

역사·문화 테마파크 개발을 위한 성공모델 설정

-한국 문화 테마파크를 사례로-

Success Model Setting for Historical, Cultural Theme Park Development

-With an Example of Korean Culture Theme Park-

권기창

경북도립대학교 IT특약계열

Ki-Chang Kwon(kwon0819@hanmail.net)

요약

테마파크는 일정한 주제로 재미와 감동을 느낄 수 있도록 만들어진 공연·전시·이벤트가 이루어지는 복합적인 공간이다. 최근 지방자치단체에서는 지역경제 활성화를 목적으로 테마파크를 많이 계획하고 있다. 따라서 본 논문에서는 한국문화테마파크를 사례로 역사·문화 테마파크를 만들기 위한 방안으로 성공요소를 도출한 후 개발모델을 설정하였다. 문헌 연구와 사례조사를 통해 정체성과 일관성 있는 테마 설정, 재미와 감동을 주는 프로그램, 고객의 요구를 반영한 편리한 지원시설, 집객력 향상을 위한 차별화된 마케팅, 주변 문화자원과 연계한 입지 및 메시지를 전하는 공간, 민간주도형 사업추진 및 운영주체, 시장세분화 전략에 따른 타깃설정, 수요예측을 성공요소로 도출하였다. 이와 같은 요소들이 상호 긴밀하게 연결 및 조화가 되어야만 테마파크가 성공적으로 운영되어 지역경제 활성화에 기여할 수 있다. 또한 테마파크가 지속적인 성장을 하기 위해서는 운영단계에서 나타나는 문제점을 끊임없이 개선해나가야 하며 시대적 상황과 관람객의 눈높이에 맞게 콘텐츠 보강이 지속적으로 이루어져야 한다.

■ 중심어 : | 테마파크 | 한국문화테마파크 | 3대문화권사업 | 유교문화권사업 |

Abstract

A theme park is a complex space, in which held is a performance & exhibition event created to make visitors feel fun and a deep impression through a certain theme. Recently, local governments are increasingly planning for theme parks with the aim of local economy revitalization.

Accordingly, this paper set up a development model for a Korean culture theme park after deducting success factors for creating a successful theme park through the case of Korean culture theme park. To be concrete, this paper deducted the success factors through literature research and case research as follows:

Setting of themes having identity and consistency; programs that can give fun and a deep impression; convenient support facilities reflecting customers' needs; differentiated marketing for progress in customer attraction power; location linked with cultural resources around a theme park and a space for communicating a message; privately-initiated project promotion and the main body of operation; target setting consequent on market segmentation, and demand forecast, etc. A theme park cannot be successfully operated to contribute to local economy revitalization until such success factors should be closely linked and harmonized with each other. In addition, in order for a theme park to make a continued growth, it's required that problems occurring at the operational stage should be endlessly improved, and contents strengthening should be continuously done in line with circumstances of the times and viewers' eye level.

■ keywords : | Theme Park | Korea Cultural Theme Park | Top 3 Cultural Area Project | Confucian Cultural Area Project |

I. 서론

1. 연구의 목적

테마파크는 일정한 주제로 재미와 감동을 느낄 수 있도록 만들어진 공연·전시·이벤트가 이루어지는 복합적인 공간이다. 이와 같은 테마파크는 오늘날 많은 지자체 등이 교통여건의 발달로 접근성이 향상되자 체류형 관광객을 유도하고 지역 경제를 활성화 시키기 위한 목적으로 주변지역 관광지와 연계하여 많이 추진하고 있다[1].

이와 같은 상황에서 볼 때 경상북도 북부지역은 가장 낙후된 지역으로 청정 자연 환경과 한국 정신문화의 뿌리인 전통유교문화의 보고로 수많은 문화자원을 가지고 있기 때문에 한국을 대표하는 문화관광지로 육성하고, 높아지는 문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 문화 콘텐츠를 개발한다면 무한한 발전 가능성을 가지고 있는 지역이다.

따라서 본 논문에서는 관광객들에게는 문화적 욕구를 충족시키고 지역민에게는 지역경제 발전의 초석이 되는 테마파크가 될 수 있도록 사례분석과 문헌 연구를 통해 역사·문화 테마파크의 개발모형을 설정하고 한국문화 테마파크의 차별화된 핵심 콘텐츠와 프로그램을 개발하여 운영활성화에 도움을 주고자한다

2. 연구의 방법

본 연구는 테마파크 개발 모델을 도출하기 위해 이론적 분석, 실증분석, 법제 분석, 국내외 현장방문 및 관계자 및 전문가 면담 등을 통해 다음과 같이 진행 하였다, 첫 번째로 이론적 분석을 토대로 테마파크의 특징을 정립하였고 두 번째로 테마파크 개발 동향, 추진 법규, 선행연구, 사례조사 등을 통해 성공요소를 도출하여 개발 모델을 설정하고 세번째로 이를 기반으로 테마파크의 테마 설정, 이벤트 프로그램 개발, 지원시설, 차별화된 마케팅, 입지선정, 사업추진방식 및 운영주체, 지역문화 자원 연계 및 주민참여, 타깃설정, 수요예측 에 관한 분석을 하였다.

II. 국내 테마파크 현황 및 개발관련제도 분석

1. 테마파크 현황

1970년대 경제 발전과 소득 수준의 향상 등으로 어린이 대공원, 용인자연농원, 한국 민속촌 등이 순차적으로 개장하면서 지속적인 성장을 유지하여 왔지만 2000년 이후에는 입장객수의 감소, 경기 침체, 높은 인건비 등의 문제로 대규모 테마파크의 경쟁력이 떨어지고 있는 추세이다.

이러한 문제를 극복하기 위해 최근에는 차별화된 주제와 가족 중심의 테마파크가 확산되고 있고, 지방자치단체는 지역경제 활성화를 목적으로 지역의 자원을 소재로 한 중·소 규모의 테마파크를 많이 건설하고 있는 상황이다[2]. 전국의 테마파크의 수는 2014년 기준으로 총 422개로 전년도 대비 사업체의 수가 28.3% 증가하였다. 시도별로는 경기도에 86개소가 위치해 가장 많고 다음으로 강원도 37개, 전남·경북이 33개소 서울이 24개소 수준으로 나타났다[3]. 이중 연간 30만 이상의 입장객이 찾는 테마파크를 살펴보면 수도권에는 에버랜드, 롯데월드, 서울랜드, 한국민속촌이 있고 대전에는 대전 오월드가 있다 경상도에는 이월드, 경주랜드, 신라 밀레니엄파크, 통도 환타지아. 부곡하와이 랜드, 허브힐즈가 있고 전라도에는 전주동물원 등이 있다.

2. 테마파크 개발 관련 주요제도 분석

2.1 지역균형개발 및 중소기업 지원에 관한 법률

이 법은 국토를 합리적으로 이용·개발·보전하기 위하여 지방의 발전 잠재력을 개발하고 민간부문의 자율적인 참여를 유도하여 지역개발사업이 효율적으로 시행될 수 있도록 하며 아울러 지방중소기업을 적극적으로 육성함으로써 인구의 지방정착을 유도하고 지역경제를 활성화시켜 국토의 균형 있는 발전에 이바지함을 목적으로 만들어진 것으로 광역개발권역 개발촉진지구, 특정지역, 지역종합개발지구의 지역개발 제도가 있다[4].

사업시행자 및 입주자에 대한 지원은 조세의 감면, 부담금의 감면, 입주자등에 대한 자금지원, 채무보증, 기반시설 및 보조금등의 지원, 국·공유재산의 임대·매각 등의 특례가 주어진다.

2.2 신발전 지역 육성을 위한 투자 촉진 특별법

이 법은 산업 및 생활 기반시설 등이 다른 지역에 비하여 낙후되어 있으나 성장 잠재력을 보유한 지역을 종합적·체계적으로 발전시키고 투자를 촉진함으로써 성장동력 창출과 국가균형발전에 이바지함을 목적으로 만들어진 것으로 신발전지역, 신발전지역 종합발전 구역, 신발전지역 발전촉진지구, 신발전지역 투자촉진지구의 지역개발 제도가 있다[5].

사업시행자 및 입주자에 대한 지원은 조세의 감면, 부담금의 감면, 입주자등에 대한 자금지원, 채무보증, 기반시설 및 보조금등의 지원, 국·공유재산의 임대·매각 등의 특례가 주어진다.

2.3 관광 진흥법

이 법률은 관광 여건을 조성하고 관광자원을 개발하며 관광 사업을 육성하여 관광 진흥에 이바지하는 것을 목적으로 관광지, 관광단지, 관광특구 등의 제도가 있다. 관광지란 자연적 또는 문화적 관광자원을 갖추고 관광객을 위한 기본적인 편의시설을 설치한 지역이고 관광단지는 관광객의 다양한 관광 및 휴양을 위하여 각종 관광시설을 종합적으로 개발하는 관광 거점 지역을 말한다[6].

재정지원과 관련하여 문화체육관광부장관은 관광에 관한 사업을 하는 지방자치단체, 관광사업자 단체 또는 관광사업자에게 대통령령으로 정하는 바에 따라 보조금을 지급할 수 있고 지방자치단체는 그 관할 구역 안에서 관광에 관한 사업을 하는 관광사업자 단체 또는 관광사업자에게 조례로 정하는 바에 따라 보조금을 지급할 수 있다.

III. 역사·문화테마파크 선행연구 및 사례분석

1. 선행연구

유기적 시설물의 결합체인 테마파크가 성공하기 위해서는 테마성, 비밀상성, 통일성, 배타성, 레저성, 독창성, 종합성의 요소를 지녀야 함은 물론이고 스토리와 어트랙션, 공간구성의 문제가 중요하다는 것을 선행연구

결과에서 알 수 있었다.

표 1. 선행연구

연구자	성공요소
고석규[7]	스토리 없이 테마파크 자체만으로 성공하기 어려움으로 스토리 텔링이 중요
김창수[8]	표현기법, 동선계획, 공간구성과 장소성, 이벤트 공간 연출이 상호조화
풍타날[9]	미학 차원에서 물리적 공간과 주체의 감각적 활동 사이의 발생하는 상호작용
김희진[10]	테마성, 비밀상성, 통일성, 통합성, 복합성의 특징을 가져야 함
김국선[11]	테마성, 통일성, 비밀상성, 배타성, 종합성

특히 유동환은 테마파크의 성공요소를 공간, 건축, 이야기, 시설, 서비스를 성공의 4대 핵심구조로 다음그림과 같은 성공모델을 제시하였다[12].

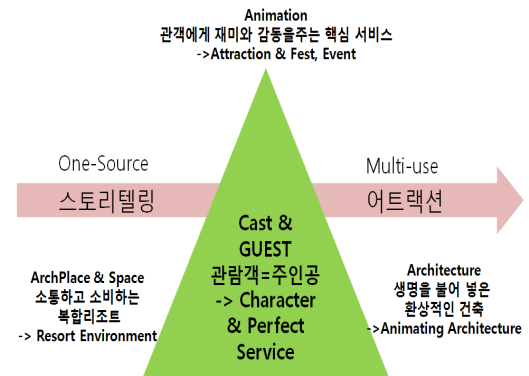


그림 1. 테마파크 개발 모델

선행연구 결과에서 나타난 성공요소를 정리해 보면 장소성에 기반한 역사 이야기가 충분해야 하고, 이것을 스토리텔링하여 다양한 공연으로 관람객들에게 재미와 감동을 부여해야 한다. 공간적으로는 시대의 이미지를 시설 및 공간에 표현할 수 있도록 통일성과 일관성을 지녀야 한다. 또한 그 시대의 공간을 그대로 재현하는 것이 아니라 이용객의 편의와 즐거움을 주기 위한 허구의 세계를 구성하는 배타성이 강조되어야 한다. 이와 같은 문제에 충실하다보면 접근성에 문제가 발생할 수 있는데 이를 극복하기 위해서는 관람객들에게 향수를 불러일으킬 수 있는 차별화된 콘텐츠 개발전략이 무엇보다 중요하다.

지금까지의 연구는 역사·문화, 생활, 산업, 예술, 놀이, 과학, 자연자원 등을 주제로 한 모든 테마파크에 일반적으로 적용되는 성공의 기본요소를 중심으로 연구가 활발하게 진행되었다. 그러나 본 논문에서는 스토리와 역사적 장소성을 강조하는 역사·문화테마파크를 중심으로 테마파크의 기본적인 성공요소에 기반을 두고 개발에서 운영에 이르기까지 각 요소가 상호작용하는 성공모형을 만들고 이를 실현하기 위한 구체적인 프로그램을 제시하는데 주안점을 두었다.

2. 사례 분석

2.1 프랑스 방데 피디프

프랑스 중서부 방데지방에 위치한 유럽최대의 역사·자연·생태·오락·레저 등이 복합된 테마파크로 ‘프랑스의 역사를 세계의 역사로! 용서하되 기억하자!’라는 브랜드를 가지고 프랑스 방데 내전의 역사와 이야기를 중심으로 방데 사람들의 일상을 재현한 곳이다 [13].

2014년 4월 20일부터 27일 까지 진행된 현장조사와 운영 및 관리담당자들(Managing Director: Jan Erik ALDERLIESTE 외 2인)과의 인터뷰에서 확인한 결과 프랑스 파리에서 350km 떨어진 접근성이 좋지 않은 곳에서 테마파크가 성공 할 수 있었던 것은 역사적 사실을 중심으로 한 풍부한 소재가 있는 지역을 선정해서 훌륭한 공연콘텐츠를 만들었기 때문이다. 또한 자연지형에 순응하는 테마파크 건설로 공사비 절감과 함께 자원봉사자를 중심으로 한 주민주도형 운영방식을 채택한 것이 성공의 중요한 요소였다.

표 2. 피디프

구분	주요내용
테마	참신성 및 일관성 유지(방데내전)
접근성	접근성 좋지 않음
건축	고성, 19c마을 재현, 테마형 건축 (현대적 시설 최소화)
도입시설	공연장, 체험장, 전시장, 쇼핑, 숙박시설
공연	방데지역의 내전을 테마로 첨단기술이 융합된 감동적인 콘텐츠
운영	지역주민 주도형 운영 방식 (대부분 자원봉사로 운영)
경제성	흑자 운영(지속적인 재투자)
지역브랜드	방데지역의 역사

이미지	프랑스 대혁명에 반기를 든 방데지방 농민들의 아픈 역사
이용객	연간 150만명 방문 (내국인 90% 외국인 10%)
주요타겟	가족단위 관광객

2.2 일본 닛코 에도무라

에도시대[江戸時代]초기의 역사를 주제로 한 여러 가지 놀이시설과 볼거리 등을 제공하는 놀이공원으로 1986년 4월에 개장한 닛코 에도무라는 ‘일본의 역사·문화를 지키고, 일본인의 마음을 전한다’라는 테마로 1603년~1867년 사이의 쇼군시대의 삶을 역사적으로 재현한 곳으로 에도시대의 상가나 마을, 거리, 무사들의 거주터 등을 복원해 놓았으며 관리직원 모두가 에도시대 복장으로 업무를 하여 에도시대의 문화화 풍속을 만끽할 수 있는 곳이다[14].

2013년 8월 24일부터 27일 까지 진행된 현장조사와 담당자 인터뷰에서 확인한 결과 에도무라는 에도시대의 역사를 주제로 주변지역으로 몰리는 관광객을 유치하기 위해 만들어진 차별화된 역사 테마파크이다.

표 3. 에도무라

구분	주요내용
테마	참신성 및 일관성 유지(일본의 역사·문화를 지키고, 일본인의 마음을 전하는 테마)
접근성	접근성 좋지 않음
건축	에도시대 모습 재현
주요시설	공연장, 체험장, 전시장, 쇼핑
공연	사무라이와 닌자를 주제로 한 다양한 공연
운영	민간 기업이 운영(전체 150명 직원 중 절반이 공연 배우의 역할 수행, 1인 다역으로 인건비 절감)
경제성	흑자 운영(지속적인 재투자)
지역브랜드	도소규모 몰리는 관광객을 유치하기 위해 생긴 복합형 관광단지
이미지	에도시대의 역사문화 이야기 (중사자 모두가 에도시대의 복장 착용)
이용객	연간 약 590만명
주요타겟	가족단위 관광객

에도무라는 에도시대 초기의 역사와 세계인 누구나 알고 있는 사무라이와 닌자를 주제로 다양한 놀이시설과 볼거리를 제공하는 역사체험 및 공연시설로 구성되어 있다. 공간적으로는 진입광장, 숲길, 극장거리, 상인마을, 사무라이 저택으로 크게 나눌 수 있으며, 테마극장과 체험 및 부대시설로 이루어진 역사주제 테마파크 공간구조를 지니고 있는 것이 특징 이었다. 에도무라는

에도시대의 문화가 반영된 테마파크로 에도시대의 생활상을 체험할 수 있는 전통극과 일본 전역에서 이루어지는 다양한 퍼레이드를 이곳에서 재현함으로써 인해 관람객들에게 새로운 흥미를 유발시키는 것과 동시에 ·공간적 몰입감을 부여하는 운용 요소를 지니고 있는 것이 특징이었다.

또한 하루에 한번씩 벌어지는 가장행렬은 에도시대의 복장을 한 사람들이 당시의 생활상을 그대로 보여줌으로 관람객들에게 새로운 볼거리를 제공하고 있었고 행렬에 참가하는 사람들 모두가 낮고 에도무라에 입점하여 장사를 하는 사람들로 구성되어 공연단을 별도로 고용하거나 이벤트 회사에 외주를 줌으로써 발생하는 비용을 줄임과 동시에 입주민 스스로 에도시대를 체험하게 함으로써 인해 극적인 효과를 배가시켰다.

2.3 한국 경주 신라밀레니엄 테마파크

신라 밀레니엄 파크는 국내 유일의 신라시대 역사·문화를 체험할 수 있는 곳이다. 연간 방문객은 약 30-40만 정도로 개인과 단체의 비율을 46정도이고 1일 최대 3-4천명이 방문하고 있다. 외국인은 주로 중국인과 일본인으로 개인보다 단체 방문객이 많은 상황이다.

유적중심의 관광이나 놀이기구 중심의 기존 테마파크와는 달리 역사와 문화를 즐길 수 있는 체험위주의 에듀테인먼트 놀이동산이다. 신라를 주제로 한 상설공연이 이루어지고 있고 특히 비수기인 여름에는 특별이벤트로 ‘오싹한 한 여름밤의 호러공연 축제’를 실시하여 관람객들에게 새로운 볼거리를 제공하고 있었다[15].

또한 관객이 참여하는 형태로 운영되는 장보고 공연장과 기업체 및 단체관람객의 단독 행사를 위한 야외 공연장을 운영하고 있는 것은 테마파크의 집객력 향상을 위한 좋은 사례이다.

표 4. 밀레니엄 파크

구분	주요내용
테마	독창성(천년 왕국 신라의 꿈과 향수)
접근성	보문단지내 위치(접근성 양호)
건축	신라시대 모습 재현(신라거리 조성)등 일부 현대적 시설로 몰입감 주지 못함
주요시설	공연시설, 체험시설, 전시시설, 숙박시설, 드라마 세트장 등

공연	신라를 주제로 한 공연(천계의 비밀, 여왕의 눈물, 회랑의 도, 호남자의 사랑, 석탈해 등)
운영	민간기업
경제성	현상유지
지역브랜드	신라 천년 왕국
이미지	신라시대의 역사 문화이야기
이용객	연간 30-40만명
주요타겟	일반 및 가족단위 관광객, 단체, 기업체 연수 등

밀레니엄 테마파크는 신라시대의 모습을 연상케 할 수 있도록 삼국사기를 근거로 신라마을을 재현시켜 상상속의 신라의 모습을 현실 속에서 볼 수 있도록 만들어 관람객들에게 이색적인 볼거리를 제공함은 물론 드라마의 세트장으로 활용이 되어 일석이조의 효과를 거두고 있다.

2014년 7월 24일 신라 밀레니엄 테마파크를 방문하여 담당자와 인터뷰 한 결과 신라를 주제로 한 테마의 설정이 중요하였고 상시 공연을 위한 방안으로 예산 절감을 위해 지역에 소재하고 있는 문화 인력인 경주 예술단을 1년 단위로 계약하여 공연을 진행하고 있었다. 또한 마케팅과 관련해서 단체관광객과 가족단위 관광객을 타겟으로 신라라는 컨셉을 기반으로 ‘교육의장’, ‘전통 체험의장’으로 모객을 위한 차별화 전략을 구사하고 있다는 것을 알 수 있었다. 역사적 고증을 거친 건축물과 시대적 상황을 담은 공연 콘텐츠를 조화롭게 결합시켰고, 시대적 상황에 맞는 체험프로그램 운영과 비수기를 대비한 특별 이벤트 실시로 관람객의 방문율을 높이는 결과를 가져 왔다. 그러나 일부에서는 현대시설과 전통시설의 혼재로 관람객들에게 공간 몰입감을 주지 못하고 있는 것은 해결되어야 할 과제이다

3. 선행연구 및 사례연구를 통한 성공요소 도출

선행연구와 사례 테마파크를 분석한 결과 일관성 있는 테마 설정, 공간의 유기적 결합, 몰입감을 줄 수 있는 킬러 콘텐츠 개발, 관람객을 증가시키기 위한 차별화된 타겟전략, 민간주도형 운영 방식 채택, 다양한 지원시설과 함께 원스톱 서비스, 콘텐츠 보강을 위한 지속적인 채투자 등이 테마파크의 성공요소로 도출되었다.

표 5. 성공요소

성공요소	주요내용
테마의 일관성	역사문화에 대한 킬러 콘텐츠를 중심으로 일관성 유지
배타성	그 시대의 공간을 그대로 재현하는 것이 아니라 허구의 가상세계 구성
장소성	장소에 기반한 역사 문화에 관한 스토리텔링의 원천 소재가 풍부
공간의 유기적 결합	주제에 맞게 공간배치와 함께 자연지형에 순응하는 토지이용계획 수립 (현대적 시설의 최소화)
킬러콘텐츠 개발	이용객들이 공감대를 형성하고 재미와 감동을 줄 수 있는 특화 프로그램 개발(공연 및 이벤트 중심)
전략적 타깃설정	시기별(주중과 주말, 성수기와 비성수기), 계층별 차별화된 타깃 전략 수립
민간주도형 운영	주변관광지와 연계하여 지역주민이 참여하는 민간 주도형 운영 방식과 1인 다역의 업무 수행
다양한 지원시설	숙박, 식음시설 등 체류시간을 연장하기 위한 지원 시설 도입
지속적인 재투자	이용객이 지속적으로 증가할 수 있도록 유도하기 위하여 콘텐츠 수정 및 보완

특히 테마파크가 성공하기 위해서는 테마파크의 목적, 컨셉, 차별성이 중요하므로 다양한 체험 시설과 함께 관람객들이 공감대를 형성하고 흥미를 가질 수 있는 소재의 선택이 무엇보다 중요하다는 것을 알 수 있다.

IV. 역사·문화 테마파크 개발 모델

1. 개발모델 반영 요소

1.1 일관성 있는 테마설정

테마는 테마파크를 성공시키기 위한 가장 중요한 요소 중의 하나이다. 테마는 테마파크의 생명력과 직결되는 것으로 차별화되고 일관성 있는 테마의 설정이 방문객들에게 이색적인 재미와 감동을 주고 상상력을 자극함으로써 파크에 쉽게 몰입할 할 수 있도록 만들어 준다[11]. 이로 인해 테마파크에 대한 매력감은 극대화되어 지속가능한 공간으로서의 재탄생 하게 되는 것이다.

1.2 이벤트 프로그램 개발

테마파크는 단순한 전시공간에서 벗어나 테마에 어울리는 공연·이벤트 등의 프로그램을 개발하여 방문객들이 만족하고 더불어 재방문의 의사를 갖도록 만들

어야 한다. 이렇게 하기 위해서는 테마의 일관성을 유지한 다양한 이벤트 프로그램 개발이 중요하다. 이러한 이벤트 프로그램은 체험이벤트, 거리이벤트, 계절이벤트, 공연이벤트 등으로 테마파크의 특징적인 요소를 잘 반영하여 일상적인 세계와는 단절이 된 느낌을 줄 수 있는 것으로 기획되어야 한다.

1.3 다양한 지원시설

테마파크는 한정된 공간에서 복합적인 서비스가 이루어져야 한다. 체험시설, 식음시설, 공연시설, 숙박시설, 편의시설, 탑승시설, 이벤트광장 등의 복합적인 지원시설과 함께 윈스톱 서비스가 가능하도록 만들어져야 한다. 하나의 공간에서 방문객들이 추구하는 모든 것을 해결 할 수 있어야 만족감을 배가 시킬 수 있게 된다.

1.4 차별화된 마케팅

테마파크의 성공은 차별화된 마케팅에 의해 좌우된다고 해도 과언이 아니다. 테마파크를 방문한 관람객들이 마음속에 테마파크에 대한 향수가 깊게 자리 잡게 되었을 때 재방문이 이루어지고 입소문으로 전해져 많은 관광객이 찾아오게 된다. 현재 대부분의 마케팅은 다중 매체를 통한 홍보수준에 그치고 있다. 홍보도 중요하지만 찾아오는 관람객에게 얼마나 많은 만족을 줄 수 있는 지에 대한 체계적인 관광 마케팅 전략이 수립되지 않으면 성공할 수 없는 것이 오늘의 현실이다.

1.5 입지선정 및 공간 구성

테마파크의 입지 선정 기준은 관광루트, 숙박거점, 우수한 경관과 같은 직접적인 기준 외에도 간접적인 기준인 사회적여건, 관광여건, 개발 잠재력, 생활환경여건 등 여러 가지 복합적인 요인에 의해 결정된다. 테마파크의 입지를 결정하기 위해서는 객관적인 평가가 선행되어야 향후 효율적인 운영이 이루어 질수 있다[16].

테마파크는 테마를 중심으로 한 공간으로 스토리가 있어야 한다. 놀이시설, 체험시설, 공연시설에 스토리가 가미되어야 하고 이러한 시설들은 처음부터 끝까지 공간적인 일체감으로 구성되어야 관람객들이 일관성 있는 즐거움을 맛볼 수 있다[17].

1.6 사업추진방식 및 운영체제

테마파크는 대규모의 자본과 시설이 투입될 뿐만 아니라 방문객의 동선에 캐릭터와 스토리를 표현해야 하는 고도의 전문적인 문화산업에 속하기 때문에 토목·건축분야의 전문가가 뿐만 아니라 섬세한 감정적 이미지를 표현할 수 있는 문화적 감수성을 갖춘 창의적이고 전문적인 주체가 운영해야 한다[18].

1.7 지역문화자원연계 및 주민참여

테마파크를 방문하는 관람객이 가급적 이 지역에서 많은 것을 보고 즐기고 살 수 있는 여건을 만들기 위해서는 주변지역 문화자원과 연계한 운영 프로그램을 개발하는 것이 무엇보다 중요하다. 테마파크를 찾은 관람객이 테마파크만 보고 떠난다면 지역경제 활성화에는 큰 도움이 되지 못한다. 따라서 지역 문화 자원을 적극적으로 활용한 문화 상품을 만들어 내어 보다 많은 방문객을 유도하여 지역의 성장에 기여할 수 있도록 해야 한다.

1.8 전략적 타깃 설정

시장 세분화 분석을 통하여 타깃 시장을 설정하여야 한다. 시장세분화는 시설의 성격과 각 시장의 특성을 반영하여야 하며 테마파크 전체 시설을 효율적으로 운영할 수 있도록 제반 요소를 고려하여야 한다. 또한 타깃 설정은 계층별, 계절별 시간별(주중, 주말)로 분리하여 전략적 계획을 수립 하여야 한다.

1.9 수요예측

테마파크조성에 있어서 수요 예측은 매우 중요한 분석 요소이다, 수요에 따라서 테마파크의 규모와 시설이 결정되게 된다. 수요예측이 잘못되면 운영에 있어서 심각한 문제가 발생하기 때문에 철저한 수요분석이 요구된다.

2. 개발모델 설정

성공적인 테마파크를 만들기 위한 개발 모델 설정 과정은 첫 번째, 지역 및 테마파크의 현황, 장래동향 및 제약요건을 분석 한 다음 개발과제 및 목표설정을 하고

두 번째, 기본전략 및 개발조건을 명확하게 정의한다음 개발 기본구상에 들어가게 된다. 세 번째, 개발 기본구상에 대해 전문가·운영자·관계자 등의 자본과 문제점을 분석을 통해 조정 과정을 거치고 네 번째, 경제적 파급효과·소요예산·환경영향 등의 분석을 바탕으로 개발정책수단 및 성공요소를 도출한 후 개발계획을 수립하게 된다. 이 연구에서 도출된 성공요소로는 정체성과 일관성 있는 테마설정, 재미와 감동을 주는 프로그램, 고객의 요구를 반영한 편리한 지원시설, 집객력 향상을 위한 차별화된 마케팅, 주변 문화자원과 연계한 입지선정 및 메시지를 전하는 공간, 민간주도형의 사업추진 및 운영주체, 지역문화자원 연계 및 주민참여, 시장세분화 전략에 따른 타깃설정, 수요예측 등을 들 수 있는데 이에 대하여 철저한 실행방안을 강구해야 한다. 마지막으로 테마파크가 성공적으로 운영되기 위해서는 개발계획수립과 실시 단계에서 나타나는 각종 문제점을 피드백시켜 개선해 나가는 것이 더욱더 중요하다.

테마파크는 복합엔터테인먼트 시설로서 여러 가지 복합적인 요소가 상호 연계되어야 시너지 효과가 극대화 될 수 있기 때문에 어느 한 가지 요소라도 소홀히 다루어서는 안 된다.

이 중 테마파크 성공에 있어서 가장 중요한 것은 테마의 설정이다. 어떤 테마를 가지고 어떻게 차별화전략을 구사할 것인지를 심도 있게 연구해야 하고 그 다음으로 각 시설의 효과를 극대화시키기 위해 어떤 프로그램으로 관람객들에게 만족도를 배가시켜 재방문을 유도할 것인가에 대한 고민을 해야 한다.

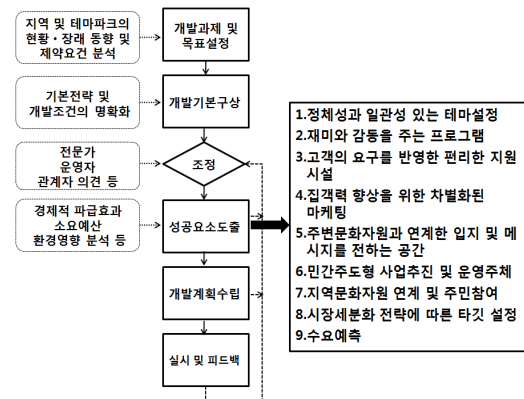


그림 2. 역사문화 테마파크 개발 모델

V. 한국문화 테마파크 개발모델 설정

1. 한국문화 테마파크의 개요

한국 문화 테마파크는 관광객들에게 재미와 감동을 주는 역사·문화 테마파크로 16세기 산성마을의 시간여행이라는 주제로 진입광장의 역할인 남문광장, 조선시대 산성마을의 삶을 모습을 재현한 산성마을, 실제 의병 전투를 체험할 수 있는 연무마당, 산성마을과 연무마당을 연결하는 산성 숲길이라는 공간구조로 계획하였다.



그림 3. 한국문화테마파크 공간구상

남문 광장은 진입 공간으로 성문 시설과 함께 매표소, 판매시설, 광장, 한옥 체험촌, 한식풍류마당, 위기 상황을 알리는 봉수대, 조선시대 직업인 분장 체험을 위한 선비 숙녀 변신방 등의 시설이 도입된다. 산성마을은 16세기 산성마을의 주요시설물 들을 재현하여 산성 안팎에서 생활했던 당시 사람들의 상거래, 지방행정, 윤리 교육, 농업 등의 생활문화를 체험하고 역사 속 인물들의 모험과 전쟁, 사랑 이야기를 4D영상 및 공연을 통해 보여주는 공간으로 성안객주거리, 성안 관아거리, 성밖 반가마을로 구성하였고 연무 마당은 켈린지 서바이벌 게임 및 미로 게임을 결합한 의병전쟁 체험장인 연무대, 전통찜질 및 한방 숙박 치유 시설인 활인 심방관, 역비레 디자인의 전통 민속 놀이터인 개구쟁이 놀이터 등의 시설로 구성 하였다. 산성 숲길은 산성 마당과 연무마당을 연결하는 공간으로 안동설화를 모티브로 한 조

형물을 감상하며 이야기를 들어 보는 스토리 산책로와 숲속을 이동하며 다양한 테마 미션을 수행하는 공간으로 계획 하였다. 한국문화 테마파크는 한국의 역사 및 문화의 정체성을 느끼고 체험할 수 있는 공간이다.

2. 성공적인 한국문화 테마파크 개발 방안

2.1 정체성과 일관성 있는 테마 설정

16세기 조선시대의 산성여행이라는 주제로 2,000여 개의 산성을 보유하고 있는 우리나라의 지형특성을 공간개념으로 설정하고, 퇴계학과 정립기인 학문의 시대로부터 호국의병이 활동한 임진왜란기인 호국의 시대까지의 16세기 조선시대로의 시간여행을 테마로 설정하였다. 세부적 배경으로는 16세기 임진왜란 전후기를 시간적 배경으로 하고 경북지역의 산성을 공간적 배경으로 설정하였고 평상시 산성마을의 모습과 전란시의 산성마을의 모습을 재현하여 평화와 전시의 극적 상황을 대비시킴으로 인해 관람의 흥미를 높이고 극적효과를 배가하였다. 테마의 전개는 위기에 처한 산성마을을 지키는 의병대의 호국 이야기로 평화스러웠던 산성마을이 임진왜란으로 위기가 닥치게 되자 마을 주민들은 산성의병대를 조직하여 왜군을 물리치기 위해 치열한 전투를 벌이고 마침내 왜적을 물리치고 산성마을을 수호하는 내용으로 설정하였다.

2.2 재미와 감동을 주는 프로그램

한국 문화 테마파크는 16세기 조선시대 안동의 호국 산성 모습을 재현한 곳이다. 산성의 일상적인 생활모습과 더불어 전쟁시에는 나라를 위해 목숨을 바치고 평상시에는 부모에게 효도하고 후학을 가르치는 선비정신을 관객들에게 스토리 텔링을 통하여 재미와 감동을 부여할수 있는 프로그램을 만드는 것이 가장 중요하다. 역사속의 시간여행에 있어서 단순한 관람자의 역할이 아닌 관람객이 시대속의 주인공이 되어서 공연, 이벤트, 전통놀이, 음식, 치유, 숙박을 이야기 속에서 복합적으로 체험할 수 있는 프로그램을 기획하였고 전체 공간을 하나의 동선으로 연결하여 시설물간 이동시 거리 이벤트를 연출하여 관람객들에게 다양한 볼거리를 연출하였다. 각 공간별 이벤트 프로그램은 다음 표와 같다.

표 6. 공간별 이벤트 프로그램

공간	주요내용
남문광장	개문시 : 대열의주(조선시대 군사의식) 폐문시 : 야조(조선시대 야간군사후련)
성안 객주거리	공연 : 장영실과 이천의 과학이야기 체험 : 목공예, 침공예, 도자기, 염색 거리이벤트 : 돌탑쌓기, 둔치기 등
성안 관아거리	공연 : 4D 의병영상 체험 : 감옥탈출, 수령 행렬 거리이벤트 : 사랑사약, 달갈볼뛰우기 등
성밖 반가마을	공연 : 연이남자, 산대놀이 체험 : 떡매치기, 전통한과, 예절체험 거리이벤트 : 초한타기, 물길러 보기
연무대	육상전, 수전, 미로전, 공성전 전투
개구쟁이 놀이터	민속놀이, 협동심 고취놀이
활인 심방관	한방마사지 및 족욕 체험, 활인 약선방, 전통음식, 전통약 차, 전통주 식음체험
산성숲길	필드야기, 산림치유, 스토리산책

2.3 고객의 요구를 반영한 편리한 지원 시설

테마파크가 성공하기 위해서는 한곳에서 모든 것을 해결할 수 있도록 지원시설이 갖추어져야 한다. 가장 우선적으로 체류형 관광객을 위한 숙박시설이 갖추어져야 한다. 숙박시설의 형태는 테마파크의 컨셉을 유지할 수 있도록 현대식 건축물을 지양하고 기능성과 편리성을 갖춘 한옥 호텔로 조성이 되어야 한다. 두 번째로 다양한 먹거리를 제공해야 한다. 공연장 주변, 저자거리, 산성숲길, 활인심방관 등 어디에서나 쉽게 먹거리를 접할 수 있도록 조성해야 한다. 세 번째로 단지내 이동을 쉽게 하기 위한 전통적인 형태를 갖춘 모노레일, 우마차, 가마, 코끼리 열차 등 이색적인 교통수단이 필요하다. 교통 수단 자체가 새로운 볼거리로 재탄생되어야 한다.

2.4 집객력 향상을 위한 차별화된 마케팅

테마파크 성공의 주요한 요인중의 하나가 마케팅이다. 아무리 좋은 시설이 만들어졌다 하더라도 관광객들이 정보를 알지 못하고 만족하지 못한다면 운영에 많은 문제가 발생한다. 따라서 관광객들이 정보를 쉽게 접할 수 있도록 언론 매체, SNS, 홈페이지 등 다각적인 방법을 강구해야 한다. 두 번째로 찾아오는 관광객이 테마파크에 만족할 수 있도록 단순한 관람 위주에서 벗어나

오감을 만족시킬 수 있는 다양한 체험거리를 만들어 재방문이 이루어질 수 있도록 유도하고 찾아온 관광객에 의한 구전 홍보가 이루어져 다양한 계층의 관광객들이 방문 할 수 있도록 해야 한다. 안동하회마을의 경우 엘리자베스 여왕 방문과 유네스코 문화유산 등재 이후로 많은 관광객이 찾아 왔지만 차별화된 전략 부재로 관광객이 서서히 줄어들고 있는 추세이다. 이는 단순한 관람에 불과하고 하회 마을이 가지고 있는 전통문화를 관광객들이 직접 체험하지 못하기 때문이다 엘리자베스 여왕이 방문했을 때처럼 관광객들에게 정성이 가득 담긴 생일상을 제공하고, 전통음식을 만들어 보고, 종가의 전통문화를 직접 체험해 보는 프로그램을 다각적으로 만들어 제공한다면 지속적으로 관광객이 증가하게 될 것이다. 따라서 형식적인 공급자 중심의 마케팅에서 벗어나 수요자 중심의 적극적인 마케팅이 테마파크 성공의 중요한 열쇠이다.

2.5 주변문화자원과 연계한 입지 및 메시지를 전하는 공간

테마파크의 입지선정은 주변지역의 환경과 잘 어울려야 한다. 한국문화 테마파크는 이러한 관점에서 유교 문화의 역사적 자원이 가장 잘 보존된 지역의 중심에 자리 잡고 있다. 이 지역은 한국의 정선문화를 연구 하는 한국국학진흥원, 도산서원, 이육사 문학관, 수백년동안 우리의 전통을 이어온 종택, 고택 등 살아서 숨 쉬고 있고 수많은 문화재들이 밀집되어 있는 곳이다. 단순히 테마파크라는 작은 공간만 보기 위해서 관광객이 오는 것이 아니라 주변지역의 문화자원들이 테마파크의 방문 욕구를 배가시키게 된다. 이와 같은 여건속에서 테마파크가 구축 됨으로 인해 테마파크 자체의 공간적 한계를 극복하게 되어 경쟁력이 향상되는 것이다. 여기에 추가적으로 중요한 것은 접근성이다. 관광객들이 쉽고 빠르게 접근 가능해야 하는 것이다. 2018년 중앙선 복선 전철화로 서울에서 안동 까지 1시간 10분 정도 소요되고 안동으로의 도청이전과 함께 사통팔달의 고속 교통망이 갖추어 지게 되면 전국 어디에서는 2시간 이내에 접근할 수 있게 된다.

2.6 민간주도형 사업추진 및 운영주체

사업 추진방식은 전통한옥 호텔과 음식 체험촌인 한식 풍류 마당은 민간이 직접 투자하여 건설 및 운영하고 그 외 기반시설과 공연시설, 체험시설 등은 국비 70% 지방비 30%의 재원으로 경상북도 개발공사가 위탁을 받아 공사를 추진한다. 공사 완료 후 운영주체를 새롭게 선정하여 운영을 하게 되는 방식으로 계획하였다.

테마파크를 성공적으로 운영하기 위해서는 운영 주체의 선정이 무엇보다 중요하다. 현재 안동에서 진행되고 있는 3대 문화권 문화·생태·관광 기반조성사업 전체를 추진하기 위한 주체로 한국정신문화 재단을 설립하였고 하부 조직으로 한국문화 테마파크 운영 본부를 두고 있다. 테마파크의 운영은 고도의 전문성과 경험을 가진 사람이 운영해야 한다. 그렇게 하기 위해서는 재단에서 직접운영하든 그렇지 않고 외부에 위탁을 하든 가장 중요한 것은 테마파크 전문가가 우선적으로 채용이 되어야 한다. 테마파크 운영 전문가가 아닌 일반인이 채용되었을 경우 운영에 심각한 문제가 발생하게 된다. 이와 같은 문제를 미연에 방지하기 위해서는 초기의 인적구성이 무엇보다 중요하다.

2.7 지역문화자원 연계 및 주민참여

테마파크가 주변지역과 연계되지 않으면 지역경제 활성화의 당초 목적을 달성하는데 많은 문제가 야기된다. 따라서 핵심 집객시설인 테마파크를 주변지역 자원과 연계시키는 것은 무엇보다 중요하다. 세계유교문화 컨벤션 센터, 세계유교문화 박물관, 국학진흥원, 산림과학 박물관, 선비수련원, 이육사 문학관, 고택, 종택, 예던길 등을 찾는 수많은 관광객들이 테마파크를 찾을 수 있도록 만들어 주고 테마파크를 찾는 관광객이 주변 시설을 관람 할 수 있도록 윈스톱 통합시스템을 만들어야 한다. 또한 테마파크 운영과 관련하여 주민들이 직접참여하고 친환경 농산물을 직접 공급하는 시스템을 구축해야 한다. 전통공예, 공연, 이벤트 프로그램에 주민이 직접 참여함으로써 주민소득 증가는 물론이고 테마파크의 효율적인 운영에도 기여하게 된다. 만약 지역주민들을 고용하지 않고 외부 전문가를 영입해서 운영하면 인건비 부담의 가중으로 테마파크 운영에 심각한 영

향을 미치게 될 것이다. 이와 같은 문제를 미연에 방지하기 위하여 주민들이 참여할 수 있도록 철저한 사전교육과 준비가 선행이 되어야 한다.

2.8 시장세분화 전략에 따른 타깃 설정

노인들의 사회적 참여가 높아지고 인구구조가 변화됨에 따라 노인과 가족단위 방문객이 급증하고 있는 추세이다. 이와 같은 상황에서 국내 관광객은 주중에는 학생단체, 노인 단체를 중심으로, 주말에는 가족단위 관광객을 타깃으로 설정하고 국외 관광객은 우선적으로 유교문화의 본향인 중국 산동성의 관광객을 타깃으로 설정하여야 한다. 중국은 유교문화의 본향이지만 문화혁명 이후 유교문화의 전통이 모두 살아진 상태이기 때문에 중국 선조들의 생활모습을 한국문화테마파크에서 볼 수 있다는 것은 부각시키면 많은 관광객들이 한류 열풍에 더불어 방문을 하게 될 것이다. 시장 세분화 전략에 의한 타깃설정은 다음 표와 같다.

표 7. 타깃 방문객

타 깃		이용시기
학교 및 교육기관	유치원 초등학생	주중, 학기중 주중, 학기중
	외래관광	당일관광 숙박관광
유교문화 관련 단체		주말, 연휴, 방학중
가족 및 일반 그룹		주말, 연휴, 방학중
컨벤션 참가자 그룹		주말, 주중
외국인 단체 시장(중국 등)		주말, 주중

2.9 수요예측

한국문화테마파크 이용객 수요 분석은 일반관광시장(국내관광, 외래관광)과 학생단체 시장으로 분류하여 당일관광과 숙박관광으로 수요를 예측하여 보았다. MICE시장과 기업연수 시장은 한국문화 테마파크에 인접한 컨벤션 센터의 이용 고객을 테마파크의 잠재적 이용고객으로 예측하였다, 구체적인 결과는 다음 표와 같다.

표 8. 수요예측

구	분		방문객수 (명)	비율 (%)
일반관광시장	국내관광	당일관광	115,899	77.3%
		숙박관광	335,156	
	외래관광	당일관광	2,134	
		숙박관광	1,423	
학생단체시장	학생교육	당일관광	55,692	16.2%
	체험	숙박관광	39,363	
MICE 시장 (컨벤션 센터)	유교 MICE		6,687	5.2%
	일반 MICE		24,000	
기업연수시장	기업체 연수		7,680	1.3%
계			588,034	100.0%

VI. 결론

본 연구는 한국문화 테마파크를 사례로 역사·문화 테마파크의 개발 모델설정을 시도 하였다. 이를 위해 테마파크와 관련된 문헌연구, 테마파크 개발현황 및 여건과 관련된 실증연구, 국내외 역사·문화테마파크 개발사례조사를 위한 현장방문 연구, 국내외 테마파크 운영자 및 전문가 면담 조사 등을 실시하였다. 성공적인 테마파크를 만들기 위한 개발 모델 설정 과정은 첫 번째, 지역 및 테마파크의 현황, 장래동향, 및 제약요건을 분석한 다음 재발과제와 목표설정을 하고 두 번째, 기본전략 및 개발조건을 명확하게 정의한다다음 개발 기본구상에 들어가게 된다. 세 번째, 개발 기본구상에 대해 전문가·운영자·관계자 등의 자문과 문제점을 분석을 통해 조정 과정을 거치고 네 번째, 경제적 파급효과·소요예산·환경영향분석 등의 분석을 바탕으로 개발정책 수단 및 성공요소를 도출한 후 개발계획을 수립해야 한다. 본 연구에서 도출된 성공요소로는 정체성과 일관성 있는 테마설정, 재미와 감동을 주는 프로그램, 고객의 요구를 반영한 편리한 지원시설, 집객력 향상을 위한 차별화된 마케팅, 주변문화자원과 연계한 입지 및 메시지를 전하는 공간, 민간주도형 사업추진 및 운영주체, 지역문화자원 연계 및 주민참여, 시장세분화 전략에 따른 타깃 설정, 수요예측 이다.

이러한 개발 모델이 성공할 수 있도록 한국문화테마파크를 중심으로 구체적인 실행방안을 모색하였다.

한국 문화 테마파크는 16세기 산성마을의 생활 모습

을 재현한 테마파크로 역사·문화의 독특한 스토리텔링 구조를 갖추고 그것을 뒷받침하는 이색적인 건축물, 어트랙션, 공연, 이벤트, 식음료, 기념품, 숙박시설 등을 통해 다양한 재미와 행복감을 제공해 주는 공간으로 조성하는 것으로 계획하였다. 새롭게 설립한 한국정신문화재단이 운영 주체가 되어 주변지역의 문화 자원과 인적 자원을 적극적으로 활용하는 방안으로 운영 방향을 정립하였다. 또한 수요자 중심의 차별화된 마케팅을 위해 테마파크의 핵심시설인 전통극 공연장, 설화극장, 의병체험관, 산대극장, 연무대는 관광객들이 직접 참여하는 공연으로 진행하여 재미와 감동을 배가 시키는 것으로 계획하였다.

한국에서 유일한 조선시대 역사·문화 테마파크인 한국 문화 테마파크는 다른 테마파크의 모델로서의 역할 뿐만 아니라 안동을 중심으로 한 유교문화의 생활화·산업화·세계화의 전진기지로써의 역할을 충실히 수행 할 수 있을 것이다. 그러나 초기에 아무리 좋은 시설물을 만들어 놓았다 할지라도 관광객의 패턴과 시대의 흐름에 따라 지속적인 변화를 시도하지 않으면 집객력에 많은 문제가 되어 무용지물이 된다는 것을 명심해야 한다. 따라서 운영주체는 테마파크를 성공적으로 운영하기 위해서는 끊임없는 피드백으로 관람객들의 기호에 적극 대처해야 한다.

지방자체 단체에서 테마파크 개발목적 중 가장 중요한 것이 지역경제 활성화 부분임으로 경제성 분석이 무엇보다 중요하다. 테마파크가 조성되었지만 지역경제에 영향을 미치지 못하고 애물단지로 전락해서는 안되기 때문에 생산유발, 소득 유발, 부가가치 유발, 고용유발 효과 등을 심층적으로 분석해야만 완벽한 모델이 될 수 있으므로 향후 이에 대한 연구가 보강되어야 한다.

참고 문헌

- [1] 김희진, 일본의 테마파크 사례와 전략, 커뮤니케이션 북스, p.30, 2007.
- [2] 서천범, 레저백서, 한국레저산업연구소, p.401-404, 2014.

- [3] <http://www.tour.go.kr/>
- [4] 지역균형개발 및 중소기업지원에 관한 법률.
- [5] 신발전 지역 육성을 위한 투자촉진 특별법.
- [6] 관광진흥법.
- [7] 고석규, “해양 영웅을 소재로 한 테마파크 개발사례연구”, 도서문화, 제33집, p.38, 2009.
- [8] 김창수, *테마파크의 이해*, 대왕사, p.312, 2007.
- [9] Fontanille and Jacques, “Espace du sens : Morphologies spatiales et structures semiotiques,” Internet, p.15, 1990.
- [10] 김희진, *일본 테마파크이 사례와 전략*, 커뮤니케이션 북스, p.5, 2007.
- [11] 김국선, 윤종현, “캐릭터 마케팅을 활용한 국내 테마파크에 관한연구”, 한국공간디자인학회 논문집, 제5월, 제4호, 통권 14호, p.159, 2010.
- [12] 유동환, *한국문화르네상스 프로젝트 ‘한문화테마파크’ 연구용역*, 경북테크노 파크, pp.123-125, 2008.
- [13] <http://www.puydufou.com>
- [14] <http://www.edowonderland.net>
- [15] <http://www.smpark.co.kr>
- [16] 차락근, *테마파크 개발전략에 관한 연구*, 명지대학교 대학원 박사학위논문, pp.75-76, 1996.
- [17] 광경희, “체험 마케팅과 스폰서십마케팅”, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.12, No.11, p.443, 2012.
- [18] 김운근, *홍길동 테마파크 활성화 방안*, 전남대학교 문화전문대학원 석사학위논문, p.31, 2012.

저 자 소 개

권 기 창(Gi-Chang, Kwon)

정회원



- 1985년 2월 : 안동대학교 행정학과(행정학사)
- 1993년 2월 : 대구대학교 사회개발 대학원 지역개발학과(경영학석사)
- 2000년 2월 : 영남대학교 대학원 통계학과(이학박사)
- 1993년 ~ 1997년 : 안동과학대학교 사무자동화과 교수
- 1998 ~ 현재 : 경북도립대학교 IT특약계열 교수
<관심분야> : 문화정책, 문화공간, 영상처리