ISSN 2509-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 통권 31호, 2024. Vol.9 No.2

도시문화를 기반으로 한 상하이 부산 관광상품 비교 연구

A comparative study on Shanghai-Busan tourist souvenirs and urban cultural communication

주 저 자 : 저복봉 (Chu, FuFeng) 동명대학교 일반대학원 디자인학과 박사과정

교 신 저 자 : 정원준 (Chung, Wonjun) 동명대학교 시각디자인학과 교수
wjchung@tu.ac.kr

https://doi.org/10.46248/kidrs.2024.2.243

접수일 2024. 05. 21. / 심사완료일 2024. 06. 03. / 게재확정일 2024. 06. 14. / 게재일 2024. 06. 30.

Abstract

Tourist souvenirs carry rich regional history, culture and cultural heritage, and play an important role in shaping regional cultural brands, inheriting urban culture, and promoting urban innovation and consumption vitality. Shanghai and Busan, as international cities, take tourist souvenirs as an important way to spread urban culture. The purpose of this study is to explore the development path and characteristics of tourist souvenirs under different urban cultural backgrounds, learn from each other to jointly promote the spread of urban culture, and adopt the methods of literature collection and comparative analysis. This paper first investigated the basic cultural characteristics of the two cities, carefully compared the historical integration and modern innovation, through research perfume, straw, folk dance, film festival cases, comparison analyzes the commercialization of Shanghai tourism souvenir, marketization characteristics, busan Marine culture, multicultural characteristics, respect different souvenir design and cultural communication strategy differences, both successfully shaped their city image, improve the city cultural soft power. In the future, the two places can learn from each other to further enrich the cultural connotation of souvenirs and promote the international dissemination of urban culture.

Keyword

Shanghai-Busan(상하이 부산), Tourist souvenirs(관광기념품), Urban culture(도시문화)

요약

관광기념품은 풍부한 지역적 역사 문화와 문화유산을 담고 있으며, 지역문화 브랜드를 형성하고 도시문화를 계승하며 도시의 혁신과 소비 활력을 촉진하는 데에 중요한 역할을 한다. 상하이와 부산은 국제도시로서 관광기념품을 도시문화 전파의 중요한 경로로 하고 있다. 본 연구의 목적은 관광 기념품이 서로 다른 도시 문화 배경에서의 발전 경로와 특색을 탐색하고, 서로 참고하여 도시 문화의 전파를 공동으로 추진하며, 문헌 수집과 비교 분석 방법을 채택하는 것이다. 이 글은 우선 두 도시의 기본 문화 특징을 조사하고, 양자 사이의 역사적 융합성과 현대적 혁신성을 자세히 비교하고, 향수, 초편, 민족무용, 영화제 등 사례를 조사하여 상하이 관광기념품의 상업화, 시장화의 특징, 부산 해양문화, 다문화의 특징, 서로 다른 기념품 디자인과 문화전파전략의 차이를 존중하여 양자는 성공적으로 각자의 도시 이미지를 형성하고 도시의 문화 소프트 파워를 향상시켰다. 앞으로 두 지역은 서로 참고하여 기념품의 문화적 내포를 한층 더 풍부하게 하고 도시 문화의 국제화 전파를 추진할 수 있다.

목차

1. 관광기념품 및 도시문화 전파 개요

1-1. 도시문화의 개념

1-2. 상하이와 부산의 도시 문화적 특성

2. 상하이 관광기념품 디자인과 도시문화

2-1. 상하이 관광기념품 디자인이 발전에 구현된 지역문화 특성

2-2. 근대 정책 지원으로 이루어진 관광기념품 및 도시문화 전파

3. 부산 관광기념품과 도시문화

3-1. 부산 관광기념품의 발전과정 및 도시문화 전파

3-2. 근대 디자인 트렌드에 따른 관광기념품과

도시문화

4. 도시문화를 상하이 부산 관광상품 비교

4.1. 상하이 도시문화와 부산 도시문화 분석

4.2. 상하이 도시문화와 부산 도시문화의 비교

5. 결론

참고문헌

1. 관광기념품 및 도시문화 전파 개요

1-1. 도시문화의 개념

2024년 4월 8일, 중공망(中工网)에 따르면, 시진핑 국가주석이 지역 시에 방문하여 강가 거리를 시찰하면서 "앞으로 우리는 반드시 도시문화의 저력을 깊이 파고들어 역사 문화를 현대생활에 통합해야 하고, 도시화 과정을 지속적으로 추진하는 과정에서 좋은 도시문화를 계승하여 도시의 역사적 맥락을 이어가야 하며, 문화로 도시발전에 힘을 실어 앞 사람들이 이룬 사업을 이어받아 발전시킴으로써 도시번영의 화려한 장을 써나가야 한다."라고 지적했다. 도시를 한 사람으로 볼 때, 문화는 그 속에서 흐르는 피와 같아 한 도시의 특성을 가장 잘 드러낼 수 있는 중요한 상징이 된다.[1)]

그렇다면 도시문화는 어떻게 정의되는 것일까? '도시'라는 용어는 고대와 현대에서 다른 의미로 사용된다. 원시사회 말기에서 '성'은 방어벽이 있는 곳을 의미한다. 전쟁으로 생긴 '성'과 달리 '시'는 상업으로 인해 생겨나 사용됐다. "맹자·공손축(孟子·公孙丑)"에 따르면, "옛날에 시장에서 행상하는 자가 개인이 가지고 있는 물건으로 없는 물건을 바꾸고, 관리자가 이를 다스린다." 여기서 '시'는 '사람들이 물건을 집중적으로 거래하고 교환하는 장소'를 일컫는다. 인문주의 거장인 루이스 멈퍼드는 도시의 기능이 인류의 문명을 저장하는 데 있으며, 그것이 보존하고 물려주는 문화의 수는 개인이 머리로 기억하고 입으로 전하는 것보다도 훨씬 더 많다고 보았다. 이 밖에 백과사전에도 도시에 관한 현대적 정의가 제시되어 있다. 도시는 일정한 지역 범위 내의 정치, 경제, 문화의 중심이다[.[2)] 따라서 도시와 문화는 예로부터 불가분의 관계를 이루어왔다.

미국의 도시학자 엘리엘 사리넨은 인문환경의 중요성을 강조하며 도시가 가지는 문화적 기질과 정신적 함축성에 관심을 가졌다. 그는 "당신의 도시를 보여주면 나는 이 도시의 주민들이 문화적으로 추구하는 바가 무엇인지 말할 수 있다."라고 말한 바 있다. 이에 따르면, 도시문화는 도시의 가치관, 역사, 라이프스타일을 반영하는 도시의 전형적인 특징을 가진 정치, 경제, 문화의 복합체로 정의될 수 있다.[3)] 도시문화를 통해 우리는 이 도시의 역사적으로 축적된 사람들의 사상과 예법을 읽을 수 있다. 따라서 도시와 문화의 특성이 뚜렷한지, 도시문화의 전파 매개가 풍부한지는 도시문화 전파의 영향력에 영향을 미치게 된다.

1-2. 상하이와 부산의 도시 문화적 특성

(1) 상하이의 문화적 특성

상하이의 도시문화 브랜드는 국내외에서 유명하며 다양한 문화적 특성을 가진다. 첫째, 역사적 융합이다. 상하이 문화는 중국과 서양 문화가 융합된 전형적인 대표이다. 19세기 말에 시작된 중국 사회의 도시화, 산업화, 현대화의 전환 과정에서 중국과 서양 문화가 통합되어 상하이 근대문화가 형성되었다. 이 독특한 문화는 건축, 예술, 패션 등 다양한 측면에서 반영되었다. 그중에서도 페어몬트 피스 호텔(화평반점), 상하이 자수, 상하이 치파오 등이 대표적이다. 둘째, 예술적 선도이다. 동방의 파리로 불리는 상하이는 패션의 도시로서 국제적인 심미 수준을 가지고 있으며, 상하이 패션 위크, 국제 영화제 등 대규모 문화 행사가 매년 정기적으로 개최된다. 또한 이 도시에는 풍부한 무형문화재와 다양한 관광자원이 있다. 상하이박물관에는 고대 최고의 기술 수준을 보여주는 도자기, 서화, 청동기 등 예술품이 소장되어 있으며, 티엔즈팡(田子坊) 문화예술구에는 상하이 등롱, 옥 조각, 목판 연화 등 무형문화재 문화 상품이 집중적으로 전시되어 있다. 셋째, 문학과

1) 장신린, 문화를 활용하여 도시 발전 능력 제고, 길림일보, 2024.04.08.

2) 장주웬, 도시문화의 자본에 대한 사회적 정체성과 시각적 구성-상하이 도시 공간에 관한 연구를 중심으로, 예술 관찰, 2015, p.114.

3) 유진아, 부산의 장소성과 향토음식에 대한 인문학적 고찰, 지역과문화, 2019, p.21.

예술의 통합이다. 상하이는 중국 현대 문학과 예술사에서 중요한 위치에 놓여있는, 문학과 예술의 통합을 이룬 지역이다. 일찍이 20세기 초반에 상하이는 신문화 운동의 중심지 중 하나로, 루쉰, 쉬즈모, 장아이링 등 많은 유명한 문학가와 예술가들이 상하이에서 창작 활동을 펼쳐 풍부한 문학과 예술 유산을 남겼다. 또한 상하이는 중국 영화산업의 발원지 중 하나로, 영화 문화의 깊은 저력을 가지고 있다.

(2) 부산의 문화적 특성

첫째, 개방성이다. 부산은 바다와 접해 있어 예로부터 바다를 이용한 교역의 중심지였다. 이뿐만 아니라 부산 내륙은 경남 진해, 마산, 양산 등과 연결되어 바다와 육지가 공존하는 공간을 형성하여 해양 문화와 내륙문화 양립의 발전 구도를 구축했다. 바로 이러한 특수한 지리적 특징으로 인해 이 도시는 복잡한 역사 발전의 과정을 겪어왔다. 먼저 일본에 의해 개항된 후 한국전쟁 동안 피난민이 많이 유입되었고, 군사정권의 산업육성정책과 더불어 이주노동자까지 부산으로 유입되면서 다양성과 복합성을 갖춘 도시로 발전하게 되었다. 그리하여 부산 사람들은 다른 문화에 대해 개방적인 태도와 높은 수용도를 가지게 되었는데, 이는 관광산업 발전의 기반으로 이어졌다. 둘째, 음식문화가 풍부하다. 부산의 대표 음식은 부산의 지리적 특성을 반영하고 있을 뿐만 아니라 부산의 역사와 문화를 담고 있어 이 도시의 상징적인 역할을 한다. 부산의 대표 음식인 동래파전을 예로 들 수 있다. 동래파전은 바다의 해산물, 육지의 쌀과 고기, 산의 맑은 물로 만들어진 음식으로, 세 가지 식재료의 근원은 부산의 바다와 육지, 산과 들의 지역적 속성에 상응한다. 또한 동래파전의 5가지 색은 동-서-남-북-중앙의 다섯 방향을 나타낼 뿐만 아니라 한국의 전통 오방색인 황, 청, 백, 적, 흑을 나타낸다. 오방색은 “음양의 기운이 일어나 천지가 되고, 다시 음양의 두 기운으로 목, 화, 토, 금, 수의 오행을 생성한다.”라는 문화적 배경에서 비롯된 것이다)[그림 1]. 이렇듯 지역적 특성이 풍부한 전통 음식은 흔히 현대 디자인을 통해 해당 도시의 도시문화를 대표하는 기념품으로 포장되어 세계인들에게 소개된다.

[그림 1] 동래파전

이 밖에 상하이와 부산 두 도시는 문화적 특성에 여러 유사성과 관련성이 있다. 양자를 비교 분석하여 다음[표 1]과 같이 요약하였다. 상하이는 국제 금융과 문화 중심지로서의 지위를 반영하는 현대 도시의 광채와 다문화의 통합을 보여주었다. 부산은 지역의 자연풍광과 풍부한 역사적 전통을 통합하여 조화로운 자연과 문화의 공생을 보여주었다.

[표 1] 상하이와 부산의 도시 문화적 특성 비교

특징	상하이	부산
지리적 위치	중국 동부, 장강 하구에 위치하여 동해를 인접함	한국 동남부에 위치하여 일본해를 마주하고 있으며 해변과 산맥이 많음
역사적 배경	상업 무역 역사가 깊고, 19세기 말에 개항하여 현대 국제 대도시로 전환	오래된 어촌에서 현대 국제 항구와 관광도시로 발전
관광 명소	와이탄, 예원, 동방명주 탑, 상하이 디즈니랜드 등	해운대 해변, 감천문화마을, 용두산공원, 부산타워 등
음식 문화	샤오룽바오, 상하이 군만두, 상하이요리, 국제음식 등	싱싱한 해산물, 주먹밥, 부산냉면, 한국 불고기 등
문화행사와 축제	상하이국제영화제, 상하이 패션 위크, 보름 연등회	부산국제영화제, 부산 바다축제, 부산 연등회
예술과 건축	동서양의 요소를 융합한 현대 건축물과 역사 건축물	현대화 해안 도시 경관과 전통 사찰
경제적 특성	중국 경제금융 중심지로 동방명주로 불림	중요한 해운 중심지로 한국 경제의 원동력 중 하나

2. 상하이 관광기념품 디자인과 도시문화

2-1. 상하이 관광기념품 디자인이 발전에 구현된 지역문화 특성

1843년에 개항한 후 상하이는 중국 최초의 대외 개방 도시 중 하나가 되었다. 비단부채, 명주, 옥기 등 전통 수공예품이 외국인 관광객들의 큰 관심을 받아 해외 관광기념품으로 발전되었다. 중화민국 시대에 다문화가 융합된 상하이를 동방의 파리라고 불렀으며, 이 시기의 관광기념품은 동서양의 문화 요소를 융합한 예술미를 보였다. 대표적으로 상하이 치파오, 상하이미술영화제작소에서 제작한 영화 포스터 등이 있다. 개혁개방 이후 상하이의 관광업은 경제의 급속한 성장에 따라 빠르게 발전했다. 관광기념품은 문화적 함축성의 다원화 추세를 보이기 시작했다.[4] 이 시기 대표적인 관광기념품으로 전통공예품뿐만 아니라 서양건물 모형, 와이탄 건축군의 기념품 등 상하이의 현대적 이미지를 대표하는 기념품들이 있었다. 2010년 하이바오(海宝) 등 상하이 엑스포를 상징하는 마스코트가 기념품으로서 국내외에서 크게 사랑받고 있다.

최근 몇 년 동안 '궈차오'(國潮風, 애국 소비) 열풍의 거세게 일어나면서 전통 국산품의 품질이 크게 향상되었고, 국제화 발전과정에서 관광기념품 디자인은 상업 실용 가치, 개념, 디자인, 공예 기술 등의 측면에서 큰 혁신을 이루었다. 오늘날의 상하이 관광기념품은 지역 특색의 음식, 건축, 나아가 영화와 드라마의 고전적인 요소를 폭넓게 적용하여 더욱 혁신적인 모습으로 소비자에게 다가가고 있으며 상하이 IP 식별력이 뚜렷한 문화관광 상품으로 디자인되고 있다. 이는 디자인 혁신의 최신 성과를 어느 정도 반영하며 상하이의 도시문화 요소와 예술 가치, 실용 기능, 창의적 디자인과 시장 수요를 더욱 긴밀하게 연결시켜 주었다.

이어서 2023년 '상하이 선물' 디자인 공모전 (상하이 관광기념품 디자인 공모전)에서 선정한 두 브랜드를 사례로 하여 상하이 관광기념품의 외형 패키지와 공예 기술의 혁신을 살펴보고자 한다.

(1) 외형 혁신

외형 혁신은 기념품 재료 혁신, 현대 예술 통합 혁신, 디지털 기술 혁신과 패키지 혁신 등 그 방법이 점점 더 다양하게 구현되고 있으며, 고급 관광기념품은 개인 맞춤 제작도 가능하게 되었다. '와이탄 풍화(外滩風华)' 향수는 상하이 현지 문화전파기업에서 출시한 제품으로, 와이탄의 이미지 요소를 모티브로 디자인했다. 뚜껑은 와이탄 역사 건물의 바위 질감과 색상을 모방하고 병은 사각 수정처럼 투명하다. 그 안에 무색 향수를 담아 와이탄의 순수한 바닷물을 상징했고[그림 2], 우디향 베이스로 향수를 만들어 도심 속에서도 애초의 순박함과 순수함으로 돌아갈 수 있다는 의 미를 강조했다.

[그림 2] 와이탄 풍화(外滩風华) 향수

또한 외부 패키지에도 독특하고 기발한 구상이 나타나 있다. 패키지 내부에 여러 개의 선이 인쇄되어 있는데, 이는 실제로 상하이 중산동일로 1호, 와이탄 18호와 27호 등 건축물의 축소판이다. 외형 혁신은 도시문화와 전통을 현대적인 디자인 방법으로 재해석하고, 지역의 지리적 우세를 확대하여 도시의 문화적 양상을 풍부하게 하는 것을 공통적 논리로 했다.

(2) 공예 혁신

관광기념품의 본질은 상품이며, 수공예 상품이 대부분이다. 수공예의 공예 혁신은 기본적으로 3가지 형식을 따른다. 즉, 기존 공예에 기반한 혁신과 재창작, 다양한 공예의 결합을 통한 혁신, 공예와 현대 과학 기술의 통합 혁신이다[그림 3].

[그림 3] 르카쩌 티베트 전통 향

상하이박물관과 상하이 티베트 지원 간부 연락팀에서 공동 출품한 문화 콘텐츠 상품 향훈은 두 가지 전통공예의 결합을 통한 혁신을 실현한 제품이다. 창작자

4) 2015년 문화유산 단위 발전 촉진 방안. (2024.04.26). URL: https://www.gov.cn/zhengce/content.htm.

들은 상하이박물관의 소장유물에서 디자인 영감을 얻어 전통 도자기 공법으로 행로, 투각 도자기와 도자기 받침을 만들었고, 상하이에서 지원하는 티베트 르카쩌 싸자현의 티베트 전통 향 제조공법과 결합하여 3가지 향의 향훈 기념품을 출시했다. 두 가지 공법의 협업은 상하이 전통공예품의 수준을 승화시켜준 동시에 다른 공예품 생산자들에게 제품 디자인에서의 더 많은 가능성을 열어주었고 상하이 전통공예를 널리 알려 도시 브랜드를 전파하는 데 도움이 되었다.

상하이 관광기념품의 발전은 정치, 경제, 문화 발전의 공동 작용 하에 이루어진 것이다. 관광기념품 그 자체는 외부인이 한 도시의 고유문화를 이해하고 체험할 수 있도록 하여 도시 브랜드 이미지와 매력을 향상시키는 중요한 경로가 된다. 그것은 하나의 특별한 선물이자 도시 문화가 각인된 대표적인 상징이기도 하다.

2-2. 근대 정책 지원으로 이루어진 관광기념품 및 도시문화 전파

관광기념품의 개발과 홍보 과정에서 국가 정책의 지원은 상하이의 문화 전파에 중요한 역할을 했다. 생산 측면에서 중국은 2021년에 "문화와 문화재 기관의 문화 콘텐츠 상품 개발을 촉진하기 위한 여러 조치"를 발표하여 첨단기술기업의 문화 콘텐츠와 디자인 서비스기업의 법인 소득세 15%를 감면하고 체제 전환 기업이 전환일부터 5년 이내 법인 소득세를 면제하도록 조치했다. 기념품의 생산과 개발을 위한 재정 지원은 상하이의 문화관광기업을 단기간에 급격히 증가시켰다. 기념품의 혁신적인 디자인과 문화 창의성의 보호 측면에서 중국은 "특허법"과 "중화인민공화국 저작권법"을 수정하여 창의적인 디자인에 대한 법적 보호를 제공했다. 이로써 공정하고 투명한 시장 환경을 조성함과 동시에 상하이 문화콘텐츠기업과 디자이너의 창의적인 활력을 자극했다. 기념품 판매경로에 관해서는 "외국 문화 무역의 질적 발전 추진에 관한 상무부 등 27개 부서의 의견"을 발표하여 문화재 기관의 자원 우세를 충분히 발휘하고 문화콘텐츠 제품 개발 역량을 강화하며 문화콘텐츠 제품의 수출을 확장함으로써 문화창의력과 디자인 서비스의 수출을 촉진해야 한다고 제시했다.

근대 정책의 지원으로 관광기념품의 창의적인 활동이 활발히 전개되었고 계승과 혁신이 관광산업의 새로운 활력이 되었다. 관광기념품은 도시문화의 상징으로서 주로 지역문화를 전파하는 기능으로 예술인이 타인에게 도시에 대한 감정을 표현하는 매개로 사용되고 있다. 이뿐만 아니라 미학과 수공예 기술을 동시에 갖춘 기념품의 디자인은 풍부한 지역적 정보와 전통공예, 예술적 특징을 가지고 있다. 기념품은 관광 명소의 우세를 통해 지역 경제 성장을 가져올 뿐만 아니라 여행에서 상하이의 역사적, 문화적 이미지에 대한 관광객의 인식을 높여줄 수 있다.

상하이 "서항초편(徐行草編)" 관광기념품을 예로 들어 보겠다 [그림 4-6].

[그림 4] 상하이 서항초편 문화창작관 일각

[그림 5] 상하이 서항초편(徐行草編) 기능보유자 왕친(王勤)

[그림 6] 서항초편(徐行草編) 작품

서항초편(徐行草編)은 상하이 자딩구의 전통 미술이자 국가 무형문화재이다. 상하이 자딩구에는 상하이 서항초편 전문 문화창작관이 설치되어 있다[5]. 서항초편

5) 2022년 Xu Xing의 짚 짜기, 그의 힘으로 팬을 만든다. (2024.05.02). URL: https://baijiahao.com.

이 상하이 관광기념품으로 선정된 데에는 몇 가지 이유가 있다. 첫째, 오래된 선물 예법에서 비롯되었다. 일찍이 당나라 때에 지역의 농부들은 야생 황초로 신발과 기타 편직물을 짜기 시작했고 나중에 지인들에게 선물하거나 시장에서 판매하는 것으로 발전되었다. 이뿐만 아니라 강남 관청에서 상경할 때 대부분 정교한 서항초편을 진상품으로 바치곤 하였다. 청나라에 이르러 서항초편이 진상품으로 공식적으로 등재되면서 지금까지 천 년이 넘는 유구한 역사를 가지게 되었다. 그 예술적 가치는 중국 왕실에 인정받았을 뿐만 아니라 청나라 때에 서항에서 만들어진 자딩 황초 신발이 유럽과 아시아 각국에 수출되었고 20세기 초에 서항초편 제품은 미국, 유럽과 동남아 각국에서 널리 판매되었다. 둘째, 다양한 형태와 정교한 기술 특징 때문이다. 서항초편 제품은 무늬가 다양하고 공예가 매우 정교하고 복잡하기 때문에 선물용이나 개인 소장용으로 매우 적합하다. 가방의 형태로만 사각형, 직사각형, 육각형, 원형, 타원형, 조개형 등 다양한 모양이 있고, 장식 무늬로 용, 봉황, 모란, 쌍희 무늬 등 상서로운 의미를 지닌 강한 민족성을 나타내는 무늬들을 폭넓게 사용했다. 그중 쌍희 무늬는 겹경사를 의미하는 길한 의미가 있다. 서항초편은 짙은 향토적 정서, 삶의 정취와 부드러운 시적 의미를 함축한 독보적인 예술 스타일을 가지며 순박하면서도 트렌디한 분위기를 갖고 있다. 셋째, 일상적인 친근감 때문이다. 서항초편은 주로 생활용품으로 만들어진다. 구체적으로 핸드백, 슬리퍼, 과일접시, 화분 받침, 컵홀더, 차판, 책가방, 밀짚모자, 장난감 등 최소 20가지 범주의 수천 가지 상품이 있다. 서항초편은 수공예품의 자연미, 예술미와 실용 가치가 있으며 가격이 비교적 저렴한 자연 친화적인 제품이다[6].

2010년에 왕친이 디자인한 서항초편 핸드백이 상하이 특산품으로 엑스포에서 전시되었고, 2013년에 왕친이 직접 디자인한 서항초편 등롱은 관광기념품으로 "봄날의 서항" 민속 문화 전시회에서 전시되었다. 올해 3월에 서항초편이 상하이 여행박람회에서 3회째 전시되었고, 서항초편과 관광산업의 긴밀한 협업으로 지역 전통이 관광 시스템을 통해 더 많은 전시되고 매력을 널리 알릴 수 있게 되었다.

6) 구귀경(谷桂琼) , 의류의 짚직기 기술 혁신 디자인, 요녕성 실크, 2019, pp.39-43.

3. 부산 관광기념품과 도시문화

3-1.부산 관광기념품의 발전과정 및 도시문화 전파

(1) 다문화 배경과 문화 전환

국내외로 높은 명성을 자랑하는 부산의 도시문화는 '다원화 통합'의 역사적 배경과 '문화 전환'의 발전전략과 밀접한 관련이 있다. 한국은 세계 3대 문화산업 수출국이다. 부산은 한국 제2의 도시로서 일정한 정도에서 부산의 도시문화를 한국 문화의 해석과 축소판이라고 볼 수 있다. 관광기념품은 한국 민족 발전의 역사적 기억과 문화적 의미를 담고 있는 중요한 문화자원이며, 도시문화의 중요한 유기적 구성 부분이다.

유교문화가 예로부터 도시문화에 깊이 뿌리 내려 사회와 가족구성에 반영되어왔다. 현지인들은 윤리강령을 중시하고 예절을 존중한다. 제2차 세계대전이 후, 한국은 미국과 오랜 협력 동맹을 맺었고 그 이후로 부산 문화에서 서구 사회의 집단적 특성이 점차 두드러졌다. 국민은 강한 시민 의식을 가지고 진리와 교리를 추구하며 헌법을 존중한다. 오늘날 한국 도시는 다문화 배경을 가지고 있다고 할 수 있다. 1988년 서울 올림픽 개최는 한국의 국제 이미지와 관광산업에 큰 영향을 미쳤다. 이 시기를 한국의 문화적 매력과 관광 잠재력이 세계적으로 알려지기 시작한 시점으로 볼 수 있으며, 마스코트 인형, 우표, 기념주화 등 올림픽을 주제로 한 각종 기념품이 한국 문화를 널리 알리는 중요한 도구가 되었다. 이 시기에 전통 중공업의 비중이 현저히 감소했다.

1990년대 말부터 2000년대 초까지 한국 정부는 산업 구조를 최적화했고 문화산업의 발전을 지원하기 위한 일련의 정책을 시행했다. 이에 따라 일어난 한류 열풍은 한국 문화산업의 성공적인 전환을 나타낼 뿐만 아니라 관광기념품 발전의 전환점이 되었고, 문화 특성이 점차 부산의 특성을 상징하게 되었다. K-drama, K-pop 관련 문화 상품과 기념품들이 국제 시장에서 많은 인기를 얻고 있다. 이러한 추세는 문화 콘텐츠의 다양화뿐만 아니라 한국 문화의 국제적 전파를 촉진했다. 2010년대부터 지금까지 이루어진 문화 체험과 지속가능한 관광의 발전, 체험관광의 성장은 관광기념품의 생산과 판매를 촉진했다. 자신의 참여도를 중요하게 여기는 관광객들은 전통공예품 만들기, 한식 배우기 등의 활동을 통해 독특한 문화 체험을 얻는다. 이는 한국 정부의 관광산업에 대한 중점적인 지원, 그리고 엔터테인먼트 산업의 다양한 축제 행사와 밀접한 관련이 있다.

(2) 관광산업과 축제 행사의 추진

부산은 동아시아 대륙과 해양 문화의 교류를 이루는 연결 고리이자 교량으로서 해양과 대륙의 '충돌과 융합'이라는 지리적 우세를 통해 지속가능한 관광업을 발전시켜 도시문화의 전파를 촉진하는 경향을 보였다. 부산 정부는 막대한 자금을 들여 부산박물관, 부산시립미술관, BEXCO 컨벤션센터 등을 포함한 첨단기술 문화공간을 구축했다. 공간 구도에서 관광중심지를 중심으로 지역문화 집적효과를 형성함으로써 관광객들에게 편의를 제공함과 동시에 다양한 축제 행사에 필요한 환경 요소를 제공했다. 부산은 내셔널 지오그래픽 트래블러(National Geographic Traveler)가 발표한 세계 25개 최고의 여행지로 선정된 이후, 2022년에 아르떼 뮤지엄, 미디어아트 뮤지엄, 아기상어 부산 페스티벌, 카카오프렌즈 부산 플래그십 스토어 라이언 홀리데이 인 부산, 레이싱 테마파크 9.81 파크 부산 프로젝트를 잇달아 유치했다. 이에 기반하여 부산광역시는 "글로벌 관광도시 브랜드 경영 대상"을 수상했다. 관광산업의 경제 성장은 도시문화의 변화를 진일보 촉진했으며 양자의 공생 발전으로 긍정적인 피드백 효과를 이루었다.

부산은 '축제의 도시'로 유명하다. 다양한 축제를 통해 관광객들에게 부산의 문화를 체험할 수 있도록 하는 데 특화되어 있다. 예를 들어 부산 영화제의 기획은 도시문화 건설의 전략적 초점으로서 철학과 문예의 관점에서 도시의 문화적 의미를 해석했다. "영화도시"라는 명성은 도시문화 이미지 구축과 국제적 인지도 향상에 긍정적인 영향을 미쳤다. 영화산업의 관광기념품은 그것의 함축한 부산의 대표적인 특성을 해외로 널리 전하고 있다. 부산 정부는 영화산업뿐만 아니라 대중산업에도 지원을 아끼지 않았다. 예술창작자의 작품 판매, 시민과 관광객 간의 문화예술 교류에 편리를 제공하기 위해 부산은 문화예술 플리마켓 (부기상회)을 개최하고 있다. 매년 4월부터 10월까지 열리는 이 행사에서 관광객들은 현지 예술인들의 작품을 관람할 수 있을 뿐만 아니라 부산 도시문화의 특색을 잘 보여줄 수 있는 부기 인형 만들기 체험, 스테인드글라스 공예 체험, 레진 아트 체험, 진주조개 잡기와 장식품 만들기 체험 등 행사에 직접 참여할 수 있다. 이러한 추세는 체험 기념품의 발전을 촉진했다. 이뿐만 아니라 도자기 공예품 만들기 체험, 한식 양념 만들기 체험 등의 체험형 기념품의 증가로 이어져 한국 전통문화를 전파하는 중요한 경로가 되었다. 상하이와 부산의 관광 기념품은 다른 기능과 예술적 특색을 나타내어 도시의 문화 전파를 촉진시켰다 [표 2].

[표 2] 상하이 부산 관광기념품 비교 분석

도시	상하이	부산
제품		
이름	《상하이 향수》	《부산 냉장고 스티커》
특성	비즈니스 요소, 시장 요소, 다문화 융합	해양 문화, 패션 요소, 민족 다리 요소, 청춘 활력
색상	녹색, 투명	흰색, 파란색
용도	상업성, 실용성	장식성, 미관성

3-2. 근대 디자인 트렌드에 따른 관광기념품과과 도시문화

(1) 지속가능성 디자인

거시적 차원에서 부산은 에너지 자립 도시 건설을 준비하고 있다. SK에코플랜트 뉴스룸에서 발표한 2023년 보고서에 따르면, 주요 목표 지역인 대형 스마트시티 '에코델타시티'는 360만 평 부지에 3,380가구를 수용할 수 있다. 해당 조치는 도시 곳곳에 설치된 사물인터넷(IoT)과 도시 내 각종 정보를 분석하여 도시 문제를 해결함으로써 재생에너지를 활용하여 에너지 자급률을 100%까지 끌어올린 국내 최초의 도시로 거듭나는 것에 목적을 두었다. 이 프로젝트는 부산의 도시문화에 대한 지속 가능한 중요성을 강조하기 때문에, 필연적으로 부산의 관광산업과 연계되어 관광기념품의 지속가능성에 대한 사고를 불러일으켰다. 미시적 차원에서 지속가능성 요소, 친환경 섬유 소재로 만든 기념품은 시대의 요구에 따라 한국 여러 도시에서 나타나고 있다. 기업들은 실제로 대두섬유, 대나무섬유, 사포초 등의 친환경 섬유를 의류나 장식용 원단으로 한 관광기념품을 출시하고 있다. 이러한 섬유제품은 기능성이 강하며, 순하고 피부에 친화적이다.

2021년에 아웃도어 브랜드 노스페이스는 제주특별자치도, 제주특별자치도개발공사, 효성티앤씨와 함께 친환경 프로젝트에 참여해 제주도에서 수거한 페트병으로 재킷, 티셔츠 등 다양한 제품을 만들어 자연의 선순환 시스템을 구축했다. 제주특별자치도는 수거한 투명

페트병 100톤을 리젠사 섬유로 만든 후 다시 패션 아이템으로 만들어 관광기념품으로 판매했다. 이뿐만 아니라 이 프로젝트는 천연 마리노일 재료(생분해성)를 지속적으로 개발 응용하여 혁신적인 기술과 디자인을 결합한 일련의 제품을 선보였다. 혁신적인 기술과 기념품의 지속가능성 디자인의 통합은 도시의 문화적 의미를 풍부함과 동시에 기념품에 일정한 교육적 의미를 부여했다. 관광기념품의 지속적인 혁신과 발전은 기술, 시장, 인재, 정책 등 여러 측면을 포괄하는 포용적인 과정이며, 이러한 협업은 도시문화 홍보의 고유한 경쟁력을 보장해주었다.

(2) 지역화 개성 개발

기념품은 한 도시문화의 활력을 함축적으로 표현하고 도시 고유의 지역성과 정체성을 활용하여 그 지역의 국제경쟁력을 높일 수 있다. 2019 부산 대표 관광기념품 10선 공모전에서 선정된 '꼬마 갈매 런즈'는 부산 갈매기를 모티브로 제작된 캐릭터로, 애니메이션과 관광기념품으로 출시되어 저연령층 소비자들에게 특히 큰 관심을 받았다. 2021년에 부산광역시는 '갈매기'를 모티브로 한 캐릭터 '부기'를 출시했고, 이 캐릭터로 애니메이션을 제작해 부산의 명소와 풍토를 세계인들에게 소개하며 부산의 매력을 승화했다. 2022 제2회 수공예 관광기념품 공모전에서 선정된 작품은 부산의 대표 음식 중 하나인 어묵을 캐릭터화한 것으로, 부드러운 곡선으로 어묵 특유의 울퉁불퉁한 질감을 표현하여 부산 음식문화의 특색을 잘 보여주었다. 해당 캐릭터는 인형, 동전 지갑, 샤워 스펀지, 열쇠고리 등 다양한 굿즈로도 제작되었다.

부산의 상징성과 상품성을 결합하여 경쟁력 있는 기념품과 브랜드를 발전시킴으로써 부산의 브랜드를 승화하고 지역의 관광과 문화자원을 홍보할 수 있는 시스템을 구축했다. 선정된 브랜드의 캐릭터나 상품은 부산의 이미지를 재해석하여 부산 기념품의 브랜드 가치를 높여주었고 지역의 관광, 문화자원을 홍보하는 역할을 했다.

4. 도시문화를 상하이 부산 관광상품 비교

4-1. 상하이 도시문화와 부산 도시문화 분석

1) 상하이 '무형문화재' 문화와 기념품 전승

문화 전파의 핵심을 현대 과학 기술 분야에 중점을 두는 기타 국제 주요 도시와 달리 상하이는 관광기념품의 전통문화 선양에 더 많은 관심을 기울였다. 상하이는 중국 최초의 대외 개방 도시로서 도시 고유의 문화유산이 매우 풍부하다. 최신 통계에 따르면 상하이가 보존하고 있는 무형문화재는 63개 항목, 총 76개 하위 항목을 포괄하고 있으며, 대체로 민속 문학, 전통 음악, 전통 무용, 전통극, 전통 스포츠, 놀이와 곡예, 전통 미술, 전통 기예, 전통 의술로 나뉜다. 관광객들은 상하이 곳곳에서 도시에 각인된 전통문화를 느낄 수 있다. 호극(滬劇)과 푸둥설서(浦東說書), 사자춤(手獅舞)과 펑셴 곤등(奉賢滾燈)의 관람 체험, 난샹(南翔) 샤오룽바오와 리가오탕(梨膏糖)의 미식 체험, 중식 의상과 상하이 치파오의 전통 의상 체험, 황양(黃楊) 목조각과 상하이 융수(絨綉)의 전통 수공예 체험… 이 모든 장면과 기념품은 무형문화재 문화의 고풍스러운 기운으로 가득하다. 무형문화재 문화의 요소를 추출하고 재창작하였을 뿐만 아니라 내재된 기능적 디자인에서 외형 디자인, 브랜드 디자인에 이르기까지 정신적 함축에서 현대인의 요구에 부합되는 형태로 전통문화를 재현했고 많은 무형문화재 문화의 특성을 보여주었다. 중국 예술연구원 연구원이자 박사과정 지도자인 웬리(苑利)는 무형문화재의 의미에 대해 "무형문화재는 인류 역사에서 창조되어 살아있는 형태와 본연의 맛으로 오늘날까지 계승되어 온 중요한 가치를 지닌 공연 예술, 공예 기술, 명절 의식 등의 전통문화를 말한다. 현대 수공예인, 예술인, 상업인들은 보이지 않고 만질 수 없는 문화유산으로 국가주석 시진핑이 주창한 민족문화의 자신감을 실천했다. 관광기념품은 상하이의 문화 매개로서 역사 문화를 전파하고 전통 기예를 선양하는 사명감을 안고 있다." 라고 설명했다.

(2) 부산의 문화 체험과 기념품 전례

부산관광공사는 관광객들의 체험을 고려하여 부산 관광 명소 체험 투어를 감성 체험, 연관성 체험, 오락성 체험, 여가 체험, 신비로운 체험 등으로 나눴다. 이러한 체험 형식은 관광객들이 부산의 문화를 현장에서 직접 경험할 수 있는 방법이기도 하다. 부산의 관광기념품은 종류가 다양하고 기억에 남는 특징이 없기 때문에, 홍보 전략에서 관광 명소 체험 투어, 전통 전례 설명, 관광기념품 세 가지를 통합함으로써 외국인 관광객들의 기념품 캐릭터와 그 특징이 갖는 역사적 배경에 대한 이해도를 높이고 기념품의 구매욕을 자극했다.

여기서 동래학춤을 예로 들어 보겠다. 동래학춤은 1972년에 한국 무형문화재로 등재된 민속무용이다. 춤꾼들은 보통 검은 갓을 쓰고 흰 도포를 입고 춤을 추며, 날렵한 움직임으로 한가로우면서도 우아한 학을 연상케 하고 춤사위에서 청초하고 우아한 기품을 풍긴다

고 해서 붙여진 이름이다. 동래야류 기능보유자였던 신우언(1899-1979) 선생과 동래기영회 이사장이었던 김인호 선생, 현재 부산민속예술보존협회 이사장인 문장원 선생의 의견을 종합하면, "동래학춤은 특정한 단체와 개인에 의해 독자적으로 형성되었다기보다는 이 지방의 줄다리기와 야류 등과 깊은 관계가 있는 춤이다." 동래에서는 예전부터 매년 정월 전후로 줄다리기를 개최했는데, 이긴 편에게는 그해 풍년이 든다고 해서 마을 전체가 온통 축제 분위기가 된다. 줄다리기가 끝나면 마을 사람들이 동래야류의 본 마당에 들어가기 전에 함께 춤을 추는데, 그중에서도 학춤이 가장 이름났다[7]. 이 춤과 관련된 갓, 도포, 양말 등 복장과 액세서리는 동래만의 독특한 관광기념품으로 크게 사랑받고 있다 [그림 7].

[그림 7] 동래학춤

4-2. 상하이 도시문화와 부산 도시문화의 비교

(1) 상하이: 디지털 문화관광의 신기원 개척

인공지능, 블록체인, VR, AR 등 디지털 기술의 발전으로 도시문화 전파 형식의 새로운 분야가 열렸다. 상하이는 중국 과학 기술 연구의 선도 도시로서 관광산업에 디지털 기술을 사용하여 전파하는 데 앞장섰다. 최근 몇 년 동안 상하이는 디지털 문화관광 채널을 통해 도시문화를 전파하고 있다. 예를 들어 블록체인 기술을 적용하여 디지털 문화콘텐츠 기념품과 디지털 기념품을 출시했고 AR 증강현실 기술을 적용하여 혁신적인 인터랙티브 관광 체험 등을 선보였다.

디지털 기념품은 관광기념품의 발전과 도시문화 간의 교류를 촉진하기 위해 개발된 기념품의 새로운 전시 형태이다. 블록체인 기술을 적용하여 예술품 NFT 디지털 컬렉션을 출시하여 인터넷 카드 형태로 기념품의 한계를 확장하고 영구 보존을 실현했다. 예술작품을 디지털 기념품으로 제작함으로써 아티스트의 영향력 확대는 물론 오프라인 상품의 경제적 효과를 높여주고 도시문화 전파를 더욱 단순화했다. 마찬가지로 블록체인 기술을 도입한 상하이 지하철은 2023년 2월에 상하이의 지하철 문화를 테마로 한 디지털 문화콘텐츠 기념품을 최초로 출시했다. 같은 해 9월에 상하이 관광 축제에서 AR 카퍼레이드 메타버스 체험이 해당 축제의 하이라이트로 출시되었다. AR 안경을 착용하거나 위챗 미니 앱으로 QR코드를 스캔하면 실제 카퍼레이드를 기반으로 만들어진 디지털 AR 콘텐츠를 감상할 수 있어 상하이의 도시 브랜드 의미와 역사 이야기를 입체적으로 소개하고 환상적인 효과로 강한 시각적 임팩트를 남겨주었다.

(2) 부산: 온라인 오프라인 통합의 투 트랙 전략

한국 정부는 도시문화 전파를 전략적으로 추진하여 문화예술진흥법, 문화예술진흥법 시행령, 문화예술진흥기금 조성 및 관리 운용에 관한 조례 등 도시문화예술 진흥에 관한 법률과 규정을 잇달아 공포했다. 올해에 전파경로를 더욱 다양하게 구축하여 온라인 오프라인 통합의 투 트랙 전략을 구축했다[8]. 예를 들어 부산 현지 관광기념품을 광안리, 해운대, 부산타워, 감천문화마을 등 부산의 대표 관광 명소의 오프라인 매장에서 판매하는 것 외에도 관광객들이 온라인으로 구매할 수 있도록 플랫폼을 제공했다. 부산광역시 정부는 다양한 기념품 관련 문화관광 행사를 장려하고, 부산광역시와 부산관광공사는 부산 기념품 10선 협의회, 부산 대표 관광기념품 10선 공모전 등 다양한 컨퍼런스와 행사를 정기적으로 개최하여 많은 부산 스타트업의 훌륭한 상품의 홍보와 판매를 촉진함과 동시에 도시문화를 다양한 방식으로 알렸다. 이 밖에 부산광역시와 부산관광공사는 2019년부터 부산 대표 관광기념품 10선 공모전을 개최해왔다. 공모전에 선정된 상품은 동백상회, 여가거가 광안리 등 오프라인 기념품 가게들에서 구매할 수 있으며 부산 기념품 10선 협의회의 온라인 홈페이지를 통해 홍보 및 판매될 수 있다[13]. 위의 홍보 채널 외에도 부산역, 광안리, 해운대 등 명소에 관광기념품 판매센터를 설치했고 태종대와 황령산 천문대 등 주요 관광 명소에 기념품 자판기를 설치했으며 정기적으로 관광 브랜드 축제 판촉 행사 등을 개최했다.

7) 김일관, 부산광역시 관광산업 활성화를 위한 특산품 제안과 디자인 아이덴티티 연구, 조형미디어학, 2010. 7, Vol.13, No.4, 49호, pp19-28.

8) 왕징링, 문화예술 혁신과 전통마을 활성화 - 한국 부산 감천동 특색문화마을 사례연구, 조세계 국가, 2021, p.97.

5. 결론

본문은 상하이와 부산 두 도시의 관광 기념품에 대한 체계적인 비교를 통해 도시문화 전파에서 두 지역 의차이점을 제시하였다. 기념품의 종류와 디자인 스타일 방면에서, 상하이의 관광 기념품의 상업화 시장화는 전통과 현대의 다중요소를 포괄하고, 포용성과 혁신성을 보여주었다. 반면 부산의 관광기념품은 해양문화와 한민족의 전통을 더 많이 보여주며 전통공예의 정교함과 문화기호의 전승을 강조한다.

문화 전파의 관점에서 보면, 상하이는 다양하고 혁신적인 기념품 디자인을 통해 도시의 다문화와 혁신 정신을 효과적으로 전파했다. 부산은 영화 문화와 한류 무용을 두드러지게 함으로써 깊은 문화적 바탕과 지역적 특색을 전달하는 데 성공했다.

본 연구는 관광 기념품은 도시 문화 전파의 중요한 도구로서 지방 문화의 기호와 내포를 담았을 뿐만 아니라 관광객이 도시를 이해하고 기억하는 중요한 경로라고 생각한다. 결론적으로 상하이와 부산은 관광기념품과 도시문화전파에 각각 우세가 있으며, 서로 다른 전략과 방법을 통해 각자의 도시매력과 문화정수를 성공적으로 보여주었다. 앞으로 두 지역은 계속 탐색하고 혁신하여 관광 기념품의 문화적 가치를 제고하고 도시문화의 글로벌 전파를 촉진해야 한다.문화적 가치를 제고하고 도시 문화의 글로벌 전파를 촉진해야 한다.

참고문헌

[1] 장신린, 문화를 활용하여 도시 발전 능력 제고, 길림일보, 2024.04.08.

[2] 장주웬, 도시문화의 자본에 대한 사회적 정체성과 시각적 구성-상하이 도시 공간에 관한 연구를 중심으로, 예술 관찰, 2015, p.114.

[3] 유진아, 부산의 장소성과 향토음식에 대한 인문학적 고찰, 지역과문화, 2019, p.21.

[4] 구귀경(谷桂琼) , 의류의 짚직기 기술 혁신 디자인, 요녕성 실크, 2019, pp.39-43.

[5] 김일관, 부산광역시 관광산업 활성화를 위한 특산품 제안과 디자인 아이덴티티 연구, 조형미디어학, 2010. 7, Vol.13, No.4, 49호, pp19-28.

[6] 왕징링, 문화예술 혁신과 전통마을 활성화 한국 부산 감천동 특색문화마을 사례연구, 조세계 국가, 2021, p.97.

[7] 나건, 농사와디자인, 컬쳐코드, 2014.

[8] 리유귀, 디지털 커뮤니케 이션의 관점에서 도시 문화 미디어를 생각하다, 디지털 디자인연구, 2022. , p.41.

[9] 전창곤, 농산물 공동브랜드화 실태와 발전 전망, 농촌경제연구원, 2003.

[10] 진잔, 길림 밀짚공예의 혁신적인 디자인과 응용에 관한 연구, 상하이 수공예품, 2019.

[11] 김상우, 디지털 컨버전스, 월간디자인제 603호, 디자인하우스, 2013.

[12] 정안캉, 도시문화산업의 다원화 융합과혁신에 관한 연구-한국 부산을 중심으로. 2019. 3, Vol.27, No.3, 67호

[13] 2015년 문화유산 단위 발전 촉진 방안. (2024.04.26).URL:https://www.gov.cn/zhengce/content.htm.

[14] 2022년 Xu Xing의 짚 짜기, 그의 힘으로 만든다.(2024.05.02).URL:https://baijiahao.com.

[15] www.xiaohongshu.com.

[16] www.naver.com.