

전통연희예술의 변화와 지속가능성을 위한 K-컬처 정책의 활용

A Study for Utilization of K-Culture Policy for Change and Sustainability of Traditional Performing Arts

염현주*(세한대학교 교수)

Hyun-Ju Yeum* *Sehan University*

요약

이 연구의 목적은 전통연희예술의 변화와 지속가능성을 위한 K-컬처 정책의 활용방안을 제시하는데 있다. 2000년대 들어와 급격히 글로벌 유행을 선도하게 된 한국의 대중문화를 기반으로 ‘한류’ 유행을 전 세계적으로 경험하게 된 한국은 소프트파워의 힘을 명확히 인식하였다. 세계인들의 한국 대중문화에 대한 관심이 이제는 전통문화에 대한 관심으로 확장되고 있어 이를 기회로 이용하여 한국 전통문화의 세계적인 전파에 더욱 힘 쓸 수 있는 환경을 맞이하게 되었다. 이에 전통연희예술 발전방안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 한국 전통연희 콘텐츠 중 학습과 전파가 쉬운 콘텐츠를 발굴한다. 둘째, 한국 대중문화 콘텐츠와 협업하여 창작 전통연희 콘텐츠를 제작하고 뉴미디어를 통한 홍보를 강화한다. 셋째, 지정학적으로 가까운 동남아시아 지역 국가와의 전통문화 교류 사업을 확대한다. 넷째, 국제 ODA 사업에 한국 전통연희 교육 및 보급사업을 지원한다. 다섯째, 정부는 경제적 비용 지원 보다 전통연희가 쉽게 보급 가능하도록 전통연희 글로벌 교육 플랫폼 형성을 지원한다. 이와 같은 방안을 기본 과제로 삼아 한국 전통연희의 보존 필요성을 제고한다면 한국 전통연희 발전과 활성화를 일으킬 수 있는 마중물의 성과를 일으킬 수 있을 것이다.

Abstract

The purpose of this study is to suggest ways to utilize K-culture policies for change and sustainability of traditional performing arts. Korea, who experienced the ‘Korean Wave’ worldwide, based on Korean popular culture, which rapidly took the lead in global trends in the 2000s, clearly recognized the power of soft power. People around the world’s interest in Korean popular culture is now expanding into interest in traditional culture, and by using this as an opportunity, we are in an environment where we can make more efforts to spread Korean traditional culture worldwide. In this regard, the development plan for traditional performing arts is presented as follows. First, discover contents that are easy to learn and spread among Korean traditional performance contents. Second, we will collaborate with Korean pop culture contents to produce creative traditional performance contents and strengthen publicity through new media. Third, expand traditional cultural exchange projects with countries in Southeast Asia, which are geographically close. Fourth, support the education and dissemination of Korean traditional performances in international ODA projects. Fifth, the government supports the formation of a global education platform for traditional performance education so that traditional performance can be easily distributed rather than economic cost support. If we take such measures as a basic task and raise the need for preservation of Korean traditional performances, it will be possible to produce results that can lead to the development and revitalization of Korean traditional performances.

Key words : Traditional performances, K-culture policy, new media, globalization

* gabriella68@naver.com

I. 서론

1. 연구의 필요성

드라마 “대장금” 으로부터 촉발되어진 것으로 알려진 한류의 유행은 한국문화의 세계화가 글로벌 시장에서 막연한 도전의 영역에서 구체적인 사업화가 가능한 영역으로 전환된 계기와 기회를 만들어 냈다.

사실 과거에도 외교를 위한 문화 사절단이 정부의 지원으로 많은 활동을 하였으며 각국에 위치한 한인 커뮤니티가 외국에서 민간 외교사절로서 한국문화를 전달하는 역할을 충분히 해왔다. 문화예술 분야의 외교사절단에는 한국춤을 중심으로 공연단이 상시적으로 외교, 행정, 정치 분야의 큰 이벤트에 동행에 한국을 알리는 첨병 역할을 하였다.

특히 올림픽 정식 종목인 태권도는 한국의 대표하는 문화콘텐츠로서 전 세계 212개국의 회원국을 보유하고 있으며(세계태권도연맹, 2022), 약 100개의 외교부 재외공관에서 스포츠외교의 일환으로 대사배 태권도 대회를 개최를 통해(원동현, 2022), 생활체육으로 성장하기도 하였다. 또한 1988 서울올림픽, 2002 한일 월드컵, 2018 평창올림픽은 스포츠를 중심으로 한국의 국격을 높이고 이미지를 쇄신하는 기폭제가 되었다. 즉 문화, 예술, 스포츠 분야는 그 어떤 산업분야 보다도 일찍이 한국을 전 세계에 알리는 매개체로서 기능을 충실히 해왔다.

위와 같은 대표적인 성과에도 불구하고 한국문화의 세계화는 국민적 요구에 미치지 못한 것이 사실이다. 그러나 이와 같은 환경 속에서도 대표적인 한국문화 콘텐츠인 K-Pop의 방탄소년단, 블랙핑크 등 대중가요의 보이그룹, 걸그룹들의 세계적 활동과 인기 그리고 한국 방송 예능 프로그램 등 엔터테인먼트 분야에서의 한류 유행 및 확산이 진행되고 있는 것을 살펴보면, 한국문화의 세계화가 성공적으로 확산될 수 있는 기회는 다른 측면에서의 원인이 있는 것으로 해석해 볼 필요가 있다.

그렇다면 한국문화 세계화의 성공이 더딘 이유는 무엇인가? 먼저 한국문화로 구성된 콘텐츠들이 해외대중들에게 있어 소비할 가치를 지닌 보편성, 차별성, 재미 등을 갖추었는지에 대한 확인 부재와 한국의 전통문화의 이미지를 우리나라의 개발도상국 당시의 국격 또는 국가 이미지로 연상이 효과적인 성과를 나타내는데 있어 부정적인 요소로 작용한 것으로 볼 수 있다.

그러나 현재 한국의 경제 수준은 OECD가입 국가 중 상위에 올라있으며 국민소득도 크게 향상된 선진국의 반열에 올라 있다. 이러한 배경에 더욱이 소셜네트워크서비스, 인공지능, 스마트폰 등 하드웨어와 소프트웨어가 고루 급속히 발전하는 4차 산업혁명의 과도기 속에 전 세계에서 최고의 역량을 지닌 무선통신 기술을 가진 한국은 우수한 대중문화를 빠르고 효과적으로 세계인들에게 소비시킬 수 있는 인프라를 확보한 것이 지금의 한류 세계화를 일으킨 원인이라고 판단하는 것이 타당하다.

한국 대중문화가 한류라는 유행의 흐름 속에서 성장하고 세계의 유행하는 대중문화로 팽창하고 있는 만큼 더불어 한국의 역사

와 전통 그리고 고유의 생활양식 등에 대한 관심도 높아지고 있으며 해외 유튜버들이 한국의 일반 문화를 소개하는 콘텐츠가 증가하는 것이 그 방증이다.

환경의 변화를 고려 할 때 결국 한국의 하드웨어적 소프트웨어적 기술 발달과 경제 발전이 대중문화 확산에 크게 기여했고 대중문화가 글로벌 시장에서 해외의 젊은 세대를 중심으로 소비되기에 편리한 특성과 차별성을 가지고 팽창하면서 해외 젊은 세대의 한국에 대한 호기심이 역으로 한국 전통문화에 대한 관심으로 일어나고 있는 것이다.

이와 같은 흐름을 고려할 때 한국전통문화가 세계인들이 학습하고 즐기는 다양한 콘텐츠 중의 하나로서 확고히 자리매김하기 위해서는 현 시대를 살아가는 대중들의 눈높이와 요구에 적합한 상품으로서의 가치를 생산할 수 있어야 할 것이다.

따라서 이 연구는 한국 전통 문화예술분야 중 전통연희의 글로벌 K-컬처 상품으로의 도약과 발전을 위하여 새 정부의 K-컬처 및 K-콘텐츠 부양 및 확대 정책에 상응하는 발전방안을 제시하여 한국 전통연희의 보존 필요성을 제고하고 발전과 활성화를 일으킬 수 있는 방안을 제시하고자 관련 선행 연구들을 중심으로 체계적인 문헌 고찰 분석을 통해 연구의 목적을 달성하고자 하였다.

2. 연구 목적

경제적, 문화적, 기술적으로 고도의 성장과 발전을 거듭하고 있는 한국은 이제 안정적인 사회환경 인프라를 바탕으로 한국의 전통문화를 더욱 적극적으로 세계화 시킬 수 있는 기회를 맞이하였다. 따라서 이 연구에서는 전통연희예술의 변화와 지속가능성을 위한 K-컬처 정책의 활용방안을 제시하는데 목적을 두었다. 이에 따른 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 새 정부의 문화예술 정책은 무엇인가?

둘째, 한국 전통공연은 한류의 세계화 흐름과 함께 어떻게 변화를 지속하고자 하였는가?

셋째, 글로벌 환경 변화와 한국 문화예술공연의 발전방향 논의는 무엇이 필요한가?

넷째, K-컬처 정책과 전통연희예술 발전 방안은 무엇인가?

II. 연구방법

1. 문헌 수집 및 선정

이 연구에 적용된 연구방법은 체계적 문헌고찰 기법으로 설정하였다. 체계적 문헌고찰을 위하여 KISS, DBpia, RISS 등의 온라인 플랫폼을 활용하여 이 연구의 주제와 관련된 논문 및 보고서의 문헌 수집을 실시하였다. 설정된 검색어는 K-컬처, 전통연희예술, 정부정책의 검색어를 중심으로 설정하여 가능한 많은 문헌을 수집하였으며 최종적으로 학술지 169편 중 91편, 보고서 5편 중 3편 총 94편이 선정되었다.

배제된 문헌은 자료의 주제목과 초록의 내용이 상이하거나, 자

료의 출처가 공식적인 기관이 아닌 개인 또는 공신력을 담보하지 않은 기관 자료, 마지막으로 연구 결과에 대한 증빙 또는 과정 처리과정에 문제가 있다고 판단되는 문헌은 배제하였다.

2. 자료처리 방법

수집된 문헌은 이 연구의 타당성 확보를 위해 구성된 전문가 집단을 통해 이 연구의 주제와 관련 여부를 시작으로 수집 자료의 조직화를 실시하여 자료의 가독성 및 탐색의 용이성을 제고하였다. 전문가 집단을 통한 수집된 자료의 반복 검토는 자료 및 연구의 신뢰성 제고를 위한 노력으로 작용되기 때문이다.

3. 자료 분석의 타당성

연구방법론에 따르면 연구범위에 전문가로 적용될 수 있는 경력을 가진 전문가들의 협의는 연구 진행에 있어 나타날 수 있는 연구의 편향과 오차 등을 예방할 수 있다. 따라서 이 연구의 전문가 집단은 문화예술정책 및 경영 교수 3명, 전통문화 및 전통연희 예술 현직 전문가 3명 총 6명으로 구성되었다.

III. 윤석열 정부의 문화 정책

2022년 4월 출범한 윤석열 정부의 문화예술 정책의 국정과제명은 'K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산'이다. 과제목표를 살펴보면 한류 영향력 지속확대를 위한 해외진출 지원을 강화하여 K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산하고 K-콘텐츠의 지속가능한 발전을 위한 공정하고 탄탄한 미디어콘텐츠산업생태계 구축하는 것으로 확인할 수 있다.

□ 국정과제명: K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산

□ 과제목표

- 한류 영향력 지속확대를 위한 해외진출 지원을 강화하여 K-콘텐츠의 매력을 전 세계로 확산
- K-콘텐츠의 지속가능한 발전을 위한 공정하고 탄탄한 미디어콘텐츠산업생태계 구축

□ 세부내용

정책명	주요내용
K-콘텐츠 기반조성	관계부처 컨트롤타워 운영 등
K-콘텐츠 대표 장르 육성	게임, 드라마 등 장르 집중 육성
K-콘텐츠 매력 확산	해외진출 지원 및 문화교류 확대
K-콘텐츠로 신시장 개척	메타버스 등 제작 및 투자 지원

윤석열 정부의 문화예술 정책은 K-콘텐츠 기반조성, K-콘텐츠 대표 장르 육성, K-콘텐츠 매력 확산, K-콘텐츠로 신시장 개척 총

4개로 구성되었다.

각 정책별로 세부적인 내용을 살펴보면 K-콘텐츠 기반조성은 관계부처와 함께 미디어콘텐츠산업의 컨트롤타워설치 추진, 정책 금융 지원으로 세계적인 콘텐츠 IP 보유기업육성, 창작자 중심 공정 환경 조성, 저작권 보호로 문화주권 강화 등이 주요내용이며 관계부처의 범위는 문체부, 방통위, 과기정통부 등을 의미한다.

K-콘텐츠 대표 장르 육성은 K-팝, 게임, 드라마, 영화, 웹툰을 대표 장르로 집중 육성하기 위한 체계적 지원으로 콘텐츠 강국 도약을 위한 정책이며 장르별 인재 양성(게임인재원, 한국영화아카데미, 스토리창작센터)-인프라구축(거점 대중음악 전용 공연장, 종합촬영소)-창·제작(드라마펀드, IP 활용 2차 저작물제작지원)-해외 진출(해외 마케팅 참가, 네트워킹 및 비즈매칭 연계 등) 지원 등을 의미한다.

K-콘텐츠 매력 확산은 10만 K-콘텐츠 기업의 해외 거점 구축으로 해외진출 지원 강화, 한류 연관 산업(뷰티, 패션 등) 연계로 경제적 시너지효과 창출, 쌍방향 문화교류 확대로 한류 지속가능성 제고를 통해 해외 시장 활성화를 위한 정책이다.

K-콘텐츠로 신시장 개척은 메타버스·실감콘텐츠·OTT 등 신시장 주도를 위한 콘텐츠 제작 지원 및 인력 양성, 문화기술 투자 확대를 위한 정책이다.

윤석열 정부의 문화예술 정책의 기대효과는 K-콘텐츠 매출액 128조원('20년)→200조원('27년), K-콘텐츠 수출액 119조원('20년)→230조원('27년), 한류팬 수 1.2억명('20년)→3.6억명('27년) 달성을 통해 문화예술에 대한 활성화를 의미한다고 볼 수 있다. 또한 한류 효과 확장 및 지속으로 대한민국의 소프트파워를 제고하는 것을 기대효과로 정의할 수 있다.

IV. 한류의 세계화와 한국 전통공연의 변화

정길만(2013)의 연구는 정부산하기관 국립중앙극장 전속단체인 국립무용단의 작품보전과 전승을 국가브랜드 제고 차원에서 진행된 연구이다. 연구결과로 제시된 방안은 국립무용단 작품의 국가 차원의 브랜드가치, 국립무용단의 국가브랜드 작품과 비선정 작품에 대한 분석을 실시하였고 이를 바탕으로 신무용에 대한 제도적 지원 및 국립무용단 전용극장 설립 방안 마련, 국립무용단의 기록화 및 미디어 콘텐츠의 활용에 대한 활성화가 이루어져야 한다고 주장하였다.

남진희(2018)는 무용 공연 활성화를 위하여 한국무용 중심으로 문화예술정책 공공지원 현황을 분석한 연구를 실시하였다. 연구 분석을 통해 '국가 간 무용교류 활성화를 위한 문화 정책의 역할'에 대한 방안을 제시하였다. 방안의 세부내용은 국가 간 문화한류를 통한 착한 한류의 활성화 방안으로서 현지인의 한류 무용 공연의 활성화, 초국적성 문화콘텐츠의 콘텐츠의 제작 및 활성화, 국가 간 무용공연제작의 수출 및 수입 균형 유지, 민관 콘텐츠 개방에 따른 국가 간 협력의 정부 지원, 국가 간 콘텐츠 관련 각종 규제의 완화를 통한 활성화 방안을 제시하였다.

김충환(2011)은 한국춤의 세계적 문화브랜드화를 위해 성공요인 및 발전방안을 도출하고 국내 한국춤 공연의 관객확보와 세계에 국가이미지를 높이는 방안 제시를 위한 연구를 실시하였다. 해당 연구의 결과는 한국춤의 세계적 문화브랜드화를 저해하는 문제점의 분석, 한국춤의 세계적 문화브랜드화의 문제점, 한국춤의 세계적 문화브랜드화의 성공요인, 한국춤의 세계적 문화브랜드화의 성공요인의 도출 및 중요도를 산출하였고 한국춤의 세계적 문화브랜드화를 위한 발전 방안으로 지속적 모니터링을 통한 장기공연 확보, 전문기획·제작사의 지속적인 한국춤 공연 기획을 통한 공연제작 환경의 개선, 국내외 레지던스 프로그램을 통한 국제적 커뮤니케이션을 확대, 한국춤의 학교교육의 강화와 대중매체 노출을 통한 사회적 인식변화를 유도, 전문가 양성 및 교육센터 건립을 통한 전문성을 확보, 공연예술 정책전문가 양성을 통한 한국춤에 대한 국가정책의 개선 등이 도출되는 결과를 나타냈다.

김유미(2016)는 문화콘텐츠로서 한국무용이 한류와 함께 활발하게 성장하지 못하는 점에 주목 하였고, 한류의 실체 분석을 바탕으로 한국무용 문화의 가치를 창출하고자 하는 방안 제시를 목적으로 연구를 진행하였다. 해당연구의 결과를 살펴보면, 한국무용관점에서 한류의 실체적 분석과 문화 가치창출 방안을 모색하였으며, 한류 사회 전반적 흐름에 있어 한국무용공연 콘텐츠가 주도적 역할을 하지 못한 지난 시간의 반성과 점검 그리고 제작의 환경 및 효율적인 교육 제공을 위해 대학 교육의 제도적 한계를 벗어나야 한다고 주장하였다. 또한 도제식 교육의 단점 극복을 위한 방안 마련과 한국무용공연이 K-dance의 전체를 대표 하는 대표성을 지니기 위해서는 한국 정통성에 대해 현대적 인식에 부합한 춤 언어 개발이 필요하다고 하였다.

박혜연(2021)은 한국무용이 한류문화콘텐츠로의 발전을 위해 시론적 방안 제시를 위해 교육적 담론 형성의 필요성과 방향성을 고찰한 연구를 진행하였다. 탐색한 결과로서의 한류문화콘텐츠로의 발전 필요성은 다음과 같다. 현 한류관련담론은 ‘킬러 콘텐츠 중심의 담론’, ‘특정 학문적 관심의 편중’, ‘지속가능한 한류문화생태계의 부재’, ‘비체계적이며 일회적인 교육’이라는 점에서 한국무용과 관련된 교육적 담론 형성은 필연적이라 할 수 있다. 둘째, 한류문화콘텐츠로서의 진화를 위한 방향성은 다음과 같다. 교육적 담론은 ‘교육체계’, ‘프로그램’, ‘인적자원’, ‘제반여건’에 관한 논의를 중심으로 다각적으로 이루어져야 하며, ‘교육모형 구조화’, ‘온·오프라인 교육콘텐츠 개발’, ‘지도자 전문성교육 연계’, ‘관련기관 협력 체계 구축’ 등의 과제가 선제적으로 해결되어야 한다고 주장하였으며, 해당연구자는 이를 기반으로 교육적 담론의 활성화 및 확장을 위해 ‘학문 공동체의 형성’, ‘현장 교육매뉴얼의 개발’, ‘온라인 플랫폼의 구축’ 등을 제안하였다.

조보라(2017)는 한국무용 공연 활성화 전략의 중요도를 탐색한 결과로서 한국무용 공연활성화를 위해서는 우선적으로 관계 조직·기관·단체의 유기적 협조와 창의적인 활동 지원이 중요하다고 도출되었으며 이와 관련된 성과의 가시화를 위해 한국무용 공연 기획을 중심으로 다각화의 필요성을 제기하였다. 이에 대해 제시된

기대효과 및 활용방안은 다음과 같다. 한국전통무용 문화콘텐츠적 산업 규모의 확대를 위한 환경 마련의 기초자료 제공, 일반 대중들에게 한국무용의 가치 인식에 있어 효과적인 점과 한국무용 공연의 접근성 확대 기반 마련으로 한국무용 전공자의 일자리 창출에 기여가 가능하다는 점을 제시하였다.

박지혜, 오유진, 최정민, 민윤지(2016)은 한국 전통무용예술 산업화로의 발전을 위해 정부적 차원의 정책 마련의 필요성을 제기하고 글로벌 문화경쟁력 확보를 위해 현실적인 방안을 모색하기 위한 전략 수립을 위한 연구를 진행하였다. 연구결과로서 제시된 정책은 첫째, 대중성이 낮은 전통무용예술분야의 인적 자원이 확충될 수 있는 정책지원, 둘째, 전통무용공연에 경영 마케팅 믹스 전략의 맞춤형 도입의 필요, 셋째, 전통예술의 타 장르 간 제휴 강화 및 지원, 넷째, 예술교육 프로그램 개발을 통한 활성화 장려, 다섯째, 전통무용예술 활성화의 시행을 위한 광범위한 기반 확충 등이 필요하다고 주장하였다.

신경아(2018)는 한국의 무형문화유산인 전통춤의 세계화를 위한 실천방안 마련과 브랜딩 전략 모델의 구축을 위한 연구를 진행하였다. 연구결과는 4가지로 구성되며 세부내용은 다음과 같다. 첫째, 경쟁브랜드인 중국의 경극과 일본의 가부키와 차별화된 아이덴티티 구축을 위한 태평무의 포지셔닝 재정립, 둘째, 경극과 가부키에 비해 상대적으로 낮은 인지도 개선을 위하여 외국인 관광객의 유인동기 강화와 같은 유입 촉진 콘텐츠 개발, 셋째, 태평무 세계화를 위해 해외공연뿐만 아닌 한류 콘텐츠·미디어를 활용해 노출 빈도를 높이고 태평무 이미지를 모티브로 한 상품 개발과 같이 관객들이 태평무를 접할 수 있는 기회 제공의 다양화, 마지막으로 태평무의 효율적인 전 세계 보급을 위한 현지 네트워킹 강화의 필요성을 제기하였다.

임영순, 맹해양, 배기형(2016)은 전통공연예술 장르의 대중화와 산업화의 필요성을 바탕으로 전통공연예술만이 가지고 있는 콘텐츠의 성공적인 해외 진출 및 글로벌 경쟁력 확보를 위한 전략적 방안을 제시하였다. 제시된 방안은 첫째, 전통공연예술분야의 정책적 지원이 필요하다는 점이다. 정책적 지원을 통해 전통 보존 및 창조적 계승의 실행 그리고 교육적 지원을 통한 역량 강화의 모색의 필요, 둘째, 전통공연예술의 대중화 정책의 시행으로 인해 다양한 대중의 의견이 반영된 문화산업을 육성 방안의 제시, 셋째, 세계화를 위한 가장 전통적이고 한국적인 문화상품을 개발해야 한다는 점을 제시하였다. 특히 해당 연구자는 글로벌 경쟁력 강화 방안은 시대 요구에 따른 전략적 접근이 필요성이라는 점을 강조하였다.

문희철, 김운미(2014)는 한국 전통춤이 한류의 새로운 전통문화 콘텐츠로서 활용되어 한류의 확산과 지속을 돕는 방안 제시를 위한 연구를 진행하였다. 연구결과로서는 그동안 한국 전통춤 콘텐츠가 노출되었던 드라마와 K-POP의 퍼포먼스를 사례로 보다 구체적이고 확장된 문화 융합 차원으로 대중문화와 한국 전통문화 간 연계 및 협업이 필요하다고 제기하였다.

박진영, 김운미(2014)는 한국 전통춤의 활성화를 위해 프로젝트

맵핑을 활용한 연구를 진행하였다. 해당연구자는 전통춤이 우리문화의 정통성을 계승하는 실체이며, 전통문화의 근간이라는 것을 인정받았기에 문화유산으로 적용되고 있다는 사실을 바탕으로, 전통춤에 현대기술을 반영하여 대중들로 하여금 전통춤을 쉽게 즐기고 향유할 수 있도록 하며, 전통춤 원형보존을 바탕으로 프로젝션 맵핑(Key visual image)을 활용한 연구모형을 설계하고 이를 통한 활성화 방안을 무용교육, 무용치료, 공연예술 측면으로 제시하였다.

이윤정(2022)은 살풀이춤의 가치, 이미지, 신뢰, 관람행동과 체험행동의 관계 분석을 통한 한국전통무용의 발전방안을 모색하는 연구를 진행하였다. 연구결과를 세부적으로 살펴보면, 첫째, 수동적 가치의 서비스우수성은 브랜드이미지에 유의한 영향을 미치며, 능동적가치의 하위변수인 내면적 즐거움과 효율성은 모두 브랜드이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 둘째, 브랜드이미지는 브랜드신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 셋째, 신뢰는 공연관람의도, 관람추천의도, 체험의도, 체험추천의도의 모든 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한류의 세계화와 한국 전통공연의 변화 주제에 대하여 선행연구를 바탕으로 논의를 진행하였다. 선행연구들이 나타내고 있는 연구의 방향은 주로 발전 방안을 제시하는 것이었다. 주로 활성화, 산업화, 세계화 등의 단어가 활용되었고 공통적으로 콘텐츠 개발 및 강화를 나타내고 있었다.

그렇다면 한류의 세계화를 위한 한국 전통공연의 변화의 핵심은 콘텐츠 개발 및 강화를 의미하는 것으로 해석이 가능할 것이며 가장 한국적인 전통이 부각된 문화상품으로의 가치를 지닌 콘텐츠가 필요하다는 점을 비교 논의를 통하여 정리할 수 있었다.

V. 글로벌 환경 변화와 한국 문화예술공연의 발전방향 논의

표원섭(2018)은 관객들에게 효용성을 줄 수 있는 여타 문화 작품을 재창조하여 무용, 연극, 오페라, 뮤지컬, 너버벌 퍼포먼스 등으로 공연 예술화하고 국내외 공연문화시장에서 그 진가를 발휘하는데 도움을 주기 위한 연구를 실시하였다. 연구결과를 살펴보면, 21세기는 문화산업 시대인 만큼 대중사회를 중심으로 엔터테인먼트 문화 수용을 비롯한 마케팅 전략이 중요하다. 이미지와 개성, 이야기, 감성 등이 중시되는 문화산업의 시대의 흐름에 따라 국가, 기업, 지역, 개인의 경쟁력 원천이 물질적, 기술적 차원에서 감성적인 문화시대로서 변모하고 있기에 엔터테인먼트 문화이미지 상품이 요구되고 있다고 주장하였다. 또한 수요자 중심의 엔터테인먼트 문화수용은 고객들의 소비패턴의 변화, 즉, 품질중심에서 품격, 휴먼 적 중심으로 이동하기 때문에 기업들은 소비자의 문화 욕구 수용을 위해 제품의 서비스를 제공하고 문화적인 마케팅을 통해 차별화 및 고급화전략으로 신규수요를 창출의 노력을 기울이고 있다. 따라서 부합된 한국의 전통문화 소설 작품을 기반으로 엔터테인먼트 공연예술의 기획 및 마케팅을 구상한다면 엔터테인먼트 콘텐츠개발 활성화에 기여할 수 있다고 주장하였다.

이호규(2013)의 연구는 한류 산업의 세계화와 전망을 탐색하기 위한 연구로서 초창기 한류의 확산 과정과 한류의 세계화를 이루기 위한 성장 동력, 그리고 한류의 효과를 문화적·경제적 측면으로 접근하여 분석을 실시하였다. 분석결과, 한류가 대기업 등의 수출 성과에 버금가는 경제적 가치를 지니고 있다는 점과 국가 이미지 제고에도 유의미한 영향을 미치는 것으로 드러났다. 다시 말해 한류 열풍은 한국에 대한 이해 그리고 한국에 대한 태도 등에 직접·간접적으로 영향을 미치고 있으며 다양한 산업에도 영향을 미칠 수 있는 만큼 한류 상품의 질적 우수성이 확보되어야 한다고 했다. 또한 드라마, 영화, K-POP 등 한류의 요소와 국가별 특성에 따른 편차가 존재하는 만큼 국가별 특성에 따른 효율적인 마케팅 전략이 필요하다고 주장하였다.

장세길, 김시백, 변혜진(2013)은 전통문화의 산업화 및 세계화를 위해서는 표준화가 우선적으로 진행되어야 한다는 점을 주제로 설정하여 연구를 진행하였다. 연구를 통해 해당연구자들이 주장하는 바는 국제표준화가 가지고 있는 의미를 바탕으로 전통문화의 산업화와 세계화가 이루어져야 한다는 점인데, 김치와 온돌이 국제표준화 승인을 통해 우리의 전통문화가 국제규격으로 인정될 만큼 과학적인 문화라는 것을 피력할 수 있다는 점을 강조하였다. 특히, 표준화가 되어있지 않아 우리나라 전통문화산업의 악순환이 지속되고 있다는 점과 표준화가 이루어지지 않는 주먹구구식의 세계화는 성과가 도출되기에 미흡하다는 근거를 제시하였다.

오문경(2013)의 연구에 따르면 한국어의 해외 보급을 위해 한류 콘텐츠 활용 시 핵심 요소를 적용한 기본 방향 설정 시, 문화적 요소 확충에는 한국어 및 한류의 문화적 이해가, 다양성 확보에는 새로운 학습 수요를 발굴하고, 이들을 학습으로 유도하기 위한 학습 전 단계로 볼 수 있는 ‘문화 중심 한국어 콘텐츠’의 개발이 필요하다고 주장 하였다. 이에 대한 결과로 한류 콘텐츠와 한국어 해외 보급 정책 방안은 다음과 같이 구성된다. 첫째, 한류 현상에 대한 문화적 이해, 둘째, 한류와 한국어 국외 보급의 상관관계에 대한 재인식, 셋째, 새로운 학습 수요로서 ‘한류 기반 잠재적 학습자’에 대한 인식 전환, 넷째, 동기 부여와 학습 의욕에 중점을 둔 ‘한국어 학습 지원’ 정책으로의 전환, 다섯째, 한류 콘텐츠 활용 ‘문화 중심 한국어 콘텐츠’의 개발, 여섯째, 한류 콘텐츠 활용 한국어 콘텐츠의 개발, ‘한국어 학습 지원’사업에서의 한국어 콘텐츠의 활용, ‘다양한 디지털 학습 콘텐츠 개발을 위한 산학 협력 및 민관 협력 활용’, 일곱째, 한류 콘텐츠와 한국어 국외 보급의 ‘디지털 컨버전스(Digital Convergence) 모형 육성, 여덟째, 포스트 한류 콘텐츠와의 연계 발전을 위한 중장기 발전 전략 마련, 아홉째, ‘한국어 콘텐츠개발 방안 등에 대한 정책적 지원으로 나타났다.

조태원(2011)은 국악과 한류는 공통적인 목표를 가지고 있으며 한류는 가시화된 성과를 나타내고 있는 만큼, 한류가 한국문화의 세계화에 기여할 것이며 국가브랜드 및 창조 문화 성장의 원동력이 될 수 있다는 배경을 바탕으로 연구를 진행하였다. 연구결과를 살펴보면 한류와 국악의 목표 측면에서는 ‘경제 이익과 문화 가치 창출’ 및 ‘대중성과 예술성’이 중요하다고 하였으며, 내용 측면에서

‘동·서양 문화사조’ 및 ‘동질감과 이질감’이라는 특징을 상호 작용적 관계로 결과를 도출하였다. 결국 국악은 세계화를 원하고 있으며, 한류는 시장의 확대 및 장기화를 필요로 하고 있다. 또한 두 분야의 관계자들의 상호 보완적인 관계를 명확히 인식이 중요하다 는 점을 강조하였다.

변계원(2011)은 해외 국악교육 실태 분석을 통해 세계화 방안을 고찰한 연구를 진행하였다. 먼저 해당연구자는 해외 국악과 관련된 사업의 브랜드 통일 추진을 제시하였다. 다음은 국악교육을 위한 교육과정 수립 및 교재 편성을 보급하고 전문인력 양성 기관의 수립을 통해 사업의 지속성을 확보해 나가야 한다고 주장하였다. 이는 세계화를 위한 국악교육의 기반 마련으로 볼 수 있으며 장기적으로는 전통공연예술의 활성화의 기반으로 작용한다는 점과 고려사항으로 이미 해외에서 활동하고 있는 기관 및 개인들과의 협업 방안이 마련되어야 한다는 점을 주장하였다.

양은영, 전인수(2016)는 전통음악의 현대화를 통해 세계화에 이바지하고 있는 사례 분석을 통한 연구를 진행하였다. ‘잠비나이(Jambinai)’는 한국 전통음악을 한국 전통악기와 서양악기를 함께 사용하여 서양음악인 록 음악과 접목하여 고유한 음악 세계를 구축하여 세계 무대에 진출하였다. 잠비나이 밴드의 사례를 통해 제시된 결과를 살펴보았을 때, 잠비나이 밴드의 전통문화의 세계화 방식은 일반 상품이나 서비스의 세계화 방식과는 차이가 있는 점을 확인하였다. 일반 상품이나 서비스의 세계화 방식은 세계화(globalization)와 현지화(localization)를 동시에 추구하는 ‘global + local=glocalization (글로컬라이제이션)’ 방식 채택하는 반면, 전통문화의 세계화 방식은 ‘Local(문화유산) + 세계화(globalization) = loglobalization(새로운 혼종문화)’라는 공식으로 설명된다는 점을 도출하였다. 이와 더불어 해당연구자는 전통문화의 세계화 그리고 현대화로 인한 혼종음악의 보급에서도 문화의 주체적식을 반드시 가져야 하는 점을 강조하였다.

이현지(2013)는 한의학의 세계화 전략은 동서문화의 충돌과 융합에 대한 해답을 제공할 수 있는 요인으로 활용이 가능하다는 점을 바탕으로 비서구권 전통의 발전 및 계승이 어떻게 역동적으로 나타나는지 살펴보고 결과적으로 비서구권 전통의 발전에 대한 비전 모색에 대한 연구를 진행하였다. 연구결과로 제시된 한의학의 세계화 전략의 첫째는 세계화 발전 전략과 전통적 의료이념의 충돌에 대한 논의가 배제되어 있다는 점이다. 즉, 시대적 트렌드를 반영한 세계화 발전전략이 한의학에 적용되었을 때, 긍정적인 의미만을 나타낼 수 있는지에 대한 근본적인 문제제기가 배제되어 있다는 점이다. 둘째, 현재까지 진행된 한의학 세계화는 한의학이 가지고 있는 전현대성을 극복하는 데에만 초점을 맞추고 있다는 점과 현 세계화 전략은 한의학의 탈현대적 비전을 제시하지 못하고 있는 점을 제시하였다.

글로벌 환경 변화와 한국 문화예술공연의 발전방향 논의 주제에 대하여 선행연구를 바탕으로 논의를 진행하였다. 선행연구들이 나타내고 있는 주요적인 방향은 전통문화예술과 현대 환경과의 융합 필요성을 제시하는 점으로 해석이 가능하였다.

글로벌 환경 변화는 빠르고 지속적으로 변하는 만큼 전통문화

예술공연 분야와 지속적으로 거리가 발생하게 될 것이다. 그러나 사업의 지속 가능성의 핵심은 적응이며 이는 각 요인 간 장점을 부각할 수 있는 융합의 필요성이 비교 논의를 통하여 제시된 것으로 볼 수 있다.

VI. K-컬처 정책과 전통연희예술 발전 방안

첫째, 한국 전통연희 콘텐츠 중 학습과 전파가 쉬운 콘텐츠를 발굴 한다. 한국의 전통문화가 K-컬처, K-콘텐츠로 해외에 효과적으로 전달되기 위한 방법론 형성을 위해 먼저 “K-컬처, K-콘텐츠” 라는 용어의 특성을 살펴보면 이해가 쉽다. 한국 전통문화, 한국 전통예술이라 부를 수 있는 것을 외국인도 쉽게 이해하고 인식할 수 있는 용어로 전환한 것이다. 영어 표현으로 제작한 “K-컬처” 라는 표현이 외국어 활용이기에 한국문화를 전파하는데 모순적이라는 논의도 가능할 수 있다. 그러나 가장 큰 장점은 세계인 누구나 이해하는 언어로 표현 했다는 점에서 오히려 장점이 더 크다. 결국 한국 전통연희가 K-컬처의 한 영역으로 세계인의 관심을 증대시키기 위해서는 세계인 누구나 남녀노소 쉽게 접근하여 학습 및 교육이 가능하고 어떤 형태로든 재생산이 가능한 소재의 발굴이 우선되어야 할 것이다.

둘째, 한국 대중문화 콘텐츠와 협업하여 창작 전통연희 콘텐츠를 제작하고 뉴미디어를 통한 홍보를 강화한다. 앞서 밝힌 바와 같이 접근성에 효과적인 전통연희 콘텐츠를 발굴한 이후에는 격식과 전통에 규범화된 한국 문화 그대로의 전통연희보다 MZ세대가 쉽게 반응할 수 있는 창의적인 창작 연희를 한국 전통연희를 기반으로 콘텐츠로 제작하여 소셜네트워크서비스, 유튜브 등 뉴미디어 등을 통한 홍보를 강화하는 것이다. 특히 이미 시청자가 많이 확보되어 우수한 콘텐츠를 보유한 우수 콘텐츠 크리에이터들과 협업해 창작 한국 전통연희 콘텐츠를 보급하는 것이 더욱 효과적일 것이다. 시청자 및 구독자 도는 팔로워 등이 많이 확보된 뉴미디어 크리에이터들의 파급력은 이미 대중들에게 잘 인식되어있다.

셋째, 지정학적으로 가까운 동남아시아 지역 국가와의 전통문화 교류 사업을 확대한다. 단계적 보급이 중요할 것이다 따라서 한국 문화에 큰 관심을 보이고 지리적으로도 이동이 다소 편리한 접근성이 확보된 동남아시아 지역 국가를 중심으로 선제적으로 창작 전통연희 콘텐츠를 체험 학습의 형태나 뉴미디어 영상을 중심으로 먼저 전파하는 것이다. 그리고 보급 및 전파 국가를 확대하는 것이 필요하다. 디지털 시대에 홍보와 전파는 다양한 미디어를 이용해 편리하고 신속하게 이루어질 수 있으나 가장 큰 핵심은 직접 체득할 수 있는 프로그램과 환경을 제공해야 지속가능성을 형성할 수 있다.

넷째, 국제 ODA 사업에 한국 전통연희 교육 및 보급사업을 지원한다. 타 분야와 융합형 프로그램을 만든다면 개인의 복지와 문화생활을 향상시키는데 있어서 저개발국가 및 개발도상국을 지원하는 ODA 국제사업과 함께 전파력과 이에 따른 파급력을 일으킬 수 있을 것이다.

다섯째, 정부는 경제적 비용 지원보다 전통연희가 쉽게 보급 가능하도록 전통연희 글로벌 교육 플랫폼 형성을 지원한다. 앞서 4가지의 기본 추진 방안을 효과적으로 정책화 하거나 전통연희분야의 제도적 지원 장치로 구성하려면 정부 지원 방법도 현실성 있는 방법이 되어야 할 것이다. 즉 비용을 지원하고 그 쓰임에 대한 관리 감독을 최소화하여 자율성을 제공하는데 노력하는 것보다 환경, 인프라, 플랫폼 개발 지원에 적극 관여하여 한국 전통연희예술 전문가의 역량 강화를 돕고 해외 전파와 K-컬처로서 보급과 홍보에 어려운 상황에서 지원 체계로서의 역할과 기능을 가지는 것이 더욱 효과적일 것이다.

VII. 결론 및 제언

이 연구의 목적은 전통연희예술의 변화와 지속가능성을 위한 K-컬처 정책의 활용방안을 제시하는데 있다. 연구의 목적을 달성하기 위하여 관련 보고서, 논문 등 문헌을 검색, 분석, 조직화하였으며 비교 논의를 통해 정책 활용방안을 제시하였다.

첫째, 한국 전통연희 콘텐츠 중 학습과 전파가 쉬운 콘텐츠를 발굴한다. 둘째, 한국 대중문화 콘텐츠와 협업하여 창작 전통연희 콘텐츠를 제작하고 뉴미디어를 통한 홍보를 강화한다. 셋째, 지정학적으로 가까운 동남아시아 지역 국가와의 전통문화 교류 사업을 확대한다. 넷째, 국제 ODA 사업에 한국 전통연희 교육 및 보급사업을 지원한다. 다섯째, 정부는 경제적 비용 지원보다 전통연희가 쉽게 보급 가능하도록 전통연희 교육 글로벌 교육 플랫폼 형성을 지원한다.

2000년대 들어와 급격히 글로벌 유행을 선도하게 된 한국의 대중문화를 기반으로 ‘한류’ 유행을 전 세계적으로 경험하게 된 한국은 소프트파워의 힘을 명확히 인식하였다. 세계인들의 한국 대중문화에 대한 관심이 이제는 전통문화에 대한 관심으로 확장되고 있어 이를 기회로 이용하여 한국 전통문화의 세계적인 전파에 더욱 힘쓸 수 있는 환경을 맞이하게 되었다. 이와 같은 방안을 기본 과제로 삼아 한국 전통연희의 보존 필요성을 제고 한다면 한국 전통연희 발전과 활성화를 일으킬 수 있는 마중물의 성과를 일으킬 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김유미 (2016). **한류의 실체 분석을 통한 한국무용 문화 가치 창출방안**. 미간행 박사학위논문, 세종대학교, 서울.
- 김충한 (2011). **한국춤의 세계적 문화브랜드화를 위한 성공 요인과 발전방안**. 미간행 박사학위논문, 단국대학교, 경기.
- 남진희 (2018). 무용 공연 활성화를 위한 문화예술정책 공공지원의 현황 분석. **한국무용학회지**, 18(2), 73-82.
- 문희철, 김운미 (2014). 한류 콘텐츠로서의 한국 전통춤 활용에 관한

- 담론. **우리춤과 과학기술**, 24, 35-53.
- 박지혜, 오유진, 최정민, 민윤지 (2016). 한국 전통무용예술의 활성화를 위한 정책수립에 관한 연구. **문화산업연구**, 16(3), 117-127.
- 박지혜, 오유진, 최정민, 민윤지 (2016). 한국 전통무용예술의 활성화를 위한 정책수립에 관한 연구. **문화산업연구**, 16(3), 117-127.
- 박진영, 김운미 (2014). 프로젝트 맵핑을 활용한 한국 전통춤의 활성화 방안. **우리춤과 과학기술**, 25, 103-126.
- 박혜연 (2021). 한국무용의 한류문화콘텐츠로서의 진화를 위한 교육적 담론의 필요성 및 방향성 탐색. **한국무용학회지**, 21(3), 65-74.
- 변계원 (2011). 해외 국악교육의 실태 분석과 세계화 방안 고찰. **한국음악연구**, 49, 121-139.
- 세계태권도연맹 (2022). **CUs/MNAs**. <http://www.worldtaekwondo.org/about-wt/cumna.html>
- 신경아 (2018). **글로벌 경쟁력 제고를 위한 한국 무형문화유산 콘텐츠 브랜딩 전략 : 태평무를 중심으로**. 미간행 박사학위논문, 한양대학교, 서울.
- 양은영, 전인수 (2016). 전통음악의 현대화를 통한 세계화. **문화정책논총**, 30(2), 46-64.
- 오문경 (2013). **한류 콘텐츠를 활용한 한국어 국외 보급 정책 연구 : 한류 기반 잠재적 학습자를 대상으로**. 미간행 박사학위논문, 한국외국어대학교, 서울.
- 원동현 (2022). **남북평화통일을 위한 스포츠외교 전략**. 미간행 박사학위논문, 한국체육대학교, 서울.
- 이운정 (2022). 살풀이춤 브랜드자산효과를 통한 한국전통무용의 발전방안. **여가학연구**, 20(3), 81-95.
- 이현지 (2013). 한의학의 전통적 의료이념과 세계화를 통한 발전전략 연구. **한국학논집**, 51, 333-355.
- 이호규 (2013). 한류예술산업의 세계화 동향과 전망 : K-POP, 국내 배우의 할리우드 진출을 중심으로. **콘텐츠문화**, 3, 153-191.
- 임영순, 맹해양, 배기형 (2016). 전통공연예술 산업의 글로벌 경쟁력 확보를 위한 전략적 방안 모색에 관한 연구. **한국콘텐츠학회논문지**, 16(4), 88-99.
- 장세길, 김시백, 변혜진 (2013). **전통문화의 산업화·세계화, 표준화가 먼저다**. [Jthink] Issue Briefing, 전북.
- 정길만 (2013). **국가브랜드 제고(提高)를 위한 국립무용단 작품보전과 전승방안 연구**. 미간행 박사학위논문, 세종대학교, 서울.
- 정책브리핑 (2022). **윤석열정부 120대 국정과제**.
- 조보라 (2017). 한국무용 공연 활성화 전략의 중요도 탐색. **한국스포츠학회지**, 15(2), 323-333.
- 조태원 (2011). 국악과 한류, 세계화를 위한 접근 방향 모색. **음악융용연구**, 4, 139-150.
- 표원섭 (2018). 엔터테인먼트 경영기획 활성화를 위한 문화마케팅 연구. **한국엔터테인먼트산업학회논문지**, 12(2), 207-214.