

관광패러다임(Paradigm)의 전환과 관광정책 방향

이익수 (청주대학교)

차 례

1. 서론
2. 패러다임의 가치
3. 관광환경의 변화
4. 관광패러다임의 전환사례
5. 관광정책 방향

1. 서론

현대사회는 창의적 지식을 존중한다. 다방면에서 치열한 경쟁을 하고 있는 작금의 현실에서는 더욱 그러하다. 경쟁을 위해 선진적 사고의 결과물을 이식하는 시대는 지났다. 왜냐하면 무한경쟁의 시대에는 세계가 경쟁의 대상이기 때문이다. 똑같은 것으로는 경쟁할 수 없다. 할 수 있다고 생각한다면 크기와 양으로 승부하는 정도이다.

창의는 새로운 의견으로서 답습과 구별된다. 그러나 새로운 것은 물질과 물질의 결합에 의해서 생성되는 신물질만은 아니다. 개선, 혁신, 변환, 변화 등의 명제를 실현하기 위한 발상도 새로운 것이다. 새롭다는 것은 본질 속에서 가치를 찾는 일이라고 할 수 있다.

자칫 새로운 의견이 상상으로만 존재하는 것을 방지하고 실현성을 높이기 위해서는 지식이 뒷받침되어야 한다. 지식은 알게 된 명확한 인식이나 이해로서 새로운 의견의 논리적 전개를 가능하게 한다. 이 논리를 증명하는 방법론은 차후의 문제로서 상호 보완적으로 진행할 수 있다.

우리나라의 관광은 창의적으로 전개되어야 할 시점에 있다. 소프트웨어 중심의 시대적 요구도 그러하려니와 관광한국의 새로운 도약을 위해 꼭 필요한 과제이다. 하드웨어가 인프라구축의 대안이라면 새로운 발상에 의한 소프트웨어는 하드웨어를 보완하고 다양성과 신기성을 높일 수 있는 대안으로 평가된다.

본 논문에서는 과거와 현재를 통해 미래를 예측하는 관광정책의 성격을 수용하고 있다. 관광정책 방향설정을 위한 원천은 관광행태, 패러다임, 사례 등이다. 관광정책의 원천에서 본질로서의 의미요소를 추출하고 관광정책

의 방향에서 본질의 가치를 향상시킬 수 있는 대안을 제시하고자 한다.

논문의 구체적 목적은 첫째, 패러다임의 개념 설정을 통해 향후 사례연구의 틀을 형성한다. 둘째, 관광패러다임의 전환 사례를 연구하여 본질의 규명과 가치향상 방법을 살펴본다. 셋째, 패러다임의 전환에서 제시된 시사점을 관광정책의 방향과 대안 설정 등에 활용한다.

2. 패러다임의 가치

2.1 패러다임의 정의

미국의 과학사학자이자 철학자인 쿤(Thomas Khun)이 그의 저서 《과학혁명의 구조 The Structure of Scientific Revolution》(1962)에서 처음 제시한 개념으로, ‘패러다임’은 ‘사례·예제·실례’ 등을 뜻하는 그리스어(語)에서 유래한 것으로, 언어학에서 빌려온 개념이다. 즉 으뜸꼴·표준꼴을 뜻하는데, 이는 하나의 기본 동사에서 활용(活用)에 따라 파생형이 생기는 것과 마찬가지로 할 수 있다.[1]

이런 의미에서 쿤은 패러다임을 한 시대를 지배하는 과학적 인식·이론·관습·사고·관념·가치관 등이 결합된 총체적인 틀 또는 개념의 집합체로 정의하였다.

쿤은 과학 연구 분야에서 지금까지 일어난 거의 대부분의 중요한 업적이 연구자가 기존의 전통, 낡은 사고방식, 그리고 낡은 패러다임을 파괴함으로써 실현되었다는 사실을 보여준다고 하였다. 그 한 예로써 이집트의 천문학자인 톨레미(Ptolemy)에게는 지구가 우주의 중심이었으나 코페르니쿠스는 태양이 우주의 중심이라고 주장함

으로써 패러다임의 전환을 가져왔으며 많은 저항과 박해를 받았으나 그 후부터 모든 것은 갑자기 다르게 해석되었다.

이러한 패러다임 전환이 우리를 긍정적 또는 부정적 방향 그 어디로 이끌든지 관계없이 또 그것이 일시적인 것이든 지속적인 것이든 관계없이 이것은 우리가 세상을 보는 시각을 한 가지 방식에서 다른 방식으로 바꿔 놓는 것이며 결과적으로 패러다임의 전환은 커다란 변화를 가져오는 원동력임에 틀림없다.

우리가 가지는 패러다임은 옳든 그르든 우리의 태도와 행동의 원천이 되고 극적으로는 대인관계의 근원이 되고 할 수 있다.

2.2 본질과 가치(價値) 그리고 패러다임

본질의 개념은 사물이 일정한 사물이기 위해서 다른 사물과는 달리 그 사물을 성립시키고 그 사물에만 내재하는 고유한 존재이며, 본질이 사물의 본원적 구성요소라는 점으로 미루어 본다면 본질은 사물의 본성으로 사물의 존재를 규정하는 원인이라 할 수 있으며 본디부터 갖고 있는 사물 스스로의 성질이나 모습, 사물이나 현상을 성립시키는 근본적인 성질이라고 한다. 철학적 관점으로, 실존(實存)에 상대 되는 말로 어떤 존재에 관해 '그 무엇'이라고 정의될 수 있는 성질로 정의할 수 있다.

본질의 특성으로는 공통성(종이나 개체 내에서 공유됨), 지속성(시간적/공간적 제약이 없음), 존재성("있다"라는 것을 전제로 함)으로 구분할 수 있다.

가치의 개념은 사물이 지니고 있는 쓸모라고 할 수 있으며 철학적 관점으로는 대상이 인간과의 관계에 의하여 지니게 되는 중요성이라고 하고 또 다른 관점으로는 인간의 욕구나 관심의 대상 또는 목표가 되는 진, 선, 미 따위를 통틀어 이르는 말이다.

그리고 재화 또는 서비스의 유용성(有用性) 면에서는 재화나 서비스를 사용함으로써 느끼는 만족감의 크기에 따라 결정되는 가치를 사용가치(使用價値), 효용가치(效用價値) 또는 주관적 가치라고 할 수 있다. 이러한 가치의 특성은 시간, 공간, 대상에 따라 변화하며 본질의 유용성 차원에서 접근해야 한다.

결국, 본질에서 가치를 창출하는 과정에서의 시각을 패러다임이라 할 수 있다. 그러므로 본질의 규명이 우선하며 패러다임의 변화에 따라 가치가 달라질 수 있다.

3. 관광환경의 변화[2]

3.1 관광동향

2005년 세계관광시장은 여러 악재들에도 불구하고 2004년에 시작된 상승세를 지속적으로 유지하였으며 2005년 국제관광객 수는 2004년의 7억6천600만 명에서 8억800만 명으로 증가(5.5%의 성장률)하여 사상 최초로 8억 명을 돌파하였다.

표 1. 세계 지역별 관광부문 동향 분석

지역별	관광객수(백만명)		성장률(%)	
	2005	2004	05/04	04/03
전세계	808	766	5.5	10.0
아시아·태평양	156.2	145.4	7.4	27.3
유럽	443.9	425.6	4.3	4.2
미주	133.1	125.8	5.8	11.2
아프리카	36.7	33.3	10.1	8.4
중동	38.4	35.9	6.9	19.8

한편, 국내관광동향을 살펴보면 [표 2]의 내용과 같이 2005년 방한 외국인 관광객수는 전년대비 3.5%가 증가한 총 602만 명으로 외래관광객 600만 시대를 열었고, 2005년 내국인 해외여행자수는 전년대비 14.2% 증가한 1,008만여 명이 해외여행에 나서 최대기록을 경신하였다.

표 2. 국내 연도별 관광부문 동향 분석(단위:만명, 백만달러)

구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
외래관광객	514 (-3.3)	535 (3.9)	475 (-11.1)	582 (22.4)	602 (3.5)
국민해외관광	608 (10.5)	712 (17.1)	709 (-0.5)	883 (24.5)	1,008 (14.2)
관광 수입	6,373 (-6.4)	5,918 (-7.1)	5,343 (-9.7)	6,053 (13.1)	5,649 (-6.7)
관광 지출	6,547 (6.0)	9,037 (38.0)	8,248 (-8.7)	9,856 (19.5)	11,942 21.2
관광 수지	-174	-3,119	-2,904	-3,803	-6,292

그리고 [표 3]의 국내 구분별 국내여행부문 동향 분석에서 나타난 바와 같이 2005년 국민 국내여행 총량은 약 3700만 명 정도이며, 숙박과 당일이 비슷하게 분포되어 있고, 국내여행 참가횟수는 약 25,800만회 정도이며, 숙박보다는 당일여행의 형태를 보이고 있다. 국내여행 총비용은 14조 5천억원 정도이며, 숙박비용이 당일비용의 배 이상을 차지하는 것으로 나타났다. 이는 국내여행 총비용의 97년 지표와 비교하면 오늘날의 숙박여행 행태를 짐작할 수 있으며 향후 체재형 관광객의 유치는 관광개

발을 통한 경제활성화를 추구하는 모든 관계자들의 최우선 과제가 될 것으로 보인다.

표 3. 국내 구분별 국내여행부문 동향 분석

국민여행 총량		1997	1999	2001	2004	2005
국내여행 참가자 수 (천명)	소계	31,612	33,015	36,324	37,135	36,889
	숙박	21,435	22,909	26,670	31,708	31,256
	당일	28,196	27,836	32,267	29,770	30,004
국내여행 참가횟수 (천회)	소계	251,388	183,057	227,259	227,537	257,790
	숙박	46,753	48,551	55,959	102,721	109,140
	당일	204,276	134,505	171,289	124,816	148,650
국내여행 총비용(십억원)	소계	9,120	8,802	12,491	14,208	14,511
	숙박	3,951	4,647	6,794	10,174	10,348
	당일	5,170	4,156	5,970	4,034	4,163
국내여행 이동총량 (천일)	소계	344,176	272,607	327,929	358,943	388,837
	숙박	139,900	138,102	156,639	234,127	240,187
	당일	204,275	134,505	171,289	124,816	148,650

3.2 관광환경 변화

관광산업은 21세기 체험경제시대의 신성장동력 산업으로 발돋움하고 있으며 삶의 가치가 여가·문화·관광 등 체험 및 감성소비를 중요시하는 패러다임으로 변화함에 따라 세계 각국은 전통적인 제조업 중심에서 문화, 관광 등 소프트산업의 경쟁력 강화에 노력을 집중하고 있다. 전 세계적으로 나타나는 관광환경의 변화는 다음과 같다.

첫째, 글로벌시대의 세계관광시장은 끊임없는 성장을 지속할 것으로 전망하고 있으며 전 세계 국제관광객수는 1995년 5.6억 명에서 2010년 10억 명, 2020년 15.6억 명으로 성장할 것으로 전망하고 있다. 세계여행관광협의회(WTTC)는 2010년까지 관광산업이 세계 GDP의 11.6%로 성장하고, 세계 총 고용의 9%가 관광관련 산업에 종사할 것으로 전망하였다.

둘째, 자연생태환경에 대한 관심으로 지속가능한 관광 개발 및 New Tourism에 대한 관심과 실천이 증대됨에 따라 21세기에는 자연환경 파괴와 자원고갈 가속화에 대응하여 지구 차원의 환경협력이 강화되고 환경보존의 중요성에 대한 관심이 더욱 증대될 전망이다. 기존 대량관광에 대한 반작용과 환경보전에 대한 인식 증대에 기초하여 자연환경을 보전하면서 체험하는 자연친화적 관광 형태의 New Tourism이 부상하고 있고, 최근에는 생태관광, 녹색관광 등 새로운 형태의 관광유형이 등장하였다.

셋째, 디지털화에 따른 인터넷 전자상거래 등 신관광

사업 출현이 확대됨에 따라 정보와 지식에 대한 수요 증가, 디지털기술 발전, 네트워크화 진전에 따라 전 세계적으로 디지털 경제가 급속하게 확산되어 시·공간의 제약이 사라지고 있으며, 이를 반영하여 인터넷을 통한 관광산업간 및 관광산업과 개인간의 거래장벽 해소에 따라 IT를 기반으로 하는 신 관광산업이 지속적으로 등장할 것으로 예상된다.

넷째, 국제적인 관광행태는 지속적으로 다변화되고 다양화 될 것으로 전망하고 있는데 이는 세계화와 지역주의의 가속화, 정보통신기술의 영향력 확대 등으로 해외여행이 보편화되고 있고, 오지여행이 증가하고 있으며 3Es(Entertainment, Excitement, Education)를 결합한 테마형 관광상품 등이 부상하고 있고 쾌적한 자연환경, 고유한 문화유산, 삶의 질 추구 등 세계관광시장의 조류 변화로 단체관광, 대중관광에서 모험관광, 생태관광, 녹색관광, 문화관광, 테마관광 등 체험을 중요시하고 보다 세분화된 대안관광으로 전환될 전망이다.

한편, 국내의 관광환경도 많은 변화를 예견하고 있다.

첫째, 국민관광수요가 급증하고 다변화하는 추세에 따라 주40시간 근무제에 따른 여가 시간의 증대로 삶의 질 향상과 건강 증진을 위한 레저, 스포츠 활동 및 근거리, 단기간의 국내·외 여행이 지속적으로 증가하는 동시에 휴가분산 확대로 숙박관광과 장거리 관광이 확대되면서 국민의 여가활용 및 여행패턴이 크게 변할 것으로 전망하며 소자녀화, 핵가족화, 고령화 현상 등 우리 사회의 인구구조 변화가 가속화되고 있는데, 이는 관광행태와 내용에 있어서도 많은 영향을 미치고 있다.

둘째, 국민 국내관광시장의 지속적인 성장과 확대로 인해 국민 국내관광 총량은 IMF의 영향으로 한때 감소하였으나 지속적으로 증가세를 나타내어 2005년 38억 800만 명으로 집계되었으며, 2007년엔 47억100만 명, 2010년에 53억100만 명으로 증가할 전망이다.

셋째, 다양한 여가행태 및 활동이 등장하여 과거 단체관광 및 경관중심의 관광에서 자유관광과 특별목적관광 등으로 관광행태가 변화하여 관광에 참여하는 유형은 개성추구형, 가족동반형, 도시탈피형, 자기개발형, 자기추구형으로 변화될 것이다. 관광개발에서는 생태관광, 문화관광, 모험관광, 테마관광 등으로 변화가 예상되며 관광시장에서는 가족관광, 체험관광 등의 동적이고 참여지향적인 관광행태가 지속적으로 증가할 것으로 예상된다.

넷째, 국내관광매력 부족 및 고물가로 인한 경쟁력 약

화가 예상되는데 국내 관광수요의 증가에도 불구하고 국내의 관광매력 부족과 고물가 환경의 관광 구조적 문제 등으로 인하여 국민관광수요의 상당부분을 해외관광시장으로 빼앗길 것으로 보인다. 이에 대한 대안으로 지자체의 관광에 대한 정책적 관심과 중앙정부의 지원 확대가 필요하다고 판단하며 최근 지역발전을 위한 대안산업으로서 자연·역사·문화자원을 활용한 관광개발 및 관광산업 육성의 중요성이 증대되면서 이를 통해 지역주민의 삶의 질 향상, 생활환경 개선 등의 효과를 기대하는 지자체가 급증하고 있다. 중앙정부 차원에서도 문화관광부 이외에 해양수산부, 농림부, 환경부, 행정자치부, 재정경제부 등에서도 관광관련 정책지원 사업 증가추세에 있으며, 지자체 단위 관광개발 계획 및 사업추진이 지속적으로 급증하는 추세이며 관광지, 관광특구 지정권한이나 관광사업 등록 및 인허가 권한 같은 관광관련 행정권한도 중앙에서 지방으로 이양되어 지방자치단체의 독자적 관광정책 개발에 유리한 환경을 마련해 놓고 있는 상황이다.

다섯째, 관광산업이 동북아 경제중심국가 건설, 국가 균형발전 및 21세기 국가경쟁력 향상을 위한 새로운 성장 동력을 지닌 차세대 성장산업으로 자리매김(과학기술기본법, 2004)함으로써 관광산업에 대한 국가적 인식과 관심은 더욱 증대되고 있다.

여섯째, 관광개발 접근방법의 다변화를 추구하는 면도 나타나고 있는 바 관광행태와 관광수요가 다양하게 변화하고 있음에 편승하여 관광개발 양식을 기존의 하드웨어 중심의 개발형태에서 벗어나 하드웨어와 소프트웨어, 관광인력을 고려한 휴먼웨어의 세 가지 측면을 고려하여 개선할 필요성이 제기되고 있다. 또 다른 부분은 새로운 형식의 관광개발인 관광레저도시 개발을 추진하고 있는데 관광레저도시란 관광과 레저기능을 중심으로 산업·주거·의료·교육·문화 등 정주시설이 복합된 자족형 도시를 말하며 관광레저도시는 기존의 폐쇄적이고 단일기능의 관광단지식 개발을 벗어나 개방적이고 복합적인 기능을 추구하고 있으며 지역전략산업과의 연계성을 고려한 진정한 지역균형발전을 목적으로 진행되고 있다.

일곱째, 국내관광환경에 힘입어 국내관광에서 남북관광교류를 통한 협력이 증대되고 있어 1998년에 시작된 금강산 관광은 잠시 위기도 있었지만 안정기에 들어서고 있으며 2005년 개성 시범관광을 통해 북한의 관광가능지역이 더욱 확대될 것으로 전망하고 있다. 그러나 북한정

권의 예측불가능성이 잠재하고 관광패턴의 단순성으로 인하여 북한관광의 매력도 점차적으로 저하될 것으로 판단되어진다.

4. 관광패러다임의 전환

4.1 관광패러다임의 전환사례[3]

미국의 세인폴은 폭설과 겨울추위로 악명 높은 곳이다. 그래서 이 도시는 겨울 비수기가 뚜렷하여 겨울이 지역발전의 장애요인으로 지목되고 있었다. 그러던 중 세인폴시에 전해 내려오는 '얼음궁전'에 관한 전설을 떠올렸고, 이를 토대로 오늘날 세계적으로 유명한 겨울축제를 완성하였다.

독일의 '로렐라이'는 '요정의 바위'라는 뜻을 가지고 있으며 관광명소로 이름이 높은 곳이다. 로렐라이 바위를 맨 처음 소재로 다룬 문학 작품은 작가 C.브렌타노(1778~1842)의 설화시이며, 이것이 하이네나 아르헨도르프 등의 서정시로 이어지면서 거의 전설처럼 굳어졌다. 또한 하이네의 시를 F.질허가 민요풍의 가곡으로 만들어 세계인이 애창하고 있다.

벨기에 브뤼셀의 상징이라 할 수 있는 오줌싸개 동상은 전설에 따라 1619년 제롬 뒤케노스에 의해 만들어졌으며 '꼬마 질리앙'이라는 애칭으로 불릴 만큼 브뤼셀 사람들의 사랑을 받고 있다. 질리앙의 의상은 미키마우스 복장과 엘비스 프레슬리의 복장 등을 포함해 600벌이 넘는다. 이는 1698년 네덜란드 총독을 시작으로 브뤼셀을 방문한 많은 국민들이 꼬마 질리앙을 위해서 옷을 만들어 입히는 것이 관례처럼 되어있기 때문이다.

메디슨카운티의 다리는 소설과 영화제작으로 세계적인 명승지로 부각되었으며, 연간 10만 명의 관광객이 방문하고 있다. 메디슨카운티의 다리를 소재로 하여 다양한 관광상품이 개발되었는데 다리 아래의 모래 한 컵은 3천원, 주인공의 집 입장료는 6천원을 받고 있다. 또한 다양한 페스티벌을 개최하고 있어 관광객의 발길이 끊이지 않고 있다.

4.2 시사점

제시한 사례들은 관광패러다임의 전환이라는 공통된 주제를 가지고 있다. 각각이 주는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 세인폴시는 통제 불가능한 환경인 계절적 장애

요인을 오히려 지역의 비수기를 극복할 수 있는 대안으로 방향전환을 하여 성공한 경우이다. 관광의 경우 비수기 극복이라는 과제를 어느 지역이나 안고 있기 때문에 사고의 전환을 통한 새로운 아이디어의 개발이 요구된다.

둘째, 로렐라이는 평범한 바위로서 존재하는데 그쳤을지 모른다. 조금은 인위적인 사람들의 손길에 의해 평범한 바위가 매력적인 관광자원으로 거듭 태어났다. 그것은 문학적, 예술적 소재가 되었기 때문에 가능했다. 그러므로 자신을 스스로 드러내지 못하는 자연요소에 인간의 표현방식이 가미됨으로써 자연과 인간이 소통하는 계기가 되었다.

셋째, 오줌싸개 동상은 전설의 재현과 지역을 대표하는 조형물로서도 가치가 있지만 확대 재생산된 상품성에 더 큰 의의가 있다. 현재 관심을 갖는 것은 동상이 보유한 옷과 같아입는 의식으로서의 이벤트이다. 이것이 있기에 동상은 더욱 유명해졌을 것이다. 또한 오줌싸개 동상에 의해 개발되는 각종의 상품들이 더욱 가치를 발휘 것으로 기대된다.

넷째, 메디슨카운티의 다리 사례는 타 매체와의 결합과 추억의 가치에 주목해야 한다. 영화의 장소가 되어버린 메디슨카운티의 다리도 어디에나 있을 법한 평범함을 가지고 있었다. 그러나 영화가 관객들의 공감을 얻으면서 이 다리는 예전의 그 다리가 아니라 사랑을 간직한 인간적인 면모를 갖추게 되었다. 소설로서의 다리, 영화로서의 다리, 사랑으로서의 다리로 승화되어 가치의 확장을 본 사례이다.

관광매력의 대상은 무궁무진하게 널려있다. 평범한 것이 위대한 것으로 전이되는 것은 사람의 마음에 간직되기 때문이다. 그러므로 자연요소든 문화요소든 본질적 요소에 가치를 부여하는 패러다임의 전환이 필요하다.

5. 관광정책 방향 및 결론

관광정책은 공공부문에서 이루어진다. 관광은 기업과 공공부문의 협력이 가장 많이 필요한 부문 중의 하나이다. 크게 보면 국가가 관광의 대상이 되며 작게는 개별 관광기업의 상품을 관광객은 소비한다.

정부는 물론 기업 그리고 개인에 이르기까지 모두가 관광정책의 수요자이기 때문에 정책 방향이 무엇인가에 따라 크게 달라진다. 그러므로 관광정책은 정책형성과정,

정책결정, 집행 및 평가의 단계에서 신중을 기해야 한다.

본 논문에서는 관광정책이 나가야 할 방향을 관광자원의 본질, 가치향상, 패러다임의 관계를 중심으로 설정하고자 한다.

첫째, 관광자원의 본질을 명확히 규명하는 것이 가장 중요하다. 전술한 바와 같이 관광자원의 대상은 있는 그대로의 자연요소와 인간의 노동, 시간, 자본 등이 투입되어 나타난 인문적 요소가 모두 포함된다. 그러므로 관광대상의 원형에 대한 끊임없는 기초 연구가 지속되어야 한다. 이를 위해 관광학과 인문학 및 자연과학과의 연계를 추진하는 방안이 요구된다. 최소한 연구된 성과를 활용할 정책적 배려가 필요하다.

둘째, 관광자원의 가치 발굴이다. 관광자원이라는 어의에는 이미 가치가 담겨 있는 말이기 때문에 관광의 대상이 될 수 있는 잠재력을 어떻게 끌어낼 수 있는가라는 방법론에 주목해야 한다.

관광자원의 가치를 이끌어 내는 것은 전기한 관광자원의 원형에서 의미 있는 요소를 발견하고 이를 관광객 즉, 인간과의 연관관계를 규명하는 일이라고 할 수 있다. 이때 이루어진 성과를 정책으로 채택하는 것이 정책결정자들의 책임에 해당한다. 관광자원의 발굴이나 정책의 입안 및 실행에서 요구되는 것이 패러다임이다.

셋째, 관광패러다임의 변화에 주목해야 한다. 패러다임의 변화에는 두 가지 측면에서 다루어져야 한다. 관광객의 패러다임과 공급자로서의 정책적 패러다임의 전환을 살펴야 한다. 관광객의 패러다임이 변화했다는 것은 관광에 대한 관광객의 만족요소가 전환되었다는 것을 의미한다. 즉, 관광객은 넓음 보다는 깊이를 선호하는 시대가 되었다. 왜냐하면 관광의 횡수와 접촉 기회가 많아졌기 때문이다. 한편, 공급자의 패러다임의 변화는 관광객의 변화를 수용하는 측면에서 봤을 때, 관광객에게 깊이를 주기 위해서는 하드웨어가 아닌 소프트웨어가 필요하다는 것이며, 소프트웨어는 본질적 가치에 충실할 때, 나타난다는 사실이다.

이상과 같이 관광패러다임의 변화에 따른 관광정책의 변화에 대해 논의해 보았다. 이론적 고찰을 통해 본질과 가치 그리고 패러다임과의 관계를 알 수 있었으며, 관광동향과 관광환경의 변화를 고찰하여 관광객의 변화를 느낄 수 있었다. 세계 여러 나라의 사례를 통해서 패러다임의 전환이 관광의 활성화에 영향을 미친다는 것을 증명하였으며 이에 따라 관광정책에서 수용해야 하는 것을

제시해 보았다.

향후의 논의에서는 관광의 대상이 가진 본질과 인간이 생각하는 가치의 관계가 끊임없이 연구되고 제기되길 바란다.

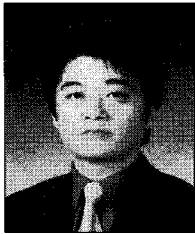
참고문헌

- [1] 토마스 S 쿤, 김영자 역, 과학혁명의 구조, 서울:카치, 2002년
- [2] 관광동향에 관한 연차보고서, 문화관광부, 2006년
- [3] <http://www.naver.com>

저자소개

● 이 익 수(Yk-Su Lee)

정회원



- 1993년 2월 : 청주대학교 관광경영학과 (경영학사)
- 1995년 2월 : 경기대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2001년 8월: 경기대학교 관광경영학과(관광학박사)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 청주대학교 관광경영학

과 교수

<관심분야> : 관광자원, 관광상품, 문화관광콘텐츠