

스토리텔링의 어촌관광 적용방안에 관한 연구

A Study on Application of Storytelling toFishing Village Tourism

박 준 모*

Park Joon Mo

목 차

- I. 서 론
- II. 어촌관광의 현황
- III. 관광 스토리텔링의 이론적 고찰
- IV. 관광 스토리텔링의 사례
- V. 어촌관광의 스토리텔링 적용 방안
- VI. 결 론

Abstract: The most important cause of population decline in fishing village in Korea is low income base in fishing village compare with urban area. Tourism has larger inductive effect in employment than manufacturing business, so if tourism in fishing area is promoted, we can expect increasing income and jobs in fishing village. The purpose of this study is to find out problems of fishing village tourism and give some solutions to promote a fishing village tourism through tourism storytelling.

The result show that four kinds solutions. First, We should use relevant historical figures to local area and create a variety stories through differing perspective. Second, When using the local cultural heritage, We make the best use of historical imagination how it is connected to the time we live in and it has meaning to us. Third, When we use such tales and folk tales, It is very important factor how we can expand the narrative contents and to apply the contents of the stories in the real world. Finally, It is necessary

* 수협중앙회 수산경제연구원 책임연구원, jmp1970@suhyup.co.kr

to develop the tourism product tied up with culture contents such as novel, drama and film.

Key Word: Fishing Village Tourism, Storytelling, Regional Contents

I. 서 론

우리나라의 어촌은 도시화에 따른 인구의 유출과 어업인구의 고령화, 도시와의 소득격차 확대 등 여러 가지 원인으로 인하여 어촌공동체의 유지에 어려움을 겪고 있다. 1980년에 725,000명에 달하던 어가인구가 2012년에는 153,000명으로 78.9%가 감소하였다. 같은 기간 농가인구가 1,087만명에서 291만명으로 73.1% 감소한 것과 비교하여도 어업인구의 감소세가 크게 나타나고 있다. 어촌의 경제기반이라고 할 수 있는 어선세력과 양식장 면적도 감소세를 보이고 있다. 1990년에 99,658척에 총톤수 976,731톤에 이르던 어선세력이 2011년에는 75,629척에 총톤수 606,627톤으로 각각 24.1%와 37.9% 감소하였다. 양식장 면적면적도 2002년의 5,275ha에서 2012년에는 4,196ha로 20.5% 감소하였다.¹⁾

전 세계적인 수산자원의 보호 기조로 인하여 과거와 같은 과다어획을 통한 어업소득의 증가는 기대하기 어려운 상황이기 때문에, 어촌의 소득을 안정화시키고 지속가능한 어촌의 발전을 도모하기 위하여 어업 외 소득의 창출에 눈을 돌리게 되었다. 어촌지역에서 어촌관광을 통한 소득 증대를 도모하고 있으나 몇몇 어촌을 제외하고는 어촌관광이 활성화되지 못하여 어촌의 소득 증가에 큰 역할을 하지 못하고 있는 것이 현실이다. 많은 어촌이 관광을 통한 소득증대 효과가 기대에 미치지 못하는 원인으로서는 대부분의 어촌관광의 프로그램에 차별화가 이루어지지 못하고 있으며, 관광객의 지속적인 방문을 유인할 수 있는 요

1) 어촌과 관련된 통계자료는 수협중앙회(2013)의 자료를 인용하였음.

소가 부족하기 때문인 것으로 나타나고 있다.

최근 관광은 단체관광객 중심에서 가족관광 중심으로 전환되고 있으며, 단순한 자연 경관을 보고 지역의 특산물을 맛보는 수준에서 벗어나, 체험, 교육, 휴식 등 다양한 목적을 충족시키기 위한 관광으로 변화하고 있다. 어촌관광이 관광객들을 지속적으로 유인하기 위해서는 해당 어촌지역에서만 경험 가능한 여행체험을 제공하여야 한다. 관광 프로그램의 독특함과 지속성을 확보하기 위한 여러 가지 대안으로 해당지역의 인문학적, 사회적 유산들을 활용한 스토리텔링을 도입할 필요가 있다. 본 연구에서는 어촌체험마을을 중심으로 어촌관광의 현황을 살펴보고, 해외의 관광스토리텔링의 사례를 중심으로 관광스토리텔링이 어촌관광에 시사하는 내용을 중심으로 우리나라 어촌관광의 스토리텔링 적용방안을 제안하였다.

II. 어촌관광의 현황

1. 어촌관광의 개념

어촌이란 바다, 강, 호수에서 어류, 패류, 해조류 등 수산 동식물의 채취·포획·양식·가공·제조 등의 행위를 포함하는 수산업에 주로 의존하여 생활하는 사람들이 거주하는 촌락의 총칭이다(한상복, 1991). 어촌관광의 정의에 대해서는 많은 연구자들이 다양한 의견을 밝히고 있는데 박광범(2005)은 연안과 도서, 어촌, 해변 등을 포함하는 공간에 부존하는 자원을 활용하여 어촌 사회의 정체성을 훼손하지 않는 범위내에서 친환경적으로 일어나는 관광목적의 모든 활동이라고 하였고, 김준(2005)은 어촌에 머물면서 일상생활을 체험하고 해양문화를 이해하며 여가를 즐기는 것이라고 하였다. 이진희(2011)는 해양과 어촌, 해변 등을 포함하는 공간에서 지역의 부존자원을 활용하여 생산물을 매개로 관광객과 교류하면서 환대서비스를 제공하는 모든 활동이라고 하였으며, 신동주

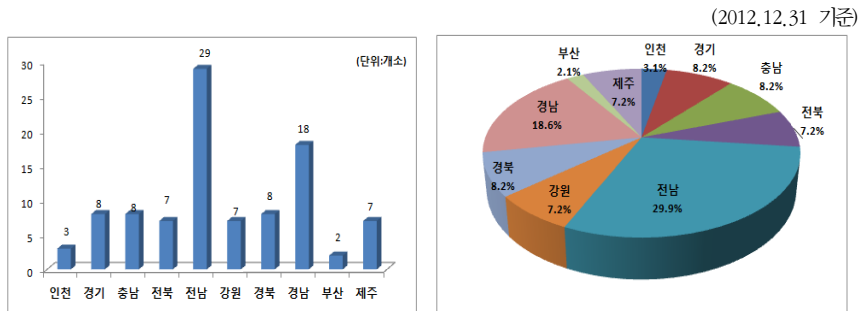
(2011)는 바다를 둘러싼 공간적 범위 내에서 탈일상성을 지닌 관광객들이 각각의 욕구를 충족하기 위해 실시하는 다양한 해양성 관광활동이라고 하였다. 현재 우리나라에서는 어촌체험마을이 대표적인 어촌관광 프로그램으로 운영되고 있다. 최근 각 지자체에서 해양스포츠를 중심으로 어촌지역을 관광지로 개발하려는 움직임이 있지만 어촌체험마을이 우리나라의 대표적인 어촌관광 상품이므로 본 연구에서는 어촌체험마을을 중심으로 어촌관광의 현황을 살펴보았다.

2. 어촌체험마을의 현황

1) 어촌체험마을의 지역별 현황

농림축산식품부(2013)에 의하면 2012년 12월 말 현재 전국의 어촌체험마을은 총 97개소가 운영되고 있다. 이 중에서 전남이 29개소로서 29.9%를 차지하고 있으며 경남이 18개소로서 18.6%를 차지하고 있어, 경남과 전남지역이 전체 어촌체험마을의 절반에 육박하는 48.5%를 차지하고 있다. 그 외의 지역은 2개소의 부산과 3개소의 인천을 제외하면 각 지역별로 7~8개소가 분포되어 있다. 특이한 점은 새만금사업으로 인하여 해안선의 대부분이 사라진 전북지역이 군산시와 고창군을 중심으로 7개소의 어촌체험마을이 운영되고 있다는 것이다.²⁾

■ 그림-1. 어촌체험마을의 지역별 분포 및 비중 ■



자료: 농림축산식품부(2013)의 자료를 바탕으로 작성

2) 해안선이 남아있는 고창군은 3개소가 모두 해안마을이며, 군산시는 3개소 모두 섬지역이다.

2) 어촌체험마을의 프로그램별 현황

(1) 어촌체험마을 프로그램의 개요

어촌체험마을의 프로그램의 유형은 어업체험, 갯벌체험, 바다낚시, 해양데저스포츠, 어촌경관, 어촌문화체험 등으로 구분할 수 있다. 어업체험은 어촌에서 수산물을 생산하는 과정의 일부를 체험하는 활동을 의미하며, 바다 위에서 체험하는 프로그램과 바닷가에서 체험하는 프로그램으로 구분된다. 바다 위에서 진행되는 체험활동으로는 어선체험으로 창경발이체험, 연승어업체험, 통발체험 등이며, 어망체험으로는 건강망체험, 자망체험, 정치망체험, 육소장망체험 등이 있으며, 기타체험으로 해녀체험, 굴채취체험, 가두리 양식장체험 등의 프로그램이 운영되고 있다.³⁾ 한편 바닷가에서 진행되는 체험으로는 후릿그물체험, 고동캐기, 개막이체험, 독살체험, 맨손물고기잡기, 재래식 게잡이체험 등이 있다.

갯벌체험의 목적은 갯벌체험을 통하여 갯벌에서 서식하는 다양한 생물과 갯벌의 가치를 이해하고, 갯벌과 함께 살아가는 생활양식의 학습을 통하여 바다와 갯벌의 소중함을 인식하는 것이다. 갯벌체험은 우리나라 서해안 일대에서 가장 활발히 진행되고 있는데 어업체험과의 차이점은 체험의 대상이 주로 바지락, 백합, 낙지, 맛조개 등 갯벌에서 서식하고 있는 갯벌생물이라는 점이다. 갯벌체험은 특별한 도구나 장비가 없이 장화와 호미 등 간단한 도구로 체험이 가능하고 안전한 체험활동이라는 장점이 있다.

바다낚시는 일반적으로 선상낚시, 갯바위낚시 그리고 방파제낚시 등으로 구분되는데, 어촌관광의 대상이 되는 낚시는 선상낚시와 갯바위낚시이다. 선상낚시와 갯바위낚시 모두 낚시장소까지 낚시꾼들을 이동시켜주는 낚시어선의 승선료가 주 수입원이며, 어획한 수산물을 이용하여 음식을 만들어 주는 것을 부수입으로 삼는 경우가 많다. 바다낚시는 넙치, 볼락, 감성돔, 갈치 등 어류뿐 아

3) 어선체험과 어망체험은 모두 어선에 승선하여 이루어지는 체험이라는 측면에서는 유사하나, 어망체험은 어선에서 그물을 이용하여 행하여지는 어로행위를 체험하는 것이며, 어선체험은 그물을 제외한 낚시, 통발 등 다른 어구를 사용하는 체험프로그램으로 구분하였다.

나라 지역에 따라 문어, 장어, 주꾸미 등 다양한 수산물을 어획할 수 있으며, 자신이 어획한 수산물을 직접 요리하여 섭취할 수 있다는 장점으로 많은 인기가 있는 관광상품이다. 해양레저스포츠는 제트스키, 바다카누, 패들보트, 투명카누, 스쿠버다이빙, 바나나보트 등 해양에서 즐길 수 있는 프로그램이다.

어촌경관은 바위섬, 해안도로, 특수식물 군락지 등 어촌이 지니고 있는 자연경관을 의미하며, 어촌문화역사체험은 제례, 염전, 독살 등 어촌지역의 독특한 문화를 체험할 수 있는 프로그램과 어촌지역의 역사적 유적 또는 인물과 관련되어 있는 프로그램을 모두 포함하는 개념이다.

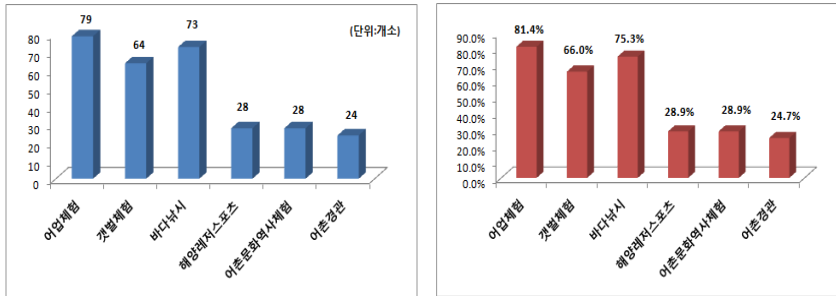
(2) 어촌체험마을의 프로그램별 현황

어촌체험마을의 프로그램별 분포를 살펴보면 전체 97개 어촌체험마을 중 81.4%인 79개소에서 어업체험 프로그램을 운영하고 있으며, 75.3%인 73개소에서는 바다낚시 프로그램을, 그리고 66.0%인 64개소에서 갯벌체험 프로그램을 운영하고 있다. 반면 해양레저스포츠와 어촌문화역사체험은 각각 28.9%인 28개소에서 운영되고 있으며, 어촌경관은 24.7%인 24개소에서 운영되고 있어 프로그램의 편중현상을 보이고 있다. 어업체험, 바다낚시, 갯벌체험은 대부분의 어촌지역에서 즐길 수 있는 프로그램이기 때문에 다른 어촌체험마을과 프로그램의 차별성을 찾기 어려운 상황이다.⁴⁾ 각 지역별 어촌체험마을의 독특한 프로그램의 개발을 위해서는 단순히 바다를 이용한 프로그램에 의존할 것이 아니라 각 지역의 독특한 역사자원과 문화자원을 활용한 프로그램의 개발이 필요하다.

4) 갯벌체험은 동해안지역을 제외하고 대부분의 어촌체험마을에서 운영 중임.

그림-2. 어촌체험마을의 프로그램별 분포 및 비중

(2012.12.31 기준)



자료: 농림수산식품부(2011) 및 농림축산식품부(2013)의 자료를 바탕으로 작성

3) 어촌체험마을의 프로그램별 지역 분포

어촌체험마을의 프로그램별 지역 분포를 살펴보면 어업체험과 바다낚시는 어촌체험마을의 각 지역별 비중과 유사하게 분포되어 있음을 알 수 있다. 갯벌 체험은 전남(26개소, 41.9%), 경기(8개소, 12.9%), 충남(8개소, 12.9%) 등 갯벌이 발달된 서해안 지역의 비중이 높은 것으로 나타났다. 해양테러스포츠의 경우에는 강원(6개소, 21.4%), 경북(5개소, 17.9%) 등 동해안지역과 제주(5개소, 17.9%) 등의 비중이 높은 것으로 나타났다. 어촌문화역사체험은 전남(8개소, 28.6%)과 충남(7개소, 25.0%), 제주(4개소, 14.3%)의 비중이 큰 것으로 나타났는데, 이는 전남은 염전, 충남은 독살⁵⁾, 제주는 테우⁶⁾, 돌염전, 원담⁷⁾ 등 각 지역의 독특한 어촌문화의 특징이 나타난 결과로 보여진다. 이상의 내용을 살펴볼 때 어촌체험마을에서 운영중인 프로그램 중에서 각 지역의 특색을 살리고, 어촌체험마을 간의 차별화를 시도할 수 있는 분야는 어촌문화역사체험으로 판단된다. 기존의 어촌문화역사체험이 어촌 유적을 활용한 단순한 체험 중심의 프로그램에서 벗어나, 관광객의 지속적인 유입과 재방문이 가능하기 위해서는 어촌 유적과 문화에 스토리텔링을 적용하여 관광객들에게 체험 이상의 경험이

5) 담을 쌓아 썰물이 되면 빠져나가지 못한 고기를 잡는 데 쓰인 것.

6) 제주에서 육지와 가까운 바다에서 자리돔을 잡거나 뉘시질, 해초 채취 등을 할 때 사용했던 통나무 배.

7) '독살'의 제주 방언.

가능하도록 할 필요가 있다.

■ 표-1. 어촌체험마을의 프로그램별 지역 분포(2012년 말 기준) ■

(단위: 개소, %)

구 분		어업체험	갯벌체험	바다낚시	해양레저 스포츠	어촌문화 역사체험	어촌경관
인천	빈도	1	2	2	0	0	2
	비율	1.3	3.2	2.8	0.0	0.0	9.1
경기	빈도	5	8	7	4	2	1
	비율	6.4	12.9	9.9	14.3	7.1	4.5
충남	빈도	4	8	5	0	7	2
	비율	5.1	12.9	7.0	0.0	25.0	9.1
전북	빈도	3	7	4	4	1	3
	비율	3.8	11.3	5.6	14.3	3.6	13.6
전남	빈도	25	26	17	1	8	5
	비율	32.1	41.9	23.9	3.6	28.6	22.7
강원	빈도	7	0	7	6	2	2
	비율	8.9	0.0	9.6	21.4	7.1	9.1
경북	빈도	8	0	6	5	2	2
	비율	10.3	0.0	8.5	17.9	7.1	9.1
경남	빈도	18	13	16	3	2	5
	비율	23.1	21.0	22.5	10.7	7.1	22.7
부산	빈도	2	0	2	0	0	0
	비율	2.6	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0
제주	빈도	6	0	7	5	4	2
	비율	7.7	0.0	9.9	17.9	14.3	9.1
합계	빈도	78	62	71	28	28	22
	비율	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 농림수산식품부(2011) 및 농림축산식품부(2013)의 자료를 바탕으로 작성

III. 관광 스토리텔링의 이론적 고찰

1. 관광 스토리텔링의 개념

스토리텔링(storytelling)의 사전적인 의미는 ‘The action of telling stories’로서 ‘이야기를 들려주는 활동’을 의미한다. 우성호·박석수(2010)은 스토리텔링은 ‘생산자에 의해 창작되거나 기존에 있던 이야기를 수용자의 욕구 충족을 위해 효과적인 담화형식으로 가공하는 것’이라고 정의 하였다. 윤유석(2010)은 스토리텔링을 ‘이야기를 만들어 전달하는 내용과 기술, 매체를 아우르는 서사 방식이며, 특히 문화콘텐츠라는 매체에 들어갈 콘텐츠를 만들어내는 방식’이라고 하였다.

스토리텔링은 단어 그 자체에서도 알 수 있듯이 스토리(story)와 텔링(telling)의 합성어이며, 이것을 우리말로 옮긴다면 ‘이야기하기’ 또는 ‘이야기꾸미기’가 된다. 그런데 여기서 우리가 놓쳐서는 안 되는 것이 바로 ‘ing’이다. 스토리텔링은 이미 과거완료의 것이 아니라 현재진행형의 의미를 강하게 내포하고 있으며, 하우(how)의 가변적인 입장의 다양성을 함축하고 있다. 이러한 의미에서 스토리텔링은 이야기를 다양한 방식으로 입장에 따라 자유롭게 바꾸거나 창작할 수 있는 개방성을 지니고 있다(신동일, 2013). 이와 함께 원래 스토리텔링(storytelling)은 이야기(story)를 어떻게(how) 그 상황에 따라(~ing) 적절하게 말하느냐(tell)에 대한 현재진행형의 화법話法이다. 이는 화자(話者)가 어떤 방식으로 청자(聽者)에게 이야기를 전달하여야 더욱 서로 간의 효과적인 교감을 이루어낼 수 있는가에 따라 그 의미가 사뭇 달라질 수 있다는 진실을 내포하고 있다(김미경, 2013).

스토리텔링을 관광에 접목시킨 관광스토리텔링의 개념에 대해서 한국관광공사(2005)는 관광객의 체험과 추억의 관리를 통하여 관광객, 관광지, 지역주민이 공동의 감성체계를 만들어가는 것이 관광스토리텔링이라고 하였다. 또한 미

디어 혹은 관광기업과 관광객과의 관계 뿐 아니라 관광지 방문 중에 나타날 수 있는 관광지와 관광자원 사이의 스토리텔링까지 관광스토리텔링의 범위에 포함시켰다. 최인호(2008)는 관광에서의 스토리텔링은 관광지와 관광자가 정보와 체험을 공유하면서 하나의 공동스토리를 만들어나가는 과정이라고 하였다.

김희연(2009)은 관광스토리텔링은 관광이라는 무형의 소비재를 판매하기 위해 관광객의 흥미와 교감을 일으켜 보다 효과적으로 판매하기 위한 일련의 과정이라고 하였다. 최영민·최현식·최영선(2011)은 관광스토리텔링은 관광자원 이용의 효율성을 증대시킴과 동시에 체험적 관광을 통해 양질의 관광활동을 경험하도록 하는 관광의 보조수단으로 적절한 매체와 학습방법을 사용하여 자원에 내재된 의미와 관련성을 나타내어주는 교육적 활동을 하여, 스토리텔링의 내용, 매체, 기법으로 구성된 방문지역에 대한 이해수준과 관광자의 욕구수준을 결합시켜 관광만족을 높여주는 정보, 안내, 학습, 유희, 선전, 영감과 관련된 서비스조합이라고 하였다. 한편 양위주(2013)는 관광스토리텔링이란 ‘관광지의 이야기가 관광객이 만나는 과정과 관광객의 체험과 몰입을 유도하고 영구적인 가치를 만들어내는 화학적 결합의 산물이다’라고 하였다.

2. 관광 스토리텔링의 선행연구

관광 스토리텔링에 대한 선행연구는 2000년대 이후 활발히 진행되고 있다. 이정표(2008)는 스토리텔링을 활용한 관광콘텐츠의 확대 재생산 및 개발 연구를 위해 스토리텔링의 요인을 관광자원형, 관광객경험형, 창조형으로 구분하였으며, 연구결과 관광콘텐츠 잠재성에 영향을 미치는 스토리텔링 요인으로는 관광자원형, 창조형, 관광객경험형 순으로 유의한 것으로 나타났다. 최인호(2008)는 체계적이고 짜임새있는 스토리텔링 프로그램은 관광객들이 산과 해변의 멋진 풍경을 체험하는 것 보다, 관광객 개인이 의미를 찾을 수 있는 체험을 선사할 수 있으며, 대중문화콘텐츠를 활용한 관광지스토리텔링은 지역의 관광자원을 발전시키고 알릴 수 있는 견인차 역할을 할 수 있다고 하였다.

신현식·김창수(2011)은 지역축제 스토리텔링은 축제매력성과 방문자 만족 모두에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석하였다. 양정임(2011)은 관광객과 관광지와와의 감성적 관계의 제공역할을 할 수 있는 관광스토리텔링을 통해 관광지의 브랜드 가치인식과 관광지의 감성적 관계인 러브마크 형성에 미치는 영향관계를 분석하였는데 관광스토리텔링의 구성요소인 감성, 교육성, 묘사성, 흥미성 순으로 관광지 브랜드 가치에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 전약표·임선희(2011)은 고착되고 박제되어 있는 지역의 역사문화유산에 대한 콘텐츠 개발과 스토리텔링 발굴의 중요성과 함께 스토리텔링이 디지털 매체로 이동한 결과 나타나는 문화콘텐츠의 시각변동에 대응하여야 함을 주장하였다. 최영민·최현식·최영신(2011)은 관광스토리텔링 속성이 관광태도에 미치는 영향을 연구한 결과 교육성, 감수성, 테마성이 만족도와 재방문의사에 긍정적인 영향을 주었고 관광지 브랜드 가치인식은 관광지 러브마크에 영향을 주는 것으로 나타났다.

한편 허경석·변정우(2012)는 여행 파워블로그의 스토리텔링 요인이 관광동기와 행동의도에 미치는 영향에 대하여 온라인 스토리텔링 요인 흥미성과 이해용이성이 관광동기에 영향을 미치는 것으로 나타났고 선택요인 중 가치성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 김성후·오성수(2012)는 제주도를 중심으로 도서자원의 문화관광산업화와 관광스토리텔링에 대하여 연구를 하였는데 제주도는 축제의 당위성만을 강조하고 체계적인 준비나 지역민의 참여부족, 재원조달 등의 한계로 지역주민은 물론 국내외에서 실패한 축제로 평가 받아 향후 지자체에서 추진하는 축제에서 반면교사로 삼아야 한다고 하였다. 오상훈·이유라(2014)는 관광지 스토리텔링을 통해 관광객이 관광목적지에 대해 어떠한 태도를 형성하고 있으며 방문 후 만족에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 파악하고자 실증분석을 실시하였다. 분석결과, 관광지스토리텔링이 관광태도에 미치는 영향을 분석한 결과 스토리텔링 구성요인 중 교육성, 고유성, 흥미성은 감정적 태도에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 감성/묘사성, 교육성, 고유성은 인지적 태도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 그러나 스토리텔링의 구성요인은 행동적 태도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 스토리텔링은 방문

객의 감정과 인지적 태도에 더 중요하게 다루어지는 것으로 나타났다.

어촌지역과 관련된 관광스토리텔링 선행연구로는 이윤선·한은선(2007)과 김미경(2008), 김성후·오성수(2012), 한형호(2012), 김수관·김미경(2013) 등이 있다. 이윤선·한은선(2007)은 한·중·일의 서복(徐福)관련 논의의 쟁점을 살펴보고, 한국에서의 설화적 현황, 나아가 설화를 기반으로 한 관광자원화 전략을 살펴보았는데, 동아시아적 담론을 전제한 문화자원화 전략만이 상호성의 기반 속에서 성공 가능성을 높여줄 것이라고 주장하였다. 김미경(2008)은 전라남도 진도 지역에 남아 있는 우리나라 고유의 상장례 의식 절차인 축제식 상장례의 연회성과 스토리텔링에 대하여 OSMU(One Source Multi Use)의 관점에서 살펴보고, 진도 축제식 상장례 민속의 세계화 방향으로 문화콘텐츠로서의 세계적 브랜드화, 세계 무대 공연으로서의 작품화, 세계 축제 문화와의 교류화, UNESCO 세계무형유산 등재화 등을 제안하였다.

김성후·오성수(2012)는 전라남도의 대표적인 섬인 홍도를 중심으로 한 전남도서의 민속문화에 대한 의의를 고찰하고 활성화 방안을 제시하였다. 연구결과를 바탕으로 문화의 산업적 활용가능성에 대한 인식 제고, 지역내 관광안내시스템의 체계적 구축, 녹색관광에 대한 개발의 중요성 및 중앙정부와 협력해 외국인 관광객에 대한 유치 전략수립 등 9가지를 제시하였다. 한형호(2012)는 보길도의 중심가치인 고산(孤山) 윤선도(尹善道)라는 역사적 배경을 브랜드로 활용하여 보길도와 윤선도에 관한 역사와 유적지를 가지고 있다는 보편성과 윤선도와 관련된 역사적 인물과의 특수성을 활용하여 공간 스토리텔링을 만들고 이를 통한 관광활성화 방안을 제시하였다. 김수관·김미경(2013)은 전라북도 고군산군도에서 어업활동을 하면서 살아온 어민들의 삶과 생활을 어떻게 개발한 아이디어와 잘 결부시켜 스토리텔링을 창의력 있게 부여하느냐에 따라 전통문화가 문화콘텐츠산업으로 부상할 수 있음을 주장하였다.

IV. 관광 스토리텔링의 사례

1. 로미오와 줄리엣(이탈리아 베로나)

이탈리아의 베로나(Verona)시는 인구 27만명의 작은 도시이다.⁸⁾ 그러나 베로나는 연간 약 800만명의 관광객이 방문하는 관광도시로서, 이는 로마, 베네치아, 피렌체에 이어 이탈리아에서 4번째로 많은 관광객이 방문하는 곳이다. 베로나를 방문하는 관광객이 반드시 찾는 곳이 바로 ‘줄리엣의 집(Casa di Giulietta)’이다. 영국의 작가 윌리엄 셰익스피어(William Shakespeare)의 소설인 ‘로미오와 줄리엣’의 배경이 베로나라는 것에 착안한 베로나시는 13세기에 지어진 집을 찾아 줄리엣의 집을 만들고 이를 홍보하기 시작하였다. 특히 1968년에 영화 ‘로미오와 줄리엣’이 흥행에 성공하게 되면서 줄리엣의 집을 찾는 관광객이 증가하게 되었다.

베로나시는 ‘줄리엣의 집’을 소설과 영화의 이미지와 동일하도록 수리를 하기 시작하여, 줄리엣의 집 2층 창문에 발코니를 만들고 그 방을 ‘줄리엣의 방’으로 꾸미기 시작하였다. 13세기 당시 베로나 여성들의 평균적인 신장과 스타일을 고증을 통하여 되살려 줄리엣의 방에 줄리엣이 사용했을 법한 가구와 침대, 장신구, 옷 등을 전시하였다. 또한 마당에는 줄리엣의 동상을 만들어 놓은 다음 ‘줄리엣의 오른쪽 가슴에 손을 대고 기도하면 사랑이 이루어진다’라는 소문을 퍼뜨리고, 사랑의 쪽지를 줄리엣의 집 외벽의 틈새에 꽂으면 사랑이 이루어진다는 소문이 퍼지게 되면서, 줄리엣의 집은 영원한 사랑을 맹세하려는 연인과 부부들의 성지가 되었다.

베로나시는 여기에 머무르지 않고 ‘로미오의 집’을 만들고 인근의 교회 지하묘지에 ‘줄리엣의 무덤’을 만들어, 줄리엣의 집을 방문한 관광객들이 이 곳에 들러 줄리엣의 무덤에 꽃을 바치는 장소가 되었다. 이와 같은 ‘로미오와 줄리

8) 2011년 말 기준 약 267,804만명(http://www.evi.com/q/verona_italy_population_2012)

옛'을 활용한 관광스토리텔링은 2010년에 개봉된 '레터스 투 줄리엣(Letters To Juliet)'으로 인하여 더욱 탄력을 받고 있다.

■ 그림 3. 줄리엣의 집 ■



출처: 네이버(www.naver.com)

2. 하루우라라(일본 고치현)⁹⁾

일본 고치현(高知縣)의 고치시(高知市)는 특별한 산업이 없는 가난한 소도시로 이곳에는 경마장이 하나 있는데, 중앙무대에서 밀려난 2류마들의 경기가 벌어지는 곳이었다. 이곳에 '하루우라라(春うらら)'라는 경주마는 몸집이 작고 다리가 가늘고 짧아 경주마로서는 부적합 한 경주마가 있었는데, 중간에 한번은 꼭 일등으로 치고 나왔다가 점점 뒤쳐져 결승선에는 꼴지로 들어오는 패턴을 보이고 있었다. 그러나 경주에서 꼴지를 하지만 최선을 다해서 달리는 경주마로 이름이 알려지게 되었다.

고치경마장은 '최선을 다해 달리는 꼴찌말'의 이야기를 언론에 알렸고, 이는 관광객 증가에 큰 영향을 주었다. 언제부터인가 사람들은 꼴찌말 '하루우라라'를 응원하기 시작하였고, 꼴찌를 할 것을 알면서도 '하루우라라'에게 돈을 걸었다. '하루우라라'는 일등 말보다 인기가 높았고, 관중들은 일등 말이 아닌

9) 신동일(2013), pp.40-41 인용.

‘꿀찌말’을 보기 위하여 경마장으로 몰려들기 시작하였다. 거품 경제가 꺼져 경제위기를 겪고 있던 90년대 일본인들의 감성을 건드린 것이다. 일본인들은 ‘잃어버린 10년’이라는 오랜 경제 불황 속에서 작장에서 일찌감치 해고된 사람들, 병과 싸우는 사람들, 사회와 가정에서 소외된 많은 사람들이 이 꿀찌말에게서 희망과 용기를 얻고자 한 것이었다.

‘하루우라라’에게 돈을 건 티켓을 간직하면 해고되지 않는다고 믿는 직장인들도 적지 않았고, ‘하루우라라’의 말총으로 만든 ‘행운의 부적’ 500개는 판매 3시간 만에 매진되었다. ‘하루우라라’는 113연패라는 믿기 힘든 성적을 남기고 2004년에 은퇴하였지만, 꿀찌말을 주인공으로 한 영화가 제작되고, 하루우라라 캐릭터 인형의 성공적인 판매 등으로 인하여 고치시(高知市)와 고치경마장을 찾아오는 관광객이 증가하여, 고치시는 막대한 관광수입을 올리게 되었다.

■ 그림-4. 고치경마장과 하루우라라 ■



출처: 일본의 경마(<http://japanracing.jp/kr>)

3. 윌리엄스버그 역사민속촌(미국 버지니아주)¹⁰⁾

미국 버지니아(Virginia)주 제임스시티카운티(James City County)의 윌리엄스버그(Williamsburg)에 위치한 ‘윌리엄스버그 역사민속촌’은 미국에서 가장

10) 반정화 · 민현석(2009), pp.77-79 인용.

대중적인 인기를 끄는 관광지로서 매년 4백만명의 관람객을 유치하고 있으며, 인접한 제임스시티(James city), 요크타운(York town)과 더불어 식민지시대 버지니아의 역사적인 트라이앵글 관광벨트를 형성하면서 부가가치를 높이고 있다. 미국에서 두 번째로 오래된 도시인 윌리엄스버그는 18세기 초 영국의 국왕 윌리엄 3세 시절 버지니아 식민정부의 수도로 승격되었는데, 이후 윌리엄스버그는 1780년 전까지 남부의 중요한 정치, 경제, 문화 중심지 역할을 하였다. ‘윌리엄스버그 역사민속촌’은 윌리엄스버그의 영국 식민지 시절을 담고 있는 18세기 마을을 복원한 것으로 유명하다.

윌리엄스버그의 역사지구(Historic Area)에는 의사당, 총독관저, 페이턴 랜돌프 하우스(Peyton Randolph House) 물리 주점, 교도소, 제임스 게디 하우스(James Geddy House) 등 120여개의 주요 건축물이 식민지시대의 모습 그대로 재현되어 있고, 옛 시대의 수공업품점과 식민지시대의 복장을 한 안주인, 수공업자, 군인 등이 활동하여 그 시대를 체험할 수 있도록 복원되었다.

윌리엄스버그 방문자센터에는 역사관광 프로그램 참여 티켓을 Freedom pass, Colonial sampler ticket, Independence pass 등과 같이 다양한 종류로 판매하고 있다. 메인 스트리트(Duke of Gloucester)를 중심으로 18세기 식민지시대의 생활상을 원형대로 재현하여, 의회장면, 전쟁장면은 원래의 장소에서 재현되고, 공예공방, 인쇄제본업자들을 포함한 상가의 풍경과 가정집, 정원의 모습도 재현되어 있다. 역사민속촌 내의 근로자들은 모두 식민지 시대 복장을 하고 있어 역사성을 더해주고 있으며, 각종 상점에서는 시대상을 보여주는 기념품(깃털펜, 군인모자, 화약총, 마리오네뜨 등)을 판매하고 있다. 이와 함께 역사민속촌 내 고서점에서는 방문객들이 18세기 신문이나 도서 등 각종 역사적 자료를 쉽게 접할 수 있도록 전시·판매하고 있다.

그림-5. 윌리엄스버그의 프로그램



출처: 윌리엄스버그홈페이지(<http://www.history.org/index.cfm>), 반정화·민현석(2009) 재인용

4. 스토리텔링 사례의 시사점

위에서 살펴본 스토리텔링 사례에서 얻을 수 있는 시사점으로는 다음과 같다. 첫째, 스토리텔링은 반드시 역사적인 사실일 필요는 없다. 사람들은 역사적인 사실에서 공감과 감동을 찾으려고 할 뿐 아니라 비역사적인 사실에서 환상을 찾기도 한다. 로미오와 줄리엣의 이야기는 역사적 사실이 아니라 셰익스피어의 소설이라는 것을 베로나를 방문하는 모든 사람이 알고 있음에도 로미오와 줄리엣의 이야기는 그 곳을 방문하는 관광객들의 환상을 충족시켜 주기 때문에 스토리텔링으로서의 생명력이 있는 것이다.

둘째, 스토리텔링은 감동이 있어야 한다. 이야기는 본질적으로 이성(理性)보다는 감성(感性)에 호소하는 성격을 지니고 있다. 스토리텔링은 일종의 판타지(fantasy)이다. 사람들은 스토리텔링을 자신에게 대입(代入)하며 자신만의 상상력 안에서 스토리텔링을 자신의 이야기로 재해석한다. 스토리가 그것을 접하는 사람에게 깊게 각인되기 위해서는 감동이라는 요소가 필요하다. 감동은 머리로 이해하는 것이 아니라 가슴으로 받아들이는 것이기 때문에 허용되는 범위 안에

서 과장 또는 각색이 필요하다. 그러나 탄탄한 스토리 구조가 없이 감동만을 무리하게 전달하려고 하면, 감동이 아니라 교훈이 되어 감정이입이 불가능해지게 된다.

셋째, 스토리텔링은 과거의 내용이 아니라 현재진행형이다. 스토리텔링은 과거의 어느 한 시점에 있었던 이야기에 머무르는 것이 아니라 오늘날에도 다양한 형태로 진화하고 있다. 로미오와 줄리엣의 이야기와 하루우라라(春うらら)의 이야기는 영화의 형태로 이어지며, 과거의 이야기가 아닌 오늘날의 이야기로 스토리텔링을 만들어가고 있다. 과거의 이야기에 머무는 스토리텔링은 사람들에게 화석화(化石化)된 이야기에 불과하며, 이는 스토리의 확대 재생산이 불가능하게 된다. 이러한 형태의 스토리텔링은 원작 스토리텔링의 확장판의 형태로 나타나며, 마치 드라마 속에서 등장하는 또 다른 드라마의 내용처럼 스토리텔링의 중복 구조를 만들어가고 있다.

넷째, 스토리텔링은 다양한 형태의 콘텐츠로 확장이 가능하다. 스토리텔링은 스토리 자체로 머무르지 않고 영화, 애니메이션, 캐릭터산업 등 다양한 형태의 콘텐츠로 변형되어 콘텐츠산업으로 확장된다. ‘해리 포터(Harry Potter)’는 소설의 성공¹¹⁾ 이후 영화, 게임, 음악, 광고, 인터넷, 완구 및 캐릭터상품, 패션, 교육, 관광, 스포츠 등 문화와 서비스산업, 그리고 제조업까지 산업 전 분야에 걸쳐 경제적 파급효과가 약 308조원에 이르렀다. 박웅진(2009)에 의하면 ‘반지의 제왕(The Lord Of The Rings)’도 소설로 1억 부 이상 판매되었으며, 영화로 제작되어 약 29억 달러(약 3조 1,300억원)의 매출을 기록하였고, 이후 관광산업으로 이어져 뉴질랜드 국가 전반의 경제구조를 변화시키는 효과를 가져왔다. 스토리텔링이 고부가가치 산업이 되어 국가의 성장동력이 될 수 있음을 보여주고 있는 사례이다.

11) 해리 포터는 1997년 초판 발행 이후 67개 언어로 번역되며 4억 5000만부 이상이 팔렸다.

V. 어촌관광의 스토리텔링 적용 방안

1. 지역 역사인물의 부각

스토리텔링을 관광상품과 연계할 때 가장 파급력이 큰 것이 역사적인 인물을 활용하는 방안이다. 인물을 기반으로 하는 스토리텔링의 작성과정을 한광식·강석훈(2011)은 스토리의 취지를 밝히는 단계, 인물을 소개하는 단계, 인물과 문화재를 연결하는 단계, 인물을 통해 문화재를 보는 단계, 문화재와 대중을 연결하는 단계 등 5단계로 설명하였다. 이와 같은 스토리텔링 작성방법은 인물뿐 아니라 다른 소재를 바탕으로 한 스토리텔링의 작성에도 적용할 수 있을 것이다.

지역의 역사적인 인물을 배경으로 세계적인 관광지로 성장한 곳이 오스트리아의 잘츠부르크(Salzburg)이다. 잘츠부르크는 음악의 도시이자 모차르트(W.A.Mozart)의 도시이다. 잘츠부르크는 모차르트의 생가를 비롯하여 구시가 전역이 모차르트를 상징하는 것들로 채워져 있다. 모차르트의 광장과 동상 외에도 박물관이 별도로 세워져 있으며 모차르트 초콜릿, 모차르트 향수 등도 팔리고 있다. 매년 여름, 모차르트를 기리기 위해 열리는 잘츠부르크 음악제는 유명 음악가들이 대거 참가하는 세계적인 음악제로 명성이 높다.

우리나라 해안지역에도 각 지역별로 그 지역을 대표하는 인물들이나, 역사적인 인물들과 관련이 있는 문화재, 건축물, 장소, 상징물 등을 쉽게 발견할 수 있다. 지역과 관련이 있는 역사적 인물들로서는 윤선도와 윤두서(전남 해남 보길도), 손양원(전남 여수), 최치원과 이은상(경남 마산), 윤이상·박경리·유치환·김춘수(경남 통영), 이아·신사임당·허난설헌(강원 강릉), 정약용(전남 강진), 정약전(전남 신안 흑산도) 등이 있다. 이밖에 우리나라 남해안 일대 곳곳에는 이순신을 비롯하여 원균, 이억기 등 임진왜란 당시 조선 수군 장수들과 관련이 있는 역사적인 장소와 유적지들이 퍼져 있어, 관광스토리텔링의 좋은 소재로 활용할 수 있다.¹²⁾

지역인물을 스토리텔링에 활용하기 위해서는 단순히 그 인물의 업적을 중

심으로 나열하는 것이 아니라, 그의 인생관, 삶의 여정, 해당 지역과의 관계와 그 지역에 미친 영향력 등 해당 인물에 대한 여러 가지 관점에서의 접근을 통하여 다양한 스토리를 이끌어 내어야 한다.

2. 지역 문화유산 활용

스토리텔링으로 활용할 수 있는 자원으로 지역의 문화유산이 있다. 문화유산은 인간의 문화적 행위 결과에 의하여 획득되고 전승되어 온 유무형의 자료를 총칭하며 특정 문화집단의 삶에 대한 지혜가 함축된 공동유산들 즉 유적지, 건축물, 기념물, 예술품 같은 것에 대한 문화적 가치를 활용하여 관광상품화 한 것이다(김지선·이훈, 2009). 지역문화유산을 활용한 관광스토리텔링의 사례로는 프랑스 앙부와즈(Ambois) 고성 of 야간스펙타클이 있다.

프랑스에서 가장 긴 루아르 강변에 위치한 루아르 지역에는 왕과 귀족들이 영화를 누렸던 조각을 다듬어 놓은 것 같은 르네상스식 고성들이 곳곳에 흩어져 있다. 이 지역 주민들은 1976년에 앙보와즈 고성에 얹힌 스토리를 발굴, 뮤지컬로 제작하여 이를 스펙터클화 하였으며 지난 30여 년 동안 순수한 지역민들의 자발적 참여로 지속적인 발전을 통해 오늘날 세계적인 관광지로 평가받게 되었고 문화유산을 스토리텔링을 기반으로 활용한 훌륭한 사례로 인정받고 있다(전약표·임선희, 2011).

우리나라의 어촌체험마을 인근에는 해안 포대, 해안 방어성, 전적비 등 역사적인 유적지들이 산재하고 있다. 이들 유적지에는 각각의 역사적인 사실과 민담 등 스토리텔링의 재료가 될 수 있는 다양한 소재를 지니고 있다. 특히 「오천성」(충남 보령)과 「당포성」(경남 통영), 「순천왜성」(전남 순천), 전라우수영(전남 해남) 등은 비교적 보존이 잘 되어 있으며, 근대문화유산으로는 경북 포항 구룡포에 「근대역사문화거리」가 조성되어 있어 인근의 어촌체험마을과 연

12) 지난 2013년, 경남 거제시 칠천도에 임진왜란 당시 조선 수군의 유일한 패전인 칠천량전투를 역사적 교훈으로 삼기 위한 칠천량해전공원이 개장되어 다크 투어리즘으로 활용되고 있다.

제한 상품 개발이 가능할 것으로 판단된다.

지역의 문화유산을 스토리텔링으로 활용하기 위해서는 그 문화유산의 역사적인 사실과 의미를 설명하는 것에 머무는 것이 아니라, 그 문화유산이 현재 우리가 살고 있는 시대와 어떻게 연결되며, 현대를 살아가는 우리에게 어떠한 의미를 지니고 있는지에 대한 역사적 상상력을 동원하여야 한다.

3. 설화의 활용

설화(說話)는 한 민족 사이에 구전되어 오는 이야기를 총칭하는 것으로 이를 크게 나누면 전설, 민담, 신화로 구분할 수 있다. 전설은 신격(神格)을 주체로 할 필요가 없고, 인간과 그 행위를 주체로 하는 이야기이다. 그것은 주체가 되는 사물에 따라 지명전설(地名傳說)·성명전설(姓名傳說) 등으로 분류되며, 그것을 증거할 암석·수목·산천 등의 흔적이 남아 있다. 민담에는 신화의 신성성과 위엄성 및 전설의 신빙성과 역사성이 희박하고, 그것은 흥미 위주로 된 일종의 옛 이야기이다. 그것은 동물설화·본격설화·소화(笑話) 등으로 분류되고, 또 본격설화와 파생설화(派生說話)로 구분되기도 한다(두산백과).

민담을 활용한 관광상품을 개발한 대표적인 사례가 독일 브레멘(Bremen)의 ‘브레멘 음악대’이다. ‘브레멘 음악대’는 독일의 그림(Grimm) 형제가 쓴 구전으로 전해오는 전래동화를 책으로 엮은 『그림동화』에 수록되어 있다. 브레멘 음악대는 동화로만 끝나지 않았다. 도시 곳곳에 브레멘 음악대를 연상하는 동상이 세워졌고, 당나귀 코를 만지면 ‘소원이 이루어진다’는 전설이 퍼지면서 당나귀 코는 이제 색이 벗겨져 하얀 코가 되었다. 전래동화 속의 브레멘 음악대가 관광객을 유인하는 아이콘이 된 것이다. 동화의 내용에서 동물 음악대는 결국 브레멘에 도착하지 못하는 것으로 끝을 맺고 있다. 그러나 동물 음악대가 브레멘에 도착하였는지 여부는 중요한 요인이 아니다. 동화 속의 스토리가 오늘날에 살아서 움직인다는 것이 중요하다.

우리나라의 어촌에는 대부분 바다와 관련되어 있는 전설과 민담들이 전해

지고 있다. 하근마을 왕비릉 전설(부산 기장), 연오랑과 세오녀 전설(경북 포항), 도미부인 전설(충남 보령) 등은 비교적 구체적인 스토리를 가지고 있는 전설 들이며, 별신굿이나 해신당도 많은 전설들을 가지고 있는데 애바위 전설(강원 삼척), 선돌 전설(전남 신안 압해도) 등이 이에 해당한다. 어촌지역에서 오랜 시간에 걸쳐 전승되어 오며 해당 지역의 역사, 지역민의 의식세계, 문화적 가치관 등을 반영하고 있는 설화와 민담 등을 활용할 때 중요한 점은 문학적 상상력을 동원하여 이미 알려진 설화 내용을 확장하거나, 설화의 내용을 현실 세계에 어떻게 적용할 수 있는지가 중요한 요소가 된다는 것이다.

4. 지역의 문화 콘텐츠 활용

문화 콘텐츠란 “문화유산, 생활양식, 창의적 아이디어, 가치관 등 문화적 요소들이 창의력과 상상력을 원천으로 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품”이라고 정의 할 수 있다(권오성 외, 2007). 일반적으로 문화 콘텐츠로 활용되는 매체로는 소설, 시, 드라마, 영화 등이 있다.

소설 작품의 배경으로 등장한 이후 세계적인 관광지가 된 곳 중의 하나가 바로 『빨강머리 앤』의 배경인 캐나다의 프린스 에드워드 아일랜드(PEI: Prince Edward Island)이다. PEI가 관광지로 유명해지게 된 것은 애니메이션의 힘이었다. 일본의 애니메이션 감독인 다카하타 이사오(高畑勲)가 제작한 총 50부작 애니메이션 시리즈 『빨강머리 앤』이 일본에서 선풍적인 인기를 얻게 되면서 일본 관광객들이 애니메이션의 배경을 보기 위하여 프린스 에드워드 아일랜드를 방문하게 되면서 관광지로 유명해지게 되었다. 우리나라에서 문화콘텐츠가 관광상품과 긴밀히 연결되어 있는 대표적인 사례는 드라마 『겨울연가』이다. 『겨울연가』의 배경이었던 남이섬은 한국을 방문하는 일본인 관광객들의 필수 관광코스가 되었으며, 이후에 나타나는 한류 드라마 또는 한류 영화와 관광상품이 결합되는 출발점이 되었다.

어촌을 배경으로 한 소설로는 박경리의 『김약국집 딸들』(경남 통영), 신경

숙의 「깊은 숨을 쉴 때 바다」(제주 성산포), 한승원의 「포구」, 「멍텅구리」, 「바닷가 학교」, 「물보라」(전남 장흥) 등이 있다. 한편 어촌지역에서 촬영된 드라마는 「여명의 눈동자」(포항 구룡포), 「아이리스」(제주 표선), 올인(제주 성산포) 등이 있으며 영화로는 「쉬리」(제주 중문), 「서편제」(전남 청산도), 「종려나무 숲」(경남 거제) 등이 있다. 문화콘텐츠는 대중들에게 인지도가 있는 콘텐츠를 중심으로 지역의 자연유산과 인문유산을 결합하는 방식으로 관광상품을 개발한다면 기존의 천편일률적인 관광프로그램에서 벗어나 어촌마다 보유하고 있는 독특한 매력을 발산할 수 있는 기회가 될 수 있을 것이다.

VI. 결 론

우리나라 어촌이 지니고 있는 문제점 중에서 가장 해결하여야 하는 것 중의 하나가 어촌인구의 감소이다. 어촌 정주여건의 불리함도 크게 작용하고 있지만, 어촌지역의 소득기반이 취약한 것도 어촌 인구 감소의 주요 원인이라고 할 수 있다. 어촌지역의 소득기반은 크게 어업소득과 어업 외 소득으로 구분할 수 있다. 어업소득은 어선어업 허가 취득과 양식면허 취득이 어려울 뿐 아니라 많은 초기투자 금액을 필요로 하고 있어 도시지역에서 어촌으로 이주하려는 사람이 쉽게 접근하기 어려운 상황이다. 관광산업은 제조업과 비교할 때 고용유발효과가 크기 때문에 어촌지역의 관광산업이 발달한다면 어촌지역의 일자리가 늘어나고 소득기반이 강화되는 효과를 기대할 수 있다.¹³⁾

어촌의 스토리텔링을 연구한 기존의 문헌들은 대부분 특정 지역 또는 특정 지역의 특정 콘텐츠를 중심으로 연구가 진행되었으나, 본 연구에서는 어촌체험 마을을 중심으로 우리나라 어촌관광의 현황을 살펴보고 어촌관광의 활성화를 위한 방안으로 스토리텔링의 어촌관광 적용방안을 제안하였다. 지역적 특색을 바탕으로 지속가능한 어촌관광을 위한 스토리텔링 적용 방안으로 첫째, 모차르

13) 관광산업의 고용창출효과는 10억당 15.5명으로서 제조업의 7.9명의 약 2배에 달한다.

트(W.A.Mozart)를 중심으로 다양한 스토리텔링을 만들어낸 오스트리아의 잘츠부르크의 사례와 같이 어촌지역과 연관성이 있는 지역 역사인물을 활용하여야 하며, 지역인물을 스토리텔링에 활용하기 위해서는 단순히 그 인물의 업적을 중심으로 나열하는 것이 아니라, 그의 인생관, 삶의 여정, 해당 지역과의 관계와 그 지역에 미친 영향력 등 해당 인물에 대한 여러 가지 관점에서의 접근을 통하여 다양한 스토리를 이끌어 내어야 한다. 둘째, 어촌지역에 산재한 해안 포대, 해안 방어성, 전적비 등 역사적인 유적지와 해당지역에서 생산되거나 출토된 예술품들을 활용할 때, 문화유산의 역사적인 사실과 의미를 설명하는 것에 머무는 것이 아니라, 그 문화유산이 현재 우리가 살고 있는 시대와 어떻게 연결되며, 현대를 살아가는 우리에게 어떠한 의미를 지니고 있는지에 대한 역사적 상상력을 동원하여야 한다. 셋째, 어촌지역에서 오랜시간에 걸쳐 전승되어 오며 해당 지역의 역사, 지역민의 의식세계, 문화적 가치관 등을 반영하고 있는 설화와 민담 등을 활용할 때, 문학적 상상력을 동원하여 이미 알려진 설화 내용을 확장하거나, 설화의 내용을 현실 세계에 어떻게 적용할 수 있는지가 중요한 요소이다. 넷째, 각 지역과 관련된 소설, 드라마, 영화 등 문화 콘텐츠를 활용한 지역의 관광상품 개발이 필요하다. 문화 콘텐츠는 다양한 계층과 다양한 연령에게 이미 인식되어 있기 때문에 이를 활용할 경우에는 지역에 대한 인지도를 쉽게 높일 수 있으며, 기존 문화 콘텐츠의 스토리의 확대 재생산이 가능하기 때문에 다양한 스토리텔링의 창출이 가능해진다. 세계적인 관광지가 된 이탈리아의 베로나 지역의 문화콘텐츠를 활용하여 관광스토리텔링 적용에 성공한 대표적인 사례이다.

과거 우리나라의 어촌관광은 어촌관광을 위한 기반시설의 확충에 치중하여 하드웨어적인 부분에 많은 투자가 이루어졌다. 그러나 지역적 특성을 감안하지 않은千篇일률적인 어촌관광 시설 투자는 지속적인 관광객의 유치에 실패하여 소수의 어촌체험마을을 제외한 많은 어촌체험마을에서 어촌관광이 지역의 일자리 창출과 소득기반 확충을 위한 대안이 되지 못하고 있다. 관광객이 지속적으로 방문하는 어촌이 되기 위해서는 단순한 어업체험이나 자연 경관에 의지한

관광프로그램이 아니라, 해당지역의 특성을 활용하여 그 곳이 아니면 경험하기 어려운 관광체험이 가능한 소프트웨어 중심의 어촌관광이 되도록 하여야 한다. 스토리텔링은 하드웨어 중심의 어촌관광을 소프트웨어 중심의 어촌관광으로 전환시키는 촉매가 될 것이다.

1차 심사일(2014년 5월 28일)
게재확정일(2014년 6월 11일)

■ ■ 참고문헌

1. 권오성 외. 2007. 『아시아문화개발원 설립 운영에 관한 연구』. 한국행정연구원.
2. 김미경. 2008. 『진도 축제식 상장례 민속의 연희성과 스토리텔링』. 고려대학교 박사학위논문.
3. _____. 2013. 『진도 축제식 상장례 민속의 연희성과 스토리텔링』. 민속원.
4. 김성후 · 오성수. 2012. 「도서자원의 문화관광산업화와 관광스토리텔링에 관한 연구」. 『산업경제연구』, 제25권 제3호, pp.2241-2259.
5. 김수관 · 김미경. 2013. 「스토리텔링으로 본 고군산군도 어민들의 삶과 생활」. 『한국도서연구』, 제25권 제4호, pp.1-24.
6. 김우성. 2011. 「스토리텔링 마케팅의 효과와 활용」. 『마케팅』, 제45권 제12호, pp.41-47.
7. 김 준. 2006. 「관광콘텐츠로서 어촌의 문화자원 연구」. 『도서문화』, 제28권, pp.347-378.
8. 김지선 · 이훈. 2009. 「고궁관광 평가요인과 만족도 분석: 진정성과 HISTOQUAL을 중심으로」. 『관광학연구』, 제33권 제6호, pp.37-54.
9. 김지현 · 정창무. 2011. 「스토리텔링 마케팅 기법을 활용한 지역자원 활성화 연구-강원도 정선군을 대상으로」. 『국토계획』, 제46권 제5호, pp.321-330.
10. 농림수산식품부. 2011. 『2011 어촌체험마을 관리대장』.
11. 농림축산식품부. 2013. 『어촌체험마을조성사업 설명자료』.
12. 박웅진. 2009. 「국내 콘텐츠산업 스토리텔링의 경쟁력 강화를 위한 공공적 지원 방안」. 『한국콘텐츠진흥원포커스』. 제3호, pp.2-45.
13. 반정화 · 민현석. 2009. 『서울시 근대문화유산의 스토리텔링을 통한 관광활성화 방안』. 서울시정개발연구원.
14. 성태규 · 이재현. 2010. 『충청남도 어촌체험관광실태와 활성화 연구-어촌체험마을을 중심으로』. 충남발전연구원.
15. 수협중앙회. 2013. 『2013 수협수산통계』.

16. 신동일. 2013. 『스토리텔링을 통한 제주관광 활성화 방안』. 제주발전연구원.
17. 신동주. 2011. 「어촌관광 방문동기와 만족도-장호체험마을의 2008·2010년 비교를 중심으로」. 『관광연구』, 제26권 제3호, pp.541-558.
18. 신현식·김창수. 2011. 「지역축제 스토리텔링이 축제매력성과 방문자 만족에 미치는 영향」. 『관광연구』, 제26권 제3호, pp.225-244.
19. 양위주. 2013. 「스토리텔링을 통한 관광목적지의 장소적 접근」. 동북아시아문화학회 국제학술대회 발표자료집, pp.149-152.
20. 양정임. 2011. 「관광객의 스토리텔링 경험이 관광목적지 브랜드가치인식과 러브마크에 미치는 영향관계 연구」. 경희대학교 박사학위논문.
21. 오상훈·이유라. 2014. 「관광지 스토리텔링이 관광태도와 만족도에 미치는 영향」. 『관광레저연구』, 제26권 제1호, pp.131-149.
22. 윤유석. 2010. 「스토리텔링을 통한 지역 역사인물의 대중화-안산 최용신 문화콘텐츠를 중심으로」. 『인문콘텐츠』, 제19호, pp.301-325.
23. 우성호·박석수. 2010. 「스토리텔링 기법을 이용한 공공디자인에 관한 연구」. 『한국실내디자인학회논문집』, 제19권 제1호, pp.245-252.
24. 이운선·한은선. 2007. 「한국 서복전설의 현황과 관광자원화 방향」. 『도서문화』 제30집, pp.131-160
25. 이정표. 2008. 「스토리텔링을 활용한 관광콘텐츠의 지역개발 효과에 관한 연구」. 경기대학교 석사학위논문.
26. 이진희. 2011. 「제주도 어촌관광 동기분석에 따른 관광활성화 방안에 관한 연구」. 『농촌계획』, 제17권 제3호, pp.43-53.
27. 전약표·임선희. 2011. 「스토리텔링을 통한 문화유산관광 활성화 방안-프랑스 앙보와즈성의 ‘야간 스펙터클’ 사례를 중심으로」. 『관광연구』, 제26권 제5호, pp.455-471.
28. 정명철·김미희·이은미. 2012. 「지역 설화를 활용한 공간스토리텔링 연구-영광 불갑산 상사화테마파크 스토리텔링을 중심으로」. 『한국콘텐츠학회논문지』, 제11권 제12호, pp.442-454.
29. 최영민·최현식·최영선. 2011. 「관광스토리텔링 속성이 관광태도에 미치는

- 영향 연구-제주도 한라산영실탐방로를 중심으로』. 『남도민속연구』, 제25집, pp.229-248.
30. 최인호. 2008. 『대중문화 콘텐츠를 활용한 관광지 스토리텔링』. 『한국콘텐츠학회논문지』, 제8권 제12호, pp.396-403.
31. 허경석 · 변정우. 2012. 『여행 파워블로그의 스토리텔링 요인이 관광동기와 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구』. 『한국정보기술학회논문지』, 제10권 제6호, pp.93-106.
32. 한광식 · 강석훈. 2011. 『근대인물 문화재 가치창출을 위한 스토리텔링 방법-서울특별시 등록문화재 268호 최순우 옛집을 사례로』. 『서울도시연구』, 제12권 제1호, pp.107-126.
33. 한상복. 1991. 『민족문화대백과사전』. 제15권 한국정신문화연구원.
34. 한형호. 2012. 『보길도 관광활성화를 위한 스토리텔링 제언-역사적 배경을 소재로』. 『한국도서연구』, 제24권 제2호, pp.67-90.
35. 바다여행 홈페이지(<http://www.seantour.com/SeanTour>)
36. 윌리엄스버그 홈페이지(<http://www.history.org/index.cfm>)
37. Evi 홈페이지(http://www.evi.com/q/verona_italy_population_2012)