

# 서귀포 칠십리 축제의 홍보를 위한 스토리텔링

조재춘\*, 이희남\*, 강진수\*\*, 조정원\*

\*제주대학교 사범대학 컴퓨터교육과,

\*\*제주대학교 건축학부 건축학전공

e-mail:ardogen@naver.com

## Storytelling for Public Relations of Seoguipo Chilsimri Festival

JaeChoon Cho\*, HeeNam Lee\*, JinSu Kang\*\*, Jungwon Cho\*

\*Dept. of Computer Education, Jeju National University

\*\*Major of Architecture, Jeju National University

### 요 약

성공적인 축제를 위해서 가장 중요한 요건은 보다 많은 사람들의 참여를 이끌어야 함은 물론이고, 간접적인 참여보다는 직접적인 참여로 유도하는 것이라 할 수 있다. 이를 위해서는 축제의 배경과 행사 내용 및 참여 방법 등을 적극적이고 효과적인 홍보할 수 있는 전략이 필요하다. 그동안의 제주 지역에서 열리는 축제에서는 단순한 유인물이나 웹기반의 제한적인 홍보 방식에서 머무른 실정이었다.

본 논문에서는 제주 서귀포 칠십리 축제의 적극적인 홍보를 위해 지정 캐릭터와 서복의 이야기를 활용한 스토리텔링을 기획 및 제작하였다. 이를 통해 이야기가 있는 축제로 승화하고, 축제의 정보를 재미있고 쉽게 전달하여 참가자의 흥미를 유도하며, 축제 테마의 이야기를 상품화로 연결할 수 있도록 하였다. 또한, 축제의 대상인 서귀포 칠십리 거리를 스토리텔링기반 테마의 거리로 조성하여 다양한 볼거리를 제공할 수 있도록 제시하였다.

### 1. 서론

제주가 관광의 도시라고 불리고 있는 만큼 제주에서 관광객들에게 볼거리를 제공할 수 있는 하나의 콘텐츠가 축제일 것이다.

이러한 축제의 성공을 위한 노력으로 축제 프로그램 개발을 위한 외부전문가의 영입, 지역주민의 자발적 참여 확대, 지역특산물 개발, 지역 BI(Brand Identity)개발 등 많은 노력을 하고 있다. 그러나 전문 인력 부족, 노하우 미흡, 예산부족, 명확한 표적시장의 부재 등을 이유로 축제에 대한 홍보 전략은 그야말로 비전문적이고 비과학적인 수준에 머물러 있다[1][2][3].

홍보 전략을 세우는 데 있어 축제 문화콘텐츠에 대한 스토리텔링이 최근에 많은 관심을 끌고 있다. 이러한 스토리텔링을 통해 축제에 대한 흥미와 관심을 유발할 수 있고, 자연스럽게 캐릭터의 창출과 축제 및 문화콘텐츠의 산업화로 연결시킬 수 있기 때문이다[4][5].

본 논문에서는 서귀포 칠십리 축제를 대상으로, 축제의 테마를 이야기로 재미있고 쉽게 전달하기 위한 스토리텔링을 기획 및 제작한다. 또한 스토리텔링의 캐릭터를 관광 상품으로 제작하여 상품화 하였고, 스토리텔링을 기반으로 하여 서귀포 칠십리 거리를 이야기가 있는 축제의 테마 거리로 조성하여 관광객들에게 축제의 적극적인 관심을 유도하고자 했다.

## 2. 콘텐츠의 구현

### 2.1 스토리텔링의 주제 선정

서귀포 칠십리 축제의 테마가 불로장생인 만큼 스토리텔링의 키워드는 불로장생으로 선정하였다. 또한 이와 연결하여 축제의 대표 캐릭터를 서귀포에 전해 내려 오는 서복 이야기를 통해 재구성함으로써 보다 의미 있는 스토리텔링이 될 수 있도록 기획하였다. 또한 서귀포의 특산품을 불로장생과 연결할 수 있는 품목들로 선정하여 지역 특산품에 의미가 부여될 수 있도록 구성을 하였다.

### 2.2 스토리텔링의 소재

스토리텔링에 등장할 축제 대표 캐릭터인 섬돌이와 해순이는 아이들의 친진난만함과 개구쟁이적인 표정, 초롱초롱한 눈망울 속에 간직된 동심을 빌어 아름답고 감동적인 대자연의 신비와 함께 활력이 넘치는 발랄함과 신선함, 희망이 가득한 ‘꿈의 도시 서귀포’를 표현하고자 하였으며, 섬돌이와 해순이를 한 쌍으로 형상화하여 서귀포 칠십리가 갖는 거리와 공간적 개념, 섬과 바다의 의미를 동시에 상징하도록 하였고, 향토성을 띤 표정과 옷차림을 통해 모든 사람들에게 친근하고 수수하게 다가갈 수 있고 청명한 자연환경을 연상할 수 있도록 하였다. 또한 전통갈옷을 입은 섬돌이는 물의 삶과 제주적인 것을 상징하고, 제주해녀를 현대적으로 이미지화한 해순이는 해안의 아름다움과 서귀포 칠십리를 상징하도록하여 화산섬 제주와 서귀포 칠십리가 연속적으로 연상되도록 제작되었다. 섬돌이와 해순이의 캐릭터는 그림 1과 같다.



[그림 1] 섬돌이와 해순이

스토리텔링의 소재로 사용될 제주에 내려오는 서복이야기는 간략하게 다음과 같은 내용을 갖는다.

제주도 서귀포에 전해오는 서불에 대한 전설은 중국 진나라 시황제의 사자인 ‘서불’이 시황제의 불로장생을 위하여 불로초를 구하기 위해 동남동녀 오백명(혹은 삼천명)과 함께 선단을 이끌고 불로초가 있다는 삼신산의 하나인 영주산(한라산)을 행해왔고 영주산의 제일경인 정방폭포 해안에 닿을 내린 서불은 영주산을 올라 불로초를 구한 후 서쪽으로 돌아갔다. 서불은 돌아가면서 ‘서불이 이곳을 지나갔다’라는 의미로 정방폭포 암벽에 ‘서불과지’라는 글자를 새겨 놓았는데, ‘서귀포’라는 지명도 여기에서 유래한다는 이야기가 있다.

### 2.3 스토리텔링 제작

진시황의 명령으로 불로초를 구하러 왔었다는 서복의 이야기를 서귀포의 대표 캐릭터인 섬돌이와 해순이를 서복이 제주에 불로초를 찾으러 왔던 시점에 삽입 시켜 서복이 불로초를 발견하는 6개의 세부 이야기로 구성된 스토리텔링을 제작 하였다.

각 스토리텔링 6장면의 내용은 다음과 같다.

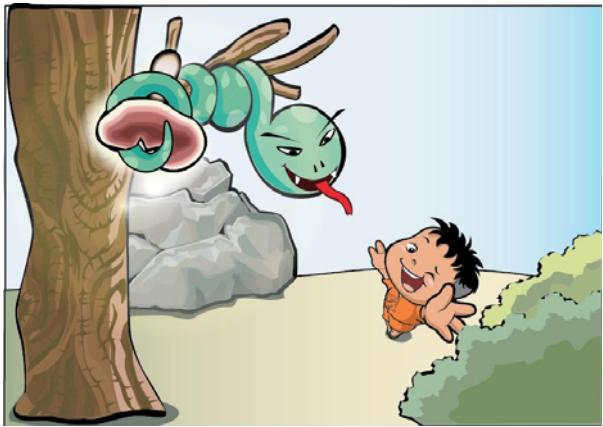
1. 진시황시대에 서귀포 천지연폭포 근처에 사는 해순이와 섬돌이가 살고 있었는데 두 남매는 병드신 할머니를 모시고 있었다.



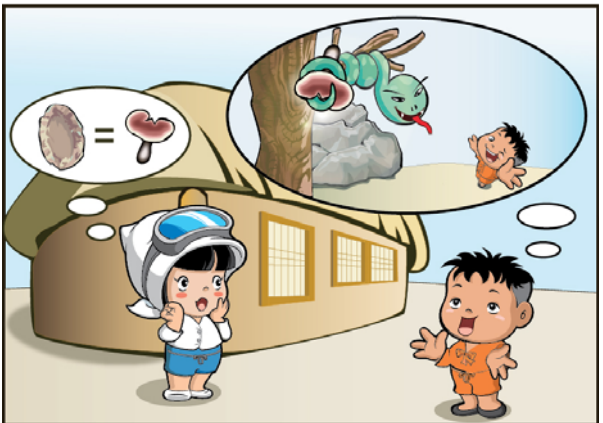
2. 두 남매는 할머니의 병을 고치기 위해 섬돌이는 영주산(한라산)에 약초를 캐러 다니고 해순이는 전복을 캐러 다녔다.



3. 섬돌이는 약초를 캐러 가는 도중에 산중턱에서 귀한 영지버섯을 지키고 있는 커다란 뱀을 만나게 된다. 섬돌이는 영지버섯이 병을 고치는 효험이 있는 것을 알고 뱀에게 영지버섯을 달라고 부탁하지만 뱀은 주지 않았다.



4. 섬돌이는 하는 수 없이 밑으로 내려가고 해순이에게 이야기를 한다. 두 남매는 고민하던 중에 바다에서 귀한 전복을 캐어 바꿔보려는 생각을 한다. 그리하여, 해순이는 전복을 캐는데 열중한



5. 해순이가 고생 끝에 귀한 전복을 캐어 섬돌이와 다시 산에 오르던 중, 불로초를 구하러 다니고 있는 서복이라는 사람을 만나게 된다. 그리하여, 셋은 같이 영지버섯이 있는 곳으로 향한다.



6. 뱀이 있는 곳으로 가서 남매는 전복과 영지버섯을 바꾸자고 했더니, 전복이 귀한 것을 알고 있는 뱀도 흔쾌히 바꿔주었다. 그리하여, 누이는 빨리 산에서 내려와 할머니에게 영지버섯을 다려 드렸다. 할머니의 병이 몇 일만에 나은 모습을 서복이 보고 이것이야말로 불로초라고 생각했다.



### 3. 스토리텔링 개발과 이용

#### 3.1 축제 기념품

축제 기념품은 서귀포 칠십리 축제를 방문하는 사람들에게 서귀포를 홍보하고 기념이 되도록 하는 데에 그 목적이 있다. 섬돌이와 해순이 캐릭터를 비롯하여 앞에서 제시한 6컷의 삽화를 이용하여 머그컵과 후드티에 삽입하여 기념품으로 활용할 수 있도록

제작하였다.



[그림 4] 칠십리 테마 거리 제작 모형

#### 4. 결론 및 향후 연구 방향

### 3.2 테마 거리 조성

스토리텔링을 활용한 칠십리 테마 거리의 모형을 제작하기 위해 서귀포 거리를 분석하고, 테마 거리를 선정하였다. 그림 2는 서귀포의 위성 사진으로, 하얀 표시 부분이 모형으로 제작될 테마거리이다. 그림 3과 그림 4는 제작할 모형 설계와 실제 모형으로, 그림과 같이 산책로를 만들어 공연이 이루어 질수 있는 무대를 설치하고 산책로를 걷는 동안 서귀포 칠십리 축제 테마인 불로장생을 주제로 하는 애니메이션을 볼 수 있도록 구성하였다.

본 논문에서는 성공적인 서귀포 칠십리 축제를 만들기 위해 섬돌이와 해순이 캐릭터와 서복이야기를 소재로 스토리텔링을 기획 및 제작하였다. 또한 이를 이용하여 축제 기념품을 제작하고 칠십리 거리를 스토리가 있는 축제의 테마 거리로 만들어 관광객들에게 축제의 재미와 흥미를 한층 더 높여 주었다. 향후에는 축제 참가자들의 특성을 세부적으로 분석하여 그에 부합하는 스토리텔링 제작을 통한 축제의 맞춤형 서비스에 대한 연구가 필요하다.



[그림 2] 위성으로 보는 서귀포



[그림 3] 제작할 모형

#### 참고문헌

- [1] 송광인, 최영기, “문화관광축제의 홍보전략에 관한 연구 (김제 지평선축제 참가자의 정보만족도 분석을 중심으로)”, 관광경영학연구, 제9권 제2호, pp.97~116, 2005.6.
- [2] 안성혜, “지역문화축제 활성화를 위한 전략적 기획방안의 모색”, 한국콘텐츠학회논문지 제8권 제12호, pp.168~175, 2008.12.
- [3] 백승국, “축제기획을 위한 문화기호학적 방법론”, 인문콘텐츠학회 제6호, pp.249~267, 2005.12.
- [4] 최혜실, “문화 콘텐츠, 스토리텔링을 만나다”, 삼성경제연구소, 2006.
- [5] 류수열, “스토리텔링의 이해”, 글누림, 2007.