

지역 예술관광 활성화 요인에 관한 탐색적 고찰

이 의 신* 김 선 영**

서울사이버대학교 홍익대학교

지역소멸의 위기가 가중되고 있는 현실에 많은 지자체에서는 지역 발전을 위해 다양한 관광 사업을 추진하고 있지만 예술관광 분야는 아직까지 뚜렷한 성과를 보여주고 있지 못하다. 이에 본 연구는 예술을 통해 지역의 관광을 활성화 하는 방안으로 예술관광 활성화 요인을 도출하고자 하였다. 이를 위해 선행연구에서 도출된 관광동기, 관광객 만족, 행동의도를 구성하는 요인이 예술관광에서 어떻게 차별적으로 나타나는지를 분석하였다. 연구 방법으로는 전문가를 대상으로 한 심층인터뷰를 채택하였다. 연구 결과, 예술관광 동기로는 유희, 자아실현(교육성), 자연과 문화(고유성), 체험 등 일반적 요인 외에 예술성, 신비성, 희소성이 필요하며, 관광객 만족을 위해서는 자긍심, 일탈, 정서적 유대감 등 내부적 요인과 함께 예술적 수월성이 강조되어야 하는 것으로 분석되었다. 또한 행동 의도와 관련하여 추천 의도에는 예술적 희소성이 가장 중요하며, 재방문의도를 위해서는 홍보성, 볼거리, 타인 대상 소개 욕구, 사회적 행동 등이 필요하다. 구전 의도는 예술적 수준이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구가 미래의 예술관광 활성화에 실무적, 학술적으로 기여할 수 있기를 기대한다.

주요어 : 예술관광, 지역문화, 관광 활성화, 문화관광, 공연관광

* 주저자: 이의신 /서울사이버대학교 문화예술경영학과 교수/서울시 강북구 솔매로 49길
/Tel: 02-944-5197/E-mail: yes@iscu.ac.kr

** 교신저자: 김선영/홍익대 대학원 문화예술경영학과 교수/서울시 마포구 와우산로 94
/Tel: 02-320-1970/E-mail: sunnykhill@hanmail.net

I. 서론

세계관광기구(UNWTO, World Tourism Organization)에 따르면 세계 관광 시장은 매년 지속적인 성장을 보이고 있는 가운데 2030년에는 국가 간 이동하는 국제관광객이 무려 18억 명에 달할 것으로 전망된다. 또한 코로나 팬데믹으로 침체에 빠졌던 전 세계 관광은 이미 2019년 동기 대비 약 80% 수준까지 빠르게 회복했다(UNWTO, 2023). 이러한 세계 관광시장의 흐름을 인식한 국가들은 중·장기적 국가 전략 차원에서 고부가가치 창출과 고용유발효과를 기대할 수 있는 관광산업의 육성을 위해 다양한 시도를 펼치고 있다.

국내 관광업계는 2019년 역대 최대 방한 외래객 수인 1,750만 명을 기록했지만 코로나19로 인해 2020년을 기점으로 위기를 겪었다. 이후 심각한 해외관광수적 저자가 지속되었고, 상당수 국내 관광단지들의 관광객이 줄어들어 정상적인 경영이 어려운 형편에 몰리기도 했다.

한편 민선 7기 지자체 출범과 함께 지방분권의 중요성이 더욱 강조되고, 인구 감소에 의한 소멸의 위기에 처하게 된 각 지자체는 관광객을 유치하기 위한 치열한 노력을 펼치고 있다. 또한 범정부화도시 사업에 지정되었거나 지정받으려는 도시들 역시 문화를 통한 관광 활성화 움직임이 활발하다. 하지만 이러한 노력에도 불구하고 지역의 특색이 반영된 차별화된 관광지는 현저히 부족하여 대도시권 관광에 쏠림현상이 나타나고 있다(임지혜, 2023). 창의적 경쟁력을 갖추지 못한 채 따라 하기에 급급한 관광시설 개발의 추진은 지역 경제발전에 기여하지 못하고 있는 것이다(이광희, 2019). 또한 정치적 논

리나 경제적 이해관계에 의해 억지로 상품화된 지역 정체성은 지역민의 외면을 받으며 생명력을 유지하지 못하는 경우가 많다(류정아, 2012).

현대인들은 관광에 있어 교육적·체험적 동기가 강해지면서 멀티컬처(Multi-Culture)관광¹⁾을 선호하는 경향을 보인다(정갑영, 2010). 또한 SIT(special interest travel, 테마여행)에 대한 관심과 더불어 문화적 경험, 그중에서도 특히 음악·미술·뮤지컬·연극 등 예술관광을 통한 만족을 갈망하는 추세이다(이경모, 2005). 더욱이 예술행사 관람률은 2003년 이래로 꾸준히 상승하고 있으며 예술행사 참여율과 향후 예술행사 참여 의향률 역시 지속해서 증가하는 중이다. 실제로 2014년부터 『문화기본법』이 시행되면서 문화예술 관람률은 지난 30년간 두 배 가까이 성장을 한 것으로 나타났다(문화체육관광부, 2019). 이는 국내 각 지역의 고유한 예술자원을 활용한 예술관광이 지역 관광을 활성화하는 데 중요한 역할을 할 수 있을 것임을 방증한다(한국문화관광연구원, 2015).²⁾

요컨대 예술관광이 새로운 관광 시장으로서 미래 발전 가능성이 높은 분야로 부상하고 있다. 해외의 경우, ‘태양의 서커스(Cirque du Soleil)’나 태국의 ‘시암 나라밋쇼’와 같이 첨단기술을 활용하거나, 중국의 ‘인상 시리즈’와 같이 각 지역의 장대한 자연과 문화를 무대에서 보여줌으로써 관광객을 유치하는 성공사례가 늘고 있다(유지윤, 2015). 예술을 통한 관광 활성화는 지역문화 진흥을 통한 문화도시 건설에 기여함은 물론 예술가 및 예술단체의 일자리 창출에도 기여한다(추미경, 2018). 국내의 각 지자체는 이러한 경향에 부응하여 예술을 각 지역의 새로운 성장 동력원으로 활용하려는 움직임이 활발

1) 멀티컬처(Multi-Culture)란 세계 각국의 문화를 흥미로운 대상으로 받아들이는 문화적 조류를 의미한다. 기존의 미국, 일본 등 우리가 자주 접하는 국가의 문화중심에서 벗어나, 남들이 아직 접해보지 못한 미지의 문화를 먼저 체험하고 소비하려는 열망이 높아지고 있다(정갑영, 2010).

2) 한국문화관광연구원(2015)의 예술관광에 대한 전문가 의견 조사 결과에 따르면 새로운 관광 성장 동력으로서의 가능성이 큼(44.4%), 매우 큼(33.3%), 작음(13.3%), 보통(8.9%) 등으로 나타나 대부분 긍정적으로 평가했다.

하다.

그러나 현실적으로는 예술관광 관련 대상지 방문 비율이 낮고, 관련 활동 비율 또한 높지 않다. 한국을 방문하는 외래 관광객들이 예술관광에 참여하는 경우도 거의 찾아보기 어렵다.³⁾ 예를 들어 축제의 경우, 예술을 주제로 하는 축제가 많은 해외와 달리, 국내에는 예술을 주제로 하는 축제가 상대적으로 빈약하다. 그나마 춘천마임축제, 가평 자라섬 재즈 페스티벌, 인천 펜타포트 락 페스티벌, 거창국제연극제 등 공연예술을 활용한 축제가 명맥을 유지하고 있으나 장르 및 소재의 한계, 저가 유치에 따른 제한적 시장 창출 능력 등 한계를 내포하고 있다는 지적이 많다(유지윤, 2015). 즉 예술이 관광 활성화에 기여하는 바는 그리 크지 않다는 분석이다.

예술관광에 관한 연구는 2000년대 후반부터 비교적 활발하게 진행되어왔다. 지역자원을 활용한 예술관광 활성화 방안(김상태·정광민, 2015; 신진범, 2012), 예술관광 관점에서의 문화체험 프로그램 고찰(서선숙·김경수, 2014), 예술관광으로서의 클래식 공연의 관람동기 분석(김지영, 2009), 예술관광에서의 감정 반응(장혜원·최병길, 2011), 예술관광의 이론적 체계 모형(한성호, 2002; 이무용·이유진, 2008), 문화자본과 예술관광의 관계(이형문, 2012), 예술관광의 한 분야인 공연관광 활성화 및 지원정책 방안(유지윤, 2015; 이송, 2011; 박영정, 2010; 김중현, 2010) 공연관광 프로그램 연행에 대한 연구(박창환, 2023; 한정수·오진호, 2022) 등이 그것이다.

그러나 그동안의 예술관광은 하나의 독립적인 범

주라기보다는 주로 문화관광⁴⁾의 테두리 내에서 논의되고 있으며, 문화관광에 대한 논의 또한 대체로 문화유산에 초점이 맞춘 경향이 강할 뿐더러 주로 정책적 관점(한국문화관광연구원, 2015)에서 다루었다. 또한 예술관광이라 하더라도 공연 등 일부 분야(공연관광⁵⁾)를 다루는 등 그 중요성에 비해 본격적인 논의는 상대적으로 부진하였다(Smith, 2003). 특히 공연관광에 대한 논문의 대부분은 관광환경에서 관광객에게 긍정적인 평가를 이끌어내기 위해 어떠한 퍼포먼스를 제공하는가에 초점이 맞춰져 있다.

물론 예술가들의 창작 활동이 이루어지는 곳에서 나타나는 관광에 대한 부정적 인식 등 예술인 및 기관 관계자들의 인식 개선은 예술관광 활성화의 과제로 대두되는 것도 사실이다(한국문화관광연구원, 2015).

그럼에도 불구하고 예술관광은 국제관광에 있어서 가장 비중이 크고 빠르게 성장하는 분야이다. 또한 예술로서 관광지를 알리고 지역 이미지를 창조하는 핵심적인 역할을 하며, 지역경제를 활성화하는 원천으로서도 크게 주목받고 있다. 나아가 예술인과 예술단체가 지역사회 및 일반 관광객들과 소통하고 교류하는 한편 지역 예술인의 일자리 확대에 기여할 것으로 기대된다.

특히 예술관광에 관한 연구에서 이론을 적용해 분석한 논문은 많지 않다. 이는 해외에서도 마찬가지인데 하위문화, 옴니보스 이론, 사회구조주의 이론 등을 적용한 연구 등으로 극히 제한적이다(Nataša Slak Valek·Paolo Mura, 2023).

- 3) 문화체육관광부(2023)가 발간한 ‘2022 외래관광객 조사’에 따르면 외국에서 온 관광객은 대부분 쇼핑(77.4%), 식도락 관광(54.8%), 자연경관 감상(51.5%), 고궁/역사유적지 방문(50.7%) 활동을 하고 있는 반면 예술 관련 관광 활동은 거의 하고 있지 않은 것으로 나타났다.
- 4) 세계관광기구(UNWTO)는 90년대 초반에 문화관광을 문화적 동기와 인간적 가치에 초점을 맞추어 협의와 광의로 구분하였다. 협의의 문화관광은 연구(탐험), 축제 및 기타 문화행사 참여, 예술문화여행, 자연·민속·예술연구 여행, 유적지 및 기념비 방문, 성지순례 등 문화적 동기에 의한 인간의 이동을 지칭한다. 한편 광의의 문화관광은 개인의 문화적 수준을 향상하고 새로운 지식·경험·만남 등 다양한 욕구를 충족시키는 모든 행동을 포함한다(김상태·정광민, 2015).
- 5) 공연관광은 문화관광의 하위 개념으로서, 특정 지역에 대한 방문 동기 및 관광목적을 공연예술 관람으로 설정하여 관광객을 끌어들이는 전략으로 정의된다(박영정 외, 2009).

이에 본 연구는 예술관광의 활성화를 위한 요건이 무엇인지를 구체적으로 분석해 보고자 한다. 연구방법은 관련 학계 및 현장 전문가를 대상으로 한 심층 인터뷰를 채택하였다. 연구의 내용적 범위는 기초(순수)예술⁶⁾로 한정하며, 시간적 범위는 예술관광 논의가 본격화되기 시작한 2000년대 후반부터 현재까지로 한다.

II. 이론적 고찰

1. 예술관광의 개념

예술관광은 문화관광의 하위 개념으로서 인식되고 있을 뿐(유지운, 2015) 아직까지 합의된 정의가 내려져 있지 않다. 그러나 대체로 예술관광은 박물관(미술관), 갤러리, 공연장 등에서 열리는 회화, 조각 등의 전시와 클래식 음악, 오페라 등의 공연이 주를 이루는 예술을 주제로 한 축제 이벤트를 포함하는(Zepel & Hall, 1992) 문화관광의 한 분야라고 보는 것이 일반적이다. 요컨대 예술관광은 예술(자원)을 관광화하고, 관광(자원)을 예술화하는 것이다. 이때 예술은 관광객 유치에 기여하고, 관광은 예술에 청중을 공급해주므로(이무용·이유진, 2008) 양자는 상호보완적인 관계라 할 수 있다. 최근 예술관광은 기존의 일반 관광과는 달리 독특한 수요에 의해 별개의 특성을 지닌 시장 영역을 새롭게 형성하고 있다(김지영, 2009).

Hughes(2000)는 예술관광을 기초예술, 공연예술, 예술 이벤트, 축제 및 오락(엔터테인먼트)에 참여하는 관광 활동으로 정의한 바 있다. 다만 Zepel & Hall(1992)과 같이 인간의 노력에 의해 창조되는 모든 형태의 것들을 포함하는 개념이라고 보다 폭넓게

해석하기도 한다.

한편 국내에서는 예술성, 창조성, 표현성, 순수성 등 예술이 가진 특성에 기반한 자원을 활용하여 지역을 방문한 관광객에게 관광 활동과 서비스를 제공하는 것으로서(한성호, 2002), 미술(조각 포함), 연극 등 인간의 창조적 형태를 경험하는 것, 예술콘텐츠 자원을 주목적과 다목적 동기를 가지고 관람하는 형태의 관광 등으로 정의되고 있다(한국관광공사, 1996). 이와 같은 정의들은 대체로 기초(순수)예술로 한정하고 있지만, 예술의 범위를 대중문화로까지 확대하여 다양한 예술 활동을 통해, 예술적이고 지적인 체험 또는 대중문화(entertainment), 예술축제 등에 참가하는 활동(이경모, 2005)으로 정의하기도 한다(표 1).

<표 1> 예술관광의 정의

연구자	정의
Zepel & Hall(1992)	인간의 노력으로 창조되는 모든 형태의 것들을 포함하는 개념
한국관광공사(1996)	미술, 조각, 연극 등 인간 표현과 노력의 창조 형태를 경험하는 것
Hughes(2000)	유산관광과 더불어 문화관광의 한 축
이경모(2005)	다양한 예술 활동을 통해, 예술적이고 지적인 체험 또는 엔터테인먼트, 예술축제 등에 참가하는 관광 활동

이러한 연구들을 바탕으로 본 연구에서는 예술관광을 “문화관광의 하위 개념으로서 기초예술이라는 유인물(attraction) 향유를 목적으로 행하는 관광”으로 정의하고자 한다. 여기서 논점은 예술(콘텐츠)의 범위를 어디까지로 할 것인가에 있다. 국내의 경우

6) 본 논문에서 ‘기초예술’은 순수예술이 대중예술 또는 상업예술의 상대적 개념으로 통용되는 한계를 극복하고 당대 문화의 근간을 형성하는 예술 영역이라는(fundamentals) 의미를 내포하며 대중성 또는 부가가치의 유무나 고저에 관계하지 않는 변주와 확장을 통해 문화 전반에 흡수될 수 있는 예술 반경의 핵으로 작용하는 것을 말한다(추미경 외, 2008).

기초예술과 대중예술을 비교적 엄격하게 구분하고 있기 때문이다.

문화체육관광부(2018)는 『사람이 있는 문화, 예술이 있는 삶: 새 예술정책』에서 예술자원을 예술시설, 예술유적지, 예술콘텐츠 등 3가지 범주로 분류한 바 있다. ‘예술시설’은 미술관, 갤러리, 박물관, 극장, 공연장 등의 예술 분야를 다루는 전문시설을 의미한다. 기존의 예술시설은 특정 관람객들만이 찾는 곳이라는 인식이 강했다. 그러나 최근 국립현대미술관, 뮤지엄 산, 헤이리예술마을 등의 사례에서 보듯이 일반인들의 관심과 방문이 늘고 있다(한국문화관광연구원, 2015). ‘예술유적지’는 보존할만한 예술적 가치가 남아있는 대상지로 전통예술 근원지, 문화예술마을, 예술촌, 예술상품 집적지, 영화촬영지, 작가 생가 등 예술관광이 활성화되었거나 가능성이 있는 장소를 지칭한다. 마지막으로 ‘예술콘텐츠’란 무형 예술자원을 의미하며 전시, 공연, 이벤트, 축제, 예술 관련 여행상품 등 예술자원을 활용한 체험 프로그램 등을 의미한다.

<표 2> 예술관광 자원의 정책적 범위

예술관광자원	세부 항목
예술시설	미술관, 갤러리, 박물관, 공연장, 극장 등
예술유적지	전통예술 근원지, 문화예술마을, 예술촌, 예술상품 집적지, 영화·드라마 촬영지, 작가 생가 등
예술콘텐츠	전시, 공연, 이벤트, 축제, 예술 관련 여행상품, 체험 프로그램 등

출처 : 문화체육관광부(2018)

그러나 본 연구에서는 대중예술과 마찬가지로 기초예술도 이벤트나 공연 등을 통해 관광객을 유치함으로써 지역 경제 및 이미지를 제고할 수 있으며

예술의 향유층을 넓히는 데도 기여할 수 있다는(Smith, 2003) 점에서 기초예술로 범위를 한정하고자 한다.

여기서 예술관광을 논하는 이유는 크게 세 가지로 설명할 수 있다. 첫째, 예술관광은 전술한 바와 같이 여타 문화관광과 달리 독특한 영역을 형성하고 있으며, 성공할 경우 스페인의 빌바오 사례에서 보듯이 지역 정체성의 확보에 기여함은 물론(Carballo and León, 2018) 그 파급효과가 크다. 특히 미국 뉴올리언즈(New Orleans)의 사례에서와 같이 산업 지역이나 도시의 개발에 필수적인 요소로 작용한다(Gotham, 2005). 둘째, 예술관광은 진지한 여가(serious leisure)⁷⁾가 중시되는 호모 헨드레드(Homo-hundred) 시대에 적합한 미래형 관광이다. 셋째, 기초예술에 기반한 예술관광의 활성화는 곧 기초예술의 저변 확대 등 활성화에 기여할 수 있다.

예술관광은 ‘예술 핵심(arts-core) 관광’과 ‘예술 주변부(arts-peripheral)관광’으로 구분된다(Hughes, 2000). 예술 핵심 관광은 예술 관람이 1차 동기인 관광이며, 예술 주변부 관광은 예술이 2차 동기인 관광이다. 따라서 예술 목적 관광자도 관광목적이 ‘예술이 최상위의 동기이자 주요활동인지’ 아니면 ‘전체 휴가 중 일시적이거나 2차적인 것인지’에 의해 구분할 수 있다(이형문, 2012).

2. 예술관광의 특징 및 필요성

선행연구를 종합하면 예술관광의 특징 및 필요성으로 트렌드에 부합하는 시의성, 지역경제 활성화의 대안, 문화민주주의 확산, 대안관광 등을 들 수 있는데 이를 자세히 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 예술관광은 체험 여행, 단기 여행, 멀티 제

7) Robert Stebbins(1982)는 특정한 기술, 지식과 경험 등을 얻고 표출하면서 참여자가 경력을 쌓는 아마추어, 취미 활동가 또는 자원봉사자로서 체계적인 핵심 활동이 주를 이루는 여가를 가리켜 진지한 여가라고 칭한 바 있다.

너레이션(multi generation) 여행 등 여행의 트렌드 변화에 대응하는 방안이 될 수 있다. 최근 여행자의 60%가 경험 및 체험이 중요하다고 응답할 정도로 매 순간을 즐기고 경험하는 데 중점을 둔 체험여행에 대한 선호가 증가하고 있다. 세계 최대 규모의 온라인 숙소 예약 플랫폼인 부킹닷컴(Booking.com)이 발표한 '2019년 8대 여행 트렌드' 역시 밀레니얼 세대와 Z세대를 중심으로 체험에 중점에 둔 여행 트렌드가 지속될 것으로 전망한 바 있다.

또한 단기 여행⁸⁾이 트렌드로 자리 잡고 있다. 최근 사람들은 일주일 이상의 장기 여름휴가를 가는 것보다 짧은 휴가를 연속적으로 즐기는 사람들이 증가하여 집 또는 인근 호텔에서 간단히 휴가를 보내는 스테이케이션(Staycation) 혹은 호캉스(Hocance)⁹⁾ 등을 선호한다. 이는 집 근처로 산책 또는 운동을 가거나 영화관이나 미술관 등을 방문하는 활동 등도 포함되는 개념이다. 즉 과거의 관광이 시간을 내서 멀리 가는 것을 의미했다면, 최근에는 여행의 일상화로 피크닉 즐기듯 잠깐 즐기는 것으로 그 의미가 변하고 있다. 이는 대도시권 관광에 쏠림현상이 생기고 있는 결과로 나타나고 있으며(모라비안엔코, 2022) 지역에서는 예술콘텐츠로서 각 지역의 색깔을 담아낼 수 있는 차별화할 수 있는 요소가 더욱 필요한 것이다.

한편 베이비붐 세대와 밀레니얼 세대가 함께 즐기며 세대 간 벽을 허무는 멀티제너레이션 여행도 점진적으로 확대될 것이라는 전망이 높다(노아운, 2019). 이는 여행의 목적이 다양한 감성을 추구할 수 있는 축제, 체험, 행사와 같은 레크레이션 활동

에 초점이 맞춰짐을 의미하며, 그 중심에는 예술이 있다.

둘째, 예술관광은 지역경제 활성화의 대안이 될 수 있다(Myerscough, 1988). 2003년 『지방분권특별법』 제정 이후 국가균형발전 특별회계 신설 등 지역 주도형 관광정책 추진을 위한 제도적 변화가 이루어졌으나 사업의 상당수가 자생력을 확보하는 데 실패했다는 분석이다. 이에 따라 관광을 통해 지역 경제가 살아나는 동시에 관광객도 만족할 수 있도록 지역사회를 중심으로 한 내실 있는 정책의 필요성이 대두되고 있다. 이때 예술관광이 기여하는 바가 클 것으로 기대된다.

셋째, 예술관광은 지역의 문화민주주의를 확산하는 촉매제가 된다. 문화민주주의는 결국 많은 시민이 직접 문화를 만들어가는 것이며, 이를 위해서는 공동체가 활성화되어야 한다. 문화적 측면에서 지역 공동체는 시민, 예술가, 매개자 등이 창작, 동아리, 관람 활동 등을 미술관, 공연장, 문화센터 등에서 콘텐츠를 창작, 생산, 매개, 유통, 향유, 소비하는 과정에서 형성된다. 이때 예술이야말로 시민들이 가장 체감하는 방법이라고 할 수 있다.

넷째, 예술관광은 대안관광이 될 수 있다. 대안관광이란 관광객의 대량 이동 및 활동으로 야기되는 사회 환경의 부정적 영향을 최소화하고자 하는 관광의 한 형태이다. 예술관광에 대한 선호는 대중관광에서 야기되는 '과잉관광' 즉 오버투어리즘(Overtourism)¹⁰⁾에서 나타나는 피해와 밀접한 관련이 있다(김상태, 2015). 대안관광에서는 특히 관광목적지에서의 예술 활동과 문화활동이 중요한 비중을 차지한다(Voase,

8) 여행은 관광여행과 기타여행으로 분류된다. 관광여행은 '여가/위락/휴가', '건강/치료', '종교/성지순례' 등 목적의 여행이며, 기타여행은 '단순 가족/친지 방문', '비즈니스나 출장 등 업무상 목적', '연구/교육 활동', '자원봉사 활동' 등 목적의 여행을 가리킨다(한국문화관광연구원, 2019).

9) 스테이케이션(Staycation)은 Stay와 vacation의 합성어이며, 호캉스(Hocance)는 Hotel과 vacance의 합성어이다.

10) 오버투어리즘은 지나치게 많은 관광객이 몰려들어 환경을 파괴하고 주민들의 삶을 침범하는 현상을 말한다. 이에 따라 스페인 바르셀로나시는 한때 신규 호텔 허가를 중단하기도 했으며, 필리핀 정부는 보라카이가 과잉관광으로 환경오염이 심각해지자 2018년 4월부터 6개월간 섬을 폐쇄하기도 했다. 국내의 경우, 서울의 북촌한옥마을에 나타난 '오버투어리즘' 현상이 대표적이다(한국일보, 2023.09.01.).

1997; 장애옥·최병길, 2011). 아울러 고급문화를 소비하는 관광 활동 및 체험 추구 관광객들의 증가는 예술관광이 중요 관광자원 및 관광사업의 기반으로 자리 잡는 계기로 작용하고 있다(한성호, 2002).

3. 관광 활성화 요인

일반적으로 관광이 활성화되기 위해서는 관광동기와 관광객 만족, 그리고 이에 따른 행동의도가 나타나야 한다.

관광동기는 관광객 자신의 욕구 결핍에 대한 문제해결의 과정으로서 관광행위를 하고자 하는 의도를 행동으로 표출하도록 하는 힘을 의미한다(김연선, 2019). 관광동기는 크게 유인(Pull)요인과 발현(Push)요인으로 구분된다. 유인요인은 관광목적지가 관광객을 유인하는 본질적 요소로서 신기성과 매력성을 가진 자연환경, 역사, 문화, 기후, 편의시설 등 관광객이 통제 불가능한 외부요인을 의미한다(최민식·조시영·전재균, 2018). 또한 발현요인은 관광객 내면의 욕구에서 비롯되는 것으로 일상탈출, 모험 추구, 휴식과 치유, 학습 및 친교 욕구 등을 말한다(김영미·남승민·신홍철, 2018).

관광동기를 구성하는 요인으로는 다양한 견해가 제시되고 있다. 그러나 대체로 일상탈출과 휴식(일탈성), 유희, 자아실현(교육성), 자연과 문화(교육성), 편의시설과 접근성, 체험(김진경·정규엽·한희섭, 2017) 등이 공통된 요인으로 분석된다. 여기에 가족성(최민식·조시영·전재균, 2018), 역사성, 향수성(김연선, 2019), 음식물 구입 및 시식(허유순·이진희, 2019), 쇼핑(전위·김혜란·한희섭, 2019), 친화성(임현숙·심우석, 2019), 특수성, 평화 중요성(심성우 외, 2009; 변수녀·최병길, 2007) 등이 연구 대상의 성격에 따라 추가되기도 한다. 본 연구에서 논하고 있는 예술관광에서 중요하게 다루어질 것으로 예측되는 예술성의 경우는 극히 일부 연구자(김연선, 2019)만이 관광동기의 요인으로 간주하고 있다.

관광객 만족은 관광객의 방문 전 기대와 방문 후 성과 간의 일치 여부에 따른 소비자의 태도로 정의된다(윤설민·백주아·김홍렬, 2008). 관광객 만족에 미치는 요인으로는 관광지의 사회적·물리적 특성, 교통 및 상업 서비스, 안전 및 휴식 시설, 여가 활동과 관련된 무형의 상품(Noe, 1987) 등 외부적 요인과 일탈 및 휴식, 동반자, 자긍심(이성각 외, 2023) 등 내부적 요인을 들 수 있다.

마지막으로 행동의도는 어떤 대상에 대한 태도를 형성하고 특정한 행동을 실행하려 하는 개인적 차원의 주관적인 생각을 지칭한다(문성식, 2018). 즉 관광동기가 실제 관광행동을 이끄는 심리적인 힘이 자 관광 목적을 위해 행동을 일정 방향으로 움직이게 하는 내적 심리상태로, 사람이 움직여 행동하게 되는 욕망, 충동, 감정 혹은 계기를 의미한다면(김영우, 2006), 행동의도는 관광객들이 어떤 대상에 대한 태도를 결정한 후 특정한 미래 행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념으로 개인의 주관적인 상태를 의미한다(김정훈, 2019). 따라서 행동의도는 소비자가 특정 대상에 대한 태도를 형성하고, 미래 행동으로 표출하려는 개인의 의지 또는 신념과 관련된다는(이승훈, 2019). 일반적으로 행동의도는 추천의도, 재방문의도, 구전의도 등(조선배, 2017)으로 구성되며, 이중 재방문의도(Revisit intention)에 미치는 요인은 홍보성, 불거리, 편리성(박진영·이성각, 2012), 위험성/불확실성 감소, 정서적 유대감, 타인 대상 소개 욕구, 사회적 행동, 새로운 관광 경험(Gitelson & Crompton, 1984) 등으로 정리된다.

<표 3> 관광 활성화의 일반적 요인

항목	요인
관광 동기	공통 요인 일상탈출과 휴식(일탈성), 유희, 자아실현(교육성), 자연과 문화(교육성), 편의시설과 접근성, 체험(김진경·정규엽·한희섭, 2017) 등

항목	요인
특수 요인	가족성(최민식·조시영·전재균, 2018), 역사성, 향수성(김연선, 2019), 음식물 구입 및 시식(허유순·이진희, 2019), 쇼팽(전위·김혜란·한희섭, 2019), 친화성(임현숙·심우석, 2019), 특수성, 평화 중요성(심성우 외, 2009; 변수녀·최병길, 2007), 예술성(김연선, 2019) 등
관광객 만족	외부적 요인: 사회적·물리적 특성, 교통 및 상업 서비스, 안전 및 휴식 시설, 여가 활동과 관련된 무형의 상품(Noe, 1987) 내부적 요인: 일탈 및 휴식, 동반자, 자긍심(이성각 외, 2023)
행동의도	추천의도: 홍보성, 볼거리, 편리성(박진영·이성각, 2012), 위험성/불확실성 감소, 재방문의도: 정서적 유대감, 타인 대상 소개 욕구, 사회적 행동, 새로운 관광 경험(Gitelson & Crompton, 1984) 등
	구전의도

출처 : 연구자 재구성

4. 국내외 주요 사례

1) 해외 사례

1946년 시작된 브레겐츠(Bregenz) 페스티벌은 오스트리아의 소도시(인구 3만여 명) 브레겐츠에서 개최되는 대표적 예술관광사례 중 하나이다. 여름 5주간의 오페라 공연을 통해 매년 20만 명 이상의 관광객을 불러들인다. 독일·스위스·오스트리아가 접한 콘스탄츠(독일명 보덴제) 호수를 배경으로 하는 야외무대에서 열리는 브레겐츠 페스티벌은 매일 밤 약 7,000석의 객석이 매진될 만큼 인기를 누리며 2천억 원으로 추산되는 지역경제 효과를 창출하고 있다(국제신문, 2022.08.23).

잘츠부르크 페스티벌(Salzburg Festival)은 1920년 이래 유럽 최고의 음악 페스티벌로 손꼽힌다(한국경제, 2023.07.13). 매년 7~8월에 유럽 최고의 음악가들과 연출진이 참여하여 공연을 펼치며 매해 약 25만 명 이상의 전 세계 음악 애호가들이 세계 곳곳에서 모여든다. 오페라와 관현악, 실내악, 독주회, 연극 공연이 모두 펼쳐지는 세계 최대 규모의 종합 예술제이다.

또한 영국의 에든버러 페스티벌(Edinburgh Festival)은 인터내셔널 페스티벌, 프린지 페스티벌, 필름 페스티벌, 북페어, 재즈 페스티벌, 밀리티리 타투 등 12개 주요 축제가 8월 한 달 동안 동시에 개최된다. 페스티벌 기간 동안 전 세계에서 방문하는 수백만 명의 관광객은 물론, 참여 예술가 및 공연가들을 통해 수천 개의 관련 일자리가 창출되는 등 영국 경제에 크게 이바지하며 매년 3억 파운드(약 5,100억 원)에 해당하는 경제효과를 창출하는 것으로 분석되었다(한국관광데이터랩, 2022.08.29.).

중국에는 세계 최대 수상 오페라인 인상유삼저(계립), 금면왕조(북경), 인상여강쇼(운남성), 송성가 무쇼(항주) 등이 있다. 이들은 지역의 역사와 자연의 아름다움, 전해오는 이야기를 주제로 지역문화를 예술작품으로 재창조, 승화하여 연중 공연을 함으로써 지역의 문화, 민족, 민속, 전통을 공연예술과 융합하여 문화예술의 수준 향상은 물론이고 지역경제와 상업적인 성공까지 이루어내고 있다(중앙일보, 2018.10.13.).

또한 2009년 시작된 빛, 음악, 아이디어 축제인 호주의 비비드 시드니(Vivid Sydney)에서는 조명아트, 공연, 토크쇼와 같은 다양한 행사가 진행된다. 시드니의 랜드마크와 빛이 어우러지는 축제로 매해 수백만 명의 관람객이 방문하며 시드니의 대표 축제로 자리 잡았다. 특히 지역 예술가들의 활동을 지원하기 위한 지방 정부의 전폭적인 후원으로, 도시 곳곳의 흥미로운 장소에서 유랑 공연자들의 퍼포먼스가 펼쳐져 관광객으로부터 큰 호응을 받고 있다.

2022년 개최된 비비드 시드니에는 260만 명의 관람객이 방문했다(한국경제, 2023.06.08.).

2) 국내 사례

통영국제음악제는 현대음악을 소재로 한 실험적, 창조적 프로그램을 지향하는 음악제로 그 태동과 성장이 통영지역의 사회경제 변화에 미친 영향이 크다. 2000년대 초까지 단지 문화적·역사적 잠재력을 가진 작은 어업도시에 머물렀던 통영은 음악제로 인해 문화예술 서비스, 국제교류를 중심으로 정책의 방향을 문화와 관광으로 확대하였다. 2015년 국내 최초의 유네스코음악창의도시로 지정받아 도시의 대표 브랜드가 음악이 되었다(소홍삼, 2021).

또한 평창대관령음악제는 지리적 접근이 어렵다는 문제점과 문화예술 인프라 구축이 미흡하다는 문제점을 가진 강원권에 국제적 수준의 음악 축제를 개최함으로써 문화예술의 균형발전과 고른 문화향유권을 부여함과 동시에 세계적인 음악제로 자리매김하고 있다(박주연, 2023.08.23.).

매년 초가을 가평의 자라섬에서 열리는 자라섬국제재즈페스티벌은 매해 10만 명이 넘는 내외국이 찾는 페스티벌이다. 국제재즈페스티벌이 열리며 잘 알려지지 않았던 북한강의 자라섬에 수변 산책로가 조성되고 자연수목 휴양림이 만들어지는 등 가꾸어지기 시작했다. 재즈음악의 진수를 보여주는 세계적 뮤지션들을 초청하여 섬에서 즐기는 재즈공연이라는 독특한 콘셉트로 많은 재즈애호가들 뿐 아니라 일반인들도 많이 찾고 있다. 특히 가평군 주민들의 참여도가 매우 높고, 방문자들의 만족도와 재방문을 또한 높게 검증된 행사로 인정받고 있다(소홍삼, 2021).

한편 서울거리예술 축제는 활발한 해외 교류를 통해 공동 제작된 작품과 국내 거리예술단의 창작 지원 작품 등 다양한 작품을 선보이며 도시의 거리를 예술공간으로 활용하며 시민 주도적인 축제를

지향하고 있다(서울문화재단, 2020).

춘천의 대표축제인 춘천마임축제는 일반인들이 다가가기 어려운 전문적이고 예술적인 영역의 마임을 일반인들도 쉽게 이해하고 즐길 수 있는 대중적인 영역의 마임으로 전환해 주목받고 있다(송영민·강준수, 2016). 또한 안산국제거리극축제는 시민참여형 프로그램을 통하여 공연과 연계한 프로그램을 진행함과 동시에 지역민들이 예술에 참여할 기회를 제공하고 있다(이지훈·박하늬, 2010).

전북에는 한옥자원을 활용한 야간 공연으로 지역 고유성을 살린 공간을 조성하여 예술관광자원으로 변모하였다. 야간 볼거리를 제공하는 체류형 문화관광 프로그램으로 전통문화체험과 지역 먹거리 체험, 공연 관람을 하나의 패키지로 묶어 제공하여, 전북 지역 내 경제적 파급효과, 신규 고용 창출 효과 발생을 통해 지역경제 활성화에 기여하고 있다(국제신문, 2022.05.30).

IV. 연구 방법 및 분석

1. 연구문제

본 연구는 기존 관광의 대안으로 떠오르고 있는 예술관광의 활성화 방안을 탐색적으로 모색하기 위한 것으로 이를 위해 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

(연구 문제) 예술관광의 활성화를 위해 필요한 요인은 무엇인가?

- 1) 예술관광 동기에서 중요한 요인은 어떤 것들이 있는가?
- 2) 예술관광객 만족에서 중요한 요인은 어떤 것들이 있는가?
- 3) 예술관광의 행동의도에서 중요한 요인은 어떤 것들이 있는가?

2. 연구 방법

1) 연구 참여자

연구목적의 달성을 위해 예술관광과 관련된 현장 및 학계 전문가들로 연구참여자를 목표 표집 방식으로 선정하였다(표 4).

<표 4> 연구참여자의 특성

구분	나이	성별	경력	분야
연구참여자 A	52	남	25년 이상	지역재단 부장
연구참여자 B	50	남	25년 이상	공연협회 회장
연구참여자 C	55	남	25년 이상	문화도시센터장
연구참여자 D	53	남	25년 이상	지원기관 부장
연구참여자 E	53	남	25년 이상	관광축제감독
연구참여자 F	38	여	15년 이상	예술교육
연구참여자 G	46	여	20년 이상	학예사
연구참여자 H	54	남	25년 이상	관광학 교수

2) 연구 방법

연구참여자를 대상으로 한 심층인터뷰는 반구조화된(semi-structured) 질문지를 사용하되, 연구참여자의 경험과 의식적 맥락 파악을 위해 최대한 개방적인 형태로 진행하였다. 2023년 7월 15일부터 9월 24일까지 대면 방식과 전화를 활용하여 대략 1시간 내외의 인터뷰를 진행하였다. 모든 인터뷰는 참여자의 사전 동의를 받아 녹음되었으며, 이 녹음 자료는 연구 외의 용도로는 사용되지 않고 연구 종료 후 폐기될 것임을 연구참여자들에게 고지하였다. 대면 인터뷰가 끝난 후에도 부족하거나 모호한 내용은 이메일로 추가 질문을 하였다.

3. 분석 결과

1) 예술관광동기 요인

예술관광의 동기로는 관광이 주는 기본적인 효능감 이외에 예술성, 교육성, 체험성, 역사성, 유희성 등을 들 수 있는 것으로 나타났다. 즉 예술적 매력에 의한 다양한 요인으로 예술의 고유한 역할과 교육적 가치가 예술관광의 동기로 작용하는 것이다. 연구참여자들은 예술관광은 일반적으로 문화관광의 하위영역으로 여겨져 문화관광과 중복되는 부분이 많으나 관광대상과 동기, 목적과 의도 등에서 차이를 보인다는 데 대체로 동의했다. 예술관광의 동기로는 예술성과 유희(재미)가 1차적인 동기로 꼽혔다. 이외 부가적으로 교육성, 신비성, 역사성 등이 동기로 작용한다는 의견이 다수를 이루었다. 또한 예술관광객들은 새로운 문화적 경험을 통해 아이디어와 창의성을 자극받는 한편, 과시 욕구와 인정 욕구도 가지고 있는 것으로 나타났다.

“예술관광은 유인요인 위주의 1차적인 동기부여가 되는 영역이라고 할 수 있어요 예술적 매력에 의한 다양한 요인으로 예술관광의 동기가 부여되는데 예술의 고유한 가치가 예술관광의 동기로 작용하기 때문입니다.” (연구참여자 A)

“공연예술 분야의 예술관광의 동기는 예술성과 유희(재미)가 1차적인 동기이며 부가적으로 교육성, 교육성, 신비성, 역사성 등이 동기로 작용한다고 생각합니다. 즉 예술관광은 예술성에 의한 유희(재미)와 자아실현(만족) 등 심리적인 요인을 중심적인 동기로 볼 수 있습니다.” (연구참여자 B)

“예술관광은 여행이 주는 기본적인 만족감 이외에 문화적 체험, 창의성 촉진, 교육적 가치 등의 동기를 지닌다고 생각합니다. 예술관광객들은 다양한 예술과 문화를 체험하고 새로운 아이디어, 새롭고

신선한 문화적 경험, 창의성을 자극받는 경험을 추구하는 거죠. 아울러 기본적인 파시 욕구와 인정욕구, 자아실현의 욕구도 존재하겠지요”(연구참여자 C)

“예술관광의 주요 동기는 당연히 예술의 소비라고 할 수 있죠. 위락을 위한 관광으로 예술관광을 선택하였다라도 그 형태는 예술관광이고, 예술소비이죠. 이때 예술관광 선택의 기준은 유희성도 있지만, 예술작품의 회소성과 교육성, 역사성이 크겠지요”(연구참여자 F)

또한 연구참여자들의 대부분 예술관광의 동기가 작동하기 위해서는 무엇보다 관광지와 예술콘텐츠에 대한 정보 접근이 쉬워야 한다는 의견이다. 지금까지 틀에 박힌 홍보에서 벗어나 해외문화원 등과 협력을 하거나 소셜 미디어 계정을 다국어로 만들어 홍보하는 등 정보접근성 확장이 선행되어야 한다는 것이다.

2) 예술관광객 만족 요인

관광목적지는 관광객을 유인하는 본질적 요소로서 신기성과 매력성을 가진 자연환경, 역사, 문화 등이 1차적인 유인요인(Pull)으로 작동한다. 여기서 관광 만족도는 방문 전의 기대와 방문 후에 나타나는 성과에 대한 일치 여부에서 발생하는 소비자의 태도라고 할 수 있다. 예술관광객의 만족은 예술작품의 수월성이나 예술작품을 뒷받침해주는 장소적 특이성(역사성, 스토리성 등)을 근간으로 형성된다. 공연, 전시, 축제 등에 대한 예술적 만족이 그만큼 1차적이며 여기에 자긍심, 일탈 등 심리적 만족이 중요하다. 더불어 지역의 특성과 서비스 및 안전시설, 그리고 부가 상품 등의 외부적 요인이 영향을 미친다. 즉 예술관광 대상의 실체인 예술상품의 품질(예술성, 수월성, 대중성 측면에 외부인 유인할 만큼의 매력도)과 높은 예술적 체험이 가장 중요하며 편리

한 시설이나, 서비스 등의 부가적 요인은 만족도를 상승시키는 요인이다.

“예술관광에 있어 사전 조사의 과정은 일반적이므로 예술 활동에 대한 기대와 사후 만족은 대체로 예측할 수 있습니다. 이런 점에서 예술관광객의 내부적 만족은 단순한 확인의 과정으로 볼 수 있으며 외부적 요인의 만족에도 지대한 영향을 미칩니다. 하지만 예술활동에 대한 만족이 외부적 요인에 긍정적인 영향으로 작용하는 것은 아니라고 생각합니다.”(연구참여자 A)

“예술소비가 주 목적인 예술관광의 형태는 예술적 작품이 가지고 있는 수월성, 독창성, 회소성을 얼마나 가지고 있느냐에 따라서 그 만족도가 결정된다고 할 수 있죠”(연구참여자 D)

“무엇보다 볼거리로서 예술작품의 독창성과 예술성이 중요하고, 예술을 소비하는 장소적 특이성(역사성, 스토리성 등) 및 물리적 접근도의 용이성에 따라서 그 만족이 중요한 요소로 미친다고 할 수 있습니다.”(연구참여자 E)

“예술관광에서의 콘텐츠는 직접소통보다는 감성적 의사소통이 필요합니다. 특히 해외관광객을 위한 콘텐츠는 상호작용을 고려한 창조적 표현과 신비로움 등이 중요하죠. 예술의 내용을 직접적으로 이해한다기보다는 각자의 기억 속에 오래 남길 수 있는 시각적·청각적 표현을 적절히 활용할 때 그 만족도는 극대화될 수 있을 것입니다.”(연구참여자 B)

“완성도 높고 매력 있는 예술콘텐츠가 만족도에 가장 큰 영향을 미치겠죠. 초기에 적극적인 홍보와 마케팅으로 관광객이 한번 찾더라도 완성도 있는 콘텐츠가 아니라면 곧 시장의 외면을 받을 것입니다.”(연구참여자 G)

“관광의 묘미는 여행지 문화를 많이 이해하고

확인했을 때 감동과 즐거움을 자아냅니다. 서로 다른 자연과 역사적 환경 속에서 조화를 통해 만들어진 문화에 따라 다르게 나타나기 때문이죠. 관광지의 예술작품들이 그 지역 밖에서는 잘 알려지지 않은 주제인 경우가 많고 전통 무용과 음악 등 한국 작품에서 볼 수 있는 일부 장면은 한국 문화에 익숙하지 않은 사람들에게 예술의 뉘앙스를 완전히 이해하는 것을 어렵게 만들 수 있습니다.” (연구참여자 H)

아울러 연구참여자들은 대체로 예술관광의 성공 여부는 예술을 이해하는 마니아층에 있다는 데 동의했다. 즉 예술관광은 일종의 팬덤이 만들어지고 이를 기반한 관광으로 이어지는 것이 이상적인 모델이다. 이후 예술에 의한 정서적 유대감, 타인 대상 소개 욕구 등은 재방문, 구전과 추천으로 이어질 수 있다. 특히 해외 관광객의 유치 및 재방문을 위해서는 문화적 다양성의 가치를 인식하고, 광범위한 예술의 관점을 대표하는 작품을 적극적으로 찾아내는 것이 중요하다.

3) 예술관광 행동의도

사람을 유인하는 예술관광의 행동의도는 창의적인 볼거리와 그에 따른 희소성이다. 또한 장소로서 편리한 접근성이 강조된다. 아무리 예술적 가치가 높은 콘텐츠라도 대중교통으로 접근이 어렵거나, 교통혼잡 원거리, 숙박시설의 부족 등 주변 인프라가 구축되어 있지 못하면 관광객의 방문을 기대하기 어렵다. 연구참여자들은 행동의도를 유인할 수 있는 요인인 예술관광의 시기를 조율하고 접근성을 용이하게 한다면 더욱 많은 해외관광객을 유치할 가능성이 높다는 데 대체로 동의했다.

“예술관광의 목적은 예술작품의 향유, 다양한 볼거리 및 경험이 행동의도로서 중요한 요소로 작용합니다. 그러나 관광의 본질적인 동기인 근접거

리의 관광지 선택이 필수라고 생각해요. 결국 재방문의 동기는 근접거리와 근접거리가 가지고 있는 시간과 비용절감이 우선시 고려되거든요. 근접거리를 관광지로 선택하는 것은 인간이 가지고 있는 본질적인 습성 즉, 즉각 욕구 해소 욕망과도 같은 맥락이라고도 할 수 있습니다.” (연구참여자 B)

“일정 시기의 예술관광이라면 국내 관광객뿐 아니라 해외관광객들을 유치하기 위해서 시기에 대한 적합성도 고려해봐야 합니다. 또한 예술을 위한 공간만 있는 것이 아닌 중간중간에 또는 끝난 후 잠시라도 마음 편히 쉬고 먹고 편하게 이동하며 구경도 할 수 있는 환경이 되어야 할 것입니다.” (연구참여자 E)

“원거리 예술관광은 아무리 예술적 가치가 충만하더라도 재방문의 비율은 현저히 떨어진다고 볼 수 있습니다. 물론 콘텐츠의 희소성에 따라 다르겠지만 한번 방문하여 관람을 했다면 이후 같은 콘텐츠를 위한 재방문이 망설여질 수 있는 거죠. 시간은 보이지 않는 비용입니다. 관광에서는 시간과 거리는 개인의 선택에 있어서 간접비용으로 선택됩니다” (연구참여자 B)

“행동의도 요인은 접근성의 여부와 가격 등이 해당될 수 있습니다. 가까운 거리, 경제적인 여행비용, 음식/미식 탐방 등이겠죠” (연구참여자 G)

“신기한 것은 한 번의 경험으로 채워질 수 있습니다. 예컨대 출렁다리 효과를 한 번 경험하면 대부분 두 번 방문하지 않지요. 관광객들이 예술적 감흥을 느끼고 매번 궁금증과 기대로 관광지를 찾을 수 있도록 예술 프로그램이 연속될 필요가 있습니다.” (연구참여자 H)

5) 소결 및 논의

이상 전문가들을 대상으로 실시한 심층인터뷰 결과를 종합하면 다음과 같다(표 5).

첫째, 유희, 자아실현(교육성), 자연과 문화(고유성), 체험 등 일반적 관광요소에 더하여 예술관광의 동기로 강조되는 요인으로는 예술성과 더불어 신비성, 희소성 등으로 나타났다. 이는 예술적 매력에 의해 유희(재미)와 자아실현(만족) 등의 관광 동기로 이어진다고 볼 수 있다.

둘째, 관광객 만족을 위한 요인으로는 자긍심, 일탈, 정서적 유대감 등 내부적 요인과 함께 예술적 수월성과 완성도가 중요하다. 특히 해외관광객 또는 예술에 관심이 상대적으로 적은 일반관광객에게는 직접적 표현보다는 예술을 통한 창조적 표현과 신비로움으로 감각과 표상이 상호결합하는 형태의 콘텐츠로 전달될 때 그 효과는 극대화된다.

셋째, 예술관광의 행동의도는 무엇보다 창의적이고 희소성 있는 콘텐츠다. 추천의도는 예술적 희소성, 재방문의도를 위해서는 홍보성, 주변 볼거리, 타인 대상 소개 욕구, 사회적 행동 등이 필요하며 구전 의도에는 예술적 수준이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 장소로서 편리한 접근성, 예술 관람 전후 쉬거나 식음료를 섭취할 수 있는 부대시설 등이 필요하다. 결국 수준 높은 예술 프로그램을 관람하고 예술의 여운을 즐길 수 있는 부수적인 요인이 필요한 것이다.

<표 5> 예술관광 활성화 요인

항목	요인
관광 동기	공통 요인 유희, 자아실현(교육성), 자연과 문화(고유성), 체험
	특수 요인 예술성, 신비성, 희소성
관광객 만족	외부적 요인 여가 활동과 관련된 무형의 상품
	내부적 요인 자긍심, 일탈, 정서적 유대감
	특수요인 예술의 수월성, 콘텐츠의 완성도
행동 의도	추천의도 예술적 희소성
	재방문의도 접근성, 홍보성, 볼거리, 타인 대상 소개 욕구, 사회적 행동
	구전 의도 예술적 수준
	특수요인 시기, 경제적비용

V. 결론

이 연구는 2000년대 후반부터 강조되기는 했지만 여전히 과도기적 형태를 보이고 있는 예술관광 활성화를 위한 요인을 심층인터뷰를 통해 분석해보고자 하였다.

연구 결과, 예술관광의 동기로 강조되는 요인으로는 예술성과 더불어 신비성, 희소성 등으로 나타났다. 또한 관광객 만족을 위한 요인으로 자긍심, 일탈, 정서적 유대감 등 내부적 요인과 함께 예술적 수월성과 완성도가 중요한 것으로 분석되었다. 예술관광의 행동의도에 영향을 미치는 요인으로는 예술적 희소성 및 수준, 홍보성, 주변 볼거리, 타인 대상 소개 욕구, 사회적 행동 등으로 나타났다.

이와 같은 연구결과가 시사하는 바는 예술관광에 일반적인 관광 활성화를 위한 동일한 요소가 개입되었다 하더라도 예술적인 볼거리 제공과 그에 따른 수월성, 희소성이 무엇보다 중요하다는 점이다. 즉 예술성과 전문성이 일반적인 관광요소와 접합될 때 예술관광은 성공할 수 있는 것이다. 이를 위해 예술관광객의 흥미와 신비성을 이끌어낼 수 있는 그 지역만의 독특한 콘셉트의 예술 프로그램을 관광과 연결하려는 노력을 지속적으로 기울여야 할 것이다. 또한 일방적 보여주기가 아닌 관람객과의 감성적 의사소통이 이루어질 수 있도록 고려되어야 한다. 하지만 안타깝게도 지금까지 한국의 예술관광은 막대한 예산을 들여 예술작품을 만들고 짧게 소비된 후 바로 사라져버리는 반복된 길을 걷고 있다. 무엇보다 단기간에 예술관광의 효과를 내기 위해 콘텐츠 만들기에 급급하여 창조성과 그 완성도에 소홀하거나 단발성 메가 이벤트 행사를 남발해서는 안 될 것이다.

본 연구는 예술관광의 수요가 향후 더욱 증가할 수밖에 없다는 점을 전제로 예술관광 활성화의 요인에 대한 정성적 분석을 시도했다는 데 의미가 있다. 그러나 일부 전문가의 견해에 의존함으로써 예

술관광객(소비자)의 만족과 향후 행동 등의 입장을 반영하지 못하였다는 한계를 가진다. 또한 경력과 연륜이 깊은 현장을 아는 인사들로 연구참여자를 구성하다 보니 나이와 성별이 다소 편중되는 경향을 보였다. 향후 예술관광객 또는 잠재 소비자를 대상으로 한 심층인터뷰나 양적 연구가 이루어지길 기대한다.

참고문헌

- 김상태 (2015). 지역관광협의회 필요성과 추진방안. 한국관광정책, 59, 32-37.
- 김상태, 정광민 (2015). 지역자원을 활용한 예술관광 활성화 방안, 서울: 한국문화관광연구원.
- 김연선 (2019). 전주 한옥마을 관광객의 관광동기가 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향 연구. 한국콘텐츠학회논문지, 19(1), 196-204.
- 김영미, 남승민, 신홍철 (2018). 문화유산 관광동기가 체험 및 만족과 재방문의도에 미치는 구조분석. 관광레저연구, 30(3), 265-280.
- 김영우 (2006). 방한 일본 여성관광객의 에스테틱 동기가 관광지 선택 속성, 만족, 행동의도 간의 영향 관계. 컨벤션연구, 6(2), 107-131.
- 김정훈 (2019). 시티투어 서비스품질이 관광객 만족과 행동의도에 미치는 영향. Tourism Research, 44(3), 1-20.
- 김중현 (2010). 전통 공연예술의 외래관광객 유치를 위한상품화방안. 공연문화연구, 21, 165-210.
- 김지영 (2009). 예술관광으로서 클래식 공연의 관람동기 분석: 영리, 비영리 공연비교 연구. 관광연구논총, 21(1), 71-92.
- 김진경, 정규엽, 한희섭 (2017). 방중 한국인 관광객의 관광 동기가 재방문의도에 미치는 영향. 호텔경영학연구, 26(5), 171-187.
- 김미희 (2022.8.23). 부산형 오페라 하우스 만들자 <4>오스트리아 브레겐츠 페스티벌. 국제신문 김보라 (2023.6.8.). 빛으로 물들다...비비드시드니. 한국경제
- 노아운 (2019.2). Tourism Topic. 2019 국내관광 트렌드 전망. 서울: 월간호텔&레스토랑.
- 류정아 (2012). 한국축제와 지역문화 콘텐츠. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 모라비안앤코 (2022). 한류관광마케팅 중장기 전략 수립연구보고서. 한국관광데이터랩.
- 문성식 (2018). 프랜차이즈 기업의 위기 상황에서 소비자의 부정적감정과 신뢰, 불신, 부정적 행동 의도 간 영향관계에 관한 연구. 외식경영연구, 21(6), 179-201.
- 문화체육관광부 (2023). 2022외래관광객조사. 세종시: 문화체육관광부.
- 박주연 (2023.8.17.). 평창대관령음악제 2만1000명이 찾았다...티켓판매율 71.5%. 뉴시스
- 박영정 (2010). 우리나라 공연관광의 시장 동향과 지원 정책의 방향. 예술경영연구. 16, 77-98.
- 박진영, 이성각 (2012). 경주지역 관광객의 관광동기와 재방문객 유치를 위한 방안에 관한 연구. 觀光研究, 27(3), 163-179.
- 박창환 (2023). 확장된 시어터로서 공연관광 프로그램의 단계별 연행과정 분석 : 경복궁 별빛야행 사례를 중심으로. 우리춤과 과학기술, 19(2), 119-139.
- 변수녀 (2009). 관광목적지 대안 평가 유형별 관광 동기, 관광만족 및 충성도 간의 구조모형 연구. 박사학위논문 제주대학교.
- 변수녀, 최병길 (2007). 관광의 동기, 만족 및 관광지 충성도 간의 관계 구조모형. 관광레저연구, 19(3), 29-48.
- 서울문화재단 (2020). 서울거리예술축제2020. 실현하지 못한 아이디어, 다음을 위한 기록들 서울: 서울문화재단.
- 소홍삼 (2021). 축제의 탄생. 서울: 연극과인간.

- 송영민, 강준수 (2016). 바흐친 카니발리즘을 통한 축제 속 공연 분석. *글로벌문화콘텐츠*, (24), 157-182.
- 심성우, 송학준, 이충기(2009). 비무장지대 외곽 관광객의 시장세분화와 가치 연구. *호텔경영학연구*, 18(3), 191-210.
- 심진범 (2012). 인천시 섬 예술관광 진흥에 관한 연구. 인천: 인천발전연구원.
- 유지윤 (2015). 공연관광 활성화 방안연구. 서울: 한국문화관광연구원
- 윤설민, 백주아, 김홍렬 (2008). “문화유산 방문객의 추진-유인 요인, 만족도의 영향관계에 관한 연구.” *관광연구*, 23(3), 401-423.
- 이경모 (2005). 축제시설이 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향연구. *이벤트컨벤션연구*, 1(2). 137-152.
- 이광희 (2019). 문화관광에서 길을 찾다. 서울: 산수야.
- 이무용, 이유진 (2008). 현대미술과 관광의 관계 고찰을 통한 예술관광의 이론적 체계 모형 연구. *문화경제연구*, 11(2), 27-45.
- 이성각, 조현진, 나석내, 김애숙 (2023). 전남지역 관광객의 관광동기, 만족 및 재방문의도와와의 관계 분석을 통한 관광활성화 방안에 관한 연구. *해양관광학연구*, 16(1), 177-192.
- 이송 (2011). 공연관광활성화를 위한 연구-〈미소〉를 중심으로. *무용역사기록학*, 23, 65-83.
- 이은아 (2023.7.13.). 알프스산맥, 루체른호수... 클래식 러버들의 '휴가철 버킷리스트'. *한국경제*.
- 이지훈, 박하늬 (2010). 방문동기, 만족도, 구전, 지역이미지가 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 안산거리극 축제를 중심으로. *문화경제연구*, 13(2), 155-174.
- 이형문 (2012). 문화자본과 예술관광의 관계. 박사학위논문, 강원대학교.
- 임지혜 (2023.9.13.). 지방소멸 넘어 붕괴... 관광지 는 지금 전쟁터. *쿠키뉴스*.
- 임태균 (2023.5.30.). 전주한옥마을, 아간상설공연-조선셰프 한상궁 대장정. *국제신문*.
- 임현숙, 심우석 (2019). SNS 관광정보 특성의 관광동기, 관광지 선택 영향 연구. *관광경영연구*, 88, 677-700.
- 장애욱, 최병길 (2011). 예술관광에서 감정반응의 역할: 공연예술 체험을 중심으로. *관광학연구*, 35(9), 425-444.
- 전위, 김혜란, 한희섭 (2019). 중국인 관광객의 쇼핑관광동기와 한국상품 신뢰에 대한 연구. *관광레저연구*, 31(3), 5-25.
- 정갑영 (2010). 2010 문화향수실태조사. 서울: 한국문화관광연구원.
- 조선배 (2017). 종사원 열정과 조직 신뢰가 서비스 품질에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 26(4). 17-27.
- 차이나랩 (2018.10.13.). 대륙의 스케일 자랑하는 중국의 대표 공연들. *중앙일보*
- 추미경 외 (2008). 기초예술과 문화산업의 연계방안 연구. 서울:(사)다음문화예술기획연구회.
- 추미경 (2018). 건강한 지역문화생태계 구축을 위한 화성시 문화협치 방향. 경기: 화성시문화재단.
- 최민석, 조시영, 전재균 (2018). 오토캠핑장 관광동기가 이용가치 및 만족에 미치는 영향. *관광레저연구*, 30(3), 319-336.
- 한국관광데이터랩 (2022.8.29.). 스코틀랜드, 영국 자국민들에게 국내관광 목적지로 인기상승. 한국관광데이터랩 런던지사.
- 한국문화관광연구원 (2019), 2018 국민여행조사 보고서, 서울: 한국문화관광연구원
- 한국문화관광연구원 (2014), 지속가능한 관광개발을 위한 핵심과제 추진 방안 연구. 서울: 문화체육관광부.
- 한성호 (2002). 예술관광의 체계정립 및 활성화방안에 관한 연구. *관광정책학연구*, 8(3), 181-199.

한정수, 오진호 (2022). 충북지역 역사인물을 중심으로 한 공연콘텐츠 개발사례연구- 공연<광풍 의절개>를 중심으로. *연기예술연구* 25(1), 75-90.

허유순, 이진희 (2019). 추자도 관광객의 관광 동기 유형별 만족 및 재방문 연구. *관광연구저널*, 33(1), 141-155.

Carballo, R.R. and León, C.J.(2018), “The influence of artistically recreated nature on the image of tourist destinations: Lanzarote’s art, cultural and tourism visitor centres and their links to sustainable tourism marketing”, *Journal of Sustainable Tourism*, 26(2), 192-204.

Gotham, K.F. (2005), “Tourism gentrification: the case of new Orleans’ Vieux carre (french quarter)”, *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121.

Hughes,H. (2000). *Arts, entertainment and tourism*. (1th ed.). Butterworth Heineman.

MyerscoughJ.C.(1988).*The Economic Importance of the Arts in Britain*. Policy Studies Institute.

Nataša Slak Valek·Paolo Mura (2023). Art and tourism - a systematic review of the literature. *Tourism Review*, 78(1), 273-290.

Richard J. Gitelson & John L. Crompton(1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of Tourism Research*,11(2). 199-217

Smith, Melanie K. (2003). *Issue in cultural tourism studies*.(1th ed.). Routledge.

Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific Sociological Review (now Sociological Perspectives)*, 5, 251 - 272.

Voase, R (1997). *The role of flagship cultural projects in urban regeneration: a case study and commentary*, *Managing Leisure*. 2(4). 230-241

Zeppel, H. & Hall, C.M. (1992). Arts and Heritage Tourism, Special Interest Tourism, *Belhaven*

Pres. 23. 47-68.
www.unwto.org

투고일자: 2023. 9. 4.
심사일자: 2023. 9. 19.
게재확정일자: 2023. 10. 6.

An Exploratory Study on Factors for Revitalizing Art Tourism

EuiShin Yi

SunYoung Kim

Seoul Cyber University

Hongik University

In the current situation where the crisis of regional depopulation is worsening, many local governments are pursuing various tourism projects for the development of their regions. However, the field of arts tourism has not yet shown clear results. Therefore, this study aims to identify factors for revitalizing arts tourism as a means to boost tourism in regions through the arts. To achieve this, we analyzed how factors comprising tourism motivations, tourist satisfaction, and behavioral intentions, as identified in previous studies, manifest differentially in the context of arts tourism. For our research methodology, we conducted in-depth interviews with experts. The results of the study indicate that, as arts tourism motivations, in addition to common factors such as leisure, self-realization (educational), nature and culture (uniqueness), and experiential factors, arts tourism requires artistic qualities, mystique, and rarity. To enhance tourist satisfaction, it is essential to emphasize internal factors such as pride, escapism, emotional bonds, along with artistic ease. Regarding behavioral intentions, artistic rarity is found to be the most important factor for recommending arts tourism experiences. To encourage revisits, promotional aspects, attractions, the desire to introduce others, and social interactions are necessary. Word-of-mouth intentions are predominantly influenced by artistic quality. We hope that this study can provide both practical and academic contributions to the future revitalization of arts tourism.

Keywords: Arts Tourism, Regional Culture, Tourism Revitalization, Cultural Tourism, Performance Tourism