

지역전통문화자원의 지역 협력을 통한 콘텐츠 창구효과 강화를 위한 연구

- '남도 르네상스' 콘텐츠와 연계 협력을 중심으로

A Study on Strengthening the Window Effect of Content through Regional Cooperation of Local
Traditional Cultural Resources

- Focusing on cooperation with 'Namdo Renaissance' contents

정연철*

(Yeon Chul Jeong)

요약

지역의 전통문화자원은 독특한 문화적 특성을 가지고 있어 차별화 가능성이 높은 콘텐츠 자원이다. 따라서 지역 문화자원을 콘텐츠로 개발하면 경제적 가치 창출과 함께 지역을 상징하는 브랜드로 활용할 수 있다. 본 논문에서는 전남 지역의 전통문화자원을 활용하여 콘텐츠 소재로 활용하고 전남도에서 추진하는 '남도 르네상스' 사업 콘텐츠와의 연계성을 강화하기 위한 방안을 제안한다. 전남 시군의 자원 요소와 분석을 통해 지역 간 협업을 위해 콘텐츠 연관성을 갖는 지역으로 7개 권역을 제안한다. 권역별 상징성을 갖는 스토리를 발굴하고 체계화 할 수 있도록 "스토리 사랑방"을 제안한다. 개발된 이야기 자원을 실감미디어 제작 기술과 가상현실 플랫폼 등을 통해 체험형 콘텐츠로 개발하고 관광 콘텐츠로 확장하여 콘텐츠 창구효과로 확대한다. 이를 통해 상대적으로 콘텐츠 사업화 기반이 취약한 시군의 콘텐츠 경쟁력을 높일 수 있다. 또한 지역 간 협력 거버넌스 확대로 공동 콘텐츠 개발 기회를 높이고 관광 콘텐츠로 활용성을 높여 지역경제 발전과 관련 산업 발전에 기여할 수 있다.

■ 중심어 : 전통문화자원 ; 남도르네상스 ; 스토리 사랑방 ; 콘텐츠 사업화 ; 브랜드 킬러 콘텐츠;

Abstract

Traditional cultural resources in the region have unique cultural characteristics and are highly likely to be differentiated content resources. Therefore, when local cultural resources are developed as content, they can be given a role as a brand symbolizing the region together with economic value creation. In this paper, we propose a method to utilize traditional cultural resources in Jeonnam region as content material and to strengthen the connection with 'Namdo Renaissance' project contents in Jeonnam province. We propose seven regions as a region with content relevance for inter-regional collaboration through resource elements and analysis of Jeonnam cities and counties. We suggest "Story SarangBang" so that we can uncover and systematize stories with symbolic character by region. The developed story resources are developed as experiential contents through realistic media production technology and virtual reality platform and expanded to tourism contents and expanded to the window effect of contents. Also, by expanding cooperation governance between regions, it is possible to enhance opportunities for development of joint contents and enhance utilization as tourist contents, thereby contributing to regional economic development and related industries development.

■ keywords : Traditional Culture Resources ; Namdo Renaissance ; Story SarangBang ; Content commercialization ; Brand killer content;

I. 서론

K-한류로 대표되는 한국 문화산업의 글로벌 시장 진출 확대는 K-Pop에 대한 팬덤(fandom) 형성과 한류 드

라마에 매료된 시청자들을 한국 문화 전반에 대한 관심을 고조시켰고 한국 관광을 통한 현장 방문, 문화 체험과 같은 적극적인 활동으로 이끌었다. 드라마 대장금을 통해서 확산된 우리 음식에 대한 관심은 한식을 맛보고 직접 만들어 보는 체

* 정회원, 호남대학교 문화산업경영학과

접수일자 : 2017년 11월 29일

수정일자 : 2017년 12월 12일

게재확정일 : 2017년 12월 20일

교신저자 : 정연철, e-mail : yjeong@honam.ac.kr

협 문화현상으로 이어졌다. 또한 드라마 속의 촬영지를 직접 방문하여 드라마의 여운을 다시 느끼고 싶은 관광객들이 꾸준히 이어지고 있다. 또 다른 우리 전통문화에 대한 관심은 역사 인물, 특정 장소 등에 대한 관광 상품으로 연결되고 있어 한류의 인기는 단순한 일회성에 그치지 않고 우리 문화 전반으로 확대되고 있다.

그러나 실제 외국인의 한국 관광은 수도권과 제주 등 특정 지역에 집중되어 있다. 문화체육관광부의 “2016년 외래 관광객 실태조사 보고서”에 따르면 해외관광객의 주요 방문권역은 서울이 78%, 제주 20.2%, 경기도 13.1% 순으로 나타나고 있다. 실제 한류의 확산에 따른 전남 지역의 파급효과는 없다고 할 수 있다. 또한 내국인들의 관광지역도 제주도, 부산 등에 집중되어 있어 지역적 편차가 크다. 체험형 관광과 소셜네트워크를 중심으로 정보 수집 기회가 높아지면서, 독특하고 감성적 연대감이 높은 콘텐츠를 보유한 지역에 대한 관심은 지속적으로 높아지고 있다. 전남은 지역자원을 콘텐츠화하여 지역을 대표하는 브랜드 콘텐츠 개발하기 위한 사업을 지원하고 있다. 그러나 지역자원을 활용한 브랜드 사업화 사례는 극히 드물고, 일부 드라마나 영화 등에서 배경으로 소개된 지역에 대한 관광 상품도 일회성에 그치고 있는 실정이다. 따라서 남도의 정체성과 문화적 특성을 담고 있는 전통문화자원의 적극적인 발굴과 콘텐츠 상품화를 통해 관광 콘텐츠와 연계하고, 남도의 특색 있는 문화산업 기반을 확대하여 지역 관광으로 이어지는 방안이 필요하다.

전통문화자원은 지역민의 삶과 역사적 흐름을 같이 한 문화 DNA를 포함하고 있다. 가구와 복식, 음식 등 생활문화 전반에 문화적 가치가 담겨 있다[1]. 따라서 전통문화자원의 콘텐츠 산업화는 독창성과 차별성을 갖는 요소로 개발 가치가 높다. 문화자원이 갖는 역사적 가치 뿐 만 아니라 예술성과 함께 지역민의 정신적 가치를 포함하고 있기 때문이다. 그러나 그러한 가치에 비해 전통문화자원이 콘텐츠로 개발된 사례는 상대적으로 많지 않다. 국내 콘텐츠 산업에서 활용되는 소재는 창작 콘텐츠가 주를 이루고 있다. 창작 콘텐츠를 활용한 게임과 애니메이션산업이 경제적 창출효과가 크기 때문에 창작 콘텐츠의 개발과 보급이 주를 이루었을 것이다. 이에 반해 전통문화자원을 활용한 사례는 주로 공공 영역에서 활용되고 있는데 이 또한 관광 상품과 연관된 수도권 중심의 문화유산 또는 유명 문화재를 중심으로 이루어지고 있다.

“예향” 전남은 섬과 같은 자연유산과 더불어 시가문학, 남종화 등으로 대표되는 많은 인문 자원을 보유하고 있다. 농도(農道) 전남은 천년의 역사 속에 오롯이 녹아든 농업 경제기반의 전통 생활유산과 1004의 섬으로 대표되는 다도해(多島海) 지리적 특징과 함께 파생된 풍부한 이야기 자원(설화, 전설, 구전 이야기 등)을 보유하고 있다. 따라서 이야기 자원

의 발굴과 가공을 통한 전남 전통문화자원의 콘텐츠화는 활용 가치가 높고, 성공 가능성도 크다고 할 수 있다.

전라남도에서는 전통문화자원을 활용한 콘텐츠 발굴과 향유, 확산을 통해 지역의 대표 콘텐츠로 육성하고 문화관광 상품으로 연계 발전시키기 위해 ‘남도르네상스’ 프로젝트를 추진하고 있다. ‘남도르네상스’ 프로젝트는 남도를 대표하는 “음식문화”와 순천만 국가정원과 연계한 한국의 전통정원 등 12개 분야의 콘텐츠를 지역의 핵심자원과 융합하여 지역별 특성화를 추진하고자 고안된 프로젝트이다. 따라서 ‘남도르네상스’ 프로젝트를 전남 문화산업의 대표 프로그램으로 제시하고 상생발전과 협력을 통한 브랜드 킬러 콘텐츠로 발전시키기 위해서는 시군간의 연계와 협업을 토대로 한 지속적 연구가 필요하다.

본 연구에서는 남도 르네상스 프로젝트 콘텐츠와 연계 가능한 독창적 콘텐츠 개발을 위해 전남 22개 시군의 전통문화자원 보유 현황 분석과 지역 간 협업을 위한 콘텐츠 개발 방향을 제시하고자 한다. 먼저 전통문화자원을 활용한 사례를 알아보고, 남도 르네상스 프로젝트의 핵심 콘텐츠 요소를 살펴볼 것이다. 그리고 전남 22개 시군이 보유한 전통문화유산을 영역별로 분류하여 전남 각 시군 콘텐츠의 연관성과 협업 가능성을 살펴보고, 남도 르네상스 콘텐츠와 연계 가능성이 있는지 확인하기 위해서 7개 권역을 중심으로 콘텐츠 분석을 시도할 계획이다. 또한 킬러 콘텐츠 개발을 위해 지역의 실감미디어센터의 기술 요소와 가상현실 프로그램 등 ICT 기술을 활용한 콘텐츠 산업화 방안과 콘텐츠의 원천 소재인 스토리를 자원화하기 위한 이야기 사랑방과 이야기 활용성을 높이기 위한 온라인 프리마켓에 대해 제안을 하고자 한다.

II. 본 론

콘텐츠 산업화에서 원천 콘텐츠의 발굴은 거점 콘텐츠의 성공에 큰 영향을 끼친다. 문화콘텐츠 활용을 위한 콘텐츠 구조의 특성을 역사적 문화요소에서 찾기 위한 지식정보화 과정은 자료-정보-지식의 단계로 나누어 볼 수 있다[2]. 여기에서 자료는 문화유산에 담긴 역사·학문·문화적 요소 등의 자료라고 할 수 있다. 문화유산의 지식정보화 과정은 디지털화(Digitizing)단계, 아카이빙(Archiving) 단계, 복원콘텐츠화(Restorology) 단계, 체험서비스(Experience Service) 단계를 거쳐 이루어진다. 한국콘텐츠진흥원에서는 문화원형사업을 통해 산업적 활용이 가능한 전통문화요소를 창의력과 기술이 결합한 디지털 콘텐츠로 변환하여 창작소재를 제공하였다. 한국콘텐츠진흥원의 문화원형 사업은 이야기형, 디자인형, 정보자료형으로 구분되어 진행되었다.[3]

그러나 이러한 분류는 지역적 특성을 반영한 주민의 삶과 역사, 전통이 함께 접목된 콘텐츠 개발에는 한계가 있었다. 이에 따라 지역문화 유산을 활용한 문화콘텐츠 사업화 방안에 대한 연구가 도입되었다.

1. 전통문화자원 콘텐츠화 사례

지역에 현존하는 많은 문화자원들은 보호 및 보존, 자료화, 고증에 의한 재현, 공인된 역사기록에 기반한 픽션, 문화유산을 활용한 새로운 문화콘텐츠 창작활동 등을 통해 다양하게 활용될 수 있다[4]. 오늘날에는 다양한 미디어의 발달로 미디어에 최적화된 콘텐츠로 지역의 문화자원을 개발할 필요성이 대두되기도 한다. 그러나 다양한 장르는 물론 특화된 지역 콘텐츠에 적합한 매체가 무엇인지 무엇보다 먼저 확인할 필요가 있다.

콘텐츠 사업화의 성공요소로 평가되는 원천콘텐츠와 거점콘텐츠 구축에서 이야기 요소는 콘텐츠 성공 여부를 결정짓는 핵심요소이다. 향유자에게 재미와 몰입감을 주는 이야기 자원은 전통적인 설화나 역사적 사건, 장소에 얽힌 이야기 등 일상적이고 평범한 요소들로 콘텐츠화에 성공한 사례들이 적지 않다. 대표적으로 제주지역의 설화를 모티브로 제작된 주호민 작가의 웹툰 “신과함께”는 삶과 죽음을 현대적 감각으로 재해석하여 큰 인기를 얻었다. “신과함께”가 네이버 웹툰에 연재되는 동안 높은 구독율을 보였고, 2017년에는 웹툰 명작으로 선정되어 앙코르 연재가 되기도 하였다. 단행본으로 출간된 2014년에는 15만부 이상의 판매부수를 기록하기도 하였다. 최근에 영화로도 제작되어 2017년 12월 개봉을 앞두고 있다. “신과함께”는 우리의 전통적인 사후(死後) 세계에 대한 재해석과 함께 한국 민속 신들을 현대적 감각으로 재해석했으며 한국만화 명작 100선에 선정되기도 하였다.

전남은 역사적 사건과 함께 인물, 설화 등의 다양한 원천자원을 가지고 있다. 바다와 다도해 섬에 얽힌 전설과 함께 지리적 특징을 품은 문화자원을 콘텐츠화 하기 위한 이야기 발굴 사업 또한 지속적으로 진행되고 있다. 전남은 설화, 구비전승 이야기 등을 발굴하여 원천자원으로 아카이빙하고 새로운 이야기로 가공하는 스토리랩 사업을 진행하였다. 전남은 “2015년 스토리랩 지원사업”에서 역사와 유적을 소재로 스토리랩 사업을 지원하였다. 순천만 국가정원과 순천지역을 배경으로 한 ‘손익’ 부사의 이야기는 역사 인물 소재 중심의 “손부사와 호호”로 작품화 되었고 화순 고인돌 유적을 소재로 한 “돌이 낳은 아이” 등의 창작 이야기는 파일럿 콘텐츠 제작 지원 사업과 연계시켜 콘텐츠화 하였다[5]. 또한 시민들이 참여하는 스토리발굴 기자단 활동을 지원하여 지역 이야기 자원을 발굴하고 창작 소재로 활용할 수 있도록

유도하였다. 2015년 경우, 영암 성천 왕인박사 유적지, 화순 운주사 와불이야기, 남종화의 대가 소치 허련 등에 대한 스토리발굴을 진행하였다[6].

지자체는 지역 홍보를 위해 지역의 유명한 역사인물과 문화유산을 지역을 대표하는 상징물로 개발하고 보급하고 있다. 곡성의 심청마을 사업, 진북의 흥부마을, 나무꾼과 선녀 이야기 등은 우리에게 익숙한 이야기를 재구성한 대표적 전통문화유산 브랜드화 사업이다. 전남 장성군의 대표적인 브랜드 콘텐츠화 사업인 홍길동 브랜드 사업은 이야기 속에 나오는 홍길동을 테마로 축제, 테마파크, 캐릭터, 3D 애니메이션 TV 시리즈 등을 제작, 보급하였다[7]. 공공성을 갖춘 콘텐츠의 경우, 지역의 문화적 위상과 더불어 원천자료의 파생상품화가 가능한 원소스멀티유즈(OSMU) 전략이 가능하며, 이를 통해 지역의 문화관광 경쟁력을 극대화 할 수 있다는 장점을 갖는다.

장성군의 사례는 전남을 대표하는 상징성 보다는 특정 지역을 대상으로 널리 알려진 이야기를 사업화한 경우이다. 따라서 콘텐츠 개발은 전남지역을 대표하는 문화브랜드의 역할과 기능을 담당할 수 있도록 전통문화자원의 발굴과 활용이 이루어져야 한다. 예를 들어, 진도가 표방하는 “보배로운 섬”을 슬로건으로 하고, 자체 브랜드인 진돗개와 진도아리랑, 셋김cut, 강강술래 등에 상징성을 부여하여 브랜드로 인한 지자체의 문화적 자부심과 관광을 통한 경제적 부가가치 창출이 이루어질 수 있도록 해야 한다. 이제 전남을 대표하는 자원의 브랜드화를 위한 과정을 살펴보고자 한다.

2. 전남 전통문화자원 브랜드 콘텐츠화

본 연구에서는 전남이 보유한 전통문화자원에 대한 분석과 도정(道政) 사업으로 추진 중인 남도 르네상스 사업과의 연계를 통해서 전남의 킬러 콘텐츠 개발과 이를 문화관광 콘텐츠로 활용할 수 있는 방안을 제안하고자 한다. 남도르네상스는 남도의 문예부흥을 통해 핵심자원을 발굴하고 이를 활용한 콘텐츠 개발과 응용의 선순환 모델을 구축하여 지역 발전의 성장 동력으로 활용하고자 하는 사업이다.

본 연구는 전남의 22개 시군이 보유한 전통문화자원 분석과 남도 르네상스 콘텐츠의 핵심 요소를 연계하고 활용하기 위한 콘텐츠 개발, 기초 자치단체의 지역별 문화자원의 특성을 살린 지역 발전 모델 등을 제안하고자 한다. 이를 위해 다음과 같은 과정으로 연구를 진행하였다.

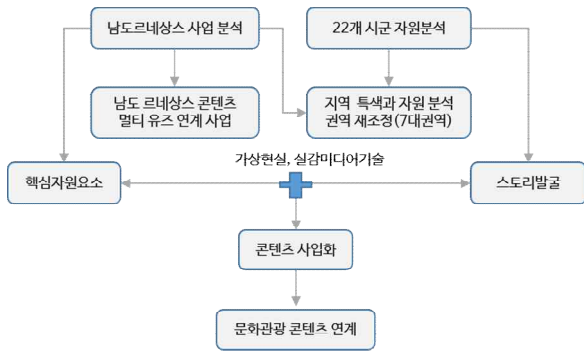


그림 1. 주요 연구 과정

가. 남도르네상스 콘텐츠 분석

예향남도의 우수한 문화예술유산을 시대적 조류에 맞게 재조명하고 부활시켜 ‘남도문예 제 2의 전성기’를 만들자는 생각은 산업화 중심의 지역발전 정책의 한계를 전통문화 자원의 복원으로 극복하고 지역발전의 성장 동력으로 활용해야 한다는 당위성에 나온 것으로 남도 문예르네상스 사업을 통해서 구체화되고 있다. 남도의 핵심 자원을 12가지 콘텐츠로 분류해 보면, 콘텐츠 산업과 문화관광 자원으로 활용 가능한 남도 르네상스 콘텐츠는 생활유산과 유·무형자원으로 구분할 수 있다.

표 1. 남도 르네상스 콘텐츠 구성

콘텐츠	핵심자원	비고
차문화(다도)	보성, 전통 다도문화와 역사 체험	생활유산
판소리, 창극	유네스코 문화유산(서편제), 창극문화	
연행	강강술래, 고싸움놀이, 전통 장례문화	
음식문화	남도 음식(김치, 한정식 등)	
문학	전남 출신 작가(창작터 등)	
바둑	전남출신 바둑의 국수(國手)	
종가문화	종가문화(유교문화와 선비정신)	
서화	남도서화(書畫), 남종화	
전통정원	전통 정원(소쇄원등)	유·무형 자원
도예	강진의 청자, 고흥의 덩병 등	
공예	전통공예(섬유 및 목공예)	
고인돌	화순 고인돌(세계문화유산)	

남도 르네상스 사업의 문화예술 자원은 특화된 전남의 브랜드 정체성을 나타내고, 역사·문화에 대한 전통 이미지와 다도해의 다양한 지역성을 간직한 매력적인 문화자원들로 요즘 각광받고 있는 먹거리 콘텐츠와 더불어 다양한 즐길 거리를 제공한다. 소득수준의 향상과 문화예술 향유에 대한 관심이 높아짐에 따라 지역문화 발굴에 대한 시대적 분위기는 남도 르네상스

스 콘텐츠에 대한 기대를 키우고 있다. 또한 국립 아시아문화전당 개관 등으로 남도 르네상스와 연계 가능성이 높아지고 있다.

그러나 전남의 콘텐츠 발전 속도가 느리고 문화산업 종사자수가 감소(2015년 콘텐츠산업 통계조사 보고서 기준 10% 감소)하고 있어 특정 지역에 편중된 콘텐츠 개발을 지양하고 전남 전체를 대상으로 한 광역화 및 연계 추진 전략이 필요하다. 지역적 콘텐츠 편차 문제 해소를 위해 지역이 보유한 전통문화자원을 지역의 스토리 자원과 결합하여 관광 자원화하고 ICT 기술을 활용한 콘텐츠 산업화를 지속적으로 추진하여야 한다. 지역에서 발굴된 자원은 지역의 전략산업인 문화관광 산업 콘텐츠로 활용하기 위해 남도 르네상스 콘텐츠를 핵심 콘텐츠 및 거점 콘텐츠로 개발해야 한다.

남도 르네상스 12가지 콘텐츠 중 상품화 가능성이 높은 남종화, 차문화, 판소리/창극, 전통정원 등은 콘텐츠 제작 기술과 결합시켜 새로운 차원의 체험형 테마파크 콘텐츠로 제작하고 관광 콘텐츠로 활용해야 한다. 또한 콘텐츠 자체로 관광 콘텐츠로 활용성이 높은 종가문화와 음식문화는 스토리를 결합시켜 스토리 명소화 등 체험형 관광 콘텐츠로 상품화 할 수 있다.

나. 전남 시군 문화자원 분석 및 콘텐츠화 방안

전남은 도시와 농촌, 어촌, 섬 등 다양한 생활양식이 혼재된 지역으로 구성되어 있다. 전남의 지역별 콘텐츠산업 편차는 상대적으로 지역이 보유한 자원의 이해와 활용 방안에 대한 접근의 부족에서 원인을 찾아 볼 수 있다. 따라서 시군이 보유한 자원 현황을 분석하여 이웃하는 지역과의 협력 및 차별화가 가능한 콘텐츠를 중심으로 권역으로 재분류하여 개발 방향을 수립하여야 한다. 또한 지방재정이 어렵기 때문에 독자적인 콘텐츠 개발을 위한 재원 분배도 어렵다.

전남 시군이 보유한 자원 현황을 파악하기 위해 22개 시군의 홈페이지에서 제공하는 문화관광(예를 들어, 목포시 홈페이지의 목포문화관광 메뉴 정보) 정보를 정리하여 분류하여 조사하였다. 산과 강, 주거, 문화 예술 등 10가지 범주로 조사한 결과는 표 2와 같다.

표 2. 전남 시군 보유 자원 현황

지역	산악 수변	주거 자원	문화 예술	생활 유산	특수 목적	테마 마을	스토리	이벤트
광양	11	2	5	0	3	0	16	2
나주	0	11	6	0	11	0	6	2
순천	4	1	1	0	9	0	1	2
목포	4	0	15	0	2	0	3	2
여수	10	0	0	0	7	0	15	3
강진	7	0	13	0	8	0	10	1
고흥	17	0	3	0	4	0	13	1
곡성	3	6	17	1	7	0	0	1
구례	10	1	8	0	3	1	1	1

표 2. 전남 시군 보유 자원 현황(계속)

지역	산악수변	주거자원	문화예술	생활유산	특수목적	테마마을	스토리	이벤트
담양	4	5	1	16	5	0	3	1
무안	4	3	4	0	6	0	13	1
보성	9	11	20	0	8	0	10	4
신안	35	3	2	0	4	0	4	1
영광	7	5	4	0	7	1	8	2
영암	8	4	6	0	7	0	30	2
완도	21	2	10	0	6	0	6	2
장성	9	0	4	0	3	0	1	0
장흥	7	3	0	0	7	0	10	0
진도	10	0	6	0	8	0	17	1
함평	3	2	1	0	5	0	7	1
해남	11	8	8	0	6	0	11	2
화순	13	11	9	0	4	0	9	1

분석결과를 바탕으로 문화유산, 문화예술 등 자원화가 가능하며 지역 콘텐츠 사이의 근접성이 높은 지역을 7대 권역으로 재구성하여 콘텐츠 협력 방안을 제시하면 다음과 같다.

시군의 보유 자원을 분석한 결과 전 지역이 풍부한 스토리 자원을 보유하고 있었다. 특히 영암(30건)을 비롯하여 여수, 고흥, 광양 지역은 월등한 스토리 자원을 제공하고 있었다. 또한 문화예술자원은 보성(20건), 곡성(17건) 등의 순으로 보유하고 있었다. 위 분석결과는 단순히 지자체의 홈페이지에서 제공하는 정보에 따른 현황으로 실질적으로 지역이 보유한 문화자원은 더 많을 것으로 추정된다. 따라서 자원의 지속적 발굴과 체계적 정리, 그리고 콘텐츠화 가능성이 높은 자원을 남도 르네상스 콘텐츠와 연계하여 브랜드화 하고 동시에 문화관광 콘텐츠로 활용할 수 있도록 7개 권역으로 문화자원의 유사성과 근접성을 중심으로 분류하였다.

7대 권역은 전남의 지리적 환경과 역사문화, 전남의 문화적 브랜드를 중심으로 분류하였다. 영산강을 중심으로 남북권과 다도해 해안의 역사문화권, 전통정원과 가사문학 등을 축으로 분류한 7개 권역에 해당하는 기초자치단체는 다음 표 3과 같이 분류할 수 있다.

표 3. 7대 권역 재분류

구분	권역	시군
1	해양역사 문화권	여수, 순천, 광양, 고흥
2	소리 문화권	보성, 화순, 곡성 구례
3	가사 문화권	장성, 담양
4	생활유산문화권	담양, 함평
5	영산강 문화권	나주, 무안, 목포
6	생태 문화권	영암, 장흥
7	섬·유배 문화권	신안, 해남, 강진, 완도, 진도

7대 권역은 지역 간의 인접성과 전통문화자원과 특성을 반영하여 재분류하였다.



그림 2 전남 콘텐츠개발 7대 권역(안)

권역별 문화 자원은 지역이 보유한 스토리와 이벤트(축제), 문화자원의 연계성을 반영하였다.

먼저 해양역사문화권의 강점 요소는 역사와 연관된 스토리 자원이 풍부하였고, 순천만 국가정원, 광양매화 축제, 향일암 등으로 특징지을 수 있었다. 문화관광 자원으로 활용성이 높은 이순신 선양 사업, 콘텐츠 활용 측면에서 순천만 국가정원과 여수 엑스포 전시공연장을 활용한 미디어 파사드와 가상현실 정원 서비스 등은 경쟁력이 있었다. 이러한 점에서 최근 여행객이 급증하고 있는 여수와 순천을 콘텐츠 체험지로 활용할 필요가 있다. 대표적인 지역 축제인 여수 거북선축제, 광양 매화축제, 순천만 갈대축제, 고흥 우주항공축제 등을 활용한 역사와 우주산업 체험, 그리고 순천만의 정원을 활용한 계절별 축제 등은 이벤트 공간을 연계한 관광 코스를 개발할 수 있을 것이다. 또한 여수, 순천 지역의 젊은 층을 겨냥한 낭만 버스킹, 젊은이들을 위한 축제 이벤트의 개발을 통한 붐업 조성을 지속적으로 이어갈 필요가 있다. 이 지역의 대표적 스토리 자원은 다음과 같다.

구분	해양 역사 문화권 자원 요소
스토리	오동도와 향일암 전설, 여수 배틀가, 방아타령, 거문도 슬비노래, 광양 궁기마을 전우치 이야기, 고흥 흥교, 고흥 월악당산굿

문화관광 자원과 콘텐츠 사업화 요소는 해양자원과 이순신 선양사업을 연계한 섬에 관련된 전설을 콘텐츠 화는 고흥군 설화 사업등과 연계한 자원을 활용할 수 있다.

남도를 대표하는 콘텐츠 중 소리 자원은 유네스코 등록 자산

으로 세계적으로 그 가치를 인정받고 있다. 특히, 보성 화순 등의 서편제와 구례의 동편제를 계승한 판소리 사설은 창작극으로, 대표적 소리꾼의 이야기는 웹툰 등으로 창작화가 가능하다. 축제는 심청축제, 보성 소리 축제 등이 대표적이며 콘텐츠화와 세계화가 가능하다. 따라서 서편제와 동편제의 소리 체험관과 판소리 사설을 활용한 스토리 재구성 등을 사업화에 활용할 수 있다.

구분	소리 문화권 자원 요소
스토리	구례 판소리 적벽가, 화순 도선국사와 천불천답, 보성 주름방죽 이야기, 보성 개구리 울음소리 없는 마을, 적치재와 충효문 등

조선중기의 대표적 가사문학의 중심지인 담양과 조선 선비의 멋을 느낄 수 있는 필암서원(書院)이 있는 장성을 가사문학권으로 구성하여 선비의 품성과 절의와 조선시대 전통정원인 소쇄원, 홍길동을 활용한 영웅 서사로 사업화를 추진할 수 있다.

구분	가사 문화권 자원 요소
스토리	장성 황룡강의 전설, 담양 식영정, 소쇄원 등 전통정원과 정자, 담양 평양감사와 죽엽청주 이야기 등

특히, 남도르네상스 콘텐츠인 전통정원은 가상현실을 활용, 한중일 전통정원 콘텐츠 비교 체험 콘텐츠, 소쇄원의 사계(四季)를 LBS(Location-Based Service) 기반 증강현실 서비스 등으로 다양한 체험 요소를 가진 콘텐츠 사업화와 이를 활용하여 체험 테마파크로 발전시켜 관광콘텐츠로 확장할 수 있다.

남도를 대표하는 섬은 역사적으로 유배로 생성된 인문 예술의 집적지이다. 또한 남도 답사 1번지인 강진, 신안, 해남 등을 권역으로 하는 섬 유배 문화권으로 구성하여 정약용, 정약전, 김정희 등의 역사 인물과 남서해안을 따라 형성된 섬 문화를 문화관광 콘텐츠로 활용 가능한 다양한 자원을 보유하고 있다.

구분	섬·유배 문화권 자원 요소
스토리	하의도 큰바위얼굴, 망바위 벽과정당 할아버지, 다산 할머니, 강진 설성과 마천목 장군, 명량대첩비, 해남 우수영부녀농요 등

초의선사와 대홍사를 중심으로 다도(茶道)와 추사 김정희와의 문화적 연결성, 자산어보가 완성된 정약전 유배지 등 인물을 콘텐츠로 발굴하고 1004의 섬을 배경으로 전해지는 이야기 자원의 활용과 소치기념관, 청자 박물관등의 전시관

에 지역 축제와 연계한 콘텐츠를 개발할 수 있다.

3. 스토리 발굴 및 브랜드 콘텐츠 제작

권역별 문화자원을 콘텐츠 사업화로 연계하기 위해 콘텐츠 소재 발굴을 위한 이야기 자원의 확보 및 활용성을 높여야 하고, 콘텐츠 서비스를 위해 지역의 문화산업 기반을 적극 활용하여 경쟁력 있는 상품으로 개발하여야 한다. 브랜드 콘텐츠를 발굴하고 제작 기술을 적용하여 브랜드 킬러 콘텐츠로 개발하여 확대 보급하여 창구효과(window effect)를 적극 활용하여야 한다.

앞에서 제시한 7개 권역 문화권은 전남의 지역적 특색을 반영하여 섬과 바다를 중심으로 하는 지역과 내륙 지방(타시도와 연계되는 지역)으로 연결되는 특성을 반영하였다. 또한 역사적 인물과 인문학적 자원을 반영하여 소리문화권, 가사문화권 등으로 분류하였다. 따라서 권역별로 보유한 전통문화자원의 독창성과 전남의 지정학적 위치에 따라 향후 타 지역과의 연계성을 고려하여 전남의 남도르네상스 프로젝트의 대표 콘텐츠와의 연계성을 높일 수 있도록 분류하였다. 또한 각 권역별 콘텐츠 자원화를 통해 지역을 대표할 수 있는 서비스 콘텐츠 제작을 위해 이야기 자원화와 가상현실 등의 지역 ICT 인프라 역량을 반영하여 7개권역과 연계하여 동부권과 중부권, 서부권으로 분류된 3개 콘텐츠 서비스 클러스터 구축으로 연계한다. 이를 위해 7대 권역의 이야기자원의 발굴과 남도르네상스 콘텐츠와의 협업성을 높이고, 서비스 콘텐츠 제작을 위해 콘텐츠 클러스터의 기능성을 높여야 한다.

지역 이야기 자원의 발굴을 위한 시군단위의 활동을 지원하기 위해 스토리 클럽 형식의 “이야기 사랑방”을 구성하고 마을 단위로 내려오는 이야기를 구성한다. 고령화 사회로 진입한 전남의 여건을 고려할 때 체계적인 이야기 자원 정리는 지역 문화해설사, 문화 활동가들을 적극 활용하여 채집, 정리한다. 발굴된 이야기 자원을 원천 소재로 하여, 스토리 랩 사업 등에서 가공하고 ICT 기술을 활용한 다양한 콘텐츠 상품으로 개발한다. 이에 경제적 가능성이 높은 콘텐츠의 사업화 지원을 할 수 있도록 해야 한다. 융합 콘텐츠 산업의 육성과 보급을 위해 킬러 콘텐츠를 선정하고, 나주의 실감미디어센터의 인프라와 기술요소를 적극 활용하여 체험형 테마형 콘텐츠로 개발을 진행해야 한다. 이를 위해 권역별 스토리 자원화와 실감미디어 체험 콘텐츠 서비스 확대를 연계한다.

기술 결합형 킬러 콘텐츠는 남도 르네상스 콘텐츠와 연계하여 지속성과 확장성을 담보할 수 있도록 하고 지역에서 공동으로 활용할 수 있도록 전략을 수립하기 위한 협업 체계를 통해 지역발전에 기여하도록 한다. 다음 표 4는 콘텐츠 사업화를 위해 남도 르네상스 콘텐츠와 기초사업인 스토리텔링 자원화를

사업화 연계 예시이다.

표 4. 콘텐츠 사업화 연계(안)

구분	콘텐츠 사업화 연계(예시)
남도 르네상스 콘텐츠	담양의 가사문학관 및 전통정원 콘텐츠 사업화
	보길도 - 어부사시사 콘텐츠 사업화
	남종화 콘텐츠 사업화(실감미디어)
	현판(해남 대흥사 등)의 현판과 연계한 자원화
기초 사업	가사문학과 유배문학을 연계한 추사 김정희 자원화
	다도와 초의선사-추사 김정희를 연계한 인물 콘텐츠 사업
	섬과 유배문화를 연계
	김대중 생가(하의도)의 콘텐츠 자원화
기초 사업	콘텐츠 사업과 연계 가능한 전통문화자원의 스토리 발굴 및 자원화
	마을별 스토리사랑방

가. 전남 스토리 자원화 및 권역별 콘텐츠 개발

뿌리산업인 이야기 산업의 활성화를 통해 콘텐츠 산업의 확대로 연결 고리를 만들어야 한다. 지역 이야기산업의 체질 강화를 통해 지역의 다양한 이야기 자원의 강점과 원천 소재로 활용될 수 있도록 소재 발굴과 체계적 정리, 지역기반의 창작 작가를 지원 등으로 이어질 수 있도록 하여야 한다. 시군이 보유한 이야기 자원을 생활 유산, 역사 문화, 설화 전설 등 기초자치단체에서 제공하는 이야기 자원 외에 체계화 되지 않은 추가적인 이야기 자원을 발굴이 필요하다. 이를 위해 지역별 스토리 발굴과 자원화를 위해 “이야기 사랑방”과 스토리텔링 축제가 필요하다. 또한 발굴된 스토리의 자원 활용성을 높이기 위해 스토리 오픈마켓의 운영이 필요하다.

지역에서 전해 내려오지만 체계적으로 발굴되지 않거나 그 가치를 인정받지 못했던 이야기 발굴을 위해 시군에 마을단위 스토리 클럽인 “이야기 사랑방” 운영이 필요하다. 스토리 사랑방에 지역 문화 활동가 또는 학생 등이 참여하여 이야기의 채록과 정리를 통해 활용성이 높은 스토리를 발굴하여 체계화 한다. 또한 발굴된 이야기들을 모아 웹툰, 웹드라마 파일럿 등의 형태로 스토리 축제를 개최 지원한다. 이야기 소재의 자원화 가능성이 높은 스토리를 창작자 또는 콘텐츠 제작자에게 제공하기 위한 온라인 오픈 스토리 플라마켓(Flea Market)을 구축, 운영하여 활용성을 높여야 한다. 발굴된 이야기는 7대 권역으로 재분류하고 현재 추진 중인 설화 사업화와 남도 르네상스 콘텐츠와의 연계성을 높여 콘텐츠 개발로 발전할 수 있도록 해야 한다. 또한 창작자와 콘텐츠 제작사 등 접근성을 높이고 스토리를

활용한 상품의 멀티유즈를 추진한다.

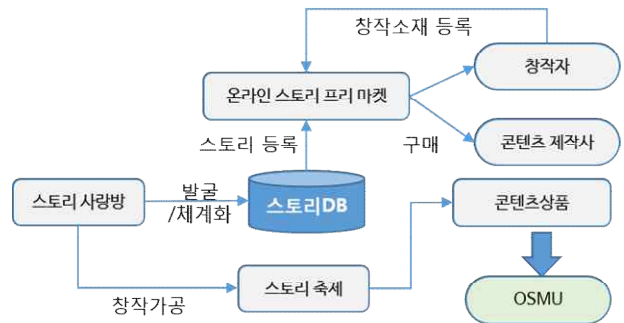


그림 3. 스토리 자원화 방안

예를 들어, 지역의 이야기 자원으로 가치가 높은 해양역사 문화권과 이순신 선양사업 등 알려진 이야기는 콘텐츠 장르별 특성에 따라 스토리변환 작업을 통해 웹툰 또는 웹드라마로 창작하여 서비스 할 수 있다. 또한 과거와 미래의 동시 체험이 가능한 실감미디어 기술을 활용하여 가상현실 역사테마파크와 우주 가상 체험 콘텐츠 등은 관광 상품으로 활용성이 높다.

소리문화권에서 전남의 풍경과 소리를 사운드 스키페이션(soundscape)로 제작하여 활용하고 또한 판소리와 현대음악을 결합한 크로스 오버 소리 축제를 개최하여 젊은 층이 참여하는 소리 콘텐츠로 콘텐츠 상품을 확대한다. 또한 가사문학관과 조선시가 문학 풍류 체험 콘텐츠를 개발하고 식영정과 소재원등 전통 건축물과 정원을 활용한 체험형 가상현실 체험 콘텐츠를 개발 서비스 한다.

나. 실감미디어 체험 콘텐츠 서비스 확대

콘텐츠의 기술 기반 서비스 품질을 높이기 위해서 전남실감미디어지원센터 인프라와 기술력을 활용, 실감미디어 서비스 플랫폼을 구축하여 운영할 수 있다.

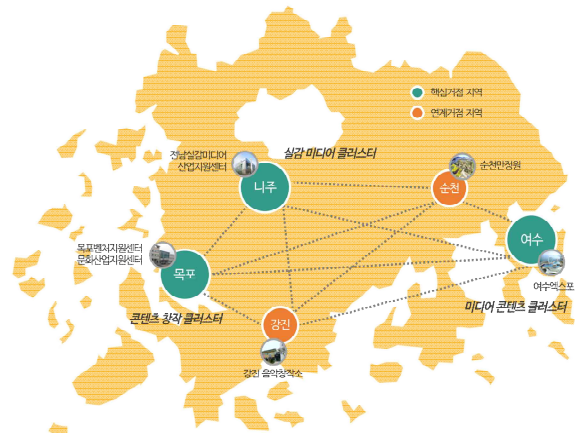


그림 4 콘텐츠 서비스 클러스터 구축(안)

지역의 대표적 기술 집적 기반인 실감미디어 센터를 중심으로 남도 르네상스 콘텐츠 개발을 서비스를 통해 전통자원의 가상현실, 증강현실, 홀로그램 콘텐츠 서비스를 기업 공동 개발 프로젝트로 추진할 필요가 있다.

표 5. 7대 권역과 서비스 클러스터 연계성

클러스터	주요기능	연관 권역
콘텐츠 창작	콘텐츠 기업 발굴 육성 중심 창업 거점	해양역사 문화권
실감미디어	첨단 ICT 기술 기반 콘텐츠 창작 기술 및 R&D 거점	소리·가사·생활유산·영상산강·생태 문화권
미디어콘텐츠	여수 엑스포 및 순천 국가정원중심 서비스 거점	섬·유배 문화권

또한 다양한 체험형 테마파크 및 쌍방향 관광상품과 연계한 커넥티드 게임 등을 제공하여 정체되지 않고 향유자가 새롭게 느끼는 순환적 서비스로 개발되어야 한다. 또한 남도 섬 체험, 한·중·일 전통정원 가상현실 서비스 등을 기업 협력형으로 개발하여 멀티유즈 확산과 동시에 수도권에 비해 상대적으로 취약한 기술 격차를 줄이고 지역경제에 기여할 수 있는 킬러 콘텐츠로 발전을 꾀할 수 있도록 하여야 한다.

또한 순천만 정원과 여수 엑스포 지역을 실감미디어 콘텐츠를 체험 향유 할 수 있는 미디어 콘텐츠 클러스터로 활용하여야 한다. 여수 엑스포 주변을 현재의 길거리 버스킹 등 문화자원과 결합한 미디어 퍼포먼스 지역으로 활용, 다양한 미디어 파사드와 홀로그램을 활용한 공연 전시와 관련 기업의 육성 지원하고 목포권을 중심으로 하는 콘텐츠 창작 클러스터 지역을 통해 전통문화자원의 콘텐츠 사업화 스타트업 기업을 적극 육성하여야 한다. 또한 지역의 음악창작소 등과 연계한 지역의 대표성을 갖는 브랜드 공연 및 미디어 테마파크, 청년 작가 활동 지원 등을 통해 낙후된 지역의 콘텐츠 활성화를 적극 추진 할 수 있다.

이야기 자원은 콘텐츠 산업의 뿌리산업으로 중요성에 대한 관심이 높아지고 있다. 또한 지역적 특색을 가진 문화자원을 발굴하고 서비스 콘텐츠로 가공하기 위해 이야기의 대중성 확보는 큰 의미를 가진다. 지역의 이야기 자원 발굴을 포함한 전통문화자원을 재해석하여 VR 응용 체험 콘텐츠, 테마파크 콘텐츠, 에듀테인먼트 등 다양한 장르로 활용성을 높이고 서비스 창구를 확대 발전시킨다.

III. 결 론

본 논문에서는 지역의 역사, 문화, 생활 등 문화적 특색을 잘 나타내는 문화자원을 소재로 하여 대표 콘텐츠로 개발하여 지역의 브랜드 이미지를 제고하기 위한 전통문화자원의 발굴과

콘텐츠 제작방법을 제안하였다. 또한, 전라남도가 추진중인 '남도 르네상스' 콘텐츠와의 연계성을 높이기 위해 기초 자치단체(시군)의 콘텐츠 자원의 공유와 협업을 통한 시너지 효과를 키울 수 있도록 콘텐츠 개발 방향에 대해 제시하였다. 특히, 전라남도의 핵심 콘텐츠 사업으로 향후 콘텐츠산업과 문화관광, 문화예술의 향유로 이어지는 전통문화자원을 체계적으로 분류하여 구성한 남도 르네상스 콘텐츠와 시군의 문화자원과의 연계활용을 위해 7개 권역을 제시하였다. 지자체가 중심이 되어 개발되는 콘텐츠는 공공성을 갖게 되며, 지역간 콘텐츠 불균형을 해소할 수 있고, 콘텐츠를 활용한 다양한 창구 효과로 연결될 수 있다.

전라남도 시군이 보유한 전통문화자원의 활용은 남도의 특색과 문화적 차별성을 표현하기에 특징적 요소가 충분하다. 따라서 전통문화자원을 유형과 무형의 자원에 따른 개발 방향으로 무형의 이야기 소재의 자원화를 통해 콘텐츠 원천소재로 활용할 수 있도록 제안하였다. 지역의 역사 유산과 구비 전승되어 온 신화 전설 등을 체계적으로 발굴하기 위해 마을단위 스토리 사랑방 운영을 제안하였고 발굴 자원의 공유와 활용을 위해 스토리 축제와 이야기 온라인 유통의 활성화를 또한 제안하였다.

발굴된 콘텐츠 소재에 기술 요소(가상현실, 증강현실, 홀로그램 등)를 결합하였을 때 관광과 연계한 콘텐츠로 활용할 수 있어 경제적 효과를 기대할 수 있다. 나주혁신도시의 실감미디어 클러스터를 콘텐츠 기술 집약 지역으로 선정하고 기능을 강화하여 기술 결합형 콘텐츠 상품의 생산기지로 활용하도록 육성할 필요가 있다. 콘텐츠의 소비와 향유를 위해 여수엑스포 전시장과 순천 국가 정원을 미디어 콘텐츠 클러스터로 활용하여 실감미디어 콘텐츠인 미디어 파사드 공연, 가상현실 체험 테마마크 등으로 콘텐츠 소비를 촉진하고 지역의 콘텐츠 브랜드에 대한 인지도를 높일 수 있다. 또한 지역의 취약한 콘텐츠 산업 생태계 조성을 위해 목표를 축으로 하는 콘텐츠 기업 육성 클러스터 기능을 강화하여 실감미디어 기술 응용 기업육성에 힘을 기울여야 한다.

전통문화자원을 유무형의 자산으로 분류와 함께 삶과 함께 생성된 생활 유산, 지역별 지리적 특색과 문화적 감성을 연계한 권역별 콘텐츠 차별성을 유지하여 기술 기반형 콘텐츠 뿐만 아니라 체험형 관광 콘텐츠상품으로 활용이 가능하다. 최근 관광 형태는 정주형 체험 중심이 주를 이루고 있고 미디어와 무선인터넷 환경 확산으로 단순히 보는 관광 상품 보다 관광객과 지역민들과의 교감이 가능한 형태로 발전하고 있음을 고려할 때 체험과 문화적 교감을 제공할 수 있는 독특한 전통문화자원의 콘텐츠화는 경쟁력의 핵심 요소라 할 수 있다. 남도 르네상스 프로젝트를 사업과 연계하여 콘텐츠 중복 개발 방지와 지역 간 상생 협업을 통해 활용성이 높은 브랜드 콘텐츠

츠는 지역의 취약한 콘텐츠 산업 기반 강화와 함께 지역경제의 도약의 기회를 제공할 것이다.

REFERENCES

- [1] 채금석, “문화와 한 디자인,” *학교재 출판사*, 2017
- [2] 김상헌, 김나운, “문화콘텐츠 개발을 위한 지식정보 체계,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 711-722쪽, 2011.
- [3] 유동환, “한국 전통문화유산 콘텐츠 개발 현황과 과제,” *국학연구*, 제12권, 5-49쪽, 2008.
- [4] 김시범, “지역 문화유산을 활용한 문화콘텐츠 사업화 방향에 대한 담론,” *인문콘텐츠*, 제27권, 171-180쪽, 2012.
- [5] 송진희, “한국 전통사상과 디자인 DNA,” *스마트미디어저널*, 제4권, 제4호, 101-110쪽, 2015.
- [6] 김영익, 김영상, “증강현실을 적용한 관광지 사물인식 실감체험 앱 콘텐츠 구현” *스마트미디어저널*, 제5권, 제1호, 122-129쪽, 2016.
- [7] 전남광주 스토리랩 프로그램 운영지원사업 결과보고서, 전남정보문화산업진흥원, 2015,
- [8] 2015 스토리 발굴 시도민 기자단 작품집, 광주정보문화산업진흥원, 2015,
- [9] 김진형, “문화콘텐츠와 멀티유즈전략,” *민속원*, 2015.
- [10] 가톨릭대학교 글로벌문화스토리텔링연구소, “지역 문화콘텐츠와 스토리텔링,” *소명출판*, 2016
- [11] 진도군문화관광 페이지, 2017년 9월, 출처 : <http://tour.jindo.go.kr/tour/tour/info/culture/001.cs?m=59>
- [12] 박기수, *문화콘텐츠 스토리텔링 구조와 전략*, 논형출판사, 2015
- [13] 임성택 편저, “문화관광 스토리텔링,” *대왕사*, 2014

저 자 소 개



정 연 철(정회원)

1991년 전남대학교 전산통계학과 학사 졸업.

1993년 전남대학교 대학원 전산학과 데이터모델링 전공 이학석사.

1999년 전남대학교 대학원 전산학과 컴퓨터그래픽스전공 이학박사

2001 ~ 현재 호남대학교 문화산업경영학과 교수
<주관심분야 : 문화기획, 가상현실 응용기술, 지역문화 브랜딩>