



Tourism
관광

한국만의 매력에 취하게 할 '스토리 관광' 필요

글 정명진 코스모진여행사 대표(booking@cosmojin.com)

필자가 나온 고등학교 미술실에는 귀신이 나온다는 소문이 있었다. 그런데 그냥 귀신이 아니라, 사랑을 도와준다는 귀신이였다. 그래서 미술실에서 고백하면 사랑이 이뤄진다는 이야기가 있었다. 실제로 미술실은 수많은 커플과 구설수를 배출했다. 그래서인지 아직까지도 모교에 방문할 때면, 미술실에 꼭 한 번씩 들러 추억을 되

돌아보곤 한다. 어떻게 보면 다른 수십 개의 교실과 전혀 다를 것도 없다. 정작 필자가 1년 동안 생활했던 교실이 어디 있는지 잊어버렸음에도 미술실만큼은 또렷하게 기억한다. 이것이 공간에 담겨 있는 스토리의 힘이다.

관광은 두 가지로 나뉜다. 풍경을 보는 것과 문화를 구경하는 것. 풍경은 대개 그 자체가 직관적인 아름다

움을 가지고 있다. 반면 문화는 사안에 따라 다르지만, 직관을 넘어선 '이해'를 요구한다. 가령 피라미드에 대해 아무 사전 지식이 없는 사람이 피라미드를 본다면 웅장함만 느낄 것이다. 그러나 피라미드가 고조선이 건국되기도 전인 기원전 2500년대에 만들어졌다는 것을 알게 되면 그제야 진정한 가치와 마주할 수 있다.

김치·불고기만 연상되는 나라?

현재 국내 외국인관광 시장은 위기에 놓여 있다. 우리나라를 방문한 외국인은 2016년 1546만 명으로 사상 최고치를 기록한 이후 2017년 1333만 명으로 감소했고, 올해 1, 2월은 전년 동월 대비 낮은 수치를 보이고 있어 2018년 전망도 낙관적이지 않다. 한국문화관광연구원에 따르면, 2012년 이후 외래 관광객의 한국 재방문율은 지속적인 감소세를 보이고 있다.

대한민국을 향한 발걸음이 멎고 있는 것은 저가 여행사들이 쏟아낸 싸구려 패키지여행의 영향이 크다는 일각의 분석이 있다. 저가 패키지는 항공권과 숙박비를 원가 이하의 가격으로 파는 대신 제휴를 맺은 상점으로 관광객을 이끌고 다니며 받은 커미션으로 수익을 낸다. 쇼핑 일색의 여행은 우리나라가 아니라 세계 어디를 가도 경험할 수 있다. 다시 말해, 그저 그런 교실 중 하나가 됐다는 이야기다.

이런 현상을 단순히 패키지의 탓으로만 치부할 수는 없다. 외국인들은 물론 내국인들까지도 '한국' 하면 공통적으로 떠올리는 것이 없다. 해외 스타가 오면 '두 유 노' 관문을 통과한 뒤 김치와 불고기를 먹어야 한다. 그렇다면 우리나라는 정말 별다른 특색 없는 나라일까?

한국처럼 오랜 역사와 전통을 가지고 있는 나라는 드물다. 땅은 좁지만, 바꿔 말하면 같은 시간이 주어졌을 때 더 많은 장소에 접근해 볼 수 있다는 장점도 있다. 그러나 한국문화관광연구원의 조사에 따르면 외국인 방문객들이 방문기간 중 한 활동의 75.7%는 '쇼핑'이고 51%는 '식도락 관광'이며 '고궁/역사 유적지 방문'은 25%에 불과하다. 맞다. 우리나라는 관광 차원에서 딱히 보여줄 것 없는 나라에 머물러 있다.

국력이 강해지면서 외국인 국민 및 바이어의 방문은 지속적으로 증가하는 추세지만, 이들의 방문은 업무 중심적이고 관광 없이 본국으로 돌아갈 뿐이다. 그 누구도 숨어있는 매력적인 한국의 이야기를 전해주지 않는다. 일단 우리들 본인이 우리나라가 품고 있는 문화유산과 역사에 대해 잘 알지 못하기 때문이다. 또한 이런 제목에 이야기를 덧붙여 가치 있는 관광 콘텐츠로 개발할 전문 인력도 부족하다. 지금은 우리에게 부족한 부분을 인정하고 반성한 뒤 관광 경쟁력을 기를 방법을 생각해 봐야 할 시기다.

외국인 선호 1위, 서울 지하철

필자가 20년 가까이 외국인 VIP 의전 관광을 하며 깨달은 것이 있다. 관광의 색깔은 하나가 아니라 다채로울 때 더 매력적으로 다가온다는 것이다. 여행전문 사이트 트립어드바이저에 따르면, 외국인 관광객이 서울에 있는 811곳 관광지 중 가장 선호하는 것은 서울 지하철이다. 한국전쟁기념관은 7위, 국립중앙박물관은 10위를 차지하고 있다. 명동이나 경복궁, 남산 등 '우리가 생각하는' 랜드마크는 10위권 바깥이다.

이런 일화도 있다. 몇 년 전 나이지리아 국방부 장관이 방문해 필자가 직접 의전을 했다. 그런데 출국 직전





장관
부인이 갑자기
기 '한식당에서 먹은 멸치
볶음을 본국에 가져가고 싶다'고 요청
했다. 마트를 돌았지만 파는 곳이 없어 멸치를 들고
무작정 식당에 들어가 볶아 달라고 사정했다. 이슬아슬
하게 멸치볶음과 남은 재료, 레시피를 전달할 수 있었
고 장관 부부로부터 감사의 손 편지를 받을 수 있었다.

관광객이 100명이면 그들이 기대하는 한국도 100
가지다. 그리고 우리나라에는 이미 100가지가 넘는 가
치 있는 관광지가 있다. 다만 충분히 개발되지 않은 원
석의 상태로 존재할 뿐이다. 이렇게 발굴되지 않은 장
소, 사물, 사람은 어떠한 이야기 옷을 입혀주는가에 따
라 매력적인 관광 자원이 될 수 있다. 그리고 이 작업은
관광업계 종사자들만의 일이 아니라 대한민국 국민 누
구나 참여할 수 있는 일이다. 원대하고 거창하지 않더라
도, 일상적인 이야기가 충분히 우리 동네, 내가 자주 가
는 곳을 관광 명소로 탈바꿈할 수 있다. 필자가 생각하
는 관광가치가 있는 자원은 다음의 요소 중 하나 이상
과 부합한다.

첫째, 역사적 가치가 있다. 여기서 ‘역사’라고 하는 것은 몇 백 년 전의 먼 과거가 아니다. 1960~70년대 산업화 시절의 흔적이 남아 있는 골목이 될 수도, 80년대 시위의 아픔이 새겨진 대학가가 될 수도 있다. 혹은 재작년 광화문 촛불시위의 현장도 역사적인 가치가 있다. 역사라는 것은 과거의 이야기이고 우리에게 시사점

을 제공하는 것이다. 또 외국인 관광객들에게 현재 한국의 모습과 비교해보는 흥미로운 상상의 기회이기도 하다.

다음으로 문화적 가치가 있다. 꼭 전통적이고 우리나라 고유의 것이어야만 한다는 낡은 편견은 버리자. 외국의 유명한 햄버거 프랜차이즈도 문화적 가치가 있는 관광 자원이 될 수 있다. 최근 유명 유튜브는 우리나라에만 있는 ‘불고기 버거’를 먹고 감탄하는 외국인들을 영상에 담아내 폭발적인 반응을 이끌어냈다. 주문만 하면 자리로 라면과 볶음밥, 기타 간식거리를 가져다주는 PC방은 오직 대한민국에만 있는 특별한 편의 시설이다. 흔하거나 저렴한 것이 문제가 아니다. 관광객의 입장에서 겪어보지 못한 문화는 문화적 가치가 있는 관광 자원이다.

‘분단’ 상황도 세계인 관심 많아

마지막으로 안보적 가치가 있다. 우리의 생각 이상으로 전 세계가 한국의 안보 이슈에 지대한 관심을 가지고 있다. 필자가 VIP를 의전 할 때, 대부분의 고객들은 가시적인 안보 현황을 확인하고 싶어 했다. 이런 수요에 맞춰 DMZ와 JSA 등의 독자적인 관광 상품을 개발할 수 있었고, 좋은 반응을 유도할 수 있었다. 한국전쟁은 멀지 않은 과거의 사건이고, 그 이후로도 대한민국과 북한은 지속적으로 휴전 상태에 놓여 있으며 굵직한 안보위기 상황을 수차례 맞이했다. 한반도에 광범위하게 포진돼 있는 남북갈등의 흔적들은 저마다 가슴 절절한 이야기를 품고 있으며, 외국인 관광객들은 이것을 듣고 싶어 한다.

물론 이외에도 다양한 가치가 관광 자원의 기준을 결정한다. 그 기준은 어느 누가 지정해주는 것이 아니다. 스스로가 판단해서 '관광객에게 들려줘야 할 이야기'라면 그것이 바로 한국의 관광콘텐츠가 되는 것이다. 관광업계와 온 국민이 자신의 동네에, 지역에, 전국 방방곡곡에 수많은 이야기꽃을 피운다면 우리나라가 비로소 관광대국으로 거듭날 수 있다고 확신한다. ❶

외국인관광 추천 명소 Best 3

1. 한국 가구 박물관

서울 성북동 연희백기에 자리 잡은 한국가구박물관은 조선시대 명가의 고즈넉한 분위기가 있는 곳이다. 약 2000평의 땅 위에 펼쳐진 한옥 10채와 그 안에 채워진 목가구 2550점은 '가구 박물관'이란 이름에 조금도 부끄러움 없는 규모를 자랑한다. 전시된 가구는 주로 18~19세기의 것들로 조선 말기 사대부의 삶을 엿볼 수 있다. 중국의 시진핑 주석, 영화배우 브래드 피트 등 외국 유명인사들의 감탄을 자아내며 방한 외국인 관광객들의 이색 체험 공간으로 급부상하고 있다.



2. 봉은사 템플스테이

서울 강남구 삼성동의 고층 빌딩 한가운데 위치한 봉은사에서 매주 목요일 외국인을 대상으로 하는 일일 불교문화체험을 진행한다. 불교의 가르침과 한민족의 전통을 간직하고 있는 사찰을 먼저 둘러본 뒤, 오감으로 차를 마시며 깨달음을 구하는 다도(茶道)의 시간을 가진다. 이후 경전의 말씀을 베껴 쓰는 사경(寫經)과 참 나를 밝히는 수행인 참선(參禪)을 경험하는 것으로 일일 템플라이프 프로그램은 마무리된다. 이외에 더 깊이 불교문화를 경험하고 싶은 이들은 숙박형 템플스테이도 예약할 수 있다. 2002년 월드컵을 기점으로 시작된 템플스테이는 현재 세계적인 눈길을 끌고 있는 OECD 선정 '창의적이고 경쟁력 있는 우수 문화상품'이다.



3. DMZ 등 안보관광

비무장지대 관광은 오직 세계 유일의 분단국가인 한국에서만 가능한 관광이다. 대표적인 DMZ 방문 가능 지역으로는 판문점 JSA, 임진각 등이 있다. 나이가 최근에는 화천군에서 군과 협업체 DMZ 평화관광 상품을 내놓는 등 안보 관광의 스펙트럼이 날로 넓어지고 있다. 이러한 DMZ 관광자원은 대한민국이 현재 종전이 아닌 휴전 중임을 감안할 때 안보적인 가치가 전 세계 그 어느 곳보다 높다. 또한, 근래 들어 서울 도심에도 여의도 지하벙커, 김신조 루트 등 전쟁의 상흔이 남아 있는 관광지가 개발되며 수많은 외국인 관광객의 발걸음을 끌어들이고 있다.

