

스토리텔링을 활용한 관광콘텐츠 사례연구

A Case study of Tourism Contents applied Story telling

전명숙
건양대학교

Chun myung-sook
Konyang Univ.

요약

오늘날 관광콘텐츠개발은 온라인 콘텐츠 세대의 등장과 문화콘텐츠산업의 발달, 여가생활의 대중화에 힘입어 지속적으로 증가추세에 있으며 앞으로 관광상품의 다양성과 차별성을 위하여 다각도로 검토되어야 할 대상이다. 특히 관광대상을 관광객에게 보여주는 과정에서 스토리텔링은 관광자원에 대한 안내자의 설명이나 해설을 의미하며 관광객의 유인역할을 하여 관광객의 기대감을 충족시켜 관광객의 이미지를 결정짓는 중요한 요소로 작용한다. 관광지는 관광객이 추구하는 관광지만의 특별한 내용으로 방문하는 대중에게 색다른 의미를 부여하여 관광지의 정체성을 깨닫게 하는 역할을 한다. 본 연구에서는 스토리텔링을 활용한 관광콘텐츠 활용사례를 통하여 궁극적으로 관광콘텐츠에서의 스토리텔링의 의의를 살펴보고자 한다.

Abstract

In these days, tourism contents development has been continuously increases due to the appearance of online contents generation, development of cultural contents industry and the spreads of leisure life among the ordinary people's life and it needs more significant research and development for the tourism product's varieties. Story telling means that the explanation or interpretation of tour guide or guide book of the tourist spots, they role as important pull factor which can determine the image of tourism destination. And it make tourist discover the identification its own specific contents. The purpose of this study is on to examine methods tourism contents development through storytelling.

I. 서론

가처분소득의 증가와 더불어 소득활동보다 여가활동의 중요성을 중요시하는 비율이 증가하는 현대의 관광객에게 관광지 관련 이야기는 관광지방문 목적이 되기도 하고 관광 후 특별한 추억을 제공할 수 있는 동기를 제공한다. 관광콘텐츠의 스토리텔링은 관광자원 및 관광지와 관련된 소재를 발굴하여 그와 관련된 이야기를 창조하고 주제를 부각시켜 관광지를 이미지화하는데 그 목적이 있다. 관광지의 이미지를 전달은 인간의 감각기관인 시각, 청각, 촉각, 미각, 후각 등 인간의 오감으로 전달되며 전달매체는 관광안내책자, 관광안내사의 해설, 인터넷 등의 다양한 매체를 통하여 관광객에게 전달된다. 특히 관광자원이나 관광지를 안내하거나 해설하는 관광안내사의 경우 관광객에게 관광지에 관한 최종적인 이미지를 전달하는 매개역할을 하기 때문에 관광안내사의 능력에 따라 관광지의 이미지가 정형화될 수 있다. 최근에는 인터넷과 디지털의 발달로 인한 콘텐츠 세대가 등장하여 관광관련 정보수집에도 관광콘텐츠가 많이 활용되고 있는 실정이며 관광콘텐츠 개발을 위한 스토리텔링에 대하여 다각도로 연구가 이루어지고 있다. 이에 본 연구에서는 관광객에게 꿈과 감동을 전달할 수 있는 스토

리텔링을 통하여 보다 의미있고 관광객에게 새로운 감동을 줄 수 있는 관광콘텐츠에서의 스토리텔링에 관한 이해를 위하여 최근에 이루어진 연구를 참조하여 그 의의와 관광콘텐츠와 스토리텔링과의 관계를 살펴보고자 한다. 아울러 관광콘텐츠에 활용된 스토리텔링의 사례를 유형별로 분석하여 스토리텔링과 관광콘텐츠의 관계에 관하여 살펴보고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 스토리텔링

스토리텔링이란 글을 쓰는 사람이 어떠한 주제와 관련된 내용을 역사적, 사회 문화적 배경을 바탕으로 상상력을 가미하고 이야기를 창조하여 각 장르의 특성에 알맞은 형태로 이야기를 만든 것을 이야기를 전달하는 사람이 그 내용에 알맞게 상대방에게 전달하는 것을 의미한다. 전달하는 방법 표현방법에 따라 다양한 방법으로 나누어진다. 즉, 스토리텔링이란 작가가 문화원형을 활용하여 유형에 알맞은 소재를 선택하고 그와 관련된 이야기를 전개하고 연결하여 미학적으로 가장 효과적인 상품을 만들 것인가에 대한 방법의 선택이 모두 포함되며 드

라마대본 및 영화, 게임 시나리오, 애니메이션 대본, 축계기획 등을 의미하며[1] 그 내용과 표현방법 모두를 포함하고 있다고 할 수 있다.

스토리텔링과 관련된 연구는 최근 인문학분야에서 문화콘텐츠 개발과 관련하여 활발한 연구가 이루어지고 있으며 관광관련 연구에서는 최근 2-3년 전부터 본격적으로 스토리텔링관련 연구가 이루어지고 있다. 인문학분야에서의 스토리텔링 관련 연구는 인간의 역사 자체가 말, 글, 이야기 등으로 진행되어 왔으며 인간 각자 개인마다 자신만의 이야기가 있음에 주목하고 이야기는 재미가 있다야함을 기본요소로 삼는다. 문화원형을 바탕으로 한 콘텐츠 개발 및 드라마와 영화, 애니메이션의 내용으로 주로 개발되고 있으며 최근 관광학 분야에서는 인간을 기본적으로 상호 대화하는 존재로 인식하고 관광지를 둘러싼 스토리를 중심으로 관광지와 관광객들이 상호작용으로 만들어가는 의미체계로서 스토리텔링의 기본원리를 인간 상호작용으로 보고 관광지에 참여하는 관광객과 관광자원 해설자, 지역주민이 관광객의 체험과 추억의 관리를 위하여 공동의 감성체계를 만들어가는 것이라고 하였다[2].

[표 2] 2002-2005년 문화원형 선정과제 분류

구분	동시대	선사	고대	고려	조선
이야기, 소설 (상상)	오방대제, 제주도 신화, 바리공주, 한국신화		연오랑 세오녀		토정비결, 대하소설, 암행어사
	죽음의례, 도깨비		화랑		기녀
	백두산, 금강산, 불교설화, 무속, 굿, 인귀	건국설화			궁중여성, 아동교육
예술형 소재 (감동)	바닷속 상상세계, 설화인물유형, 저승세계, 한국승려, 호랑이 등			운주사, 삼별초	조선유배문화
	전통복식, 소리은행, 불화, 단청문양, 전통복식,			고려복식	탈, 전통지수, 디자인, 색채, 민화, 풍속화, 산조, 종묘제례
	서체, 갑로탱, 동물아이콘, 부적, 국악				길상, 궁중문양, 약학계법
과학 기술형 소재 (지혜)	차레거리, 전통가장인물, 능화문, 춤, 장신구, 아리랑	암각화	고구려 벽화		강릉단오제
	전통팔경, 불전사물		백제금동대향로		하회탈, 조선백자, 장간보
	사이버한옥마을, 전통건축, 선박	고인돌			
과학 기술형 소재 (지혜)	천문, 사찰				
	얼굴, 한의학, 전통수렵, 전통어로, 목조건축				궁궐과 의례, 옛길, 궁중과학유산
과학 기술형 소재 (지혜)	독도, 전통가례음식, 다리	전통주, 도량형, 당제			궁궐조경, 사가전통가례

2. 관광콘텐츠

콘텐츠란 '내용물'을 의미하는 단어이며 최근에는 주로 디지털기술의 발달에 의한 어떤 것에 관련된 내용물을 미디어에 담아내는 것이라는 의미로 사용되고 있다. 관광지는 관광지 특유의 관광자원과 관련된 내용을 말이나 문장, 영상, 예술 등의 내용으로 가공하는 관광콘텐츠의 개발과정을 거쳐 관광객에게 전달되며 이로써 관광지의 정체성을 대중에게 인정받는다. 관광콘텐츠의 개발은 관광객에게 '빛'(光)에 해당하는 내용에 대하여 인간에게 감동을 창출할 수 있는 소재를 제작, 가공하여 관광객에게 전달(觀)하는 동시에 관광상품으로써 긍정적 효과를 창출할 때 관광상품의 수명과 관광객 만족을 보장받을 수 있다. 이 과정에서 관광지와 관련된 이야기 소재를 발굴하고 각색하는 필수적 요소는 참신한 아이디어와 질 좋은 시나리오의 창작에서 비롯되는 스토리텔링이다.

관광콘텐츠의 개발은 대중 누구나 공감 가능한 보편적소재이어야 하며 관광상품으로써 경쟁관광 상품과 고유한 차별성을 확보해야만 하며 관광콘텐츠의 실질적 경쟁력은 재미와 감동을 중 수 있는 참신한 소재발굴에 있다고 할 수 있다. 관광안내 또는 해설자, 인쇄물 등 스토리텔링능력을 갖추려면 폭넓은 독서와 박식한 지식, 문화적 체험이 필수요소여서 도서와 문화예술작품을 다양하게 접하면서 콘텐츠창출의 원천을 확보할 필요가 있다.

3. 관광콘텐츠와 스토리텔링

스토리텔링이 관광콘텐츠 구성요소에 중요하게 등장하게 된 계기는 문화콘텐츠 산업의 발달에 의한 CT(Cultural Technology)가 2001년 8월 '국가 6대 핵심기술'의 하나로 선정되었고 2003년 8월 '차세대 10대 성장동력산업'에 디지털산업이 선정되면서 대중화되었다고 본다. CT란 광의의 개념에서 인간이 영위하는 삶의 질을 향상시키고 문화예술을 발전시키는 기술을 말하며 협의의 개념에서 문화산업을 발전시키는 데 필요한 기술로 문화콘텐츠 표현 및 창작(기획), 제작 및 응용(가공), 유통, 서비스(소비)와 관련된 제반기술을 말한다[3]. 21세기는 기술과 감성의 조화를 필요로 하는 시대로서 고객은 상품뿐만이 아닌 상품에 담겨있는 의미와 사연, 이야기, 경험 등의 감성과 관련하여 상품을 구매하는 구매특성을 판단하여 상품을 제작해야한다는 면과 인터넷과 디지털이 생활화된 환경의 현대인들에게 기술과 감성을 표현할 수 있는 CT가 그 주요방안으로 떠오르게 된 것이다. 특히 관광산업분야에서는 소비자가 직접 콘텐츠를 창조하는 C세대(Contents generation)의 출현과 함께 지속적인 한류관광의 영향으로 한류관광관련 드라마, 영화, 엔터테인먼트산업의 발달에 한국콘텐츠와 창작소재의 산업적 가치가 부상함에 따라 관광콘텐츠

개발에 필요한 문화원형소재에 관한 수요가 창출된 것이다. 관광콘텐츠의 스토리텔링은 d여행서적, 여행기행문, 여행상품 브로슈어나 팜플렛, 사진, 엽서, 그림, 관광안내소의 안내물, 관광안내사의 해설 등 다양한 방법을 통하여 관광객에게 전달된다. 관광스토리텔링의 분류는 한국관광공사는 ‘왜 관광스토리텔링인가?’ 라는 논문을 통하여 관광스토리텔링을 분류하면서 스토리텔링을 활용한 관광콘텐츠를 활용주체의 유형에 따라 영화와 TV, 드라마를 주제로 한 경우 영상관광 스토리텔링으로 분류를 하고 대중가수와 관련된 지역이 관광지 이미지를 형성하여 잠재 관광객의 방문을 유도한다는 의미에서 대중음악 관광 스토리텔링, 문학작품의 무대가 된 곳을 문학관광스토리텔링이라 명명하였고 문화유산에 관한 스토리를 발굴하여 관광지를 설정했을 경우 문화유산 관광 스토리텔링이라고 각각 한 바 있으나 본 연구에서는 보편적인 관광자원의 주제에 따라 한류관광과 축제와 이벤트, 주제공원, 문화유산으로 분류하여 그 사례를 분석해보고자 한다.

III. 스토리텔링 활용 관광콘텐츠 개발 사례분석

1. 한류관광상품

2000년 이후 일본, 대만, 중국 등 주요 한류고객인 국가로부터 유입된 관광객은 약 3000만명으로 전체 관광객의 58%를 차지하며 증가율도 30%를 상회한다. 2004년의 경우 겨울연가 관련 일본 관광객이 약 244만 3000명이 한국에 방문한바 있고 [4] 대장금의 테마파크가 있는 경기도 양주는 한류의 주요관광지가 되었으며 드라마에 출연한 배우를 주제로 한 관광상품이 증가하기도 하였다. 또한 일본에서는 대장금 드라마 종료후 2차상품을 연계하여 ‘한류미인의 여행’, ‘한방의료관광상품’, ‘한국궁중요리 특선’ 등의 새로운 관광콘텐츠를 개발하여 지속적인 한류관광객을 창출하고 있다. 특히 한류와 관련된 화장품, 음식, 미용, 어학 등 문화파생상품의 수출증가에 따른 지속적인 한류관광을 유지하기 위하여 한류 관광상품의 경쟁력을 유지하여 한류관광객을 유치하는데 그 목적이 있다.

[표 3] 한류에 따른 관광객수와 소비증가율(2005년)

	전체관광객	한류비율(%)	한류관광객(천명)	1인당지출액(달러)	총지출액(만달러)	총지출액(억원)
일본	2,443	20.1	491	1,108.5	5억4,433	6,230
중국	627	59.5	373	1,338.0	4억 9,937	5,716
대만	305	53.5	163	1,064.5	1억7,364	1,987

2. 축제와 이벤트

축제와 이벤트는 문화예술의 다양한 소재와 현대사회의 생

활문화가 집약적으로 녹아있는 인류의 유산이다. 축제는 제의와 관습, 지역특산물, 그 산업 및 창조와 관련된 전문지식과 학술적 관심, 예술적 표현을 다루는 인력의 참여, 놀이문화, 관람객과 참여자가 보여주는 생활문화에서 비롯된 전통과 문화가 포함된다.

축제와 이벤트의 스토리텔링이란 이야기나 창작소재를 지역 축제나 이벤트에 적합한 형태로 가공하는 작업을 의미하며 그와 관련된 프로그램 제작에 있다고 할 수 있다. 즉, 축제의 주제를 정한 후 관련 소재를 발굴하고 관광객으로 하여금 체험하게 함으로써 축제의 주최자와 관람객, 지역주민이 모두 축제 주제와 관련된 스토리를 즐기는 과정을 연출해야하는 것이다. 축제는 과거로부터 전래되는 인간사의 즐거운 소재를 찾아 의미를 부여하여 지역민들이 함께 모여 잔치를 벌이는 행위이다. 이런 의미에서 볼 때 축제와 이벤트는 인간의 정신세계와 사회체계 등을 살펴볼 수 있는 관광자원으로서 관광객에게 관광지의 독특한 문화체험을 가능하게 한다.

3. 주제공원

테마가 있는 놀이공원을 의미하며 단순한 유원지의 개념에서 시작하여 1955년 디즈니랜드의 등장으로 주제공원의 원형으로 자리 잡았다. 원래 천성적으로 이야기를 재미있게 전달하는 재능을 가진 월트 디즈니의 주제공원 설립계획에 의거하여 건립된 디즈니랜드는 ‘지상에서 가장 행복감을 느낄 수 있는 완벽한 장소’를 목표로 만화영화를 제작하는 것과 같은 컨셉으로 건설되었고 건축물과 이야기가 결합한 새로운 형태의 놀이공원이라는 점에서 의의가 있으며 건축물 자체를 만화소재를 활용하여 적용하고 만화에 등장하는 인물들을 세부적으로 묘사함으로써 재미와 모험, 감동, 환상적 요소를 제공함으로써 관람객에게 일상세계로부터의 벗어난 새로움을 제공해 주는 역할을 하고 있다. 디즈니랜드 이후 등장하게 된 세계 각국의 주제공원들은 나름대로 의미를 개발한 스토리를 바탕으로

4. 문화유산관광

문화유산은 인간의 생활상에서 전해 내려오는 유. 무형의 자료를 의미하며 생활에 관한 지혜를 엿볼 수 있는 인류의 공동 유산이다. 문화유산은 그 범위가 광범위하여 건축물, 유적지, 예술품 등과 같은 유형적인 것과 생활습관, 사고방식, 민속, 예술 문화와 같은 무형적인 것이 모두 포함된다. 문화유산 관광은 관광자원제공뿐 아니라 과거 선조들로부터 전해 내려온 유. 무형의 유산을 통하여 과거를 유추할 수 있으며 현재를 점검하고 미래를 조망할 수 있는 특징이 있다. 물질문명의 발달과는 대조적으로 인간의 정신적인 내면이 점차 빈곤해지는 현대 인류에게 상실되어가는 인간성 회복과 정신적 안정을 제공할

수 있는 자원이기도 한다. 문화유산관광은 조직문화의 문화적 수준과 역량을 가늠해볼 수 있으며 관광지의 문화자본이기도 하다. 이들의 가치를 발견하고 전통과 역사에 관한 의미를 스토리텔링을 통하여 인류의 공유물로써 활용할 때 문화유산의 본래의 의미를 내재된 사상과 더불어 후세에게 그 의미를 전할 수 있다.

IV. 연구요약 및 결론

최근 인터넷과 디지털의 상용화와 콘텐츠 세대의 출현 등의 사회적인 현상에 따라 자연스럽게 관심이 집중된 관광콘텐츠 활용 사례를 분석해봄으로써 관광콘텐츠 개발에 필요한 내용을 분석해보고자 하였다. 콘텐츠는 어떠한 주제와 관련된 내용을 의미하며 최근에는 미디어에 포함되는 내용물을 의미하는 것으로 사용되기도 한다. 관광콘텐츠는 궁극적으로 관광객에게 보이는 관광지나 관광자원 또는 관광상품의 내용을 뜻하는 것이며 관광콘텐츠의 개발을 위하여 스토리텔링이라는 요소가 필수적인 요소이다. 스토리텔링은 관광자원이나 관광지 관련 이야기의 소재를 발굴하거나 의미를 찾아 관광지의 정체성을 부여하는 작업으로써 이야기를 찾아내어 창조하는 작업에서부터 관광객에게 전달되기까지의 전달자의 역할이나 전달 매체의 역할이 중요하다. 관광콘텐츠의 스토리텔링은 주로 관광안내자에게서 관광객에게 전해지는 것이 보통이나 거시적으로 볼 때 관광지를 소개하는 안내책자, 관광상품 브로슈어 인터넷상에서 접할 수 있는 관광자원이나 관광지에 관한 정보 모든 내용에 포함된다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 우리사회에서 가장 대중적인 관광상품 주제인 한류 관광상품과 축제와 이벤트, 주제공원, 문화유산 관광상품의 경우 스토리텔링과의 관계를 분석을 시도하였다. 스토리텔링의 주요요소와 스토리텔링을 활용한 관광콘텐츠의 연출방안에 관한 후속 연구를 기대한다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 인문콘텐츠학회, “문화콘텐츠입문”, pp177, 북코리아, 서울, 2006.
- [2] 한국관광공사한류연구팀, “왜, 관광스토리텔링인가?”, pp.320, 한국관광공사, 2007
- [3] 한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 “2006년 문화콘텐츠산업 10대 전망” pp., 2006.
- [4] 한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 “2006년 문화콘텐츠산업 10대 전망” pp., 2006.
- [5] 한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀 “2006년 문화콘텐츠산업 10대 전망” pp., 2006.