

전주 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠의 현황과 확장성 탐색*

참여 주체의 인터뷰 분석을 중심으로

서국선**

목 차

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 서론 | 5. 논의점 |
| 2. 이론적 배경 | 참고문헌 |
| 3. 연구방법 | <Abstract> |
| 4. 연구 결과 | |

국문초록

역사문화자원은 경제·교육·문화적 가치가 중첩된 지역발전의 동력으로 주목받고 있다. 이때 해당 자원의 가치는 자원의 본질(희소성·서사)뿐 아니라 지역 제도·규범·관계망 속 활용방식(조직배태성)에 의해 달라진다. 이에 본 연구는 전주 역사문화공간을 활용한 몰입형 콘텐츠가 장소성을 활용하는지에 주목하였다. 분석을 위해 전주 경기전·전라감영에서 운영된 ‘왕과의 산책’과 ‘전라관찰사의 탄생’을 대상으로 참여 주체에 해당하는 관람객 5인과 기획·운영자 3인을 대상으로 반구조화 심층인터뷰를 수행하고, 생산자-수용자 응답을 비교 분석하였다.

분석 결과 관람객은 매우 상호작용과 야간 운영 등 몰입형 콘텐츠의 요소를 통해 해당 역사공간을 ‘비일상적 체험’의 장소로 재인식했으며, 이는 역사교육·동반

* 이 논문은 2025년 전북연구원 전북학연구센터의 지원을 받아 수행된 연구임.

** 중앙대학교 문화예술경영학과 박사수료, E-mail: ruizepla@naver.com

자와의 상호작용·공간에 대한 의미 발견으로 이어졌다. 반면 기획·운영자의 측면에서는 공간의 고유성 유지, 운영 리스크 관리, 참여 규칙 설계의 중요성을 강조했다. 이를 바탕으로 전주시 역사문화자원의 장소성이 콘텐츠의 핵심자원으로 활용되는 과정에서 지역의 상징성과 기억 등이 조직배태적으로 활용되는 과정에서 구성되었음을 확인하였다. 이는 관람객에게는 역사문화자원에 대한 새로운 수용방식을 제공하였으며, 기획·운영자에게는 콘텐츠를 운영하기 위한 제도적·조직적 전제조건으로 작용하였다.

본 연구는 오프라인 역사문화 공간의 몰입경험을 문화자원의 관점에서 검토함으로써 디지털 영역에 편중된 몰입형 콘텐츠에 대한 논의를 보완하였다. 또한 참여 기회 확대와 인프라 보완, 다국어화 및 인접권역 확장 전략을 제시함으로써 실무적 제언을 하였다. 사례·표본의 범위가 제한적인 만큼, 후속연구는 지역·프로그램의 다양화와 양적 지표 결합을 통해 외적 타당성을 강화할 필요가 있다.

주제어 : 역사문화자원, 몰입형 콘텐츠, 참여 주제, 체험형 콘텐츠, 전주

1. 서론

신자유주의 시대에 ‘역사문화자원’ 개념의 등장은 문화유산에 경제적 가능성이자 지역발전의 소명을 제시한다. 이제 문화유산을 비롯한 지역의 역사·문화적 매개들은 보존이나 연구의 대상에서 나아가 콘텐츠 생산 및 판매를 위한 잠재적 지식재산(intellectual property, 이후 IP)으로 기능한다. 역사문화자원은 저마다의 대체불가능한 함의와 서사를 보유하고 있는데, 이는 디지털콘텐츠의 등장과 관광산업 활성화에 따라 지역의 경제적 고부가가치를 창출하는 자원으로써 의미 있게 다루어지는 배경이 되었다(박미선, 2018). 이러한 인식은 지역 역사문화에 대한 주목과 재발견으로 이어지기도 하였으나 콘텐츠 개발 과정에서 고중 부실이나 난개발(김진성, 2023), 차별성 부족(김정원, 2023) 등의 문제로 비판의 대상이 되기도 하였다.

모든 ‘역사문화’가 경제적 ‘자원’으로서 ‘가치’를 가진다면, 그 가치는 어떻게 활용될 수 있는가? Barney(1991)는 자원기반이론을 통해 자원이 기업 및 조직의 경쟁우위에 공헌할 수 있는 조건으로 ‘가치(value)’, ‘희소성(rareness)’, ‘모방불가능성(inimitability)’, ‘조직배태성(organizational embeddedness)’ 등을 제시하였다(신형덕, 2019). 앞선 3개 조건을 대부분의 역사문화자원이 일정량

담보하고 있는데 반해, 조직배태성은 해당 자원을 지역과 어떠한 관계에 있으며 어떻게 활용하느냐에 따라 차이가 발생하는 후천적 요건이라 할 수 있다. 다시 말해 지역 역사문화자원의 의미나 희소성이 본질적 가치라면, 지역과의 사회적 관계, 제도, 문화, 규범 속에 얽혀 환경의 영향을 강하게 받는 상태인 조직배태성은 콘텐츠에서 역사문화자원의 활용 정도나 방식에 따라 무한한 확장 가능성을 내포한다.

전북특별자치도는 다양한 역사문화자원을 보유하고 있으며, 그 중심에는 천년 고도(古都)이자 문화관광도시 전주(全州)가 있다. 전주시는 지역의 역사문화자원을 기본으로 공간의 정체성을 유지하면서 역사문화 관광지역으로 전환된 장소로(홍성덕, 2015) 전주 전통문화중심도시 조성사업을 통해 역사문화자원 기반 브랜딩이 이루어진 바 있다. 특히 한옥마을을 중심으로 한복·음식·전통문화체험(김미라, 2021; 오세미나, 2024; 최지혜·심우석, 2025) 전통관광 콘텐츠를 제시하고 있다. 그러나 선행연구에서 지적하였듯, 이러한 역사문화체험이 일시적인 유희에서 그치지 않고 전통과 관광지에 대한 호기심으로 이어져야 한다는 과제가 남아있다(박수경·유미옥·전재균, 2019).

이에 본 연구는 전주시에서 운영하고 있는 역사문화자원의 장소성에 체험 콘텐츠를 결합한 ‘몰입형 콘텐츠(immersive content)’에 주목한다. 전주시와 ‘문화예술공작소’는 태조 이성계의 어진을 봉안한 경기전과 2019년 복원한 전라감영에서 역사체험 프로그램을 운영하고 있다. 해당 프로그램들은 역사적 공간을 무대로 배우와 플롯을 활용한 체험형 콘텐츠로, 지역 공연기획사인 문화예술공작소는 전주시의 지원을 바탕으로 2018년 시작한 ‘왕과의 산책(경기전)’부터 2025년 ‘전주부성길 보물찾기 대탐험(풍남문 등)’까지 관련 프로그램을 확장하고 있다. 또한 2023년 전주 문화유산 야행 사업 ‘풍패지향 왕의 궁원을 거닐다’ 또한 주관해 지역 문화유산 활용 우수사업에 선정된 만큼(전라일보, 2023) 분석의 가치가 충분하다 볼 수 있다.

사례에 대한 면밀한 분석을 위해 본 연구는 관람객과 기획·운영자 양측을 대상으로 심층 인터뷰를 수행하고자 한다. 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠에 대해 참여 주체 양측의 인식을 비교 분석함으로써 생산자와 수용자 양측의 관점을 통해 심도 깊은 질적 분석이 가능하다. 이를 통해 전주를 비롯한 전북 지역의 역사문화자원의 콘텐츠 활용 양상과 발전 과정을 심층적으로 조망할 수 있을 것이다.

이를 위해 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. 전주시 역사문화자원의 장소성은 몰입형 콘텐츠의 제작·운영 과정에서 어떠한 방식으로 해석·활용되고 있는가?
- 연구문제 2. 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠에 대해 관람객은 어떠한 경험과 의미를 인식하며, 이는 문화유산에 대한 이해와 태도에 어떠한 영향을 미치는가?
- 연구문제 3. 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠는 지역관광에서 어떠한 가능성과 한계를 지니는가?

2. 이론적 배경

1) 역사문화자원의 활용

역사문화자원은 지역의 고유한 문화적 정체성을 형성하는 핵심 요소로, 관광 및 문화산업과 긴밀하게 연계된다. 한 지역의 역사문화자원은 해당 지리적 공간에 위치한 문화유산을 비롯해, “문화재로 보호되거나 문화콘텐츠로 활용될 잠재적 가능성이 있는 인적·공간적·시간적 자원을 포괄한다”(박미선, 2018, p. 108)는 점에서 콘텐츠에 활용할 수 있는 범위와 방식이 무궁무진하다.

전통적인 관광에서 역사문화자원은 건축물이나 전통문화에 대한 전통적 관람 방식을 중심으로 제시되어왔다. 그러나 역사문화자원의 활용은 근본적으로 대중들의 활동과 참여에 그 기저가 맞닿아 있는 만큼(장충희, 2021) 수용을 촉진하기 위한 다각적인 방안 마련이 필요하며, 이에 방문객의 능동적 참여를 유도하는 체험형 콘텐츠가 새로운 방안으로 제시되고 있다.

관광산업의 발전에 따라 지역 역사문화콘텐츠는 단순한 역사정보의 전달에서 벗어나 관객의 경험에 초점을 맞춘 몰입형 콘텐츠 형태로 발전하고 있다. 지역성과 장소성을 체험하고 실감할 수 있는 역사콘텐츠는 관광객의 감각적 경험을 극대화하며 반복 방문을 유도할 뿐만 아니라, 추천과 평판을 통해 파급효과를 가지며 다른 지역이나 콘텐츠에도 영향을 미친다. 이는 역사문화자원을 기반으로 한 몰입형 콘텐츠가 문화적 지속 가능성과 경제적 파급력을 동시에 확보할 수 있는 전략으로 주목받고 있는 까닭이기도 하다.

전북특별자치도는 전주 한옥마을, 익산 왕궁리 유적, 군산 내항 등 다양한 역사문화 자산을 바탕으로 문화관광산업을 추진해 왔으며 관련 연구도 다수

수행된 바 있다(박홍주, 2011; 진양명숙·문보람, 2014; 박종혜, 2022; 구희진, 2022, 문이화, 2017; 이승용·김석출, 2008). 전주는 후백제의 수도이자 조선왕조의 본산이며, 전라감영이 위치했던 전통문화 중심지인 만큼 역사문화자원의 콘텐츠 활용 방안 관련 연구가 지속적으로 이루어져 왔다(홍성덕, 2015; 전성연 외, 2024; 진혜련·김경미, 2016). 특히 전통문화중심도시화 사업은 ‘가장 한국적인 도시’라는 캐치프라이즈를 바탕으로 전주 구도심에 위치한 한옥마을을 활성화하고, 문화관 및 체험관 등을 개설하여 전통관광명소로서의 기반을 닦았다. 이를 바탕으로 전주 한옥마을은 그 공간 자체로서 역사문화콘텐츠이자 체험형 콘텐츠로의 위상을 가지게 된다. 관련하여 정나은(2024)은 한옥마을의 비밀상성이 문화유산 자체에서 발현되는 반면, 재미성과 허구성은 방문객들의 체험 과정에서 다양한 모습으로 발현된다고 하였다. 이는 전주 역사문화자원의 가장 중요한 가치 중 하나는 ‘체험’ 그 자체에 있음을 시사한다.

그럼에도 전주 역사문화자원을 활용한 콘텐츠의 운영에 관한 연구는 충분히 이루어지지 않았다. 선행연구는 주로 대사습놀이나 단오 등 전통놀이(김용호, 2024; 유영수·이채현, 2021)나 전통건축물(최아름·유동환, 2014; 진혜련·김경미) 등 역사문화자원의 활성화 방안 또는 전략을 제안하는 데 그쳐, 실질적인 콘텐츠 개발 및 발전을 논하지 못했다. 다시 말해, 전북 및 전주지역 역사문화자원 활용의 가능성에 대한 모색은 지속적으로 이루어져 왔으나 현재 이루어지고 있는 성과나 한계에 대한 검토는 한정적이다.

반면 실무적 차원에서 보면, 전북 및 전주 지역은 정부 부처가 역사문화활성화사업(문화체육관광부)과 지역활성화사업(행정안전부)을 수행하는 과정에서 콘텐츠 기업들의 다양한 실험과 놀이를 통해 활성화되고 있다. ‘문화예술공작소(전주)’, ‘아크빌(전주)’, ‘(주)지방(군산)’, ‘(유)사각사각(익산)’ 등 로컬 스타트업은 지원사업을 기반으로 지역의 문화자원을 활용한 프로그램을 운영하고 있으며 눈에 띄는 성과를 거두고 있다. 이와 관련된 학술적 논의가 전무한 지금, 관련 콘텐츠의 효과성과 방향성에 대한 심층적인 분석이 필요하다.

2) 몰입형 콘텐츠와 역사문화자원

몰입형 콘텐츠는 관객이 특정한 환경에 깊이 몰입하여 경험할 수 있도록 설계된 콘텐츠다. 이중 가상현실(Virtual)을 구현한 실감미디어(realistic media) 기반 콘텐츠는 사용자가 실제와 같은 경험을 체험하는 데 필요한 핵심요인으로 ‘현존감(presence)’을 강조한다(강지영·최상일, 2020). 이러한 실감미디어의

상호작용(interaction)은 관객이 제시된 가상 공간에 강한 몰입감을 느끼도록 유도하지만, 이는 현실적인 장소와의 완전한 차단을 전제로 한 것이다.

반면 콘텐츠가 위치한 장소의 특성을 강조함으로써 공간의 역사성과 문화적 의미를 기반으로 관객의 몰입을 유도하는 방법도 있다. 이때 배우와의 상호작용이 몰입감을 극대화하는 핵심 장치로 작용할 수 있다. 예컨대 연극을 감상하는 관객이 역할을 부여받게 되면, 단순한 관찰자가 아닌 참여자로서 기능하며 자신이 실제로 해당 장소에 존재한다는 강한 몰입을 느끼게 된다. 즉 몰입형 콘텐츠의 핵심은 콘텐츠가 전달하는 유·무형의 장소가 아니라 장소가 제공하는 실제적 감각인 현존감에 있다.

장소 기반 몰입형 콘텐츠의 대표적인 사례는 이머시브 연극(immersive theatre)이다. 이머시브 연극은 관객이 스토리 속에서 직접 콘텐츠를 경험하는 수용 방식을 제공한다. 이머시브 연극은 배우와 공간을 활용해 관객을 극적 서사 속으로 초대함으로써, 관객이 극 속에서 자유롭게 이동하며 서사를 체험하도록 유도한다. 전강희(2019)는 이머시브 연극의 강점을 관객으로서 이전에는 접해보지 못한 미적인 방식으로 공간을 체험할 수 있는 점이라고 하였다. 관련한 개념으로 LARP(live action role-playing game)는 관객이 직접 극에 참여하고 특정한 캐릭터를 연기하며 서사의 전개에 직접 영향을 미친다는 점에서 보다 능동적인 몰입을 유도한다. 플레이어의 자율성과 스토리 개입이 강조됨에 따라, 극적 연출과 게임적 요소가 결합해 몰입감을 극대화할 수 있기 때문이다.

몰입형 콘텐츠는 가상현실 등 디지털 환경을 중심으로 다양한 연구와 논의가 이루어져 왔는데, 이는 특히 메타버스 등 IT 기반 몰입형 콘텐츠가 미래 문화관광산업의 핵심으로 각광받고 있는 까닭이다. 이에 비해 수는 적으나 관광 콘텐츠(이민희·김병규·홍성대, 2021), 전시콘텐츠(정혜영, 2023)뿐만 아니라 지역의 문화자원을 중심으로 한 연구 또한 다수 확인된다(김현정, 2021; 윤소정 외, 2024).

역사·문화적 장소를 활용한 몰입형 콘텐츠 중 가장 주목할 만한 사례는 한국민속촌의 ‘조선 캐릭터’다. 한국민속촌은 2012년 ‘거지 캐릭터’를 공간에 배치한 이래로, 다양한 캐릭터를 확장하며 관객의 참여와 소통을 형성하였다(윤명진, 2022). 이처럼 한국민속촌의 ‘웰컴 투 조선’ 공연이 배우의 분장과 연기를 통해 관광 커뮤니케이션 수단으로서 관람객과 상호작용할 수 있으나(이욱, 2017), 민속촌이라는 공간의 특성상 역사문화자원을 활용하고 있다고 보기는 어렵다.

몰입형 콘텐츠로서 역사문화자원의 장소성(placeness)을 활용한 오프라인 콘

텐츠 사례연구를 살펴보면, 인천 개항장 문화지구를 무대로 수행된 <고종의 밀사> 프로그램에서 이머시브 연극의 특성을 확인할 수 있다(최영재, 2024). 해당 연구에서는 개항장 문화거리 전체가 공연 공간으로 확장된 점에 주목하며 역사문화콘텐츠의 활용성을 논의하였다. 한편 광주의 5.18 기념공연 <시간을 칠하는 사람>이 가진 장소 특정적 연극(site-specific theatre)의 특성과 관객 참여형 공간 연출에서는 역사적 사건에 대한 연극적 체험을 강조한다(김지연, 2023). 이상 사례들은 관객이 역사문화적 장소에 포함된 하나의 구성원으로써 역할을 부여받으며 강한 몰입을 느낄 수 있는 구체적인 공간(Field)를 제공한다.

즉 몰입형 콘텐츠는 개별 관객이 체감하는 현존감에서 나아가 Bourdieu(1993)가 강조하였듯이 문화가 생산되는 제도적, 경제적, 정치적 공간(field)에서 생산될 수 있다. 그리고 역사문화적 공간은 오랜 시간 쌓여온 인식과 개념을 통해 몰입을 극대화시킬 수 있는 자원(resource)이다.

3) 전주 역사문화자원 활용 콘텐츠

본 연구는 전주 역사문화자원의 장소성을 기반으로 구성한 몰입형 콘텐츠의 사례를 탐색하는 것을 목적으로 한다. 대상 사례의 문화자원 활용(창작)과 관객의 수용(소비)을 분석함으로써 몰입형 콘텐츠가 단순한 유희를 넘어 문화유산에 대한 이해와 소비를 촉진할 수 있는 관광 커뮤니케이션 모델로 발전할 가능성을 모색하고자 한다. 이를 위해 전주 역사문화자원 활용 콘텐츠의 대표 사례에 해당하는 ‘왕과의 산책’, ‘전라관찰사의 탄생’ 등을 제작·운영하는 ‘문화예술공작소’의 사례를 대상으로 연구를 수행하였다. 해당 콘텐츠는 모두 앞서 몰입형 콘텐츠의 사례로 제시한 이머시브 연극의 요소를 차용함으로써, 역사문화공간에서의 현존감을 극대화하였다는 특징을 가진다.

전주문화예술공작소가 운영하는 역사문화자원을 활용한 콘텐츠는 다음과 같다.

(1) 왕과의 산책

왕과의 산책은 전주 경기전을 배경으로 조선 왕조의 역사와 공간의 의미를 체험형 콘텐츠로 풀어낸 야간 역사 프로그램으로, 2019년 시작한 이래 매년 운영되고 있다. 태조 이성계의 어진을 봉안한 경기전을 중심으로 낮과는 전혀 다른 분위기의 야간 개방을 활용해, 역사적 장소가 지닌 정서와 상징성을 감

각적으로 경험하도록 설계된 것이 특징이다. 프로그램은 해설 중심의 투어에 연극적 요소를 결합한 형태로, 배우들이 역사 속 인물로 등장해 짧은 장면을 구성해 이야기를 전개하는 이머시브 연극의 특성을 포함한다. 이를 통해 조선 왕조의 기원과 경기전의 역할, 전주의 역사적 위상을 전달하며 몰입형 역사 경험을 제공한다.

(2) 전라관찰사의 탄생

해당 프로그램은 조선 시대 전라감영을 무대로 전라관찰사의 역할과 권한, 그리고 지방 행정의 구조를 스토리텔링 방식으로 풀어낸 역사체험 프로그램으로, 2025년 시작되었다. 전라감영이라는 실제 행정 공간을 바탕으로 관찰사가 탄생하는 과정과 당시 지역 통치의 의미를 참여형 연극으로 구성함으로써 조선 시대 지방 행정을 생생하게 전달한다. 해당 프로그램은 단순한 역사극을 넘어 참여자가 이야기 속 상황에 직접 관여하도록 설계된 참여형 콘텐츠에 해당한다. 관람객은 사건 전개에 따라 이동하며, 다양한 인물과 상황 속에서 조선 시대 관료제와 사회 질서를 자연스럽게 이해할 수 있다.

(3) 호남제일성, 전라감영 역사의 울림

해당 프로그램은 조선시대 전라도 행정의 중심이었던 전라감영의 역사적 위상과 공간적 의미를 체험형 콘텐츠로 풀어낸 프로그램으로, 2022년부터 지속되고 있다. 전라감영이 단순한 관청을 넘어 호남 지역 정치·행정·군사의 핵심 거점임을 조명하며, 감영에 축적된 역사적 기억을 해석한다. 해당 프로그램은 역사 해설에 스토리텔링과 체험 요소를 결합한 방식으로 운영되며, 전통놀이, 퀴즈, 소규모 미션 등의 참여형 콘텐츠를 통해 전라감영 내부를 이동하며 자연스럽게 역사를 이해하도록 구성되었다. 전북 및 전주 지역의 핵심 역사유산을 문화 콘텐츠로 확장한 사례라 할 수 있다.

(4) 전주부성길 보물찾기 대탐험

해당 프로그램은 조선시대 전주부성을 따라 조성된 ‘부성길’을 무대로, 도시의 역사와 공간을 콘텐츠로 풀어낸 역사체험 프로그램으로, 2025년부터 시작되었다. 전주부성의 흔적이 남아 있는 골목과 거리를 참여자가 직접 이동하며 단서를 찾고 미션을 수행하는 방식으로 구성되어 있다. 이를 통해 과거 방어 시설이자 생활공간이었던 전주부성이 어떤 의미를 지니는지 자연스럽게 이해

하도록 유도한다. 가족 단위 참여자와 청소년, 관광객 등 다양한 층을 대상으로 하며, ‘보물찾기’라는 콘텐츠를 전면에 내세워 교육과 놀이, 관광을 결합한 체험형 콘텐츠로 재구성하였다..

이상의 전주 문화예술공작소 프로그램에는 다음과 같은 공통점을 확인할 수 있다.

첫째, 전주 역사문화자원의 장소성을 콘텐츠의 핵심 설계 원리로 활용하고 있다. 경기전, 전라감영, 전주부성길 등 특정 역사 공간을 단순한 장소가 아닌, 서사의 출발점이자 무대로 설정함으로써 역사문화공간이 지닌 의미와 기억을 콘텐츠의 핵심 구성요소로 통합한다. 이는 역사문화자원을 물리적 유산이나 관람 대상으로 소비하는 방식에서 벗어나, 장소에 축적된 시간성과 의미를 체험과 서사로 재구성하는 전략이라 할 수 있다.

둘째, 이들 콘텐츠는 이머시브 연극의 요소를 차용하여 관람자 중심의 참여형·몰입형 구조를 채택하고 있다. 해설뿐만 아니라 연극과 미션, 놀이 등을 결합해 참여자가 콘텐츠의 관찰자가 아닌 이야기 속 행위자로 기능하도록 설계하였다. 이는 관객의 신체적·정서적 개입을 유도함으로써 역사정보의 전달을 넘어 몰입을 통해 문화유산을 능동적으로 수용하도록 지원한다.

셋째, 역사문화자원의 교육적 기능과 관광적 소비를 연결하는 관광 모델을 제시한다. 각 프로그램은 체험과 놀이를 전면에 내세우면서도 역사적 사실과 공간의 맥락을 유지함으로써, 학습과 유희, 관광 경험을 연결한다. 이는 몰입형 콘텐츠가 문화유산의 의미를 약화시키는 오락적 소비에 그치는 것이 아닌, 문화유산에 대한 이해와 재방문을 촉진하는 지역관광 모델로 기능할 수 있음을 시사한다.

3. 연구방법

1) 연구절차 및 방법

본 연구는 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠의 현황과 확장성을 분석하고, 관람객과 기획·운영자의 인식을 탐색하고자 한다. 이를 통해 몰입형 콘텐츠에서 관람객이 인식하는 몰입과 기획·운영자가 기대한 몰입을 비교함으로써

현존감과 장(field)의 개념이 어떻게 나타나는지 탐색하고자 한다.

이를 위해, 전주 역사문화자원을 기반으로 한 몰입형 콘텐츠의 참여 주체를 대상으로 심층 인터뷰를 실시한다. 관람객(소비 주체)과 기획·운영자(창작 주체)로 구분해 반구조화 인터뷰를 진행함으로써 관람객이 인지하는 현존감과 기획자가 설정하는 장소 기반 몰입 전략 간 접점과 차이를 탐색한다.

먼저 관람객과 기획·운영자 모두 전주 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠의 대표적인 사례로 볼 수 있는 ‘왕과의 산책’과 ‘전라관찰사의 탄생’ 프로그램을 2년(2024~2025)내에 체험하거나, 기획·운영한 경우를 대상으로 진행하였다. 해당 2개 프로그램은 전주의 대표적인 역사문화자원인 경기전과 전라감영의 공간을 활용한 프로그램으로, 동일한 회사의 기획프로그램을 바탕으로 5년 이상 안정적으로 운영되었기에 관람객의 응답을 바탕으로 한 결과를 안정적으로 도출하고, 기획·운영자 응답을 바탕으로 심층적인 분석을 이끌어내기에 적합하다.

집단별 인터뷰 설문 내용은 <표 1>과 같다.

<표 1> 전주 역사문화자원 몰입형 콘텐츠 참여 주체 대상 반구조화 설문지

연번	영역	관람객	기획·운영자
1	응답자 특성	콘텐츠 종류 거주지역과 관람인원 결정이유	조직 직위, 참여기간 참여콘텐츠 참여 역할 및 방식
2	역사문화자원 콘텐츠 체험/ 기획 인식	역사문화자원 방문빈도·고려요 소 콘텐츠 체험/관람 빈도 몰입형 콘텐츠의 관람 영향 기대와 이미지	역사문화자원 콘텐츠로서의 특성 역사문화자원 활용시 중요요소 내부적인 성과 평가(1~5)
3	역사문화자원 몰입형 콘텐츠 체험/기획	기억에 남는 활동 상호작용 인식 역할과 행동 인식 참여 규칙 인식	가장 중점을 둔 활동/장치 상호작용 기획 관람객의 역할이나 행동 기획 콘텐츠의 규칙 기획
4	콘텐츠 관람객의 인식/인식 기대	체험 만족도(1~5) 체험을 통한 메시지/정보 수용 체험을 통한 역사문화적 요소 인식 체험 후 지역에 대한 인식 변화	지각한 관람객 반응 체험을 통한 메시지/정보 수용 기대 체험을 통한 역사문화적 요소 인식 기대 체험 후 지역에 대한 인식 변화 기대

연번	영역	관람객	기획·운영자
5	몰입형 콘텐츠 인식	지각한 몰입 정도(1~5) 몰입 요소 몰입이 깨지는 순간	몰입성의 정도(1~5) 몰입형 콘텐츠로서의 특징 몰입을 위한 연출적, 공간적 장치 가장 강하게 유도한 요소 몰입이 깨지는 원인
6	만족도와 확장 가능성	전반적인 만족도 한계 및 개선점 몰입 강화를 위한 개선사항 유사 콘텐츠 참여 의향	콘텐츠의 장점과 성취 한계 및 개선점 몰입 강화를 위한 개선사항 관련 콘텐츠 제작 현황과 발전 방향성, 목표

2) 연구대상

인터뷰 수행을 위해, 예술경영 전문가 2인의 자문을 받아 심층 인터뷰를 위한 반구조화 질문지를 설계하고, 2025년 8월 5일부터 20일까지 프로그램 생산자와 수용자 총 8인을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였다.

본 연구의 인터뷰 대상자는 관람객 집단과 기획·운영자 집단으로 구분된다. 먼저 관람객 집단(5인)의 경우 전주에 거주하거나 거주한 경험이 있는 등 연고를 가지고 있었으며, 가족·친구 등 3인 이상의 구성으로 해당 프로그램에 참석하였다. 이는 대상자가 해당 프로그램과 지역에 대한 사회문화적 맥락 이해도가 높으며, 인터뷰를 통해 동행자의 반응까지 제공함으로써 연구대상으로서 가치가 높다 할 수 있다. 기획·운영자 집단(3인)의 경우, 프로그램의 기획자부터 연기자, 스태프까지 프로그램의 다양한 영역에 분포해 있었다. 이들은 수는 적으나 프로그램의 ‘핵심 관계자’로서 유의미한 데이터를 제공해, 적절한 표본으로 볼 수 있다.

연구를 위해 먼저 관람객 집단을 대상으로 전주에서 진행된 역사문화자원 몰입형 콘텐츠를 체험한 콘텐츠 수용자의 경험과 인식을 탐색하였다. 이어서, 2차 기획·운영자 집단은 콘텐츠의 제작과 운영을 담당한 창작 주체로써 프로그램의 기획 의도, 수용의 기대, 역사문화자원의 활용과 몰입에 대한 요구, 확장성 등을 보다 거시적인 관점에서 탐색하였다. 이러한 구분을 통해 수용자와 생산자의 관점을 순차적으로 분석함으로써, 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠의 현황과 그 가치를 입체적으로 조명하고자 하였다. 응답자 특성은 <표 2>와 같다.

<표 2> 전주 역사문화자원 몰입형 콘텐츠 인터뷰 응답자 특성

1차 관람객	구분	관람 역사문화자원-콘텐츠	출생연도	거주지역	관람인원
	관람객A	경기전-왕과의 산책 (문화예술공작소)	1994	서울	연인, 친구
	관람객B		1994	서울	직장동료
	관람객C	전라감영-전라관찰사의 탄생 (문화예술공작소)	1983	전주	가족 (자녀 포함)
	관람객D		1985	전주	가족 (자녀 포함)
	관람객E		1983	전주	가족 (자녀 포함)
2차 기획· 운영자	구분	기획·운영 콘텐츠	출생연도	참여기간	역할
	작가F	• 왕과의 산책(문화예술공작소) • 전라감영이 돌아왔다(문화예술공작소) • 동학농민혁명 입성 기념일(문화예술공작소) • 전주 예술버스(아크빌) • 보훈사적 탐험대(아크빌) 등	1985	7년	작가, 기획자, 대표 (아크빌)
	배우G	• 왕과의 산책(문화예술공작소) • 전라관찰사의 탄생(문화예술공작소) • 전라감영 크라이민(문화예술공작소) • 동학농민혁명 입성 기념일(문화예술공작소) 등	1992	6년	배우, 기획·제작 (전라감영 크라이민)
	사원H	• 왕과의 산책(문화예술공작소) • 전주 야행(문화예술공작소)	1998	2년	기획팀 사원

4. 연구 결과

1) 관람객 인터뷰 분석

(1) 참여 배경과 역사문화자원 콘텐츠 인식

관람객의 콘텐츠 참여 동기는 연령대와 거주지역에 따라 뚜렷한 차이를 보였다. 서울에 거주하는 20대 관람객은 친구나 직장동료의 권유, 개인적 호기심에 의해 프로그램에 참여하였다. 이는 새로운 형태의 역사문화자원 체험을 경험하고 싶다는 유희적 동기에 해당한다. 반면 전주에 거주하는 3, 40대 관람객

은 자녀와 함께할 수 있는 교육적 활동을 위해 콘텐츠에 참여하였다. 또한 20대 관람객이 참여한 ‘왕과의 산책’ 프로그램이 야간에 운영되고, 가족 단위의 3, 40대 관람객이 참여한 ‘전라관찰사의 탄생’이 주간에 다양한 게임과 참여형 콘텐츠가 주를 이루는 점도 주목할 부분이다.

평소 역사문화자원 방문빈도와 고려요소는 관람객별로 상이하였으나, 역사문화자원 방문 시 관련 콘텐츠가 있을 경우에는 가급적 참여한다고 응답하였다. 또한 관광지나 역사문화자원에서 제공하는 체험형·몰입형 콘텐츠에 참여한 경험이 있는 응답자도 있어, 역사문화자원에서의 콘텐츠 참여에 긍정적인 인식을 가지고 있음을 확인하였다.

(2) 몰입형 콘텐츠 관람 동기와 체험 인식

관람객들의 대부분은 해당 콘텐츠가 몰입형 콘텐츠임을 모르고 참여하였다고 응답하였다. 다만 ‘배우가 나온다는 것을 알고 있어서 기대하였다’(관람객 C), ‘전라 감영에 관한 어떤 연극이나 상황극 정도를 예상하였다’(관람객 E)는 응답이 있어, 홍보물을 통해 일정한 기대를 형성함을 알 수 있었다. 한편 관람객 A는 평소 몰입형 콘텐츠 참여 경험이 많았음에도 ‘왕과의 산책’이 몰입형 콘텐츠라는 점을 모르고 참여했지만, ‘처음에 등을 만들고 시작을 하는데, 그것부터 너무 설레게 만드는 요소’였다고 응답해 소품이 관람객에게 기대감을 불러일으킴을 알 수 있었다.

활동경험에 대한 응답은 참여한 콘텐츠별로 차이가 있었다. ‘왕과의 산책’을 관람한 관람객 A, B는 모두 배우의 스토리텔링을 가장 인상 깊었던 활동으로 언급하였는데, 이는 야간의 경기전에서 배우를 따라 일정한 동선에 맞추어 이동하는, 비교적 수동적인 체험으로 인한 것으로 볼 수 있다. 또한 상호작용도 동행자와의 대화나 삼행시에 그쳤다. 참여자의 역할에 대해서도 ‘참여보다 감상 중심으로 가고 적극적으로 해볼 수 있는 것은 없었지만, 밤이기 때문에 안전이 고려되었다고 생각했다’(관람객 B)고 응답하였으며, 규칙 또한 안전에 집중되었다고 응답하였다.

‘전라관찰사의 탄생’의 관람객들은 게임이나 활동을 통한 적극적인 상호작용에 대해 언급하였다. 관람객 D, E는 외국인 사신 캐릭터와 편관 캐릭터를 언급하며 소통하는 경험이 흥미로웠다고 하였다. 또한 게임을 중심으로 배우들과 소통하며 ‘엽전’을 얻으면서 참여도를 높일 수 있는 장치가 있어 만족감이 높았다는 의견도 있었다.

“역사속 외국인으로 분장한 배우가 네 잘 그리진 않았지만 같이 사람들이랑 어울리면서 이야기하고 그러는 과정이 상당히 흥미로웠어요. 게임할 때 게임 규칙 같은 것도 설명을 해 주시고 그래서 모르는 게임도 다시 알 수 있었어요.”(참가자 D)

“대부분 아이들이 주도적으로 많이 했어요. 어른들은 뒤에 있었는데 이제 승부욕 있는 부모님들은 더 많이 참여하시더라고요. 아이들은 엽전 모으는 데 만족감이 높았고, 마지막에 역사와 관련된 선물을 받았어요.”(참가자 C)

또한 ‘전라관찰사의 탄생’의 관람객들은 참여를 위한 다양한 규칙을 언급하였는데, 조용히 해달라는 요구나 길에 대한 통제, 참여를 위한 대기 등이었다. 이는 비교적 활동적인 체험형 콘텐츠 운영을 위한 요구에 해당한다.

(3) 콘텐츠 체험과 몰입

콘텐츠를 통해 전달받은 메시지와 정보에 대해, 모든 관람객이 새로운 역사적 정보와 인식을 얻었다고 응답하였다. 평소에 알고 있던 공간을 새롭게 생각하게 되었으며, 역사적인 정보를 얻을 수 있었다고 하였다. 또한 ‘역사문화 자원이 이렇게 활용되고 있구나’(참가자 B)는 시설 활용 인식 차원에 대한 응답도 있었다. 이러한 인식은 비단 프로그램 자체가 아닌 프로그램 종료 후에도 이어졌다. 특히 역사문화자원으로서의 인식은 전주에 거주하는 참가자들을 중심으로 더 눈에 띄게 나타났다.

“사실은 전라감영에 대해서 잘 몰랐어요. 배우들이 연극을 끝나고 같이 이렇게 대화하는 시간에 어떤 곳이라는 이야기를 들었는데 그전에는 모르다가, 얘기를 들어보니 이렇게 유명한 곳이었구나라는 걸 그때 알게 됐고 그전에는 사실은 별로 감흥이 없었어요.”(참가자 D)

“(콘텐츠 체험 후에) 인터넷이나 다른 서적을 통해서 내용을 좀 확인해 봤는데 상당히 우리가 생각한 거 이상의 규모와 역할과 기능을 했던 굉장히 중요한 관청이었다는 거를 깨달을 수가 있었습니다.”

(참가자 E)

한편 ‘왕과의 산책’ 관람객들은 장소에 대한 인식 영향에서 ‘완전히 다른 공간처럼 느껴졌다’(참가자 A, B)는 일관된 응답을 하였다. 이들은 경기전을 비일상적인 시간(야간)과 비일상적인 방식(프로그램)을 통해 경험하는 효과에 대해 언급하였으며, 가치에 대한 새로운 인식이나 장소에 대한 몰입감 증대를 시사하였다.

몰입감에 대해서는 관람객 3인이 5점(매우 높다), 2인이 4점(약간 높다)으로 평가해 대체로 몰입감 인식이 높음을 확인하였다. 몰입 요소로는 ‘배우’, ‘시간대’, ‘스토리’, ‘연출’ 등이 언급되었으나 관람객 5인 모두 배우의 연기와 상호작용을 언급했다는 공통점이 있었다.

“배우들의 차림새나, 영화 촬영 기법처럼 약간 관객이 잠깐 멈춰 있다가 관객이 이제 들어오면 그제서야 행동하고 했던 게 몰입감에 많이 영향을 미쳤어요.”(관람객 B)

“편편이 전반적인 부분을 다 이렇게 극을 끌어가는 역할을 해서, 이제 굉장히 흥미롭게 해주셔가지고 더 이렇게 몰입하면서 볼 수 있었어요.”(관람객 C)

몰입이 깨지는 순간은 참여 프로그램별로 차이가 있었다. ‘왕과의 산책’ 관람객들은 ‘긴 코스’를 제외하면 ‘모기’, ‘관람객의 전자기기 사용’ 등 외적인 요인을 언급하였다. 반면 ‘전라관찰사의 탄생’ 관람객은 ‘스태프들의 분주함’, ‘음향 시설’ 등 프로그램 운영상의 문제를 지적하였다는 차이가 있었다.

(4) 만족도와 확장 가능성

모든 응답자가 콘텐츠에 대한 전반적인 만족도가 높았다고 평가하였다. 특히 몰입을 유도하는 연출이나 참여를 통한 상호작용에 대한 언급은 앞서 응답한 몰입과 연계되었다.

“경기전에서 사람들이 다닐 부분만 이렇게 볼을 쫓았잖아요. 그게 가장 만족스러웠던 것 같아요. 등 같은 거 쫓았잖아요. 다른 프로그램에서는 아무것도 안 주고 그냥 관객이 들어가서 정적으로 보고 나왔었거든요. 등을 이렇게 들고 다니면서 보고 그리고 또 배우들이 롤 플레이어처럼 연기하는 게 제일 좋았어요.”(관람객 B)

“그 상황에서 나오신 것 같은 배우분의 모습과 상호작용과 그리고 과거의 그 이야기들을 극으로 보여주잖아요. 그러니까 아이들이 직접 그거를 보면서 내가 직접 참여하면서 전통 놀이까지 하는 과정이 특별한 경험이 되었던 것 같아요. 그냥 내가 앉아서 극을 보는 게 아니라 나도 참여할 수 있고 그런 부분들이 컸던 것 같아요.”(관람객 C)

한계점은 ‘많은 인원수’, ‘정보 강화’, ‘어린이 안전’, ‘음향 시설’, ‘한시적 운영’ 등 응답자별로 차이가 있었으나 몰입 강화를 위한 보완사항으로는 ‘참여 기회의 증대’(관람객 A, C, D)가 가장 많았다. 이는 관람객이 보다 적극적인 참여와 상호작용을 요구하고 있음을 의미한다. 또한 모든 응답자가 향후 유사한 형태의 역사문화자원 활용 몰입형 콘텐츠에 참여할 의향이 있다고 응답해, 콘텐츠에 대한 시장성과 확장 가능성이 있음을 확인하였다.

2) 기획·운영자 인터뷰 분석

(1) 참여 배경과 역사문화자원 콘텐츠 인식

기획·운영자 집단의 특성을 살펴보면 작가F와 배우G는 경기전, 전라감영을 비롯해 전주 지역의 다양한 역사문화자원을 활용한 콘텐츠를 기획·제작·운영한 경력을 가지고 있었다. 사원H는 ‘문화예술공작소’에서 2년간 근무하며 게임 기획과 프로그램 실행을 수행하였다.

콘텐츠 기획·운영의 참여 배경으로는 지역 창작자의 역할이 주로 언급되었다. 작가F는 ‘지역에서 작가로서 활동할 수 있는 경쟁력이라고 하면 아무래도 지역의 이야기를 기반으로 활동을 하는 게 좋겠다고 생각했다’고 응답하였으며, 배우G는 수문장 역할로 처음 참여하였으며 ‘전주에서 배우로서 살기 위해서는 이 관광업 쪽에서 역사콘텐츠를 안 할 수는 없다’는 점을 언급하였다. 사원H 또한 전주소재 대학에서 공연기획을 전공하고 자연스럽게 ‘문화예술공작소’에서 근무하게 되었다고 하였다. 이처럼 지역의 콘텐츠 창작자들에게 지역의 원천자원인 역사문화자원의 활용과 참여에 대한 인식이 뚜렷하게 존재함을 확인하였다.

역사문화자원 콘텐츠 인식을 살펴보면, 역할에 따라 인식 방식에 차이가 있었다. 작가F는 지역적 고유성을 언급하며, ‘고유의 공간에서 보여줄 수 있는 것들만 그 본질만 좀 보여줘도 충분히 이게 어떤 사람들에게 매력도로

작용을 할 수 있겠다’고 응답하였다. 이는 역사문화자원이 가진 본래적 가치에 주목하였다고 볼 수 있다. 반면 배우G와 사원H는 ‘전주 시민 혹은 외지 사람들을 대상으로 한 흥미 유발’, ‘누가 들어도 이해가 가고 몰입이 되는 콘텐츠’에 대해 언급하며, 역사문화자원이 수용될 수 있는 환경을 조성해야 함을 강조하였다.

내부적인 평가는 5점 1명, 4점 2명으로 대체로 높았다. 모든 기획·운영자가 매 공연 매진된 성과나 프로그램의 원활한 운영에 대해 인식하고 있었다. 다만 사원H는 프로그램 회차마다 컨디션이 달라지는 현장의 변동성을, 배우G는 보다 많은 관람객이 원활한 환경에서 참여하기를 기대하는 아쉬움을 언급하였다.

(2) 몰입형 콘텐츠 기획

콘텐츠 기획 차원에서는 기획·운영의 역할에 따라 응답에 차이가 나타났다. 작가F는 기획 시 역사문화적 공간의 활용에 가장 중점을 두었다고 강조하였다.

“일단은 공간 활용의 측면이 가장 큰 거예요. 여기서 대본을 짤 때 그냥 뭔가 역사적인 무형의 지식을 이야기를 해주기보다는 이 공간과 얹어 있는 지식이 들어가야 한다는 거죠. 스토리의 연결성이 있어야 하고, 고려시대부터 조선시대까지 얘기를 한다 하더라도 이 공간과 연결된 이야기들만 하거든요.”(작가F)

반면 직접적인 운영을 맡은 배우G와 사원H는 관람객들의 참여에 중점을 두었다고 응답하였다. 이들은 참여하기 쉬운 게임의 중요성과, 참여를 통한 역사 인식의 기회 마련을 언급하였다. 이는 기획과 운영을 맡은 창작 주체 간에서도 콘텐츠 역할에 대한 인식 차이가 나타나는 것으로 해석할 수 있다.

상호작용 기획에서는 모든 기획·운영자가 몰입할 수 있는 의사소통, 퀴즈, 활동의 중요성을 강조하였다. 상호작용은 관객의 반응과 몰입을 이끌어낼 수 있을 뿐만 아니라(작가F, 사원H) 프로그램의 지루함을 해소하거나 분위기를 환기하기 위한 수단으로도 작용하였다(배우G). 특히 배우G는 관객들의 분위기를 관찰해, 그날의 컨디션에 맞게 상호작용한다고 말하며 유동적인 운영 방식의 중요성을 언급하였다.

관람객의 역할의 경우 프로그램별로 차이가 있었다. ‘왕과의 산책’의 경우 일정 구간에서 왕의 의상을 입어보거나, 삼행시에 참여하는 등 일시적인 참여

가 이루어졌지만, ‘전라감영 크라임씬’의 경우에는 관객객이 주도적으로 역할을 부여받고 장소를 이동하며 퀴즈를 풀어야 하는 ‘방탈출’ 또는 LARP의 형태의 능동적인 몰입이 이루어졌다.

“방탈출(크라임씬) 같은 경우에는 참여하는 관객들이 다 탐정이고, 배우 한 명의 문제를 풀면 그에 맞는 힌트를 하나씩 얻게 되거든요. 주어진 시간 동안 7, 8명의 배우와 만나서 게임을 통해 얻은 힌트들로 자기만의 정답을 내려놓는 게 재미있는 지점이지요.”(배우 G)

콘텐츠의 규칙 역시 프로그램에 따른 차이가 나타났지만, 관객객의 몰입을 유지하고 프로그램의 안정적인 운영을 위한 뚜렷한 목적성이 나타났다. ‘왕과의 산책’의 경우 진행 속도에 유의하여 팀별로 동선이 겹치지 않게 하고, 어둠 속에서 부상자가 발생하지 않도록 하는 것이 중요하였다. 반면 ‘전라관찰사의 탄생’이나 ‘전라감영 크라임씬’의 경우 배우들에 대한 신체적인 접촉이나 지나친 자유도를 방지함으로써 프로그램 참여자 전반에 대한 몰입을 유지하는 것이 중요함을 확인하였다.

(3) 콘텐츠 체험에 대한 기대와 몰입 요소

콘텐츠를 통해 전달하고자 한 메시지와 정보는 창작 주체의 역할에 따라 차이가 있었다. 사원H는 ‘왕과의 산책’의 경우 경기전을 구성한 전반적인 정보 전달이라고 응답하며, 실록에 관한 이야기나 어진에 대한 역사적 사실의 전달이 중요함을 언급하였다. 배우 G 또한 역사정보 전달의 중요성을 강조하는 한편, 콘텐츠에 따라 공감과 안식 등의 효과성에 대해서도 언급하였다.

“크라임씬 같은 경우에는 마지막에 이 사건이 왜 벌어졌는지에 대해서 연극으로 보여주거든요. 그러면 관객들이 엉엉 울어요(너무 감동적이라고). 역사가 갖는 스토리텔링의 힘이라고 생각해요. 우리는 이런 조상들이 있었는데, 우리의 조상들은 우리처럼 살지 못했다고 인식할 수 있는 부분이 있죠. 반면 왕과의 산책의 메시지는 힐링과 치유예요. 그래서 낮에 한옥마을 오면 사람들 많고 정신없고 복잡한데, 저녁 8시면 그 공간에는 나 자기밖에 없다는 힐링 시간이 좀 있거든요. 바쁜 일상생활 속에서 이 고즈넉한 경기전을 거닐면서 몸과

마음의 여유를 되찾는 시간, 이게 딱 경기전 ‘왕과의 산책’의 모티브였죠. 콘텐츠마다 주제가 조금씩 달라요.”(배우G)

한편 작가F는 몰입형 콘텐츠를 통한 공간 전달의 중요성을 언급하였다. 프로그램 및 투어에서 관람객들에게 “가급적이면 스마트폰을 내려놓고 공간을 바라볼 것”(작가F)을 요구하고 있으며, 관객들에게 체험을 통해 평소 생활에서 몰랐던 새로운 것들을 발견할 수 있었다는 피드백을 받는다고 하였다.

몰입형 콘텐츠로서의 특징에 대해서도 작가F는 실감미디어가 아닌, 공간을 활용한 몰입형 콘텐츠의 강점에 대해 아래와 같이 강조하였다.

“전자기기 같은 경우는 자율성이 있어서 스마트폰을 끄거나 다른 장면으로 전환을 할 수 있는데, (해당) 몰입형 콘텐츠는 영화관에 간 것처럼 이동한다거나 자유로운 활동이 제한돼 있잖아요. 몰입형 콘텐츠에서 가장 큰 특징은 아무래도 그런 공간 활용 그리고 그 시간과 시간 안에서의 제한성이라고 생각합니다.”(작가F)

몰입에 있어서 공간 활용의 중요성은 다른 기획·운영자에게서도 언급되었다. 배우 G는 “왕과의 산책 중 어진을 보여주면 관객이 ‘우와’ 하면서 달려들어 보는데 과연 VR이나 스크린에서는 이런 감동이나 재미가 있을까” 하는 의문이 있다고 하였다. 또한 사원H는 배우가 해당 공간을 활용한다는 점에 주목하였다. 배우의 분장과 의상, 말투를 통해 집중과 몰입도를 가지고 각 스펓을 함께 돌 수 있다는 점이 몰입형 콘텐츠로서의 특징으로 꼽혔다. 이는 몰입을 위한 연출적, 공간적 장치에서도 언급되었는데, 작가F는 공간이 주는 ‘세계관’의 역할에 대해 언급하였다.

“세계관이죠. 이 공간에 이 프로그램에 들어오는 순간 일상에서 벗어나 내가 때로는 동학농민군이 될 수도 있는 거고, 혹은 조선시대로 들어와서 같이 뭔가를 이렇게 경험을 할 수 있는 게 몰입형 콘텐츠의 장점이죠.”(작가F)

“공간에 딱 들어오기만 해도 몰입이 되도록. 저희가 모든 콘텐츠를 진행할 때 항상 시작 전에는 모든 문을 꼭 다 닫거든요. 크라임씬도 그랬고, 전라 관찰사의 탄생도 그렇고 왕가의 산책도 그렇고 다

문을 싹 다 닫아놓고 관객들이 입장하면서 딱 들어오는 순간부터 바로 몰입하는 걸 되게 중요하게 생각했던 것 같아요.”(배우 G)

특히 배우G는 몰입을 가장 강하게 유도하는 요소로도 공간의 특성을 강조하였다. 작가F와 사원H가 배우의 분장과 소품, 말투가 경기전 등 주어진 공간에 몰입하게 한다고 언급한 반면, 배우G는 “한옥마을, 그리고 전주라는 특성으로 전주는 어디에 한복을 입고 가도 이상하지 않을 동네”라고 언급하며 배우나 의상보다는 공간의 역할이 더 크다는 점을 역설하였다.

몰입이 깨지는 원인으로는 동선의 문제라 피로도의 문제 등 관람객의 집중력을 유지하는 부분과 음향·시각 보조기기 등 기반 시설의 문제 등이 언급되었다.

(4) 만족도와 확장 가능성

기획·운영자는 운영에 콘텐츠의 장점과 성취로 관객들의 호응과 역사 전달의 효과에 대해 언급하였다. 특히 사원H는 운영 측면에서는 관객들이 어떻게 인식하는지를 바로 알 수 있기 때문에 관객들의 호응이 좋을수록 직업적 만족도도 높다고 응답하였다.

역사문화자원 활용의 특징점으로는 전주가 가지고 있는 지역적인 특성을 중점으로 응답이 나타났다. 관광객이 한옥마을에 대해 가지고 있는 관심이 프로그램으로 이어지고(사원H), 전북과 전주가 전통의 고장으로 보편적으로 인식되는 만큼(작가F), 지역에 대한 대중의 인식이 역사문화자원 활용에서의 특징점으로 작용함을 확인하였다.

한편 한계와 개선점으로는 프로그램 외적인 부분이 공통적으로 언급되었다. 역사문화자원을 이용하는 만큼 공간 사용에서의 협조나 지자체의 도움, 교통 인프라 등이 한계점으로 지적되었다. 반면, 몰입 강화에 대해서는 프로그램의 내재적인 변화가 주로 언급되었다. 미시적으로는 소수 인원만으로 진행하는 프로그램이나 다른 역사문화자원 장소로 이동할 수 있도록 유도하는 프로그램(사원H)이 언급되었으며, 거시적으로는 이야기 자원의 발굴을 통해 더 쉽고 재미있게 보여줄 수 있는 방안을 고안해야 한다고 하였다(작가F).

전주 역사문화자원을 활용한 콘텐츠 제작 현황과 발전 방향성에 대한 질문에 대해서는 물리적 확장과 시장 확장이 함께 언급되었다. 2025년 ‘문화예술 공작소’가 운영한 ‘전주부성길 보물찾기 대탐험’의 경우, 기존에 프로그램을

안정적으로 운영했던 경기전과 전라감영에서 나아가 향교, 풍남문, 오목대 등 전주의 유명 역사문화자원으로 영역을 확장하였다. 또한 배우G는 김제 벽골제 등 기타 전북 지역으로 프로그램을 확장할 필요가 있음을 강조하였다.

“전주가 더 발전하려면 솔직히 말하면 한옥마을 같은 장소가 하나만 더 있어도 전주가 엄청 발전할 거라고 생각이 들거든요. 근데 그러다 보니까 걸리는 것들이 엄청 많아요. 제2의 전주가 전라북도 내에서 나온다거나 그런 것들을 조금 더 지역 차원에서 밀어줘야 될 것 같다는 생각은 해요. 김제 벽골제도 이야기가 되게 재미있거든요. 주차 공간도 잘 돼 있고 정말 콘텐츠 하면 되게 잘 나올 것 같은데……”(배우G)

한편 작가F는 역사문화자원의 범주를 ‘전주’와 ‘전북’이라는 지리적 요소로 설정하고, 외국인 관광객을 타겟으로 한 프로그램 기획을 통한 확장 방안을 제시하였다.

“최근 1, 2년 사이에는 외국인 관광객들이 참여하는 프로그램들을 구성했습니다. 전주 외국인 관광객을 위한 한옥 공간을 운영하면서 외국인에게 오방색 색깔 갓을 씌워줘서 갓 투어를 좀 진행을 한다던지. (……) 전라북도에 외국인 관광객들이 많이 늘어나고 있는데 그에 대한 대비가 적어서 여러 시도를 하고 있습니다.”(작가F)

정리하면, 전주 역사문화자원 활용 몰입형 콘텐츠의 창작 주체는 관객의 몰입을 중점으로 기획 및 운영되며 장소가 부여하는 기능과 가치를 중요하게 인식하고 있었다. 이와 관련하여 프로그램 운영 장소를 확대하고, 향후 다양한 방식의 확장 가능성을 고려하고 있음을 확인하였다.

5. 논의점

오늘날 역사문화자원은 경제적·교육적·문화적 부가가치를 가진 원천 IP으로 재인식되며, 지역발전을 위한 핵심 동력으로 기대받고 있다. 그러나 자원이 그 자체로 가치가 고정되어 있지는 않은 만큼, 어떠한 사회적 관계망 속에서 활용

되는가에 따라 새롭게 구성된다. 다시 말해, 역사문화자원은 보존의 대상인 동시에 사회적 관계망 안에서 재맥락화될 때 유의미한 자원으로 기능할 수 있다.

이에 본 연구는 전주 역사문화자원 활용의 현재와 방향성을 점검하기 위해, 전주의 역사문화자원을 장소로 활용하여 제작한 몰입형 콘텐츠에 대한 참여 주체의 인식을 분석하였다. 이를 위해 각각 관람객(소비 주체)과 기획·운영자(참여 주체)로 구분해 이들의 인식과 경험을 심층적으로 분석하였다. 이때 콘텐츠가 작동하는 맥락을 단순한 물리적 공간이 아닌 사회적 관계망으로서의 장(field)으로 해석하고자 하였다.

분석 결과, 전주시 역사문화자원의 장소성은 몰입형 콘텐츠의 제작·운영 과정에서 단순한 배경이나 무대가 아니라 서사 구성과 경험 설계의 핵심자원으로 해석·활용되고 있었다. 경기전과 전라감영, 전주부성 등 전주의 역사문화 공간은 그 자체의 상징성과 기억을 바탕으로 콘텐츠의 서사와 동선, 참여 방식에 반영되었다. 이 과정에서 장소 고유의 의미를 훼손하지 않으면서도 현대적 체험으로 전환하려는 전략이 창작 주체의 인터뷰에서 확인되었다. 이와 같은 활용방식은 역사문화자원의 본질적 가치가 콘텐츠라는 형태로 실현되기 위해 지역의 제도·조직·관행 속에 배태되는 과정이 있었음을 시사한다.

몰입형 콘텐츠의 조직배태성은 수용 주체에서도 확인되었다. 콘텐츠의 관람객은 역사문화자원을 활용한 몰입형 콘텐츠를 통해 역사적 학습, 가족 및 동반자와의 상호작용, 공간에 대한 새로운 의미 발견을 경험하며, 본래 인식 및 거주하고 있던 ‘전주’라는 공간을 기반으로 문화유산을 친숙하고 능동적으로 수용하였다. 이들은 감각적·정서적 체험을 중심으로 몰입하며, 문화유산을 ‘관람의 대상’에서 ‘해석과 참여의 대상’으로 전환하였다. 이와 같은 지역 문화유산의 수용 경험은 역사문화자원이 콘텐츠 소비를 통해 의미를 재구성할 수 있으며, 장소성이 개인의 경험 속에서 새롭게 해석되는 사례로 볼 수 있다.

한편 창작 주체인 기획·운영자는 관람객의 몰입이 프로그램의 경험 이전에 성립되어야 할 구조적 조건으로 인식하였다. 이를 위해 콘텐츠 기획 과정에서 공간의 고유성 유지와 역사적 고증뿐만 아니라 안전 관리, 반복 운영, 확장성 등을 고민하고 운영에 반영하였다. 이는 역사문화자원이라는 고유한 장소 위에서 몰입형 콘텐츠가 작동하기 위해 장에서의 조직배태성에 대한 고려가 제도적·조직적 전제 조건으로 기능함을 의미한다.

이상의 분석은 역사문화자원 기반 몰입형 콘텐츠가 지역관광의 하나의 모델로서 분명한 가능성을 가짐과 동시에 구조적 한계가 있음을 시사한다. 해당 몰입형 콘텐츠는 이머시브 연극의 형태를 기반으로, 기존 장소가 가지는 매력

을 콘텐츠의 핵심자원으로 활용하며 지역의 상징성과 기억을 적극적으로 활용하였다. 이는 관람객에게는 역사문화자원에 대한 새로운 수용 방식을 제공하였으며, 기획·운영자에게는 콘텐츠를 운영하기 위한 제도적·조직적 전제조건으로 작용하였다.

주목한 점은 수용 주체에게서는 조직배태성이 긍정적으로만 나타났지만, 창작 주체에게서는 콘텐츠의 자원이자 한계라는 양날의 검으로 작용했다는 점이다. 창작 주체는 기획 및 운영 과정에서 전주시와의 협의나 장소 활용 과정에서 협조를 받기도 했지만 어려움을 겪기도 하였다. 그럼에도 콘텐츠의 기획자들은 전주라는 한정된 지역에서 나아가, 전북 역사문화자원으로의 확장의 가능성을 모색하였다.

본 연구에서 분석한 전주 문화예술공작소의 몰입형 콘텐츠 사례는 역사문화자원이 단기적 유희에 그치지 않고, 관람객과 지역 역사 간 관계를 강화함으로써 재방문과 지역참여를 유도하는 잠재력을 지님을 시사한다. 특히 체험과 서사를 결합한, 이머시브 연극의 요소를 차용한 독보적인 몰입형 콘텐츠는 문화유산 소비를 일회적 관광 행위가 아닌, 지속 가능한 관광 모델로 발전하는 매개로 작용할 수 있다.

그러나 앞서 살펴본 것처럼, 이러한 가능성은 전주라는 지역 안에서 행위자 간에 자본과 역할이 균형을 이룰 때에만 실현될 수 있음을 전제로 한다. 기획·운영자 집단의 인터뷰에서 알 수 있듯, 지자체의 제도적·행정적 자본, 운영단체의 기획과 역량 간에 협력이 필요하다. 분명한 것은 집단 간 긴장과 조정의 과정속에서 콘텐츠의 성격과 방향성이 결정된다는 점이다. 이 균형이 무너지면 몰입형 콘텐츠는 역사문화자원의 본질적 가치를 충분히 담보하지 못하거나, 운영 효율성이나 흥미 위주의 피상적 체험으로 전락할 수 있다.

본 연구에서 탐색한 전주 문화예술공작소의 2개 프로그램에 대한 참여 주체별 인식은 이와 같은 복합성이 지역 역사문화라는 자원을 오늘날의 사회적 장속에서 어떻게 활용될 수 있는지 사례를 제시한다. 이는 역사문화자원이 지역 관광자원으로써 가지는 조직배태성을 중점으로 분석했다는 의의를 가진다. 기존 연구가 역사문화유산의 보존 가치나 경제적 활용에 집중했다면, 본 연구는 관람객과 운영자의 인식을 교차 분석함으로써 자원의 활용 가능성을 전주라는 지역의 조직, 즉 사회적 관계망 안에서 분석하였다는데 의의가 있다.

또한 몰입형 콘텐츠 연구가 주로 VR·메타버스 등 디지털 기반 사례에 편중된 현재(김승근·한정엽, 2022; 강지영·최상일, 2020), 본 연구는 오프라인 역사문화 공간에서 구현된 몰입경험을 분석했다는 점에서 차별적인 가치를 지닌

다. 이를 통해 디지털 중심 몰입 연구를 보완하는 한편, 역사문화자원을 비롯해 오프라인 기반 몰입형 콘텐츠를 분석하는 시도로서 가치가 있다.

실무적 성과로는 관람객과 운영자의 인식을 비교하며 비즈니스 전략을 도출했다는 점에 주목할 수 있다. 인터뷰 분석 결과, 관람객은 즉각적인 경험과 교육적 의미를 원하며, 운영자는 구조적 안정성과 장기적 확산을 지향한다. 따라서 향후 프로그램 기획자는 양자의 관점을 통합할 수 있는 운영모델을 고안할 필요가 있다. 관람객의 개별적 참여 기회 확대와 설비 보완 등으로 참여 만족도를 높이며 수요를 확장하는 한편, 사업적으로는 전주 외 기타 전북 지역으로 확장이나 다국어 지원을 통해 본질적인 지속가능성을 확보하는 로드맵 수립을 위한 실증적 자료로 활용할 수 있다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 한계를 가진다. 먼저 관람객 인식의 경우 전주의 경기전과 전라감영이라는 특정 공간에서 수행된 프로그램 사례를 분석하였으므로, 기타 역사문화자원 활용에 대한 인식을 분석하기 어렵다. 전주 및 전북 지역의 몰입형 프로그램이 전주 원도심 및 기타 지역으로 확장되는 지금, 다양한 콘텐츠에 대한 인식 조사를 보완할 필요가 있다.

또한 본 연구는 질적 데이터의 범위에 아쉬움이 있다. 소수의 대상으로 진행된 인터뷰 조사의 특성상 참여경험의 다양성이 반영되지 못해, 인터뷰 대상의 수 및 범위를 확대할 필요가 있다. 따라서 후속연구에서는 응답자 특성을 다변화하여 체계적인 데이터를 구축하기를 기대한다.

논문접수일: 2025. 10. 31. / 심사개시일: 2025. 11. 17. / 게재확정일: 2025. 12. 22.

참고문헌

1. 학술자료

- 강지영·최상일, 2020, 「몰입형 가상현실 콘텐츠의 확장된 인터페이스에 대한 연구」, 『디지털콘텐츠학회논문지』 21(9), 한국디지털콘텐츠학회, 1599-1606쪽.
- 구희진, 2022, 「군산 신흥동 역사와 역사콘텐츠 제작방안-근대 군산 사람들의 삶에 관한 기억의 장소로서-」, 『전북사학』 66, 전북사학회, 165-198쪽.
- 김미라, 2021, 「전주한옥마을 전통문화체험관광에 대한 연구-한복체험을 중심으로-」, 『전북학연구』 4, 전북연구원 전북학연구센터, 199-236쪽.
- 김승근·한정엽, 2022, 「VR 콘텐츠의 현존감 유형 및 경험 요소 분류 연구-VR 콘텐츠 대표 사례를 중심으로-」, 『한국공간디자인학회 논문집』 17(8), 한국공간디자인학회, 159-166쪽.
- 김용호, 2024, 「전주대사슴놀이 콘텐츠 전략 연구」, 『무용역사기록학』 72, 무용역사기록학회, 69-87쪽.
- 김정원, 2023.6.2., 「전국 최대 축제 ‘대백제전’ 콘텐츠 부족… “새 판 짜야”」, 『뉴데일리』, <https://cc.newdaily.co.kr/site/data/html/2023/06/02/2023060200140.html>
- 김진성, 2023.10.27., 「고령군 “봉수대 현대적 재해석”…주민들 “뭐 있는지도 모른다” 외면」, 『시사포커스』, <https://www.sisafocus.co.kr/news/articleView.html?idxno=306800>
- 문이화, 2017, 「세계유산 백제역사유적지구의 지역활성화 전략·익산을 중심으로-」, 『마한백제문화』 30, 원광대학교 마한백제문화연구소, 5-34쪽.
- 박미선, 2018, 「지역 역사문화자원의 유형화와 활용방안: 화순군의 사례를 중심으로」, 『지역과 문화』 5(4), 한국지역문화학회, 87-112쪽.
- 박수경·유미옥·전재균, 2019, 「한복 체험마케팅이 관광객의 만족 및 재방문의도에 미치는 영향」, 『Journal of The Korean Data Analysis Society』 21(3), 한국자료분석학회, 1425-1437쪽.
- 박중혜, 2022, 「근대문화유산의 면적 활용을 위한 장소브랜딩 연구: 군산 내항 역사문화공간을 중심으로」, 『도시재생』 8(2), 한국도시재생학회, 5-26쪽.
- 박홍주, 2011, 「‘전주한옥마을 살리기’ 전략으로서의 축제, 그리고 그 역할」, 『한국민속학』 54, 한국민속학회, 191-239쪽.
- 오세미나, 2024, 「전통음식 체험 프로그램을 통해 본 무형유산 관광의 방향성 연구-전주음식명가 김치 체험을 중심으로-」, 『무형유산학』 9(1), 무형유

산학회, 231-251쪽.

유영수·이채현, 2021, 「전주단오 문화콘텐츠를 활용한 지역축제 발전방안 연구-강릉단오제와 전주단오를 중심으로-」, 『한국무용과학회지』 38(1), 한국무용과학회, 27-43쪽.

윤소정·이한진·손가은·윤동현, 2024, 「메타버스 기술 활용 지역관광 활성화 방안에 관한 연구」, 『융복합지식학회논문지』 12(1), 융복합지식학회, 25-33쪽.

이민희·김병규·홍성대, 2021, 「몰입형 미디어아트 사례분석을 통한 실외 디지털 테마파크 콘텐츠 연구」, 『차세대융합기술학회논문지』 5(1), 국제차세대융합기술학회, 28-39쪽.

이승용·김석출, 2008, 「문화관광축제의 교육적 요인이 축제 만족과 행동의도에 미치는 영향 관계: 익산 서동축제를 중심으로」, 『관광학연구』 32(1), 한국관광학회, 119-139쪽.

이옥, 2017, 「관광 커뮤니케이션 수단으로써 재현배우 해설서비스의 가치측정-한국 민속촌 ‘조선 캐릭터’를 중심으로-」, 『여가관광연구』 28, 경기대학교 관광융합연구소, 19-41쪽.

장충희, 2021, 「수요층 중심의 공주지역 역사문화자원 활용 연구」, 『인문콘텐츠』 62, 인문콘텐츠학회, 107-124쪽.

전성연·손용훈·김준영, 2024, 「경관프로슈머 활동 활성화가 도시이미지에 미치는 영향-전주한옥마을의 한복나들이를 대상으로-」, 『한국경관학회지』 16(1), (사)한국경관학회, 1-15쪽.

정나은, 2024, 「역사문화콘텐츠의 놀이적 특성 연구」, 『스토리콘텐츠』 5, 경희대학교 K-컬처·스토리콘텐츠연구소, 87-107쪽.

정혜영, 2023, 「디지털 문화관광 콘텐츠 세계화를 위한 개척: 한국형 실감전시 및 실감형 콘텐츠 연계 발전 연구」, 『문화와 세계』 4(2), 한국외국어대학교 국제지역연구센터, 129-196쪽.

진양명숙·문보람, 2014, 「주거지에서 관광지로: 전주한옥마을 관광지화의 명암」, 『지방사와 지방문화』 17(1), 역사문화학회, 177-208쪽.

진혜련·김경미, 2016, 「지역아이덴티티 강화를 위한 문화관광상품 개발-전주한옥마을 문화관광상품을 중심으로-」, 『상품문화디자인학연구』 46, 한국상품문화디자인학회, 91-101쪽.

최아름·유동환, 2014, 「히스토리핀을 활용한 전주한옥마을의 근현대 기억 디지털아카이브 구축 방안」, 『글로벌문화콘텐츠』 (17), 글로벌 문화콘텐츠학회, 229-245쪽.

최지혜·심우석, 2025, 「관광지 내 전통문화체험활동이 전통문화관심도 및 충성도에 미치는 영향: 전주 한옥마을을 중심으로」, 『해양관광학연구』 18(1), 한국해

양관광학회, 25-43쪽.

홍성덕, 2015, 「전주시 역사문화자원의 활용과 도시재생-전주 한옥마을을 중심으로-」, 『열상고전연구』 48, 열상고전연구회, 29-61쪽.

Barney, J., 1991, “Firm resources and sustained competitive advantage.” *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Bourdieu, P., 1993, *Some properties of fields*. Media Studies: A Reader, pp. 94-99.

<Abstract>

Immersive Content Utilizing Jeonbuk's Historical and Cultural Resources

A Qualitative Study of Visitor and Producer Experiences

Seo, Kuksun *

Historical and cultural resources have emerged as key drivers of regional development, carrying overlapping economic, educational, and cultural values. Their value, however, is not fixed solely by inherent attributes such as scarcity or narrative depth, but also shaped by how they are embedded in local institutions, norms, and networks. This study examines how immersive content situated in historical and cultural spaces in Jeonju constructs presence and facilitates learning through place-based experiences. Semi-structured interviews were conducted with eight participants—five visitors and three planners/operators—to compare perspectives between content producers and audiences.

The findings indicate that visitors reinterpreted historical spaces as sites of “extraordinary experience” through elements such as actor interaction, night-time staging, and guided movement, reporting enhanced historical awareness, strengthened family engagement, and intentions to revisit. Conversely, planners and operators emphasized maintaining spatial authenticity, ensuring universal comprehensibility, managing operational risks, and designing rules for active participation. These results underscore the importance of balancing the sensory persuasiveness of place with the structural stability ensured by operational design for successful immersive content.

This research contributes to related research by expanding the discussion from the immersive content field to the offline historical heritage space beyond the digital domain through the lens of “organizational embeddedness”. Practically, the study proposes strategies such as expanding participation opportunities, improving infrastructure, adopting small-group distributed formats, providing multilingual services, and extending programs to nearby heritage sites.

Key Words : Historical and cultural resources, Immersive content, Experiential content, Jeonju, Organizational embeddedness

* Dep. Cultural and Arts Management, Chung-ang University.