

뉴미디어융합 전통문화콘텐츠 교육프로그램이 전통문화 인식변화에 주는 효과

Effects of New Media-Convergence Traditional Korean Cultural Contents Education Program on Korean People's Awareness of Traditional Culture

주 저 자 : 문지영 (Moon Ji Young) 한양대학교 대학원 응용미술학과 시각멀티미디어전공
공동저자 : 이혜정 (Lee Hye Jeong) 한양대학교 대학원 응용미술학과 시각멀티미디어전공
교신저자 : 현은령 (Hyun Eun Ryung) 한양대학교 응용미술교육과 / pariosa@hanyang.ac.kr

Abstract

The characteristic of this industry that is not to be sensitive to fashion results in making people view it unfavorably. As a matter of fact, tradition is not unchangeable but variable according to environmental or cultural changes. Moreover, tradition can survive when it is considered to be necessary by people. This was why research efforts were channeled into the convergence of cultural heritage to change the negative way of looking at it to improve its popularity and commercial viability. The purpose of this study was to design a new media-convergence traditional culture program in line with the current flow of expanding the traditional culture industry through convergence and with the new media-assisted cultural industry. And it's also meant to make an experiment to determine the effect of the program on the changes of the awareness of adults in our country about traditional culture. The followings are the research questions of the study and the results of the experiment. First, the convergence of the new medium and traditional cultural contents was effective at positively changing the way the adults in our country looked at traditional culture($t=3.378$, $p<.002$). Second, the convergence of the new medium and traditional cultural contents stimulated the Korean adults to stay highly interested in traditional culture($t=.733$, $p<.471$). Third, the convergence of the new medium and traditional cultural contents was effective at positively changing the awareness of the adults about the value of traditional culture($t=.963$, $p<.345$).

Thus, the three research questions were addressed, and then it's concluded that the new media-convergence traditional culture program designed in this study had effects on the positive change of the awareness of the adults in our country about traditional culture. Specifically, they felt less rejective about expressing traditional culture using the new technique and the new materials, and this served as an opportunity for them to consider it necessary to combine traditional culture and new technology to step up its development.

Keyword

New Media-Convergence, Korean Cultural Contents, Awareness of Traditional Culture

요약

최근 전통문화산업은 고용 인력의 고령화로 신기술 및 새로운 유행의 유입이 다소 느린 특성을 보이고 있다. 전통은 고정불변의 것이 아니라 새로운 환경이나 문화를 맞이할 때마다 변화하는 속성을 지니고, 그 시대의 사람들로부터 존재해야 하는 필요성을 갖추어야 선택되고 살아남는다. 때문에 우리나라 전통문화 자체의 '불변성', '폐쇄성'의 인식을 개선하고 대중성과 상업성을 향유하기 위한 융·복합의 방안이 연구될 필요가 있다. 본 논문에서는 뉴미디어융합 전통문화 프로그램을 설계하고 공예디자인교육을 통해 체험하게 하여 전통문화 인식변화에 어떤 효과를 주는지에 대해 실증 분석하였다. 실험연구 후 사전사후 조사를 통해 분석한 우리나라 전통문화에 대한 인식의 변화는 다음과 같다. 첫째, 뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와 융합은 우리나라 성인들의 전통문화에 대한 긍정적 인식 변화에 효과가 있었다($t=3.378$, $p<.002$) 둘째, 뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와 융합은 우리나라 성인들의 전통문화에 대한 높은 흥미도를 유지시켰다($t=.733$, $p<.471$). 셋째, 뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와 융합은 우리나라 성인들의 전통문화에 대한 긍정적 가치 인식 변화에 효과가 있었다($t=.963$, $p<.345$).

결과적으로 본 연구에서 설계한 뉴미디어융합 전통문화 프로그램은 우리나라 성인들의 우리 전통문화에 대한 인식을 긍정적으로 변화시키는 데에 효과가 있었다. 특히 전통문화를 새로운 기법과 재료로 표현하는 것에 대한 거부감이 줄어들어 피험자들이 전통문화의 발전을 위해 신기술의 접목이 필요하다고 생각하는 것을 구체화시킬 수 있는 아이디어로 활용할 수 있었다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 방법 및 내용

2. 이론적 배경

- 2-1. 전통의 의미
- 2-2. 문화콘텐츠의 개념과 특징
- 2-3. 전통문화 콘텐츠의 특징
- 2-4. 뉴미디어 융합

3. 뉴미디어 융합 전통문화콘텐츠 교육프로그램 설계 및 적용

- 3-1. 개발 프로그램의 내용
- 3-2. 개발 프로그램 적용 효과

4. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

최근 전통문화산업은 고용 인력의 고령화로 신기술 및 새로운 유행의 유입이 다소 느린 특성을 보이고 있다. 유행을 민첩하게 반영하지 않는 우리나라 전통문화산업의 특징으로 인해 점차 쇠퇴기로 접어들고 있는 것이다. 전통은 고정불변의 것이 아니라 새로운 환경이나 문화를 맞이할 때마다 변화하는 속성을 지니고 (Shills, 1992), 그 시대의 사람들로부터 존재해야 하는 필요성을 갖추어야 선택되고 살아남는다(임곤택, 2011). 때문에 우리나라 전통문화 자체의 '불변성', '폐쇄성'의 인식을 개선하고 대중성과 상업성을 향유하기 위한 융·복합의 방안이 연구될 필요가 있다.

21C에 들어 뉴미디어는 단순한 매체적 활용을 넘어서 문화를 널리 보급하는 역할을 하게 되었다. 마노비치(Manovich, 2013)는 현대사회는 문화가 소프트웨어

화 되어 산업적 가치와 접근성을 높이고 있다고 하였다. 그러므로 우리 전통문화에 대한 거부감을 줄이고 대중적인 활용을 유도하기 위해서는 뉴미디어와 융합되는 방법도 하나의 대안이 될 수 있다. 이러한 전통문화와 뉴미디어의 융합은 전통문화에 대한 국민적 관심 유도, 국가적의 경제적 부가가치 창출을 도모하는데 기여할 수 있을 것이다.

실제로 현재 전통문화산업의 활성화는 타 분야와의 융·복합을 통해 이루려고 노력하고 있다. 전통문화의 대중적인 보급의 목적으로 원형에 새로운 기술이나 분야와 융·복합하여 보다 더 다양한 콘텐츠 개발을 시도하는 것이다. 그리고 전통문화 원형과 디지털 기술의 융합으로 문화콘텐츠 산업을 진흥하는 방안 연구를 통해 문화디지털 융합의 중요성 피력한 연구가 진행되기도 했다(김경훈, 2007). 전통문화와 디지털 기술의 융합은 현재 소비자들의 니즈를 충족시킬 수 있고 제품, 국가 이미지 상승의 결과를 가져온다는 것이다.

따라서 본 논문에서는 융·복합을 통해 전통문화산업의 확장을 시도하고 있는 현 흐름과 뉴미디어를 활용한 문화산업 시대에 발맞추어, 뉴미디어 융합 전통문화 프로그램을 설계하고 적용해보고자 한다. 이 때 구체적인 프로그램 설계 방향을 잡기 위해 파일럿 인식 조사를 한 후 도출된 내용을 바탕으로 하였다. 그리고 설계한 뉴미디어융합 전통문화 프로그램이 실제로 우리나라 성인들의 전통문화 인식변화에 어떤 효과를 주는지에 대해 실험을 하여 전통문화 인식 변화의 구체적 영향을 분석하는데 목적이 있다. 결과적으로 본 논문은 뉴미디어의 융합으로 한국 성인들의 우리 전통문화에 대한 긍정적 인식변화가 입증된다면 전통문화 활성화 방안의 실마리를 제시할 수 있을 것이다.

1-2. 연구의 방법 및 내용

본 연구에서는 피험자들이 뉴미디어 융합 전통문화 콘텐츠를 체험한 후 우리 전통문화에 대한 긍정적인 인식 변화에의 효과성을 t-검정, 빈도분석, 인터뷰를 통해 측정하고, 그 의미를 분석하고자 한다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위해 설정한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, '뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와의 융합은 전통문화에 대한 긍정적 인식 변화에 효과를 미칠 것인가?', 둘째, '뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와의 융합은 전통문화에 대한 흥미도 상승에 효과를 미칠 것인가?', 셋째, '뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와의 융합은 전통문화에 대한 긍정적 가치 인

식에 효과를 미칠 것인가?’이다.

이상과 같은 연구문제를 분석하기 위해 본 연구는 다음과 같은 절차와 내용을 가지고 진행된다.

첫째, 연구의 핵심 키워드인 ‘전통’, ‘문화콘텐츠’, ‘뉴미디어’, ‘뉴미디어 융합’과 관한 이론적 탐색을 위해 관련 문헌조사 및 선행연구 조사를 실시한다. 둘째, 본 연구에서는 우리나라 국민들의 우리 전통문화에 대한 전반적인 인식을 조사하기 위해 ‘전통문화에 대한 인식, 흥미, 가치’를 측정하는 파일럿 연구를 진행한다. 셋째, 파일럿 조사를 한 설문결과를 바탕으로 서울시 성동구 H교육기관에서 피험자들을 모집하여 뉴미디어 융합 전통문화콘텐츠 교육경험에 따른 전통문화에 대한 인식 변화에 대한 실험 연구를 진행 한 후 전통문화에 대한 인식, 흥미, 가치가 얼마나 변화하였는지 t-검정, 빈도 분석, 인터뷰를 통해 사전사후 분석한다. 마지막으로 파일럿 연구와 실험연구 결과를 바탕으로 뉴미디어와 전통문화 원형의 융합 방향성을 제시하고자 한다.

연구의 대상은 서울시 성동구의 H교육기관에서 전통문화콘텐츠 교육 프로그램 수강생을 모집함으로써 이루어졌다. 파일럿 설문조사 기간으로는 2015년 9월 1일부터 9월 22일까지 22일간 진행되었다. 파일럿 설문조사를 바탕으로 만든 프로그램으로 실험 연구를 진행하였는데 연구 기간은 2015년 9월 23일부터 2015년 11월 4일까지 1차시에 3시간씩 진행하여 총 7차시 21시간 동안 이루어졌다.

실험연구의 효과성 검증을 위해 실험집단에 효과성 측정 질문지를 사전과 사후에 배포한 후, 인터뷰를 실시하였다. 사전인터뷰는 2015년 9월 23일, 사후 인터뷰는 2015년 11월 5일에 진행되었다. 때때로 프로그램 진행 도중 피험자들이 특별한 반응을 하는 경우에는 해당 반응의 구체적인 의미를 질문하여 의미 있는 결과 도출에 도움을 받았다.

2. 이론적 배경

2-1. 전통의 의미

전통의 의미에 대한 정의는 바라보는 시각에 따라 다양하게 정의할 수 있다. 따라서 그동안 전통에 대한 개념은 다양한 학자들에 의해 포괄적인 정의부터 세부적인 정의까지 논의되어 왔다. 우선 포괄적인 의미로는 특정한 집단이나 공동체에서 계승된 유무형의 양식을 뜻한다. 여기서 말하는 유무형의 양식은 관습, 사상, 행

동, 제도 등의 무형의 것과 문화유산 등의 유형의 것을 의미한다. 이와 유사하게 전통은 오랜 시간동안 주어진 환경에서 사람들이 장기간에 걸친 집단생활을 통해 형성되어진 의식세계와 생활방식을 의미한다. 이러한 포괄적 정의에는 ‘특정한 집단에서 ‘장기간’에 걸쳐 형성된 것을 전통의 기본속성으로 강조한다고 볼 수 있다.

전통이란 무엇인가에 대한 세부적인 정의는 어떤 분야에서, 어떤 특징에 초점을 맞추는가에 따라 다양하게 제시되어 왔다. 세부적 전통의 의미 분류 기준은 크게 ‘시대에 따른 변화’, ‘가치의 선택’, ‘상대상의 3가지로 분류 할 수 있다.

첫 번째 기준인 ‘시대에 따른 변화’는 전통이 새로운 환경이나 문화에 의해 끊임없이 변형·동화·흡수 된다는 것을 뜻한다(Shills, 1992). 대표적인 예로 문화체육관광 광부에서 제안한 전통문화산업 정책 변화의 경우를 통해 시대의 변화에 발맞추어 변화하는 전통을 구체적으로 살펴볼 수 있다(문화체육관광부, 2011). 2011년 문화체육관광부에서 ‘전통문화산업육성진흥방안’에서 이제 전통문화는 원형 보존이 아니라 산업 활용을 하는 방향으로 패러다임이 전환되었다고 언급했다. 전통문화의 건강한 계승을 위해서는 국민들의 접근성 제고, 교류 증대, 활성화 등의 변화는 불가피하다는 것이다.

두 번째 기준인 ‘가치의 선택’은 전통은 ‘그 시대에 존재하는 사람들의 관점에서 가치가 평가되고 필요에 의해 선택된다’는 의미이다(임근택, 2011). 현재를 기준으로 본다면 현재 이전에 존재했던 과거의 것은 모두 옛 것으로 부를 수 있지만, 일정 조건에 충족되지 않은 옛 것들은 전통으로 여기지는 않는다. 이는 사람이 해당 시기의 필요성에 부합하는 옛 것에 주관적인 기준으로 전통으로써의 가치를 부여한 것이라 할 수 있다.

세 번째 기준인 ‘상대상’은 다른 집단의 전통과 비교하여 특정 집단의 전통의 특징이 생성된다는 것을 뜻한다(김병모, 2003). 앞에서 전통의 포괄적인 개념에서 언급했듯이 전통은 특정 사회에서 오랜 기간 동안 만들어진 것이므로 고유의 생활양식, 행정제도, 사고방식, 문화유산 등이 생겨날 수밖에 없다. 그래서 해당 사회만의 특징적인 정체성이 형성되는 것이다. 이러한 정체성은 상대적으로 다른 집단과 구분됨으로써 더욱 구체화되고 특징지어진다(유영욱, 2012).

따라서 본 연구에서는 위의 세 가지 세부 정의 중 특히 ‘시대에 따른 변화’의 기준에 의한 전통 개념에 초점을 두고 연구를 구성·계획하였다. 전통문화에 대한

부정적인 인식 개선을 위해서는 전통은 더 이상 고정 불변의 존재가 아니라는 점을 인지시켜 줄 필요가 있기 때문이다.

2-2. 문화콘텐츠의 개념과 특징

‘문화콘텐츠’라는 용어는 ‘문화(culture)’와 ‘콘텐츠(contents)’의 합성어로 기존에 존재했던 문화원형을 콘텐츠화 한 것을 의미한다(김평수, 2014). 보다 구체적으로 말하자면 디자이너가 문화원형을 활용한 실용적인 상품을 만들거나 유물복원가가 복원한 유물 이미지를 디지털데이터화 하는 것이 이에 해당한다. 또는 교육전문가가 수업안을 구성하여 교육에 활용하기도 한다. 앞에서 언급한 문화콘텐츠 활용사례 분야의 다양성에서 유추할 수 있듯이 문화콘텐츠의 핵심 개념은 ‘콘텐츠(contents)’라는 단어에 존재한다(송원찬 외, 2010).

우리나라의 경우, 한국문화콘텐츠진흥원의 설립으로 문화콘텐츠라는 용어는 널리 보급되었고, 국내 문화콘텐츠의 범주가 점차 넓어지기 시작했다(박장순, 2006). 국가에서 다각화의 노력을 기울이고 있는 문화콘텐츠 추진 전략과 과제의 범위는 크게 ‘글로벌 산업, 차세대 산업, 융합 산업, 상생 산업, 생태계 조성’의 5가지로 분류할 수 있다(한국콘텐츠진흥원, 2014). ‘글로벌 산업’은 한국 콘텐츠가 해외로 원활하게 진출되는 데에 따르는 행정적, 경제적, 환경적 여건을 개선하기 위한 전략사업이다. 프로 작가, 기술자들의 국제 전시회 개최 기회 부여와 해외 페어에의 참가지원 등의 방법으로 해외 판로를 개척하여 원활한 해외 시장의 구축을 위해 힘을 기울이고 있다. 그리고 새롭게 부상하고 있는 콘텐츠를 ‘글로벌 킬러 콘텐츠’로 지정하여, 보다 넓은 시장 진출을 위한 기반을 강화하고 콘텐츠 현지화 지원, 글로벌 네트워크 환경 조성의 노력을 통해 해외 진출에의 여건 마련을 하고 있다.

‘차세대 산업’은 차세대의 다양한 콘텐츠를 육성하는 것을 목표로 하는 전략사업이다(한국콘텐츠진흥원, 2015). 이에 따른 구체적인 방법으로는 이야기(story)의 문화산업적 가치에 초점을 두어 새로운 스토리를 발굴하여 육성하고 현대의 트렌드에 맞는 스토리를 제작할 수 있는 인재를 양성하며 스토리의 사업화를 지원한다. 가치 있게 여겨지는 스토리는 애니메이션, 웹툰, 만화, 게임, 음악, 방송영상, 캐릭터 등 유망분야로 응용 적용하여 글로벌 킬러 콘텐츠로 부상할 수 있도록 하고 있다.

‘융합산업’은 각 콘텐츠를 융복합하여 새로운 직업 창출과 창의적인 인재를 양성하는 것을 목표로 하는 전략사업이다(한국콘텐츠진흥원, 2014). 융합산업의 추진을 위한 발판으로 문화예술과 IT의 융합과정을 통해 융합형 문화기술(CT)을 개발하며 끊임없이 새로운 소스를 만들어 낸다. 개발된 새로운 소스는 ‘콘텐츠코리아 랩(CKL: content korea lab)’이라는 공간 제공을 통해 다양한 인재 양성과 지속가능한 경력개발을 위해 개발·활용된다. 콘텐츠코리아 랩과 같은 커뮤니티와 문화기술 개발 집중지원 프로그램을 제공함으로써 융합형·현장형 인재양성에 기여하고 있다.

‘상생 산업’은 문화콘텐츠 산업의 선순환 구조를 마련하는 것을 목표로 하는 전략사업으로 전반적인 콘텐츠 산업 부흥을 위해 제도적 마련을 하는 역할을 한다. 문화콘텐츠 산업의 육성을 위한 투자와 융자의 금융적 지원은 확충하고 여러 가지 콘텐츠 분야들이 동반성장 이 가능하도록 제도적·경제적 환경을 조성에 노력을 기울이고 있다. 또한 각 지역에 산재되어 있는 문화콘텐츠들을 발굴하기 위해 지역 기반 콘텐츠 산업의 지원도 확대하고 있다.

마지막으로 ‘생태계 조성’은 개발된 문화콘텐츠들이 활발히 제공되고 소비되기 위한 건강한 생태계 조성을 목표로 하는 전략사업이다. 어렵게 개발된 문화콘텐츠의 유실을 방지하기 위해 저작물 관리 터전을 강화하고 저작권과 관련된 인식 제고에 매진하고 있다. 이러한 저작 콘텐츠를 지키면서 문화콘텐츠의 활발한 소비를 위해 자유로운 콘텐츠 이용환경을 조성하고 기업들의 공정거래 제고에 노력을 기울이고 있다(문화체육관광부, 2012).

2-3. 전통문화 콘텐츠의 특징

전통문화콘텐츠는 새로운 콘텐츠를 만들어내는 원천으로써 그 나라 고유의 경쟁력을 가질 수 있다(김창민, 2007). 고유의 전통문화는 다른 커뮤니티에서 접근하기 어렵다는 폐쇄성의 특성을 가지고 있기 때문에 고유성과 희소성의 가치가 있기 때문이다. 이윤선(2006)도 문화원형은 해당 민족이나 지역의 특성을 띄고 있으므로, 원천자료로서 활용될 가능성이 무궁무진하다고 주장했다. 따라서 최승용·김기덕(2014)의 전통문화 유산을 방송콘텐츠로 활용한 사례와 황요순·임채형(2015)의 공공디자인으로 활용한 사례처럼 다양한 분야에 응용 적용 할 수 있다.

전통문화 콘텐츠는 지역 문화의 활성화를 촉진시키

기도 한다(이근용, 2012). 전통문화는 해당 지역의 역사, 풍토, 사람에 기반을 두어 형성되었으므로 지역 공동체의 정체성 구성에 중요한 역할을 하기 때문이다. 권세은(2005)에 의하면 지역이란 복잡한 관계들이 교차하고 유지되어 형성된 역사와 환경에 구속되는 체계를 의미한다. 이처럼 지역 사람들이 오랜 기간 동안 익숙해져 왔던 지역 고유의 환경과 문화를 콘텐츠화한다면 지역 사람들의 유대관계 상승 효과와 지역 경제의 이윤을 가져올 수도 있다(심종민 외, 2015).

끝으로 전승되어오던 전통문화 원형이 디지털 기술과 접목된 형태의 전통문화콘텐츠는 우리나라 전통문화와 관련된 연구 성과물을 보급하고 나아가 산업화를 용이하게 한다(박경환, 2008). 기존의 전통문화는 고문서, 고건축, 유적, 유물 등의 형태로 전해져 내려와 유형문화재로 존재하기도 하지만, 본질적으로는 의례, 음악, 기술 등의 형태로 보존되어 무형문화재로서 존재하기도 한다(임재해, 2009). 유형문화재와 무형문화재의 전통문화 원형은 모두 사람의 관심과 기억에 의존하기 때문에 잠깐 보존의 의미를 잃은 문화재의 경우에는 유실되기 쉬운 경향이 있다. 그렇지만 전통문화재 원형을 디지털화하여 데이터베이스로 구축한다면 보다 더 오랜 기간 동안 보존할 수 있다. 또한 평소에 접하기 어려워서 대중화가 어려웠었던 전통문화재의 단점을 극복하여 소수의 전문가들 외에 일반 대중들도 인터넷을 통해 얼마든지 찾아볼 수 있다.

2-4. 뉴미디어 융합

뉴미디어(new media)의 개념 정의는 적용되는 분야와 시기, 분야별 관점에 따라 크게 기술 중심적, 커뮤니케이션 매체 중심적, 경험 중심적 개념의 세 가지로 나누어 설명할 수 있다. 뉴미디어의 등장은 기본적으로 테크놀로지(technology)의 발달이 선행되었기 때문에 등장한 개념이므로 먼저 기술 중심적 측면에서 정의한 개념부터 살펴보면, 뉴미디어라는 개념은 1980년대 이후 라디오, 텔레비전, 영화, 사진과 같은 기존의 미디어와 자동화 되어있는 컴퓨터가 결합이 되면서 생겨났다. 혹은 기존 미디어에 컴퓨터나 인터넷을 중심으로 하는 기술과 융합하여 이미지, 문자, 음향을 통제하게 되면서 발생했다고 보기도 한다.

뉴미디어 매체의 발달은 예술 영역에도 영향을 끼쳐 뉴미디어 아트(new media art)라는 새로운 장르를 탄생시켰다. 뉴미디어 아트의 역사는 테크놀로지의 발전 궤도와 나란히 하게 되는데, 특히 1980년대의 미디어 아트로부터 파생되었다. 인터랙티브(interactive) 형식,

가상현실(VR), 웹(web) 등의 새로운 테크놀로지를 활용한 뉴미디어 예술가들은 새로운 매체의 가능성을 항상 탐구하며 실험하였다(Ruch, 2003). 그 결과 몇몇 예술가들은 심지어 테크놀로지의 진보에 기여하기도 했다. 컴퓨터의 등장으로 약 50년 간 발전된 과학기술을 활용한 직업이 수없이 생겨났듯이 예술가들에게도 새로운 작업을 시도 할 수 있는 기회를 제공한 것이다.

뉴미디어에 대한 이해는 앞에서 살펴본 기술, 매체 중심적 관점 외에도 경험 중심적 관점에서도 살펴볼 필요가 있다. 뉴미디어는 컴퓨터 기술의 발달로 생성된 매체이므로 기술적 관점을 중심으로 개념이 언급되는 경우가 종종 있는데, 이는 한정적인 측면에서만 살펴본다는 한계가 있다. 미디어를 이용하거나 상호작용하는 과정에서 획득하게 되는 ‘미디어 경험(media experience)’에 대한 고찰은 뉴미디어의 경험의 정도를 파악할 수 있는 이론적인 관점들을 충분히 포함할 수 있는 장점이 있다(이재현, 2013).

경험 중심적 관점은 용어 그대로 뉴미디어 사용자의 경험에 비추어 개념을 들여다보는 것으로, 실생활에 활용함으로써 얻는 경험적 내용이 중시된다. 예를 들어 기업에서 뉴미디어 환경을 활용하여 마케팅을 하는 경우가 종종 있다. 예를 들어 소비자들이 기업에서 제공한 페이스북, 트위터, 유튜브, 비메오, 팟캐스트 등과 같은 뉴미디어 환경들을 경험함으로써 자신이 선호하는 브랜드를 스스로 선택할 수 있는 상황을 제공하게 된다. 이렇게 제공된 환경을 소비자들은 제 각기 원하는 방향으로 경험한 후에 제품에 대한 평가도 하고 브랜드의 선호도도 표현하게 된다. 그 후에 기업에서는 소비자들의 브랜드에 대한 선택과 반응을 살펴본 후 제품에 대한 품질을 향상시키고 제품과 관련된 부정적인 문제들을 해결하려고 노력하게 된다. 이처럼 뉴미디어의 새로운 환경 제공은 소비자가 주체가 되어 새로운 소비문화를 만들어 내고 기업의 마케팅 전략 등에 영향을 미치게 되는 것이다.

서동혁 외(2007)의 연구에서는 융합과 관련된 용어는 의미가 약간씩 다르지만 해당 용어를 사용하는 분야에 따라 매우 유사한 형태로 불리고 있다고 언급하며 그 내용을 다음의 [표 1]과 정리하였다.

[표 1] 융합관련 용어 정리(서동혁 외, 2007, p.42)

종류	의미
컨버전스 (convergence)	공급의 관점: 서로 상이한 기술이 만나서 제품의 효율성을 높여주거나 새로운 기능을 만들어 내는 것을 의미함 수요의 관점: 서로 다른 분야에 속하는 기술이 어떠한 목적을 충족시켜 줄 수 있도록 유사성을 형성하게 되는 현상을 의미함
퓨전 (fusion)	여러 가지의 돌파기술(breakthrough)들이 동시다발적으로 기계적, 화학적 결합을 진행하여 새로운 특징을 지닌 제품이나 기술이 생겨나는 현상을 의미함. 이 때 각각의 개별 기술들은 특징을 잃게 됨
복합 (compound)	주로 기존의 시장을 확대하거나 유지하기 위한 서비스 향상 과정에서 발생하는데, 개별 기술들이 물리적으로 결합하는 것을 의미함
기술융합	2개 이상의 기술들이 기계적, 화학적 결합을 하여 개별 기술들의 특징이 없어지고 새로운 특징의 제품을 만들어내는 현상을 의미함
기술통합 (technological integration)	어떠한 기능을 수행하기 위해서 여러 가지 기술을 수평적, 수직적으로 결합하여 복합시스템 제품의 기술을 혁신하는 현상을 의미함
기술퓨전	다양한 기술의 돌파기술(breakthrough)이 동시다발적으로 발생하며 융합(fusion)하는 것을 의미함
인티그레이션 (integration)	특정한 기능을 수행하는 것을 목적으로 여러 가지 기술을 수평, 수직으로 결합한 기술혁신 현상을 의미함

결국 융합을 시도하기 위해서는 모든 융합의 기본 토대가 되는 지식 융합의 본질에 대해 철학적, 역사적, 자연 과학적, 정책적, 사회학적 등의 다양한 각도의 관점으로 조망할 필요가 있다(이상열, 2012). 따라서 본 논문에서는 앞에서 제시한 여러 가지 관점의 융합 중에서 수요의 관점에서 본 컨버전스(convergence)의 의미를 중심으로 특정한 목적이나 요구를 달성하기 위해서 서로 다른 분야의 기술들이 유사성을 띠게 되는 현상을 융합이라 정의하고 그에 대해 논의하고자 한다.

하트먼은 인간이 미디어를 선택하는 것과 관련된 주요 이론을 ‘사회 인지 이론(social cognitive theory)’, ‘혁신 확산 모델(diffusion of innovation)’, ‘이용과 충족(use and gratification)’, ‘계획된 행동 이론(the theory of planned behavior)’의 4가지로 분류하여 주장하였다. 먼저 ‘사회 인지 이론(social cognitive theory)’은 사회 주도적 요인과 인간의 심리가 상호 영향을 끼쳐서 미디어 효과를 발생시킨다는 이론이다.

사회를 주도하는 어떤 요인과 자기 효능감과 같은 개인적인 요인이 서로 상호작용하여 미디어를 선택하는 행위에 변화를 주는 것이다.

‘계획된 행동 이론(the theory of planned behavior)’은 첫 번째로 설명했던 사회 인지 이론과 유사점을 찾을 수 있다. 사회 인지 이론처럼 계획된 행동 이론은 미디어의 가치에 대한 개인적인 생각과 객관적으로 입증된 사회적 통념에 대한 확신이 있어야 사용자가 미디어를 활용한다는 점에서 공통점을 찾을 수 있다. 이처럼 계획된 행동 이론은 특정한 미디어에 긍정적 태도와 생각을 가지고 있다는 점이 행동 이전의 기저에 바탕이 되어 있어야 한다. 미디어에 대한 개인적인 확신을 한 후에는 주변인들에게 해당 행동을 취하여도 괜찮은지에 대한 확신을 가지게 되면 특정한 행위를 할 수 있다. 이러한 경우에는 계획한 행동에 대한 확신이 높을수록 특정한 행위를 취할 의도가 높아진다.

이러한 뉴미디어 소비 선호 현상으로 인해 문화 분야에서도 역시 뉴미디어와의 융합 가능성에 대한 조망을 하기도 했다. 마노비치는 2013년도 논문에서 ‘미디어는 소프트웨어이다(media is the software)’라고 주장했다. 1964년 맥루한의 ‘미디어는 메시지이다(media is the message)’의 주장을 계승하여 현 시대의 관점에서 재조명한 것이다. 2000년대 후반 이후인 21세기부터는 새로운 소프트웨어, 플러그인, 프로그래밍과 기타 다른 프로그램들을 사용하여 컴퓨터 메타미디어(metamedium)를 확장하는 것은 문화 활동의 새로운 활력소가 된다고 주장했다. 컴퓨터의 등장으로 문화들이 소프트웨어화 되어 처리하는 메타미디어는 컴퓨터가 발달될수록 기존 문화들은 미디어 콘텐츠화 될 것이라는 것을 전망한다.

3. 뉴미디어 융합 전통문화콘텐츠 교육프로그램 설계 및 적용

3-1. 개발 프로그램의 내용

본 프로그램은 가장 큰 목표를 학습자의 우리나라 전통문화에 대한 인식, 흥미, 가치를 긍정적으로 변화시키는 것으로 삼았다. 세부 목표로는 전통문화를 새로운 재료와 기법으로 표현하는 활동을 통해 학습자들이 지니고 있는 전통문화의 다양한 변용에 대한 거부감을 줄인다. 그리고 뉴미디어로 제작된 예시작품을 감상하고 뉴미디어 영상으로 제작된 자신의 작품을 체험함으

로써 전통문화의 새로운 표현기법에 대한 학습자의 거부감을 줄이는 것을 목표로 한다. 이를 달성하기 위해 우리나라 전통문화 중 하나인 전통 민화를 스텐실 기법과 아크릴 재료로 에코백, 파우치, 배지와 같은 실용적인 결과물을 만들어내는 활동으로 구성하였다. 학습자들이 일상생활에서 전통문양이 그려진 생필품을 사용함으로써 친근감을 주기 위해서이다. 또한 수업 진행 시 유의점으로는 1차시에 뉴미디어로 표현된 민화 예시를 최대한 다양하게 보여주어야 하고, 7차시에 학습자들의 작품이 하나도 빠짐없이 영상에 들어갈 수 있도록 해야 한다. 이 때 뉴미디어는 시대마다 변화하는 기술에 따라 새롭게 생겨나므로 기재된 예시들 보다 더 발전된 기술이 등장한다면 가장 최신의 기술을 사용한 예시를 보여주어야 한다. [표 2]참조.

[표 2] 뉴미디어융합 전통문화콘텐츠 프로그램

제목	새로운 기법으로 표현하는 우리나라 전통민화	
목표	1. 우리나라 전통문화에 대한 인식, 흥미, 가치를 긍정적으로 변화시킨다. 2. 전통문화를 새로운 재료와 기법으로 표현함으로써 전통문화의 다양성에 대한 거부감을 줄인다. 3. 뉴미디어 영상으로 제작된 자신의 작품을 체험함으로써 전통문화의 새로운 표현기법에 대한 거부감을 줄인다.	
유형	차시	프로그램 내용
기초 활동	1	〈민화와 색에 담긴 의미 소개하기〉 -전통문화원형을 뉴미디어라는 새로운 매체로 표현했음을 강조 • 오리엔테이션 • 민화/색 의미 소개 • 뉴미디어로 표현한 민화 예시 소개 • 예)「Media Bowha」, 김혜경, 2015 「기부 건강계단」,한국아쿠르트, 2014
	2	〈민화를 표현하는 새로운 기법: 스텐실〉 -전통문화원형을 스텐실이라는 새로운 기법으로 표현할 수 있음을 알리기 • 스텐실 소개 / 민화 조합하는 방법 소개 • OHP필름에 도안 그리기, 도안 오리기
	3	〈민화를 표현하는 새로운 기법: 스텐실〉 • A3종이에 스텐실 작품 채색 연습하기 • 작품 채색하기/ 족자 만들기

심화 활동	4	 <민화를 활용한 문양 디자인하기> -현대적 색이나 모양으로 변형하여 디자인 • 다양한 현대적 민화도안 예시 소개 • 도안 디자인하기 
	5	<민화를 활용한 생활용품 디자인: 에코백> -전통문화가 실생활에 쓰일 수 있음을 강조 • 디자인한 도안 오리기 • 도안을 채색할 때 어떤 기법과 재료를 사용할지 구상하기 • 스텐실로 에코백 채색하기
	6	<민화를 활용한 생활용품 디자인: 파우치> -전통문화가 실생활에 쓰일 수 있음을 강조 • 도안 그리기 • 스텐실로 파우치 채색하기
마무리	7	<에코백 코디하기: 배지 제작하기> -작품이 뉴미디어영상과 융합되도록 구성 • 에코백 코디를 위한 배지 만들기 • 자기 작품으로 제작한 뉴미디어 영상 감상, 체험하고 사진 찍기 

3-2. 개발 프로그램의 적용 효과

뉴미디어융합 전통문화 콘텐츠를 경험하게 하고 그에 대한 전통문화 인식의 변화를 사전사후 측정하였다. 실험연구의 사전, 사후 설문조사에 참가한 25명의 실험 대상자는 30대 4%, 40대 28%, 50대 56%, 60대 12%이다. 성별은 모두 여성이다. 실험군의 모집은 프로그램 설계 후 서울시 S구 홈페이지를 통해 공개 모집하여 선정되었다. 실험의 기술통계 결과는 다음과

같다. [표 3, 4]참조.

[표 3] 전통문화에 대한 세부 요인 (인식, 흥미, 가치)

-사전·사후 측정 기술통계 결과

측정 영역	N	평균	표준 편차	평균의 표준오차
인식·사전	25	2.4480	.5205 1	.10410
인식·사후	25	2.0640	.4231 6	.08463
흥미·사전	25	2.9280	.5256 1	.10512
흥미·사후	25	3.0160	.4930 2	.09860
가치·사전	25	3.2560	.6069 6	.12139
가치·사후	25	3.3920	.4300 4	.08601

[표 4] 전통문화에 대한 세부 요인(인식, 흥미, 가치)

- 사전·사후 측정 기술통계 결과 종합

측정 영역	N	평균	표준 편차	평균의 표준오차
사전	25	2.8773	.35049	.07010
사후	25	2.8240	.29807	.05961

본 연구에서 설정한 가설의 효과성을 측정하기 위해 실험연구의 사전, 사후 검사를 실시하였고 이에 대한 효과성 측정은 t-검정 분석을 실시하여 이루어졌다. [표 5]에 기재되어 있듯이 우리나라 성인들의 우리 전통문화에 대한 3개의 하위요인에 대한 t-검정 결과 수치는 다음과 같다.

[표 5] 전통문화에 대한 세부 요인(인식, 흥미, 가치) t-검정 결과

영역	대응차		t	유의확률
	평균	표준 편차		
인식	.38400	.56839	3.378	.002
흥미	-.08800	.60022	-.733	.471
가치	-.13600	.70645	-.963	.345

실험연구 결과 중 유의미한 실험 효과를 보인 요인은 '인식' 영역이다. 인식영역부분의 상세 지시문 항목은 다음과 같다.[표 6]참조.

[표 6] 전통문화에 대한 인식 영역의 세부 문항 내용

'인식'요인의 지시문 항목
1.나는 우리나라 전통문화의 내용이 변화되지 않을수록 좋다고 생각한다.
2.나는 우리나라 전통문화의 표현기법이 변화되지 않을수록 좋다고 생각한다.
3.나는 우리나라 전통문화의 재료가 변화되지 않을수록 좋다고 생각한다.
4.나는 우리나라 전통문화는 조선시대 이전의 것이어야 가치 있다고 생각한다.
5.나는 우리나라 전통문화가 유행에 뒤떨어진다고 생각한다.

종합해보면, 실험연구 후 사전사후 조사를 통해 분석한 우리나라 전통문화에 대한 인식의 변화는 다음과 같다.

첫째, 뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와 융합은 우리나라 성인들의 전통문화에 대한 긍정적 인식 변화에 효과가 있었다($t=3.378, p<.002$). t-검정 분석 결과를 토대로 빈도분석과 인터뷰를 진행한 결과 개발된 뉴미디어융합 전통문화 프로그램은 피험자의 우리나라 전통문화를 새로운 재료, 기법으로 표현하는 것에 대한 인식을 긍정적으로 변화시켰음을 알 수 있었다.

둘째, 뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와 융합은 우리나라 성인들의 전통문화에 대한 높은 흥미도를 유지시켰다($t=-.733, p<.471$). t-검정 분석결과를 토대로 빈도분석을 진행한 결과 개발된 뉴미디어융합 전통문화 프로그램은 피험자의 우리나라 전통문화에의 친밀감, 활용성과 같은 흥미도를 높은 상태로 유지시켰음을 알 수 있었다.

셋째, 뉴미디어 매체와 우리 전통문화콘텐츠와 융합은 우리나라 성인들의 전통문화에 대한 긍정적 가치 인식 변화에 효과가 있었다($t=-.963, p<.345$). t-검정 분석결과를 토대로 빈도분석을 진행한 결과 개발된 뉴미디어융합 전통문화 프로그램은 피험자의 우리나라 전통문화 유지·계승·발전 중요성, 신기술과의 접목필요성 같은 가치도를 상승시켰음을 알 수 있었다.

결과적으로 본 연구에서 설계한 뉴미디어융합 전통문화 프로그램은 우리나라 성인들의 우리 전통문화에

대한 인식을 긍정적으로 변화시키는 데에 효과가 있다. 특히 전통문화를 새로운 기법과 재료로 표현하는 것에 대한 거부감이 줄어들어 피험자들이 전통문화의 발전을 위해 신기술의 접목이 필요하다고 생각하는 것을 구체화시킬 수 있는 아이디어로 활용할 수 있었다.

4. 결론

그동안 한국의 전통문화콘텐츠는 전통의 유행과 문양 등을 재인용하는 것에 그치고 있다는 비판이 있었다. 이러한 복고주의적인 태도는 우리의 전통문화콘텐츠가 현대인들의 취향에 호소되지 않는 상품으로 전락시키고 나아가, 젊은 세대들로부터 외면 받는 악순환이 계속되게 만들고 있다. 또한 글로벌 시장에서 별다른 개성을 돋보이지 못하여 국가 산업발전에도 크게 이바지할 수 없는 산업으로 인식되고 있다. 이러한 악순환의 고리를 끊기 위해서는 현대적으로 재해석된 전통문화콘텐츠의 보급을 통해 소비자층의 확대가 시급하다. 이를 위해 우선 전통문화와 현대적 디자인의 융합을 통해 전통문화콘텐츠의 다양성 확보가 필요하다.

따라서 본 연구에서 논의된 전통문화와 뉴미디어의 융합은 전통문화에 대한 국민적 관심을 유도하고, 나아가 국가적으로는 경제적 부가가치 창출을 도모할 수 있을 것이다. 나아가 질적으로 풍부한 문화를 누릴 수 있는 여건을 마련하여 진정한 문화강국으로서의 자질을 갖추는데 이바지 할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

1. 송원찬 외, [문화콘텐츠 그 경쾌한 상상력], 북코리아, 2010
2. 서동혁 외, [융합시대의 IT산업 발전비전과 전략], 산업연구원, 2007
3. 이윤선, [민속 문화 기반의 문화콘텐츠 기획론], 민속원, 2006
4. 이재현, [뉴미디어 이론], 커뮤니케이션북스, 2013
5. 문화체육관광부, [전통문화산업 육성진흥방안 연구-육성진흥전략], 문화체육관광부, 2011

6. 문화체육관광부, [전통문화의 창조적 발전 전략: 전통문화의 대중화, 현대화, 세계화], 문화체육관광부, 2012
7. 김경훈, 디지털 문화원형콘텐츠디자인의 활성화방안 연구, 한국디자인포럼, 15, 2007
8. 권세은, 러시아 지방연구 방법론 모색을 위한 시론, 슬라브연구, 21(2), 2005
9. 심종민 외, 전통문화자원을 활용한 가상현실 콘텐츠 제작 연구-하회마을 옥연정사 VR 콘텐츠 사례를 중심으로- 글로벌문화콘텐츠 춘계학술대회 논문집, 6, 2015
10. 이근용, 지역방송 전통문화 콘텐츠의 지역성, 한국방송학보, 26 (2), 2012
11. 임곤택, '전통' 개념어의 기원과 전통 인식, 비평문학, 39, 2011
12. 임재해, 무형문화유산의 보존과 전승 방향의 재인식, 비교민속학, 39, 2009
13. 유영옥, 대한민국을 대표하는 상징성에 대한 고찰, 한국보훈논총, 11(4), 2012
14. Shils, E., [Tradition. Midway Plaisance], University of Chicago Press, 1992
15. Manovich, L., [뉴미디어의 언어(서정신 역)], 생각의 나무, 2004