

# 2010세계대백제전과 충남 문화산업발전 전략

정재윤 | 공주대 교수

## I. 들어가는 말

충청남도는 2010년을 대충청방문의 해로 정하고 많은 관광객을 유치하기 위해 여러 가지 방안을 모색하고 있다. 그 중에서도 주목을 받는 것은 '2010 세계대백제전' (이하 대백제전이라 표기)이다. 대백제전은 9월 18일에서 10월 17일까지 30일간 열리는 대규모 축제로, 이 기간 동안 많은 관광객이 우리 지역을 찾을 것으로 예상되고 있다. 그렇다면 이와 같은 축제를 하는 이유는 무엇일까. 단순히 우리 고장을 홍보하기 위해서만은 아니다. 주민들이 지역의 문화에 대한 정체성과 애향심을 가질 수 있으며, 동시에 많은 관광객들을 유치함으로써 지역 경제 발전에 도움이 되는 시너지 효과가 있기 때문이다. 따라서 대백제전은 백제문화의 우수성을 홍보하는 축제를 넘어서 어떻게 하면 지역 경제에 보탬이 될 수 있는가 라는 산업적 전략에서 비롯되었다고 해도 과언이 아니다. 이러한 방향은 최근 각광을 받고 있는 문화산업의 분야로, 필자는 본 글에서 미력하나마 대백제전을 통한 충남의 문화산업발전 전략에 대하여 나름의 의견을 개진하고자 한다. 이를 위해서 먼저 대백제전에 대한 간략한 소개를 한 다음에 대백제전에 대한 올바른 방향과 추후의 과제, 그리고 이를 통한 문화산업의 발전 전략에 대하여 순차적으로 살펴보고자 한다.

## II. 2010 세계대백제전

대백제전을 알아보기 위해서는 먼저 그 명칭의 유래부터 살펴보아야 한다. 대백제전은 백

제문화제를 확대한 축제이다. 백제문화제는 1955년 백제문화의 유공을 되살리고 민족문화의 중흥을 다짐하는 취지에서 시작되었다. 1965년 도 주최로 이양된 뒤 1966년 12회 백제문화제부터 공주·부여에서 동시 개최하였으며, 현재까지 55회에 이르렀다. 따라서 대백제전은 백제문화제의 56회에 해당한다 하겠다.

올해의 백제문화제 명칭을 '2010 세계 대백제전'이라 한 것은 나름의 과정이 있었다. 먼저 백제가 문화강국임을 주목하여 '대백제전'이라 명명하였고, 한걸음 더 나아가 세계 속의 백제를 지향하여 '2010 세계 대백제전'이라는 공식 명칭을 정한 것이다. 이는 대백제전의 성격과도 밀접한 관련이 있다. 대백제전이 단순히 우리 지역의 것을 넘어 세계의 축제임을 선언한 것이다. 이러한 점을 표방하였기 때문에 대백제전을 성공적으로 개최하여 세계적인 명품 축제로 자리매김한다는 것이 백제문화제 추진위원회(이하 추진위) 측의 전략이다. 그러면 대백제전의 내용을 구체적으로 살펴보기로 하자.

대백제전의 기본 컨셉은 '백제정신의 재발견'이며, 구성 테마를 발견(Discovery), 교류(Network), 창조(Creation)에 두고 있다. 이는 백제의 정신분화를 재조명함으로써 그 가치를 발견하고, 중국 대륙과 한반도-일본으로 이어지는 동아시아 교류를 주도한 백제의 위상을 확인하며, 이를 통하여 백제를 넘는 한국의 문화를 창조한다는 것이다. 따라서 추진위 측은 개최 방향 및 목표를 700년 대백제 문화강국의 가치와 진면목을 재발견하는 축제, 해상교류왕국 대백제의 기상을 오늘에 잇는 창의적인 축제, 대백제국의 후예로서 충청남도의 위상을 세계에 선양하는 축제, 소비성 축제에서 생산성 있는 주민 참여용 축제로 전환, 백제 콘텐츠를 세계적 보편성을 갖는 콘텐츠로 개발·활용함으로써 백제문화의 세계화·명품화를 위한 "글로벌 백제"의 새로운 출발점으로 삼고자 하는 포부를 밝히고 있다.

개막식은 9월 17일 부여 역사재현단지에서, 폐막식은 10월 17일 공주 고마나무에서 열린다. 축제 장소는 공주·부여·논산시 일원에서 진행되며, 15개 시도가 참여한다. 주제는 '700년 대백제의 꿈'으로 이 기간 동안 관람객 260만 명 유치(내국인 240만 명, 외국인 20만 명)를 목표로 하고 있다. 특히 20개 이상의 세계역사도시연맹 회원도시를 유치함으로써 명실상부한 세계적인 축제로 받들음할 기회를 마련하고자 하는 것이다.

대백제전의 주요 프로그램으로는 먼저 공주·부여의 급강 수변에서 펼쳐지는 대규모 수상 공연을 꼽을 수 있다. 부여에서는 '사비미르'라는 주제로 강한 백제, 아름다운 낙화암 등을 표현하는 대규모 판타지 공연을 시도한다. 공주에서는 '사마이야기'라는 주제로 부령왕 일대기 등 역사

적 사건을 연출한다. 이는 백제의 젓줄이었던 금강을 배경으로 공연과 미디어영상을 결합한 종합예술로, 축제 기간에만 국한하지 않고 이후에도 백제를 대표하는 공연으로 자리잡을 수 있도록 하겠다는 복안을 가지고 있다.

다음으로 공주 특화 프로그램으로 '교류왕국 대백제' 라는 주제로 퍼레이드가 펼쳐진다. 이에서는 '교류왕국 대백제' 의 풍요와 평화 그리고 백제의 즐거움을 표현하며, 백제 교류국의 배와 동물모형, 전통 춤, 캐릭터 등을 선보인다. 부여 특화 프로그램으로는 기마군단 출정식이 있다. 이는 백제 말기의 충신 "계백장군"의 백제군 열무식과 출정식을 통합한 퍼레이드와 퍼포먼스로, 백제군의 웅장함과 용맹함을 연출하는 기마행렬극이다.

논산시에서도 '황산벌 전투' 를 재현한다. 주제는 '황산벌 구국의 외침' 으로, 계백장군의 나라사랑 정신을 선양한다. 사극전문 배우·군인·지역 주민 등 1,000여 명 참여하며, 연극과 퍼포먼스 형태의 7막으로 구성된다. 그 밖에도 충남 도내 15개 시·군이 참여하여 백제관련 소재 및 시군 민속놀이를 펼친다. 특히 기지시 줄다리기는 시·군 경연 및 2,000여 명 이상의 관광객도 참여할 수 있는 체험형 축제라는 면에서 호응을 받을 것으로 기대된다.

다음으로 내용의 풍부함을 더하기 위해 여러 학술, 전시 프로그램도 준비하였다. 축제 기간 동안 국립 공주박물관에서는 '백제의 국제교류', 국립 부여박물관에서는 '백제의 기와' 를 주제로 백제유물 특별전을 개최한다. 이 때 국보급 문화재 300여 점 등 찬란한 백제유물과 백제의 역사와 문화적 위상을 체험·관람할 수 있을 것이다. 백제의 위상을 널리 알리기 위한 국제학술대회 또한 공주와 부여에서 개최한다. 백제사 분야는 '교류왕국, 대백제의 발자취를 따라', 역사도시 분야는 '세계역사도시의 과거와 현재, 미래' 라는 주제로 10개국 45명의 전문가가 참여할 예정인 대규모 학술회의이다. 이는 백제문화가 가진 독창성과 우수성이 스며있는 백제문화제를 보완·발전시켜 세계적인 축제로 만들기 위한 학문적인 접근이다.

이 밖에도 대백제전에 처음 시도되는 프로그램도 여러 가지 있다. 세계역사도시 회원국가를 초빙하여 공주 고마나루 예술마당에서 '고대 백제와 세계 도시와의 만남' 을 주제로 참여도시의 역사, 문화, 미래상 전시, 영상 상영을 한다. 이와 병행하여 해외 예술단을 초청하여 공연도 한다. 다음으로 백제문화유산 디지털 영상관에서는 소실(구전)된 백제유물, 일본 전래 건축기술, 유적, 문화재 등을 디지털 영상으로 복원하여 선을 보인다. 금동대향로의 오악사악기 및 음원을 복원하여 공연하는 것도 볼거리다. 이에 그치지 않고 백제문화권 축제 프로그램 교류 차원에서 한성백제문화제의 주요 공연과 전남 영암의 왕인박사 축제도 초빙하여 범

백제축제를 주도한다는 데 큰 의미가 있다. 끝으로 백제탈의 이미지 확산을 위하여 탈을 활용한 다양한 행사를 준비하고 있다. 백제탈 창작 마당극, 탈 퍼레이드, 전국 탈 경연대회 및 공연·체험, 세계탈 전시회를 개최하며 관람객이 직접 백제탈을 써볼 수 있게 함으로써 백제탈의 제작·보급의 분위기를 확산시켜 대백제전을 특색있고 차별화된 국제행사로 자리매김하고자 한다.

### Ⅲ. 충남 문화산업 발전전략

그렇다면 대백제전을 왜 하는가, 그리고 이후의 과제는 무엇인가에 대하여 문화산업의 발전전략과 연동시켜 살펴보기로 하자. 21세기는 문화의 시대라고 한다. 비좁은 면적에 자원이 절대적으로 부족한 우리나라에 지식과 기술 집약적인 문화산업은 매우 매력적인 분야이다. 교육열이 어느 나라보다도 높아 우수한 두뇌가 많고, 창의성과 손재주가 많은 우리에게 문화산업은 최적임에 틀림없다. 무엇보다 IT강국의 토대 위에 문화산업을 접목시킨다면 그 효과가 매우 클 것이다. 문화산업 분야를 'Blue Ocean'이라고 자연스럽게 부르는 것도 이러한 기대감을 반영한다.

하지만 지식과 기술의 중앙집중 현상도 부인할 수 없는 엄연한 현실이다. 문화산업에 대한 정보와 기술, 우수한 재원이 중앙에 집중되어 있기 때문에 지방은 같은 조건에서 경쟁한다면 현실의 높은 벽에 부딪치고 만다. 그렇다면 지방의 문화산업은 중앙의 종속적인 위치에 만족하며, 안주해야 하는 것일까. 그렇지 않다. 중앙에 없는 콘텐츠가 우리에게 있는 것이다. 백제문화라는 콘텐츠는 우리 지역만이 가진 차별성이 있으며, 이 때문에 다른 지역과 경쟁력이 있다. 충청남도에서 막대한 비용과 인력을 동원하여 대백제전을 개최하는 것도 이 때문이다.

처음 축제를 시작할 때는 지역민의 정체성과 자긍심을 위주로 내부의 단합에 치중한 면이 있었다. 하지만 지금은 축제를 통해 외부 관광객을 유치하면서 관광수입과 지역의 발전이라는 부가적인 효과를 거둘 수 있다는 사실이 잘 알려지게 되었다. 관광객들이 축제를 관람하면서 볼거리, 먹거리, 살거리를 찾게 되면서 부대적인 이윤이 창출된 것이다. 다시 말하면 축제를 통해 해당 지역이 관광 명소가 되고, 먹거리인 향토음식과 특산물도 각광을 받으며, 살거리가 개발되면서 토속 공예품이 발전하였다. 따라서 대백제전은 이러한 의도 속에 진행된 문화산업 발전 전략의 일환임에 틀림없다.

그렇다면 대백제전을 문화산업 발전의 분기점으로 삼을 수 있는 전략은 무엇일까. 이에 대해서 필자는 이미 논고를 통하여 의견을 피력한 바 있다.<sup>2)</sup> 본고에서는 이를 간단하게 요약하면서 대백

제전 이후의 과제와 문화산업의 발전 전략을 덧붙이고자 한다.

백제는 기원전 18년부터 660년까지 오늘날의 서울·경기·충청·전라도 등 한반도 서남부에 존재한 역사적 실체이다. 그 중에서도 우리 지역은 웅진과 사비라는 두 개의 도읍이 있어 백제의 중심지였음이 확인된다. 백제인들은 같은 나라의 구성원이 되어 자연스럽게 정치·사회·경제적 공유감을 유지하며, 다른 나라와 차별성이 있는 문화를 가질 수 있었다. 백제가 멸망한 이후에도 독특한 지역적인 정서와 문화는 면면히 이어져 왔던 것은 백제문화로부터 직간접적인 영향을 받았기 때문이다. 그렇다면 우리 지역의 독특한 문화를 표현하기 위해서는 백제문화에 대한 이해가 필수적이라 할 수 있다.

따라서 대백제전은 백제의 본질을 인지하고, 동시대에 존재한 다른 나라 혹은 다른 지역과 차별성을 추출하는 것이 무엇보다도 급선무라 할 수 있다. 그런데 기존의 백제문화제에 대해서는 백제보다 조선시대 분위기가 짙으며, 축제 이벤트에 대한 고증이 부족하다는 평가가 있었다.<sup>1)</sup> 최근 들어 대백제전을 준비하면서 다양한 프로그램이 개발되고 있는 점은 매우 고무적이라 할 수 있다. 하지만 아직까지 다른 지역의 축제와 과연 차별성이 두드러지는가 하는 점에는 선뜻 대답할 수 없다. 무엇보다도 프로그램 개발이 축제 전문가 위주로 이루어지고 있다는 점이 아쉽다. 이들도 백제를 강조하며 노력하고 있긴 하지만 백제에 대한 이해가 부족하기 때문이다. 축제전문가들은 성공적인 축제를 위해서 대중성과 흥미성을 추구하다 보니 전망이 불확실한 원형보다는 이미 다른 지역에서 검증된 확실한 것을 위주로 접근하였다. 이에 다른 지역의 축제를 변형하여 백제적 요소를 가미하거나 심지어는 무늬만 백제를 입힌 상황도 연출되었다. 이와 같은 상황에서 공연이 개최된다면 대중들은 거부감없이 쉽게 접근하겠지만 백제 축제로서 차별성을 느끼지는 못할 것이다. 간과할 수 없는 사실은 다른 지역과의 차별성이 없다면 사람들을 흡입할 수 있는 요소를 반감시킨다는 점이다. 따라서 대백제전의 성공 여부는 백제 축제의 차별화가 관건이라고 할 수 있다.

이를 위해서는 축제에 대한 접근 방법의 혁신이 필요하다. 한 방면의 전문가가 주도하지 않고 서로 보완할 수 있는 실제로의 융합적인 접근이 이루어져야 한다. 축제 전문가는 기획, 백제 전공자는 고증과 콘텐츠 개발, 실무 기술자는 기술의 개발 등 상호 협력체제를 이루면서

1) 拙稿, 2009, 「백제문화의 스토리텔링을 통한 활용성 제고」, 2010 세계대백제전 성공개최를 위한 「백제문화 세계화와 백제고도 부여」, 대전일보사.

2) 이해준 외, 「2004 백제문화 콘텐츠의 문화산업활용 중장기계획」, 백제문화원형복원센터, 2004, 36쪽.

개별 아이템에서 백제다움에 접근해야 하는 것이다. 이를 통하여 다른 지역과 차별성 있는 요소를 개발한다면 이는 커다란 수확이 될 수 있다. 그 체계는 전반적인 분야로 확산될 수 있고, 독특한 백제문화를 체험할 수 있는 폭이 넓어지는 것이다. '가장 지역적인 것이 가장 세계적이다'라는 말처럼 경쟁력을 갖추게 되는 것이다.

다음으로 많은 관광객이 대백제전을 관람하고, 행사장에서도 흥미롭게 보았지만 머릿속에 잔상이 남지 않았다면 그 파급 효과는 떨어진다. 중요한 것은 관광객들이 다음번에도 이곳에 찾아오고 싶은 생각이 들고, 최소한 주변의 사람들에게 권할 수 있는 축제로 이미지가 각인되어야 한다. 이 때문에 흥미성 못지않게 축제가 끝난 후 사람들에게 전달되는 감정도 중요하다. 그것은 백제의 고유성을 가지면서도 진한 감동이 있어야 한다. 사람들의 내면에 침투하여 감성을 자극할 수 있는 구체적 사연으로 엮어야 하는 것이다. 이를 위해서는 원형을 가공하여 부가가치를 높이는 콘텐츠 개발이 필수적이며, 스토리텔링은 그 좋은 기법이다. 성공한 축제라면 이후에도 계속 유지·확산될 수 있기 때문에 지속성 여부는 대백제전을 평가할 수 있는 중요한 요소가 된다.

따라서 지속적으로 활용 가능한 프로그램과 콘텐츠의 확보가 대백제전에서 우선적으로 필요하다. 대백제전의 성공적 개최 못지않게 대백제전이 밑거름이 되어 이후 백제문화제가 비상할 수 있는 계기를 만들어야 하는 것이다. 지나치게 성공적 개최에만 매몰되지 말고, 이후 활용 가능한 콘텐츠에 중점을 둔다면 지속적인 관광객 유치에도 도움이 되어 문화산업 발전의 초석이 될 것이다.

우리 지역의 콘텐츠는 비교적 풍부하다. 소재가 풍부함에도 활용을 하지 못한 것은 무엇보다 문화콘텐츠의 개발에 대한 전실함과 노력이 부족하였다는 점을 들 수 있다. 소재는 원석에 불과하며, 그 가치는 대중들의 판단에 의해 좌우된다. 최근 스토리텔링이 각광을 받는 것은 일방적인 지식 전달이 아니라 시청자도 참여하는 쌍방의 대화이며, 상대방에게 알리고자 하는 주제를 재미 있고 생생하게 이야기함으로써 설득력 있게 전달할 수 있기 때문이다.

문화산업이 발전하기 위해서는 영화, 드라마, 만화, 혹은 소설 등 백제를 주제로 한 창작 활동에 적극적인 투자를 해야 한다. 한 소설이 유행하면 그것이 영화 혹은 드라마로 제작되고 있는 것이 현재의 추세이다. 스토리텔링은 매체의 특성에 따라서 형식상으로 차이는 있지만 공유할 수 있기 때문이다. 아울러 드라마가 흥행에 성공하면 연기자들이 착용한 장신구, 옷 등이 유행할 수 있다. 최근의 추세 또한 하나의 소재를 가지고 복합적으로 활용하는 OSMU(One Source Multi Use)로 가고 있다. 여기에 그치는 것이 아니라 유사 분야로 파급 효과가 미치고 있다. 최근 고구

려의 주몽을 소재로 한 드라마가 유행하자 백제의 건국을 소재로 한 드라마가 확정되었으며, 나아가 백제의 유명 인물인 근초고왕, 동성왕 등을 소재로 한 드라마를 준비하고 있다. 대백제전을 계기로 폭발적인 백제 붐을 가져올 수 있는 여건이 형성되고 있는 것이다.

다만 아쉬운 점은 가장 좋은 스토리텔링을 가지고 있는 무령왕이 상대적으로 주목을 받지 못하고 있다는 사실이다. 무령왕은 일본의 카카라시마(各羅島)에서 태어났고, 백제로 귀국하여 동생인 동성왕이 시해되자 왕이 된 인물이다. 왕에 즉위해서는 활발하게 중국·일본 등 동아시아를 무대로 활약하면서 백제가 다시 강국이 되었다라고 선언하였다. 1971년 그의 무덤이 발견되어 죽어서도 백제가 문화강국이었음을 다시 한번 세상에 알리는 등 여러 가지 면에서 극적인 요소가 많다. 따라서 비교적 자본이 적게 들어가면서 대중들에게 큰 반향을 일으킬 수 있는 무령왕을 소재로 한 소설을 창작하여 그 계기를 만들어야 한다. 소설이 성공한다면 드라마 제작 단계에서 백제문화상품을 선전해야 한다. 백제 붐을 통해 드라마 제작 단계에서부터 상품에 대한 기획을 함으로써 백제문화상품의 제작과 판로를 확보할 수 있는 것이다. 이러한 융합적인 접근법은 문화산업 발전의 핵심적인 전략이라 할 수 있다. 무엇보다 문화콘텐츠를 현실에서 활용할 수 있는 구체적 물꼬를 터야 하는 것이다.

이러한 면에서 무령왕릉 출토 유물에서 디자인 소스를 추출하여 체계적으로 접근하고 있는 것은 매우 바람직한 현상이라 할 수 있다.<sup>3)</sup> 좀 더 바란다면 백제 유물을 통해 문양, 이미지 등에 상징적인 의미도 부여할 필요가 있다. 이 또한 스토리텔링 기법을 도입하여 사람들의 감성에 유물이 갖는 상징적인 의미와 가치를 더함으로써 부가가치를 높일 수 있다. 사람들의 꿈과 감성을 만족시킴으로써 구매를 유인할 수 있는 새로운 판매 전략으로 부상하고 있는 것이다.

다음으로 축제 기간만 관광객이 몰리는 것은 바람직하지 않다. 지속적으로 관광객을 유치하기 위해서는 테마형 백제문화관광 상품의 개발이 절실하다. 이미 개발된 신라문화권은 비교적 풍부한 유적이 남아있기 때문에 해설사의 도움이 없이 관광하는 경우가 많다. 하지만 백제문화 유적은 상대적으로 적으며, 프로그램 개발 또한 시작에 불과하다. 따라서 새로운 기법을 도입한다면 오히려 앞서 나갈 수 있는 절호의 기회가 될 수 있다. 하나의 예로 들 수 있는 것은 전문 해설사가 즐거리를 기획하면서 관광객과 호흡을 같이하면서 전 일정을 안내하는

3) 충남역사문화연구원·국립공주박물관·브랜딩업이 2006년도에 공동 개발한 무령왕릉 E-Book, 2009년도에 충청남도에서 제작한 DGBG-백제문화상품 가이드 개발이 대표적이다.

시스템의 도입이다.<sup>4)</sup> 테마에 따라 해설사와 관광객이 서로 의사소통할 수 있는 고품격 관광을 지향할 수 있기 때문이다.<sup>5)</sup> 아울러 관광객이 직접 행사에 참여하는 체험관광 역시 필요하다. 우리 지역은 백제시대부터 밤이 특산물이었다.<sup>6)</sup> 이러한 기록을 활용하여 현재의 특산품을 넘어서 백제 밤이라는 고유성과 역사성 등 그 의미를 부여하는 스토리텔링을 만듦으로써 그 가치를 한껏 높일 수 있는 것이다. 여기에 그치지 않고 축제, 관광, 체험을 한데 묶어서 선택의 폭을 넓혀야 한다. 그렇다면 백제시대로의 여행을 테마로 백제문화와 백제 밤 따기, 백제 밤 가공식품 맛보기<sup>7)</sup>를 패키지로 묶어 상승 효과가 생길 수 있는 것이다.

끝으로 백제의 수도였던 공주와 부여 일대를 역사도시로서 재단장할 필요가 있다. 관광객이 공주와 부여에 처음 방문하였을 때 갖는 인상에는 도시 환경과 이미지가 대단한 영향을 끼친다. 이때 중요한 역할을 하는 것은 색채이다. 때문에 우리가 일본문화하면 독특한 이미지가 떠오르듯이 백제를 표현할 수 있는 여러 색채를 개발하여 백제를 이미지화 시켜야 한다. 물론 상당한 시간과 노력이 동반된다. 그 중에서 가장 빨리 전달할 수 있는 방법 중의 하나는 도시를 방문하였을 때 처음 갖는 인상이며, 그것은 색채에 의해 좌우되는 측면이 강하다. 따라서 도시를 순차적으로 디자인한다면 상당한 효과를 거둘 수 있다. 이를 통해서 공주와 부여가 그리스, 로마와 같은 역사 문화도시로서 발돋움할 기회가 생길 수 있을 것이다. 이는 관광 수입의 증대로 직결되며, 지역의 문화산업이 발전할 수 있는 토대가 될 수 있다는 것을 확신한다.

4) 백제문화기획에서 운영하고 있는 '도사(道使)'라는 해설사 시스템을 예로 들 수 있다. 도사는 백제의 지방관으로, '길을 주관하다'라는 의미를 내포하고 있기 때문에 '길을 안내하다'라는 의미로도 해석할 수 있다. 따라서 백제 문화의 정수를 백제의 도사에 의해 안내하는 컨셉은 다른 지역의 해설사와 분명하게 차별성을 드러낼 수 있으며, 테마에 의해 운영되는 전문 안내를 지향할 수 있다.

5) 예를 들면 '설화와 함께 떠나는 백제 여행', '백제 왕들은 어떻게 살았을까'라는 테마를 제시할 수 있다. 백제 유적에는 많은 설화가 잔존해있기 때문에 사람들이 흥미를 가지고 있는 설화를 통하여 백제에 대한 이야기가 어필할 수 있다. 또한 백제왕들이 거주한 왕성은 강과 산성을 끼고 있는 특이한 구조이다. 이를 가지고 백제의 특수한 상황을 이야기할 수 있으며, 왕이 놀던 황화대, 왕이 예물을 드린 왕총사와 서복사지, 왕의 악수터 등을 묶을 수 있고, 아울러 직접 관광객이 백제왕이 되어 일상을 체험할 수 있는 프로그램도 가능하다.

6) 『삼국지』에 의하면 마한 지역에서는 '큰 밤이 산출되는데, 그 크기가 배만큼 크다'는 기록이 있다. 이를 통하여 예로부터 밤이 우리 지역의 특산물이었음을 알 수 있다.

7) 예로 들 수 있는 것은 공주시에서 개발하여 시판(예정) 중인 공주 알밤과자와 밤막걸리가 대표적이다. 알밤과자는 백제의 외당무늬에 속을 밤으로 채워 백제의 정취를 느낄 수 있도록 고안하였다.

## IV. 나오는 말

이제까지 대백제전을 중심으로 충남의 문화산업 발전 전략에 대하여 살펴보았다. 여기에서 제기된 문제를 정리하면서 글을 마치고자 한다.

대백제전은 무엇보다도 많은 관광객들이 찾아주어서 흥행에 성공해야 한다. 이를 위해서는 다른 지역과 차별성이 있는 많은 볼거리를 제공해야 한다. 또한 대중들이 우리 지역을 다시 찾을 수 있는 깊은 감명도 주어야 한다. 이러한 면에서 대백제전은 백제문화제의 완성이 아니라 새로운 시작이다. 따라서 미진한 부분을 점검하고 보완하면서 새로운 방향에서 지속적으로 대중의 관심을 끌 수 있도록 하여야 한다. 단 한 번의 축제를 개최하여 세계적인 축제로 발돋움할 수 있다는 생각은 난센스다. 때문에 축제의 성공 여부는 지속성에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 축제의 규모와 시기에 따른 완급 조절도 충분히 고려해야 할 것이다.<sup>8)</sup>

그 열쇠를 쥐고 있는 것은 축제가 지역사회에 얼마나 큰 기여를 하였는가 이다. 지역 주민들이 필요성을 느낀다면 자발적인 참여로 이루어지고, 지원도 한결 용이해진다. 따라서 축제를 준비하는 과정과 축제 이후가 연동성을 지니면서 지역 사회에 뿌리를 내릴 수 있는 방안을 찾는 것이 급선무이다. 그것은 바로 축제를 통해 문화산업의 시장과 판로를 확보해가는 과정과 직결된다 할 수 있다.

8) 2년 혹은 4년 주기의 대규모 축제의 개최는 완급 조절을 통해 대중의 관심을 끌 수 있기 때문에 필요하다고 생각한다.