훈련과제 연구보고서

전통문화를 기반으로 한 관광 활성화 방안 연구

2022. 2.

경희대학교 호텔관광대학
문화관광산업학과

이 진 미

[목차]

Ⅰ. 연구의 필요성 ····· 1

Ⅱ. 우리나라 전통문화 ····· 2
1. 문화(文化) ····· 2
2. 전통문화(傳統文化) ····· 4
3. 전통문화자원(傳統文化資源) ····· 5

Ⅲ. 문화관광 산업 ····· 9
1. 문화관광 ····· 9
2. 문화관광상품 ····· 10
3. 관광자원으로서 전통문화 ····· 11

Ⅳ. 전통문화 활용 관광 분석 ····· 13
1. 전통문화 관련 주요 정책 및 사업 ····· 13
2. 전통문화 관광 상품 ····· 19

Ⅴ. 전통문화 기반 관광 활성화 방안 제안 ····· 25

Ⅵ. 참고문헌 ····· 48

Ⅰ. 연구의 필요성

전통문화란 오랜 역사를 통해 형성되어 왔으며, 우리 민족뿐만 아니라 전 세계인을 하나로 연결해주는 역할을 하고 있다. 따라서 우리의 핵심 자원인 전통문화의 중요성에 대한 부각이 더 필요하며, 전통문화를 기반으로 한 관광을 활성화하기 위해서 국가적인 차원의 노력이 필요하다.

현대 사회에서 고부가 가치를 창출해내는 문화관광콘텐츠는 세계적으로 가장 기대되는 유망산업 중 하나이며, 이것을 다루는 관광정책의 중요성은 지속적으로 증가하고 있다. 따라서 전통문화를 접목시킨 관광정책을 기반으로 한 차별화된 문화관광콘텐츠 개발을 통해 우리 전통문화의 세계화를 위하여 국가전략산업을 집중 육성하는 등의 문화관광산업을 활성화하는 연구가 필요하다.

전통문화를 활성화하기 위한 방안은 음식, 복식, 건축, 놀이 등 전통문화의 종류에 따라 문화체육관광부 등 다양한 부처에서 추진하고 있으며, 전통문화 기반 관광 활성화 방안은 기존 중국시장에 의존도가 높은 취약한 구조를 극복할 수 있을 것이다. 더불어 영어권 등을 비롯한 전 세계인이 관광을 통해 국가 경제 및 국민 복지 향상을 기하고, 지속적인 관광의 발전을 도모할 수 있을 것이다. 더불어 전통문화 기반 관광정책 개발은 우리 전통문화의 보전 및 계승과 관광산업 발전에도 도움이 될 것이다.

Ⅱ. 우리나라 전통문화

1. 문화(文化)란?

가. 문화의 개념

문화란 사람들이 일정한 시대와 장소에서 집단으로 살아가는 가운데 발생한 생활양식이나 사고방식을 말한다. 인간이 사고하고 행동하는 삶의 방식이 문화가 규정하는 범주이다. 특정 사회의 구성원들에게 받아들여질 수 있는 신념, 관습이나 법률 등을 의미하며, 개인들이 의사소통하고 그들의 경험, 신념이나 개념을 공유할 수 있도록 해주는 행위 등을 포함한 다양한 종류의 의미 있는 유형을 통칭하는 것으로 이해되어 진다.

나. 문화의 정의

1) 문화의 개념과 관점

어원적 정의	'문화(Culture)'의 어원인 '경작하다(Cultivate)'를 기초로 하여 정의한 것으로, '토지를 경작하거나 가축을 기르는 행위'를 말함. 즉, 문화를 자연에 사람이 의식적으로 손을 대는 인공적인 행위 및 결과로 접근함
문명록적 정의	봉건제의 해체와 계몽주의적 이성을 바탕으로 한 근대적 시민사회의 출현과정에서 등장한 '문명(civilization)' 개념에 기초한 정의로, '정신적, 심미적 발전의 일반과정'을 말함
예술 교양론적 정의	'지적, 예술적 활동의 산물이나 실천'을 말하며, 미술, 음악, 문학, 연극 등 예술활동에 중심을 둔 고급문화론적 관념으로 이른바 '문화생활'이라는 말과 함께 우리의 의식에 깊이 자리 잡고 있는 문화 개념임
생활 양식론적 정의	'자연환경과 사회적 제도 및 관계 등의 인문환경 속에서 시대와 지역, 집단에 따라 독특하게 형성되는 생활방식'을 의미하며, 다양하고 복잡한 일상생활의 측면들이 모두 문화로 설명될 수 있어 가장 일반적으로 사용되고 있는 정의임
의미 체계론적 정의	일상생활의 상징적 차원에 초점을 두는 기호학적 개념으로서 '사회질서가 전달, 재생산, 체험, 탐구되는 공유된 의미화 체계'를 말함

2) 학자들의 정의

Debra Marshall	문화는 학습되고, 규범화되며, 사회적으로 전승되고, 공유되고, 상대적이며, 적응되어 가면서 자연(natural)스럽게 되어가는 것
Edward Taylor	문화를 지식, 신앙, 예술, 도덕, 법률, 관습과 역량과 습관을 포괄하는 복합체로 이해
Clifford Geertz	문화는 지각(perception)을 형성하고 형태(behavior)에 영향을 주는 가치, 신앙, 태도를 공유하고 학습하는 상징체계라고 주장

문화는 한 사회구성원이 가치 있게 생각하는 지적, 정신적, 예술적 산물을 표현한 것으로 다양한 문화적 내용을 포함하고 있다.

문화는 사람에게 있어서 '공기'와도 같은 존재이다. 물이 없는 물고기를 생각할 수 없는 것처럼 '공기'가 없는 세상의 사람도 떠올릴 수 없다. 사람의 생명 유지를 위해 반드시 있어야 하는 것이 공기인 것처럼, 사람과 문화의 관계도 이와 같다. 문화는 우리가 살아가는 데 중요한 역할을 하고 있을 뿐만 아니라 때로는 삶의 의미를 제공하기도 한다. 우리 모두가 문화에 대해서 좀 더 잘 이해하는 이유는 우리 삶의 중요성과도 일치하기 때문이다. 문화에 대한 보다 나은 지식과 경험은 우리 삶의 방향을 더 좋은 것으로 발전시켜 나가는 데 도움이 될 것이다.[1)]

1) 양위주, 글로벌 문화관광론, 한올, 2015, p.9

2. 전통문화(傳統文化)

앞서 말한 것과 같이 문화라는 용어를 한마디로 정의하는 것은 불가능하나, 사전에 따르면 문화는 “자연 상태에서 벗어나 일정한 목적 또는 생활 이상을 실현하고자 사회 구성원에 의하여 습득, 공유, 전달되는 행동 양식이나 생활 양식의 과정 및 그 과정에서 이룩하여 낸 물질적·정신적 소득을 통틀어 이르는 말. 의식주를 비롯하여 언어, 풍습, 종교, 학문, 예술, 제도 따위를 모두 포함한다.” 라고 되어 있다.

여기에 범위를 좁혀 ‘전통문화’는 “그 나라에서 발생하여 전해 내려오는 그 나라 고유의 문화” 라고 할 수 있다. 전통문화는 민족의 과거와 현재 그리고 미래를 연결하는 수단이다. 우리 민족과 국가의 대외적인 이미지를 높이는 데 기여할 수 있고, 전통문화를 바탕으로 부가가치가 높은 문화콘텐츠를 만들어 국가 경제를 발전시킬 수도 있다. 따라서 전통문화를 계승하고 발전시켜 나가는 것이 매우 중요하다.[2)]

전통문화 자원에는 전통 건축물, 음식, 문화유산, 놀이 등 과거로부터 현재까지 전해 내려오는 고유한 문화로, 인간의 생활 및 경제 생산에 이용되고 있다.

2) 전통문화[傳統文化], 네이버 지식백과

3. 전통문화자원(傳統文化資源)

가. 전통문화자원의 유형분류[3)]

지방자치단체 관광포탈이 제시한 전통문화자원의 형태와 성격의 유사점을 바탕으로 전통문화자원의 공통유형을 산출하면 전통음식, 전통공예, 전통의례, 전통놀이, 전통예절, 전통가옥, 템플 스테이 등의 항목으로 요약된다.

선행연구에서의 전통문화자원 분류와 지방자치단체 관광포탈의 전통문화자원 제시유형을 포괄하여 전통문화자원의 유형을 다시 정리하면 한글, 한복, 한옥, 한식, 국악, 전통 스포츠(무예, 놀이), 전통공예(도자, 금속, 섬유, 짚・풀, 천연염색), 생활기술, 전통무용, 전통의례(다도 등), 전통무용, 종교 체험(신사체험, 템플 스테이 등), 이야기 거리(민담, 설화 등)으로 나뉜다.

나. 전통문화콘텐츠 동향[4)]

전통문화와 콘텐츠가 합쳐진 전통문화콘텐츠는 우리 고유의 문화적 자원들이 감성, 창의력을 기반으로 기술과 매체를 통해 널리 사용되며 가치를 창출하는 문화상품이라고 할 수 있다. 전통문화는 콘텐츠 산업에서 다양한 소재로 활용되는 가운데 1990년대 중반부터 방송 드라마와 영화 등에서 성공사례들이 나타나며 활용 폭이 확대되었다.

---

3) 김상태, 역사·전통문화 체험관광 활성화 방안, 한국문화관광연구원, 2014.

4) [문화:기술 – 문화와 기술의 만남] 커버스토리 전통문화콘텐츠와 문화기술(CT)의 활용, 한국콘텐츠진흥원, 2016.9.2. 전통문화 연계 융복합콘텐츠 활성화 방안, 한국콘텐츠진흥원, 2016.7.20.

(역사의 영상콘텐츠화) 전통문화가 콘텐츠에 활용된 대표적인 사례 중 하나는 영화나 드라마 등 스토리텔링이 있는 작품의 소재로 사용되는 것이다. 가장 대표적으로 '대장금(2003년)' 드라마를 통해 조선 궁중 여성들의 일, 정치, 여가생활, 한국의 전통 복식 및 음식을 볼 수 있었고, 세계적인 인기를 얻으며 한국의 전통문화를 전파하는 역할을 하였다.

(한복, 한글을 활용한 콘텐츠 상품 제작) 한지를 이용한 의상을 제작하거나, 케이팝 가수의 의상에 한복을 활용하여 제작하고, 한복 패션쇼를 개최하는 등 활용의 폭이 확대되고 있다.

(관광 콘텐츠) 궁중문화축전이나 많은 지역축제(장성 홍길동 축제, 남원 춘향제, 울산 처용문화제 등) 등의 관광 콘텐츠에서 전통문화는 필수적으로 활용되고 있다.

(문화유산과 기술) 문화재를 디지털 데이터로 기록하여, 디지털 기술을 통한 전통문화유산을 콘텐츠화 한다. 2015년 국립과천과학관 '가상과 현실 사이' 전시의 '가상현실 석굴암 체험관(VR)'에서는 당시 국내 최초 이동형 가상현실 체험관으로 가상현실 HMD를 쓰고 실제 크기의 석굴암형 돔 안을 직접 구경할 수 있었다. 이후 전통 건축물 및 왕릉 등의 가상현실 체험 전시가 계속해서 이루어지고 있다.

(순수예술) 대표적인 예로 국립민속박물관에서 이이남 작가가 2007년 처음으로 선보인 '디지털 8폭 병풍'은 고전 민화를 바탕으로 디지털 영상으로 만들어낸 미디어아트 작품이다. 나비와 풀벌레가 날아다니는 모습이나 새·물고기의 움직임이 컴퓨터 애니메이션으로 표현되어 영상과 병풍의 특징을 접목시켰다. 또한, 디지털 승무 전시에는 명무 이매방이 춘 승무를 3D 입체영상으로 제작하여, 유리로 된 역 피라미드 속의 공간에서 입체적으로 상영해 사방에서 감상이 가능하도록 한 미디어아트 작품을 선보였다.

(공예) 한교아이씨는 백제 금동대향로 등의 국보급 문화재를 갤러리 등 전시공간에 3D 홀로그램으로 구현하여 선보였으며, 카자흐스탄 박물관에 수출하는 등 홀로그램이 전통문화에 활용될 수 있는 가능성을 보여주었다. 복과 정성을 담아 무엇이든 감싸는 우리 전통문화 '보자기' 또한 국내외 큰 인기를 얻고 있다. 고급스러운 세련미, 무엇이든 담아내는 유연성, 재활용이 가능한 친환경적 특성으로 생활소품 및 예술적 공예의 소재로 사용되고 있다. 첨단 기술이 전통문화 관광 분야에서 효율적인 도구로 활용되고 있다.

이처럼 전통문화는 콘텐츠의 중요한 자원으로서 항상 새롭게 계승·발전시켜야 하는 유기적 생명체라고 할 수 있다.

다. 전통문화의 가치 인식[5)]

전통문화가 갖는 가치는 첫째, 전통문화는 문화의 정신성을 제공한다. 정신이 중심이 되며, 문화 그 자체를 삶으로 인식하므로 전통문화는 우리로 하여금 정신성을 회복하고 일깨울 수 있는 계기를 마련해준다. 둘째, 전통문화는 문화의 본질성을 제공한다. 전통문화의 본질성 제공은 전통문화가 지니는 중요한 문화적 가치이다. 셋째, 전통문화는 문화의 정체성을 제공한다(전윤하 2006).

Holden(2004)은 사회경제적 목적을 달성하기 위해 문화가 활용되어 질 때 나타나는 도구적 가치와 공익을 목적으로 하는 조직에서 시민들과 연계하면서 창출해내는 공적 가치, 문화영역에 대한 지적·감성적·정신적인 경험 가치인 본질적 가치로 구분하였다.

전통문화는 시대와 계층, 전통문화를 이루는 작은 범주에 따라 다양하게 세분화 되었다. 첫째, 통시적으로 각 시대의 문화, 둘째, 각 문화의 주체였던 계층의 문화, 셋째, 문화의 갈래와 영역에 따라 구분하고 있다. 따라서 항목으로 구분된 전통문화의 개별항목들은 편의상 시도 된 것임을 알 수 있다(황복희 2015).

5) 안세길, 전주 한옥마을 방문객의 전통문화 가치인식과 관광지 선택속성이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향, 호텔리조트연구 제19권 제2호, 2020.4.

Ⅲ. 문화관광산업

1. 문화관광

가. 문화와 관광의 관계

관광의 본질은 인간이 자연, 역사, 유산, 인물, 인공물 등 다양한 관광의 대상을 경험하는 것이다. 즉, 문화를 경험하는 것이고 관광이 문화적 행위임을 말할 수 있다. 관광은 서로 다른 문화가 만나는 것이며, 특정 시대나 집단의 생활양식이다. 자본주의 사회에서 관광은 사회와 문화가 상품으로 등장하는 특수한 생산양식이다.

나. 문화관광의 개념

문화관광은 '문화'와 '관광'이라는 광범위한 개념이 합쳐져 이루어진 합성어로서 매우 복합적이고 다양한 성격을 띠고 있으며 한마디로 정의 내리기 쉽지 않다. 문화관광 개념은 광의에서부터 협의에 이르기까지 다양하며, 연구자들마다 개념 정의와 범위 설정을 다르게 접근하고 있다. 문화관광의 개념은 관광 자체를 문화관광으로 보거나, 사람들의 모든 이동을 문화관광으로 보는 광의의 정의에서부터, 문화관광을 유적 및 기념물과 같은 문화상품 관광으로 보거나, 다른 지역의 삶과 유산, 역사를 배우는 학습 관광으로 보는 등의 대중오락의 소비로 보는 협의의 정의에 이르기까지 다양한 스펙트럼을 지니고 있다.

WTO(세계관광기구) (1985)	문화관광이란 협의로는 탐구여행, 예술문화 축제 및 기타 문화행사 참여, 유적지 및 기념비 방문, 자연·민속·예술탐구여행, 성지순례 등 본질적으로 문화적 동기에 의한 인간들의 이동이고, 광의의 문화관광은 개인의 문화수준을 향상시키고 새로운 지식·경험·만남을 증가시키는 등 인간의 다양한 욕구를 충족시킨다는 의미에서 인간의 모든 행동을 포함함
한국문화예술진흥원 (1989)	문화관광이란 타국이나 타지역의 생활양식이나 전통적 행동양식에 접하고 체험하는 것임
한국관광공사 (1995)	문화관광에 대해 문화적 동기를 가지고 전통과 현대의 다양한 문화를 적극적으로 체험하는 특정관심분야관광(SIT: Special Interest Tourism)의 일종으로 정의함. 특히 기존의 보는 관광 차원에서 한걸음 나아가 적극적 접촉과 교류를 통해 문화를 체험하는 관광만을 진정한 문화관광이라고 봄

또한, 문화관광은 관광객이 여가시간 중에 일상의 생활권을 떠나 다시 돌아올 예정으로 타국이나 타 지역을 유형·무형의 문화적 관광자원을 대상으로 하여 문화적 관광 욕구 충족을 목적으로 하는 관광 활동을 의미한다. 문화의 지역차에 의해 성립되며 각 지역의 문화적 특성에 대한 감상 및 체험 등이 관광 활동의 주요 내용이라고 할 수 있다.

2. 문화관광산업

문화관광산업은 관광목적지나 관광매력물과 관련된 관광객의 활동과 경험 중 문화와 관련된 역사적 예술적 유산적인 것을 대상으로 하는 산업의 형태이다. 라이프스타일, 문화유산, 예술, 역사유적지 등을 알고, 배우고자 하는 목적으로 타 문화권에서 이루어지는 인간의 활동과 관련된 산업이기 때문에, 사람간 교류이며, 문화간 교류를 통해 서로 다른 문화에 대한 이해증진을 도모하여 인류공영에 기여 하는 산업이라고 할 수 있다. 정부는 신한류, 교육, 전통문화 등 한국의 문화

자원을 관광과 융합하여 한국형 관광만이 제공할 수 있는 차별화된 콘텐츠를 개발하여야 한다.

3. 관광자원으로서 전통문화

관광객들은 대부분 관광목적지의 선택에 있어서 특별한 목적을 가지고 있다. 전통적인 생활방식을 유지하면서 관광객들에게 독특하고 국민적 풍취를 더해 주는 것이 보다 효과적일 수 있다. 따라서 어떤 국가든 그 국가가 소유하고 있는 문화자원들을 현명하고 독창적인 방법으로 제공될 수 있도록 해야 한다. 관광객들에게 색다른 경험을 줄 수 있는 것으로써 매력성을 지닌 것이면 모두가 관광자원이 될 수 있고, 관광자원의 가치는 상대적 가치를 띠게 마련이어서 상황, 계절, 시간대에 따라 가치와 의미가 달라질 수 있으며, 노력 여하에 따라 다양한 매력을 창출할 수 있다. 역사적으로 볼 때 한 나라의 전통문화는 그 나라를 찾아온 모든 관광객에게 관심의 대상이 되거나 표적이 된다.

우리의 전통문화는 오랜 역사 속에서 다른 나라 문화를 받아들여 새 문화를 만드는 과정을 중첩적으로 시행하면서 현재의 문화를 이룩한 것이다. 가장 한국적이고 지방적인 지역 전통을 경쟁수단으로 삼을 때 성공 가능성은 크다고 할 수 있다. 전통을 살린 문화상품은 이미 차별화되어 있는 것이고, 그 나라 그 지역이 종주국이기 때문에 경쟁의 우위는 거의 보장받은 것이나 다름없다. 따라서 향토성을 살린 전통문화를 바탕으로 한 관광만이 가장 확실한 대안이 될 수 있다. 전통문화는 단절되어서도 안 되고,

고정적으로 답습되어서도 안 된다. 끈기 있게 이어지고, 상황에 맞게 가변적으로 창조적 전승이 이루어져야 한다.[6)]

대표적인 관광자원으로 활용되는 전통음식은 지역의 특산물을 이용하여 그 지역의 독특한 조리법에 의해 만들어진 다수의 주민이 한 세기 이상 선호해 오고 있는 음식으로 정의되며(김경애 2004), 우리나라 전통 음식의 경우에는 대략 1세기 이전부터 한국의 일상생활, 궁중 의식, 통과의례, 세시 풍속 등을 통한 고유의 역사적 배경과 문화적 특징을 지니면서 지역 특성에 맞게 전승되어 현존하는 음식으로서 한국인의 식생활에 유익하게 합리적으로 보존, 육성해 오는 소중한 민족의 유산이다(박과정 2000). 또한, 음식이 관광객의 관광 행동을 유발하는 하나의 요소로서 매우 중요한 위치를 차지하므로, 전통 음식은 이제 단순한 먹거리가 아닌 소비자에게 각광 받는 관광자원으로 관광객에게 그 지역 고유의 식문화를 체험하는 관광 활동과 연계한 상품으로 발전시켜야 한다(Chang et al 2004).

특히 관광은 이질적인 문화체험이 주된 동기이다. 국가마다 유사한 현대의 문화보다는 과거의 고유한 전통문화에 대한 관광 동기가 우선시 된다.[7)]

6) 관광과 문화 [Tourism and Culture], 네이버 지식백과
7) 하정화·김진강, 전통문화체험요소가 재방문의도에 미치는 영향 : 만족의 매개효과를 중심으로, Tourism Research 제40권 제1호, 2015.

Ⅳ. 전통문화 활용 관광 분석

1. 전통문화 관련 주요 정책 및 사업

문화체육관광부와 문화재청 등의 정부 부처에서 다양한 사업을 추진하고 있다. 문화체육관광부의 주요 사업으로는 문화도시·문화마을 조성 사업, 문화관광축제 지원사업, 템플스테이, 전통한옥 체험숙박시설 운영 지원사업, 이야기가 있는 문화생태탐방로 등이 있으며, 관광국 내 부서에서 역사·전통문화 관련 프로그램, 축제, 기념품 등 상품화 방안 및 인프라 확충 등 역사·전통문화 체험 관광과 관련된 주된 사업을 추진하고 있다. 그 외에 타 부처에서도 비슷한 사업들이 다양하게 진행되고 있다.

가. 전통문화 체험관광 프로그램

전통문화는 나라마다 과거와 현재와 미래를 연결하는 고리로서 부가가치가 높은 고품격의 문화관광콘텐츠로 육성되고 있다. 문화체육관광부는 전통문화 체험을 고품격 관광프로그램으로 육성하기 위해 ‘전통문화 체험관광 프로그램’ 10건을 선정했다. ‘전통문화 체험관광 프로그램’은 대한민국 곳곳에 숨어있는 지역의 대표적인 전통문화 상품을 찾아내고 이를 명소 관광으로 연계, 활성화하기 위해 2016년부터 문화체육관광부가 한국관광공사와 함께 지원하고 있는 사업이다.

이 프로그램은 인물・이야기, 역사・유적지, 생활문화(한복・한방・음식 등), 고건축물, 전통예술, 전통공예, 역사놀이, 신화・전설 등 다양한 주제를 다룬다. 2018년에 선정된 전통문화 체험관광 프로그램은 다음과 같다.[8)]

<2018년도 전통문화 체험관광 프로그램>

지자체명	체험관광 프로그램명
인천 강화	고인돌 밀당(밀古 당氣go) 강화도 여행
광주 광산	비밀의 월봉서원에서 만나는 호남의 정신문화
울산 울주	외고산 옹기마을 전통가마
강원 강릉	강릉 한류문학 힐링스토리
충북 단양	고구려 온달과 평강이야기
전북 전주	한옥마을에서 만나는 한국의 미
전남 해남	예술가와 함께하는 남도 수묵(水墨) 기행
경북 영양	음식디미방과 장계향 예절
경북 고령	고령 신비의 대가야 여행
경남 산청	산청 한방테마파크 오감+알파(α) 체험

<2018년도 전통문화 체험관광 프로그램 세부 현황>

관광콘텐츠		수행기관 (문의처)	주요 프로그램 내용
인물·이야기	강릉 김시습, 신사임당, 허난설헌	강릉문화재단 033-647-6802 www.gntour.go.kr	사임당, 김시습 기념관 등 문학투어·탁본체험 등 <4~12월 / 상설체험은 자체 무휴운영중 >
	단양 온달, 평강공주 (온달관광지)	만종리대학로극장 043-421-2263	온달과 평강 상황 속 역할극, 공연관람 <5~10월 / 상설체험은 자체 운영중 >

8) 문화체육관광부 관광정책국 국내관광진흥과, 2018 전통문화 체험관광 프로그램 선정, 2018.1.4.

생활문화 (한옥·한복)	전주 인근 유네스코 유산	전북전통문화연구소 063-282-3072 tour.jeonju.go.kr	소리문화·마당극, 음식문화 체험, 한지 제조, 한복 체험 및 한옥마을 투어 등 <3~11월 / 화~토, 상설체험은 자체 별도운영중>
생활문화 (한방)	산청 한방테마파크	큰들문화센터, 한방약초힐링산업 육성사업단 055-973-2171 donguibogam-village.sancheong.go.kr	'산청 동의보감촌' 한방 항노화, 기체험, 약선 음식 체험 등 한방힐링캠프 <4~11월 / 화~일, 상설체험은 자체 별도운영중>
생활문화 (음식요리)	영양 두들마을, 음식디미방	영양축제관광재단 054-683-7300 dimibang.yyg.go.kr	전통음식요리, 예절교육 <4~12월 / 상설체험은 예약제 운영>
전통예술 (수묵화)	해남, 진도, 강진 일원 수묵화 배경	행촌문화재단 061-530-8281	해남 해안, 녹우당, 일지암 등을 예술가와 동행 등 남도 수묵화 예술 여행 <5~10월 주말>
전통공예 (옹기)	울주 옹기마을	울산옹기축제추진위 옹기마을협동조합 052-227-4960	전통 옹기가마 체험, 스토리 엑터들과 함께하는 놀이마당, 옹기화덕 체험 등 <6~11월, 토 / 상설체험은 자체 별도운영중>
문화유적 전통공예	강화 고인돌 공원 일원	우리문화재보호회 032-934-1400 032-930-3562	고인돌 1박2일 캠프, 강화 소창손수건 만들기 등 <8~11월 매주, 토.일/ 상설체험은 자체 별도운영중>
문화유적 생활문화	고령 대가야 고분군 등 일원	고령군관광협의회 www.grta.co.kr 054-950-6423	대가야 고분군, 가야금, 음식, 공연 문화관광 체험 연계투어<4~11월/ 상설체험은 자체 별도운영중>
선비문화 (서원)	광주 월봉서원	고대문화재연구원, 광주 광산구청 062-651-3701, 062-960-8255 www.wolbong.org	전통카페 다시체험, 다시공방, 꼬마철학자 등 <4~11월 / 수~일, 상설체험은 자체 별도운영중>
계	10개소		

* 세부계획은 지자체 누리집 등 참조

<2018년도 전통문화 체험관광 관련 사진>

단양 고구려 온달과 평강이야기	영양 음식디미방 외국인 음식조리 체험
고령 우륵 가야금 체험	해남 수묵기행(아트투어)

나. 전통문화 콘텐츠 국립박물관 디지털(AR·VR·메타버스[9]) 사업

디지털 시대에 맞게 국립박물관에서는 각종 디지털 기술을 활용한 콘텐츠를 만들어 전통문화를 많은 사람들에게 알리고 있다.

국립중앙박물관에서는 경천사 십층석탑을 비롯해 세 곳의 영상관에서 디지털 실감 콘텐츠를 제공한다. 상설전시관의 경천사 십층석탑의 경우 AR기술을 활용한 박물관 전시연계 앱을 이용해 구석구석 살펴볼 수 있다. 훼손된 부분은

9) 가공, 추상을 의미하는 메타(Meta)와 현실 세계를 의미하는 유니버스(Universe)의 합성어

복원도로 보여주고 144점의 부재로 이루어진 경첩사탑이 어떤 구조로 되어있는지 퍼즐로 직접 쌓아볼 수 있다.

디지털 실감 영상관1에서는 ‘꿈을 담은 서재, 책가도’를 통해 조선의 선비처럼 나만의 책장을 꾸밀 수 있게 되어 있으며, “금강산에 오르다”, “왕의 행차, 백성과 함께하다”, “영혼의 여정, 아득한 윤회의 길을 걷다”, “신선들의 잔치” 등 4종의 콘텐츠가 폭 60m, 높이 5m의 3면 파노라마 스크린이 펼쳐져 초대형 영상이 강력한 몰입감을 준다. 디지털 실감 영상관2는 한옥과 전통 발을 모티브로 디자인했다. 가상현실(VR)이 시간과 공간의 경계를 넘어 새로운 세상으로 안내한다. 박물관 수장고와 보존과학실에서 큐레이터가 되어 소장품을 조사하고 보존처리를 하며, 고해상도 미디어를 통해 재미를 선사한다. 디지털 실감 영상관3에서는 북한에 있는 안악3호・강서대묘・덕흥리 무덤 등 고구려 벽화무덤 3곳을 프로젝션 맵핑 기술[10]을 이용해 사실적으로 재현하고 있다.

추가로 아시아 최대 메타버스 플랫폼 제페토(ZEPETO)에 국립중앙박물관 월드맵을 구축하여 ‘힐링 동산(feat. 국립중앙박물관 반가사유상)’이라는 이름으로 새로운 메타버스 콘텐츠를 새롭게 선보였다. 나만의 아바타로 가상의 공간에서 친구들과 함께 반가사유상을 만나볼 수 있는 콘텐츠이다.

10) 프로젝션 맵핑(Projection Mapping)은 대상물의 표면에 빛으로 이루어진 영상을 투사하여 변화를 줌으로써, 현실에 존재하는 대상이 다른 성격을 가진 것처럼 보이도록 하는 기술

▲ 국립중앙박물관 디지털 실감 영상관

국립민속박물관에서도 기획전시 및 상설전시 1·2·3관에서 온라인 전시(VR)를 제공하고 있으며, 국립민속박물관이 기획 단계부터 온라인 전시를 염두에 두고 진행한 실험적 결과물인 '막걸리, 거친 일상의 벗' 이라는 가상 전시장을 만들어 우리 민족의 전통문화를 다양하게 접할 수 있도록 구현하였다.

▲ 국립민속박물관 온라인 전시

앞으로도 디지털 환경에 친숙한 MZ세대 등의 수요에 부응하기 위해서는 다양한 형태의 전통문화 디지털 콘텐츠화를 통해 시·공간의 제약을 벗어나 쌍방향으로 소통하는 전시·관람 플랫폼을 구축하는 등의 노력이 더욱 필요할 것이다.

2. 전통문화 관광 상품

관광기념품은 단순한 기념품의 의미를 넘어 활용도 높은 제품으로 국내외에서 인기를 얻고 있다. 문화체육관광부와 한국관광공사는 우리나라 및 전국 각 지역을 대표하는 관광기념품을 발굴하기 위해 '대한민국 관광기념품 공모전'을 1998년 이후 매년 개최하고 있다. 우리나라의 문화, 자연환경, 먹거리, 관광지 등 다양한 관광콘텐츠를 소재로 하며 국내외 관광객이 구매할 수 있는 모든 관광기념품과 아이디어를 공모하고 있다.

특히, 공모전 수상작에는 한국의 매력을 널리 알릴 수 있는 전통문화를 기반으로 한 관광기념품이 많은 걸 확인할 수 있다. 2021년도에는 '여행을 되찾다, 한국을 찾다'를 주제로 전국 각지의 매력적인 콘텐츠를 담은 12점의 작품이 국내 기업과의 협업 지원 속에서 유통처 확보 및 협업 제품으로 출시되었다.[11)]

11) 안영배, 2021 대한민국 관광공모전 기념품 부문 기록집, 한국관광공사, 2021.12.

<2021 대한민국 관광공모전(기념품 부문) 수상작 일부 목록>

상훈	출품작명	심사 총평
국무총리상	나전 청자상감 참외모양병문 원목트레이	- 한국의 미를 살린 뛰어난 디자인과 상품 완성도, 높은 활용성 - 우리나라 국보를 모티브로 해 관광 상품으로서 매력적임
국무총리상	경주 문화재를 이용한 체스기념품	- 경주 문화재를 활용한 오브제로 지역 연계성이 높음 - 개성 넘치는 상품이라 소장 가치가 높음
문화체육관광부 장관상	구름, 학 무늬 상감청자 주기세트	- 고려청자를 현대적으로 재해석해 실용성과 활용도를 높임 - 수작업 상품으로 소장 가치가 높음
문화체육관광부 장관상	수막새공깃돌 청자에디션	- 한국적 미감을 살린 아름다운 디자인 - 영문판 공기놀이 설명 제공으로 외국인 선물로도 유용
한국관광공사 사장상	자개 소반 무선충전기 달반	- 한국 문화를 담은 소품에 무선충전 기능을 더해 심미성과 실용성을 두루 갖춤 - 누구에게나 필요한 상품인 만큼 남녀노소 선물용으로 적합

<2021 대한민국 관광공모전(기념품 부문) 수상작 사진>

나전 청자상감 참외모양병문 원목트레이

경주 문화재를 이용한 체스기념품

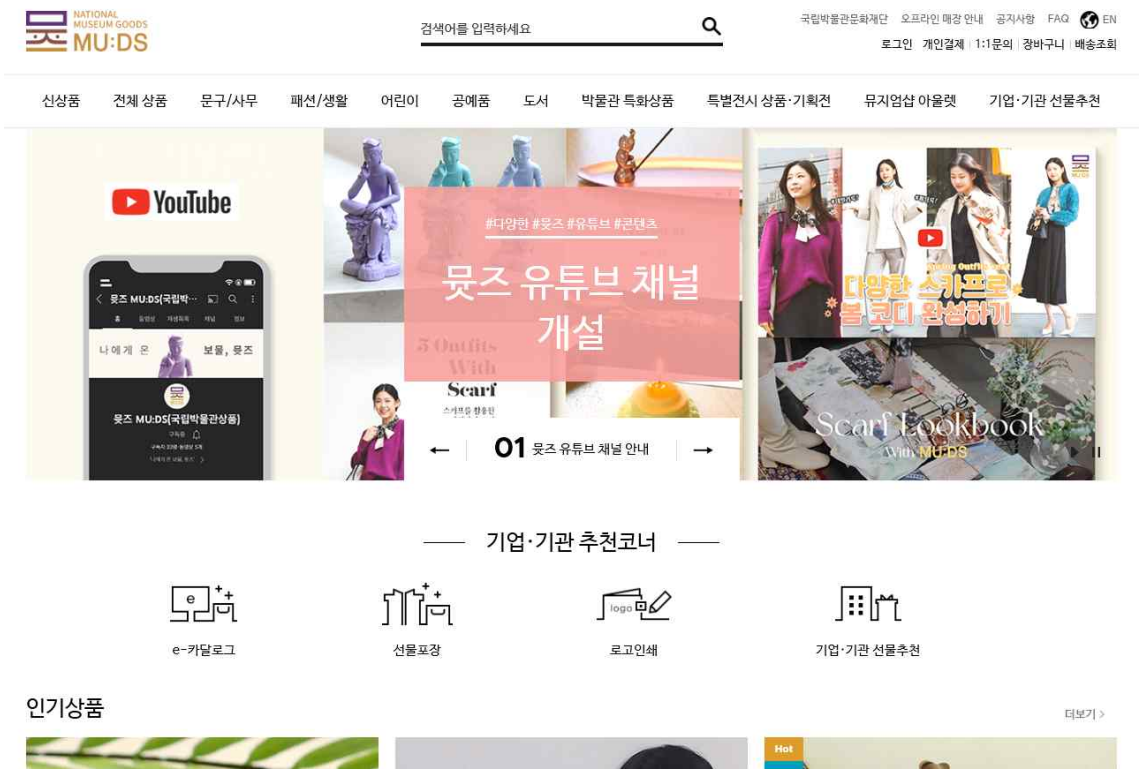
구름, 학 무늬 상감청자 주기세트

수막새공깃돌 청자에디션

자개 소반 무선충전기 달반

문화체육관광부는 공모전을 통해 발굴한 관광 기념품을 국내외 관광객에게 널리 홍보하고, 다양한 기업과 협업해 유통을 지원하는 등 주목받는 상품이 될 수 있도록 다양한 지원책을 펼치고 있으며, 한국관광공사는 관광 기념품이 여행을 기억하고, 간직하게 하는 소중한 매개체이니만큼 관광 기념품을 통해 여행을 더 오래 기억하고, 다시 관광지를 방문하는데 기여할 수 있도록 노력하고 있다.

최근 국립박물관에서 만든 기념품은 트렌드로 거듭나며, MZ세대를 포함하여 다양한 세대를 공략하고 있다. 국립박물관문화재단은 최근 들어 더욱 화제가 되고 있는 '국립박물관 상품'의 브랜드 정체성을 강화하기 위해 '뮺즈(MU:DS)'를 공개하여, 박물관 문화유산이 지닌 역사와 문화적 가치에 오늘날의 창의성과 실용성을 더해 새로운 감성을 만들고, 박물관 문화유산을 누구나 일상에서 즐길 수 있도록 하는 의미를 담았다. 박물관 상품의 품질 보증, 전통과 현대, 의미와 실용의 조화, 나만의 개성을 담은 컬렉션 완성, 시대와 세대를 뛰어넘는 자부심과 만족감 선사 등의 의미를 둔다.



▲ 국립박물관문화재단 뮷즈(MU:DS) 홈페이지

국립중앙박물관은 고급스러운 느낌과 전통적인 느낌을 동시에 주며 선물용으로도 딱 맞는 기념품을 만들어 높은 가격임에도 불구하고 주문이 폭주하였다. 예전에는 박물관에 방문한 것을 기념하는 목적으로 기념품을 샀다면, 지금은 상품 자체가 좋아서, 실생활에서 사용할 수 있는 기념품을 사는 경우가 많아졌다.

대표적으로는 고려청자 에디션 케이스, 전통 나전칠기 방식으로 제작한 고급 컵 받침, '광복 70주년'을 맞이하여 출시된 윤동주의 시 '별 헤는 밤'의 단어를 타이포그래피로 표현한 컵, 단청 단우산, 자개소반 무선충전기, 반가사유상 에디션, 인센스 홀더 등이 있다. 이는 출시된

후 SNS 입소문을 통해 퍼지며, 유명인과 인플루언서를 통해 홍보되는 등 품절 대란을 일으켰다.

<국립중앙박물관 굿즈(Goods)>

<table>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>반가사유상 에디션</td><td>고려청자 에디션 케이스</td></tr>
<tr><td>
</td><td> </td></tr>
<tr><td>‘별 헤는 밤’ 타이포그래피 컵</td><td>고려청자 메모지</td></tr>
</table>

국립박물관 기념품은 유물과 전통문화를 기반으로 하여 더욱 의미 있고, 희소성 있는 상품으로 국내 관광객뿐만 아니라 외국인 관광객을 끌어들이기에도 충분한 역할을 할 수 있을 것으로 보인다. 기념품에는 고전적인 것만이 아닌 현대적인 것이 많고, 어렵고 무겁지 않고 가볍고 재미있게 한국의 전통문화를 알릴 수 있는 기회이다.

더불어 한국 고유의 문화적 가치를 담은 우수 문화상품에 정부 인증 마크인 ‘케이 리본(K-Ribbon)’을 붙여주는 제도인 우수문화상품 지정제도 운영도 실시하고 있다. 문화체육관광부와 농림축산식품부 공동으로 문화콘텐츠와 공예품, 한복, 한식·식품 등 문화상품들을 대상으로 공모를 통해 우수문화상품을 지정하는 제도이다.

우수문화상품지정제도

우리 전통문화의 저력과 핵심가치의 재발견,
우수한 문화상품에 대한 일관성 있는 브랜드 마케팅 등을 통해
코리아 프리미엄을 창출합니다.

현재 운영되고 있는 전통문화 관광 상품들은 상품에 따라 수준 편차가 높아, 최소 수준의 상품 품질 확보 차원에서 별도 전통문화 체험관광 상품 인증제 도입이 이루어져야 한다. ‘인증’은 상품이 지녀야 할 최소한의 수준 확보에 초점을 둔 반면 ‘우수상품’은 인증 받은 상품 중에서 상품적 가치가 높은 상품을 선정하는 과정으로 초기에는 ‘우수상품’ 보다는 ‘인증제’ 도입이 효과적일 수 있다(김상태 2014).

Ⅴ. 전통문화 기반 관광 활성화 방안 제안

1. 외국인을 위한 전통문화 관광정보제공시스템 구축

그럼에도 아직까지 한국의 문화는 외국인들에게 생소할 수 있다. 한국어로 한국의 문화와 역사를 학습할 수 없는 외국인들을 위한 외국어 출판물, 영상, 홍보물 그리고 인터넷상의 정보가 별로 없는 게 현실이다. 외국인들이 한국문화나 역사에 대한 정보를 얻기가 어렵기 때문에 이에 대해 관심을 갖기가 어려운 게 현실이다. 특히 어느 나라를 방문하든지 그 나라의 대표적인 박물관과 미술관을 방문하는 것은 거의 상식적인 것인데 우리나라의 경우 방한 외국인 관광객 대비 박물관을 방문하는 관광객이 매우 저조한 걸 확인할 수 있다. 이는 외국인들의 무지 때문이 아니고, 우리의 문화와 역사를 외국어로 소개하고 적절한 스토리텔링을 통한 재구성을 하지 않아, 외국인들에게 제대로 홍보하지 못하고 있는 탓일 수 있다. 5000년 찬란한 역사를 가지고 있는 문화유산과 소중한 보물들을 제대로 활용해야 한다.

먼저, 외국인 관광객이 관광목적지를 결정하는 자신의 모국에서부터 양질의 관광 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 국제적 관광정보제공시스템을 제대로 구축해야 한다. 다음으로 한국에 입국한 후, 개별 관광객들이 간단하게 휴대폰으로 관광정보를 검색할 수 있고, 관광문제에 대해 빠르게 상담할 수 있는 어플이 필요하다. 마지막으로 관광객이 다수의

여행목적지를 놓고 의사결정을 할 때 한국을 선택할 수 있도록 주변 경쟁국에는 없는 한국만의 전통문화로 매력적인 콘텐츠와 디자인으로 구성된 자료들을 온라인상 충분히 제공해줄 수 있어야 한다. 한국만의 전통문화를 바탕으로 문화관광 분야에서 어떻게 파생적 시너지 효과를 다양하게 만들어낼 것이냐가 주요한 정책적 과제이다.

각국에서는 매력적인 문화관광자원을 개발하고, 쾌적하고 안전한 환경을 조성하여 관광객 유치를 증진시키기 위해 노력하고 있다. 관광개발을 통해 매력적인 관광자원과 관광 상품, 문화예술공간, 놀이공간 등이 충분히 창출되지 못하면, 국민들은 매력적이지 않고, 삭막하고, 혼잡하고, 관리되지 않은 국내 관광지를 회피하여, 더욱 매력적이고 물가가 싼 해외 관광지로 향하는 것은 당연한 결과다.

국내에 매력적인 전통문화를 기반으로 한 관광자원과 관광 상품, 놀이공간, 생동적인 이벤트, 문화공간을 창출해서 외국인을 비롯해서 해외로 향하는 내국인 관광객이 국내 관광지로 되돌아올 수 있도록 적극적인 문화관광개발이 필요하다. 예술성, 엔터테인먼트, 쇼핑, 국제성도 중요하지만 역사성, 전통성이라는 측면을 강화하기 위한 장기적인 문화관광 전략을 수립해야 한다.

대부분의 국가에서 전통시장이나 메가 쇼핑몰은 관광객들이 반드시 들려보고 싶은 관광명소이다. 전통시장은 방문하는 나라의 현지 주민들의 삶의 모습이 그대로 살아있고,

전통시장 상인과 접촉하면서 그 나라의 진정한 문화를 접할 수 있는 곳이기 때문에 관광지로 잘 활용하는 것도 방법이 될 수 있을 것이다.[12)]

2. 외국인의 방한 고려 요인 강화

문화체육관광부와 한국관광공사가 외래관광객을 대상으로 조사한 '외래관광객 실태조사 보고서'에 따르면 2019년까지 한국 방문 선택 시 고려 요인으로 '쇼핑'이 가장 높게 나타난 것을 볼 수 있다.

| 그림 2-14 | 한국 방문 선택 시 고려 요인

(중복응답, 2019년 상위 10위 기준, 단위: %)

구분	쇼핑	음식/미식 탐방	자연풍경 감상	역사/문화유적/전통문화	패션,유행 등 세련된 현대 문화	휴가 시간	K-POP/한류	자국과의 이동거리	유흥/놀이시설 체험	경제적인 여행비용
2018년	63.8	57.9	36.2	18.3	13.1	12.4	9.3	7.4	6.5	6.6
2017년	62.2	52.8	36.4	19.8	25.4	10.7	10.7	12.3	9.3	11.3
2016년	67.3	44.5	43.2	25.6	25.4	9.6	7.9	12.2	8.5	10.1
2015년	67.8	42.8	44.8	27.6	23.6	10.5	7.7	8.9	10.0	9.3

주1: 2017년까지는 문5-1. 주요 방한 목적 중 '여가, 위락, 휴식', '뷰티, 건강 및 치료', '종교 및 순례' '쇼핑'을 선택, 2018년은 '여가, 위락, 휴식'을 선택, 2019년부터는 '여가, 위락, 휴식',' 친구, 친지 방문'을 선택한 응답자만을 대상으로 조사함

주2: 2018년부터 보기항목이 일부 변경 또는 삭제되어 과거 결과(2018년 이전)와의 비교 시 주의가 필요함 (2018년에 '템플스테이, 태권도 등 한국 전통 문화 체험', '레저 및 스포츠 활동' 추가, 2019년부터는 기존 '템플스테이, 태권도 등 한국전통문화 체험'과 '역사문화유적 탐방' 통합, '역사/문화유적/전통문화체험'으로 변경하면서 '역사/문화유적/전통문화 체험'의 과거 수치(2019년 이전)는 '역사/문화유적'과 '전통문화 체험'의 합으로 기입

12) 이광희·변재진, 도시를 살리는 문화관광, 박영사, 2020.

더불어 방한 기간 중 주요 참여 활동에도 ‘쇼핑’이 가장 높게 나타난 것을 확인할 수 있다.

| 그림 2-20 | 주요 참여 활동

(중복응답, 2019년 상위 10위 기준, 단위: %)

구분	쇼핑	식도락 관광	자연경관 감상	고궁/역사 유적지	전통문화 체험	박물관, 전시관 관람	유흥/오락	업무 수행	K-POP/한류스타 관련 방문	뷰티/의료 관광
2018년	92.5	71.3	54.4	42.6	17.7	19.5	32.3	17.6	21.5	9.9
2017년	72.5	58.2	25.8	23.4	5.5	7.6	24.1	14.4	5.6	5.1
2016년	75.7	51.0	28.6	25.0	4.9	10.5	28.2	11.4	7.9	4.2
2015년	71.5	47.3	30.0	26.2	5.2	10.5	22.4	12.9	6.9	4.5

주1: 2018년부터 보기항목 및 응답 기준(3순위 선택→모두 선택)이 변경되어 과거 결과(2018년 이전)와의 비교 시 주의가 필요함

주2: ‘유흥/오락(나이트라이프 체험 및 카지노, 놀이공원/테마파크 방문)의 과거 수치(2019년 이전)는 ‘유흥/오락(카지노, 나이트라이프)’와 ‘놀이공원/테마파크’의 합으로 기입,
‘K-POP/한류스타 관련 공연장 및 드라마/영화 촬영지 방문’의 과거 수치(2019년 이전)는 ‘공연, 민속 행사, 축제 관람 및 참가(K-POP공연, 연극, 지역 축제 등)’와 ‘드라마/영화 촬영지 방문(2018년 신규 문항)’의 합으로 기입
‘뷰티/의료관광(마사지샵, 헤어샵, 네일케어, 피부과, 성형외과 등 방문)’의 과거 수치(2019년 이전)는 ‘뷰티관광(마사지샵, 헤어샵, 네일케어 등)’과 ‘의료관광’(피부과, 성형외과 등 병의원 방문)’의 합으로 기입

가장 인상 깊었던 방문지에는 2018년, 2019년 동일하게 ‘명동/남대문/북창’으로 나타난 것을 볼 수 있다. 주로 쇼핑을 한 장소도 명동 로드샵이 가장 높았다.

| 그림 2-28 | 가장 인상 깊었던 방문지

(중복응답, 2019년 상위 10위 기준, 단위: %)

구분	명동/남대문/북창	동대문 패션타운	신촌/홍대 주변	종로/청계	강남역	잠실	제주	해운대 일대	이태원	용두산/자갈치
2018년	58.3	28.1	16.8	16.3	10.9	9.0	7.9	9.5	9.1	5.0

주: 2018년부터 보기항목이 크게 변경되어 과거 결과와의 비교가 불가함

외국인들이 좋아하는 우리나라 쇼핑품목에는 '향수/화장품'이 가장 높고, 이어 '식료품' 순으로 나타난다. 여기서 식료품에는 김치, 김, 과자 등이 포함된다. 우리나라에서만 맛볼 수 있는 전통음식을 선호하는 것으로 보인다. 최근 외국인들은 한국의 최신 상품 정보를 미리 접하고 점포를 찾는 경우가 많아졌으며, 전통음식보다는 국내 소비자들이 선호하는 트렌디한 상품을 주로 구입하는 경우가 늘고 있다. 그러나, 트렌디한 상품은 관광객을 끌어들이는 것은 일시적이고 한계가 있기에, 우리나라 전통음식을 기반으로 한 다양하고 차별화된 상품을 계속해서 만들어가야 한다.

한국문화와 전통에 대하여 방한 외국인에 대한 인식을 강화하고자 한다면, 쇼핑상품이 한국문화와 전통이 담겨있을 수 있도록 고려해야 하며 판매 쇼핑장소에 대한 이미지나 특색도 고려해야 한다. 특히 한국의 토속적, 전통적 소재의 볼거리와 먹거리가 존재하는 재래시장의 기능을 살리고 현대적 쾌적함을 강조한다면 한국문화에 대한 이해도가 올라갈 것으로 보인다. 한국에서의 쇼핑 활동이 관광객을 유인하는 지속적인 매력으로 작용하기 위해서는 국제공항 면세점이나 재래시장에 현대성과 전통성의 조화를 살린 시설의 설치 및 배치가 필요하고, 또한 편의시설 제공 및 우수한 품질의 상품 유통, 품목의 다양화 등을 중요한 요소로 여기고 발전시켜야 한다. 결론은 한국전통문화에 대한 이해에서는 쇼핑상품 및 매장서비스가 크게 영향을 미친다는 것이다.[13)]

13) 윤유식·윤영혜·양정임, 외국인 쇼핑관광서비스에 따른 관광충성도 및 한국문화이해 연구, 관광연구 제28권 제4호, 2013.

더불어 침체에 빠진 전통시장을 활성화하기 위한 수단으로 관광의 역할에 주목하는 경우가 증가하고 있다. 전통시장을 관광자원으로 활용하여 방문지를 유치함으로써 새로운 고객을 창출하고 매출을 증대시켜 전통시장을 활성화하려고 노력하고 있다. 문화관광형 전통시장에서 재방문을 유도하기 위해서는 관광매력물에 대한 지속적인 투입이 필요하다. 즉, 지역 고유의 역사성과 문화·관광자원을 연계하여 다양한 볼거리와 먹거리 및 쇼핑거리를 제공하여 방문자들에게 전통시장 방문경험에 대하여 긍정적인 태도를 형성함으로써 지속적으로 재방문을 하거나 긍정적인 구전에도 영향을 형성할 수 있도록 방문자에 대한 철저한 관리를 통해 전통시장의 자생력과 활성화에 직결되는 긍정적인 행동을 유발(김홍렬, 2017)할 수 있어야 한다.[14)]

여러 문화관광 자원들 가운데 관광객들이 가장 쉽게 접할 수 있는 것이 그 지역의 생활 문화로서 '음식'이며, 그 나라의 음식은 관광객의 문화적 경험의 필수적인 요소라고 할 수 있다(Hall & Sharples 2003). 전통음식은 그 나라를 대표하는 관광산업의 주요 자원이고 국가의 인지도와 브랜드를 높이는 고부가 가치형 관광산업으로 발돋움하는데 매우 중요하기 때문에 전통음식의 정보 및 데이터 구축과 마케팅의 수행이 필요하다. 전통음식의 매력성을 내국인 및 외국인에 홍보하여 관광 소비를 좀 더 활성화시킨다면 앞으로 전통음식의 글로벌화의

14) 오민재, 문화관광형 전통시장의 매력성과 지각된 가치, 태도, 행동의도의 영향 관계 : 방문경험의 조절효과를 중심으로, 관광연구저널, 2018.

실현 가능성을 높일 수 있을 것이다.[15)]

대표적인 전통문화와 음식의 도시인 전주는 아직까지도 많은 외국인들의 인기를 얻고 있다. 전주방송[16)]에서 발표한 '전주 외국인 관광객 설문조사'에서는 전주를 방문한 외국인들에게 만족도를 물었고 무려 91%가 만족한다고 응답하였다. 86.5%가 재방문하고 싶다고 응답하며, 다른 사람들에게 전주를 추천할 의향의 질문에는 응답자의 96.5%가 긍정적으로 생각했다. 여행지로 전주를 선택한 이유에 대한 답변에는 10명 중 8명 이상이 전통문화체험과 맛있는 음식을 먹고 싶어서 라고 대답했다고 한다. 이처럼 전통문화체험과 음식은 관광객을 끌어들이기에 최고의 수단이며, 젊은층·소규모 계층을 타겟으로 타 지역들과 연계하는 방안과 전통문화 관련 콘텐츠 육성, 마케팅에 집중해야 한다.

3. 전통문화 전반의 신한류 확산

문화체육관광부는 문화강국 기반 강화를 위해 한복·한국어·한식 등 전통문화를 전반으로 하여 신한류 확산에 앞장서고 있다. 2022년 업무계획에 따르면 그간 성과를 보인 문화산업 중심의 한류가 한국문화 전반을 아우르는 신한류로 확장할 수 있도록 한국예술·한국어 확산에도 힘을 쏟을 계획이며, 케이팝 스타와 협업하여 한복상품 개발과 해외 패션쇼 개최 및 해외

15) 박보미·윤유식·이경희, 관광 자원으로서의 전통 음식의 매력성에 따른 구매 의사에 관한 연구, 동아시아식생활학회지, 2008.
16) 유튜브 SKbroadband 전주방송, 2021.8.4.

패션학교에 한복 과정 개설, 해외 유수 박물관(루브르 박물관, 바티칸 박물관) 등과 협력하여 한지의 우수성을 소개하는 공동 전시회 및 국제포럼 개최, 한국적 이미지(일월오봉도, 한글 등)가 적용된 전통 식문화 양식(상차림, 식기 등)을 담은 체험형 '한식 문화상자' 보급 등의 사업을 진행하여 한국의 라이프 스타일을 신한류 콘텐츠로 육성시킨다고 한다.

더불어 한국의 문화 가치 확산을 위한 전통문화 놀이·체험 콘텐츠 제작 및 메타버스 기반 예술 창작을 지원하고, 한글·한국문화 교육 등 공적기능과 연계 지원하여 한국적 콘텐츠를 중심으로 메타버스 전환 가속 및 한국문화 확산과 글로벌 메타버스 시장을 선점할 계획이라고 한다.[17]

기존 한류는 케이팝, 드라마 등 대중문화 중심으로 한국문화 애호층을 확산시키는 게 핵심이었다면, '신한류'는 전통문화, 예술 등 한국문화 전반으로 그 범위를 넓히고 소비재, 서비스 등 연관 산업과 연계를 강화하는 게 특징이다. 이는 전통문화를 전반으로 한 신한류 확산 관광산업 발전에 많은 도움이 될 것이다.

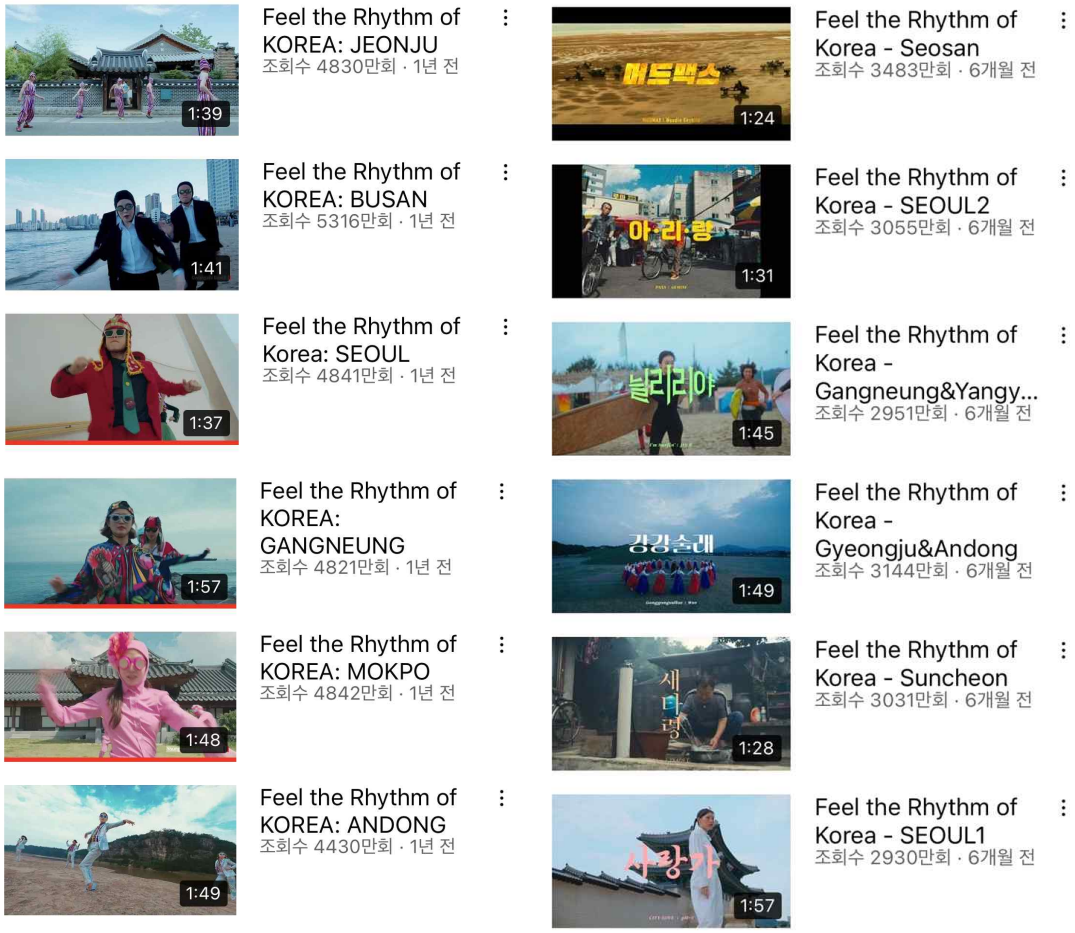
17) 문화체육관광부 2022년 업무계획

4. SNS를 이용한 현대 속 전통문화

전통문화 중 문화유산이나 전통음식 등을 홍보하는 경우는 많았으나, 전통 '음악'에 관한 영상은 많이 접할 수 없었을 것이다. 그러나 2020년 7월 한국관광공사에서는 'Feel the Rhythm of Korea'라는 주제로 국악 리듬에 맞춰 춤을 추며 대한민국 곳곳을 소개하는 홍보영상을 공개했다. '이날치' 퓨전국악밴드와 '앰비규어스 댄스컴퍼니' 현대 무용팀이 함께 진행한 한국의 리듬을 느낄 수 있는 광고 영상으로, 전통과 현대를 아우르는 한국 문화에 대한 관심과 방문 의지를 높이는 좋은 계기를 만들며, 많은 조회수를 얻었다.

그 인기를 이어 2021년 9월 'Feel the Rhythm of Korea : Season 2' 시리즈를 공개하였는데, 역시나 '전통과 현대의 만남'이라는 큰 주제 안에서 전통 음악을 현대 음악인 힙합, 랩 등과 자연스럽게 접목시켰다. 현대 힙합에 민요를 가미하여 8개 도시별 음원 및 홍보영상을 공개했다. 경주·안동편은 민요 강강술래를 활용한 음원에 강강술래 춤과 사자춤, 오고무를 조합했고, 양양·강릉편에서는 최근 동해안의 트렌드로 떠오른 바닷가의 서핑과 캠핑을 주제로 했다. 대구편은 다양한 골목문화를, 순천편은 한국의 전통적 삶의 방식을, 서산편은 최근 바지락 부대, 머드맥스로 유명한 서해안 갯벌 주민의 생활모습을 담았다. 또 부산·통영편은 바닷가에서의 힐링, 서울편(1, 2편)은 각각 현대적인 서울과 전통의 서울을 주제로 제작해 각 영상 별로 다양한 팔색조 매력

을 K-힙합으로 표현했다. 각 지역의 전통과 현대가 조화된 매력적인 콘텐츠를 영상으로 제작하여 지역의 로컬 브랜딩을 강화하였으며, 지역 관광산업 활성화에도 기여할 것이다.



▲ 한국관광공사 Imagine your Korea 유튜브 내
'Feel the Rhythm of Korea' 홍보영상

이처럼 SNS 등 미디어를 통한 홍보를 통해 관광 유도 효과는 매우 효과적이다. 2021년 11월 미국 LA에서 시작된 방탄소년단(BTS)의 '퍼미션 투 댄스 온 스테이지(Permission To Dance on Stage)' 콘서트에서는 한국관광공사의 한국관광 홍보영상인 'Feel the Rhythm of

Korea : Season 2’를 노출했다. 한국관광공사는 ‘한국은 당신을 기다립니다(Imagine Korea Waiting for You)’라는 캐치프레이즈를 노출해 한국에서 곧 만나자는 메시지를 지속 전달하고 있으며, 미국 현지 한류 인기를 활용하여, 한류 관여도 및 구매력을 갖춘 소비자를 대상으로 한국관광 브랜드 노출을 통한 홍보 효과를 극대화하는 것뿐만 아니라 실질적 방한 수요 창출에 기대하고 있다. 이처럼 앞으로도 미디어를 통해 한국의 전통문화를 적극적으로 알리며, 더불어 관광산업에도 활기를 불어올 수 있는 콘텐츠를 제작하는 것이 중요한 때이다.

SNS 게시물 및 유튜브 영상 등으로 가고 싶은 여행지를 랜선 여행을 접한 뒤 보는 것만으로 만족하는 것이 아닌 실제 여행으로의 동기를 부여할 수 있고, 관광약자의 여행을 돕는 수단으로도 활용될 수 있다.

지금 20, 30대는 무엇보다 SNS를 통해 국내외 다양한 관광 정보를 얻고 있다. SNS 관광 정보에 대한 의존도가 매우 높고, SNS를 통해 관광지와 숙박시설 등을 정하고 있다. 앞으로도 SNS는 중요한 관광 정보 수단일 것이며, 관광수요에 중요한 역할을 할 것이다. 관광지는 한정되어있는데 SNS 활용은 늘어나고 있으니, 관광지의 콘텐츠 강화를 통한 경쟁력을 확보하는 것이 관건이다.

더불어 전통문화 콘텐츠를 현대적으로 재해석한 것은 옛것이라는 지루함보다는 색다름으로 느껴졌다는 것을 확인하는

기회가 되었으니, 앞으로도 아직 발굴하지 못한 다양한 전통문화 콘텐츠를 활용하여 국내외 관광 활성화에 반영하면 긍정적인 효과들이 발생할 것이다.

5. 일상 속 전통문화

한국관광공사에서 발표한 빅데이터를 활용한 2022 관광 트렌드 자료에 따르면 코로나19 이후 '텐트', '캠핑카' 등 타인과 접촉하지 않는 숙박 행태에 대한 관심이 증가하면서 '호캉스', '감성숙소' 등 질적인 측면에서의 고급화와 안전을 위한 독립형 숙소에 대한 선호가 두드러진다. 그중 '한옥스테이'가 이색적 체험을 할 수 있는 숙소로 관심을 받고 있다.

특히나 코로나19 발생 이후 온라인 전시 관람이 높은 증가세를 나타내고 있다. 많은 사람들이 온라인 전시 관람을 통해 '박물관'이나 '미술관' 등의 장소 방문 욕구를 해소하려는 경향을 보이고 있다. 온라인 전시는 내국인뿐만 아니라 외국인들에게 우리의 전통문화를 알릴 수 있는 더욱 좋은 기회일 수 있으므로 앞으로도 더욱 다양한 관람 기회를 제공해주며 이는 곧 추후 방한 관광으로 이어질 수 있도록 노력해야 한다.

이제는 MZ세대를 중심으로 개인의 취향을 중시하는 특성이 강화되면서 혼자 즐기는 것을 넘어 경험을 공유하는 트렌드로 확산하고 있다. 나의 취미와 기호가 곧 여행이 된다. 평소 취미생활과 연결된 여행에 대한 관심이 늘고 있으며, 2021년 2월 이후 '체험관광', '여행기록', '전시/관람' 등이 꾸준히

증가하고 있다. 이 트렌드를 잘 활용하여 전통문화나 역사유적지, 전시관, 박물관 등을 포함한 관광 상품을 개발하면 좋은 기대 효과를 불러올 것이다.

코로나19 이후 덜 붐비고 자연 친화적인 경험을 위한 국내 소도시 여행이 떠올랐다. 2021년 2월 이후 전국 250개 시·군·구 중 242개(96.8%)의 방문객이 늘어났으며, 제천, 보은, 순천 등에서 여행 관련 이용객이 증가했다. 또한, 세종, 밀양, 청도 등 지방 지역의 호텔 검색량도 올해 큰 증가세를 보였다. 2022년에도 '대안여행'을 찾아 여행자들의 이동 범위가 확대될 것이다. 이는 곧 국내의 역사와 전통문화 관광지로 유도할 수 있는 기회이다.

더욱 많은 관광객의 참여를 위해서는 MZ세대를 통해 SNS를 적극 활용한 친밀한 유인책과 함께 완벽한 관광 브랜드화를 추진해야 한다.

6. 전통문화 기반 관광 상품 제안

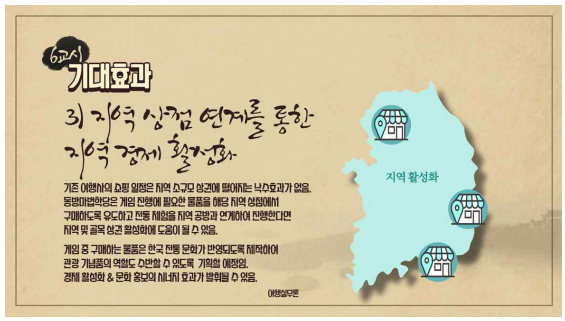
가. 디지털 기술을 접목한 게임형 전통문화 관광

이제는 외국인 관광객에게도 새로운 관광 형태가 필요할 때이다. 외국인에게 한국의 역사와 전통문화, 현대가 잘 어우러진 우리나라의 모습과 이야기를 보여줄 수 있는 이색 여행법이 필요하다. 역사와 문화의 이해도를 향상시키기 위해서는 획일화된 쇼핑 관광에서 벗어나 인기가 높은 '방탈출' 게임의 형식을 빌려 외국인 관광객들이 스토리를 따라 서울의

관광명소를 체험하는 프로그램을 기획하는 것도 방안이라고 생각한다. 하여, 조선시대 건축물 및 역사적 자원이 풍부하고, 서로 가까운 위치에 모여 있는 서울을 게임 배경으로 활용하면 보다 풍부한 스토리 진행이 가능할 것이다.

유람형, 해설형 관광에서 벗어나 직접 스토리 속 주인공이 되는 여행이 필요하다. 방탈출은 '방'이 배경이라면 이 상품은 '서울'을 배경으로 한다. 한국의 역사와 전통 문화적 팩트에 방탈출이라는 게임요소를 접목시켜 기존의 관광상품과는 다른 신선함과 차별화를 제공하는 것이다. 수동적 관광형태에서 벗어나 직접 역사적 사실을 찾는 과정에서 스토리에 깊게 몰입하고 문화를 더 잘 이해할 수 있을 것이다. 방탈출은 새로운 놀이문화임과 동시에 새로운 관광 트렌드로 떠오를 수 있는 잠재력을 지니고 있다. 스마트폰 어플의 안내를 따라 AR・VR・메타버스 등 디지털 콘텐츠를 활용하여 관광명소를 방문하고, 고궁 입장, 전통공예 체험, 한식 식사, 쇼핑 등의 체험관광을 실시한다. 방한 관광객의 1인 평균 소비금액이 15~20만원이라는 조사 결과에 따라 식사 및 체험비용까지 포함한 상품을 100$ 이내로 제공해 가격의 경쟁력을 갖추는 것도 방법이다. 체험 중 구매하는 굿즈나 아이템은 관광기념품으로써 합리적인 가격에 구매할 수 있도록 한다. 관광 코스는 일반적일 수 있지만 스토리텔링과 유기적인 일정 진행을 통해 새로운 체험으로 느껴지게 하는 것이 중요할 것이다. 일반적인 관광 코스에 전통문화 체험을 추가함으로써 색다름을 느끼게 할 수 있다.

이 관광 상품은 기존의 관광 콘텐츠에서 질적으로 향상시킬 수 있으며, 역사나 문화 유적지가 풍부한 국내의 타 지역(경주, 통영 등)으로 서비스를 확대하여 서울, 제주도에만 한정되어 있던 관광지 쏠림 현상을 개선시킬 수 있을 것이다. 더불어 진행에 필요한 물품을 해당 지역 상점에서 구매하도록 유도하고 전통 체험을 지역 공방과 연계하여 진행한다면 지역 및 골목 상권 활성화에도 도움이 될 수 있을 것이다. 게임 중 구매하는 물품은 한국 전통문화가 반영되도록 제작하여 관광 기념품의 역할도 수반할 수 있도록 기획한다면 전통문화의 전파 및 홍보와 지역 경제 활성화도 기대할 수 있을 것이다.



나. 트렌드의 중심 ‘경복궁’

문화유산은 그 자체가 관광자원으로서의 가치가 매우 높으므로 다양한 문화적 가치를 창출할 수 있도록 활용되어야 한다. 특히 국민의 문화수준 향상으로 고궁문화유산 관람에 대한 다양한 관광 동기는 관광체험을 통해 경쟁력을 부각시키고 있다. 따라서 이를 바탕으로 미래 창조가 가능해지며(김지선 2011), 융복합적 국가이미지 형성에도 크게 영향을 미칠 수 있다(문화정책논총 2014). 또한 고궁문화유산은 당대의 문화 다양성을 나타내고 있는 현대 관광의 꽃이라고 할 수 있다(허권 2010).[18]

외국인 관광객의 대표적인 관광지일 뿐만 아니라 내국인 관광객에게도 대표적인 관광지인 경복궁을 배경으로 한다. 경복궁은 우리나라 5대 고궁 중에 조선왕조 으뜸 궁궐로서 역사적, 문화유산적 가치가 탁월하여 존경받는 서울의 으뜸 관광지 중 하나이다. 오감과 감성을 자극하는 다양한 행사 참여의 기회와 한복체험 등의 인기로 특별한 사랑을 받고 있으며, 외국인·내국인 모두에게 한국의 역사와 전통문화를 직간접적으로 체험하며 한국의 긍정적 이미지를 형성하는 가치 있는 매개체이기도 하다. 경복궁은 이야기(역사), 생활양식(의식주), 문화예술 등 가지고 있는 콘텐츠가 상당히 많으며, 이를 활용한 사례 또한 다양하다.

18) 김영미·신홍철, 문화유산 관광동기가 관광체험 및 관광만족에 미치는 영향, 2014.11.

(이야기-역사) 경복궁은 1395년 태조 이성계가 창건하였고, 1592년 임진왜란으로 불타 없어졌다가, 고종 때인 1867년 중건하였다. 조선에서 현대로 넘어오는 격동의 시기 속에서 숱한 고통을 겪은 곳이다. 일제 강점기에 거의 대부분의 건물들을 철거하여 근정전 등 극히 일부 중심 건물만 남았지만, 1990년부터 본격적인 복원 사업이 추진되어 원래의 모습을 찾아가고 있다. 오랜 역사 굴곡이 있고 보존 및 계승의 가치가 뛰어난 문화유산이다. 현재에는 수문장교대의식과 같은 행사를 통해 경복궁의 이야기를 보여주고 있으며, 경복궁을 배경으로 한 영화나 드라마를 보고 많은 사람들은 그 배경이 된 경복궁에 대해 궁금증을 갖게 되며, 아름다운 고궁의 모습과 많은 전통문화가 있는 경복궁에 가보고 싶은 욕구와 신비감을 형성한다.

(생활양식-의식주) 경복궁은 우리나라 전통 생활양식인 의식주를 알릴 수 있는 모든 콘텐츠를 가지고 있다. 대표적으로 문화재청에서 진행하는 '경복궁 궁캉스'라는 프로그램을 통해 계절별로 궁 내에서 전통 음식을 맛보거나 전통문화를 체험할 수 있다.

'의(依)' 활용 사례 - 최근에는 오감과 감성을 자극하는 한복체험이 트렌드이다. 한복 착용 방문객은 그 자체로 고궁과 어울리는 아름다운 미관을 만들어내며 스스로 감각유산의 일부를 이루며 참여하게 되고, 그 모습과 후기는 타인에게 자극으로 재생산된다. 2019.7.1.기준으로 최소한의 전통 형식에 맞춘 무료입장 대상 한복 가이드 라인이 개정되며 과도하게 전통에서 벗어난 한복으로 인한 부정적 인식을 해소하는 데에 도움이 되었다. 앞으로도 문화유산 내에 전통문화 체험

기반 활동을 강화하여 한복 착용 방문 시 경복궁 방문 자체가 진짜 같다는 느낌을 받도록 해야 할 것이며, 한복체험이 한시적 열풍으로 끝나나지 않도록 한복착용 시 관광지에서 받을 수 있는 혜택을 범국가적 차원에서 제시하고, 민간 한복대여업체를 관리·지원하는 모니터링을 진행하는 등, 이를 통해 관광객의 전통한복입기 캠페인을 전개하는 등 관광지와 의복체험 간의 유기적 관계를 지속·강화시킬 필요가 있다.[19]

‘식(食)’ 활용 사례 – 경복궁 내 전통음식 체험은 필수적인 요소라고 할 수 있다. ‘수라간 시식공감’ 프로그램을 통해 경복궁의 소주방 내 외소주방에서 궁중음식 체험과 전통공연을 관람할 수 있고, ‘경복궁 생과방(生果房)’ 프로그램을 통해 조선왕조실록의 내용을 토대로 실제 임금이 먹었던 궁중병과와 궁중약차를 즐길 수 있다.

‘주(住)’ 활용 사례 – 경복궁 특유의 화려하고 고즈넉한 모습, 건축양식, 조경, 다양한 색, 각 건축물마다 다른 특징들은 눈길을 사로잡는다. 사계절 모두 아름다운 ‘자연’이 어우러져 있어, 고유의 정취, 감각, 분위기 등 요소가 복합적으로 긍정적인 영향을 끼친다. 특히, 경복궁 재건축 사업을 통해 미래에 복원된 경복궁을 궁금하게 만들며 신비감도 형성하고 있다. 이를 활용하여 경복궁에서는 ‘경복궁 야간개장’, ‘근정전 내부 특별관람’을 실시하여 아름다운 경복궁의 모습을 보여주고 있다. 이는 한국의 이미지를 형성하는 가치 있는 역할을 해주고 있다.

19) 장호영·장병권·이훈, 한복을 입은 고궁관광객들의 체험 구조분석-경복궁 방문자를 대상으로-, 관광연구논총, 2017.8.

(문화예술) 전통예술 또한 고궁에 빠질 수 없는 분야이다. 경복궁은 주·야간 전통공연 '고궁음악회' 프로그램을 통해 대취타 정악, 풍물연희, 강강술래, 아리랑, 전통무용, 판소리, 정가, 국악실내악 등을 관람할 수 있다.

(감성) 경복궁은 현대인이 일상 공간에서 벗어나 고궁에서만이 제공할 수 있는 자극, 감각, 즐거움 향유를 통해 '힐링'을 할 수 있게 한다. 우리나라 역사와 과거에 다녀오는 듯한 감각세계를 경험하며, 새로운 추억을 만들고 지쳤던 마음을 위로받을 수 있다. 아름다운 경복궁의 가치를 발견하고 경험하며 한국인으로서의 역사의식, 정체성 설정에 도움을 준다. 이를 활용한 '경복궁 별빛야행' 프로그램은 경복궁 소주방에서 전통국악공연을 즐기며 임금님의 수라상을 맛보고, 전문가의 해설을 들으며 경복궁 후원으로의 아름다운 야행을 경험할 수 있어 사람들에게 인기가 많다.

전통문화콘텐츠인 경복궁의 자체적인 콘텐츠를 활용하여 힐링, 즐거움, 감성 프로그램을 제공해주는 것도 중요하지만 타 산업과의 융복합과 트렌드의 접목을 통해 소비자의 감성과 가치에 부합하는 새로운 문화와 관광 상품, 서비스를 개발하여 더욱 강력한 시너지 효과를 발휘해야 하는 것도 매우 중요하다.

(한류) 방탄소년단(BTS)은 미국 NBC 방송 인기 프로그램 지미 팰런 쇼 출연 시 경복궁을 무대로 한복을 입고, 국보 223호 경복궁 근정전 앞과 경회루에서 공연을 하며 많은 조회수를 기록하며 큰 화제를 불러 모았다. 코로나19로 관람

객이 10분의 1로 감소한 가운데, 문화재청이 우리 궁궐의 아름다움을 온라인으로 전 세계에 알려보자는 취지로 진행되었다. 궁궐을 무대로 하여 한국적 아름다움을 세계로 알릴 수 있었다. 또한, 서울관광재단의 홍보영상에서는 주요 관광지와 서울의 생활문화를 한류스타를 통해 소개되고 있는데, 그중 경복궁은 빼놓을 수 없는 대표 장소이다. 경복궁 ASMR 타입랩스 컨셉의 홍보 영상도 많은 외국인들에게 반응이 좋았다. 더불어 넷플릭스 화제작 '킹덤' 시리즈에는 경희궁 일대가 배경으로 등장하였고, 제작진은 한국을 관광하러 오는 외국인이 많아지면 좋겠다는 다짐으로 조선시대 건축 철학과 색감 등을 화면에 표현해내는 데 주력했으며, 해외 팬들은 한국의 전통의상과 물품에 관심을 가지며 '갓' 등이 아마존(Amazon) 쇼핑몰에서 인기를 얻었다.

(문화축제) '궁중문화축전'은 고궁의 정취와 문화를 향유하도록 2015년부터 열렸던 문화축제로, 공연, 전시, 체험, 게임, 교육콘텐츠를 제공한다. 경복궁 경회루에서는 '궁중연화(심청창극)'와 '천상풍류'라는 전통공연을 진행하고, 화려한 조명과 미디어 아트를 결합한 체험형 전시와 고궁사진전 '궁을 걷다, 멋을 입다'를 진행했다. 더불어 궁궐에서 장을 보관하던 곳간, '장고'를 개방하여 장을 활용한 다양한 궁중 음식을 시연하고, 실습 체험 프로그램 실시와 궁중 식생활사 자료 전시 운영 등을 진행했다. 어린이를 위한 참여 프로그램인 '마인크래프트로 만나는 경복궁과 6조거리', '홈키트', 크리에이터가 진행하는 라이브 방송 '어서와, 가자궁!' 등을 진행하며, 궁궐의 역사적 사실을 기반으로 온라인 콘텐츠를 제공하고 있다.

(IT) 문화재청과 LG가 함께한 ‘위대한 대한민국 문화유산전’에서는 3.1운동과 대한민국 임시정부 수립 100주년을 기념하는 영상콘텐츠 전시를 경회루 앞에서 진행했다. 경복궁 100년의 역사 등 다양한 문화유산을 LG 올레드 TV의 생생한 화질로 보여주며, 인공지능 기능을 직접 경험할 수 있는 체험존도 마련했다. 또한, 3D 가상공간에 서울을 구현하고, 서울시의 행정·환경정보 등을 결합한 3D지도인 ‘S-맵’은 서울 전역을 찍은 항공사진 2만5천 장을 AI로 분석하는 기법으로 탄생했다. 코로나19로 집에 있는 시간이 많아지면서 집에서 컴퓨터로 실감 나게 체험할 수 있는 콘텐츠를 대폭 확대하며, 경복궁을 비롯하여 남산한옥마을 등 역사와 문화를 가상 체험해볼 수 있다. ‘Visit Seoul TV’ 랜선 여행 영상 유튜브에서는 시민들을 위해 서울도보해설관광 프로그램을 체험할 수 있도록 제작했다. 시민들에게 작은 즐거움을 선사하고, 한류로 관심이 높아진 서울의 전통문화 예술성과 아름다움을 알릴 수 있는 기회가 되었다. KT는 슈퍼 VR(가상현실) 플랫폼을 통해 160여 편에 달하는 가상여행 콘텐츠를 제공하고 있다. 국내 여행지로는 경복궁을 VR카메라로 촬영하고 AR로 리포터를 띄운 ‘경복궁 궁궐기행’ 등 50여 편이 있다. KT에 따르면 여행 관련 콘텐츠는 코로나19 사회적 거리 두기가 본격화된 후 꾸준히 인기 상위권을 차지하고 있다고 한다.

이러한 경복궁의 콘텐츠에도 이제는 트렌드에 따른 발전 전략이 더욱 필요하다. 관광 소비의 확산으로, 비용 대비 가치가 중심이 되는 합리적인 명품관광 소비가 늘어나 일상 속 고급 여행 관광이 확산 되고 있다. 그동안 경복궁이 가진 특유의 식

(食)문화 콘텐츠를 활용하여 결합한 체험프로그램을 이미 여러 가지 진행하였으나, 최근 트렌드를 고려하여 국내외 잠재적 수요자들에게 경복궁의 프리미엄 관광 경험을 제공하는 것을 제안하고자 한다. 특히 고품격 외식산업과의 융합을 추진하여 경복궁을 배경으로 왕의 품격을 보여주는 호텔 이상의 궁중 한식 파인다이닝 VIP 예약 서비스를 제공하여, 특별한 경험을 선사하는 것도 전통음식의 홍보와 관광객 유인에 효과적일 것으로 보인다.

일과 여가, 놀이의 경계가 지속적으로 허물어지고 있으며, 복잡한 휴가지 대신 도심 속에서 편리하고 편안한 휴가, 일과 휴가의 양립을 누리려는 사람들이 많아졌다. 이미 궁캉스(궁+바캉스)와 같이 경복궁에서 계절감을 느끼며 휴식을 취하는 좋은 프로그램을 운영하고 있는 만큼, 도심 한가운데서 전통문화를 느낄 수 있는 고즈넉한 공간으로의 존재감이 있고, 그 공간이 주는 이야기와 오감을 만족하는 감성 콘텐츠로 잠시 시간도 멈추는 듯한 쉼을 제공한다는 것은 비교할 수 없는 장점이 될 것이다. 또한, 격무에 시달리는 직장인들의 일과 여가 양립을 위해 멀리 가지 않아도, 점심시간의 브런치 이벤트나, 저녁 만찬, 브라운 백 미팅을 열 수 있도록 장소를 제공해 주거나, 단풍이 예쁘게 어울리는 궁궐인 만큼 계절성 맞춤형 프로그램을 제작하는 것도 방법이다.

디지털 문화 소비에 맞는 온라인 콘텐츠의 지속적인 개발에 따라 경복궁에서 이뤄지는 많은 행사가 온라인 콘텐츠화가 되고 있으며, ‘아무도 즐기지 않는 전통은 박물관에 있다.

전통을 현대로 끌어와 재해석해 즐겨야 한다.’ 라는 말과 같이 앞으로도 시대의 흐름에 맞게 전통문화유산 경복궁의 온·오프라인 콘텐츠화가 지속적으로 필요하다. 기존 행사를 고품질의 영상으로 기록하고, 그와 동시에 최근 B급 문화(Kitch)의 부상 트렌드를 고려하여, 젊은 층을 타겟으로 전통문화콘텐츠를 보다 쉽고 가까이 접하도록 가벼운 재미와 유머 컨셉으로 제작하는 것도 효과적일 것이다.

또한, 앞으로도 더욱 다양하고 새로운 콘텐츠 제작을 위해, 문화체육관광부 등 협력 가능한 정부 부처 및 기관 간의 협업을 추진하는 등 한국예술종합학교의 연극원 및 전통예술원의 학생들, 신진 예술인, 국립창극단, 무용단, 국악관현악단 등과 함께 고품격 전통공연예술을 선보이는 경험을 제공하는 것도 좋을 것 같다. 이렇듯 다양한 콘텐츠의 제작과 체계적인 관리가 지속된다면 전통문화의 보전 및 계승과 관광산업 발전에 도움이 될 것이다.

Ⅵ. 참고문헌

김상태(2014), 역사・전통문화 체험관광 활성화 방안, 한국문화관광연구원

문화재청 경복궁 http://www.royalpalace.go.kr/

문화체육관광부 www.mcst.go.kr

문화체육관광부(2018), 2018 전통문화 체험관광 프로그램 선정

박보미, 윤유식, 이경희(2008), 관광 자원으로서의 전통 음식의 매력성에 따른 구매 의사에 관한 연구, 동아시아식생활학회지

박진아(2011), 역사문화유적지 매력속성에 따른 시장세분화에 관한 연구 - 경복궁 방문객을 중심으로, 경희대 석사학위논문

서울특별시(2014), 서울관광상품 실태조사

안세길(2020), 전주 한옥마을 방문객의 전통문화 가치인식과 관광지 선택속성이 만족도 및 행동의도에 미치는 영향, 호텔리조트연구 제19권 제2호

양위주(2015), 글로벌 문화관광론, 한올

오민재(2018), 문화관광형 전통시장의 매력성과 지각된 가치, 태도, 행동의도의 영향 관계 : 방문경험의 조절효과를 중심으로, 관광연구저널

윤유식, 윤영혜, 양정임(2013), 외국인 쇼핑관광서비스에 따른 관광충성도 및 한국문화이해 연구, 관광연구 제28권 제4호

이광희, 변재진(2020), 도시를 살리는 문화관광, 박영사

장호영, 장병권, 이훈(2017), 한복을 입은 고궁관광객들의 체험 구조분석 - 경복궁 방문자를 대상으로- , 관광연구 논총

하정화, 김진강(2015), 전통문화체험요소가 재방문의도에 미치는 영향 : 만족의 매개효과를 중심으로, Tourism Research 제40권 제1호

한국관광공사 www.visitkorea.or.kr

한국관광공사(2019), 국가별 방한관광시장 분석

한국관광공사(2021), 2021 대한민국 관광공모전 기념품 부문 기록집

한국관광공사(2022), 빅데이터를 활용한 2022 관광트렌드

한국콘텐츠진흥원(2016), 전통문화콘텐츠와 문화기술(CT)의 활용

한국콘텐츠진흥원(2016), 전통문화 연계 융복합콘텐츠 활성화 방안