

본선 발표집

2024 태권도의 날 기념
전국 대학생·대학원생
태권도

학술 경진 대회

공동 주관



태권도진흥재단



대한태권도협회



국기원

세계태권도본부

주최



태권도진흥재단



국회의원 정성호

재정후원



문화체육관광부



국민체육진흥공단



개 회 사

여름의 끝자락에서, 다가오는 태권도의 날을 맞이하여 '2024 전국 대학생·대학원생 태권도 학술경진대회'에 참석하신 여러분을 진심으로 환영합니다.

특히 올해는 태권도원이 개관한 지 10주년을 맞이하는 매우 뜻 깊은 해입니다. 이 대회가 벌써 세 번째로 개최된다는 사실과 더불어, 지나온 태권도원의 10년과 앞으로의 여정을 함께 기념할 수 있어 더욱 기쁩니다.

태권도는 단순한 스포츠를 넘어, 우리 몸과 마음을 동시에 수련하는 깊은 의미를 지닌 무도입니다. 지난 10년간 태권도원은 이러한 태권도의 정신을 전 세계에 전파하며, 태권도가 한국의 대표적인 소프트 파워로 자리매김하는 데 중요한 역할을 해왔습니다. 태권도원은 전 세계 태권도인들이 모여 함께 수련하고 교류하는 장소로, 그 의미와 가치는 이루 말할 수 없습니다.

이번 학술경진대회는 태권도를 사랑하는 학생들이 그동안 쌓아온 학술적 성과와 참신한 아이디어를 나누는 소중한 자리입니다. 대학생 부문에서는 태권도 문화산업 저변 확대 방안, 태권도 활성화를 위한 정책 개선 방안, 국립태권도박물관 역할 강화 방안이라는 주제를 다루며, 태권도가 어떻게 더 많은 사람들에게 다가갈 수 있을지에 대한 창의적인 아이디어가 발표될 것입니다. 또한, 대학원생 부문에서는 10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안이라는 주제로, 태권도원의 지난 10년의 성과를 되짚어보며, 앞으로의 발전 방향과 가능성을 심도 있게 탐구할 것입니다.

이번 대회가 태권도를 더욱 글로벌한 무도스포츠로 발전하기 위해 태권도의 다양한 측면을 깊이 있게 연구할 미래 연구자 여러분의 학문발전 토대가 되길 기대하겠습니다. 태권도진흥재단은 앞으로도 태권도를 사랑하는 미래 세대들이 더 큰 꿈을 이루어갈 수 있도록 지속적인 지원과 노력을 아끼지 않을 것입니다.

오늘 이 대회가 여러분 모두에게 뜻 깊은 배움의 시간이 되기를 바라며, 여러분의 멋진 성과를 기대하겠습니다.

2024년 8월 31일
태권도진흥재단 이사장 김중현

2024 태권도의 날 기념 전국 대학생·대학원생 태권도학술경진대회

가 추진 배경 및 목적

1. 2022년 9월 4일 태권도의 날을 기념하여 태권도 전공생들의 태권도 정책 및 미래에 대한 관심과 연구 풍토 조성 및 저변 확대를 위해 창설된 학술대회가 2024년 3회 대회를 맞이함에 따라 이전 대회 보다 전문성을 높이고, 확장된 연구 결과물 발굴이 필요함.
2. 기존 대학생(태권도 및 체육전공 또는 동아리)을 대상으로 한 학술대회를 대학원생(석·박사 과정)까지 확대하여 현실성 높고, 태권도계의 새로운 정책 결정과 규제 개선에 도움을 주는 연구 결과물 발굴 체계 조성 역할
3. 학술대회의 상징적 의미를 알리고, 참여자들의 연구결과물이 보다 권위 있고 여러 분야에 연구자료로 활용될 수 있는 기반 조성을 위해 전북 무주에 위치한 태권도원에서 벗어나 국회의사당과 같은 대한민국의 상징적 시설에서 개최

나 사업개요

1. 대 회 명 : 2024 전국 대학생·대학원생 태권도학술경진대회

2. 주 제

㉠ 대학생 부문(태권도 및 체육전공 또는 동아리)

① 태권도 문화산업 저변 확대 방안

- 태권도 문화와 산업 전반에 있어 확대할 수 있는 방안 연구

② 태권도 규제 또는 정책 개선 방안

- 태권도 관련 규제 또는 정책들 중 개선이 필요한 사안 연구

③ 국립태권도박물관 세계화 방안

- 국립태권도박물관이 세계적인 태권도 문화 유산으로 나아갈 수 있는 방안 연구

※ ①, ②, ③ 주제 중 1개 선택

㉡ 대학원생 부문(태권도 및 체육전공 또는 동아리 석·박사 과정)

① 10주년을 맞이한 태권도원 활성화 방안

- 태권도원의 개원 10주년을 돌아보고 미래 발전 방안 연구

3. 참가 대상 및 자격

구분	대상
대 학생 부문	전국 2년, 3년, 4년제 대학생 중 태권도 및 체육 전공 또는 태권도 동아리 활동 증명 가능자
대 학원생 부문	전국 석·박사 과정 대학원생 중 태권도 및 체육 전공 또는 태권도 동아리 활동 증명 가능자
공통	①부문별 재학 중임이 증명 가능한 자 ②태권도 및 체육 전공 또는 태권도 동아리 활동 증명 가능자

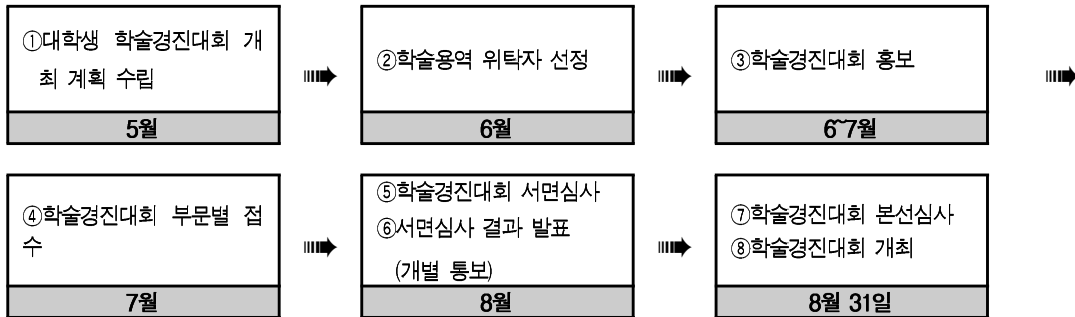
4. 주최: 태권도진흥재단, 국회의원 정성호

5. 주관: 태권도진흥재단, 국기원, 세계태권도연맹, 대한태권도협회

6. 장소: 국회의원회관 소회의실

다 세부사업내용

1. 추진절차



2. 추진일정

- ㉠ 접수기간 : 2024년 7월 1일(월) 09:00 ~ 26일(금) 17:00
- ㉡ 서면심사 : 2024년 7월 29일(월) ~ 8월 2일(금)
- ㉢ 본선진출자(팀) 발표 : 2024년 8월 5일(월) ; 개별통보
- ㉣ 발표대회(공개심사) : 2024년 8월 31일(토) 13:30 ~ 18:00

3. 심사방법

㉠ 심사위원 구성

- ① 서면심사 위원 : 학술대회 주제별 전문가 5인
- ② 발표심사 위원 : 서면 심사 위원 5인 + 국립태권도박물관 추천 2인

㉡ 서면심사 기준

심사항목	심사등급					심사기준
	A	B	C	D	F	
	10점	8점	6점	4점	0점	
①응모작의 창의성	10	8	6	4	0	연구주제, 목적 및 결과에 대한 독창성 여부

②체계 및 형식의 적합성	10	8	6	4	0	제목, 연구목적, 연구방법, 결론 등의 일치성 및 적합성 여부
③응모작의 논리성 및 구체성	10	8	6	4	0	연구내용의 논리성 및 구체성 여부
④연구방법의 타당도 및 신뢰도	10	8	6	4	0	도구 및 절차의 양적, 질적 타당도 및 신뢰도
⑤연구결과 활용성 및 학문적 기여도	10	8	6	4	0	태권도학계의 발전 및 활용성 정도 및 기여여부
⑥초록 작성	10	8	6	4	0	초록 작성의 적합성 여부
⑦참고문헌의 인용방법	10	8	6	4	0	참고문헌 작성의 적합성 여부

㉔ 발표심사 기준

심사항목	심사등급					심사기준
	A	B	C	D	F	
	10점	8점	6점	4점	0점	
①발표 자세	10	8	6	4	0	적절한 언어 사용과 시선 처리
②발표자료의 완성도	10	8	6	4	0	발표 자료의 체계적 작성 능력
③발표내용의 전달력	10	8	6	4	0	발표내용 숙지 수준 및 적절한 설명을 통한 내용 전달력

㉔ 순위선정 방법

① 서면심사 (70점)

- 서면심사 위원 5명 중 최고점수 채점 위원 1명과 최하점수 채점 위원 1명을 제외한 3명의 심사 위원 점수를 합산하여 순위를 정한다.
- 대학생 부문: 1순위부터 6순위까지 본선 진출자(팀)을 정한다.
- 대학원생 부문: 1순위부터 3순위까지 본선 진출자(팀)을 정한다.

② 발표심사 (30점)

- 발표심사 위원 7명 중 최고점수 채점 위원 1명과 최저점수 채점 위원 1명을 제외한 5명의 심사 위원 점수를 합산한다.
- 발표심사 대상자(팀)을 대상으로 서면심사 점수와 발표심사 점수를 합산하여 순위를 정한다.
- 대학생 부문: 1위 1명(팀) 최우수상, 2~3위 2명(팀) 우수상, 4~6위 3명(팀) 장려상
- 대학원생 부문: 1위 1명(팀) 최우수상, 2위 1명(팀) 우수상, 3위 1명(팀) 장려상

㉞ 학술장려금(상금) 지급

- ① 대상자(팀)의 대표 저자 개인명의로 금융계좌로 지급
- ② 최우수상 3백만원, 우수상 2백만원, 장려상 1백만원
 - 대학생 부문, 대학원생 부문 동일

2024 태권도의 날 기념

전국 대학생 · 대학원생 태권도학술경진대회

본선 발표 논문

대학생부문

발제명	소속	연구자
태권도 활성화 정책 및 제도의 개선 방향성 -태권도 진흥 기본 계획을 바탕으로-	경희대학교	이연화 신흥관
시대에 맞는 프로그램과 홍보를 중심으로 : 태권도원과 국립태권도박물관의 문제점과 개선방안	광주대학교	이다슬 양윤지 이혜린
LSTM모델을 이용한 다문화 가정 예측 및 태권도 문화 산업 활성화 방안 -수도권 중심의 다문화 가정 대상 태권도 문화산업을 중심으로-	아주대학교	허은택 장인우
태권도 진흥정책에 따른 태권도 공연문화와 태권도문화콘텐츠 활성화 방안	조선대학교	노연후
MZ세대 성인태권도 참여자 유입을 위한 정책적 마케팅 제언	한양대학교 ERICA	박민성 이선형
동적토픽모델링을 적용한 대중적 · 언론적 · 학술적 관점에서의 태권도 문화산업 예산 투입 방향 검토	한양대학교 ERICA	황수한 손명빈 김나경

대학원생부문

발제명	소속	연구자
10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안 -태권도원 관광 활성화를 위한 중국 · 일본 · 태국 전통 무예 관광지 진흥 사례에 대한 고찰-	용인대학교	권석무
10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안 -청년 태권도 지도자의 태권도원 인지도 제고 필요성 : 온 · 오프라인 구전 활동 전략 방안-	연세대학교	심민섭 전세현
10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안	용인대학교 한국체육대학교	강수찬 홍석희
10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안 -도파밍 마케팅을 활용한 태권도원 스포츠 관광 활성화-	경희대학교	임의현

대학생부

태권도 활성화 정책 및 제도의 개선 방향성

- 태권도진흥기본계획을 바탕으로 -

이연화(경희대학교 태권도학과), · 신흥관(경희대학교 태권도학과)

국문초록

본 연구는 기존 태권도진흥기본계획을 바탕으로 태권도 활성화를 위한 정책과 제도의 개선방안의 방향성을 모색하는데 있다, 연구의 목적을 위해 제1차 태권도진흥기본계획부터 제2차, 3차 태권도진흥기본계획을 살펴보았으며 문제점을 파악하기 위해 문헌분석과 사례분석을 진행하였다. 결과적으로 진흥기본계획과 같이 다양한 프로그램이 진행되고 있지만 참여율은 저조한 것으로 나타났다. 추가적으로 태권도의 문제점에는 프로그램 일관성 부족, 태권도 행정기관의 업무효율성 강화 및 국제 교류 등이 있었다. 따라 태권도의 진흥을 위해 태권도 교육의 표준화, 국내외 인프라를 이용한 태권도 문화산업 및 교류의 방향성을 다른 스포츠 종목과 비교하며 제시하고, 사례분석을 통해 개선방향을 제시하였다.

주제어 : 태권도, 태권도 활성화방안, 태권도 정책, 태권도 제도, 개선방안

논문제출일 : 2024. . .

심사완료일 : 2024. . .

I. 서론

태권도는 단순한 스포츠를 넘어, 한국의 전통문화와 정신을 대변하는 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 국기원에 따르면 현재 약 2억 명의 수련인구를 보유하고 있으며, 국가 이미지 및 문화외교의 주요 수단으로 작용하고 있다. 이에 따라 문화체육관광부는 2008년 제1차 태권도진흥기본계획(2009~2013)을 발표하여 정부적 차원에서 정책적인 관리가 시작되었다. 그 이후 지속적으로 태권도진흥기본계획을 발표하며 태권도 정책 수립 및 개선 연구를 진행하고 있다. 하지만 이러한 정책적 연구가 지속됨에도 불구하고 태권도의 다양한 실질적 문제점들이 개선되지 못한 채 여전히 난제로 남아있다(박성언, 김동규 2022). 따라서, 이번 연구를 통해 태권도의 현황을 알아보고, 태권도의 지속 가능한 발전을 위한 정책 및 개선방향을 제고하고자 한다.

II. 연구방법

문화체육관광부에서 발표한 태권도진흥기본계획을 바탕으로 기존정책을 살펴보고, 선행연구(박성언 2022)를 살펴보는 등 문헌분석과 사례분석을 진행하였다. 이를 통해 태권도 기관에서 진행 중인 다양한 프로그램과 정책적 개선이 필요한 부분을 파악하였다.

III. 태권도 활성화 방안

1. 태권도 교육의 표준화와 온라인 교육 플랫폼 구축

태권도는 국제적인 인기를 끌고 있으며, 많은 국가에서 정규 체육 과목으로 채택되었다. 이러한 배경 속에서 태권도의 교육 표준화와 디지털 시대에 맞춘 온라인 교육 플랫폼의 구축은 매우 중요한 과제로 대두되고 있다. 본 보고서는 태권도 교육의 표준화와 온라인 교육 플랫폼 구축을 위해 다른 스포츠의 사례를 인용하여 필요한 과정과 발전 방향을 제시하고자 한다.

1) 태권도 교육의 표준화 필요성

현재 태권도 교육은 다양한 기관과 단체에 의해 제공되고 있다. 태권도의 일관된 교육과정 개발이 어렵다. Kim, J. Y. & Park, H. K. (2019) 에 따르면, 태권도 교육의 일관성이 부족하면 국제 대회에서 선수들의 경쟁력에 부정적인 영향을 미칠 수 있다고 연구된 바 있다.

(1) 질적 수준 향상

다양한 수준의 수련생에게 체계적이고 일관된 교육을 통해 태권도의 질적 수준을 향상시킬 수 있다. 표준화 된 교육은 태권도의 기술과 철학을 정확하게 전달할 수 있을 뿐 아니라 글로벌적으로 태권도의 일관적인 이미지를 제고할 수 있을 것이다.

(2) 지도자 양성 체계 확립

지도자 교육과정을 표준화하여 지도자들의 전문성을 강화하고, 교육의 질을 향상시킬 수 있다. 이는 문화체육관광부에서 발급되는 생활체육지도사 및 전문체육지도사의 자격과정을 운영하는 데도 큰 도움이 될 것이라고 시사된다.

또한 Lee et al. (2021)은 태권도 교육의 표준화가 태권도의 글로벌 경쟁력을 높이는 데 중요한 역할을 할 것이라고 강조하였다.

(3) 태권도 온라인 교육 플랫폼 구축

태권도 교육 표준화는 디지털시대에 발맞추기 위한 교육 플랫폼 구축에도 큰 역할을 할 것이다. 온라인 교육 플랫폼은 태권도의 교육 접근성을 높이고, 이는 태권도의 글로벌 확산과 교육 기회의 평등성을 제공하는 데 중요한 역할을 할 것이다.

2) 표준화 사례 : 축구와 골프

①축구

축구는 전 세계에서 인기있는 스포츠로 체계적인 교육 시스템을 통해 발전해왔다. FIFA Grassroots Program: FIFA는 청소년 축구 발전을 위해 표준화된 교육 프로그램을 제공하며, 이는 전 세계적으로 일관된 교육을 가능하게 한다. 또한 코칭 자격증 제도인 UEFA와 FIFA는 축구 코칭 자격증 제도를 운영하며, 코칭 교육과정을 통해 표준화된 교육방법을 전파하고 있다. 축구의 이러한 사례는 태권도 교육의 표준화에도 적용될 수 있다. 특히, 표준화된 교육 교재 개발과 지도자 인증 프로그램이 중요한 역할을 할 수 있을 것이다.

②골프

골프는 기술과 정신적 준비가 중요한 스포츠로, 체계적인 교육 과정을 통해 전문성을 강화하고 있다. PGA Certified Program: 프로 골퍼 및 코치를 위한 표준화된 교육 프로그램으로, 기술, 규칙, 경기 운영 등을 포함하여 전문성을 높이고 있으며 Junior Golf Programs: 청소년을 위한 표준화된 교육 프로그램을 통해 골프의

기초부터 전문성까지 체계적인 교육을 제공한다.

3) 온라인 교육 플랫폼 사례:요가와 테니스

①요가

Glo와 Yoga International과 같은 플랫폼은 다양한 레벨과 스타일의 요가 수업을 제공하며, 개인 맞춤형 요가 프로그램과 커뮤니티 기능을 제공하고 있다.

②테니스

TopCourt는 프로 테니스 선수와 코치가 제공하는 기술 및 전술 강의를 통해 온라인 교육을 운영하고 있으며, 커뮤니티 포럼과 코치 피드백을 제공하여 학습자의 참여를 유도한다.

이외에도 많은 스포츠들이 온라인 교육에 뛰어들고 있다. 태권도의 교육 표준화와 온라인 교육 플랫폼 구축은 태권도의 글로벌 확산과 질적 향상을 위한 필수적인 과정이라고 볼 수 있다. 이를 위해 다른 스포츠의 사례를 참고하여 체계적이고 일관된 교육 시스템을 구축해야 한다. 또한, 온라인 교육 플랫폼을 통해 전 세계 태권도인들에게 교육의 기회를 제공하고, 태권도의 지속 가능한 발전을 도모할 수 있을 것이다.

2. 태권도 동작 분석 프로그램 개발

태권도는 다른 스포츠에 비해 동작 분석 및 프로그램 개발이 상대적으로 부족한 편이다. 이를 해결하기 위해서는 생리학적, 역학적 연구가 활발히 이루어져야 하며, 이러한 연구 결과가 훈련 상황에 직접적으로 적용될 수 있도록 한

다.

1) 태권도 동작 분석의 필요성

태권도는 발차기, 손기술, 회피 동작 등 다양한 기술을 포함하고 있으며, 이는 정확한 기술 분석을 통해 향상될 수 있다. 그러나 현재 태권도에서는 이러한 동작 분석과 과학적 접근이 부족한 실정이다. 이는 정확한 기술을 분석하는 것 뿐 아니라 선수들의 능력을 향상하고 부상 예방 및 체력을 강화하는 등 훈련의 효율성을 높일 수 있다.

2) 태권도에 필요한 분석 도구

(1)고속 카메라 및 모션 캡처 시스템:

태권도의 빠른 동작을 정확히 기록하고 분석할 수 있는 고속 카메라와 모션 캡처 시스템이 필요하다. 이를 통해 선수의 발차기 속도, 궤적, 정확성을 분석할 수 있다.

(2)생체역학적 센서:

웨어러블 센서를 활용하여 선수의 근육 활동, 체력 소모, 신체 밸런스를 실시간으로 분석할 수 있다. 이는 훈련 중 선수의 상태를 모니터링하고 맞춤형 피드백을 제공하는 데 유용하다.

(3)데이터 분석 소프트웨어:

수집된 데이터를 종합적으로 분석하여 훈련 전략을 수립하고, 선수의 강점과 약점을 파악하는 데 도움을 줄 수 있는 소프트웨어가 필요하다.

(4) VR 및 AR 기술:

가상 현실(VR) 및 증강 현실(AR) 기술을 활용하여 실제 경기 상황을 시뮬레이션하고, 선수

들이 다양한 상황에 대비할 수 있도록 훈련할 수 있다.

3. 글로벌 리더십 및 태권도 문화산업

태권도의 글로벌 리더십 강화 및 문화·관광 연계를 통한 발전 방안은 태권도가 세계적으로 인정받고 있는 점을 활용하여, 다양한 분야에서 시너지 효과를 창출할 수 있는 기회다. 이를 통해 태권도의 발전을 도모하고, 나아가 국내의 새로운 일자리를 창출하며, 해외 파견 사범의 비자 문제와 현지 기관과의 협의 문제를 해결할 수 있다. 첫째, 글로벌 리더십 강화를 통해 국내외의 태권도 인프라를 강화하고 인지도를 높인다. 둘째, 문화·관광 연계를 통해 태권도 클래스, 팝업스토어, 투어 패키지 등 다양한 프로그램으로 관광객들을 유치할 수 있다. 셋째, 국내외의 강화된 태권도 인프라를 통해 태권도를 위해 한국을 방문하는 관광객, 사범, 수련생들을 위한 비자 지원과, 해외 파견사가 있는 사범과 인턴 사범을 위한 제도적 및 법적 등 행정적인 지원을 통해 교류를 활발히 할 수 있도록 한다.

1) 글로벌 리더십 강화

(1) 국제 태권도 기관 및 기타 관련 기관과 협력

국제 태권도 기관인 세계태권도협회, 국기원 등과 같은 기관과의 협력은 전 세계 태권도 인프라를 강화하고, 태권도 교육 및 대회의 표준화를 이루는 데 필수적이다. 각 기관은 태권도의 규칙, 규범, 대회 운영 등을 통합 관리하며, 각국의 태권도 협회와 긴밀히 협력해 글로벌 태권도 발전을 추진해야 한다. 최근 추진하고

있는 국기원 미국 지부와 같이, 다양한 곳에서 지부를 설치하고 기관을 확장함으로써 해외로 인턴 혹은 파견 사범들의 처우 개선과 복지 개선에 도움이 될 것이다.

(2) 국제 대회 및 교류 프로그램 확대

태권도의 인지도를 높이고, 각국 태권도인들 간의 교류를 촉진하기 위해서는 더 많은 국제 대회와 교류 프로그램을 확대할 필요가 있다. 예를 들어, 세계 태권도 선수권 대회, 아시아 태권도 선수권 대회 등의 국제 대회를 적극적으로 유치하고, 국가 간 교류 프로그램을 통해 태권도 기술과 문화를 교환할 수 있는 기회를 제공해야 한다.

(3) 글로벌 마케팅 캠페인

태권도의 브랜드 이미지를 강화하기 위한 글로벌 마케팅 캠페인을 전개해야 한다. 이를 위해 유명한 태권도 선수나 연예인을 홍보 대사로 임명하고, 전 세계 주요 미디어에 태권도 광고를 송출하여 태권도의 매력을 널리 알릴 수 있다. 또한, 소셜 미디어를 활용한 캠페인도 적극 추진하여 젊은 세대에게 태권도의 매력을 전달할 필요가 있다. 타 스포츠의 성공 사례를 바탕으로 스포츠 스타를 배출 및 육성하여 태권도의 홍보 효과를 볼 수 있다.

(4) 미디어 활용

소셜 미디어, 유튜브, TV 등 다양한 매체를 통해 태권도의 매력을 홍보해야 한다. 예를 들어, 태권도 경기 중계, 태권도 기술 설명 동영상, 태권도 관련 다큐멘터리 등을 제작하여 방영하고, 이를 통해 더 많은 사람들이 태권도에 관심을 가질 수 있도록 해야 한다. 또한, 태권도 관련 블로그, 팟캐스트 등을 운영하여 태권도 팬과의 소통을 강화할 필요가 있다. 전설했던 스포츠 스타의 육성을 통해 젊은 세대의 참

여와 관심을 이끌어 낼 수 있고 글로벌 인지도를 올리는 데에 있어 중요한 요소라고 볼 수 있다.

(5) 정부 및 국제 기관의 지원

각국 정부 및 국제 스포츠 기관의 지원을 이끌어내어 태권도 발전을 위한 정책적 지원을 확보해야 한다. 이를 위해 태권도의 가치와 중요성을 알리는 홍보 활동을 강화하고, 정부 및 기관과의 협력을 통해 필요한 재정적, 행정적 지원을 이끌어낼 필요가 있다. 예를 들어, 태권도 발전을 위한 국가 예산 확보, 국제 대회 유치 지원 등을 추진할 수 있다.

(6) 법적 및 제도적 기반 마련

태권도의 지속적인 발전을 위해 필요한 법적 및 제도적 기반을 마련해야 한다. 이를 위해 각국의 태권도 협회와 협력하여 태권도 관련 법률 및 규정을 정비하고, 태권도 교육 및 대회 운영의 표준화를 이루어야 한다. 또한, 태권도 사범 자격 인증 제도 등을 도입하여 태권도 교육의 질을 높일 필요가 있다.

2) 태권도와 문화 및 관광 연계 방안

(1) 태권도 팝업스토어/테마파크

태권도의 역사, 기술, 문화를 경험할 수 있는 팝업스토어 혹은 테마파크를 조성하여 관광객들이 태권도를 직접 체험할 수 있도록 한다. 예를 들어, 태권도 역사관, 기술 시연장, 체험 프로그램 등을 운영하여 방문객들이 태권도의 다양한 매력을 느낄 수 있도록 한다. 또한, 태권도 관련 공연, 전시, 워크숍 등을 통해 관광객들에게 즐거움을 제공할 수 있다. 이는 문화 관광의 연장선으로 접근성이 높은 지역에 설치하거나, 역사적으로 의미가 있는 곳, 혹은 비슷한

종류의 테마파크와 연계하여 진행할 수 있다.

(2) 태권도 클래스

관광객들이 직접 태권도를 배워볼 수 있는 클래스를 운영하여 짧은 기간 동안 태권도를 배우고 경험할 수 있는 기회를 제공한다. 다른 스포츠의 경우, 호텔에서 요가나 테니스와 같은 단기 체험 클래스를 제공하는 경우가 있기에, 이처럼 태권도 역시 외국인 관광객이 많은 호텔이나 한옥 스테이 등 한국 문화에 관심 있는 사람들에게 자연스럽게 노출될 수 있게 해야 한다.

(3) 태권도와 연계된 문화 공연

태권도와 한국 전통 문화를 결합한 공연을 기획하여 관광객들에게 색다른 경험을 제공한다. 예를 들어, 태권도 시범과 한국 전통 무용, 음악 등을 결합한 공연을 통해 한국의 문화를 홍보하고, K-POP 등을 결합해 관심과 접근성을 높이고 관광객들에게 태권도의 매력을 전달할 수 있다. 이러한 공연은 주요 관광지나 문화 행사장에서 정기적으로 개최할 수 있다.

(4) 태권도 투어 패키지

태권도와 한국 문화를 체험할 수 있는 관광 패키지 상품을 개발하여 해외 관광객들을 유치한다. 예를 들어, 태권도 훈련 체험, 전통 한옥 체험, 한국 전통 음식 체험 등을 포함한 패키지를 통해 관광객들이 한국 문화를 종합적으로 경험할 수 있도록 한다. 또한, 태권도 도장 방문, 유명 태권도 사범과의 만남 등의 프로그램을 통해 태권도에 대한 이해를 높일 수 있다. 관광 패키지를 안내하기 위한 사람들도 태권도 경력이 있는 사람들, 혹은 태권도를 전공하는 사람을 채용함으로써 일자리 창출에도 도움이 될 것이다.

3) 비자 및 행정 지원

(1) 태권도 비자 프로그램

태권도 수련생과 교사들이 보다 쉽게 한국을 방문하고 체류할 수 있도록 비자 제도를 개선한다. 예를 들어, 태권도 수련을 목적으로 하는 외국인들에게 장기 체류 비자를 발급하거나, 태권도 대회 참가자들에게 단기 비자 면제 혜택을 제공하여 태권도 관련 방문을 촉진할 수 있다. 이 외에도 해외에 있는 한국인 사범 중에 비자 발급 문제가 있다고 보고 되어있다, 이를 위해 해외로 파견을 나가는 사범이나 단기로 인턴 사범을 가는 사범들을 위해 현지 기관과의 협의가 가능한 태권도 기관의 제도적인 지원이 필요하다. 태권도 관련 방문객들이 비자 신청 과정을 보다 쉽게 진행할 수 있도록 비자 절차를 간소화한다. 이를 위해 온라인 비자 신청 시스템을 구축하고, 태권도 관련 방문객들에게 필요한 서류와 절차를 명확히 안내하는 서비스를 제공한다. 또한, 태권도 대회 참가자나 수련생들을 위한 전용 비자 창구를 운영하여 빠르고 편리하게 비자를 발급받을 수 있도록 한다. 해외 지부를 통해 현지 기관과의 협의에 있어 도움을 주고 계약 체결 등 법적, 제도적인 문제를 지원함으로써 파견 사범의 처우 개선에 도움을 줄 수 있다.

IV. 결론 및 제언

태권도는 전통적인 무예를 넘어 현대 스포츠로 자리 잡으며 전 세계적으로 사랑받고 있는 문화 콘텐츠이다. 본 논문에서는 태권도의 활성화를 위한 4차 정책 방향을 제안하며, 글로벌

리더십 강화와 지속 가능한 발전을 위한 전략을 논의하였다.

전술했던 문제점들을 해결하기 위하여 여러 해결책을 제안하고자 한다. 첫째로 다양한 형태의 국내 거주 외국인들 고려하여 교육 콘텐츠의 표준화가 필요하다. 현재 국내에 거주하고 있는 외국인은 다문화가정, 재외동포, 전문인력, 유학생 등 다양한 형태로 존재하는데, 이에 맞는 프로그램을 개발하여 제공하여야 한다. 예를 들어 유학생의 경우 재학중인 학교와 연계하여 해당 학교의 시설에서 태권도를 교육할 수 있고, 다문화가정의 경우 근처 태권도장과 연계하고 전문인력을 배치하여 문제를 해결해야 한다.

두번째로 여성가족부, 법무부 등 외국인 관련 정책을 수행하는 정부 부처와 협력하여 태권도 교육 프로그램을 사회 통합 프로그램의 일환으로 운영하여야 한다. 이러한 협력을 통해 자원을 효율적으로 활용하고 중복되는 예산 지출을 줄일 수 있도록 하고, 세번째로는 전술했던 지속성의 문제를 해결하기 위하여 피드백 시스템을 구축하는 것이다. 프로그램 참여자의 피드백을 지속적으로 수집하고 이를 반영하여 프로그램을 개선하기 위해 사전·사후 설문조사 및 인터뷰를 실시한다. 이를 통해 프로그램 대상자에게 맞춤형 프로그램과 콘텐츠를 제공하고, 지속가능한 태권도를 위해 노력해야 한다.

of Sports Science & Medicine.

Lee, S. J., & Choi, Y. H. (2021). Standardization of Taekwondo Education for Global Competitiveness. *International Journal of Martial Arts Studies*.

FIFA. (2023). FIFA Grassroots Program. Retrieved from FIFA.com

UEFA. (2023). Coaching Licenses and Education. Retrieved from [UEFA.com

김선수. (2014). 태권도의 관광상품화를 위한 마케팅 전략 방안 연구. *무예연구*, 8(2), 1-15.

박상현. (2020). 태권도 정책 분석 및 변화: 태권도진흥기본계획을 중심으로. *한국스포츠학회*, 18(2), 1105-1114.

박성언, & 김동규. (2022). 태권도 정책과 제도의 개선방안에 관한 중요 우선순위 분석. *국기원태권도연구*, 13(2), 1-9.

신미애 and 원동현. (2023). 국기원 태권도사범 해외파견 사업의 활성화 전략. *융합과 통섭*, 6(2), 60-77

최영재, 박정범. (2023). 문화관광 콘텐츠로서 태권도 산업의 활성화 방안. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 17(4), 161-174

IV. 참고문헌

Kim, J. Y., & Park, H. K. (2019). The Impact of Inconsistent Taekwondo Education on International Competitions. *Journal*

시대에 맞는 프로그램과 홍보를 중심으로

: 태권도원과 국립태권도박물관의 문제점과 개선방안

이다슬(광주대학교), 양윤지(광주대학교), 이혜린(광주대학교)

본 연구는 태권도원 내에 위치한 국립태권도박물관의 역할을 강화시킴과 동시에 현대인들의 태권도에 대한 관심과 박물관의 방문을 어떻게 해야 증대시킬 수 있을지에 대한 탐구에 목적을 두고 연구를 진행하였다. 이를 위해 문헌연구와 사례분석을 통해 개선방안을 모색하였으며, '아르떼뮤지엄 제주'를 바탕으로 만들어 낸 미디어아트 프로그램과 태권도 포스터 제작, SNS를 활용한 미디어 콘텐츠가 결론으로 도출되었다. 이러한 결과는 박물관을 방문하는 방문객들에게 흥미와 뿌듯함을 느끼게 함으로써 국립태권도박물관을 널리 알릴 수 있는 기대효과가 따를 것이다. 따라서 본 연구에서는 현재 태권도원 내에 위치한 국립태권도박물관에 현황을 살펴보고, 홍보가 되지 않는 문제점을 파악한 후 국립태권도박물관을 활성화시켜 태권도에 대한 이미지 변화와 관심을 가질 수 있는 방안을 다각도로 모색하고자 한다.

주제어 : 태권도, 태권도원, 국립태권도박물관, 체험 프로그램, 홍보

논문제출일 : 2024. 7. 26.

심사완료일 : 2024. . .

I. 서론

1. 연구의 필요성

전라북도 무주군에 위치한 태권도원은 태권도원을 조성하여 효율적인 관리와 운영을 통해 태권도 진흥 사업을 원활하게 수행하기 위하여 설립되었다. 더 나아가 태권도 보존 및 보급과 홍보, 태권도 관련 프로그램과 상품 개발, 태권도 진흥을 위한 모금 및 자금지원, 태권도원을 세계적인 명소로 개발 및 육성 등의 다양한 사업 수행을 통해 태권도의 발전과 국제적 위상을 제고하는 데에 목적이 있다.

하지만 태권도원의 위치는 대한민국의 배꼽이라고 불리는 ‘전라북도 무주’에 위치해 굉장히 찾아가기 힘든 외진 곳에 자리하고 있으나, 김범용, 정경희, 유광길(2019)은 태권도원은 최신식 시설을 갖추고 있으며, 지역적으로 천혜의 자연환경과 아름다운 관광지가 위치하고 있음에도 불구하고 태권도원의 접근성 부족은 극복해 나가야 할 문제이며 이를 위해서는 태권도원의 물리적 환경과 지역의 자연 환경적 단서를 이용한 홍보 활동과 프로그램 강화를 바탕으로 방문객의 심리적 거리를 축소시켜 방문객의 유인을 강화해야 할 것이라고 주장했다.

태권도원의 경우 어린이날 등 각종 기념일에 무주 태권도원에서 1박 2일 프로그램을 운영하면서 태권도 시범단 공연과 초보자 수련 과정을 비롯해 가상·증강 현실 체험, 콘서트, 마술쇼 등을 함께 체험할 수 있는 ‘태권스테이’ 프로그램이 고객만족도 5점 만점에 4.8점을 기록할 정도로 흥행을 이루며 태권도원에서 진행되는 프로그램에 많은 관심과 기대가 형성되었다(오중호 기자, 2023.05.03.). 또한 청소년 수련 활동 프로그램을 통해 단체 방문이 끊이지 않고 있으며, 특히나 베트남, 호주, 프랑스, 미국 등 외국인 스포츠 방문객이 증가함에 따라 스포츠 관광객 유치에 대한 기대감을 주고 있다.

태권도원의 방문객은 늘어가는 추세지만, 태권도원 내에 있는 ‘국립태권도박물관’의 존재에 대해서는 태권도 전공자들도 잘 모르고 있을 뿐 아니라 어린이날과 같은 특별한 기념일 외에는 박물관 내에서 진행하고 있는 교육/문화/행사 프로그램들은 무료로 제공되고 있음에도 불구하고 참여율이 현저히 적은 실정이다.

국립태권도박물관은 전시체험 프로그램을 통해 직접 체

험하고 태권도의 성장 과정과 잠재적 가능성을 찾아보며 뿌리 깊은 역사를 이해하고 태권도의 비전과 가치 확산에 기여하는 것을 목적으로 설립되었다. 그러나, 전시체험 프로그램이 태권도원에서 제공하는 프로그램만큼 매력이 있는 상품인지, 멀리서도 찾아올 만큼 홍보가 잘 이루어지고 있는지, 변화되고 있는 시대에 맞게 태권도원의 프로그램, 이미지 등이 함께 변화하고 있는지 의구심이 든다.

특히 요즘 사람들은 무거운 분위기에 거리감이 느껴지는 박물관보다는 가벼운 마음으로 쉽게 접근할 수 있는 전시회에 발길을 보내고 있다. 따라서, 본 연구에서는 태권도원과 더불어 국립태권도박물관이 현재 제공하고 있는 프로그램이 인기를 얻지 못하고 있는 문제점을 분석하여 X세대(1965년생~1980년생)부터 알파 세대(Generation Alpha, 2011년생~2024년생)가 추구하는 니즈(needs)를 반영해 프로그램을 개선하고 방문객에게 유익한 체험과 행복한 추억을 선물해줄 수 있는 프로그램을 개발하는 방안을 모색하는 데에 목적이 있다. 태권도원이 지리적 측면에 있어서 불편함이 있더라도 방문객이 태권도원에 대한 큰 기대감과 특별한 기념일(어린이날 등)이 아니더라도 주말과 방학 기간을 활용해 태권도원을 떠올려 방문할 수 있을 것이라 기대한다.

II. 연구방법

무주 태권도원의 설립과 국립태권도박물관의 홍보에 대한 다양한 문헌들을 철저히 조사하여 문제점으로 야기되는 것을 찾아 분석한다.

태권도원에서 진행하고 있는 프로그램 및 홍보를 위한 태권도원의 자료들과 다양한 자료들을 총망라하여 태권도원의 방문과 홍보에 대한 과정을 명확하게 파악할 것이다.

III. 본론

1. 빈약한 체험 프로그램

실제 이미연과 전익기(2014)의 태권도원 시설에 대한 방문 전 기대와 방문 후 성과에 대한 연구 결과에 따르면, 방문 전 태권도원 기대에 대해 가장 높은 빈도의 답변을 보인 추상화 단어는 태권도 성지(17.14%)였으며, 연수 시설(16.19%), 기대 없음(13.33%), 숙박 시설(12.38%), 관광지

(11.43%), 외부 전경(10.47%), 태권도 경기장(9.52%), 교통시설(9.52%)의 순으로 나타났다. 그러나, 방문객이 태권도원에 방문하기 전 가지게 되는 기대감에 태권도원에서 제공하고 있는 프로그램에 대한 답변은 찾아볼 수 없으며, 특히나 국립태권도박물관 내에서 제공하고 있는 체험, 행사 프로그램에는 더욱이 기대와 관심이 부족하다고 판단된다.

2. 홍보 약함

태권도원 내에 위치한 국립태권도박물관은 태권도에 대한 관심의 증대가 낮아지는 것과 관계가 있다. 최근 국립태권도박물관은 줄어든 방문객들을 대상으로 새로운 관심을 끌기 위한 마케팅을 진행하고 있다.

태권도원에 물리적 환경과 자연 환경적 단서를 이용한 홍보 활동 프로그램 강화를 바탕으로 방문객의 심리적 거리를 축소시켜 방문객의 유인을 강화해야 할 것이다. 더불어 태권도원 주변의 관광지인 스키장, 반디랜드, 머루와인 등과의 연계를 통해 입장권 할인들의 태권도원 방문 참여 이익 효과를 방문객에게 제고시켜야 할 것이다(김범용, 정경희, 유광길 2019).

이러한 방안을 통해 국립태권도박물관은 방문객의 각 프로그램 참여를 위해 다양한 홍보 전략을 내세워야 한다. 따라서 본 연구는 태권도원과 국립태권도박물관을 위해 어떻게 하면 사람들에게 유익한 체험과 행복한 경험을 줄 수 있는지, 지리적인 측면에서 어떻게 현대인들이 연속적으로 방문할 수 있을지, 태권도원이 설립된 목적과 목표에 맞게 운영이 되고 있는지에 대해 개선방안을 제시하고자 한다.

IV. 결론

1. 태권도원 관련 포스터 제작 프로그램

아이들은 자기가 소망하는 것들, 즉 갖고 싶은 것, 하고 싶은 것, 되고 싶은 것들을 마음속에 키우며 자라게 된다. 이러한 ‘꿈’을 이루기 위한 여러 가지 방법 중에서도 ‘시각화(visualization)’는 자기의 성취 능력을 증진시켜 꿈을 이루게 하는 뛰어난 방법이다(배은경, 2004).

태권도원에서 ‘태권도원 관련 포스터 만들기’ 프로그램을 진행하여 방문객이 직접 태권도원을 생각했을 때 떠오르는 것 혹은 태권도원에서 직접 체험했던 프로그램과

관련된 것 등을 하나의 포스터로 만드는 체험 활동 프로그램을 진행한다. 여러 출품작 중 몇 개의 작품을 선별하여 ‘국립태권도박물관’에 전시하는 것이다.

아이들뿐만 아니라 성인도 자신이 직접 그린 그림(포스터)이 박물관에 전시가 된다는 것에 큰 의의를 두어 더욱 관심과 흥미를 느끼게 되고 작품이 전시될 경우 희열과 뿌듯함을 느끼게 될 것이라 기대한다. 더 나아가 위와 같은 작품들을 SNS에도 공유하여 다른 방문객들도 함께 참여하고자 하는 욕구를 가질 수 있게 하고 다른 작품들을 구경하러 올 것이라 기대한다.

2. 실감 콘텐츠 활용한 미디어아트 체험 프로그램

몰입형 미디어아트 전시관인 ‘아르떼뮤지엄제주’는 미디어아트 작품 중 동시체험을 주는 작품인 ‘NIGHT SAFARI’는 대형 벽면 스크린 영상에 이용자가 그린 그림을 스캔하여 입력시키면 영상 안에 입력되어 오른쪽, 왼쪽으로 움직이며 실제 작품인 것처럼 보여준다. 이는 새로운 현상을 경험하며 흥미를 자극하고 상호작용이 확장되는 ‘감각 확장’의 변화를 느끼게 해 준다(안혜령, 김치호, 2022). 이와 같은 체험은 내가 직접 제작한 그림이 영상 속으로 들어가는 과정에 사람들은 흥미를 느끼게 되고 더욱 적극적으로 활동에 참여할 수 있게 되고 소통하는 계기의 장을 제공해준다.

태권도의 이미지에 맞게 도복 혹은 태권도 물품과 관련된 그림을 꾸미고 색칠할 수 있도록 하거나, 태권도 혹은 태권도원을 생각했을 때 떠오르는 것을 그림으로 그릴 수 있도록 한다. 내가 직접 제작한 작품이 모든 사람들이 볼 수 있는 대형스크린에 띄워진다는 것에 흥미와 뿌듯함을 느끼고, 체험 활동이 기억에 오래 남을 추억이 될 수 있을 것이라 자부한다.

3. 적극적인 SNS 활용

SNS(Social Network Service)를 통해 적극적으로 공유하고 사회적 관계를 형성하는 대표적인 집단인 MZ세대는 디지털 마케터들이 주목해야 할 주요 사회 집단으로 자리 잡고 있다. 그런 점에서 일상의 생각과 활동을 타인과 공유하는 것을 즐기는 MZ세대가 기성세대에 비해 SNS 관광 정보에 어떻게 반응하고 행동하는지 이해하는 것이 중요하다(박승화, 정철, 2024).

Z세대부터 현재세대까지는 디지털 환경에서 성장한 세대이기 때문에 SNS가 상당히 큰 비중을 차지하고 있다. 박

물관 내 진행하는 코스에서 남녀노소 누구나 쉽고 빠르게 이해할 수 있는 동작이나 챌린지(도전, 재미있는 행위에 참가하도록 초대하는 것)를 만들어 영상을 찍고 태권도원 노래를 입혀 요즘 유행 중인 SNS에 공유한다. 챌린지에 참가한 사람들의 가족 또는 친구, 지인들이 참여한 모습을 보고 공유하여 빠르게 퍼져 나갈 수 있을 것이다.

SNS 공유의도 그리고 SNS 재이용 의도가 부분적으로 세대별 차이에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 연구에서는 아직 관광학에서 새로운 소비자인 MZ세대에 대한 분석과 연구가 본격적으로 시작되지 않았기 때문에 MZ세대의 SNS 관광 정보 활용을 분석하기 위한 추가적인 연구가 필요함을 시사한다(박승화,정철,2024).

국립태권도박물관의 챌린지를 하게 되었을 때 가장 중요한 것은 사람들의 흥미를 얼마나 유발할 수 있는냐는 것인데 제대로 된 흥미를 유발하기 전에 이곳에 갈만한 가치가 있는지 사실 여부가 중요하다. 누구나 인식하기 전에는 모르기 마련이다. 주변 관광지와 연계를 시킨다면 전라북도 무주를 방문하면서 여행 코스에 태권도원이 자연스레 들어가게 될 것이다. 보통 관광지를 방문할 때 사람들은 그 장소에 대해 기대하고 찾아가기 마련인데 활발한 홍보가 제대로 이루어지지 않아 찾아가는 사람들의 인식에서 기대하지 않는다는 점이 개선이 필요하다고 생각한다.

오중호(2023, 5월 3일). “무주 태권도원, 어린이날 등 숙박 체험 프로그램 운영”, KBS.<https://n.news.naver.com/mnews/article/056/0011477559>

이미연,전익기(2014). 결정적 사건 기법(CIT)을 통한 태권도원 시설에 대한 방문 전 기대, 방문 후 성과 및 개선방안 연구, 한국체육학회지. 53(5), 309-325.

참고문헌

- 김범용,정경희,유광길(2019). 무주 태권도원의 환경 단서, 방문 체험, 지역 이미지 및 재방문의 관계, 한국스포츠헌회지. 17(2), 123-134.
- 박승화,정철(2024), SNS 관광정보 특성이 관광자의 관광만족과 SNS 활용에 미치는 영향, 도시연구, 25, 183-224.
- 배은경(2002). 좋은 사진, 그림을 보면 아이들 꿈이 커진다, 월간 샘터, 33(4), 50-50.
- 안혜령,김치호(2022). 실감 콘텐츠의 인터랙션 연구-국립중앙박물관 디지털 실감영상관과 아라뽀뮤지엄제주를 중심으로, 한국디지털정책학회. 20(4), 575-584.

LSTM 모델을 이용한 다문화 가정 예측 및

태권도 문화산업 활성화 방안

- 수도권 중심의 다문화 가정 대상 태권도 문화산업을 중심으로 -

허은택(아주대학교)¹⁾ · 장인우(아주대학교)²⁾

본 연구는 대한민국의 저출산 문제와 외국인 유입 증가로 인한 다문화 가정의 증가 상황을 배경으로, 다문화 가구원들이 대한민국 문화에 잘 적응할 수 있도록 전통 무예인 태권도의 역할을 탐구하고자 한다. 이를 위해 다문화 가정을 대상으로 한 적절한 정책이 필요하며, 이러한 정책을 수립하기 위해 지역별 다문화 가구원의 수를 예측하는 연구를 수행하였다. 본 연구에서는 LSTM 모델을 사용하여 각 지역별 다문화 가구원의 수를 예측하고, 예측된 데이터를 바탕으로 다문화 가정을 위한 정책이 시급한 지역을 선정하였다. 선정된 지역을 대상으로 몇 가지 정책을 제안함으로써, 다문화 가구원들이 대한민국 사회에 원활하게 적응할 수 있는 방안을 모색하고자 한다. 본 연구는 다문화 가정을 위한 정책 수립에 있어 데이터 기반 접근의 중요성을 강조하며, 태권도가 문화적 통합 수단으로서의 가능성을 제시한다.

주제어: 2. 태권도 활성화를 위한 정책 개선 방안

1) 아주대학교 산업공학과 20, gjdmsxor@ajou.ac.kr

2) 아주대학교 환경안전공학과 23, jiminh1013@ajou.ac.kr

I. 서론

현재 대한민국은 심각한 저출산 문제와 함께 수도권 집중 현상이 외국인의 유입을 증가시키는 주요 요인으로 작용하고 있다. 이러한 변화로 인해 대한민국은 단일 민족 국가에서 다양한 문화가 공존하는 사회로 빠르게 변모하고 있다. 이에 따라 다문화 가정의 수가 지속적으로 증가할 것으로 예상되지만, 현재 우리 사회는 이러한 변화를 충분히 대비하지 못하고 있다.

이러한 상황에서 전통 무예인 태권도가 다양한 문화를 조화롭게 융합시키는 데 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 특히 중요한 것은 외국인들이 거부감 없이 태권도를 쉽게 접하고 즐길 수 있는 환경을 조성하는 것이다. 전국 각지에 위치한 태권도장은 외국인들이 태권도를 접할 수 있는 가장 손쉬운 방법 중 하나이다. 태권도장이 많을수록 다문화 가정의 구성원들이 자연스럽게 태권도를 접할 기회가 늘어나고, 이를 통해 태권도의 즐거움을 배우며 한국 문화에 대한 적응을 돕는 역할을 할 수 있을 것이다.

태권도는 한국 사람을 포함한 다양한 문화권의 사람들이 함께 수련하며 예의, 염치, 인내, 극기, 백절불굴의 정신을 함양할 수 있게 한다. 이러한 효과를 극대화하기 위해서는 각 지역마다 다문화 가정이 태권도장에 쉽게 접근할 수 있는지가 중요하다.

본 연구는 각 지역별 다문화 가정의 수와 태권도장의 상대적 개수를 분석하여, 상대적인 태권도장의 개수가 가장 낮은 지역을 찾아내고 해당 지역을 대상으로 적절한 정책을 제안하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 LSTM 모델을 사용하여 앞으로 10년 동안 각 지역별 다문화 가구원의 수를 예측하고, 예측된 데이터를 바탕으로 태권도장 접근성이 낮은 지역을 선정하였다. 선정된 지역에 대한 구체적인 정책 제안을 통해 다문화 가정이 한국 사회에 원활하게 적응할 수 있는 방안을 모색하고자 한다. 본 연구는 데이터 기반의 접근법을 강조하며, 태권도가 문화적 통합 수단으로서의 가능성을 제시하는 데 중점을 둔다.

LSTM(Long Short-Term Memory) 모델은 딥러닝에서 사용되는 특별한 종류의 인공 신경망이다. LSTM은 셀 상태(cell state)라는 일종의 긴 띠 같은 구조를 통해 정보를 전달한다. 이 셀 상태는 데이터를 통해 흘러가면서 정보를 유지하거나 잊어버릴 수 있다. 이러한 과정은 게이트(gate)라는 메커니즘을 사용한다. 이 게이트들은 문처럼 열리고 닫히면서 정보를 통제할 수 있다. 즉, LSTM 모델은 과거의 중요한 정보를 오랫동안 기억하면서 새로운 정보를 적절히 반영하는 능력을 갖춘 신경망이다.

LSTM 모델에 사용되는 다문화 가구원의 수 데이터는 KOSIS 국가통계포털(<https://kosis.kr/index/index.do>) 사이트에서 제공하는 2015~2022년도 지역별 다문화가구 및 가구원 데이터를 사용하였다. 해당 데이터를 바탕으로 LSTM 모델을 학습하였고, 앞으로의 10년치 가구원의 수 데이터를 예측하였다.

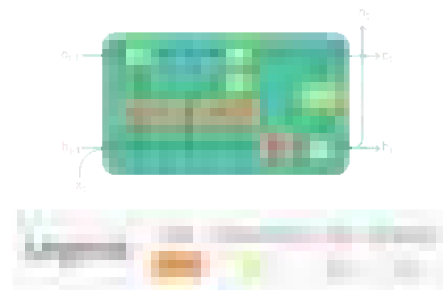


그림 1 LSTM 모델의 구조

전국의 2015~2022년 각 시도별 태권도장 개수는 문화체육관광부에서 매년 발간하는 ‘전국 등록신고 체육시설업 현황’ 보고서를 사용하였다. 앞서 예측한 지역별 다문화가구 및 가구원 데이터와의 비율을 통해서 가장 태권도장 접근에 대한 대책이 필요한 지역을 각 연도별로 3순위까지 확인해보았다.

II. 본론

2015~2022년도 지역별 다문화 가구원의 수와 각 시도별 태권도장의 개수를 통해 LSTM 모델을 학습하였다. 예측한 이 값들을 바탕으로 각

지역별 다문화 가정의 대한 태권도장 접근 수준을 파악하였다. 태권도장 접근 수준은 다음과 같이 계산하였다.

$$\text{태권도장 접근 수준} = \frac{\text{다문화 가구원 수}}{\text{태권도장 개수}}$$

이렇게 구한 2025~2034년 동안의 태권도장 접근 수준을 그래프로 나타내면 다음과 같다.



그림 2 각 시도별 다문화 가구원 수 대비 태권도장 개수 그래프

위 그래프에서 x축은 연도를 의미하고, y축의 경우 태권도장 접근 수준을 의미한다. 같은 수의 다문화 가구원에 대해서 태권도장의 개수가 많으면 y값이 크고 태권도장의 개수가 적으면 y값이 작다는 의미이다.

위 그래프에서 다른 값들과 달리 세종시만 y값이 매우 큰 값으로 이상치를 나타내는 것을 알 수 있다. 이는 세종시가 다른 지역과 달리 행정도시라는 역할을 위해 설치된 인위적인 도시라는 특성이 작용했기 때문으로 파악된다. 행정적인 업무를 주로 수행하기 위해 만들어진 도시에서 다문화 가정이 다른 지역만큼 존재할 이유가 없기 때문이다. 세종시를 제외한 나머지 지역에 대해서 그래프를 다시 그려보면 다음과 같다.



그림 3 각 시도별 다문화 가구원 수 대비 태권도장 개수 그래프(세종시 제외)

본 연구에서는 다문화 가구원 대비 태권도장의 개수가 적은 지역(y값이 작은 지역)을 다문화 가정에 대한 태권도 활성화 방안이 시급한 지역으로 선정하고자 한다. 위 그래프에서 각 연도별 y값이 작은 지역에 대해 3순위까지 표로 나타내면 다음과 같다.

년도	1순위	2순위	3순위
2025	경기도	서울특별시	인천광역시
2026	경기도	서울특별시	인천광역시
2027	경기도	서울특별시	인천광역시
2028	경기도	서울특별시	인천광역시
2029	경기도	서울특별시	인천광역시
2030	경기도	서울특별시	인천광역시
2031	경기도	서울특별시	인천광역시
2032	경기도	인천광역시	서울특별시
2033	경기도	인천광역시	충청남도
2034	경기도	인천광역시	충청남도

표 1 도장의 개수가 상대적으로 적을 것으로 예측되는 지역

각 지역별 비율을 구해보면 다문화가정 가구원 수 대비 태권도장의 개수가 가장 적은 지역들은 수도권(서울특별시, 인천광역시, 경기도)에 집중되어 있는 것을 확인할 수 있다. 이는 다문화 가구원들이 대한민국 사회에 원활하게 적응할 수 있게 하기 위해서는 우선적으로 수도권에 관련 정책들이 수립되고 발효되어야 한다는 점을 시사한다.

III. 결과(분석) 및 논의

위 분석을 바탕으로 하여 수도권에 우선적으로 시행되어야 하는 정책들을 몇 가지 제안하고자 한다. 이러한 정책은 다문화 가구원들이 태권도를 통해서 한국의 문화에 적응하는데 도움을 받을 수 있어야 하고, 나아가 대한민국에 다양한 문화가 조화롭게 공존할 수 있도록 긍정적인 결과를 이끌어낼 수 있을 것을 기대한다.

1. 태권도장 설립 및 인센티브 제공

정부와 지자체는 수도권 내 태권도장 설립을 장려하기 위해 재정적 지원과 다양한 인센티브를 제공해야 한다. 이러한 지원을 통해 태권도장을 설립하고 운영하는 데 필요한 초기 비용 부담을 줄이고, 태권도장이 지역 사회에 안정적으로 자리잡을 수 있도록 도울 수 있다.

- 신규 태권도장 설립 지원:

태권도장 설립을 원하는 개인 또는 단체에게 초기 설립 비용을 지원한다. 설립 비용 지원 항목에는 건물 임대료, 장비 구입비, 인테리어 비용 등이 포함된다.

- 세금 감면 혜택:

신규 태권도장 설립자에게 일정 기간 동안 세금 감면 혜택을 제공한다. 감면 대상 세금에는 소득세, 재산세, 부가가치세 등이 포함된다.

- 임대료 보조:

태권도장이 위치한 지역의 경제적 상황을 고려하여 일정 기간 동안 임대료 보조금을 지급한다. 임대료 보조금은 태권도장이 안정적으로 운영될 수 있도록 지원하는 데 목적이 있다.

- 운영 자금 대출 지원:

태권도장 운영에 필요한 자금을 낮은 이율로 대출해주는 프로그램을 운영한다. 대출 상환 조건을 완화하여 태권도장 운영자들이 안정적으로 사업을 유지할 수 있도록 한다.

- 홍보 및 마케팅 지원:

신규 태권도장을 지역 사회에 효과적으로 알릴 수 있도록 홍보 및 마케팅 지원을 제공한다. 온라인 및 오프라인 매체를 활용하여 태권도장의 인지도를 높이고, 다문화 가구가 쉽게 접근할 수 있도록 돕는다.

2. 다문화 가정 대상 태권도 프로그램 개발

다문화 가정을 위한 맞춤형 태권도 프로그램을 개발하여, 이들이 한국 사회에 보다 쉽게 적응하고 태권도를 통해 건강한 삶을 영위할 수 있도록 지원한다. 이러한 프로그램은 다문화 가정의 특성을 고려하여 설계되며, 문화적 배경에 따른 차이를 존중하고, 태권도를 통해 긍정적인 경험을 할 수 있도록 한다.

- 초보자를 위한 맞춤형 교육 과정:

태권도를 처음 접하는 다문화 가정의 구성원을 위해 기초부터 차근차근 배울 수 있는 교육

과정을 개발한다. 기초 기술과 태권도의 기본 정신을 쉽게 이해할 수 있도록 교육 콘텐츠를 제작한다.

- 다문화 가정을 위한 할인 프로그램:

다문화 가정의 경제적 부담을 줄이기 위해 태권도 수업료를 할인해주는 프로그램을 운영한다. 정부 및 지자체의 지원을 받아, 태권도장과 협력하여 저렴한 비용으로 태권도 교육을 받을 수 있도록 한다.

- 다문화 행사와 연계한 태권도 체험 프로그램:

다문화 축제나 지역 사회 행사와 연계하여 태권도 체험 프로그램을 운영한다. 다문화 가정 이 자연스럽게 태권도를 접할 수 있는 기회를 제공하고, 이를 통해 지역 사회와의 유대감을 강화할 수 있다.

- 가족 참여 프로그램:

다문화 가정 구성원들이 함께 참여할 수 있는 가족 중심의 태권도 프로그램을 개발한다. 부모와 자녀가 함께 태권도를 수련하면서 가족 간의 유대감을 강화하고, 한국 문화를 함께 경험할 수 있도록 한다.

- 다문화 가정 전문 강사 배치:

다문화 가정을 이해하고 소통할 수 있는 전문 강사를 양성하여 태권도장에 배치한다. 강사 교육 과정에 다문화 이해와 소통 능력 향상 교육을 포함시켜 다문화 가정 구성원들이 편안하게 태권도를 배울 수 있도록 지원한다.

3. 학교 연계 태권도 교육프로그램 구성

초등학교와 중학교를 중심으로 다문화 가정 자녀들을 대상으로 한 태권도 교육 프로그램을 운영한다. 이 프로그램은 정규 체육 수업과 방과 후 활동을 통해 태권도 교육을 제공하며, 이를 통해 다문화 가정 자녀들이 태권도를 통해 한국 사회에 적응하고, 긍정적인 경험을 쌓을 수 있도록 지원한다.

- 정규 체육 수업 시간에 태권도 교육 포함:

초등학교와 중학교의 정규 체육 수업 시간에 태권도 교육을 포함시킨다. 체육 교사와 태권도 전문 강사가 협력하여 기초 태권도 기술과 태권도의 정신을 교육한다. 체육 수업을 통해 모든 학생들이 태권도를 체험할 수 있도록 하여,

다문화 가정 자녀들도 자연스럽게 태권도를 접할 수 있다.

- 방과 후 태권도 수업 운영:

방과 후 활동으로 태권도 수업을 운영하여, 다문화 가정 자녀들이 더욱 깊이 있게 태권도를 배울 수 있도록 한다. 방과 후 태권도 수업은 자발적인 참여를 유도하며, 경제적 부담을 덜어주기 위해 무료 또는 저렴한 비용으로 제공한다.

- 학교 내 태권도 동아리 활성화:

학교 내 태권도 동아리를 활성화하여, 다문화 가정 자녀들이 태권도를 통해 친구들과 어울리고, 사회적 유대감을 형성할 수 있도록 한다. 동아리 활동을 통해 태권도 대회 참가, 시범 공연 등을 기획하여 학생들의 참여와 관심을 높인다.

- 태권도 교육 자료 및 교재 개발:

다문화 가정 자녀들을 위한 맞춤형 태권도 교육 자료와 교재를 개발하여, 쉽게 이해하고 따라할 수 있도록 한다. 다양한 언어로 번역된 교육 자료를 제공하여 언어 장벽을 줄이고, 태권도 교육의 접근성을 높인다.

- 학부모 참여 프로그램 운영:

다문화 가정의 학부모들도 함께 참여할 수 있는 태권도 프로그램을 운영한다. 부모와 자녀가 함께 태권도를 수련하면서 가족 간의 유대감을 강화하고, 부모도 한국 문화를 이해할 수 있는 기회를 제공한다.

4. 다문화 가구 태권도 교육 홍보 강화

다문화 가구가 태권도 교육에 쉽게 접근하고, 참여할 수 있도록 다양한 홍보 활동을 전개한다. 이를 통해 다문화 가정이 태권도 교육에 대한 정보를 충분히 얻고, 적극적으로 참여할 수 있도록 지원한다.

- 다양한 언어로 된 홍보 자료 제작:

다문화 가정을 대상으로 하는 홍보 자료를 다양한 언어로 제작하여 언어 장벽을 해소한다. 홍보 자료에는 태권도의 소개, 교육 프로그램 내용, 참여 방법 등을 상세히 안내한다.

- 지역 사회 및 다문화 센터와의 협력:

지역 사회와 다문화 센터와 협력하여 태권도 교육 홍보 활동을 전개한다. 다문화 센터에서

태권도 체험 프로그램을 운영하거나, 홍보 자료를 배포하여 다문화 가정의 참여를 유도한다.

- SNS를 통한 온라인 홍보 강화:

소셜 미디어, 다문화 가정 관련 커뮤니티, 웹사이트 등을 통해 태권도 교육 프로그램을 홍보한다. 온라인 홍보 동영상을 제작하여 태권도의 이점과 교육 프로그램 내용을 시각적으로 알린다.

- 학교 및 교육 기관과의 협력:

초등학교, 중학교, 고등학교와 협력하여 다문화 가정 자녀를 대상으로 태권도 교육 프로그램을 홍보한다. 학교에서 태권도 시범 공연을 개최하거나, 학부모 설명회를 통해 태권도 교육의 중요성을 알린다.

- 지역 행사 및 축제 활용:

지역에서 열리는 다문화 행사 및 축제에서 태권도 시범 공연과 체험 부스를 운영한다. 현장에서 태권도 교육 프로그램에 대한 상담과 안내를 제공하여 다문화 가정의 관심을 유도한다.

특히 홍보에서 중요한 것은 정부나 태권도 관련 상위 단체에서 홍보를 직접적으로 진행하는 것보다 전국의 태권도장, 각 초·중·고등학교, 태권도 동아리 등 하위 단계에서 태권도 홍보가 활발하고 동시다발적으로 이루어지게 하도록 유도하는 것이다. 상위 단체는 이러한 하위 단체가 적극적으로 홍보 활동을 이루어 낼 수 있도록 간접적인 지원을 아끼지 말아야 한다.

이러한 다양한 정책들은 앞서 말했듯 다문화 가정이 겪는 다양한 갈등에 대해서 태권도를 통해 도움을 주기 위한 정책이다. 데이터를 바탕으로 하여 해당 정책이 가장 시급한 지역을 수도권으로 선정하였고, 수도권에 먼저 이러한 정책들이 적용되어야 한다. 하지만 현재 대한민국의 다문화 가정 증가 추세를 살펴보면 10년 이상의 기간 이후에는 결국 전국 모든 지역이 다문화 사회로 빠르게 변화할 것으로 보인다. 그만큼 수도권뿐만이 아닌 전국 각지에서 다문화 가정이 다양한 갈등과 어려움을 겪을 것으로 판단된다. 우리 사회는 이러한 사회적 변화에 빠르게 대응할 준비가 필요하다. 앞서 제안

한 다양한 다문화 가정 대상의 정책들이 수도권에 우선적으로 적용된 뒤에 지속적인 모니터링이 시행되어야 한다. 지속적인 모니터링을 통해 이러한 정책들의 수정 및 보완이 주기적으로 이루어져야 한다. 결국에는 이러한 지속적인 정책 관리를 통해 전국 각지에 위 정책들이 적용되어야 한다. 전국적인 다문화 가정 대상의 태권도 활성화 방안을 통해서 조화로운 대한민국 다문화 사회를 건설해야 한다는 점을 역설하고자 한다.

Ⅳ. 참고문헌

- [1] 신나라. (2021). 다문화 학생들의 태권도 수련에 따른 역량지각과 사회적 유능감의 차이 [석사학위논문, 용인대학교]. <http://www.riss.kr/link?id=T15832010>
- [2] 김연권, 이홍구. (2020). 다문화 한국사회와 태권도의 통합적 가치 담론. 한국스포츠학회, 18(4), 233-242.
- [3] 김형훈. (2023). 태권도 교육을 통한 자아탄력성, 자아존중감 및 심리적행복감의 관계: 다문화가정 아동을 중심으로. 한국체육교육학회지, 27(6), 215-224, 10.15831/JKSSPE.2023.27.6.215

태권도 진흥정책에 따른 태권도 공연문화와

태권도문화콘텐츠 활성화 방안

Taekwondo performance culture according to Taekwondo promotion policy

Promotion of Taekwondo Cultural Contents

노연후 (조선대학교)

제 출 일 : 2024. 07. 26

심사완료일 : 2024. 08. 05.

태권도 진흥 정책에 따른 태권도 공연문화와 태권도문화콘텐츠 활성화 방안

노연후 (조선대학교)

국문초록

이 연구는 정부의 태권도 진흥정책이 태권도 공연문화에 미치는 영향력을 파악하고 태권도 공연문화 현황을 분석하여 태권도 공연문화와 태권도문화콘텐츠 활성화 방안을 제시하는 것이 그 목적이다. 이와 같은 목적 달성을 위해 태권도 공연문화 발전의 초석이 된 ‘태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률’ 제정에 큰 영향을 준 참여정부와 이명박 정부와 문재인 정부의 태권도진흥정책을 고찰하고 태권도 공연문화의 현황을 파악하였으며 이렇게 분석된 내용을 선행연구와 현 정부의 태권도 진흥정책과 비교하여 보다 전략적인 활성화 방안과 개선점을 도출하였다. 이러한 방법을 통해 도출된 활성화 방안은 크게 두 가지로 분류되었으며 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 공연예술·콘텐츠 강화를 통한 활성화 방안이다.

- (1) 태권도 공연문화의 대중화를 위한 융복합 공연의 기획을 확대하여 태권도인들만의 공연문화가 아닌 대한민국 모든 국민의 공연문화라는 인식의 변화를 주어야 한다.
- (2) 태권도에 내포되어 있는 근본적 특성인 태권도 정신(道)과 철학이 담긴 공연 연출과 기획이 필요하다.
- (3) 태권도 공연의 저변확대를 위해 가족 단위를 겨냥한 공연이 필요하며 정부의 태권도 진흥정책인 ‘소외계층 태권도 프로그램’의 일환으로 태권도 공연을 적극 활용해야 한다.
- (4) 태권도 공연을 지역의 특색이 있는 관광상품으로 개발하고 ‘태권도 순례 프로그램’의 일환으로 활용하여 태권도 공연문화의 넓은 시장성을 확보해야 한다.
- (5) 태권도 공연문화 홍보를 위하여 정부의 태권도 진흥정책으로 진행 중인 ‘태권도미디어채널 확보’를 적극 활용하고 유튜브(Youtube) 등 소셜 미디어에 태권도 공연을 홍보해야 한다.
- (6) 태권도 세계화 사업이 꾸준히 진행되고 있으니 세계화를 위한 하나의 방편으로 태권도 공연의 해외수출을 도모해야 한다.

둘째, 전문기관·전문인력 등 활동의 강화를 통한 활성화 방안이다.

- (1) 태권도 공연 관련 교육기관의 설립과 타 공연예술의 전문가 교육을 통해 전문 교육자를 양성하여 태권도 공연문화의 질을 향상시켜야 한다.
- (2) 세계태권도연수원(WTA)은 각 대학들과 연계하여 부전공으로 연기, 연출, 음향, 운영 등 태권도 공연에 필요한 전문 인력을 양성하고 공연 관련 직업군을 확대해야 한다.
- (3) 태권도 공연을 할 수 있는 전용극장 혹은 기존 극장 시설의 리모델링을 통한 공연장 확대가 필요하다.

- 1) 태권도 공연문화가 지금의 위치까지 올라올 수 있었던 것은 정부의 태권도 진흥정책이 있었기

에 가능하였으며 이처럼 본 연구에서 제시된 활성화 방안을 달성하기 위해서는 정부의 지원정책을 적극 활용해야 된다. 이상에서와 같이 태권도 공연문화의 활성화를 위해 정부의 태권도 진흥정책과 태권도 진흥법을 적극 활용하고 아직 개선되지 않은 점의 보완을 통해 새로운 비전이 마련된다면 태권도 공연문화를 보다 더 활성화시킬 수 있을 것이며 대한민국을 대표하는 문화브랜드로 장기적인 발전을 이룰 수 있을 것이다. 또한 태권도문화콘텐츠 활성화 방안을 모색하기 위해 온라인 태권도 시범(콘텐츠)의 사례를 분석하였다. 연구 결과를 통해 태권도가 미디어의 발달과 더불어 코로나 19의 상황에 맞물려 온라인을 통해 태권도 시범이 이루어지고 있었으며, 지속되는 코로나19 상황 속에 태권도인들의 심리적, 육체적 피로감을 덜어주고 온라인 속에서라도 태권도를 지속할 수 있다는 점은 분명 긍정적인 요소로 작용된다. 미래사회는 문화콘텐츠의 사회이자 예측할 수 없는 바이러스 발병 상황이 지속적으로 도래될 것이다. 따라서 온라인을 통한 다양한 태권도 콘텐츠 제공해야 할 것이며 온라인을 통한 수련 및 지도에 있어서도 온라인을 적절하게 활용하여 시·공간 제약 없이 언제든지 태권도를 수련할 수 있는 환경을 조성해야 할 것이다.

주제어 : 태권도, 태권도 진흥정책, 태권도 공연문화, 태권도문화콘텐츠, 문화, 활성화

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

21세기는 문화의 시대이다. 과거에는 군사력이나 경제력이 국력을 의미했지만 현대사회에서는 문화가 국가의 위상을 측정하는 중요한 기준이며, 국력이 되고 있어 문화의 가치가 더욱 주목받고 있다(이정희, 최문용, 2018). 그 뿐만 아니라 문화를 기반으로 가치를 창출하는 문화상품이 핵심 아이템으로 급부상하면서, 전통적인 제조업 중심에서 지식·정보 그리고 문화와 관련된 산업으로 그 중심축이 이동하고 있다(양해림, 2012; 황준호, 2012).

태권도의 발전은 정부의 태권도 진흥정책의 변화와 각 기관의 설립으로 인해 계승발전 되어 왔으며 특히 태권도 시범은 짧은 시간 동안 많은 변화와 발전을 보여 주고있다. 그중 가장 눈에 띄는 발전은 태권도가 공연문화로서의 한 장르로 인정받으며 주목받고 있다는 것이다.

1980년 전두환 군사 정권이 들어서며 제 5공화국은 엘리트스포츠를 지원 육성하고 태권도의 세계화에 집중하며 1986년 서울 아시안게임, 1988년 서울 올림픽 등을 위해 홍보 차원에서 시범단을 해외로 파견하고 홍보용 비디오 및 교범을 제작하여 배포하였다(김기홍, 2003). 참여정부는 출범 이후 국민체육진흥 5개년 계획을 통해 체육정책을 펼치고 태권도 시범단 파견 및 용품 지원과 같은 국가체육교류 협력을 통해 국가 이미지를 제고하였다. 또한 2007년 12월 21일 제정된 ‘태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률’을 통하여 태권도원 건립을 위한 초석을 다졌으며 2013년 완공, 2014년 개원식을 가지며 태권도 공연 및 관광산업으로서 태권도의 자리를 굳건히 하고 있다. 2008년 이명박정부는 이 법의 시행령을 공포하고 체육정책인 문화비전을 통해 태권도 한류를 확산하며 대한태권도협회(Korea Taekwondo Association, KTA)시범 공연단, WT(세계태권도연맹)시범단을 창설하였다. 그 중 KTA(대한태권도협회)시범 공연단의 탈, 아리랑파티, 킥스 등 태권도 공연은 활발하게 상연되었다. 또한 9월 4일을 ‘태권도의 날’로 지정하고 국가와 지방자치단체가 기념행사를 할 수 있도록 기반을 마련하였다. 이러한 과정에서 정부의 태권도 진흥정책으로 인해 태권도가 과거에는 수련의 확대와 더불어 생활체육의 활성화 및 국위선양을 위해 주로 활용되었으나 현대사회에서는 문화예술, 관광산업 등의 분야까지 영역이 확대되었다.

실제로 21세기는 창의성을 기반으로 하여 정보, 문화, 기술, 서비스 등이 상호 융합되는 사회로 진입하였고(황준호, 임희수, 정인숙, 김성철, 2011), 특히 정보통신기술이 발달함에 따라 TV, 스마트폰, 태블릿 PC 등 다양한 디지털 매체가 개발되었다. 그중에 스마트폰의 등장으로 언제 어디서나 장소에 구애받지 않고 손쉽게 정보 습득이 가능해졌으며, 스마트폰의 발달과 사용이 급격하게 증가하면서 미디어 형태와 선호하는 콘텐츠들도 변화하고 있다. 특히 언제 어디서나 동영상을 이용할 수 있게 되었고, 주로 소비하는 콘텐츠가 텍스트에서 영상으로 빠르게 변화하고 있다(정지윤, 2014; 이입

평, 2017 재인용). 지난 10년간 스마트폰의 발전 및 보급률의 증가로 인터넷 환경에서 동영상을 시청하기 좋아졌으며, 특히 유튜브를 통해 영상 시청을 활발히 하는 것으로 나타났다. 또한 경영, 마케팅 분야 뿐만 아니라 교육 콘텐츠로서도 유튜브가 다양하게 활용되고 있다. 이렇듯 전 세대가 인터넷 플랫폼 유튜브의 바다에서 함께 헤엄치고 있는 현 시점에서 개인은 물론 다양한 단체들은 유튜브를 이용하여 친근하게 접근하고 있다(곽정현, 이선희, 2020). 덧붙여 스마트 미디어의 보급으로 누구나 손쉽게 동영상을 제작하고 소비하고 공유할 수 있게 됨에 따라 1인 미디어 콘텐츠의 급속한 확산이 이루어지고 있다. 이러한 상황에 맞물려 코로나19로 인해 대면으로 이루어지기 보다는 비대면, zoom 활용 등을 이용이 증가되고 집 안에 머무는 시간이 증가함에 따라 자연스럽게 TV시청이 증가되었다. 태권도 관련 콘텐츠는 ‘태권도 시범’, ‘태권도 공연’, ‘태권도 수업’ 등 다양한 형태로 제공되며 문화 콘텐츠의 하나로서 자리 잡고 있다.

앞서 언급했듯이 태권도는 각 정부의 정책에 따라 변화하고 발전되어 왔기에 태권도 공연문화의 활성화 방안의 논의에 앞서 태권도 진흥정책에 의해 태권도 공연문화가 어떠한 관심과 지원을 받고 현재에 이르렀는지 분석하는 작업이 필수적이며 이를 통한 활성화 방안 제시는 앞으로 태권도 공연문화 발전에 크게 기여할 수 있을 것으로 생각된다. 또한 현재 4차 산업혁명시대에 따른 발달된 정보통신기술이 일상생활 속으로 들어오고 있는 시대에 태권도는 어떻게 적응하고 변화되어 가고 있는지 앞으로 어떻게 태권도가 발전되어 갈 것인지에 대해 문화콘텐츠로의 태권도 사례를 살펴볼 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 정부의 태권도 진흥정책이 태권도 공연문화에 미치는 영향력 파악과 태권도 공연문화의 현황 분석을 통해 활성화 방안을 제시하는 것에 있으며 이를 통해 태권도 공연문화 지원과 발전, 문화콘텐츠로의 확립 가능성을 논해 보고자 한다.

1. 용어 정리

1) 태권도

대한민국의 대표적인 무술로, 세계적으로 널리 보급되어 있는 스포츠이다. 태권도는 아무런 무기 없이 언제 어디서나 손과 발을 이용해 방어와 공격을 수련할 수 있는 무도로 신체 단련과 정신적 무장을 통하여 올바른 인간화를 중요시하는 데 큰 의의를 둔다(박동영, 2013). 본 연구에서 태권도는 시대에 흐름에 따라 공연문화로 변화하고 발전한 공연문화콘텐츠로서의 태권도를 의미한다.

2) 체육정책

체육정책의 개념은 체육에 대한 가치의 권위 있는 배분, 체육의 목적과 가치를 지향하는 행위나 의사결정, 체육 문제를 해결하기 위한 정부의 활동으로 정의한다(심규훈, 2007).

3) 태권도 진흥정책

체육정책의 하위 범주로서 태권도의 진흥을 위한 정부의 정책이다. 태권도 진흥의 기본방향, 교육, 지도자의 교육, 단체지원 및 활성화, 국제교류·협력 및 국제행사 개최, 진흥에 필요한 자원 확보 등을 포함하는 정책이다.

4) 공연문화

공연법 제2조에 따르면 ‘공연’이란 음악·무용·연극·연예·국악·곡예 등 예술적 관람물을 실연에 의하여 공중에게 관람하도록 하는 행위를 말한다. 문화비평가이자 소설가인 Raymond Williams(1961)는 ‘기나긴 혁명’을 통하여 ‘문화’란 세밀한 방식으로 인간의 생각·경험을 다양하게 기록하는 지적이고 상상력이 깃든 작품의 총체이다라고 정의하였다. 본 연구에서의 공연문화란 예술적 관람물인 공연 작품을 관객과 함께 소통하고 공감대를 형성하는 콘텐츠이다.

5) 태권도 공연

태권도를 대표하는 새로운 공연문화로서 태권도 시범의 관한 전반적인 내용을 공연화하여 무대, 연기자, 연출 및 시나리오, 관객 등의 기본요소는 시범과 같다. 하지만 태권도의 기본적인 기술의 중점을 둔 시범과는 달리 태권도 공연은 시나리오 등 스토리에 중점을 두고 전문공연장과 상설이라는 요소가 추가된 새로운 형태의 공연문화라하겠다.

6) 정부정책

정책은 공공문제를 정부 또는 정치단체가 그들의 정치적·행정적 목적을 앞으로 실현하고 해결하기 위해 결정된 행동방침이다. 본 연구에서는 참여정부란 노무현정부(2003 ~ 2008)를 뜻하고 이명박정부는 이명박정부(2008 ~ 2013)를 뜻한다. 본 연구에서는 참여정부와 이명박정부의 태권도진흥정책을 통틀어 정부정책이라 하였다.

7) 미디어

미디어란 정보를 전송하는 매체를 말한다. 미디어의 예로써는 우편, 전보, 가입전신, 신문, 잡지 등 모든 것을 말한다. 정보화 사회라고 부르는 오늘날 이러한 예 이외에도 여러가지 뉴 미디어가 출현하고 있다. 팩시밀리 데이터통신, 텔레비전 전화, 전자우편, 캡틴 시스템, 케이블 텔레비전 등이 있다. 뉴미디어라고 불리는 미디어는 거의 모두 정보의 전송이 전기통신을 이용하므로 망의 디지털화와 관련하여 양자의 정합(整合)이 중요하다.

8) 문화콘텐츠

문화적 요소를 지닌 내용물이 미디어에 담긴 것을 통칭하여 문화콘텐츠라고 한다. 원래는 서적이거나 논문 등의 내용, 목차를 일컫는 말이었지만, 지금은 디지털화된 정보를 통칭하게 되었다. 문화콘텐츠라는 단어는 문화(culture)와 콘텐츠(contents)의 합성어다. 최근 문화콘텐츠의 개념은 온라인 매체만이 아니라 오프라인 영역에서 사람들이 지적·정서적으로 향유하는 모든 종류의 무형자산을 포괄적으로 지목하는 것으로 범위를 확장하기도 한다.

II. 연구방법

1. 정부의 태권도 진흥정책

1) 참여정부의 태권도 진흥정책

참여정부에서 태권도 진흥정책의 주된 목적은 태권도를 통한 한국 이미지 선양에 있으며 이는 ‘태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률’을 제정하여 태권도 진흥에 대한 기본 토대를 마련하게 된다. 태권도 진흥법 제정과 관련해 태권도계에서 많은 변화들이 일어났다. 이 과정들을 살펴보면 1997년 대한체육회의 태권도성전 건립 건의가 있었고 2000년 문화관광부의 태권도공원 조성사업 계획 발표, 2005년 재단법인 태권도진흥재단 창립, 2007년 ‘태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률’에 따른 법정법인화를 거쳐 온 것이다. 이때부터 ‘태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률’ 제5조의 법의 따른 근거를 두고 태권도 진흥 기본계획이라는 정책이 추진되었고 이러한 태권도 진흥정책은 실제로 태권도 시범문화를 공연문화로 변화하는데 초석을 제공하였다(권경상, 이종영 2015).

2) 이명박정부의 태권도 진흥정책

이명박정부의 태권도 진흥정책은 문화환경 창조관광, 세계교류 소통관광, 세계 속의 스포츠 한국, 스포츠산업의 경쟁력 강화라는 과제를 가지고 시작하였다. 태권도진흥기본계획은 태권도의 세계화, 국기 태권도 정립을 위한 기반강화, 전 국민이 즐기는 생활스포츠로 저변확대, 세계적인 문화산업 및 관광 브랜드화 등 5개의 기본 전략을 바탕으로 5년간 약 3185억 원의 예산을 투입하였다.

이명박정부는 참여정부에서 제정한 ‘태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률’을 2008년 6월 22일 시행하며 태권도 진흥에 관한 본격적인 사업을 시작하였다. 그 중 하나의 업적인 ‘태권도의 날’은 세계 태권도인들의 협동과 태권도의 위상 강화를 위해 세계태권도연맹 정기총회에서 2006년 9월 4일을 ‘태권도의 날’로 정하고 공식적인 선포식을 가지며 기념 로고와 함께 우표를 선보인바 있다. 이후 ‘태권도의 날’은 태권도 진흥법에 의해 2008년 공식적인 기념일로 인정받게 된다(문화체육관광부, 2008). 태권도 세계화 사업은 2009년 3월 국가브랜드위원회에서 대통령 보고를 통해 태권도를 국가브랜드 10대 과제로 선정하고, 사업을 추진하였다. 이는 당시 202개국에 달하는 한국의 고유문화 유산인 태권도를 세계적인 브랜드로 육성하는데 목적이 있었다.

한편, 이명박정부는 전략적으로 태권도 해외 진출을 위한 사업을 진행하였는데 그것은 바로 대한민국을 대표하는 태권도 시범단을 창단하는 것이었다. 이미 국기원에 태권도를 대표하는 시범단이 있었지만 이명박정부의 시범단 창단 계획으로 세계태권도연맹 시범단, 대한태권도협회 시범공연단이 창단되며 국기원에만 있던 시범단원의 수가 증가함에 따라 더욱더 많은 해외 시범을 할 수 있게 되었다.

세계태권도연맹(WT)은 경희대학교 국제캠퍼스 중앙도서관 3층 피스홀에서 ‘태권도 평화봉사단 및 WT시범단’ 발대식을 가졌으며 그 외에도 세계태권도연맹 시범단은 창단 이후 WT세계태권도선수권대회, UN행사, 올림픽 등 연간 10회 이상의 주요 국내·외 행사에서 시범을 선보이며 태권도 세계화와 확산의 일조를 담당하고 있으며 특히나 북한 평양에서 시범을 보여 남북교류에도 긍정적인 영향을 끼쳤다.

2008년 대한태권도협회(KTA) 국가대표 시범공연단이 창단식을 갖고 활동을 시작했다. 단장, 감독, 코치, 트레이너 등을 포함해 총 44명으로 구성된 시범공연단은 세계의 태권도 문화를 주도하는 중국 국협회로서 리더십을 회복하는 것은 물론 현 시대가 다양한 태권도의 문화소비 욕구를 충족시키기 위한 취지를 담고 있다. 특히 예술감독과 음악감독을 위촉하고 사물놀이, 비보이, 익스트림 등 일반 공연단체 및 각 대학예술단을 협력단체로 지정해 다양한 시범형태를 선보이는데 주력했다(태권도신문, 2008. 04.15). 대한태권도협회 국가대표 시범공연단은 2009년 타악기 연주자 최소리 감독이 연출한 세계적 난버벌 퍼포먼스 작품 ‘아리랑 파티 시즌3’에 6명의 시범공연단원을 참여시키며 시범공연단의 태권도 공연의 시작을 알렸다. 이 후 2010년 약 70분 정도의 시간으로 제작된 가칭 ‘탈(TAL) - 태권십이지신’을 계획하고 이듬해 미국에 시범공연 투어를 진행하며 2011년 ‘2011 탈(TAL)’을 통해 해외투어를 계획했다. 대한태권도협회(KTA)가 국제적 공연 기반 확보를 위해 마련한 태권도 시범공연 ‘2011 탈(TAL)’이 해외 투어를 시작했다. 당시 투어 대상 지역은 아시아, 남북미, 유럽의 10여 개국, 월드투어의 소요 예산은 약 21억 원이 투자되었다. KTA 시범단은 중국 상하이로 시작으로, 미국, 브라질, 프랑스, 이탈리아, 스페인, 대만, UAE, 태국, 호주를 돌며 ‘2011 탈(TAL)’ 월드투어의 서막을 내렸다. KTA가 이처럼 월드투어를 시작한 목적은 태권도 시범공연을 세계적 공연문화 콘텐츠와 관광자원으로 육성하고, 태권도 전용 공연장 및 태권도공원 활용에 대비한 공연콘텐츠 개발과 스포츠 외교를 통한 태권도 올림픽 영구종목 분위기 조성의 목적을 가지고 있었다. ‘2011 탈(TAL)’ 공연은 2009년 KTA와 소리연구소가 업무협약을 체결하고 2년 동안 각종 공연을 펼치며 보완해낸 작품이다(태권도신문, 2011. 09. 12).

2015년 마지막 ‘문화의 날’ 대미는 태권도가 장식하였다. 올림픽공원 K아트홀 태권도 공연장에서 <스포츠문화, 태권도로 차오르다>를 주제로 행사가 열렸다. 특히 이날 행사에는 소년소녀가장과 장애인, 다문화가족 등 아이들과 가족 200여 명이 특별 초청되었다. 이는 태권도가 전 세계인의 대표적인 무예스포츠로 자리매김하고 단순한 스포츠 종목을 뛰어넘어 ‘문화콘텐츠’로 변화되며 새로운 문화예술로 거듭나고 있다는 것을 보여준 자리였다(태권도신문, 2015. 12. 31).

이와 같이 이명박정부의 태권도 진흥정책은 태권도를 세계화하는데 집중 한 정책이었으며 대한민국을 대표하는 시범단인 대한태권도협회(KTA) 시범공연단의 창설은 태권도 공연이라는 콘텐츠를 가지고 계속한 도전을 통해 태권도를 공연문화로서의 가능성을 보여주었다. 이러한 이명박정부의 태권도 진흥정책은 태권도가 공연문화로 발전하는데 있어서 중요한 버팀목이 되어주며 계속된 성장을 하는데 도움이 되었다.

3) 문재인정부의 태권도 진흥정책

문재인정부는 2017년 5월 12일 출범하였다. 이후 2018년 6월 15일 태권도의 미래 발전전략과 정책과 제인 ‘태권도 10대 문화콘텐츠’ 추진방안을 발표했다. 태권도가 국내·외 수련인구가 폭발적으로 증가하고 한국문화의 대표콘텐츠로 부상했으나, 성장 정체와 리더십 위기에 직면했다고 판단하여 내적, 외적, 시대적 요구를 제시했다(문화체육관광부, 2018).

내적 요구는 국민 모두가 즐길 수 있는 생활스포츠로 거듭난 태권도의 지속적인 성장을 이룰 수 있는 산업생태계 조성의 필요성, 유아, 청소년, 장년, 노년층 등 모든 사람들이 언제 어디서나 즐길 수 있는 프로그램과 지도자 및 수련공간의 필요성, 태권도 종사자와 시설, 교육서비스, 부가시장 개발 등 산업생태계조성의 필요성이 제시되었다.

외적 요구는 올림픽 종목 유지 위기 및 해외 태권도단체의 이탈 움직임 등의 외부적 위험요인과 태권도 종주권의 신뢰를 위한 글로벌 리더십 확립의 필요성, 승품·단 심사, 단증 발급 및 공정한 경기 운영 등의 대내외 신뢰 제고, 해외 수련인구와 도장의 체계적 관리·지원 및 세계태권도연맹(WT)가맹 국가의 태권도협회와 협력 네트워크 구축의 필요성이 제시되었다(문화체육관광부, 2018).

2. 태권도의 공연문화

태권도 공연문화의 개념은 대한민국을 대표하는 문화콘텐츠로서 국내 뿐 아니라 해외 시장까지 겨냥한 언어와 인증 크기는 국경을 넘어서게 될 넘버벌 퍼포먼스 이다. 배우의 살아있는 생동감과 육체, 음성, 기운 등에 의해 태권도의 멋을 느낄 수 있으며 시범의 전통성과 공연문화가 융합된 태권도와 공연예술을 대표하는 새로운 문화로 대한국민만의 특별한 문화콘텐츠라 볼 수 있다.

1) 공연문화

공연이란 공연법 제2조(정의)에서 음악·무용·연극·연예·국악·곡예 등 예술적 관람물을 실연에 의하여 공중에게 관람하도록 하는 행위를 말한다(법제처 국가법령정보센터, 2013). 또한 모든 공연은 어떤 연출가가 생각, 느낌, 본 것, 상상 등을 토대로 새롭게 창조해 낸 것이며 이것은 관객을 통하여 슬픔, 기쁨, 공포, 호기심 등의 감정을 느끼고 그 가치를 부여하고 인정받는다. 공연은 작가와 관객이 혼연 일체를 이루며 즉흥성과 우연성을 보인다. 또한 공연을 크게 5가지로 구분하였는데 예술의 시·공간성, 참여성, 일회성, 총체성, 과정성이다.

김용재(2010)는 다른 예술과는 다른 공연예술이 갖는 차이는 시간·공간에 대한 것으로 예술작품 속에 설정되어 있는 시간·공간은 예술가에 의해 재구성된 것이고 무대 위의 시간과 공간은 모두가 가정된 하나의 사실이며 현실의 것이라 볼 수 없다 하였다. 현실을 무대 위에 옮겨놓는 것은 많은 제약이 따르고 거의 불가능하다고 볼 수 있고 그럼에도 불구하고 관객이 공감할 수 있다는 것은 불완전한 부분들을 관객 스스로 상상력을 통하여 채우고 있기 때문이다.

공연예술의 특성은 표현을 하는 수단이 사람 즉 배우이고 무대라는 특정한 공간에서 관객과 만난다는 것이다. 배우와 관객은 서로를 지켜볼 수 있고 이는 배우와 관객의 사이에 상호반응을 나타낸다. 공연작품과 관객과의 정신적, 심리적인 공유 및 교류는 즉각적이고 직접적으로 이루어진다. 이렇게 공연이란 행위를 하는 배우를 통해 관객이 어떠한 감정이나 생각 등을 구체화시키고 상상력을 극대화해 그 목적에 맞는 반응을 유도해내는 동시에 삶 속에서 지나친 일들을 다시 보고 느끼게 해주며 생각을 통해 대상을 새롭게 알아보게 해주는 기능을 한다. 결국 공연은 배우와 관객의 만남을 통해 완성된다는 것이다. 박준홍(2015)에 의하면 오늘날에는 공연, 산업, 사회 등에서 문화가 중요한 개념으로 취급되고 있다. 이퇴(2012)는 공연예술에서의 문화란 문화콘텐츠로서 활용되는데 주로 대중성, 오락성, 상업성이라는 특성을 가지고 있다고 하였다. 오락성이 결여된 문화콘텐츠는 대중성을 잃게 되고, 대중성을 잃은 문화콘텐츠는 상업성을 잃는다. 상업성이 결여된 문화콘텐츠는 창작물 혹은 순수예술일 수는 있지만 진정한 문화콘텐츠로서의 가치를 상실하게 된다.

공연문화란 위에서 살펴본 다양한 정의를 합치고 재창조해 만들어진 결과이며 공연과 문화, 콘텐츠는 공연문화와 밀접한 관계가 있다. 즉 배우와 관객의 교감, 표현 수단, 대중과의 교류 등 예술적 관람물인 공연 작품을 관객과 함께 커뮤니케이션하고 공감대를 형성하는 콘텐츠라 볼 수 있다.

2) 태권도 공연

시범은 모범을 보이는 것을 뜻하며 관중들에게 태권도의 멋과 진수를 보여주는 행위를 뜻한다. 태권도의 기본동작, 품새, 겨루기, 격파, 호신술 등 태권도의 기본 요소를 구사하여 관중들의 감동과 흥미를 유발하며 태권도의 진면목을 효과적으로 보여주는 행위예술이라고 말할 수 있다(오영화, 2000). 따라서 태권도 시범이란 태권도를 수련한 행위자가 관객에게 수련한 모습을 종합적으로 보여주고 느끼게 함으로써 태권도의 우수성을 느끼게 하는 몸의 표현이라 볼 수 있다. 과거부터 시작하여 현재까지 태권도 시범은 많은 발전 과정에 있으며 태권도 시범은 태권도를 수련한 태권도인의 난이도 있는 기술과 무술정신을 보여줌으로써 비 수련자인 관객들에게 재미와 감동을 주고 흥미를 유발시키고 태권도의 매력에 빠질 수 있도록 만들었다(오동욱, 2015). 태권도가 공연문화 형태로 변화되기 시작하면서 태권도 시범은 연출의 창의성, 표현성, 예술성 등의 특성들이 완벽하게 조화를 이루어 하나의 작품으로 공연되었고 이러한 공연이 높게 평가받게 되며 점차 공연문화 콘텐츠로서의 태권도로 발전하기 시작하였다.

태권도 공연의 의미는 태권도 시범의 전반적인 행위에서 찾아볼 수 있으며 일반적인 공연예술과 같이 연기자, 연출, 무대 등으로 분류할 수 있다. 그뿐만 아니라 표현을 하는 성격과 종류에 따라 분류된다. 시범이 가지고 있던 기존의 엄숙한 분위기의 틀을 깨고 관객과 커뮤니케이션하며 현실에서 경험하기 어려운 화려하고 풍부한 퍼포먼스를 통해 관객의 시각과 청각을 자극시킨다. 퍼포먼스는 기존의 예술형식에 내포되어 있던 문학, 미술, 음악, 연극 등의 모든 장르를 파괴하며 그 방법으로 행위 자체가 강조되어 기존의 예술과는 다르게 우연성, 비도의성, 비확정성의 성격을 보여주고 있다(안창범, 2010). 이러한 특징들은 오늘날의 태권도 공연문화의 하나인 ‘넌버벌 퍼포먼스(Non-verbal Performance)’ 와도 일치한다고 볼 수 있다. 넌버벌 퍼포먼스는 일반적으로 대사가 없고 몸짓, 소리, 음악 등을 포함한 종합적인 무대 요소로 구성되어 있는 공연의 한 장르를 뜻한다. 넌버벌 퍼포먼스는 뮤지컬, 연극, 공연과는 다르게 대사가 없이 진행되고 몸동작과 행동으로 대화하는 방식으로 관객과의 밀접한 소통이 이루어지기 시작했음을 뜻한다. 또한 무대와 관객 사이에 경계선이 사라지고 상호작용이 활발하게 이루어지며 대사가 없이 행동으로 관객과 함께 공연을 이끌어 나가며 공유하는 공연물이라 할 수 있다(곽택용, 2011). 태권도를 주제로 연출된 대부분의 작품은 태권도의 특색을 잘 살릴 수 있는 넌버벌퍼포먼스이다. 태권도 공연의 대표적인 작품인 아리랑파티, 탈, 킥스, 한국의 혼, 태권 뮤지컬 혼 등은 넌버벌 퍼포먼스이고 비언어적 공연이다. 대사가 없이 진행되며 공연을 하는 배우가 자신의 신체를 사용하는 비중이 커지게 되면서 소리와 신체를 이용한 퍼포먼스가 많이 사용되었다. 소재와 구성에 제한이 없다는 점에서 무궁무진한 가능성을 가지고 있고 무대를 통해 일탈과 색다른 색감, 사람들의 상상력을 자극 시키는 다채로운 공연물이라 볼 수 있다.

이렇게 예술적, 공연적 가치가 강조된 태권도 공연은 태권도 자체를 변화시키는 것으로 끝나지 않고 앞으로 더 나아가 한국을 대표하는 문화가 될 것이며 전 세계에 있는 모든 태권도인들은 물론 여러 사람들을 하나로 묶고 공감대를 형성 시킬 수 있는 매개체가 될 것이다.

3. 태권도 공연문화에 대한 활성화 방안

태권도 공연문화의 역사와 현황, 태권도 진흥정책을 살펴 본 결과 ‘SWOT’ 모형을 적용하여 SWOT분석, 전략분석, 통합분석 총 3단계에 걸쳐 분석하였다. ‘SWOT’ 분석은 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위협(Threat)의 약자이며 전략이 내부능력과 외부상황의 간의 밀접한 적합 관계를 창출되어야 한다는 원칙하에 전략적 상황요인들 간의 관계를 요약하여 대안들을 개발하고 수립할 수 있는 지침을 제공하는 분석 도구 중의 하나이다.

1) 태권도 공연문화의 SWOT 분석

	내용
S	태권도 진흥정책의 결과 태권도 공연 전문단체의 성장 태권도 공연장의 확보 성공 태권도 공연 전문단체의 실적
W	태권도 공연문화의 이미지 공연장의 분포 전문적인 교육의 필요성 타 공연문화에 비해 약한 홍보
O	태권도 공연문화의 발전 사설 및 국립 공연단체의 국내·외 진출 정부의 기대감과 진흥정책
T	대중들의 인식 태권도 공연문화의 환경적 약점 태권도공연단체의 지원

표1. 태권도 공연문화의 현황 분석

(1) 강점

태권도는 정부의 태권도 진흥정책으로 인하여 태권도 시범이 새로운 공연문화로 형성되며 태권도 공연 전용극장, 태권도 공연의 증가, 공연단체의 증가 등 공연사업으로 영역이 확장되었다. 태권도 공연문화는 다른 무술, 무도, 무용 등과 같은 화려함과 신비감을 가지고 있으며 태권도만이 할 수 있는 격파의 화려함이 추가되어 관객의 눈을 사로잡는 공연 방식으로 볼 수 있다.

이러한 태권도 공연문화는 정부의 지원으로 태권도 공연을 할 수 있는 공연장의 신설과 공연단체가 증가하였다. 또한 정부가 태권도의 세계화를 통해 외교정책과 국가 홍보 등 국가사업에 활용하며 태권도 시범을 공연으로 변화시키는 데 있어 큰 힘이 되었다. 이러한 태권도의 활용은 관광산업으로서 가치를 인정받게 되고 태권도 공연문화에 상설공연이라는 장기 공연을 기획하게 되었다. 이에 따른 결과로 T1 공연장, K-아트홀 등의 태권도 공연장과 국기원 시범단, 대한태권도협회 시범공연단, 태권도원의 태권도 공연사업단체, 사설 공연단 등이 생겨났다. 탈(TAL), 아리랑파티, 킥스, 달의 무사, 마샬아츠 퍼포먼스 혼 등의 태권도 공연을 선보였다. 이는 정부의 태권도 진흥정책이 생겨난 이후에 태권도가 공연문화로서 자리 잡는데 필요한 공연장, 상설공연 연출, 공연단체 등이 증가했음을 알 수 있다. 이러한 현상은 태권도가 관광문화산업으로 그 영역이 확장되고 어느 나라에서도 가질 수 없는 독창성과 가치를 창출할 수 있는 시장성을 인정받고 있으며 대한민국 정부의 적극적인 지원이 있었음을 알 수 있다.

(2) 약점

참여정부와 이명박정부의 태권도 진흥정책 이후 태권도는 공연문화로 변화하기 시작하고 대중매체의 보도, 국가 홍보 차원에서 해외 공연 등을 통해 해외, 관광객, 국내 관중들에게 홍보가 되면서 많은 사람들의 관심을 받기 시작했고 이로 인하여 태권도가 공연문화로 발전하는데 있어 도움이 되었다. 하지만 대부분의 공연은 태권도 수련 인구가 관객의 대부분을 차지하고 있으며 실제 일반인들에게는 아직 많이 생소하고 공연을 많이 관람하지 않는 실정이다. 이는 공연을 하는 배우의 태권도 및 마샬아츠 등의 테크닉 실력은 관객에게 만족도를 줄 만큼 난이도가 높은 기술을 선보이고 있지만 대중들이 느끼기에 태권도가 기존의 시범이 가지고 있던 분위기를 탈피하지 못하였다고 생각할 수 있으며 공연장이 한정적이고 지역의 특성이 있기 때문이라 볼 수 있다.

대한민국의 태권도 공연문화는 계속해서 발전을 거듭하며 정부의 지원을 받고 있다. 그리고 공연의 질은 날이 갈수록 높아져 가고 있으며 새로운 콘텐츠와의 융합을 통해 공연예술로서 탄탄하고 좋은 스토리 전개를 가지고 있다. 하지만 실제 공연을 홍보하는데 있어서 대중들이 쉽게 접할 수 있는 매체나 지역에 홍보가 부족한 사실이 있다. 수도권 내에 태권도 공연을 관람할 수 있는 곳은 K-아트홀, 국기원 두 곳이 있고 지방에서는 전라북도 무주의 태권도원 하나이기 때문에 대한민국 전체로 본다면 3곳에서 태권도 공연을 할 수 있기에 전용극장이 많지 않은 실정이다. 실제 태권도 공연을 하고 있는 사설 단체의 경우 지방의 공연장을 대여하여 사용하고 있는데 공연장 자체가 태권도 전용극장이 아니다. 실제로 국기원시범단의 ‘한국의 혼’과 대한태권도협회 시범공연단의 ‘킥스’는

서울을 비롯하여 경상도, 전라도 등의 지방 공연 ‘Y-Kick ENT.’의 경우 제주도, 강원도 공연, 태권도원의 경우 전라북도 무주 등 여러 곳에서 공연을 하고는 있지만 태권도 전용극장이 아닌 곳도 있으며 이러한 점을 볼 때 각 지역에 태권도 공연을 할 수 있는 전용관이나 연습 공간이 구비되어 있지는 않다.

태권도공연문화가 활성화되기 시작한 2008년부터 현재까지 태권도를 활용한 공연이 많이 연출 되고 관련 인력이 배출되었다. 태권도를 활용한 공연의 대부분이 난버벌 퍼포먼스이다 보니 배우들의 표정과 몸짓에 많은 의지를 하고 있다. 하지만 배우들의 태권도실력과 퍼포먼스적인 부분이 날로 발전하는 반면 연기력은 다른 장르의 배우들에 비해 떨어지는 것은 사실이다. 상황이 이렇다 보니 대한민국만의 독창적인 색깔을 가진 태권도를 공연문화로서 발전시키는 데 있어 문제가 되고 있다. 공연문화로서 완벽하게 자리 잡기 위해서는 공연에 필요한 교육을 하는 전문교육자들의 투입이 필요한 실정이고 누구보다 태권도를 잘 알고 있는 태권도를 했던 전문연출가의 교육도 필요한 실정이다. 또한 소셜 미디어에 ‘태권도 공연’을 검색하면 상설공연 보다는 이미 널리 알려져 있는 시범들이 공연화 되어 있는 영상이 많이 나오다보니 홍보적으로 문제가 있다.

(3) 기회

현재 태권도 공연문화는 한국을 대표할 수 있는 문화브랜드로 성장하고 있고 이미 그 가치를 인정받고 있다. 정부의 태권도 진흥정책으로 많은 지원과 투자를 받고 있으며 이를 통해 여러 부류의 태권도 공연이 제작되었는데 킥스와 같은 영상을 포함한 융복합 공연, 아리랑파티와 같은 태권도와 여러 장르의 융합 공연, 태권도 고유의 기술이 들어있는 국기원시범단의 공연 등 작품성과 흥행성이 높은 작품이 탄생하였으며 기술의 완성도까지 더해 그 가치를 끌어올렸다.

참여정부와 이명박정부를 통해 태권도 공연 작품을 해외파견을 통해 해외에 선보이고 국내에서도 투어 공연을 통하여 대중들에게 선보였다. 이는 자연스럽게 여러 대학교 태권도 시범단, 사설 시범단 등에게 시범을 공연문화로 변화하는데 영향을 주며 태권도 공연문화의 영역을 확장시키게 되었다. 기존의 태권도 공연이 각 기관을 대표하는 곳에서 활성화가 되고 있었다면 최근에 들어서는 사설 공연 단체의 공연이 활성화되고 있다. 마살아츠 퍼포먼스 ‘혼’ 공연은 사설 공연 중 유일하게 2018평창 동계올림픽에서 대중들에게 선보였다. 태권도는 태권도를 대표하는 각 기관 및 태권도원 외에도 여러 대학시범단, 사설공연 및 시범단의 시범이 공연문화로 변화하면서 태권도의 전반적인 흐름이 공연예술 사업으로 확장되고 있음을 알 수 있으며 이는 태권도 공연문화의 발전에 있어 기회의 요소로서 무한한 가능성을 보여주고 있다. 이러한 변화는 정부의 태권도의 대한 기대감과 태권도 진흥정책으로 인하여 가능했으며 태권도를 통하여 국가의 이미지를 제고하고 관광문화로서 브랜드 가치의 향상 등이 있었기 때문이다.

(4) 위협

태권도 공연문화가 아직은 대중문화로 자리 잡지 못하고 대중들 사이에서 기존의 시범이 가지고 있던 엄숙하고 딱딱한 분위기로 생각하는 경향이 남아있다. 이러한 대중들의 부정적인 시선으로 인해 관객을 확보하는 데 있어 어려움이 있을 수 있으며, 이는 공연을 통한 수익이 감소로 이어질 수 있다. 또한 특정 단체들을 중심으로 제작활동이 이루어지는 경향이 있어 상대적으로 규모가 작거나 정부의 투자를 받지 못하는 공연단체의 경우 발전이 어려울 뿐만 아니라 태권도 공연문화의 특성상 전문공연장으로 공연이 집중되어 있다. 이는 태권도 공연문화의 보급에 걸림돌로 작용할 수 있다. 그리고 이미 여러 콘텐츠가 활성화되어 있는 공연문화의 경우 문화산업도시 이미지를 선점한 여러 도시에서 정착하여 상설공연을 하고 있기 때문에 공연문화로서 후발주자인 태권도에겐 시장 확보가 어려울 것이며 다른 공연문화콘텐츠와의 경쟁이 심화되는 상황이 발생할 수 있다.

태권도 공연문화의 내부적인 문제점의 하나는 공연단체의 수가 적다는 것이다. 태권도 진흥정책 제 2장 제5조 2항 6호를 보면 태권도 진흥 기본계획의 수립 및 시행을 위해 태권도시설 및 태권도단체의 지원에 관한 사항이 포함되어 있다. 이러한 지원에 의해 여러 단체의 상설공연이 기획되었지만 국립단체인 국기원, 대한 태권도협회 시범공연단과 태권도진흥단체의 지원을 받는 사설공연단체인 우석글로벌 아카데미를 제외하면 실제로 지원을 받아 공연을 하고 있는 단체는 미약한 실정이다. 공연문화의 활성화를 위해서 지속적이고 많은 공연이 기획되어야 하는데 지원의 부족은 공연기획에 있어 경제적 부담을 가지고 있는 사설 공연단체의 경우 공연을 기획하기란 쉽지 않다. 많은 발전을 이루고 성장하고 있는 태권도 공연문화는 대중과 태권도인들에게 즐거움과 볼거리를 제공하고 하며 새로운 문화콘텐츠로 급부상하고 있다. 하지만 위에서 제시된 문제점들을 통해 태권도 공연문화의 새로운 콘텐츠의 개발과 영역 확장, 발전 등을 위한 전략적 방안이 구축되어야 할 것이라 사료된다.

2) 온라인 태권도 시범 (콘텐츠)

태권도 시범 활동은 태권도를 세계화시키는데 많은 공헌을 해왔으며, 한국문화의 우수성을 대변하고 있다. 태권도 시범이 국가적인 차원에서 정치, 외교의 역할(최광근, 2011)을 해온 동시에, 사회구조적인 차원에서는 문화 콘텐츠로 성장하고 있다(권경상, 권현수, 2017). 현대사회는 새로운 시도와 콘텐츠 생산으로 시대를 반영한 긍정적 변화를 거듭하고 있다. 즉 이러한 시대적 상황에서 태권도 시범문화는 신한류 콘텐츠로써 유행의 흐름을 떠나 한국문화를 더욱 깊이 있게 만들어줄 잠재력을 충분히 내포하고 있다(권경상, 권현수, 2017). 또한 하나의 볼거리를 제공함으로써 보는 이로 하여금 감동과 희열, 그리고 놀라움을 느끼게 해준다. 문화 콘텐츠로서의 시범의 사례를 살펴보면 태권도 시범이 국내 뿐만 아니라 해외공연에서도 문화의 콘텐츠의 하나로써 활성화되고 있어 문화 관광 상품화의 파급효과까지 있다(나채만, 이주화, 2014). 그뿐만 아니라 최근에는 각종 SNS와 유튜브 영상에서 태권도 시범 콘텐츠가 큰 인기를 누리고 있다. 불과 몇 년 전에는 태권도 시범 공연이 직접 관람 형태로 이루어졌다면 지금은 온라인상에서 관람이 가능해지고 더욱 대중적이고 보편적으로 관람이 가능해졌다는 점이다. 이것은 미디어의 발달과 더불어 코로나 19 상황이 겹친 데에서 더욱 확산된

것으로 생각된다.

전통적으로 우리의 택견과 씨름은 마을에서 두 사람이 맞붙어 힘겨루기를 하고 구경꾼들이 모여 서로 상호교감 하면서 이루어졌기 때문에 경기 그 자체를 여과 없이 온몸으로 느낄 수 있는 대면적 관람형태였다(곽정현, 이선희, 2015). 그리고 그 이후부터 최근까지 일방향 관람으로 태권도 시범자들이 시범을 하고 관람객은 관람석에서 관람을 하는 형태로 해당 시범이 끝나면 다시 볼 수 없고, 시범자들과 밀접한 소통을 할 수 없는 형태였다. 최근에 이르러 매체, SNS, YouTube의 등장으로 인해 이제는 온라인 속에서 다양한 태권도 시범영상을 시청할 수 있게 되었으며, 시공간 제약없이 반복 시청이 가능하다는 점이 특징으로 볼 수 있다. 특히 코로나19의 영향으로 공공기관의 관람 형태의 태권도 시범 중계 사례가 증가하였는데, 2020년 4월에는 국기원 태권도 시범단이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 어려움을 겪는 세계인에게 위로와 희망의 메시지를 전달하기 위해 개최한 태권도 공연 ‘하이킥’ 이 온라인으로 생중계하였고(한국경제, 2020), 9월에는 국기원 태권도 시범단과 함께 서울시가 총 8회에 걸쳐 태권도 공연을 온라인 생중계하였다(국기원 블로그, 2020). 그리고 주홍콩한국문화원에서도 온라인 태권도 시범 공연을 실시한 바 있다(문화체육관광부, 2020).

이렇듯 태권도 시범이 하나의 콘텐츠로 확고히 자리 잡았으며 현대사회에 맞춰 다양한 방법과 형태 속에서 관람이 가능하도록 변화하고 있다.

Ⅲ. 결론 및 제언

본 연구는 정부의 태권도 진흥정책이 태권도 공연문화에 미치는 영향력을 파악하고 태권도 공연문화 현황을 분석하여 태권도 공연문화와 태권도문화콘텐츠 활성화 방안을 제시하는 것이 그 목적이었다. 태권도 공연문화의 현황분석을 통해 도출된 전략 방안은 전반적으로 실현 가능성도 있지만 다소 이상적인 내용을 포함하고 있다. 또한 장기적으로 실천하고 추구하여야 하는 비전이므로 현재와 미래에 대비한 태권도 공연문화의 활성화를 위한 실질적인 지표라고 할 수 있다. 이러한 측면에서 본 연구의 ‘SWOT’ 분석과 선행연구, 현 정부의 진흥정책과의 비교를 통한 내·외부적 활성화 방안을 정리하였다.

1. 공연예술·콘텐츠 강화를 통한 활성화 방안

1) 태권도 공연문화의 대중화를 위한 융복합 공연의 기획 확대

태권도 공연 문화는 아직 대중문화로 보기에는 무리가 있다. 일반 대중들이 태권도 공연을 관람하지 않은 이유로 태권도 시범의 고착화된 시각에서 비롯되었다 할 수 있다. 이렇기 때문에 대중들의 호기심을 이끌어내 태권도 공연을 관람하고 싶은 욕구를 증가 시켜야한다. 대중들의 호응을 이끌어낼 수 있다면 태권도가 가지고 있던 이미지를 탈피하고 태권도 공연문화는 대중문화로서 인정받을 수 있게 될 것이다. 또한 현 정부는 태권도 문화콘텐츠 연구 발표(문화콘텐츠 정책연구 공청회 등을 통해 태권도 문화콘텐츠 개발 사업화를 진행하고 있다. 이는 태권도를 활용한 공연, 웹툰, 드라마 등 시나리오를 갖춘 태권도 소재 콘텐츠를 확보하고 우수한 콘텐츠에는 단계별 제작 지원을 하는 것인데 이러한 정부의 지원 사업에 맞게 우수한 융복합 공연을 기획한다면 정부의 지원까지 받을 수 있는 장점이 있다.

2) 정부의 태권도 진흥정책 활용

태권도 공연의 저변확대를 위해 가족 단위를 겨냥한 공연이 필요하며 정부의 태권도 진흥정책인 ‘소외계층 태권도 프로그램’의 일환으로 태권도 공연을 적극 활용해야 한다.

현 정부에서 실행중인 ‘소외계층 태권도 프로그램’은 다문화가정, 저소득층, 새터민가정, 차상위계층 청소년 대상의 태권도 문화체험 프로그램이다. 이러한 상황을 볼때 현재 ‘권선징악’, ‘해학적’ 등의 요소가 강한 태권도 공연이 가족, 사랑, 동심 등의 감성적 공연이 새로 기획되어 정부의 정책 프로그램 일환으로 활용하여 대상들에게 꿈과 희망을 주고 태권도 공연문화의 이미지도 상승하게 되는 긍정적 효과를 볼 것이다.

위 제시된 활성화 방안은 기존 선행된 연구들에서 제시되지 않은 방안으로 태권도 공연문화의 활

성화 방안에 있어 새로운 전략이 될 것이라 사료된다.

3) 미디어 홍보 적극 활용

정부의 태권도 진흥정책으로 진행 중인 ‘태권도 미디어채널 확보’를 적극 활용하고 유튜브(Youtube) 등 소셜 미디어에 태권도 공연을 적극 홍보해야 한다. 이는 태권도 공연이 가지고 있는 기존의 이미지의 문제일 수도 있지만 태권도 공연의 홍보에 있어 문제점이 지적되기도 한다. 현재 활동 하고 있는 태권도 공연작품들을 각 미디어 채널에 홍보하고 유튜브 등의 소셜 미디어를 적극 활용해야 한다. 유튜브의 경우 ‘태권도 공연’을 검색하면 태권도 시범과 공연의 모호한 정의 때문에 태권도 공연보다는 시범의 모습이 많이 보이고 있으며 정확하게는 현재 활동 중인 공연들이 보이지 않는다. 미디어의 발달과 더불어 지속되는 코로나19 상황 속에 태권도인들의 심리적, 육체적 피로감을 덜어주고 온라인 속에서도 태권도를 지속할 수 있다는 점은 분명 긍정적인 요소로 작용되었다. 뿐만 아니라 시범공연 또한 온라인으로 생중계 혹은 시범 영상들이 콘텐츠가 되어 많은 이들이 시청하고 간접적으로나마 태권도를 체험하고 있는 것으로 알 수 있었다. 정부의 지원정책과 소셜 미디어를 적극 활용한 홍보 전략을 계획한다면 많은 국민들에게 태권도 공연문화를 알리는데 도움이 될 것이다.

2. 전문기관·전문인력 등 활동의 강화를 통한 활성화

1) 태권도 공연 전문 지도자 양성

태권도 공연 관련 교육기관의 설립을 통해 전문 교육자를 양성하고 태권도 공연문화의 질을 향상시켜야 한다. 태권도 공연의 질의 향상을 위해서는 시각과 청각 등을 극대화시킬 수 있는 무대 환경의 조성 and 공연의 탄탄한 스토리, 배우의 연기력이 기본적으로 수반되어야 한다. 태권도는 이미 세계태권도연수원(WTA)을 통해 지도자 교육 등 양질의 교육을 제공하고 있으며 이점을 적극 활용하여 태권도 공연 전문 지도자를 양성한다면 보다 더 높은 공연이 될 것이다.

2) 공연 관련 직업군 확대

세계태권도연수원(WTA)은 각 대학들과 연계하여 부전공으로 연기, 연출, 음향, 운영 등 태권도 공연에 필요한 전문 인력을 양성하고 공연 관련 직업군을 확대해야 한다. 이를 위한 방안으로 정부의 태권도 진흥정책을 활용해야 한다. 현 정부는 세계태권도연수원의 역할과 기능을 강화하기 위해 여러 사업을 진행하고 있다. 그 중 세계태권도연수원의 기능 및 프로그램 강화로 교양, 부전공, 직무교육 등 대학 커리큘럼 개선을 위해 각 대학 태권도학과와 협업을 추진하고 있다. 세계태권도연수원에 태권도 공연관련 분야를 신설하고 부전공 활성화 방안으로 연기, 연출, 음향, 운영 등 공연 전문가를 양성하는 프로그램이 신설된다면 태권도학과를 졸업하는 학생들에게 새로운 진로가 될 것이고 공연

전문가의 배출은 태권도 공연의 수준을 향상시키고 미흡한 부분이 보완되며 현재 태권도 공연문화를 보다 전문성있는 문화로 만들 수 있는 기회가 될 것이다.

태권도 공연문화의 역사는 타 공연문화에 비해 길지는 않지만 정부의 진흥정책을 통해 높은 가치를 가지게 되었다. 하지만 아직은 보완해야 할 사항과 개선점들이 발견되어 이와 같은 활성화 방안들이 제시 되었다. 이를 달성하기 위해서는 정부의 태권도 진흥정책을 통한 정책적 지원 없이는 불가능 하다고 사료된다. 이러한 문제점을 해결하고 태권도 공연문화의 발전을 위해서는 태권도 공연문화의 개선점과 정부의 진흥정책을 적극 활용해야 할 것이다.

참고문헌

- 김기정(2008). 「문화콘텐츠 개념(概念)과 의의(意義)에 관한 연구」, 동국대학교대학원 석사학위논문.
- 김기홍, 김동석, 김용욱, 윤상문, 주동진(2001). 「제3·4공화국의 태권도 진흥정책에 대한 고찰」, 영남대학교대학원 論文集, 7, 359-377.
- 김용재(2011). 「공연예술로서 태권도의 활용방안」, 용인대학교대학원 석사학위논문.
- 김용재(2016). 「텔라이 기법을 활용한 태권도 공연문화 정착을 위한 우선순위 탐색」, 용인대학교대학원 박사학위논문.
- 곽택용(2013). 「태권도 시범의 공연예술로서 가능성 탐색」, 성균관대학교대학원 박사학위논문.
- 권경상, 이종영(2015). 「한국 정부의 태권도 진흥정책과 시범문화의 변화」, 한국체육학회지, 54(4), 515-526.
- 박동영(2013). 「태권도 시범공연에 나타난 공연 연출적 가치에 관한 연구」, 경희대학교대학원 박사학위논문.
- 안창범(2010). 「태권도 시범의 무대예술공연 정착 방안에 관한 연구」, 경희대학교대학원 석사학위논문.
- 양현석(2006). 「광복 후 태권도 세계화의 변천과정(1945-2005)」, 한국체육대학교대학원 석사학위논문.
- 오영화(2000). 「태권도 시범의 발전 방안에 관한 연구」, 용인대학교대학원 석사학위논문.
- 윤찬홍(2016). 「태권도공연의 발전과 공연예술로서 가치탐구」, 용인대학교대학원 석사학위논문.
- 이퇴(2012). 「한국문화 노출 및 개인적 자원이 몰입 및 K-POP 선호도와 소비행동에 미치는 영향」, 조선대학교대학원 박사학위논문.
- 심주용(2013). 「관광 문화상품으로 태권도 시범의 공연예술적 가치 탐구」, 한국체육대학교대학원 석사학위논문.
- 전시교(2003). 「퍼포먼스에서 텍스트, 공연과 관객간의 관계에 관한 연구」, 홍익대학교대학원 박사학위논문.
- 정재은(2012). 「태권도의 공연예술화 구성원리 탐구」, 한국체육대학교대학원 석사학위논문.
- 채성희(2009). 「퍼포먼스(Performance)예술의 매체별 특성에 관한 연구」, 강원대학교대학원 석사학위논문.
- 공연법 (일부개정 2017. 11. 28, 법률 제 15055호).

문화기본법 (일부개정 2017. 11. 28, 법률 제 15061호).

태권도 진흥 및 태권도공원 조성 등에 관한 법률 (일부개정 2018. 04. 17, 법률 제 15569호)

국기원 <http://www.kukkiwon.or.kr>

네이버 <https://www.naver.com>

대한태권도협회 <http://www.law.go.kr>

문화산업진흥원 <http://www.kpipa.or.kr>

문화체육관광부 <http://www.mcst.go.kr>

세계태권도연맹 <http://www.worldtaekwondo.org>

태권도국가대표시범단 <http://demo.koreataekwondo.co.kr>

『국제일보』 (2018. 02. 26), 「모던태권도 ‘킵스’ 시즌3, 5개 도시 지방투어 개최」

<http://www.gukjenews.com/news/articleView.html?idxno=880584>

<http://www.jejunews.com/news/articleView.html?idxno=868203>

『태권도신문』 (2005. 12. 19), 「‘태권도진흥재단’ 본격적 업무 돌입」

<http://www.tkdnews.com/news/articleView.html?idxno=157>

『태권도신문』 (2006. 02. 20), 「국기원 시범단 새롭게 태어난다」

<http://www.tkdnews.com/news/articleView.html?idxno=224>

『태권도신문』 (2007. 08. 20), 「‘세계인의 문화 태권도’ 홍보동영상 배포」

<http://www.tkdnews.com/news/articleView.html?idxno=1973>

MZ세대 성인태권도 참여자 유입을 위한 정책적 마케팅 제언

박민성(한양대학교 ERICA)¹⁾ · 이선희(한양대학교 ERICA)

본 연구는 현재 mZ세대들 중 태권도를 수련하는 성인 수련생들에게 성인 태권도장의 전체적인 서비스 품질을 측정하여 성인 태권도 활성화 및 성인 수련생 증대를 위한 기초자료를 제공하는데 그 목적이 있다. 연구의 목적을 달성하기 위해 현재 태권도를 수련하는 mZ세대인 20~40대 사이의 성인 태권도 수련생들을 대상으로 객관형, 개방형 설문을 동시에 실시하였으며 이로 수집된 자료들을 IPA 매트릭스 기법으로 분석하였다. 그 결과로는 ‘지도자의 지도능력, 지도자의 전문성과 리더십, 지도자의 인격 및 언행, 태권도장의 냉방 및 난방의 상태, 태권도 수련 프로그램의 흥미, 태권도 수련 프로그램의 내용, 태권도장 주변의 안전, 태권도장 이미지, 태권도장에 대한 주위평판, 태권도장의 친근한 이미지’ 등의 서비스의 품질은 준수하게 운영되고 있는 것으로 나타났으며, ‘태권도장의 청결상태, 태권도장의 교육기자재 구비 상태, 태권도 수련 프로그램의 다양성, 태권도장 주변의 교통 및 접근성’ 과 같은 도장의 관리나 성인 태권도장 지점 부족 등의 요인이 개선되어야 하는 것으로 나타났다. 위 연구 결과에 따라 전체적인 태권도장의 경영, 마케팅, 시설관리 등을 포함한 ‘성인 태권도장 컨설팅 정책’ 을 제안하는 바이며, 연구된 자료들 또한 태권도의 진흥을 위한 기초자료로 활용되기를 기대한다.

1) asdcf9002@gmail.com (박민성)

I. 서론

1. 연구의 필요성

태권도는 우리 민족의 가치를 담은 문화유산이며, 세계적으로 각광받고 있는 종목으로 전 세계 8000만 수련생과 50만 도장을 보유하고 있다(글로벌태권도산업연구소, 2018) 이와 더불어 2024년 기준으로, UN(United Nations)의 회원국은 193개이고(UN, 2024), 국제올림픽위원회(International Olympic Committee, IOC)의 회원국은 206개국에 가입되어 있다(IOC, 2024). 이러한 점을 고려해 보았을 때 세계태권도연맹(World Taekwondo, WT)에 가입된 회원국은 213개이다

그러나 2023년 국기원의 조사에 따르면 태권도 도장의 수는 2019년 이후 지속적으로 감소하는 경향을 나타내 전국적으로 약 200개 이상의 도장이 사라졌다고 보고하였다. 이와 더불어 2023년 3월에 국기원 주최로 열린 ‘국기태권도 법화 이후의 과제 연구’ 포럼에 참가한 태권도 관장의 말을 인용하자면 최근 태권도장의 교육생은 대부분 초등학생이며, 한 도장이 100~150명 이상은 되어야 운영에 차질이 없지만, 이미 수년 전부터 100명 이하로 급감한 태권도장이 증가하면서 운영에 차질이 생기고 있다고 전했다(정윤덕, 2023).

글로벌태권도연구소의 조사에 따르면 전 세계 8000만 태권도 수련생 중 85%인 6800만명이 유소년인 것으로 나타났다(글로벌태권도연구소, 2018). 이처럼 태권도 수련생의 대부분이 유소년인 것을 고려해 보았을 때 전국의 태권도장

이 유소년 위주의 프로그램을 운영할 수 밖에 없었음을 추론해 볼 수 있다.

그러나, 1990년대에는 20.0이었던 고령화지수가 연구착수 시점인 현재 181.2까지 증가된 것을 고려한다면(통계청, 2023) 더 이상 유소년 수련생 위주의 태권도는 태권도의 저변을 확대할 수 없으며, 태권도의 성인층 참여율 저조에 대한 문제는 현재 태권도라는 종목이 직면한 큰 문제점 중 하나라고 볼 수 있다.

이에 따라 ‘태권도진흥재단’에서는 2008년에 처음 발표된 ‘제 1차 태권도 진흥계획’을 시작으로 최근 2019년 발표된 ‘제 3차 태권도 진흥기본계획’까지 총 3번에 걸쳐 ‘태권도진흥기본계획’을 추진하여 태권도의 문화적 보급을 꾀하려는 노력을 지속하였다. 총 3번에 걸친 ‘태권도진흥기본계획’에서는 ‘다양한 연령대의 참여’를 중점으로 하는 전략을 포함하며, 주요하게 다루는 내용 또한 기존 아동 중심 태권도 수련 인구를 탈피해 다양한 연령대가 유입되어 즐겁게 수련할 수 있는 태권도를 만들기 위한 전략을 수립했지만 앞서 언급하였듯이 태권도의 저변을 확대하는 노력을 지속할 필요가 있다고 사료된다, 이러한 점을 고려해 본다면 성인 태권도 활성화를 위해 성인태권도의 운영 현황을 소비자 측면에서 고려하여 해결 방안을 모색해 볼 필요가 있다고 판단된다.

이에 따라 성인 태권도의 활성화를 위해 활발한 연구가 이루어지고 있다.

김중수, 신호철(2020)의 연구에서는 재미 요인을 중점으로 한 개방형 설문을 이용해 성인 태권도 활성화를 분석했으며, 이병찬, 임용석(2023)의 연구에서는 참여 제약요인과 극복요인에 중점을 두고 연구했고 태권도 성인 수련층 침체 요인에 대해 설문조사로 접근하거나(유동현, 2008) 성인 태권도장의 활성화를 마케팅

방법 위주로 접근하는 등 (이동경, 2017) 다양한 연구가 진행되었으나 소비자 입장에서 전체적인 성인 태권도 서비스 품질 요인 분석을 시행한 연구는 미비한 실정이다.

또한 최락홍, 김미량, 이명하. (2023)의 연구의 제언점에서는 태권도 연구방법에서 양적연구(36.8%)에 비해 질적 연구(57.9%)가 훨씬 큰 비중을 차지하며, 이에 따라 성인 태권도 활성화에 대한 연구대상 분석은 실제 참여자에 대한 데이터를 수집하여 양적연구가 지속적으로 이루어질 필요가 있다. 라고 언급하기도 했다.

때문에 본 연구는 ‘성인 태권도 서비스 품질 요인 분석’을 통해 성인 태권도장 서비스 수준을 평가하고, 태권도 저변 확대를 위한 정책을 제언하고자 한다. 이를 위해 태권도를 현재 경험하고 있는 MZ세대를 대상으로 하여 서비스 품질 요인을 분석하고, 이들의 태권도 참여 방안을 모색하여 태권도의 활성화를 도모하는 것이 목적이다.

Ⅱ. 연구방법

1. 연구 대상

본 연구에서는 태권도를 수련 중인 20세~40세의 생활체육인들을 대상으로 설정하였다. 비확률표추출법(non-probability sampling method) 가운데 편의표본추출법(convenient sampling method)을 이용하여 표본을 추출, 2024년 7월 17일부터 7월 24일까지 1주일간 총 101부의 온, 오프라인 설문을 배포하였다. 설문 배포와 회수 절차는 다음과 같다.

온라인 설문 조사의 경우 구글 폼(google form)을 사용하였으며, 전국 태권도장, 동호회 등의 관리자들에게 협조 요청을 정중히 구한 뒤 설문 링크를 배포하였다. 오프라인 설문 조사의 경우에는 마찬가지로 도장 내의 관리자에게 동의를 구한 뒤 도장을 직접 방문해 설문 문항에 대한 간단한 설명 후 설문지를 배부하여, 설문이 완료된 시점에 즉시 회수하였다. 연구 대상자의 인구 통계학적 특성은 다음<표 1>와 같다.

표 1. 연구 대상자의 인구 통계학적 특성

특성	구분	빈도(N)	비율(%)
성별	남	63	63.6%
	여	38	38.4%
연령대	20~24	61	63.6%
	24~29	17	17.2%
	30~34	11	11.1%
	35~40	12	12.1%
	단증 없음	20	20.2%
태권도 경력	1단	13	13.1%
	2단	11	11.1%
	3단 이상	57	57.6%
수련기간	1년 미만	15	15.2%
	1년~3년	14	14.1%
	4년~6년	12	12.1%
	7년 이상	60	60.6%

2. 조사 도구

사용된 측정도구는 이용준, 남상백, 권재윤 (2021)의 설문 문항을 참고하였으며, 이를 성인 태권도 수련생과 도장 특성을 반영하기 위해 스포츠 경영학 및 체육측정평가 전공 교수 2인과 3차례 회의 진행하여 내용타당도를 확보하였다. 이때, 설문지의 응답 형태는 5점 리커트

척도로서 ‘매우 중요/만족한다= 5점’, ‘중요/만족한다.= 4점’, ‘보통이다.=3점’, ‘중요/만족하지 않는다.= 2점’, ‘전혀 중요/만족하지 않는다.= 1점’으로 설정하였으며, 점수가 높을수록 성인 태권도장 서비스품질에 대해 중요하게 생각함을 반영한다. 설문 문항은 크게 3가지 요인으로 구성되어 있으며, 태권도장의 종합적 서비스에 대한 중요도 21문항, 태권도장의 종합적 서비스에 대한 만족도 21문항, 인구통계학적 특성 4문항 및 개방형 질문인 심층 인터뷰 3문항으로 구성되어 있다.

3. 자료 분석

설문 결과에 대한 해석을 위해 IPA 매트릭스를 사용하였다. IPA 매트릭스는 서비스 대상 고객의 개인적인 경험을 바탕으로 중요하게 생각하는 점과 만족하는 점을 동시에 평가하여 효율적인 우선순위를 결정하는 방법으로 마케팅 및 경영성과 관련 연구에서 활발하게 이루어지는 방법이다(Heirati, Henneberg, Richter, & Harste, 2019; Phadermrod, Crowder, & Wills, 2019; Stergiou, 2018).

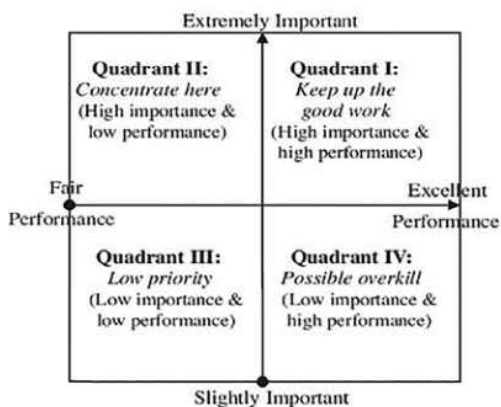


그림 1. IPA Matrix (Boley, McGehee, & Hammett, 2017)

표 2. IPA Matrix 항목 분배 방안에 대한 설명

특성	분배 방안에 대한 설명	해석
I 사분면	고객의 중요도 및 만족도 요인 모두 높아 현재 상태로 지속적 유지관리가 요구됨	현상 유지
II 사분면	고객의 중요도는 높으나 만족도 요인이 낮음. 최우선적 개선 노력이 필요함	집중 개선
III 사분면	고객의 중요도와 만족도 모두 낮기 때문에 현재 고려해야 할 사항이 아님	고려 사항 아님
IV 사분면	고객의 중요도는 낮으나 만족도는 높음 현재의 노력에 대해 다시 고려해볼 필요성 있음.	과잉 노력지 양

3. 자료 처리

회수 된 설문지에서 결측치로 판단된 문항은 제거하였으며, 이를 Window용 SPSS V.27 통계 패키지를 사용하여 자료처리를 수행하였다. 각 변수의 중요도와 만족도를 IPA 분석법으로 검수하였고, 심층 인터뷰 내용의 경우는 불필요하게 반복되지만 의미 없는 단어와 조사를 제거하여 워드클라우드(word cloud)로 제시했다.

III. 연구결과

1. 성인 태권도장 서비스 품질에 대한 중요도-만족도 및 우선 순위 분석

성인 태권도장 서비스품질에 대한 중요도 및 만족도, 우선순위에 대한 결과는 <표 3>과 같고, 성인 태권도장 중요도와 만족도 IPA 분석 결과는 <표 4>와 같다. 중요도의 경우 ‘지도자의 인격 및 언행’이 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 ‘지도자의 전문성과 리더십’, ‘지도자의 지도 능력’과 ‘태권도 수련 프로그램의 내용’ 등이 그 뒤를 이었다. 만족도의 경우에는 ‘태권도장 이미지’가 가장 높게 나타났으며,

표 3. 성인 태권도장 서비스품질에 대한 중요도 및 만족도, 우선순위

속 성	구 분	중요도		중요도 순위	만족도		만족도 순위
		M ± SD			M ± SD		
지도자 자질	지도자의 지도능력	4.63	0.504	3	4.22	0.820	9
	지도자의 전문성과 리더십	4.65	0.499	2	4.26	0.808	6
	지도자의 인격 및 언행	4.81	0.393	1	4.22	0.844	10
시설	태권도장의 청결상태	4.47	0.626	5	4.12	0.804	15
	태권도장의 냉방 및 난방의 상태	4.42	0.667	7	4.27	0.760	4
	태권도장의 교육기자재 구비 상태	4.32	0.774	9	4.11	0.859	16
프로그램	태권도 수련 프로그램의 흥미	4.47	0.715	6	4.23	0.747	8
	태권도 수련 프로그램의 다양성	4.19	0.857	13	4.14	0.837	14
	태권도 수련 프로그램의 내용	4.50	0.673	4	4.19	0.821	11
지도자 특성	지도자의 연령	2.65	1.204	20	4.14	0.749	13
	지도자의 경력	3.72	1.097	'16	4.24	0.777	7
	지도자의 학력	2.56	1.236	21	4.11	0.823	17
도장 환경	태권도장 주변의 안전	4.11	0.859	14	4.29	0.739	3
	태권도장 주변의 교통 및 접근성	4.29	0.712	10	4.16	0.845	12
	태권도장 주변의 편의시설	3.54	1.100	18	4.10	0.781	18
비용	태권도장 월회비	3.94	0.858	15	4.04	0.811	19
	태권도장 심사비	3.41	0.929	19	3.96	0.894	20
	태권도장 용품 할인제도	3.55	0.974	17	3.90	0.922	21
이미지	태권도장 이미지	4.37	0.821	8	4.32	0.720	1
	태권도장에 대한 주위평판	4.21	0.852	11	4.27	0.747	5
	태권도장의 친근한 이미지	4.21	0.779	12	4.31	0.758	2

뒤에 이어 ‘태권도장의 친근한 이미지’, ‘태권도장 주변의 안전’, ‘태권도장의 냉방 및 난방의 상태’ 등의 문항이 높은 만족도가 나타났다.

2. 성인 태권도장 서비스품질 중요도 및 만족도 속성의 IPA매트릭스 분석

성인 태권도장 서비스품질 중요도-만족도를 통하여 각 특성에 대한 상대적인 중요도를 분석하고 각 특성에 대한 상대적인 중요도 및 만족도를 비교 및 분석하였다. IPA Matrix를 통한 연구에서 매트릭스를 이용하였을 때 중요도의 평균값과 만족도의 평균값을 중앙값으로 사용하였다. (이용준 외, 2021)과 (김지태, 염태주, 권일권, 2014)

이를 인용하여 본 연구에서도 중요도와 만족도 각각의 평균값을 IP 교차점으로 설정하였다.

x축은 만족도(satisfaction attributes), y축은 중요도(importance attributes)로 설정하여 4사분면으로 구성하여 분석결과는 다음 그림 2와 표 4와 같다. 성인 태권도장 서비스 품질에 대한 높은 중요도와 높은 만족도를 보이는 I사분면은 ‘지도자의 지도능력, 지도자의 전문성과 리더십, 지도자의 인격 및 언행, 태권도장의 냉방 및 난방의 상태, 태권도 수련 프로그램의 흥미, 태권도 수련 프로그램의 내용, 태권도장 주변의 안전, 태권도장 이미지, 태권도장에 대한 주위평판, 태권도장의 친근한 이미지’ 등이 자리하였다. 높은 중요도와 낮은 만족도의 II사분면에는 ‘태권도장의 청결상태, 태권도장의 교육기자재 구비 상태, 태권도 수련 프로그램의 다양성, 태권도장 주변의 교통 및 접근성’이 자리했다. 또한 낮은 중요도와 낮은 만족도의 III사분면은 ‘지도자의 연령, 지도자의 학력, 태권도장 주변의 편의시설, 태권도장 월회비, 태권도장 심사비, 태권도장 용품 할인제도’ 등이

표 4. 성인 태권도장 중요도와 만족도 IPA 분석 결과

구 간	내 용	해석
I사 분면	지도자의 지도능력, 지도자의 전문성과 리더십, 지도자의 인격 및 언행, 태권도장의 냉방 및 난방의 상태, 태권도 수련 프로그램의 흥미, 태권도 수련 프로그램의 내용, 태권도장 주변의 안전, 태권도장 이미지, 태권도장에 대한 주위평판, 태권도장의 친근한 이미지	현상 유지
II 사 분면	태권도장의 청결상태, 태권도장의 교육기자재 구비 상태, 태권도 수련 프로그램의 다양성, 태권도장 주변의 교통 및 접근성	집중 개선
III 사 분면	지도자의 연령, 지도자의 학력, 태권도장 주변의 편의시설, 태권도장 월회비, 태권도장 심사비, 태권도장 용품 할인제도	고려 사항 아님
IV 사 분면	지도자의 경력	과잉 노력 지양

자리했으며, 마지막 낮은 중요도와 높은 만족도의 IV사분면은 ‘지도자의 경력’ 한 가지 속성만이 자리했다.

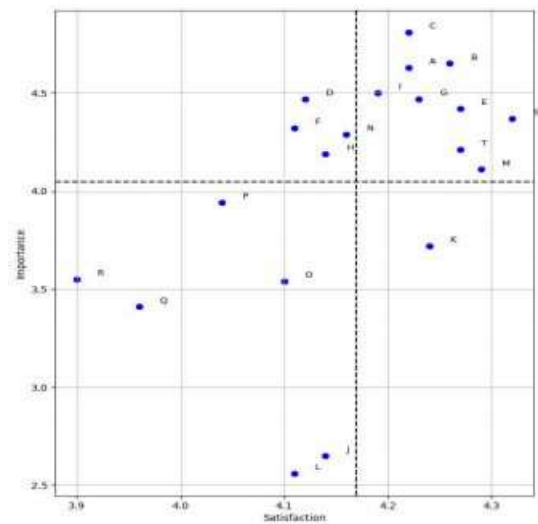


그림 2. IPA Matrix 분석 결과

또한 설문 첫 문항부터 끝 문항의 순서대로 A-U로 표기, 이를 이용해 IPA 좌표평면에 각 문항들을 시각화했다. 각각 문항 별 표기된 기호는 다음 <표 5>와 같다.

표 5. 문항 별 표기된 기호

문 항	기 호
지도자의 지도 능력	A
지도자의 전문성과 리더십	B
지도자의 인격 및 언행	C
태권도장의 청결 상태	D
태권도장의 냉방 및 난방의 상태	E
태권도장의 교육 기자재 구비 상태	F
태권도 수련 프로그램의 흥미	G
태권도 수련 프로그램의 다양성	H
태권도 수련 프로그램의 내용	I
지도자의 연령	J
지도자의 경력	K
지도자의 학력	L
태권도장 주변의 안전	M
태권도장 주변의 교통 및 접근성	N
태권도장 주변의 편의 시설	O
태권도장 월 회비	P
태권도장의 심사비	Q
태권도장의 용품 할인 제도	R
태권도장의 이미지	S
태권도장에 대한 주위 평판	T
태권도장의 친근한 이미지	U

3. 성인 태권도장 개선 방안에 대한 심층 인터뷰

오프라인 설문지와 온라인 설문지(구글 폼)마
지막 위치에 개방형 설문 형식의 심층 인터뷰 3
문항을 제시하였다. 각각 순서대로 ‘당신이 태
권도를 수련하는 이유는?’, ‘당신이 태권도장
에서 가장 불편했던 점은?’, ‘태권도장의 서
비스가 개선되어야 한다고 생각하는 점은?’ 3문
항을 구체적으로 작성해달라고 지시하였고, 이
를 워드클라우드를 시각화했을 때 <그림 3>,
<그림 4>, <그림 5> 와 같은 결과가 나타났다.



그림 4. 태권도장 서비스 개선방안 설문



그림 3. 태권도 수련의 이유 설문 결과



그림 5. 태권도장에서 불편했던 점 설문
결과

IV. 논 의

본 연구는 ‘성인 태권도 서비스 품질 요인 분석’을 통해 성인 태권도장 서비스 수준을 평가하고, 태권도 저변 확대를 위한 정책을 제언하기 위해 태권도를 현재 경험하고 있는 MZ 세대를 대상으로 하여 서비스 품질 요인을 분석하고, 이들의 태권도 참여 방안을 모색하여 태권도의 활성화를 도모하고자 진행되었다. 태권도의 저변 확대와 성인 수련 활성화를 위한 연구의 목적과 분석된 결과를 중점적으로 논의하고자 한다. 첫째, IPA Matrix 기법을 통한 성인 태권도장 서비스품질 속성의 중요도와 만족도의 평균값을 기준으로 네 개의 사분면을 통해 구분하여 알아보았다.

먼저 I 사분면의 경우 ‘지도자의 지도능력, 지도자의 전문성과 리더십, 지도자의 인격 및 언행, 태권도장의 냉방 및 난방의 상태, 태권도 수련 프로그램의 흥미, 태권도 수련 프로그램의 내용, 태권도장 주변의 안전, 태권도장 이미지, 태권도장에 대한 주위평판, 태권도장의 친근한 이미지’ 등의 속성이 위치하는 결과가 나타났다.

이들 모두 높은 중요도와 높은 만족도를 보이는 것으로 미루어보아 현시점에서는 지속적인 유지와 관리가 필요하다고 볼 수 있다. 또한 지도자 자질이나 프로그램, 도장 이미지 등 다수의 속성들이 현상유지가 필요한 I 사분면에 위치해있는 것으로 미루어보아, 대부분의 성인 태권도 서비스는 준수하게 운영되고 있다는 것을 알 수 있으며, 이는 상당히 긍정적인 현상으로 판단된다. 하지만, 지도자의 자질 요소들이 I 사분면에 위치해있다고 해도 중요도와 만족도

의 차이가 다소 존재하며, 심층 인터뷰에서도 지도자의 관한 불만사항이 높은 빈도로 언급된 만큼 지도자의 자질 요소도 약간의 개선은 필요한 것으로 판단된다.

두 번째로 높은 중요도와 낮은 만족도로 집중 개선을 요하는 II 사분면에서는 ‘태권도장의 청결상태, 태권도장의 교육기자재 구비 상태, 태권도 수련 프로그램의 다양성, 태권도장 주변의 교통 및 접근성’이 나타났다. 지도자의 자질 요인들은 I 사분면에 위치해 준수한 서비스를 제공하는 것으로 나타나있지만, 이와 별개로 시설 관리 차원의 서비스 품질이 떨어지는 것으로 나타났다. 이는 태권도를 가르치는 것 외의 부분인 사업장의 관리 부분에서 많은 태권도장들의 서비스가 미흡하다고 판단되는데, 이에 따라 태권도 지도자들이 태권도 코칭 뿐만 아니라 경영적인 역량 또한 주요하게 향상시킬 필요가 있다고 해석할 수 있겠다.

이는 심층 인터뷰 불만사항 문항에서도 다양한 시설 관리 문제들이 언급될 정도로 개선이 필요한 부분으로 보이며, 또한 심층 인터뷰 개선사항 문항에서도 시설적 결함이나 지도자들의 마케팅 지식 등이 유의미한 빈도를 보이기도 하며 타당도를 더하고 있다. 특히 도장의 인테리어 등 심미적인 특징은 그 도장의 특색을 가장 눈에 띄게 보여준다는 정지만, 김하영(2022)의 연구와도 일맥상통하는 부분이다. 또한 태권도 수련 프로그램의 다양성과 태권도장 근처의 교통 및 접근성의 경우, 성인반이 수련할 수 있는 성인 태권도장의 수가 적기 때문에 판단된다.

실제로 정경훈, (2020).의 기사와 최락홍, 김미량, 이명하. (2023), 유동현. (2008). 등의 수많은 선행연구에서도 성인 태권도 수련생과 도장의 부족함을 언급했으며, 성인 태권도 도장을

운영하고 있는 세계강진태권도연맹(WKT) 대표인 이동희 관장 또한 본 연구자들이 자체적으로 진행한 심층면담에서 ‘성인 태권도 도장은 전국에 정말 몇 개 없다. 지도자들이 지레 겁먹고 성인 태권도 사업에 뛰어들기를 거부한다’라고 언급했다. 때문에 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 새로운 성인 태권도 도장을 창업하고 운용하기에 도움이 되기 위한 정책적인 해결방안이 시급한 시점이라는 결론에 도달한다. 또한 성인 태권도 활성화를 위해선 마케팅, 프로그램, 지도자, 시설의 영역에서 종합적인 노력이 필요하며 이를 해결하기 위해서는 국기관과 태권도 협회 등에서 조직적인 변화와 전국 각지 태권도장에게 전폭적인 지원 등이 필요할 뿐만 아니라 태권도장의 실천 의지도 반드시 뒤따라야 할 것이다. (최락홍 외, 2023). 이와 더불어 성인 태권도가 활성화 될 수 있도록 성인들의 인식을 바꾸고 성인 태권도에 대한 홍보와 시범 공연을 선보여 관심을 갖게 하며, 성인들에게 수준별 맞는 운동프로그램이 개설되고 또한 아동 중심의 프로그램 수련이 아닌, 성인 태권도 클래스를 따로 개설하여 확장 시켜야 한다(김도희, 2024). 따라서 성인 태권도 도장 증가를 위해선 태권도 지점을 늘리는 직접적인 방안과 성인 태권도 수련생의 선호 프로그램을 참고하여 태권도 수련자들의 선호도를 파악, 이를 바탕으로 한 태권도 성인 수련생을 대상으로 하는 다양한 프로그램의 개발 또한 우선시되어야 하는 것으로 해석된다.

마지막으로 중요도와 만족도가 모두 낮아 고려 사항이 아닌 III사분면에서는 ‘지도자의 연령, 지도자의 학력, 태권도장 주변의 편의시설, 태권도장 월회비, 태권도장 심사비, 태권도장 용품 할인제도’ 문항이, 중요도에 비해 만족도가 높아 과잉 노력을 지양해야하는 IV사분면에

서는 ‘지도자의 경력’ 문항이 나타났는데, 위 요인들은 모두 현재 성인 태권도장 서비스 품질의 향상을 위해서 고려할만한 사항으로 적합하지 않은 요인이거나 과도하게 고려하는 것을 지양해야 하는 문항으로 판단된다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 IPA 매트릭스 분석 기법을 이용하여 성인 태권도 참여 고객들을 대상으로 제공되는 서비스품질에 있어서 느끼는 경험적 의미를 수용하고, 중요하게 인식하는 요인과 만족하는 요인을 알아보는데 보고 이를 통해 현장 적용이 가능한 성인 태권도 경영 전반에 관한 시사점을 제공하고자 하였다. 성인 태권도 서비스품질 속성에 대한 중요도와 만족도를 분석한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 중요도와 만족도가 모두 높아 현재의 현상유지가 요구되는 I 사분면에 많은 속성 요인들이 위치해있는데, 이는 곧 성인 태권도의 서비스 품질 자체는 준수하게 운영되고 있다는 점이다. 이를 근거로 성인 태권도장의 홍보와 성인 태권도 지점 늘리기가 주요한 과제임을 알 수 있다. 둘째, 집중 개선이 필요한 II 사분면의 문항들과 심층 인터뷰, 그리고 선행연구들을 근거로 미루어보아 지도자들의 태권도 외의 시설관리 등의 역량이 부족하다고 나타났으며 애초에 성인 태권도 저변 자체가 아직은 미흡하다는 결과를 도출해낼 수 있었다. 이를 극복하기 위하여 성인이 수련 가능한 시간대의 클래스를 개설하거나 흥미를 유발할 수 있는 프로그램을 개발하여 성인 태권도가 대중화될 수 있도록 노력해야 할 것이다. 김도희, (2024). 셋째, 위 연구 결과들을 모두 고려하여 정부 혹은

태권도 단체에서 주체적으로 운영하는 ‘성인 태권도 도장 컨설팅’ 정책을 제안하고자 한다. 현재 태권도 컨설팅 업체를 검색하면 현재 태권도 컨설팅 업체를 온라인으로 검색하면 대부분 태권도장 부동산 매매 업체에 대한 정보만 나타난다. 이를 넘어서 지도자들의 지도능력과 그 외의 역량-도장 관리, 경영·마케팅, 성인 태권도장 저변 확대등-전국의 도장들이 가지고 있는 문제점을 지속적으로 파악하고 이를 교육 및 방문 컨설팅하여 평균 태권도장 서비스 품질을 지속적으로 관리하게 된다면, 태권도의 문화적, 무예적 가치는 더더욱 빛을 발할 수 있을 것으로 보여진다.

마지막으로, 이 연구의 제한점과 후속연구에서 고려해야 할 사항은 다음과 같다. 첫째, 설문조사에서 많은 양의 표본을 확보하지 못해 일반화하기에 무리가 있다. 둘째, 온라인 구글 폼 설문을 이용하였고 인구 통계학적 설문 문항에 지역명을 기입하는 문항을 넣지 않았기에 다양한 지역의 특성을 전혀 고려하지 못했다. 셋째, 이 연구에서 활용된 IPA분석은 중요도 및 만족도를 간단한 통계기법으로 동시에 분석할 수 있는 장점이 있지만, 중심점의 위치와 범위에 따라 그 결과가 상이할 수 있기 때문에 향후 연구에서는 심층 분석을 위한 체계적인 조사도구의 개발과 함께 설문지 의견조사와 병행하여 FGI(Focus Group Interview)를 통해 보다 종합적인 전략을 수립 한다면 학문적·실무적 영역의 기여를 기대해 볼 수 있을 것으로 판단 된다.

참고문헌

- 글로벌태권도산업연구소. (2015). 글로벌 태권도 산업화 추진방안 연구자료. Retrieved from <https://www.gtiri.org/industry.php>
- 김성겸, 김화룡(2009). IPA를 이용한 수상레저스 포츠 선택속성 평가. 한국여가레크레이션학회지, 제33권 제3호, 297-308.
- 김종수, 신호철. (2020). 태권도 수련 활성화를 위한 재미요인 탐색: 성인 수련생을 대상으로. 코칭능력개발지, 22(4), 90-99, 10.47684/jcd.2020.12.22.4.90
- 김지태, 염태주, 권일권. (2014). IPA기법을 활용한 중학생의 학교스포츠클럽 좋은 수업 인식에 대한 중요도와 만족도의 차이분석. 한국체육과학회지, 23(3), 827-841.
- 유동현. (2008). 성인 태권도 활성화 방안에 대한 연구. 무예연구, 2(1), 73-92
- 이동경. (2017). 성인들의 태권도 참여를 위한 프로그램 개발과 마케팅 전략. 한국체육대학교.
- 이병찬, 임용석. (2023). 성인 태권도 활성화를 위한 참여제약요인과 극복요인 분석. 한국체육과학회지, 32(3), 107-116, 10.35159/kjss.2023.06.32.3.107
- 이용준, 남상백, 권재윤. (2021). 실내테니스센터 고객의 서비스품질 속성 분석. 한국체육과학회지, 30(3), 681-694, 10.35159/kjss.2021.6.30.3.681
- 정경훈. (2020). “태권도 배우러 왕복 2시간” 성인들 안받는 체육관, 왜?, 머니투데이 <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2020042914594311997>
- 정윤덕. (2023). 계획행동이론을 적용한 성인 태

권도 수련생의 행동의도 예측 : 태권도
관여도의 조절효과를 중심으로. 국기원
태권도연구, 14(3), 11-22.

통계청. (2024). 고령화지수. 국가통계포털.
Retrieved from
[https://www.index.go.kr/unity/potal/indicator
/IndexInfo.do?popup=Y&clasCd=2&idxCd=5
064](https://www.index.go.kr/unity/potal/indicator/IndexInfo.do?popup=Y&clasCd=2&idxCd=5064)

eirati,N.,Henneberg,S.C.,Richter,A., & Harste,
R.(2019). Differential importance of
so-cial and economic determinants of
relationship performance in professional
services. Industrial Marketing
Management, 76, 23-35.

Lim, T. S., Lee, H. Y., Park J. W., Kim, J. Y., &
Park, H. U.(2012). A plan for the
sustainable development of Sports ToTo
using IPA analysis. Journal of the Korean
Physical Education Policy, 22, 17-32.

동적토픽모델링을 적용한 대중적·언론적·학술적 관점에서의 태권도 문화산업 예산 투입 방향 검토

황수한(한양대학교ERICA 스포츠과학부)¹⁾ · 손명빈(한양대학교ERICA 스포츠과학부) · 김나경(한양대학교ERICA 스포츠과학부)

국문초록

연구의 필요성: 태권도는 국제적으로 인정받는 스포츠이자 한국의 대표적인 문화브랜드로, 문화산업의 핵심 콘텐츠로 성장할 잠재력을 가지고 있다. 그러나 태권도 관련 단체들의 중복된 기능과 의사소통의 부족, 사회적 변화에 대한 낮은 대응력 등으로 인해 그 가치를 충분히 활용하지 못하고 있다. 이러한 문제는 비효율적인 예산 집행과 정책 실패로 이어질 수 있다. 따라서, 태권도 문화산업의 체계적인 발전을 위해 학문적 연구, 언론 보도, 대중 인식을 종합적으로 분석하고, 이를 기반으로 효과적인 예산 수립을 지원할 필요성이 있다. 본 연구는 이러한 필요성에 따라 태권도 문화산업의 발전을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

연구방법: 본 연구는 대중, 언론, 학술적 관점에서 태권도 문화산업 관련 데이터를 수집하고, 이를 기반으로 LDA 토픽모델링을 적용하여 분석하였다. 각 시기별 토픽점유율과 정책 예산을 분석하기 위해 SPSS 통계 소프트웨어를 활용하였다.

연구결과: 대중적 관점에서는 문재인정부 시기에 국제 이벤트와 무주 태권도원에 대한 관심이 크게 증가하였으며, 관련 예산도 이에 맞춰 증가하였다. 특히, '무주 태권도원 박물관' 토픽의 점유율은 문재인정부 시기에 25.7%로 최고점을 찍었으며, 윤석열정부 시기에 감소하였다. 언론적 관점에서는 '올림픽 개최와 메달' 토픽이 윤석열정부 시기에 30.3%로 증가하였고, 이는 국기원 예산에서 올림픽 관련 예산의 증가로 반영되었다. 학술적 관점에서는 '도장 만족과 마케팅' 토픽이 감소세를 보였으나, '세계 인식과 과정 개선' 토픽은 각 정부 시기별로 꾸준히 증가하였다. 국기원수지예산지표에서는 박근혜정부 시기에 세계화 사업에 대한 초기 투자가 이루어졌고, 문재인정부 시기에는 글로벌 네트워크 확대에 중점을 두었으며, 윤석열정부 시기에는 기존 인프라의 유지와 교육 특화사업에 집중하였다.

결론: 각 정부 시기별 정책 예산은 대중, 언론, 학술적 관점에서 태권도 문화산업의 발전 요구와 일치하였다. 향후 발전을 위해 무주 태권도원 및 국립태권도원 박물관에 대한 투자, 국제 스포츠 이벤트와 협력 프로그램 확대, 비대면 교육 프로그램 개발 및 홍보 활동 강화를 통해 태권도 문화산업의 지속적 성장을 도모할 필요가 있다.

주제어 : 태권도 문화산업, 동적토픽모델링, 정부예산

논문제출일 : 2024. 07. 26.

심사완료일 : 2024. . .

1) suhan2990@naver.com

I. 서론

1. 연구의 필요성

한국의 전통 무예인 태권도는 1961년 대한태권도협회와 1973년 세계태권도연맹(WTF) 창립을 시작으로 1980년 국제올림픽위원회(IOC) 정식 단체로 승인되었으며, 1988년 서울올림픽경기와 1992년 바르셀로나올림픽 경기를 거쳐 1994년 올림픽 정식 종목으로 채택되었다. 이후 태권도는 1996년 문화체육관광부에서 한국문화 10대 상징(Cooperated Identity) 중 하나로, 2018년에는 국기(國技)로 지정되었다. 2024년 7월 기준 세계태권도연맹은 213개의 회원국을 보유하고 있으며 태권도는 전 세계에서 약 2억 명이 수련하고 있을 정도로 큰 발전을 이루었다.

이처럼 태권도는 국제적인 스포츠로 자리잡은 우리나라의 대표적인 문화브랜드로서, 21세기 문화산업의 핵심 콘텐츠로 성장할 최상의 문화 동력으로 여겨진다(문화체육관광부, 2008). 전통 무예인 태권도를 활용한 공연은 문화 산업 콘텐츠로서 국내 시장을 넘어 해외 시장에 진출하는데 큰 이점을 제공해 왔고(최병욱, 2010), 국제 규모의 태권도 대회 및 이벤트의 경우 그 지역을 세계적으로 확대하여 매년 개최되고 있다(황지현, 2013). 더불어 태권도를 다양한 소재의 문화 콘텐츠와 결합시켜 발전시키고 홍보하려는 시도도 지속적으로 진행되고 있다(정향기, 2018).

그러나 이러한 성장 가능성에도 불구하고, 우리는 태권도가 가지고 있는 문화가치를 완전히 활용하지 못하고 있다. 이는 국기원, 대한태권도협회, 세계태권도연맹 그리고 태권도 진흥

재단과 같은 태권도 관련 단체들이 담당하는 사업과 기능이 중복되거나 단체 간의 의사소통이 원활히 이루어지지 않아 태권도 행정 관리 문제가 발생하기 때문이다(김창식, 2010). 또한, 태권도가 사회적 변화에 대한 대응력이 낮다는 점도 원인 중 하나이다(유호윤, 2020).

문화체육관광부(2023)에서도 태권도 문화산업에 대한 실태조사 결과를 분석하여 현재 태권도계의 전반적인 문제점과 원인을 파악하는 것을 태권도 진흥 정책 실효성 제고를 위한 세부 정책으로 제시한 바 있다. 그러나 이전까지 태권도에 관련된 연구 동향의 경우 품새와 시범과 같은 태권도 종목별 분석(조혜수, 2024; 전재훈, 2024), 태권 지도자 혹은 선수 등 대상자 분석(정지혜, 2024; 김윤희, 2022; 윤오남, 2009), 혹은 역사와 심리학 분야에 대한 분석(이학준, 2017;곽정현, 2021; 김중수, 2019)이 대부분이기 때문에 태권도 문화산업이 각 분야에서 어떻게 인식되고 있는지를 파악하고, 이를 토대로 발전 방안을 도출하기 위한 체계적인 연구가 필요하다.

이러한 연구의 부재는 비효율적인 예산 집행으로 인한 자원의 낭비와 정책의 실패로 이어질 수 있다. 또한, 여러 기관에서 독립적으로 예산을 배정하고 집행할 경우, 정책의 일관성이 결여되어 중복 투자와 자원의 낭비로 이어져 종합적인 발전을 저해할 수 있다. 따라서 태권도 문화산업의 지속적이고 체계적인 발전을 위해서는 학문적 연구, 언론 보도, 대중의 인식을 종합적으로 분석할 필요가 있다.

본 연구는 이러한 필요성에 따라 학술적·언론적·대중적 관점에서 태권도 문화산업 관련 데이터를 종합적으로 분석하여 태권도 문화산업의 체계적 발전을 위한 기초 자료를 제공하고자 한다. 이를 통해 정책 결정자들이 보다 효과적

으로 태권도 문화산업 관련 예산을 수립할 수 있도록 지원하는 것에 본 연구의 목적이 있다.

II. 연구방법

1. 연구 분석 대상

본 연구의 목적은 ‘태권도 문화산업’의 발전 방안을 모색하기 위해 각 정부의 시기별 대중, 언론, 학계가 주목한 이슈를 구체적으로 분석하는 것이다. 이러한 목적을 달성하기 위해 박근혜정부(2015-2017), 문재인정부(2018-2022), 윤석열정부(2023-2024) 시기를 3개로 구분하였으며, 모든 검색키워드는 ‘태권도 문화산업’으로 제한하였다.

1) Youtube 수집범위

Youtube 검색 시 1,310개의 콘텐츠와 48,150개의 댓글이 수집되었으나 불필요한 내용을 필터링하기 위해 ‘좋아요’ 수를 상위 15개로 설정하였다. 최종적으로 1,049개의 콘텐츠에서 9,908개의 댓글을 최종 분석범위로 확정하였다.

2) 신문기사 수집범위

신문기사의 경우 경향신문, 동아일보, 조선일보, 중앙일보, 한겨레, 한국일보, KBS, MBC, SBS 총 9개의 신문사에서 총 4,655건의 기사 제목을 최종 분석범위로 확정하였다.

3) 논문 수집범위

논문의 경우 한국학술지인용색인(Korea Citation Index, KCI)에 등재지로 수집하였고, 총 358편의 논문을 최종 분석범위로 확정하였다.

4) 지출예산 수집범위

지출예산의 경우 국기원 수지예산으로 수집하였고, 총 10개년을 최종 분석범위로 확정하였다.

표 1. 연구 분석 대상

대상	수집 건수
Youtube	9,908
신문기사	4,655
논문	358
국기원수지예산자료	2015~2024년도

2. LDA 토픽모델링분석

텍스트 마이닝의 주요 방법에는 문서의 의미를 고려하지 않는 ‘Bag-of-Words’ 접근 방식과 특정 문서에서 출현 빈도가 높지만 다른 문서에서는 드문 단어에 가중치를 부여하는 Text Frequency-Inverse Document Frequency, TF-IDF)방법이 있다(Salton & McGill, 1983; Goyal & Kashyap, 2022; 유은순, 최건희, 김승훈, 2015). 그러나 이러한 전통적 접근법은 대규모 데이터 처리 시 데이터 희소성 문제를 야기할 수 있다는 문제가 제기되었고, Deerwester, Dumais, Landauer, Furnas & Harshman(1990)은 이러한 문제를 해결하기 위해 잠재 의미 분석(LSI)을 제안했다.

이는 문서-단어 행렬을 주제-단어 행렬로 분해하여 잠재 변수를 추출하는 방법이지만 LSI는 확률 기반 모델이 아니기 때문에 데이터에 최대우도법이나 베이지안 접근을 적용하기 어렵다는 한계가 있다는 또 다른 문제가 제기되었고(Papadimitriou, Tamaki, Raghavan & Vempala, 2000), 이러한 문제를 극복하기 위해 Hoffmann(1999)은 확률적 잠재 의미 분석(Probabilistic Latent Semantic Indexing, PLSI)을 제안했다. PLSI는 문서 내에서 단어의 출현 확

를 추정하는 방식으로, 주제 간의 복잡한 관계를 확률적으로 분석하는 장점을 갖는다. 그러나 PLSI는 많은 파라미터로 인해 대규모 데이터셋에서 과적합 문제를 겪을 수 있다. 최종적으로 Blei, Ng, Jordan(2003)은 잠재 디리클레 할당(Latent Dirichlet Allocation, LDA)을 제안하였다(그림 1). LDA는 특정 주제에 속하는 단어의 확률을 모델링하며, 데이터 차원 축소와 의미론적 일관성을 유지하는 데 유용하다(Mimno, Wallach & McCallum, 2008). LDA는 확률적 그래픽 모델의 한 형태로 각 문서는 여러 주제로 구성될 수 있고, 각 주제는 다양한 단어들로 구성된다는 가정에 기반을 둔다. 모델은 문서 내의 단어들인 특정 주제에서 비롯된 것으로 간주하고, 주제는 디리클레 분포를 따른다. 디리클레 분포는 다항 분포의 매개변수로 사용되어 문서 내의 주제 비율과 주제 내의 단어 비율을 결정한다. 이를 통해 각 문서는 다양한 주제에 걸쳐 분포될 수 있으며, 특정 주제는 특정 단어 집합과 강하게 연관될 수 있다.

LDA는 이후 다양한 확장 모델로 발전해왔다. 예를 들어 계층적 LDA 모델(Hierarchical LDA, hLDA)은 주제 간의 계층 구조를 모델링하고, 상관 토픽 모델(Correlated 토픽 Model, CTM)은 주제 간의 상관관계를 고려한다. 아울러 동적 토픽 모델(Dynamic 토픽 Model, DTM)은 시간에 따른 주제의 변화를 추적하는 데 특정 분석 요구에 맞춰 보다 정교한 주제 모델링을 가능하게 함으로 본 연구에 가장 부합하는 동적토픽모델을 채택하여 사용하게 되었다.

표 2. Text 전처리 과정

No.	전처리	예시
1	토큰화	태권도/ 문화산업/의/ 발전/과/ 세계화/ 전략/에/ 관한/ 연구/ 및/ 실행
2	명사추출	태권도 문화산업 발전 세계화 전략 연구 실행
3	불용어제거	태권도 문화산업 발전 세계화 전략 실행
4	공통단어변환	기존단어: 세계화, 국제화, 글로벌화 → 기준단어: 세계화

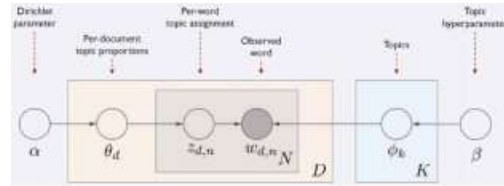


그림 1. Latent Dirichlet Allocation, LDA 프로세스

3. Text 전처리

본 연구에서 선정된 자료는 복잡한 형태의 단어들로 구성되어있기 때문에 전처리를 통해 자료를 정제할 필요성이 있다. 이에 따라 본 연구와 유사한 선행연구인 조혜수(2023), 윤지운과 박재현(2015)이 사용한 절차를 따랐으며 구체적인 순서는 아래와 <표 2>와 같다.

첫째, 길게 나열된 문장을 분석 가능한 단위로 나누는 Tokenization을 통해 1차 정제 후 문장에서 명사만을 추출하였다.

둘째, “은/는”, “이/가”, “을/를”, “본 연구는” 등과 같이 출현 빈도는 높으나 분석에 필요하지 않다고 판단 단어를 제거하는 Stopwords를 수행하였다.

셋째, 총 3인의 연구자와 더불어 토픽모델링 전문 분야 교수 및 박사과 함께 공통어변환을 수행하였다.

3. 의미론적 일관성 점수

의미론적 일관성 점수(Coherence Score)는 주제 모델링에서 각 주제가 얼마나 일관성 있고 의미 있게 구성되었는지를 평가하는 데 사

표 3. 토픽모델링 분석을 위한 Youtube·신문기사·논문의 의미론적 일관성 분석결과

토픽(k)	Youtube	기사	논문
2	-6.762	-15.74	-22.523
3	-6.785	-15.097	-19.918
4	-8.31	-10.839	-20.74
5	-7.96	-12.429	-19.121
6	-8.312	-12.349	-18.063
7	-6.127	-13.413	-17.561
8	-8.304	-11.31	-15.77
9	-7.649	-13.676	-17.338
10	-8.27	-13.626	-18.118

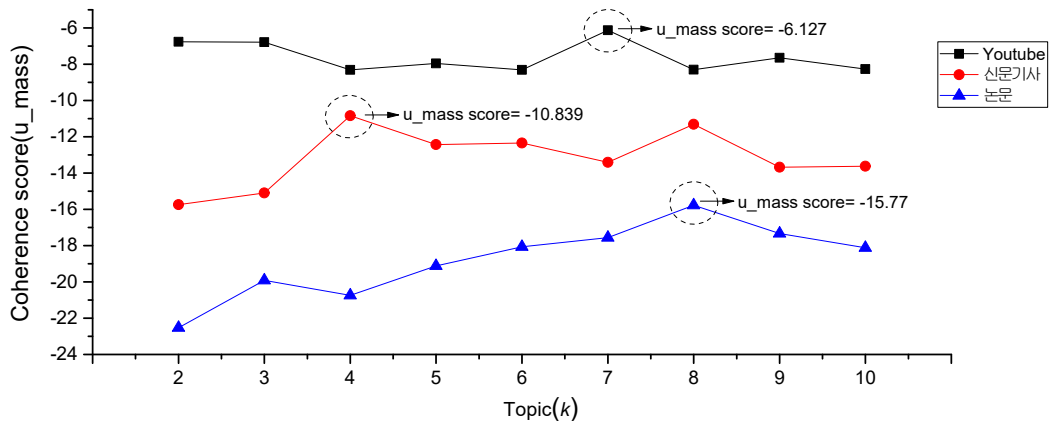


그림 2. 토픽모델링 분석을 위한 Youtube·신문기사·논문의 의미론적 일관성 분석결과

용되는 지표이다. 조혜수, 박지용, 이은수(2023)는 사전에 연구자가 임의로 토픽 수를 결정할 경우 연구결과와 재생 가능성이 저하될 수 있다고 보고하였다.

따라서 본 연구에서는 Newman, Lau, Grieser, & Baldwin(2010)이 제시한 Coherence Score 지표를 사용하여 LDA 동적토픽모델의 성능을 평가하고 최적의 토픽 수를 산출하여 객관적이고 신뢰할 수 있는 주제 수를 결정함으로써 연구의 일관성과 재현성을 높이하고자 하였다.

분석결과 각 데이터 소스별로 주어진 토픽 수(k)에 대한 의미론적 일관성 점수는 다음<표 3>과 <그림 2>와 같다. Youtube 데이터의 경우, 토픽 수 7이 가장 높은 일관성 점수를 나타냈으며,

기사 데이터에서는 토픽 수 4, 논문 데이터에서는 토픽 수 8을 최종 선정하였다.

5. 자료처리

본 연구에서 빈도분석과 점유율은 Windows 용 SPSS v.27 통계패키지를 사용하여 산출하였고, 크롤링과 동적토픽모델링은 NetMiner 4를 사용하였으며, 시각화는 Origin 2016을 사용하였다. 아울러 연도에 따른 토픽점유율을 산출하였고 연도와 토픽점유율 간의 상관관계를 실시하였다. 토픽과 연도는 각각 명목과 서열 수준의 자료이므로 Spearman의 순위 상관관계분석을 실시하였다. 이때 통계적 유의수준은 0.05로 설정하여 검증하였다.

III. 연구결과

1. Youtube 를 통한 ‘대중적 관점’ 결과

1) Youtube 토픽모델링 결과

다음 <표 4>는 Youtube 댓글을 통해 대중의 인식에 대한 토픽모델링 결과이다.

토픽 1은 도원, 박물관, 무주, 정보, 블로그와 같은 키워드로 나타나며, ‘무주 태권도원 박물관’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 194개를 차지하였다. 이 토픽은 무주에 위치한 태권도원의 박물관과 관련된 정보와 블로그를 중심으로 한 논의를 포함하며 태권도 역사와 문화의 보존 및 홍보, 박물관의 역할에 대한 관심을 반영한다.

토픽 2는 도장, 학교, 품새, 한류, 교육과 같은 키워드로 나타나며, ‘태권도 교육 및 한류’로 명명되었고, 전체 빈도 중 182개를 차지한다. 이 토픽은 태권도 교육, 특히 도장과 학교에서의 품새 교육과 한류 확산을 강조한다. 이는 태권도 교육이 문화적 교류와 글로벌 스포츠로서의 태권도 홍보에 어떻게 기여하는지에 대한 논의를 포함한다.

토픽 3은 대회, 품새, 학교, 방송, 선수와 같은 키워드로 나타나며, ‘태권도 대회 및 방송’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 185개를 차지한다.

이 토픽은 태권도 대회와 방송을 중심으로 한 논의를 포함하며, 선수들이 대회에서 어떻게 품새를 선보이고 방송을 통해 태권도가 어떻게 홍보되는지에 대한 관심을 반영한다.

토픽 4는 세계, 축제, 대회, 춘천, 한국과 같은 키워드로 나타나며, ‘세계 태권도 대회 및 축제’로 명명되었고, 전체 빈도 중 113개를 차지한다. 이 토픽은 세계 각국에서 열리는 태권도 대회와 축제를 중심으로 한 논의를 포함하며, 태권도의 글로벌화와 지역 축제에서의 역할을 강조한다.

토픽 5는 마케팅, 도장, 행사, 제작, 어린이와 같은 키워드로 나타나며, 어린이 행사 제작 및 마케팅’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 145개를 차지한다. 이 토픽은 태권도 도장에서의 어린이 대상 행사와 그 마케팅 전략을 논의하며, 태권도를 통한 어린이 교육과 관련된 활동을 강조한다.

토픽 6은 한국, 일본, 텔런트, 반응, 중국과 같은 키워드로 나타나며, ‘아메리칸 갓 텔런트 국가별 반응’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 83개를 차지한다. 이 토픽은 ‘아메리칸 갓 텔런트’ 프로그램에 대한 국가별 반응을 중심으로 한 논의를 포함하며, 특히 한국과 일본, 중국에서의 반응을 다룬다.

토픽 7은 한국, 행사, 국기원, 서울, 산업과 같은 키워드로 나타나며, ‘국기원 산업 활동 및 행사’로 명명되었고, 전체 빈도 중 147개를 차지한다. 이 토픽은 국기원이 주최하는 행사와 서울에서의 산업 활동을 포함하며, 태권도 산업의 발전과 관련된 논의를 포함한다.

표 4. 태권도 문화산업에 대한 ‘대중 관점’에서의 동적 토픽모델링 결과

No.	토픽	Fre.	1st	2nd	3rd	4th	5th
1	무주 태권도원 박물관	194	도원	박물관	무주	정보	블로그
2	태권도 교육 및 한류	182	도장	학교	품새	한류	교육
3	태권도 대회 및 방송	185	대회	품새	학교	방송	선수
4	세계 태권도 대회 및 축제	113	세계	축제	대회	춘천	한국
5	어린이 행사 제작 및 마케팅	145	마케팅	도장	행사	제작	어린이
6	아메리칸 갓 텔런트 국가별 반응	83	한국	일본	텔런트	반응	중국
7	국기원 산업 활동 및 행사	147	한국	행사	국기원	서울	산업

2) Youtube 댓글 토픽점유율과 정부 시기 간 상관관계 분석결과

다음 <표 5>는 2015년부터 2024년까지 박근혜 정부, 문재인정부, 윤석열정부 시기별로 태권도 문화산업에 대한 Youtube ‘대중 인식’에서의 토픽 점유율을 나타낸 것이다. 이 데이터는 각각의 토픽이 해당 시기에 차지하는 비율을 보여준다.

토픽 1인 ‘무주 태권도원 박물관’의 경우, 박근혜정부 시기에 12.7%로 시작하여 문재인정부 시기에 25.7%로 크게 증가하였으나, 윤석열정부 시기에는 9.8%로 감소하였다. 연도와의 상관계수는 $-.145^{**}$ 로 음의 상관관계를 보였으며 유의확률은 .000으로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 무주 태권도원 박물관에 대한 관심이 통계

적으로 감소했음을 의미한다.

토픽 2인 ‘태권도 교육 및 한류’의 경우, 박근혜정부 시기에 15.2%, 문재인 정부 시기에 17.1%, 윤석열정부 시기에 18%로 점유율이 점차 증가하였다. 연도와의 상관계수는 .018로 거의 상관관계가 없으며 유의확률은 .558로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 태권도 교육 및 한류에 대한 관심이 통계적으로 유의미하지 않음을 시사한다.

토픽 3인 ‘태권도 대회 및 방송’의 경우, 박근혜정부 시기에 10.1%, 문재인정부 시기에 17.1%, 윤석열정부 시기에 19.8%로 점유율이 지속적으로 증가하였다. 연도와의 상관계수는 .057로 양의 상관관계를 보였으며 유의확률은 .066로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 태권도

표 5. 태권도 문화산업에 대한 ‘대중 관점’에서의 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계

No.	토픽	박근혜정부 (2015-2017)	문재인정부 (2018-2022)	윤석열정부 (2023-2024)	ρ	p
1	무주 태권도원 박물관	12.7	25.7	9.8	$-.145^{**}$	.000
2	태권도 교육 및 한류	15.2	17.1	18	.018	.558
3	태권도 대회 및 방송	10.1	17.1	19.8	.057	.066
4	세계 태권도 대회 및 축제	17.7	4.6	17.8	.140**	.000
5	어린이 행사 제작 및 마케팅	12.7	14.6	12.9	-.015	.621
6	아메리칸 갓 탤런트 국가별 반응	6.3	7.5	8.8	.028	.366
7	국기원 산업 활동 및 행사	25.3	13.2	12.9	-.051	.097

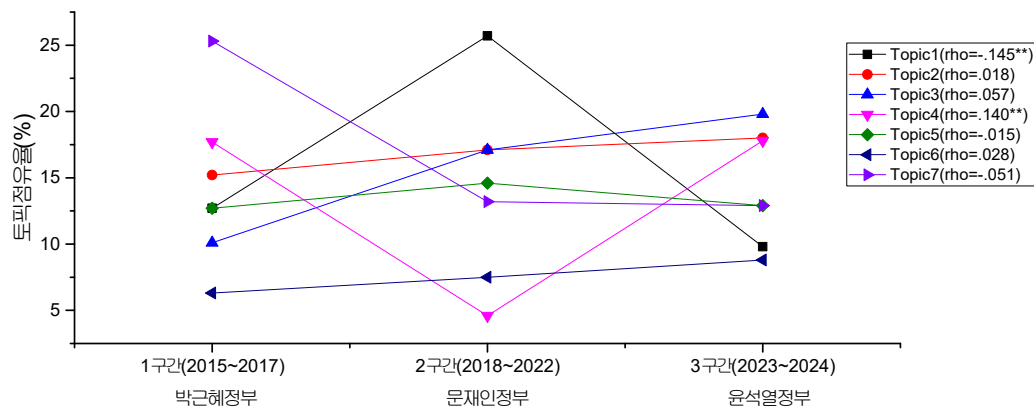


그림 3. 태권도 문화산업에 대한 ‘대중 관점’에서의 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계

대회 및 방송에 대한 관심이 다소 증가했음을 의미한다.

토픽 4인 ‘세계 태권도 대회 및 축제’는 박근혜정부 시기에 17.7%, 문재인정부 시기에 4.6%로 감소하였으나, 윤석열정부 시기에는 17.8%로 다시 증가하였다. 연도와의 상관계수는 .140**로 양의 상관관계를 보였으며 유의확률은 .000으로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 세계 태권도 대회 및 축제에 대한 관심이 통계적으로 증가했음을 의미한다.

토픽 5인 ‘어린이 행사 제작 및 마케팅’의 경우, 박근혜정부 시기에 12.7%, 문재인정부 시기에 14.6%, 윤석열정부 시기에 12.9%로 약간의 변동을 보였다. 연도와의 상관계수는 -.015로 거의 상관관계가 없으며 유의확률은 .621로 나타났다. 이는 어린이 행사 제작 및 마케팅에 대한 관심이 시간에 따라 유의미하지 않게 변화했음을 시사한다.

토픽 6인 ‘아메리칸 잭 텔런트 국가별 반응’의 경우, 박근혜정부 시기에 6.3%, 문재인정부 시기에 7.5%, 윤석열정부 시기에 8.8%로 점유율이 점차 증가하였다. 연도와의 상관계수는 .028로 거의 상관관계가 없으며 유의확률은 .366로 나타났다. 이는 아메리칸 잭 텔런트에 대한 관심이 시간에 따라 유의미하지 않게 증가했음을 시사한다.

토픽 7인 ‘국기원 산업 활동 및 행사’의 경우, 박근혜정부 시기에 25.3%, 문재인 정부 시기에 13.2%, 윤석열정부 시기에 12.9%로 크게 감소하였다. 연도와의 상관계수는 -.051로 음의 상관관계를 보였으며 유의확률은 .097로 나타났다. 이는 국기원 산업 활동 및 행사에 대한 관심이 시간이

지남에 따라 다소 감소했음을 의미한다.

2. 신문기사를 통한 ‘언론적 관점’ 결과

1) 신문기사 토픽모델링 결과

다음 <표 6>는 신문 기사를 통한 언론 관점의 토픽모델링 결과이다.

토픽 1은 올림픽, 메달, 파리, 도쿄, 개최와 같은 키워드로 나타나며, ‘올림픽 개최와 메달’로 명명되었고, 전체 빈도 중 1192개를 차지한다. 이 토픽은 올림픽 개최지와 관련된 논의, 메달 획득과 관련된 이슈들을 중심으로 다루고 있으며, 파리와 도쿄 올림픽에 대한 관심을 반영한다. 이는 국제 대회에서의 성과와 올림픽 유치에 대한 중요한 관심사를 나타낸다.

토픽 2는 문화, 미국, 외국인, 댄스, 한류와 같은 키워드로 나타나며, ‘한류와 외국인 문화’로 명명되었고, 전체 빈도 중 1103개를 차지한다. 이 토픽은 한류가 미국을 비롯한 해외에서의 문화적 영향력과 외국인들의 문화 수용에 관한 내용을 다루며, 댄스와 같은 대중문화 요소들이 포함된다. 이는 한류의 확산과 그로 인한 문화 교류에 대한 논의를 포함한다.

토픽 3은 세계, 개최, 대회, 축제, 무주와 같은 키워드로 나타나며, ‘세계 축제와 대회’로 명명되었고, 전체 빈도 중 1153개를 차지한다. 이 토픽은 전 세계에서 열리는 다양한 축제와 대회에 관한 논의를 다루며, 무주와 같은 특정 장소에서의 이벤트 개최에 대한 내용이 포함된

표 6. 태권도 문화산업에 대한 ‘언론 관점’에서의 토픽모델링 결과

No.	토픽	Fre.	1st	2nd	3rd	4th	5th
1	올림픽 개최와 메달	1192	올림픽	메달	파리	도쿄	개최
2	한류와 외국인 문화	1103	문화	미국	외국인	댄스	한류
3	세계 축제와 대회	1153	세계	개최	대회	축제	무주
4	남북 체육과 공연	1207	북한	체육	남북	세계	공연

다. 이는 세계적인 이벤트의 중요성과 이러한 행사들이 지역 및 글로벌 차원에서 갖는 영향력을 나타낸다.

토픽 4는 북한, 체육, 남북, 세계, 공연과 같은 키워드로 나타나며, ‘남북 체육과 공연’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 1207개를 차지한다. 이 토픽은 남북한 간의 체육 교류와 공연을 중심으로 다루며, 국제적인 관점에서의 남북 관계와 체육 행사에 대한 논의를 포함한다. 이는 남북한 체육 교류의 중요성과 이러한 활동이 평화와 화합에 미치는 영향을 나타낸다.

2) 신문기사 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계 분석결과

다음 <표 7>은 2015년부터 2024년까지 박근혜정부, 문재인정부, 윤석열정부 시기별로 신문 기사를 통해 태권도 문화산업에 대한 ‘언론적

관점’에서의 토픽 점유율을 나타낸 것이다.

토픽 1인 ‘올림픽 개최와 메달’의 경우, 박근혜정부 시기에 23.1%, 문재인정부 시기에 23.3%, 윤석열정부 시기에는 30.5%로 점유율이 증가하였다. 이 토픽은 각 정부 시기별로 올림픽 개최와 메달 획득에 대한 관심이 어떻게 변화했는지를 반영하며, 특히 윤석열정부 시기에 관심이 크게 증가한 것을 보여준다.

토픽 2인 ‘한류와 외국인 문화’의 경우, 박근혜정부 시기에 23.9%, 문재인정부 시기에 25.1%, 윤석열정부 시기에는 21.4%로 나타났다. 이 토픽은 한류의 확산과 외국인 문화 수용에 대한 내용을 다루며, 문재인정부 시기에 최고점을 찍은 후 윤석열정부 시기에는 다소 감소한 경향을 보인다.

토픽 3인 ‘세계 축제와 대회의 경우’, 박근혜정부 시기에 21.9%, 문재인정부 시기에 22.4%, 윤석열정부 시기에는 29.9%로 증가하였다.

표 7. 태권도 문화산업에 대한 ‘언론 관점’에서의 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계

No.	토픽	박근혜정부 (2015-2017)	문재인정부 (2018-2022)	윤석열정부 (2023-2024)	rho	p
1	올림픽 개최와 메달	23.1	23.3	30.5	.071**	.000
2	한류와 외국인 문화	23.9	25.1	21.4	-.030*	.043
3	세계 축제와 대회	21.9	22.4	29.9	.075**	.000
4	남북 체육과 공연	31.1	29.2	18.2	-.116**	.000

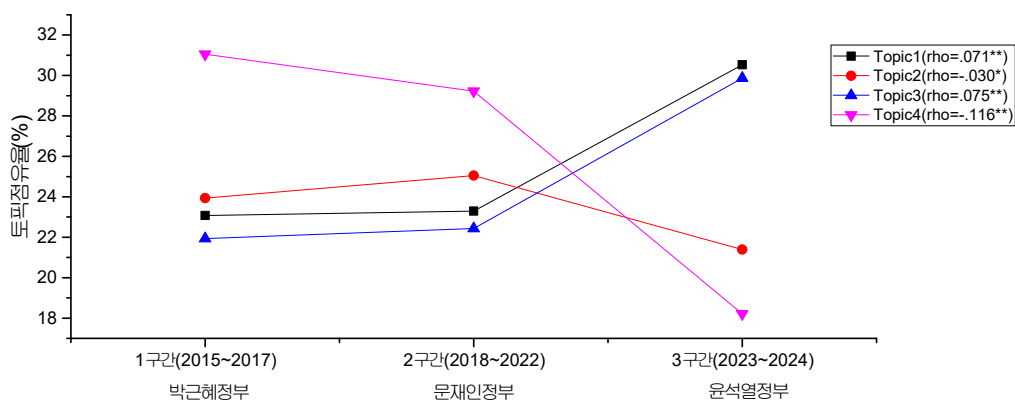


그림 4. 태권도 문화산업에 대한 ‘언론 관점’에서의 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계

이 토픽은 세계적인 축제와 대회에 대한 관심을 다루며, 윤석열정부 시기에 관심이 급격히 증가한 것을 볼 수 있다.

토픽 4인 ‘남북 체육과 공연의 경우’, 박근혜 정부 시기에 31.1%, 문재인정부 시기에 29.2%, 윤석열정부 시기에는 18.2%로 점유율이 감소하였다. 이 토픽은 남북한 간의 체육 교류와 공연에 대한 관심을 반영하며, 특히 윤석열정부 시기에는 큰 감소를 보였다. 이는 남북 관계와 체육 교류에 대한 관심이 줄어들었음을 시사한다.

3. 논문을 통한 ‘학술적 관점’ 결과

1) 논문 토픽 모델링 결과

다음 <표 7>는 학술 연구 자료를 통해 학계가 주목하는 관점에 대한 토픽모델링 결과이다.

토픽 1은 도장, 만족, 마케팅, 서비스, 고객과 같은 키워드로 나타나며, ‘도장만족과 마케팅’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 32개를 차지한다. 이 토픽은 태권도 도장에서의 고객 만족과 관련된 서비스와 마케팅 전략에 대한 논의를 포함한다. 이는 고객 만족도를 높이기 위해 다양한 마케팅 기법을 적용하고, 서비스 품질을 개선하려는 노력을 반영한다.

토픽 2는 세계, 대회, 참여, 문화, 품새와 같은 키워드로 나타나며, ‘세계대회와 문화참여’로 명명되었고, 전체 빈도 중 49개를 차지한다. 이 토픽은 전 세계적으로 열리는 태권도 대회와 그 대회에 참여하는 문화적 활동을 중심으로 논의된다. 이는 국제적인 태권도 행사와 문화 교류를 통해 태권도의 글로벌 인지도를 높이고 품새와 같은 전통 요소를 보존하며 발전시키려는 관심을 반영한다.

토픽 3은 지도자, 단원, 학교, 시범, 변화와 같은 키워드로 나타나며, ‘학교 지도자와 시범단원

의 변화’로 명명되었고, 전체 빈도 중 44개를 차지한다. 이 토픽은 태권도 지도자들이 학교에서 시범을 통해 단원들에게 교육하는 방식과 그 변화에 대한 논의를 포함한다. 이는 태권도 교육의 질을 향상시키기 위한 새로운 교육 방법론과 시범 활동의 변화를 반영한다.

토픽 4는 브랜드, 의사, 해외공연, 행동, 자산과 같은 키워드로 나타나며, ‘해외 공연 브랜드의 자산’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 45개를 차지한다. 이 토픽은 태권도 브랜드가 해외에서 공연을 통해 어떻게 자산을 구축하고 있는지를 다루며, 태권도 브랜드의 글로벌 이미지와 가치를 높이는 데 중점을 둔다.

토픽 5는 방법, 계획, 활성화, 경영, 산업과 같은 키워드로 나타나며, ‘경영활성화와 산업계획’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 52개를 차지한다. 이 토픽은 태권도 산업의 경영 활성화와 관련된 전략적 계획에 대한 논의를 포함한다. 이는 태권도 산업의 성장과 지속 가능한 발전을 위한 다양한 경영 방법론과 산업 활성화 전략을 반영한다.

토픽 6은 시범, 체육, 단원, 학교, 학생과 같은 키워드로 나타나며, ‘학교체육과 태권도 시범’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 33개를 차지한다. 이 토픽은 학교 체육 수업에서 태권도 시범을 통해 학생들에게 교육하는 방식 다룬다. 이는 태권도가 학교 체육 프로그램의 일환으로 학생들의 신체적 발달과 정서적 교육에 기여하는 방법을 반영한다.

토픽 7은 방법, 세계, 과정, 개선, 인식과 같은 키워드로 나타나며, ‘세계 인식과 과정 개선’으로 명명되었고, 전체 빈도 중 53개를 차지한다. 이 토픽은 태권도가 세계적으로 인식되고 수용되는 과정에서 발생하는 다양한 이슈와 그 개선 방안에 대한 논의를 포함한다. 이는 태권도의 글

로별 인지도를 높이고, 그 과정에서 발생하는 문제를 해결하기 위한 개선 방안을 탐구한다.

토픽 8은 콘텐츠, 네트워크, 이용, 사회, 문화와 같은 키워드로 나타나며, ‘콘텐츠 네트워크와 사회문화’로 명명되었고, 전체 빈도 중 50개를 차지한다. 이 토픽은 태권도와 관련된 콘텐츠가 네트워크를 통해 어떻게 사회와 문화에 영향을 미치는지를 다룬다. 이는 디지털 콘텐츠와 네트워크를 통한 태권도의 사회적 및 문화적 영향력에 대한 논의를 포함한다.

2) 논문 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계 분석결과

다음 <표 8>은 2015년부터 2024년까지 박근혜정부, 문재인정부, 윤석열정부 시기별로 주요 토픽의 점유율 변화를 나타낸 데이터에 대한 상관관계 분석 결과이다.

토픽 1인 ‘도장만족과 온라인마케팅’의 경우, 박근혜정부 시기에는 12.5%, 문재인정부 시기에는 9.3%, 윤석열정부 시기에는 6.3%로 점유율이 감소하였다. 연도와의 상관계수는 -.058로 음의 상관관계를 보였으며, 유의확률은 .276로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 도장 만족과 온라인 마케팅에 대한 관심이 통계적으로 유의미하지 않게 감소했음을 의미한다.

토픽 2인 ‘세계대회와 문화참여’의 경우, 박근혜정부 시기에는 9.4%, 문재인정부 시기에는 16.2%, 윤석열정부 시기에는 7.6%로 점유율이 변동하였다. 연도와의 상관계수는 -.057로 음의 상관관계를 보였으며, 유의확률은 .28로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 세계대회와 문화참여에 대한 관심이 유의미하게 감소했음을 시사한다.

토픽 3인 ‘학교 지도자와 시범단원의 변화’의 경우, 박근혜정부 시기에는 15.6%, 문재인정부 시기에는 8.5%, 윤석열정부 시기에는 22.8%로 점유율이 증가하였다. 연도와의 상관계수는 -.122로 음의 상관관계를 보였으며, 유의확률은 .021로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 학교 지도자와 시범단원의 변화에 대한 관심이 통계적으로 유의미하게 감소했음을 나타낸다.

토픽 4인 ‘태권도 브랜드와 해외공연’의 경우, 박근혜정부 시기에는 6.3%, 문재인정부 시기에는 13.4%, 윤석열정부 시기에는 12.7%로 점유율이 증가하였다. 연도와의 상관계수는 .029로 양의 상관관계를 보였으며, 유의확률은 .579로 나타났다. 이는 태권도 브랜드와 해외공연에 대한 관심이 유의미하게 변화하지 않았음을 시사한다.

표 8. 태권도 문화산업에 대한 ‘학술적 관점’에서의 토픽모델링 결과

No.	토픽	Fre.	1st	2nd	3rd	4th	5th
1	도장만족과 마케팅	32	도장	만족	마케팅	서비스	고객
2	세계대회와 문화참여	49	세계	대회	참여	문화	품새
3	학교 지도자와 시범단원의 변화	44	지도자	단원	학교	시범	변화
4	해외 공연 브랜드의 자산	45	브랜드	의사	해외공연	행동	자산
5	경영활성화와 산업계획	52	방법	계획	활성	경영	산업
6	학교체육과 태권도 시범	33	시범	체육	단원	학교	학생
7	세계 인식과 과정 개선	53	방법	세계	과정	개선	인식
8	콘텐츠 네트워크와 사회문화	50	콘텐츠	네트워크	이용	사회	문화

대중·언론·학술 관점에서의 토픽모델링 분석을 통한 태권도 문화산업 예산 투입 방향 검토

표 9. 태권도 문화산업에 대한 ‘학술적 관점’에서 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계

No.	토픽	박근혜정부 (2015-2017)	문재인정부 (2018-2022)	윤석열정부 (2023-2024)	ρ	p
1	도장만족과 온라인마케팅	12.5	9.3	6.3	-.058	.276
2	세계대회와 문화참여	9.4	16.2	7.6	-.057	.280
3	학교 지도자와 시범단원의 변화	15.6	8.5	22.8	-.122*	.021
4	태권도 브랜드와 해외공연	6.3	13.4	12.7	.029	.579
5	경영활성화와 산업계획	18.8	13	17.7	.021	.691
6	학교체육과 태권도 시범	12.5	9.7	6.3	-.060	.260
7	세계 인식과 과정 개선	9.4	14.6	17.7	.010	.856
8	콘텐츠 네트워크와 사회문화	15.6	15.4	8.9	-.070	.185

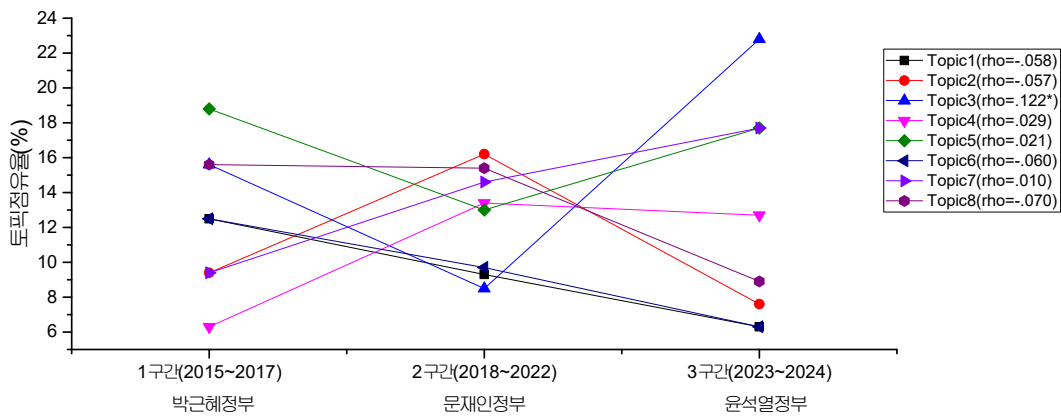


그림 5. 태권도 문화산업에 대한 ‘학술적 관점’에서 토픽 점유율과 정부 시기 간 상관관계

토픽 5인 ‘경영활성화와 산업계획’의 경우, 박근혜정부 시기에는 18.8%, 문재인정부 시기에는 13%, 윤석열정부 시기에는 17.7%로 점유율이 감소하였다. 연도와의 상관계수는 .021로 양의 상관관계를 보였으며, 유의확률은 .691로 나타났다. 이는 경영 활성화와 산업 계획에 대한 관심이 유의미하게 변화하지 않았음을 나타낸다.

토픽 6인 ‘학교체육과 태권도 시범’의 경우, 박근혜정부 시기에는 12.5%, 문재인정부 시기에는 9.7%, 윤석열정부 시기에는 6.3%로 점유율이 감소하였다. 연도와의 상관계수는 -.06로 음의

상관관계를 보였으며, 유의확률은 .26으로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 학교 체육과 태권도 시범에 대한 관심이 유의미하게 감소했음을 시사한다.

토픽 7인 ‘세계 인식과 과정 개선’의 경우, 박근혜정부 시기에는 9.4%, 문재인정부 시기에는 14.6%, 윤석열정부 시기에는 17.7%로 점유율이 증가하였다. 연도와의 상관계수는 .01로 거의 상관관계가 없으며, 유의확률은 .856로 나타났다. 이는 세계 인식과 과정 개선에 대한 관심이 유의미하게 변화하지 않았음을 의미한다.

토픽 8인 ‘콘텐츠 네트워크와 사회문화’의 경우, 박근혜정부 시기에는 15.6%, 문재인정부 시기에는 15.4%, 윤석열정부 시기에는 8.9%로 점유율이 감소하였다. 연도와의 상관관계수는 -.07로 음의 상관관계를 보였으며, 유의확률은 .185로 나타났다. 이는 시간이 지남에 따라 콘텐츠 네트워크와 사회문화에 대한 관심이 유의미하게 감소했음을 시사한다.

IV. 논의

본 연구는 태권도 문화산업에 대한 대중, 언론, 학술 관점의 토픽 모델링 분석을 통해 정부 시기별 예산 투입의 적절성을 평가하고 향후 예산 투입 방향을 제시하고자 한다. 각 관점에서의 토픽 분석 결과와 정부별 예산 데이터를 종합적으로 분석하여 태권도 문화산업의 발전 방향을 고찰할 수 있다.

1. 대중적 관점에서의 논의

토픽 1인 ‘무주 태권도원 박물관’은 토픽 점유율과 정부 시기 간의 상관관계가 통계적으로 유의미하게 나타났으며, 음의 상관관계를 나타냈다. 이는 연도의 변화에 따라 토픽이 감소하는 경향을 보였음을 의미한다.

그러나 박근혜정부 시기에 12.7%의 점유율을 보인 후 문재인정부 시기에 25.7%로 급격히 증가했다가 윤석열정부 시기에 다시 크게 감소하는 양상을 보였다.

이러한 양상을 통해 알 수 있는 점은 무주 태권도원과 태권도원에 위치한 국립태권도박물관에 대한 대중의 관심이 문재인정부시기에 특히 높았다는 것이다. 그 배경에 대해 논의해보자면 2017

년 무주 태권도원에서 개최된 세계태권도선수권이 큰 화제를 불러일으켜 개최 장소인 태권도원의 홍보 효과가 문재인 정부 시기 동안 지속되었을 것이다.

이후 대중의 관심이 감소하는 양상을 나타낸 것은 이와 같은 행사 부족으로 인한 결과로 해석할 수 있다. 이러한 해석을 통해 세계태권도선수권과 같이 세계인들이 주목할 수 있는 세계적인 이벤트 유치에 주최 지역 및 시설에 대한 홍보 효과를 효과적으로 불러일으키는 것을 알 수 있다. 따라서 태권도원과 국립태권도박물관의 지속적이고 효과적인 운영을 위해 자체적인 이벤트 외에도 외부인들이 흥미를 가질 수 있는 크고 다양한 이벤트들을 진행하는 것이 태권도 문화산업에도 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

토픽 4인 ‘세계 태권도 대회 및 축제’는 토픽 점유율과 정부 시기 간의 상관관계가 통계적으로 유의미하게 나타났으며, 양의 상관관계를 나타냈고 이는 연도의 변화에 따라 토픽이 증가하는 경향을 보였음을 의미한다.

박근혜정부 시기에 17.7%를 차지하던 점유율이 문재인정부 시기에 4.6%로 감소했고, 윤석열정부 시기에 17.8% 다시 급격히 증가하는 양상을 보였다. 2017년에 세계태권도선수권이 무주 태권도원에서 개최되었으며, 2023년부터 강원·춘천 세계태권도문화축제가 본격적으로 실시되었다는 점을 보았을 때, 국내에서 세계 태권도 대회 또는 축제가 진행되면 일시적으로 대중의 반응이 활발하게 나타나며, 이러한 특정 대회나 축제 자체에 대한 대중의 관심은 지속적으로 이어지지 않는다는 것을 알 수 있다.

태권도 문화산업의 지속적인 참여와 발전을 위해서는 세계인의 관심을 이끌어 낼 수 있는 국제적인 이벤트가 국내 지역 또는 시설과 연계되어 꾸준히 진행될 수 있도록 해야할 것으로

판단된다.

두 토픽을 종합하여 보았을 때, 국내 지역 및 시설에서 세계 태권도 대회 또는 축제를 진행하는 것이 대중의 관심을 유발하기 가장 효과적이라는 결과가 나타났다는 점에서 일맥상통하다고 볼 수 있다.

2. 언론적 관점에서의 논의

토픽 1인 ‘올림픽 개최와 메달’은 박근혜정부 시기 23.1%, 문재인정부 시기 23.3%로 비슷한 수준을 유지하다 윤석열정부 시기 약 1.3배 증가한 30.3%의 점유율을 보였다. rho값 역시 0.71로 매우 높은 양적 관계를 나타내며 상관관계가 유의($p < 0.05$)한 것으로 보아 정부 시기 별 특정 이벤트로 인해 변화가 있었음을 유추해볼 수 있다. 특히 윤석열정부 시기인 지금 2024 파리 올림픽을 앞두고 있다는 사실에 주목할 필요가 있다.

태권도는 1994년 올림픽 정식종목으로 채택되어 총 6번(시드니, 아테네, 베이징, 런던, 리우, 도쿄)의 올림픽을 거쳤다. 올림픽은 세계에서 가장 큰 스포츠 대회이기에 ‘올림픽의 개최와 메달’에 대한 언론의 관심도가 파리올림픽을 앞둔 윤석열정부 시기에 크게 증가한 것으로 볼 수 있다.

올림픽은 전 세계 최대 규모의 종합 스포츠 축제인만큼 올림픽 종목으로서 태권도는 높은 가치를 지니고 있다(김두한, 정국현, 2019). 그러나 태권도는 경기의 단조로움 등의 이유로 정식 종목으로 채택된 이후 올림픽 퇴출 종목 1순위 후보 중 하나로 거론되어왔다(유경석, 2024). 이는 태권도 산업의 가치 확대에 악영향을 끼칠 수 있는 문제이기에 문화체육관광부에서도 이미

‘스포츠비전2018’에서 국격을 높이고 우호를 증진하는 국제스포츠로의 도약과 가치의 온전한 실현을 위해 태권도의 문제 해결에 대한 연구가 필요하다고 지적해왔다(문화체육관광부, 2013).

연구의 필요성에 따라 학술적 관점에서 진행한 토픽 모델링 결과를 함께 살펴보면 **토픽 7인 ‘세계 인식과 과정 개선’**의 점유율이 정부시기 별 각 9.4%, 14.6%, 17.7%로 나타난 것을 볼 수 있다. 이는 태권도 문화산업과 관련하여 태권도의 인식과 문제점 개선을 위한 연구가 계속해서 증가하고 있음을 보여준다(구범준, 2017; 김범류, 2021; 김세진, 2023).

따라서 올림픽과 관련하여 언론과 학문 분야는 같은 방향으로 잘 나아가고 있다고 평가된다. 언론은 태권도의 가치와 문제를 조명하며 그 중요성을 강조하고 있고 학문 분야에서는 문제를 해결하기 위한 연구를 지속적으로 확대하고 있기 때문이다. 언론과 학술분야의 일관된 방향이 태권도가 올림픽 정식 종목으로서 가치를 유지하고 발전시키는데 기여할 것이다.

토픽 2인 ‘한류와 외국인 문화’는 박근혜정부 시기 23.9%의 점유율로 시작해 윤석열정부 시기 21.4%의 점유율로 감소하였다. $p < 0.05$ 이며 rho값이 -0.03으로 이는 유의한 상관관계임을 알 수 있다. 현재 한류의 성과와 지속력이 계속해서 증가하고 있음에도 불구하고(황인석, 2008; 문효진, 2012; 홍재원, 2014) 한류와 외국인 문화와 관련된 태권도 문화산업에 대한 점유율이 음의 상관관계를 보인다는 점에 주목해야할 필요가 있다.

이는 대중관점에서의 **토픽 2인 ‘태권도 교육 및 한류’**, **토픽 6인 ‘아메리칸 잭 웰런트 국가별 반응’**과 같이 한류와 태권도를 결합한 문화산업 점유율이 시간이 지남에 따라 계속해서 증가한 것과 상반된 결과로 언론이 태권도 문화산업에 대한 대중들의 관심을 제대로 반영하지 못하고

있음을 보여준다.

언론은 단순한 정보 전달자가 아닌 의제설정기관인 만큼 쟁점들을 파악하여 국가 운영이나 정책상의 주요 사안에 대한 인식을 형성하는 기능을 담당하기에 언론과 대중적 관점에서의 산업적 방향 일치가 중요하다고 볼 수 있다(양선희, 2008).

더불어 현재 세계화 흐름 속에서 태권도 문화산업의 국격을 높이고 우호를 증진하는 국제스포츠로 발전하기 위한 토대 마련을 위해서는 태권도 문화산업에 대한 각 분야별 흐름을 파악하는 것이 필수적이라고 판단되는 시점이다. 이는 문화체육관광부(2018)가 발표한 스포츠비전2030의 추진과제에서도 언급된 바 있다.

토픽 3인 ‘세계 축제와 대회’의 토픽 점유율과 정부시기 상관계수를 살펴보면 강한 양적 상관계수가 존재함을 알 수 있다($\rho=0.75$, $p<.05$). 구체적인 수치를 살펴보면 박근혜정부 21.9%로 시작했던 토픽 점유율이 윤석열정부에 들어서서 29.9%로 크게 증가하였다. 이는 앞선 토픽1에서 언급된 올림픽과 같은 세계 대회에 더해 국내외적으로 태권도 문화 행사가 개최된 결과로 보여진다. 이와 관련하여 토픽3의 다섯 번째 키워드로 나타난 ‘무주’에 주목할 필요가 있다.

언론 분야에서 무주에 대한 보도가 많아졌다는 것을 통해 무주 태권도원에 대한 언론의 홍보가 꾸준히 이루어져 왔음을 알 수 있다(김충근, 2024). 그러나 대중관점에서 도출된 토픽1, ‘무주 태권도원 박물관’의 점유율을 살펴보면 25.7%에 달했던 수치가 9.8%까지 하락하였다. 이는 언론이 무주태권도원에 대해서 홍보를 하고 있음에도 불구하고 무주태권도원에 대한 대중의 관심이 떨어지고 있음을 의미한다. 이는 무주태권도원에 대한 대중들의 관심도 하락이 홍보의 문제가 아닌 태권도원의 근본적인 역할에

있음을 시사한다. 이는 앞서 논의한 대회 개최지 이외의 태권도원 활용 방안 부족 문제와도 같은 맥락을 이룬다. 따라서 무주태권도원에 대한 홍보보다 근본적인 태권도원의 역할강화가 선행되어야 함을 알 수 있다.

이러한 맥락에서 대중관점 토픽4인 ‘세계태권도대회와 축제’와 언론관점 토픽3인 ‘세계 축제와 대회’가 같은 시기에 모두 통계적으로 유의미한 양의 상관관계를 이루고 있다는 것이 확인되었다. 이는 언론의 보도와 대중의 관심 주제가 일치하는 것을 의미하므로, 언론이 정보 수혜자인 대중의 정보를 적절히 파악하여 보도 방향성을 정확히 설정했음을 의미한다.

그러나 현재 윤석열정부가 발표한 120대 국정과제를 살펴보면 스포츠산업에서 전문체육인 육성을 통한 국제 스포츠 경쟁력 강화와 스포츠 인프라 확충에만 초점을 두고 있으며 현재 존재하고 있는 인프라의 활용 방안에 대한 고려가 미비하다. 따라서 태권도 문화콘텐츠 개발을 통해서 태권도 대표기관을 활용한 관광자원화 사업이 추가적으로 이루어져야 한다.

토픽 4인 ‘남북 체육과 공연’의 경우 박근혜정부 시기 31.1%, 문재인정부 시기 29.2%의 점유율을 보이다 윤석열정부 시기 18.2%로 크게 감소하였다. ρ 값이 $-.116$, p 값이 $.000$ 으로 토픽 점유율이 정부시기에 따라 매우 높은 수준의 음적 상관관계를 보였다.

문재인정부 때까지 높은 점유율을 보였던 것은 해당 시기 남북 태권도 합동 공연 등 남북 화해무드를 계기로 이질화된 남북 태권도의 교류와 협력을 확대 및 통합하고자 했던 시대적 요구에 따른 것으로 보여진다(문화체육관광부, 2018). 또한, 국정기획자문위원회가 2017년 국정과제로 남북 태권도 교류를 선정한 것에 따라 남북 태권도 교류 활성화를 위한 노력이 이루어

저 남북 간 태권도 협력체제 구축과 지도자 및 선수 교류 등의 활동이 진행되었고, 이와 관련한 연구가 국제적 세계적 연구로 이어진 것도 점유율 증가에 영향을 미쳤을 것이다.

이렇게 꾸준한 노력을 해왔음에도 불구하고 윤석열정부에 들어서 남북 관계와 관련한 태권도 문화산업에 대한 점유율이 크게 감소하였다는 사실에 주목해야 한다. 윤석열정부 시기에는 앞선 정부와 달리 스포츠 교육 산업에 집중하였기에 남북 교류를 추진하는 내용이 주요 국정과제에 포함되어 있지 않다.

이를 통해 정책의 일관성과 지속성이 장기적인 효과를 위해 필수적 요소임을 알 수 있다. 따라서 태권도 문화산업의 지속적인 발전을 위해서는 일관된 방향으로의 정책 추구가 이루어져야 함을 시사한다.

3. 학술적 관점에서의 논의

토픽 1인 ‘도장 만족과 마케팅’의 점유율은 점점 감소하는 추세를 보였다. 이는 코로나19로 인해 실내활동이 급격히 제한되면서 도장 경험을 일시적으로나마 시도조차 하지 못하는 상황이 발생함에 따라 자연스럽게 운영기관인 태권도장에 대한 관심이 저하되었을 가능성이 있다. 또한, 태권도 수련 및 대회 개최의 제약으로 인해 이에 대한 최선의 방안으로 ICT 기술을 활용한 비접촉, 비대면 형식의 운영이 활성화되었다(김기남, 2024). 따라서 대면 활동이 현저히 줄어들어 마케팅 분야의 연구도 줄어들었을 가능성이 있다.

토픽 2인 ‘세계대회와 문화 참여’의 연도에 따른 토픽점유율은 통계적으로는 유의미하지 않았으나 문재인정부 시기에 점유율이 16.2%로 가장 높았다. 이러한 이유는 두 가지의 측면이 있을 것

이다.

첫째, 2018년 문화체육관광부에서 발표한 ‘태권도의 미래 발전전략과 정책과제’에서 제시된 태권도 10대 문화콘텐츠가 중요한 역할을 했다(문화체육관광부, 2018). 이 정책은 태권도의 글로벌 리더십을 강화하고, 다양한 국제기구와의 협력을 통해 태권도를 세계적으로 확산시키려는 전략을 포함하고 있다.

특히, ‘태권도 ODA 및 현지화 전략’을 통해 타국가와의 협력을 강화하고, 현지에서의 태권도 보급을 확대하려는 노력이 강조되었다.

둘째, 문재인정부에서는 태권도의 글로벌 리더십 구축을 위한 ‘태권도 리더스포럼’ 개최와 같은 정례적인 국제회의가 중요한 역할을 했다. 이러한 회의는 글로벌 태권도 아젠다를 논의하고 태권도 교육과 연구, 산업 발전 등 다양한 측면에서의 협력을 증진시키는 데 기여했을 것이라고 추정된다(문화체육관광부, 2018).

그러나 2023년 윤석열정부로 이어지면서 태권도 문화산업 연구에 대한 관심이 연구의 다양성과 증가로 이어지지 못했던 것으로 판단된다. 이러한 이유는 윤석열정부의 국정과제 60번(대한민국정부, 2022)에 ‘모두를 위한 스포츠, 촘촘한 스포츠 복지 실현’을 공약화하였다.

따라서 윤석열정부 시기 태권도 문화산업 연구가 다변화되지 못한 이유를 윤석열정부 120대 국정과제에 비추어 두 가지 요인관점에서 본다면 첫째, 윤석열정부의 체육 정책은 ‘엘리트 체육 강화’에 초점을 맞추어, 생활체육과 같은 다른 분야에 대한 관심이 감소되어 전체적인 스포츠 종목의 다각적 연구와 지원이 부족해진 것으로 판단된다. 둘째, 정부의 체육 정책 방향이 지역 균형 발전과 엘리트 체육에 더 집중되면서, 국제적 연구와 협력의 확대보다는 국내 중심의 발전 전략이 우선시되었을 가능성이 있다.

토픽 3인 ‘학교 지도자와 시범단원의 변화’는 윤석열정부 시기에 22.8%로 가장 높았는데, 이는 윤석열정부로 정권이 교체되면서 태권도 지도자에 대한 관심이 증가했음을 나타내며, 학교 시범에 변화가 있었던 것으로 판단된다. 윤석열정부가 들어서고 2022년도에 기술이 많이 발전하면서 교육 방식에도 많은 변화가 있었을 것이다. 이러한 변화는 지도자들이 단순히 지도역할 뿐만 아니라 트렌드에 맞는 프로그램을 기획하고, 최신 분위기에 맞춰 교육 시 주의점 들을 고려해야 한다는 필요성을 증가시켰다. 따라서 윤석열정부 시기에 학교 지도자와 시범단원의 변화에 대한 연구가 이전보다 많이 진행되었을 것으로 예상된다. 이 시기의 변화는 태권도 교육 방식의 변화와 함께 지도자들이 새로운 기술과 교육 방법을 적극 도입하는 데 중요한 역할을 했을 것이다.

토픽 4인 ‘태권도 브랜드와 해외 공연’ 주제는 박근혜정부에서 가장 낮은 수준을 기록했으나, 문재인정부와 윤석열정부에서는 큰 차이가 없었다. 이는 문재인 정부부터 태권도를 세계적으로 알리기 위한 해외공연이 보다 지속적으로 추진되었음을 시사한다. 특히, ‘America’s Got Talent’와 같은 전 세계적으로 주목받는 대형 오디션 프로그램에서 공개된 태권도 공연 영상은 2021년 6월 15일 공식 유튜브 계정에 업로드된 후 2022년 7월 13일 기준 1,432만 회, 두 달 후 1,795만 회를 기록하며, 1년 반 후인 2022년 12월에는 3,500만 회를 기록하였다. 또한, 국내외 유튜브버들에 의해 다수의 해석 영상이 제작되고 있으며, 이에 대한 댓글도 수만 개가 생성되어 태권도 브랜드에 대한 외국인들의 높은 관심과 인기를 보여준다(최혁규, 2019). 이는 태권도 공연 단체의 증가와 더불어 태권도 브랜드의 글로벌한 가치를 입증하는 요소로 많

은 연구자들이 태권도 시범에 대해 주목 하고 있음을 추론할 수 있다(Lee & Park, 2020; Kim & Lee, 2021).

토픽 5인 ‘경영 활성화와 산업 계획’은 박근혜정부 시기에 18.8%로 가장 높았고, 문재인 정부 시기에 약간 감소했지만, 윤석열정부 때 다시 증가하는 추세를 보였다. 이는 박근혜정부 시기에 태권도 경제 활성화와 산업 경쟁력 강화를 위한 다양한 정책이 적극적으로 추진되었음을 나타낸다. 예를 들어, 문화융성 정책을 통해 한류를 대표하는 태권도를 대한민국의 대표 한류 브랜드로 육성하여 공연 콘텐츠 개발을 지원하고, ‘킵스’와 ‘위대한 태권도’ 등의 공연이 상연되었다(최혁규, 2019).

윤석열정부에 들어서면서 다시 점유율이 높아진 것은 경제 성장과 혁신을 위한 새로운 전략들이 도입되었으며 특히 첨단 기술 산업과 디지털 산업을 중심으로 한 산업이 강화된 결과라고 할 수 있다(이현우, 2022; 최민수, 강서연, 2023).

토픽 6인 ‘학교 체육과 태권도 시범’은 점점 감소하는 추세를 보였다. 반면, 토픽 3을 보면 학교 시범 변화에 대한 관심은 증가했음을 알 수 있다. 이러한 현상의 배경에는 몇 가지 요인이 있을 수 있는데 먼저, 학교 체육 및 태권도에 관한 연구보다 기술, 공학이나 디지털과 관련된 다른 분야에 더 집중되었을 수 있다. 두 번째로 태권도의 경우에는 전통적인 학교 체육 활동보다는 엘리트 스포츠나 대회 중심의 프로그램에 더 집중되었을 것이다. 이는 학교 체육 프로그램에서 태권도 시범의 중요성이 점점 감소하도록 만든 요인 중 하나일 수 있다. 마지막으로 코로나19 팬데믹 영향으로 실내에서 진행되는 체육 활동이 중단되거나 제한됨으로써 이에 관한 연구의 관심이 감소했을 가능성이 크다고 판단된

다.

따라서 학교 체육 수업에서 태권도와 같은 전통 스포츠를 이해할 수 있도록 하고 이를 문화 산업과 연계한 정책을 추가로 마련해야하며, 더불어 시대에 맞춰 디지털 기술을 활용한 태권도 교육 프로그램을 개발하고 활성화시켜 학생들이 흥미를 가질 수 있도록 해야 할 것으로 판단된다.

토픽 7인 ‘세계 인식과 과정 개선’은 토픽 점유율 빈도도 53으로 가장 높았으며, 점유율도 꾸준히 증가하는 추세를 보인다. 이는 시간이 지날수록 태권도에 관한 세계 인식을 개선해야 할 필요성이 커지고 있음을 나타낸다.

예로, 유럽에서의 한국 문화에 대한 관심이 낮은 이유는 해당 문화 콘텐츠의 경험률이 상대적으로 낮기 때문이다(남상석, 2024). 따라서 여러 국가에 태권도 문화를 경험할 수 있도록 콘텐츠를 제공하는 것이 중요하다. 이러한 필요성에 따라 인식 개선과 관련된 연구도 증가한 것으로 판단되며, 세계 인식을 개선하기 위해서는 먼저 태권도의 역사와 가치를 효과적으로 전달하는 것이 중요하다. 따라서 다양한 미디어 플랫폼을 활용하여 태권도를 소개하는 캠페인을 실행하고, 국제 태권도 대회를 정기적으로 개최하는 것이 중요할 것이다. 또한 해외에서 진행하는 태권도 공연과 시범을 늘려 직접 태권도를 경험할 수 있는 기회를 제공하는 정책이 추가로 마련되어야 한다.

토픽 8인 ‘콘텐츠 네트워크와 사회문화’에서 박근혜정부와 문재인정부 시기의 토픽 점유율은 각각 15.6%, 15.4%로 상대적 높았으나, 윤석열정부 시기에는 8.9%로 크게 감소하는 추세를 보였다. 이는 정부 정책의 방향성과 관련이 있을 수 있다. 미래창조과학부(2016)에 따르면, 박근혜정부 시기에는 창조경제와 문화융성을 강

조하며 전통문화자원의 산업화를 목표로 하고 융복합 콘텐츠를 추진하였음을 알 수 있다. 문재인정부 시기에는 ‘태권도 문화콘텐츠화 추진 위원회’를 구성하고 여러 콘텐츠를 개발하는 것을 목표로 하였다(문화체육관광부, 2017). 이러한 정책들은 두 정부 시기에 콘텐츠와 문화에 대한 학술적 관심을 높였을 것으로 추정된다. 반면 윤석열정부 시기에는 코로나19 팬데믹 이후 사회문화적 연구 초점이 변화하고, 네트워크 환경의 급변으로 인해 기존 콘텐츠와 사회문화에 대한 연구가 상대적으로 소외되었을 가능성이 있다. 따라서 콘텐츠의 폭과 네트워크망을 넓히기 위해서는 지속적인 정부의 관심과 연구가 필요하며, 특히 산업 기술이 발전하는 디지털 시대에 부합하는 새로운 시도와 연구가 진행되어야 할 것으로 판단된다.

4. 정부 시기별 사업 지출 국기원수지 예산 분석

1) 박근혜정부 시기(2015-2017)

이 시기에는 태권도의 글로벌화를 위한 기초 작업에 중점을 둔 것으로 보인다. 차량비, 출장비, 해외품단 제작비, 해외조직 기반 구축 사업 등 다양한 국제적 활동을 위한 초기 투자가 이루어졌다. 이는 태권도를 세계무대에서 더욱 널리 알리기 위한 초석을 다지는 시기로 해석할 수 있다. 국기원 성지화와 명소화 프로젝트가 본격적으로 추진되었다. 이 시기의 홍보 활동은 태권도에 대한 인식을 높이고, 국기원과 같은 태권도 상징적 장소를 명소화하는 데 중점을 두었다. 이는 태권도 브랜드를 강화하고 국내외 관심을 유도하려는 노력이었다.

표 10. 태권도 문화산업에 대한 정부 시기별 지출 예산 내역

(%)

항목	박근혜정부 (2015-2017)	문재인정부 (2018-2022)	윤석열 정부 (2023-2024)
Total	32,982,326,340 (100%)	58,221,916,755 (100%)	33,161,062,200 (100%)
세계화			
- 차량비	340,428,940 (1.03%)	463,070,000 (0.80%)	380,424,000 (1.15%)
- 출장비	383,560,000 (1.16%)	436,180,000 (0.75%)	192,900,000 (0.58%)
- 해외품단제작비	506,325,000 (1.54%)	2,558,132,000 (4.39%)	2,369,445,000 (7.15%)
- 해외조직 기반 구축 사업	4,171,523,000 (12.65%)	4,157,155,000 (7.14%)	1,810,000,000 (5.46%)
- 태권도 사범 파견사업	700,000,000 (2.12%)	1,621,700,000 (2.79%)	816,000,000 (2.46%)
- 국내외 도장 지원사업	192,500,000 (0.58%)	-	-
- 주한 외국인 태권도 활성화	1,200,000,000 (3.64%)	2,434,200,000 (4.18%)	2,367,100,000 (7.14%)
- 대외협력비 (특화사업)	-	-	30,000,000 (0.09%)
Total	7,494,336,940 (22.72%)	11,670,437,000 (20.04%)	7,965,869,000 (24.02%)
대회운영			
- 비품비	108,800,000 (0.33%)	260,000,000 (0.45%)	133,400,000 (0.40%)
- 회의비	190,650,000 (0.58%)	982,945,000 (1.68%)	1,108,850,000 (3.34%)
- 심사공정성제고	627,680,000 (1.90%)	887,230,000 (1.52%)	433,805,000 (1.31%)
- 품단제작(발급) 및 심사	3,648,959,400 (11.06%)	6,543,878,100 (11.24%)	2,547,463,200 (7.68%)
Total	4,576,089,400 (13.87%)	8,674,053,100 (14.90%)	4,223,518,200 (12.74%)
교육			
- 급여비	7,840,780,000 (23.77%)	13,558,090,000 (23.28%)	8,499,890,000 (25.63%)
- 복리후생비	2,781,973,000 (8.43%)	4,193,461,000 (7.20%)	1,920,500,000 (5.79%)
- 인력 개발	137,900,000 (0.42%)	354,500,000 (0.60%)	22,000,000 (0.07%)
- 연수원 교육비	1,481,640,000 (4.49%)	2,818,609,500 (4.84%)	1,754,600,000 (5.29%)
- 시범단 육성비	2,280,000,000 (6.91%)	4,115,076,521 (7.06%)	1,616,800,000 (4.88%)
- 인성교육 프로그램 개발 및 전문인력 양성기관 지정사업(특화사업)	150,000,000 (0.45%)	68,000,000 (0.11%)	-
- 태권도 장학 (특화사업)	-	100,000,000 (0.17%)	-
- 연수원 사업비	367,480,000 (1.11%)	806,195,000 (1.38%)	523,935,000 (1.58%)
Total	15,039,773,000 (45.60%)	26,013,932,021 (44.68%)	14,337,725,000 (43.24%)
홍보			
- 제작비	3,600,000 (0.01%)	-	-
- 홍보비	1,420,890,000 (4.31%)	2,546,530,000 (4.37%)	1,734,080,000 (5.23%)
- 국기원 성지화 (특화사업)	174,800,000 (0.53%)	-	-
- 국기원 명소화 (특화사업)	-	56,000,000 (0.10%)	-
- 브랜드 조사용역 (특화사업)	-	20,000,000 (0.03%)	-
Total	1,599,290,000 (4.85%)	2,622,530,000 (4.50%)	1,734,080,000 (5.23%)

대중·언론·학술 관점에서의 토픽모델링 분석을 통한 태권도 문화산업 예산 투입 방향 검토

프로젝트 및 운영 관리			
- 연구소비	1,620,000,000 (4.91%)	3,531,280,000 (5.89%)	1,367,560,000 (4.12%)
- 도복개발 (특화사업)	172,500,000 (0.52%)	100,000,000 (0.17%)	-
- 행사 / 대회 사업	1,548,430,000 (4.69%)	-	1,799,600,000 (5.43%)
- 임대료	931,907,000 (2.83%)	3,370,610,000 (5.78%)	1,732,710,000 (5.23%)
Total	4,272,837,000 (12.95%)	2,239,074,634 (3.84%)	4,899,870,000 (14.78%)

2) 문재인정부 시기(2018-2022)

문재인정부 시기에는 박근혜 정부 시기보다 더욱 적극적인 글로벌화 전략이 추진되었다. 해외조직 기반 구축 사업과 태권도 사범 파견사업 등이 강화되었으며, 주한 외국인 태권도 활성화와 대외협력비(특화사업) 등 국제적 네트워크를 확대하는 데 중점을 두었다.

이는 태권도가 단순한 스포츠를 넘어 문화 외교의 도구로 활용되었음을 의미한다. 문재인정부는 교육 분야에도 상당한 투자를 했다. 급여비, 인력 개발, 인성교육 프로그램 개발 및 전문인력 양성기관 지정사업 등 교육의 질적 향상을 목표로 한 프로젝트가 증가했다. 이는 태권도 교육을 통해 차세대 지도자를 육성하고 교육의 질을 높이는 데 중점을 둔 시기였다. 이 시기에는 도복 개발 등의 특화사업이 추가되었으며, 이는 태권도 문화상품의 다양화와 질적 향상을 목표로 한 것으로 추정된다.

3) 윤석열정부 시기(2023-2024)

윤석열정부 시기에는 예산이 다소 감소하는 경향을 보였다. 특히, 세계화와 관련된 일부 특화사업의 예산이 줄어들었다. 이는 기존에 추진되었던 글로벌 확장 전략이 어느 정도 성과를 달성하고, 이를 유지하는 데 필요한 예산을 줄이는 방향으로 정책이 전환되었음을 시사한다.

교육 특화사업에서는 여전히 상당한 예산이 투입되었다. 이는 태권도 교육의 질적 향상과 차세대 태권도 지도자 육성에 대한 지속적인 관심을 반영한다. 홍보 항목에서는 국기원 명소화와 같은 프로젝트의 예산이 감소한 것을 볼 수 있다. 이는 태권도 브랜드 강화의 일환으로 추진된 프로젝트가 어느 정도 마무리되었음을 나타내며, 새로운 홍보 전략으로의 전환을 시사한다.

V. 결론 및 제언

1) 결론

대중적, 언론적, 학술적 토픽모델링 결과에서의 관점과 정부시기별 정책예산은 일맥상통했다.

대중적 관점에서는 국제 이벤트와 태권도원의 홍보에 대한 관심이 문재인 정부시기에 크게 증가했고 이는 세계화와 대회 운영 관련 예산 증가로 반영되었다. 언론적 관점에서는 올림픽과 한류 연계 태권도 문화산업에 대한 보도가 윤석열 정부시기에 증가하였으며, 이는 태권도 사범 파견과 해외 조직 구축 사업 등 국제적 활동에 대한 예산 투자로 나타났다. 학술적 관점에서는 도장 만족도, 세계 인식 개선, 교육과 지도자 육성에 대한 연구가 지속되었으며, 이와 관련된 교육 및 연구 프로젝트에 대한 예산 투자도 지속되었다.

향후 태권도 문화산업 발전을 위해 대중들이

인식하고 있는 무주 태권도원 및 국립태권도원 박물관에 대한 국제 이벤트 개최와 시설 활성화 투자가 필요할 것으로 판단된다. 또한, 올림픽과 같은 대규모 국제 스포츠 이벤트와 태권도 관련 국제 협력 프로그램을 확대하고, 비대면 교육 프로그램과 지도자 육성을 강화하는 교육 및 연구 개발 투자가 중요하다. 마지막으로, 태권도 브랜드의 글로벌 인지도를 높이기 위한 지속적인 홍보와 마케팅 활동이 필요하다. 이러한 투자는 태권도 문화산업의 지속 가능한 발전과 글로벌화에 기여하며, 태권도의 문화적, 경제적 가치를 더욱 높일 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- 김기남, & 전민우. (2024). 문화사회 변화에 따른 태권도장 운영 측면에서의 ICT 프로그램 활용 방안 탐색. *국기원태권도연구*, 15(1), 79-88.
- 김두한, & 정국현. (2019). 리우올림픽 태권도경기 의 한국선수과 외국선수의 경기운영 분석을 통한 경기력 향상 방안. *스포츠사이언스*, 36(2), 117-124.
- 김범류, & 이재봉. (2021). 올림픽 핵심종목 지속을 위한 태권도 겨루기 경기규칙 개선방안. *세계태권도문화학회지*, 12(1), 59-74.
- 김세진, & 최광근. (2023). 태권도 전자호구 도입 전·후 겨루기 경기규칙 및 득점 기술변천에 관한 연구. *코칭능력개발지*, 25(5), 115-129.
- 김윤호. (2022). 국내 엘리트 태권도 선수를 키워드론한 연구동향 분석; 네트워크 분석의 적용. *한국스포츠학회*, 20(2), 727-739.
- 김종수, & 최광근. (2019). 태권도 시범 분야 심리요인 관련 연구동향 분석. *한국스포츠학회*, 17(2), 991-1002.
- 김충근. (2024). 무주 태권도원, 외국관광객 발길 이어져. *뉴스1*, 2024년 07월 17. Retrieved from <https://www.domin.co.kr/news/articleView.html?idxno=1477232>
- 김창식. (2010). 태권도단체의 합리적인 발전 방안에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 순천향대학교 교육대학원.
- 남상석, 이미연, 박지현, 김정우, 김나혜, 박종범, & 홍성걸. (2024). 해외 태권도 수련자의 태권도 수련 효과에 대한 인식과 한국 문화에 대한 관심. *국기원태권도연구*, 15(2), 66-78.
- 문효진, 박성현 (2012). 한류 인기 요인과 호감도 및 국가이미지와와의 관계 연구: 일본, 미국, 프랑스를 중심으로. *PR연구*, 16(4), 247-280.
- 양선희. (2008). 새로운 미디어 환경과 의제설정 효과. *한국언론학보*, 52(4), 81-104.
- 유경석. (2024). 제17회 세계태권도 문화엑스포 열린 무주 태권도원, 뉴스1. 2024.07.20. Retrieved from https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1000462172
- 유호윤. (2020). 빅데이터 분석을 통한 태권도 경쟁력 강화 전략. 미간행 박사학위논문. 가천대학교 대학원.
- 윤오남, 정문자, & 김보정. (2009). 태권도지도자 관련 연구 동향 분석. *대한무도학회지*, 11(3), 19-34.
- 조혜수, 박지용, & 이은수. (2024). 토픽모델링을 이용한 태권도 시범 연구 동향분석; 2004년부터 2023년까지. *체육과학연구*,

- 35(1), 001-014.
- 최병욱. (2010). 태권도 공연이 문화산업에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 경희대학교 대학원.
- 최혁규. (2019). 태권도 진흥정책에 따른 태권도 공연문화 분석과 활성화 방안. 미간행 석사학위논문. 명지대학교 사회교육대학원.
- 최혁규. (2019). 태권도 공연의 현재와 미래. 문화관광연구소.
- 황지현. (2013). 태권도 이벤트의 서비스 품질과 방문만족, 재방문의사 및 추천 의사의 구조적 관계. 한국체육과학회지, 22(2), 517-527.
- 홍재원, 박승배(2014). “한류 콘텐츠의 온라인 확산에 관한 연구: 국가 간 문화적 차이를 중심으로.” 마케팅관리연구 19.1 89-108.
- Beard, J. B., & Ragheb, M. G. (1980). M.A. participation across the life cycle: A review of the literature and suggestions for future research. *Martial Arts Journal*, 1, 34-42.
- Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent Dirichlet Allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3(Jan):993-1022.
- Choi, H., Moenig, U., & Choi, C. (2024). The institutionalization of taekwondo in South Korea. *Revista de Artes Marciales Asiáticas*, 19, 39-54. doi:10.18002/rama.v19i1.2404.
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835-2857.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37-51.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
- Goyal, A., & Kashyap, I. (2022). Latent Dirichlet Allocation - An approach for topic discovery. 2022 International Conference on Machine Learning, Big Data, Cloud and Parallel Computing (COM-IT-CON), Faridabad, India, pp. 97-102. doi:10.1109/COM-IT-CON54601.2022.9850912.
- Hofmann, T. (1999). Probabilistic latent semantic indexing. In *Proceedings of the 22nd annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval (SIGIR '99)*, 50-57.
- Jensen, M. C. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*, 14(3), 8-21.
- Johnson, J.A. (2021). Taekwondo as an Academic Field of Study for Non-Koreans: An Unconventional and Extreme Form of Martial Arts Tourism. *Sustainability*, 13, 3124. <https://doi.org/10.3390/su13063124>
- Kim, H. J., & Kim, Y. S. (2015). Economic

- impact of Taekwondo tourism in Korea. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), 205-221.
- Kim, H. Y., Lee, S. H., & Choi, H. S. (2017). Analysis of the Taekwondo educational effect in middle school physical education. *International Journal of Physical Education*, 54(2), 18-27.
- Lee, K. H., & Kim, J. D. (2016). Evaluation of the Taekwondo industry in the context of cultural and economic impacts. *Journal of Cultural Economics*, 40(2), 133-149.
- Lee, S. K., & Lee, J. H. (2019). The effect of Taekwondo tourism on local economies and cultural exchange. *Tourism Management*, 73, 133-145.
- Park, J. H., & Lee, S. K. (2019). An analysis of Taekwondo education programs and their effectiveness. *International Journal of Sports Science*, 8(2), 99-107.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Salton, G. (1983). *Introduction to modern information retrieval*. New York: McGraw-Hill.
- Smith, A., & Stewart, B. (2010). The special features of sport: A critical revisit. *Sport Management Review*, 13(1), 1-13.
- National Martial Arts Federation. (2021). Taekwondo statistics. Retrieved from World Taekwondo Federation official website.
- 국기원. (2024). 국기원 온라인 리플릿-한국어판. Retrieved from <https://www.kukkiwon.or.kr/base/board/read?boardManagementNo=29&boardNo=3308&searchCategory=&page=1&searchType=&searchWord=&menuLevel=2&menuNo=5040>

대학원생부

태권도원 관광 활성화를 위한 중국·일본·태국 전통무예 관광지 진흥 사례에 대한 고찰

권석무(용인대학교, 석사과정)¹⁾

국문초록

본 연구는 중국, 일본, 태국의 전통무예 관광지 진흥 사례를 분석 및 비교하여 대한민국의 태권도원에 적용 가능한 신규 사업의 전략 수립 방안을 제시한다는 목적으로 수행되었다. 연구방법으로 문헌고찰법과 내용분석법을 실시하였으며, 그에 따른 결론은 다음과 같다. 첫째, 무예관광의 주요 관광자원 형태에 있어서 중국의 소림사 무술관광은 '사적지', '교육기관', '무술 공연' 등의 형태를 나타냈으며, 특히 사적지로서 유네스코 세계유산, 중국 전국중점문화유산으로 등재되었다. 일본의 일본무도관 무도관광은 '경기장', '교육기관', '학술연구', '대회 개최', '지역 관광' 등의 형태를 나타냈으며, 9가지 일본 현대무도 및 고무도 종목 전체를 대상으로 운영되고 있다. 태국의 라자담넌 및 롬피니 스타디움 무에타이 관광은 '경기장', '대회 개최', '무에타이 공연', '교육기관', '지역 관광' 등의 형태를 보였으며, 무에타이 이외에도 복싱, 킥복싱, MMA 등 타 종목 행사를 스타디움에서 개최하는 특징을 보였다. 둘째, 중국의 소림사 무술관광은 1980년대 홍콩 액션·무협영화를 위시한 대중매체를 주요 홍보매개로 하였으며, 관광 진흥 주체는 민간 대중매체와 중화인민공화국 국무원 등이 있었다. 일본의 일본무도관 무도관광은 중·고등학교 무도 교과수업 운영을 통해 범국민 차원의 무도관광 관심을 유도하였으며, 공익 재단법인 일본무도관과 문부과학성 산하 스포츠청의 주도로 관광 진흥을 이끌어냈다. 태국의 라자담넌 및 롬피니 스타디움 무에타이 관광은 프로 무에타이 경기의 생중계를 주요 홍보매개로 하였고, 태국 관광체육부, 문화부 등의 정부 부처가 관광 진흥을 지원했다. 셋째, 본 연구에서 살펴본 중국, 일본, 태국의 무예관광 사례를 통해 태권도원 관광 활성화를 위해 제시한 신규 사업은 '태권도원과 대중매체', '태권도 이미지 명승지 조성', '태권도 교육·학술기관 운영', '태권도원 오리지널 브랜딩', '태권도원 경기 생중계', '무주 지역 관광 연계' 등이 있다. 본 연구는 해외 전통무예 관광지 사례를 분석 및 비교하여 태권도원의 국내·외 관광객 유치와 활성화에 기여하고자 한다는 의의를 갖는다.

주제어 : 10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안

제 출 일 : 2024. 07. 04.

심사완료일 : 2024. . . .

1) sukmooi@naver.com

I. 서론

1. 연구의 배경 및 필요성

2023년 대한민국을 방문한 외국인 관광객은 11,031,665명이다(한국관광공사, 2024). 이는 코로나-19 대유행 이전인 2019년의 17,502,756명 대비 약 63%를 회복한 수준이다(여행신문, 2024). 이와 마찬가지로 아시아 주요 국가들의 해외 관광객 숫자는 2023년부터 본격적인 회복세를 보이기 시작했다.

일본은 지난해 25,066,100명의 외국인 관광객을 유치하면서 2019년도에 사상 최고치를 경신한 32,000,000명 대비 약 80%의 회복치를 보였다(nippon.com, 2024). 전통적인 관광대국 태국 또한 2019년의 40,000,000명 대비 70% 가량 회복한 약 28,090,000명을 기록했다(The Nation, 2024). 중국은 이들에 비해 회복치는 약 36%로 낮은 편이지만, 지난 2019년에 외국인 관광객 출입국을 횡수를 합한 수치가 97,700,000회였던 만큼, 2023년에 35,500,000회를 기록하며, 절대 값에서 큰 폭으로 회복했다(CNN travel, 2024).

그 외에도 아시아 주요국가들의 외국인 관광객이 회복 추세를 보이고 있으나, 위에서 언급한 중국, 일본, 태국에는 공통적인 관광 테마가 존재한다. 그는 바로 '전통무예 관광(Traditional Martial Arts Tourism)' 영역이 관광산업에서 일정 부분을 차지해오고 있다는 사실이다. 각국의 전통무예 종목을 테마로 하는 관광지에 국내·외 관광객을 유치한다는 공통점을 가지고 있으며, 이는 대한민국의 태권도를 테마로 하는 전라북도 무주 태권도원 또한 마찬가지다.

중국 하남성(Henan Sheng, 河南省) 정주시(Zhengzhou Shi, 鄭州市) 등봉(Dengfeng, 登封)에 위치한 소림사(Shaolinsi, 少林寺)는 매년 약 700만 명의 관광객이 방문하고 있으며(Chinadaily, 2024), 2018년 일본을 방문한 7개국 스포츠 관광객 10,000명을 대상으로 실시한 설문조사에서 카라테, 유도, 검도를 통합한 무도 관광(Budo Tourism) 외국인 방문객 약 700명, 스모 관광객 600명, 그 외 기타 무예 종목 관광객이 400명으로 답변하면서, 17%의 관광객 비중을 보였다(Tsujii, 2020). 태국은 2016년 관광청(Tourism Authority)의 설문조사에서 10개국 외국인 관광객들 가운데 42,105명이 무에타이 수련을 목적으로 태국을 방문했다고 답변했다(The Nation, 2017). 대한민국의 태권도원은 2023년 약 31만 명의 방문객을 기록하면서 역대 최고 실적을 기록했다(연합뉴스, 2023).

이처럼 각국의 전통무예를 테마로 관광 분야를 확장하고 있는 중국, 일본, 태국의 상황을 살펴보았을 때, 대한민국의 태권도원을 필두로 하는 태권도 관광의 운영 및 전략 수립은 국제적 트렌드를 충실히 따라가고 있음을 의미한다. 현재까지 국내에서 발행된 학술지 논문 및 학위논문 가운데 태권도를 활용한 관광 주제의 연구는 각 100건 가량에 이르고 있다. 그 가운데 태권도원의 관광 진흥으로 연구 범위를 좁힌 학술적 담론은 김범용, 정경희, 유광길(2019), 김정모(2020), 박태승(2022), 이도우(2014), 이미연, 전익기(2014), 이정희, 최문용(2018), 양명모(2019), 장영훈(2023), 장용석(2019), 장혜영, 박현진, 최승희(2016), 최문용, 조찬행, 양승훈(2012), 홍준기(2016) 등이 있었다.

그러나 이들 연구 가운데 연구의 골자를 처음부터 해외의 유사 사례와 태권도원의 관광을

비교하는 시각에 설정한 사례는 부족한 실정이다. 국내 연구 가운데 해외 사례와의 비교를 전개한 형태의 유사분야 연구는 용인대학교 산학협력단(2018) 등이 있었다. 2023년도 태권도원의 사상 최대 실적을 밑거름으로 하여 더욱 높은 단계로의 도약을 준비하기 위해서는 해외 전통무예 관광지 사례를 분석 및 비교하여 태권도원에게 미흡하거나, 미처 고려하지 못했던 지점을 파악하는 차원의 학술적 논의가 필요한 실정이다.

2. 연구의 목적 및 문제

본 연구의 목적은 태권도원 관광 진흥을 위하여 해외 전통무예 관광지, 특히 중국, 일본, 태국의 사례를 분석하여 현실적으로 태권도원에 적용 가능한 신규 사업의 전략 수립 방안을 제시함에 있다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위해 제시한 연구 문제는 다음 세 가지와 같다.

첫째, 중·일·태의 전통무예 관광자원은 어떠한 형태를 중점적으로 운영되고 있는가?

둘째, 중·일·태의 전통무예 관광 진흥의 핵심 주체 및 방법에는 무엇이 있었는가?

셋째, 중·일·태의 전통무예 관광 특성을 고려한 태권도원에 도입할 신규 관광 사업에는 무엇이 있는가?

II. 이론적 배경

1. 중국: 소림사

20세기에서 성행한 홍콩 액션·무협영화는 당시 중화인민공화국 본토와는 물리적, 심리적으로 모든 방면이 단절된 채로 만들어진 문화 양

태로 인식되기 쉬우나, 실제로는 그렇지 않다. 또한 당시 영국 식민지였던 홍콩에서 제작된 무협영화와 중화인민공화국의 연관성은 중국의 개혁개방 정책 실행에도 무시하지 못할 영향을 끼쳤으며, 중국의 무예관광에게도 정부 차원의 진흥정책 못지 않은 효과를 발휘했다(Tian, 2024). 그렇다면 오늘날 중국 소림사에 연간 700만 명의 관광객들이 몰려들게 만든 무협영화의 배경에는 무엇이 있을까?

Tian(2024)은 1982년에 개봉한 「소림사(Shaolin Temple)」를 중국 무협영화의 시작으로 보고 있다. Tian(2024)에 따르면, 1970년대 중화인민공화국 국무원의 홍콩 및 마카오 사무소를 통해 중국 본토와 홍콩은 영화 제작에 관한 대화를 이어나갔고, 당시 홍콩 및 마카오 사무소장이자, 전국인민대표대회 상무위원회 부위원장이었던 요승지(Liao Chengzhi, 廖承志)는 홍콩 영화 제작사들에게 소림 쿵푸와 태극권을 주제로 영화를 제작하여 국제사회에 중국의 무술 문화를 선보이자고 제안했다. 그렇게 영화 「소림사」가 개봉되면서 1974-1978년 동안 누적 관광객 20만 명 수준이었던 소림사는 1990년대에 연간 150만 명의 관광객이 찾는 관광지로 발돋움했다. 중국 무협영화의 성공은 오늘날 소림사의 관광 활성화에 그치지 않고, 중국의 산업화와 문호 개방에 혁신적인 바람을 몰고 왔다는 평가를 받고 있다.

2. 일본: 일본무도관

일본무도관(Nihon Budokan, 日本武道館)에서 공인한 일본의 무도(Budo, 武道)는 유도(강도관), 검도(전일본검도연맹), 궁도(전일본궁도연맹), 스모(일본스모연맹), 카라테도(일본카라테도연맹), 아이키도(아이키카이재단), 쇼린지 캠프

(쇼린지캠프연맹), 나기나타(전일본나기나타연맹), 총검도(전일본총검도연맹)로, 총 9개 종목이다(日本武道協議會, 2017). 이러한 종목을 테마로 일본 스포츠청(Japan Sports Agency, スポーツ庁)은 스포츠 관광(Sport Tourism) 사업 속에 무도관광(Budo Tourism) 사업을 포함시켜 2019년부터 운영하고 있다(Yang et al, 2023).

공익재단법인 일본무도관(日本武道館)은 일본의 전통 무도 종목들의 진흥을 위해 1964년 설립되었다(용인대학교 산학협력단, 2018). 일본 무도관에서 공인하는 9가지 현대무도 종목뿐만 아니라, 유관단체인 일본무도협회(日本武道協議會), 전국도도부현립무도관협의회(全國都道府縣立武道館協議會), 일본고무도협회(日本古武道協會) 등에 소속된 일본 무도 종목들의 진흥 또한 주관하고 있다.

3. 태국: 라자담넨 & 룸피니 스타디움

코로나-19 대유행 이전부터 세계적인 관광대국으로 널리 알려진 태국은 수도 방콕을 중심으로 프로 무에타이 상설 경기가 성행하고 있으며, 방콕에 위치한 대표적 무에타이 상설 경기장으로는 라자담넨(Rajadamnern) 스타디움과 룸피니(Lumpinee) 스타디움이 있다(무카스, 2023).

1945년에 설립된 라자담넨 스타디움과 1956년에 설립되어 2014년에 새롭게 이전한 룸피니 스타디움은 각자 프로 무에타이 시리즈 브랜드를 런칭하여 운영하고 있는데, 라자담넨은 RWS(Rajadamnern World Series), 룸피니는 LWC(Lumpinee World Championship)라는 브랜드를 런칭했다. 각 시리즈의 경기는 태국 국내 방송뿐만 아니라, 전 세계로 생중계된다.

III. 연구방법

1. 선행 연구 탐색

현재 발행된 문헌자료 가운데 전라북도 무주에 위치한 태권도원의 관광 활성화 방안을 제시한 학술논문으로는 김범용, 정경희, 유광길(2019), 김정모(2020), 박태승(2022), 이도우(2014), 이미연, 전익기(2014), 이정희, 최문용(2018), 양명모(2019), 장영훈(2023), 장용석(2019), 장혜영, 박현진, 최승희(2016), 최문용, 조찬행, 양승훈(2012), 홍준기(2016) 등이 있으며, 또한 해외 무예관광 사례를 참고하는 연구로는 용인대학교 산학협력단(2018)의 연구 보고서가 있었다.

해외 사례 가운데 중국 소림사와 무협영화에 관한 학술자료는 Cynarski, & Swider(2017), Nešković(2024), Skowron-Markowska(2019), Tian(2023, 2024) 등이 있었고, 일본 무도관광에 대해서는 Tsuji(2020), Yang et al(2023) 등이 있었으며, 태국의 무에타이 관광 진흥을 위한 관광체육부의 어메이징 타일랜드, 문화부의 소프트파워 등의 정책을 주제로 다룬 학술자료는 Ngaoprasertwong, & Chandarasorn(2019), Popa, Yusof, & Soh(2017), Phuykaekam, & Deebhijarn(2020), Tra Giang(2021) 등이 있었다.

2. 연구 방법

본 연구는 국내·외에서 수집한 중국, 일본, 태국의 전통무예 관광지 주제 문헌자료들을 바탕으로 문헌고찰법과 내용분석법을 실시하였다. 이러한 질적연구 방법은 국가와 문화별로 상이

한 구조와 특징을 가지고 있는 전통무예 관광지의 특성을 분석하고 비교하기 위한 직관적 통찰력을 발휘하여 태권도원에 도입 가능한 신규 사업 수립 방안을 제시한다는 목적에서 적합하게 사용된다.

IV. 연구 결과

본 연구의 대상인 중국, 일본, 태국의 무예관광지 사례들을 분석한 결과는 다음과 같다.

1. 중국 소림사의 무술관광

중국의 소림사 무술관광에 대한 분석 결과는 아래 <표 1>과 같다.

표 1. 중국의 소림사의 무술관광 특성

무술관광지	관광자원 유형	특징
소림사	사적지	UNESCO WH
	교육기관	CCH
	무술 공연	

2. 일본무도관의 무도관광

일본의 일본무도관 무도관광에 대한 분석 결과는 아래 <표 2>와 같다.

표 2. 일본의 일본무도관 무도관광 특성

무도관광지	관광자원 유형	특징
일본무도관	경기장	9가지 현대무도 및 고무도 주관
	교육기관	
	학술연구	
	대회 개최	
	지역 관광	

3. 태국 스타디움 무에타이 관광

태국의 라자담넌, 룬피니 스타디움 무에타이 관광에 대한 분석 결과는 아래 <표 3>과 같다.

표 3. 태국의 스타디움 무에타이 관광 특성

무에타이 관광지	관광자원 유형	특징
라자담넌 & 룬피니 스타디움	경기장	복싱, 킥복싱, MMA 등 타 종목 행사 개최
	대회 개최	
	무에타이 공연	
	교육기관	
	지역 관광	

4. 중국·일본·태국의 무예관광 비교

중국, 일본, 태국의 전통무예 관광지에 대한 비교 결과는 아래 표 <표 4>와 같다.

표 4. 중국·일본·태국의 무예관광 특성 비교

국가	무예관광 진흥주체	주요 홍보매개
중국	민간 대중매체	대중매체
	중화인민공화국 국무원	
일본	일본무도관	학교 정규교과 채택
	일본 스포츠청	
태국	태국 관광체육부	프로경기 중계
	태국 문화부	

V. 논의

앞서 제시된 연구 결과를 살펴보면, ‘중국의 소림사 무술관광’, ‘일본의 일본무도관 무도관광’, ‘태국의 스타디움 무에타이 관광’의 공통점과 차이점에 따른 특성을 파악 가능하다. 첫째, 중국의 ‘소림사(Shaolinsi, 少林寺)’는 사적지로서 수많은 영화, 소설, TV시리즈 등과 같은 창작물의 배경으로 등장했고, 특히 1980년대 홍콩 액션·무협영화의 인지도를 바탕으로 관광객을

유치하고 있다. 소림사는 중국무술의 총본산이라는 대중적 이미지뿐만 아니라 선불교(禪佛敎)의 주요 사적지로서 지난 2010년에 유네스코(UNESCO)의 세계유산(World Heritage, WH)으로 등재되었으며(UNESCO WHC, 2010), 그에 앞서 1996년에는 중화인민공화국 국무원에 의해 전국중점문화보존단위(China Cultural Heritage, 全國重點文物保護單位) AAAAA급 문화유산으로 지정되었다(Baidu, n.d.).

소림사의 주지스님인 석영신(Shi Yongxin, 釋永信)에 따르면, 소림사는 이른바 소림 쿵푸(Shaolin Kung Fu, 少林功夫)를 유네스코 인류무형문화유산(Intangible Cultural Heritage of Humanity, ICH)으로 등재하기를 바라고 있다(UNESCO ICM, 2023). 이미 중국에서는 2009년에 '유예주 연극(Yueju opera)', 2020년에 '태극권(Taijiquan)'이 유네스코 ICH 대표목록으로 등재되었음에도 불구하고(용인대학교 산학협력단, 2023), 이와는 별개로 소림쿵푸를 단독으로 등재해야 한다는 의견이다. 이는 태권도의 유네스코 ICH 등재 추진과도 비교 가능한 지점이다.

이와 동시에 소림사가 위치한 등봉 지역 일대에는 여러 무술학교들이 사설로 운영되며, 12개의 유명 무술학교 가운데 가장 규모가 거대한 탑구무술학교(Tagou Martial Arts School, 塔溝武術學校)에는 약 4만 명의 학생들이 소림쿵푸를 수련하고 있다(Cynarski, & Swider, 2017). 소림사 지역 일대의 사설 무술학교들은 중국의 무술관광에서 교육기관 및 공연기관으로 역할을 맡고 있는데, 이는 중국의 소림사 무술관광이 '사적지', '교육기관', '무술 공연'의 관광자원을 보유했다는 의미다. 중국 소림사 무술관광의 진흥주체로는 '민간 대중매체'와 '중화인민공화국 국무원'이 있었고, 이들의 주요 흥

보매개는 영화를 위시한 '대중매체'였다.

둘째, 일본무도관은 일본 도쿄에 위치한 경기장일 뿐만 아니라, 더욱 넓은 개념에서 일본의 무도관광을 주관하는 법인으로서의 개념으로 구분된다. 도쿄에 일본무도관은 일본의 9가지 현대무도와 고무도(古武道)를 비롯한 다양한 스포츠 대회와 공연 행사 등을 주최하는 장소로 기능한다. 또한 유관단체인 일본무도협회, 전국도도부현립무도관협의회, 일본고무도협회 등과 함께 각종 교육 프로그램, 대회 등을 개최하고 있으며, 또한 국제무도대학(International Martial Arts University, 國際武道大學)에 무도 전공 학위과정을 개설하여 교육기관 및 학술연구 영역에서 학술 관광(academic tourism) 분야를 개척하고 있다.

일본 정부 부처 가운데 문부과학성(Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology, 文部科學省) 산하의 스포츠청(Japan Sports Agency, スポーツ庁)은 일본무도관과 함께 무도관광(Budo Tourism)을 운영하고 있으며, 그 상위 개념으로 운영되는 스포츠관광(Sport Tourism)을 관할하고자 2012년에 설립된 일반 사단법인 일본스포츠투어리즘추진기구회(Japan Sport Tourism Alliance, 日本スポーツツーリズム推進機構會)의 역할 또한 중목할 필요가 있다(Tsuji, 2020). 일본의 무도관광은 도쿄에 위치한 일본무도관, 강도관(Kodokan, 講道館), 양국국기관(Rogoku Kokugikan, 兩國國技館), 그리고 오키나와 일대 카라테 관광 프로그램 등과 같은 일본무도 또는 특정 무도 종목의 상징적인 경기장, 교육장소를 활용하여 운영되고 있으며, 일본무도관에 의해 주최 및 주관되는 각종 무도대회 및 행사 또한 무도관광의 주요한 관광자원으로 역할한다. 이러한 일본 무도관광의 주요 홍보매개로서 중·고등학교 정규교

과목으로 무도 수업을 채택하여 범국민 차원의 무도관광 및 수련 체험 문턱을 낮추는 효과를 발휘했다.

셋째, 태국의 스타디움 무에타이 관광은 방콕의 대표적인 무에타이 경기장으로 꼽히는 라자담넨 스타디움, 룸피니 스타디움과 함께 다양한 지역의 상설 경기장을 관람하는 형태로 이루어진다. 그와 함께 프로 및 아마추어 무에타이 대회를 개최하고, 무에타이 공연 및 교육 프로그램의 활용 장소로서 스타디움들이 활용되고 있는데, 이는 태국 정부 부처가 개별적으로 진행하는 무에타이 관광 정책의 지원을 받아 추진되는 사업들이다. 무에타이 관광 사업을 지원하는 태국 정부 부처에는 어메이징 타일랜드(Amazing Thailand) 정책으로 대표되는 관광체육부(Ministry of Tourism and Sports) 산하의 체육과(Department of Physical Education), 태국 관광청(Tourism Authority of Thailand)이 있으며, 동시에 소프트파워(Soft Power) 정책을 골자로 하는 문화부(Ministry of Culture) 산하의 문화진흥과(Department of Cultural Promotion)가 있다(Vail, 2014).

무에타이 대회 및 교육 프로그램 등은 대부분 관광체육부 산하 기관의 주도로 운영되는 반면, Vail(2014)에 따르면 문화부에서는 무에타이를 2010년에 국가무형문화유산으로 등재하는 사업을 펼쳤다. 그와 동시에 방콕을 비롯한 태국 전역의 관광지에서 사설로 운영되는 무에타이 캠프 또는 체육관에 등록된 외국인 관광객들이 무에타이를 수련하는 형태의 교육·수련 목적 관광 또한 성행하고 있다(Ngaoprasertwong, & Chandarasorn, 2019). 특히, 무에타이를 매개로 하는 지역 관광 프로그램의 사례는 태국 정부 부처가 주관하는 대회 또는 교육 프로그램과 연계하여 관광객 유치가 이루어지고 있다

(Vail, 2014).

이와 같은 태국 무에타이 관광의 주요 홍보 매개로는 프로 무에타이 경기의 생중계를 꼽게 된다. 태국 국내뿐만 아니라, 전 세계 동시 생중계를 지원하는 라자담넨 스타디움, 룸피니 스타디움의 방송 네트워크는 무에타이 이외에도, 해당 스타디움에서 개최되는 복싱, 킥복싱, 종합격투기(MMA) 경기에 적용됨으로써 타 종목 스포츠 팬들에게도 스타디움을 홍보하는 효과를 얻게 된다. 이는 동일한 경기장임에도 불구하고, 태국의 무에타이 스타디움과 일본무도관이 구분되는 특징을 가져온다.

VI. 결론

본 연구 목적은 중국, 일본, 태국 등, 3개국의 대표 전통무예 관광지 사례를 분석하여 태권도원의 관광 진흥을 위한 신규 사업의 전략 수립 방안을 제시함에 있다. 본 연구의 결과에 대한 논의를 바탕으로 앞서 제시된 세 가지 연구문제에 대한 결론은 다음과 같다.

첫째, 중국의 소림사 무술관광의 형태는 ‘관광객의 사적지 방문’, ‘인근 지역 사설 무술학교에서의 수련 및 교육’, ‘무술 공연을 관람하는 형태’ 등으로 운영되고 있다. 일본의 일본무도관 무도관광의 형태는 ‘일본 정부 부처와 일본 무도관이 운영하는 대회, 행사 및 교육 프로그램 참여’, ‘국제무도대학과 같은 교육 및 학술연구 기관에서의 학술 관광’, ‘카라테의 발상지 오키나와 지역 등에서의 지역 관광 형태’ 등으로 운영되고 있다. 태국의 스타디움 무에타이 관광은 ‘프로 무에타이 경기 관람’, ‘경기장에서의 무에타이 공연’, ‘교육 연수 장소로서 경기장 활용’, ‘스타디움 인근 지역 관광’의 형태 등으로

운영되고 있다.

둘째, 중국의 소림사 무술관광은 1980년대부터 시작된 홍콩 액션·무협영화를 기반으로 전 세계적인 인지도를 얻었으며, 그 외에도 다양한 TV 시리즈, 소설과 같은 대중매체의 배경으로 등장하여 관광지 홍보를 진행하였다. 여기에는 민간 대중매체와 함께 중화인민공화국 국무원 및 국가체육총국(General Administration of Sports of China, 國家体育總局)의 공익단체로 운영되고 있는 중국무술협회(China Wushu Association, 中國武術協會)와 같은 국가기관의 지원이 뒷받침되었다. 일본의 일본무도관 무도 관광은 중국과 마찬가지로 대중매체를 통한 홍보 또한 존재했으나, 그들만의 독창적인 홍보 방법이 존재했다. 일본 내 중·고등학교 무도 교과수업 운영을 통해 국민 전반의 무도 수련 진입 문턱을 낮춤으로써 무도관광에 대한 관심을 유도하였다. 이러한 정책 기반에는 일본 문부과학성 및 스포츠청의 지원이 있었다. 태국의 스타디움 무에타이 관광 또한 중국의 대중매체 노출, 일본의 학교 정규교과 과정 채택과 같은 홍보를 추진하고 있으나, 그들의 관광객 유치에 가장 큰 영향을 발휘한 홍보매개는 경기 생중계였다. 그에 뒤따르는 무에타이 관광 진흥에는 태국 관광체육부, 문화부와 같은 정부 부처의 지원이 있었다.

셋째, 앞서 제시된 연구 결과와 그에 대한 논의를 바탕으로 중국, 일본, 태국의 전통무예 관광지 진흥 사례의 특징을 바탕으로 태권도원 관광 활성화를 위한 신규 사업 방안으로는 다음 6가지가 있다. '태권도원과 대중매체', '태권도 이미지 명승지 조성', '태권도 교육·학술기관 운영', '태권도원 오리지널 브랜딩', '태권도원 경기 생중계', '무주 지역 관광 연계' 등이다.

VII. 제언

본 연구의 결론에서 제시된 태권도원 관광 활성화를 위한 신규 사업에 대한 후속 연구 제언은 다음과 같다.

1. 태권도원과 대중매체

태권도원의 대중매체 친화 사업의 골자는 태권도가 아닌, 태권도원이 되어야 한다. 현 시대에 맞춰, 영화, 소설, 만화, TV와 같은 전통적 대중매체뿐만 아니라, 각종 SNS 플랫폼을 활용한 소통 매체를 전문적으로 운영하기 위한 전략을 구상해야 한다. 이를 위한 독립지위의 대책본부(task force, TF) 또는 전담부서를 설립 및 운영해야 하며, 이와 유사한 직무를 담당하는 부서가 존재한다면, 그 권한을 더욱 강화해야 한다.

2. 태권도 이미지 명승지 조성

외국인이 기대하는 태권도 이미지를 충족하는 명승지 조성을 기획해야 한다. 이를 위해 해외 태권도 수련생들을 대상으로 설문조사 또는 아이디어 공모를 진행하고, 중국 소림사를 비롯한 해외 무예 테마 명승지의 구조 및 특성을 참고하여 조성 계획을 구상해야 한다.

3. 태권도 교육·학술기관 운영

기존에 설립을 추진하고 있는 국립태권도사관학교에서 학·석·박사 학위과정 설치 및 운영을 추진해야 한다. 일본의 국제무도대학 사례는 국립태권도사관학교 설치근거로 참고가 가능하

다.

4. 태권도원 오리지널 브랜딩

태권도원과 태권도진흥재단만이 기획 가능한 오리지널 대회, 축제 행사, 또는 교육 프로그램을 개척한다. 특히, 원로사범 직강 교육 프로그램을 운영하고, 교육과정 이수를 인증의 형태가 긍정적이라 예상된다. 그와 함께, 원로사범 콘텐츠를 제작한다.

5. 태권도원 경기 생중계

생중계 친화적인 콘텐츠, 즉 태권도원 상설 경기를 운영하고, 그를 중계한다. 상설 경기는 프로 태권도, 태권도 공연, 격파와 같은 기존 정통 태권도 콘텐츠뿐만 아니라 e스포츠, 여타 컴뱃스포츠 등과 같은 분야를 도입 가능하다.

6. 무주 지역 관광 연계

무주군의 관광자원을 활용하기 위한 방안을 수립한다. 외국인 관광객을 위한 관광 인프라를 구축해야 한다. ‘영어 안내 서비스 확충’, ‘관광 전용 대중교통 운영’, ‘지역 협동조합의 신규 관광정보 수용’, 등의 구체적 실행 방안을 고안해야 한다.

참고문헌

김범용, 정경희, 유광길(2019). 무주태권도원의 환경단서, 방문체험, 지역이미지 및 재방문의 관계. **한국스포츠학회지**, 17(2), 123-134.

김정모(2020). 스포츠테마파크 태권도원 서비스 품질이 외국관광객 고객만족도에 미치는 영향. **한국체육과학회지**, 29(3), 445-459.

무카스(2023.05.21.). [탐방기] 세상에서 가장 오래된 무에타이 경기장, 라자담딘 스타디움. mookas.com/news/18961.

박태승(2022). 태권도원의 증강현실(Augmented Reality)에 기반한 관광 콘텐츠 도입에 관한 연구. **한국스포츠학회지**, 20(2), 15-25.

이도우(2014). 무주 태권도원의 지역경제 발전 방안. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교 사회체육대학원.

이미연, 전익기(2014). 인문,사회과학편 : 결정적 사건 기법(CIT)을 통한 태권도원 시설에 대한 방문 전 기대, 방문 후 성과 및 개선방안 연구. **한국체육학회지**, 53(5), 309-325.

이정희, 최문용(2018). 태권도원의 브랜드홍보 전략수립을 위한 기초연구. **브랜드디자인학연구**, 16(2), 237-246.

양명모(2019). 디자인 사고 방법을 활용한 태권도원 문화콘텐츠 구축 방안. 미간행 박사학위논문, 경희대학교 체육대학원.

여행신문(2024.02.01.). 2023년 출입국 통계 살펴보니...내국인 해외여행 수요, 2019년 수준 뛰어넘었다!. 손고은. www.traveltimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=407563.

연합뉴스(2023.12.18.). 태권도원 “올해 방문객 31만명·매출 50억원 돌파”. 최영수. www.yna.co.kr/view/AKR20231218119800055.

용인대학교 산학협력단. (2018). 『국립무예전

- 홍원』 설립 기본 계획 및 타당성 검토 용역. 청주: 충청북도.
- 용인대학교 산학협력단. (2023). 태권도 유네스코 인류무형문화유산 등재 추진 경과 및 계획 보고서. 서울: 국기원.
- 장영훈(2023). 지역 특화 관광자원을 활용한 농촌관광 연계 콘텐츠 개발 연구 : 무주 태권도원 관광자원 중심으로. 미간행 석사학위논문, 경희대학교 경영대학원.
- 장용석(2019). 관광스토리텔링을 활용한 무주 태권도원 관광콘텐츠 개발. 국기원태권도연구, 10(1), 107-126.
- 장혜영, 박현진, 최승희(2016). 무주 태권도원 문화관광상품 개발 연구. 디지털융복합연구, 14(2), 351-357.
- 최문용, 조찬행, 양승훈(2012). 태권도원에 대한 지역주민의 개발태도: 테마파크로서의 테마에 대한 인식과 자아일치도를 중심으로. 호텔관광연구, 14(3), 40-49.
- 한국관광공사(2024). 한국관광 데이터랩, 관광통계/실태조사>관광통계>방한 외래관광객. datalab.visitkorea.or.kr/datalab/portal/ts/getEntcnyFrngCust2Form.do.
- 홍준기(2016). 소셜미디어를 통한 태권도원 홍보 전략에 관한 연구. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교 사회체육대학원.
- 日本武道協議會. (2017). 日本武道協議會設立40周年記念, 中學校武道必修化指導書. 東京: 日本武道協議會.
- Arporn, Popa., Aminuddin, Yusof., & Kim Geok, Soh. (2017). Investigating Sport Tourists' perceived Attributes of Muay Thai, Event Satisfaction and Behavioural Intentions of Attending Future Events. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(6), 457-465.
- Baidu. (n.d.). 少林寺. baike.baidu.com/item/少林寺/7702?fromModule=lemma_inlink.
- Chinadaily. (2024.03.19.). *Shaolin pivots to a future beyond kung fu*. Wu Yanbo. www.chinadailyhk.com/hk/article/381673.
- Chong, Tian. (2023). The Influence of Buddhist on the Formation and Development of Shaolin Culture. *Pakistan Journal of Social Research*, 5(2), 1124-1132.
- Chong, Tian. (2024). The Filming and Impact of the "Shaolin Temple" Movie (1982). *Pakistan Social Science Review*, 8(1), 178-187.
- CNN travel. (2024.01.18.). *Number of foreign visitors to China in 2023 down more than 60% from pre-pandemic levels*. Nectar Gan. edition.cnn.com/travel/china-foreign-visitor-number-2023-intl-hnk/index.html.
- Nguyen, Tra Giang. (2021). A Branding of Muay Thai and Tourism in Thailand. *ICOSAM*, 1, 27-30.
- nippon.com. (2024.01.31.). *International Visitors to Japan Bounce Back to 25 Million in 2023*. www.nippon.com/en/japan-data/h01889/.
- Marata, Nešković. (2024). Embodied spirituality: Shaolin martial arts as a Chan Buddhist practice. *International*

- Journal of Anthropology and Ethnology*, 8, 1-26.
- Peter, Vail. (2014). Muay Thai: Inventing Tradition for a National Symbol. *Journal of Social Issues in Southeast Asia*, 29(3), 509-553.
- Stefania, Skowron-Markowska. (2019). Chinese guó shù (國術 “national art”) in Shaolin Temple. *IDO MOVEMENT FOR CULTURE: Journal of Martial Arts Anthropology*, 19(1), 25-31.
- Supachai, Phuykaeokam., & Samart, Deebhijarn. (2020). Influences on the Muay Thai tourism industry in Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), 1-10.
- Supasak, Ngaoprasertwong., & Voradej, Chandarasorn. (2019). The Development of Thai Boxing Model for Tourism Purpose: A Case Study of Bangkok Metropolitan Region. *The 2019 International Academic Research Conference in Zurich*, 1-6.
- The Nation. (2017.06.05.). Muay thai tourism by the numbers. www.nationthailand.com/in-focus/30317237.
- The Nation. (2024.01.27.). *Thailand tops ASEAN tourism market, with 28 million-plus arrivals in 2023*. www.nationthailand.com/thailand/tourism/40035063.
- Tourism Authority of Thailand. (2018). *Amazing Thailand Muaythai*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- UNESCO ICM. (2023). *[Martial Arts Globe]* Current Changes in Traditional Shaolin Kung Fu. Gene Ching. www.unescoicm.org/eng/notice/qna.php?ptype=view&idx=8786&page=1&code=qna_eng.
- UNESCO WHC. (2010). Historic Monuments of Dengfeng in “The Centre of Heaven and Earth”. whc.unesco.org/en/list/1305.
- V, Wiwanitkit. (1998). Amazing Thailand Year 1998-1999 Tourist’s health concepts. *Chulalongkorn Medical Journal*, 42(10), 975-984.
- Wojciech, J., Cynarski., & Pawel, Swider. (2017). The journey to the cradle of martial arts: a case study of martial arts’ tourism. *IDO MOVEMENT FOR CULTURE: Journal of Martial Arts Anthropology*, 17(2), 24-33.
- Ya-chi, Yang., Sakuno, Seiichi., Munehiko, Harada., & Hsin-Chuan, Chen. (2023). What makes Japan favored in Budo tourism? A theoretical analysis of the authenticity of Budo tourism. *International Journal of Business in Sports, Tourism & Hospitality Management*, 4(2), 63-81.
- Yosuke, Tsuji. (2020). Sport tourism in Japan. *Journal of Global Tourism Research*, 5(2), 107-112.

10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안

청년 태권도 지도자의 태권도원 인지도 제고 필요성: 온·오프라인 구전 활동 전략 방안

Raising Awareness of Taekwondowon in young Taekwondo instructors
: Strategic Measures On · Offline word of mouth(WOM) activities

심민섭(연세대 학교)¹⁾ · 전세현(연세대 학교)²⁾

국문초록

본 연구는 청년 태권도 지도자들의 태권도원 인지도를 제고하여, 이들을 온·오프라인 소통망으로 활용하기 위한 방안을 모색하는 것에 목적이 있다. 연구 대상은 19세 이상 34세 이하의 온라인 플랫폼을 적극적으로 활용하는 청년 태권도 지도자들을 선정하였다. 문헌 고찰과 심층 면담을 통해 자료 수집 및 분석하였다. 연구 결과, 청년 태권도 지도자들은 태권도원을 관광지보다는 태권도 전문성을 강화하는 장소로 인식하며, 거리 및 경제적 부담과 주변 인프라 부족 문제를 언급하였다. 또한, 이들은 온라인과 오프라인을 통해 태권도원을 간접적으로 홍보한 경험이 있다는 것을 확인하였다. 이에 따라 본 연구는 트렌드에 민감한 청년세대 중 태권도 지도자를 대상으로 태권도원의 인지도를 향상시키고, 이들을 소통망으로 활용하여 효과적인 구전 활동 통해 태권도원 홍보에 기여할 수 있는 전략 방안을 제시하였다.

주제어 : 태권도원, 청년 태권도 지도자, 인지도, 온·오프라인 소통, 구전활동

논문제출일 : 2024. . .

심사완료일 : 2024. . .

1) sim_m@yonsei.ac.kr

2) yjs06033@naver.com

I. 서론

1. 연구의 목적 및 필요성

태권도원은 태권도의 세계화를 목표로 설립되었으며, 국내외 관광객들에게 태권도의 매력을 체험할 수 있는 기회를 제공하고, 태권도의 정신과 기술을 보급하고 있다(태권도진흥재단, 2024). 풍부한 시설을 통해 많은 행사를 개최하고 있으며, 태권도와 e스포츠, 자전거, 트레킹 등 다양한 국내 스포츠와 연계를 적극적으로 추진하고 있다. 이러한 노력 덕분에 태권도원은 2023~2024 한국관광 100선과 웰니스 관광지, 코리아 유니크 메뉴로 선정되어 국민 관광지로 자리매김했다(한혜진, 2024).

태권도원은 전라북도 무주군에 위치하고 있지만, 지리적 특성과 주변 인프라의 미비함에도 불구하고, 지속적인 방문객 유치를 위해 다양한 행사 운영과 홍보 활동을 적극적으로 진행하고 있다. 대표적으로 태권도 여행상품인 ‘태권스테이’가 큰 인기를 끌며 매진을 기록하였으며, 이를 통해 태권도원 상품의 흥행 가능성을 널리 알렸다(이석무, 2024).

전술한 바와 같이 태권도원은 다양한 콘텐츠와 적극적인 홍보 활동을 통해 관광지로서 주목받고 있다. 하지만 태권도 관련자가 아닌 일반 관광객에게는 찾아볼 동기가 부족한 상황이다(최수문, 2024). 또한, 태권도원의 이러한 노력에도 불구하고 무주군 내의 다른 주요 관광지에 비해 아직 태권도원의 관광객 수요는 부족한 실정이다.

관광지식정보시스템에 따르면, 2023년 무주군의 주요 관광지 중 10만 명 이상의 관광객이 방문한

곳은 다음 <그림 1>과 같다. 자료에 의하면 무주 덕유산리조트, 덕유산국립공원에 비해 태권도원은 상대적으로 적은 관광객이 다녀간 것을 확인할 수 있다. 이는 태권도원이 전국 단위의 관광객들에게는 무주군의 주요 관광지로서의 인식이 아직 정착 과정 단계에 있는 것으로 생각된다.



그림 1. 2023년 무주군 주요관광지점 입장객통계

따라서 태권도원이 관광지로서의 매력을 발산하고 많은 관광객을 유치하기 위해서는 효과적인 프로그램과 홍보 전략이 필요하다(이정희, 최문용, 2018). 태권도원은 태권도의 성지로서 태권도인들이 먼저 앞장서야 하며, 특히, 청년 세대의 태권도 지도자들이 태권도원의 인지도를 높이는데 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 사료된다.

청년세대는 온·오프라인을 넘나들며, 트렌드에 빠르게 적응하고 있다(홍소희, 김민, 2021). 특히 SNS와 유튜브와 같은 1인 미디어 시장의 확산과 코로나19 팬데믹을 계기로 온라인 홍보 활동은 더욱 활발해졌다. 이를 통해 사람들은 영상을 시청하여 간접적으로 여행을 경험하거나 정보를 쉽게 얻으며, 이러한 경험은 관광에 대한 욕구를 증진시킬 수 있다(최수정, 류아리, 정지연, 2020). 이러한 배경 속에서 청년세대는 소셜 미디어, 블로그, 유튜브 등 온라인 플랫폼

을 활용하여 정보를 공유하고 새로운 트렌드를 주도하며 현대 사회를 글로벌하게 이끌어가고 있다고 생각된다.

인터넷을 통한 홍보는 비용과 정보 제공면에서 효과적인 방법이다(차동욱, 2004). 온라인 홍보 활동은 소비자들에게 관광지에 대한 품질, 신뢰, 유용성 등을 긍정적으로 전달한다(신동식, 2012). 소비자는 상품 구매 시 온라인 후기를 중요시하며, 이를 통해 다양한 의견을 확인하고 합리적 선택을 할 수 있다(이현선, 리대룡, 2004). 따라서 온라인 구전 활동은 자연스러운 홍보와 긍정적 이미지를 제공하는 역할로 작용할 수 있다고 판단된다.

청년세대는 오프라인에서도 사람들과의 직접적인 경험과 대화를 통해 긍정적인 영향을 미칠 수 있다(김진화, 배재권, 전한철, 2008). SNS, 유튜브, 후기 등과 같은 온라인 구전과 함께 오프라인 구전 정보 역시 중요한 역할을 한다(Gelb, B., & Johnson, M., 1995). 오프라인 구전은 즉각적으로 정보를 얻고 감정적인 교감을 통해 더 생동감 있는 정보를 제공받을 수 있으며, 개인의 경험이 긍정적일 경우 긍정적으로, 부정적일 경우 부정적으로 전달될 수 있다(류재숙, 2008).

이러한 특성을 고려할 때, 청년 태권도 지도자들이 태권도원에서의 긍정적 경험을 주변에 전달한다면 태권도원에 대한 신뢰와 관심을 더욱 높일 수 있을 것으로 사료된다. 특히 관광 이후의 만족스러운 경험은 주변 사람들로 하여금 적극적인 추천을 가능하게 한다(지봉구, 2009). 관광의 질을 향상시켜 관광객에게 긍정적인 경험을 제공하고, 이를 통해 만족을 제공할 수 있는 것을 알 수 있다(김채욱, 송운강, 2007).

이와 같은 맥락에서 태권도원의 관광 활성화를 위해서는 일반 관광객뿐만 아니라 태권도 관련 종사자들에게도 태권도원에 대한 명확한 이

해와 긍정적인 경험을 제공하는 것이 중요할 것이다. 따라서 본 연구에서는 태권도원의 관광지로서의 가치를 제고하고 관광객 유치를 위한 실질적인 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이를 달성하기 위해 태권도의 일선에서 활동하는 청년 지도자들의 태권도원 인지도를 살펴보고, 이들의 온·오프라인 구전 활동을 활용한 홍보 전략을 제시하고자 하며, 본 연구의 목적을 위해 다음과 같은 연구 질문을 설정하였다.

첫째, 청년 태권도 지도자들이 경험한 태권도원은 어떠한가?

둘째, 청년 태권도 지도자들의 태권도원을 관광지로서의 인식은 어떠한가?

셋째, 청년 태권도 지도자들은 온·오프라인의 활동을 통해 어떻게 사람들과 소통하는가?

II. 연구방법

1. 연구 참여자

본 연구는 현장에서 왕성히 활동하고 있는 청년 태권도 지도자들을 대상으로 질적 연구를 진행하였으며, Giorgi(2009)의 현상학적 방법을 통해 이들이 느끼는 태권도원에 대한 의미를 탐색하고자 하였다.

본 연구의 참여자를 선정하기 위해 눈덩이 표집법(snowball sampling)을 활용하였다. 눈덩이 표집법은 질적 연구에서 많이 사용되는 방법이다. 연구 목적에 적합한 대상을 선정하기 위해 다섯 가지 기준을 선정하였다. 첫째, 태권도원을 1회 이상 방문한 청년 태권도 지도자. 둘째, 청년기본법에 의거한 19세 이상 34세 이하의 청년

태권도 지도자. 셋째, 태권도 단증 3단 이상의 소유자. 넷째, 4년제 태권도학과 졸업생. 다섯째, SNS에 익숙하고 적극적으로 참여하고 있는 청년 태권도 지도자. 이에 기준에 부합하는 총 10명의 연구 참여자와의 면담을 진행하였으며, 개인적 특성은 다음 <표 1>과 같다.

표 1. 연구 참여자의 개인적 특성

참여자	연령 (만)	성별	태권도 경력	지도 경력
A	26	여	20년	3년
B	27	남	21년	4년
C	25	남	15년	3년
D	26	남	15년	5년
E	25	남	20년	4년
F	26	여	20년	6년
G	27	여	16년	8년
H	26	남	15년	6년
I	27	남	12년	3년
J	25	남	18년	2년

2. 자료 수집 방법

본 연구는 문헌 고찰, 비참여 관찰, 심층 면담을 통해 연구 자료를 수집 및 기록하였다.

문헌 고찰의 경우 국내외 학술지와 더불어 학위논문과 언론 기사 그리고 각종 기관의 보고서 및 SNS 등을 활용하여 문헌 자료를 고찰하였다. 비참여 관찰의 경우 연구자는 직접적 개입 없이 내용 그대로 기록하였다. 심층 면담은 반구조화된 질문과 비구조화된 질문을 함께 혼용하여 면담을 진행하였다.

본 연구는 7월 10일부터 7일간 자료를 수집하였으며, 면담은 대면, 전화 통화, ZOOM 등을 통해 진행하였다. 자료 포화에 따라 최소 1회에서 2회, 약 60분 동안 면담을 실시하였고, 연구자가 이해하지 못한 부분이나 부족한 내용은 추가로 연구 참여자와 연락하여 보완하였다.

3. 자료 분석 방법

본 연구는 Giorgi(2009)의 현상학적 분석 방법을 활용하여 연구를 진행하였다. 이는 현상 자체를 본질적으로 살펴보고 해석하는 방법으로서, 분석 과정이 체계적으로 이루어질 수 있는 특성이 있다. 이를 통해 개인의 특성을 면밀하게 살펴보고 연구 참여자들의 경험을 구조적으로 진술하여 제시하였다.

Giorgi(1985)가 제시한 4가지 방법은 다음과 같다. 첫째, 연구자가 연구 참여자의 이야기를 이해하기 위해 반복적으로 실행하는 ‘기술된 내용 읽기 단계’이다. 둘째, 의미 있는 단어 혹은 문장 등 의미 단위로 해석하는 ‘의미 있는 단위 구분’ 단계로, 본 연구에서는 총 225개의 의미 단위를 확정하였다. 셋째, 연구 참여자의 표현을 학문적인 용어로 연구자가 변경 및 기술하는 ‘학문적 용어의 변형’ 단계이다. 마지막 넷째, 연구의 전반적인 상황을 파악하고 공통된 요소들을 확인하여 전체적인 의미를 구조화하는 ‘구조적인 변환’ 단계로 기술하였다.

4. 연구의 진실성과 윤리성

연구의 진실성 및 윤리성 확보를 위해 본 연구에서는 전문가 검토, 삼각검증법, 구성원 간 검토 및 동료 간 협의를 통해 지속적으로 연구의 타당성을 높이기 위해 노력하였다.

면담에 앞서, 연구 참여자의 개인정보가 민감한 사항임을 고려하여 사전 녹음과 개인정보에 관한 동의를 받고, 참여 도중 언제든지 중도 포기할 수 있음을 안내하였다. 또한 수집된 자료는 암호화된 컴퓨터에 보관하여 자료의 기밀 유지에 신중을 기하였다.

Ⅲ. 연구결과 및 논의

태권도 대회 참여 목적도 있었고, 태권도 스포츠 지도사 자격증 실기와 구술시험을 응시하기 위해 방문했었습니다. [J]

선수 시절에는 대회에 출전하기 위해 방문했고, 학부생 때는 자격증 취득을 위해 태권도원을 두 번 정도 방문했습니다. [C]

1. 태권도원의 접근성

1) 방문의 목적

대부분의 연구 참여자들은 태권도원을 방문하는 목적이 각종 자격증 취득, 연수 프로그램 참여, 대회 출전 및 훈련, 태권도 관련 업무 수행을 위한 것이라고 말하였다. 이들은 태권도원의 관광 목적보다는 전반적으로 태권도의 전문성과 실전 경험을 강화하고, 관련 업무와 교육을 수행하기 위한 방문에 중점을 두고 있다.

이들이 경험한 태권도원은 관광지로서의 가치보다는 개인의 태권도 능력 향상을 위한 장소로 인식되고 있음을 확인할 수 있었다. 청년 태권도 지도자들이 태권도원의 다양한 시설과 체험을 충분히 활용하지 못하는 이유 중 하나는 전문적인 능력을 향상을 위한 인식을 갖고 있기 때문인 것으로 보인다. 양정모, 조성균(2019)의 연구에 따르면, 방문객들을 위한 다양

표 2. 본질적 주제 및 하위 주제

본질적 주제	하위 주제	중심 의미
태권도원의 접근성	방문의 목적	- 스포츠 지도자, 사범 자격증 등 다양한 자격증을 취득하기 위해 방문 - 자격증 연수, 태권도 관련 연수 프로그램에 참여하기 위한 방문 - 대학생들의 MT 및 태권도 관련 업무를 위해 방문 - 대회 출전 및 다양한 훈련에 참여하기 위해 방문
	거리와 비용	- 방문 시 거리, 숙식과 숙박 비용 등을 고려했을 때의 부담감 - 터미널에서 추가 이동이 필요하고 택시비 혹은 버스비를 추가 지출 - 수도권과의 거리가 멀어서 비효율적
	주변 인프라 부족	- 태권도원 외에 여가 활동 시설이 부족함 - 태권도원 자체 셔틀버스 운행 및 교통수단의 개선 요구 - 교통편이 부족하고 불편하여 방문에 어려움 - 개인 이동 수단이 없다면 방문에 어려움
태권도원 인지도 개선의 필요성	정보 부족	- 태권도원 자체 프로그램에 대한 무관심 및 참여 경험 부족 - 행사 및 체험 활동 정보 부족 - 태권도원 마스코트 인식 부족 - 태권도원 자체 소셜 미디어에 대해 알지 못함
	시설	- 시설에 대한 전반적인 만족에 비해 부족한 홍보 - 외국인 및 어린이에게 적합한 시설 - 방문 후 시설에 대한 긍정적인 인식
커뮤니케이션	온라인 커뮤니케이션	- 청년세대 SNS 게시글을 통해 간접적 홍보 효과 경험 - SNS를 통해 다양한 소식을 빠르게 접함 - 최신 트렌트에 맞춰 SNS를 활용한 홍보 효과 경험
	오프라인 커뮤니케이션	- 주변 지인에게 태권도원을 추천하여 방문객 수를 늘리는데 기여 - 자격증 취득 및 교육을 통해 얻은 경험을 공유 - 태권도 수련을 통해 자연스러운 태권도원 홍보 경험

한 콘텐츠를 구축해야 한다는 의견 또한 제시되었다. 태권도 전문성 향상을 위한 방문도 중요하지만, 다양한 체험 프로그램을 연계하여 방문객들이 더 많은 경험을 할 수 있다면 청년 태권도 지도자들의 태권도원에 대한 인식이 긍정적으로 변화할 것이라고 생각된다.

2) 거리와 비용

연구 참여자들은 태권도원 방문 시 거리와 숙박, 숙식 비용 등으로 인해 경제적 부담을 느낀다고 언급하였다. 특히 터미널에서 태권도원까지 추가 이동이 필요하여 택시비나 버스비의 교통비가 발생한다고 말하였다. 이러한 비용은 특히, 학생들에게 경제적 및 시간적 부담으로 다가온다고 강조하였다.

우선 대학 시절에는 차가 없기 때문에 불편했습니다. 태권도원으로 가기 위해 버스를 타야 했고, 바로 앞에서 내리는 것이 아니라 택시를 타거나, 아는 지인의 차를 타야 태권도원으로 들어갈 수 있었기 때문에 상당히 불편했습니다.[E]

교통편이 굉장히 불편해서 지방에 있는 사람들뿐만 아니라 수도권에 있는 사람들도 어려움을 겪고 있습니다. 행사나 자격증 시험 시 셔틀버스를 운영하거나 교통비를 지원한다면, 택시비와 교통비 부담을 줄일 수 있어 태권도원 방문에 좀 부담이 적어지지 않을까 싶습니다. 태권도원이 대한민국의 중심에 있다고는 하지만, 무주라는 지역 외곽에 위치해 있고, 설천면까지 들어오는 버스도 드물습니다. 또 무주에 도착하더라도 무주에서 태권도원까지 가는데 택시비가 2만원 정도가 따로 추가됩니다.[F]

이는 무주의 지리적 특성으로 인해 관광객들이 거리와 경제적 부담을 느끼는 것을 확인할 수 있었다. 따라서 태권도원의 인지도를 높이고 방문객들을 유도하기 위해서는 지리적 제약을

상충시킬 수 있는 매력적인 정보와 긍정적인 소식을 널리 알리는 것이 중요하다고 생각된다. 윤남경, 김태경(2013) 연구에 따르면 낙후된 지역에서도 창의적인 프로그램을 개발하면 발전 가능성이 있다고 하였다. 또한 박상현(2019)은 태권도원이 상징적 공간으로 자리매김하기 위해서는 상징성 있는 프로그램을 운영할 필요성을 강조하였다. 따라서 태권도원이 긍정적인 평가를 받고 매력적인 이미지로 다가설 수 있도록 독창적인 프로그램을 개발할 필요가 있을 것으로 생각된다.

3) 주변 인프라 부족

태권도원 외에 여가 활동 시설이 부족하고, 주변 편의시설이 일찍 문을 닫아 불편함을 느낀다고 응답하였다. 교통편이 부족하여 대중교통 또는 셔틀버스 운행의 개선이 필요해 보인다고 언급하였다. 이뿐만 아니라 태권도 명소로서 자부심을 느끼지만, 태권도원 내 활동만으로 방문을 추천하기에는 어려움이 있다고 강조하였다.

충분히 다양하게 즐길 시설이 우선적으로 필요하다고 생각합니다.[I]

태권도원을 본 후에는 사실 즐길 거리를 찾기가 너무 힘들거든요. 외국인 친구들을 데려가면 여기저기 소개도 해주고, 체험할 수 있게 해주고, 맛있는 음식도 먹으러 가야 하는데 태권도원 주변의 편의시설들은 다 일찍 문을 닫거든요.. 태권도원 외에 즐길 거리가 부족해서...[A]

태권도원은 무주의 다양한 관광지와 연계하면 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단된다. 주변 관광지와 상호교류를 통해 방문객들에게 새로운 경험을 제공할 수 있다고 생각된다. 지역의 발전과 경쟁력을 높이기 위해서는 자원을 재해석하고 재창조해야 하기 때문이다(주소현,

유다운, 박희규, 정수진, 송지연, 간기현, 2023).

2. 태권도원 인지도 제고의 필요성

1) 정보 부족

연구 참여자들은 태권도원 프로그램에 대한 관심과 참여 경험이 부족하였다. 행사 및 체험 활동 정보, 마스크트, 그리고 태권도원 자체 소셜 미디어에서 진행하는 콘텐츠 및 홍보 내용에 대해 잘 알지 못하는 것으로 확인되었다.

우선 교육적인 것을 담당하는 것도 좋지만, 좀 더 태권도 자체를 알려야 합니다. 요즘 SNS나 유튜브에 각 지자체들이 활발하게 홍보하고 있는 것처럼 태권도원도 좀 더 활발하게 홍보하고 더욱 다양한 콘텐츠를 준비해야 된다고 생각합니다.[I]

태권도원이 어떤 곳인지는 알고는 있지만, 어떤 역할을 하고 무엇을 하는지에 대해서 자세하게 잘 알지는 못합니다.[C]

태권도원에서 관광 관점의 경험 기회가 부족하고, 방문 목적이 주로 특정한 목표를 위한 것이었다는 것을 시사한다. 따라서 청년 태권도 지도자들에게 태권도원의 관광지로서의 매력을 알리고 이를 체험할 수 있는 방안을 마련한다면, 태권도원 관광 활성화에 많은 도움이 될 것이라고 생각된다. 황소보영, 김승인(2024) 연구를 통해서도 방문객에게 체험형 요소를 제공하면, 다수의 방문객을 유인할 수 있다는 것을 시사한다는 것으로 나타났다.

2) 시설

연구 참여자들은 태권도원의 시설에 대한 전반적인 만족도가 높은 반면, 홍보가 부족하다는 것을 언급하였다. 이들은 태권도원이 외국인 및 어린이에게 적합한 시설을 충분히 잘 갖추고

있다는 것을 언급하였으며, 방문 후에는 시설에 대한 긍정적인 인식이 형성되었다.

시설에 대해서는 되게 깔끔하고 정리도 잘 되어 있어서 태권도에 관심을 갖고 있는 외국인이나 어린 아이들에게는 좋은 콘텐츠가 될 수 있을 것이라고 생각을 합니다.[F]

태권도원 시설이 좋지만, 태권도하는 사람들만 아는 것 같아서 태권도를 조금 모르는 사람들도 가볼 수 있게 방문할 수 있게 다양한 행사나 또는 이벤트가 활성화됐으면 좋겠습니다. 또 홍보도 태권도를 모르는 사람들도 방문하는 홍보 방안이 만들어지면 좋겠다 생각합니다.[D]

시설적으로 잘 갖춰진 태권도원을 방문하여 다양한 경험을 쌓는다면 충분히 가치를 인정받을 수 있다는 것을 확인할 수 있었다. 또한 이미연, 전익기(2014)의 연구 결과에 따르면, 태권도원을 방문한 후 깨끗한 시설과 넓은 연수장에 대한 긍정적 경험이 나타났다. 다만 이러한 긍정적인 부분이 대중적으로 잘 홍보되지 못한 아쉬움을 확인할 수 있었다. 이에 따라 새로운 홍보 전략 방안을 마련하는 것이 중요하다고 생각된다.

3. 커뮤니케이션

1) 온라인 커뮤니케이션

연구 참여자들은 개인 SNS 경험을 통해 개인 및 지도자와 관련한 사진 및 콘텐츠를 활용한 간접적인 홍보 효과를 경험하였다고 말하였다. SNS를 통해 태권도를 비롯한 트렌디한 다양한 소식을 접할 수 있었고, 특히, SNS에 능숙한 청년세대 온라인 게시글은 현대 사회의 트렌드에 맞춘 효과적인 홍보 방법임을 확인할 수 있었다.

아이들이랑 공감대도 조금 더 형성하기 쉽고, 요즘에 유행하는 릴스나 쇼츠 챌린지 이런 거 아이들이랑 같이 찍어서 올리는 젊은 층 관장님들도 많이 계시더라고요.[A]

태권도 자격증 관련해서 SNS에 글을 올렸었는데, 자격증 취득 과정에 대해서와 공부 방법 혹은 아이들을 지도하는 방식, 그리고 제가 올렸던 수업 방식에 대해서 사용을 해도 되는지, 아니면 연구 논문으로서 내용을 활용하고 싶다고 SNS를 통해 문의와 응원이 온 적이 있습니다.[F]

구전으로 자연스럽게 홍보되는 것은 관광 활성화에 효과적인 방법이 될 수 있다. 신동식(2012) 연구에 따르면, 온라인 구전 정보는 품질과 정보 과급력을 향상시킬 수 있다. 이는 비용적 측면에서도 자발적인 홍보 기능이기 때문에 충분한 긍정적 효과를 기대할 수 있을 것이라고 생각된다.

2) 오프라인 커뮤니케이션

연구 참여자들은 태권도 관련 자격증을 취득한 후 다양한 교육 과정을 통해 얻은 개인의 경험을 수련생들과 공유하며 상호작용하였다. 태권도를 처음 접하는 수련생들에게도 자신의 경험을 바탕으로 소통하여 지속적인 참여를 유도하였다. 이 과정에서 태권도원에 대해 질문이 들어올 때 대략적인 설명은 가능했으나, 더욱 구체적인 설명은 부족했다고 하였다.

태권도를 접해본 적이 없지만, 단증을 취득하고 싶어하시는 분이 계셨는데 저의 경험과 태권도장 추천을 통해 단증을 취득했던 경험이 생각합니다.[G]

태권도원이 어떤 곳인지는 알고 있었는데, 어떤 역할을 하고 무엇이 있는지는 자세하게 알지 못해 제가 아는만큼만 전달한 적이 있습니다.[H]

청년 태권도 지도자들은 수련생들과 원활한 소통을 유지하며 경험을 공유하고 있다. 이를 통해 이들이 태권도원에 대한 긍정적인 경험을 갖고, 상세한 정보를 숙지한다면 태권도원 홍보에 소통망 역할을 할 수 있다고 판단된다. 박기영, 류강석(2011) 연구에 따르면, 긍정적 경험 전달은 감정을 더욱 강화시킬 수 있다고 도출되었다. 따라서 청년 태권도 지도자들이 태권도원에 대해 긍정적인 경험을 쌓도록 지원하는 것이 필요하다고 생각된다.

IV. 결론 및 제언

1) 결론

본 연구는 청년 태권도 지도자들의 태권도원 접근성과 인지도를 살펴보고, 이들이 어떻게 커뮤니케이션을 활용하는지 파악하였다. 이들의 경험을 바탕으로 태권도원 인지도를 향상시키고, 온·오프라인 구전 활동을 통한 홍보 효과를 탐구하기 위해 Giorgi의 현상학적 분석 방법을 사용하였다. 분석 결과, 225개의 의미가 추출되었고, 24개의 중심 의미와 7개의 하위 주제, 3가지 본질적 주제로 <표 2>와 같이 도출하였다. 본 연구를 통해 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 청년 태권도 지도자들의 태권도원 방문 목적은 관광보다는 자격증 취득 및 대회 출전, 태권도 관련 업무를 수행하기 위한 장소로 인식되고 있다는 결과가 도출되었다. 이러한 인식을 바꾸기 위해서는 태권도원 전용 세미나 강사 과정을 마련하여 정기적인 특화 교육을 제공한다면 태권도원에 대한 지속적인 관심을 높여, 재방문을 높이는데 도움이 될 것으로 사료된다. 또한, 태권도원 내에서 모든 것을 해결

할 수 있는 올인원(All-In-One) 프로그램과 편의시설을 제공하고, 운영 시간을 연장한다면 편의성을 크게 향상시킬 수 있다고 생각된다.

둘째, 청년 태권도 지도자들의 태권도원 프로그램에 대한 무관심과 인지도 부족이 나타났다. 이는 시설에 대한 전반적인 만족도가 높은 반면, 홍보가 부족하고 외국인 및 어린이에게도 적합한 시설이 충분히 활용되지 못하고 있음을 나타낸다. 이를 해결하기 위해 태권도원 시설을 활용한 관광 이벤트를 개최하는 것이 중요하다고 판단된다. 태권도원 내에 포토존을 설치하고, 스탬프를 모으는 ‘둘레길 코스’ 행사를 진행함과 동시에 자연 경관을 즐기며 스트레칭 클래스를 추가로 개설한다면 태권도원의 시설과 풍경을 체험하는 재미를 더할 수 있을 것이라고 판단된다.

셋째, 청년 태권도 지도자들이 SNS에 올린 태권도 관련 글이 많은 관심을 받았고, 이러한 후기와 영상은 자연스러운 구전 활동으로 이어지고 있었다. 류미나, 임규건(2019)의 연구에 따르면 온라인 동영상의 영향력이 텍스트보다 더 큰 영향을 미친다고 하였다. 따라서 SNS를 통한 태권도원에 대한 긍정적인 경험을 공유하면 자연스럽게 태권도원의 인지도가 증가할 것으로 생각된다. 또한, 태권도원 프로그램을 직접 체험한 후 긍정적 경험을 구전으로 전달하면 신뢰할 수 있는 정보 제공자로서 긍정적인 인식을 심어줄 수 있다. 이러한 구전 활동은 자연스럽게 입소문을 타고 태권도원에 대한 관심과 신뢰도를 증진시키는데 기여할 것이라고 기대된다.

태권도진흥재단은 태권도 공연과 콘텐츠 제작에 앞장서는 12명의 태권도 크리에이터를 모아, 팔로워 총합 4,800만명을 보유한 ‘태권크리’를 홍보대사로 위촉하였다(강대호, 2023). 이를 바탕으로 태권도원 전용 크리에이터를 양성하는 프로그램을 도입하여 청년세대 관심을 높일 수 있

다고 생각된다. 태권도원 관련 콘텐츠 제작에 필요한 기술과 노하우를 제공하며, 태권도원 체험 기회를 통해 실질적인 경험을 쌓게 하는 것이다. 양성된 크리에이터들은 태권도원의 다양한 프로그램과 시설을 주제로 정기적인 콘텐츠를 제작하고, 태권도원의 공식 채널과 SNS에 게시하여 홍보하여 관심을 증대시킬 것으로 판단된다.

2) 제언

본 연구는 청년 태권도 지도자들을 대상으로 질적 연구를 진행하였으나, 연구 참여자의 특성이 한정되어 있어 태권도원 관광 활성화 방안을 전반적으로 대변하기에는 한계가 있다. 후속 연구에서는 청년 태권도 지도자가 아닌 일반 관광객들을 대상으로 태권도원의 방문 경험, 인지도, 지역 등을 확장하여 연구를 진행한다면 보다 실질적인 결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- 강대호(2023). 팔로워 4800만 크리에이터, 태권도원 홍보 나선다. MK스포츠. 2024년 7월 23일 발췌, <https://mksports.co.kr/view/2023/841307>
- 김진화, 배재권, 전한철(2010). 오프라인 구전과 온라인 리뷰간의 정보 캐스케이드 영향 분석. **한국전자거래학회지**. 15(1), 82-92.
- 김채옥, 송운강(2007). 관광경험이 관광만족과 삶의 질에 미치는 영향. **관광연구**. 21(4), 23-41.
- 류미나, 임규건(2019). K-Bauty 구전효과가 온라인 매출액에 미치는 영향 : 중국 SINA Weibo Meipai 중심으로. **지능정보연구**.

- 25(1), 197-218
- 류재숙(2008). 광고와 구전커뮤니케이션을 통한 관광지 브랜드자산 구성요소 간 영향관계 연구. **호텔관광연구**, 10(3), 143-159.
- 박기경, 류강석(2011). 구전활동이 전달자의 감정에 미치는 영향: 구전극성과 구전동기의 역할. **소비자학연구**, 22(4), 77-101.
- 신동식(2012). 관광지에 대한 온라인 구전 특성이 구전수용 및 관광지 방문의도에 미치는 영향. **관광연구**, 27(2), 279-300.
- 우현아, 노정희(2022). SNS의 구전 정보 특성이 한국 관광 태도, 구전의도 및 행동 의도에 미치는 영향: 베트남 유학생을 대상으로. **관광연구저널**, 36(5), 139-153.
- 이미연, 전익기(2014). 결정적 사건 기법(CIT)을 통한 태권도원 시설에 대한 방문 전 기대, 방문 후 성과 및 개선방안 연구. **한국체육학회지**, 53(5), 309-325.
- 이석무(2024). '스포츠 관광, 어디까지 해봤니?' 태권도진흥재단, 태권스테이 판매. 이데일리. 2024년 7월 19일 발췌, <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01203766638859400&mediaCodeNo=258>
- 이정희, 최문용(2018). 태권도원의 브랜드홍보 전략수립을 위한 기초연구. **브랜드디자인학연구**, 16(2), 237-246
- 이현선, 리대룡(2004). 구전으로서 온라인 사용후기의 효과에 관한 연구. **PR 연구**, 8(2), 234-268.
- 양명모, 조성균(2019). 디자인 사고 방법을 활용한 태권도원 문화콘텐츠 구축 방안. **무예연구**, 13(1), 97-115
- 윤남경, 김태경(2013). 지속가능한 지역발전을 위한 지역축제 성공요인에 관한 연구. **한국지방행정학보**, 10(2), 275-303.
- 주소현, 유다은, 박희규, 정수진, 송지연, 간기현(2023). 인구소멸지역 해결 대안으로써 안동 청년마을기업 사례의 성공요인 분석. **혁신기업연구**, 8(2), 17-42.
- 지봉구(2009). 관광목적지 선택속성이 관광만족, 재방문 및 구전에 미치는 영향. **한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집**, 7(1), 1049-1054.
- 차동욱(2004). 지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구: 전주국제영화제를 중심으로. **관광레저연구**, 16(1), 55-69.
- 최수문(2024). '스포츠 관광' 으로 태권도원 300만 방문객 시대 가능할까. 서울경제. 2024년 7월 14일 발췌, <https://www.seaily.com/NewsView/2D93G0HFN4>
- 태권도진흥재단(2024). 태권도원 소개. 태권도원 홈페이지. 2024년 7월 9일 발췌, <https://www.tpf.or.kr/t1/contents/tkdinfo1.do>
- 한혜진(2024). 태권도원 개원 10주년... '10년의 준비서기 100년의 도약' 다짐. 무카스미디어. 2024년 7월 14일 발췌, <https://mookas.com/news/19255>
- 홍소희, 김민(2021). MZ세대 특성에 따른 커뮤니케이션 메소드에 관한 연구. **조형미디어학**, 24(1), 113-120.
- Gelb, B., & Johnson, M.(1995). Word-of-mouth communication: Causes and consequences. *Journal of health care marketing*, 15(3).
- Giorgi, A.(2009). The descriptive phenomenological method in psychology: A modified Husserlian approach. *Duquesne University Press*.
- Giorgi, A. P., & Aanstoots, C. M.(1985). Phenomenology and psychological research.

10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안:

심층면담을 활용하여

강수찬(용인대학교)¹⁾ • 홍석희(한국체육대학교)²⁾

국문초록

스포츠가 현대관광에서 중요한 영역으로 자리잡고 있으며 스포츠와 관광을 융합한 산업의 잠재력은 무궁무진하다. 이에 스포츠 산업 전문가들은 태권도에 주목하고 있다. 태권도는 해외 태권도 사범 파견 사업과 올림픽 정식종목으로 채택되어 세계화를 달성하였다. 이에 정부는 태권도 산업의 기반을 구축하고자 태권도원을 조성하여 세계적인 문화관광명소를 만들고자 하였다. 그러나 태권도원이 설립된지 10주년을 맞이했음에도 불구하고 태권도원 관련 연구는 부족한 실정이며 태권도 경기, 자격증, 연수 등을 중심으로 활용되고 있는 것은 태권도원 관광 활성화에 걸림돌로 작용하고 있다. 따라서 실용적인 태권도원 관광 활성화 방안을 제시할 필요가 있다. 연구 참여자는 태권도 관련 종사자 집단과 일반인 집단 10명, 총 20명이었다. 자료는 반구조화된 질문지를 마련하여 심층면담을 통해 수집하였다. 그리고 귀납적 내용분석을 통해 결과를 도출했다. 그 결과 4개 대영역으로 범주화되었다. 구체적으로 살펴보면 태권도원 굿즈 개발, 태권도원 SNS 활성화, 태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발, 태권도 인식 개선 등이다. 이 연구는 실용적인 태권도원 관광 활성화 방안을 도출했다는 점에서 의미가 있다. 이는 태권도원 관광 활성화 방안의 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

주제어 : 태권도, 태권도원, 관광 활성화 방안, 심층면담, 귀납적 내용분석

논문제출일 : 2024. 07. 26.

심사완료일 : 2024. . .

1) tkd_talmud@naver.com

2) seokhee2045@naver.com

I. 서론

1. 연구의 필요성

스포츠가 현대관광에서 중요한 영역으로 부상하게 되었다. 그 이유는 스포츠와 관광을 연계한 산업의 효과는 뛰어나고 잠재력이 크다 (Glyptis, 1991). 그 배경으로는 올림픽, 월드컵 같은 축제로 즐길 수 있는 스포츠 이벤트들이 있다. 이러한 이벤트에 참여하고 관람하는 인구가 증가하면서 스포츠 활동이 스포츠 관광 상품으로 연계되어 활성화가 되고 있는 실정이다. 또한 북미관광협회(TIAA, 2001)에 따르면 스포츠가 관광수익에서 차지하는 비중이 28%가 된다고 주장하였고, 7개 대륙 22개 관광이벤트를 분석한 결과 스포츠 관광이 35%를 차지하고 있다고 보고되고 있다.

이러한 맥락에서 태권도는 스포츠 관광 콘텐츠로 활용가치와 잠재력이 높다. 태권도는 우리나라 전통 무예이자 스포츠로 해외 태권도 파견 사업과 올림픽 정식종목에 채택되어 전 세계적으로 인기를 얻어 세계화를 달성하였다. 그리고 태권도는 단순한 신체수련을 넘어 국가 문화 관광상품으로 세계 태권도인들을 대상으로 다양한 교육·관광·문화 콘텐츠를 개발하여 한국의 대표 브랜드로 발돋움하게 되었다 (이정학, 김욱기, 2012). 이처럼 태권도는 우리나라를 알릴 수 있는 좋은 수단이자 다양한 콘텐츠를 만들 수 있는 강점을 가지고 있다.

이에 정부는 ‘태권도 명품 브랜드화’ 계획을 추진하였다. 이는 태권도 문화와 태권도 관

광 산업을 기반으로 한 계획이다. 이러한 계획을 실현하기 위해 전라북도 무주에 태권도원을 설립하여 태권도 문화 관광 산업의 기반을 구축하고자 노력하였다(김정모, 이정학, 이충용, 이대용, 2008; 김진기, 정경희, 유광길, 2017). 태권도원이 우리나라를 대표하는 세계적인 문화관광명소로 자리매김하기 위해서는, 태권도원과 연계한 다양한 관광 콘텐츠 개발의 필요성이 제기되었다(문화관광부, 2007).

태권도원이 관광 활성화를 위해 노력하고 있는 것들을 살펴보면 첫째, 4자간 협약이다. 이는 태권도 진흥재단이 한국관광공사, 한국e스포츠협회, 국민체육진흥공단과 업무협약을 맺어 해외 관광객 유치에 노력하고 있다. 둘째, 태권스테이 프로그램이다. 국내 관광객을 모집하기 위해 태권도원이 보유한 콘텐츠와 지역 관광을 할 수 있는 1박 2일 프로그램이다. 태권도원이 이러한 노력들을 하고 있지만 방문객 수는 아쉬운 상황이다. 2023년 태권도원 연간 방문객을 살펴보면 31만명으로 보고되고 있다(태권도진흥재단, 2024). 그러나 인근 전주한옥마을은 2023 연간 방문객 수는 1,500만명을 돌파했다. 태권도와 한옥은 우리나라 고유 콘텐츠로 유사하지만 방문객 수 차이는 아쉬운 실정이다. 또한 태권도 산업과 관련된 연구들(김두한, 2017; 김현, 전효재, 김상태, 2008; 유호윤, 2020; 윤종완, 정길상, 2004; 이재돈, 2014; 최영재, 박정범, 2023)이 진행되고 있지만 실용적인 방안을 제시한 연구는 부족한 상황이다(문화관광부, 2008). 관련 선행연구들을 살펴보면 홍준기(2016) 연구에서는 태권도원을 한국의 대표 브랜드와 문화 관광 자원으로 활용하여 태권도 산업을 육성해야 한다고 주장하였다. 또한 안재찬(2010)은 태권도, 태권도원, 전통무예, 대한민국의 이미지를 하나로 통합할 수 있는 방안을

마련해야 한다고 주장하였다. 이처럼 태권도 산업, 콘텐츠, 태권도원 관련 연구들이 진행되고 있지만 부족한 상황이다. 그리고 태권도원이 다양한 프로그램을 구성하고 있지만 태권도 경기, 자격증 시험, 연수 등을 중점으로 활용되고 있는 것은 태권도원 관광 활성화에 걸림돌로 작용하고 있다. 따라서 본 연구에서는 태권도 관련 종사자 집단과 태권도 참여 경력이 없는 일반인 집단을 대상으로 심층면담을 통해 실용적인 태권도원 관광 활성화 방안을 제시하고자 한다. 이러한 시도는 태권도원 관광에 관한 연구의 한계를 보완할 수 있다. 나아가 태권도원 관광 활성화를 위한 초석이 될 것으로 기대된다.

II. 연구방법

1. 연구 참여자

이 연구는 목적 표집법(purposive sampling)을 사용하여 연구 참여자를 선정하였다. 해당 표집법은 연구자가 연구 목적에 맞는 참여자를 선정하여 효율적으로 정보를 수집할 수 있다 (Guetterman, Creswell, Deutsch, & Gallo, 2019). 연구 참여자는 태권도 관련 종사자 집단과 일반인 집단으로 구성하였다.

첫째, 태권도 관련 종사자 집단은 태권도 지도경력 2년 이상, 태권도 행정 직원, 태권도학과 재학생으로 구성되어 10명(남: 6, 여: 4)이었다. 연령은 평균 28.9세이었다. 둘째, 일반인 집단은 태권도 참여 경험이 없는 일반인 10명(남:

5, 여: 5)으로 구성되었다. 이들의 연령은 평균 31.6세이었다.

2. 연구절차

이 연구는 연구설계, 연구 참여자 모집, 반구조화된 질문지 마련, 자료수집 및 분석 단계의 과정으로 진행되었다. 첫째, 연구설계 단계에서는 태권도원과 관련된 국내 문헌을 고찰하여 연구계획과 목적을 설정하였다. 둘째, 연구 참여자 모집 단계에서는 연구 목적에 맞는 연구 참여자를 선정하기 위해 집단에 대한 기준을 설정하였다. 이후 연구자가 직접 대면하여 연구 목적 및 방법, 개인정보보호에 대해 설명하였다. 그리고 이를 동의한 자를 연구 참여자로 선정하였다. 셋째, 전문가 협의를 토대로 질문을 선정하여 반구조화된 질문지를 마련하였다. 넷째, 자료수집 및 분석단계에서는 심층면담을 통해 자료를 수집하고 귀납적 내용분석을 통해 결과를 도출하였다.

3. 자료수집

1) 반구조화된 질문지

반구조화된 질문지는 전문가 집단 협의를 통해 마련되었다. 전문가 집단은 태권도 관련 학술 경험이 있는 연구원 2명, 체육학 박사 1명, 체육학 박사과정 1명으로 총 4명이었다. 이들은 태권도원 관광 활성화 방안을 마련하기 위해 태권도 관련 종사자 집단과 일반인 집단에 적합한 질문들을 마련하였다. 이에 따라 질문 내

용에는 ‘태권도원 방문 외 다른 활동을 하신 적이 있나요?’, ‘태권도원 방문 시 불편사항은 무엇이었을까요?’, ‘지역축제에 참여한 적이 있으신가요?’, ‘태권도원이 지역과 연계한 축제나 프로그램을 구성한다면 방문할 의사가 있으신가요?’ 등으로 구성되었다.

2) 심층면담

심층면담은 연구 참여자들이 반구조화된 질문에 답변한 내용을 토대로 진행하였다. 답변에 관한 보충 설명이 필요하다고 판단되는 경우 관련 질문들을 추가하여 자료를 수집했다. 면담 시기는 2024년 7월 10일부터 20일까지 진행되었고 연구자가 직접 방문하여 대면으로 진행하였다. 면담 소요 시간은 평균 30~40분 정도였다. 면담 내용은 한글 파일로 전사하여 보관하였다.

4. 자료분석

1) 귀납적 내용분석

수집된 자료는 귀납적 내용분석(inductive content analysis) 3단계(Elo & Kyngäs, 2008)에 따라 개방코딩, 범주화, 도식화 과정을 통해 분석하였다. 첫째, 개방코딩은 수집된 자료에서 의미 있는 내용을 도출하는 과정이다. 이 과정에서 한글 파일에 전사된 심층면담 내용을 검토하고 전문가 회의를 통해 내용을 추출하였다. 둘째, 범주화는 개방코딩 과정에서 도출된 내용을 유사한 개념끼리 묶어 범주화하는 과정이다.

이에 도출된 개념을 그룹화하여 명확하게 의미를 부여하는 작업을 실시하였다. 셋째, 도식화 단계는 연구결과를 제시하는 과정이다. 이를 위해 연구자는 연구결과를 표로 정리하여 제시하였다.

2) 신뢰도와 타당도

질적연구 결과의 신뢰도와 타당도를 확보하기 위해서는 분석과정이 중요하다. 이에 연구자는 자료를 분석하는 과정에서 주관적 판단을 최소화 하기 위해 전문가 집단과 동료간 검토(peer review)를 진행했다. 동료 간 검토는 수집된 자료를 객관적으로 검토하여 합리적인 결과를 도출하기 위한 방법이다(Stainback & Stainback, 1988). 따라서 본 연구는 처음 수집된 자료를 바탕으로 연구자가 결과를 도출한 후, 전문가 집단이 검토하는 과정을 거쳤다. 이 과정은 각 구성원이 서로의 자료를 검토할 때까지 반복되었다. 이후 모든 의견을 수렴하고 토론을 통해 명확한 합의가 이루어질 때까지 논의하였다.

Ⅲ. 결과

수집된 자료는 귀납적 내용분석을 통해 4개 대영역으로 범주화되었다. 첫째, 태권도원 곳즈 개발, 둘째, 태권도원 SNS 활성화, 셋째, 태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발, 넷째, 태권도 인식 개선 등으로 도출되었다. 도출된 결과는 <표 1>에 제시하였다.

표 1. 태권도원 관광 활성화 방안

구분	원자료	중영역	대영역
1	현재 기념품 평가 및 개선, 이미지	기념품 제작	태권도원 굿즈 개발
	캐릭터 이미지, 캐릭터 활용 방안	캐릭터 제작	
	챌린지 참여 여부, 챌린지 유형	태권도 챌린지	태권도원 SNS 활성화
	태권도원 체험 여부, 이벤트	태권도원 체험 이벤트	
	태권도를 활용한 지역 협력 방안	지역축제	태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발
	무주와 태권도 프로그램 구성	태권도원 프로그램	
	태권도 긍정·부정 이미지, 개선 방안	태권도 이미지	태권도 인식 개선
	태권도 교육에 대한 생각, 개선 방안	태권도장	
2	디자인과 실용성, 기념품 구입 경험	기념품 제작	태권도원 굿즈 개발
	캐릭터 이미지, 캐릭터 활용 방안	캐릭터 제작	
	태권도 관련 챌린지	태권도 챌린지	태권도원 SNS 활성화
	프로그램에 대한 생각, 이벤트	태권도원 체험 이벤트	
	축제 참여 여부, 기억에 남는 콘텐츠	지역축제	태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발
	무주와 태권도 프로그램 구성	태권도원 프로그램	
	태권도에 대한 이미지	태권도 이미지	태권도 인식 개선
	태권도장에 대한 생각	태권도장	

1= 태권도 관련 종사자, 2= 일반인

1) 태권도원 굿즈 개발

중영역에서 ‘기념품 제작’, ‘캐릭터 제작’ 두 가지 요인은 ‘태권도원 굿즈 개발’ 대영역으로 범주화되었다. 연구 참여자들은 태권도원 기념품과 캐릭터가 모든 연령층을 겨냥한 디자인으로 제작되어야 한다고 하였다. 나아가 태권도원 캐릭터의 이름이나 디자인 공모전을 활성화하여 홍보와 캐릭터 두 마리의 토끼를 잡아야 한다고 응답했다.

“연수 받으러 태권도원에 방문을 한 적이 있었는데 연수 일정이 타이트해서 저녁 늦게 끝났어요. 그래서 기념품 볼 생각을 하지 못했어요. 제 주변에서도 태권도원을 들러서 기념품을 사는 지인은 못 봤어요.”

- 태권도 관련 종사자 D

“예쁘거나 귀여운 기념품을 구매한 경험이 있지만 현재 태권도원 캐릭터는 제 돈 주고 사고 싶지 않네요. 학교나 기관 같은 곳에서 캐릭터 이름이나 디자인 공모전을 진행하는데 태권도원도 공모전을 진행한다면 좋은 아이디어가 많이 나올 거 같아요.”

- 일반인 B

2) 태권도원 SNS 활성화

중영역에서 ‘태권도 챌린지’, ‘태권도원 체험 이벤트’ 두 가지 요인은 ‘태권도원 SNS 활성화’ 대영역으로 범주화되었다. 연구 참여자들은 태권도 챌린지를 활성화하여 누구나 쉽게 접할 수 있는 친근한 이미지를 만들어야 한다고 응답했다. 나아가 숙소 1박 2일 무료 제공권과 같은 이벤트를 통해 참여와 홍보를 이끌어야 한다고 응답했다.

“전에 태권도원에서 진행했던 오하태 챌린지 바이럴 마케팅에 참여한 적이 있었어요. 동작이 생각보다 어려웠던 기억이 있어요. 어린 학생들과 일반인이 한 번 보고 쉽게 따라할 수 있게 챌린지를 진행하면 좋을 거 같아요.”

- 태권도 관련 종사자 F

“SNS 스토리 공유 조건을 걸어 무료 숙박권 이벤트를 진행한다면 SNS로 홍보가 될 거 같고 무주까지 내려갈 메리트가 생길 거 같아요.”

- 일반인 E

3) 태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발

중영역에서 ‘지역축제’, ‘태권도원 프로그램’ 두 가지 요인은 ‘태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발’ 대영역으로 범주화되었다. 연구 참여자들은 태권도원과 무주 특산물·문화·관광지를 연계하여 무주 방문을 유도해야 한다고 응답했다. 특히 태권도 관련 종사자 집단에서는 태권도원이나 무주에서 마땅히 즐길 콘텐츠가 없다고 응답했고, 일반인 집단은 지역과 태권도

원이 볼거리와 먹거리가 가득한 이벤트를 개최한다면 참여할 의사가 있다고 응답했다.

“자격증 시험과 연수를 들으러 갈 때마다 제가 온 목적 이외에는 다른 걸 해볼 생각을 한 적이 없는 거 같아요. 거리도 멀고 무주나 인근 지역에서 즐길만한 거리가 없는 거 같아요.”

- 태권도 관련 종사자 A

“지역축제를 즐겼던 적이 있어요. 볼거리와 먹거리가 다양해서 좋았던 기억이 있어요. 태권도원도 무주와 협력하여 재미있는 축제를 진행했으면 좋겠어요.”

- 일반인 C

4) 태권도 인식 개선

중영역에서 ‘태권도 이미지’, ‘태권도장’ 두 가지 요인은 ‘태권도 인식 개선’ 대영역으로 범주화되었다. 태권도는 유소년이 하는 스포츠, 돌봄 이미지가 강하다고 응답했다. 나아가 태권도 관련 종사자 집단에서는 교육을 위해 태권도장을 찾는 학부모는 10명 중 1명이라고 응답했다. 특히 일반인 집단에서는 태권도에 대한 이미지를 자기가 방문했던 태권도장을 통해 결정된다고 응답했다.

“태권도장에 상담을 오는 학부모 대부분은 ‘우리 아이가 재미있게만 했으면 좋겠어요. 라고 말씀하세요. 태권도 교육의 장점을 설명해도 학부모들은 우리 아이가 재미있게 할 수 있는지를 더 중요하게 생각하시는 거 같아요. 그리고 태권도를 애들만 하는 인식과 돌봄의 인식을 바꿔보려고 노력하고 있지만 쉽지 않은 거 같아요.”

- 태권도 관련 종사자 E

“어릴 때 부모님이 보내서 태권도를 배운 경험이 있어요. 그때 사범님이 태권도를 재미있게 가르쳐 주셨던 거 같아요. 그리고 피구나 게임 같은 놀이체육을 더 많이 했던 거 같아요.”

- 일반인 A

IV. 논의

이 연구의 목적은 태권도원 관광 활성화를 위해 실용적인 방안을 제시하는 것이었다. 연구자는 연구 목적을 달성하기 위해 연구 참여자를 선정하고 심층면담을 진행하였다. 수집된 자료는 귀납적 내용분석을 활용하여 결과를 도출하였다. 결과를 토대로 태권도원 관광 활성화 방안을 논의하면 다음과 같다.

4개 대영역(태권도원 굿즈 개발·태권도원 SNS 활성화·태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발·태권도 인식 개선)으로 범주화되었다. 이는 태권도원 관련 선행연구들(최영재, 박정범, 2023; 이정학, 김육기, 2012)과 유사한 결과이다. 구체적으로 살펴보면 첫째, ‘태권도원 굿즈 개발’은 태권도원 굿즈를 개발하여 태권도원을 홍보하는 것이다. 아울러 연령별 굿즈, 특히 MZ 세대를 타겟으로 굿즈가 개발되어야 한다. SNS가 활성화 되면서 MZ 세대들 사이에서 인증샷이 유행(송원숙, 2022)하고 있어 태권도원 홍보에 효과적일 것으로 판단된다. 나아가 최근 스타벅스에서 운동선수 베어리스타 키체인을 제작하여 판매하고 있다. 모든 연령층을 겨냥한 디자인과 2024 파리 올림픽 시기와 맞물려 큰 인기를 얻고 있다. 이처럼 소비자들의 니즈를 파악하여 태권도원 굿즈를 제작한다면 큰 인기

를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, ‘태권도원 SNS 활성화’는 현대사회에 적합한 관광 활성화 방안이다. 공공기관에서 SNS를 활용한 사례들을 살펴보면 충청북도 충주시에서 운영하는 유튜브 채널은 구독자 76만 명을 보유하고 있다. 많은 공공기관 유튜브 채널들이 흥행에 실패하고 있는 시점에 대단한 성과이다. 나아가 유튜브를 활용해 지역에서 열리는 고구마 축제와 옥수수 축제에 많은 관광객을 유도해 성공으로 이끌었다. 그리고 경상북도 양산시에서 운영하는 인스타그램은 젊은 연령층 사이에서 유행하는 릴스를 제작하여 홍보를 진행하였다. 그 결과 게시물 하나만으로 1,000만 조회수를 달성하였다. 이러한 성과로 ‘유퀴즈 온 더 블록’ 공중파 방송에 출연하여 양산시를 더욱 알리는 계기가 되었다. 이와 같은 사례들은 공공기관도 SNS를 활용하여 효과적으로 홍보할 수 있다는 시사점을 준다.

셋째, ‘태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발’은 태권도원이 보유한 콘텐츠와 지역의 특유한 문화, 특산물을 활용하여 다양한 콘텐츠를 개발하는 것을 의미한다. 이는 선행연구(전명숙, 2019)에서 지역축제와 승마 관광 콘텐츠를 결합해야 한다고 주장한 결과와 유사하다. 이처럼 태권도원 또한 지역과 연계하여 볼거리·먹거리·즐길거리가 가득한 콘텐츠를 구성하고 진행한다면, 태권도원 발전과 지역 상생에 기여할 것으로 판단된다.

넷째, ‘태권도 인식 개선’은 태권도 인식과 태권도장을 토대로 도출된 결과이다. 일반은 집단 대부분은 태권도를 어린 아이들이 하는 운동 및 돌봄의 개념으로 바라보고 있는 실정이다. 아울러 태권도 관련 종사자 집단 또한 태권도가 중점이 되는 것이 아니라 놀이체육과 돌봄의 개념으로 이루어지고 있다는 의견을 제

시하였다. 태권도장은 수련을 통해 성장이 이루어져야 하는 공간이지만 현재 태권도장은 보육과 돌봄을 제공하는 곳(김서경, 안근아, 2024)으로 인식되고 있는 아쉬운 상황이다. 이러한 인식은 태권도뿐만 아니라 태권도원 관광에도 긍정적인 영향을 미치지 못한다. 태권도에 대한 좋은 인식은 태권도원 관광의 관심으로 이어지기 때문이다. 이러한 이유로 태권도장에서 태권도를 가르치는 지도자의 역할이 강조되고 있다. 일반인들은 자신이 경험했던 태권도장 하나만으로 태권도에 모든 것을 판단하는 경향이 있기 때문이다. 즉 현장에서 태권도를 가르치고 알리는 지도자의 역할이 중요하다는 시사점을 준다.

종합해보면, 태권도 관련 종사자 집단과 일반인 집단을 대상으로 실용적인 태권도원 관광 활성화 방안을 도출하였다. 이는 기존 선행연구에서 추상적인 결과를 제시했던 것과 달리 실용적인 방안을 제시했다는 점에서 의미가 있다. 이를 토대로 태권도원 관광이 활성화되어 태권도의 본질적인 가치가 빛을 발하고, 스포츠 관광명소로 나아가길 기대한다.

V. 결론 및 제언

1. 결론

연구 결과 태권도원 활성화 방안은 첫째, 태권도원 굿즈 개발, 둘째, 태권도원 SNS 활성화, 셋째, 태권도원과 지역 연계 콘텐츠 개발, 넷째, 태권도 인식 개선으로 범주화되었다. 이러한 방안들은 실용적인 태권도원 관광 활성화 초석으

로 활용될 수 있으며, 태권도원 발전에 보탬이 될 수 있을 것으로 기대한다.

2. 제언

후속 연구 수행을 위한 제언을 남기면 다음과 같다. 첫째, 이 연구는 실용적인 관광 활성화 방안을 4개 대영역으로 도출하였다. 이러한 방안들은 가령 중기목표에 해당된다. 도출된 결과들이 단기목표처럼 구성되어 실제로 진행되어야 한다. 따라서 범주화된 결과를 바탕으로 관광 콘텐츠를 제작하고 진행한다면 태권도를 활용한 콘텐츠 및 관광에 대한 구체적인 자료를 수집할 수 있을 것이다.

둘째, 태권도에 대한 긍정적인 인식은 태권도원 관광의 관심을 유도한다. 따라서 실제 현장에서 태권도를 가르치는 지도자의 역량 강화 프로그램이 개발되어야 한다. 예컨대 대한태권도협회에서 진행하는 미래인재양성교육 프로그램 같이 지도자의 역량을 강화할 수 있는 프로그램을 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 이는 태권도의 발전으로 이어지고 태권도원 관광에 긍정적인 영향을 줄 것으로 판단된다.

참고문헌

- 김정모, 이정학, 이충용, 이대용(2008). 인구통계학적 특성에 따른 태권도장 서비스품질, 고객 만족 구매행동의 차이. 한국체육과학회지, 17(2), 539-552.
- 김두한(2017). 플랫폼 비즈니스 기반의 태권도 산업 활성화 전략. 한국스포츠학회,

- 15(2), 313-322.
- 김서경, 안근아(2024). 태권도 지도의 불균형 원인에 관한 연구. *한국스포츠학회지*, 22(1), 569-575.
- 김현, 전효재, 김상태(2008). 태권도공원 계획. *농촌계획*, 14(1), 73-82.
- 김진기, 정경희, 유광길(2017). 태권도원 민간투자 활성화요인에 관한 우선순위 분석. *한국체육과학회지*, 26(1), 561-571.
- 문화관광부(2007). 국기태권도 중장기 발전방안, 연구보고서.
- 문화관광부(2008). 태권도올림픽 종목 지위 유지방안, 연구보고서.
- 유호운(2020). 빅데이터 분석을 통한 태권도 경쟁력 강화 전략.
- 윤종완, 정길상(2004). 태권도의 세계화와 태권도공원의 필요성 연구. *한국스포츠리서치*, 15(5), 1443-1451.
- 이재돈(2014). 태권도 콘텐츠산업의 발전방안 연구. *국기원태권도연구*, 5(1), 17-51.
- 이정학, 김옥기(2012). 인문·사회과학편: 태권도공원과 연계한 태권도 관광 상품 개발. *한국체육과학회지*, 51(6), 179-188.
- 최영재, 박정범(2023). 문화관광 콘텐츠로서 태권도 산업의 활성화 방안. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 17(4), 161-174.
- 안재찬(2010). 태권도의 위상제고를 위한 태권도원의 방향성. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교 대학원.
- 전명숙. (2019). 지역축제와 승마관광콘텐츠 연계 방안-계룡시 군문화 축제를 중심으로. *한국외식산업학회지*, 15(4), 169-181.
- 송원숙(2022). 미디어의 자해 콘텐츠가 MZ 세대에 미치는 영향: SNS 이용을 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 22(11), 512-522.
- 홍준기(2016). 소셜미디어를 통한 태권도원 홍보 전략에 관한 연구 분석. 미간행 석사학위논문 한국체육대학교 사회체육대학원.
- 보도자료, 태권도진흥재단, 2024년 03월 12일 수정, 2024년 07월 23일 접속, <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=1062926&cid=40942&categoryId=32624>
- Glyptis S. A.(1991). Sport and Tourism. In C. Cooper(Ed.), *Progress in tourism, recreation and hospitality management*. Vol. 3. 165-183. London: Belhaven Press.
- Travel Industry Association of America(TIAA)(2001). *Profile of travelers who attend Sport Event*.
- Guetterman, T. C., Creswell, J. W., Deutsch, C., & Gallo, J. J. (2019). Process evaluation of a retreat for scholars in the first cohort: The NIH mixed methods research training program for the health sciences. *Journal of mixed methods research*, 13(1), 52-68.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115.
- Stainback, S., & Stainback, W. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Council for Exceptional Children, Publication Sales, 1920 Association Dr., Reston, VA.

10주년을 맞이한 태권도원 관광 활성화 방안

- 도파밍 마케팅을 활용한 태권도원 스포츠 관광 활성화 -

임의현(경희대학교, 석사)¹⁾

국문초록

본 연구는 빠르게 변화하는 관광·문화 트렌드에 맞게 태권도원의 스포츠 관광 활성화 방안을 찾을 필요가 있으며 더불어 태권도원만이 가진 정체성을 굳힘과 동시에 장기적인 관광객 유치를 위한 전략을 세울 필요성이 있다. 이에 따라 태권도원과 스포츠 관광에 관련하여 문헌 조사를 통하여 태권도원의 현황을 진단하고 도파밍 시대에 따른 스포츠 관광지로서의 활성화 방안을 제시하는데 본 연구의 목적이 있다. 자료수집을 위해 태권도원이 소재한 무주군 지역으로 공간적 범위를 한정하였고, 선행연구와 관련 자료 검토, 태권도원의 통계 자료를 내용적 범위로 한정하였다. 연구 절차는 태권도원 현황 조사, 국내·외 스포츠 관광 사례 분석, 태권도원 스포츠 관광 활성화 방안으로 진행하였다. 태권도원의 현황에 대해서는 태권도원 시설, 운영프로그램 및 이벤트, 방문객 현황, 지역 연계 관광 현황에 대하여 조사하였다. 국내·외 스포츠 관광 사례로는 국내 전주시, 충주시, 인제군과 국외 일본, 미국으로 선정하여 조사하였다. 연구결과, 첫째, 태권도원에서 진행되고 있는 기존 프로그램의 재고가 필요하다. 둘째, 지역 연계 콘텐츠의 확대가 필요하다. 셋째, 시대 흐름에 맞는 도파밍 마케팅의 도입이 필요하다. 넷째, 태권도원 자연환경을 활용한 생태관광의 활성화가 필요하다. 연구결과에 대한 결론은 태권도원은 빠르게 변화하는 관광·문화 트렌드에 맞게 스포츠 관광 활성화 방안을 마련한다면 태권도원의 정체성을 확립함과 동시에 스포츠 관광지로써 자리매김할 수 있을 것이라고 판단된다.

주제어 : 태권도원, 스포츠 관광, 도파밍 마케팅

제 출 일 : 2024. . .

심사완료일 : 2024. . .

1) rc3287@khu.ac.kr

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

여가의 의미는 본래 의미와 함께 현대사회의 소비 트렌드를 반영한 새로운 단어들과 함께 변화하고 있다. 2017년 미국 버락 오바마 대통령의 개혁안인 ‘오바마 케어’에서 시작된 ‘Yolo(올로)’는 ‘단 한 번뿐인 인생, 현재를 즐기자’라는 의미로 등장하였다(김민수, 김태중, 2019). Yolo 시대의 도래로 대중들은 여가에 대한 관심도가 높아졌으며 일과 여가, 운동과 스포츠, 레저와 여행, 취미 등을 적절히 유지하며 삶의 질을 높이는 것에 중점을 두는 트렌드로 변화하였다. Yolo 트렌드 이후, Flex(플렉스), 갓생, 가심비를 거쳐 2024년 ‘도파밍’ 트렌드가 급부상하였다. 도파밍은 모바일 기기를 통한 정보의 양이 막대하게 증가하면서 시간 대비 성능을 중시하는 사람이 증가하였고 이에 따라 재미와 즐거움에 대한 인식이 변화되었음을 나타내는 신조어이다. 즉 도파밍이란 쾌락이 넘치고 자극적인 경험을 적극적으로 찾아 나서는 사회 현상을 의미한다(이재영, 2024.04.01). 도파밍 시대의 젊은 세대들은 삶의 우선순위가 노동과 수입에서 재미, 행복, 즐거움과 같은 만족감으로 변화하였다(진영리, 2024). 이는 여가·관광 분야에도 영향을 미쳤다.

관광의 트렌드는 젊은 세대의 니즈와 시대의 흐름에 맞게 변화하고 있다. 젊은 세대들은 과거의 단순한 관람형 관광이 아닌 체험을 통해 관광 대상과의 일체감을 느끼고 즐거움과 내적 욕구를 충족하는 관광을 선호하는 경향을 보이게 되었다(강지민, 남서영, 최미건, 추수연, 2024). 또한, 휴가를 보내는 동안 여가활동에 참여하는 것을 희망함에 따라 관광과 여가활동의 연관성에 대한 인식은 점점 증가하고 있는 것으로 나타났다(Carr, 2002). 무엇보다 여가활동 유형의 다양화는 스포츠와 관광을 함께 즐길 수 있는 스포츠 관광을 각광 받게 하였다(김형훈, 박인혜, 2018). 스포츠 관광은 스포츠 산업과 관광 산업이 융합하여 스포츠 활동, 숙박, 식음료 소비 등의 다양한 형태의 소비 유발과 함께 지역과 연계하여 지역 브랜드를 강화할 수 있는 기회를 제공한다(최주현, 엄진중, 2024). 또한, 스포츠 관광은 지역의 문화유산, 자연환경, 스포츠 시설 등을 활용하여 지역의 경제적 활성화를 할 수 있다는 잠재력이 있다.

세계적인 수련인구를 보유하고 있는 스포츠인 태권도는 스포츠 관광 테마로써 활용가치가 높다. 이와 함께 스포츠 관광지로 발돋움할 수 있는 태권도의 대표 시설 중 하나인 태권도원은 세계적인 태권도 시설의 인프라 부족과 태권도인의 태권도 정신과 교육적 가치를 드높일 수 있는 시설의 필요성으로 설립되었다(하웅용, 최광근, 조준호, 2012). 태권도원은 태권도의 본래 교육적 가치와 함께 문화 행사, 태권도원의 활성화의 주된 운영 취지를 가지고 있다. 태권도원은 다양한 대회 개최, 페스티벌 등의 문화 행사를 통해 국기 태권도 및 태권도원의 활성화와 관광 브랜드화에 적극적으로 노력하고 있다. 더불어 타 스포츠 종목을 넘어 다양한 핵심 프로그램을 개발하여 태권도원 스포츠 관광 활성화에 집중하고 있다(김용진, 2022). 이처럼 교육적 가치를 넘어 태권도원을 다양한 인프라와 문화 자원으로 활용하는 것은 태권도의 위상을 높이는 것과 함께 스포츠 관광 분야의 전반적인 발전을 위한 중요성을 가지고 있다.

태권도원은 스포츠 관광지로써 다양한 잠재력을 가지고 있지만, 교통, 지역 연계 부진, 태권도 핵심 시설 이전 부진, 단기적 이벤트 등의 이유로 어려움을 겪고 있다. 태권도원 10년의 궤적에 대해 대다수 전문가들은 ‘지지부진’이라는 입장을 내세우고 있다. 그 이유로는 태권도원 활성화의 핵심인 국기원 이전과 민자 유치 부진, 세계태권도연맹의 이전 실패를 꼽고 있다(나연식, 2023.05.29.). 또한, 스포츠 관광지로서 미비한 성장의 이유로 태권도 공원의 테마파크 수익 모델의 한계와 마케팅을 통한 프로모션의 미비, 태권도원 정체성 부분에 있어 방향성 구분의 어려움을 꼽고 있다(김상태 외 7인, 2014). 즉 태권도원 방문객들의 니즈 파악이 우선이 아닌 보여주기식의 외면적 확장이 스포츠 관광지로서의 발전에 속도를 늦추었다고 할 수 있다. 이에 태권도원은 빠르게 변화하는 관광·문화 트렌드에 맞게 스포츠 관광 활성화 방안을 찾을 필요가 있다. 더불어 태권도원만이 가진 정체성을 굳힘과 동시에 장기적인 관광객 유치를 위한 전략을 세울 필요성이 있다.

따라서 본 연구는 태권도원과 스포츠 관광에 관련하여 선행연구와 관련 자료 조사, 태권도원 통계 자료 분석을 통하여 태권도원의 현황을 진단하고 도파밍 시대에 따른 스포츠 관광지로서의 활성화 방안을 제시하는데 목적이 있다.

2. 이론적 배경

1) 스포츠관광

스포츠관광이란 스포츠와 관광의 합성어로, 스포츠 관람, 참여 등의 활동을 주된 목적으로 관광자원을 소비함을 통해 지역사회를 이해하고 직접적·간접적 편익을 제공하고자 하는 적극적인 관광 활동을 말한다(문화체육관광부, 2013). 스포츠관광의 개념은 시대와 트렌드에 따라 변화되고 있다. 1990년대와 2000년대 초반에는 스포츠관광에 대해 스포츠에 관전하거나 참가하기 위해 비상업적인 이유로 여행을 하는 것이라고 정의하였다(Hall, 1992; Getz, 1998; De Knop, 2004). 근래에는 비즈니스나 상업적인 이유를 포함한 개념으로 스포츠관광에 대해 가정, 작업현장을 벗어나 일상생활과 다른 경험을 하며 일시적으로 이동하는 것, 비즈니스 여행에 따른 부수적인 체험 활동으로 정의하였다(이용규, 구정대, 2019).

스포츠관광의 유형은 다양한 개념들과 함께 여러 학자들에 의해 논의되고 있다. 이훈(2002)은 스포츠관광의 유형을 스포츠관광 동기, 목적, 활동을 중심으로 나누었다. Weed, Bull(2004)은 스포츠 참여 관광, 스포츠 트레이닝, 콘텐츠가 있는 관광, 스포츠 이벤트, 고급 스포츠 관광의 5가지 유형으로 구분하였다. Gibson(2003)은 스포츠관광의 유형에 대해 활동형, 이벤트, 노스텔지아 스포츠관광으로 구분하였다. 이와 같이 스포츠관광의 유형은 스포츠관광의 참여수준(능동적, 수동적, 참가, 관람)과 목적이 무엇이든 외부 관광객을 유치하는데에 크게 기여한다는 것이다(이홍철, 2000). 따라서 스포츠관광은 여러 가지 프로그램이나 시설들로 스포츠관광객의 경험을 만족시킬 수 있어야 하며 마케팅 전략뿐만 아니라 스포츠관광 이벤트적 콘텐츠 개발의 중요성을 제시하고 있다.

2) 도파밍 시대

‘도파밍’이란 ‘도파민’을 의미하는 쾌락이나 자극을 경험했을 때 분비되는 신경전달물질과 열심히 아이টে임을 모으고 돌아다님을 의미하는 ‘파밍’을 합친 신조어이다(변다운, 조재후, 최한비, 2024). 즉 도파밍이란 즐겁고 재미있는 경험을 적극적으로 찾아 나서는 사회 현상을 의미한다. 도파밍 트렌드의 부상 배경은 모바일 기기의 확산과 미디어 환경의 발전에 따른 시간 가치에 대한 변화, 놀이 방식 변화가 주요한 원인이라 할 수 있다(홍경표, 2024.06.05.). 도파밍은 유튜브, 숏폼(Short form), 소셜, 소

셜미디어, 음악, 드라마, 운동, 음식 등의 다양한 분야에서 사용되고 있다.

현대 소비자들은 적은 노력으로 많은 효용을 누리기를 원한다. 또한, 삶의 우선순위가 즐거움과 재미를 통한 만족감으로 증가하고 있다(이상영, 2024.04.23.). 이에 따라 다양한 기업에서는 소비자의 변화된 욕구를 활용한 도파밍 마케팅을 적극적으로 활용하고 있다. 대표적인 도파밍 마케팅의 예로는 쇼츠(Shorts), 밈, 챌린지 외에 브랜드의 컨셉을 녹여 즉각적인 재미와 몰입을 제공하는 체험형 메가스토어, 각 브랜드의 이미지를 재해석한 제품을 통한 새로운 경험을 제공하는 콜라보레이션 팝업스토어, ‘부캐’와 같은 가상의 캐릭터를 이용한 새로운 세계관 구축을 통한 마케팅 등이 있다(이태영, 2024.04.23.). 도파밍마케팅의 본질을 성공적으로 이끈 대표적인 공간은 ‘수원스타필드’라고 할 수 있다. 수원스타필드는 도파밍이 나올만한 콘텐츠들을 다양하게 입점시켜 소비자의 체류 시간을 길게 하였다(전성훈, 2024.01.24.). 더불어 도파밍 마케팅과 함께 도파밍으로 인한 피로감을 해결하기 위한 ‘도파민 디톡스’ 마케팅도 함께 부상하고 있다. 도파민 디톡스 마케팅은 인위적으로 도파민이 분비되는 행동을 줄이게 하는 마케팅을 말한다.

이와 같이 도파밍 시대의 도래에 따라 소비자들의 욕구 충족 형태도 변화함을 알 수 있다. 하지만 새로운 시대에 따라 어떠한 방향으로 나아가야 하는지에 대한 논의는 활발히 이루어지지 않고 있다. 따라서 본 연구에서는 도파밍 시대에 따른 태권도원 스포츠관광 활성화 방안을 제시하고자 한다.

II. 연구방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 태권도원의 현황, 국내·외 스포츠 관광 사례 분석, 태권도원 스포츠 관광 활성화 방안을 제시하기 위한 연구방법은 다음과 같다.

1. 연구 범위

본 연구는 태권도원이 소재한 무주군 지역으로 공간적 범위를 한정하였다. 내용적 범위는 선행연구와 관련 자료 검토, 태권도원의 통계 자료를 통해 태권도원의 현황을 파악하고, 도파밍 시대에 따른 태권도원 스포츠 관광 활성화 방안을 제시하고자 한다.

2. 연구 절차

태권도원의 현황 조사에서는 태권도원 시설, 운영프로그램 및 이벤트, 방문객현황, 지역 연계 관광 현황에 대해 문헌 조사와 정부 및 전라북도 자료를 활용하였다. 국내·외 스포츠 관광 사례 분석에서는 국내 전주시, 충주시, 인제군과 해외 일본, 미국을 사례지로 분석하였다. 이와 같은 절차에 의해서 도파밍 시대에 따른 태권도원 스포츠 관광 활성화 방안에 대한 결과를 도출하였다.

Ⅲ. 태권도원 현황

1. 태권도원 시설

태권도원은 각각의 건물마다 태권도의 정신을 접목하여 세계 태권도의 중심지로 성장하기를 기대하였다(김용진, 2022). 태권도원의 공간은 태권도를 직접 체험하고 즐길 수 있는 공간인 ‘도전의 장’과 태권도 교육, 수련을 할 수 있는 ‘도약의 장’, 태권도 종주국의 상징성과 한국의 정체성을 나타내는 ‘도달의 장’으로 구성되어 있다(양명모, 2019).

도전의 장은 T1 경기장, 국립 태권도 박물관, 공연장, 체험관 YAP!으로 구성되어 있다. T1 경기장은 국제적인 태권도 경기와 훈련, 각종 대규모 행사를 위해 조성되었으며, 관람시설, 보도시설, 경기운영시설, 기타시설을 포함한 경기장의 면적은 2,360m² 규모이다. 국립 태권도 박물관은 지하 1층에서 지상 3층의 규모로 슬로프 구조로 설립되었다. 1전시실, 2전시실, 3전시실, 태권도 라키비움으로 구성되어 있으며 각 층마다 ‘태권도의 이해’, ‘몸·마음 그리고 삶의 변화’, ‘세계인과 함께 꿈꾸는 태권도’라는 테마로 구성되어 있다. T1 경기장 지하에 위치한 공연장은 태권도원 상설 공연 운영을 위해 조성되었다. 남녀노소 누구나 태권도 공연을 관람할 수 있고 태권도를 통해 소통할 수 있는 공간으로 활용하고 있다. 체험관 YAP!은 지상 3층, 연 면적 2,651m²으로 조성되었다. 체험관 YAP!은 태권도 수련과 함께 다양한 체험을 할 수 있는 시설이다. 체험관 YAP!에서는 14종의 태권도 체험실과 VR·AR 체험실, 영상공연실로 구성되어 있다(태권도원, 2024).

도약의 장은 태권도원 방문자들을 위한 숙박시설인 도약관과 전문 수련이 이루어지는 도약센터, 운영센터, 평원관, 야외운동장, 식당동으로 구성되어 있다. 숙박시설인

도약관은 총 객실 수 267실로 최대 1,354명을 수용할 수 있다. 도약관과 연결된 도약센터는 지하 1층에서 4층까지의 규모로 조성되었으며, 수련실을 포함한 대강의실, 중·소 강의실, 분임토의실, 멀티미디어실, 명상실, 지도자를 위한 교무실, 전통문화체험실, 편의점으로 구성되어 있다. 운영센터는 지하 4층의 규모로 태권도원의 운영을 위한 시설과 함께 자료실, 서류보관실, 회의실, 전체 대강당 등으로 구성되어 있다. 평원관은 태권도 단체와 선수, 시범단 등을 위해 조성되었으며, 면적은 1,207m²이다. 야외운동장은 주·야간으로 실외 훈련을 할 수 있는 공간으로 도약센터 앞에 위치하며 바닥면적은 5,704m²이다. 식음시설인 식당동에는 연수생 식당인 아라, 마루, 가람과 연회 식당인 나래홀, VIP 식당인 수라원, 카페로 구성되어 있다.

태권도원의 상징성을 확보하고 태권도 성지로서 본연의 역할을 수행하기 위해서 조성한 상징지구인 도달의 장은 태권전, 명인관, 오행폭포, 명예기념, 전망대, 으로 구성되어 있다. 상징지구는 고단자들의 수련, 소통 및 교류 공간과 태권도의 의식과 예절을 배우는 곳으로 활용된다(박상현, 2020). 태권전은 전통적인 한옥 구조인 마당과 대청마루로 구성되어 있다. 명인관의 공간 구성에는 명인관, 태권루, 일여헌, 백운정으로 되어 있다. 명인관은 고단자 명상 및 수련과 함께 ‘태권도를 빛낸 사람들’의 전시 공간으로 활용되고 있다(박상현, 2020). 태권루는 하나의 상징성을 갖는 시설로 정면 5칸, 측면 2칸의 규모로 원기둥을 사용하였다. 일여헌은 다목적 공간으로 활용할 수 있도록 내부에 기둥 설치 없이 건립하였다. 백운정은 소수의 인원이 풍류와 사색을 즐기기에 정면 1칸, 측면 1칸의 작은 규모로 공간을 구성하였다. 명예기념은 추모비와 기념 정원 등의 시설로 총 면적 19,174m² 규모로 조성되어 있다.

2. 운영프로그램 및 이벤트

태권도원에서 운영되는 프로그램 및 이벤트는 관람·체험 프로그램, 수련·체험 콘텐츠 프로그램, 태권스테이 등이 있다(태권도원, 2024).

관람·체험 프로그램에는 상설 태권도 공연·상설 체험 프로그램, 체험 YAP!, 국립 태권도 박물관, 트레킹 코스, 모노레일/전망대, 플레이원, 작은 결혼식이 있다. 상설 태권도 공연은 25분으로 진행되며, 일 1회 - 2회 진행된다. 공연 주제는 ‘태권도사(영웅의 길)’이다. 관람 요금은 태권도원 입장시 무료이며, 회당 368명이 관람을 할 수 있다. 상설 체험프로그램은 상설 태권도 공연 후 진행되는

프로그램이며 1부는 신나는 ‘태권댄스’ 체험, 2부는 태권도 ‘미트광광’ 체험을 진행한다. 체험 YAP!은 회차별로 운영하며, 매회 정시 입장하여 50분 동안 자율적으로 체험하는 프로그램이다. 체험 YAP!에는 태권도 체험실, VR·AR 체험실, 영상공연실이 있다. 태권도 체험실에는 태권도 기초 체력(민첩성, 근지구력, 유연성, 평형성)을 기구를 통해 단련하는 체험, 모션 인식 장치를 통한 태권도 기본 동작, 가상 겨루기, 태권체조 체험, 주먹, 돌려차기 등을 이용한 다양한 전자 겨루기 체험, 태권도 위력을 측정해보는 체험이 있다. VR·AR 체험실은 경기장을 배경으로 대련을 펼치는 가상 겨루기 체험, 가상의 세계에서 장애물을 격파하는 가상 격파 체험, VR 시뮬레이터에 탑승하여 태권도원 투어(미션수행)하는 VR 체험, 태권도 애니메이션 영상 관람의 내용으로 구성되어 있다. 영상공연실은 태권도 애니메이션 ‘타이온과 태권 히어로즈’를 상영하며 내부 사정에 따라 유동적 운영을 하고 있다. 국립 태권도 박물관은 상설 전시실과 기획 전시실이 있다. 상설 전시실에는 태권도의 역사와 발전 과정 및 세계화 과정 등을 소개하며, 기획 전시는 매년 태권도를 소재로 한 다양한 주제로 전시를 하고 있다. 상설 전시실은 3개의 전시실로 구성되어 있다. 1 전시실은 태권도의 역사와 발전 과정 및 세계 속의 태권도 진흥사에 대해 전시하고 있다. 2 전시실은 태권도를 통한 몸, 마음, 삶의 변화에 대해 전시하고 있다. 3 전시실은 세계인과 함께 꿈꾸는 태권도에 대해 전시하고 있다. 트레킹코스 프로그램은 태권도원을 중심으로 하여 친환경 자연의 숲을 느낄 수 있는 프로그램이다. 코스의 구성은 태백길, 평원길, 일여길, 태백+일여길, 평원+일여길, 평원+태백+일여길로 되어 있다. 트레킹 코스는 어린이부터 청소년, 성인이 체험할 수 있도록 나뉘어져 있으며 소요 시간은 평균 30분 - 3시간 30분으로 다양하게 구성되어 있다. 모노레일·전망대는 해발 560m에서 체험할 수 있는 태권도원과 백운산의 전경이다. 모노레일은 수용 인원 30명으로 2대가 운영되고 있으며, 전망대까지 편도 5분이 소요된다. 모노레일과 전망대의 운영 시간은 10:00 - 17:00이다. 태권도 동작을 활용해 장애물을 넘는 국내 유일의 기록형 체험시설인 플레이원은 운영 기간은 4월 - 11월이다. 운영 시간은 휴관일은 제외한 상시 운영이며 10:00 - 17:00까지이다. 플레이원은 도보로 이동 및 태권도원 셔틀버스로 이동할 수 있으며, 회차별 시간 내 자유롭게 체험이 가능하다. 태권도원 수련실을 개조하여 진행하는 작은 결혼식은 대관료는 4시간 기준 무료이며 260명까지 수용할 수 있다. 대여 가능일은 주간에 언제든지 가능하다.

수련·체험 콘텐츠 프로그램에는 체험형(9종), 수련형(7종), 활동형(6종), 학습형(3종)이 있다. 체험형 프로그램에는 9가지의 체험으로 구성되어 있다. 구성 내용은 발차기, 서예 체험, 일일 국가대표, 전자 호구 체험, 태권도 기본 자세, 태권복, 태권트램폴린, 힐링태권체조, AT 체험이 있다. 수련형 프로그램 7종에는 겨루기, 격파, 자기방어, 전통 무예 수련, 태권도 수련 명상, 태권 힐링 테라피, 품새로 구성되어 있다. 활동형 콘텐츠는 6종으로 구성되어 있는데, 걸어서 태권도원, 공동체 놀이, 레크리에이션, 체인지로드 트래킹, 태권 어드벤처, 태권 티어링이 있다. 학습형 콘텐츠는 리더십 실천, 마인드 컨트롤, 태권도원 특임 지도자 특강으로 구성되어 있다.

태권스테이는 문화체육관광부와 국민체육진흥공단의 기금 지원으로 태권도진흥재단에서 운영하는 1박 2일 태권도 여행 콘텐츠이다. 태권스테이는 태권도원뿐만 아니라 지역과 연계하여 지역 관광까지 함께할 수 있는 프로그램이다. 태권스테이 콘텐츠에는 태권도 체험 콘텐츠, 치유·휴식형 콘텐츠, 체험형 콘텐츠, 감성형 콘텐츠가 있다. 태권스테이는 월별 주간에 따라, 시즌에 따라 프로그램의 테마가 변경된다.

태권도원 이벤트는 수시로 SNS(인스타그램, 페이스북), 블로그를 통해 홍보 및 진행한다. SNS 숏폼 영상 챌린지, 방문 인증 이벤트, 유튜브 시청 이벤트, 지역 관광지 연계 이벤트 등을 통해 지역 주민과 관광객의 유치를 도모하고 있다.

3. 방문객현황

태권도진흥재단에서 제공하는 태권도원 월별 방문객현황은 다음과 <표 1>과 같다(태권도진흥재단, 2024) 방문객현황의 기간은 최근 2년으로 2022년 7월부터 2024년 6월 까지로 설정하였다.

4. 지역 연계 관광 현황

태권도원과 전라북도, 무주군이 연계한 지역 관광 현황은 다음과 같다. 태권도원 블로그에 따르면 ‘무주 관광지 스탬프 투어’, ‘태권스테이·전북투어패스’, ‘태권도원 지역 축제 및 주변 관광지 연계 이벤트’의 지역 연계 관광 프로그램을 진행하는 것으로 확인되었다(태권도원 블로그, 2024). ‘무주 관광지 스탬프 투어’는 무주군 내 박물관과 태권도원 내 태권도 국립 박물관을 방문하여 스탬프를 찍는 연계 관광이다. ‘태권스테이’는 1박 2일간

표 1. 태권도원 월별 방문객 현황

단위 : 명

구분	2022년											
	7월	8월	9월	10월	11월	12월						
목표 (일일방문+숙박)	27,360	52,180	22,980	34,060	31,840	23,050						
실적 (일일방문+숙박)	35,858	30,223	22,096	26,987	24,118	23,018						
달성도	131.1%	57.9%	96.2%	79.2%	75.7%	99.9%						
구분	2023년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
목표 (일일방문+숙박)	21,520	15,190	13,350	16,780	40,750	20,940	27,360	52,180	22,980	34,060	31,840	23,050
실적 (일일방문+숙박)	19,383	18,740	14,268	19,739	27,156	24,407	32,711	57,608	25,391	28,251	23,891	24,604
달성도	90.0%	123.4%	106.9%	117.6%	66.6%	116.6%	119.6%	110.4%	110.5%	82.9%	74.8%	106.7%
구분	2024년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월						
목표 (일일방문+숙박)	21,520	16,410	15,980	22,800	45,850	32,230						
실적 (일일방문+숙박)	20,697	16,147	18,880	19,576	22,895	25,746						
달성도	96.2%	98.4%	118.1%	85.9%	49.9%	79.9%						

출처 : 태권도진흥재단(2024). 내부자료

태권도원에 머무르면서 다양한 태권도 체험과 함께 전북 투어 패스권을 발급하여 머루 와인 동굴, 진안고원 치유 숲, 도깨비 전시관 외 약 58가지의 명소를 다닐 수 있는 지역 연계 관광이다. ‘태권도원 지역 축제 및 주변 관광지 연계 이벤트’는 무주의 유명한 관광지와 협업한 연계 사업으로 반디랜드, 무주 리조트, 무주 와인 동굴 중 한 곳을 방문 후 입장권을 지참하여 태권도원에 방문하면 태권도원의 입장료를 50% 할인해주는 연계 사업이다. 또한, 태권도원 공식 홈페이지를 통해 주변 관광지를 함께 홍보하여 태권도원뿐만 아니라 주변 관광지의 방문을 장려하고 있다.

IV. 국내·외 스포츠 관광 사례

1. 국내 스포츠 관광 사례

전라북도 전주시는 2015년 ‘KTX 슬로시티 전주한옥마을 & 전북현대 닥공 축구 기차여행’을 테마로 하여 코레일 전북본부, 전북현대모터스가 전주 여행, 기차, 축구를 결합한 여행 상품을 개발하였다(최운규, 김수지, 2016). 이 여행 상품을 통해 연고 지역 전주시의 관광객 유치에 통

한 지역 경제 활성화, 수도권 팬들의 관람 편의 제공, 코레일의 철도 관광객 유치라는 이점을 얻었다(허종호, 2015.11.10.).

충주의 탄금공원(구 세계무술공원)은 1989년 충주댐이 건설됨과 함께 조성되었다. 탄금공원의 주요시설은 세계무술박물관, 야외공연장, 연못, 수석공원, 돌미로원 등으로 구성되어 있다. 충주시는 택전을 대표 스포츠로 지정하여 탄금공원을 세계적인 무술공원으로 지정하였다. 충주시는 대표 스포츠 지정과 함께 세계적인 무술 대회 개최와 지역 연계 관광을 통해 지역 경제 활성화를 이루었다. 이를 통해 충주는 ‘무술의 도시 충주’라는 도시 브랜딩에 성공한 대표적인 사례가 되었다(충주문화관광, 2024).

강원도 인제군은 내린천 지형을 활용하여 스포츠 체험 프로그램을 구성하고 복합레저 공간 시설을 조성하였다(인제관광, 2024). 인제군은 면적의 90%는 임야로 구성되어 있어 설악산, 소양호, 계곡·산·하천 등의 관광자원을 보유하고 있다. 이에 인제군은 지형과 관광자원을 활용한 모험 스포츠 도시 브랜드 이미지를 구축하여 레저스포츠 마니아들의 스포츠 명소로 브랜딩하였다. 주요 프로그램으로는 래프팅, 리버버깅, 썰매, 번지점프, 슬링샷, 아이언웨이, 수륙양용자동차가 있다. 이뿐만 아니라 레저스포츠 세계대회를 유치하면서 레저스포츠의 명소로 자리매김하였다.

2. 국외 스포츠 관광 사례

일본의 스포츠 관광 사례를 살펴보면 특정 지역의 자연 자원, 풍토 활용, 휴면시설 활용, 특정 스포츠 종목을 특화한 지역의 스포츠 종목 메카 형성, 환경 보전 등을 위한 전문 담당관을 배치하고 있다는 점이다(최덕철, 2016). 그 중 사카이시의 스포츠 관광 사례에 대해 살펴보면 J-GREEN 스포츠콤플렉스를 갖고 있어 연간 63만 명의 방문자 수를 가진 세계 수준의 스포츠 이벤트나 클럽 팀 등의 집객력을 활용하고 있다. 사카이시의 J-GREEN은 전국 수준의 축구시설을 갖추고 있고, 관광, 컨벤션, 협회나 관광자원봉사자 등을 확보하고 있다. 간사이대학의 건강 학부와 오사카 체육대학과의 연계가 가능하며, 정부의 스포츠관광 정책의 적극적인 추진으로 지역의 다양한 스포츠에 대한 인지도 및 참여 인구가 증가하고 있다. 또한, 임해부의 관광 마을 만들기를 추진하여 J-GREEN의 활용, 광역 방재 거점 지구에서 바다낚시, 인공 해안가의 비치 축구, 비치 발레, 이벤트와 상업을 유치하여 스포츠와 비스포츠 아이템의 결합 정책에 초점을 맞추고 있다.

미국의 뉴욕 양키스 스타디움은 세계 야구팬들의 최고의 야구 관광명소이다(한선교, 2017). 2009년 약 2조 8천억원을 들여 건축된 뉴욕 양키스 야구팀의 홈 경기장은 관람객의 편의를 극대화할 수 있는 최신식 인테리어와 시스템으로 내부를 구성하고 있다. 뉴욕 양키스 스타디움에는 구단의 역사를 기념할 수 있는 공간을 조성하고, 야구 외에 미국 프로축구, 대학 미식축구, 프로 복싱 경기와 같은 다양한 이벤트 개최를 위한 다목적 경기장으로 활용되고 있다. 스포츠 관광 측면에서도 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 경기장 투어 프로그램, 구단 팬과 주민을 위한 스타디움 결혼식 이벤트, 현역 선수의 야구 체험 프로그램, 양키스 박물관 운영, 지역 기관(도서관, 학교) 협력 이벤트 등을 통해 스포츠 관광지로서의 자리매김하고 있다.

V. 스포츠 관광 활성화 방안

태권도원의 현황 분석, 국내·외 스포츠 관광 사례 분석을 통해 도출된 네 가지 활성화 방안은 다음과 같다.

1. 기존 프로그램 재고

현재 태권도원에서 진행하고 있는 프로그램에 대한 검

토가 필요하다고 판단된다. 첫째, 가장 활발하게 진행되고 있는 ‘태권스테이’ 프로그램의 보완점이다. 태권스테이는 태권도의 아름다움과 가치를 알리고, 지역 관광 활성화를 위한 프로그램이다(태권도원, 2024). 태권스테이의 목적은 태권도를 통해 건강한 생활을 유지하고, 전북 지역의 관광 명소를 함께 즐길 수 있게 하는 것이다. 태권스테이에 참여하는 대상은 가족이다. 즉 자녀와 함께 부모들도 참여함을 알 수 있다. 하지만 태권스테이의 프로그램 내용을 살펴보면 ‘태권도 체험’, ‘호신술 체험’, ‘현충일 기념 만들기 체험’, ‘태권 댄스 챌린지’, ‘미니 운동회’, ‘미니 콘서트’ 등으로 유·청소년에게 초점이 맞춰진 프로그램으로 구성되어 있다. 태권스테이는 참여 대상에 대한 프로그램 보완이 필요하다고 판단된다. 전 연령이 참여하는 특성을 활용하여 참여 대상에 따라 체험 프로그램을 분리함을 통해 다양한 연령이 태권도에 대한 긍정적인 인식을 확립할 수 있게 해야 한다고 판단된다. 이는 성인 태권도 활성화에도 영향을 미칠 것이며 태권도원에서 느낀 긍정적 노스텔지어가 단기성이 아닌 장기적 체험으로 이어나가게 될 것이라고 판단된다.

둘째, 국립 태권도 박물관의 흥미 유발을 위한 콘텐츠 다양화가 필요하다. 국립 태권도 박물관은 슬로프 구조로 3층에서 1층으로 내려가면서 관람을 한다. 제1전시실은 태권도 관련사, 태권도의 발전, 태권도의 세계화, 제2전시실은 몸의 변화, 마음의 변화, 삶의 변화, 제3전시실은 태권도로 하나 되는 세상, 태권도로 하나 되는 꿈, 기증자 공간으로 구성되어 있다. 현재 대부분의 전시는 사진, 글, 기증 물품으로 되어 있다. 박물관이라는 딱딱한 이미지에 흥미를 유발하기 위해 태권도 스타 홀로그램, 4D 그래픽 등을 활용이 필요하다고 판단된다.

2. 지역 연계 콘텐츠 확대

태권도원의 스포츠 관광 활성화를 위해 지역사회와의 연계를 활발히 해야 한다고 판단된다. 현재 태권도원과 지역이 연계한 프로그램은 ‘전북투어패스’와 ‘무주 관광지 스탬프 투어’이다. ‘무주 관광지 스탬프 투어’는 단발성 이벤트로 진행이 되고 있어 사실상 지역 연계 프로그램은 ‘전북투어패스’가 유일하다고 할 수 있다. 태권도원은 스포츠 관광객의 범위를 순차적으로 지역 주민에서 외부 지역 관광객으로 확대해야 할 필요성이 있다고 판단된다. 서울시에서는 스포츠 활동의 활성화를 위해 정부의 지원을 받아 지역 학교 체육 시설을 개방하는 사업을 진행하고 있다(김기훈, 2024.02.05.). 이와 같이 현 정부

는 국민의 스포츠 활동 활성화를 위해 지역 내 스포츠 시설, 학교와 연계를 하고 있다. 태권도원은 현 정부의 스포츠 활동에 대한 정책 흐름을 반영하여 지역 관광객의 지속적인 방문을 이끌어내야 한다고 판단된다. 태권도원이 스포츠 관광지로써 발전이 미비한 점 중 태권도 정체성에 대한 양면성이 있다. ‘태권도’라는 확실한 정체성이 관광객들에게 ‘태권도’만 하는 곳으로 인식을 하게 한다. 이러한 정체성의 양면성이 태권도원의 접근성이 높다는 인식으로 자리잡히게 되었다고 판단된다. 따라서 태권도원은 태권도장 외 배드민턴장, 농구장, 축구장 등의 스포츠 시설을 구축함을 통해 지역 주민들이 언제든지 스포츠 활동을 할 수 있는 종합 스포츠 시설로 발전해야 한다고 판단된다. 지역 주민들이 태권도원에서 할 수 있는 스포츠 활동이 생긴다면 스포츠 관광지로써 자리매김할 수 있을 것이다.

3. 도파밍 마케팅 도입

태권도원 스포츠 관광 활성화를 위해 시대의 흐름에 맞는 도파밍 마케팅을 활용해야 한다고 판단된다. 다양한 기업에서는 도파밍 트렌드를 반영한 마케팅을 적극적으로 활용하는 추세이다. 태권도원도 하나의 스포츠 시설로써 도파밍 마케팅의 중요성을 인지하고 그에 맞는 마케팅 전략을 세워야 한다고 판단된다.

도파밍 마케팅의 대표적인 예시인 수원 스타필드는 단순히 상품을 판매하는 쇼핑몰 이미지에서 나아가 다양한 컨셉으로 소비자에게 체험을 통한 경험과 재미를 제공하는 공간이 되고자 하였다(변다은, 조재후, 최한비, 2024). 서울 여의도 더현대서울은 도파밍 마케팅 중 하나인 ‘역쇼루밍 전략’을 활용하였다. 더현대서울은 온라인 기반 영패션 브랜드를 오프라인 팝업스토어를 운영함으로써 연 매출 1조를 기록하기도 하였다(이상영, 2024.04.23.). 이와 같이 태권도원은 단순히 태권도를 위한 공간이라는 이미지에서 벗어나 복합 문화공간으로의 인식의 변화가 필요하다. 현재 진행되고 있는 태권도 교육·체험 프로그램과 함께 타 브랜드와 태권도용품을 콜라보레이션한 팝업스토어, 태권도원에서만 구매할 수 있는 한정판 도복 판매 등의 다양한 콘텐츠들을 통해 관광객들이 지루할 틈이 없는 즐길 거리를 제공해주어야 한다고 판단된다.

또한, 현재 태권도원은 교육시설 외에 스포츠 관광지로 생각할 수 있는 콘텐츠 및 상품이 부족하다. 한 예시로 일명 ‘손흥민 카페’라 불리는 ‘인필드(INFEED)’는 스포츠 관광 상품으로 관광객에게 큰 인기를 끌었다. 인필드

카페는 손흥민 체육공원 안에 자리 잡고 있으며, 체육공원 내 축구교실을 이용하는 사람들을 위해 운영을 시작하였지만, 손흥민 브랜드 제품과 다양한 자체 제작 굿즈, 축구공 모양의 빵 등을 통해 많은 관광객의 방문을 끌고 있다(신정은, 2023.09.04.). 이와 같이 태권도원도 관광객들의 관광 욕구를 충족할 만한 공간 및 상품을 만들어야 한다고 생각한다. 구체적인 예시로 태권도원 카페의 태권도 동작 빵, 태권도원 자체 굿즈 등을 통해 관광객들이 태권도 체험 요소 외에 여가 활동을 겸할 수 있는 공간을 제공해주어야 한다고 판단된다.

4. 생태관광 활성화

태권도원은 서울 월드컵 경기장의 10배, 서울 여의도 면적의 1/2배, 18홀 골프장 2개, 뉴욕 센트럴파크의 70% 정도의 면적을 차지하고 있다. 무주 백운산이 태권도원을 둘러싸고 있으며 세계 최대 무술성지의 규모만큼 생태 관광의 활용 가능성이 크다. 생태 관광이란 인간과 자연과의 균형, 조화, 상호의존관계를 중시하며 지속 가능한 개발의 원칙 아래 자연 자원을 지속적, 안정적으로 이용함을 의미한다(임관혁, 김장하, 2011). 생태 관광의 예로는 경기도 광주에 위치한 화담숲, 하동 별천지생태마을, 예산 황새공원, 옥천 대청호 안터지구 등이 있다. 그 중 화담숲은 대기업이 공익사업의 일환으로 설립 운영하는 수목원이며, 관람시설 이전에 멸종위기의 동식물을 복원하여 자연 속에 자리 잡게 하는 연구시설이기도 하다(화담숲, 2024).

현재 태권도원은 주변 백운산을 활용하여 ‘트레킹 코스’의 프로그램을 제공하고 있다. 하지만 태권도원 방문자들은 트레킹 코스의 여부조차 모르는 사람이 많으며 그저 하나의 콘텐츠로만 인식하고 있다. 태권도원의 주변 환경을 통한 생태 관광시설의 구축은 자연을 보기 위해 방문한 관광객들이 태권도원의 다양한 취지에 대해 이해하고 4계절의 태권도원의 아름다움을 체험함을 통해 스포츠 관광지에 대한 긍정적인 효과를 기대해볼 수 있을 것이다.

Ⅶ. 결론 및 제언

본 연구는 태권도원과 관련하여 태권도원의 현황, 국내·외 스포츠 관광 사례 분석을 통해 태권도원 스포츠 관광 활성화 방안을 도출하는데 목적이 있다. 이를 통해 도출된 결론은 다음과 같다.

첫째, 태권도원에서 진행되고 있는 기존 프로그램의 재

고가 필요하다. 둘째, 지역 연계 콘텐츠의 확대가 필요하다. 셋째, 시대 흐름에 맞는 도파밍 마케팅의 도입이 필요하다. 넷째, 태권도원 자연환경을 활용한 생태 관광의 활성화가 필요하다.

이러한 결과로 결론을 내리면, 태권도원은 빠르게 변화하는 관광·문화 트렌드에 맞게 스포츠 관광 활성화 방안을 마련한다면 태권도원의 정체성을 확립함과 동시에 스포츠 관광지로써 자리매김할 수 있을 것이라고 판단된다.

본 연구의 제언은 다음과 같다. 태권도원 스포츠 관광 활성화 방안에 대한 자료를 선행연구, 통계 자료에 근거하여 수집하였으므로 연구의 결과를 일반화시키는 것에 한계가 있다. 추후 연구에서는 다양한 요인들을 통한 인식 차이 분석, 영향 관계 검증에 진행한다면 스포츠 관광 활성화 방안을 위한 풍부한 이론적, 실무적 시사점을 가질 것이라고 판단된다.

참고문헌

- 강지민, 남서영, 최미건, 추수연(2024). 통영 관광 활성화를 위한 스포츠 관광 개발 연구 -러닝 크루즈에 대한 인식조사 및 상품 개발-. **한국관광학회 국제학술발표대회**, 95, 432-438.
- 김기훈(2024.02.05.). **학교 체육시설 개방하면 5천만원 지원...서울시 참여학교 모집**. 연합뉴스, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20240205039200004>
- 김기훈(2024.02.05.). **학교 체육시설 개방하면 5천만원 지원...서울시 참여학교 모집**. 연합뉴스, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20240205039200004>
- 김민수, 김태중(2019). 레저스포츠관광 활성화를 위한 정책 방안. **한국체육정책학회지**, 17(3), 77-99.
- 김상태, 박노신, 박병직, 이봉, 이정우, 전효재, 양철모(2014). 좌담회-태권도원 활성화의 조건. **한국관광정책**, 58, 43-73.
- 김용진(2022). **‘태권도원’의 설립에 관한 연구**. 미각형 석사학위논문, 한국체육대학교 일반대학원.
- 김용진(2022). **‘태권도원’의 설립에 관한 연구**. 미간행 석사학위논문, 한국체육대학교 일반대학원.
- 김형훈, 박인혜(2018). 스포츠관광 참여자의 선택속성, 인지한 여가, 레크리에이션 전문화의 경로모형분석. **한국체육학회지**, 57(6), 177-187.
- 나연식(2023.05.29.). **“무주 태권도원, 애물단지 신세 전락”**. 전북금강일보, <https://www.gkg.co.kr/109675>
- 문화체육관광부(2013). **스포츠관광 콘텐츠 확충 및 모델 개발**.
- 박상현(2020). 태권도원 상징지구 운영전략 및 활용방안. **한국체육학회지** 59(3), 349-361.
- 변다운, 조재후, 최한비(2024). [OPUS YOSEI] 도파밍 마케팅. **마케팅**, 58(6), 42-53.
- 신정은(2023.09.04.). **‘손흥민 카페’로 유명한 춘천 ‘인필드’, 꼭 가봐야 할 여행지로 선정**. 강원도민일보, <https://www.kado.net/news/articleView.html?idxno=1201992>
- 양명모(2019). **디자인 사고 방법을 활용한 태권도원 문화 콘텐츠 구축 방안**. 미간행 박사학위논문, 경희대학교.
- 이상영(2024.04.23.). **‘도파밍 마케팅’이 뜬다**. 중소기업투데이, <https://www.sbiztoday.kr/news/articleView.html?idxno=21952>.
- 이웅규, 구정대(2019). 스포츠관광의 이미지와 매력요인을 활용하기 위한 탐색적 고찰. **관광연구저널**, 33(3), 21-37.
- 이채영(2024.04.01.). **[특집] 도파밍의 시대 1. 여성조선**. <https://woman.chosun.com/news/articleView.html?idxno=115083>
- 이태영(2024.04.23.). **[초점] 기업 ‘도파밍 마케팅’ 확산... 재미 경험**. 뉴시안. <https://www.newsian.co.kr/news/articleView.html?idxno=68929>.
- 이흥철(2000). 스포츠 이벤트를 통한 외래관광객 유치 전략. **한국사회체육학회지**, 14, 907-916.
- 이훈(2002). 스포츠의 관광매력 분석. **한국스포츠사회학회**, 14, 47-62.
- 인제관광(2024). **스릴있게 LOL 自**. https://tour.inje.go.kr/tour/fun/fun_thrill
- 임관혁, 김장하(2011). 강원도 생태관광 활성화 방안 연구. **관광대저연구**, 23(3), 87-103.
- 전성훈(2024.01.24.). **‘역대급’ 초대형 쇼핑몰이 온다...스타필드 수원 26일 그랜드오픈**. 연합뉴스, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20240124066000030>
- 진영리(2024). **재미와 경험을 좇는 소비자들, 지금은 도파밍 시대**. KB금융지주경영연구소. <https://www.kbfg.com/kbresearch/report/reportView.do?reportId=2000454>
- 최덕철(2016). 창원시의 스포츠관광 활성화 방안 : Network이론적 접근. **지역산업연구** 39(4), 117-150.
- 최윤규, 김수지(2016). **태권도원 활성화를 위한 스포츠 마케팅 활용 방안 연구**. 16JU03. 전북연구원. <http://w>

ww.jthink.kr/jthink/2018/inner.php?sMenu=A1000&pn
o=29&mode=view&no=625

최주현, 엄진중(2024). 텍스트 마이닝 및 CONCOR 분석을
기반으로 한 충청남도 스포츠 관광 트렌드 분석(2
010~2023). **학습자중심교과교육연구**, 24(3), 595-60
9.

충주문화관광(2024). **관광 · 축제**. [https://www.chungju.go.kr
/tour/selectBbsNttList.do?bbsNo=171&key=1269&sear
chCtgr=%EA%B3%B5%EC%9B%90](https://www.chungju.go.kr/tour/selectBbsNttList.do?bbsNo=171&key=1269&searchCtgr=%EA%B3%B5%EC%9B%90)

태권도원 블로그(2024). [https://blog.naver.com/PostList.nave
r?blogId=tkdwon_blog&from=postList&categoryNo=75
&parentCategoryNo=75](https://blog.naver.com/PostList.naver?blogId=tkdwon_blog&from=postList&categoryNo=75&parentCategoryNo=75)

태권도원(2024). <https://www.tkdwon.kr>.

태권도진흥재단(2024). **태권도원 방문객 현황**. [https://www.
tpf.or.kr/tpf/contents/tpf0406.do](https://www.tpf.or.kr/tpf/contents/tpf0406.do)

하웅용, 최광근, 조준호(2012). **태권도와 올림픽**. 서울 : 국
기원 83-236.

한선교(2017). **스포츠 관광 활성화 방안**. 관광한국포럼. ch
rome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/
[https://file2.nocutnews.co.kr/nocut_event/research/2
017-%EA%B4%80%EA%B4%91%ED%95%9C%EA%B
5%AD%ED%8F%AC%EB%9F%BC-%EC%8A%A4%E
D%8F%AC%EC%B8%A0%20%EA%B4%80%EA%B4%9
1%20%ED%99%9C%EC%84%B1%ED%99%94%20%E
B%B0%A9%EC%95%88.pdf](https://file2.nocutnews.co.kr/nocut_event/research/2017-%EA%B4%80%EA%B4%91%ED%95%9C%EA%B5%AD%ED%8F%AC%EB%9F%BC-%EC%8A%A4%ED%8F%AC%EC%B8%A0%20%EA%B4%80%EA%B4%91%20%ED%99%9C%EC%84%B1%ED%99%94%20%EB%B0%A9%EC%95%88.pdf)

허중호(2015.11.10.). **여행과 축구가 만난다...전북, 관광 상
품 출시**. 조선일보. [https://www.chosun.com/site/dat
a/html_dir/2015/11/10/2015111003238.html](https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2015/11/10/2015111003238.html)

홍경표(2024.06.05.). **[시사금융용어] 도파밍**. 연합 인포맥
스, [https://news.einfomax.co.kr/news/articleView.ht
ml?idxno=4312123](https://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=4312123).

화담숲(2024). **화담숲 소개**. [https://hwadamsup.com/renewal
/pc/ko/info/intro.do](https://hwadamsup.com/renewal/pc/ko/info/intro.do)

대한민국 國技, 태권도

나의 몸과 마음을 지키는 **튼튼한 힘**입니다.

9월 4일, 태권도의 날