

문화관광지의 문화정치와 정체성의 사회적 구성 -일본 홋카이도 오타루의 재해석, 제도화, 재인식-*

조이라**

Cultural Politics and Social Construction of Cultural Tourist Destinations: Reinterpretation, Institutionalization and Recognition of Otaru in Japan*

Ara Cho**

요약 : 이 연구는 일본사회적 맥락 속에서 지방도시가 관광을 통해 새롭게 창조됨을 밝히고, 지역의 의미가 사회적으로 형성되는 과정을 고찰함으로써, 문화관광지의 지역정체성이 사회적으로 구성되는 프로세스를 밝히는 것을 목적으로 하였다. 구체적으로, 첫째, 문화관광지의 사회적 구성에 대한 개념들을 '재해석', '제도화', '재인식' 단계로 제안하였다. 둘째, 일본 지방도시 오타루의 운하보존운동과 역사관광지화에 대한 사례 연구를 통해 문화관광지의 사회적 구성 과정 단계에 대한 심층적 분석을 시도하였다. 셋째, 지역 정체성이 재구성되는 과정에서 작동하고 있는 주된 메커니즘에 대해 체계적으로 고찰하였다. 결론적으로, 지역이 정체성의 정치를 통해 새롭게 재해석되며, 경제적 동기로 인해 그 의미가 수정되고 타협되며 제도화된다는 것을 밝히고, 기억의 정치를 통해 구성된 진정성으로 확립되면서 끊임없이 재구성된다는 점을 제안하였다.

주요어 : 문화관광, 역사경관, 문화산업, 지역의 사회적 구성, 정체성의 정치, 기억의 정치

Abstract : This study aimed to reveal that a local city was recreated by tourism, and to discover a general process in which the regional identity as a tourist destination was reconstructed. Specifically, firstly, this study suggested that the social construction of cultural tourist destinations was composed of a series of dynamic stages such as 'reinterpretation', 'institutionalization', and 'recognition' conceptually. Secondly, the dynamic stages were analyzed on the ethnographic study of Otaru where the movement of preservation of the historical canal was raised and strategies to attract tourism had been implemented. Thirdly, a main mechanism acting on each stage was examined. In conclusion, it was shown that the region was reinterpreted through the politics of identity and the meaning was institutionalized through political and economic negotiation. Moreover, while being established as a constructed authenticity by politics of memory, the regional identity was embedded in the socio-spatial consciousness constantly.

Key Words : cultural tourism, historical landscape, cultural industry, social construction of region, politics of identity, politics of memory

* 이 연구는 필자의 박사학위논문 내용의 일부를 정리한 것이다.

** 서울대학교 일본연구소 HK 연구교수(HK Research Professor, Institute for Japanese Studies, Seoul National University),
likegeo@naver.com

1. 서론

1) 연구배경 및 연구목적

관광은 세상을 평가하는 마음속의 지리를 만드는 중요한 요소이다. 현대사회에서 관광은 장소에 대한 대중적 의식을 형성하고 장소의 사회적 이미지를 창조하는 가장 중요한 영역이다(Britton, 1991, 475). 관광객은 지역에 대한 기대와 상상을 통해 관광지를 선택하고, 관광경험을 통해 지역을 인식한다. 나아가 관광객은 관광을 통해 그들의 세상을 평가하고 그 과정에서 자신의 정체성을 정의하게 된다(Squire, 1994). 또한 최근 관광은 전 세계적으로 국가 또는 지역의 비전을 위한 핵심적인 영역이 되고 있으며, 보편적인 지역개발 수단으로써 지역주민의 정체성에 영향을 주고 있다. 세계화에 따라 지역간 경쟁이 격화되면서 관광개발은 타 지역과의 차이를 강조하고 있다. 관광은 지역의 이상적인 역사·자연·전통을 고안하고(Bell, 1977; Milne *et al.*, 1998), 고유한 지역인식을 만들어 내는 강력한 수단이 되고 있는 것이다. 이 연구는 관광의 상징적 영역에 주목하여, 지역인식 또는 지역정체성이 어떻게 창조되고 형성되는가에 대한 문제제기에서 시작되었다.

그 동안 관광지리의 연구 동향은 크게 세 가지로 요약될 수 있다. 첫째 지역에 대한 관광수요를 분석하는 연구, 둘째 관광의 경제적 또는 사회적 영향에 대한 연구, 셋째 관광을 통한 지역개발 방안에 대한 연구이다. 그런데 이들 대부분의 연구는 특정 관광현상을 비판하거나 성공요인을 분석하는데 집중하고 있으며, 관광지의 상징적 영역에 대한 연구는 적은 편이다. 최근에는 산업정책 부문에 편향되어 있는 연구경향에 대해 우려하는 목소리가 제기되고 있으며, 관광을 사회인문적 현상으로 접근할 필요가 있다는 논의도 가속화되고 있다(Davis, 2001; Hall and Page, 2002; Lew, 2001). 한편, 최근에는 관광이 야기하는 사회·문화적 문제와 지속가능한 관광에 대한 관심 속에서, 어떻게 하면 지역의 문화와 공동체에 기반을 두면서, 관광객의 수요에 대응할 수 있는 적절한 관광정책을 고안할 수 있는

가 하는 점에 중점을 둔 논의가 상당히 진행되었다. 이에 많은 선행연구가 지역개발을 위해 '지역성'을 발견하여 포장할 것을 혹은 지역주민의 생활과 관광객의 경험 속에서 '진정성'을 추구할 것을 강조하고 있다.¹⁾ 그런데 실제 현실세계에서 관광지 지역성은 발견되기를 기다리며 존재하는 것도, 중립적이거나 자연스럽게 형성되어 온 것이 아니며, 오히려 고도의 정치적 현상임을 발견할 수 있다. 이는 현재 우리의 상상의 지리가 누구에 의해 어떻게 정의되고, 지역의 의미는 어떤 메커니즘에 의해 변화되는가가 중요한 연구 질문이 되어야 함을 시사한다.

이 연구는 문화관광지의 지역정체성을 사회적으로 구성되는 과정으로 접근하여, 일본사회적 맥락 속에서 일본의 지방도시가 관광을 통해 새롭게 창조되고 사회적으로 그 의미가 형성되는 과정을 고찰함으로써, 지역정체성의 사회적 구성 프로세스를 밝히는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 첫째, 지역정체성에 대한 이론적 연구를 통해 문화관광지의 사회적 구성 과정을 설명할 수 있는 개념적 분석틀을 도출한다. 둘째, 일본 지방도시에 대한 사례연구를 통해 지역이 재해석, 제도화, 재인식되는 과정을 구체적으로 분석한다. 셋째, 지역담론과 행위주체, 사회적 맥락을 검토하여 지역성이 재구성되는 과정에서 작동하고 있는 주된 프로세스를 밝히고자 한다.

2) 연구지역과 연구방법

최근 일본의 지방도시에서는 관광전략이 세계화와 지방분권 담론 속에서 지역의 고유한 특성을 강조하면서 적극적으로 실시되고 있다.²⁾ 관광을 통해 지역다움을 모색하고자 하는 이러한 움직임은 지난 1970년대 또는 1980년대 이후 마치즈쿠리(まちづく?) 움직임 속에서 꾸준히 제기되어 온 것이다. 따라서 일본의 지방도시에 대한 사례연구는 지난 30년간의 장기적인 맥락 속에서 지역성이 사회적으로 구성되는 과정과 그 프로세스를 밝힘에 있어서 유용하다.

본 연구는 일본의 한 지방 도시로서, 최근 일본의 사회변동 속에서 지역담론이 활발하게 대두되고 있으며, 관광전략이 적극 진행되고 있는 홋카이도 오타루시(小

樽市)를 사례로 선정하여, 지역정체성이 사회적으로 구성되는 과정을 면밀히 고찰하였다. 오타루시는 인구 136,645명의 도시로(2009년 1월 현재), 관광객이 7,405,800명(2007년)에 달하는 일본의 대표적인 문화 역사 관광지이다. 오타루는 역사경관인 운하를 지키려는 10년간의 시민운동이 계기가 되어 역사관광지로 전국적인 지명도를 획득하였으며, 이후 역사자산을 활용한 다양한 관광활동이 전개되고 있다는 점에서 주목받고 있다. 현재 오타루는 기간산업의 쇠퇴, 지역경제 침체, 인구감소, 고령화 사회 도래, 지자체 재정적 어려움 등 일본 지방도시의 고민을 마찬가지로 떠안고 있다.

이 연구는 다음과 같은 방법으로 진행되었다. 첫째, 문헌연구를 통해 연구의 기본관점을 설정하고 연구의 개념적 분석틀을 수립하였다. 둘째, 지역담론을 분석하기 위해, 연구지역에서 광범위한 독자층을 지니고 있는 홋카이도 신문(北海道新聞)을 중심으로 1980년 이후 신문기사를 수집하고, 각 주체 명의로 발간된 자료(계획서·보고서·제안서·시민단체 발간지·지자체 홍보지 등)를 분석하였다. 셋째, 주요단체와 인물을 대상으로 한 심층면접조사와 현지조사를 통해 실제 지방도시의 관광담론을 분석하였으며³⁾, 넷째, 관광객을 대상으로 2007년 2월 직접 설문조사를 실시하여(105부), 연구지역을 방문하는 관광객의 관광경험과 지역 인식을 조사하였다.

2. 이론적 검토: 관광지 지역정체성의 사회적 구성

역사적으로 지리학 사상은 많은 변천이 있었고, 이에 따라 지역정체성에 대한 정의와 접근방법도 다각적으로 풍부하게 접근되어 왔다.⁴⁾ 그 중 최근 활발하게 제기되고 있는 공간의 사회적 구성론은 지역성은 자연스럽게 형성되거나 원래부터 존재하고 있는 무언가가 아니라는 점에서 출발한다. 즉, 지역성은 지역에 내재되어 있는 것도 아니고, 물리적 현상을 분석함으로써 설명할 수 있는 것도 아니며, 개인의 장소감으로 환원

될 수 있는 무언가도 아니다. 오히려 지역성은 역사적으로 정치적·경제적·사회적 관계에 의해 형성되어 온 것이다. Macleod(1998)은 그동안의 지리학이 지역을 인간활동이 펼쳐지는 얼어붙은 무대에 불과한 것으로 묘사하였다고 비판하며, 지역은 선형적으로 주어진 것도 사회과정을 위한 단순한 용기도 아니라고 논하고 있으며, Paasi(1991)는 지역을 과정으로 인식해야 한다고 주장하며, 어떤 영토단위가 사회 공간구조의 일부로 출현하고, 다양한 사회활동과 사회의식의 영역에서 수립되고 식별되는 사회공간적 과정을 지역의 제도화라는 개념으로 제안하고 있다.⁵⁾

공간의 사회적 구성론의 관점에서 관광지의 지역정체성의 특징을 고찰하면 다음과 같이 정리된다. 첫째, 지역정체성은 차이로 구성되며, 이는 배제와 포섭의 논리로 만들어진다. 특히 관광에서 차이는 핵심적인 요소가 되는데, 장소가 차별성을 획득하기 위해서는 가야하고 보아야 하는 장소로서 상징적인 지위가 필수 조건이기 때문이다(Kearns and Philo, 1993). 지역의 가정된 '차이'는 관광산업 속에서 상품으로 변환된다. 이러한 차이는 우리와 타자에 대한 이중적 사고로 정체성을 구성하게 되는데, 관광은 차별적인 기호를 전유하기 위한 상징적 투쟁의 장이 된다(Hannam, 2002). 이는 관광지에 부여된 차이가 무엇을 포섭하고 무엇을 배제하고 있는가, 또는 누구에 의해 어떻게 형성되고 변화하는가에 대한 문제의 중요성을 시사한다.

둘째, 지역정체성에서 이러한 차이는 정치적, 경제적, 문화적, 행정적 '담론과 실천' 속에서 창조된다. 담론의 중요성에 대해서는 많은 학자들이 지적하고 있는데(Stokowski, 2002, 373), 이러한 담론은 사회적 실천으로 구성되는 동시에 사회적 실재와 물리적 환경을 정치의 힘으로 구성하고 변화시킨다(Saarinen, 2004). Paasi(2001)는 유럽에 대한 지역정체성 재구축 과정이 처음에는 명명하기, 전략적 정의, 정치가나 외교 정책 전문가의 선언 속에서 존재하다가, 점차 지도와 텍스트의 재현물, 사회적 제도와 실천담론으로 변화되어 가고 있음을 설명하며 담론과 실천의 중요성을 역설하고 있다. 결과적으로 관광지의 창조과정을 고찰하기 위해서는 어떠한 행위주체(actor)에 의해 어떠한 담론과 실천이 제기되고 있는가를 면밀히 고찰할 필요가

있다.

셋째, 지역정체성은 진정성(authenticity), 또는 정통성(legitimacy)을 지닌다. 지역에 대한 모든 이야기가 지역정체성으로 받아들여지는 것은 아닌데, 지역정체성으로 수용되기 위해서는 지역 내부와 외부에서 '진정한' 것으로 혹은 '정통성' 있는 것으로 여겨져야 한다. 장소의 의미는 개인에 따라 각각 다르다. 그러나 개인이 지니는 의미는 문화순환 과정을 통해서 공유되며(Hall, 1997, 3), 혹은 사회화된다(Relph, 1986).⁶⁾ 이는 관광경험이 진짜인가 아닌가라는 논의에서 벗어나,⁷⁾ 지역에 부여된 차이가 담론과 실천 속에서 '진정한' 것으로 구성되는 '과정'에 대한 접근이 필요함을 보여준다.

넷째, 지역정체성은 공동체(집단)와 지역(장소)의 정체성으로 구성된다. 공동체와 장소 사이의 관계는 사실 매우 밀접해서 공동체가 장소의 정체성을, 장소가 공동체의 정체성을 강화시킨다. 이러한 공동체와 지역의 관계는 '사회적 공간화(social spatialization)'와 '공간적 사회화(spatial socialization)'의 변증법으로 정의된다(Saarinen, 2004). '사회적 공간화'라는 개념은 Shields(1991)가 제안한 것으로, 문화적 담론과 제도적 실천에 의해서 지역이 구성되는 사회적 과정을 개념화한 용어이다. Paasi(1996)는 이에 더해 공간적 사회화라는 사고 역시 중요하다고 강조하고 있는데, '공간적 사회화'란 개인적 행위자와 집단이 영토적으로 경계 지워진 특정한 공간적 실체의 구성원으로 사회화되는 과정, 그들이 영토적 정체성과 공유된 전통을 내면화하는 과정이다. 이 두 개념은 관광지의 사회적 구성에서 공동체(지역주민, 관광객 집단)와 지역의 역동적 차원에서 고찰하는 유용한 관점을 제공하고 있다.

요약하면, 관광지(지역)의 정체성은 포섭과 배제의 차이로 구성되며, 담론과 실천 속에서 창조되고, 기대 구조(정통성) 속에서 확립되어, 공동체의 정체성으로 내면화된다고 할 수 있다. 이상의 논의에 기반하여, 이 연구는 관광지의 사회적 구성 과정을 개념적으로 '재해석 단계', '제도화 단계', '재인식 단계'로 구분하여 고찰하고자 한다. 재해석 단계는 지역에 차이를 부여하는 단계이며, 제도화 단계는 담론과 실천에 의해 차이가 가시화되고 제도적으로 정착되는 단계이다. 재인

식 단계는 지역 내외의 사회공간적 인식 속에서 가정된 차이가 지역의 정체성으로 진정성을 획득하는 혹은 내면화되는 단계라 할 수 있다. 다음 장에서는 이러한 개념적 틀에 의거하여 연구지역이 관광지로 창조되는 과정을 고찰해본다.

3. 운하보존운동과 지역자산의 '재해석'

1) 지역자산의 형성과 쇠퇴: 운하와 창고

오타루는 1869년 홋카이도 개척사(開拓使)가 삿포로에 설치된 이후, 삿포로에 가깝다는 지리적 이점으로 인해 홋카이도의 현관으로 물류유통의 중심지이자 금융경제도시로 성장하였다. 특히 1880년 소라키(空知) 지방의 석탄을 수송하기 위해 철도가 개통 되었는데, 이는 홋카이도에서는 첫 번째, 전국에서 세 번째로 개통된 것이었다. 오타루는 1889년 국제무역항으로 지정되었고, 사할린 항로와 유럽항로가 개설되어, 당시 오타루는 고베에 이은 제3위의 무역항이라 불리었다고 한다(藤本, 1985). 오타루 운하는 1923년 항만시설의 일부로 완성된 것으로, 완성 이후 부근에 석조창고가 즐비하게 들어서게 되었으며, 거룻배를 이용한 하역작업으로 당시에는 상당히 붐비었다고 한다. 또한, 오타루에는 일본은행(日本銀行), 미츠이은행(三井銀行), 다이이치은행(第一銀行), 홋카이도척식은행(北海道拓殖銀行)을 비롯하여 다수의 은행이 입지하고 있었으며, '북의 월가'라 불리었다고 한다(橋本, 1990).

그러나 2차 대전 이후, 홋카이도 내륙에 철도가 발달함에 따라 물류 유통경로가 태평양쪽으로 이전하게 되면서, 물류 거점 기능은 토마코마이(苫小牧) 등으로 옮겨졌으며, 삿포로의 중추기능이 강화되면서, 은행 등 도시기능도 삿포로로 이전되면서, 지역경제는 쇠퇴하게 된다. 한편 운하를 이용한 거룻배 하역도 오타루항의 부두 정비, 선박 대형화, 기계화 등으로 인해 사라지게 되었다. 1924년 운하를 오르내리던 거룻배는 383척이나 되었다고 하나, 1970년대 초반에는 이미 거룻배가 완전히 자취를 감추게 되었다(小樽市, 2006b).

항만시설로서의 운하의 용도는 끝이 났으며, 하천을 통해 도시배수가 유입되어 침전물이 쌓이면서 운하는 악취를 풍기게 되었다. 오타루 운하는 한때 삿포로를 능가하여 번영하였다는 지역 자부심을 상징하는 동시에 도시의 쇠퇴를 더욱 실감케 하는 장소가 되었다.

한편, 지역에서는 지역경제의 쇠퇴 분위기를 극복하고자 1960년대 운하를 매립하여 6차선 항만도로를 건설하는 계획이 수립되었다. 운하는 공유수면이었기 때문에 도로건설비가 저렴하다는 이유에서 부지로 선정되었으며, 당초 지역 내에서는 도로가 만들어지고 건설되면 경제파급효과가 발생할 것이라는 기대에서 긍정적으로 바라보는 시선이 많았다(篠崎, 1989; 本間, 1985) 그러나 도로건설과정에서 상당히 많은 석조창고가 철거되었는데, 특히 1972년 운하부근의 아리호로(有幌) 지구에 있는 구 오타루신문사, 구 테미야(手宮) 철도 역사 등 메이지기 건설된 건물이 이전되고 석조창고가 철거되면서, 10년간의 운하보존운동이 시작된다.

2) 운하보존운동의 전개

운하보존운동은 1973년 보존단체가 만들어진 후, 10년간 지속되었는데, 그 과정은 크게 두 단계로 나누어 살펴볼 수 있다. 첫 번째는 운하보존운동 확산단계로 다양한 보존단체가 만들어지고 시민의 공감대가 형성됨에 따라 운하 전면매립 계획의 수정이라는 성과가 도출된 단계이다(1973-1981). 1973년 「오타루 운하를 지키는 모임」(이하 지키는 모임)이 지역 내 문화인을 중심으로 결성되었는데, 이 단체는 행정당국에 진정하고, 심포지엄과 연구회를 개최하며 시민들에게 운하보존운동을 호소하면서 보존운동을 펼쳤다. 특히 이 단체는 운하와 석조창고는 시민 공유의 문화유산이므로 보존되어야 한다고 주장하며, 이를 위해 임항선의 대안을 제시하고 운하공원을 만드는 계획을 제시하였는데, 이는 향후 10년간의 보존운동의 핵심 주장이 되었다. 한편, 지역 내에서는 청년회의소의 일부 젊은이들을 중심으로 「오타루 꿈의 거리 만들기 실행위원회」(이하 꿈의 거리)가 설립되었다. 이 단체는 1978년부터 운하와 석조창고를 무대로 하는 '포트 페스티벌'을 1994

년까지 매년 여름 개최하였으며, 운하정화운동을 실시하였고(小田, 1982), 운하 및 석조건물 답사 이벤트를 행사하는 등(夏堀, 1980) 적극적으로 보존운동을 실천하였다.

한편, 오타루 운하 보존운동은 전국 각지의 마치즈쿠리(まちづくり) 운동과 연계되어 지역을 넘어서 전국적으로 확산되었다. 전국 단위 시민 단체인 「전국 마치나미 보존 연맹(全国町並み保存連盟)」의 적극적인 협력이 더불어, 삿포로(札幌), 아사히카와(旭川), 도쿄에서도 오타루 운하보존을 요구하는 모임이 설립된 것이다.

이처럼 운하보존을 요구하는 목소리가 지역 내에서 공감대를 얻고, 전국적으로 확산되자, 시 당국은 운하 전면매립 계획을 운하 일부 매립으로 수정하게 되었다. 1979년 계획 수정안은 운하를 오타루의 역사적 유산으로 평가하면서, 운하를 일부 남겨서 운하공원을 만들고, 일부 매립하여 6차선 도로를 건설하는 방안을 제안하고 있다. 그러나 운하보존단체들은 이 수정안이 궁극적으로는 기존 6차선 도로를 그대로 건설하기 위한 구실에 불과하며, '본질은 경관 파괴'(大和田, 1986)라고 비판하며 적극 반대하였고, 운하보존운동은 새로운 양상으로 전개되었다.

두 번째 단계는 갈등심화단계로 운하보존을 놓고 다양한 갈등이 격화되면서 결과적으로 운하가 절반 매립된 시기이다(1981-1984). 계획 수정안 이후 「지키는 모임」은 시민 15,000명의 서명을 진정서와 함께 제출하고, 「꿈의 거리」와 함께 약 50,000명의 서명을 제출하며 운하조례를 만들기 위한 주민직접청구를 신청하였다. 1980년에는 '제3회 전국 마치나미(町並み) 세미나'를 오타루에서 개최하여 전국 30여 단체의 약 400명이 모여 오타루 운하 보존에 대해 논의하는 장이 마련되었다.

한편, 1983년 그동안 운하 매립을 계속 주장해왔던 상공회의소 회장이 대기업 자본 유치를 위해 운하 보존으로 입장을 전환하였는데, 이를 계기로 보존단체는 백인위원회라는 새로운 조직으로 개편하여 10만 명 서명운동을 실시하였고 3개월 만에 98,000명의 서명을 모았다.

그러나 이러한 움직임에도 운하매립공사는 예정대

로 진행되었고, 백인위원회 내부에서는 시장 퇴진을 주장하는 움직임이 대두되었다. 운하문제가 정치적으로 심각해지자, 당시 훗카이도 지사가 중개 역할을 자처하고 나섰으나, 3회에 걸친 5자 회담은 성과 없이 끝났고, 시 당국의 주장대로 운하는 절반이 매립되는 것으로 결정되었으며, 백인위원회는 해산되었다.

3) 행위주체 간 갈등 관계

운하보존운동이 진행되는 과정에서 나타난 갈등은 크게 네 가지 양상으로 전개되었다. 첫째, 가장 심각하게 부각되었던 것이 행정과 시민단체의 갈등이다. 운하보존운동은 지자체와 상공회의소로 구성된 성장연합과 시민단체가 대립하는 양상으로 전개되었는데, 특히 보존운동 초기 지자체의 압력이 상당했다고 한다.⁸⁾ 한편, 보존운동 후반부에는 1983년 백인위원회가 제출한 서명을 시 당국이 무시하면서, 시민단체와 행정의 갈등은 더욱 악화되었고, 시민단체 내부에서는 시장 퇴진을 주장하는 움직임까지 나타나게 되었다.

둘째, 운하보존운동 후반기에는 지역 성장연합 내부에서 운하보존의 경제적 평가에 대한 의견이 대립되면서 갈등이 나타났다. 당시 상공회의소 회장은 외부 자본의 투자를 유치하고자 당시 전국 각지의 재개발에 관여하고 있던 대기업인 세이부(西武) 유통그룹과 접촉하고 있었다. 그러나 세이부 유통그룹은 운하지구를 관광상업지구로 재개발하기 위해서는 운하의 전면 보전이 필요하다고 판단, 이를 조건으로 내걸었다. 결과적으로 도로건설을 일관되게 주장해왔던 지역경제계는 운하보존으로 의견을 바꾼 상공회의소 회장과 이에 대립하는 도로건설파로 양분되어 대립하였다. 한편, 대기업 대표의 운하보존 주장은 운하보존이 도로건설만큼 경제적으로도 유효하다는 주장을 뒷받침하는 근거가 되었다.

셋째, 보존단체 내부에서는 협력과 갈등이 나타났다. 운하보존운동은 특히 전국단위 시민단체인 「전국마치나미 보전연맹」과 협력함으로써 확산되었다고 할 수 있다. 당시 운하보존운동가들의 이야기에 따르면, 전국단체와 협력하면서, 운하보존운동을 10년간 지속할 수 있는 힘을 얻었으며, 지역 내부의 운하 재인식에

는 지역외부의 학자와 매스컴의 힘이 컸다고 한다.⁹⁾ 그런데 운동에 참여하는 사람이 많아지면서 외부인과 지역주민 간 주도권을 둘러싼 갈등이 표면화되기 시작하였다. 한편, 보존단체 내부의 갈등은 시장 퇴진 움직임에 대한 견해 차이로 심각해졌다. 시장 해임에는 신중한 태도를 보였던 「지키는 모임」과 백인위원회에서 발족한 「시장 해임 준비위원회」의 갈등은 시장퇴진운동으로 5자회담이 결렬되었다는 비난, 10만 명 서명운동 당시 시장퇴진을 늦춤으로써 결정적인 기회를 놓쳤다는 비난 등 상호갈등이 높아졌고(大和田, 1987, 1988), 결국 1984년 운하 일부 매립이 결정됨에 따라 백인위원회는 해산하였다.

오타루 운하보존운동은 시민단체가 요구했던 운하의 전면적인 보존이 결과적으로 이루어지지 않았다는 점에서, 엄밀히 이야기하면 운동의 목적이 달성된 것은 아니었다. 또한 그 과정에서 각 행위주체 간 갈등이 극단적으로 전개됨에 따라 지역을 양분시키는 역효과도 나타났다. 그럼에도 불구하고 오타루 운하보존운동은 긍정적으로 평가된다. 첫째, 실질적으로 대안을 제기한 선진적인 시민운동이었다는 점(小樽觀光大学校, 2006), 둘째, 지역주민이 오타루의 역사와 삶의 방식을 깨닫게 되는, 시민의식을 변화시킨 운동이었다는 점, 셋째, 지역개발 전략에서 운하와 관광이 핵심으로 등장하게 되는 계기가 되었다는 점 때문이다.

4) 시대적 전환과 사회적 실천

운하보존운동이 이러한 성과를 이끌어낸 배경으로는 당시 시대적 전환이 언급되어야 할 것이다. 1970-80년대 일본 사회는 커다란 전환기를 맞이하고 있었다. 고도경제성장기 동안 은폐되었던 사회문제가 대두되면서, 경제성장 과정에서 잃어버린 것을 되돌아 봐야 한다는 사회적 분위기가 형성되었고, 사회적 가치관이 경제적 풍요로움에서 삶의 질 향상으로 전환되었으며(安井, 2000), 관광부문에서는 고향관광, 노스텔지어 관광이 중요하게 부각되었다(조아라, 2008). 이러한 시대적 전환에 따라 당시 전국 각지에서 역사경관 보존운동이 활발하게 진행되었다.¹⁰⁾ 오타루 운하보존운동은 그 대표적인 사례라 할 수 있는데, 1979년 아사

히신문에서 당시 여가개발센터 이사장이 “오타루 문제가 새로운 시대를 향해 지역사회가 어떻게 하면 좋은 가라는 커다란 문제를 제기하고 있다. …문화란 산업과 대립하는 것이 아닌 오히려 산업과 경제를 포함하는 개념이다”고 주장하며, 역사적 투자에 적극 대처할 것을 권유하고 있다(朝日新聞, 1979. 9. 4). 이러한 시대적 전환 속에서 운하보존운동은 1978년 설립된 전국단체 「전국 마치나미 보존연맹」의 협력 속에서 함께 성장할 수 있었던 것이다.

한편, 시대적 전환과 더불어 운하보존운동에 참가한 시민들의 신념과 사회적 실천도 간과되어서는 안 될 것이다. 지역 내외의 다양한 보존단체는 심포지엄과 연구회, 페스티벌, 역사거리 걷기 이벤트에서부터 진정서 제출과 서명운동 등 적극적으로 활동하였고, 그 결과 시 당국과 지역주민의 태도에 변화를 가져올 수 있었다. 이들에게 운하문제는 ‘지역에서 살아가는 마치즈쿠리(まちづくり) 철학’에 대한 문제였다. 지역에서 과거와 미래를 연결하는 문제이자, 향후 어떻게 풍요롭게 살아가야 하는가에 대한 문제였으며, 젊은이들은 사회에 대한 순수한 열정으로 이 문제를 대면하고자 하였다.

“... 1978년 운하를 무대로 음악제를 하는 모임이 있다고 듣고 참가했어요. ...선인이 남겨진 문화가 오타루에 남아있다는 것을 깨닫게 되었지요. 점차 운하문제에 임하면서, 자신의 생활·문화 환경을 어떻게 소중히 해야 하는가, 서로 어떻게 풍요롭게 살아갈 것인가 하는 문제로 시선을 변화시켜 나가게 되었어요.” (『꿈의 거리』회원, 中一夫, 필자 인터뷰)

“... 과거와 현재, 미래의 사람들이 모인 곳이 마치(まち)라는 곳이야. 과거 사람들을 일을 백지로 해서는 안돼. 미래세대로 연결해야지. 운동이란 마음의 문제야. 왜 남기는지, 어떤 의미가 있는지 진지하게 생각해봐야지. 운하보존운동은 지역에 사는 사람들의 살아가는 방식이라고 생각해.” (『지키는 모임』회장 峰山富美, 필자 인터뷰)

결과적으로, 10년간의 운하보존운동을 통해서 운하

와 석조창고, 근대 건축물 등 지역의 자산은 역사자산으로 재평가되고, 오타루는 역사도시로 재인식되었다. 역사자산을 고향의 가치로 재평가하는 일본사회의 가치관 전환과 그 신념을 실현시키고자 하는 운하보존운동가들의 노력이 지역자산의 재해석을 이끌어냈다 할 수 있다.

4. 문화관광지로의 ‘제도화’: 역사경관 보존과 문화산업 성장

운하보존운동 이후 오타루 운하는 전국적인 인지도를 획득하게 되었고, 지역주민 뿐 아니라 지자체의 태도도 운하의 보존과 활용으로 크게 전환되었다고 평가된다. 운하보존운동이 일단락된 이후에는, 운하경관의 정비, 역사적 건축 보존, 경관조례 제정, 구 테미야선 보존 등 역사경관의 보존과 활용, 유리공예와 오르골 산업 집적, 오타루 장인의 모임 결성 등 문화관광산업의 성장, 겨울철 ‘유키 아카리노 미치(雪あかりの路)’ 이벤트 개최 등이 이루어졌고, 오타루는 문화관광지로 급부상 되었다.

1) 역사경관의 보존과 활용

역사경관의 보존과 활용 움직임은 크게 세 가지로 나누어 살펴볼 수 있다. 첫째, 운하경관의 정비이다. 1984년 임항선 도로의 건설과 함께 운하경관의 정비가 이루어졌다. 매립되지 않은 구간에 산책로와 가스등이 조성되었고, 삼지 갤러리(4개소)와 공중화장실이 설치되고, 동상이 세워졌으며, 운하정화 사업이 실시되고, 북부 운하의 본래 모습이 남아 있는 구간에 운하공원이 조성되었다. 한편, 석조창고가 늘어선 운하주변지구는 특별경관형성지구로 지정되었고, 석조창고는 레스토랑과 향토맥주 전문점 등 관광시설로 탈바꿈되었다.

둘째, 경관조례가 제정되고 역사적 건축물 보존을 위한 제도가 마련되었다. 오타루에는 석조창고뿐 아니라, 구 일본은행 오타루지점, 구 일본유선 등 타이쇼

(大正) 시대의 근대적 가치가 있는 역사적 건물이 다수 남아있었다. 그러나 1960년대 이후 금융관계 건물이 다수 모여 있던 이로나이(色内) 거리를 중심으로 이들 건축물의 상당부분이 사라지고, 유희지, 주차장, 중고차 전시장 등으로 공지화되는 경향이 나타났다(표 1). 역사경관에 대한 관심이 고조되면서, 운하보존운동의 막바지였던 1983년 시는 역사적 건물 및 경관지구 보존 조례를 제정하였고, 이에 따라 역사적 건축물 선정(1985년)¹¹⁾, 경관지구 지정(1986년), 경관 가이드 플랜 책정(1988년), 도시 경관상 제정(1989년) 등 다양한 경관행정이 실행되었다. 1992년에는 맨션건설로 조망경관이 저해되는 것을 반대하는 시민운동, 재개발 지구에서 경관유도의 필요성, 주민참가 제도¹²⁾ 등의 필요성이 제기됨에 따라, '오타루의 역사와 자연을 살린 마치즈쿠리 경관조례'가 새롭게 제정되었다. 다만 이러한 경관조례는 소유자와 사용자의 동의가 있어야만 하고, 경관형성을 유도할 수는 있어도 강제력은 없기 때문에 상황에 따라 역사적 건축물이 철거될 수밖에 없는 한계를 지니고 있다.

셋째, 역사경관 보존에 대한 의식이 고양되면서, 구 테미야선이 지역의 역사자산으로 재평가되고, 보존 및 활용되고 있다. 보존하여 활용하려는 움직임이 제기되었다. 1880년 만들어진 테미야선은 호로나이(幌内) 탄광에서 오타루 항구로 석탄을 운반하는 수단이었었는데, 1985년 11월 화물영업이 폐지됨에 따라 폐선되었다. 그 당시 지역 내에서는 테미야선의 보존과 활용을 요구하는 움직임이 대두되었는데, 이에 1987년 국철 민영화 당시, 테미야선은 연속적으로 다시 이용하는 것이 바람직하다는 이유로 국철청산사업단으로 이행되지 않고 JR 홋카이도로 넘겨지게 되었다(石本, 2001). 1996년 오타루 교통기념관 개관이 가까워지면서 구 테미야선의 활용 문제는 광범위한 주목을 모으게 되었다. 지역 내 6개 시민단체가 모인 「오타루 마치즈쿠리 협의회」가 구성되었고, 심포지엄과 세미나가 개최되면서 구 테미야선 활용을 위한 시민운동이 시작되었다. 특히 1990년대 이후 일본은 국가적으로 근대화 유산의 문화재 지정 움직임이 대두되었는데, 이러한 배경에 힘입어 구 테미야선은 손쉽게 근대유산으로 인정받을 수 있었다. 결과적으로 시는 절반의 부지를 JR 홋카이

도에게서 매입하여 산책로를 조성하기에 이르렀다.

넷째, 역사경관을 배경으로 하는 겨울 이벤트가 창조되었다. 1999년 고안된 겨울 이벤트 '유키 아카리노미치'는 운하와 구 테미야선을 중심으로 오타루 전체를 눈과 양초로 장식하여 낭만적인 분위기를 연출하는 이벤트이다. 1995년 관광유치촉진협의회가 고안한 것인데, 점차 지역 내에서도 이벤트에 참가하는 움직임이 확산되었다. 2006년에는 정내회(町内会)와 학교단위의 참가로 20개 이상의 이벤트 화장이 운영되었는데(北海道新聞, 2006. 2. 10), 당시 이벤트에서 사용된 양초도 15만개에 달했다고 한다. 첫해에는 방문객을 끌기 위해 세계적으로 유명한 '삿포로 눈 축제' 기간 중에 개최하였으나, 많은 관광객이 방문하고 지명도가 높아지면서 삿포로 눈 축제가 종료되는 시기로 개최시기가 이전되었으며, 삿포로와 달리 고요하고 낭만적인 오타루 고유의 감성을 담은 이벤트로 차별화되고 있다.

2) 문화산업의 집적과 전통산업의 성장

1986년 오타루 운하 정비가 완료된 이후 역사적 건축물에 관광·문화시설이 급속히 들어서기 시작하였다. 오타루시 관광시설은 1987년 8개소에서 1993년 74개소로 급속히 증가하였는데(小樽市, 1994, 42), 특히 유리공예와 오르골 전문점들이 속속 입지하면서, 오타루는 유리의 거리로 명성을 굳히게 된다. 특히 유리공예산업은 운하 남측 사카야마치(堺町)에 집적되어 있는데, 가장 유명한 기업이 '키타이치가라스(北一ガラス)'로, 2005년 현재 490명의 직원과 대상으로 35억 7천만 엔을 올리고 있다.¹³⁾ 2007년 현재 오타루에는 20개의 유리공예점과 3개의 오르골 전문점, 8개의 공예점이 사카야마치와 이로나이 지역을 중심으로 집적되어 있다(오타루시 홈페이지, 2007. 1). 한편, 유리공예점을 중심으로 초밥전문점과 호텔 등도 증가하였는데, 이들 산업은 석조창고와 근대 건축물 등 오래된 건물을 상업적으로 재이용함으로써, 역사적이고 낭만적인 지역분위기를 자아내고 있다.

그런데, 유리공예와 오르골 등 새롭게 집적한 문화산업은 전통적인 자연산업이 아니었다. 그래서 관광객

표 1. 역사적 건축물 용도 변화

(단위: 개)

| | 창고공장 | 사무소 | 소매점포 | 음식점 | 미술관등 | 주차장·빈터 (도로·도보) | 기타 | 계 |
|------|------|-----|------|-----|------|-------------------|----|----|
| 1986 | 39 | 39 | 1 | 2 | 1 | 2 | 5 | 89 |
| 1995 | 3 | 9 | 23 | 14 | 8 | 28(6) | 4 | 89 |

출처: 明田孝一, 小樽における景観の変容に関する研究: 運河周辺地区をめぐって, 北海道大学大学院, 修士論文; 小樽再生フォーラム (1995)에서 재인용

은 오타루를 ‘유리의 마을’로 인정하고 있으나, 지역 내부에서는 유리공업산업을 자연산업으로 인정하지 않았다(二村, 2002). 이는 물산협회에서 개최하는 전시회에서 오타루의 물건으로 유리제품이 등장하는데 상당히 많은 반발이 있었다는 점에서도 드러난다. 이에 최근 유리공업산업 내부에서는 오타루 브랜드 만들기 등 자연산업으로 뿌리내리기 위한 시도가 진행되고 있다.¹⁴⁾

한편, 전통산업 내부에서는 1992년 「오타루 장인의 모임」이 결성되었는데, 이 모임은 오타루의 역사적 배경과 장인정신을 계승하고, 전통산업이 직면한 어려움을 함께 극복하며, 자연산업의 육성과 진흥을 꾀하는 것을 목적으로 내걸었다. 이 모임의 주요 활동은 전시회 개최 및 전국장인학회 설립(藤本, 2004), NPO법인 대학 설립(富沢, 2001), 체험 프로그램 운영 등으로 요약되는데, 이러한 다양한 활동을 통해 전통산업의 판로 확대를 꾀하고 지역 내외의 전통공업 종사자들과 네트워크를 구축을 모색하고 있다. 현재 이 모임에는 염색, 일본 전통의상 제작, 표구, 죽세공, 금박, 불꽃놀

이, 주물 등 81업종의 86명의 전통산업 종사자가 참가하고 있다.

3) 행위주체 간 갈등 관계

오타루가 문화관광지로 제도화되는 과정에서 나타나는 갈등은 그 성격에 따라 역사자산의 보존·활용을 둘러싼 갈등과 도시적 개발을 둘러싼 갈등으로 크게 분석할 수 있다.

역사자산 보존과 활용을 둘러싸고 가장 먼저 나타난 갈등은 운하주변 석조창고 재개발 문제였다. 운하의 정비와 함께 주변부의 석조창고의 일체적인 재개발을 도모하기 위해 지자체와 상공회의소, 창고협회를 중심으로 「석조창고 재개발 준비실」이 꾸려졌다. 본래 이 모임의 구성원들은 운하보존운동 당시 항만시설의 정비를 위해 운하매립을 주장하던 사람들이었다. 그러나 운하가 남겨지면서 관광객이 증가하자, 이들이 관광개발을 주도하게 되었고, 결과적으로 도로건설을 주장하던 사람이 관광으로 인해 가장 많은 혜택을 받는 집단



사진 1. 정비된 오타루 운하 전경

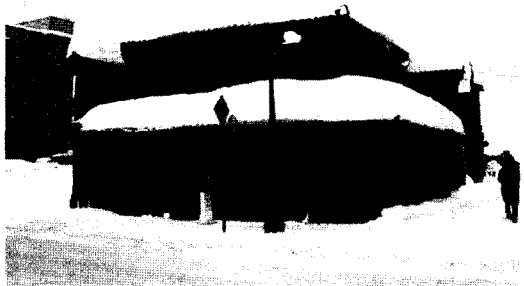


사진 2. 역사적 건물을 이용한 유리공업점

이 된 것이다.

석조창고 재개발 준비실은 처음에는 세존 그룹의 주도 하에서 일체적인 재개발을 계획하고 있었다(北海道新聞, 1989. 1. 4). 그러나 재개발 비용과 토지 소유자의 권리 조정, 임대료 협의 문제 등으로 갈등이 제기되어 일체적인 재개발은 무산되었고, 창고업자의 개별 선택에 따라 운영되게 되었다. 결과적으로 석조창고를 남길 것인가 하는 문제는 소유자 개인에 의해 결정되게 된 것이다. 이에 “창고 소유자들이 개별적으로 마음대로 개발하면 경관과 운하 주변의 분위기가 손상된다”는 우려가 제기되었고(北海道新聞, 1994. 3. 26, 10. 14일자), 기업의 경제적 이해관계로 무산된 창고 재개발에 대해 “약 10년에 걸쳐 이윤추구 없이, 무보수로 대처해 온 시민운동은 도대체 무엇이었는데?”라는 비판이 제기되었다(碓井, 1994). 또한 지역주민이 관광 개발 과정에 무관심하게 거리를 두는 경향이 나타나기도 하였다(石本, 2001).

이후에는 역사적 건축물의 보존과 재건축을 둘러싼 갈등도 제기되었다. 오타루 관광은 역사문화관광이었기 때문에 지역 내 역사자산의 보존이 관광의 전제가 된다. 그러나 역사적 건축물을 보존하기 위해서는 상당한 금액의 수리·보수비용이 들었다. 이에 건축물 보존을 요구하는 지자체와 시민단체와 경제적 문제로 어려움을 호소하는 소유자간의 갈등이 나타나게 된다. 특히 지역 내 기업이 철수하면서 남겨진 역사적 건물의 재개발 문제에서 이러한 갈등이 더욱 크게 나타났다. 일례로 일본은행 오타루 지점의 철수 시, 역사적 건물의 보존을 요구하는 여론이 높아졌고, 결과적으로 남겨진 건물은 금융자료관으로 탈바꿈되었다. 그러나 달리 매수하는 사람이 나타나지 않으면 철거될 수밖에 없었다.

한편, 도시적 개발에 대한 갈등은 크게 두 가지 사건으로 표출되고 있다. 첫 번째는 맨션건립 등 재개발을 둘러싼 경관 파괴에 대한 갈등으로, 이는 1990년대 초반과 2000년대 두 차례에 걸쳐 부각되었다. 1990년대 초반에는 관광 붐으로 인한 지가 급등이 일본의 저품 경제와 맞물리면서 맨션개발이 활발히 진행되었다. 이는 역사마을의 분위기가 사라진다는 위기감을 자아냈고, 그 결과 경관조례가 전망경관 등을 포함하는 것으로

수정되었다. 그런데, 2000년대 들어서 운하 주변부 이면서도 ‘특별경관형성지구’로 지정되지 않은 구역에서 역사적 건축물의 철거와 함께 맨션 건립이 진행되기 시작하였다. 역사적 건축물이 늘어선 이로나이(色内) 지구에 지상 15층 맨션이 등장하였으며, 석조창고군 뒤편으로도 13층 높이의 맨션이 건설되기 시작한다. 이에 지역 내에서는 「오타루 재생 포럼」이라는 시민단체가 중심이 되어 맨션 건설 계획의 수정을 요구하는 집회와 심포지엄을 개최하였으며⁵⁾, 지자체도 뒤늦게 ‘특별경관형성지구’를 확대하는 등 대응을 시도하고 있다. 그러나 한편에서는 맨션 건설의 필요성이 제시되고 있는데, “관광뿐 아니라 생활도 중요하며, 시내 거주를 촉진시킴으로써 중심시까지 활성화 효과가 나타난다”는 주장과 “(관광객을 위해) 운하를 정비하면서, 일상생활을 위한 정비는 왜 하지 않느냐”는 불만도 제기되고 있어 여전히 갈등의 여지를 남기고 있다(二村, 2002).

두 번째 사건은 도시적 발전을 지향하는 대규모 개발의 시도로 나타났다. 1999년 오타루에서는 ‘마이칼 오타루(マイカル小樽)’의 개발문제가 커다란 이슈가 되었다. 이 사업은 1993년 계획된 ‘오타루 칫코역(築港駅) 주변지구 정비계획’에서 제시된 것으로, 구 국철 화물터미널에 건설성의 「고향 얼굴 만들기 사업」을 이용하여 대대적인 토지구획 정리사업을 실시하고, 마이칼(マイカル) 그룹이 중심이 되어 테마파크형 쇼핑센터를 건설함으로써 추진되었다(篠田, 2000). 당초 계획에서는 주택 건설도 함께 계획되어 정주민구 5,000명, 취업인구 3,000명, 관광인구 연간 9,000명을 예상하고 있었다(迫, 1999). 마이칼 오타루가 건립된 배경에는 도쿄나 삿포로 등 대도시와 같은 쇼핑센터가 오타루에 들어서게 된다는 도시적 개발에 대한 기대감이 자리 잡고 있었다. 이는 오타루가 비록 보존운동 이후 역사관광도시로 지역개발의 방향을 전환하였음에도 불구하고, 역사와 관광보다는 대도시 지향적인 지역개발에 대한 기대 또한 적지 않았음을 보여주는 것이다. 당시 논쟁도 대도시적 지역개발에 대한 비판보다는 대규모 쇼핑시설의 건설로 중심시까지 쇠퇴가 가속화될 것이라는 점에 초점을 두고 있었다(柳田 등, 2001). 결과적으로 마이칼 오타루는 완성 이후 매상이 예상보다 저

조하였고, 모기업이 파산하면서 규모도 축소되어 당초 목표와는 달리 경제효과가 미비한 것으로 밝혀졌으며, 때늦은 거품이라는 비판 속에서 많은 비용을 투자한 지자체의 재정적 어려움을 가중시키는 한 요인이 되었다(安藤, 2001).

4) 문화관광지화의 경제적 효과

문화관광지화를 둘러싼 크고 작은 갈등 속에서 오타루가 문화관광지로 자리 잡게 된 가장 큰 원동력은 관광의 경제적 효과 또는 기대감에서 찾을 수 있다. 운하 정비 직후인 1985년도 관광객은 약 50만 명에 불과했다. 그러나 2006년 현재 오타루를 방문하는 관광객은 7,696,500명으로 집계되고 있어 비약적으로 증가하였음을 알 수 있다. 한편 관광객의 급증과 더불어 경제적 효과 또한 탁월하게 나타나고 있다. 오타루시의 추계에 따르면, 관광객의 연간소비액은 1,319억 엔에 달하며, 그 파급효과로 시내에서 발생한 총 매상고는 2,668억 엔에 달하여 오타루 시내 경제 산출액의 31.2%를 점하고 있으며, 관광경제파급효과에 따른 고용효과는 18,499명으로 시 전체 고용효과의 30.4%를 차지하고 있다고 조사되었다(小樽市, 2006a). 이보다 앞서 1987년 일본은행 오타루 지점이 실시한 조사에서는 외부기업에서 신규 참가한 기업도 다수 조사되어 관광산업으로 인한 기업유치효과 또한 탁월하다고 평가되었다(小樽市, 2004). 2003년 실시된 「관광경제사업조사」에서도 「관광객이 증가하여 매상이 증가되었다」는 사업체 비율이 관광관련 사업소에서 33.3%, 일반사업소에서도 18.9%로 나타나, 관광산업이 지역경제에 광범위한 영향을 미치고 있는 것으로 조사되었다(小樽市, 2006b).

관광산업은 오타루의 기간산업으로 자리 잡고, 관광의 경제적 효과가 탁월해짐에 따라, 지역 내에서는 관광을 긍정하는 분위기가 확산되었다.¹⁶⁾ 지역개발에서 관광은 정당성을 획득하였으며, 오타루 관광의 전제가 되는 역사자산 보존정책에 힘이 실리게 되었다. 한편, 최근에는 일본의 여타 다른 지자체와 마찬가지로 오타루시가 재정적으로 어려움을 겪게 되면서, 역사관광을 통한 지역개발은 더욱 정당성을 얻고 있다. 즉 지자체의 재정적 어려움으로 대규모적 신규투자가 불가능해지는 가운데, 상대적으로 대규모 투자가 필요하지 않은 역사문화관광이 적절한 지역개발 정책으로 대두되고 있는 것이다. 특히 오타루의 역사문화 관광은 전국적인 지명도로 인해, 지역의 특색을 살린 지역개발로서 중앙정부의 지원을 받기 수월하다는 이점도 작용하고 있다.

5. 지역의 '재인식': 역사문화 관광지로 재인식

다음으로 오타루가 항만상공 도시에서 문화관광 도시로 재편되는 과정에서 나타나는 지역인식의 변화를 관광객과 지역주민으로 나누어 분석하고, 이를 '지역의 정치'의 측면에서 고찰하고자 한다.

1) 지역주민의 지역인식

운하보존운동 이후 관광전략 속에서, 지역주민의 지역인식도 '항만상공도시'에서 '역사관광도시'로 전환되었다. 사실 운하보존운동 초기 역사자산의 보존에

표 2. 오타루시 관광경제파급효과

| | 관광 부문 | 시 전체 | 관광부문의 비율 |
|-----------------|---------|------------|----------|
| 관광총소비액 | 1,319억엔 | 8,540억엔* | 15.40% |
| 관광파급효과로 발생한 매상고 | 2,668억엔 | 8,540억엔* | 31.20% |
| 고용효과 | 18,499명 | 60,790억엔** | 30.40% |

자료: 小樽市(2006b), *는 시민경제계산에 의한 시내 산출액, **는 2001년 사업소 기업 통계조사에 의한 기업체 고용자수

표 3. 운하 정비 이후 실시된 지역주민 의견

| | | | | |
|-------------|----------|-----------|-------|-------|
| 운하문제에 대한 생각 | 전면 보존 | 절반 보존, 매립 | 전부 매립 | 기타 |
| | 28.1% | 47.6% | 7.5% | 16.8% |
| 운하 주변 재개발 | 항만 정비 확충 | 관광래저 | 공원화 | 기타 |
| | 8.4% | 40.0% | 22.0% | 29.6% |

자료: 猪股(1989)

대한 지역주민의 합의는 그리 높지 않았다.¹⁷⁾ 그러나 운하의 일부 매립이 완료된 1985년 주민을 대상으로 실시된 설문조사에 따르면, 운하를 일부 남긴 것을 긍정하는 사람이 과반수 가까이 되었으며, 심지어 전면 보존이 더 바람직했다는 의견도 30% 가까이 되었으며, 운하 주변 재개발에 있어서도 항만정비(8.4%)보다는 관광래저(40%)나 공원화(22%)를 주장하는 의견이 많이 나타났다. 이는 역사자산을 활용한 관광개발에 광범위한 합의가 존재하게 되었음을 보여준다. 또한 홋카이도 신문사가 1997년 ‘오타루의 자랑’에 대해 묻은 설문조사 결과에 따르면, 운하와 역사적 건축물이 각각 1위와 2위를 차지하고 있으며, 항구는 10위를 차지하고 있어, 운하와 역사적 건물이 지역의 상징으로 완전히 자리 잡았음을 보여준다.¹⁸⁾

역사문화 관광도시로의 이러한 인식 전환은 지속적인 마치즈쿠리 활동으로도 표출되고 있다. 운하보존운동에 참가했던 당시 젊은이들은 현재 관광 마치즈쿠리의 리더가 되어 활동하고 있다. 관광협회를 맡고 있는 오가와라(小川原 格)가 그 대표적 인물이다. 또한 운하보존운동에 적극 참가하였던 나까(中一夫)는 그 이후 홋카이도 신문 판매소를 운영하면서, 마츠마에 신약(松前神藥) 오타루 보존회 후원회 결성, 해체가 결정된 역사적 건축물의 매입과 보존, 아사리(朝里) 지역정보지 간행을 통해 스스로의 마치즈쿠리 철학을 실천하고 있다. “지키는 모임”회장이었던 미네야마(峰山)는 90세가 넘었음에도 불구하고 ‘오타루를 지지하는 여성’이라는 테마로 연구를 계속하고 있다. 이러한 실천은 역사도시로의 지역 인식을 더욱 확고히 하는 동시에, 새로운 오타루의 재발견, 지역자산의 재해석으로 이어지고 있다.

2) 관광객의 시선

문화관광 도시로 재편되면서, 오타루를 방문하는 관광객은 비약적으로 증가하였을 뿐 아니라, 관광의 질적 측면에서도 큰 변화가 야기되었다. 관광객의 오타루에 대한 인식을 여행 잡지와 설문조사를 토대로 분석하면 다음과 같다.

첫째, 관광객의 시선이 자연경관에서 역사경관으로 옮겨졌다. 1980년대 초반까지 오타루 관광은 본래 바다, 스키, 온천 등을 중심으로 이루어지고 있었다. 관광객들은 국립공원 ‘니세코 샤코탄 오타루 해안(二七ノ積丹小樽海岸)’과 아사리가와(朝里川)의 온천과 스키장을 방문하고, 오타모이의 수족관을 둘러보았다. 그러나 현재는 운하와 석조창고, 역사적 건축물, 구 테미야선(手宮線), 사카이마치(堺町)에 집적해 있는 유리공예 등이 오타루 관광의 핵심이 되고 있다.

둘째, 쓸쓸한 항구도시라는 애상에서 낭만적이고 회고적인 이미지로 전환되었다. 일본의 대표적인 여행잡지 「타비(旅)」에 1950년에서 1980년 동안 실린 오타루 여행기를 살펴보면, 다소의 차이는 있으나, 오타루는 청어어업으로 번영했던 과거에 대한 회상, 고바야시 타키지라는 오타루 출신 문학인에 대한 애상, 현재 쇠퇴하고 있는 항구도시의 비탈길이 주는 쓸쓸함이 주된 요소로 등장하고 있다. 다시 말해 오타루는 뒤쳐진 거리, 남겨진 거리 등의 수식어구와 함께 항구도시라는 시선으로 감상되었다.¹⁹⁾

“청어의 중심지 오타루항에서 ... 해안에 수백의 거룻배에 짐을 싣는 사람들의 행렬 ...”(1955년 6월호), “북국(北國)의 오래된 무역항 ... 황폐해진 운하 ... 잊혀진 듯한 어딘가 외로움이 떠도는 ...”(1974년 6월호)

그러나 최근 오타루를 방문하는 관광객은 항구도시 (17.0%)보다는 운하와 역사적 건물이 풍기는 그리운 이미지(35.1%)로 오타루를 바라보고 있으며, 또한 우리와 오르골의 낭만적 이미지(15.5%)를 지적하는 관광객도 적지 않았다. '자연경관', '레저스포츠', '문학인의 고향', '오타루 상인' 등 예전 여행기에서 자주 등장하는 응답은 미비한 수준에 그치거나 전무했다. 이는 방문목적으로 관광객의 40%가 운하와 역사적 건축물을 꼽고 있다는 점에서도 나타난다(표4). 한편, 이러한 낭만적이고 회고적인 관광객의 시선에는 대중매체의 영향이 컸다고 할 수 있다. 대부분의 관광객들이 관광정보를 '관광책자와 팸플릿' (47%)에서 얻고 있었기 때문이다.

셋째, 그런데 오타루 관광은 당일 관광으로 운하와 석조창고를 둘러보고, 유리공예와 오르골 등 기념품을 사고, 초밥을 먹고 돌아오는 스테레오타입적 행태를 보이고 있어, 향후 관광전략의 과제가 되고 있다. 2007년도 필자의 설문조사에 따르면, 응답자의 93%가 당일여행을 하고 있었으며, 운하와 유리공예점, 초밥집을 여행루트로 꼽았다. 또한 2004년 오타루시가 실시한 관광객 조사에서도 90.3%가 당일관광객이었으며 (小樽市, 2005), 기념품 구입 순위 1위도 유리공예품이었다(小樽市, 2006a).

넷째, 오타루는 역사도시로 확고히 인식되고 있었음에도 불구하고, 역사적 맥락에 대한 이해보다는 낭만화된 이미지로 인식되고 있었다. 운하는 관광객의 필수코스 자리잡았으나, 오타루 운하보존운동에 대한 관광객의 인지도는 '모른다' (54.3%)는 의견이 압도적이었다. 특히 연령이 낮을수록 운하보존운동에 대한 인지도는 급격히 떨어져, 10-20대의 경우는 대부분이 '모른다' (75.5%), '들어본 적은 있다' (22.6%)고 응답하였으며, '알고 있다'는 응답은 1.9%에 불과했다. 과

거 홋카이도의 현관으로 변형했던 오타루의 역사나 왜 오타루에 역사적 건물이 남아있는가라는 역사적 맥락의 이해보다는 다소 이국적이고 낭만적인 이미지로 역사도시 오타루를 소비하고 있는 것이다.

3) 기억의 선택: 변영의 기억, 강조와 망각

이상에서 살펴본 지역인식의 재구성 과정에는 기억의 정치가 존재한다. 집합적 기억, 사회적 기억, 대중 기억, 역사적 기억 등 다양한 용어로 칭해지고 있는 지역의 기억은 단순히 개인적인 현상이 아니라 사회적으로 구성되는 공동체 경험으로, 공동체 정체성을 만드는 데 중요한 역할을 한다(Paasi, 1996). 그런데 사회집단은 서로 다른 목표와 이해관계에 따라 사회적 기억을 선택적으로 회상한다(Hoelscher and Alderman, 2004). 부정적인 역사는 뒤편에 감추어지고, 유리한 역사는 강조되며, 알려지지 않았던 새로운 역사가 발굴된다. 이는 망각과 강조, 발굴의 세 가지 유형으로 진행되며, 이렇게 재해석된 지역의 기억이 지역 내외에서 받아들여지면 지역은 재인식된다. 오타루의 재인식은 이러한 기억의 선택 과정을 거쳐서 진행되고 있는데, 이를 변영의 기억의 강조, 어두운 기억의 망각, 기억의 발굴, 그리고 균열의 지점으로 나누어 살펴보고자 한다.

첫째, 과거 변영의 기억의 강조이다. 오타루는 1900년대 초반 홋카이도 개척 거점으로 변형하였다. 지역 자산의 재해석 과정에서 운하와 오래된 건축물은 이러한 변영의 상징으로 강조되었다. 한 때 샷포로를 능가하여 변영했던 과거의 추억은 1960년대 이후 가속화된 지역의 쇠퇴 속에서 주목을 모았다. 변영했던 과거에 대한 노스텔지어 속에서, 당시 도로건설을 주장하던 사람들은 운하를 오타루 근대화를 방해하는 요소로 파

표 4. 오타루 방문 목적

| 구분 | 운하/역사건축 | 음식 | 유리/오르골 | 이벤트 | 레저스포츠 | 자연 | 온천 | 문학/예술 | 기타 | 합계 |
|----|---------|-----|--------|-----|-------|----|----|-------|----|------|
| 비율 | 40% | 29% | 14% | 5% | 4% | 2% | 1% | 0% | 4% | 100% |

자료: 2007년 필자 설문조사 (전체 응답자 105명)

악하고, 향만의 효율화해 과거의 번영을 다시 이룰 수 있다고 주장하였다(夏堀, 1980; 大石, 2000). 한편, 보존운동단체는 운하는 과거 '번영의 상징' 이자 '마음의 고향' 이라고 호소하며, 이를 재건축의 대상이 아니라 보존해야할 문화재로 재해석할 것을 강조하였다.

“당시 오타루는 경제의 중심으로 19개나 되는 내지(内地)의 은행이 오타루에 있었어. 지금 있는 그 모습 그대로 석조의 훌륭한 은행이 당시 세워져 있었다고. 그 힘은 운하에서 나온 것이야. 운하는 마을의 상징이자 심장부였던 것이지.”(「지키는 모임」 회장 峰山富美, 필자 인터뷰)

이러한 번영했던 과거에 대한 향수는 현재의 '역사 도시' 라는 이미지를 지지하고 있으며, 이를 통해 오타루는 '삿포로' 라는 대도시와 대비되는 '차분하고 오래된 거리를 여유롭고 한가롭게 거니는 고향의 가치가 남아있는 곳' 으로 부각되고 있으며, 지역주민의 정서적 일체감 또는 자부심으로 연결되고 있다.

둘째, 그런데 기억의 강조는 어두운 기억의 망각과 함께 나타난다. 사실 오타루 번영의 기억 뒤편에는 고된 노동이나 전쟁의 역사 또한 존재한다. 1910년대 오타루 항만 노동자는 하역부 천명, 석탄인부 천명으로, 여공도 많게는 6천 명 정도 있었다고 한다. 이들 대부분은 하루별이 노동자로, 1920년 수출이 침체되고 공장이 도산하면서 실업자가 다수 나타나게 되었다. 1925년 오타루 총 노동조합이 결성되면서, 이듬해에 대대적인 파업이 실시되었는데, 1928년 치안유지법이 실시되어 500명이 넘는 시민이 경찰서로 연행되었다고 한다(大石, 2000). 당시의 어두운 정세는 오타루 출신 작가 고바야시 타키지(小林多喜二)의 소설의 배경이 되고 있다. 그러나 과거에 대한 향수는 어둡고 우울한 기억보다 노스텔지어의 낭만으로 기억된다. 결과적으로 고바야시의 소설에 등장하는 어두운 오타루가 아니라, 낭만적으로 묘사된 분위기만이 선택되어 오타루 시민이 공유하는 문화유산으로, 또한 관광객과 소설·TV를 통해 오타루를 상상하는 여행자의 심상경관으로 선택된 것이다.

셋째, 일부 집단의 이해에 의해 새로운 기억이 발굴

되기도 한다. 앞서 언급하였듯이 유리공예 산업은 전통적인 자연산업이 아니었다. 나아가 공예점에서 판매되는 제품의 대부분이 오타루 이외의 지역에서 대량으로 생산된 것이기 때문에, '산업' 이라 인정되기 어려운 측면도 있었다. 이에 유리공예 산업을 지역의 역사에 편입시키기 위해 물건을 만드는 산업적 전통보다 물건을 파는 상업적 전통, 즉 '오타루 상인' 의 이야기가 발굴되었다. 오타루 상인 이야기는 1900년대 초반 오타루가 번영했던 시기의 에피소드로 등장한다. 즉 1차대전 당시 오타루 상인이 런던의 콩 시세를 움직였다는 이야기이다(源新, 1995; 夏堀, 1980). 새롭게 창출된 문화산업은 오타루 상인의 정신을 이어받은 자연산업으로 자리매김 되기를 시도하고 있다.

이러한 지역의 발굴은 새로운 도약을 꿈꾸는 전통산업에서도 나타난다. 본래 오타루의 전통산업은 산업의 예술성보다는 생활성이 강조되었기 때문에 분업을 거쳐 제품을 완성하는 방식이 일반적이었다. 따라서 처음부터 끝까지 제품을 완성하는 장인은 드물었고, 전통산업은 오타루만의 산업이라고 일컬어지기는 힘들었다. 이에 전통산업 육성의 정당성의 근거로서 '장인의 마을' 이라는 기억이 발굴된다. 2차대전 이전 사할린이 일본영토로 편입되었을 당시 오타루는 사할린과의 무역으로 번영하였는데, 이 때 전국 각지에서 장인이 모여 오타루는 장인의 마을이 되었다는 것이다.

넷째, 생활공간이었던 운하에 대한 상실감과 낭만화에 대한 저항감이 균열의 지점으로 등장하고 있다. 지역주민은 관광객의 필수 방문 공간인 운하와 사카야마치(堺町)를 방문하는 경우가 드물다. 운하는 관광객을 위한 공간으로 여겨지고 있으며, 관광공간이 된 운하는 일상생활과 멀어졌기 때문에 더 이상 그리움과 고향의 애정을 느낄 수가 없다는 점에서 상실감도 지적되곤 한다. 그런데 이러한 상실감은 관광객의 존재뿐 아니라, 매립되지 않은 과거 운하에 대한 향수가 그 큰 원인이 되고 있다. 이는 운하 폭이 그대로 남겨져 여전히 작은 어선이 줄지어 서있는 생활의 공간으로 이용되고 있는 북부 운하가 "진짜 운하" 라고 평가되고 있다는 점에서도 잘 드러난다.

“시민들은 확실히 운하에 안가지요. 저를 포함

해서 그곳은 이미 관광객의 장소라는 인식이 강해요. 그렇지만 공원으로 만들었다고 시민이 자주 이용하지는 않았을 거예요. ... (절반 매립되어 버린) 지금의 운하는 그리운 기본이 열거졌어요.” (오타루 문학관 부관장 玉川薫, 필자 인터뷰)

“확실히 운하는 관광객을 위한 장소가 되어버렸지요. 매립되어 변했기 때문에 어머니의 애정 같은 운하는 사라졌지만, 귀엽게 변해서 관광객이 많이 오게 되었어요. 저는 관광객이 멀리서 운하를 보러 오고 오타루를 재발견 해주는 것을 고맙게 생각해요. 그렇지만, 개인적으로 운하는 (완전히) 매립되어 버린 것이라고 생각해요.” (꿈의 거리 회원 中一夫, 필자 인터뷰)

결과적으로 오타루에서는 변형했던 과거의 기억이 강조되면서 역사도시의 공동체 담론이 강조되고, 산업 집단의 이해에 따라 ‘오타루 상인’이나 ‘장인의 마을’ 등 새로운 서사가 발굴되는 한편, 과거 어두운 삶의 기억과 과거 갈등이 망각되면서, ‘역사관광 도시’로의 지역인식이 정당화되고 있다. 한편으로는 관광의 장에서 관광객은 노스텔지어 시선으로 지역을 소비하고 있으며, 지역주민 또한 낭만적 이벤트 창조에서 보이듯이 고향의 노스텔지어로 이에 대응하고 있다. 그러나 그 속에서 발생한 생활과의 괴리감과 운하의 상실감 또는 저항감이 균열의 지점으로 등장하고 있어, 향후의 과제이자 새로운 문화정치의 시작점으로 기대되고 있다.

6. 결론: 문화관광지의 사회적 구성 프로세스

이 글은 문화관광지의 사회적 구성 과정에 대한 개념적 분석틀과 사례지역에 대한 심층적인 연구를 통해, 한 지역이 문화관광을 통해 새롭게 정의되는 과정과 이 때 작동하는 메커니즘을 체계적으로 고찰하였다. 개념적 분석틀과 사례연구를 종합적으로 고찰하면 다음과 같다.

첫째, 한 지역이 문화정치를 통해 문화관광지로 새

롭게 지역정체성이 정의되는 과정은 ‘재해석단계’, ‘제도화 단계’, ‘재인식 단계’로 개념적으로 분석될 수 있다. 재해석 단계는 지역에 차이를 부여하는 단계로, 상징적 투쟁이 일어나는 정체성의 정치가 출현한다. 제도화 단계는 지역개발 전략을 통해 재해석된 지역성이 가시화되고 제도적으로 정착되는 단계이며, 재인식 단계는 가시화된 지역성이 경험되어, 구성된 진정성 또는 정통성을 획득하는 단계로 정의된다. 이러한 단계는 개념적으로 구분될 수 있는 것으로, 현실세계에서는 각 단계가 중첩되어 함께 진행된다.

둘째, ‘재해석 단계’에서 나타나는 지역문화의 상징화는 ‘사회적 실천’에 의해 이끌어진다. 지역성은 한번 정착되는 지속되는 관성을 가지고 있기 때문에 (Milne *et al.*, 1998), 이러한 관성에서 벗어나 새로운 차이를 부여하기 위해서는 상징적 투쟁, 정체성의 정치가 제기되어야 한다. 오타루의 경우는 시대적 전환에 따른 사회적 가치관과 이에 근거한 집단의 실천이 어우러짐으로써 정체성의 정치가 제기되고 기존 관성에 대한 재해석이 이루어졌다. 고도경제성장이 끝나고 삶의 질의 풍요로움이 질문되어지던 시대적 전환 속에서, 문화집단의 실천을 통해 운하가 보존되었으며, 이들 문화집단이 역사관광 도시 만들기의 리더로 등장함으로써, 운하와 오래된 건물이 역사자산으로 재해석되고 관광전략이 추진되는 원동력이 된 것이다.

셋째, ‘제도화 단계’에서 작동하는 가장 영향력 있는 요소는 ‘경제적 담론’이라 할 수 있다. 오타루의 문화관광지로의 제도화 과정은 관광의 경제적 효과와 그 기대감으로 ‘역사관광 도시’ 담론이 정당성을 획득하고 있다. 운하정비 이후 관광객이 급증하면서 관광은 가시적인 경제적 파급효과를 만들어냈으며, 그 결과 경관조례 등 역사자산 보존 정책, 문화산업 및 전통산업의 진흥 정책, 새로운 이벤트 창조 등의 역사관광 전략이 정당성 속에서 지지될 수 있었다. 다만, 관광으로 얻는 경제적 이해관계는 각 집단에 따라 상이하게 나타나기 때문에, 경제적 이해관계에 따라 갈등이 제기되곤 하나, 이러한 갈등은 지역의 전체적인 경제적 효과라는 담론 속에서 무마되고 있다. 이는 역으로 관광의 경제적 효과에 의구심이 발생할 경우, 관광전략이 지속적으로 실행될 수 있는 기반 또한 상실됨을 암시

한다.

넷째, '재인식 단계'는 새롭게 재해석된 지역을 둘러싼 갈등이 완화되고 합의가 이루어지면서 지역 내외의 '사회공간적 의식'(Paasi, 1986) 속에 뿌리내리게 되는 단계이다. 이 단계에서 가장 핵심이 되는 요소는 '기억의 정치'라 할 수 있다. 이 단계에서는 기억의 '선택'에 의해 강조되고 발굴된 역사가 집합적 의식 속에서 지역의 역사로 자리 잡고, 지역주민에게 내면화된다. 지역의 기억은 단순히 개인적인 현상이 아니라, 사회적으로 구성되는 공동체 경험으로, 공동체 정체성을 만드는데 중요한 역할을 한다(Paasi, 1996). 오타루에서는 과거 고된 노동이나 전쟁의 역사가 뒤편에 숨겨지고, 훗카이도 개척의 거점으로 변형했던 역사가 낭만적 시선으로 회고된다. 운하보존운동 당시 심각했던 대립은 잊혀지고, '장인의 마을'과 '오타루 상인' 등 새로운 역사가 발굴되어, '오타루 사람'이라는 공동체 이야기가 고안된다. 결과적으로 지역의 변영의 기억이 강조되고 수용되면서 역사관광 도시담론이 진정성을 획득되고 있었으며, 관광경험 속에서 지속적으로 경험됨으로써, 관광객 또는 지역외부에서도 역사관광 도시로 재인식되고 있었다. 그러나 이러한 기억의 정치는 완료된 것이 아니라 경합하는 다양한 시선 속에서 끊임없이 재구성되는 것이라 할 수 있다.

결론적으로, 지역은 정체성의 정치로 새롭게 재해석되며, 경제적 동기로 인해 재해석된 의미가 수정되고 타협되면서 제도화되고, 기억의 정치를 통해 구성된 진정성으로 확립되면서 끊임없이 재구성된다고 하겠다.

이 연구의 의의와 시사점은 다음의 세 가지로 정리된다. 첫째, 이 연구는 관광지 정체성에 주목하여, 관광연구에서 사회지리적 접근을 도모하고, 관광지를 사회적으로 구성되는 '과정'으로 접근하는 연구의 유용성을 보여주었다. 최근 관광은 핵심적인 지역개발 수단이 되고 있는데, 그러나 관광의 중요성은 산업의 측면에 국한되지 않는다. 관광은 지역에 대한 상상의 지리를 만드는 중요한 요소임과 동시에 관광으로 만들어진 지역성은 지역주민의 정체성으로 연계된다. 따라서 관광지에 대한 서사가 무엇을 의미하고 있는가, 그 속에서 사회적 약자가 억압되지 않는가에 대한 연구는 중요한데, 이는 사회적 구성론적 접근으로 보다 잘

밝혀질 수 있다.

둘째, 이 연구는 문화관광지가 사회적으로 구성되는 프로세스에 대한 체계적인 분석틀을 제안하였다. 앞서 언급했듯이 그동안 몇몇 선행연구에서도, 관광지의 의미는 가치중립적인 것이 아니며 사회적으로 구성되는 것임이 지적되어왔다. 다만, 선행연구의 대부분은 관광지가 사회적으로 구성된다는 논의에만 집중하고 있거나(Forsberg, 2002), 이론화나 보편적 현상보다는 특수한 사례분석에 국한하고 있어(Saarinen, 2004), 관광지가 '어떻게' 사회적으로 구성되는가에 대한 체계적인 개념화는 시도되지 못하였다. 이러한 상황 속에서 이 연구는 개념적 분석틀을 제안하고 사례를 통해 적용함으로써, 관광지의 사회적 구성에 대한 보편적 프로세스 도출을 시도했다는 점에서 의의가 있다.

셋째, 이 연구의 정책적 시사점은 크게 두 가지로 요약된다. 먼저 지역개발의 측면에서 문화관광 전략 수립 시, 각 단계별로 주요 프로세스를 이해함으로써, 관광의 지속가능성과 관련하여 지역 내외의 적절한 합의를 이끌어낼 수 있는 정책 추진이 이루어질 수 있을 것이다. 또한, 이는 지역자산 재해석을 둘러싼 문화정치, 문화관광의 정치적·경제적 분배 문제, 구성된 진정성의 의미 등을 심사숙고하게 하여, '책임 있는 관광개발'을 위한 유용한 준거를 마련에 기여할 것이다.

주

- 1) 대표적으로, 김형국(2002, 29-30)은 "땅과 고장이 하나같이 독특한 개성을 갖고 있기 때문에 고장마다 고유한 개성에서 발전의 실마리를 찾는 문화판축이 중요하다"고 설명하며 지역성에 기반을 둔 관광개발의 중요성을 논하고 있으며, 한상일(2000), 박숙진(2004) 등은 지역문화에 기반한 관광 개발을 제안하고 있다. 장소마케팅에 대한 연구에서도 이무용(2003)은 지역의 고유한 자산에 기반한 장소마케팅 전략을 제안하고 있다. 한편 백선혜(2004)는 독특한 시장성 있는 장소자산이 없을 경우는 인위적 도입을 통해 장소마케팅 전략을 수립할 것을 제안하고 있다. 이들 논의는 관광계획 수립 시 지역자산을 어떻게 재평가할 것인가에 대해 많은 시사점을 준다. 그러나 어떻게 지역자산을 관광상품화할 것인가의 논의에 앞서, 누구에 의해 어떤 지역자산이 어떠한 맥락에서 선택되고 고안되는가라는 문제가 먼저 제기되어야 할 것이다.

- 2) 한편, 일본 지방도시의 관광을 이해하는 키워드로 ‘고향(ふるさと)’과 ‘지역다움(地域らしさ)’을 꼽을 수 있다. 일본의 지방도시는 고도경제성장 이후 일련의 사회적 가치관 전환 속에서 ‘일본인의 고향’으로 적극적으로 고안되기 시작하였다. 최근에는 세계화와 지방분권 담론 속에서 지역의 특성, ‘지역다움’은 더욱 강조되고 있다. 이러한 ‘고향’과 ‘지역다움’의 담론은 한편으로는 지역의 자립을 중시하고 지역주민의 삶에 기반한, 나아가 지역 특성을 살린 지역개발의 이념에 기반하고 있으나 다른 한편으로는 이 담론 속에서 지방의 문화가 탈정치화 되고 국가 문화라는 틀 속에 제한되는 한계가 나타나고 있다(조아라, 2008).
- 3) 심층면접조사는 지자체(오타루 시청 관광진흥실), 상공회의소(관광대학 담당자), 오타루 운하 보존단체(오타루 운하를 지키는 모임, 꿈의 거리 만들기), 전통산업단체(오타루 장인의 모임), 오타루 문학관 등의 담당자를 대상으로 2006년 2월과 8월, 2007년 2월의 세 차례에 걸쳐 진행하였다.
- 4) 지역정체성을 체계적으로 개념화한 연구로는 인간주의 지리학자 Relph(1986)의 장소정체성에 대한 논의와 공간의 사회적 구성론의 관점에서 접근한 Paasi(1986)의 논의가 독보적이다. 지리학에서 전개되어 온 지역과 지역정체성에 대한 보다 자세한 논의는 손병철 역(1997), 임병조·류제현(2007) 조아라(2007) 등을 참조.
- 5) 대표적인 연구가 영토와 경계에 대한 연구이다. Knight(1982)와 Newman and Paasi(1998) 등은 국가 또는 지역의 경계가 자연스럽게 형성되어 온 것이 아니라, 정치·사회적 관계 속에서 구성되어 온 역사적 산물임을 밝히고 있으며, Sörlin(1999)는 북유럽 사례를 통해 국가주의나 지역주의가 역사적으로 출현하고 성장함에 있어서 관광 등 사회적 실천, 경험적 전통, 학습, 자·타의 구분, 언어경관 등 영토의 명확화 과정이 중요한 역할을 하고 있음을 밝히고 있다. 한편 관광 분야에서는 기억의 정치에 대한 연구(Hoelscher and Alderman, 2004), 관광지 재현에 대한 언어 기호학적 또는 담론분석 연구(Espelt and Benito, 2005; Shields, 1991; Stokowski, 2002), 관광지와 내셔널리즘에 대한 연구(Bell, 1997; Pretes, 2003), 관광지와 로컬리즘에 대한 연구(Dredge and Jenkins, 2003) 문화순환과 관광객의 시선(tourist gaze)에 대한 연구(Urry, 1990; 심승희, 2000) 등이 진행되었다.
- 6) 한편, Paasi(1986)는 ‘기대구조’와 ‘세대’라는 개념으로 이를 설명하고 있다. 기대구조는 정통성 구조의 본질적인 부분을 형성하는 관습의 문제로, ‘공식적’ 세계관과 이데올로기를 반영하는데, 사람들은 세계에 대한 지식을 조직하고, 새로운 정보와 사건, 경험을 해석할 때 이를 사용한다. 특정 세대에게 계승되면서, 기대구조는 역사적 에피소드와 사회공간성 간의 복잡한 상호작용에 대면할 수 있도록 사람들을 묶어주는데, 이는 집합적 의식을 뿌리깊게 하고 재생산하는 핵심이 된다.
- 7) 관광에서 ‘진정성’은 상당히 논쟁이 되었던 개념이다. Boorstin(1992)은 관광객이 비진정적으로 고안된 매력속에서 즐거움을 찾고, 유사이벤트(pseudo-event)에 속아서 즐기며, 밖에 있는 진짜 세상을 무시하게 된다고 주장하였다. Relph(1986) 역시 공간과 가치체계를 동질화시키는 힘과 장소가 자신의 ‘진정성’을 상실하는 장소상실에 대해 언급하며, 관광지를 무장소성의 공간으로 간주하였다. 한편 MacCannell(1976)은 이들 주장과 달리 관광은 생활에서 느끼는 소외로부터 탈출하기 위한 여행이며, 관광은 관광객에게 진정한 경험을 추구할 기회(무대화된 진정성)를 제공한다고 논하였다. 그런데 최근에는 관광이 진정한 경험을 제공하느냐 아니냐의 문제에서 벗어나, 무엇이 진정한 것인가라는 질문이 제기되고 있다. Bruner(1994)는 진정성이 진품을 의미하기도 하며, 믿음만한 역사적 유사성의 재생산(박물관 사본)이라는 의미를 지니기도 하며, 법적으로 정당화시키고 확인하며 권위를 부여하는 권력을 의미하기도 한다고 지적하였다.
- 8) 「지키는 모임」의 회장이었던 미네야마(峰山富美)는 당시를 회상하며, “행정이 은행 용자를 주지 않는 식의 압력을 행사하여, 초기 사무국장인 후지모리(藤森) 씨 등 상당수의 회원이 그만둘 수밖에 없었고, 때문에 초창기 운하보존운동은 압력에서 비교적 자유로운 여성들이 중심이 되었다”고 이야기하였다.(필자 인터뷰)
- 9) “매년 (마치나미 연맹에 참가하여) 도쿄에서 보고를 했고, 그러면서 성장하고 힘을 얻었어. 이 운동은 매우 중요한 운동이니까 열심히 하시라고 부탁하고 격려했지. 그 격려가 없었더라면 10년은 못 버텼지.”(지키는 모임 회장 峰山富美, 필자 인터뷰), “운하의 가치를 학자와 마스크 사람들이 깨달은 거예요. ...오타루 사람보다는 도쿄사람 그리고 전국적으로 알려지게 되었지요. 그래서 역으로 오타루 사람도 운하를 재인식하게 된 것이지요.”(꿈의 거리 회원 中一夫, 필자 인터뷰)
- 10) 1970년대 활발하게 제기된 역사경관의 보존운동의 결과 전국 각지의 지자체에서도 경관보존조례를 만들게 되었는데, 대표적인 사례로 가나자와(金澤), 가마쿠라(鎌倉), 야나가와(柳川), 모리오카(盛岡), 타카하시(高梁), 하기(萩), 히라도(平戸), 타카야마(高山), 교토(京都), 고베(神戸), 마츠에(松江), 츠와노(津和野) 등을 들 수 있다. 그 결과 1975년에는 문화재 보호법이 개정되어 ‘전통적 건조물군 보존지구’ 제도가 설립되었다.
- 11) 역사적 건축물의 등록과 지정 제도와 함께, 조성제도도 설치되어 역사적 건축물의 유지·관리·보수에 필요한 금액에 대해 보조금(상한액 2천만 엔)과 금융알선(상한액 3천만

- 엔) 등 지원이 이루어졌는데, 다만 현재는 시 재정이 악화되면서 보조금 제도는 중지된 상황이다. (오타루시청 관광과 川島廣土 주사, 필자 인터뷰)
- 12) 새롭게 제정된 경관조례에 따라, '마치즈쿠리 경관협의회'라는 주민 주도로 경관을 형성해갈 수 있는 제도가 마련되었다. 2007년 현재 6개의 마치즈쿠리 경관협의회가 운영되고 있는데, 지구 내 주민들이 시에 경관형성 방식에 대해 제안하거나, 자주적인 협정을 책정하여 관리·운영할 수 있다. 실제로 1995년 간판의 통일 등 경관협약을 책정한 '베르헨 교차점 마치즈쿠리 경관협의회'의 제안이 지구정비사업으로 이어진 바 있다(仲谷, 2001)
- 13) 키타이치가라스(北一ガラス) 홈페이지(www.kitaichglass.co.jp). 이 기업은 1901년부터 어업용 유리도구를 제작해온 '아사노 가라스(淺野ガラス)'에서 발전한 것으로, 1970년대 당시 '계족'이라 불리는 홋카이도 배낭여행자들이 석유램프를 구매하는 것을 경험하고 1983년 유리공예점으로 변화를 도모하여 그 기반을 구축했다고 한다(丁野, 2006; 二村, 2002).
- 14) 대표적인 것이 2006년 오타루 유리공예 산업 종사자가 모여 실시한 오타루 브랜드를 육성사업이다. 중소기업청의 Japan 브랜드 육성 지원사업에 선정되어 실시된 이 사업으로, 10개업 13명의 작가가 모여, 오타루 브랜드를 고안하기 위해 바다색을 도입하거나, 오타루에서 본래 사용되었던 어업용 유리제품을 이미지한 제품을 고안하고 전시회를 개최하고 있다. 한편으로는 오타루를 거점으로 활동하는 유리공예 작가도 등장하고 있다.
- 15) 오타루 재생포럼은 운하보존운동에 참가한 바 있는 시노자키(篠崎恒夫) 삿포로대학 교수를 중심으로 구성되었다. 맨션건립관련 오타루 재생 포럼의 보다 자세한 행적은 홋카이도 신문 기사 참조(北海道新聞, 2005. 9. 1, 2005. 9. 6~8, 2005. 9. 16, 2005. 9. 21, 2005. 11. 22, 2005. 12. 4 일자).
- 16) 지역주민들은 관광의 유용성에 대해 긍정한다. 일례로, 오타루시가 2003년 12월부터 2004년 1월까지 지역주민 1,232명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 지명도가 상승하고, 지역의 좋은 점을 널리 알릴 수 있으며, 관광객으로 지역이 활기를 띄게 되고, 오타루 경제가 활성화되며, 편의시설 등이 정비된다는 이유로 67.8%에 달하는 주민이 관광객 증가를 긍정하고 있고, 30.4%는 현상유지를 긍정하고 있는 것으로 나타났다(小樽市, 2006a).
- 17) 운하보존운동이 한창이었던 1975년 시장선거에서 당시 운하매립을 강력히 주장하였던 시무라(志村) 시장이 당선되고 이후에도 연이어 3선하였다다는 점에서도 당시 주민에게 운하문제는 그다지 중요한 문제로 인식되지 않았음을 짐작할 수 있다(碓井, 1994).

- 18) 北海道新聞, 1997. 6. 21일자에 실린 본 설문조사는 177명을 대상으로 실시된 것으로 운하는 90명이, 역사건축은 81명이 긍정적인 반면 9위인 유리공예는 32명, 10위인 항구는 31명에 불과했다.
- 19) 자세한 여행기는 잡지 타비의 1955년 6월호, 1962년 7월호, 1970. 7월호, 1974년 6월호, 1977년 7월호, 1984년 4월호 참고.

참고문헌

- 김덕현·김현주·심승희(역), 2005, 장소와 장소상실, 농형(Relph, E., 1986, *Place and Placelessness*, pion limited).
- 김형국, 2002, 고장의 문화판촉: 세계화시대 지방이 살길, 학교재.
- 박숙진, 2004, "지역문화의 관광상품화 전략에 관한 연구," 관광정책학연구, 10(1), 299-317.
- 백선혜, 2004, 장소마케팅에서 장소성의 인위적 형성: 한국과 미국 소도시의 문화예술축제를 사례로, 서울대학교 지리학과 박사학위 논문.
- 손명철(역), 1994, 지역지리와 현대사회이론: 새로운 지역지리 논의를 위하여, 명보문화사 (Johnston, R. J., 1987, *Regional Geography: Current Developments and Future Prospects*, Routledge).
- 심승희, 2000, 문화관광의 대중화를 통한 공간의 사회적 구성에 관한 연구, 서울대학교 사회교육과 지리전공 박사학위논문.
- 이무용, 2003, 장소마케팅 전략에 관한 문화정치론적 연구: 서울 홍대지역 클럽문화를 사례로, 서울대학교 지리학과 박사학위논문.
- 임병조·류제현, 2007, "포스트모던 시대에 적합한 지역개념의 모색: 동일성(identity) 개념을 중심으로," 대한지리학회지, 42(4), 582-600.
- 조아라, 2007, 문화관광지의 지역성 재구성 과정: 일본 홋카이도 세 지방도시를 사례로, 서울대학교 지리학과 박사학위논문.
- 조아라, 2008, "일본 지방도시의 문화전략과 '지역다움'의 논리," 한국지역지리학회지, 14(5), 480-491.
- 한상일, 2000, "지역문화요소의 관광자원으로서의 활용방안," 민속과 관광, 10, 135-159.
- 橋本元秀, 1990, "坂とロマンのまち小樽(各地の話題)," 7

- ファイナンス, 26(3), 92-94.
- 大石 章, 2000, “港の文化誌小樽” 本郷, 28, 16-18.
- 碓井和弘, 1994, “小樽市における観光化の道程と課題,” 札幌学院商経論集, 11(3), 1-22.
- 大和田 徹, 1986, “ドキュメント・小樽運河-運河論争の歴史,” 技術と人間, 15(12), 30-39.
- 大和田 徹, 1987, “ドキュメント・小樽運河-クイが打たれる,” 技術と人間, 16(3), 96~105.
- 大和田 徹, 1988, “ドキュメント・小樽運河-終幕へ,” 技術と人間, 17(3), 104-119
- 藤本哲哉, 1985, “歴史・文化活用型の地域振興 小樽市,” 地域開発, 249, 1-8.
- 藤本浩樹, 2004, “小樽地域における産業振興政策の概要について,” ほかいかどう政策研究, 14, 166-172.
- 柳田 良造, 矢島 健, 山崎 正弘 他, 2001, “日本の都市環境デザイン 北海道の風土が育む都市のかたち,” 造景, 31, 115-130.
- 迫 俊哉, 1999, “ふるさとの顔づくりモデル土地区画整理事業: 小樽築港駅周辺地区,” 区画整理, 42(4), 69-77.
- 本間 喜代人, 1985, “小樽運河保存問題の攻防,” 文化評論, 287, 168-174.
- 富沢木実, 2001, “町全体を職人の理想郷とし ブランドの確立を目指す,” 商工ジャーナル, 27(9), 30-32.
- 石本正明, 2001, 北海道における歴史を生かしたまちづくりの展開と市民意識の形成に関する研究, 北海道大学 博士論文.
- 篠崎恒夫・猪股弘貴・片桐誠士・神代方雅, 1989, 地方都市再開発政策の総合科学的研究: 小樽市運河地区再開発をめぐる, 小樽商科大学.
- 小田桐 誠, 1982, “小樽運河を守る会,” 現代の眼, 23(8), 204-209.
- 篠田伸生, 2000, “小樽築港駅周辺地区土地区画整理事業とマイカル小樽の開発,” 区画整理, 43(8), 24-32.
- 小樽市, 1994, 小樽市商業実態調査.
- 小樽市, 2004, 小樽ジェットプロジェクト研究会報告書: 小樽の将来都市像を求めて.
- 小樽市, 2005, 平成16年度 小樽市観光入込客数.
- 小樽市, 2006a, 小樽観光基礎調査実施結果の要約.
- 小樽市, 2006b, 平成18年度版 小樽市の観光.
- 小樽再生フォーラム, 1995, 小樽運河問題20年.
- 小樽観光大学校, 2006, おたる案内人.
- 安藤建, 2001, “マイカル小樽って何だったんだ,” 道新 Today, 29(13), 28~30.
- 安井真奈美, 2000, “消費されるくふるさと”; 成田龍一外, 故郷の喪失と再生, 青弓社.
- 源新英明, 1995, “小樽浪漫紀行-坂と運河とガラスの街,” ファイナンス, 30(12), 110-115.
- 二村宏志, 2002, “地域ブランドの時代: まちのブランド評価(1),” 日経地域情報, 398, 28-32.
- 猪股弘貴, 1989, “地方都市開発と市民意識: 市民意識アンケート調査を中心として”; 篠崎恒夫・猪股弘貴・片桐誠士・神代方雅, 「地方都市再開発政策の総合科学的研究」, 小樽商科大学, 61-73.
- 丁野 明, 2006, “みなとの資産を活かした地域活性化の方策,” 地域開発, 497, 9-15.
- 仲谷正人, 2001, “小樽のまちづくりと観光,” 新都市, 55(7), 17-22.
- 夏堀正元, 1980, “小樽運河をつぶすな,” 中央公論, 95(3), 345-360.
- Bell, C., 1997, The real New Zealand: rural mythologies perpetuated and commodified, *The Social Science Journal*, 34(2), 145-158.
- Boorstin, D. J., 1992, *The Image: a Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage Books.
- Britton, S. G., 1991, Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism, *Environment and Planning D: Society and Space*, 9(4), 451-478.
- Bruner, E. M., 1994, Abraham Lincoln as authentic reproduction: a critique of postmodernism, *American Anthropologist*, 96(2), 397-415.
- Davis, J., 2001, Commentary: tourism research and social theory-expanding the focus, *Tourism Geographies*, 3(2), 125-134.
- Dredge, D. and Jenkins, J., 2003, Destination place identity and regional tourism policy, *Tourism Geographies*, 5(4), 383-407.
- Espelt, N. G., Antonio, J., and Benito, D., 2005, The social construction of the image of Girona: a methodological approach, *Tourism Management*, 26(5), 777-785.
- Forsberg, T., 2002, The ground without foundation? Territory as a social construct, *Geopolitics*, 8(2), 2-24.

- Hall, M. C. and Page, S. J., 2002, *The Geography of Tourism and Recreation*, Routledge, London and New York.
- Hall, S., 1997, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, London.
- Hannam, K., 2002, Tourism and development 1: globalization and power, *Progress in Development Studies*, 2(3), 227-234.
- Hoelscher, S. and Alderman, D. H., 2004, Memory and place: geographies of a critical relationship, *Social & Cultural Geography*, 5(3), 347-355.
- Kearns, G. and Philo, C.(eds.), 1993, *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*, Pergamon.
- Knight, D., 1982, Identity and territory: geographical perspectives on nationalism and regionalism, *Annals of the Association of American Geographers*, 72(4), 514-531.
- Lew, A., 2001, Literature review: defining a geography of tourism, *Tourism Geographies*, 3(1), 105-114.
- MacCannell, D., 1976, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken Books, New York.
- MacLedo, G., 1998, In what sense a region?: place hybridity, symbolic shape, and institutional formation in (post-) modern Scotland, *Political Geography*, 17(7), 833-863.
- Milne, S., Grekin, J., and Woodley, S., 1998, Tourism and the construction of place in Canada's eastern Arctic, in Greg, R.(ed.), *Destinations: Cultural Landscapes of Tourism*, Routledge, London and New York, 101-120.
- Newman, D. and Paasi, A., 1998, Fences and neighbours in the postmodern world: boundary narratives in political geography, *Progress in Human Geography*, 22(2), 186-207.
- Paasi, A., 1986, The institutionalization of regions: a theoretical framework of understanding the emergence of regions and the constitution of regional identity, *Fennia*, 164(1), 105-146.
- Paasi, A., 1991, Deconstructing regions: notes on the scales of spatial life, *Environment and Planning A*, 23, 239-256.
- Paasi, A., 1996, *Territories, Boundaries and Consciousness*, John Wiley & Sons.
- Paasi, A., 2001, Europe as a social process and discourse: consideration of place, boundaries and identity, *European Urban and Regional Studies*, 8(1), 7-28.
- Pretes, M., 2003, Tourism and nationalism, *Annals of Tourism Research*, 30(1), 125-142.
- Saarinen, J., 2004, Destination in change: the transformation process of tourist destinations, *Tourist Studies*, 4(2), 161-179.
- Shields, R., 1991, *Places on the Margin: Alternative Geographies of Modernity*, Routledge, London and New York.
- Sörlin, S., 1999, The articulation of territory: landscape and the constitution of regional and national identity, *Journal of Geography*, 53, 103-112.
- Squire, S. J., 1994, Accounting for cultural meanings: the interface between geography and tourism studies re-examined, *Progress in Human Geography*, 18(1), 1-16.
- Stokowski, P. A., 2002, Language of place and discourses of power: constructing new sense of place, *Journal of Leisure Research*, 34, 368-382.
- Timothy, D. J., 1999, Participatory planning: a view of tourism in Indonesia, *Annals of Tourism Research*, 26, 371-391.
- Urry, J., 1990, *The Tourist Gaze*, SAGE Publications.
- <http://www.city.otaru.hokkaido.jp/kanko/kanko.htm>
- 교신: 조아라, 151-742 서울시 관악구 관악로 599 서울대학교
일본연구소(이메일: likegeo@naver.com, 전화: 02-880-5122, 팩스: 02-874-3689)
- Correspondence: Ara Cho, 599 Institute for Japanese Studies, Seoul National University, Gwanak-ro, Gwanak-gu, Seoul, 151-742, Korea(e-mail: likegeo@naver.com, phone: +82-2-880-5122, fax: +82-2-874-3689)

최초투고일 09. 04. 23
수정일 09. 05. 14
최종접수일 09. 06. 18