

전주한옥마을 전통문화체험관광에 대한 연구*

- 한복체험을 중심으로 -

김미라**

목 차

- | | |
|-----------------------------|-------------|
| 1. 머리말 | 4. 한복체험의 경험 |
| 2. 전주한옥마을의 관광지화 및
전통문화체험 | 5. 맺음말 |
| 3. 한복체험의 등장과 발전과정 | 참고문헌 |
| | <Abstract> |

국문초록

본 연구는 전주한옥마을에서 활발하게 이루어지고 있는 한복체험을 통해 관광객들이 왜 한복을 입는지 어떠한 감정을 느끼는지 무엇이 이들에게 한복체험을 하게 하는지 한복체험을 어떻게 하는지 그리고 한복체험을 하는 사진을 온라인에 공유하며 어떠한 의미를 발산하고 있는지 분석하였다.

이를 위해 질적연구방법에 기반하여 인류학적 현장조사와 현상학적 연구방법을 중심으로 연구를 수행하였다. 전주한옥마을에서 한복체험을 하는 관광객들을 참여 관찰 및 심층면접 하였으며, 이들이 온라인에 작성한 체험후기를 수집하여 한복체험에 대한 이들의 공통적인 의미에 대하여 분석하였다.

본 연구에서는 전주한옥마을이 관광지화되는 과정과 ‘전주 전통문화도시 육성 기본계획’사업에 대한 검토를 통해 전주한옥마을의 전통문화체험프로그램의 초기

* 본 논문은 필자의 전북대학교 석사학위논문 『전주한옥마을 전통문화체험관광에 대한 연구』 일부를 발췌하여 정리하였다.

** 한양대학교 대학원 관광학과 박사과정, E-mail: m2m0908@naver.com

계획을 살펴보았다. 이를 토대로 전통문화도시의 이미지가 형성된 전주한옥마을에서 한복체험이 등장하게 된 계기로 ‘한복데이’와 이후 한복체험과 한복대여점이 확산된 과정에 대하여 살펴보았다.

이를 통해 전주한옥마을에서 한복체험이 활성화될 수 있었던 배경 파악과 한복 체험을 하는 관광객들의 구술과 체험후기를 통해 한복체험을 하는 동기, 방법, 체험을 통해 느끼는 감정과 체험의 영향에 대해 분석할 수 있었다. 한복체험을 하는 관광객들은 전주와 전주한옥마을이 가진 전통적인 이미지와 요소로 인해 한복체험을 하고자 하는 자발성과 한복체험을 통해 이색성, 비일상성, 전통성 등을 느낀다. 또 한복을 입은 자신의 모습을 기념화하기 위해 사진을 찍고, 이를 온라인에 공유하며 과시성을 파악하였다.

본 연구는 한복체험을 하는 관광객들에 대한 심도있는 분석으로 기존 연구에서 한복체험의 경험과 의미에 대한 분석이 미흡했던 부분을 다뤘다는 점에서 의의가 있다. 이를 바탕으로 의복체험관광에 대한 이해를 높일 수 있으며, 다양한 분야의 전통문화체험관광을 이해하고 의미를 분석하는데 기여할 수 있다.

주제어 : 전주한옥마을, 체험관광, 전통문화체험관광, 한복체험, 한복대여점

1. 머리말

20여년 전 전주한옥마을은 다 쓰러져가는 허름한 집들로 가득했던 판자촌이었다. 그러나 현재는 그 말이 무색할 정도로 연간 관광객 1000만명¹⁾이 방문하며 700여채의 한옥군락이 장관을 이루는 한국의 대표적인 전통문화관광명소로 자리매김하고 있다. 전주한옥마을을 방문하는 관광객들은 일상의 단조로움에서 벗어나 이색적인 체험을 하는 모습을 볼 수 있는데, 이들은 침대 방이 아닌 딱딱한 온돌 바닥의 한옥에서 숙박을 하고, 시간을 들여 손수 한지를 자르고 붙이거나 그림을 그리면서 공예품을 만든다. 그리고 더 특별한 모습의 관광객들은 한복을 차려입은 관광객들이다. 이들은 알록달록한 한복을 입고 경기전 돌담부터 한옥이 즐비한 거리에 삼삼오오 모여 자신의 모습을 연신 카메라에 담기 바쁘다. 이처럼 전주한옥마을에서는 전통문화를 활용하여 한옥숙박체험, 한식체험, 한복체험, 전통공예체험 등 다양한 체험프로그램을 관광객

1) 세계일보, <http://www.segye.com/newsView/20190221002948?OutUrl=naver> (검색일: 2021. 04.08.)

들에게 제공하고 있다.

관광객들은 전통문화를 체험하기 위해 전주한옥마을을 방문하며 여러 체험프로그램을 통해 전통문화를 체험하고 있다고 생각한다. 그러나 전주한옥마을은 관광객들이 생각하는 것만큼 먼 과거시대의 전통을 보존해온 곳이 아니라, 일종의 테마파크처럼 관광객들이 전통문화로 느끼게끔 꾸며진 현대시대에 조성된 공간이다. 그렇다면 전주한옥마을을 찾는 관광객들은 이렇게 만들어진 요소들을 왜 전통문화라고 생각하고 전통과 관련된 체험을 하며 관광을 하는 것인가에 대한 의문이 본 연구의 출발점이다. 이를 분석하기 위해 전주한옥마을에서 관광객들이 가장 많이 하는 체험인 한복체험을 사례로 하여 살펴보고자 한다.

한옥마을을 조성하기 위한 초기에는 정부의 지원을 받기 위해 한옥, 한지, 한식, 한복, 한소리, 한글 등 ‘한(韓) 브랜드’ 사업을 추진하기 위한 계획에 초점이 맞춰져 있었고, 이러한 전통문화를 연계시켜 체험할 수 있는 문화시설들이 건축되었다. 당시의 사업 계획에는 현재 전주한옥마을에서 관광객들이 술하게 하는 한복체험과 관련한 계획이 설립되어 있지 않았다. 지금처럼 한복체험이 성행하게 된 데에는 2012년 9월 전주한옥마을에서 개최된 ‘한복데이’가 시작이다. ‘한복데이’는 전주한옥마을에서 한복을 입고 플래시몹과 전통놀이 체험 등 다양한 프로그램을 즐길 수 있는 축제로 한복을 입고 노는 독특한 모습이 인기를 끌며 전국 각지에서 ‘한복데이’가 열리게 된다. 그리고 이후 정부의 주도로 ‘한복문화주간’으로 발전하여 한복을 주제로 여러 지역에서 동시에 열리는 대표축제로 등극하게 된다. 이 외에도 한복체험과 관련된 정책과 함께 드라마, 인터넷, SNS 등 미디어를 통해 한복에 대한 관심이 확산되었다. 이로써 고궁이나 전국 곳곳의 한옥마을과 같은 전통적이라고 하는 공간에서 한복을 입고 관광하는 유행이 생겨났다.

이처럼 한복체험이 퍼지게 된 데에는 한복을 입고 관광을 하는 관광객들의 영향이 크다. 한복체험을 하는 관광객들은 단순히 한복만 입는 것을 넘어 전통적인 분위기가 느껴지는 공간을 찾아다니면서 그 공간을 배경으로 하여 한복과 어울리는 포즈를 취하며 사진을 찍는다. 그리고 찍은 사진을 SNS에 공유함으로써 즐거움과 만족감을 느끼며, 게시물을 본 사람들은 흥미를 느끼고 자신도 하고 싶다는 생각을 하게 만든다. SNS의 파급력으로 많은 사람들이 한복체험을 하게 되었고 전주한옥마을에 가면 꼭 해야 할 체험으로 인식하게 되어 현재의 모습을 만들어낸 것이다.

전주한옥마을에서는 한옥, 한식, 한지, 한복 등 다양한 전통문화를 활용한 체험관광이 이루어지고 있다. 이 중 본 연구에서는 관광객들이 전주한옥마을

에서 가장 많이 하는 전통문화체험인 한복체험을 중심으로 살펴보고자 한다. 관광객들이 왜 한복을 입는지, 한복체험을 어떻게 하는지, 한복을 입음으로써 어떠한 감정들을 느끼는지, 어떤 요소를 통해 전통문화를 체험하고 있다고 생각하는지 그리고 한복체험을 하는 사진을 온라인에 올려 어떠한 의미를 발산하고 있는지 분석하고자 한다. 이를 통해 전주한옥마을에서의 전통문화체험관광이 관광객들에게 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

본 연구의 사례인 한복체험은 전통문화적 요소가 가미된 체험관광이다. 그렇다면 왜 관광객들은 체험관광에 빠져드는 것일까? Pine&Gilmore(1998)에 의하면 사람들은 체험요인에 흡수 또는 몰입되어 적극적인 참여나 소극적인 참여 등 다차원적으로 체험에 참여하게 된다고 한다. 즉, 체험관광을 하는 관광객들에게는 체험요인이 작용하여 관광을 하게 되는 것이다. 이들은 체험경제 이론을 통해 체험의 특성에 따라 엔터테인먼트체험(Entertainment experience), 심미체험(Esthetic experience), 교육체험(Education experience), 일상탈출체험(Escape experience)으로 체험요인을 분류했다(Pine&Gilmore 1998: 102). 이들은 네 가지 체험요인을 모두 포괄하는 영역을 ‘sweet spot’이라 지칭하며, 이 영역에서 체험자들은 더 풍부한 체험을 느끼게 되어 체험상품에 대한 만족도가 극대화될 수 있다고 한다(한숙영·엄서호 2005: 133).

한복체험은 관광객이 직접 한복을 입음으로써 즐거움을 느끼기에 엔터테인먼트체험이고, 한복을 입고 경기전, 향교 등 전통적인 장소를 방문하여 주변 환경을 통해 전통문화를 느낌으로써 심미체험이며, 한복을 입고 한옥체험이나 전통문화(예절, 전통놀이 등)체험을 함으로써 교육체험, 테마파크처럼 꾸며진 한옥마을에서 평상시에는 입지 않는 한복을 입고 이색적인 기분을 느낌으로써 일상탈출체험이라 할 수 있다. 이처럼 한복체험은 체험요인을 충분히 느낄 수 있는 체험관광상품으로 본 연구의 사례로 적절하다.

이러한 한복체험에 대한 연구는 주로 관광학, 의류학의 관점에서 연구되어 왔다. 관광학의 관점에서 장호영·장병권·이훈(2017)은 고궁과 같은 문화유산 관광지에서 한복체험을 하는 관광객들의 체험 구조를 분석하여 한복과 관련된 문화유산관광에 대한 시사점을 제시하였고, 박수경·유미옥·전재균(2019)은 체험마케팅의 요소가 한복체험을 하는 관광객들에게 만족과 재방문의도에 영향을 미치는가에 대한 연구를 진행하였다. 또 김주연(2019)은 경복궁과 북촌 일대에서 한복체험을 하는 관광객들이 한복체험을 통해 어떠한 의미를 느끼고 있는지 심층면접을 통해 심층적으로 규명하여 현상학적 의미를 제시하였다.

의류학의 관점에서 최인숙·이미숙·김은정(2017)의 연구는 한복체험을 경험

한 관광객들이 SNS에 올리는 인증샷을 통해 한복의 조형적 특징을 분석한 연구를 진행하였고, 이은현(2017)의 연구에서는 질적연구를 수행하여 밀레니얼 세대의 한복에 대한 인식과 한복체험에 대하여 분석하였고, 이들이 한복에 가지고 있는 인식과 태도를 파악하고 한복체험을 위해 한복을 대여할 때 나타나는 소비 과정을 의사결정 단계를 토대로 분석하고 있다.

한편, 인류학에서도 한복체험에 관한 연구가 진행되었는데, 주도경(2017)은 한복동호회의 사례를 통해 한복을 매개로 전통이 개인들에게 어떻게 실천되고 지속되는지 연구하였다. 특히 기존에 한복의 물질성을 위주로 연구했던 것과 달리 의복으로써 사람들이 사용하는 맥락과 행위를 분석하고 있다. 박희선(2019)은 한복체험이 활성화된 2010년대 이후 한복의 대여와 체험에 대한 실증적인 연구를 위하여 한복대여점에 직접 근무하며 한복체험을 하는 관광객들의 체험과정과 모습을 통해 대여한복과 한복대여점에 대해 분석하고 있다. 이와 함께 한복체험이 활성화된 배경과 사회문화적 요인에 대하여 분석하고 있다.

본 연구에서는 기존의 연구를 바탕으로 한복체험에 대해 더 심층적인 분석을 위해 요한 호이징하(Johan Huizinga)의 놀이의 특성을 한복체험에 적용하였다. 그는 저서인 『호모 루덴스』에서 인간의 본질은 유희라는 점으로 ‘호모루덴스(Homo Ludens)’, ‘유희하는 인간’이라는 개념을 제창하는데 이 개념의 가장 중요한 특징은 놀이를 통해 일상과 현실에서 벗어나는 기분을 느낌으로써 즐거움을 얻게 된다고 한다. 이로 보아 놀이와 관광은 일상으로부터의 단절과 즐거움을 추구한다는 면에서 그 특성을 공유한다. 놀이는 일상적인 삶과 분리되고 일상에서의 질서와 규범이 전복되는 특성을 갖고 있으며, 이와 유사하게 관광은 일시적으로 일상의 활동 규범에서 이탈하여 이색적인 공간에서의 경험을 통해 일상에 새로움을 부여하려는 특성을 가지고 있다(인태정, 2007: 24). 즉, 인간은 즐거움을 추구하는 존재로 그 수단으로써 놀이를 하며 다양한 경험을 통해 즐거움을 얻고자 한다. 놀이는 그 자체로 경험이자 체험으로 볼 수 있으며 관광을 놀이하는 행위로 함으로써 즐거움과 호기심을 충족시킬 수 있기 때문에 사람들이 관광을 하는 체험동기로 작용한다. 따라서 본 연구에서는 한복체험을 놀이의 특성에 적용하여 관광객들이 한복체험에서 느끼는 놀이성을 분석하고자 한다. 이와 함께 본 연구는 한복체험에 대한 선행 연구들이 주로 경복궁과 같은 고궁과 서울 일대의 전통문화공간에 편향되어 있기에 한복체험과 한복대여점이 최초로 시작된 전주한옥마을을 중심으로 확산과정과 관광객들에 대한 연구의 필요성으로 본 연구를 진행하였다.

이를 위해 본 연구는 질적연구에 기반한 인류학적 현장조사(Fieldwork)와

현상학적 연구방법을 활용하여 연구를 수행하였다. 본 연구자는 지속적으로 전주한옥마을을 방문하여 한복체험을 하는 관광객들의 체험양상을 관찰하고 직접 체험을 하였다. 이러한 참여관찰을 통해 관광객들이 한복을 입고 어떻게 관광하는지 대략적인 양상을 파악할 수 있었다. 또 한복체험을 하는 관광객들의 심층인터뷰와 이들이 온라인에 올리는 게시물을 통해 이들의 한복체험에서 공통적으로 드러나는 체험동기, 체험형태, 즐거움과 만족 등 감정에 대하여 구체적으로 파악할 수 있었으며, 이들이 왜 이러한 체험을 하는지에 대한 분석을 진행하였다. 이와 함께 한복체험을 유행시킨 ‘한복데이’ 기획자의 심층인터뷰를 통해 한복체험의 초기 기획 단계부터 변화 및 유행 과정을 파악할 수 있었으며, 당시 전주시 관광마케팅 팀장의 심층인터뷰를 통하여 한복체험이 확산될 수 있었던 배경에 대해 살펴보았다.

2. 전주한옥마을의 관광지화 및 전통문화체험

1) 전주한옥마을의 형성과 부상

전주한옥마을은 일제강점기에 일본인들의 세력 확장에 대한 반발로 교동과 풍남동 일대에 한옥을 짓고 살면서 한옥촌이 형성된 곳으로, 이후 1970년대부터 1990년대까지 한옥보존정책에 의해 갖은 논란과 변화를 겪고, 2000년대부터 본격적으로 관광지화 되기 시작한다. 그 시작에는 ‘2002 월드컵’ 전주개최가 계기가 되었고 한옥마을 개발의 전환점을 맞게 된다. 당시 전주는 도심 내 역사 유적지가 존재하고 판소리, 음식, 역사의 전통문화가 생생하게 살아있어 문화월드컵의 면모를 보여 줄 수 있는 기대를 받고 있었다. 그러나 전주가 내세운 전통문화는 무형에 가까워 볼거리, 놀거리가 없었으며, 전주의 전통적인 도시 이미지를 보여주고 관광객들을 수용할 수 있는 공간이 마땅치 않았다. 이에 전주시는 한국의 전통문화를 보여줄 수 있는 상징적인 공간으로 전통적 경관을 잘 유지하고 있는 교동과 풍남동 일대의 한옥밀집지역에 주목한다.²⁾ 이 일대는 경기전, 향교, 오목대 등 조선시대의 문화유산과 많은 한옥이 있어, 전주시는 이를 되살려 전통문화를 가장 잘 보여줄 수 있는 상징적인 공간으로

2) 이선희, 2008, 『전통문화구역 정책이 주민사회에 미친 영향: ‘전주한옥마을’을 사례로』, 전북대학교 석사학위논문, 32쪽.

조성하고자 했다. 이를 통해 월드컵 때 전주를 방문할 내·외국인 관광객들에게 가장 한국적인 것을 보여줌으로써 전통문화도시 전주의 위상을 알리고자 했다.

이에 맞춰 전주시는 “도시한옥군에 대한 계획적인 개발을 통해 전통적인 경관 형성과 주변 문화유적지와 연계하여 지역활성화를 도모하고, 전통미를 갖춘 문화·예술 공간으로 조성”하는 것을 목적으로 1999년 ‘전통문화특구 기본 및 사업계획’과 한옥마을을 보전하기 위해 2000년 ‘전통문화구역 지구단위계획’을 수립한다.³⁾ 이후 2002년 ‘전주시 한옥보전지원조례’ 제정과 2003년 ‘전통문화구역 지구단위계획’ 지정·고시, 2005년 ‘전주 전통문화도시 육성 기본계획’ 등 여러 개발정책을 거쳐 전주한옥마을의 활성화에 기여하게 된다.

그리고 전주한옥마을이 관광명소로 부상할 수 있도록 기반이 된 여러 배경들이 있다. 먼저 2007년 스마트폰이 등장하고 온라인을 통한 대중 매체들이 발전하면서 전주한옥마을과 연관된 수많은 키워드들이 온라인상에 올라가게 되었고 사람들이 쉽게 접할 수 있게 되었다. 전주시 차원에서도 전주한옥마을에 대하여 온라인을 통해 언론보도를 하거나 영화와 드라마 촬영지로⁴⁾ 대중매체를 통해 많은 홍보를 했다. 스마트폰이 발달하고 개인들에게 보급되면서 ‘페이스북’, ‘인스타그램’, ‘트위터’와 같은 SNS가 등장하게 되었고, 주 사용자인 젊은층들이 전주한옥마을과 관련된 게시물을 접하게 됐다. 또 2010년대 초반 전주시에서 수학여행단을 유치하면서 전주한옥마을을 수학여행 관광지로 부각시켰고, 이 외에도 2011년 전주에 KTX가 개통되면서 전주에 대한 접근성이 높아짐과 동시에 국제적인 행사였던 2012년 여수세계박람회와 2013년 순천만 국제정원박람회가 개최되면서 국제적인 행사를 관람하기 위한 사람들이 전주를 거쳐 가게 되면서 전주한옥마을을 방문한 관광객들도 늘게 되었다. 이렇게 관광명소로 부상한 전주한옥마을은 2010년 ‘한국관광의 별’, ‘국제슬로시티’ 지정 2015년 문화체육관광부와 한국관광공사가 선정한 ‘대한민국 대표 관광명소’ 선정 등 각종 타이틀과 수상으로 그 우수성을 인정받았으며,⁵⁾ 2016년 연간 관광객 1000만 명을 넘어서면서 2018년까지 3년 연속 1000만 명 이상의 관광객들이 찾는 인기 관광지로 자리매김하게 된다.⁶⁾

3) 문창현, 2008, 『전통문화구역의 관광명소개발이 지역주민에 미치는 영향: 전주한옥마을을 중심으로』, 『관광연구저널』22(1), 37쪽.

4) ‘용의 눈물(1996)’, ‘약속(1998)’, ‘YMCA야구단(2002)’, ‘전우치(2009)’, ‘성균관 스캔들(2010)’, ‘광해(2012)’, ‘구르미 그린 달빛(2016)’, ‘미스터 션샤인(2018)’ 등 최근까지 영화와 드라마에서 전주한옥마을 곳곳이 등장하면서 촬영장소로 관광객들의 인기를 끌고 있다.

5) 전주한옥마을 공식 홈페이지 참고, <http://hanok.jeonju.go.kr/>

6) 한옥마을 관광객 현황 및 증가율(2006~2018년) (단위: 천명)

2) 전주 전통문화도시 사업과 전통문화체험 프로그램

한국의 대표적인 전통문화도시 전주는 전통이라는 테마가 특화된 곳으로 전주가 전통문화도시로 자리 잡기까지에는 2002년 참여정부의 문화도시전략의 영향으로 전주를 전통문화도시로 추진하기 위한 사업계획들이 바탕이 됐다. 이 중 2005년 수립된 ‘전주 전통문화도시 육성 기본계획’에서는 전주가 전통문화도시로 육성하기에 적합한 지역으로, 현대사회에서 전통문화에 대한 가치가 높아지면서 전주는 풍부한 전통문화자원과 특히 전통적 삶이 현대적 생활양식에서 변형되고 수용된 살아있는 도시로 그 가치와 잠재력이 높기 때문에 본 계획을 통해 전주를 전통문화 중심도시로 육성시키려는 타당성과 비전을 확보하려고 했다⁷⁾.

이러한 배경을 바탕으로 전주를 전통문화도시로 육성하기 위한 비전을 ‘가장 한국적인 도시 전주’를 설정하고, 도시의 컨셉과 목표를 ‘전통생활문화도시’, ‘전통문화창조도시’, ‘전통문화체험도시’로 설정하였다. 따라서 이에 달성하기 위한 5대 핵심전략사업으로 첫째, 전통문화도시경관조성 둘째, 한국문화체험 중심도시 셋째, 한브랜드허브도시 넷째, 아·태 무형문화거점도시 다섯째, 전주한옥마을브랜드화를 추진하고자했다.

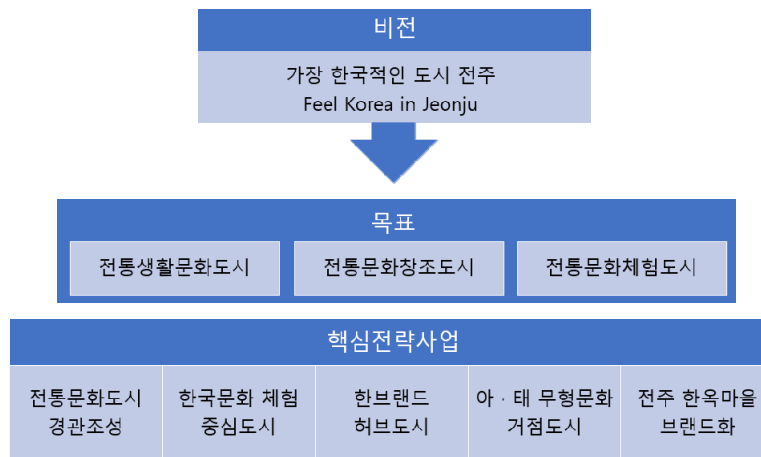


그림 1. 전주 전통문화도시 조성 체계도⁸⁾

연도	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
방문객	1,066	1,095	1,306	2,848	3,500	4,092	4,932	5,082	5,928	9,653	10,669	11,907	10,539
증가율		2.7%	19.3%	118.1%	22.9%	16.9%	20.5%	3.04%	16.7%	62.8%	10.5%	11.6%	-11.5%

전주시, 2014, 전주한옥마을 현황 참고(연구자 재정리).

7) 전주시, 2005, 전주 전통문화도시 육성 기본계획, 4-5쪽.

본 연구는 전주한옥마을의 전통문화체험의 사례인 한복체험을 사례로 살펴보고자 한다. 따라서 ‘전주 전통문화도시 육성 기본계획’의 핵심전략사업 중 ‘한국문화 체험 중심도시’와 ‘전주 한옥마을 브랜드화’ 사업에서 전통문화체험과 관련된 프로그램을 살펴보았다. 먼저 ‘한국문화 체험 중심도시’ 핵심전략사업의 추진과제 중에서는 전주시민과 관광객, 외국인 등 다양한 사람들이 한국의 전통생활문화를 체험할 수 있도록 공간과 프로그램을 마련하여 전통문화를 일상화하고자 했다. 이를 위하여 전통생활문화체험과 교육 프로그램을 개발하고자 했고, 추진사업으로 첫째, 먹거리, 공예품, 한옥 상품 개발 둘째, 전통생활문화체험프로그램개발 및 교구개발 셋째, 청소년 전통문화체험 프로그램 넷째, 전통문화교육 교재/교구 개발사업 다섯째, 한방문화상품 개발사업을 구체적인 중점과제로 추진하고자 했다.⁹⁾

이 중 한복과 관련된 프로그램으로는 천연소재 재료를 통해 실에서 천으로 그리고 옷이 되는 과정을 한복을 만드는 전 과정을 단계별로 이해하는 교육을 실시하고자 했다. 따라서 한복의 원재료인 목화를 재배할 수 있는 단지를 마련하여 목화씨를 파종하고 재래목화를 재배하였고, 재배한 목화에서 솜을 분리(씨아)하고, 목화솜에서 질을 갖고(물레), 씨줄과 날줄직조를 베틀을 사용하여 천을 만들어 천염염색까지 해보는 체험을 통해 한복제작을 시행하고자 했다.

그리고 ‘전주한옥마을 브랜드화’ 핵심전략사업에서는 테마형 한옥체험 프로그램을 개발하고자했다. 당시 한옥마을에서는 전통문화 체험 프로그램이 운영되고 있었지만, 문화시설과 프로그램 간 연계 프로그램이 부족하고, 차별화된 프로그램의 부재로 단순 관람으로만 이루어져 체류형 관광객들이 미미했다. 따라서 체류형 관광객들의 증가를 위해 테마별로 한옥을 개보수하여 다양한 숙박체험프로그램을 운영하고, 전통한옥민박시설로 활용함으로써 전통한옥체험과 함께 음식체험, 한지체험, 소리체험, 다례체험, 서예체험 등 전통문화체험을 할 수 있는 한옥숙박시설을 계획하였음을 알 수 있다.

3) 전주한옥마을 전통문화체험 프로그램

‘전주 전통문화도시 육성 기본계획’에서는 현재 전주한옥마을에서 관광객들이 체험하는 한복체험과 같은 형태의 전통문화체험은 계획되지 않았음을 알 수 있다. 그러나 앞서 살펴본 계획을 통해 전주가 전통문화도시로 나아가는데

8) 전주시, 2005, 앞의 책, 279쪽.

9) 전주시, 2005, 앞의 책, 253-258쪽.

전주한옥마을이 중심이 되었고, 이곳에서 전통문화를 체험할 수 있게 조성하는 것이 전주 전통문화도시 조성사업의 중요한 부분이었음을 알 수 있다. 따라서 전주전통문화관, 공예품전시관, 소리문화관, 부채문화관 등 공공 및 민간 문화시설들이 운영되었고, 각 시설의 특징에 맞는 전통문화체험 프로그램이 시행되었다. 이 외에 한옥에서의 전통문화체험과 관련한 사업으로 한옥숙박시설에서 전통문화체험 프로그램을 운영할 수 있도록 지원사업을 진행했다. 이 사업에서는 한옥을 가진 사람들이 숙박시설로 제공할 수 있도록 한옥을 개보수해주고, 한옥 공간에서 전통문화체험을 할 수 있게 지원해주었다. 이로 보아 전주한옥마을에서 초창기 전통문화체험 프로그램은 한옥이라는 공간을 중심으로 체험 프로그램들이 구성되었고, 전주한옥마을의 정체성과 브랜드가 한옥에서부터 발현되고 있음을 알 수 있다.

옛날 사업 중에서 전통문화체험 프로그램에 대한 지원사업으로 한옥숙박시설에 지원을 해줬어요. 한옥이라고하는 주거공간. 공간을 제공해주고 거기에서 한복체험 프로그램을 운영했죠. 그 주거공간을 개보수하는 것. 오래된 것을 새로 고쳐서 숙박시설로 제공하는 것을 제공해줬어요. 그러면 내가 한옥을 오래된 것을 가지고 있으면 내가 신청 해가지고 그걸 개보수해서 고쳐가지고 사업을 했죠. 그 프로그램 안에 내가 예를 들어서 한복체험을 하고 싶어, 다도체험을 하고 싶어, 판소리체험을 하고 싶어, 아니면 뭐 음식체험, 비빔밥 만드는 걸 하고 싶어. 그러면 그 안에 다 들어가 있는 거예요. 국악체험까지. 그러면 자기들은 그 계획서를 내가지고 그게 선정이 되면 그걸 가지고 운영을 하는 거죠. (前 전주시 관광마케팅 팀장님 인터뷰, 2021.06.12., 한국전통문화전당 카페)

한편, 전주한옥마을 내에 건립된 여러 문화시설 중 전주공예품전시관과 명품관이 운영되면서 태조로 주변으로 공예제품 전시 및 판매, 체험을 진행하는 공예공방들이 모여든다. 공예가들이 한옥마을로 유입된 이유는 한옥마을의 분위기와 경관이 공예품과 잘 어울린다고 생각하거나, 그들 공예가 가진 전통적인 가치와 전주한옥마을의 전통적인 이미지가 연결성이 있다고 생각하여 한옥마을로 들어왔으며, 이는 곧 전주한옥마을을 공예의 중심지로 거듭나게 했다.¹⁰⁾ 전주한옥마을 내 문화시설 설립과 전주 전통문화도시 육성 사업의 시행으로 주거공간이었던 한옥마을이 전통문화관광지로 변하였고, 한옥마을을 찾

는 관광객들은 관람형의 관광보다는 직접 체험해보는 관광상품을 선호하면서 공예공방에서 제공하는 전통공예체험을 전주한옥마을의 전통문화체험상품으로 인식하고 선호하게 된다.

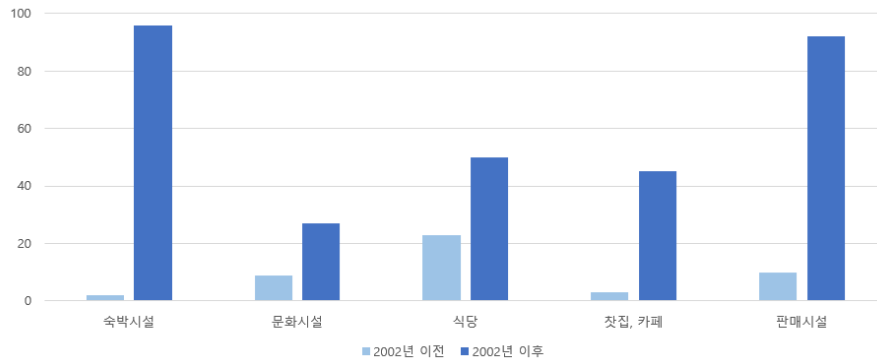


그림 2. 2002년 전후 전주한옥마을 각종시설 증가폭¹¹⁾

표 1. 2002년 이후 전주한옥마을 판매시설 유형 및 비율¹²⁾

구분	내용	수	비율 (%)
판매시설 유형	공방 (체험상품 有)	23	20.4
	공예·기념품 (체험상품 無)	67	59.3
	특산품 (식품부문)	7	6.2
	슈퍼, 편의점	16	14.2

<그림 2>은 2013년에 실시한 전주한옥마을의 문화 및 상업시설 조사로 개발 초기인 2002년을 전후로 여러 상업시설이 크게 증가하였음을 볼 수 있다. 그 중 <표 1>를 통해 판매시설의 유형을 살펴볼 수 있는데, 판매시설 중 공예·기념품 판매점과 체험이 가능한 공방의 비중이 대부분인 것을 알 수 있다. 이로 보아 전주한옥마을을 방문한 사람들은 한옥에서 잠을 자고, 공방에서 공예 체험을 하며, 한옥마을의 방문을 기념할만한 상품들을 사가지고 가는 것이다. 즉, 전주한옥마을을 방문한 관광객들이 전통문화체험에 대한 관심이 증가하였고, 이로 인해 전통문화체험상품을 제공하는 상업시설들도 증가했음을 알 수

10) 김동영, 2010, 『도심활성화에서 신예술가집단의 역할: 전주한옥마을 사례를 중심으로』, 전북대학교 박사학위논문, 216쪽.

11) 전주문화재단, 2014, 『전통문화도시 조사·기록화 사업: 2년의 기록』, 24쪽.

12) 전주문화재단, 2014, 앞의 책, 27쪽.

있다.

한편, 전주한옥마을의 전통문화체험에 새로운 바람이 불기 시작한다. 바로 한복체험이다. 전주한옥마을에서 한복체험이 시작된 것은 2012년에 열린 ‘한복데이’로 2015년까지 3년간 지속된다. ‘한복데이’를 기점으로 전주한옥마을에는 한복을 입는 유행이 정착하게 되고, 전주한옥마을의 대표적인 전통문화 체험상품으로 자리 잡는다. 즉, 한복이 특정한 날에만 입는 옷이 아니라 전주한옥마을에서는 언제든지 입고 노는 장소로 인식되게 되면서 사람들은 한복을 입으려고 전주한옥마을로 여행을 오게 되고, 전주한옥마을은 한옥, 한식, 공예에 이어 한복체험까지도 가능한 명실상부한 전통문화관광명소로 자리매김하게 된다.

3. 한복체험의 등장과 발전과정

1) 한복데이와 한복문화주간

전주한옥마을을 방문한 관광객들이 가장 많이 하는 체험 중 하나는 한복체험으로 형형색색의 한복을 입은 관광객들이 한옥마을의 거리를 물들이고 있는 모습을 볼 수 있다. 이들은 한복을 입고 한옥을 배경으로 사진을 찍거나 길거리 음식을 먹으며 거리를 누비며 다른 관광지에서는 볼 수 없는 이색적인 모습을 보여준다. 전주한옥마을뿐만 아니라 서울의 고궁과 경주 한옥마을, 남원 광한루 등 전통문화와 관련된 관광지에서는 한복을 입고 노는 관광객들을 흔하게 볼 수 있는데, 이러한 유행은 전주한옥마을에서 2012년에 열린 ‘한복데이’가 시초다. ‘한복데이’는 최초의 한복대여점 ‘한복남’의 박세상 대표가 만든 축제로 전주한옥마을을 방문한 관광객들이 한옥과 먹거리 외에 즐길거리로 좀 더 한옥마을의 매력을 느낄 수 있도록 고안해 낸 축제다. 그는 과거 일본여행에서의 사람들이 축제에 기모노를 입고 노는 모습을 떠올렸고, 한옥마을에서 한복을 입고 축제를 즐기면 좋을 것 같다는 생각으로 한복을 입고, 한식을 먹고, 전통놀이도 하는 ‘한복데이’를 기획하게 된다.

‘한복데이’는 아주 우연하게 만들게 된 건데 일본으로 스무살 초반에 여행을 갔다가 기모노를 입고 축제를 즐기는 일본사람들을 본 적이 있어요. 그게 너무 인상이 깊었는데 그냥 그때는 부러웠었던

문화였어요. 그거를 이제 여행의 추억으로만 가지고 있다가 마침 전주라는 도시에서 제가 일을 해야 할 일이 생겼을 때 전주에 필요한 게 뭘까 생각했을 때 그 여행의 기억이 떠올랐어요. 그래서 전주라면 한복을 입고 축제를 즐기는 것이 가능하겠다는 판단을 했고. 사실 이게 가능했었던 건 서울 홍대, 이태원은 불가능했지만 전주라면 가능하겠다는 지역적인 특색을 조금 빨리 캐치했었던 것 같아요. (박세상 대표 인터뷰, 2021.05.10., 전주한옥마을 카페)

특히 전주는 전통문화도시라는 이미지와 전주한옥마을이 한국의 대표적인 전통문화관광지로 관광지화가 잘 되어 있었기 때문에 전주라면 한복을 입고 노는 문화가 성행할 수 있겠다는 박세상 대표의 인식이 작용했음을 확인할 수 있다. 이러한 기획 속 2012년 ‘한복데이’가 열렸고, 가장 눈길을 끌고 화제가 되었던 프로그램은 ‘한복 플래시몹’이었다. 경기전 앞 광장에서 한복을 입은 300여명의 사람들이 당시 유행곡인 싸이의 ‘강남스타일’ 노래에 맞춰 춤을 추었고 이렇게 이색적인 모습은 사람들의 관심을 끌 수 있었다.

이처럼 ‘한복데이’의 이색적인 모습 때문에 사람들이 관심을 갖고 인기를 끌기도 했지만, SNS의 영향으로 축제가 확산되기도 했다. 초기 ‘한복데이’는 비영리성의 축제로 저예산으로 축제를 운영하고 홍보까지 하는데 제한이 많았다. 그래서 박세상 대표는 페이스북을 활용하여 ‘한복데이’를 홍보하기 시작했다. 그는 카드뉴스 형식으로 ‘한복데이’의 취지와 프로그램을 알리는 게시물을 만들어 업로드했고, 각종 SNS에 퍼져나가면서 ‘한복데이’에 참여하고자하는 사람들의 댓글과 수십만 개의 ‘좋아요’가 늘었다. 게시물이 공유되면서 ‘한복데이’에는 전국 곳곳의 사람들이 참여하게 되었는데, 특히 이들은 ‘한복데이’의 프로그램 외에도 한복을 입고 버스킹을 한다든가, 비보잉을 한다든가, 그림을 그리는 등 축제의 프로그램에만 얽매이지 않고 스스로 즐기며 노는 모습을 보였다. 이러한 ‘한복데이’는 2015년에는 3000명이 넘는 사람들이 참여하면서 해를 거듭하며 많은 사람들이 한복을 입고 즐기는 축제로 인정받게 된다.¹³⁾

현재는 ‘한복데이’라는 이름의 축제는 열리지 않고, 2018년부터 매년 정부가 주도하여 ‘한복문화주간’이라는 축제로 발전했다. ‘한복문화주간’은 문화체육관광부 산하의 한국공예디자인문화진흥원의 부설기관인 한복진흥센터에서 주관하여 개최하고 있으며, 한복문화의 향유기회를 전국 단위로 확산하여 보

13) 서울신문, https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20201216017007&wlog_tag3=naver (검색일: 2021.04.22.)

다 다양한 계층이 한복문화체험을 즐길 수 있는 장을 마련하는데 목적이 있다. ‘한복문화주간’은 전국의 주요 지역에서 그 지역 특색에 맞춘 한복 프로그램을 진행한다는 특징이 있다. 올해 개최된 ‘2021 한복문화주간’은 코로나바이러스감염증-19(COVID-19)으로 온·오프라인으로 서울, 전주, 남원, 곡성, 상주, 경주, 진주 지역에서 행사가 진행되었다. 이 중 전주는 ‘전주한복오감’을 주제로 다른 지역에 비해 한복과 직접적으로 관련된 프로그램 위주로 운영되었다.

‘전주한복오감’은 전주의 대표 한식인 비빔밥에서 영감을 받아 ‘보다, 배우다, 즐기다, 사다, 걷다’를 주제로 한복의 다양한 맛과 멋을 보여주겠다는 의미를 담았다. 주요 프로그램으로 오프라인에서는 전주한옥마을에서 한복을 입은 모습을 사진찍고 인화해주는 사진체험과 생활한복, 전통한복, 장신구 등 한복 상품을 구매할 수 있는 한복장터가 운영되었다. 온라인에서는 유튜브 생중계와 함께 진행한 한복패션쇼, 유튜브 인플루언서들의 전주맛집 랜선투어를 진행한 한복맛길순례단, 그리고 인스타그램 사진 필터를 활용한 랜선 한복입기 등 온라인을 적극적으로 활용하여 한복과 관련된 프로그램들을 진행하였다. 이를 통해 전주를 한복 선도 도시로 홍보하고자 하였으며, 한복문화의 저변을 확대하여 한복착용 촉진과 관광 활성화에 기여하고자 했다.



그림 3. ‘전주한복오감’의 온라인 한복패션쇼¹⁴⁾

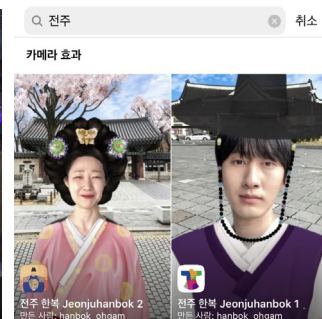


그림 4. 인스타그램 한복필터¹⁵⁾

이처럼 전주시는 다른 지역보다 한복에 대한 활성화가 잘 되어 있는데, 이러한 배경에는 시 차원에서의 여러 노력이 있었다. 전주시는 2016년 ‘전주시 한복 착용 문화 진흥 조례’를 제정하여 전통문화의 도시답게 일상 속에서 한

14) 유튜브, https://www.youtube.com/watch?v=_hoceyYX5Oc&t=5123s (검색일: 2021.05.17.)

15) 인스타그램, <https://www.instagram.com/> (검색일: 2021.05.10.), 인스타그램 스토리 기능에서 사용 가능한 사진 필터로 해당 필터를 사용하면 위와 같이 사용자의 얼굴에 필터가 적용되어 나타남.

복을 즐겨 입자는 취지를 담아 매월 넷째 주 토요일을 '한복의 날'로 공식 지정하였다. 특히 당일에 전주한옥마을에서는 한복을 착용한 사람들에게 경기전 입장료를 할인해주기도 했으며, 한복 사진 콘테스트, 한복 패션쇼 등을 운영했다. 또 전주시에서는 '한복다울마당'을 구성하여 한복 전문가와 산업 종사자들의 한복문화 발전을 위한 의견 수렴과 한복 착용 진흥 정책을 수립할 수 있도록 민관협의체를 운영했다.¹⁶⁾ 이 외에도 '한(韓)스타일 한복전문가' 과정을 통해 결혼과 임신, 출산 등으로 인해 경력이 단절된 여성들을 한복전문가로 양성하여 여성 일자리와 전주만의 한복산업을 육성시키기도 한다.¹⁷⁾ 그리고 초·중·고학생들을 대상으로 '초·중·고학생과 함께하는 한복체험교육' 사업을 실시하여, 한복의 우수성과 한복문화의 올바른 정착 계기를 마련해주기도 하였다. 이처럼 전주시에서는 여러 정책 및 사업들을 통해 한복사업의 활성화뿐만 아니라 한복문화를 시민들의 삶 속에 정착시켜 한복착용 문화를 확산하였다.

이와 같이 전주가 가진 전통문화도시의 이미지와 그 중심에 한옥마을이라는 특수한 공간은 '한복데이'와 '한복문화주간'이 성공적으로 열릴 수 있었던 배경이 되었다. 전주는 전통문화도시가 되기 위해 오랜 기간 노력을 해왔고, 그 결과 사람들의 인식 속에 전주는 한국의 전통도시 중 하나로 자리 잡았다. 그리고 전주 곳곳의 한복 업체와 시 차원에서 한복문화 활성화를 위한 노력으로 전주한옥마을에서는 한복을 입고 노는 문화가 조성되기에 적절했으며, 이로 인해 '한복문화주간'의 개최도시로 매년 선정되는 긍정적인 평가를 받고 있다. 즉, 전주라는 도시의 이미지와 전주한옥마을의 공간적 특성에 한복을 착용하고 즐길 수 있는 곳이라는 인식이 더해져 한복체험이 하나의 문화로 자리 잡고 '한복데이'가 확산될 수 있었다.

2) 한복체험의 확대

'한복데이'를 거치면서 전주한옥마을을 방문하는 관광객들에게 한복체험은 하나의 전통문화체험상품으로 자리 잡는다. 특히 10~20대 관광객들에게 큰 인기를 끌었고 이들이 한복을 입고 한옥마을에서 노는 모습을 사진을 찍어 SNS에 올리면서 전국적으로 유행이 퍼지게 된다. 또 한복체험의 소비자층이 여성부터 시작하여 남성들에게도 확대되면서 가족과 중·장년층까지도 한복체험을

16) 뉴스메이커, <http://www.newsmaker.or.kr/news/articleView.html?idxno=39821> (검색일: 2021.04.22.)

17) 노컷뉴스, <https://www.nocutnews.co.kr/news/4801610> (검색일: 2021.04.22.)

경험하고자 한옥마을을 찾게 된다. 아래 <그림 5>는 전주한옥마을에서 한복대여와 한복체험을 경험한 관광객들의 설문조사 결과다. 이들은 전반적으로 경험에 높은 만족도를 보이고 있으며, 특히 ‘많은 관광객들이 한복을 대여하고 있다’, ‘한복대여와 한복체험은 주요 관광 아이템이다’ 항목의 응답율이 높은 것을 볼 수 있는데, 관광객들이 한복에 대해 관심이 있고, 한복체험을 선호하고 있음을 알 수 있다.



그림 5. 한복대여 및 한복입기 체험 경험¹⁸⁾

한편, ‘한복데이’와 함께 한복체험이 하나의 문화로 자리 잡게 되고 확산될 수 있었던데에는 고궁 무료입장 정책, SNS의 한복 인증샷, 한복 관련 커뮤니티 형성, 퓨전사극과 영화와 같은 미디어의 영향 등 여러 요인들의 영향으로 한복체험이 확대되었다. 먼저 고궁 무료입장 정책은 2013년 10월 ‘궁·능원, 유적관람 등에 관한 규정’에 의해 한복 착용자들이 경복궁과 같은 고궁과 능원의 유적을 무료관람할 수 있는 혜택을 받을 수 있었다. 규정이 시행된 2013년 경복궁에 한복을 착용한 무료 관람객은 196명(전체 관람객 438만 명)이었고, 2015년 3,699명(전체 관람객 506만 명)으로 증가하였다. 그리고 2016년 5월에는 7,854명(전체 관람객 204만 명)을 넘어섰는데,¹⁹⁾ 이로 보아 고궁 무료입장 정책은 사람들이 한복을 입고 경복궁을 방문하는데 영향을 주었다는 것을 알 수 있다. 특히 한복을 착용하고 고궁에 무료입장하는 관람객들은 한복체험과

18) 전주시, 2017, 「전주시 한복 문화산업 육성계획 수립」, 249쪽.

19) 전성연·성종상, 2017, 「경관 프로슈머로서 한복나들이 향유계층과 방문 장소 특성 연구: 경복궁을 대상으로」, 『한국조경학회지』45(3), 82쪽.

함께 문화유산을 관람할 수 있다는 점에서 체험의 효용성과 한복을 입음으로써 이색성을 느낀다.

앞서 ‘한복데이’는 SNS의 홍보 효과로 인해 확산되게 되었음을 살펴보았다. 이러한 SNS는 한복체험이 유행할 수 있었던 가장 큰 이유로 들 수 있다. SNS는 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)로 이용자들은 SNS를 통해 정보와 관심사를 공유하고 이에 대하여 소통하면서 사회적 관계와 인맥을 형성한다. 특히 현대사회의 사람들은 SNS를 잘 활용하여 이를 통해 정보를 습득하기도 하고 즉각적인 소통과 자신의 활동과 일상을 보여주는 수단으로 많은 이들이 사용하고 있다. 이러한 SNS 중 대표적인 ‘인스타그램(Instagram)’은 다른 SNS보다 사진과 동영상을 중심으로 현재 자신의 상태를 바로 찍어서 올릴 수 있어서 쉽게 이미지 콘텐츠를 생산할 수 있다.²⁰⁾ 또 인스타그램의 게시물에는 ‘해시태그(#)’가 항상 같이 작성돼있는 것을 볼 수 있는데, 해시태그는 특정 단어나 문구 앞에 ‘#’을 붙여서 관련 정보를 묶는 기능이다. 이를 통해 이용자들은 자신이 관심 있는 게시물만 볼 수 있고, 공유와 소통을 하게 된다.

이러한 특징을 가진 인스타그램에 한복을 입고 노는 모습을 찍은 인증샷이 자주 등장하였고, 주 이용자인 젊은 층들에게 한복입기의 열풍을 불러일으키게 된다. SNS에서는 남들과는 다른 특별한 경험을 하는 모습의 게시물들이 화제가 되는데, ‘좋아요’와 ‘♥’의 수가 그 인기의 척도가 된다. 따라서 이용자들은 좀 더 특별한 자신의 모습과 경험을 남들에게 과시하고자하며, 게시물을 본 다른 이용자들은 자신도 해보고 SNS에 인증하고 싶다는 생각을 들게 만든다. 한복체험의 주 소비층은 10~20대들로 이들은 전주한옥마을이나 경복궁과 같은 전통적인 분위기가 느껴지는 장소에서 한복을 입고 사진을 찍어서 SNS에 인증샷을 올리고 공유한다. 인스타그램에 한복체험과 관련하여 검색해보면 #한복스타그램은 32.9만개, #한복체험은 8만개(2021년 10월 17일 기준)에 이르는 엄청난 수의 게시물들이 공유되고 있음을 확인할 수 있다. 전주한옥마을에서 한복체험을 하는 관광객들에게 한복체험의 경로를 물어봤을 때 SNS를 통해 체험을 하게 되었고, 게시물이 한복체험을 하고 싶게 만든다는 답을 들을 수 있었다.

친구가 인스타에서 한복체험 하는 사진 캡처해서 보여주면서 같이 입자고 해가지고 입게 됐어요. (사진 보니까 한복이 입고 싶었나요?)

20) 최인숙·이미숙·김은정, 2017, 「SNS 인증샷에 나타난 한복의 조형적 특징 연구: 여자한복을 중심으로」, 『한국복식학회』67(3), 17쪽.

네, 예쁘기도 하고 한복은 어렸을 때 좀 촌스러운 것만 입었지, 이런 예쁜 한복은 안 입어봐가지고 한번 입어보고 싶었어요. (20대, 여성, 교동미술관 앞)

이 외에 한복 관련 커뮤니티가 젊은층들을 주축으로 형성되면서 한복에 대한 정보공유가 활발해지고 한복 입기 열풍에 영향을 주었다. 한복 여행가 권미루씨의 사례를 살펴보면 그녀는 한복을 입고 해외여행을 하는 동안 자신의 여행기를 블로그와 인스타그램에 게시하였고, 이국적인 배경에서 한복을 입은 그녀의 모습은 화제를 모았다. 이후 그녀는 ‘한복 여행가’라는 전통문화 프로젝트 그룹을 설립하였고 이들은 한복을 입고 국내·외 여행을 꾸준히 다니며 한복을 홍보하는 행사와 캠페인을 기획하며 사람들에게 일상생활에서도 한복을 입을 수 있다는 인식을 심어주었다. 이와 함께 사람들이 한복에 대해 점점 관심을 가지면서 한복 커뮤니티의 활동이 다양해졌다. ‘한복 입기 좋은 날’, ‘한복놀이단’ 등 이들 커뮤니티는 한복에 대한 정보를 공유하고 한복 세미나, 한복 파티, 플래시몹 등 주기적으로 모임과 활동들을 하며 젊은 층들의 한복 입기 열풍에 영향을 주었다.²¹⁾

그리고 퓨전사극(‘궁(2006)’, ‘황진이(2006)’, ‘성균관 스캔들(2010)’, ‘해를 품은 달(2012)’과 영화와 같은 미디어에 전통한복, 퓨전한복, 개량한복 등 한복의 다양한 모습이 자주 등장하면서 사람들이 관심을 끌었다. 이후 한복 입는 문화가 대중화 되면서 미디어에서 한복을 접했던 사람이 한복체험을 하는데 영향을 받게 된다. 특히 전주한옥마을과 같은 전통적인 분위기와 경관을 가진 장소는 퓨전사극의 촬영지로도 자주 등장하여 전주한옥마을을 방문한 관광객들이 한복체험을 하도록 유도하며, 한복을 입은 관광객들은 드라마 속 장소를 방문하여 장면을 재현해보기도 한다.

3) 한복대여점의 확대

이처럼 다양한 요인들을 바탕으로 한복체험이 확대되었음을 알 수 있다. 그렇다면 전주한옥마을과 서울의 고궁 일대에 소재한 한복대여점은 어떻게 등장하게 되었을까? 관광객들의 머리부터 발끝까지 꾸며주는 한복대여점은 ‘한복 데이’를 기획한 박세상 대표에 의해 2014년 전국에서 가장 처음으로 전주한옥

21) 정혜란·이은진, 2018, 『2010년 이후 한복의 새 패러다임 사례』, 『한복문화』21(4), 100쪽.

마을에 등장하게 됐다. 그는 ‘한복데이’를 성공적으로 진행하면서 사람들이 한복을 입고 놀 수 있음을 확인했고, 한복체험을 하고자 전주한옥마을을 방문하는 사람들이 더 쉽게 한복을 입을 수 있도록 대여 인프라를 구축한다. 박세상 대표가 설립한 ‘한복남’이라는 한복대여점을 시작으로 전주한옥마을뿐만 아니라 한복을 입고 전통적인 분위기를 느낄 수 있는 장소들에 수많은 한복대여점들이 들어서게 된다. 아래 <그림 6>은 전주시 한복업체 현황조사 중 한복대여업체의 위치별 현황에 대한 자료로 전주시의 한복대여업체 113개 중 64개 업체(56.6%)가 한옥마을에 집중되어 있음을 알 수 있다. 또 <표 2>를 통해 전주를 비롯한 전국에서 ‘한복남’이 운영된 2015년 이후부터 한복대여점이 대폭 증가했음을 알 수 있다.

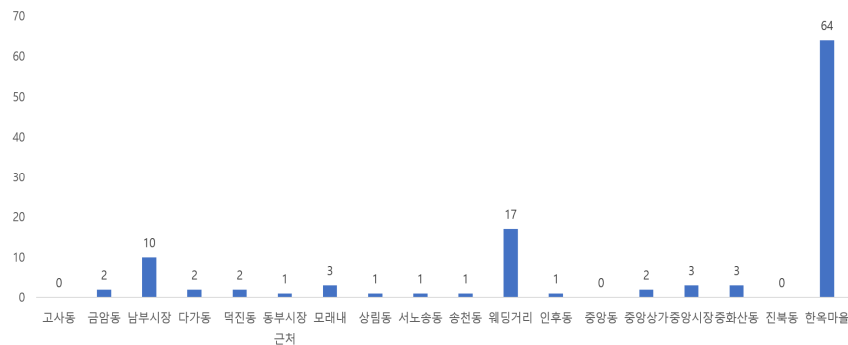


그림 6. 전주시 한복대여업체 위치별 현황²²⁾

표 2. 지역별 한복대여업체 설립년도²³⁾

추진과제		사례 수	2014년 이전	2015년	2016년	2017년
전체		100	12.0	16.0	49.0	23.0
지역	서울	46	13.0	10.9	56.5	19.6
	전주	32	9.4	21.9	43.8	25.0
	기타	22	13.6	18.2	40.9	24.3

한편, 전주한옥마을에 한복대여점들이 많이 생기면서 각 대여점들은 관광객들을 유인하기 위한 차별화 전략을 펼치기 시작한다. 전주한옥마을의 한복대여점에서 가장 흔하게 볼 수 있는 모습은 대여점 마당에 포토존을 설치하는

22) 전주시, 2017, 앞의 책, 219쪽.

23) 한복진흥센터, 2017, 『한복문화산업 진흥계획 수립을 위한 현황분석: 한복 체험을 위한 대여업체를 중심으로』, 5쪽.

것이다. 이 외에 화려한 머리장식과 사진관과 연계한 한복체험 상품을 제공하기도 하고, SNS를 활용하여 관광객들에게 혜택을 주는 것과 동시에 홍보의 효과를 얻기도 한다. 먼저 규모가 큰 한복대여점들은 마당과 대여점 내부에 포토존을 설치해놓는데, 한복체험을 하고자하는 관광객들은 여러 한복대여점들 중 사진을 찍을만한 포토존이 잘 되어 있는 곳을 선택하기도 한다. 한복을 입은 관광객들은 자신의 모습과 어울리는 배경에서 사진을 찍는데, 주로 전주한옥마을에서는 경기전, 전동성당, 향교, 한옥 등 대부분의 관광객들이 사진을 찍는 포토존이다. 이러한 배경은 모든 관광객들이 사진을 찍는 장소로 체험객들은 자신들만의 특색 있고 희소성이 있는 배경에서 사진 찍기를 원한다. 따라서 해당 한복대여점을 이용했을 때만 포토존을 이용할 수 있고, 좀 더 화려하게 꾸며진 포토존을 사용하고 싶어하기 때문에 한복대여점은 포토존을 설치하고 꾸밈으로써 관광객들을 유인한다.



그림 7. 전주한옥마을 한복대여점 마당의 포토존²⁴⁾

또 화려한 머리장식으로 관광객들을 모집하는 한복대여점도 있다. 한복체험이 유행하던 초창기에 체험객들의 머리 스타일은 풀고 다니거나, 스타일링을 한다면 땃거나 묶어서 땃기머리를 하거나, 머리띠를 쓰는 형태였다. 현재 체험객들의 머리 스타일은 땃기머리부터 올림머리, 반묶음 머리에 진주나 꽃 장식으로 화려하게 뒤덮여있는 모습이다. 이렇게 머리를 화려하게 장식해주는 유행은 2015년부터 전주한옥마을에서 한복대여점을 운영한 ‘이리오너라’의 사장님의 손길에서 탄생하였다. 이 곳 한복대여점의 사장님은 미용실 원장이셨던

24) 연구자 촬영.

어머니 덕분에 미용분야에 관심이 많았고 머리를 꾸며주는데 흥미가 있었다고 한다. 그러다 한복체험이 유행할 당시 관광객들이 머리를 풀고 있거나 단순하게 땡기로만 장식하고 다니는 모습이 밋밋하다는 생각했고, 한복을 대여해주며 머리장식도 해주는 한복체험상품을 제공하였다. 이러한 화려한 머리장식이 관광객들 사이에 인기를 끌면서 많은 체험객들이 방문하게 되었고, 다른 한복대여점에서도 이를 따라 머리장식을 한복체험과 함께 제공하게 되었다.

실제 본 연구자가 2016년에 한복체험을 했을 때 다른 지역의 친구가 인스타그램에서 전주한옥마을에서 머리장식으로 유명한 대여점이라며 찾아와서 위 한복대여점에서 한복체험을 한 경험이 있다. 당시 한복을 입고 길거리를 다닐 때 여러 관광객들이 어느 한복대여점에서 머리장식을 이렇게 예쁘게 해주냐는 질문을 많이 받았었다. 즉, 이렇게 머리장식도 해당 한복대여점의 차별화된 전략으로 관광객들을 끌어들이 수 있는 것이다.



그림 8. 전주한옥마을 한복대여점
'이리오너라'의 화려한 머리장식²⁵⁾



그림 9. 전주한옥마을 한복대여점
'한복남'의 머리장식 해주는 장소²⁶⁾

한복체험을 하는 관광객들은 한복을 입고 이에 어울리는 배경에서 사진을 찍는 것이 주목적이라고 할 수 있다. 한복체험과 사진은 뗄 수 없으며 한복체험으로 인해 사진 찍는 형태도 변화했음을 볼 수 있다. 한복체험을 하는 관광객들은 초창기에 주로 자신의 카메라로 사진을 찍었지만, 요즘에는 사진관에 찾아가 즉석사진을 찍거나 스냅사진을 전문적으로 찍어주는 전문가와 대동하여 사진을 찍기도 한다. 이러한 체험객들의 수요에 맞춰 한복대여점에서는 인

25) 연구자 촬영.

26) 연구자 촬영.

근 사진관과 연계한 상품을 제공하기도 하는데 해당 한복대여점에서 한복체험을 하면 연계 사진관의 사진 금액을 할인해주기도 하고, 아예 대여점 한 편에 사진 스튜디오를 마련하여 체험객들이 직접 찍거나 사진가가 찍어주는 방식을 제공하는 모습을 볼 수 있다. 이로 보아 한복체험을 하는 관광객들이 사진을 중요하게 생각하고 다양한 형태로 사진을 찍고 싶어 하는 것을 알 수 있다.



그림 10. 전주한옥마을 한복대여점의 사진상품 홍보²⁷⁾



그림 11. 전주한옥마을 한복대여점의 스튜디오와 사진상품 홍보²⁸⁾

그리고 대부분의 한복대여점에서는 한복체험을하는 관광객들이 SNS에 게시물을 올리는 것을 활용하여 자신의 한복대여점에서의 경험을 SNS와 블로그 등 온라인에 게시물을 올리면 혜택을 주는 이벤트를 한다. 주로 추가금이 필요한 신발, 조끼와 같은 소품과 사진 촬영시 필요한 셀카봉, 삼각대를 대여해주기도 하고, 부채와 팔찌와 같은 공예품을 증정하기도 하며, 인근 사진관에서 사진을 찍을 수 있는 인화권을 주기도 한다. 한복체험을하는 관광객들은 이러한 혜택을 받기 위해 온라인에 게시물을 올리게 되고, 한복대여점의 정보가 작성된 게시물이 여러 사람들의 눈에 띄면서 이를 본 관광객들이 해당 대여점을 찾아오면서 자연스러운 홍보효과를 보게 되는 것이다.

27) 연구자 촬영.

28) 연구자 촬영.

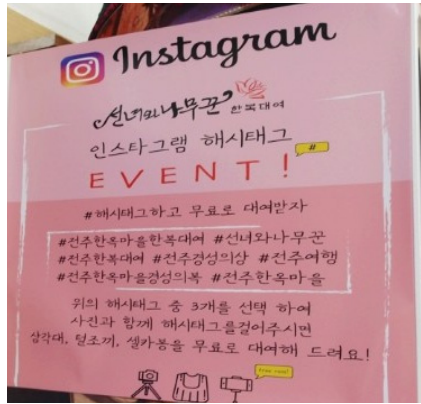


그림 12. 전주한옥마을 한복대여점의 인스타그램 해시태그 이벤트²⁹⁾

4. 한복체험의 경험

1) 한복과 이색경험

한복체험을 하기 위한 첫 단계는 한복대여점을 방문하는 것이다. 한복대여점에서는 먼저 한복치마를 선택하게 되는데, 한복치마는 한복의 전체적인 분위기를 형성하는 핵심이기 때문에 가장 먼저 고른다. 한복체험을 하려는 관광객들은 한복의 색깔이나 디자인과 같은 외형적인 모습에 관심을 가지며 “화려하다”, “예쁘다” 등 흥미로운 태도로 자신의 취향에 맞는 치마를 선택한다. 그리고 이처럼 자신의 취향에 맞춰 선택하기도 하지만 사진에 잘 나오는 한복을 선호하고 중요하게 여기기도 한다. 이에 따라 한복대여점의 직원들은 고객들에게 선명한 색의 치마를 추천해주거나 화려한 장식이 달린 치마를 추천해주며 “색이 짙하고 장식이 화려할수록 사진 찍으면 확 튀어요” 라고 권한다. 치마를 선택한 후에는 치마의 색상에 어울리는 저고리를 추천해주고 체험객은 자신의 마음에 드는 것으로 골라 입는다. 그리고 커플이 한복체험을 할 때는 주로 여성이 고른 한복 색과 스타일에 맞춰서 남성 한복이 선택된다.

한복을 착용한 후에는 머리 스타일링 단계로 넘어간다. 체험객들은 사진이나 스타일링 샘플을 보고 자신의 취향대로 댕기머리, 반묶음 머리, 올림머리 등 다양한 머리 스타일을 고른다. 머리 장식은 체험객들이 입은 한복의 색깔

29) 네이버 블로그, https://blog.naver.com/pink_310/221880073734 (검색일: 2021.05.04.)

이나 스타일에 맞춰 꽃, 진주, 머리꽃이 등으로 장식되며, 특히 체험객들이 셀카 찍는 방향을 고려하여 그 방향에 더 화려한 장식을 해준다. 머리 스타일링까지 완료된 체험객들은 한복과 어울리는 손가방, 신발, 갓, 칼 등 여러 소품을 대여한다. 주로 간단한 소지품을 넣을 수 있는 손가방을 많이 대여하며, 한복의 색감과 어울리는 손가방을 들고 본격적으로 한복체험을 하러 나선다. 그렇다면 한복체험을 하는 관광객들에게 왜 한복체험을 하고, 어떤 기분이 드는지 인터뷰를 진행해보았다.

(한복체험을 왜 하셨나요?) 경북궁이랑 용인민속촌에서 했었는데 거기는 하는 사람이 적어서 좀 민망했는데, 여기는 한복 입은 사람도 많아서 시선 같은 것도 신경 안 쓰이고 사진찍기도 편해서 입었어요. (한복체험을 왜 또 했나요?) 평소에 볼 수 없었던 특별한 제 모습 보는게 재밌어요. 그리고 한복 입고 친구랑 추억도 만들 겸 사진 찍으면서 돌아다니는게 재밌어서요. (20대, 여성, 교동미술관 앞)

(한복체험을 왜 하셨나요?) 재미있을 것 같기도 하고, 전주에 왔으니까 한 번 입어보자 해서요. 또 우리나라 옷이기도 하니까요. (한복 입으니까 어떠세요?) 한복은 일상에서는 아무래도 입을 기회가 없다 보니까 이색적이네요. 그리고 화사해서 기분도 좋은 것 같아요. (20대, 여성, 전주공예품전시관)

한옥마을 근처 여기저기 돌아다니면서 사진찍고 놀았어요! 풍경이랑 잘어울리죠?! 역시 한옥마을엔 한복이 최고 [...] 한옥마을에서 이렇게 재밌게 논건 처음인 것 같아요 이래서 다들 한복체험 하는구나 싶고.. 전주 여행이 살짝 밋밋하다! 싶으신분들께 이색체험으로 한옥마을 한복체험 추천드려요³⁰⁾

이처럼 한복체험을 하는 관광객들은 평소와는 다르게 한복을 입고 꾸민 자신의 모습에 특별함과 이색적인 기분을 느낀다. 이들은 한복의 색감과 화려함 등 외형적인 면에서 심미성을 느끼기도 하고, 한복을 일상에서 입지 않기 때문에 더욱 이색적인 경험으로 생각한다. 특히 전주라는 전통문화도시와 전주

30) 네이버 블로그, <https://blog.naver.com/lrne20/222306676233> (검색일: 2021.05.08.)

한옥마을이라는 장소의 특징으로 인해서도 이색성을 느끼기도 하는데, 한옥마을의 전통적인 분위기와 경관, 요소들이 한복과 잘 어울리기 때문에 전통의복인 한복을 입기 적합한 곳이라 생각하며 일상에서는 볼 수 없는 전통적인 공간과 풍경으로 더욱 색다른 감정을 느끼는 것이다. 이러한 점들은 전주한옥마을에서 한복을 입고 경기전, 향교, 담벼락, 골목길 등 구석구석을 돌아다니는 관광객들의 모습을 통해 볼 수 있다. 또 온라인상의 한복체험 후기에서도 전주한옥마을은 한복을 입고 놀기 좋은 곳으로 한복체험에 대한 느낌과 감성에 대하여 이색적이라고 표현하는 게시글을 흔하게 볼 수 있다.

더불어 전주한옥마을에서 한복체험을 하는 관광객들은 특별한 추억을 남기기 위해서, 색다른 데이트를 하기 위해서, 여행에서 즐거운 경험을 하기 위해서 등 여러 이유로 한복체험을 하고 있음을 심층인터뷰와 온라인 후기 분석을 통해 확인하였다. 이와 함께 한복체험을 경험하는 관광객들은 공통적으로 이색성, 재미, 특별함, 즐거움의 감정을 느끼는 것을 알 수 있다. 즉, 관광객들은 한복이라는 전통의복을 입고 이와 어울리는 전주한옥마을의 전통적인 요소들을 즐기면서 일상과는 다른 의상과 분위기로 인하여 이색성을 느끼는 것이다. 그리고 이러한 감정은 관광객들이 한복체험을 경험하게 만들고 그 장소로 한옥마을을 선택하는데 영향을 준다.

2) 한복과 놀이

전주한옥마을에서 한복체험을 하는 관광객들에게서는 호이징하의 ‘호모 루덴스’, 놀이하는 인간의 특징을 볼 수 있다. 호이징하는 놀이의 본질과 의미의 특징으로 첫째, 명령에 의한 것이 아닌 자발적인 행위이고 둘째, 놀이는 일상적이지 않은 실제의 삶을 벗어난 것으로 제한된 장소와 시간 내에서만 이루어지기 때문에 비일상성과 비실제성으로 일상적인 삶과 구분되며 마지막으로 놀이를 하는 특수한 상황에서는 나름대로 고유한 질서와 규율이 있고 놀이공동체를 형성함으로써 사회성과 유대감을 가질 수 있다고 본다. 본 연구에서는 이와 같은 놀이의 특징을 한복체험의 사례에 적용하여 살펴보았다.

먼저 자발성은 전주한옥마을을 방문하여 한복체험을 하고 싶어서 스스로 체험을 한다는 점에서 볼 수 있으며, 몇몇 체험객들은 사전에 한복체험에 대한 정보를 습득하고 이를 활용하여 한복체험을 효율적으로 하는 모습을 보인다.

(한복체험을 왜 하셨나요?) 한옥마을에 왔으니까 기분도 낼겸 재

있으니까 입었어요. (한복체험을 계획하고 오셨나요?) 네. (미리 예약도 하신 거예요?) 네, 예약하면 한복도 하루종일 빌릴 수 있고 머리랑 이런 가방 같은 거랑 그냥 빌려준다고해서 예약했어요. 아, 저희는 사진인화도 있었어요. (20대, 여성, 경기전 돌담길)

한복대여점에서는 미리 예약을 하고 방문하는 경우에 한복대여 시간을 늘려 주거나 악세사리를 무료로 대여해 주기 때문에 한복체험을 하려는 관광객들은 방문 전에 이러한 혜택에 대하여 찾아보고 자신들이 원하는 혜택들을 누리고자 사전예약을 하고 한복체험을 하러 온다.

또한 한복체험을 통해 비일상성과 비실제성을 느낄 수도 있는데, 한복체험을 하기 위해 일상에서 벗어나 전통적인 분위기가 있는 장소를 방문하여 평소에 입지 않는 한복을 입고 놀면서 일상과는 다른 감정을 느끼는 것이다. 한복을 입고 노는 관광객들의 행동을 보면 일상에서는 전혀 하지 않는 행동들을 하는 모습을 볼 수 있다. 이들은 한복을 차려입고 경기전, 향교, 한옥 등 전통적으로 느껴지는 장소를 방문하여 마치 옛날 사람이 된 것처럼 한옥 문 앞에서 “이리오너라~”라며 사극 속 말투를 사용하거나 양반처럼 뒷짐을 지고 걷거나 조신한 태도를 보이기도 한다.

이러한 모습은 하위징아의 놀이하는 인간의 ‘~인 척하기’의 특징이 드러나는 것으로 관광객들은 한복체험을 하는 동안 실제 삶에서 벗어나 상상의 세계에 몰입하여 상황극이자 놀이로써 체험을 즐기는 것으로 볼 수 있다. 즉, 체험객들은 한옥마을이라는 꾸며진 공간 안에서 일상에서는 입지 않는 한복이라는 의복을 입고 평소와는 다른 특별한 기분을 느끼기 때문에 이러한 행동을 하며, 이와 함께 전주한옥마을의 전통적인 분위기는 이들이 먼 옛날로 와있다는 기분을 느낄 수 있게 작용하는 것을 알 수 있다.

한복은 한옥과 환상의 궁합을 자랑하죠~ 그래서인지 한옥마을에 오는 사람들에게 인기만점의 체험거리인지도 모르겠어요. 고즈넉함 속에서 과거로의 여행을 떠날 수 있기도하고 뭔가 안정감이 느껴지는 분위기를 연출하기도 한답니다^^ [...] 한복, 입어봐야 그 진가를 발견할 수 있을거예요! 저도 입기전에는 느낄 수 없었던걸 경험했기 때문에 말씀드릴 수 있습니다. 입는순간부터 다른 사람이 된듯한 착각을 주고 걸음걸이며 마음가짐까지 달라지게 만들어주는 마법의 옷이었어요~³¹⁾

한편, 전주한옥마을에서 한복체험을 하는 관광객들 중에는 남성과 여성이 한복을 바꿔입는다는가, 무사복에 왕이 쓰는 익선관을 쓴다는가, 곤룡포에 갓을 쓰는 등 전통 한복예법에 어긋나게 입는 모습을 볼 수 있다. 이러한 형태로 한복체험을하는 관광객들은 모두가 일반적으로 하는 체험의 형태와는 다르게 좀 더 특색있게 놀고 싶기 때문에 남들과는 다른 방식으로 한복체험을 한다. 이는 놀이와 추억만들기에 집중한 체험의 형태로 기존의 질서와 규율에서 벗어난 특수한 형태의 체험으로 볼 수 있다. 이렇게 남들과는 다른 특수한 유형의 체험을 통해 일행들끼리 감정공유와 유대감을 형성하고 체험하는 동안의 상황을 재밌게 즐기기 위해 놀이로써 한복체험을 한다.

(왜 한복의 성별을 바꿔 입었나요?) 일행들하고 왔는데 가위바위보 저가지고 입었어요. 색다르긴한데 굳이 이렇게까지 할 필요가 있나... 근데 막상 입으니까 재밌기도하고 또 특별한 추억도 생겼네요.
(30대, 남성, 경기전)

전 남자친구랑 남녀 한복 바꿔서 입기로 해서 이런 샤랄라한 헤어핀을 해볼 수 없다는게 조금 아쉽더라고요 ㅠㅠ, 뭐 대신에 더 재미난 경험을 겐 했지만요 ㅋㅋㅋ [...] 남녀 한복 바꿔입기 한번쯤 해보고 싶었는데 이렇게 선뜻 여자한복 입어준 몽구에게도 고맙구 전주한옥마을 한복체험 대 성공입니다!!!³²⁾



그림 13.한복 성별을 바꿔입은 체험객³³⁾

31) 네이버 블로그, <https://blog.naver.com/tearshje/221737020846> (검색일: 2021.05.09.)

32) 네이버 블로그, <https://blog.naver.com/ppangnaa/222293802931> (검색일: 2021.05.11.)

3) 한복과 사진

한복체험은 단순히 한복을 입는 것으로 끝나지 않는다. 전주한옥마을에서 한복 체험을 하는 관광객들은 사진 삼매경에 빠져있고 한복을 입은 자신의 모습을 사진으로 남기려 하는 모습을 흔히 볼 수 있다. 이들은 한복을 입고 화려하게 치장을 하여 평소와는 다른 자신의 색다른 모습을 예쁘고 간직하고 싶은 모습이라고 생각하기 때문에 사진을 찍는다. 이는 한복체험을 하는 주요인이다. 또 온라인에 인증샷을 올려 자신이 한복체험을 했다는 것을 자랑하고 과시하기 위해 사진을 찍는다. 이로 보아 과거 한복이 예복으로 기능할 때는 특수한 상황에 적합한 의복으로써 입는 용도였다면 현재 한복체험에서 볼 수 있는 한복의 의미는 사진을 찍고 온라인에 공유하면서 이미지를 남김으로써 당시의 순간과 특별한 자신의 모습을 기념화하는 용도로 의미가 변화한 것을 알 수 있다.

본 연구에서는 한복체험을 하는 관광객들이 주로 사진 찍는 장소의 어떤 요소들이 한복과 잘 어울린다는 생각으로 이들을 사진 찍게 만들고 전통적으로 느끼게 하는지 파악하였다. 이들은 한복과 잘 어울리는 배경에서 사진을 찍기 위해 한옥마을 여기저기를 누비고 다니면서 적합한 장소를 찾아다닌다. 그리고 사진을 찍기 위해 선택하는 장소는 한옥이 즐비한 거리와 골목길, 전통성당과 경기전과 같은 문화유산, 돌담 등 한복과 잘 어울리는 전통적인 분위기가 느껴지는 곳들이다. 경기전의 경우 외부의 돌담 내부의 조경과 건물이 한복과 잘 어울리기 때문에 입장료가 있음에도 한복체험을 하는 관광객들이 많이 방문하는 인기있는 장소다. 특히 사극과 같은 드라마의 배경으로 자주 등장하는 대나무숲은 대표적인 ‘포토존’으로 줄을 서더라도 이곳에서 사진을 찍는 모습을 볼 수 있다.

이 외에도 체험객들은 한옥마을의 한옥거리와 골목길, 청연루, 정자 등 예스러워 보이는 곳에서 사진을 찍으며 한복과 어울리는 포즈를 취한다. 다소곳하게 손을 모으거나 수줍은 척을 하며 조신한 모습을 보이거나, 화려한 머리 장식이 돋보이도록 뒷모습과 옆모습을 찍기도 한다. 또 한복을 돋보이게 하려고 손으로 치마 양쪽을 잡는 포즈를 취하거나, 빙그르르 돌면서 한복이 퍼지는 모습을 찍기도 한다. 한복 외에 왕이나 무사복 등 테마한복을 입은 체험객들은 당당한 포즈나 칼을 뽑아드는 동작을 하며 의복의 성격과 특징에 맞는 포즈를 취한다. 포즈 외에도 배경과 소품을 활용하여 한옥의 대문을 열려고 하

33) 위와 동일.

는 동작이나, 투호놀이와 같은 전통놀이를 하는 모습, 아궁이, 절구 등 전통 소품들을 사용하는 시늉을 하며 이러한 모습들을 사진으로 담는다. 즉, 이들은 전통의복으로써 한복이 예스러운 배경 및 소품과 잘 어울린다고 생각하기 때문에 더 전통적이라고 생각하며 이러한 분위기의 장소를 찾아 사진을 찍는다.

(한옥마을 어디에서 사진 찍었나요?) 한옥 있는 곳이 한복이랑 잘 어울려서 제일 많이 찍었어요. 그리고 현대 느낌보다는 약간 옛날 느낌. 이렇게 가게들 있는데 말고 그냥 딱 한옥만 있는 구석진 곳에서 찍었어요. (10대, 여성, 경기전 앞)

이처럼 한복체험을 하는 관광객들은 주로 사진을 찍으며 한옥마을을 관광하기 때문에 자신의 모습을 사진에 잘 담는 것이 중요하다. 따라서 사진에 잘 나오는 화려하고 색감이 짙은 퓨전한복을 주로 착용하는데, 이러한 체험객들의 선호에 따라 한복 스타일에 변화가 있었다. 초창기 ‘한복데이’를 즐기는 관광객들은 수수한 형태의 전통한복을 입고 축제에 참여했고 한복체험은 퓨전한복이 아닌 전통한복을 착용하는 모습이었다. 퓨전한복은 한복을 대량공급해왔던 서울 광장시장의 유통과정을 따라 등장하였고, 기존 전통한복에 비해 화려한 장식과 선명한 색감으로 관광객들의 눈길을 끌게 된다. 특히 관광객들은 한복을 입고 더 멋진 사진을 찍으려고 했기 때문에 퓨전한복을 선호하였고 점차 유행되면서 현재와 같은 모습을 자아내게 되었다. 이처럼 한복의 형태 변화에도 영향을 줄만큼 한복체험을 하는 관광객들에게는 사진이 중요한 체험과정임을 알 수 있다.

(왜 퓨전한복을 입었나요?) 사람들이 이걸 제일 많이 입기도 하고, 이게 색깔이 짙어서 사진 찍으면 잘 나와서 입었어요. 그리고 일단 화려해서 눈에 확 튀니까 예쁜 것 같아요. (20대, 여성, 경기전 앞)

(퓨전한복이 왜 유행하게 됐나요?) 원래는 이렇게까지 레이스가 많이 달린진 않았어요. 초창기에는 전통한복 형태가 많았구요. 그런데 퓨전한복이 하나들 등장하면서 저게 사진에 잘나오니까, 예쁘게 보이니까 체험하러 오신 분들이 너도나도 다 입겠다고 하니까 저희도 다 저런 한복을 가지고 왔죠. (한복대여점 ‘이리오너라’ 사장님, 2021.04.20. ‘이리오너라’ 매장)

그리고 최근 전주한옥마을의 길거리에는 ‘인생네컷’이라는 무인사진관부터 사진사가 촬영해주는 사진관이 여러 군데 들어선 것을 볼 수 있는데, 이들 사진관에서는 한복을 입은 관광객들을 대상으로 빠른시간 내에 사진촬영과 보정, 액자까지 만들어주는 상품을 제공한다. 사진을 찍는 관광객들은 한복을 입은 이색적인 모습과 추억을 사진으로 남기고 싶고, 실물 형태로 갖고 싶어서 찍는다. 특히 사진관에서는 기본적으로 흑백사진을 제공하는데, 이는 전주한옥마을의 예스러운 분위기와 어우러져 관광객들이 사진을 통해 더욱 과거의 느낌을 가질 수 있도록 해준다. 또한 사진관에서 찍은 사진은 실물의 형태로 사진이 현상되어 보관할 수 있기 때문에 핸드폰으로 찍고 사진첩에 저장되는 디지털의 감성보다 아날로그의 감성을 느낄 수 있기 때문에 사진관에서의 즉석 사진을 선호한다.

(왜 사진관에서 사진을 찍었나요?) 이런 사진관에서 안 찍어봤는데 여기 오니까 사진관이 많더라고요. 그래서 한복도 입은김에 이런 모습도 남겨놓고 싶어서 온김에 찍었어요. (40대, 남성, 태조로 한옥마을쉼터)

인생네컷 찍었어요. (왜 찍었나요?) 핸드폰으로 찍는 것보다 잘 나오고 무엇보다 인쇄해서 나오는 그런 걸로 간직하고 싶었어요. 실물로 남잖아요. (20대, 남성, 은행로)



그림 14. 기전 돌담 주위에서 사진을 찍는 체험객들³⁴⁾



그림 15. 퓨전한복을 입은 체험객들³⁵⁾



그림 16. 전주한옥마을 거리의 사진관³⁶⁾

34) 연구자 촬영.

35) 연구자 촬영.

36) 연구자 촬영.

4) 한복과 온라인 과시

한복체험을 하는 관광객들은 위의 과정을 통해 얻은 사진을 ‘인생샷’이라 지칭하며, 자신의 프로필 사진이나 SNS와 같이 남들에게 본인이 표출되는 공간에 사진을 게시한다. 이들은 이렇게 공유를 통하여 자신이 체험을 했다는 인증과 평소 자신과는 다르게 색다른 모습을 보여주고 만족함으로써 과시성을 표출하는 것을 알 수 있다. 그리고 이러한 게시물을 본 사람들이 한복체험을 하고 싶은 생각이 들도록 만든다.

그렇다면 이들은 왜 온라인에 자신의 한복체험 후기를 올리고 과시하려는 것일까? 이러한 행위들은 자기 존재를 표현하고자 하는 것으로 매체를 통해 자신의 일상을 공유함으로써 다른 사람들과 소통하기 위한 것이다. 특히 이러한 활동이 활발하게 이루어지는 SNS의 주이용자는 10~20대의 젊은층들로 이들은 SNS를 통해 자신의 일상 사진을 올리며 다른 사람들과 소통한다. 이러한 젊은층들은 한복체험을 하며 단순히 한복을 입는 체험으로 끝나는 것이 아니라 한복체험을 하는 자신의 모습이 잘 나오게 사진을 찍고, 이를 온라인에 공유함으로써 자신을 드러내고 보여준다. 즉, 한복체험을 하는 자신의 모습을 온라인에 공유하기 위해 체험을하고, 한복체험은 평소와는 다른 특별한 모습이기 때문에 이색적인 체험을 했다는 인증과 과시하기 좋은 경험이기 때문에 이들이 한복체험을하고 온라인에 공유하는 것이다.

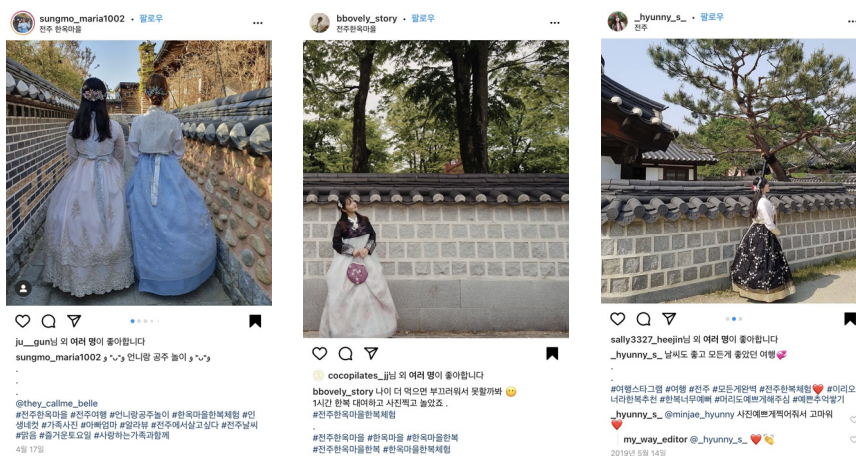


그림 17. 인스타그램의 한복체험 게시물³⁷⁾

37) 인스타그램, <https://www.instagram.com/> (검색일: 2021.05.13.), 왼쪽부터 sungmo_maria1002,

SNS에서 한복체험 게시물 봤을 때 어땠나요?) 예쁘다. 예쁘다는 생각이 제일 먼저 들었고, 나도 해보고 싶다는 생각도 들었어요. (혹시 SNS에 오늘 체험한 사진 올릴 건가요?) 네. (왜 올리나요?) 원래 인스타를 잘하는 편이에요. 오늘은 한복도 입고 특별하니까 더더욱 올리고 싶네요. (10대, 여성, 경기전 앞)

그러나 평소에 SNS를 사용하더라도 한복체험에 대해 무조건 공유를 하는 것은 아니다. 연구자가 인터뷰한 관광객들 중 체험한 사진을 SNS에 올린다는 관광객은 소수였다. 이들은 평소 SNS에 사소하고 일상적인 모습을 자주 공유하며 SNS 활동을 활발하게 하는 사람들이었다. 이 외에 관광객들은 SNS를 이용하거나 SNS를 통해서 한복체험을 하게 됐더라도 자신들의 모습을 SNS에 올리기 위해 한복체험을 하는 것은 아니었다. 이들은 특별한 자신의 모습을 보거나 추억을 만들기 위해 체험을 하는 것으로 사진을 찍는 것도 SNS 공유 목적이 아닌 본인들이 소장하기 위해 찍는 것이다.

(왜 한복체험을 했나요?) 오랜만에 만난 친구들이랑 특별한 경험 해보고 싶어서요. (SNS에 오늘 체험한 사진 올릴 건가요?) 아니요, 친구들과하고만 공유하고 사진첩에 보관해 놓을거예요. (20대, 여성, 공예품전시관 앞)

이러한 관광객들의 태도는 한복체험이 확산되던 초창기의 모습에서 변화된 것으로 당시에 한복체험을 하는 사람들은 너도나도 온라인에 자신의 모습을 공유하여 관심을 끌고자 했다. 한복을 입은 이색적인 모습을 온라인에 공유함으로써 받는 사람들의 관심과 반응도 좋지만, 한창 유행하고 남들이 한 것을 자신도 했다는 것을 보여주는 인증에서 오는 만족감이 컸기 때문에 한복체험 후 온라인에 공유하는 것이 흔한 모습이였다. 한편, 시간이 지나면서 많은 사람들이 한복체험을 하게 되었고 온라인상에도 한복체험과 관련한 게시물이 흔해지면서 더 이상 특별한 경험이 아니게 되었고, 이에 따라 유행도 한풀 꺾이며 한복체험을 하는 관광객들도 인증샷을 올리지 않게 되었다. 본 연구자가 인터뷰한 관광객들은 자신 혹은 일행들과 한복을 입는 것만으로도 특별한 추억이라고 생각하며, 온라인에 인증하기 위해 사진을 찍는 것보다는 자신의 이

색적인 모습과 체험 자체를 기념화하는 것에 의미를 두고 만족하고 있었다.

5. 맺음말

사람들은 관광을 통해 일상에서 벗어나 경험해보지 못했던 것들을 경험하며 일상에서의 스트레스와 피로를 해소함으로써 기분전환을 하고, 다시 일상에 복귀했을 때는 활력과 생기를 되찾기 때문에 주기적으로 관광을 한다. 따라서 사람들은 일상이 느껴지지 않는 곳으로 관광을 떠나려는 욕구를 가지고 있다. 이러한 점에서 전주한옥마을은 늘 보던 일상의 모습과는 전혀 다른 모습의 관광지로 현대사회를 살아가는 사람들에게는 매력적인 장소로 인식되고 있다.

현대사회의 관광객들은 기존의 보고, 듣는 관람형의 양적인 관광에서 좀 더 직접적으로 경험해보는 체험형의 질적인 관광을 추구하게 되었다. 이로 보아 전주한옥마을의 한옥체험, 한복체험, 공예체험 등 다양한 전통문화체험은 관광객들의 호기심을 자극하고 관광욕구를 충족시킬 수 있기 때문에 이들은 전주한옥마을을 방문한다.

특히 본 연구에서는 한복체험을 사례로 살펴보았으며, 관광객들이 왜 한복 체험을 하는지, 한복체험을 하며 어떤 감정을 느끼는지, 그리고 한복체험을 하는 사진을 온라인에 공유함으로써 어떠한 의미를 발산하고 있는지 분석하였다. 전주한옥마을에서 한복체험을 하는 관광객들은 이색성, 비밀상성, 몰입성, 일상탈출 등의 감정을 느끼는데 이는 전주한옥마을이 일상에서 보지 못하는 예스러운 경관과 한옥 및 문화유산 등 전통문화요소들로 인해 전통적인 분위기를 지니고 있기 때문이다. 이러한 장소에서 한복을 입고 한복과 어울리는 곳을 찾아다니며 사진을 찍음으로써 체험객들은 전주한옥마을이 한복을 입기 좋은 곳이고 한복 자체의 외형적, 내면적인 전통성과 잘 어울린다고 생각한다. 더불어 한복을 입은 자신의 모습을 사진 찍어서 온라인에 올리면서 자신도 한복체험을 했다는 인증과 한복체험을 통해 평소에 볼 수 없었던 자신의 이색적인 모습을 다른 사람들에게 공유함으로써 과시성을 드러내고 만족하고 있음을 확인할 수 있다.

이처럼 전통적으로 느껴지도록 만들어진 전주한옥마을의 전통문화요소들은 관광객들이 한복을 입고 싶게 만드는 체험요인으로 작용하고 있으며, 한복체험은 이색적인 놀이로 즐거움과 일상탈출 등의 감정을 들게 하기 때문에 관광객들이 경험하는 것을 알 수 있었다. 이와 함께 사진을 찍고 온라인에 올려 과

시를 함으로써 만족할 수 있기 때문에 관광객들이 한복체험을 하고, 이렇게 한복체험을 하는 관광객들과 한복체험이라는 전통문화체험이 상호작용하면서 한복을 입은 관광객들이 가득한 전주한옥마을의 풍경이 만들어졌다.

본 연구는 한복체험을 하는 관광객들의 체험동기부터 감정, 체험방법과 사후행동 등을 깊이 있게 분석함으로써 복합적인 연구를 통해 관광객들의 다양한 감정들을 이해할 수 있었다. 또 한복체험의 변화 및 발전과정을 살펴봄으로써 유행의 영향에 대하여 파악할 수 있었다. 특히 한복체험을 하는 관광객들에 대하여 하위징아의 놀이 이론의 특성을 적용하여 분석하였고, 이들의 구술을 통해 한복체험에 대한 관광객들의 감정을 도출했다는 점에서 이론적이고 해석학적인 분석을 했음에 의의가 있다. 이러한 분석방법은 현재 한복체험을 비롯하여 다양한 장소에서 볼 수 있는 의복체험관광이 가지는 의미와 감정을 분석할 때 기여할 수 있다.

논문접수일: 2021. 10. 30. / 심사개시일: 2021. 11. 15. / 게재확정일: 2021. 12. 02.
--

참고문헌

- 김동영, 2010, 「도심활성화에서 신예술가집단의 역할: 전주한옥마을 사례를 중심으로」, 박사학위논문, 전북대학교.
- 김주연, 2019, 「고궁 한복체험의 의미 분석」, 『MICE관광연구』 19권 4호, 59-77쪽.
- 문창현, 2008, 「전통문화구역의 관광명소개발이 지역주민에 미치는 영향: 전주한옥마을을 중심으로」, 『관광연구저널』 22권 1호, 31-53쪽.
- 박수경, 유미옥, 전재균, 2019, 「한복 체험마케팅이 관광객의 만족 및 재방문의도에 미치는 영향」, 『한국자료분석학회지』 21권 3호, 1425-1437쪽.
- 박희선, 2019, 「2010년대 이후 놀이한복 대여점 연구」, 석사학위논문, 한국학중앙연구원.
- 요한 하위징아 저, 이종인 역, 2018, 『호모 루덴스-놀이하는 인간』, 연암서가.
- 이선희, 2008, 「전통문화구역 정책이 주민사회에 미친 영향: ‘전주한옥마을’을 사례로」, 석사학위논문, 전북대학교.
- 이은현, 2017, 「밀레니얼 세대의 한복에 대한 인식과 한복대여체험에 관한 질적 연구」, 석사학위논문, 성공회대학교.
- 인태정, 2007, 『관광의 사회학: 한국 관광의 형성 과정』, 한울아카데미.
- 장호영, 장병권, 이훈, 2017, 「한복을 입은 고궁관광객들의 체험 구조분석: 경복궁 방문자를 대상으로」, 『관광연구논총』 29권 3호, 125-146쪽.
- 전성연, 성종상, 2017, 「경관 프로슈머로서 한복나들이 향유계층과 방문 장소 특성 연구: 경복궁을 대상으로」, 『한국조경학회지』 45권 3호, 80-91쪽.
- 정혜란, 이은진, 2018, 「2010년 이후 한복의 새 패러다임 사례」, 『한복문화』 21권 4호, 97-108쪽.
- 주도경, 2017, 「한복 입기를 통해 본 전통의 개별적 실천과 전통성의 지속」, 『민속학연구』 41호, 199-230쪽.
- 최인숙, 이미숙, 김은정, 2017, 「SNS 인증샷에 나타난 한복의 조형적 특징 연구: 여자한복을 중심으로」, 『한국복식학회지』 67권 3호, 15-30쪽.
- 한숙영, 엄서호, 2005, 「Pine과 Gilmore의 체험영역 모델에 관한 검증: 한산모시 축제 체험활동 참가자 만족을 중심으로」, 『관광학연구』 29권 2호, 131-148.
- Pine, G., 1998, “Welcome to the experience economy”, *Harvard Business Review*, Vol. 76, No. 4, pp.97-105.

참고자료

- 전주문화재단, 2014, 『전통문화도시 조사·기록화 사업: 2년의 기록』.
- 전주시, 2005, 『전주 전통문화도시 육성 기본계획』.
- 전주시, 2017, 『전주시 한복문화 산업 육성계획 수립』.
- 한복진흥센터, 2017, 『한복문화산업 진흥계획 수립을 위한 현황분석 연구 용역 보고서: 한복 체험을 위한 대여업체를 중심으로』.

신문 기사

- 노컷뉴스, 2017.06.19, <https://www.nocutnews.co.kr/news/4801610> (검색일: 2021.04.22.)
- 뉴스메이커, 2017.02.11, <http://www.newsmaker.or.kr/news/articleView.html?idxno=39821> (검색일: 2021.04.22.)
- 서울신문, 2020.12.15, https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20201216017007&wlog_tag3=naver (검색일: 2021.04.22.)
- 세계일보, 2019.02.22, <http://www.segye.com/newsView/20190221002948?OutUrl=naver> (검색일: 2021.04.08.)

참고사이트

- 네이버 블로그, 2019.12.14, 엘리, <https://blog.naver.com/tearshje/221737020846> (검색일: 2021.05.09.)
- 네이버 블로그, 2020.03.29, 블루밍, https://blog.naver.com/pink_310/221880073734 (검색일: 2021.05.04.)
- 네이버 블로그, 2021.03.31, 잠만보, <https://blog.naver.com/ppangnaa/222293802931> (검색일: 2021.05.11.)
- 네이버 블로그, 2021.04.12, Stella, <https://blog.naver.com/lrne20/222306676233> (검색일: 2021.05.08.)
- 유튜브, 2021.04.18, [생방송] 전주는 한복이다! 2021한복문화주간 온라인 라이브패션쇼, https://www.youtube.com/watch?v=_hoceyYX5Oc&t=5123s (검색일: 2021.05.17.)
- 인스타그램, <https://www.instagram.com/> (검색일: 2021.05.10.)
- 전주한옥마을, <http://hanok.jeonju.go.kr/>

<Abstract>

**A Study of Traditional Culture Experience Tourism
in Jeonju *Hanok* Village**

- Focusing on the *Hanbok* Experience -

KIM MIRA *

This study was conducted with a focus on Hanbok Experience among Traditional Culture Experiences that are actively executed in Jeonju Hanok Village. Why tourists who visited Jeonju Hanok Village wear Hanbok, how they do the Hanbok Experience, what kinds of feelings they feel while doing the Hanbok Experience, and what meanings they are releasing by sharing pictures of doing Hanbok Experience online have been analyzed.

This study was carried out based on qualitative research method, utilizing anthropological fieldwork and phenomenological research method. A participation observation and an in-depth interview were performed on tourists who are doing Hanbok Experience in Jeonju Hanok Village. In addition, reviews on Hanbok Experience tourists who tried the Hanbok Experience wrote online were collected and their common meanings in regard to Hanbok Experience were analyzed.

Specifically, this study organized the process of Jeonju Hanok Village turning into a tourist site and the plan, change process, and the current status of Traditional Culture Experience Tourism of Jeonju Hanok Village through an examination of 'Master Plan for Fostering Jeonju Traditional Culture City' business. In Jeonju Hanok Village where an image of tradition was formed based on such process, the process of 'Hanbok Day', Hanbok Experience, and Hanbok rental shops expanding as a momentum for Hanbok Experience to appear was examined.

Through this process, the background and the present condition in which Hanbok Experience could have been invigorated in Jeonju Hanok Village could be identified, and through the verbal statement experience review of tourists who did Hanbok Experience, the motivation for experience, experience method,

* Ph. D. student of the department of tourism science, Hanyang University.

feelings felt through the experience, influence of experience, and others were analyzed.

The tourists who visited Jeonju Hanok Village feels Jeonju Hanok Village is an appropriate place for a traditional culture experience due to the traditional factors including a cultural heritage, Hanok, and a stone wall. Therefore, tourists show a spontaneity to wear traditional clothing, Hanbok, in a traditional culture city Jeonju and the traditional place in the center, Jeonju Hanok Village. Also, they feel unusual, non-daily, traditional, and other emotions as they meet Hanbok Experience as a form of play. At the same time, by taking pictures to commemorate one's own self wearing Hanbok, sharing them online, and writing reviews on Hanbok Experience, they show an exhibitionistic aspect.

In other words, it was confirmed that tourists wish to do the Hanbok Experience as a Traditional Culture Experience because they feel the joy of experience and a sense of getting out of their own daily routines by doing the Hanbok Experience in a traditional space of an atmosphere different from daily life.

This study is relevant as it deals with aspects that had been lacking analysis on the experience and meaning of Hanbok Experience among existing studies on Hanbok Experience through an in-depth analysis on tourists who do the Hanbok Experience. Also, it can contribute to the understanding and analysis of meanings about Traditional Culture Experience Tourism and clothes experience tourism.

Key Words : Jeonju Hanok Village, Experience Tourism, Traditional Culture Experience Tourism, Hanbok Experience, Hanbok rental shop