

‘대구 김광석다시그리기길’을 통해 본 2015년 여행트렌드 A study on 2015 travel trend through ‘Kim Kwang-Seok Road in Daegu’

이혜은, 최희수*

상명대학교 문화기술대학원

Lee hye-eun, Choi hee-soo*

Department of creative contents, GSCT, Sangmyung University

요약

대구에 소재한 ‘김광석다시그리기길’의 인기요인을 분석해보면 2015년 여행 트렌드는 일상과 연결되어 있다고 볼 수 있다. 사람들의 감성을 자극해 위안을 주고, 시간과 비용 문제로 인해 근교에 위치한 여행지를 선호하고 있다. 그리고 현지인들의 문화를 엿볼 수 있고 일상을 교류할 수 있는 곳임과 동시에 혼자서도 쉽게 할 수 있는 여행을 선호하고 있다. 일상에서 오는 소박함으로부터 사람들은 여행의 만족을 느끼고 있다고 할 수 있다.

I. 들어가기

최근 한국관광공사가 공개한 ‘국내여행에 대한 빅데이터 분석 결과’에 따르면 ‘근교여행’, ‘콧바람’이 여행 관련 키워드로 떠오르고 있다. 과거 엑스포, 체험관광 등 특정 목적을 가지고 하는 테마여행보다 부산여행, 서울여행 등 특정 지역을 언급하는 지역여행의 비중이 점점 높아지고 있다. 이는 사람들이 여행을 거창한 것이 아닌 나들이라는 개념으로 가볍게 인식하고 있다는 것을 알 수 있다. 바쁜 현대 사회에서 여행은 시간과 돈을 절약하여 쉴 수 있는 또 다른 일상으로 이해하는 것이다. 무언가를 체험하고 얻고자 여행하는 것이 부담스러운 반면, 특별함이 없더라도 자신만의 방법으로 즐길 수 있다면 그것이 사람들에게 여행이 되고 있다. 여행이 일상이 되어버린 요즘, 대구에 소재한 ‘김광석다시그리기길’(이하 김광석길)을 통해서 사람들이 추구하는 여행 트렌드는 어떤 것인지 한번 알아보고자 한다.

얼굴과 가사가 그려진 벽화 그리고 몇몇의 카페와 상점들이 전부다. 하지만 이 거리는 현재 주말 평균 5,000명 이상의 관광객들이 방문하고 있으며 2015년에는 ‘2015년 한국에서 꼭 가봐야 할 대표 관광지 100곳’에 선정되기도 하였다. 소박함에도 불구하고 많은 사람들이 찾는 이유를 현재 여행 트렌드와 연결해 크게 네 가지로 분석해 보고자 한다.



▶▶ 그림 1. 김광석다시그리기길

II. 본론

2.1 대구 김광석다시그리기길 개요

요즘 대구의 그 어떤 대표 관광지보다도 더 많은 사람들이 찾는 곳이 바로 ‘김광석다시그리기길’이다. 대구광역시 중구가 주최하고, (사)한국건축가협회 대구지회가 주관, 문화체육관광부, 대구광역시가 후원한 ‘방천시장 문전성시 프로젝트 2단계’(2010.3~2011.3)로부터 시작된 350m 정도의 짧은 거리이다. 좁고 낡은 이 곳은 주변에 마땅한 주차 공간도 없으며 한 눈에 띄지도 않는 오래된 골목에 불과하다. 게다가 이곳은 김광석 조형물, 김광석

2.2 대구 김광석다시그리기길의 콘텐츠적 특성

1) 김광석의 감성

이 길의 모티브는 대중음악인 김광석이다. 전국 최초로 대중음악인의 이름을 딴 이 거리는 김광석이 대구 출생이라는 소재를 잘 활용한 사례라고 할 수 있다. 김광석 길에 들어서자마자 은은하게 울려 퍼지는 김광석 노래는 방문객들의 감성을 자극한다. 그가 노래했던 시절을 모르는 사람들까지도 김광석이 주는 그 여운은 모두가 공감할 것이다. 김광석평전을 쓴 한 작가는 김광석에 대해 이런 말을 했다. “김광석, 그의 노래는 이야기다. 시대와

사랑으로 아파하는 모든 이들의 이야기다. 그의 이야기는 어눌하고 소박하며 담백하다. 이야기 속에 삶의 보편성과 진정성을 담고 있기 때문이다.”[1] 바쁜 현대사회에서 조금의 여유를 찾고자 이곳을 방문한 사람들에게는 김광석의 따뜻한 치유가 된다. 곳곳에 위치한 김광석의 조형물, 사진, 그림은 중장년층에게 향수를 청년층에게 위로가 되어준다. 이는 현대인들이 여행으로부터 얻고자하는 편안함이 김광석으로부터 느낄 수 있는 감정과 잘 맞아 떨어지기 때문에 이곳을 찾는다. 사람들은 아무것도 하지 않아도 자연스럽게 편안해지고 치유되는 힐링 여행을 여전히 원하고 있다. 경쟁사회에서 생존을 위해 살아가는 현대인들에게 김광석길은 ‘치유’를 위한 여행지가 된다.

2) 근교여행

‘근교여행’, ‘콧바람’, ‘지역여행’이 여행키워드로 떠오르는 최근, 김광석길은 찾아가기 쉬운 곳이다.[2] 2013년 국민 1,000명을 대상으로 국내관광 현황 및 문제점을 조사한 결과에 따르면, 국민들의 국내관광을 가장 크게 제약하는 요인은 ‘시간부족’(68.8%, 복수응답 가능)과 ‘비용부담’(54.4%, 복수응답 가능)으로 나타났다.[3] 복잡한 패키지여행이나 특수한 목적을 지닌 테마여행보다는 수시로 떠날 수 있고 시간과 비용 소요가 적은 여행을 선호한다. 게다가 카페와 맛집이 연관검색어로 뜨고 있는 것은 일상적인 식사도 여행으로 인식하고 있다고 할 수 있다. 현재 대구는 KTX로도 접근이 용이하며 김광석길은 대구 중심에 위치하고 있기 때문에 교통편이 편리하다. 이곳을 쉽게 방문할 수 있으며 실제 이 거리 안에는 커피명가, 모가, 로라방앗간 등 유명한 맛집들이 위치하고 있다. 이런 요소들은 근교여행을 선호하고 맛집 방문도 하나의 여행이라고 생각하는 사람들의 기호에 적합한 여행지라고 할 수 있다.

3) 골목길의 소박함

김광석길은 골목길의 장점을 극대화시켰다. 사실 골목은 현지인들의 생활터전으로 여행지와는 거리가 멀었다. 하지만 최근 들어 일상 생활공간을 체험하고 평범함과 일상을 교류하는 여행이 유행하면서 숨어있던 골목길이 새로운 여행지로 떠오르게 되었다. 김난도는 2015년 소비트렌드로 숨은 골목을 꼽았으며 낙후된 이미지를 탈피하고 개성 있는 트렌드를 선도할 것이라고 제시했다. 사람들은 인파가 붐비는 유명 관광지를 벗어나 생소하지만 지역의 거리나 마을 등 일상이 담긴 공간을 찾기에 나섰다. 김광석길은 걸어가는 내내 다양한 소재로 김광석 열굴, 노랫말 등이 그려진 벽화로 방문객들에게 사진 명소를 제공한다. 예술인들의 작업으로 완성된 벽화들은 사진을 찍어 SNS에 올리는 현대인들에게 큰 인기를 얻고 있다. 지루하지 않으면서 조용하고 소박한 느낌을 주는

벽화들은 많은 사람들이 이곳을 찾는 또 하나의 이유라고 할 수 있다. 게다가 김광석길은 방천시장과 인접해 있어 삶의 향수와 정을 함께 경험할 수 있는 장점이 있다. 소박하지만 다양한 삶의 문화를 체험할 수 있고, 사소한 일상에서 작은 만족을 얻고자하는 사람들의 심리는 김광석길과 잘 맞아 떨어진다.

4) 개인주도적 여행

소규모여행 혹은 나홀로 여행이 대부분인 요즘, 김광석길은 혼자 가능한 여행코스다. 요즘은 업체에서 기획한 여행상품보다는 개인이 직접 주도하는 DIY 관광이 주를 이루고 있다. 복잡한 여행을 기피하고 자신의 기호에 맞는 간단한 여행이 만족도가 더 높다고 생각하기 때문이다. 블로그나 SNS를 통해 서로의 여행 계획 및 후기를 자유롭게 공유할 수 있으므로 언제든지 무작정 떠나는 여행이 자연스러워졌다. 그러다보니 거창한 준비 없이 혼자나 소그룹으로 쉽게 떠날 수 있는 여행지를 선호하게 된다. 김광석길은 언제 어디서나 쉽게 접근이 가능하며 거창한 체험을 요구하는 여행과는 거리가 먼 곳기에 일상의 연장선으로 부담 없이 즐길 수 있다. 자신만의 관심거리 중심으로 개인이 이끌어가는 셀프여행은 현대인들의 또 다른 일상이 되어버렸다.

III. 결론

앞서 본 것과 같이 대구 김광석길은 사람의 감성을 자극하는 김광석을 모티브로 골목길을 형성하였으며 접근성이 용이하여 사람들이 부담 없이 찾을 수 있다. 다른 사람들의 생활을 경험할 수 있는 골목을 잘 활용한 여행지로써 벽화, 맛집, 공연 등 혼자서도 즐길 거리가 많다. 최근 숨가쁜 일상 속에서 여유를 찾기 위해 치유가 되는 장소를 필요로 하는 현대인들이 늘어나고 있다. 그렇기 때문에 이러한 특성을 지닌 여행지가 필요하며 부담 없이 즐길 수 있는 가깝고 편한 곳이 지속적으로 발굴될 필요성이 있다. 여행은 일상생활의 연장선이 되고 있기 때문에 앞으로 대구 김광석길과 같이 사람들의 일상을 느끼고 공감할 수 있는 공간들이 각광받는 여행지로 떠오를 것이다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 이윤옥, “김광석평전”, 세창미디어, 2009.
- [2] “국내 여행에 대한 Big Data 분석 결과”, 한국관광공사, 다음소프트, 2015.
- [3] “문체부 보도자료-제2차 관광진흥확대회의 개최”, 문화체육관광부, 2014.
- [4] 최경은, 안희자 “최근 관광트렌드 분석 및 전망”, 한국문화관광연구원, 2014.
- [5] 김난도 외, 트렌드코리아 2015, 미래의창, 2014.