

지역축제의 지방화: 춘천마임축제 사례

김창환*·신영근**·정성훈***

The Localization of the Chuncheon Mime Festival as a Regional Festival

Chang-Hwan Kim*·Young-Kun Shin**·Sung-Hoon Jung***

요약 : 이 연구는 춘천마임축제를 사례로 지역축제의 지방화과정을 고찰하였다. 춘천마임축제의 역사와 지방화 과정은 제1기 축제발생기(1989~1993), 제2기 축제성장기(1994~1997), 제3기 축제정착 및 확산기(1998~2004)로 요약될 수 있다. 이와 같은 지방화 과정을 통해 춘천마임축제는 경제적 측면뿐만 아니라 사회·문화적 측면에서도 많은 기여를 하면서 지역축제의 선순환 구조를 정착시켰다. 춘천마임축제의 성공적인 지방화 과정은 '축제의 비전제시자-정부-참여자' 간 성공적인 결합과, 문화적 요소의 새로운 공간창출능력(문화의 공간생산능력)과 새로운 공간에서 기존 문화를 흡수 재창출하는 지역의 문화혁신역량(공간점유자들의 의한 문화생산역량) 간 상호작용의 결과이다.

주요어 : 춘천마임축제, 지역축제, 지방화, 지역경제 (재)활성화

Abstract : The aim of this paper is to explore localization processes of the Chuncheon mime festival (hereafter, CMF). Its history and processes can be periodized as three stages: the formative stage (1989~1993), the developing stage (1994~1997) and the settling-down & diffusing stage (1998~2004). Throughout this successful processes, CMF has contributed to settle down the structure of a virtuous circle in the regional (re)vitalization on the economic and socio-cultural dimension since the mid 1990s. This results from (1) a successful mix among vision providers, practioners, central and local governments, and citizen, (2) a interplay of the ability of spatial production by the mime culture and the capacity of cultural production by spatial occupiers.

Key Words : Chuncheon mime festival, regional festival, localization, regional (re)vitalization

1. 서론

전국이 축제의 열풍에 휩싸여 있다. 이러한 열풍을 잠재우기 위해 정부는 현재 지역축제에 대한 구조조정을 구상하고 있다(문화관광부, 2005). 이는 현재 활성화된 지역축제의 의미가 지나치게 지역경제 부흥을 위한 경제성에 초점을 두고 진행해 온 결과라 할 수 있다.¹⁾ 아울러 현재 지역축제들이 축제가 본질적으로 지니는 가치보다는 지역경제 활성화를 위한 정책도구로 남용되고 있음을 의미하기도 한다.²⁾

그럼에도 불구하고, 특정지역에 잘 뿌리내린 지역축제는 축제가 지니는 본질적인 측면들을 잘 유지하면서 지역의 이미지 제고, 문화예술에 기초한 축제의 질적 수준 제고, 지역경제 활성화, 연관산

업의 발달 등 다양한 효과를 나타내고 있다. 이 연구에서 이와 같은 축제의 양적·질적 선순환을 나타내고 있는 관광축제(개최목적 기준)이자 예술축제(프로그램 구성형식 기준)인 춘천마임축제의 성공과정을 고찰하고자 한다. 실제로 춘천마임축제는 지역의 전통유산에 기반을 두고 있지 않으며, 또한 처음부터 민간인이 주도하여 지역축제의 지방화에 성공한 보기 드문 예라 할 수 있다(신영근, 2005).

기존 지역축제에 관한 연구는 지역의 역사와 전통에 뿌리를 둔 전통축제가거나 지역의 특산품이나 토산품 등을 축제화한 산업축제가 대부분이었다. 그리고 이러한 연구들은 축제참가자들의 설문 조사를 통해 참가자의 인구특성과 행태특성을 분석하여 축제가 지역사회에 미치는 경제적, 사회·문화적 효과를 강조하고 더 나아가 발전방안들을 제

* 강원대학교 사범대학 지리교육과 교수(Professor, Dept. of Geography Education, College of Education Kangwon National University)(hillskim@kangwon.ac.kr)

** 일본 규슈대학교 인문과학부 지리학과 박사과정(Ph.D. Candidate, Dept. of Geography, Graduate School of Humanities, Kyushu University, Japan)(hohohomay@hanmail.net)

*** 강원대학교 사범대학 지리교육과 전임강사(Full-time Lecturer, Dept. of Geography Education, College of Education Kangwon National University)(shjung@kangwon.ac.kr)

시하고 있다(이정록추명회, 1997; 김진수정필용, 1999; 정병용, 2003). 이 논문에서는 선행연구의 분석유형과 아울러 마임이라는 춘천과는 아무런 연고도 없는 문화가 ‘우연한’ 기회에 춘천에서의 공연을 계기로 지금의 성공적인 춘천마임축제에 이르기까지의 지방화 과정과 그 효과를 고찰하고자 한다.³⁾

이와 같은 연구의 목적을 위해 첫째, 춘천시 주요 지역축제의 현황을 살펴봄으로써 춘천마임축제의 위상을 파악하고, 둘째, 춘천마임축제의 역사를 고찰하면서, 춘천마임축제가 지방문화로 정착되는 지방화 과정을 살펴보고자 한다. 마지막으로 춘천마임축제의 성공적 지방화 과정이 창출한 지방화 효과를 경제·사회문화적 측면에서 분석하고자 한다.

2. 춘천시 지역축제 현황

이 연구의 대상지역인 춘천은 현재 한국에서 문화관광축제가 활발하게 개최되고 있는 인구 약 25만명의 중소도시이다. 춘천시는 강원도의 수도도시로서 서울로부터는 동쪽으로 90km 떨어진 북한강변에 자리 잡고 있다. 1960년대부터 춘천은 3개의 인공호수를 포함하고 있는 전국 유일의 호반 관광의 도시로 발전하게 되었다. 그러나 춘천의 이러한 자연지리적 조건으로 인해 정부주도에 의한 국토종합개발계획이 본격화된 1970년대부터 그린벨트, 수도권 상수원보호구역으로 지정되고, 수도권 1일 관광지로 설정되어 도시개발 및 발전에 많은 제한을 받게 되었다. 이와 같은 규제의 결과 춘천은 교육, 문화, 관광 등의 제한된 복합기능을 담당하는 도시로 발전방향이 고착되었으며, 공해유발 등을 이유로 중앙정부로부터 제조업 발달을 위한 지원은 받지 못하는 상황에 처하게 되었다.

이와 같은 상황에서, 1995년 6월 선출된 최초의 민선시장은 본격적인 지방자치시대를 열어가면서 춘천시에 다양한 지역개발정책을 수립하기 시작하였다. 이는 애니메이션산업과 생물산업 육성을 통한 첨단산업도시 구현 및 이벤트 개발을 통한 관광수입 극대화라는 두 가지 전략을 중심으로 적극 추진되었다. 춘천시는 이 두 전략을 통해 ‘문화예술의 도시’와 ‘친환경적 첨단산업도시’의 이미지 제고시키면서, 정체되어 있는 지역경제를 활성화시키

는 데 목표를 두고 있었다.⁴⁾

이러한 배경에서 춘천시는 지역축제를 활성화시켜 왔는데, 대표적인 춘천시 지역축제는 <표 1>과 같다. 이 연구에서는 한국관광공사에 대표적인 지역축제로 등록되어 있는 4가지 축제를 선정하여 조사하였다.

첫째, 춘천마임축제이다. 이는 국내 유일의 마임 축제로, 1989년 이후 매년 5월 넷째주 수요일부터 5일간 개최된다. 2001년부터 3년 연속 문화관광부 선정 우수문화축제로 지정되면서 세계적 마임축제로의 도약 기반을 마련, 내실 있는 운영과 독특한 색깔을 선보이며 아시아 최고의 공연축제 중 하나라는 명성을 각인시켰다. 축제기간 중에는 의암호가 굽어보이는 호수변에 새롭게 건축한 ‘물의나라 꿈의나라’ 극장을 중심으로 세계 여러 나라의 마임 공연과 Body Painting Show 등 다양한 부대행사가 개최되는데 춘천마임축제의 하이라이트인 ‘도깨비난장’이 그 환상적 분위기를 돋우어 준다. 도깨비난장은 고슴도치섬 위도(蝸島)에서 폐막 전날 저녁시간부터 마지막 날 새벽 5시까지 마임은 물론 연극, 문학강연, 굿, 시 낭송, 무용, 개그 등 각 예술장르를 총 망라한 밤샘 공연이 펼쳐지면서 모든 관객과 출연자들이 도깨비 나라로의 여행을 하게 된다. 해마다 거듭되는 축제를 통해 일반인들에게 비교적 생소했던 마임공연의 관람기회 확대로 국민의 창의성 개발 및 문화국민 의식의 확산에 기여함은 물론 지역경제 활성화에도 일조하고 있다. 춘천마임축제는 시민과 관광객이 축제의 주인이 되는 공연예술축제이자 문화관광축제이며, 볼거리, 먹거리, 살거리, 즐길거리가 모두 한자리에 있는 축제의 진면목을 보여주는 축제이다.

둘째, 춘천인형극제는 우리나라의 대표적 문화기획자인 강준혁과 전국의 인형극단들이 인형극제의 이미지와 가장 잘 어울리는 도시를 찾던 중 춘천의 수려한 경관에 매료되어, 1989년 9월 의암호 주변에 자리 잡은 어린이회관에 인형보따리를 풀어 놓으면서 처음으로 시작되었으며, 매년 8월에 개최된다. 인형극제 기간 중 춘천은 세계 각 국에서 모인 인형들의 나라가 된다. 인형극과 다채로운 부대행사를 통해 어린이들에게는 새로운 예술적 체험의 기회를 제공하고 창의적인 사고와 무한한 상상력을 기르게 해 주며, 아울러 외국의 다양한 문화

예술을 체득하여 심성고운 인격체로 자랄 수 있는 여건을 제공한다. 또한 어른들에게는 동심의 세계로 빠져들어 세태에 찌든 심신을 정화하고 어린이들과의 눈높이를 같이 해 볼 수 있는 기회가 되기도 한다. 2001년부터는 의암호가 굽어보이는 호수변에 새롭게 건축한 인형극 전용극장인 ‘물의나라 꿈의나라’ 극장을 중심으로 인형극제가 펼쳐졌으며, 이 극장에서 연중 언제라도 인형극을 관람할 수 있다.

셋째, 춘천국제연극제는 매 3년마다 열리는 축제를 2003년을 기점으로 매년 개최하게 되었다. 축제 시기도 일정하지 않았으나 2003년 축제의 시너지 효과를 위해 춘천인형극제와 같은 기간인 8월에 개최하고 있다. 춘천국제연극제는 세계연극인과 시민이 함께 하는 한국의 대표적인 공연 예술축제로서 다양한 직업과 경력을 가진 순수 아마추어 연극인이 만드는 행사이다. 한국문화의 해외 소개와 연극인의 화합과 우정의 무대인 춘천국제연극제는 순수민간인이 주도하는 행사로써 세계인과 연극을 통한 순수 문화예술교류의 장이 되기도 한다.

마지막으로, 춘천막국수축제는 춘천의 대표적 음식인 막국수를 관광 상품화하고, 관광자원화하기 위하여 춘천 수부 100주년을 기념하는 행사로 1996년부터 개최되었다(김창환, 2003). 매년 8월 의암호만이 한눈에 들어오는 수변공원에서 개최되며, 전국 각지로부터 이 음식을 맛보기 위하여 많은 관광객들이 방문한다. 축제 기간 중에는 메밀의 담백한 맛을 막국수, 메밀부침 등의 음식으로 즐길 수 있으며, 갖은 양념에 섞어 철판에 볶아 먹는 닭갈비 등 춘천만의 별미를 맛볼 수 있다. 주요 볼거리로는 전통막국수 재연과 직거래장터 운영, 재래영농기구 전시, 봉어섬의 메밀꽃밭 관람 등이 있다.

3. 춘천마임축제의 역사와 지방화 과정

춘천마임축제는 앞서 제시한 4개의 대표적인 춘천의 지역축제 중 춘천인형극제와 더불어 역사적으로 가장 오랜 전통을 지니고 있으며, 지역의 경제·문화·관광에 있어서도 파급도가 높은 축제이다. 이 장에서는 춘천마임축제의 역사와 지방화 과정을 고찰하고자 한다.

표 1. 춘천지역의 축제현황(2003)

구분	춘천마임축제	춘천인형극제	춘천국제연극제	춘천막국수축제
목적	마임공연관람기회 확대로 국민의 창의성 개발 및 문화국민 의식확산, 관광마케팅을 통한 지역경제 활성화에 기여	춘천을 세계적인 인형극의 중심지로 부각시키고, 어린이를 위한 문화예술의 중심지로 조성	춘천을 세계적인 연극축제의 도시로 부각	막국수를 관광상품화하고, 관광자원화 함
역사	1989년~현재 (15회)	1989년~현재 (15회)	1993, 1996, 1999, 2002, 2003 (5회)	1996년~현재(8회)
규모	5개국 10개 극단, 국내 57개 마임극단	해외 9개 10개 극단, 국내 48개 전문인형극단, 22개 아마추어 인형극단	6개국 20여개 극단	25개 막국수업소
기간	5.27 ~ 6.1	8.8 ~ 8.17	8.13 ~ 8.17	8.14 ~ 8.18
장소	춘천시 “물의나라 꿈의나라”극장(춘천인형극장), 고슴도치섬 등	춘천시 “물의나라 꿈의나라”극장(춘천인형극장)	춘천시 문화예술회관, 봄내극장 및 시내일원, 어린이 회관	춘천시 삼천동 수변공원
주최	춘천시, 한국마임협회의, 춘천문화방송	춘천시, (재)춘천인형극제	춘천시, MBC춘천문화방송	KBS춘천방송국, 춘천시
주관	사단법인 춘천마임축제	춘천인형극제집행위원회, 춘천인형극제협의회	춘천국제연극제 조직위원회	춘천막국수축제 추진위원회

자료: 한국관광공사 홈페이지와 각 축제관련 홈페이지에서 필자 재구성.

1) 춘천마임축제의 역사

1989년 시작된 춘천마임축제는 순수공연(예술)과 축제(난장)의 복합적 형태로 열리는 축제로서, 프랑스의 미모스 마임축제와 영국 런던 마임축제와 어깨를 견줄 수 있는, 아시아지역의 유일한 마임축제이다. 이러한 이유로, 2002년 일본, 몽골, 타이, 베트남, 한국 등 5개국이 결성한 아시아 마임협회는 사무국을 춘천에 설치했다. 올해로 제16회를 맞이하는 춘천마임축제는 자그마한 지방도시 춘천을 일약 ‘마임의 도시’로 바꾸어놓고 있다.

처음 시작부터 민간주도로 만들어진 춘천마임축제는 1989~1993년 5회 때까지 ‘한국마임페스티벌’이란 이름으로 국내예술인 위주로 진행되다가, 1994년 6회째부터 국제적 행사로 발돋움하게 되었고, 소액이나마 관의 재정지원도 이때부터 받게 되었다. 1997년 제9회 축제 때까지만 해도 춘천마임축제는 국내에서조차 잘 알려지지 않은 채 일부 매니아층과 지역주민을 중심으로 인식이 조금씩 확산되고 있었다. 그러던 중 1998년 제10회부터 대중화된 프로그램인 ‘도깨비 난장’을 통해 대중에게 인식되기 시작하였는데, 이는 이 시기 이후 관람객의 양적 증가의 원인이 되었다. 이로 인해 제16회 춘천마임축제에는 약 7만명의 관광객이 축제에 참가하였다.

이와 같은 성공적인 춘천마임축제의 성과로는 다음과 같다. 2001년(13회), 2002년(14회), 2003년(15회)에 문화관광부 선정 우수문화관광 축제로 선정되었고, 2001년에는 관객이 뽑은 전국 베스트 축제, 문화예술 분야 최우수 축제에 선정되었다. 그 밖에 2000년에는 강원도 축제평가 1위, 2003년에는 강원도 홈페이지 설문조사에서 참가하고 싶은 축제 1위에 선정되는 등 국내외로 인정받는 공연예술축제로 자리잡아가고 있다. 이를 시기별로 나타내면 <표 2>와 같다.

춘천마임축제의 역사를 축제명칭의 변화를 통해서 살펴보면, 춘천마임축제는 ‘국가적 축제로 기획→국제적 축제로 확대→지역적으로 뿌리내리면서 세계적 축제로 승화’ 등 지난 16년 동안 다양한 경로를 밟아 왔다. 먼저 이 축제는 국가적 축제로 기획되면서 ‘한국마임페스티벌’이라는 국가대표격 명칭을 사용하였다. 이는 제1회에서 제5회까지 사용되

었는데, 이 시기 축제는 순수민간주도로 이루어졌다. 이는 축제의 기획자(대표: 유진규)를 중심으로 축제에 대한 의지의 발현이었고, 결과적으로 제6회에 이르러서 정부의 재정적인 지원을 받게 되었다. 이와 같은 정부의 지원을 바탕으로 지역축제의 국제화가 시작되면서, 제7회에 이르러서는 ‘춘천국제마임축제’로 축제명을 개칭하게 되었다. 이 명칭은 제13회까지 약 7년 동안 사용되었으며, 이 기간 동안 세계적으로 다양한 국가에서 춘천국제마임축체에 참가하였고, 이는 축제의 국제적 위상을 제고시키는 계기가 되었다. 제14회부터 ‘사단법인 춘천마임축제’가 출범하면서, 축제명칭을 ‘춘천마임축제’로 개칭하였는데, 이는 춘천마임축제를 지역적으로 뿌리내리면서 세계적 축제로 승화하는 계기가 되었다.

2) 춘천마임축제의 지방화 과정

춘천마임축제의 역사는 크게 3개의 시기(1기~3기)로 구분할 수 있다(표 3).⁵⁾ 제1기는 1989~1993년 동안의 시기로 춘천시 차원에서 축제발생기라 할 수 있다. 이 기간 동안 축제는 민간주도형으로 이어졌으며, 이는 마임축제의 적합지역을 탐색하는 기간이라 할 수 있다. 제2기는 제1기 동안 마임축제가 춘천에서 개최되면서 소기의 성과를 달성하게 되었고, 이에 기초하여 소규모의 정부지원이 이루어졌던 축제성장기라 할 수 있다. 이와 같은 정부의 지원을 계기로 춘천의 마임축제는 국제화를 겨냥하게 되었다. 제3기는 축제의 프로그램이 다양화되고, 관광상품의 다각화 및 마임축제가 춘천에 뿌리내리면서 세계적으로 도약한 축제의 지역 정착 및 확산기라 할 수 있다.

(1) 제1기 축제발생기

춘천마임축제는 1989년 5월 서울에서 열린 제1회 한국마임페스티벌에서 그 기원을 찾을 수 있다. 춘천MBC가 서울에서 열린 한국마임페스티벌의 초청공연을 그 해 11월 춘천에 유치하면서 이것이 계기가 되어 1990년 2월부터 순수민간주도의 마임페스티벌이 연례적으로 열리게 되었다. 마임극인들은 우연한 기회에 춘천에서의 공연을 계기로 서울에서 열리던 마임페스티벌의 장소를 춘천으로 옮기게 되었는데, 춘천시의 청정한 자연환경과 서울

표 2. 춘천마임축제의 역사

회 수	년도월일자 행사명	주요 행사장	공연자 및 주요 프로그램	비 고	
제1회	1989. 5. 한국마임 페스티벌	공간사랑	심우성, 무세중, 유진규, 김동수, 기국서, 조종두, 심철중, 임도완, 유홍영	'한국마임페스티벌' 개최 순수민간주도로 출발	
	1989. 11. 한국마임 페스티벌	춘천 MBC예술극장			
제2회	1990. 11. 7 한국마임 페스티벌	춘천시립문화관	유진규, 최규호, 유홍영, 임도완		
제3회	1991. 5. 3 한국마임 페스티벌	춘천시립문화관	유진규, 박상숙, 심철중, 유홍영, 임도완, 손동완		
제4회	1992. 5. 2~3 한국마임 페스티벌	춘천시립문화관	유진규, 최규호, 박상숙, 임도완, 유홍영, 마임극단"사다리"		
제5회	1993. 4. 24 한국마임 페스티벌	춘천문화예술회관	유진규, 최규호, 박상숙, 임도완, 유홍영, 유진우, 고재경, 마임극단"사다리"		
제6회	1994. 5.11~14 한국마임 페스티벌	춘천문화예술회관, 국민생활관, 적십자강당 외	국외(미국,일본), 국내(유진규네 몸짓 외 10개 팀), 특별초청(심우성,손십심,이영란등), 경축행사(길놀이,전야제), 부대행사(공개심포지엄,마임강습회,마이비디오상영)		해외공연팀 초청 지방정부(춘천시)의 재정지원 시작
제7회	1995. 5.11~14 춘천국제 마임축제	춘천문화예술회관아외무대, 춘천시초중고 및 대학교, 명동 등 춘천시 전역	국외(캐나다,홍콩,인도,일본,네덜란드,러시아), 국내 10개 팀, 극장공연,거리마임,방문공연,아외공연,초청공연(봉산탈춤,퍼포먼스), 길놀이,전야제등 부대행사		'춘천국제마임축제'로 명칭 개정
제8회	1996. 5.30~6.2 춘천국제 마임축제	춘천문화예술회관, 시민회관, 어린이회관 아외무대 및 거리	국외(캐나다,프랑스,이스라엘,일본,뉴질랜드,폴란드), 국내15개팀, 방문공연(소년원,청각장애인학교), 강습회, 축제행사(길놀이, 전야제)		일본과 정기적인 교류
제9회	1997.5.28~6.1 춘천국제 마임축제	춘천문화예술회관, 시민회관, 어린이회관 아외무대 및 거리	국외(일본,이스라엘,프랑스,호주,캐나다,폴란드), 국내15개팀, 아마추어마임극단 참가, 거리공연, 방문공연, 초청공연, 축제행사, 부대행사		
제10회	1998. 5.27~31 춘천국제 마임축제	춘천문화예술회관, 시민회관, 어린이회관 아외무대, 춘천시 전역	국외(일본,불가리아,독일,몽골,이스라엘), 국내17개 극단, 한일교과 마임교류공연, 방문공연, 사찰공연(만석종놀이), 거리공연, 초청공연, 도깨비난장, 가족을 위한 마임공연, 부대행사(심포지움, 포스터전시회, 가족미술타래, 마이비디오 상영)	다양한 장르의 밤샘공연인 도깨비난장시작(관광상품개발)	
제11회	1999. 5.26~30 춘천국제 마임축제	춘천문화예술회관, 강원평생교육정보관, 어린이회관 등	국외(프랑스,일본,캐나다,카자흐스탄), 국내17개 극단, 특수학교마임공연, 도깨비난장, 도깨비열차, 학교, 교회 공연, 부대행사(프랑스미모스마임축제 예술감독 초청강연회, 아시아마임연대를 위한 회의 등), 찾아가는 공연	프랑스미모스마임축제 예술감독 초청(축제간극제교류) 도깨비열차운영(청량리-춘천)	
제12회	2000. 5.24~28 춘천국제 마임축제	춘천문화예술회관, 강원평생교육정보관, 어린이회관, 명동 등	국외(프랑스,일본,캐나다,폴란드,이스라엘,영국,몽골,독일), 국내20개 극단, 극장공연, 찾아가는 공연, 도깨비난장, 도깨비열차, 마임강습회, 축제세미나, 마임과 함께하는 연주회, 어릿광대그릴전시		
제13회	2001. 5.30~6.3 춘천국제 마임축제	물의나라 꿈의나라 극장, 강원평생교육정보관, 고습도치십, 춘천시 전역	국외(영국,프랑스,몽골,캐나다), 국내17개 마임, 한일교과 마임교류공연, 방문공연, 거리공연, 초청공연, 도깨비난장, 도깨비열차, 가족을 위한 마임공연, 아시아적 전통을 느낄 수 있는 공연 등, 부대행사	문화관광부선정 우수문화축제선정	
제14회	2002. 5.8~5.12 춘천 마임축제	물의나라 꿈의나라 극장, 강원청소년수련극장, 강원평생교육정보관, 고습도치십, 춘천시 전역	국외(이스라엘,프랑스,벨기에,미국,핀란드,일본,몽골,베트남,방글라데시,홍콩,태국)12개국 16개극단, 국내30개 극단, 아마추어마임극회, 한국전통무용, 강릉관노가면극, 방문공연, 거리공연, 도깨비난장, 도깨비열차, 부대행사	(사)춘천마임축제(법인으로조직 변화), '춘천마임축제'로 명칭 개정 일본, 몽골, 타이, 베트남한국을 대표하는 '아시아사무국'을 춘천에 설치	
제15회	2003. 5.28~6.1 춘천 마임축제	마임의집, 봄내극장, 춘천예술마당, 시민회관, 춘천평생교육정보관, 춘천인형극장, 고습도치십	국외(네덜란드,독일,인도,일본,프랑스)5개국 10개 극단, 국내57개 마임극단 참가, 도깨비난장, 초청공연, 아마추어공연, 도깨비난장, 도깨비열차, 부대행사	3년 연속 문화관광부선정우수문화축제 선정	
제16회	2004. 5.26~30 춘천 마임축제	마임의집, 봄내극장, 춘천인형극장, 고습도치십, 춘천시내 전역	국외(프랑스,독일,영국,브라질,중국,일본)6개국 11개 극단, 국내50여 마임극단 및 공연단체 참가, 아마추어 7개 팀 참가, 초청공연, 도깨비난장, 도깨비열차, 부대행사	프랑스미모스마임축제 예술감독, 영국BAC씨어터 예술감독, 예던버러댄스페이스 예술감독초청 심포지움	

자료: 춘천마임축제 홈페이지, (사)춘천마임축제, 2003, 춘천마임축제 평가분석에서 필자 재구성.

표 3. 춘천마임축제의 시기별 구분

구분	연도	특징	비고
제1기 축제발생기	제1회 ~ 제5회(1989 ~ 1993)	춘천마임축제의 실험기	민간주도
제2기 축제성장기	제6회 ~ 제9회(1994 ~ 1997)	춘천마임축제확립 및 국제행사로의 전환	소규모의 지방정부(춘천시)지원
제3기 축제정착 및 확산기	제10회 ~ 제16회(1998 ~ 2004)	축제프로그램의 다각화, 관광 상품화	중앙지방정부 지원 확대

과의 인접성, 그리고 조용하고 깨끗한 춘천의 이미지가 장소 변경의 결정요인이었다(필자 인터뷰). 또한 비교적 쉽게 축제장소를 옮길 수 있었던 원인은 당시만 해도 마임축제가 서울에서 활성화되지 못했었고 인지도 또한 매우 약한 상태였기 때문이었다고 한다. 초창기에는 마임극인들이 모두 서울을 본거지로 활동했기 때문에 춘천은 공연의 장소제공 구실에 지나지 않았으나 점차 춘천으로 이사 오면서 본격적인 활동을 시작한 시기이기도 하다. 이렇게 시작된 춘천마임축제의 목적은 대부분의 문화예술공연이 서울에 편중되어 있으므로, 문화 불균형 및 지역문화의 불모현상을 극복하여 지방에 특색 있는 공연문화를 정착, 발전시키고 이를 통해 지역이미지 고양 및 관광객 유치로 경제활성화를 도모한다는 것이었다. 제1기는 1989년 제1회 한국마임페스티벌부터 1993년 제5회 한국마임페스티벌까지로 볼 수 있다. 이 시기는 축제라기보다는 매년 1회씩 개최되는 한국마임의 발표장 역할에 더 가까웠으며 성격도 극장 중심의 공연들로 구성되어 있었다.

이 시기는 서양에서 마임이 처음 서울에 전파되어 1969년부터 소수의 마임극인을 중심으로 명맥을 유지해오다가 우연한 기회에 춘천에서 공연을 하게 됨으로써 서울에 전파된 마임문화가 다시 춘천이라는 지방 소도시로 전파되어 뿌리내리기 시작한 마임의 계층적 공간확산의 시기이기도 하다.

(2) 제2기 축제성장기

제2기는 1994년 제6회 한국마임페스티벌부터 1997년 춘천국제마임축제까지로 볼 수 있다. 1995년 제7회 축제부터는 한국마임페스티벌에서 춘천국제마임축제로 명칭을 바꾸고, 캐나다, 홍콩, 인도, 일본, 네덜란드, 러시아 등 해외 6개 공연단의 참여가 이

루어짐으로써 지금과 같은 국제행사로서의 성격을 갖추게 되었다. 또한 프로그램 구성에서도 극장 공연뿐만 아니라 특별초청공연, 길놀이, 전야제, 마임강습회, 야외무대, 거리공연 등 다양해진 프로그램으로 지금의 축제 모습을 볼 수 있는 시기이다. 즉 공연 중심의 축제 형태에서 현재의 다양한 프로그램들이 시도되고 운영되었으며 축제자원봉사시스템도 이때부터 도입되었다. 이 시기는 또 소규모이긴 하나 지방정부(춘천시)의 지원을 받기 시작한 시기로 그들만을 위한 축제에서 벗어나 점차 지역 내의 축제로 인정받고 성장해 가는 시기이다.

이 시기는 생소하지만 했던 마임이 다양한 축제 행사와 어우러져 일반인에게 서서히 인식되기 시작한 시기이며, 춘천시에서도 관심을 가져 소액의 예산지원이 시작된 시기이고 또 마임문화가 춘천에서 완전히 뿌리내리고 성장하게 된 시기이다.

(3) 제3기 축제정착 및 확산기

제3기는 1998년 제10회 춘천국제마임축제부터 2004년 현재 제16회 춘천마임축제까지로 볼 수 있다. 이 시기에는 보다 많은 관객층을 유인할 수 있는 다채로운 프로그램들이 개발되었는데, 그 대표적인 사례가 도깨비난장과 도깨비열차이다. 도깨비난장은 1998년 제10회 축제부터 시작되어 지금은 춘천마임축제의 대표적인 레파토리로 고유명사화된 프로그램이다. 무박 2일의 밤샘프로그램이라는 독특한 형태와 마임뿐만 아니라 퍼포먼스, 인디밴드, 무용, 연극, 재즈, 문학에 이르기까지 다양한 장르를 포용하여 젊은 관객층을 흡수하는데 기여했으며, 관객 80% 이상이 이 도깨비난장을 관람하러 온 관객이란 점에서 마임문화를 대중문화화 하는데 실질적으로 기여한 프로그램이다. 그리고 1999년 제11회 축제부터는 도깨비난장과 연계된 도깨

비열차 관광 상품을 개발하여 공연예술의 문화관광상품화를 추진해왔다. 도깨비열차는 공연예술과 여행의 접목이라는 독특한 테마를 가지고 상품화를 시도한 것으로 무박 2일 동안 진행되는 도깨비난장을 주 테마로 서울 청량리 역에서 출발하여 춘천 행사장까지 도착, 춘천마임축제와 도깨비난장을 관람하고 이튿날 돌아가는 무박 2일 축제상품이다.

춘천마임축제는 2001년 제13회부터 기존의 행사장에서 장소를 옮겨 위도(고슴도치 섬)와 춘천인형극장을 중심으로 공연을 하고 있다. 기존의 춘천문화예술회관(시내 중심에 위치)과 어린이 회관(시외곽에 위치, 문화예술회관으로부터 차량으로 15분 거리)을 중심으로 하는 행사장은 문화예술회관의 공연하기에 좋은 시설과 어린이 회관이라는 비교적 문화행사 장소로 인식이 높은 장점에도 불구하고, 두 장소간의 먼 거리와 편의시설 미비, 그리고 이러한 미비점을 보완할 만한 축제의 인적·물적 자원의 부족으로 인해 새로운 장소를 모색하게 되었다. 특히 주행사장 두 곳을 거점으로 춘천시 전역을 축제의 장소로 활용하는 기존의 축제 형태를 고집하기에는 축제 내부의 소모적인 부분이 크며, 보다 집약적이고 활용가치가 큰 축제 장소의 선택이 요구되게 되었다. 이에 춘천시 사농동에 위치한 위도(고슴도치 섬)와 춘천인형극장을 중심으로 한 새로운 축제 장소를 설정하고 주변의 시설물들(강원도청소년수련원, 강원도립화목원)을 적극 활용하는 방안을 강구하게 되었다. 물론 이들 시설물들은 모두 걸어서 5분 이내에 위치하고 있으며 주변은 자연경관이 수려하고, 일부 보완으로 공연이 가능한 시설물로 변화 할 수 있으며, 주차시설 등 축제장으로의 기본적인 요건들을 갖추고 있었다. 그러나 애로사항은 위도라는 사유지를 사용하는 데 있었는데, 이는 의외로 쉽게 해결되었다.⁶⁾

축제장소의 적합지 문제가 해결되자 남은 일은 새로운 축제장소를 관광객들에게 효율적으로 홍보하는 일이었는데, 이 시점에서 나온 아이디어가 바로 축제마을 ‘몽도리(夢道里)’였다. ‘몽도리’는 춘천의 대표적인 소설가인 이외수씨의 소설 ‘외뿔’에 나오는 상상의 마을로, 축제마을을 찾는 이들에게 잊혀진 꿈과 희망을 찾아주고자 1년에 단 5일 동안 신나는 잔치가 벌어지는 신성한 지역을 일컫는

다. 이 축제기간(5일간) 만큼은 생활 속의 비일상(非日常)을 꿈꾸는 이들을 위한 축제마을 몽도리가 생긴다. ‘외뿔’의 내용에 춘천마임축제와 도깨비난장이 등장하고 책에서 그려지는 것과 같은 축제의 마을인 몽도리를 축제행사장 명칭으로 사용하여, 옮겨진 축제 행사장에 대한 이미지를 자연스럽게 받아들이도록 함과 동시에 한결 축제적인 분위기로 유도하려 하였다. 또한 기존의 위도라는 명칭으로 불리우던 섬의 이름도 고슴도치 위(蝟)자를 써서 개명함으로써 사람들의 기억 속에서 사라져가는 위도의 명성을 되찾기보다 새로운 축제마을이 생겨나는 이미지를 주려고 노력하였다. 이를 위해 이외수의 소설 출판을 맡은 해냄 출판사와 공동 마케팅을 시도하였으며, 결과는 성공적이어서 관람객들로 하여금 신비로운 축제의 이미지, 새로운 축제 마을의 탄생을 알리는 계기가 되었다. 더불어 ‘축제마을 몽도리’라는 명칭을 사용함으로써 관람객들로 하여금 산발적으로 흩어진 느낌이 아닌 집약적인 축제마을의 이미지를 주어 하나의 페스티벌존(festival zone)으로 인식하게끔 하였다.

이 시기는 또 제2기부터 시작된 춘천시의 예산 지원이 도비지원과 국비지원으로까지 대폭 확대된 시기로, 문화관광부의 국비지원과 강원도의 도비, 춘천시의 시비지원증액으로 축제에 대한 정부의 지원과 관심이 대폭 확대되었고 성공한 지역축제로 자리매김해 가는 시기이다. 이 시기는 춘천마임축제가 춘천시의 재정지원뿐만 아니라 국비 및 도비의 지원을 받아 양적·질적으로 확대되어가는 시기라고 볼 수 있으며, 서울에서 전파된 마임이 다시 서울을 중심으로 한 수도권으로 인식의 확산이 이루어지고 있으며, 그 세력이 충청 및 경상권까지 확산되고 있다. 또 국내뿐만 아니라 춘천에 아시아 5개국(일본, 몽골, 타이, 베트남, 한국)을 대표하는 아시아 마임 사무국을 설치함으로써 춘천이 아시아의 마임을 대표하는 거점지역으로 성장하고 있는 시기이다.

지금까지 춘천마임축제의 역사를 마임문화의 전파 및 확산의 관점에서 살펴보았다. 제1기 축제발생기에는 서울에서 전파된 마임이 지방의 소도시 춘천에서 서서히 뿌리내린 시기이며, 제2기 축제성장기에는 마임이 더 이상 다른 도시에서 전파된 이질적인 문화가 아닌 춘천을 대표할 수 있는 독

특한 문화로 성장하여 마임문화가 완전히 뿌리내린 시기라고 볼 수 있다. 아울러 이 시기는 춘천마임축제 참여집단들의 국제화가 시작된 시기이기도 하다. 제3기 축제 정착 및 확산기에는 마임이 춘천이라는 지역 내에 완전히 정착한 시기이며, 다시 서울을 비롯한 수도권으로 문화의 확산이 이루어지고 있으며 중앙고속도로의 개통으로 인해 영남권과 충청권으로도 그 세력이 확장되어 가는 추세이다. 제3기는 이와 더불어 축제의 참여집단들이 세계적 차원으로 확대된 시기이기도 하다.

4. 춘천마임축제의 지방화 효과

1) 경제적 효과

(1) 지역경제의 파급효과

문화관광축제 개최에 따른 지역경제 효과는 크게 직접효과와 간접(파급)효과로 구분할 수 있다. 직접효과는 축제에 참여한 관광객이 그 지역에서 직접 축제에 지출하는 비용과 숙박비, 교통비, 식비, 관광 상품이나 특산품의 구입, 인근지역에 대한 관광 등의 지출로 인해 지역에 기여하는 효과를 말한다. 간접(파급)효과는 이러한 관광객 지출이 해당 산업에 생산파급효과, 소득효과, 세수효과 등을 가져오는 것을 의미한다(한국문화정책개발원, 1995, 84-119).⁷⁾

<표 4>는 2003년도 춘천마임축제에 참가한 관광객의 평균지출액이다. 춘천마임축제 방문객들이 축제기간 동안 지역에서 지출한 비용을 교통비(유

류대, 주차비, 버스, 택시 등), 숙박비, 식음료비(식사, 술값, 음료 등), 유희비(노래방, 당구장, 입장료, 놀이시설 등), 쇼핑비(특산물, 축제 기념품 등), 관람료(극장관람, 도깨비열차, 도깨비난장 등), 기타비용 등 총 7가지 항목으로 나누어 분석하였다.

조사결과 내지방문객의 1인당 평균지출액은 17,668원으로 조사되었다. 항목별로는 관람료가 5,537원(31.4%)으로 가장 많았으며, 식음료비가 4,405원(24.9%)으로 그 다음으로 많이 지출하는 항목으로 나타났다. 교통비가 2,544원(14.4%), 유희비가 2,245원(12.7%), 쇼핑비가 1,771원(10.0%), 기타비용 1,167원(6.06%)의 순으로 나타났다.

외지방문객의 1인당 평균지출액은 41,038원으로 조사되었다. 항목별로는 교통비가 11,362원(27.7%)으로 가장 많았으며, 식음료비가 9,549원(23.2%)으로 그 다음으로 많이 지출하는 항목으로 나타났다. 이어 관람료가 6,205원(15.1%), 숙박비 5,712원(13.9%), 쇼핑비 3,564원(8.8%), 기타비용 2,864원(7.0%), 유희비 1,783원(4.3%)의 순으로 나타났다. 결과적으로 외지방문객의 경우 교통비와 식음료비가 차지하는 비중이 높고 상대적으로 관람료의 비중이 낮은 반면, 내지방문객의 경우 관람료의 비중이 식음료비의 비중보다 다소 높게 나타났다.

2003 춘천마임축제 기간 중 춘천지역 경제로 유입된 축제 방문객들의 총 지출액을 추정하기 위해, 외지 방문객들의 춘천지역 내에서 지출한 총 지출비용을 산출한 결과는 <표 5>와 같다. 2003년도 외지 방문객의 비율이 52.8%로 조사되었으므로 전체 방문객 6만5천명 중 외지 방문객은 약 34,320명

표 4. 관광객 1인당 평균 지출액

구분	내지인		외지인		전체	
	비용(원)	비율(%)	비용(원)	비율(%)	비용(원)	비율(%)
교통비	2,544	14.4	11,362	27.7	7,199	24.0
숙박비	-	-	5,712	13.9	3,015	10.0
식음료비	4,405	24.9	9,549	23.2	7,121	23.7
유희비	2,245	12.7	1,783	4.3	2,001	6.7
쇼핑비	1,771	10.0	3,564	8.8	2,718	9.1
관람료	5,537	31.4	6,205	15.1	5,889	19.6
기타비용	1,167	6.6	2,864	7.0	2,062	6.9
계	17,668	100.0	41,038	100.0	30,005	100.0

자료: (사)춘천마임축제, 2003, 제15회 춘천마임축제 평가분석.

표 5. 지역경제로 유입된 방문객 지출총액

구 분	지출액(원)	구성비(%)
교통비	389,944,000	32.6
숙박비	196,036,000	16.5
식음료비	327,722,000	27.4
유흥비	61,196,000	5.1
쇼핑비	122,317,000	10.2
기타지출	98,293,000	8.2
계	1,195,508,000	100.0

자료 : <표 4>와 동일.

으로 추정된다. 여기에 입장료를 제외한 외지 방문객 1인당 평균지출비용을 곱하여 외지 방문객들의 총 지출액을 계산하였다.

축제 기간 중 외지 방문객들이 춘천지역에서 지출한 총 비용으로 지역 내에 유입된 총액은 약 12 억원으로 추산되었다. 춘천지역 경제로의 유입액을 항목별로 보면 교통비가 389,744,000원(32.6%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 그 다음으로 식음료비가 327,722,000원(27.4%), 그리고 숙박비가 196,036,000원(16.5%)으로 조사되어 지역 운수 업체와 음식점 그리고 숙박업체에 가장 큰 영향을 미친 것으로 분석되었다. 그 다음으로 쇼핑비가 122,317,000원(10.2%), 유흥비는 61,196,000(5.1%)으로 산출되어 지역경제에 미친 영향은 다른 업종에 비해 크지 않은 것으로 나타났다.

(2) 정부지출의 증대 효과

중앙 및 지방정부의 재정적 지원은 춘천마임축제의 성장과 활성화에 중요한 촉매작용을 하였다. 이는 민간주도형 지역축제의 성공가능성을 확인하

게 되면서, 중앙 및 지방정부는 재정지원의 차원에서 축제를 지원하게 되었다. 마임축제와 같은 이벤트에 정부지출의 효과는 경제적 차원에서 지역경제의 이익을 증대시키고, 문화예술적 차원에서 마임문화의 정착에 많은 기여를 하고 있으며, 나아가 춘천의 지역정체성의 형성에 많은 기여를 하고 있는 것으로 나타났다.

실제로 처음 마임축제가 춘천에서 개최되었을 당시에는 춘천시는 마임축제에 거의 관심을 기울이지 않았다. 그러나 해를 거듭할수록 마임축제의 인지도가 높아짐에 따라 춘천시는 축제예산을 지원하게 되었으며, 이는 해마다 지속적으로 증가하게 되었다. 이러한 사실은 춘천과는 아무런 연고도 없었던 마임축제가 경제적인 효과뿐만 아니라 춘천을 문화예술의 도시로 널리 인식시키고 홍보한 결과라고 할 수 있다.

춘천시의 주요 축제예산 지원현황을 살펴보면(표 6), 춘천마임축제와 춘천인형극처럼 춘천에서 성공한 축제들은 해를 거듭할수록 국비 및 사도의 지원예산이 점차 증가함을 알 수 있다. 그러나 춘천에니타운페스티벌처럼 성공적인 지역축제로 뿌리내리지 못한 축제는 예산지원이 점차 감소하고 있는 추세이다. 이는 춘천마임축제가 춘천시에서 성공적인 지역축제로 거듭나 지방화과정에 성공한 축제라고 평가할 수 있는 근거가 된다.

춘천마임축제의 예산내역을 구체적으로 살펴보면(그림 1), 국비는 높은 폭으로 계속 증가추세에 있는데 이는 춘천마임축제가 문화관광부에서 지정하는 우수문화관광축제로 선정되었기 때문이다. 춘천마임축제가 우수문화관광축제로 지정되자 사군비(춘천시)도 꾸준히 증가하게 되어 2004년 현재 7

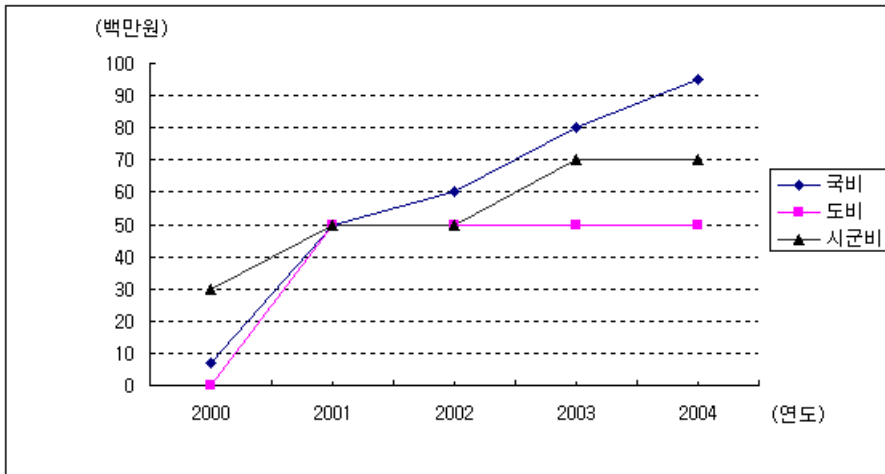
표 6. 춘천시의 주요 축제예산 지원현황

(단위: 백만원)

연도	축제	춘천마임축제	춘천인형극제	춘천에니타운페스티벌
2000		113	218	600
2001		210	294	600
2002		242	280	620
2003		297	324	530
2004		336	360	n.a.

자료: 춘천시청, 2005, 축제현황 내부자료.

주 : n.a.(not available)



자료: <표 6>과 동일.

그림 1. 춘천마임축제의 예산내역

천만원의 예산지원을 받게 되었고, 도비도 2000년 이전까지는 전혀 지원이 이루어지지 않다가 2001년부터 5천만원씩 지원받고 있음을 알 수 있다. 이러한 자료들은 춘천시가 춘천마임축제를 지역의 문화로 인정함과 동시에 마임이라는 이문화가 아무런 연고도 없는 춘천지역에서 뿌리내리고 정착하기까지의 지방화과정을 잘 보여주는 증거라고 할 수 있다.

2) 사회·문화적 효과

사회문화적 측면에서의 춘천마임축제는 문화향수 제고효과, 문화교류 효과, 교육효과, 지역이미지 제고 및 창출효과, 지역주민의 자긍심 제고효과를 유발한다. 문화향수 제고 측면에서 살펴보면, 문화예술축제의 개최는 지역민에게 문화예술을 향유할 수 있는 기회를 제공한다. 축제에는 여러 가지 유형의 축제가 있지만 이 중에서도 현대적인 성격의 문화예술축제가 갖는 사회문화적인 측면에서의 가장 중요한 역할이란 곧 문화향수의 기회제공이라고 해도 과언이 아닐 것이다. 더욱이 문화향유 측면에서 중앙과 지방의 격차가 두드러졌던 지금까지의 역사적인 맥락을 감안한다면 현대적인 문화예술축제를 지방에서 개최하고 있다는 사실은 무엇보다도 이를 통해 문화예술 감상의 기회를 부여한다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있을 것이다.⁸⁾

문화교류 측면에서 살펴보면, 문화예술축제의 개최는 지역 간, 국가 간 문화교류를 수반하게 된다. 춘천이라는 특정한 지역에서 문화예술축제가 개최되면 우선 문화예술인들이 이 축제에 참여하기 위해 내방할 때부터 이미 문화교류는 시작된다고 할 수 있다. 또한 춘천에서 열리는 문화예술축제를 관람하기 위해 인근 지역사회뿐만 아니라 먼 지역에서도 관람객들이 찾아오게 되면 여기에서도 문화교류는 시작되는 셈이다. 예컨대 춘천 지역을 찾는 내방객의 주된 목적이 문화예술축제를 보러오기 위한 것이라 하더라도 내방객은 문화예술축제만을 보게 되는 것이 아니라 이 지역사회의 관습과 규범, 나아가서는 생활양식을 포함한 문화 그 자체를 경험하게 되는 것이다. 이러한 경험은 지역사회에 대한 이해도를 높일 수 있는 계기가 되며, 또한 지역사회에 대한 이미지 형성에도 기여하게 된다.

교육적 측면에서 살펴보면 문화예술축제를 개최하는 주관기관에서는 일반적으로 문화예술축제가 교육적인 측면에서 일정한 역할을 수행하는 것으로 인식하고 있다(Heather, 1992). 문화예술축제는 그 자체의 특성만으로도 관객의 문화예술 감상 수준을 높일 수 있는 기회를 제공한다는 점에서 교육적 요소를 포함하고 있다. 또한 미래의 잠재적인 관객을 육성한다는 차원에서 교육적 요소를 중시하기도 한다. 춘천마임축제의 경우 축제 개최 전 3개월간의 축제워크숍 프로그램을 개설하는데 축제

기획자 양성 및 자원봉사자 육성을 그 목적으로 하고 있다. 축제에 관심 있는 사람이라면 누구나 참가할 수 있는데, 워크샵에 참가한 축제관련 공무원은 실무에 접할 기회를 갖게 되었고, 축제기획자를 꿈꾸는 사람들은 축제에 관련된 전반적인 강연을 통해 이론과 실재를 병행할 수 있는 기회를 갖게 되었으며, 마음이 좋아서 혹은 축제 자원봉사자로 일하고 싶어서 참가한 대다수의 사람들은 마음에 대한 전반적인 이해와 봉사활동에 필요한 지침을 받을 수 있었다. 그러므로 문화예술축제에서 찾아볼 수 있는 교육적 요소란 다양한 형태를 띠게 되는데 우선 축제의 프로그램 자체에 교육적 내용이 담겨 있을 수도 있고, 경우에 따라서는 부대행사를 통해 관람객이 직접 참여할 수 있도록 함으로써 교육효과를 꾀하는 형태도 있다.

지역이미지 제고 및 창출 측면에서 살펴보면, 이미지 자체가 하나의 자원이 되고 있는 시대에서는 이미지를 새롭게 창출하려 하거나 그렇지 않으면 이미지를 향상시키려는 노력이 매우 중요하다. 또한 독특한 이미지를 창출하여 다른 지방과의 차별화를 시도하는 전략도 중요하다고 할 수 있다. 이런 맥락에서 문화예술축제의 개최가 지역사회의 이미지 형성에 어떤 형태로든 영향을 미친다는 사실을 주목할 필요가 있다. 춘천을 잘 모르는 사람들은 강원도의 이미지를 먼저 떠올리게 되는데 그 대표적인 이미지가 ‘강원도 감자바위’이다. 강원도민의 순수하고 소박한 그리고 주어진 것에 만족하면서 살아가는 자족적인 삶과 한편으로는 자기주장에는 약한 수동적인 모습을 함께 떠올리게 된다. 춘천을 아는 사람이라면 ‘호반의 도시’를 먼저 떠올리게 될 것이다. 지금까지 춘천은 댐 건설로 만들어진 호수와 강과 산이 있는 단지 자연 경관이 아름다운 도시였다. 그러나 문화예술축제를 성공적으로 개최함으로써 춘천은 자연경관이 아름다운 도시이며 또 문화와 예술의 도시로 그 이미지를 탈바꿈하고 있다. 이는 문화관광부에서 지정한 우수문화예술축제에 선정되었다는 데에도 기인하며, “MBC 생방송 퀴즈가 좋다”에서도 “춘천은 해마다 5월이면 ○○축제로 유명하다”라는 문제가 출제될 정도로 춘천마임축제의 홍보효과가 뛰어나다는 것, 그리고 각종 매스미디어를 통해 소개된 춘천마임축제는 새로운 춘천의 이미지를 심어주기에 충분한

효과를 발휘하고 있다. 특히 이미지 제고측면에서 축제가 지역사회에 미치는 영향이란 양적인 측면으로는 측정하기 어려운 간접적·복합적·비가시적 효과를 발휘하게 된다는 사실이다.

지역주민의 자긍심 제고 측면에서 살펴보면 지역사회의 축제는 일반적으로 지역사회의 공동체의식을 향상시키고, 유대감을 형성하는데 중요한 역할을 하는 것으로 평가되고 있다. 그런데 역사성을 갖는 전통적인 민속축제에 비해 춘천의 축제들(춘천마임축제, 춘천인형극제, 춘천국제연극제)처럼 현대적인 성격의 문화예술축제는 그 개최 목적을 문화예술 향수 제고와 관광객 유치를 목적으로 삼고 있는 것이 대부분이다. 이러한 개최목적이 성공적으로 수행되기 위해서는 축제가 열리는 지역사회의 구성원이 축제에 적극 참여할 때 가능해진다. 이러한 축제가 지역민의 호응을 받으면서 성공적으로 개최될 때 지역사회의 구성원은 자긍심을 느끼게 될 것이고, 이러한 자긍심의 제고는 지역사회의 연대감 형성에도 기여하게 될 것이다.

5. 결 론

이 연구는 춘천지역의 대표적인 문화관광축제로 성장한 춘천마임축제를 사례로 춘천마임축제의 역사 및 지방화과정과 그 효과를 고찰하였다. 이를 위해 첫째, 춘천시 주요 지역축제의 현황을 살펴봄으로써 춘천마임축제의 위상을 파악하고, 둘째, 춘천마임축제의 역사를 고찰하면서, 춘천마임축제가 지방문화로 정착되는 지방화 과정을 살펴보았다. 마지막으로 춘천마임축제의 성공적이 지방화과정이 창출한 지방화 효과를 경제적·사회문화적 측면에서 분석하였다.

춘천마임축제의 역사는 제1기 축제발생기(1989~1993), 제2기 축제성장기(1994~1997), 제3기 축제정착 및 확산기(1998~2004)로 나눌 수 있다. 제1기는 춘천시 차원에서 축제발생기라 할 수 있다. 이 기간 동안 축제는 민간주도형으로 이어졌으며, 이는 마임축제의 적합지역을 탐색하는 기간이라 할 수 있다. 제2기는 제1기 동안 마임축제가 춘천에서 개최되면서 소기의 성과를 달성하게 되었고, 이에 기초하여 소규모의 정부지원이 이루어졌던 축제성장기라 할 수 있다. 이와 같은 정부의 지원

을 계기로 춘천의 마임축제는 국제화를 겨냥하게 되었다. 제3기는 축제의 프로그램이 다양화되고, 관광상품의 다각화 및 마임축제가 춘천에 뿌리내리면서 세계적으로 도약한 축제의 지역 정착 및 확산기라 할 수 있다. 결국 춘천마임축제는 ‘국가적 축제로 기획→국제적 축제로 확대→지역적으로 뿌리내리면서 세계적 축제로 승화’ 등 지난 16년 동안 다양한 경로를 밟아 왔다. 이와 같은 지방화 과정을 통해 춘천마임축제는 경제적 측면에서 지역경제 활성화에 많은 기여를 했으며, 사회·문화적 측면에서의 문화향수 제고효과, 문화교류 효과, 교육효과, 지역이미지 제고 및 창출효과, 지역주민의 자긍심 제고효과를 유발한 지역축제의 선순환 구조를 정착시켰다.

포스트모더니즘의 등장으로 인간 의식과 주관성에 대한 가치가 새롭게 평가되고, 지역이 강조되는 시기에 지역의 특성이 부각되는 장소 만들기를 통한 지역민의 정체성 함양과 지역경제 활성화라는 측면에서 지역축제의 중요성은 점점 더 부각되고 있다. 이러한 측면에서 볼 때 춘천마임축제는 춘천이라는 지방 소도시에 많은 의미를 부여해 준다. 상수원 보호지역으로 각종 개발에 제한을 받고 있던 도시에 문화관광 도시로 변모할 수 있는 계기를 마련해 주었고, 호반의 도시라고는 하지만 특별히 내세울 것이 없었던 춘천에 도시기반 정비는 물론이고 지역의 정체성을 분명히 확립할 수 있는 계기를 마련해 주었다. 뿐만 아니라 문화의 재발견, 재창조를 통해 춘천문화산업의 활성화에 도움이 되고 있다.

춘천마임축제는 예외적으로 민간이 주도가 되어 성장시킨 축제이긴 하지만 춘천시와 춘천시민의 관심과 참여가 없었다면 지방화 과정에 성공적이지 못했을 것이다. 이는 지역축제의 성공을 위해 ‘축제의 비전제시자-정부-참여자’의 삼위일체가 지역축제 성공의 중요한 열쇠임을 확인해 주는 좋은 사례라 할 수 있다.

춘천마임축제가 우리나라 고유의 문화도 아니며 춘천의 문화도 아니지만, 그 문화의 발생지가 어디냐를 떠나서 대도시인 서울에서는 뚜렷한 성장을 보이지 못하다가 춘천에서 성공적으로 성장하였다면, 이제 마임은 ‘그 곳만의(춘천만의) 문화’가 되는 것이다. 왜냐하면 마임이라는 명칭은 외래어의 차

용일 수 있으나 춘천에서 하는 마임은 사람과 토양이 다른 만큼 그 지방색을 띄기 마련이고, 이는 향후 춘천의 새로운 지역문화로 정착될 수 있는 가능성이 매우 높게 존재하기 때문이다. 그러므로 춘천마임축제의 성공적인 지방화 과정은 마임이라는 문화가 자체 활성화를 위해 새로운 지역과 호흡을 하는 것으로, 이는 문화적 요소의 새로운 공간 창출능력(문화의 공간생산능력)과 새로운 공간에서 기존 문화를 흡수·재창출하는 지역의 문화혁신역량(공간점유자들의 의한 문화생산역량) 간 성공적인 상호작용의 결과라 할 수 있다.

註

- 1) 과거의 축제가 그 시대의 사회적 의식습관사고를 바탕으로 그 시대의 사회에 맞는 기호들을 가지고 축제의 세계를 이끌어 왔다면, 오늘날의 축제는 산업사회의 시대정신과 감각에 맞는 축제의 기호들로 발전하고 있으며, 사람들을 끌 만한 소재가 되면 지역축제화하여 지역문화를 외부에 소개하고 외지인을 축제에 참석하게 하여 지역 이미지를 강화하고 재정립하려는 것으로 개념화가 되고 있다. 지역축제에 대한 정의에 의하면, 박철손·해식(1998)은 지역축제를 ‘지역의 문화가 종합되고 상징화된 행사로서 한 지역을 관광 상품화하는 것’으로 정의하였으며, 아울러 ‘예술은 지역의례를 형성하는 중요한 원천으로 음악, 미술, 무용, 연극, 영화 등 다양한 장르가 존재한다’고 주장하였다. 김성혁 외(2000)는 지역축제를 ‘지역사회의 문화적 정체성에 근원을 두고, 대중적이며 주제가 있는 행사 또는 볼거리, 놀거리, 먹거리, 배울거리 등을 관광객에게 제공하여 욕구를 충족시키고 관광객들이 실제 다양한 경험을 할 수 있는 제반의 행사’로 정의하고 있다.
- 2) Cox는 축제를 ‘일상적인 자질구레한 일들을 견어치우고 한동안 무엇인가를 경축하고, 무엇이든지 좋은 것에 대한 긍정적인 인식을 하며 신들이나 영웅들을 기념하는 특수한 시간을 가지는 것’으로 정의하면서, 인간을 ‘축제하는 존재’(homo festivus)라 특징짓고 있다. Callois는 축제를 ‘인간적 생명을 구성하고 있는 본능적이고 무궤도적인 요소가 자기표현을 할 수 있도록 일시적으로 허용될 때 일어나는 현상’으로 정의하면서 인간을 ‘놀이하는 존재’(homo ludens)라 특징짓고 있다(채용식 외, 2001, 59에서 재인용).
- 3) 춘천마임축제의 지방화과정을 설명하기 위해 자료수집 및 분석, 설문조사 및 분석, 인터뷰, 문헌 조사 등 4가지 차원에서 접근했다. 특히 설문조사는 제16회 춘천마임축제에 참가한 방문객을 대상으로 하였으며, 전체 방문객 가운데 약 200명을 무작위로 표본 추출하여 설문조사를 실시하였다. 인터뷰의 경우, 춘천마임축제 관련 전문가, 춘천마임축제 기간동안

文獻

- 참여한 관광객, 춘천시 정책담당자들을 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다(이에 대한 자세한 내용으로 신영근, 2005 참조).
- 4) 이처럼 춘천시가 '문화'적인 요소들을 고려하여 지역 발전 전략으로 추진하게 된 이유는 다음과 같은 네 가지 배경으로 설명할 수 있다(프린세스 헤이만, 1999, 67-87). 첫째, 앞서 언급한 지역의 열악한 산업구조와 도시개발 제한을 들 수 있다. 둘째, 수도권과의 유리한 접근성이다. 현재 춘천은 수도권과 1시간 30여분 거리(대중교통 편도기준)에 있어 잠재적 수요가 매우 풍부하다 할 수 있다. 이는 2008~2009년사이 동서고속도로와 경춘선 철도 복선화가 모두 완공되면 춘천과 수도권과의 연계교통망은 획기적으로 개선될 것으로 전망된다. 셋째, 견실한 수요층 확보 가능성이다. 수도권의 문화예술 수요층과 더불어 강원도의 문화예술 수요층 즉, 공무원, 교수, 교사 및 학생 등의 존재이다. 행정도시, 교육도시로 알려진 만큼, 춘천시에는 많은 강원도청의 유관기관들과 고등교육 기관들이 밀집해 있다는 사실이 견실한 수요층 확보여부를 뒷받침하는 좋은 증거가 된다. 넷째, '문화도시' 지정 및 문화 인프라의 풍부함을 들 수 있다. 1995년 춘천시는 당시 문화체육부로부터 전국 최초이자 유일의 '전국 최우수 문화도시'로 선정됐다. 이는 인구 일인당 문화인프라의 비율이 높게 나타날 뿐만 아니라, 중소도시의 어려운 여건 속에서도 국제마임축제, 국제인형극제, 국제연극제 등 세계적인 문예행사의 지속적인 성공개최를 이룩한 점이 크게 작용했기 때문이다.
 - 5) 춘천마임축제 사무국장이자 문화컨설팅 바라대표인 권순석은 춘천마임축제를 3개의 시기로 구분하였는데, 이 연구에서 춘천마임축제의 시기구분은 권순석에 대한 심층인터뷰, (사)춘천마임축제의 내부 자료를 기초로 이루어졌다.
 - 6) 예전 남이섬과 위도는 그 명성을 함께 했던 장소였으나, 위도는 사유지라는 이유로 개발에서 뒤쳐지게 되었고 자연히 사람들의 관심에서 멀어지게 되었다. 이에 섬을 소유하고 있는 대표는 위도를 다시금 알리고 관광객 유치를 위한 방안에 대하여 고민을 하던 중 춘천마임축제의 장소로 충분하다는 판단을 하게 되어 축제기간 중 섬의 사용을 허가하였다.
 - 7) 문화관광축제 개최에 따른 직접효과는 1인당 관광비용 지출에 총 방문객 수를 곱하여 산출할 수 있으며, 간접(파급)효과는 직접효과에 지역별 관광승수를 곱하여 추정할 수 있다. 춘천마임축제의 지역경제효과를 알아보기 위해 2003년도 자료를 이용하였으며 총 참가자는 6만 5천명으로 집계되었다.
 - 8) 춘천마임축제가 다른 축제들과 차별성이 있다면, 축제 기간에만 공연을 감상할 수 있는 것이 아니라 1년 내내(토요일 주1회) 마임감상을 할 수 있는 '마임의 집'을 운영하고 있다는 점이다. 이는 이벤트의 사후관리효과를 지니면서 차년도 축제의 활성화에 기여할 수 있는 방안이라 할 수 있다.

김성혁·고호석·김순아, 2000, 지역축제 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 실증적 연구, 관광학연구, 24(1), 259-280.

김진수정필용, 1999, 지역축제의 관광동기 추정에 관한 연구 : 이천 도자기 축제를 중심으로, 여행학 연구, 25-43.

김창환, 2003, 춘천막국수 축제의 실태 분석 연구, 강원문화연구, 22, 31-48.

문화관광부, 2005, 문화관광부 내부자료.

박철·손해식, 1998, 지역문화 축제에 대한 의례분석적 접근과 관광상품화 전략, 관광·레저연구, 22(2), 43-49.

신영근, 2005, 춘천마임축제의 지방화 과정에 관한 연구, 강원대학교 일반대학원 사회교육과 지리학 석사논문.

이정록·추명희, 1997, 이벤트 관광객의 행태적 특성분석 : 전남 낙안의 남도음식축제를 사례로, 지리학연구, 29, 59-84.

정병용, 2003, 지역축제 활성화 방안 : 온양문화제 참가자의 행동분석을 중심으로, 호텔경영학연구, 12(1), 215-232.

채용식 외, 2001, 관광축제 이벤트론, 학문사.

춘천국제연극제 홈페이지, <http://www.citf.or.kr>.

춘천마임축제 홈페이지, <http://www.mimefestival.com>.

춘천막국수축제 홈페이지, <http://www.makkuksu.co.kr>.

춘천인형극제 홈페이지, <http://www.cocobau.com>.

한국관광공사, 1998~2003, 문화관광축제 정보자료집 각년도.

한국문화정책개발원, 1995, 춘천인형극제의 지역경제, 사회·문화적 효과.

Heather, R., 1992, *Arts Festivals in the UK*, London-Policy Studies Institute, London.

(접수 : 2005. 10. 8, 채택 : 2006. 1. 23)

•교신 : 신영근, 일본 규슈대학교 인문과학부 지리학과 박사과정(Ph.D. Candidate, Dept. of Geography, Graduate School of Humanities, Kyushu University, Japan) (hohohomay@hanmail.net)