

제주관광의 고부가가치화를 위한 스토리텔링 활성화 방안

제주발전연구원 **홍 정 순** 초빙연구위원



제주발전연구원 FOCUS 2011년 9월 22일 Vol. 122

발행처 : 제주발전연구원 발행인 : 양영오

주 소 : 630-029 제주특별자치도 제주시 청사로 1길 18-4 TEL. 064-726-6213 FAX. 064-751-2168 E-mail. scheol@jdi.re.kr

- 제주발전연구원은 지역사회가 안고 있는 각종 현안문제에 대해 해결방안을 모색하고자 다양한 정책 방안을 제시하고 있습니다. 본 연구를 토대로 보다 합리적이고 발전적 대안들이 도출되어 도민의 삶의 질적 향상과 제주발전에 디딤돌이 되기를 바랍니다.
- 지난 호는 www.jdi.re.kr에서도 볼 수 있습니다.

제주관광의 고부가가치화를 위한 스토리텔링 활성화 방안

Contents

- I. 문제제기
- II. 국·내외 스토리텔링 성공 사례
- III. 제주지역 스토리텔링 현황과 문제점
- IV. 제주지역 스토리텔링 활성화 방안

I. 문제제기

- 정보화 사회에서 꿈과 감성이 지배하는 드림소사이어티로 이동해 감에 따라 스토리텔링¹⁾은 산업화 자원이 되고 있으며 메가 트렌드에 부합하는 주요자원으로 인식되고 있음. 따라서 스토리텔링은 기업과 지역의 차별화 소프트 전략의 일환으로 그 경쟁력을 좌우하고 있음.
- 현대사회는 소비시대로 진입하면서 이러한 현상들과 연계하여 현대인들을 만족시킬 만한 지식경영을 요구하는 시대에 진입하게 되었음. 따라서 어떠한 상품(서비스 포함)이든지 기존의 자원과 자산을 재생산함으로써 새로운 고부가가치를 부여하기 위해 문학적 개념인 스토리텔링을 도입·적용하게 됨.
- 스토리텔링은 그 개념을 획일화하기 어려운 정도로 활용분야, 방법, 매체 등에 따라 개념을 달리하고 있음.²⁾ 스토리텔링을 상업적으로 이용해서 가장 성공한 경우는 미국을 우선 꼽을 수 있음. 이미 1950년대부터 정보산업화 경향을 주도하기 위한 하나의 방법으로 스토리텔링을 중시하였음. 그 결과, 스토리텔러(Storyteller)라는 신종직업군을 가장 먼저 배출하였고, 서비스산업 등 전 분야의 기본전략으로 적절히 활용하고 있으며, 이를 세계적으로 전파시킴.
- 우리나라의 경우에도, 1990년대 접어들면서 다양한 분야와 산업(특히, 광고와 마케팅 분야)에 확산되고 있지만 아직까지 이러한 개념을 활용하여 입체적, 토달리즘적 접근이 이루어지기 보다는 산발적, 단발적 시도들이 무수히 이뤄지고 있는 실정임. 특히, 지역 발전 측면에서 스토리텔링 도입은 최근에야 이뤄지고 있다고 할 수 있음.
- 제주지역의 경우에도 예외는 아님. 여건상 타 시·도보다는 앞서서 다양한 시도와 노력을 해오고 있지만 아직까지 선진국과 비교할 경우 초기단계이기 때문에 스토리텔링에 대한 체계적인 이해뿐만 아니라 기술적, 전략적 접근 측면이 완숙하다고는 보기 어려운 실정임.
- 특히, 제주는 핵심산업으로 관광산업을 육성·발전시키면서 세계를 대상으로 끊임없이 변화된 모습과 이벤트적 상황 연출을 통해 지역경제 활성화를 고민하고 있어 다른 어느 분야 혹은 산업보다도 스토리텔링 전략을 중시하여 다양한 접근을 해 오고 있음.

1) 스토리텔링(storytelling)이란 (1) story(내용) + telling(방법) 또는 (2) story (내용) + tel(방법) + ing(행위)의 합성어로서, 기존의 정형화된 문학과 작가 개념이 아닌 누구나 이야기를 만들 수 있고, 만든 이야기에 참여하여 다시 들려 줄 수 있는 언제나 진행적인 개념, 열려있는 구조적 특징을 갖고 있음.

2) 사실전달 위주의 경우, 에피소드 스토리텔링, 박물관 스토리텔링, 경험담 스토리텔링으로, 스토리를 약간 바꾸는 경우, 패러디 스토리텔링, 디리버티브 스토리텔링, 루머 스토리텔링, 스토리를 새로 만드는 경우, 드림 스토리텔링, 기념일 스토리텔링, 시리즈 광고 스토리텔링으로 특수채널로 유포하는 경우, 장소 스토리텔링, 시장 스토리텔링, 책 스토리텔링, 영화PPL 스토리텔링, 디지털스토리텔링, 게임 스토리텔링 등으로 구분하고 있기도 함. 하지만 이러한 구분은 목적과 분야 등의 특성에 따라 분류한 것으로 개념적 접근이라 보기 어려움.

- 과거 대부분의 관광계획은 하드웨어 중심, 물리적 개발에 중점을 두고 있었지만 감성시대인 오늘날은 지식, 문화, 창의, 감성 등 소프트 관광개발이 중요함. 따라서 글로벌 경쟁력을 갖춰 나가기 위해 관광자원의 효과를 높이면서 지역의 한계를 극복하기 위해서는 시대 흐름을 선도할 관광수요 창출 수단으로 스토리텔링이 대두되고 있음.
- 따라서 본 고에서는 국내외 스토리텔링 성공사례를 살펴보고 이를 통해 제주지역 관광과 관련된 스토리텔링 실시에 따른 문제점을 도출함과 동시에 이에 대한 스토리텔링 활성화 방안을 제시하고자 함.

II. 국내외 스토리텔링 성공사례

1. 국외 성공 사례

(1) 로렐라이 언덕



브렌타노의 설화시(設話詩)에서 연유한 라인강 뱃사공들을 유혹하던 아름다운 로렐라이 요정

■ 로렐라이(Loreley 또는 Lordei, 독일 장크트고아르스하우젠 근처 라인강에 있는 메아리치는 암벽)는 라인강가에 있는 132m 높이의 절벽의 이름임. 폭이 좁고 휘었을 뿐만 아니라 물결이 거칠어 옛부터 이곳을 지나는 뱃사람들에게 매우 위험한 곳으로 알려진 곳임.

- 이 곳에 대한 전설은, 한 소녀가 배신한 연인에게 실망해 로렐라이 바위에서 몸을 던진 뒤, 신화 속의 바다괴물인 세이렌이 되어 뱃사람들을 파멸로 빠뜨리는 노래를 부른다는 것이 주요 내용임. 세이렌과 로렐라이 바위에 얽힌 전설은 호메로스의 <오디세이아>에도 등장하며, 하인리히 하이네가 쓴 것이 시가 널리 알려져 있음.
- 이 전설은 19세기 문학가들에 의해 만들어진 가공의 이야기로 이 지역을 방문한 관광객들 대부분 실망감을 표시할 정도로 자연경관과 작은 동상 이외에는 별다른 볼거리가 없음. 하지만 이러한 전설을 특히, 문학을 이용하여 회자(膾炙)시킴으로써 누구나 한 번쯤 방문하고 싶은 관광 명소로 발돋움하는 계기를 마련하였으며, 더 나아가 지역 문화에 대한 흥미를 통해 인지도와 부정적 이미지를 극복하고 있음.

(2) ‘플란더스의 개’와 앤트워프



플란더스의 개, 앤트워프 대성당에서 화가 지망생인 네로와 그를 끝까지 지켜준 총견(忠犬) 파트라슈

■ 벨기에의 앤트워프(Antwerp)대성당에는 독일 태생 화가인 1640년에 세상을 떠난 피터 폴 루벤스(Peter Paul Rubens)의 그림이 한 점 걸려 있는데, 이 그림을 보려는 방문객들이 기하급수적으로 늘어나면서 앤트워프 작은 마을과 대성당이 관광명소로 급부상하는 동기가 됨.

- 1975년 일본의 쿠로다 요시오 감독이 이 소설을 바탕으로 TV 애니메이션 영화『플랜더스의 개(A Dog of Flanders)』³⁾를 제작하여, 일본과 한국 등에 배급되어 선풍적인 인기를 끌게 되었음.
- 이후 독자와 관객들이 이 그림을 보기 위하여 앤트워프 대성당을 방문하면서 작은 마을은 벨기에의 관광명소로 확고하게 자리매김하게 되었으며 마을은 이와 관련된 상품들을 판매하면서 소득을 올리고 있음.

시사점

- ▲ 가장 지역적인 모티브와 볼거리 혹은 체험거리 등 한 개 이상의 특성과 융합시켜 차별화된 콘텐츠를 만들어 낸 사례임(문화자원의 창조적 활용).
 - ➔ ① 단순한 이야기 혹은 모티브를 재구성, ② 긴 시간동안 각계 각층의 사람들을 스토리텔링에 참여시킴으로서 인식 확산과 문화적 저변 심화에 기여
- ▲ 단순히 특징적인 장소 혹은 자원에만 국한된 스토리텔링이 아닌 이를 구심점으로 주변 상품들과 연계, 지역의 이미지를 통일화 시킴.
 - ➔ 스토리텔링의 확산 및 지속적 특성 부여.

2. 국내 성공 사례

(1) ‘겨울연가’의 춘천 남이섬

- 남이섬은 북한강 안에 있는 작은 섬으로 원래 이곳은 넓은 잔디밭이 있는 유원지로 인식되어서 대학생들이 MT장소로 애용되던 곳임. 그러나 최근 적자에 허덕이던 이곳을 자연친화적 환경으로 조성하여 ‘동화의 나라’로 만드는 일을 진행함.

3) 『플랜더스의 개(A Dog of Flanders)』는 프랑스계 영국작가 마리 루이즈 들라라메(Marie-Louise de la Ramee)가 1872년 소년 네로와 그의 개 파트라슈를 소재로 쓴 비극적인 소설작품으로, 가난한 고아 소년 네로는 그림그리기를 좋아하여 앤트워프 대성당에 걸린 루벤스의 그림을 보는 것이 소원이었는데, 눈보라가 몰아치던 날 자신을 믿고 따랐던 친구 플랜더스의 개와 함께 대성당 그림을 우러르며 추위로 죽어갔다는 게 줄거리임.

- 더불어 이 곳에서 촬영된 『겨울연가』드라마가 해외에서도 인기를 얻자 남이섬은 『겨울연가』의 스토리가 있는 곳으로 거듭나게 됐으며, ‘윤사마 효과’로 수천억의 이익은 물론 한국의 문화상품으로 자리잡게 됨. 특히, 겨울철에는 아무도 찾지 않던 곳이 지금은 겨울에도 일본, 중국에서 관광객이 계속 찾아오고 있음.⁴⁾
- 『겨울연가』드라마를 접목시킨 남이섬이 스토리텔링으로 거두는 경제효과는 대단함. 실례로 드라마 방영 전인 2001년 27만명에서 방영 후인 2002년 67만명, 2003년 85만명으로 크게 늘었으며, 남이섬은 『겨울연가』가 해외로 수출돼 일본·중국등에서 성공하면서 2007년 국내외 관광객을 포함, 160만명이 다녀갔고 2010년에는 208만명이 찾은 최고의 관광지가 됐음.



배용준, 최자우 주연의 겨울연가의 무대인 남이섬은 여성 일본팬들의 신드롬을 일으켰다.

(2) 순천만 연안습지

- 남해안에 위치한 순천은 여수와 광양만에 비해 접근성이 떨어져 낙후지역으로 손꼽히는 지역이었음. 하지만 12만km²에 달하는 갯벌과 30만평의 갈대숲을 보유하고 있으며, 인구 27만명이 거주하는 도시지만 옛날의 생활문화도 고스란히 이어지고 있어 산업화 도시와는 다른 정취를 자아내고 있는 점을 심분 활용하여 지역 발전을 도모하고 있음.
- 현재 “대한민국 생태수도 순천”을 표방하면서 생태관광의 콘텐츠 개발을 지속적으로 시도하고 있음. 주목할 만한 점은 순천만을 소재로 시, 소설, 영화, 사진 등 작업 환경 제공과 서비스를 개발⁵⁾하면서, 스토리텔링과 스토리텔러 양성에 힘쓰고 있음.



2009년 한국콘텐츠진흥원 우수작품으로 선정된 황금잠수이는 두루미와 함께 순천만을 지켜나가는 가슴 찡한 사랑이야기

4) 드라마 방영 후 남이섬 입장객 수는 27만 명→2002년 67만 명→2003년 85만 명(외국인 11만명)으로 증가, 2007년 약 160만 명의 관광객이 다녀간 것으로 나타남. 이외에도 ‘윤사마 효과’로 한국·일본 양국의 경제적 효과는 약 3조원에 달하는 한국의 대표적인 문화상품으로 자리잡음. 현대경제연구원, 「한류현상과 문화산업 발전전략」, <http://cafe.naver.com/teamanv.cafe>

5) 순천만 문화콘텐츠 웹툰 ‘황금잠수이’가 동화만화 단행본으로 출간하여 어린이들에게 인기를 얻고 있음. 주인공인 순천만 짱뚱어, 잠수이와 흑두루미 두루미가 순천만을 배경으로 겪는 성장과정의 시련과 모험, 그리고 사랑을 그리고 있음. 이 내용은 무분별한 개발로부터 생태를 지켜나가기 위한 교훈을 담고 있음.

- 이를 통해 섬 내부에 설치한 소품(장치)들과 아이디어들을 통해 섬에 대한 친자연 주의적, 환상적, 이국적 이미지를 조성함으로써 국내에서도 찾아가 볼 만한 관광지로 각광받고 있음.

시사점

- ▲ 국내에서 낙후지역으로 분류되었던 곳이면서 그다지 경관이 뛰어나다고 할 수 없었던 지역들이 스토리텔링을 통해 이미지를 새롭게 조성하고 현재까지 성공적이라는 평을 받고 있음
 - ➔ 원형 스토리(신화, 전설, 민담 등)를 재구성하기 보다는 지역 자원에 초점을 맞추고 새로운 창작물을 발굴해 내면서 오히려 지역을 알린 경우임.
 - ➔ 아직까지 역사가 짧아 국외 사례처럼 스토리텔링에 의해 지속력이 없음.
- ▲ 지역(공간)의 의미화를 통해 생태·환경+문화·관광 산업 등 복합적 특성을 띠면서 다원적 추진전략을 쓰고 있음.

Ⅲ. 제주지역 스토리텔링 현황과 문제점

1. 주요 현황

- 제주지역은 70년대 중반 이후 국내 최고의 관광지로 각광받으면서 이를 기회로 지역 경제발전을 이끌어 왔음. 그러나 단순히 보고, 즐기는 관광에서 체험관광시대를 거쳐 소비관광시대로 넘어왔음에도 불구하고 아직까지 시대적 흐름에 맞는 대비가 제대로 이뤄지지 않아 이에 대한 방안 마련과 함께 더불어 제주관광산업의 특성을 부여하기 위해서도 고심 중에 있음.
- 더불어 계속되는 세계경제 불황과 FTA 협정, 지식기반화, 고령화 등은 지역 경제를 더욱 어렵게 하고 있음. 따라서 우선적으로 자원을 심분 활용하고 그 소비시장을 넓히는 방법으로 관광산업과의 연계를 고려할 수 밖에 없음. 이를 통해 고부가가치화 전략이 필요하며 최근들어 이에 대한 접근으로 스토리텔링에 대한 관심이 높아지고 있음.
- 그러나 아직까지 제주지역이라는 공간을 통해 자원 혹은 산업의 통일된 이미지를 어떻게 끌어올릴 것인가에 대한 고민보다는 제주자원 혹은 상품별 고유 브랜드에 따른 개별 스토리텔링을 진행하는 경우가 많음.

〈제주지역 스토리텔링 사업 현황〉⁶⁾

사업명	기간	주관기관	주요내용
삼별초 문화원형에 기반한 디지털콘텐츠 개발	2005 ~ 2006	제주지식산업진흥원	- 삼별초 항몽의 역사에 대한 디지털콘텐츠 개발
제주 수산물 스토리텔링 마케팅을 위한 스토리 공모	2008	제주특별자치도	- 갈치, 옥돔, 멸치, 소라, 전복, 툯에 대한 구전 및 관련 내용을 소재로 콘텐츠 공모
제주 전통 식문화 콘텐츠화를 통한 체험 관광상품 개발	2005 ~ 2008	제주지식산업진흥원	- 제주의 음식문화와 관련있는 신화, 전설 내용을 소재로 다양한 상품 개발
제주의 神을 활용한 문화컨텐츠 공모전	2008	제주특별자치도	- 제주의 1만8천여신을 소재로 전국 단위 콘텐츠 공모전 시행
제주馬 스토리텔링 및 애니메이션 개발	2008 ~ 2011	제주특별자치도 제주지식산업진흥원	- 제주마를 소재로 관광기념품 및 테마파크 전시를 위한 애니메이션 및 체험상품 개발
제주의 청정 물을 활용한 문화콘텐츠 개발 사업	2008 ~ 2010	제주특별자치도	- 물을 소재로 전 세계를 대상으로 콘텐츠 공모전 시행
역사를 찾아 떠나는 산물여행	2010	제주발전연구원 인적자원개발센터	- 제주 마을의 용천수를 중심으로 체험상품 개발
제주 올레 스토리텔링	2010	(사)제주올레	- 제주 올레코스과 연계된 마을 역사, 신화, 전설 조사
제주유배문화의 녹색관광자원화를 위한 스토리텔링 콘텐츠 개발사업	2010 ~ 2011	제주대학교	- 추사 김정희와 관련된 유배길 코스 개발 및 관광 체험상품 개발

- 특히, 제주의 독특한 문화자원을 바탕으로 한 문화콘텐츠 상품화를 꾀하기 위해 2010년 7월 구축, 운영한 ‘제주 시나리오 마켓’ (www.jejus.cenario.com)이 1년이 넘도록 시나리오 매매실적이 전무한 실정이며, 이는 제주도가 2008~2009년 시행한 스토리텔링 전국공모전 수상작과 제주영상위원회 주최 제주 시나리오 공모전 우수작품 등이 소개된 상태 그대로 대부분 메뉴얼이 멈춰있거나 비어있는 상태임.⁷⁾ 그럼에도 불구하고 이는 제주도가 문화산업 혹은 문화 창달을 위해 매우 획기적인 노력을 경주하고 있는 사례라 할 수 있음.

6) (재)제주하이테크산업진흥원 제주전략산업기획단 「스토리텔링 마케팅 육성방안」, 2009. 자료재구성
7) 제민일보(2011. 8. 17), ‘제주 시나리오 마켓, 개점 휴업’



- 또한 국립대 최초로 2009년 제주대학교 사회교육대학원내 스토리텔링학과를 정원 15명으로 개원하여 전문적인 과정과 산학협력 사업 등을 진행하고 있으며, 일반 도민을 대상으로는 대학(교) 평생교육원과 문학단체, 민간단체 교육기관 등에서 문화해설사 및 스토리텔러 등 양성과정이 활발해지고 있음.
- 그럼에도 불구하고 제주의 장점과 이를 부각시키고자 하는 정책 등을 통해 영화, 드라마, 문학 등에서 제주의 이미지 구축에는 어느정도 성공하고 있다고 할 수 있음. 하지만 제1차적인 이미지(청정성)와 제2차적인 지역산업과 문화를 융합하여 부각시키거나, 그 기본인프라를 떠받쳐 줄 차별화된 스토리텔링의 사례가 부각되고 있는 경우가 드문 것으로 보임.
 - 최근 인기리에 방영된 “거상(巨商) 김만덕”이라는 드라마를 통해 제주지역의 문화에 대한 접근과 이해도를 높였음에도 불구하고, 이와 관련된 적극적 후속 연계 작업이 제대로 이뤄지지 않아 지역산업과 이미지 업그레이드에 파급효과가 크지 못한 것으로 보임.

2. 추진에 따른 문제점

- 제주관광과 연계된 스토리텔링 현황을 살펴보면, 문제점으로는 크게 다섯가지로 나누어 살펴볼 수 있음.
 - (1) 풍부한 자원에 비해 낮은 활용도
 - 현재 제주지역에서는 감성적 요소를 자극하는 스토리텔링에 대해 관심은 있으나 스토리를 스토리텔링으로 연결하는 부분에 대한 개념 정립이 미흡함.
 - 반면, 이국적인 남국색채와 탐라문화 등 소프트 관광 발전과 소비시장에서의 구매력은 매우 높은 편임. 문화적 차별성을 간직한 전설, 유래, 인물 등 다양한 스토리를 보유하고 있어 이를 활용할 경우 잠재적 우위를 차지할 수 있음. 하지만 이러한 자원에 대한 기초자료 조사 및 체계적인 관리가 제대로 이뤄지지 않고 있음

- 이는 결국 스토리 개발부터 다양성과 풍부성이 떨어짐으로써 한정적 접근을 유발하게 됨. 더 나아가 스토리텔링에서도 스토리를 엮어나가는 연계 부분이 약해짐으로써 차별성(창의성)이 약해질 수 밖에 없음.

(2) 구체적 목표와 지역 이미지 업그레이드 미흡

- 제주지역은 관광산업과 '수출'에 초점을 맞추고 있으면서도 제주라는 상품의 마케팅 전략으로서 통합적인 스토리텔링을 통한 정보전달과 상품의 친숙성을 강화해야 할 초기 단계를 생략해 버리고 대부분 친환경적인 이미지에만 한정적으로 초점을 맞춰 진행하고 있음. 이는 제주만의 차별화된 이미지 구축에도 실패를 하였을 뿐만 아니라 스토리텔링의 목표도 상실하였다는 의미이기도 함.

- 예로 제주자원 중 산업화 전환에 성공, 이미 브랜드 가치가 충분히 입증된 제주의 수자원인 '삼다수'의 경우만 하더라도 '제주'라는 지역이미지와 연계된 스토리텔링을 적극 개발하여 제주물의 우수성을 홍보하고 이를 적극 활용한 관광상품을 적극 개발할 필요가 있음.

제.주.삼.다.수.는

국내 유일한 화산암반수입니다.
 어느샘물보다 수질이 좋습니다.
 매년 미국 FDA, 일본후생성 수질검사를 받습니다.
 미주지역 일본 등에 수출되고 있습니다.
 국내 먹는 샘물 PET부분 시장점유율 1위를 자랑합니다.
 건강기능성 최고 / 마당샘수질권 최고 / 심미적 영향물질 최저!



삼다수는 국내 유일의 화산암반수로서, 제주의 청정생수이며 비교적 낮은 가격임에 중점을 두고 홍보하고 있다.

(3) 제주문화의 차별성을 통한 전략 미흡

- 관광객 800만 시대를 목표로 하고 있는 현 시점에서 제주관광의 질적 제고와 보유 자원에 대한 적극적 활용 및 산업화로 이행함에 있어 선진사례처럼 문화적 요소를 활용하여 다양한 방면의 우수성을 드러낼 필요가 있음.
- 지금까지 수없이 회자되고 있는 '자연환경이 빼어난 섬', '바람, 돌, 여자가 많은 삼다(三多)와 함께 도둑과 대문과 거지가 없는 삼무(三無)의 섬', '신화의 섬', '고유한 민속 문화를 보유한 섬' 등 매우 단편적인 광고성 카피라이팅(copy-writing) 성격에 치중해 왔음.

(4) 한정적 매체 활용

- 기존의 경우, 제주 자원들의 우수성, 청정성, 기능성에 초점을 맞추었다면, 이제는 '스타마케팅'과 더불어 영화, 음악, 게임, SNS 등 매체의 종류와 특성을 고려하여 활용 방법을 다양화 할 필요가 있음.

- 이때, 더불어 고려해야 할 점으로는 매체의 특성에 맞도록 스토리텔링을 해야하는 점과 매체의 다양성과 함께 세계인의 공감대를 유도할 수 있는 스토리야 한다는 점임. 즉, '원(原) 자원'에 근거하여 다양한 매체와의 연계를 통한 확장을 도모함으로써 마케팅에서도 경쟁우위를 점할 가능성이 높아질 뿐만 아니라 제주관광과 연계하여 그 활용성이 증대될 것으로 보여짐.

(5) 활용과 보급을 위한 인적자원개발 및 협력체계 구축 미흡

- 스토리텔링과 관련한 일련의 활동들은 이뤄져 왔으나 지역사회에서 고민의 강도가 낮아 실효성을 거두지 못하고 있음. 결국 제주지역의 품격 향상을 위한 도민들의 지적 활동을 동반함으로써, 역동성 있는 소프트 파워를 지닌 유망지역으로 발돋움이 가능할 것임.
- 또한 선진 사례를 살펴보면, 마케팅 전략으로 단순 매체에 의존하기 보다는 다원적, 통합적 접근을 고려하여 스토리텔링을 풍부하게 재구성하는 경우가 많음. 그러므로 무심하게 지나칠 수 있는 사물 혹은 지역에 대하여 의미를 부여하고 이와 관련된 가치를 탄생시켜 나가기 위해서는 지역 주민과 지역내 문화·예술단체를 통해 끊임없는 실험과 시범이 이뤄져야 할 것으로 보임.

IV. 제주지역 스토리텔링 활성화 방안

- 세계적으로 콘텐츠산업이 부상하는 이유는 관광산업과 같은 굴뚝없는 산업이라는 유사한 맥락도 있겠지만 더 나아가 산업 간 융합화를 통해 새로운 부가가치를 창출 시킨다는 점임. 아직까지 선진국 수준의 경쟁력을 갖고 있지 못하는 제주지역의 경우, 스토리텔링에 대해 기본 인프라 구축과 더불어 이를 활성화시키는 방안이 우선적으로 필요함.
- 특히 제주관광의 고부가가치화를 위해서 제주지역 스토리텔링 활성화 방안은 크게 ① 기반조성 ② 인적자원개발 ③ 콘텐츠의 활용성 강화 ④ 협력체계 구축으로 다음의 네 가지 측면으로 나누어 살펴볼 수 있음.

1. 기반조성 측면

(1) 스토리텔링 활성화를 위한 중장기 종합계획 수립·시행

- 산발적으로 이뤄지고 있는 스토리텔링 작업과 홍보, 행사 등을 통합 관리를 위한 정책지원 로드맵 필요

- 문화 창작적 성격이 강한 스토리텔링은 그 특성상 단기간에 성과를 내기 어려운 측면이 많아 중장기 측면에서 정책을 추진하는 것이 필요함.
- 특히, 제주지역 이미지 통일과 업그레이드를 위한 핵심 아젠다를 설정하고 분야별 시행 계획 마련 필요하며, 제주지역 관광산업 중장기 종합계획 수립시에도 적극적 연계가 필요함.

(2) 유·무형의 스토리 적극적인 채집·발굴에 따른 자료화

- 제주지역과 연관된 이야기에 대하여 적극적인 채집·발굴을 통해 일정 분류에 의해 데이터베이스 작업 실시
- 텍스트로 고정된 스토리뿐만 아니라 작가의 창조적 구상물인 아이디어, 설화, 인물, 모티브와 같은 잠재적 스토리에 대해서도 적극적으로 자료화하여 제주와 관련된 자료를 원하는 이들에게 자료 제공 기반 구축
- 스토리텔링은 예술적 가치뿐만 아니라 산업적 가치에서도 경쟁력을 지니기 위해 창작과 기획을 별도의 영역으로 분리하지 않고 접근해야 함. 따라서 각종 사업을 통해 발굴된 스토리텔링 자원에 대한 연계 관리 필요

(3) 제주자원에 대한 스토리텔링 목록 작성

- 제주자원'이라고 특화할 수 있는 것들의 목록을 우선 작성해 봄으로써 가시적이면서 용이한 접근을 유도할 수 있음. 이는 산업분야에서 활용성을 높일 뿐만 아니라 일관성 있는 이미지 작업이 가능하도록 할 것임.
 - 특히, 제주지역의 고유 자원인 'UNESCO 자연유산'으로 지정된 수려한 자연경관, 고유하면서도 독특한 전통문화가 살아 숨쉬는 '제주사람의 전통생활 문화'는 현시점에서 제주특별자치도의 기본구상에 발맞추어 스토리텔링으로 구체화시킬 필요가 있으며⁸⁾, 이는 제주도만의 독특한 활용도로 작용할 것임.
- ① 시범 샘플임을 전제하고, 우선적으로 제주의 공동 브랜드인 '제주마썸, 해올렛' 등 스토리텔링 실시
 - ② 제주 고유자원으로서 이미 대중적으로 널리 알려진 것들에 대하여 무작위로 선정하여 예시로 목록 작성 작업 실시

8) 일부에서는 제주의 자원 중 문화자산의 경우, 개발에 치중하여 '제주의 서사적(敘事的) 문화풍경은 사라지고 있다'라고 하고 있기도 함. 강문규, <강문규컬럼>, 한라일보, 2011. 7. 6

제주자원	산업화	내 용
자연경관	생태관광	경관을 보고 즐기는 체험 관광 '올레' 코스 걷기 등 도보 관광
수자원	물 산업[음용수]	'삼다수' 상품 창출
1차 농수축산물	식자재	원재료 수출
해녀	문화관광	희귀 직업 종사자로 부각, 호기심 충족 자원의 원초적 문화관광



제주 스토리텔링의 시작은 제주의 차별적 이미지 확보와 일반 대중의 정서적 교감 형성에 있다

(4) 제주의 청정 이미지 재구성을 통한 기본방향 설정

- 제주에 대한 스토리텔링은 세계를 대상으로 제주지역과 제주지역에서 생산되는 상품을 마케팅하고자 하는 데 그 목표를 뒀다. 따라서 기존의 제주에 대한 이미지를 재구성하여 시대에 맞도록 디자인을 해야 함.
- 이 때 제주의 청정 이미지를 기본으로 새로운 의미적 요소를 가미시켜 스토리텔링 선정 및 확산시킬 필요가 있음. 특히, 소비관광시대를 겨냥하여 소재로는 제주의 고유문화와 향유적 요소를, 매체적 특징으로는 소통, 융합, 흥미, 활용성⁹⁾ 등을 충분히 고려해야만 함.

(5) 제주 스토리텔링의 전략적 목표 설정 명확화

- 제주지역에 대한 스토리텔링이 성공사례가 되도록 하기 위해서는 현대사회와 통신매체의 특성에 대한 이해가 선결되어야 할 것임. 이를 통해 다음과 같은 사항을 고려해야 할 것임.
 - ① 타 지역과의 경쟁에서 우위를 선점할 수 있도록 전략적 목표 및 실행과제를 명확히 해 나가야 할 것임.
 - ② 제주관광에 대해 누가, 무엇을, 어떻게, 이용하고자 하는지에 대한 확실한 요구(수요)를 파악해야 할 필요가 있음.
 - ③ 작품구성의 창의성이 독보적이어야 함.
 - ④ 원(原) 자원의 다용도 이용 가능성에 초점을 맞추어 그 활용성이 검토되어야 하며 항상 지역성을 염두에 두고 진행시켜야 함.

9) ① 생산자와 소비자 간의 소통을 추구 ② 인문+사회+과학+경제의 소통 경로 등의 융합 추구 ③ 각 산업분야에 관심을 불러일으키는 호기심과 재미를 추구 ④ 다양한 콘셉트를 설정함과 아울러 콘텐츠 개발 및 활용의 최대 가능성을 추구해 나가야 함.

⑤ 다용도 이용 가능성을 고려할 때 확실한 선별 작업이 이뤄져야 함.



장예모 감독의 “인상서호(印象西湖)”는 서호의 전설 백사(白蛇)와 총각의 사랑이야기, “설문대할망과 오백장군”은 이 세상이 생기게 된 내력을 밝히는 제주의 천지창조 신화

2. 인적자원개발 측면

(1) 도민의 적극적 활용 및 참여 유도를 위한 프로그램 마련

■ 제주에 대한 스토리텔링은 누구든, 어떤 계층이든, 어떤 신분이든, 어떤 국적자이든, 어떤 인종이든 막론하고, ① 흡인력, ② 호소력, ③ 전달력, ④ 이미지 창출, ⑤ 차별성의 조건을 만족시킬 수 있는 스토리가 나올 수 있도록 끊임없는 프로그램 개발과 운영이 이뤄져야 함.

■ 또한 스토리텔링이 활발하게 창출되기 위해서는, 지역주민들이 스토리텔러(story-teller) 활동에 적극 참여함으로써 가능해짐. 따라서 주민들은 이와 관련된 기본 소양과 역량을 겸비해야 나갈 수 있도록 지역내 교육기관과 연계하여 인적자원을 개발시켜 나가야 함.¹⁰⁾

- ① 전달자(translator)를 양성
- ② 스토리텔링 단계별 전문교육 프로그램 개발 및 보급
- ③ 지역과 관련된 다양한 자료수집과 함께 관리되고 있는 지식과 정보를 도민들과 활용·공유 주력
- ④ 제주도민의 인력풀이 한정적임을 감안할 때, 외부 전문(경험) 인력과의 연계·협력활동을 통해 스토리텔링의 향유계층이 넓어질 수 있도록 지원체계 조기 마련

(2) 지역산업과 문화예술인(단체) 간 협력 스토리텔링 사업 지원

■ 선진국 수준의 스토리텔링 경쟁력을 확보하기 위해서는 전문가에 의해 시장에서 통용될 만한 스토리 발굴·가공 및 확대하여 활용할 수 있도록 적극적인 지원 체계가 필요함.

- ① 작가 대상 스토리 유통 비즈니스 교육 실시
- ② 지역 산업체와 문화예술인(단체) 간 멘토링 시스템 도입을 통해 기업 이미지 후

10) 아넷 시몬즈, 위의 책 목차 ‘제5장 숨 쉬는 이야기로 풀어가는 순서’에서 다음과 같은 점을 당부하고 있음 ① 상대의 힘을 내 힘으로 전환하라 ② 상대의 동기를 내 안으로 끌어들여라 ③ 인간적인, 너무나 인간적인 다양함을 통찰하라 ④ 상대와 나 사이에 다리 놓기 ⑤ 반대를 인정하고, 반대에서 출발하라 ⑥ 흑백 속에 빨간색 이미지를 만들어라 ⑦ 거짓을 이야기 속 진실로 살려내라.

은 상품 스토리텔링 발굴·가공 작업 실시

- ③ 지역내 상품 판매 자영업체 대상으로 스토리텔링 가이드북 배포

3. 콘텐츠 활용성 강화 측면

- 최근 스토리텔링은 장소의 재탄생을 통해 다양한 부가적 효과를 일으키고 있는데 이는 지역이라는 공간으로 사람들을 유입시킴으로써 지역의 산업 특히, 관광산업에 미치는 영향이 크기 때문임. 따라서 지역이라는 거대한 공간 속에 세부적인 다양한 콘텐츠와 관련하여 양적, 질적 관리가 필요함. 또한 보유한 콘텐츠가 다양한 계층에 의해 활용되도록 적극적 홍보와 지원도 필요함.

- ① 효과적인 장소 스토리텔링 기법 마련을 위한 연구 실시
- ② 세계를 겨냥한 “제주 지역”을 소재로 한 작품 공모 실시
 - 작품 공모를 통해 세계의 시선을 집중시키면서 우선적으로 제주라는 지역적 공간에 대한 관심을 제고시킬 필요가 있음.
- ③ 다양한 매체를 이용하여 제주지역 공간 노출 활동 지원
 - 특히, 청소년 신세대 문화와 연계 방안 모색 필요
- ④ 제주콘텐츠 관리와 활용 등 다양한 지원 정책 개발 및 강화

4. 협력체계 구축 측면

- 스토리텔링은 지역산업(특히 관광)의 새로운 경쟁력의 원천을 제공할 가능성이 매우 높음. 따라서 제주지역의 영세한 산업적 기반을 보완하고 국제경쟁력을 제고시켜 나갈 수 있는 기반구축 전략으로 매우 유용함.

- ① 개발된 스토리텔링의 활용성 제고를 위한 가이드북 배포
- ② 국제교류 문화프로그램 개발을 통해 인적자원 교류 실시
- ③ 지역내 문화·예술 단체를 중심으로 다양한 프로그램을 통해 지역 주민 참여 확산 및 활용성 증대

※ 본 내용은 연구자의 개인적 견해이며 제주발전연구원의 공식적인 견해와는 다를 수 있습니다.
 내용 문의: 제주발전연구원 제주지역인적자원개발지원센터 홍정순 (hsc0109@khid.or.kr)

JDIFOCUS

제주발전연구원
Jeju Development Institute

690-029 제주특별자치도 제주시 청사로 1길 18-4
Tel.064-726-0500 Fax.064-751-2168
www.jdi.re.kr

