

일본 마츠리를 통해 본 지역 정체성 개발 전략 고찰

- 삿포로 눈축제를 중심으로 -

강준수*
kangminsk@anyang.ac.kr

<目次>

- | | |
|----------------------|-----------|
| 1. 서론 | 4. 축제의 기능 |
| 2. 현대 축제 특성 | 5. 결론 |
| 3. '삿포로 눈축제'와 지역 정체성 | |

主題語: '삿포로 눈축제'(Sapporo Snow Festival), 일본 마츠리(Japanese Matsuri), 지역 정체성(Regional identity), 오락성(Entertainment), 지역환경자원(Local environment resources), 문화 이벤트(Cultural event)

1. 서론

현대사회는 국가들 사이의 경쟁 구도와는 별개로 지역들 사이의 경제 활성화 방향을 추구한다. 경제를 활성화시킬 수 있는 다양한 수단들 가운데, 하나로서 지역 축제를 언급할 수 있다. 1990년대 중반 지방자치제 시행으로 한국은 지역의 정체성, 홍보, 그리고 경제적 가치 측면에서 지역 축제의 활성화가 진행되었다. 한국의 축제는 주민화합형, 산업형, 그리고 문화관광축제 등 다양하게 구분된다¹⁾.

현대사회에서 축제는 소비자들에게 일상의 단조로움에서 벗어나 새로운 즐거움을 제공해주는 오락적 기능이 있다. 한국은 지방자치제가 실시되면서 본격적으로 유명 축제들이 등장하기 시작했다. 반면에 일본의 지역 축제들은 수백 년의 역사를 자랑한다. 이것은 일본이 오래전부터 봉건제를 토대로 지방분권이 유지되면서 해당 지역을 기점으로 연대 및 통합의 모색으로서 마츠리를 활용했기 때문이다²⁾. 따라서 일본의 마츠리는 지역에 따른 특징에 따라서 다양한

* 안양대학교 관광학과 조교수

1) 최영수(2012)『문화관광축제 이벤트론』학현사, p.20

2) 황달기(2011)『일본의 축제와 지역사회』제이앤씨, p.30

신앙 및 풍습이 담긴 형태로 진행된다.

마츠리는 연중 일본 각지에서 진행된다고 할 수 있지만, 7월과 8월에 집중적으로 진행된다. 마츠리는 종교적 제례 의식을 토대로 뚜렷한 지역 정체성과 종교문화가 융합되어 계승발전된 것이다. 마츠리는 개최되는 목적을 토대로 전통 마츠리와 현대 마츠리로 나눌 수 있다.

전통 마츠리는 지역의 대표적 신사나 신성한 장소에서 수행되는 문화와 의식의 보존 및 계승이 목적이라면 현대 마츠리는 대중적 재미나 오락적인 측면을 중시한다³⁾. 현대 마츠리는 지역경제의 가치 창출, 활성화, 그리고 지역의 홍보에 중점을 둔다. 현대인들은 축제를 종교적인 측면보다는 놀이 이벤트나 지역의 정체성을 표현하는 수단으로 인식하고 있다⁴⁾.

이벤트 측면이 중시되는 현대 마츠리는 대중성, 오락성, 그리고 유희성을 내포하고 있다. 이것은 마츠리가 전통적인 제례의식 측면을 탈피하여 새로운 전환을 맞이하고 있음을 의미한다. 현대 마츠리는 관광객과 주민이 함께 어울리는 공동체적 연대감이나 일체감을 형성시키면서 지역의 이미지 가치를 상승시키고, 도시 브랜드를 구축하는 효과를 거둔다.

다른 지역의 마츠리와 차별적인 가치와 함께 축제 방문객들이 다양한 프로그램과 콘텐츠의 경험을 통해서 일상현실로부터 일탈의 즐거움과 해방감을 경험할 수 있는 시간을 제공해주기도 한다. 마츠리는 타지역과 구별되는 차별적 가치와 관광객들에게 여가 기회를 제공해주면서 지역 브랜드 가치를 향상시킬 수 있다.

브랜드란 특정 상표가 특정 기간에 경쟁 상표와 연계해서 소비자, 유통업 관계자, 그리고 판매자가 인식하는 가치이다⁵⁾. 브랜드를 통해서 상품과 서비스는 경쟁상대와 차별성이 인식되면서 차별적 가치가 소비자에게 각인되는 것이다. 즉, 브랜드는 특정한 상품에 가치가 부여되면서 얻을 수 있는 상표적 이득이다⁶⁾.

브랜드 자산은 특정 상품에 대해 소비자가 긍정적 인식과 함께 상표 가치의 증가를 의미한다⁷⁾. 마츠리를 활용한 지역 브랜드 가치 구축은 지역 홍보, 지역 이미지 상승, 그리고 지역 경제 활성화에 도움이 될 수 있다. 브랜드 인지도가 상승되는 것은 브랜드 자산이 형성될 수 있는 토대이다⁸⁾.

축제를 통해서 브랜드 가치를 상승시킨 사례로서 프랑스 아비뇽 축제나 이탈리아 베네치아 카니발 등을 들 수 있다. 이러한 축제들은 축제를 통해서 도시 브랜드의 이미지를 구체화시키

3) 김희진(2016)『일본 전통축제 마츠리의 이해와 사례』한울아카데미, p.15

4) 이원태(1999)『새로운 경향, ‘다양화·특성화’로 자리잡은 축제』문예연감, p.3

5) Wilkie, W. L.(1994) Consumer Behavior John Wiley & Sons, p.12

6) Wells, W., J. & Moriarty, S.(1992) Advertising Prentice Eaglewood Cliffs, p.21

7) 박찬수(1995)『마케팅 신조류』경문사, p.24

8) Aaker, D. A.(1991) Managing Brand Equity Free Press, p.35

면서 전 세계인들에게 익숙한 이미지를 제시해주고 있다. 오늘날의 일본 마츠리 도 시작은 종교적 의례 행위에 토대를 둔 것이었지만, 대중들의 집단적 참여를 통한 다양한 가치를 창출하는 이벤트로 발전하였다.

보통 마츠리는 전통, 현대, 그리고 도시 마츠리로 구분할 수 있고, 전통 마츠리는 도쿄 간다마츠리, 교토 기온마츠리, 오사카 덴진마츠리가 있고, 현대 마츠리는 삿포로 눈축제, 센다이 다나바타 마츠리가 있으며, 도시 마츠리는 아사쿠사 삼바축제와 홋카이도 소란 축제를 들 수 있다⁹⁾. 현대 마츠리 가운데, ‘삿포로 눈축제’는 캐나다의 ‘퀘벡 윈터 카니발’과 중국 ‘하얼빈 빙등제’와 함께 세계 3대 눈축제이다.

또한 매년 200만명의 방문객이 몰려드는 ‘삿포로 눈축제’는 브라질의 리우 카니발(Carnaval do Rio de Janeiro), 독일의 옥토버페스트(Oktoberfest)와 함께 3대 축제로도 유명하다. 일본의 마츠리와 관련된 선행연구로는 (최인학, 1996; 강인숙, 2003; 김균태, 2007; 이진교, 2020) 등이 있다. 먼저 최인학(1996)은 시골에서 도시로 이주한 이주민들에게 도시축제가 갖는 역할을 일본과 한국의 축제를 통해서 분석했다¹⁰⁾.

강인숙(2003)은 하나 마츠리가 갖는 종교적 특성의 춤이 예술적 가치로 발전되는 과정을 분석했다. 김균태(2007)는 강온지 마츠리의 진행 과정과 의미에 대한 분석을 수행했다¹¹⁾. 이진교(2020)는 축제 방문객들의 춤과 음악을 통해서 알 수 있는 표현 방식이나 내용에 주안점을 두고 분석을 시도하였다¹²⁾.

선행연구들을 통해서 알 수 있는 것은 지역별로 마츠리가 갖는 특성이나 특징 분석이 주류적이라는 것이다. 선행연구와 본 연구가 갖는 차별점은 마츠리의 특징에 한정되는 것이 아니라, 그것을 통해서 지역이 정체성이 어떻게 재현될 수 있고, 지역 이미지 및 브랜드 가치가 구체화될 수 있는지에 대한 논의 수행을 목적으로 하고자 한다는 점이다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위해서 본 연구는 오락성, 지역 경제 활성화, 상업성, 그리고 지역 주민들의 자발적 참여가 돋보이는 측면들에 대한 종합적 판단과 현대 문화와 긴밀하게 연관된 ‘삿포로 눈축제’를 분석해보고자 한다.

본 연구자가 ‘삿포로 눈축제’를 선택한 이유는 지역의 환경 자원을 활용한 축제를 통해서 구현될 수 있는 지역 정체성의 문제를 논의하고자 했기 때문이다. 특히, 지역의 환경 자원을 활용한 축제들 가운데 ‘삿포로 눈축제’는 성공적인 사례로서 본 연구의 의도를 논의하는데

9) 고종원 외 (2018)『세계의 축제와 관광문화』신화, p.149

10) 최인학(1996)「일본의 마츠리(祭)와 한국의 축제 비교: 마츠리와 도시축제」『일본연구』11권, p.107

11) 김균태(2007)「강온지마츠리(觀音寺祭) 고찰」『비교민속학』33권, p.279

12) 이진교(2020)「축제를 통한 지역의 표현과 그 의미: 일본 삿포로 요사코이 소란 마츠리의 사례」『한국민속학』72권, p.172

매우 효과적인 축제라고 판단되었다.

본 연구는 ‘삿포로 눈축제’와 관련된 자료를 중심으로 축제의 성격, 특성, 그리고 효과 등을 종합적으로 논의해 볼 것이다. 또한 본 연구는 ‘삿포로 눈축제’를 통해서 지역 주민들의 문화 의식 고취 및 지역 정체성 구축에 마츠리의 기여 방식에 대해서 분석해보고자 한다.

2. 현대 축제 특성

현대사회에서 축제는 지역 주민들이 소통할 수 있는 수단으로 기능하고 경제 및 문화적 효과나 가치를 지니고, 지역 이미지 개선이나 홍보 등에 활용되고 있다. 일본의 마츠리는 오랜 전통을 지니고 있고, 현대사회에서 활용되는 대중적 오락성이나 경제적 가치 창출 개념과는 이질적인 전통 및 배경으로 시작된 것이다.

현대사회는 문화자원의 산업화 및 소비문화의 일상적 지배가 일상화되고 있다. 다양한 소비자들의 욕구 및 취향은 단순히 본능성과 물질성을 벗어나 감성, 즐거움, 그리고 평안함을 추구하는 시대로 전환되고 있다¹³⁾. 이러한 시대적 변화는 일본의 마츠리가 지닌 전통적 개념의 제례 의식 개념이 대중적 오락 개념으로 무게 중심이 옮겨질 수밖에 없는 상황이다. ‘마츠리’라는 단어는 ‘제사 지내다’ 혹은 혼령을 (신으로) ‘모시다’를 의미하는 ‘마츠루(まつる)’에서 파생된 것이다¹⁴⁾. 단어에서 알 수 있듯이, 마츠리는 경건한 종교적 의례를 수행하기 위한 행사로서 신을 모시는 신성함이 내포되어 있다. 그러나 오늘날에는 대중들이 참여할 수 있는 프로그램 및 콘텐츠 기획으로 지역 이벤트로 자리매김하고 있다.

마츠리의 가치는 지역문화가 지닌 원형 상징성을 지닌 문화적 유산으로서 신성성, 예술성, 그리고 오락성을 지니고 있다는 점이다. 마츠리는 일본 지역 전통 및 정체성 유지, 지역문화를 통한 현대의 삶을 풍요롭게 해줄 수 있는 중요한 문화적 자산이다. 치열한 경쟁 구도와 함께 다양한 멀티적 사고와 감각이 요구되는 현대사회에서 문화 감성은 삶의 즐거움과 휴식을 경험할 수 있는 수단이다¹⁵⁾.

현대 축제가 지향하는 속성은 지역적 특성, 현장성, 상호교류, 그리고 일탈성을 들 수 있다¹⁶⁾. 지역적 특성은 지역 공동체를 기반으로 형성된 지역의 전통, 문화, 그리고 역사가 반영된

13) 박낙중·한범수(2009)「문화공간의 소비와 의미에 관한 담론」『관광학연구』33권 4호, p.145

14) 김희진(2016), 앞의 책, p.16

15) 이창식(2016)『공연예술적 감성과 킬러콘텐츠』도서출판 월인, p.16

16) 최영수(2012), 앞의 책, p.8

지역의 총체라고 할 수 있다. 축제가 차별성을 토대로 지속성을 갖는 것은 지역만의 특성이 반영되었기 때문이다.

따라서 축제는 지역 정체성을 토대로 지역 주민들의 적극적인 참여가 수반되면서 지역에 대한 애착, 공동체 의식 함양, 그리고 지역에 대한 자긍심을 강화시킨다¹⁷⁾. 지역 정체성은 대상과 그것을 둘러싸고 있는 주변 세계에 대한 실존적 물음을 통해서 대상을 규정짓는 행위 개념이다¹⁸⁾. 관광객들은 해당 지역 축제 경험을 통해서 지역적 특성을 이해하고, 긍정적인 인식을 통해서 해당 지역에 친밀함을 경험할 수 있다.

현대사회에서 지역 축제는 지역 주민들의 삶이나 문화를 표출시키는 문화 이벤트로서 지역 주민들의 공동체 의식을 상승시키고, 시대적 흐름, 지역의 역사 및 문화적 전통을 표출시키는 기능을 수행한다¹⁹⁾.

이러한 관광객의 인식 과정은 축제가 지닌 현장성이 중요한 역할을 한다. 축제는 특정 공간에서 특정한 시간에 불특정 다수가 공동의 경험과 체험을 공유하는 매개물이다. 이것은 코로나19 사태로 인한 비대면 축제 공연과는 다른 경험을 제공한다. 비대면 축제 관람은 시각과 청각적인 측면에서 작동하지만, 현장에 참여한 관광객들은 오감(五感)을 통해서 축제를 체험한다.

오감을 통한 축제 체험은 관광객들에게 즐거움과 오락성을 제공해주면서 다양한 문화 소비 욕구를 충족시킬 수 있다. 축제의 현장은 다양한 관광객들과 지역 주민들이 함께 어울린다는 측면에서 공통의 체험과 경험을 통한 상호교류가 이루어진다. 축제를 통한 지역 특산품의 판매도 이루어지면서 지역 간 교류가 자연스럽게 이루어진다. 또한 축제는 일상과는 다른 특별한 공간이 된다.

현대인들은 반복적 일상으로 인한 스트레스와 심신의 피로도가 쌓이고, 자신의 감정을 직접적으로 드러낼 수 없는 감정노동에 시달리고 있다. 축제는 평소 표출시킬 수 없었던 내적 감정을 드러내고 문화적 욕구 충족이 가능한 공간이다²⁰⁾. 다시 말해서, 현대의 축제는 현실의 피로감을 잠시 벗어나 놀이, 오락, 그리고 일탈의 경험을 통해서 평소 표출되지 못한 문화 소비 욕구와 감정 욕구의 충족 및 표출의 기능을 담당한다.

17) 백선휘(2006)「도시문화전략으로서 지역문화축제의 지향점과 구성요소 정립에 관한 연구」『지리학연구』제40권 1호, p.114

18) 신병현(1995)『문화, 조직, 관리』한울, p.97

19) 이승권(2007)「축제성(festivite)과 지역축제」『한국프랑스학논집』57, p.363

20) 이정학(2008)『축제이벤트』대왕사, p.11

3. ‘삿포로 눈축제’와 지역 정체성

일본의 최북단에 위치하는 홋카이도 섬의 중심지인 삿포로에는 많은 적설량이 나타나는 곳이다. 이곳은 일본을 대표하는 대설지역으로서 1년 중에 절반 이상의 눈과 추위가 이어지는 장소이다. 삿포로는 활화산 분화구를 활용한 온천욕이 관광객들의 매력을 끌고 있는 곳이다. ‘삿포로’ 눈축제와 유사한 축제로는 중국의 하얼빈에서 개최되는 ‘빙등제’와 캐나다의 ‘퀘벡 윈터 카니발’과도 연결된다.

‘삿포로 눈축제’는 일본의 다른 마츠리들과 비교해볼 때, 짧은 역사임에도 불구하고 경쟁력을 갖춘 축제로서 도시 브랜드 구축에 성공하고 있다. 기본적으로 축제는 지역 정체성을 드러내는 문화 표현 양식으로서 지역 공동체의 의식행위로 볼 수 있다²¹⁾. 세계화의 물결 속에서 국가 및 지역 간 경계가 허물어지면서 국가나 지역이 지닌 고유성은 사라지고 획일성으로 포장된 상품의 확대가 이루어지고 있다.

획일성으로 일관된 지역 축제에서 벗어나 삿포로 지역의 특성을 살려서 기획되고 있는 ‘삿포로 눈축제’는 세계화에 대응할 수 있는 축제 상품이라고 할 수 있다. 세계화는 서구 문명의 첨단 기술과 질적 수준이 높은 문화상품에 힘입어 지역문화의 발전에 있어서 긍정적인 측면도 있음에도 불구하고, 지역문화를 획일성으로 유도하거나 정체성을 왜곡시킬 수 있는 요소가 있다²²⁾.

‘삿포로 눈축제’는 1950년 패전국으로서의 아픔에 대한 위로 및 극복을 위해서 지역 주민들이 한마음으로 눈으로 조각 전시를 하면서 시작되었다. 삿포로는 일본에서 5번째의 규모를 가진 도시이다. 일본의 북쪽 지방인 홋카이도는 많은 적설량과 추위로 유명하며, 매년 2월 초에 눈과 얼음을 활용한 축제가 개최되어 일주일의 여정으로 진행이 된다.

눈과 얼음으로 유명한 삿포로는 1972년도에 아시아 최초의 동계올림픽이 개최된 곳이고, 1990년 동계아시안 게임이 개최되면서 동계 스포츠 이미지로 대중들에게 각인된 곳이다. ‘삿포로 눈축제’는 홋카이도에서 최대 규모로 진행되는 축제로서 일본의 대표적인 축제들 가운데 하나라고 할 수 있다.

축제가 진행되는 장소는 오도리 공원, 스키노 행사장, 그리고 츠도무 행사장 등과 같이 다양한 장소에서 진행되고 있다. 다양한 주제로 재현되는 눈 조각들은 규모의 거대성으로 인해서 일본의 자위대가 동원될 정도이다. ‘삿포로 눈축제’에는 세계의 다양한 국가들에서

21) 오경선(2002)「브라질의 카니발」『국제지역정보』제6권 2호, p.56

22) Thomas, R., and Wood, E.(2003) “Events-based tourism: a survey of local authority strategies in the UK” Local Governance 29.2, p.137

방문한 예술가들, 자원봉사자, 자위대, 그리고 관광객들이 함께 어우러진다. 주제의 다양성으로 인해서 일본의 유명 애니메이션 캐릭터들도 조각품으로 등장하고 있다. ‘삿포로 눈축제’는 하얀 설국을 연상시키는 환상적인 분위기를 연출하면서 일상과는 다른 경험을 하게 한다. 축제는 체험 기능으로 일탈성, 놀이성, 대동성, 그리고 신성성이라는 요소를 지닌다²³⁾.

축제의 체험 기능 측면에서 볼 때, ‘삿포로 눈축제’는 하얀 눈 위에서 연출되는 점에서 일상과 다른 일탈성과 신성성을 확보하고 있으며 예술가, 지역 주민들, 그리고 관광객들이 함께 모여 조각상을 제작한다는 점에서 대동성을 확보하고 있다. 그리고 다양한 이벤트들과 프로그램들을 통해서 놀이성을 구현하고 있음을 알 수 있다.

축제 기간에 시내 중심에 있는 오도리 공원과 주변의 행사장에서 다양한 눈으로 조각된 예술 작품들이 전시된다. 스스키노 거리에서는 다양함과 아기자기함을 갖춘 얼음 조각 작품들을 감상할 수 있다. 이곳에서는 단순한 관람뿐만 아니라, 얼음 조각대회, 얼음 여왕 선발대회, 그리고 촬영대회 등과 같은 다양한 이벤트가 제시된다.

야간에는 조명과 조각 작품들이 조화를 이루면서 환상적 분위기를 연출하면서 축제 장소를 환상적인 분위기로 이끌어간다. 또한 ‘삿포로 눈축제’가 지향하고 있는 주제의 통일성을 토대로 한 다양한 프로그램들과 이벤트들은 축제의 난장적 요소를 제공한다.

축제가 지닌 난장(亂場) 요소들이 현실의 억압 요소들을 축제가 지닌 정화작용의 과정을 통한 해소가 이루어지면서 참여자들은 삶의 지탱을 위한 힘을 얻을 수 있다²⁴⁾. 축제는 일상의 현실과는 다른 일탈적 재미를 관광객들에게 제공하면서 삶에 대한 활력이나 긍정성을 경험하게 한다²⁵⁾. 현대인들은 단순확일적 공간을 벗어나 새로운 공간문화 및 소통을 선호한다²⁶⁾. ‘삿포로 눈축제’는 현대인들의 문화향유 욕구를 충족시킨다는 점에서도 의미가 있다.

예술가들뿐만 아니라, 시민들의 직접 참여를 통해서 작은 규모의 조각상들도 제작된다. 직접 시민들이 축제에 적극적으로 참여하는 것은 지역에 대한 소속감이나 정체성을 향상시킬 수 있다²⁷⁾. 츠도무 행사장 주변에서는 실외 쪽에서 직접 눈사람 제작, 기념사진 촬영, 스케이트, 그리고 튜브 눈썰매 등을 즐길 수 있다. 실내 쪽에서는 관광객들이 먹거리를 즐길 수 있는 음식점과 휴게 시설이 설치되어 있다.

‘삿포로 눈축제’는 적절량이 많은 지역의 자연환경을 활용하여 단순히 겨울을 즐겁게 보내

23) 이훈(2006) 「축제체험의 개념적 구성모형」 『관광학연구』 제30권 1호, p.32

24) 류경희(2004) 「인도 봄 축제 홀리의 종교적 의미와 사회적 기능」 『아시아연구』 제7권 2호, p.188

25) 김용호(2004) 「원형상실의 문제점」 『축제로 이어지는 한국과 유럽』 연세대학교 출판부, p.35

26) 강준수(2021) 「주이상스 이론 및 아우라의 측면에서 본 문화예술 고찰」 『이벤트컨벤션연구』 제17권 1호, p.126

27) Qinn, Bernadette(2005) “Arts Festival and the city” Urban studies 42, p.929

고자 하는 의도를 넘어서 지역의 정체성을 외부세계에 알리고 적극적으로 홍보 및 지역의 브랜드 가치의 확보 가능성을 향상시킨 것이다. ‘삿포로 눈축제’의 특징으로는 첫째, 발상의 전환, 둘째, 주제의 통일성, 셋째, 홍보 효과, 넷째, 수입원의 확보, 그리고 다섯째, 적극적인 환대 서비스 제공 등을 들 수 있다²⁸⁾.

단순히 적설량이 많다고 해서 모든 지역이 축제 공간이 되는 것은 아니다. 지역 환경을 수동적으로 수용하는 것에 머무르지 않고, 적극적으로 활용하고자 하는 지역 주민들의 의지와 발상의 전환이 오늘날 ‘삿포로 눈축제’를 가능하게 했다. 이 축제가 유명해질 수 있었던 이유들 가운데 하나는 주제의 통일성이다. 이 축제는 눈과 얼음이라는 통일된 주제로 모든 축제의 프로그램과 이벤트가 진행된다.

<표1> ‘삿포로 눈축제’의 지역 정체성 구축 요소들

순서	요소	내용
1	지역 환경자원의 활용	삿포로 지역이 지닌 특성을 활용하여 지역의 정체성을 확보하고 있다.
2	주제의 통일성	눈과 얼음이라고 하는 주제의 통일성을 축제 프로그램이나 이벤트에 적용하면서 지역의 정체성을 경험하게 한다.
3	시민의 참여 유도	예술가뿐만 아니라, 시민들도 예술작품 제작에 참여하면서 지역에 대한 소속감이나 정체성을 확립할 수 있는 계기를 마련하고 있다.

이러한 주제의 통일성은 축제장을 찾은 관광객들이 축제의 지향점과 축제에 몰입할 수 있는 자연스럽게 제공해줄 수 있다. 일반적으로 지역 축제들은 관광객들에게 볼거리를 제공한다는 명분으로 한 번에 많은 것들을 보여주고자 하는 특성이 있다. 프로그램이나 이벤트의 양적 측면이 관광객들의 재방문을 보증하는 것이 아니다. 중요한 것은 얼마나 축제의 주제가 일관되게 프로그램과 이벤트에 담겨서 관광객들에게 지역의 지향점과 정체성이 재현되고 있는지의 문제이다.

정체성은 이데올로기 측면에서 자신의 속성에 대한 다양한 요소들에 대한 개념화이지만, 다양한 사회변화를 겪고 있는 현대사회에서 지역 내에서 존재적 의미를 찾아야 할 필요성이 대두되었다²⁹⁾.

축제가 지향하는 주제나 의도와는 별개로 많은 것들을 화려하게 보여주기 위한 프로그램은

28) 김희진(2016), 앞의 책, p.82

29) Friedman, Jonathan(1994) Cultural Identity and Global Process Sage, p.81

관광객들의 몰입도를 떨어뜨리고, 장기적으로 축제의 질과 지속성을 하락시킬 뿐이다. 관광객들은 축제가 지향하는 주제 관련 프로그램과 이벤트에 참여하면서 해당 지역을 이해하고, 친밀해지면서 재방문하고 싶은 욕구를 발현시키기 때문이다. 축제 공간에서 얼마나 많은 것을 보여주는나보다는 어떻게 효과적으로 관광객들의 문화 소비 욕구를 충족시킬 수 있는냐에 중점을 둘 필요가 있다.

그리고 ‘삿포로 눈축제’가 단기간에 대규모 축제로 확장될 수 있었던 것은 삿포로 지역에서 개최되었던 두 차례의 올림픽이 중요한 역할을 하였다³⁰⁾. 전 세계인들에게 대규모 스포츠 행사가 진행되는 과정에서 지역의 이미지가 자연스럽게 홍보가 되었다. ‘삿포로 눈축제’는 원활한 축제 행사와 지역 경제 활성화를 목적으로 오도리 공원 내에 다양한 캐릭터 상품과 기념품을 판매하는 공간을 확보하여 지역의 정체성을 나타내는 관광 상품을 판매하고 있다. 관광 상품 판매 외에도 다양한 협찬 광고나 현장 판매 방식을 통해서 경제적 안정성 확보는 축제의 성공을 확보할 수 있는 중요한 이유가 될 수 있다. ‘삿포로 눈축제’는 관광객들로부터 지역의 브랜드 가치 상승과 긍정적 이미지를 확보하기 위해서 축제 참여자 및 종사자들이 친절한 태도, 적극성, 그리고 표정 관리를 통해서 관광객들에게 긍정적 이미지의 환대 서비스를 제공한다. ‘삿포로 눈축제’가 지닌 이러한 특징들은 축제를 성공적으로 이끌어가는 원동력이다.

4. 축제의 기능

4.1 지역 이미지 재현 극대화

지역 이미지 재현에 있어서 지역의 정체성이 반영된 축제를 개최하는 것만큼 효과적인 홍보 수단이 없다. 연중 절반 이상이 눈이 내리고 추위가 엄습하는 삿포로는 눈축제가 개최되기 전에는 관광객들을 끌어모을 수 있는 긍정적 이미지로 부상하지 못했다. 많은 적설량과 추위가 심한 곳으로 알려진 삿포로의 도시 이미지는 관광지로서의 이미지에 긍정적일 수 없기 때문이다.

그러나 삿포로는 지역의 환경을 활용하여 매년 2월 ‘삿포로 눈축제’를 개최하면서 정적 도시 이미지를 반전시키고, 빛과 조각상을 활용한 환상적인 분위기를 연출하면서 활기 및

30) 고종원 외(2018), 앞의 책, p.159

생동감이 넘쳐나는 도시 이미지로 탈바꿈하고 있다. 삿포로는 설국 이미지를 통해서 지역의 문화, 전통, 역사, 그리고 산업이 유기적으로 연계되어서 축제와 시너지 효과를 이룰 수 있다는 점에서 ‘삿포로 눈축제’는 매우 효과적인 대외 홍보 수단이 될 수 있다.

축제가 지닌 기능은 홍보 수단 외에도 집단이 공유하는 정서나 가치가 구체적으로 표출되면서 지역에 대한 집단의식의 고취와 유대 강화를 들 수 있다³¹⁾. 축제를 통해서 드러나는 집단적 가치나 이념들은 외부 관광객들에게 지역 이미지로 표출된다.

이미지는 지역의 정체성 구현을 통해서 이루어질 수 있다. 지역 정체성의 확립은 명확한 주제 의식에서 비롯된다. 분명한 목적과 지향점이 반영된 주제 의식은 지역 전통, 문화, 그리고 역사를 통해서 지역의 특성을 구체적으로 재현할 수 있어야 한다. 지역의 특성이나 문화적 전통이 반영된 축제 개발이 필요한 시점이다.

개발은 기존의 것들을 허물고 새로운 것을 짓는다는 개념이 아니라, 기존의 것을 보존 유지하면서 활용할 수 있는 방안을 의미한다. 삿포로의 열악한 자연환경을 관광자원과 연계시키면서 눈축제를 개최하면서 새로운 도시 이미지를 구축하는 개념이 올바른 도시 개발의 실례가 될 것이다.

현대사회에서 축제는 매력적인 관광 상품으로 인식되고 지역의 경제 발전을 촉진하는 중요한 전략적 가치가 있다³²⁾. ‘삿포로 눈축제’는 오락적 기능을 갖춘 관광 상품으로서 관광객을 통해서 수익 창출과 지역문화 발전을 기대할 수 있다.

다른 지역의 축제를 일방적으로 모방하는 것이 아니라, 지역적 자원을 적절히 활용하여 삿포로만의 차별성을 갖춘 관광 이미지를 구축한다는 점은 매우 긍정적인 측면이다. 이것은 장소나 공간을 불문하고 모방할 수 있는 축제가 아니라, 지역의 특성이 가미된 축제라는 점에서 ‘삿포로 눈축제’가 지닌 경쟁력을 의미하기 때문이다.

4.2 지역문화 산업 연계성 강화

축제를 통해서 얻을 수 있는 효과는 지역 정체성 확보를 통한 지역 산업의 활성화를 들 수 있다. 이러한 점에서 볼 때, 삿포로 맥주는 매년 ‘삿포로 눈축제’를 통해서 이 지역을 찾는 전 세계의 관광객들에게 제품의 시음을 통한 판매량이 증진을 시도해볼 수 있는 이점을 갖는

31) 남혜연(2005)「미슬레니짜와 홀리 비교 연구: 축제의 종교적 의미와 사회적 기능을 중심으로」『비교문화 연구』제9권 1호, p.12

32) 배만규(2009)「축제의 차별화를 위한 속신 마케팅 도입의 개념적 고찰: 울주 외고산옹기축제를 중심으로」『Korean Journal of Tourism Research』제24권 1호, p.286

다. 세계적인 축제들은 다양한 관광객 확보를 통해서 실질적인 지역 경제 활성화를 이루고 있다³³⁾.

축제 장소를 방문한 관광객들을 통해서 입장료, 숙박, 교통, 그리고 다양한 관광 상품 판매로 이어지기 때문이다³⁴⁾. 축제는 지역에서 생산되는 특산품이나 제품을 통한 수익의 극대화보다는 홍보를 통한 지속적 판매 성과를 목적으로 해야 한다. 축제가 진행되는 동안 지역 제품의 판매에 대한 과도한 집중은 지역 이미지를 악화시키면서 장기적으로 지역 생산품의 판매 저하로 이어질 수 있다.

따라서 축제 진행 기간에는 판매에 집중하기보다는 홍보를 목적으로 한 판매가 이루어질 필요가 있다. 관광객의 소비지출은 지역개발을 통한 고용 창출이나 지역 주민의 소득증가로 이어질 수 있다. 물론 관광객들이 지속적 몰림 현상을 통한 지역 경제 활성화로 인해 해당 지역 임대료 및 지가를 상승시켜 경제력이 없는 원주민들이 열악한 환경으로 이주해야 하는 젠트리피케이션(Gentrification)이 발생할 가능성도 있다³⁵⁾.

또한 지역 주민의 관점에서 다수의 관광객 유입은 해당 지역 주민의 삶이나 환경 침해로 인한 부정적 영향을 미칠 수 있는 오버투어리즘(Overtourism)의 문제도 존재한다³⁶⁾. 축제는 이러한 부정적인 측면도 지니고 있지만, 전반적으로 특정 지역 전통, 문화, 그리고 역사로 구성된 주제를 토대로 진행되면서 지역 정체성 확립과 지역개발을 통한 지역 경제 활성화에 이바지할 수 있다는 이점을 지닌다.

4.3 교류를 통한 지역문화 발전 및 융합

‘삿포로 눈축제’가 개최되는 삿포로는 세계 3대 눈축제 장소로서 해마다 전 세계의 다양한 관광객들이 찾는 관광지라는 점에서 경쟁력을 갖추고 있다. 지자체를 중심으로 한 지역 축제들은 지역의 특성에 맞는 축제를 개최하는 것에만 한정하여 국제적인 문화교류보다는 지역 축제로 만족하는 경우가 있다.

지역의 정체성을 통한 도시 브랜드 가치를 상승시키고, 지역 경제 활성화를 이루기 위해서는 다양한 국가들과 문화교류를 통한 활발한 소통을 통해서 세계적인 축제로 거듭나면서 경쟁력을 갖출 수 있다. ‘삿포로 눈축제’는 세계 각국의 예술가들이 참여하는 축제라는 점에서

33) Getz, D.(1991) Festivals, Special Events, and Tourism. Van Nostrand Reinhold, p.16

34) 김성현(2004)「지역축제의 지역경제활성화 영향 분석」중앙대학교 박사학위 논문, p.23

35) 최명식(2017)「젠트리피케이션 대응을 위한 지역 토지자산 공유방안」『국토정책 Brief』제613호, p.3

36) 이수진(2019)「오버투어리즘과 사회적 딜레마」『이슈 & 진단』제383호, p.2

국제적 경쟁력을 갖추고 있다.

삿포로 시민들은 세계적인 축제를 개최한다는 자부심과 긍지로 축제 준비 과정에서 적극적인 참여가 이루어질 수 있고, 서로 간 화합의 기회가 확보되면서 지역 공동체 의식의 함양에 도움이 될 수 있다. ‘삿포로 눈축제’에 참여하는 지역 주민들이 증가할수록 지역사회 문화 육성 및 발전의 기회가 확대될 수 있다. ‘삿포로 눈축제’는 제2차 세계대전의 아픔 극복과 주민들의 즐거운 겨울나기를 목적으로 시작되었지만 현재는 지역경제 활성화, 지역 정체성 강화, 그리고 지역 주민과 관광객과의 소통 및 교류 확대에 중요한 역할을 수행하고 있다³⁷⁾.

<표2> ‘삿포로 눈축제’의 문화적 기능

순서	항목	내용
1	지역 이미지 구축	눈과 얼음으로 활용할 수 있는 다양한 놀이, 이벤트, 그리고 프로그램 구축은 지역 주민들의 문화생활 활성화와 연계된다.
2	문화산업연계	삿포로 지역의 맥주를 활용한 지역 축제 및 이벤트 활용은 지역문화 산업의 육성에 도움이 된다.
3	소통 및 교류	축제를 통해서 다양한 국적의 관광객들과 소통 및 교류 기회의 확대는 지역문화의 다양성과 연계된다.

축제 기간 중 세계적인 예술가들과 삿포로 지역 예술가들, 그리고 지역 주민들이 조각상 만들기에 참여하면서 교류의 기회가 확대되고, 축제 이후에도 다양한 예술 활동 기회로 이어질 수 있기 때문이다. 축제라는 주제를 통해서 형성된 지역문화 정체성은 지역 주민들이 화합할 수 있는 주요한 밑거름이라고 할 수 있다.

5. 결론

일본의 마츠리는 성스러움과 종교성이라는 제례 의식에서 시작되었지만, 도시 문명의 발전과 함께 대중들이 즐길 수 있는 유희성과 오락성이 강조되는 문화 이벤트로 전환되었다. 현대적인 축제 개념으로 전환된 일본의 마츠리들은 관광 산업을 촉진하는 수단으로 활용된다.

다양한 관광객을 유치하고 있는 일본의 수많은 마츠리들 가운데, ‘삿포로 눈축제’는 세계적

37) 이려(2018)「지역 문화관광축제의 그래픽디자인 연구」충남대학교 대학원 박사학위 논문, p.121

으로 유명한 축제로 자리매김하고 있다. ‘삿포로 눈축제’가 세계적인 축제로 자리매김할 수 있었던 원동력은 여러 가지가 있다. 그 가운데, 주제의 통일성을 들 수 있다. 축제를 지향하는 목적과 주제가 일관되고 통일되면서 이곳을 방문한 관광객들은 축제의 의도를 파악할 수 있고, 축제를 통해서 투영되는 도시 이미지를 쉽게 인식할 수 있다.

이것은 지역의 이미지나 브랜드 가치와 연계되면서 겨울 이미지와 관련된 다양한 스포츠, 레저, 이벤트, 그리고 관광 산업이 적극적으로 수용 가능성을 확장시킨다. 삿포로는 축제를 통해서 지역 이미지를 세계에 알리면서 지역에서 생산되는 제품의 판매를 촉진시킬 수도 있다. 예를 들어, 국내에서도 유명한 일본 맥주 브랜드의 본고장인 삿포로는 청정자연 환경 이미지를 통해서 제품 이미지에 영향력을 발휘하여 판매 증진에 기여할 수 있기 때문이다.

축제는 단순히 관광 상품의 판매 촉진에만 가치가 부여되는 것이 아니라, 축제와 함께 지역성에 기반한 다양한 문화 예술 행사의 진행을 통해서 지역문화 예술 발전에 기여할 수 있다. 그리고 지역 주민들이 주체적인 참여를 통해서 지역에 대한 애착, 공동체 의식, 그리고 지역에 대한 자부심을 확장시킬 수 있다는 측면에서 ‘삿포로 눈축제’는 지역문화 발전에 공헌할 수 있다.

‘삿포로 눈축제’가 지속성을 갖고 발전할 수 있는 토대는 지역 정체성을 유지할 통한 지역 주민들의 자발적 참여와 지역에 대한 자부심이 중요한 요인이 될 수 있다. 현대의 지역 축제는 지역 주민의 삶과 문화가 축제를 매개로 집약적으로 표출되는 것으로서 지역문화를 총체적으로 드러내는 문화 이벤트이다.

지역문화의 총체로서 축제는 지역개발의 방향성을 제시하고, 지역 정체성의 강화를 수행할 수 있는 매개물이다. ‘삿포로 눈축제’가 지닌 경쟁력은 삿포로 지역만이 갖는 독자성의 표출이 가능한 주제를 담고 있다는 점이다. ‘삿포로 눈축제’는 눈이라는 소재를 통해서 지역 주민, 예술가, 그리고 관광객들이 조각상의 제작을 통해서 뚜렷한 주제를 담고 있다.

현대사회에서 지역 축제가 중요한 위치를 점유하는 것은 그것이 지역사회의 전반에 미칠 수 있는 파급효과에 기인한다. 이러한 파급효과는 지역 경제 활성화, 지역 이미지 향상, 그리고 관광 상품의 확대의 관점에서 파악된다. ‘삿포로 눈축제’는 다른 지역의 축제와 차별성과 통일된 주제를 통해 도시 이미지를 각인시키면서 지역 주민들에게 자부심과 긍지를 경험하게 하면서 지역 정체성을 뚜렷하게 드러낸다고 할 수 있다. 다시 말해서, ‘삿포로 눈축제’는 삿포로 지역의 문화가 표출되는 문화 이벤트로서 지역 주민들의 공동체 및 정체성 의식을 경험하게 하는 축제라고 할 수 있다. 본 연구가 지닌 시사점은 성공적인 ‘삿포로 눈축제’를 통해서 지역 정체성의 활성화에 대한 구체적인 논의가 이루어지고 있다는 점이다. 반면에 본 연구가 지닌 한계점은 다양한 지역의 환경 자원을 활용한 축제들 가운데, ‘삿포로 눈축제’에 한정되어 논의가 이루어지고 있다는 점이다.

【참고문헌】

- 강인숙(2003)「하나마즈리(花祭)의 제의성과 예술성」『대한무용학회논문집』37권
- 강준수(2021)「주이상스 이론 및 아우라의 측면에서 본 문화예술 고찰」『이벤트컨벤션연구』17권 1호
- 고종원 외(2018)『세계의 축제와 관광문화』신화
- 김군태(2007)「강온지마즈리(觀音寺祭) 고찰」『비교민속학』33권
- 김성현(2004)「지역축제의 지역경제활성화 영향 분석」중앙대학교 대학원 박사학위논문
- 김용호(2004)「원형상실의 문제점」『축제로 이어지는 한국과 유럽』연세대학교 출판부
- 김희진(2016)『일본 전통축제 마즈리의 이해와 사례』한울아카데미
- 남혜연(2005)「마슬레니짜와 홀리 비교 연구: 축제의 종교적 의미와 사회적 기능을 중심으로」『비교문화연구』제9권 1호
- 류경희(2004)「인도 봄 축제 홀리의 종교적 의미와 사회적 기능」『아시아연구』제7권 2호
- 박낙중·한범수(2009)「문화공간의 소비와 의미에 관한 담론」『관광학연구』33권 4호
- 박찬수(1995)『마케팅 신조류』경문사
- 배만규(2009)「축제의 차별화를 위한 속신 마케팅 도입의 개념적 고찰: 울주 외고산옹기축제를 중심으로」『Korean Journal of Tourism Research』제24권 1호
- 백선헌(2006)「도시문화전략으로서 지역문화축제의 지향점과 구성요서 정립에 관한 연구」『지리학연구』제40권 1호
- 오경선(2002)「브라질의 카니발」『국제지역정보』제6권 2호
- 이려(2018)「지역 문화관광축제의 그래픽디자인 연구」충남대학교 대학원 박사학위논문
- 이수진(2019)「오버투어리즘과 사회적 딜레마」『이슈 & 진단』제383호
- 이승권(2007)「축제성(festivity)과 지역축제」『한국프랑스학논집』제 57권
- 이정학(2008)『축제이벤트』대왕사
- 이진교(2020)「축제를 통한 지역의 표현과 그 의미: 일본 삿포로 요사코이 소란 마즈리의 사례」『한국민속학』72권
- 이원태(1999)『새로운 경향, ‘다양화·특성화’로 자리잡은 축제』문예연감
- 이창식(2016)『공연예술적 감성과 킬러콘텐츠』도서출판 월인
- 이훈(2006)「축제체험의 개념적 구성모형」『관광학연구』제30권 1호
- 최명식(2017)「젠트리피케이션 대응을 위한 지역 토지자산 공유방안」『국토정책 Brief』제613호
- 최영수(2012)『문화관광축제 이벤트론』학현사
- 최인학(1996)「일본의 마즈리(祭)와 한국의 축제 비교: 마즈리와 도시축제」『일본연구』11권
- 황달기(2011)『일본의 축제와 지역사회』제이앤씨
- Aaker, D. A.(1991) Managing Brand Equity Free Press
- Getz, D.(1991) Festivals, Special Events, and Tourism. Van Nostrand Reinhold
- Friedman, Jonathan(1994) Cultural Identity and Global Process Sage
- Qinn, Bernadette(2005) “Arts Festival and the city” Urban studies 42
- Thomas, R., and Wood, E.(2003) “Events-based tourism: a survey of local authority strategies in the UK” Local Governance 29.2
- Wells, W., J. & Moriarty, S.(1992) Advertising Prentice Eaglewood Cliffs
- Wilikie, W. L.(1994) Consumer Behavior John Wiley & Sons

논문투고일 : 2021년 06월 18일
 심사개시일 : 2021년 07월 14일
 1차 수정일 : 2021년 08월 04일
 2차 수정일 : 2021년 08월 12일
 게재확정일 : 2021년 08월 20일

〈要旨〉

일본 마츠리를 통해 본 지역 정체성 개발 전략 고찰

- 삿포르 눈축제(Sapporo Snow Festival)를 중심으로 -

강준수

본 연구의 목적은 ‘삿포르 눈축제’(Sapporo Snow Festival)를 통해서 일본 마츠리 축제가 갖는 지역 정체성과 개발 전략에 대해서 분석하고자 한다. ‘삿포르 눈축제’는 오락성, 지역 경제 활성화, 상업성, 그리고 지역 주민들의 자발적 참여가 돋보이는 마츠리 축제이다.

현대의 축제는 전통적인 종교 제례 의식을 벗어나 현대인들의 일상으로 부터의 스트레스와 심신의 피로를 해소하는 기능을 갖는다. 현대인들은 축제의 참여를 통해서 평소 표출시킬 수 없었던 내적 감정의 분출과 문화적 욕구를 충족시킨다. 이것은 현대의 축제가 놀이, 오락, 그리고 일탈의 경험을 제공하면서 현대인들의 문화 소비 욕구와 감정 욕구를 충족시키는 기능을 담당한다는 것을 의미한다.

‘삿포르 눈축제’가 지닌 경쟁력은 다른 지역의 축제에 대한 일방적 모방이 아니라, 지역의 환경 자원을 효과적으로 활용하여 지역 특성에 맞는 관광상품을 개발했다는 점에 있다. ‘삿포르 눈축제’는 지역문화 및 환경을 문화 이벤트로 재현하면서 지역 주민들의 공동체 및 정체성 의식과 자부심을 경험하게 성공적인 축제라고 할 수 있다.

A Study on Regional Identity Development Strategies through the Japanese Matsuri

- Focusing on the Sapporo Snow Festival -

Kang, Jun-Soo

The purpose of this study is to analyze the regional identity and development strategy of the Japanese Matsuri Festival through the ‘Sapporo Snow Festival’. The ‘Sapporo Snow Festival’ is a festival that stands out for its entertainment, regional economic revitalization, commercialism, and the voluntary participation of local residents.

Modern festivals have a function of relieving stress and physical and mental fatigue from the daily life of modern people beyond traditional religious rituals. Modern people satisfy the outburst of inner emotions and cultural desires that they could not normally express through participation in festivals. This means that modern festivals play a role in satisfying the cultural consumption and emotional needs of modern people while providing experiences of play, entertainment, and deviance.

The competitiveness of the ‘Sapporo Snow Festival’ lies in the fact that it develops tourism products tailored to the characteristics of the region by effectively utilizing the local environmental resources, rather than unilaterally imitating other regions’ festivals. The ‘Sapporo Snow Festival’ can be said to be a successful festival to experience the sense of community and identity and pride of local residents while reproducing the local culture and environment as a cultural event.