으로 “壽”가 五福 중에서도 으뜸이라는 믿음이 있어 왔을 뿐만 아니라 의료체계와 복지체계의 발달로 인하여 여태까지 진행되어오던 고령사회 현상보다도 훨씬더 강도 높은 고령사회 현상을 보일 것이라고 믿어 의심치 않는다. 따라서 고령인구가 늘어가고 있는 현상은 현재의 경제와 사회복지의 구도에 의하면 부담이 아닐 수 없다. 그러나, 현재의 구도에서 사회적 부담으로 작동하고 있는 고령인구의 문제는 그 구도의 전환 즉 발상의 전환과 그에 따른 사회적 시스템의 변화에 의해서 기회로 작동할 수 있다는 것이 필자의 소신이다. 그리고 그러한 소신이 이 글을 작성하도록 한 기본정신이기도 하다.

새로운 산업으로 제안되는 장수산업이란 기본적으로 제주도에서 살아온 제주도 사람들의 삶 속에서 배운 지혜와 지식을 기초로 하고 있다. 따라서 장수산업이란 것은 제주도라는 자연환경과 제주도민의 삶이 제공하는 인프라 위에서 가능한 것일 수밖에 없다. 제주도민의 삶 즉 특히 장수 노인들의 삶이란 그 자체가 하나의 민속현상이다. 환언하면, 장수라는 현상은 민속의 하나로 간주될 수 있다. 그 반대 방향은 아니지만, 백세를 살아온 제주도민의 삶에서 발견되는 인생행로의 지혜가 민속이라는 단어로 압축될 수 있는 것이다. 제주도 사람들이 살아온 방식, 즉 제주 민속에서 발견되는 장수 요인들을 결집하여 그것들을 콘텐츠로 삼아서 산업화의 아이디어와 접목시킨다는 전략이 장수산업을 구상하는 요체이다. 그렇게 하기 위해서는 제주도의 장수현상을 보여주는 간략한 자료를 점검해볼 필요가 있다.



&lt;표 1&gt; 전국 시·도별 노인인구 현황 비교(김진영 교수 작성)

(단위: %)

구분	총인구(A)		65세 이상 인구(B)		80세 이상 인구(C)		85세 이상 인구(D)	
			B/A (%)		C/B (%)		D/B (%)	
	2000년	2007년	2000년	2007년	2000년	2007년	2000년	2007년
전국	47,732,558	49,268,928	7.03	9.87	15.12	15.58	5.67	6.06
서울	10,311,314	10,192,710	5.42	8.29	15.60	14.75	5.91	5.92
부산	3,796,506	3,587,439	6.03	9.65	12.46	13.36	4.55	4.69
인천	2,524,253	2,493,261	5.43	7.69	14.82	15.90	5.29	6.11
대구	2,545,769	2,664,576	5.90	8.86	13.78	13.76	4.97	5.07
광주	1,371,909	1,413,444	5.64	8.05	16.37	15.91	6.52	6.41
대전	1,385,606	1,475,659	5.47	7.72	15.56	15.95	5.82	6.19
울산	1,040,225	1,099,995	4.05	6.02	15.27	15.34	5.69	5.81
경기	9,219,343	11,106,211	5.69	7.84	14.87	15.42	5.53	6.02
강원	1,554,688	1,503,806	9.26	13.45	16.87	16.84	6.15	6.67
충북	1,497,513	1,506,608	9.09	12.36	15.70	16.12	5.89	6.43
충남	1,921,604	1,995,531	11.19	14.31	15.20	16.36	5.76	6.41
전북	1,999,255	1,862,277	10.29	14.32	15.63	16.77	5.89	6.60
전남	2,130,614	1,929,836	11.94	17.23	15.55	16.43	6.16	6.55
경북	2,797,178	2,681,364	10.75	14.57	16.09	16.90	5.80	6.57
경남	3,094,413	3,196,953	8.44	11.09	13.36	15.70	4.89	5.56
제주	542,368	559,258	7.99	11.04	19.18	18.01	8.88	8.74

자료: 통계청 KOSIS, 각년도 전국주민등록인구통계에서 산출

한 지역의 장수현상을 거론하기 위해서는 대체로 두 가지의 지표가 필요하다. 하나는 65세 이상 인구 속에서 차지하는 85세 이상 인구의 비율이고(D/B), 다른 하나는 해당지역의 인구 십만 명당 백세인의 실질 숫자이다. 위의 표에서 보여주다시피, 2000년과 2007년의 통계자료에 의하면<표1>, 전국평균의 D/B는 각각 5.67%와 6.06%인데 비해서, 제주도의 D/B는 각각 8.88%와 8.74%로서 전국의 어떤 다른 곳보다도 월등하게 높게 나타나고 있으며, 그 비율은 타의 추종을 불허하고 있다. 즉 제주도가 장수지역임을 입증하는 절대적인 자료인 셈이다.

&lt;표 2&gt; 제주도 100세 이상 장수자 현황(2007)(김진영 교수 작성)

(단위: 명)

구분	계	제주시	서귀포시
계	55	41	14
남	1	1	-
여	54	40	14

자료: 제주도 2007 주민등록인구통계

제주도 백세인의 숫자는 십만 명당 10명을 상회하는 수치를 보이는데<표2>, 이것은 전국평균 5명 미만의 배가 넘는 셈이다. 백세인의 숫자라는 측면에서도 제주도의 장수현상은 전국의 어떤 지역과도 비교할 수 없는 결과를 보여준다. 따라서 제주도는 한국의 장수지역이라고 판정할 수 있고, 장수라는 현상이 제주도 사람들의 삶의 결과라는 점을 인식할 수 있다. 따라서 삶의 결과가 보여주는 민속으로서 장수현상을 고려함에는 전혀 무리가 없다고 생각한다. 우리는 이렇게 나타난 제주도의 장수현상에 대해서 면밀하게 분석해야할 과제를 안고 있다.

백세인을 중심으로 한 장수현상에 대한 연구들은 세 가지의 기준을 제시한다. 유전적인 현상과 자연환경의 현상 그리고 문화적 현상의 결과로서 나타나는 것이 장수라는 것이다. 유전적인 현상이 장수의 중요한 요인이기는 하지만, 다른 요인들에 의해서 상당한 영향을 받는 것으로 나타난다. 장수인자를 갖고 태어난 사람이라도 자연환경이 좋지 않거나 좋지 않은 인생행로를 거치는 사람은 장수할 수가 없다고 판정되고 있다. 그 반대도 마찬가지라고 한다. 제주도의 자연환경이 다른 어떤 곳보다도 월등히 좋다는 점은 이미 관광산업의 인프라로서 작동하고 있는 점으로도 인정되고 있다. 이러한 상황 하에서 우리는 제주도의 문화 즉 제주도 사람들이 살아온 삶의 방식이라는 틀 속에서 제주도의 장수현상을 해명해 보아야할 부분이 남았다.

제주도는 역사적인 기록에서도 장수지역으로 인정할 수 있는 증거들을 보여주고 있다. 16세기 후반에 제주목사는 30가구가 살고 있는 해안 마을을 방문하였는데, 거기서 그는 7명의 백세인을 만났다(林梯 1577). 이 기록이 진정으로 사실이라면, 30호가 거주하는 한 마을에 7명의 백세인이 살고 있다는 사실 자체가 대단한 발견이며, 실로 놀라운 기록인 것이다. 또 다른 문서는 17세기 말 제주도에 살고 있는 백세인들에 관한 재미있는 이야기기를 전한다(李元鎭 1701). 제주목사 이형상은 이 섬이 장수지역으로 알려져 있다는 것을 기록으로 증명하였다. 그에 의하면, 제주도에서 120세의 한 노인은 널리 유행하는 병으로 1695년과 1696년 사이에 죽었다. 그 당시에 102세 노인 1명과 101세 노인 2명이 계속 생존하여 있었으며, 또한 16명의 90대 노인과 94명의 80대 노인도 거기에 살고 있었다고 기록하였다.

<남환박물지(南宦博物志)>(1704)라고 하는 그림편역의 일부는 이형상 목사가 베풀었던 양로연(경로잔치)의 장면을 보여준다. 이 잔치의 날짜는 1702년 11월 19일(음력)이었다. 제주목사는 제주도 내에서 3명의 백세인, 23명의 90대 노인들, 183명의 80대 노인들을 초대하였고, 다른 도에서 2명의 고위관리들과 15명의 하급관리들이 방문하였다. 조선왕조시대(1392년-1910년)에는 목사가 새로운 지역에 부임하게 되면, 그 지역에 사는 노인들을 위한 경로잔치를 제공해야 한다고 기재되어 있는 목사의 공식적인 직무 규정이 있었다.

그러므로 목사들은 노인들을 잔치에 초대한 것이고, 서체가 있는 그림의 형태로 그 행사에 관한 기록을 남겼다.

다음과 같은 전설도 흥미로운 것이다. 어떤 약장사가 몸에 좋다는 보약을 팔기 위하여 제주도를 순회하고 있을 때, 밭에서 일을 하고 있는 한 노인을 보았다. 마침 점심 때가 되어서 그 노인과 환담을 하며 쉬면서 약을 팔아보려고 하는데, 밭에서 일하던 노인이 점심을 위한 반찬으로 밭의 돌담 위에 올라가서 넝쿨 식물의 줄기를 뜯어왔는데, 그것이 뽕순이었다. 약장사는 그 광경을 보고, “뽕순 때문에 약을 판매할 기회가 없다”라고 슬퍼하였다는 전설이다.

제주도의 장수현상은 문화적 차이로 해석될 수 있다는 유전학자의 결론이 제기된 바 있다. 즉 가족제도의 모습이 한국의 다른 지역과는 현저한 차이를 보이고, 그러한 차이에서 비롯된 노인의 역할이 고령에 이르기까지 농업노동을 지속시키는 것과 장수현상의 상관관계에 대한 설명이 가능하다는 것이다(박상철 2002). 우리는 이 생화학자의 해석에 대해서 지극한 미소를 금할 수밖에 없다. 왜냐하면, 제주도의 가족생활에 대해서 밝은 인류학자나 사회학자들은 제주도 노인들의 독립적인 생활방식을 잘 알고 있기 때문이다. 제주도의 노인들은 자식들이나 타인에 의존하지 않고 ‘죽을 때’까지 독립적으로 일을 한다. 가족관계 속의 ‘의존’이라는 것이 얼마나 많은 스트레스를 안겨다 주는 지에 대해서는 앞으로 면밀하게 연구해볼 과제이지만, ‘의존’관계로 인해서 발생하는 일반적인 사회관계의 어려움에 대해서는 우리 모두가 잘 느끼고 있는 문제이다.

제주도의 장수자를 구성하는 성비에 나타나는 이러한 현상에 대하여, 우리는 어떠한 해석을 해야 하는가 하는 문제에 직면한다. 특히 백세인의 숫자에서 보여주는 남녀 성비의 극단적인 불균형에 대한 해석에 있어서 역사적인 문제를 외면할 수 없다고 생각한다. 인구는 역사를 반영하고 있다는 점이 확인된다.

이상과 같이 제주도가 장수지역이며, 제주도의 장수현상은 문화적으로 설명되어야 할 부분이 많이 있다는 점을 확인할 수 있다. 즉 제주도의 삶이 제주도 장수현상의 핵심이라는 점을 인정한다면, 제주도 사람들이 살아온 삶의 모습이 고스란히 담겨있는 민속을 장수현상 분석의 요체로 지목해야 하는 것이다. 백세인은 많은 사회적 기억들을 가지며 100년을 살아 왔는데 그런 기억의 일부는 전 세대로부터 전달 받은 것이다. 민속은 문화이고, 문화는 기억을 바탕으로 한다. 기억의 축적을 근거로 우리는 문화든 민속을 논할 수 있다. 역사적인 기록 자료와 현재의 인구통계 자료가 하나의 일치된 목소리를 내고 있는 제주도의 장수현상이 새로운 산업을 위한 성장동력으로 거듭나기 위해서는 경쟁력이라는 차원에서 검토될 필요가 있다.

#### 4. “長壽産業”: 복지사회의 성장동력

이 글의 목적은 제주도의 장수현상을 축하하자는 것도 아니고, 장수의 비밀을 밝히려는 것도 아니다. 장수노인들과 백세인들을 축하하려는 것이 아니라 삶의 결과로 나타난 장수 현상이 다음 세대에 혜택을 줄 수 있는 방법을 모색함 즉 미래발전의 가능성에 대해서 논의하고 있다. 어느 한 나라가 더 젊은 세대로부터 징수한 높은 세금으로 노인들을 부양할 의도를 갖고 있다면, 급속히 늘어나고 있는 백세인들 및 기타 노인들로 인하여 시간이 지나가면 갈수록 젊은이들에 대한 부담이 더 커지게 마련이다. 현재와 같은 인구지표를 보여주는 사회는 세대간의 경쟁 즉 사회복지체계의 자원 획득을 위한 투쟁을 경험할 것이다. 말하자면 世代戰爭이 현실로 다가오고 있음을 예고하고 있다. 이런 경쟁을 어떻게 피할 수 있겠는가? 이것이 우리가 안고 있는 미래 불안의 원천이자 미래 세대들이 경험하게 될 삶의 부담이다. 이 부담이 문제이고, 그 문제로부터 해답을 구하자는 것이 본고의 목적이다. 즉 ‘부담이 기회’라는 속담을 생각하게 되는 것이다.

인구의 특성이 구조적으로 달라지면, 그에 걸맞는 새로운 형태의 산업체계를 구상하는 것이 합리적이다. 전통적인 산업체계 즉 일차산업과 이차산업 그리고 삼차산업이라는 구도가 지배하고, 기껏해야 일차산업과 삼차산업의 통합이라는 형태의 변형 정도로는 앞으로 다가오는 새로운 형태의 인구구도에 적응할 수가 없다. 현재 지배적인 산업체계란 산업사회의 모형이다. 후기산업사회로 접어든 상황에서, 새로운 산업체제로 무장하는 대대적인 지각변동만이 새로운 시대의 미래발전을 기약할 수 있다. 더군다나 제주도의 경우는, 그 자연적 자산과 문화적 자산을 기초로 한 새로운 형태의 산업체계를 고안해내지 않으면 영원히 “육지의 식민지” 노릇을 하게 될 것이며, 더욱더 제주도에서 사람이 살아남기 힘든 곳으로 변질될 것이라는 점은 이미 전반부에서 지적한 바이다. 그야말로 새로운 산업, 제주도를 위한 성장동력으로서의 새로운 산업에 대한 열망이 필요하고, 그 열망은 제주도의 특성 위에서 추진될 수밖에 없다는 확신이 필요하다.

제주도가 장수라는 현상을 지역발전의 동력으로 삼기 위해서 벤취마킹할 수 있는 곳은 오키나와이다. 오키나와에서는 縣에서부터 村에 이르기까지 여러 가지의 다단계 차원에서 장수라는 개념을 지역발전의 프로그램에 접목시키려는 시도가 진행 중이고, 어느 정도는 성과를 내고 있는 것으로 관찰된다. 예를 들면, 1993년 오키나와의 오기미손은 노인 클럽의 후원을 받아서 “장수 일본 넘버 원”이라는 기념탑을 세웠다. 촌의 지방정부는 오기미손 내에서 자생하는 ‘시와사’라는 토종 감귤을 장수식품으로 선정하여 재배면적을 확대하고 생산을 장려하고 있으며, 이러한 아이디어는 오키나와 현의 차원에서도 긍정적으로 지원책이 마련되고 있다. 1995년 지방 정부는 오키나와 현 내에 기록된 백세인의 수

를 기준으로 세계장수현장도 발표하였다. 현정부는 오키나와의 특산 식품을 장수식품으로 선정 발표하고, 오키나와 특산의 여러 가지 장수식품 개발을 추진하고 지원함으로써, 일본 전국을 상대로 상품판매를 시도할 뿐만 아니라 그러한 홍보의 후속 효과로 장수 프로그램을 겨냥한 관광상품이 개발되고 있다. 따라서 일본 내에서 오키나와 관광의 질적인 내용이 “장수”라는 키워드를 중심으로 변하고 있다고 말할 수 있다. 구체적인 내용으로는 현대의학도 주목하는 17가지의 건강식품산업에 중점을 두고 있다(尙 弘子 2001: 172-174). 그 재료들은 모두 오키나와에서 생산 및 제조되고 있는 것들이고, 그러한 재료에 대한 심층적인 연구 분석을 기초로 하여 財團法人 沖繩縣産業公社가 주축이 되어 지역 내의 각종 식품제조 기업과 판매망을 동원하여 장수를 모토로 하는 건강식품의 개발과 진흥에 힘쓰고 있다.

25년간의 장수연구를 기초로 하여 “持續健康을 위한 4주간 프로그램”과 “오키나와 프로그램을 위한 食單” 등을 개발하여 응용함으로써 건강장수의 학습을 위하여 방문하는 관광객들은 최소한도 4주간 체류하는 효과를 발생시키고 있다(Wilcox, Bradley, Craig Wilcox & Makoto Suzuki 2001). 그 결과 건강장수를 목적으로 일본 국내로부터 오키나와로 이주하는 사람들이 증가하면서, 결과적으로 획기적인 인구변동의 상황을 보여준다. 예를 들면, 일본 전국의 모든 지방이 인구 감소 현상을 경험하고 있고, 또한 오키나와도 1980년대 이래 꾸준히 인구감소를 경험하다가 최근에는 인구가 증가하는 추세를 보여줌으로서 건강장수 프로그램의 효과를 반영하고 있다는 결론을 얻고 있다. 오키나와의 경험은 지방자치의 모델로서 인정을 받고 있고, 결과적으로 일본의 다른 지방 정부들도 키워드로 “장수”를 내세움으로서 지역 개발 프로젝트를 위하여 서로 경쟁을 하는 모습을 보여주고 있다. 환언하면, 일본에서는 장수현상의 산업화 가능성을 시험 중에 있는 단계라고 말할 수 있다.

중국 신장성에 거주하는 위구르족들도 장수한다고 알려져 있다. 그들이 지켜온 의약처방이 그들의 장수와 깊은 관계가 있다는 점을 현대의학의 기술로 증명하고 응용하는 프로그램이 진행 중에 있다. 위구르에서는 전통적인 약초가 집중적으로 재배된다. 여러 가지 종류의 약초들이 선택되고 삶아지고 증류수로 만들어져서 냉각되고 수집된다. 이렇게 준비된 약초는 아락(arak)이라고 불리는데, 이 단어는 아라비아어로 땀방울이라는 의미이다(瑪麗亞沙克木, 中村輝子, 遠藤次郎 1996: 204). 현대식 병원에서는 위구르의 전통적인 의약처방을 핵심으로 시행하기 위하여 의학교육 체계 자체를 위구르 전통의학식과 현대의학식을 접목시키고 있다.

중국의 한족 사회에서도 장수라는 것은 오래된 전통적 개념으로서 삶의 중심에 자리 잡고 있다. “壽”자를 기본으로 한 壽祥文化의 예술화에 박차를 가하는 작업이 진행되고

있는 점도 우리에게만 벤취마킹의 대상이 된다(蔡豊明 2001). 다양한 예술 장르에 수상 문화의 개념을 접목시키는 점은 전통의 현대화라는 점에서 의미가 있을 뿐만 아니라 장수라는 개념과 예술을 접합시킴으로서 얻어내는 새로운 산업을 지향하고 있다. 이 부분은 장수산업을 고려함에 있어서 특히 중요한 측면이라고 생각된다. 왜냐하면, 산업사회를 통하여 경험된 바 있는 산업이라고 하는 것이 궁극적으로 기술과 금융의 접합으로 진행됨으로서 삶의 후면부가 경제적인 과정에 의해서 희생되는 경우가 주요한 사회병리상의 문제로 지적되었던 것이다. 즉 산업사회의 전통이 외면하기 쉬운 측면이 예술과 정신세계의 부분인데, 이 점에 대한 보완책으로서 예술과 산업의 접목을 장수현상이 매개하는 것은 자못 바람직한 현상이 아닐 수 없다. 예술이라는 것이 산업과 함께 진행되지 않을 때 발생가능한 삶의 메마름과 물상화의 위험을 경계하고 그러한 위험으로부터 삶을 방어해낼 수 있는 자생력을 보장하는 것이 예술적인 측면이기 때문이다.

또 다른 장수지역인 지중해의 사르데냐 섬은 유럽인들이 가장 많이 찾아가는 휴양지이다. 남성장수 지역으로서 유명한 이곳은 장수라는 조건을 기초로 하여 건강식품과 자연조건을 최대한으로 활용한 관광산업이 진행되어 왔다. 농업인 일차산업과 관광인 삼차산업을 결합한 아그리투리스모(agriturismo)가 과소화 지역의 지역살리기 전략으로서 대표적인 기반을 갖추게 되었다. 사르데냐에서도 가장 장수지역인 누오로는 돼지고기 햄(프로슈토)의 최대산지이다. 도토리떡 먹이로 하여 성장하는 돼지는 빵과 함께 전통적인 사르데냐 사람들의 주식이다. 그들의 ‘빠네’와 ‘프로슈토’는 장수음식으로 평가받고 유럽의 곳곳에서 최대의 고급 음식으로 선호되고 있다(Chun 2008). 사르데냐가 유럽 사람들의 최고 휴양지로 손꼽히는 이유는 사르데냐의 자연환경과 문화인 셈이다.

급격히 산업화하고 있는 중국대륙의 인구를 생각하고, 후기산업사회로 이미 접어든 일본과 한반도의 인구를 감안하며, 화인과 화교의 경제권에 속해있는 동남아시아의 인구를 생각하면, 우리는 20억에 가까운 숫자를 그릴 수 있다. 제주도는 오키나와와 함께 동아시아의 핵심지라는 개념을 설정한 의도는 지정학적으로 제주도의 위치가 장수산업의 논의에 유의미하다는 점을 강조하기 위함이다. 오키나와 프로그램, 위구르의 동서의약통합 시스템, 사르데냐의 휴양지 개념 등을 통합한 장수산업의 가능성을 펼쳐보는 것은 제주도 발전의 성장동력을 마련하는 기틀이 될 수 있다고 본다.

앞에 예로 든 지역발전의 요인으로서 장수라는 현상은 아직 산업화의 단계를 보여주지 못하고 있다. 장수산업이 가능하기 위해서는 지역사회 전체 구도를 그 방향으로 조직해야 하는 과제가 남아 있다. 예를 들면, 운동과 영양 등을 포괄하는 소위 ‘웰빙’ 산업의 체계적 구축과 노인관련 질병과 요양을 위한 시설의 타운화 등이 위에 사례로 든 것들과 접목할 수 있는 방안에 대한 구체적인 연구가 필요한 것이다. 노인개호와 같은 사회복지

의 방식이 건강식품과 따로 돌아가는 상황에서는 장수산업을 기대할 수 없다. 휴양이 중심이 된 관광 개념과 의료체계가 한통속으로 진행될 수 있는 인프라의 조성이 필수적인 것이다. 보여줌으로서 관광객의 주머니를 열게 하는 방식은 더 이상 통용되지 않는다. 그러한 관광객들은 점점 더 ‘속살’을 보려고 하기 때문에, 제주도의 주민들이 보여줄 수 있는 ‘속살’의 한계는 지켜져야 하는 것이다. 관광객이 제주도에서 진행되고 있는 삶의 방식을 배우는 기회를 갖도록 하고, 제주도의 삶을 장기간 동안 살아보도록 하는 방안을 강구하는 것이 제주도 사람들의 삶의 질을 위해서도 필수적인 방향감각이다.

‘멜순’과 같은 건강장수의 식품이 산업화의 대상이 되고, 건강의료의 시설이 산업화의 대상이 되고, 그것이 지역 주민의 고용과 소득으로 연결이 가능한 방안을 마련하는 것은 연구자들과 정책입안자들의 몫으로 남아 있는 것이라고 말할 수 있다. ‘몸국’과 ‘멜순’에 대한 기능성 연구가 아직 이루어지고 있지 않은 제주도의 현실을 직시하고, 오키나와의 건강장수식품들의 기능성에 대한 연구가 벤치마킹이 된다면, 희망적 대안의 시나리오는 현실로 다가올 가능성을 제시해줄 것이라고 생각한다.

## 5. 결론: 떳떳하게 사는 방식

제주도는 “제주특별자치도”로 변모하였다. “특별자치”가 붙으면 무슨 독립이나 하는 것처럼 난리법석을 떨었다. 무늬만 변모이지 내용은 아무런 변화가 없다. “특별자치”가 되면, 무슨 큰 봉이라도 떨어질 것처럼 법석을 떨었지만, 실속 없는 바람만 불었던 것이다. 제주도 사람들 가슴에 바람만 들게 한 것이다. 그것이 육지와 제주도의 현실적인 관계라는 점을 직시할 필요가 있다. 현재와 같은 구도에서는 육지중심의 정책에 의해서 움직이는 것이 제주도라는 점을 분명하게 인식하는 것이 필요하다. 육지의 정치판도가 요구하는 방식에 따라서 “특별자치”라는 단어가 시혜된 것이다. 허울만의 시혜를 얻기 위해서 애걸복걸한 시간들을 낭비해야 하는 삶의 모습이 식민지의 그것과 무슨 차이가 있는가? 차라리 떳떳하게라도 살아가는 것이 더 바람직하지 않겠는가? 그렇게 하기 위해서는 제주의 미래발전은 제주도의 특성 위에서 제주도 사람들에 의해서 마련되는 것이 바람직하다. 그래야 최소한도 떳떳하게 살았다는 자부심은 가질 수 있다고 생각된다.

동아시아 사람들이 공통분모로 갖고 있는 개념들 중에 “의식동원(醫食同源)”이라는 틀이 있다. 오키나와 사람들 사이에서는 누군가의 집에 손님으로서 저녁에 초대될 때, 의례적인 인사로서 “쿠수이 나단(*kusui nadan*)”(kusui 는 의학을 뜻한다)이라고 말하기로 되어 있다. 이것이 민속이며, 문화이다. 제주 민속을 깊이 있게 성찰할 때, 그 속에서 우리

는 제주의 특성을 배울 수 있고, 제주에서 배운 지혜를 기초로 제주에 맞는 성장동력을 발견할 수 있다고 믿는다. 더욱더 중요한 것은 그렇게 해서 발견해낸 것이 제주 발전을 위한 성장동력으로서 가치를 지닌다. 빌려온 것이 아니라 ‘메이드인 제주’로서의 원산지 표시를 분명하게 할 수 있다는 점이며, 그것을 기초로 제주도에서 세계로 발신된 상품과 아이디어가 제주도 사람들의 주머니를 불릴 수 있을 뿐만 아니라 자부심을 채워주는 저수지 역할을 하게 될 것이다.

나는 서론 부분에서 지정학을 언급하면서 오키나와와 제주도의 연관성에 대한 논의를 하였다. 오키나와는 세계 최고의 장수지역으로 인정받은 사실이 있고, 일찍부터 장수를 키워드로 한 지역발전의 시도를 성공적으로 진행하고 있는 곳이다. 제주도가 아직 배우지 못한 바를 오키나와에서는 달성하고 있는 것이다. 그러나 오키나와에는 한라산 같은 존재가 없다. 그리고 눈도 없다. 아직도 그들은 구태의연한 산업체계 속에서 오키나와의 지역 발전을 위한 장수를 논하는데 머물러 있다. 장수라는 개념을 모체로 한 성장동력으로서의 신산업이라는 새로운 패러다임을 창출하지 못하고 있다.

장수는 연령의 문제일 뿐만 아니라 오래 사는데 요구되는 신념을 포함하는 개념이라고 주장하고 싶다. 오키나와 프로그램 같은 것이 제시되고, 사르데냐와 같은 휴양지의 개념이 제주도에 심어질 때, 이러한 신념은 달성된다. 그 신념은 다른 사람들에게 심어질 수 있는 신념이다. 아직 이 세상의 어느 곳에서도 실행되고 있지 않은 ‘장수산업’이 제주도에서 가능하다는 신념을 갖을 필요가 있다. 18세기의 이형상 목사는 임금에게 “80대와 90대의 사람들은 행복의 상징이다. 백세인은 나라의 매우 중요한 상징이다”라고 보고한 바 있음을 역사서는 전하고 있다. 백세인들은 화석이 아니라 사회의 보석으로 간주되었던 것이다. 장수현상의 결과로 나타난 고령인구는 사회의 골칫거리가 아니라 사회의 미래를 진단하고 예견하고 방향을 제시하는 등대역할을 하는 것이다. 미래의 “연령지진(agequake)”에 순응하는 장수 문화는 과거 사회에서 노인들에 관한 전통적 맥락으로부터 재발명되어야 한다. 그리고 잘 살아온 결과로서 나타난 장수는 미래 삶의 본보기일 뿐만 아니라 미래 삶을 위한 성장동력으로서의 에너지원이 될 수 있다.

사람은 자기의 신념에 따라서 살아갈 때 가장 떳떳하게 살아가는 법이다. 장수산업이 미래발전의 성장동력으로 가동될 때, 제주도에서 가장 떳떳해지는 사람들이 우리들의 부모들이고 노인들일 것이다. 제주도의 후세에게 물려줄 수 있는 신념의 창출이 선조들이 물려준 장수라는 민속으로부터 출발하기를 간절히 기대해 본다. 그것이 문화의 연속이다. 그리고 “실천”을 위해서는 나도 일정 부분 참여를 해야 할 것으로 생각하며, 그럴 경우 나는 진행되는 과정에 참여하고 싶은 것이다. 그 과정을 면밀하게 기록으로 남긴다면, 그것이 실천인류학의 실천이 되는 셈이다.



## 참고문헌

- 박상철 2002 한국의 백세인. 서울: 서울대학교출판부.  
南宦博物志 1704  
李元鎮 1701 <耽羅志> '風俗-人多壽考' 條  
李衡祥 <瓶窩全書>, '耽羅啓錄抄' 第15啓  
瑪麗亞沙克木, 中村輝子, 遠藤次郎 1996 “ウイグルの傳統醫學に使用される  
蒸露劑に對して”, 藥史學雜誌 31(2): 204-210.  
蔡豐明 2001 生命之樹常青: 中國壽禮. 上海: 上海文藝出版社.  
尚 弘子(監修) 2001 健康と長壽の島島, 沖繩. 大阪:  
株式會社アドステーション。  
Chun, Kyung-soo 2008 "Living Past 100 Years: Perspectives From  
Anthropology of Longevity", *Annual Review of  
Gerontology and Geriatrics* 27: 173-204.  
Wilcox, Bradley, Craig Wilcox & Makoto Suzuki 2001 *The Okinawa  
Program*. New York: Clarkson Potter.

## <민속으로서의 제주 장수와 성장동력으로서의 ‘장수산업’: 실천인류학의 사례>에 대한 토론문

김진영(제주대 사회학과 교수)

1. 전경수 교수님께서서는 최근 수년간 인간의 장수현상에 대해 남다른 인류학적, 사회과학적 관심을 가지고 세계 장수지역을 누비며 참여관찰과 기록을 하고 있으시다. 특히 장수현상에 대해 단순히 학문적 사실 발견의 관심에만 머무르지 않고 오늘 발표문에서 보듯 학문과 실천의 문제를 깊이 고민하고 그 해답을 모색하고자 하는 입장을 견지함으로써 인류학의 지평을 확대하고 계시다는 점에서 그 의의가 크다. 개인적으로 경의를 드리고 싶다.

2. 흔히 토론은 두 가지 측면에서 이루어질 수 있는데, 하나는 발표문의 문제점과 한계를 제시함으로써 발표문이 보다 완성적인 수준으로 나아갈 수 있도록 조력하는 것이고, 다른 하나는 토론자의 의견을 발표문 내용에 부연하여 추가함으로써 발표자와 생각을 확대 공유하고자 하는 것이다. 토론자는 제주의 장수현상에 관하여 전경수 교수님과 기본적으로 같은 생각을 하고 있으며 장수현상에 대한 연구가 제주사회가 직면하는 ‘위기상황’을 이해하고 기능적으로 중요한 역할을 할 수 있다는 ‘신념’에 동의하고 있기 때문에 후자의 측면에서 언급하고자 한다.

3. 주지하다시피 지금까지 제주의 주요 산업은 감귤산업과 관광산업이다. 제주 생명산업이 처한 상황과 이에 대한 고민은 세계경제의 급속한 세계화와 경쟁 심화 현상으로 인해 직접적으로 제기된 것이라 할 수 있다. 일국단위의 국민경제체제에서 세계단위의 글로벌 경제체제로 경제의 작동 범위와 과정이 확대되게 됨에 따라 한 국가 단위에서 비교우위를 점할 수 있었던 감귤과 관광산업은 그 지배적 위치를 상실하기 시작한지 꽤 되었다. 제주사회와 제주인들의 고민과 시름이 깊어지는 것은 바로 여기에서 연유하는 것이다.

산업화의 역사적 경험에서 볼 수 있듯이 한 사회가 유지해왔던 생계기반 산업의 위기는 인구이동과 유출을 심화시켜 공동체의 피폐화를 초래해왔다. 60년대 이후 산업화·도시화 과정에서 지속적으로 나타난 육지농촌의 경험이 제주지역의 농촌사회에도 나타나고

있는 것이다.

사회학자들은 한 사회의 구조와 변동의 상태를 보고자 할 때 인구 상태를 기초지표의 하나로 사용한다. 제주의 인구지표는 제주의 산업상황을 잘 예시해주고 있다. 향후 1차산업 종사자 비율은 더 감소할 것이고 지역내 인구가동도 구 제주시권으로 더 몰릴 것으로 예측된다. 이러한 인구가동의 변화는 제주지역 내 불균형 발전과 생명산업의 위기를 반영하고 있다.

4. 제주 양대 산업의 위기는 새로운 산업과 발전 패러다임의 변화를 모색하도록 요구하고 있다. 세계화, 개방화, 지역화 등의 경쟁 심화에서 비롯되는 위기와 위협을 극복하고 대안구축과 새로운 기회를 만들어야할 절박한 단계에 직면해 있다. 제주사회가 안정적인 공동체적 기반을 유지하기 위해서는 생계산업의 경쟁력 확보와 대안산업의 정착이 우선적으로 모색돼야 하는데, 국제자유도시와 그 관련 프로젝트들, 신산업육성, 평화도시 등과 같은 대형 프로젝트도 이러한 인식에서 마련된 것이다. 그러나 아직 뚜렷하게 성과를 내지 못하고 있는 것이 현실이다.

5. 오늘 발표에서 제주사회가 안고 있는 위기 상황 속에서 대안적 산업으로 ‘장수산업’의 필요성과 가능성이 언급되었다. 장수산업의 대체적인 방법론적 방향도 제시되었다. “장수현상은 제주인에 있어서 민속현상이며 삶”이라는 명제 하에 제주민속에서 발견되는 장수요인들을 발굴하고 이를 유기적으로 콘텐츠화 하여 산업화하자는 것이 주장의 요체이다. 장수산업이야말로 제주가 가장 경쟁력 있게 다가설 수 있는 ‘희망적 대안산업’이라는 것인데, 흥미로운 인류학적 제안이고 현실적으로 심층적 연구를 해볼 가치가 큰 것이라 생각된다.

6. 장수산업의 가능성을 아직 초보적 형태를 갖고 있지만 오키나와에서 찾을 수 있음이 주목된다. 장수식품 개발 및 판매, ‘지속건강을 위한 4주간 프로그램’ 등은 장수산업의 가능성을 보여주는 것들이며 이는 오키나와 지역개발의 코어프로젝트로 작동하고 있다. 이밖에 중국 신강성의 전통의약 처방과 현대의학의 접목, 중국 한족사회의 수상문화와 예술의 접목, 남성장수지역인 지중해 샤르데나의 건강식품과 휴양지의 접목 등도 유익한 아이디어를 얻을 수 있는 예들이 된다.

7. 장수산업이 성공하려면, 제주사회의 문화 전통과 구체적인 삶 속에서 장수와 연관된 장점, 특징적인 요소들을 발굴해내고 이를 자연환경과 접목시키는 것이 중요하다. 우리는

이미 우수한 자연조건은 갖추어진 것이기 때문에, 그리고 인구통계관련 자료가 제주지역이 장수지역임을 입증해주고 있기 때문에, 이것들과는 별개로 장수문화현상에 대한 연구 작업은 매우 중요한 것이다.

그러기 위해서 다음의 것들에 대한 연구가 집적되어야 한다. 이것은 장수산업에 대한 성공 가능성에 대한 ‘신념’을 제공하는 지적 인프라가 될 것이라 생각된다.

문화현상에서 장수와 연관될 수 있는 요인들을 찾아내는 것, 즉 노동, 식품과 식단 구성, 사회관계 및 조직 등의 친 장수적 특성 요인을 규명하고 장수노인들의 활동 상태를 조사하는 것이 선행적으로 필요하다. 다음으로 상품화의 가능성, 그리고 장수 프로그램 개발, 장수산업 성공지역과의 네트워크 개발 등일 것이다. 장수요인을 딴 데서 찾기보다는 제주의 특성에서 찾아내어 이를 산업으로 육성해내는 것, 이것이 요체이다.

8. 병행하여 장수산업화와 관련하여 중요하게 다루어져야 할 또 다른 부분은 장수산업이 제주사회에서 향후 대안산업으로 과연 가능한지를 충분히 검토하는 일이다. 장수산업이 1차산업과 관광산업을 대체하는 대안산업 차원의 수준으로 과연 자리매김하는 것이 과연 가능할까 하는 근본적 질문이 제기될 수 있기 때문이다. 물론 어떻게 하느냐에 따라 장수산업이 대안산업이 될 수도 있지만, 현실을 고려할 때 관광산업과 연계된 측면, 즉 보완적인 측면이 많다. 제주관광은 2005년 관광객 수가 5백만명을 돌파함으로써 선진관광지 반열에 진입하기 위한 초석을 마련하였다고 할 수 있지만 지금과 같은 관광패턴과 단기 체류형으로는 관광수입을 증가시키고 관광산업의 지속가능성을 확보하는 데 한계가 있다. 장수산업화는 관광객의 체류기간을 연장시키는데 크게 기여할 수 있을 것이다. 동북아 지정학적 요충지로서 제주가 국제적인 관광·휴양지로 발전할 수 있는 잠재력을 가지고 있다는 것을 받아들인다면, 장수산업은 1차산업과 관광산업, 보건의료 등과의 융·복합 작용을 통한 새로운 부가가치를 창출하는데 충분히 기여할 수 있는 보완산업으로서 관광산업의 지속가능한 발전을 견인하는 한 방도가 될 수 있을 것으로 생각된다.

## <민속으로서의 제주 장수와 성장동력으로서의 ‘장수산업’: 실천인류학의 사례>에 대한 토론문

고승한(제주발전연구원 연구위원)

미래사회는 고령사회가 될 것으로 예측되어 선진국 혹은 우리사회도 이에 대한 다양한 논의들이 전개되고 있다. 특히 우리나라는 2000년을 기점으로 고령화 사회로 진입하였고, 20년 안으로 고령사회 및 초고령사회로 진입할 것으로 전망되고 있다. 제주지역은 2015년에 고령화사회에서 고령사회로 진입할 것으로 예상되고 있으며, 아울러 2025년에 초고령사회로 들어설 것으로 추정되고 있다.

고령사회에서 고령층 인구가 차지하는 비율이 많아지게 되면 노인 자신에게 뿐만 아니라 우리사회 전체에 여러 가지 문제를 초래할 것이다. 예컨대, 노인에게는 주거, 소득보장, 부양, 건강, 직업, 여가, 소외, 자살 등의 각종 노인문제가 발생할 것이고, 동시에 국가적으로는 경제활동인구의 감소로 잠재성장률의 하락, 국민연금의 고갈, 사회적 부양비 급증, 의료비 부담 증가가 등으로 어려움을 겪게 될 것이다.

이처럼 고령사회의 도래로 인한 모습들이 그리 밝은 것만은 아니지만 반드시 그렇지만은 않다는 주장들도 많다. 고령사회에서 노인들은 건강하고 생활방식의 변화로 인해서 국가·사회적으로 새로운 활력을 주는 소비 및 생산자층으로 변한다는 것이다. 그래서 21세기 고령사회에서 새로운 성장동력산업들이 등장하여 국가·사회발전에 이바지 할 수 있다는 것이다.

고령사회에서 대표적 산업이 실버산업, 고령친화산업, 장수산업 등이 거론되고 있다. 이들 산업에 대한 개념적 논의는 여기서 언급하지 않겠지만 공통적으로 노인층 인구 증가로 인한 노인을 주요 소비층으로 삼는 산업 및 경제활동 영역에 속한다. 특히 장수산업은 단순히 65세 이상 노인층 가운데장수노인과 관련된 산업부문과 관련되었지만 장수문화를 기반으로 하고 있다.

이미 제주지역은 문화 및 민속학적으로 장수산업을 발전시켜 나갈 수 장수문화의 토대를 갖추고 있는데 아직 “장수(Longevity)”의 문화적 콘텐츠를 산업으로 발전시켜 나갈 논의 초차 이루어지고 있지 않다. 그래서 제주지역이 장수산업을 21세기 지역의 신성장동력산업으로 발전시켜 나가기 위해서는 다음과 같은 전제 조건들이 필요하다.

첫째, 장수산업을 발전시켜 나가기 위해서는 먼저 장수노인들을 대상으로 노화 및 장수요인들에 대한 학제간 연구들을 할 수 있는 연구인프라 구축이 필요하다. 제주지역이 과연 장수지역으로서 역사와 문화 및 민속학적 특성을 지니고 있는지, 아울러 유전학적, 영양학적, 인구학적, 환경적 특성 등에 대한 학제간 연구들을 지속적으로 함으로써 장수산업의 발전이 더욱 촉진될 것이다. 이런 맥락에서 장수연구와 관련된 연구기관에 대한 지원이 대폭 확충되어야 할 것이고, 더 나아가 노화 및 장수연구를 전담하는 새로운 독립 연구기관 설립도 고려할 필요가 있다.

둘째, 제주가 장수의 섬으로서 장수이미지를 제고하여 장수산업의 브랜드 가치를 높이는 지역경쟁력을 갖추기 위해서는 문화컨텐츠 산업과도 연계시키는 노력이 필요하다. 왜냐하면 제주의 “장수(Longevity)”가 가진 문화컨텐츠 사업(예컨대, 연극, 영화, 만화, 게임, 애니메이션, 등)의 특성들과 연계시켜 접근할 필요가 있기 때문이다. 오늘날 문화컨텐츠 산업은 하나의 거대한 문화산업으로서 자리를 잡고 고부가가치를 생산하고 있어서 “장수(Longevity)”의 문화적 특성을 고려한 문화산업으로 발전시켜 나가는 부분도 심도 있게 연구해야 할 것이다.

셋째, 제주특별자치도가 추진하고 각종 도 발전계획 속에 장수산업이 중·장기 발전계획으로 자리매김되어야 할 것이다. 예컨대, 제주국제자유도시종합계획, 제주도 제1차 지역혁신발전 5개년계획, 2025년 제주광역도시계획, 제주국제자유도시종합계획 보완계획 등에서는 장수산업 발전계획은 제시되어 있지 않기 때문에 향후 도 종합발전계획에 장수산업의 발전 과제가 포함되어야 할 것이다.

넷째, 장수산업은 경제적 가치 뿐 만 아니라 문화사회적 가치를 함의하고 있기 때문에 제주가 추구하는 평화, 생태, 안전, 친환경, 웰빙 등의 제주지역 이미지와 합치할 수 있도록 사전에 종합적 접근에 바탕을 두어야 할 것이다.

다섯째, 장수산업은 제주특별자치도의 핵심전략산업인 관광산업, 친환경 1차산업, 의료산업, 교육산업, 첨단산업과 연계할 수 있도록 해야 할 것이다. 그런 연계체제하에 장수산업 발전계획을 수립하고 실천할 때 시너지 효과를 더 기대할 수 있을 것이다. 그래서 제주가 미래의 동력산업으로 선택한 5대 전략 산업들 속에서 장수문화의 특성을 고려한 전략품목들을 선택하고 접목시켜 나가야 할 것이다. 그렇지 않으면 장수산업의 발전은 계획 및 구성단계에서 끝나 버릴 가능성이 있기 때문이다.

특히 제주가 계획하고 있는 제주웰스케어타운 조성 사업과 연계하여 관광(휴양), 의료, R&D 등이 장수산업에 접합될 수 있도록 하여야 할 것이다. 따라서 제주의 장수산업은 제주특성을 감안하여 타지역에 비해 경쟁력을 갖출 수 있는 분야를 선택해야 할 것이다. 예컨대, 관광, 교육, 농업, 휴양, 한방, 식품 등과 같은 분야를 들 수 있다.

여섯째, 제주특성에 맞고 경쟁력을 확보할 수 있는 분야의 장수산업을 선택하되 고려할 점은 선택과 집중을 도입해야 할 것이다. 장수산업 분야의 우선순위를 정하고 선점하여 비교우위를 확실히 지켜나가 지역산업으로 도약할 수 있도록 해야 할 것이다. 장수산업의 발전 과정에서 백화점식 사업 구상이나 전략을 경계해야 할 것이다.

일곱째, 세계장수지역들과의 교류를 활성화해야 할 것이다. 왜냐하면 제주가 세계장수지역과 교류를 활성화시켜 나갈 때 제주 장수산업의 시장을 개척하고 확장시켜 나갈 수 있는 시장환경을 조성하는데 도움이 되기 때문이다. 특히 일본의 오키나와 지역과의 연 구, 관광, 식품 분야 등에서 상호 교류를 증진해 나갈 때 제주의 장수산업은 보다 발전할 수 있는 기반을 다져 나갈 수 있는 계기가 될 것이다.

여덟째, 제주지역의 장수이미지와 산업과의 연계를 실천하려면 먼저 제주노인들이 장수하여야 하고 이를 위한 장수노인복지 체제가 갖추어져 있어야 할 것이다. 만일 제주노인들이 건강하고 행복한 노후를 보내지 못하고 장수노인들도 그 숫자가 점점 줄어들게 되면 제주 장수산업의 브랜드 가치는 점점 떨어져 시장 경쟁력을 잃을 가능성이 크기 때문이다. 그러므로 제주장수노인들의 질적 복지시스템이 구축되어야 할 것이다.

아홉째, 장수연구 뿐 만 아니라 장수산업을 육성 발전시켜 나가려면 이를 뒷받침하고 체계화시켜 나갈 전담 부서가 있어야 할 것이다. 장수산업의 발전을 위해서는 정책계획 수립, 법적·제도적 정비, 각종 사업 발굴, 투자자 모집, 인력개발, 상품개발, 시장개척 등과 같은 업무들을 총괄하는 부서가 특별자치도 산하에 존재할 필요가 있다. 민간부문에서 장수산업을 본 궤도에 오르기 전에 특별자치도에서 다양한 지원을 아끼지 않아야 할 것이고 그러기 위해서는 (가칭)장수산업발전기획단이 설립되어 일정 기간 동안에 장수산업을 측면 지원하는 행정체제가 마련되어야 할 것이다. 일정기간 후에 장수산업이 제대로 발전해 나가면 민간부문으로 완전히 넘기면 될 것이다.

마지막으로, 제주의 장수문화와 장수산업을 제대로 발전시켜 나가기 위해서는 노인복지 관련단체, 대학, 연구기관, 장수마을, 도, 노인전문 의료기관, 도 등과의 상호 네트워크 체제를 구축할 필요가 있다.

## 제주어의 관광 상품화

강영봉(제주대 국어국문학과 교수)

### 1. 서 언

이 글은 제주어를 관광 상품화하는 방안을 강구하는 내용으로 쓰여진다. 언어 자체가 불가시적인 것이라 가시화하는 작업이 힘들고, 힘든 만큼 구체적이고 실현 가능한 방안을 마련하는 것도 어려운 일에 속한다.

왜 제주어를 관광 상품화해야 하는가 하는 당위성은 제주어의 특징으로 현현되며, 나아가 제주어를 관광 상품화하는 구체적인 방안으로는 어떤 것이 있을 수 있는가?가 이 글의 논의 대상이다. 이 글에서 사용하는 ‘제주어’는 ‘제주 사람들의 생각이나 느낌을 표현하는 데 쓰는, 전래적인 언어’를 말한다.

### 2. 제주어의 특징

음운, 문법, 어휘 측면에서 살펴본 제주어의 특징은 다음과 같이 요약할 수 있다.

#### (1) 음운

제주어의 음운은 9개의 단모음과 20개의 자음으로 구성되어 있다. 단모음은 ‘아래아’ (으)를 포함하여 ‘ㅣ, ㅐ, ㅙ, ㅡ, ㅓ, ㅜ, ㅝ, ㅞ’ 등 9개의 단모음 체계를 이루고 있다.

ㅣ	ㅡ	ㅜ
ㅐ	ㅓ	ㅞ
ㅙ	ㅝ	ㅟ

이 가운데 ‘아래아’(으)가 있다는 것은 제주어의 가장 큰 특징 가운데 하나다.



ㄴ늘다(細)	ㄴ득(滿)
ㄴ세(剪)	ㄴ실(秋)
ㄴ(邊)	ㄴ물(菜)
늘(刃)	ㄴ리(橋)
득(鷄)	들(月)
들다(甘)	딸(女息)
땀(汗)	ㄴ디(節)
ㄴ슴(心)	물(馬)
바람(風)	뵤다(明)
술(肌)	쫄(米)
아들(子)	츄(眞)
프리(蠅)	폴(肱)
팏(小豆)	훅(土)

제주어에는 ‘합자해’에서 언급한 ‘ㅣ’와 ‘ㅚ’의 합음인 쌍아래아(으)도 남아 있다. ‘으답(여덟), 으숫(여섯), 으라(여러), 을다(열다)’ 등이 그 예이다. 모음 ‘니’는 단모음 [ɰ]로 발음되지 않고 항상 복모음 ‘웨’[we]로 발음된다.

한편 자음도 표준어보다 1개가 많은 20개의 자음 체계로 구성되어 있다.

ㄱ	ㄷ	ㄴ	ㄷ	ㄴ	
ㅋ	ㅌ	ㄸ	ㅊ		ㅎ
ㄲ	ㄴ	ㅃ	ㅆ	ㅉ	
ㅇ	ㄴ	ㅍ			ㅇ
	ㄴ				

위 표에서 보듯, 마지막 후음 계열에 ‘ㅎ’ 외에 후두유성음 ‘ㅇ’[ɦ] 하나가 더 있다. 이는 ‘산포도’를 뜻하는 식물인 ‘머루’를 [머뤼]라고 발음하지 않고 [멀뤼]라고 발음하는 데서 확인할 수 있다.

‘ㅉ’도 종성(받침)에서는 쓰이지 않는다. 이는 ‘있다’를 ‘이시다, 쫄다, 잇다’ 등으로 말하는 데서 확인된다.

이러한 어두자음군 어휘들은 표준어처럼 된소리로 변하기도 하지만 대부분 거센소리로

변한다. ‘빠지다>꺼지다, 빼다>궤다, 뿌리다>뜨리다’ 등은 표준어와 같은 변화 양상을 보이지만 ‘딱>착, 빠다>츄다, 뿔다>털다, 뿌다>체다, 뽀다>초다’ 따위는 거센소리로 변하여 표준어와 차이를 보인다.

## (2)문법

문법 사항 가운데 중요한 내용은 다음과 같다.

### ①접사의 발달이다.

‘갈-(갈중이), 겁-(겁비), 난-(난드르), 돛-(돛자라), 도-(도나다), 생이-(생이벨망), 아끈-(아끈다랑쉬), 먹-(먹돌), 땅-(땅개)’ 등은 제주어의 특징이 드러나는 접두사들이다. 가족 관계를 나타내는 어휘와 연결되는 ‘셋-, 말жат(말젯)-, 죽은-, 다슴(다심)-’ 등도 특이하다.

‘-내기(나기, 곱을내기), -대기(데기, 손콥데기), -바치(침바치), -애다(도왜다), -배기(고른배기), -암지(목암지), -뎡이(꽃뎡이, 임뎡이), -생이(잎생이), -쉬(걱대쉬, 귀막쉬)’ 등은 주요 접미사들이다.

### ②독특한 대명사가 쓰인다.

독특한 대명사는 2인칭 ‘이녁, 지녁’과 3인칭 대명사로 ‘일미, 글미, 절미, 야의(야이), 가의(가이), 자의(자이)’가 그것이다.

- 케난 지녁이 먹어서?(그러니까 네가 먹었니?)
- 일미 말도 그른 말 웃다.(이이 말도 그른 말 없다.)
- 어뎡흐느니, 글미도 오렌 흐라게.(어떻게 하느냐, 그이도 오라고 해라.)
- 절미신디 혼번 부탁혀 봐.(저이한테 한번 부탁해 봐.)
- 야의가 경 골아냐?(그 아이가 그렇게 말하더냐?)
- 가의 집의 강 보게.(그 아이 집에 가 보자.)
- 암만 웨도 자윈 못 들을 거여.(아무리 외쳐도 저 아이는 못 들을 거야.)

③주격 ‘-레’, 처격 ‘-디(디), -더레, -터레, -레’, 여격 ‘-안티, -아피, ㄱ라, -신디’, 비교격 ‘-왕, -광’ 형태가 있다.

- 손지레 서윌 간덴 흐여라.(손자가 서을 간다고 하더라.)

- 솟디 보라 밥 시냐?(술에 보아라, 밥 있는가?)
- 물 질어당 물항더레 ㄱ득 채우라.(물 길어다가 물독에 가득 채워라.)
- 그걸랑 마리레 놓아뒹 가라.(그것이랑 마루에 놓아두고 가거라.)
- 나신디 주믄 전해주주.(나한테 주면 전해주지.)
- 나안티도 싶저.(나한테도 있어.)
- 아방ㄱ라랑 ㄱ지 맙서.(아버지한테는 말하지 마십시오.)
- 밥괡 떡괡 어느 게 더 좋으냐?(밥과 떡과 어느 게 더 좋으냐?)

④시간 표현은 다음 표에서 보듯이 다양하게 나타난다.

과거	현재	미래
-ㄴ	-ㄴ	-ㄹ
-ㅇ	-ㅁ	-ㅇ
-데	∅	

- 하영 먹언 가수다.(많이 먹어서 갔습니다.)(과거)
- 밥도 먹영 이시라.(밥도 먹어서 있어라.)(과거)
- 간 보난 어십테가.(가 보니 없었습니다.)(과거)
- 으전 간 보난 막 좋은 거라라.(갓고 가서 보니 아주 좋은 거더라.)(현재)
- 어디 감이니?(어데 가고 있니?)(현재)
- 갈 사름은 빨리 가는 것도 일 도웁이여.(갈 사람은 빨리 가는 것도 일 도와줍이지.)(미래)
- 강 곶아 똥 오라.(가서 말해두고 오너라.)(미래)

⑤동작상이 질서 정연하게 나타난다.

동작상이란 동사가 가지는 동작의 양태를 말한다. 여기에는 일이 끝나서 그 결과가 지속되는 의미를 나타내는 ‘완료상’, 움직임이 진행 중임을 나타내는 ‘진행상’, 어느 기준점에서 상황이나 상태가 그렇게 전개될 것이나 동작이 예정되어 있음을 나타내는 ‘전망상’ 등이 있다. 각각 문법적 형태와 예문은 아래와 같다.

- 완료상: -아시(앗)-, -어시(엇)-  
 진행상: -암시(암ㅅ)-, -엄시(엄ㅅ)-  
 전망상: -게 뉘다, -게 ㅎ다(허다)

- 하루 해천 솟아시난 이제 먼 익었저.(하루 해전 삶았으니 이제는 전부 익었지.)(완료상)
- 다 먹어신가?(다 먹었는가?)(완료상)
- 나 저래 감시키여.(나 저리 가고 있겠다.)(진행상)
- 글 익엄수다.(글 읽고 있습니다.)(진행상)
- 계난 그디 강 살게 뒤엇주.(그러니까 거기 가 살게 되었지.)(전망상)
- 손지덜랑 잘 먹게 흐라.(손자들은 잘 먹게 하여라.)

⑥경어 표현 중 상대 높임은 3등급으로 되어 있다.

‘-시-’에 의한 주체높임이 없는 반면, 종결어미에 의한 상대높임은 ‘흐라체, 흐여체, 흡서체’ 등 3개의 체계로 되어 있다. 또한 상대방을 높이기 위하여 선어말어미 ‘-우-’를 사용하여, 첨사 ‘마씀’ 등에 의한 경어법도 발달한 편이다.

- 진술문: 밥 먹엄저.(흐라체) 밥 먹엄서.(흐여체) 밥 먹엄수다.(흡서체)
- 의문문: 밥 먹언가?(흐라체) 밥 먹어서?(흐여체) 밥 먹엇수강.(흡서체)
- 명령문: 밥 먹으라.(흐라체) 밥 먹어.(흐여체) 밥 먹읍서(흡서체)
- 감탄문: 밥 먹네(흐라체)
- 청유문: 밥 먹자.(흐라체) 밥 먹주.(흐여체), 밥 먹읍주.(흡서체)

### (3)어휘

제주어의 어휘적 특징은 일찍부터 언급된 바다. 이는 이원진의 《耽羅志》(1653) ‘風俗’條의, “지방 말이 간삼하다.○지방 말이 간삼하고, 말소리는 앞이 높고 뒤가 낮다. 김정희의 <제주풍토록>에는 이곳 사람들의 말소리는 가늘고 높은 게 바늘과 같고 또한 많은 것은 알기가 어렵다고 하였다. 주기에는 특이한 어휘가 많아 ‘서울’을 ‘서나’라 하고 ‘숲’을 ‘고지’, ‘오름’을 ‘오름’, ‘툽’을 ‘콧’, ‘입’을 ‘굴레’, ‘굴레’를 ‘녹대’, ‘재갈’을 ‘가달’이라 하는데 그 말소리는 이와 같다 하였다.”(俚語艱澁○村民俚語艱澁 先高後低 金淨 風土錄 土人語 音細高如針刺 且多不可曉 州記 語多殊 以京爲西那 以藪爲高之 以岳爲兀音 謂爪爲蹄 謂口爲勒 草羈謂之祿大 鐵銜謂之可達 其語音類如此)라는 내용으로 대표할 수 있다.

①중세 어휘가 많이 남아 있다.

‘아래야’(으)와 ‘쌍아래야’(으)가 남아 있다는 사실도 중세 어휘가 많이 존재하게 하는 이유 가운데 하나다. ‘말(馬), 다리(橋), ㄱ세(剪), 하루(一日)’를 비롯하여 ‘으라이(諸), 으섯(六), 으답(八)’ 등이 그 예이며, 다음 비교에서도 이를 확인할 수 있다.

제주어	중세어	현대어
퀘다	괴다	사랑하다
글레기	글오기	쌍둥이
보미다	보미다	녹슬다
느쟁이	느저이	나깨
ㄴ시락	ㄴ스라기	까끄라기
жат	жат	성(城)
고장	곶	꽃
올레	오래	문
통시	통시	변소

### ②한자 어휘가 많다.

김석익의 《탐라기년》권4(甲戌 14년)에, “이 해 목사 허명은 잠녀가 미역을 채취하고 내는 수세(水稅)를 폐지하고 자비전(自備錢) 900량을 공용으로 보충하니 허명(許溟)의 치정(治政)을 백성들은 청백(清白)의 덕이라 칭송하여 비를 세웠다.”(是歲牧使許溟罷潛女採藿水稅自備錢九百餘兩以補公用許溟治政清白民稱德立碑)에서 ‘허명이문세’라는 말이 나온 것처럼 제주어에는 한자어가 많다.

- 벌초허는 사름어시믄 골충웨는 겁주.(골충=古塚)
- 계난 구기가 그거라.(구기=九九)
- 경혜 웨도 구눔은 지각헌 사름이라.(구눔=窮凶)
- 큰물에 강 서담호영 오라.(서담=洗踏)
- 헤여 땡기는 게 꼭 송시 남직허다.(송시=凶事)
- 어평사 송악헌지.(송악=凶惡)
- 웨가에 식게 먹으레 잳다 와수다.(식게=式暇)
- 이 식게 테물 먹읍서.(테물=退物)

### ③여느 방언보다 몽골어 차용 어휘가 많다.

이는 역사적 사실과 부합한다. 제주도와 몽골은 사신을 파견할 때 제주 성주를 동행하게 한 1266년부터 고려에 귀속되는 1367년까지 약 100 년 동안 관계를 맺는다. 3대에 해당하는 기간이기 때문에 몽골어가 제주어의 한 켠을 이루고 있음은 분명하다.

- 가달석: 고삐 줄
- 가라(말): 털빛이 까만 말
- 고들게친: 쟁거리막대의 양 끝에 매어 길마의 뒷가지와 연결하는 줄(=쟁거리끈)
- 고라(말): 털빛이 누런 말
- 고적: 일가에 장사가 난 때에 친척끼리 만들어 가는 부조떡이나 쌀
- 구렁(말): 털빛이 밤색인 말
- 녹대쉬염: 귀밑에서 턱까지 잇따라 난 수염(=구레나룻)
- 다간: 두 살의 소(몽골에서는 어린 말을 뜻함)
- 도곰: 안장 밑에 까는, 짚방석 같은 물건(=땀치)
- 마: 손에 가지고 있는 것을 건넬 때 하는 말
- 복닥: 물건에 씌워진 껍질 또는 물건 위에 덧씌어진 모자 따위
- 부루(말): 털빛이 하얀 말
- 수룩: 떼, 무리
- 우룩: 친척, 인척
- 적다(말): 털빛이 붉은 말
- 지달(싸다): 마소의 발을 자유로이 움직이지 못하게 몸에 동여 묶는 일

④ 반복 표현을 즐겨 쓴다.

이런 반복 표현에는 소리나 모양을 흉내낸 ‘한한하다(많고 많다), 존존하다(잘디 잘다), 현현하다(험디 험다)’와 같은 첩어가 있고, “사난 살앗주.”, “넘으난 넘엇주.”, “좋은 좋다 곧고 굿이쁜 굿다 굴음네께.”, “훼걸음 건다.”처럼 같은 말을 반복한 표현이 있다. ‘팡팡’이란 어휘가 들어간 예문을 들어 보면 아래와 같다.

- 새 보리낭에 불을 숨아가난 연기가 **팡팡** 허난 할망이 와선게.
- 지금이야 돈이 농협으로 **팡팡** 나오곡.
- 총소리가 **팡팡** 나난 우리 아버진 아이고 이젠 큰일났젠.
- 나는 물이니까 그냥 물이 경 **팡팡** 하지 아녜주.
- 아털 니 겔 나질 못헌덴 **팡팡** 두드리단 이젠 가렌 보내엿주기.
- 눈 **팡팡** 현 때 일허레 간디 욱만 막 허는 거라.
- 어멍 봐지난 어멍신디 가지도 안 허연 질레에 닝 **팡팡** 막 울언.

### 3. 제주어의 관광 상품화

제주어의 관광 상품화는 제주어의 보전 측면과 함께 ‘은사의 원리’를 담아야 한다.

우리가 사용하는 언어에는 문화가 반영되고 사용자의 사고(思考)가 내재되어 있다는 점이다. 곧 제주어에는 제주문화가 투영되어 있고, 제주인의 사고와 생활 양식을 내포하고 있다. 이와 관련, 사피어(E. Sapir)의 이야기를 음미해볼 필요가 있다.

언어에는 배경이 있다. ... 또한, 언어는 문화 즉 사회적으로 상속되어 우리의 생활 조직을 결정하는 풍속(風俗)·신앙(信仰) 등과의 집합(集合)을 떠나서는 존재하지 않는다.

한편 ‘은사의 원리’도 준용하여야 할 것이다. ‘은사(恩賜)의 원리’란 모든 언어 자료는 공히 중요하고 가치 있는 것이기 때문에 자료 제공자와 그 언어 사용자에게 반드시 감사의 뜻을 지녀야 한다는 것이다. 이를 실현하기 위한 다뉴엘 론다가 제시하는 내용을 이상규의 《국어방언학》(2004: 492)에서 재인용하면, ①일반인을 위한 방언 해설서(언어학자를 위한 전문서나 연구용 서적과는 별도의) 간행, 보급. ②초중등학생들의 사회과(국어과) 교과서에 방언과 관련된 교과과정을 개발하여 방언을 사용하는 사람에 대한 태도를 교정하고 방언을 사용하는 데 대한 열등감을 없애도록 한다. ③지역 방언과 관련된 다큐멘터리를 제작 방송한다. ④지역 방언을 수록 편집한 CD를 제작 보급한다. ⑤관광객을 위한 방언집이나 “방언을 지킵시다!”와 같은 구호가 있는 셔츠를 제작 공급 등을 들고 있다.

제주어의 관광 상품화는 제주어가 지닌 특징을 최대한 살리는 방향으로 추진되어야 한다. 제주어가 지닌 음성언어, 문자언어의 속성을 적절하게 조화시켜야 함은 물론이다. 음성언어는 민속 문화와 결합한 형태로 구현되어야 할 것이며, 문자언어는 ‘아래아’를 비롯한 제주어 표기에 맞게 표기하여 제주어의 참 맛을 살려야 한다.

그 구체적인 방안은 ①제주어 사용 구역을 지정, 운영, ②제주어 상품 이름 짓기, ③제주어 디자인 상품 개발, ④제주어 표지판 설치, ⑤제주어 상호와 단체, 회사, 옥외 광고물 설치, ⑥제주어 가사 노래 제작과 보급, ⑦제주어 문고 발간 등을 고려할 수 있을 것이다.

#### (1) 제주어 사용 구역 지정 운영

여기서 제주어 사용 지역이란 생생한 제주어를 맛보게 하고, 체험을 위하여 지정한 일정한 구역을 말한다. 주로 민속 마을, 노인회, 잠녀촌 등을 그 대상으로 활용할 수 있다. 접근성을 고려한다면 표선민속촌, 성읍민속마을과 몇 개의 마을 노인회를 시범 운영하며 확대할 필요가 있다. 이렇게 된다면 제주어 보전이라는 측면과 함께 관광 상품화라는 일

석이조의 효과를 얻을 수 있을 것이다.

## (2) 제주어 상품 이름 짓기

요즘 들어서 제주어를 활용한 상품 이름들이 많다. 그 대표적인 것으로 ‘천아·따라비·바리메·영아리·노꼬매(차 이름), 송이(화장품), 뽕테강·뭉생이(전통 옷), 산도록·불흔디감귤(분말차), 하르방(초콜릿), 혼저웁서예(초코바)’ 등을 들 수 있다. ‘천아, 따라비, 바리메, 영아리, 노꼬매’는 오름 이름이며, ‘송이’는 ‘주로 오름에 있는 붉은 색깔의 화산 부스러기’를 말한다. ‘뭉생이’와 ‘불흔디’는 각각 표준어 ‘망아지’와 ‘반딧불이’에 해당하며, ‘하르방’은 ‘할아버지’의 뜻이다. ‘뽕테강’은 ‘보셨습니까’, ‘혼저웁서예’는 ‘어서 오십시오’의 뜻을 지닌다. ‘산도록’은 ‘짜느랴다’에 해당하는 제주어 ‘산도록하다’의 어근에 해당한다. 이 이름들은 제주어의 특징이 어느 정도 드러나는 상품 이름들이다.



<사진 1> 백년초 초코바 포장지



<사진 2> 제주백년초분말차 포장 상자





<사진 3> 감귤가루 포장 상자



<사진 4> 감귤초콜릿 포장상자

그러나 ‘불한디’와 ‘하루방’은 문제다. 반딧불이는 ‘불한디, 불한지’로 ‘-한-’으로 나타나지 않으며, ‘하루방’은 ‘하르방’의 잘못이다. 이 제품은 특히 수학여행 다녀가는 학생들이 많이 구입하는 상품이라는 데 문제가 심각하다. 배우는 학생들이기 때문에 잘못된 제주어가 빨리 보급된다는 점 때문이다. ‘몽생이’도 사진처럼 포장 상자에는 ‘몽생이’와 ‘몽생이’이 함께 인쇄되어 있어서 혼란을 주고 있다.



<사진 5> 제주갈옷 상표



<사진 6> 제주갈옷 포장 상자



<사진 7> 제주도중소기업 공동 상표



<사진 8> 제주시 지역특산물 명품 이름

또 제주지역중소기업 공동 상품 이름으로 ‘제주마쌤’과 제주시 지역특산물 명품 이름으

로 ‘해올렛’이 있다. 여기서 주목하고자 하는 것은 ‘제주마썸’과 ‘해올렛’에 대한 의미 부여의 글이다.

- 제주마썸: 제주마썸은 제주중소기업 생산업체의 이미지를 높이고 판로지원을 위한 공동상표로써 지역문화의 특성, 자연 환경과 최대한 연계하면서 언어의 조화성을 고려해 ‘제주입니다’의 제주방언인 ‘제주마썸’과 영문표기 ‘It’s Jeju’를 제주의 상징인 돌하르방의 넉넉한 미소와 함께 담아냈습니다.

- 해올렛: ‘해올렛’은 청정 제주의 명품 공동브랜드로 ‘해’는 ‘海’와 ‘SUN(태양)’으로 청정한 자연을, ‘올렛’은 제주방언인 ‘올레(집으로 들어가는 길)’로 제주 명품으로의 초대와 ALL(맛의 모든 것)+LET(허락하다)의 의미를 담고 있습니다.

‘제주마썸’은 꼬트머리의 ‘담아냈습니다’라는 표현이 좀 거스르긴 하지만 그런 대로 무난한 편이다. 그러나 ‘해올렛’인 경우는 문제다. 위 사진에서 보는 것처럼 ‘해’가 한자어 ‘海’와 관련 있다고 하지만 한자의 변(彳)과 한글 ‘해’의 결합은 디자인이라고 하지만 어색하고, 영문 표기를 ‘HAEALLET’으로 한 것도 그 기준이 모호하다. 곧 ‘HAE’는 국어 로마자 표기를, ‘ALL’과 ‘LET’은 영어로 표기하고 있다. 어순으로 볼 때 한정사(all) 다음에는 명사가 온다는 규칙을 어기고 있다. 이는 ‘OUTLET’을 염두에 둔 의미 부여라고 하지만 너무 작위적인 의미 부여다.

### (3) 제주어를 디자인한 관광 상품 개발

여기서 제주어란 어휘나 속담, 경구 등을 말한다. 어휘나 속담, 경구가 들어간 손수건, 티셔츠, 액세서리, 소품, 포장지 등이 없었던 것은 아니다. 제주어의 말맛을 살리면서 좀 더 참신하게, 사지 않고는 못 배길 만큼 매력적으로 개발하는 일이 필요하다.

### (4) 제주어를 활용한 각종 표지판 설치

여기서 각종 표지판이란 ‘교통표지판’을 비롯하여 ‘도로표지판, 안전표지판, 안내표지판’을 말한다. 예를 들어 ‘경적을 울리지 마시오’라는 뜻의 표지판을 생각해 보자. 나발 모양에 가위표를 한 표지판과 제주어 ‘속숨’이라 표기하고 다문 입에 손가락을 갖다 댄 그림의 표지판. 분명 제주어로 표기한 표지판이 더 신선하고, 관광객들에게는 신기함을 제공할 것이다. 이런 표지판은 법의 틀 안에서 설치해야 함은 당연하다.

## (5) 제주어 상호, 단체, 회사, 옥외 광고물 설치

제주어 상호, 단체, 회사 이름도 많은 편이다. ‘ㄱ메기(식당 이름), 조랑말(중고차 판매점), 제주올레(단체 이름), 산새미(회사 이름) ...’ 등을 들 수 있다. 상호에서 문제는 되는 것은 ‘아래아’만 들어가면 제주어 어휘인 줄 알고 있다는 데 문제가 있다.

올레○○→올레(올래)○○

○○쿨→○○콜

읍데강○○→읍데강○○

몰○시○→몰○쉐(牛)○

ㄷㄱ리○○→도고리○○

흑ㄷ새기→흑도새기

## (6) 제주어 가사 노래 제작과 보급

가수 혜은희가 부른 ‘감수광’은 잘 알려진 제주어 가사 노래다. 이 경우를 본다면 제주어 노랫말로도 충분히 가능함을 알 수 있다.

최근에는 가수 양정원, ‘뚜럼부라더스’가 활동하고 하고 있는 것은 반가운 일이다. 다만 제주어 노랫말이 제주어 표기에 맞게 표기되었으면 하는 바람이다. 제주어 1인극(오영순 씨), 제주어 만으로 구성된 공연을 통하여 제주사투리의 독창성과 문화성을 살려내기 위한 기본적인 토대를 마련한다는 취지에서 창립한 ‘제주꽃놀래’, 10여년 전부터 제주 민요 판굿을 전파하고 있는 민요패 ‘소리왓’, 어린이 민요단 ‘소리나라’, 소리꾼 고성옥 등은 제주어 노래뿐 아니라 제주어 가사를 담은 CD 보급에도 앞장서고 있다. 이들의 활동이 기대된다.

참고로 양정원이 부른 ‘호썰 이땅 가게’라는 제목의 노랫말은 아래와 같다.(인터넷 ‘제주소리꾼 양정원 ...제주 노래’에서 인용함)

고만시라.

호썰이땅 가키어.

나 알양 가키어.

어땡 와신디, 어땡 와신디.

무사 가렌 햄시니.

하영 꽃지말양 고만시라.

나 알앙 허키어.  
어평 온 칠인다.  
어평 온 칠인다.  
무산 가켄 햄시니.

와시난 놀당 가사주.  
놀당 가살꺼 아니냐.  
와신디 놀당 가진 못허민 을큰해영 어평 갈꺼파.

하영 꽃지말앙 고만시라.  
나 알앙 허키어.아이고 아시아. 고맙다.  
성님. 경해도 고맙수다.

와시난 놀당 가사주.  
놀당 가살꺼 아니냐.  
와신디 놀당 가진 못허민 을큰해영 어평 갈꺼파.

하영 꽃지말앙 고만시라.  
나 알앙 허키어.  
아이고 아시아. 고맙다.  
성님. 경해도 고맙수다.

아이고 아시아. 고맙다.  
성님. 경해도 고맙수다.

이 가사를 보면, ‘ㄱ만시라’를 ‘고만시라’처럼 인터넷에서 실현되지 않는 아래아(으)도 문제지만 ‘꺄지말앙’을 ‘꽃지말앙’처럼 표기법이 잘못된 경우도 있어 제주어 노래의 올바른 전파를 위해서도 제주어 표기법을 고려한 가사전달에 세심한 주의를 기울여야 할 것이다.

#### (7) 제주어 문고 발간

제주어 문고는 전공자가 아닌 일반인을 위한 문고를 말한다. 제주도의 신화, 전설, 속

담, 금기어, 풍속 등을 문고본으로 제작하는 것이다. 일종의 ‘제주도 문화(민속) 시리즈’가 된다. 그 형식은 ‘제주어, 표준어 대역, 주석’ 등의 구성 요소로 이루어지면 된다. 예상할 수 있는 문고는 아래와 같다.

- 제주도 신화
- 제주도 전설
- 제주도 무속
- 제주도 속담
- 제주도 결혼
- 제주도 제례
- 제주도 놀이
- 제주도 옷
- 제주도 음식
- 제주도 농사
- 제주도 집
- 제주도 바다
- 제주도 동물
- 제주도 식물
- 제주도 곤충
- 제주도 풍속
- 제주도 계
- 제주도 잡녀

그 외로 제주어 구술 자료를 집적한 CD, DVD, 동영상 자료, 제주어를 곁들인 제주관련 우편엽서 제작, 제주어 사용 무형문화를 재연, 관람하게 하는 것 또한 좋은 문화 상품이 될 것이다.

#### 4. 결 언

‘다다익선’(多多益善), ‘화이부동’(和而不同)이라는 말이 있다. 우리들의 논의에서도 이 말은 유효하고 효과적으로 적용될 것이다.

‘다다익선’은 ‘많으면 많을수록 더욱 좋다’는 뜻이다. 제주어를 이용한 ‘상품, 상호, 각종 표지판, 노래, 문고’가 많았으면 좋겠다는 것이다. 여기에 관여하는 사람은 물론 예산 투자 또는 예산 지원이 많았으면 좋겠다는 뜻도 포함된다.

‘화이부동’은 ‘남과 사이좋게 지내기는 하나 무턱대고 어울리지는 아니한다’는 것이 원래의 뜻이나 ‘같으나 다르게’라는 의미로 쓴다. ‘같으나 다르게’는 결국 새로운 아이디어로 독창적인 것을 창출해야 한다는 것이다.

제주어의 상품화는 제주어 특징을 살리면서 ‘제주어 표기법’에 맞아야 한다는 점과 인터넷에서 ‘아래아’를 마음껏 쓸 수 있는 방안을 강구하는 일도 제주어를 상품화하는 길이며, ‘제주어 보전 및 육성 조례’를 구현하는 방법임을 강조한다.

## <제주어의 관광상품화>에 대한 토론문

문순덕(제주발전연구원 문학박사)

### 1. 제주어를 대중 속으로

제주도가 ‘영어공용화’ 지역에서 ‘상용화’ 지역으로 굳혀져가는 시점에서 발표 주제는 제주어의 가치를 인정하려는 사회분위기로 보고 싶다. 국어학(방언학) 전공자들의 논의장에서 좀더 확대된 공간으로 등장하기까지는 제주어의 가치와 위상을 정립하려는 시도가 지속되어왔다. 강영봉 교수님은 기회 있을 때마다 제주어의 중요성, 보존, 활용방안 등을 제안해 왔다.

오늘 “제주어의 관광상품화”가 발표 주제로 상정되기까지 방언학자들의 노력과 제주도의 분위기를 보면, 제주도가 2002년에 국제자유도시로 지정되면서 외국어(특히 영어) 공용어화에 대한 논란이 있었고, 외국어만 강조한다는 비난을 포장하면서 제주어의 보존 방안에도 관심을 보였다. 이때까지는 제주어의 소멸에 대해서 우려의 목소리로 공감하고 이를 보존하는 것이 제주의 역사와 문화를 보존하는 길임을 공유했다. 이런 의식이 확장되어서 지금은 보존의 방법으로 상품화 대상으로 논의하기에 이르렀다고 보며 제주어는 비가시적인 가치를 지니고 있지만 가시적인 어학적 가치로 인정한 것이다.

2006년 4월에 국립국어원과 국립민속박물관은 「제주지역어의 유네스코 세계무형문화유산 등재」 추진 업무협약을 체결했으며, 「제주어 조례 제정」(2007. 04.) 논의 등 제주어의 위상 정립에 관심을 표명했다. 또한 2007년 3월에 문을 연 <국어상담소>(제주대학교 부설 기관)에서도 제주어의 보존과 활용에 관심을 표명했다.

2007년 ‘제주민속문화의 해’ 기념행사로 「제주지역어 경연 대회」(학생부, 일반부 구분. 5월 27일)가 개최되고, 「언어 자원의 다원화를 위한 제주학술대회」(제주어학술대회 ; 5월 26일)가 열렸다. 또한 국립국어원에서는 ‘지역어 조사’ 사업을 추진해서 『제주 지역어 조사 보고서』(2006년)가 발간되었다.

2007년 9월에는 제주특별자치도 문화관광위원회 위원들이 중심이 되어서 「제주어 보전 및 육성 조례」가 통과되었으며, 2008년 5월 제주어심의위원회가 구성되었다. 제주특별자치도가 의뢰한 「제주어 발전 기본 계획안 ; 2008~2012」을 제주대학교 국어상담소가 만들어서 제주어가 사라지는 언어가 아니라 살아남는 언어의 모델이 될 것이라 기대한다.

## 2. 제주어의 관광상품화에 대하여

제주어의 상품화란 다른 지방 사람만을 대상으로 하는 것이 아니라 제주사람들에게도 해당된다. 학술세미나의 대 주제인 <제주민속의 산업화>를 음미해 보면 민속의 개별 항목이 제주어이며 이를 그대로 전달해 준다면 제주어의 보급과 전달은 자연스럽게 형성될 것이다. 제주어의 의미를 잘 알고 있는 제주사람들도 소비주체일 수 있으므로 이를 잘 사용하면 우리가 확대하는 제주어가 재화로 등장하는 것에 자긍심을 줄 수 있다.

발표 주제가 <제주어의 관광상품화>인데 ‘관광상품화’와 ‘상품화’의 차이점은 무엇인가? 제주어 사용 구역을 정해서 실제 내외국인이 여행언어로 선택되는 것을 제주어의 상품화로 봐도 좋은가? 제주어의 관광상품화라고 하면 제주어를 어떻게 하면 많은 사람들이 사용할까? 아니면 상품명으로 알리는 것인가? 등 어디에 해당하는가? 제주어로 상호명, 상표 등록 등 어휘 홍보에 있다면 상품화 측면에서 다른 방법은 무엇인가?

발표문에서는 제주어로 상품의 이름짓기와 표기법을 다루고 있는데 표기법 문제는 방언학자들이 기회 있을 때마다 거론한 것이지만 일반 대중들에게는 잘 전달이 안 되는 것 같다. 이를 잘 실행할 수 있는 방법에는 어떤 것이 있는가?

제주어 상품 이름 짓기를 보면 제주어의 의미와 표기법 오류 등을 적절하게 설명하고 있는데 이런 상품명을 보면서 이 상품의 주 소비대상은 누구인가? 제조업자가 상품명을 고민할 때 누구에게 얼마나 팔려야 의지를 반영하는가를 고민해 보았다. 따라서 음식점 차림표, 상호명 등 의미와 표기법 문제를 도와줄 수 있는 자문기구 운영 방법이 있다면?

제주문화콘텐츠를 이용한 사업자들이 다양한 상품 개발 시 제주어를 사용할 때 정확한 의미와 표기법을 사용하려는 의식이 보편화 되어야 하는데 그렇지 못하는 아쉬움이 있다. 제주어의 보전을 위해서 관광지 안내문을 제주어로 표기하는 방법, 관광 자료 팸플릿 제작시 제주어 사용하기, 관광해설사들이 제주어로 전설을 설명하기 등 제주도 곳곳에서 제주어를 체험할 수 있는 분위기 조성이 효과적이라 본다. 예를 들면 향몽유적지에는 어른용, 어린이용 안내문이 분리되어 있다. 이처럼 제주어로 설명하고 필요하다면 표준어 병기도 가능하다.

제주어를 ‘...전래적인 언어’라 정의하고 있는데 좀더 구체적인 설명이 필요하다.

강영봉 교수님은 <제주어와 몽골어>의 비교 연구도 많이 하셨으며, 어느 방언보다 몽골어 차용 어휘가 많다고 했는데 일반인들이 국어나 제주어의 어원이 불분명하면 몽골어로 돌리는 경우가 있다. 이 점을 어떻게 봐야 할까?

제주어의 관광상품화 방안을 7가지로 제시하고 있는데, 이 방안은 누구를 대상으로 하



는가?

제주어를 활용한 각종 표지판 설치 부분 설명에서 (5)번은 좋은 지적이다. 제주사람들은 아래아를 표기하면 모두 제주어라 생각하는 것 같다. ‘독→뉘, 쨌당→뀨당’으로 표기하는 것이 대표적이다. 인터넷상에서 아래아 표기를 할 수 없어서 제주어를 정확하게 표현하는데 어려움은 있지만 ‘뉘’(모자반) ‘뉘’으로 표기한 것을 보고 놀라지 않을 수 없었다. ‘뉘’은 신체를 가리키는데 ‘뉘’과는 분명히 다른 어휘이다. 이럴 때는 차라리 표준어로 표기하면 어떨까?

현재 국어상담소 소장이시고, 제주어 조례 제정의 기초를 담당하셨으니까 오늘 발표 주제와 더불어 제주어의 생명력을 유지하는데 향후 계획이 있다면?

### 3. 제주어의 생명력은 영원히

한국일보(2008. 06. 18.) 인터넷판을 보면 국제자유도시를 지향하는 제주특별자치도의 언어정책이 어디로 가야할지 고민할 필요가 있다.

프랑스는 5공화국 헌법이 ‘프랑스어만이 국가의 유일한 공식 언어’라 명시해서 경직된 표준어 정책을 펼쳐왔는데 프랑스 국민의회(하원)는 2008년 5월에 ‘각 지역의 언어들도 프랑스의 소중한 문화유산으로 인정한다.’는 내용을 헌법에 포함시키기로 하고 상원에서 이를 심의하자 아카데미 프랑세즈에서 반론을 제기하면서 지역과 보수단체 간에 찬반 논란이 시작되었다. 오히려 영국은 지역 언어를 보호하는 정책을 펴고 있다.

국가나 자치단체는 경제와 관광 등 가시적 화폐 산물은 벤치마킹하면서 자국의 문화와 언어, 지역의 문화와 언어 보전과 상품화에는 별로 관심을 보이지 않다가 계기가 있을 때만 집중 관심을 표명한다. 전문 분야별로 학자들은 끊임없이 논의하는데 대중들은 무관심하고 그들만의 외침으로 끝나는 경우가 많다. 문화란 하루아침에 결과물로 생성되는 것도 아니고, 우리들이 기대하는 만큼 화폐화가 되지도 않는다. 이 분야야말로 기다림과 느림의 미학을 요구한다.

제주어가 물질적 가치로 전환이 되건, 정신적 가치로 남건 간에 제주사람들과 제주문화의 근간임을 잊지 말고 사용하는 분위기가 조성되기를 바란다. 또한 앞으로 제주어, 제주민속 관련 논의의 장을 마련할 때는 제주어가 1번 발표 자리에 놓이고 연구자들만의 고민대상이 아니고 제주사람들 공동의 관심거리가 되기를 바란다.