

1. 참가 활동 내용(사진 포함 가능)

[1일차 (6/24)]

<식문화- 관광객 유치 전략 파악을 중심으로>

*중식: 현지 쌀국수

베트남에서의 첫 끼로 큰 기대를 가지고 먹었고, 기대에 부합하였다. 가이드님의 설명에 따르면 현지의 일반적인 쌀국수보다 1.5~2배 가량 비싼 쌀국수라고 하였고, 이 설명에 부합하게 각종 재료들이 많이 들어가 있었고 깊은 국물 맛이 인상적이었다. 향신료가 자극적이지 않아 관광객의 선호도가 높을 것이라 예상한다.

*간식: 콩카페, 현지식 스타벅스

콩카페는 하노이에서 가장 유명한 카페로, 코코넛 라떼가 주력 메뉴이다. 명성에 걸맞게 방문객이 많아 내부 구경만 하고 음료를 먹어보진 못했지만 3층까지 이어진 내부가 화려했다.

이어 스타벅스는 현지화 전략을 펼친다는 것을 경영학과 전공 수업(기업가 정신과 경영)에서 학습하여 탐방해 보기로 하였다. 내부 인테리어는 한국의 스타벅스와 크게 다르지 않았다. 직원에게 문의해본 결과 하노이 전용 머천다이즈 상품, 특화 커피 메뉴 등에서 차별점이 있다고 설명해주었다. 관광객이 많은 하노이의 특징에 맞는 현지화 전략이라고 생각되었다.

*석식: 판앙응온 레스토랑- 분짜, 모닝글로리 등

판앙응온 레스토랑은 국내 대부분의 관광 업체들이 일정에 포함할 만큼 유명하기 때문에 관광객 유치 전략을 파악하기 가장 좋은 장소였다. 만석으로 실외에서 식사를 해야 할 만큼 인기가 많았다. 모닝글로리, 분짜 등이 코스요리 형식으로 나와 관광객들이 여유를 갖고 식사를 즐기기로 좋았다. 또한 실내 인테리어가 식당만의 유니크한 컨셉을 가지고 있어 관광지로서의 역할도 충실했다. 관광객뿐만 아니라 현지인들도 많이 방문한 것을 확인하였다.



<명소 탐방- 프랑스의 잔재를 찾아서>

*하노이 오페라 하우스

호안끼엠 호수 근처에 있는 오페라 하우스에 찾았다. 건물 건축 양식을 보자마자 프랑스 건축의 잔재를 찾을 수 있었다. 내부는 들어가보지 못했더라도 외부의 노랑 색채가 아름다웠다.

*성 요셉 성당

오페라 하우스보다 프랑스의 잔재를 더욱 확실하게 찾을 수 있었다. 전형적인 성당의 모습을 보이고 있었으며 외벽의 회색빛으로 세월을 체감할 수 있었다. 17시 정각에 종소리를 들을 수 있었으며 웅장한 면모를 느꼈다.



<여가 문화- 상인들의 행동을 중심으로>

최근 미디어에 자주 등장하는 하노이 기차 거리에서 여가 문화를 체험하였다. 실제로 30분 간격으로 대형 기차가 지나다니는 철로를 따라 카페와 식당들이 줄지어 있었다. 한국에서는 안전 문제가 대두됐을 법하다는 생각을 가지게 되었다. 다만 상인들이 기차가 오기 전 나팔을 부는 등 자치적으로 안전에 주의를 기울이고 있는 모습을 확인할 수 있었다.



[2일차 (6/25)]

<현지 국내 기관 탐방 및 브리핑- 경영학도로서의 배움>

*KOTRA 하노이 지사

경영학과이자 특히 해외문화, 무역에 관심이 많기에 KOTRA 해외지사 방문은 의미가 깊었다. 베트남이 중국과 비슷하게 세계 생산 기지로서의 역할을 맡고 있다는 것은 알고 있었다. 하지만 도시의 모습만 보고서는 사회주의의 모습은 찾기 힘들었으며 왜 베트남이 주목해야 하는 시장인지는 대답하기 힘들었다. 본부장님의 브리핑을 통해 이 질문들이 해소되었다. 실용주의적인 국가 경향으로 이를 증명하듯 최근 국가 정상들의 방문이 잦은 것과 베트남 사람들의 특징을 16개의 키워드로 정리한 것이 베트남 시장의 개괄적 이해에 큰 도움이 되었다. 이는 앞으로의 진로에도 굉장히 좋은 발자취로 남을 것이다.

*롯데백화점 하노이센터

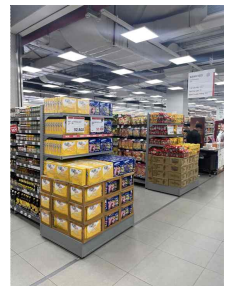
롯데 기업이 하노이에 진출하였다는 기사를 접한 적은 있어도 그 규모는 모호했는데, 이번 기회를 통해 막대한 규모를 체감할 수 있었다. 롯데몰 지점장님의 브리핑을 통해 하노이 롯데몰이 단기간에 건설된 것이 아닌 오랜 기간 동안 베트남 시장을 조사한 끝에 지어진 것이라는 알게 되었다. 쇼핑몰 이외에도 아쿠아리움, 롯데호텔 등을 방문하며 롯데백화점의 포괄적 로드맵뿐만 아니라 자세한 전략들도 설명을 들었다. 단순히 규모의 자본이 투입되는 것이 중요한 게 아닌, 세밀한 전략들이 중요하다는 것을 마케팅 팀장님의 롯데몰 배경음악 설명을 통해 배웠다.



<현지 물가 조사-마트와 고가 업체 분석>

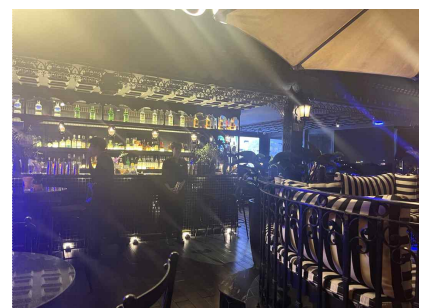
*롯데마트 하노이점

외관과 내부 모두 우리나라의 일반 마트와 놀라울 정도로 같은 모습을 하고 있어 놀라웠다. 식자재 물가는 우리나라에 비해 30~50% 가량 저렴한 양상을 보이고 있었다. 하지만 외부의 로컬 시장들에 비해서는 롯데몰이 10% 가량 다소 비싼 것을 확인하였다.



*Cloud Sky Hanoi

롯데마트가 로컬에 비해서는 다소 높은 가격을 책정하고 있다는 것이 계기가 되어, 우리나라와 비슷한 가격을 가지고 있는 점포에는 현지인들이 많을까라는 궁금증이 생겼다. 검색 결과 우리나라와 비슷한 가격의 점포를 찾게 되었고 방문하니 서양 관광객들이 다수였으며 고층 호텔의 루프탑 시설로 되어 있었다.



[3일차 (6/26)]

<자유주제 연구- 한베문화교류센터 하노이 대학 한국어학과 학생들과의 문화교류>

오랜 기간 한베문화교류센터와 협의하여 하노이 국립대학, 하노이 사범대학, 하노이 외국어 대학의 한국어학과 학생들을 한베문화교류센터 하노이 지점에서 만날 수 있었다. 현지인들과 깊게 소통할 수 있고 특히나 우리 연구팀과 비슷한 연령대의 학생들을 만나 의견을 들을 수 있어 해외문화체험이라는 주제와 적확하였다. 미리 준비한 콘텐츠와 함께 팀원들이 한 명씩 각각 정치외교학과, 영문학과, 사회학과, 경영학과를 소개하였으며 부가적으로 한국의 여름 문화, 아주대학교 영자신문사 170호를 소개하였다. 1시간 넘는 발표에도 현지 학생들이 눈이 빛나는 것이 감사하고 인상 깊었으며 한국어 소통이 수월했다. 발표 후 함께 고향, 한국 음식, 베트남 대학 문화 등의 이야기를 나누며 분짜를 먹었다. 이어 한국에서 유행하는 밸런스 게임, 음악 맞추기를 같이 진행하였는데, 현지 학생들의 K-POP에 대한 관심이 굉장하다는 것을 체감하였다.

4시간 정도의 만남이었지만 지속적으로 연락을 주고받을 계획일 만큼 의미가 깊은 연구였으며 '문화교류'의 진면목을 배웠다.

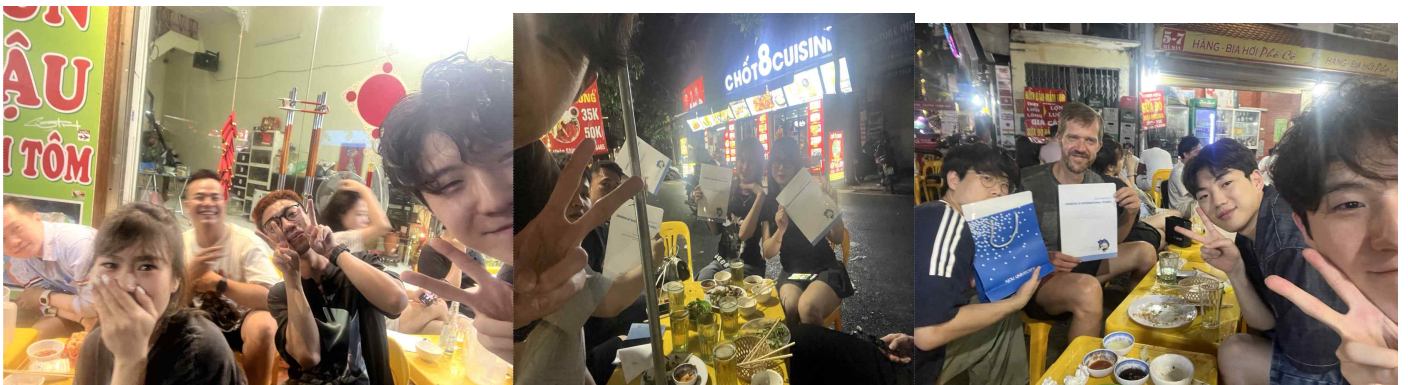


<현지인과 관광객과의 문화교류- 자유주제 연구의 연장>

우리 팀은 앞선 자유주제 연구에서 문화교류의 중요성을 깨달았다. 따라서 물질 문화뿐만 아니라 현지인들과 관광객들과의 대화를 통해 비물질 문화 교류를 시도해보기로 하였다. 맥주거리를 탐방하며 베트남 현지인들과 만나며 생업에 관한 여러 이야기들을 들을 수 있었다. 번역기를 이용하며 힘들게 대화했지만, 오히려 번역기를 이용하니 대화 한 마디에도 집중과 흥미가 높아졌고 베트남 자영업자들의 고단함을 조금이나마 이해할 수 있었다.

베트남 현지인들 뿐만 아니라 프랑스 관광객을 만나 프랑스 문화교류도 베트남 속에서 할 수 있었다. 프랑스와인에 관한 이야기 뿐만 아니라 각국을 돌아다니고 있는 그의 이야기 등 한국에서는 접하기 힘든 많은 사람들의 이야기에 귀 기울일 수 있었다.

마지막에게는 이들에게 아주대학교의 굿즈를 나누어주어 오늘의 기억을 오래 간직하길 응원하였다.



[4일차 (6/28)]

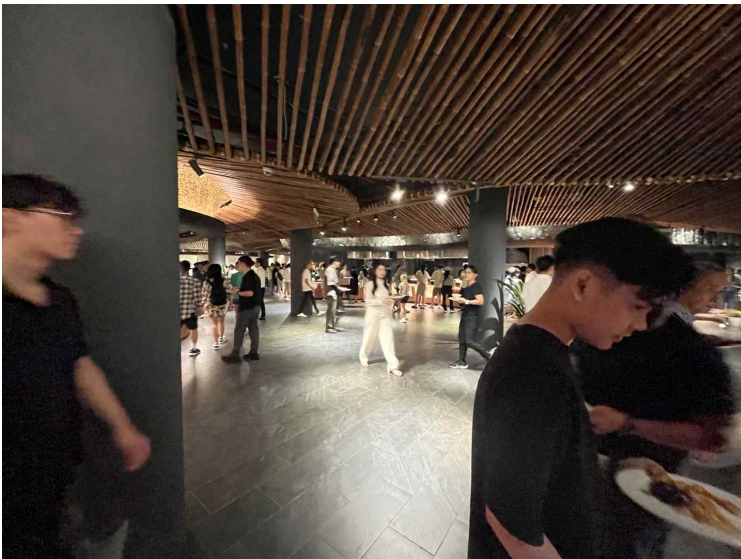
<자연환경에 따른 문화 이해- 실내 생활이 잦은 이유>

1~3일차에는 인문환경에 집중하였다면 4일차에는 자연환경에 집중하였다. 수문화와 종교시설 등 다양한 공간을 둘러보며 하노이 시내와는 사뭇 다른 고요함을 체험할 수 있었다. 이날 날씨가 유독 습했는데, 전날 한베문화교류센터에서 현지 학생들이 자신들 또한 덥기 때문에 실외활동은 최소화한다는 것이 이해가 갔다.



<식문화- 하노이 최대 레스토랑>

하노이에서의 마지막 만찬을 레스토랑에서 보내며 베트남의 현지 음식 등을 총정리하는 기분이었다. 우리나라의 뷔페와 굉장히 흡사한 모습이어서 이질감이 들지 않았다.



2. 참여 소감 및 향후 계획

개인 여행으로는 느끼기 힘든 문화교류의 진면목을 알 수 있었다는 점에서 해외 전문 기자의 진로에 한 발자국 더 나아갈 수 있었다.

개인 여행으로는 KOTRA, 롯데몰 브리핑을 들을 수 없을 뿐 더러 자유주제 연구 시간을 가지고 팀원들과 한 국가에 대해 깊이 있게 고민해보기 힘들다. KOTRA, 롯데몰에 대해서는 베트남의 경제, 일자리 문화를 알아보아 거시적인 교류를 진행했다. 이에 심화해 다음 날 자유 주제 연구에서는 한베 문화센터 방문을 통해 개개인을 만남으로서 전날의 거시적인 안목에 미시적인 교류를 추가하였다. 이튿날의 자연경관 탐방에서도 현지 사람들을 만날 기회는 적었더라도 '자연환경에 따른 왜 베트남의 문화 탄생 배경'에 대해 고찰해 볼 수 있었다. 종합적으로 여행이 하루씩 지날 때마다 문화교류의 틀이 점점 넓어졌다.

이를 통해 해외에서 자연환경, 인문환경 등을 종합적으로 체험해보는 것이 중요하다는 것을 알게 되었다. 따라서 해외 전문 기자로서 세계인들을 공감하기 위해서는 각국의 문화교류센터와의 교류가 우수한 성과를 낼 것이라 생각되었다. 문화교류센터는 외국인과의 비즈니스, 학업문화, 유흥 문화 등 종합적인 체험을 가능하게 해 준다. 한베문화교류센터에 연락하며 장소, 일시, 구체적인 교류 계획을 비대면 회의를 통해 맞춰나가며 비즈니스 측면을 같이 하게 되었다. 센터에 방문해서는 학업문화에 대한 토론과 질의응답이 이어졌으며 식사 시간에는 조금은 가벼운 마음을 가지고 유흥 문화에 대한 질문도 이어나갔다.

문화교류센터 뿐만 아니라 외교부 주한미군 서포터즈로서도 비대면 콘텐츠 제작이 아닌 대면 콘텐츠 제작을 활발히 하고자 한다. 비대면은 콘텐츠 제작의 경제성이 좋다는 점에서 주로 채택하고 있는 방식이지만 베트남 문화를 통해 대면 문화교류의 중요성을 체감했다. 따라서 주한미군 인터뷰, 캠프 험프리스 방문 등을 계획하고 있다.

마지막으로 교내에서 국제대학 소속 중국연구회, 국제대학 해외 프로그램을 적극 활용하여 교내를 발판으로 교외로 뻗어나가고자 한다. 2학기에 계획된 중국연구회의 세미나 프로그램을 통해 교내에서도 해외를 간접적으로 체험할 수 있다. 또한 국제대학의 활발한 해외 프로그램에 더욱 관심을 가지고 지원하고자 한다.

3. 프로그램 주관 기관 및 대학에 바라는 점

시중의 여행사를 통해 문화체험을 진행해 편의성을 도모할 수 있었다. 하지만 학생들이 여행 계획을 직접 제안해 국제대학이 채택하는 공모전 형식을 채택한다면 더욱 입체적인 문화교류가 가능할 것이다. 우리 팀뿐만 아니라 다른 팀들도 자유주제 연구에 깊은 고민을 가진 끝에 우수한 성과를 낸 것을 확인했다. 학생들의 교류 기획 능력은 확인되었기에 하루가 아닌 3,4일을 기획할 경험을 준다면 현지에 대한 고민의 깊이가 늘어날 것이다. 또한 학생들이 여행 계획에 관심이 많다는 것은 이번 2024 신한은행 SOL 여행공모전의 놀라운 지원자 수를 통해 알 수 있다. 학생들이 전체 여행 일정을 기획한 후 국제대학의 심사, 학생들의 투표로 최종 선정을 진행한다면 경쟁력과 신뢰성 또한 제고될 것이다.

더욱이 학생에 따라서 이 여행 기획이 파란학기제로 이어져 여행 기획 사업으로도 연계가 가능하다고 생각된다.

4. 다른 학우 및 후배들에게 남기고 싶은 말

국내가 아닌 해외인 점, 선발의 가능성 등을 이유로 프로그램에 주저하는 학우들이 있을 것이라고 예상한다. 물론 공감되지만 작은 언덕 뒤에 크나큰 세계가 기다리고 있다는 것을 이번 기회에 알게 되었다. 그렇기에 국제대학 프로그램에 주저없이 지원을 시도해볼 것을 강력히 추천하는 바이다.

국제대학 해외문화체험이 갖는 가장 큰 특징은 교우들과 함께 한다는 점이다. 개인으로는 도출해내기 힘든 문화교류 일정을 팀원, 학우들이 있기에 생각해보고 추진할 수 있다. 여행 중에도 낯설었던 교우들과 점점 친분을 쌓으며 여행에 대한 감정을 공유하는 것 또한 청춘으로서의 묘미라고 생각한다.