경제 · 인문사회연구회 인문정책연구총서 2012-08

인문학 콘텐츠 활용을 통한 국제적 수준의 도시문화사업 개발연구

– 미국, 캐나다의 셰익스피어 페스티벌 성공사례를 중심으로

연점숙 외

경제·인문사회연구회
National Research Council for Economics, Humanities and Social Sciences

| 연구수행자 |

연구기관	연구책임자	참여연구진
경희대학교	연점숙	권오숙

이 보고서는『경제·인문사회연구회 2012년도 인문정책연구사업』의 일환으로 수행된 연구과제 중 하나입니다.

이 보고서에 수록된 내용은 집필자의 개인적인 견해이며 경제·인문사회연구회의 공식적인 입장이 아님을 밝힙니다.

요 약 문

전 세계의 많은 셰익스피어 페스티벌 중에서 본 연구는 미국 오레곤 주의 작은 도시 애쉬랜드와 캐나다 온타리오 주의 작은 도시 스트랫포드에서 개최되는 셰익스피어 페스티벌에 대해서 연구하고 분석하였다. 그 이유는 이 두 도시가 지역 경제의 몰락이라는 위기 속에서 셰익스피어라는 인문학 콘텐츠를 활용하여 도시 경제를 다시 활성화 시켰을 뿐만 세계적 공연 예술의 도시로 태어난 것이 비슷한 상황에서 태동한 강원랜드 카지노 사업과의 비교가 용이했기 때문이다. 이 사례들의 비교를 통해 정책 결정에 있어 인문학적 고찰이 얼마나 중요한가를 입증할 수 있기 때문이었다.

지금도 우리의 정부는 문화를 국가 경쟁력으로 키우는 세계적 추세에 따라 문화강국으로 진입하기 위한 여러 비전과 지원을 발표하고 있다. 그런데 안타깝게도 게임 등 환급성에만 무게를 둔 현재 우리 정부의 문화 지원책에는 경제 성장면에 대한 관심은 지대하나 사회문화적 측면의 고려나 국민들의 인간다운 삶에 대한 욕구, 국가 이미지 제고 등 인문학적 고려는 부족한 실정이다. 그 대표적 예가 바로 강원랜드 카지노 사업이다. 강원랜드 카지노 사업은 수익성 면에서는 대단히 성공한 사업이라고 말할 수 있으나 지역 주민의 생활환경이나 만족도, 자긍심 등에 비추어 볼 때는 대단히 실패한 사업이라고 단정할 수 있다. 이는 정책 수립에 있어서 국민의 정서적 만족도나 삶의 질의 향상과 같은 인문학적 고려가 얼마나 중요한 요소인가를 말해주는 것이다.

궁극적으로 그런 사례 비교 연구를 통해 본 연구자들이 우리나라에서 실행가능한 고급 도시 문화 개발의 모델로 제시하는 사업은 세계적인 수준의 아시아 민속극 페스티벌(Asia Folk Drama Festival)과 아시아 셰익스피어 페스티벌(Asia Shakespeare Festival)의 동시 개최이다. 아주 동양적인 독특한 정서와 예술성을 지닌 굿, 마당극, 탈춤, 가부키, 베이징 오페라 등과 동양적으로 각색된 셰익스피어 극들을 한 자리에서 볼 수 있는 공연 페스티벌은 외국의 연극 관련자들이나 연극 애호가들의 관심을 충분히 모을 수 있을 것으로 보인다. 그로써 외국인 관광객을 유치하여 관광 사업을 한층 활성화 시킬 수 있을 것이고 동시에 한국이 아시아의 고급 공연 예술의 선두 주자가 될 수 있을 것이다. 그것은 대중문화를 통해 한류 붐을 일으킨 우리나라에 문화 강국이라는 새로운 국가 브랜드를 창출하며 한국의

국가 브랜드 이미지를 한층 격상시킬 것이다. 현재 아시아 각국이 문화 패권을 놓고 보이지 않는 전쟁을 하고 있는 가운데 이런 페스티벌의 선점은 대단히 다급한 사안이라 여겨진다.

하지만 이런 정책들의 도입과 성공에는 국민들의 문화적 소양이 기본 바탕이 되어야 한다. 따라서 정책 입안자들의 문화 마인드 함양과 함께 일반 국민들의 문화 마인드 함양을 위한 보다 근본적인 대책들이 하루 빨리 시행되어야만 정부의 '컬처노믹스'라는 캐치프레이즈가 공허한 외침이 되지 않을 것이다.

목 차

I 서론

1. 연구의 배경 및 목적 ····· 1
2. 연구 범위 및 추진 방법 ····· 5

II. '잿빛지대'(Ashland)에서 '황금지대'(Goldenland)로 : 오레곤 셰익스피어 페스티벌

1. 문화예술의 낭만도시 오레곤, 애쉬랜드 ····· 10
2. OSF의 유래와 역사 ····· 12
3. 페스티벌의 현황과 관련 주요 시설 ····· 15
4. OSF 페스티벌의 조직 ····· 22
5. OSF 페스티벌이 지역에 미치는 경제적 영향 ····· 24
6. 페스티벌이 지역에 미치는 사회문화적 영향 ····· 26
7. 페스티벌의 연극사적 의미와 가치 ····· 29

결론: OSF와 애쉬랜드 ····· 30

III. 짝퉁 도시에서 세계 3대 영어연극제 도시로 : 캐나다 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌

1. 스트랫포드란 어떤 도시인가? ····· 34
2. 페스티벌의 유래와 역사, 그리고 현황 ····· 36
3. 페스티벌 관련 주요 시설 ····· 41
4. 페스티벌이 지역에 끼치는 경제적 영향 ····· 48
5. 페스티벌이 지역에 끼치는 사회문화적 효과 ····· 52
6. 페스티벌이 공연사적 의미와 가치 ····· 55

결론 ····· 57

IV. 석탄산업에서 사행산업으로 : 강원랜드 카지노 사업

1. 강원랜드 카지노 사업의 유래 및 현황 ····· 59
2. 강원랜드 카지노 사업이 지역에 미치는 경제적 영향 ····· 64
3. 강원랜드 카지노 사업이 지역에 미치는 사회문화적 영향 ····· 66
4. 대안 및 해결책 ····· 69

V. 국내 지역 축제에 대한 분석 및 평가

1. 국내 지역 축제의 현황 ····· 71
2. 전문가 부족과 기획력 부족이 낳은 국내 지역 축제의 문제점 ····· 72
3. 문화체육관광부 선정 〈대한민국 우수문화관광 축제〉의 의미와 가치 73
4. 세계적 수준의 지역 페스티벌 축제 부재의 원인 ····· 76

VI. 결론 및 제언

1. 결론 ····· 78
2. 정책 제언 ····· 81
결어 ····· 89

참고문헌 ····· 91

I. 서론

1. 연구의 배경 및 목적

1-1 연구의 배경

사람들의 소득이 높아질수록 문화에 대한 요구가 높아지고 삶의 질 향상에 대한 욕구도 커진다. 최근 여가 시간이 늘어나고 문화생활에 대한 욕구가 증가하면서, 영화나 뮤지컬 같은 각종 공연 예술이나 전시, 축제, 여행 등 다양한 문화 산업의 중요성이 커지고 있다. '굴뚝없는 공장', '시티노믹스', '컬처노믹스' 같은 표현들은 모두 문화 산업이 지닌 이런 경제적 영향력을 보여주는 표현이다. 창의적이고 지식 집약적인 문화 산업은 21세기의 가장 경쟁적인 고부가 가치 산업[1]으로 현재 세계 각국은 문화를 국가 발전의 핵심 요소로 간주하여 문화 산업을 적극 지원하고 육성하고 있다.GC

문화 산업의 가능성과 위력은 이미 한류 열풍을 통해 입증된 바 있다. 전 세계로 확산된 한류 열풍을 통해 문화 산업의 잠재력을 확인했을 뿐만 아니라 그 위세도 확인할 수 있었다. 한류를 통해 우리 문화에 대한 호감과 관심이 증가했다. 이는 곧 국가 이미지를 상승시켰고, 이러한 이미지 상승효과는 다시 우리나라 제품에 대한 선호도와 우리나라를 찾는 외국인 관광객의 수를 증가시켰다. 요즘은 대학에도, 유명 관광지에도 동남아, 일본, 중국 및 기타 서구에서 몰려온 외국인들로 넘쳐난다. 이에 보다 다양한 문화 상품을 개발하여 이런 한류 열풍을 지속화시켜야 한다는 과제도 안게 되었다. 이미 그 위세를 떨친 대중문화 분야 뿐만 아니라 고급 문화도 개발, 제공하여 동아시아 지역에서의 문화 패권 다툼에도 대비해야 한다.

그런데 문화 산업의 중요성은 비단 경제적 측면에만 있는 것이 아니다. 한 나라의 문화는 그 나라의 국민 정체성으로 문화 상품은 그 나라의 정신, 가치, 태도 등을

1) 김영순(2010)은 그 예로 〈난타〉 공연을 들고 있다. "난타가 뮤지컬의 본고장 미국의 브로드웨이에 진출했을 때 개런티로 받은 금액은 400만 달러(52억여 원)이다. 이 금액은 중형 승용차 2만 대를 수출해야 벌 수 있는 금액이라고 한다. 또한 〈난타〉 공연과 캐릭터, 음반, 광고, 서적, 게임 등으로 벌어들인 수익은 이를 훨씬 능가한다." (167)

보여준다. 실제로 문화 상품은 그 상품을 소비하는 사회 구성원의 정체성과 생활양식에 큰 영향을 미친다. 이에 대해 김영순(2010)은 “일반 상품들이 인간의 기본적인 욕구 충족이나 편리성, 실용성을 추구하는 데 반해, 문화 상품은 가치관이나 사고방식 등 문화적, 심리적 만족감을 지향한다.”(32)고 말한다. 그런데 우리나라의 정책 결정 과정에서는 문화 산업이 지닌 이런 사회문화적 요소가 경시되고 경제적 논리만 존재하는 경향이 있다. 그리고 그런 경향의 바탕에는 정책입안자들이나 우리 국민들의 문화적 소양의 부족이라는 근본적 문제가 깔려 있다. 이런 사정이 본 연구를 진행하게 된 배경이 된다. 좀더 구체적으로 연구의 배경과 목적을 살펴보면 아래와 같다.

– 사행심을 부추기는 정부 정책

2012년 2월 프로 스포츠 선수들의 승부조작이 우리 사회를 시끌벅적하게 만들었다. 그런가 하면 경마, 경륜, 불법 도박 사이트가 난립하고 있다. 출퇴근길 지하철에서는 많은 이들이 스마트폰으로 '고스톱'을 하고 있다. 이렇듯 대한민국은 많은 이들이 도박 중독증에 빠져있다. 이런 판국에, 정부는 '외국인 전용 카지노가 포함된 종합 여가시설'에 사전심사제[2]를 도입한다고 발표하고 그것을 '국내 투자 활성화 방안'이라고 주장했다. 지난해에는 외국인에게만 출입을 허용하는 카지노에 내국인도 출입할 수 있는 방안을 추진하겠다는 장관의 발언이 물의를 빚기도 했다. 그런가 하면 전북 새만금 지역에 내 · 외국인이 출입할 수 있는 카지노 사업을 추진한다는 소식도 들리고 있다. 이대로라면 도박 중독, 범죄, 자살 등 수많은 사회적 문제를 야기한 제2의 강원랜드가 전국에 우후죽순으로 생겨날 판이다.

> “정부가 판 키운 100조원 도박공화국”
> 〈한국경제〉 입력: 2011-12-11 19:18 / 수정: 2011-12-12 07:15
>
> 카지노 경마 경륜 복권 등 이른바 합법 도박의 올해 총매출이 18조원에 육박한다고 한다. 10년 새 두 배로 급증했다. 더 심각한 문제는 줄잡아 53조(아주대)~88조원(국정원)으로 추정되는 불법 도박이다. 합법 · 불법을 합쳐 국내 도박시장이 적게는 71조원에서 많게는 106조원에 이르는 셈이다. 여기에다 해외원정 도박으로 마카오 필리핀에서 날린 돈만 2조3000

2) 이 제도가 도입되면 외국인들이 실제 투자를 하지 않아도 사전 서류 심사를 통해 예비 면허를 받을 수 있다.

억원이다. 국내총생산(GDP)의 9%가 도박으로 탕진되는 도박공화국이요 도박 망국이다. 도박은 고대 로마에서도 성행할 만큼 뿌리가 깊다. 고단한 삶에 주는 한줄기 재밋거리여서 무조건 금지한다고 사라지지도 않을 것이다. 하지만 국내 도박중독자가 성인의 9.5%인 350만명에 달하는 상황은 결코 그냥 넘어갈 문제가 아니다. 영국(1.9%) 캐나다(2.2%) 호주(2.4%)의 4~5배다. 2006년 바다이야기 사태 이후 출범한 사행산업통합감독위원회(사감위)는 도박중독으로 인한 빚, 실직, 범죄, 재활 등 사회적 비용을 연간 78조원으로 추정했다. 이런 사회가 건강할 수는 없다.
우리 사회에 이토록 도박이 만연하는 것은 내수부진과 한탕주의 속에 정부 스스로 판을 벌이고 키워온 데도 원인이 있다. 경마만으로 모라자 경륜 경정을 허용하고, 로또에다 연금복권까지 신상품이라고 내놓고, 장외발매소를 전국 53곳으로 늘린 게 정부다. 도박장 유치에 혈안인 지자체들도 오십보백보다. 골목길까지 점령한 사설 도박장과 인터넷 도박장이 청년들의 뇌속에 도박중독증을 심고 있다.
사감위는 합법 도박의 총량만 규제할 뿐 불법 도박은 실태 파악도, 단속할 엄두도 못낸다. 사감위가 복권발행 중단을 권고하고, 강원랜드의 매출총량 초과를 경고해도 벌금만 내면 그뿐이다. 오히려 일각에선 사감위가 합법 도박을 너무 규제해 풍선효과로 불법 도박이 더 커지니 규제를 줄이라는 황당한 주장까지 내놓는다. 도박은 아무리 여가선용이라고 포장한들 망국병이다. 이를 방조하는 것은 정부의 직무유기다.

– 경제성만 따지는 정책이 불러온 폐해

정책 입안자들은 카지노 산업을 지방 경제 활성화 방안이라고 주장한다. 하지만 그들의 주장과는 달리 사행시설이 들어서면 운영주체는 엄청난 수입을 올리지만 이용자들은 도박의 늪에 빠져 여러 사회적 문제를 야기 시킨다. 실제로 지역 사회에 경제 활성화 효과는 적은 반면 지역민의 사행심을 부추기고 도박 중독자를 양산시켜 결국엔 지역사회를 파탄내고 서민들의 삶까지 파국으로 몰고가는 부작용이 더 큰 것으로 강원랜드 사업을 통해 이미 밝혀졌다. 그런데도 불구하고 중앙 정부나 지방 정부들은 강원랜드 자체의 영업 실적만 보고 그런 사행성 사업이 지역사회에 미치는 사회적, 정서적 영향 등에 대한 충분한 검토 없이 제2 강원랜드를 만들려 하고 있다. 개발에 쫓겨 득보다 실이 많은 우를 범하고 있는 것이다.

– 자긍심과 경쟁력을 두루 갖춘 문화산업 개발의 필요성

피터 드러커(Peter Drucker)는 “21세기는 문화 산업에서 각국의 승패가 결정될 것이고 최후 승부처가 바로 문화산업이다” 라고 주장했다. 실제로 문화가 다양한 사회, 경제, 정치 분야에 개입하고 영향을 미칠 뿐만 아니라, 그 자체가 엄청난 규모의 시장을 가진 상품으로 개발되고 있다. 그래서 지금 전 세계가 자기 지역의 문화

적인 요소를 창의력과 기술로 결합하여 고부가가치를 창출하는 문화산업의 높은 성장가능성에 주목하고 있는 것이다. 그것이 다름아닌 컬처노믹스이다. 몇 년 전 문화관광부는 문화 산업 세계 시장 점유율을 4% 수준으로 끌어올려 세계 5대 문화산업 강국으로 진입하겠다는 야심찬 비전을 발표한 바 있다. 그리고 실제로 게임, 엔터테인먼트 사업 등 문화 콘텐츠 개발 사업에 전폭적인 지원과 자금을 제공하고 있다. 하지만 정부의 이런 정책 수립에 있어서도 경제적 논리나 수익성에만 초점이 맞춰지고 있고 인문학적 고려는 등한시 되고 있는 형편이다. 이에 본 연구는 경제 활성화 방안이 인문학적 고려와 함께 이루어져야 함의 중요성을 상기시키고자 한다.

– 인문학 콘텐츠를 활용한 성공 사례들의 분석 필요성

우리나라는 현재 제조업에 비해 문화 산업의 세계 시장 점유율이 낮은 편이다. 문화의 중요성을 인식한 각 지자체가 지역 특색을 살린 축제나 영화제 등을 개최하고 있으나 그 양적인 측면에 비해 질적인 수준이 많이 떨어지고 있는 형편이다. 실제로 2009년에는 전국에서 무려 900여개의 지역 축제가 개최되었으나 일회성 축제에 불과한 것들이 많았다. 또한 축제의 프로그램이 외국 관객을 끌어들일 수준의 콘텐츠를 포함하지 못해 내국인들끼리의 축제 수준에 머물고 있다. 이에 전 세계 시장을 목표로 수준 높은 문화 관광 산업을 개발할 필요성이 있다. 아울러 이 사업들은 지역민의 삶의 질을 향상시키고 지역에 대한 자긍심을 고취시킬 수 있어야 한다. 따라서 그런 성공 사례들에 대한 연구 분석은 문화 경제 정책 수립에 구체적인 도움을 줄 것이다.

1-2 연구 목적

– 인문학 콘텐츠를 활용한 성공 사례 분석을 통해 정책 입안에 있어서 인문학적 고려의 필요성 제언

본 연구는 셰익스피어라는 인문학적 문화 콘텐츠가 어떻게 강력한 문화 상품이 되어 도시 경제를 활성화시키고, 도시 브랜드를 형성하여 도시민들의 자긍심과 삶의 질 향상에 기여했는가를 연구한 것이다. 그 성공 사례로 오레곤 셰익스피어 페스티발, 캐나다 스트랫포드 셰익스피어 페스티발을 선택하여 두 축제의 유래, 현황,

특징, 각종 부대시설, 지역민들의 의식 등을 연구 분석했다. 이런 인문학 콘텐츠 활용을 통한 구체적인 성공 사례를 연구함으로써 정책 수립에 있어 인문학 콘텐츠 활용의 중요성과 가능성을 입증하고자 한다.

- 경제적 효과뿐만 아니라 주민의 자긍심과 국가 이미지 제고에 기여할 국제적 수준의 도시 문화 사업 모델에 대한 제언

또한 경제, 산업 정책 수립에 있어서 경제 논리만 고려하기 보다는 국민의 사회적, 정서적 측면까지 고려하는 인문 정책 수립이 필수적임을 앞의 선진 사례들과 강원랜드 카지노 사업을 비교함으로써 제언한다.

상기와 같은 비교 연구 분석을 바탕으로 궁극적으로 국민들의 문화 자긍심을 고양하고 국가 이미지 제고에도 기여할만한 국제적 수준의 문화 사업 모델을 제언한다.

- 선진 성공 모델의 벤치마킹 가능성 모색

오레곤 셰익스피어 페스티발과 캐나다 스트랫포드 셰익스피어 페스티발은 이제 자타가 공인하는 셰계 수준의 공연 페스티벌이 되었다. 현지를 방문하여 공연장, 부대시설, 위락 시설 등을 견학하고 운영방식, 관람객 현황 등을 파악함으로써 동종의 문화 사업 개발 시 이 모델들을 벤치마킹할 수 있을 것이다.

2. 연구 범위 및 연구 추진 방법

2-1 연구 범위

오레곤 셰익스피어 페스티벌과 캐나다 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌 연구

강원랜드 건립 시 강원 남부 탄광 지역이 처했던 것과 비슷한 경제 위기 상황에서 셰익스피어라는 인문학 콘텐츠를 활용한 문화 사업으로 지역 경제를 활성화시키고 도시 이미지 제고에 성공한 오레곤 셰익스피어 페스티벌과 캐나다 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌의 유래, 발달과정, 현재의 규모, 주민들의 만족도, 지역 경제에 미치는 효과, 사회문화적 효과, 도시 브랜드 이미지 등에 대한 세밀한 분석을 진행한다.

강원랜드 카지노 사업 연구

비슷한 환경에서 국내에서 도입한 강원랜드 카지노 사업에 대해서도 유래, 발달과정, 현재의 규모, 지역 주민들의 만족도, 지역 경제에 미치는 효과, 사회문화적 효과, 도시 브랜드 이미지 등에 대한 세밀한 분석을 진행한다.

국내 지역 축제 및 문화제 연구

요즘 우리의 각 지방자치단체들은 저마다 지역 축제 개발에 열을 올리고 있다. 하지만 이런 지원이 양적인 차원의 발전은 가져 왔지만 질적인 수준에 있어서의 발달을 가져왔는가에 대한 논의는 계속되고 있다. 그래서 많은 지역 축제가 일회성 행사로 끝나거나 '그들만의 축제'로 끝난 경우가 많다. 이에 본 연구에서는 국내 축제에 대한 경제적 효과, 사회문화적 효과, 축제 내용, 축제 규모 등에 대한 전반적인 연구 분석을 수행하고 그 결과를 바탕으로 대책 및 활성화 방안을 제안하고자 한다.

위에 언급한 사례들을 비교 분석하여 경제 정책 입안에 있어서의 인문학적 고려의 중요성을 강조하는 제언을 할 것이다. 또한 선진 사례들의 장단점을 고려하여 국내에서 개발 가능한 고급 도시문화 모델을 제언할 것이다.

2-2 연구수행방법

문헌적 고찰

문화 산업과 관련한 전문적인 서적의 연구 분석과 함께 오레곤 셰익스피어 페스티벌과 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌, 그리고 강원랜드 카지노 사업의 역사, 발달과정, 경제, 사회적 영향 등에 대한 각종 문헌과 인터넷 자료 등에 대한 연구 분석을 실시하였다.

현장 답사

본 연구에서 가장 중요한 것은 성공 사례가 되고 있는 페스티벌이 열리는 현지를 답사하여 필드워크라고 불리는 가장 기초적인 조사를 하는 것이다. 이에 본 연구원들은 7월과 8월에 각각 스트랫포드와 애쉬랜드를 방문하여 현장 답사 연구를 수행하였다. 주로 공연관련자, 지역 주민, 관광객 인터뷰를 통해 축제에 대한 정보를 구

하고 현장을 참여 관찰, 기록하는 작업을 진행했다.

책임연구자는 8월 13-28일까지 미국 오레곤 애쉬랜드와 북서부를 아우르는 시애틀, 로스앤젤레스 등의 셰익스피어 페스티벌과 관련 공연 현장을 답사하였다. 오레곤 셰익스피어 페스티벌의 부감독 Susan Whitmore와 페스티벌의 조직 및 공연에 관한 인터뷰를 하고 애쉬랜드의 산업, 경제, 문화 관련 자료를 입수하였다. 또한 애쉬랜드 뿐만 아니라 미국 북서부 시애틀과 LA 등에서 공연된 각종 셰익스피어 공연들을 관람하며 도시의 정신, 분위기, 경제 활성화 측면에 기여하는 정도를 현장에서 관찰하였다.

한편 공동 연구자는 7월 20일-30일까지 스트랫포드를 방문하여 스트랫포드라는 마을 전체가 어떻게 철저히 셰익스피어라는 콘텐츠를 상품화하고 있는지 면밀히 살펴보았다. 20년간 셰익스피어 공연장인 페스티벌 씨어터에서 근무하고 현재는 자원봉사자로 활동하고 있는 Doris Belland 여사 댁에 머물면서 낮에는 공연 관람과 현지 조사를 수행하고 밤에는 페스티벌의 역사와 유래, 현황 등에 대한 자문을 구했다. 그밖에 지역 주민, 관광객, 공연 관람자들과 인터뷰를 하기도 했다. 또한 스트랫포드로부터 2시간 남짓 떨어진 나이아가라온더레이크라는 도시에서 열리고 있는 쇼(George Bernard Shaw) 페스티벌 현장도 답사하고 돌아왔다[3].

이런 현장 답사를 통해 두 연구자는 페스티벌 운영 시스템, 페스티벌의 레퍼토리, 현황, 문화적 수준, 지역 주민들의 참여도 및 만족도, 관광객의 구성 및 만족도 등을 조사하고 돌아왔다.

또한 10월 20-22일까지 강원랜드 카지노 산업을 연구하기 위해 현장 답사 및 조사를 실시하였다. 지역의 유지 및 주민들을 만나 강원랜드 설립 당시의 상황 및 조

3) 이 마을도 스트랫포드 규모의 작은 도시이다. 30분 거리에 천혜의 자연자원인 나이아가라 폭포가 위치하고 있고 주변이 온통 와이너리(와인 산업) 지역이다. 이런 환경에다 1962년부터 영국의 현대 드라마 작가인 버나드 쇼 페스티벌을 개최하여 자연자원+산업+문화를 결합한 전형적인 관광도시이다. 올해는 쇼 페스티벌 50주년 기념해로서 〈래그 타임〉(*RAGTIME*) , 〈히스 걸 프라이데이〉(*HIS GIRL FRIDAY*), 〈한 남자와 여자들〉(*A MAN AND SOME WOMEN*) , 〈백만장자〉(THE MILLIONAIRESS), 〈헤다 가블러〉(HEDDA GABLER), 〈타이티의 문제〉(*TROUBLE IN TAHITI*), 〈부적당한 결혼〉(*MISALLIANCE*), 〈프랑스어 입문〉 (*FRENCH WITHOUT TEARS*), 〈사랑하는 시바여 돌아오라〉(*COME BACK, LITTLE SHEBA*), 〈헬렌의 목걸이〉 (*HELEN' S NECKLACE*) 등이 공연되었다. 2011년에는 274,800명이 공연을 관람했고 이 중 64.5%가 캐나다 관객이고, 34.2%가 미국 관객이었으며 기타 국가에서 온 관객은 0.3%였다.

성 배경, 유래, 발달과정, 현재의 규모, 지역 주민들의 만족도, 지역 경제에 미치는 효과, 도시 브랜드 이미지 등에 대한 인터뷰를 실시하였다. 그리고 강원랜드 호텔 주변의 시설과 기타 위락 시설을 둘러보았고 객장도 방문하여 고객 현황 및 구성, 객장 분위기 등도 두루 살펴보았다.

수집한 문헌 자료들의 분석

문화나 축제, 컬처노믹스, 시티 노믹스와 같은 관련 문헌들의 연구는 물론이고 현지에서 수집한 각종 자료들과 인터넷 조사 등을 통해 구한 자료들을 이용하여 경제 정책 입안에 있어서의 인문학의 도입이 가져온 효과를 분석하였다.

전문가 초청 간담회

본 연구자들의 전공이 영문학인 관계로 사회, 문화, 정치, 지리학 등에 대한 전문가들의 조언이 연구에 필수적이라 여겨진다. 이에 각 분야의 전문가와의 간담회를 통해 연구 구성진이 지닌 한계를 극복하고자 했다.

1차 간담회 : 김종회 교수(경희대 국문과. 황순원 소나기 마을, 이병주 문학관 건립 추진. 8월 9일)

가장 먼저 연구자들이 위촉한 자문 위원은 황순원 문학촌인 소나기 마을(경기도 양평군 소재)과 이병주 문학관(경남 하동군 소재) 건립을 추진하면서 고급 도시 문화 개발, 혹은 문화 콘텐츠로서의 문학의 활용 면에서 다양한 경력을 지닌 김종회 교수이다. 주로 문학관을 건립하는 과정 및 조성 방법, 지역민들과의 화합의 중요성, 성공 여부, 도시 문화 개발의 문제점과 주의할 점 등에 대한 구체적이고 실재적인 조언들을 들었다.

2차 간담회 : 원기준 목사.(광산문화 연구회 소장. 폐광 지역 경제 활성화 특별법 주민대표 간사. 11월 1일)

강원랜드 조성 과정에 대한 보다 더 현장감있는 배경지식과 개관 이후의 제문제에 대한 연구자들의 구체적인 지식의 결여를 보충하기 위해 강원랜드 역사의 초기 단계에서부터 활동했던 원기준 목사를 만났다. 그는 폐광지역개발지원에 관한 특별법

제정에 주민대표 중 한 명으로 관여했었고 이에 역사적인 책임을 느끼고 도박중독 예방 및 치유 프로그램 개발 협의회의 일원으로 활동하기도 했다. 그로부터 강원랜드의 설립 결정부터 그 이후의 후유증, 주변 지역간의 반목과 갈등, 카지노 중독자들을 치료하기 위한 여러 노력 등에 대한 생생한 증언을 들었다. 원기준 소장은 현재 철암 마을을 탄광 산업 문화유산으로 가꾸기 위한 '철암 프로젝트'를 추진중이다.

3차 간담회 : 주강현 교수(제주대 석좌교수. 여수 엑스포 추진 위원. 11월 21일)

민속학 분야의 권위자이자 해양 문화 연구 및 콘텐츠 개발에 매진하고 있는 주강현 교수로부터 여수 엑스포에서부터 국내의 다양한 축제의 성격, 현황 및 규모 등에 대한 조언을 구했다. 특히 "입춘굿", 우도 섬의 "동굴 음악회", "방어축제", "산지촌 프렌지 축제"와 같은 제주도의 다양한 문화 축제들에 대한 이야기와 함께 현재 우리나라를 비롯한 많은 나라에서 추진 중인 도심 재생정책 등에 관한 귀한 정보를 얻었다.

결론 도출

이와 같은 연구들을 통해 정책 입안 과정에서의 인문학적 고려의 중요성에 대한 시사점을 도출하는 한편 지역의 경제를 활성화 시킬 뿐만 아니라 지역 주민의 자긍심과 문화적 욕구까지 충족시켜 줄만한 국내 문화 산업 모델의 예도 도출하고자 한다. 그 중에서도 특히 국제적 수준의 도시 문화 개발 모델을 제시하고자 하는 것이 본 연구의 목적이다.

II. '잿빛지대'(Ashland)에서 '황금지대'(Goldenland)로 :

- 오레곤 셰익스피어 페스티벌

인간은 공간이라는 장소를 떠나서 살 수 없는 존재이다. 그러기에 인간은 고대로부터 자신의 존재의 공간적 근거가 되는 도시를 만들어 왔다. 그러나 동시에 인간이 만든 이 도시는 인류의 찬란한 업적일 수도 있지만 인간소외와 생태파괴라는 문제를 만들기도 했다. 부인할 수 없는 사실은 인간의 존재양식과 삶의 양식을 형성한다는 점에서 인간과 도시는 상호 유기적으로 작용하는 끈끈한 관계라는 것이다.

애쉬랜드는 20세기 초 철도산업이 사양길에 접어들자 'Ashland'라는 도시이름처럼 낙후된 잿빛 상태에 머물러 있었다. 그러나 ' 셰익스피어 페스티벌 ' 이라는 한사람의 인문학적 상상력을 후원한 시정부의 노력으로 이 침체일로에 있었던 소도시는 경제적으로 윤택해 졌을 뿐만 아니라 낭만적 활기가 넘치는 새로운 문화 공간으로 재탄생할 수 있게 되었다. 비유적으로 표현하면 '잿빛지대'(Ashland)라는 소도시의 이름이 인문학적 정책과 비전에 따라 어떻게 찬란한 '황금지대'(Goldenland)로도 변모될 수 있는지를 제시하고 있다.

1. 문화예술의 낭만도시 오레곤, 애쉬랜드

미국 오레곤주 남부이며 캘리포니아주 경계선과 15마일 밖에 떨어지지 않은 애쉬랜드(Ashland)는 인구 2만여명의 소도시이다. 그러나 이 소도시는 77여년의 역사를 자랑하는 '오레곤 셰익스피어 페스티벌'(The Oregon Shakespeare Festival, OSF)로 미국내에서 공연문화예술로 유명한 낭만과 문화의 도시 아이콘이 되었다.

19세기 중반 초기 백인 정착민이 오기 전 원래 이곳은 샤스타족 인디언들이 살았던 곳이다. 애쉬랜드와 이웃한 잭슨빌(Jacksonville)에 금이 발견되자 많은 정착민들이 이곳으로 몰려듦에 따라 19세기 후반에는 학교, 교회, 우체국, 상업지역등이 안정되게 형성되었다. 특히 포틀랜드와 샌프란시스코를 잇는 철도가 연결되자 애쉬랜드는 중간 기착지로서 번영을 누리게 되지만 20세기 초반 철도산업이 점점 사양

길에 접어들자 위기를 맞는다. 그러나 1935년 미국독립기념일을 기리는 지역행사에서 셰익스피어연극이 인기리에 공연된 것이 촉매제가 되어 애쉬랜드는 '오레곤 셰익스피어 페스티벌' (The Oregon Shakespeare Festival, OSF)의 도시가 된다. 매해 2월에서 10월 중순까지 OSF는 야외극장인 엘리자베스조 극장, 실내극장 앵거스 보우머 극장, 뉴 씨어터 등의 3개의 전문 극장에서 셰익스피어극과 현대극을 번갈아 공연하고 있으며 미국과 세계전역으로부터 문화예술관광객이 몰려드는 공연예술의 낭만도시가 되었다. 2010년에 내셔날 지오그래픽 모험지는 애쉬랜드를 세계의 10대 방문도시로 추천했는데 그 근거는 이 도시의 환경, 문화, 미학, 전통 유산과 주민의 복지를 고양시키는 관광의 면모를 갖추었기 때문이라고 했다(Ashland 상공부 2012).

'오레곤 셰익스피어 페스티벌' 의 사명과 비전은 다음과 같이 천명되고 있다.

> 오레곤 셰익스피어 페스티벌의 사명은 고전연극과 현대연극에 대한 신선하고도 대범한 해석을 만들어내는 것으로, 이는 우리 미국 문화의 다양성에 의해 형성되는 것이다. 셰익스피어작품을 위의 기준과 영감으로 삼는다.
> 오레곤 셰익스피어 페스티벌은 페스티벌을 창조적 환경으로 만들어 나갈 것을 비전으로 삼는다. 창조적 환경이란 전 세계의 예술가와 관객들이 연극의 힘을 통해 변환적 기회를 찾을 수 있다는 것을 알게 되는 환경이다.

이러한 이상적인 기치아래 성공적인 모범을 보이며 운영되어 온 '오레곤 셰익스피어 페스티벌' 을 2011년을 기준으로 일목요연하게 소개하면 다음과 같이 정리될 수 있다.

> ▶ 1935년에 생겨난 OSF는 미국에서 가장 크며 가장 오랜 역사를 지닌 전문 지역 레퍼토리 극단이다.
> ▶ 1893년에 지어진 셔터쿠어 극장이 있던 곳에 지어진 서반구에서 가장 오래 되었으며 본격적인 시설을 가진 엘리자베스 조 극장 무대를 소유하고 있다.
> ▶ 8개월 반의 시즌 동안 세 개의 극장에서 11편 (4편의 셰익스피어극과 7편의 고전과 현대극)의 연극을 상연하고 있다.
> ▶ 2011년 총 관람객수는 390,347명이며 3개의 극장 평균점유율은

83%이다. 관람객은 평균 3편의 연극을 관람함으로 총 페스티벌 방문객 수는 대략 125,000명이다. 88%의 관객은 오레곤 셰익스피어 페스티벌에 오기 위해 125 마일 이상을 여행한다.

▶ 2012년에는 790편의 공연을 한다.

▶ 2012년에는 $30,025,800이며 이중 78%는 벌어들인 수입이다.

▶ 2011년 페스티벌이 지역에 주는 경제적 효과는 $160,806,502에 달한다.

▶ 1983년 지역극장에서의 뛰어난 성취로 인해 앙뚜아넷 페리 (“토니”)상을 수여받았으며 1983년 예술에 대한 뛰어난 서비스로 미국 주지사연합회상을 수상했다.

▶ 1990년 미국시민자유연합회 표창을 받았으며 1990년 미국 기자 및 작가 협회에서 주는 열린 도서 상 (Open Book Award)을 수여받았다.

▶ 매년 약 100여개의 학교에 배우들을 파송하는 학교방문교육프로그램을 운영하여 캘리포니아, 캔사스, 오레곤과 워싱턴의 70,000여 명의 학생들에게 셰익스피어와 현대극문학에 관한 워크과 공연을 한다.

▶ 575명의 연극과 극장 전문인력을 고용하고 있다.

▶ 1986년에 워싱턴 D.C.에서 자원봉사자 대통령 상을 받은 600여 명의 자원봉사자들이 스태프로 있다.

(Oregon Shakespeare Festival, Facts & Figures http://www.osfashland.org/)

2. OSF의 유래와 역사

‘오레곤 셰익스피어 페스티벌’ (The Oregon Shakespeare Festival, OSF)로 미국에서 이상적인 문화예술 특히 공연예술의 아이콘이 된 애쉬랜드라는 도시의 탄생을 자세히 이해하기 위해서는 미국이라는 신생국의 지역문화 교육의 발전역사를 일람할 필요가 있다. 대부분의 미국정착민은 유럽에 비해 문화적 컴플렉스를 가지고 있었다. 이러한 의식은 교회가 중심이되어 조성된 성인 교육과 많은 문화 프로그램을 생겨나게 했는데 그 중에서 가장 중요한 것이 ‘라이시움 운동(Lyceum movement)’과 ‘셔터쿠어 운동(Chautauqua movement)’ 두 가지이다. 19세

기 초반에 미국전역에서 활발히 전개되었던 라이시움 운동(Lyceum movement)은 주로 교육적 영감을 주는 인기강사의 강의가 주축이 되었다. 이 운동은 19세기 후반에 공연, 음악 등이 추가된 보다 더 대중적인 '셔터쿠어 운동'으로 발전되어 20세기 초까지 미국의 여러 소도시 지역주민들의 문화적 참여를 이끌어 내었다.

라이시움이라는 이름은 고대 그리스 아리스토텔레스의 철학교실인 라이시움에서 끌어온 것으로 19세기 초 미국인들의 배움에 대한 갈망과 부합하는 것이었다. 원래 고등학교나 대학을 갈 수 없었던 소도시나 준농촌 지역 주민들을 대상으로 했던 이 운동의 전성기에 랄프 왈도 에머슨(Ralph Waldo Emerson), 헨리 데이빗 쏘로(Henry David Thoreau)와 같은 유명인사들이 참여했으며 젊은 에이브라함 링컨(Abraham Lincoln)도 일리노이의 스프링필드에서 연설한 바 있다.[4] 또한 유명한 여성운동가 수전 B. 앤소니 (Susan Anthony), 작가 마아크 트웨인(Mark Twain) 등도 강의를 한 기록이 있다. 그러나 남북전쟁을 계기로 이 라이시움 운동은 활기를 잃게 되었으며 전쟁이 끝난 후에는 미국전역에 걸친 성인교육 성격의 '셔터쿠어 운동(the Chautauqua Movement)'에 자리를 내어주게 되었다. '셔터쿠어'라는 이름은 미국 뉴욕주의 셔터쿠어에 있는 호수 이름으로 한 미국감리교회의 주일학교 교사들을 위한 8주과정 연수프로그램을 이 호수가에서 진행했던 데에 기인한다. 이 프로그램의 성공과 인기에 힘입어 존 헤일리 빈센트 감리교회목사와 루이스 밀러라는 사업가가 1874년 최초의 '뉴욕 셔터쿠어회 (New York Chautauqua Assembly)'를 발족하였으며 이후 이것은 미국의 많은 지역으로 퍼져나가며 '셔터쿠어 운동'으로 불리게 되었다. 이 건전하고 창의적인 교육 문화 운동에 대해 시오드로 루수벨트 대통령은 "미국에서 가장 미국적인 것("the most American thing in America.")이라고 언급한 바 있다(Canning 1). 이 셔터쿠어 운동에서도 물론 라이시움운동 시의 대중강연, 공개 토론 등도 여전히 진행되었으나 보다 더 인기를 끌게 된 것은 무용수와 가수를 비롯해 배우와 곡예사, 마술사 등이 출연

4) 1838년 1월 27일, 28세의 링컨은 일리노이주 스피링필드에서 "우리 정치기구의 영속성: 일리노이 스피링필드 청년들의 라이시움에서의 연설 (The Perpetuation of Our Political Institutions:Address Before the Young Men's Lyceum of Springfield, Illinois)에서 젊은이들이 지방에만 묶이지 말고 원대한 비전을 가져야 한다는 내용의 연설을 하였다.(The Springfield Lyceums and Lincoln's 1838 Speech http://history1800s.about.com/od/abrahamlincoln/a/Lincoln-Springfield-Lyceum-Address.)

해 각각 별개의 공연들을 펼치는 보드빌공연이었다.

애쉬랜드는 19세기 후반 도시주민이 약 900여명에 이르는 소도시였다. 그러나 수송수단과 전력이라는 두가지 강점에 힘입어 애쉬랜드는 '남부 오레곤 셔터쿠어 연합 (Southern Oregon Chautauqua Association, SOCA)'의 결정으로 셔터쿠어 운동에 따른 부대 시설들이 들어서는 행운을 차지하게 되었다. 그 두가지 장점은 애쉬랜드가 포트랜드와 샌 프란시스코 남북을 잇는 철도에 근접해 있으며 시스키유(Siskiyou) 산맥을 통하는 승합마차들이 물품과 여객수송의 기능을 감당한다는 것이었다. 또 하나는 애쉬랜드 전력회사가 거리와 가정을 밝힐 수 있는 충분한 전력을 공급할 수 있어 야외행사가 가능하다는 점이었다. 이러한 강점으로 1893년 애쉬랜드에 두 개의 둥근 지붕 (dome)이 있는 상설 셔터쿠어 타바나클(the Chautauqua tabanacle)이 들어서게 되었다. 그러나 자가용 자동차의 등장과 라디오, 영화 등이 대중화 되면서 교육과 오락문화에 대한 수요가 분산되기 시작하면서 이 운동은 하강선을 맞는다. 그런 와중에 대공황을 맞게 되면서 셔터쿠어 운동은 거의 종말을 맞는다.

따라서 애쉬랜드에 지어졌던 셔터쿠어 타바나클의 둥근 천정이 달아나고 황폐한 상태에 놓이게 되었다. 그러나 지붕이 사라진 이 셔터쿠어 타바나클의 남아있는 벽에서 애쉬랜드의 연극인이며 교수인 앵거스 보우머(Angus L. Bowmer)는 셰익스피어 시대의 엘리자베스조 극장을 연상한다. 그는 1935년 7월 미국독립기념일을 기념하여 이 퇴락한 예전 셔터쿠어 공연장에서 셰익스피어 '페스티벌' 행사 시행을 시당국에 제안하였다. 셰익스피어 연극이 난해하고 재미없다고 판단한 시 당국은 400불의 예산내에서 준비를 도와주기로 했을 뿐만 아니라 더 확실한 수익이 기대되는 권투시합 대회를 추가하는 조건을 걸었다. 그러나 시 당국의 예상은 빗나가서 권투시합대회는 적자를 본 반면 셰익스피어공연, 〈십이야〉(Twelfth Night)와 〈베니스의 상인〉(The Merchant of Venice)은 대성황을 거두게 되었다. 이것이 금년으로 77주년을 맞는 유명한 '오레곤 셰익스피어 페스티벌'의 시발점이었다.

한편 앵거스 보우머 같은 전문연극인이 알맞게 등장할 수 있었던 것은 1872년에 설립된 애쉬랜드 사범대학 (Southern Oregon University 의 전신)이 아니었다면 가능하지 않았을 것이다. 이 대학에 재직했던 앵거스 보우머는 오레곤이 아닌 워싱

턴주 출신이었기 때문에 서던오레곤 대학이 없었다면 그가 애쉬랜드에 거주할 이유가 없었기 때문이다. 맨처음 앵거스 보우머가 페스티벌을 시작할 때 애쉬랜드 사범대학에는 연극관련 학과가 전무했었다고 한다. 앵거스 보우머가 재직했던 서던오레곤 대학에는 현재 셰익스피어 스타디스(Shakespeare Studies)라는 전문분야가 따로 있으며 이 외에도 이 대학의 연극예술학과는 수준높은 공연을 자체무대에 선보여 왔으며 여러차례의 수상경력을 자랑하고 있다.

3. 페스티벌의 현황과 관련 주요 시설

'오레곤 셰익스피어 페스티벌' (The Oregon Shakespeare Festival, OSF)은 매해 겨울 3개월을 제외한 9개월간 셰익스피어 극과 비 셰익스피어극을 아우르는 11개의 극을 3개의 극장에서 공연하고 있다. 다시 말하면 이것은 1년에 총 780여편의 연극공연이 이루어지는 것이며 약 반은 셰익스피어 극이다. 전체 티켓수는 2011년을 기준으로 40만장에 달한다. OSF는 연극프로그램 외에도 미국전역에서 가장 수준높은 연극관련 현장교육을 중등에서 대학원 학생에게 실시하고 있다.

OSF는 스태프나 배우들의 안내에 따라 극장무대 뒤편을 관객들에게 공개함으로써 어떻게 한 편의 연극공연이 이루어지는지를 '뒷무대 관광(back stage tour) '이라는 프로그램을 통해 실시하고 있다. 이것은 연극에 대한 관객의 호기심에 답하며 동시에 연극에 대한 직간접 교육적 효과를 최대화하고 있다. 또한 OSF를 이루는 여러 건물과 극장 한가운데 자리한

그림 1 뒷무대 관람(back stage tour)

잔디밭 광장에서 여름에는 ‘그린 쇼’(Green Show)라는 매일의 행사에서 지역주민들과 관광객, 관람객 모두에게 무료로 진행하는 여러 음악, 연주, 댄스 등의 프로그램을 1시간 미만 매일 펼치며 수준 높은 축제적 분위기를 전략적으로 실시하고 있다.

그림 2 Green Show

그림 3 당일 공연안내표

연극의 공연은 다음 3개의 전문 극장에서 이루어진다.

A. 엘리자베스조 극장 (Elizabethan Theatre)

앵거스 보우머가 1935년 셔터쿠어 타바나클의 허물어진 벽에서 그가 워싱턴 대학 연극전공 학생 시절 배웠던 엘리자베스조 극장을 연상한 스케치에 근거하여 개조된 극장이다. 이 무대는 시간이 지남에 여러번 리모델링되고 증축되어 오늘날의 엘리자베스조 극장이 되었다. 엘리자베스조 극장은 좌석이 1,190석이지만 야외극장이기 때문에 날씨를 고려해 6월에서 10월 초까지만 공연이 이루어진다. 이 극장에서는 주로 셰익스피어 극만을 공연하고 있다. 엘리자베스조 극장 둥근 벽을 따라 새로 들어선 Allen Pavillion 외벽에는 그 동안 공연된 셰익스피어 작품명이 초록색 배너로 부착되어 있다.

그림 4 엘리자베스조 극장

그림 5 미국 최초의 엘리자베스조 극장

그림 6 극장 외벽에 붙은 초록배너의 역대공연목록

B. 앵거스 보우머 극장(Angus Bowmer Theatre)

'오레곤 셰익스피어 페스티벌' (The Oregon Shakespeare Festival, OSF)의 수준높은 공연과 애쉬랜드가 제공하는 소도시의 매력으로 관객의 수가 폭발적으로

늘게 되자 문제가 발생했다. 공연을 보기 위해 오는 관객을 다 수용할 수 없어서 되돌려보내야 하는 경우가 빈발하자 이에 대한 해결책으로 OSF의 탄생을 가능하게 한 앵거스 보우머의 이름을 딴 현대식 극장이 1970년 생겨나게 되었다. 이러한 결정을 가능하게 한 것은 1968년 유진에 있는 오레곤 대학(University of Oregon)의 한 경제관련 학술연구프러젝트에서 OSF가 남부오레곤 지역의 전반적 경제를 이끄는 경제적 동력이라는 결과 때문이었다. 이 연구는 결과물에서 극장이 적어 다 수용할 수 없는 관람객을 유치할 실내극장의 신축을 제안했다. 애쉬랜드시는 상공부에 앵거스 보우머 극장 신축기금을 신청하여 신청금액의 절반인 약 90만불만 지원받게 되자 나머지 건축금액을 개인 기부자로부터 모금하여 충당했다. 600석의 좌석을 가진 이 극장은 특성상 하절기 저녁에만 공연이 가능한 엘리자베스조의 한계를 보완하여 봄과 가을까지 공연이 가능하며 무엇보다도 하루 2회 공연이 가능해짐으로써 낮공연인 마티니 극장을 추가하여 증폭되는 관객수요를 감당하게 되었다.

그림 7 앵거스 보우머 극장

C. 뉴 씨어터/토마스 씨어터 (New Theatre/ Thomas Theatre)

많은 예술감독들이 보다 더 실험적이고 창의적인 공연을 시도할 때 현대에 맞는 다양한 기술채택이 가능한 무대시설에 대한 절실한 요구를 느끼게 되었다. 이러한

필요를 보완하기 위해 2002년 뉴 씨어터 극장이 생겨났다. 이 극장은 무대가 극장의 한 가운데 있으며 무대를 중심으로 하여 사면에 360석의 좌석을 보유하고 있다. 컴퓨터가 조절하는 400여개의 조명등이 있으며 실험적이며 아방가드적인 현대극들이 주로 공연되고 있다. 2012년 이 극장은 OSF의 발전을 위해 헌신적으로 노력했던 개발감독 피터 토마스가 암으로 사망하자 그를 기려 토마스 극장으로 이름을 바꾸었다.

그림 8 뉴 씨어터/ 토마스 극장의 원형무대

이 세 개의 극장외에도 Black Swan Theatre 와 Carpenter Hall 등이 있으나 이것은 페스티벌의 본 무대로 사용되는 것이 아니라 다양한 교육프로그램, 리허설, 강연, 소규모 음악회, 세미나, 워크샵 등으로 사용되고 있다. Allen Pavillion 은 엘리자베스조 극장 외벽에 원형모양의 부대시설로 연극공연 전과 인터미션 시간에 샌드위치, 커피, 쥬스, 와인 등을 판매하고 있으며 저녁공연시 기온이 춥게 느껴지는 관람객을 위해 외투와 망토를 대여하는 시설을 갖추고 있다.

OSF 극장무대 컴플렉스

페스티벌 무대	개관일	좌석수 규모
Elizabethan stage/ Allen Pavillion	1959/ 1992	1,190 석
Angus Bowmer Theatre	1970	601석
Black Swan Theatre (1977-2001)	1977	138석
New Theatre/ Thomas Theatre	2002	274-360석
Carpenter Hall	-	175석

*Carpenter Hall 과 Balk Swan Theatre 는 공연용도가 아닌 극장과 연극 교육용으로 활용되고 있음. New Theatre 는 2012년부터 Thomas Theatre 로 개명했음.

D. 그 밖의 OSF 부대 시설 및 빌딩

박스 오피스 : 단체 및 개인 티켓의 판매를 담당한다.

행정빌딩: OSF의 영업, 사업, 홍보, 교육, 자원봉사자, 우편물, 디자인 사무실등이 있는 건물이다.

페스티벌 웰컴센터: OSF 와 애쉬랜드에 대한 정보를 주는 센터이며 과거에 사용되었던 연극의상들이 소규모로 전시되어 있다.

파이어니어 빌딩: 페스티벌의 의상과 연극장치들을 기획, 관리, 생산하는 기능을 맡고 있다. 3개의 스튜디오 방에서 60여명의 전문가들이 연극의상을 담당하고 있다. 의상과 연극장치 디자이너들의 방이 있으며 의상을 입어보는 피팅 룸이 있다. 연극 하이시즌 시에는 이 빌딩이 모자라서 앵거스 보우머 극장 지하층을 사용하게 된다. 15,000 여벌의 과거 의상들은 OSF 구역외의 특별히 제작된 공간에 보존하고 있다.

Tudor Guild[5] 선물가게: 비영리단체인 Tudor Guild는 수많은 자원봉사자들을 활용하여 운영하는 기념품점으로 OSF와 애쉬랜드를 기억하게 하는 여러 가지 아름

5) 튜더(Tudor)라는 이름은 셰익스피어가 활동했던 영국의 르네상스 황금기인 엘리자베스여왕시대가 튜도 왕조임에서 유래했으며 길드는 이 시대에 있었던 일종의 조합에서 유래한 이름이다.

다운 물건들을 판매하고 있다. 서적, 음반, 악세서리, 기념 T 셔츠, 카드, 가면 등이 주요 품목이다.

그림 9 튜더 길드 기념선물가게

4. OSF 페스티벌의 조직

'오레곤 셰익스피어 페스티벌회' (Oregon Shakespeare Festival Association)는 1937년 조직된 민간주도 비영리 단체이다. OSF의 장기계획과 재정의 안정성을 검토하는 32명의 이사들이 있으며 그 임기는 8년이다. OSF와 관련된 행정과 예술분야 업무는 총감독과 예술감독이 각각 나누어 관장하고 있다. 총감독인 Paul Nicholson은 2012년 현재 575명을 고용하고 있으며 이중 125명이 행정일을 담당하고 있다. 이 125명의 직원은 인력 (human resources), 정보 기술, 마아케팅과 통신, 박스 오피스, 멤버쉽, 출판, 미디어, 고객 관리 등을 담당하고 있다.

예술감독인 Bill Rauch는 100 여명의 정규및 임시 예술 스탭진을 관리하고 있는데 예술감독 아래에는 다시 부예술감독, 예술감독 보조, 작곡가, 무용안무가, 연출가, 디자이너, 부디자이너, 부디자이너 보조, 그리고 음성과 텍스트 감독 등이 있다. 페스티벌 연극에 있어 중요한 무대의상은 의상예술가, 디자이너, 염색담당자,

머리스타일과 가발 전문가, 의상 매니저 등으로 구성된 스탭들이 책임지고 있다.

역대/현재 예술감독

앵거스 보우머 (Angus L. Bowmer, 1935-1971)
제리 터너 (Jerry Turner, 1971-1991)
헨리 워론니츠 (Henry Woronica, 1991-1996)
리비 애펠 (Libby Appel, 1996-2007)
빌 라우츠 (Bill Rauch, 2008-현재)

역대/현재 총감독

윌리암 패튼 (William Patton, 1955-1995)
폴 니콜슨 (Paul E. Nicholson, 1995-현재)

OSF의 자랑스러운 특색인 교육부분은 9명의 교육담당 스탭들이 담당하고 있는데 교육담당 감독, 부감독, 교육 코오디네이터, 교과과정 전문가, 주민교육 담당 예술가 등으로 이루어져 있다. 대략 12명의 배우들은 정기 '학교방문 프로그램 (School Visit Program)'을 위해 여러 학교들을 방문하고 있다. 또한 10여명의 또 다른 단원들도 함께 방문하여 배우들이 담당하는 극장과 연극에 관한 교육을 보조하고 있다. 뿐만 아니라 이 교육부서는 연극과 극장에 잠재력을 가진 미국전역의 대학생들을 선별하여 OSF의 행정, 교육, 예술, 그리고 연극 제작과정과 연출을 배울 수 있는 인턴쉽을 제공하고 있다.

OSF에서 주관하는 교육프로그램

학생 대상 프로그램	교사대상 프로그램	일반 연극관객 대상 프로그램
특별 마티니, 공연 후 토론 (Special Matinees, Post-Show discussions) 워크샵, 프롤로그, 토론, 무대 디자인 탐구 (Workshops, Prologues, Discussions and Exploring Design) 중학생들을 위한 여름 세미나 (Summer Seminar for High School Juniors) 학교 방문 프로그램 (School Visit Program) 연극을 즐기는 학생들을 위한 Bowmer project (The Bowmer Project for Student Playgoers) Ashland High School 제휴 프로그램 (Ashland High School Partnership) Ashland Schools Project	학습 안내(Study Guides) Shakespeare에 대하여.. (Inside Shakespeare) 교실 안에서의 (Shakespeare Shakespeare in the Classroom) 무대 위에서의 (Shakespeare Shakespeare on Stage) 교육자를 위한 주말시사회 (Preview Weekend for Educator) .	무대 뒤 관람 (Backstage Tours) 축제 정오 강연 시리즈 (Festival Noon Lecture Series) 공원 토론 (Park Talk) 오레곤 셰익스피어 축제 원탁 (OSF Round Table) Shakespeare와의 아침을 (Wake Up with Shakespeare) 머리말 안내 (Prefaces) 극본 읽기 (Play Readings) 마티니 공연 후 토론 (Post-Matinee Discussion)

* 마티니는 저녁 공연이 아닌 낮 공연으로 주로 오후 1:30에 시작한다.

5. OSF 페스티벌이 지역에 미치는 경제적 영향

'오레곤 셰익스피어 페스티벌' 은 안정적 수입구조를 가지고 있기 때문에 재정기반이 건실하게 운영되고 있다. 미국은 문화예술에 대해서 정부의 관여가 경미하기 때문에 따라서 재정적 후원도 미약한 편이다. OSF는 전체 수입의 대부분을 공연

관람 티켓과 고정 멤버쉽을 통하여 78% 이상을 확보하고 있다. 나머지는 기업의 후원기부금, 오레곤 주나 애쉬랜드 시에서 주는 약간의 정부보조금으로 충당되고 있다.

인구 2만여명의 소도시에 교육수준과 문화수준이 높은 125,000여명의 문화예술 관광객이 매년 방문함으로써 산출되는 경제적 효과는 애쉬랜드 경제를 떠받치는 가장 커다란 버팀목이다. 애쉬랜드의 경제를 두 번 째로 받들고 있는 것은 등록학생이 6,700명에 이르는 서던 오레곤 대학이다. 맨처음 애쉬랜드 아카데미라는 작은 대학에서 출발한 이 서던 오레곤 대학은 '오레곤 셰익스피어 페스티벌' 이 발전함에 따라 대학이 더 잘 알려지게 되었으며 더 긍정적인 이미지의 대학으로 발전할 수 있었다.('오레곤 셰익스피어 페스티벌' 을 창시한 앵거스 보우머는 이 대학의 교수였다.) 서던 오레곤 대학이 자랑하는 특별한 프로그램인 '셰익스피어 스타디스(Shakespeare Studies)' 나 연극 연출을 위한 연극석사 프로그램들은 애쉬랜드의 상징이 된 '오레곤 셰익스피어 페스티벌' 의 수준높은 연극과 문화예술에 도전, 부응함으로 더욱 향상될 수 있었다.

애쉬랜드는 작은 도시이지만 크고 아름다운 리씨아 공원(Lithia park)이 있으며 관광객의 수준높은 안목에 맞춘 여러 레스토랑, 아름다운 물건들을 파는 상점들, 아트 갤러리, 호텔, 셰익스피어를 연상시키는 우아한 숙박시설 B & B(Bed and Breaskfast), 노천카페, 서점 등이 많이 있다. 또 멀지 않은 곳에 미국에서 유명한 관광명소인 크레이터 호수(Crater Lake), 클라마쓰 폭포(Klamath Falls)가 있고, 야외 여름 음악 페스티벌이 열리는 소도시 잭슨빌이 있으며 고급 골프장과 스키장도 있다. 소도시가 제공하는 여러 장점과 매력을 충분히 살린 이러한 면들은 관람객들을 여러날 이 소도시에 머물게 함으로써 지역경제에 실질적인 이익을 창출하게 함과 동시에 활기찬 도시분위기를 연출한다. 2011년도 통계에 따르면 OSF가 지역경제에 주는 파급적 경제효과는 $160,806,502에 달한다.

(http://www.osfashland.org/about/index.aspx).

2011 오레곤 셰익스피어 페스티벌의 경제 효과

축제 활동	개인		단체		학교 단체		합계
2011년 총 티켓 판매량	326,251	83%	12,179	3%	52,335	13%	390,765
연극 공연을 보기 위해 페스티벌에 온 방문객	254,476	78%	12,179	100%	52,335	100%	
티켓 판매량							
지역 주민	35,627	14%	3,732	11%	7,925	15%	
방문객	218,849	86%	8,447	89%	44,410	85%	
관람 연극 편수 평균	3.3		2.8		2.7		
연극 관람 인원 수							
지역 주민	10,796		1,333		2,935		15,064
방문객	66,318		3,017		16,448		85,783
방문객의 숙박일 평균	3.2		2.2		1.7		
연극 티켓을 제외한 방문객의 일일지출 평균	$103.00		$103.00		$103.00		
방문객의 총 지출	$21,790,082		$2,683,604		$2,880,065		$25,353,751
2011 페스티발 총 지출액 $30,096,767							
총 직접효과 $55,450,158							
오레곤 승수 2.9							
페스티벌 운영의 경제효과 $160,850,502							

2012 OSF homepage (http://www.osfashland.org/about/index.aspx).

6. 페스티벌이 지역에 미치는 사회문화적 영향

애쉬랜드라는 도시 이름은 많은 미국인에게 수준높은 셰익스피어 공연예술문화가 있는 아름다운 도시로 인식되어 도시브랜드에 성공한 경우이다. '오레곤 셰익스피어 페스티벌' 은 애쉬랜드에 사는 지역공동체와 주민들을 위해 능동적으로 봉사를 하며 지역사회는 또한 OSF의 공간적 장소기반인 도시를 더욱 더 매력적이고 수준높은 도시를 조성하려고 노력함으로써 상호협조하는 유기적 관계를 지니고 있다. OSF는 매년 공연수익금의 일부를 애쉬랜드 공원관리를 위해 기부하고 또한 에이즈

환자를 돕는 자선 공연 프로그램인 대덜러스 프로젝트 (Daedulus Project)등을 실시하고 있다.

OSF는 또한 애쉬랜드지역에 거주하는 학생들을 위한 극장및 연극 교육프로그램을 특별히 운영함으로써 연극의 이해와 연출에 있어 여타의 어느 지역 학생들 보다 수준높은 학생들로 길러냄으로써 지역공동체에 긍정적으로 기여하고 있다. OSF는 이 지역에 살면서도 한번도 OSF 의 연극을 관람하지 않고 학교를 졸업하는 학생이 있다는 것을 알고 미래의 관람객이 될 이런 학생들을 단체로 마티니극장에 초대하거나 할인가로 공연관람의 기회를 제공하고 있다. 더 나아가 OSF는 'Ashland Schools Project' 을 통하여 애쉬랜드 지역내 모든 고등학생들이 졸업하기 전에 한번은 연극제작 프로그램 교육에 참여하는 것을 시도하고 있다. 그 결과 애쉬랜드 학생들의 연극에 관한 이해와 연기연출력은 타지역에 비해 월등한 것으로 보고되었다. 이러한 제반 요소들은 지역주민들로 하여금 OSF에 대한 긍지와 애정을 돈독하게 하는 기제이다.

OSF가 창의적으로 행한 교육프로그램의 결과는 미국과 때로는 외국의 많은 학생들이 공연관람과 연극제작과정에 대한 현장답사를 하기 위해 단체로 OSF를 방문하기 시작하여 애쉬랜드를 학생과 교사를 위한 연극교육의 필수 방문지로 인지되게 하였다. 이것은 주로 고령층 관람객이 많은 애쉬랜드에 젊은 학생들이 많이 방문하는 결과로 이어져 도시에 또 다른 활력을 주게 만들었다.

OSF의 운영에 중요한 요소 하나가 자원봉사자들이다. 600여명이나 되는 자원봉사자들은 페스티벌의 운영에 커다란 역할을 하고 있다. 그들은 관람객 안내, 기념품가게인 Tudor Guild, 우편물 등을 비롯하여 다양한 활동에 참가하여 OSF가 원활하게 돌아가도록 하고 있다. 그들은 이 지역공동체의 주민이며 OSF가 제공하는 공연문화예술의 생산을 일부 보조하며 동시에 공연예술의 소비자이며 안내자이기도 하다. 이들의 활발한 봉사와 친절은 이 지역사회에 대한 인상을 건강하고 긍정적으로 만들고 있다. 선물가게 튜더길드에는 다음과 같은 사명선언문(mission statement)이 걸려있다.

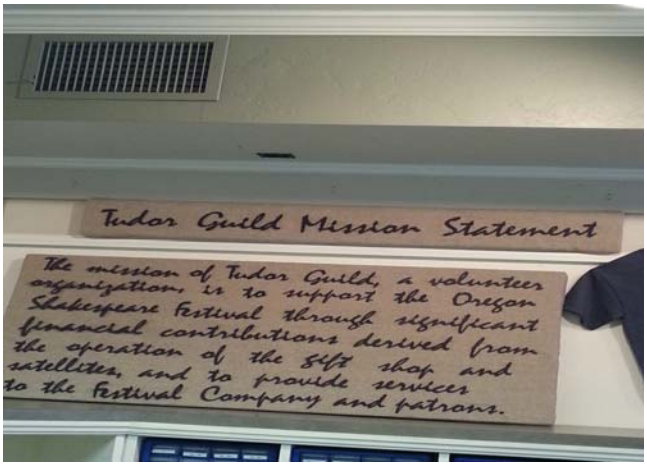

그림 10 튜더길드 사명 선언문귀

튜더길드의 사명

자원봉사자들의 조직인 튜더길드의 사명은 선물가게의 운영에서 산출된 중요한 재정적 지원과 그리고 페스티벌의 관람객과 후원자들을 도움으로써 '오레곤 세익스피어 페스티벌'을 후원하는 것이다.

연구자가 인터뷰를 했던 주민, 자원봉사자들은 모두 도시에 대한 높은 자긍심과 애정을 지니고 있었다. 한 인터뷰자는 '모든 사람들이 행복한 얼굴로 웃으며 다니는 도시들은 많지 않을 겁니다. 여기 애쉬랜드에 오는 사람들은 자신들이 이곳에 오기를 오랫동안 계획하고 소망했음으로 모두 행복해서 웃으며 다닙니다. 그리고 자녀들을 데리고 가족들이 함께 즐길 수 있고 배울 수 있는 곳은 그리 많지 않습니다'라는 말을 통하여 그가 이 도시를 얼마나 사랑하며 긍지를 가지고 있는지를 강조했다.

특히 OSF에 오는 관람관광객들은 미국 평균보다도 교육수준과 생활 수준이 높은 편이기 때문에 이들을 맞는 애쉬랜드 도시는 레스토랑 음식의 질과 수준에서부터 도시외관을 미화할 때에도 독창적 창의성, 미학적 요소를 크게 고려한다고 한다. 이러한 면 때문에 2010년 National Geographic Adventure 는 애쉬랜드를 방문해야 할 세계 10대 장소로 소개하며 이 소도시가 가진 환경, 문화, 심미적 요소, 그리

고 주민의 행복 등을 추천이유로 들었다. CNN Money Magazine 역시 2009년 애쉬랜드를 미국에서 살기좋은 10대 장소로 보도한 바 있다(Ashland 상공부 2012).

7. 페스티벌의 연극사적 의미와 가치

3년을 주기로 관람객을 대상으로 실시되는 OSF의 다양한 설문조사결과는 '오레곤 셰익스피어 페스티벌'의 성공요인이 우선은 매우 수준높은 공연의 질과 독특한 방식에 기인함을 보여주고 있다. OSF의 공연 특색은 레퍼토리 방식으로 운영되는 것인데, 이것은 일반적으로 연극공연이 한 무대에서 줄곧 상연되는 방식이 아니라 한 무대에서 여러 개의 연극을 번갈아 상연하는 방식이다. 이 레퍼토리 운영방식은 배우들을 장기간 고용하는 계약이 있어야 안정적으로 진행될 수 있으며 매일 무대를 변경해야 하는 방식이기 때문에 비용과 노력이 많이 든다. 그러나 이러한 방법 때문에 '사흘에 다섯 차례의 연극공연을 ' 이라는 OSF의 구호처럼 관람객은 수일 동안 애쉬랜드에 머물며 공연문화감상과 아름다운 소도시에서의 휴가를 가능한 것으로 받아들이게 되었다.

OSF는 77년의 역사를 통해 셰익스피어 연극 정전 (canon) 총 37편의 완전공연을 3차례 달성하였다. 첫 번째 사이클은 1958년 〈아테네의 타이먼〉(Timon of Athens)의 공연으로 완성했으며 두 번 째 사이클은 1978년 〈트로일러스와 크레세다 〉(Troilus and Cressida)로 끝맺었다. 1997년 세 번 째 사이클작품은 다시 〈아테네의 타이먼〉으로 완성되었다. 공연 관람객 중에는 37편의 정전 공연 섭렵을 목적으로 하는 고급관람객이 다수 있으며 이러한 요소가 이들을 정기적으로 애쉬랜드로 돌아오게 하는 요인의 하나가 된다. 공연사적으로 셰익스피어의 정전 전편을 공연한다는 것은 연극공연사는 물론이며 셰익스피어학문연구를 보완하는 자료가 됨은 물론이다. 2차 세계대전의 여파로 연극이 공연이 되지 못했던 유일한 기간인 1941년에서 1946년을 제하고 상연된 셰익스피어 공연기록은 OSF 아카이브를 구성하는 중요한 자료이다. 1960년 OSF는 더 다양한 관람객의 요구에 부응함과 동시에 연극공연 다변화를 꾀하기 위해 셰익스피어 작품에만 국한했던 방침을 변경하여 셰익스피어 외의 고전극과 현대극을 병행 공연하기 시작했다. 공연 다변화는 셰익스피어 공연전통을 유지시키면서도 보다 더 새롭고 활발한 연극공연문화를 창출

하는 효과를 가져왔다.

2007년 OSF는 셰익스피어 캐논 37편에 영감을 받아 미국역사를 다루는 창작연극 37편을 기획하였다. '미국혁명: 합중국미국의 역사 사이클' (American Revolutions: the United States History Cycle) ' 이라는 주제의 창작연극 37편을 10년내에 공연하기로 하여 2012년 현재 4편을 공연했으며 2개의 후속편도 대기중이다. 2010년 시즌의 순서로 이 프로젝트에서 최초로 공연된 〈미국의 밤: 후앙 호세의 노래 (American Night: The Ballad of Juan Jose)〉는 미국사회를 구성하는 이민의 문제를 다룬 인기상연극이 되었다. 미국의 사회적 이슈인 멕시코 이민문제에 관한 이 작품의 공연은 관객들의 폭발적인 인기와 요구로 OSF 역사상 처음으로 공연수를 확대하기도 했다. 안드류 멜론을 비롯한 여러 공익재단의 후원으로 진행되는 이 프로젝트는 미국역사의 전환점이 되는 순간을 다룬 극들로 구성되어 미국의 국가적 정체성에 대한 대화의 장을 연극무대를 통하여 제공하고 있다. 이 창작 프로그램은 유명극작가 데이빗 헨리 황 (David Henry Hwang), 퓰리쳐 상을 수상한 린 노타지 (Lynn Notage)를 비롯하여 많은 재능있는 극작가들이 참여하고 있다. 2012년의 공연은 1960년대의 미국의 흑인들이 주축이 된 사회주의운동을 소재로 한 〈파티 피플, Party People〉이며 뉴 씨어터에서 공연하고 있다.

OSF는 연극공연사적인 면 외에도 연극이 제공하는 사회적, 국가적 이슈들에 대한 다양한 공론의 장을 마련함으로써 시민으로서의 관람객의 심미적, 사회적 의식을 확대, 고양시키는 부수적인 사회교육기능 또한 감당한다고 할 수 있다.[6)]

결론: OSF와 애쉬랜드

미국인들의 셰익스피어에 대한 사랑은 셰익스피어 종주국인 영국을 능가해 보일 정도로 많은 도시에서는 셰익스피어 페스티벌이 있다. 여름철 웬만한 미국 도시의 공원에서 열리는 야외 셰익스피어공연은 거의 일상적인 풍경이 되었다.

6) OSF 의 프로그램의 하나인 "정오의 토론" (Noon Talk)은 입장료가 $9불인데 연구자 역시 이 프로그램에서 연극 〈파티 피플〉의 역사 문화적 배경에 대한 전문학자들을 초대하여 강연을 듣고 홀에 가득찬 관객들과 활발히 토론하는 현장에 참석하였다.

그림 11 Seattle, Volunteer Park에서 〈헨리 8세〉를 관람하는 시민들

그림 12 LA, Glendale의 Griffith 공원(Old Zoo)에서 〈한 여름밤의 꿈〉 야외공연을 기다리고 있는 시민들

더 나은 셰익스피어 극 연출을 목표로 셰익스피어 연출감독과 관련자들로 이루어진 미국셰익스피어극장학회(Shakespeare Theatre Association of America)가 조직되어 현장과 이론에 대한 활발한 활동을 할 정도이다. 미국의 주 숫자만큼 많은 셰익스피어 페스티벌 중 예술적수준이 가장 높으며 지역경제를 이끌며 도시브랜드 고양에 성공한 곳은 애쉬랜드의 '오레곤 셰익스피어 페스티벌' 이다.

3년후 2015년 탄생 80주년의 역사를 맞는 ‘오레곤 셰익스피어 페스티벌’은 비교적 신생도시인 애쉬랜드 역사와 궤를 같이 하며 도시의 운명이 문화예술축제와 만날 때 어떻게 여러 면에서 이상적인 도시 패러다임을 제공할 수 있는 지를 보여주고 있다. 오늘 날 애쉬랜드를 이상적인 문화예술도시로 격상시킨 배경에는 ‘오레곤 셰익스피어 페스티벌’이 방출한 지역경제효과, 사회적인 효과, 문화적인 효과 그리고 교육적 효과가 원동력임은 아무도 부인할 수 없는 사실이다.

III. 짝퉁 도시에서 세계 3대 영어연극제 도시로 :

– 캐나다 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌(Stratford Shakespeare Festival)[7]

매년 5월 초순부터 11월 초순까지 거의 6개월 동안 개최되는 '캐나다 셰익스피어 페스티발'은 방대한 레파토리와 공연수준으로 세계 3대 영어연극제라는 명성을 얻었다. 올해 60주년을 맞이한 이 페스티발은 1953년에 시작된 이래 지금까지 반세기 이상 동안 누적된 경험과 수준 높은 시설 및 풍부한 인적 자원, 그리고 효율적인 행정 등이 조화롭게 운영되어 이제는 자타가 공인하는 세계적인 문화 페스티벌이자 공연 예술의 성지가 되었다. 한때는 공업 도시였던 온타리오 주의 스트랫포드라는 작은 도시는 지역 경제의 위기를 맞아 영국의 문화 산업을 인문학적으로 벤치마킹하여 연간 60만 명의 관객과 200만 명의 관광객을 유치하는 공연 예술의 메카로 발돋움한 것이다.

그림 13 페스티벌 씨어터 앞 셰익스피어 페스티발 60주년 기념 포스터

7) 이하 SSF로 표기한다.

1. 스트랫포드란 어떤 도시인가?

원래 스트랫포드라는 지명은 세계적인 대문호 셰익스피어의 탄생지로서 영국 워릭셔 지방의 작은 강 에이번 강가에 있어 스트랫포드 어펀 에이번 (Stratford-upon-Avon)이라 불린다. 인구 2만 5천명의 이 작은 도시는 셰익스피어가 태어난 도시라는 행운으로 매해 전 세계로부터 3백만의 문화 순례객들이 찾는 문화 아이콘의 소도시이다. 낮이면 셰익스피어의 생가, 처가, 학교, 교회, 무덤 등을 탐방하고 저녁이면 에이번 강가에서 1년 내내 공연되는 왕립 셰익스피어 극단(The Royal Shakespeare Company)의 극을 볼 수 있는 아름다운 도시이다.

이 스트랫포드라는 지명은 영국 청교도의 후손인 백인이주자들이 북미대륙에 퍼져나감에 따라 여기저기 생겨나게 되었다. 4개나 되는 스트랫포드라는 도시명[8]은 캐나다, 미국, 뉴질랜드에 각각 생겨났는데 그 중 셰익스피어의 인문학적 콘텐츠까지 원용하여 성공한 곳은 캐나다의 스트랫포드이다.

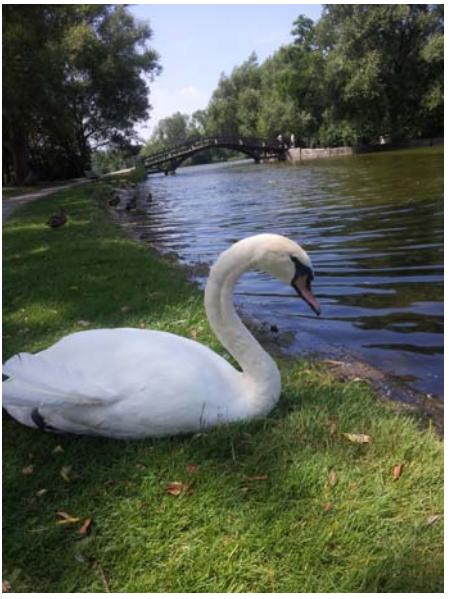

그림 14 스트랫포드의 아름다운 에이번 강가

8) 이 논문에서 다루고 있는 캐나다 온타리오 주의 스트랫포드 외에도 미국 코넷티컷 주의 스트랫포드, 아이오와 주의 스트랫포드, 뉴질랜드의 스트랫포드가 있다.

캐나다 온타리오(Ontario) 주 남서부에 위치한 퍼스 카운티(Perth County)에 속한 스트랫포드는 토론토에서 서부쪽으로 한시간 반 정도의 거리에 있는, 인구 3만명 남짓한 소도시이다. 빅토리아 호수(Lake Victoria), 레이크 사이드 공원(Lakeside Park), 셰익스피어 가든(The Shakespeare Gardens) 등 아름답게 조성된 공원과 빅토리아 식 고풍스런 건축물들을 품고 있는 이 한적한 도시는 작지만 대단히 매력적인 도시이다. 그곳 지역 주민들은 도시의 유서깊은 건축물들, 자연 환경에 대해 엄청나 자부심을 지니고 있었다.

이 도시는 축제가 시작되기 전부터 이미 오랜 시간에 걸쳐 셰익스피어와 관련된 이미지들을 형성해왔다. 스트랫포드는 1830년대에 이곳에 문을 연 "셰익스피어인"(The Shakespeare Inn)이란 숙박시설이 유명해지자 아예 마을 이름을 스트랫포드로 바꾸었다. 그리고 도심을 가로질러 흐르는 강의 이름도 원래는 소(小) 템즈강(The Little Thames River)이었으나 에이번 강(The Avon River) 이라 바꾸었다. 1920년대에는 이 강을 중심으로 아름다운 공원 시스템을 개발하기 시작했다. 심지어 이 도시의 5개 구(區)의 이름도 에이번, 폴스태프(Falstaff)[9], 햄릿(Hamlet), 셰익스피어, 로미오(Romeo)라 지었다. 결국 그곳의 공립학교의 이름도 로미오, 셰익스피어, 햄릿, 폴스태프, 에이번이다. 그런가 하면 줄리엣(Juliet), 앤 해서웨이(Anne Hathaway)[10], 포샤(Portia)[11], 베드포드(Bedford), 리어 왕(King Lear) 등의 이름을 가진 사립학교들도 설립되었다. 1857년에는 북부 그래블 로드(Gravel Road)를 따라 "개즈힐"(Gadshill)[12]이라는 이름을 가진 작은 마을을 조성하기도 했다. 이렇게 이 도시는 수 십 년에 걸쳐 셰익스피어와의 연관성을 조성해갔다.

그리고 이 도시는 1864년 4월 23일에 대대적인 셰익스피어 탄생 300주년 기념 행사를 가졌다. 비가 오는 가운데서도 많은 사람들이 에이번 강가에 모여 행사를 치뤘다. 우선 시장이 거대한 참나무[13]를 셰익스피어 호텔이 있던 곳 근처에 기념

9) 셰익스피어의 사극 〈헨리 4세〉(*Henry IV*)에 등장하는 희극적 인물로 문학사상 유명한 등장인물 가운데 한 명이다.
10) 셰익스피어의 8살 연상의 아내이다.
11) 〈베니스의 상인〉에서 극말에 베니스 법정에 재판관으로 남장(男裝)을 하고 등장하여 뛰어난 기지로 잔혹한 유대인 샤일록의 손에서 안토니오를 구해내는 여자 주인공이다.
12) 개즈힐은 영국 Kent주(州) Rochester 근교의 언덕으로 셰익스피어 〈헨리 4세〉 1부에서 Falstaff 등이 노상 강도질을 하는 장소로 나온다.
13) 이 참나무는 셰익스피어의 희극 〈윈저의 즐거운 아낙네들〉(*Merry Wives of Windsor*)에

식수하고 그곳을 셰익스피어 광장(Shakespeare Square)이라 이름 붙였다. 그리고 셰익스피어 작품 낭송회 및 무도회 등을 개최했다. 이렇게 이 도시는 오랫동안 도시 이름과 함께 셰익스피어에 대한 영감으로 가득차 있었다. 세계적 대문호 셰익스피어를 내세운 마을 전체의 이미지 만들기가 결국 이 작은 도시의 운명을 바꾸게 만든다. 그리고 저명한 사업가였던 제임스 코코란(James Corcoran)은 이런 스트랫포드를 "고전의 도시"(the classic city)라고 불렀다. 그런데 이 도시의 별명이 이제는 "축제의 도시"가 되었다.

2. 페스티벌의 유래와 역사, 그리고 현황

이 도시는 1856년에 그랜드 트렁크(Grand Trunk) 철도회사가 버팔로-휴널호 선을 연결하면서 중간 환승지로 철도 산업이 발전했다. 그러다 1871년에 기관차를 보수하는 공작창이 들어서면서 기차 정비 도시로 더욱더 번성하게 되었다. 이 회사가 캐나다의 국영 철도(CNR)로 넘어간 뒤 1940년대부터 사업 규모가 축소되기 시작했고 마침내 1964년에는 이 공작창이 완전히 문을 닫게 된다. 이런 철도 산업 외에도 20세기 초에는 가구 산업이 번성했다. 그러나 가구산업은 1930년대 경제 대공황기에 노동자들의 파업으로 위기를 맞게 된다. 1950년대 초에 핵심 산업이었던 철도산업이 쇠락하고 가구 산업이 노동자 파업으로 기울어지면서 스트랫포드의 지역 경제가 위기를 맞았다.

도시의 미래를 걱정하는 많은 사람들이 새로운 경제 기반을 강구하는 가운데 매클린(Maclean)이라는 잡지의 기자인 톰 패터슨(Tom Patterson)이-그는 이 고장 출신이다- 마을 이름이 셰익스피어의 고향 이름과 같다는 데 착안하여 셰익스피어 연극 페스티벌을 개최할 것을 제안했다. 이 도시는 이미 오랫동안 셰익스피어 이미지를 도시의 정체성으로 형성해 온데다 이미 연극 공연이나, 음악회, 오페레타 등이

등장한다. 이 극은 엘리자베스 여왕이 〈헨리 4세〉에 등장한 폴스태프를 너무 좋아하여 그를 주인공으로 한 희극을 만들어달라고 요청하여 쓴 것으로 알려져 있다. 이 극에서 몰락한 기사 폴스태프는 유부녀들을 유혹하여 돈을 울궈내려 한다. 그가 두 부인에게 동시에 쓴 연애편지가 서로 엇갈려 전달되면서 그는 부인들의 음모에 오히려 당하게 된다. 부인들은 폴스태프에게 우스꽝스런 모습으로 참나무 밑에서 기다리라고 시킨 뒤 남편들과 가족, 마을 사람들과 합세하여 그를 곯려준다.

많이 열리고 있었다. 따라서 이 도시의 주민들은 남다른 예술적 성향을 지니고 있었다. 때문에 이 도시를 좀더 위대한 문화 중심지로 만들겠다는 톰 패터슨의 발상은 어찌 보면 자연스러운 일이었다. 하지만 당시 인구가 15,000명 밖에 되지 않았고 캐나다 자체에 전문 극단도 몇 없었던 정황들을 고려해볼 때 그의 제안은 대단히 허황된 발상으로 여겨질 수도 있었다.

그런데 당시 시장이었던 데이비드 심슨(David Simpson)은 패터슨의 제안에 긍정적인 반응을 보였다. 패터슨은 일을 추진하기 위해 로렌스 올리비에를 만나러 뉴욕에 갈 경비 100불을 시의회에 요구했는데 시의회는 125불을 제공했다[14]. 이렇듯 시 당국이 그런 패터슨의 제안을 지지하고 일부 지역 유지들이 후원하는 가운데 스트랫포드의 지역 저널인 〈스트랫포드 비콘 헤럴드〉 지에 "시의회, 스트랫포드를 세계적인 셰익스피어 센터로 조성할 계획을 품다"라는 제목의 기사가 실렸다.

그리고 1952년에 드디어 스트랫포드 셰익스피어 페스티발(Stratford Shakespeare Festival)이라는 법인을 설립했다. 하지만 이 페스티벌은 어느 한 개인의 노력만으로 이루어진 것이 아니라 시 당국, 지역주민, 지역 기업, 배우와 연출가, 그리고 무대 종사자들 의 적극적인 성원과 격려 등이 조화롭게 이룩해낸 합작품이다. 그 무엇보다도 주민들이 의지를 모아 일구어낸 결과이다.

1953년 첫 시즌을 준비하기 위해 모금 운동이 벌어졌고 시민들은 기꺼이 호주머니를 털었다. 리차드 모네트(Richard Monett)에 의하면 단 4일만에 42,000불이 모금되었는데 이 마을에서 역대 가장 많이 걷힌 모금액이 전쟁 시 적십자가 걷었던 모금액 18,000불이었다고 한다. 이를 통해 셰익스피어 페스티발 개최에 지역 주민들이 기울인 관심을 예측할 수가 있다. 지역 가구 공장의 노동자들이 첫 해 공연을 위한 무대 세트 제작을 담당했고 최초의 공연장인 천막 극장의 건설을 담당한 지역 건축가는 공정을 기한 내에 마치기 위해 밤낮으로 작업을 하였다고 한다. 심지어 예산이 다 떨어져 공사비가 지급되지 않는 상황에서도 공사를 멈추지 않았다고 한다(Bart-Riedstra 8). 투자비가 예상보다 많이 들어 거의 사업이 중단될 위기에 처했을 때 지역의 기업들이 후원금을 내어 사업을 진행할 수 있었다.

그렇게 하여 1953년 7월 13일, 에이번(Avon)강 근처 공원에 세운 천막 무대[15]에

14) 패터슨은 뉴욕에서 로렌스 올리비에를 만나지는 못했지만 타이론 구스리라는 영국 최고의 연출가를 소개받게 된다.

서 셰익스피어의 〈리처드 3세〉(Richard III)와 〈끝이 좋으면 다 좋아〉(All's Well that Ends Well)로 첫 공연을 시작했다. 첫 해의 예술 감독은 톰 패터슨의 열정에 감동한 윌리엄 타이론 구스리 경(Sir William Tyrone Guthrie)[16]이 맡았다. 당시 구스리는 이미 영국에서 셰익스피어 연출가로 명성을 구가하고 있던 저명한 감독으로 톰 패터슨을 비롯한 스트랫포드 사람들의 열의에 감동하여 이 예술 감독직을 수락했다. 그는 셰익스피어 작품들을 셰익스피어 당대의 스타일로 연출하는 것으로 유명세를 떨치고 있었다. 또한 〈리차드 3세〉에는 당시 최고의 셰익스피어 배우로 꼽히던 영국 출신 유명 배우 알렉 기네스(Alec Guinness)가 출연하여 열연을 하였다. 이렇게 시작된 첫 시즌은 대단히 성공적이었다. 이 두 연극은 18,000명의 관객을 동원하였는데 몇몇 공연은 완전히 매진되었고 일부 공연은 보조 의자를 놓아야 했고 당초 4주 공연 예정이었으나 6주로 늘려 공연하였다. 투자 비용이 애초의 계획보다 상당히 초과했음에도 불구하고 4,000불의 손실만 보는 대단히 성공적인 결과를 낳았다. 첫 해의 이런 성공적인 개최에 힘입어 페스티발은 지금까지 끊임없이 이어지며 부단히 발전되었고 올해 그 60주년을 맞이하게 되었다.

그림 15 페스티벌 극장 뒷 정원에 세워진 동상-천막 치는 사람들

15) 이 천막 극장은 이후 4년 동안 사용되었다.

16) 제1회 셰익스피어 페스티발에서 그가 연출한 셰익스피어의 〈리처드 3세〉와 〈끝이 좋으면 다 좋은 것〉은 극찬을 받았다. 그는 그 후 스트랫퍼드에서 네 시즌을 계속 연출하여 캐나다 연극발전에 큰 영향을 끼쳤다.

그림 16 셰익스피어 전시장에 보관된 천막극장의 천막

두 번째 시즌부터는 셰익스피어의 작품 외의 작품들도 공연되기 시작했다[17]. 이 시즌에는 셰익스피어 작품 두 개와 고대 그리스 비극 한 개가 공연되었다. 1957년부터 페스티벌 씨어터라는 전용 극장이 설립되어 천막 극장 대신 이 극장에서 공연이 되었다. 이후 이 페스티벌은 패터슨의 기대대로 60년 동안 그 명맥을 이어 오면서, 점점 규모가 커져 1963년에 에이번 극장(Avon Theatre), 1971년에 톰 패터슨 극장(Tom Patterson Theatre), 2001년에 스튜디오 극장(Studio Theatre) 등 4개의 전용 극장을 갖춘 대규모 페스티벌로 발달했다. 매년 50-60만 명 이상의 관객이 찾는, 명실 공히 북미 대륙을 대표하는 초대형 페스티발이 된 것이다.

공연은 4월부터 11월까지 거의 7개월 동안 계속되면서 매년 15개 안팎의 레퍼토리가 총 700여차례 공연된다. 이중 셰익스피어의 작품은 1/3 정도이고 셰익스피어 이외에 헨릭 입센(Henrik Ibsen), 아서 밀러(Arthur Miller), 오스카 와일드(Oscar Wilde), 테네시 윌리엄즈(Tennessee Williams), 사무엘 베케트(Samuel Beckett) 같은 고전 작가의 작품들이 공연된다.

현재 스트랫포드는 이 엄청난 일을 해냈다는 자부심과 그런 수준높은 예술 도시의 주민으로 산다는 자부심으로 가득차 있다. 그러나 그들은 지금도 수준높은 관객과 관광객들의 기대에 부응하는 서비스를 제공하고자 끝없이 노력하고 있다. 마을 전

17) 이 시즌에서 공연된 최초 셰익스피어 외 작품은 고전 비극〈오디푸스 렉스〉였다.

체를 주민들과 지방 정부가 힘을 합쳐 아름다운 도시로 가꾸는 것은 물론이고 '스트랫포드 셰프 스쿨' 에서는 전세계에서 몰려드는 관광객들의 입맛에 맞는 요리를 제공하기 위해 전문 요리사들을 양성해 내고 있다. 이런 시도는 다양한 효과를 유발하고 있다. 우선 세계의 사람들이 스트랫포드에서 자신들이 원하는 다양한 음식을 즐길 수 있을 뿐만 아니라 페스티벌 시즌이 끝난 뒤 한가해진 식당들을 요리 실습 등에 활용하여 1년 사시사철 도시가 활기를 띌 수 있게 해준다.

이렇듯 스트랫포드는 조용하고 차분한 도시였으나 점점 활기차고 생동감 넘치는 도시로, 철도· 가구 같은 중공업 중심 도시에서 연극 공연과 음악회가 열리는 관광 예술 문화 도시로 거듭 태어났다. 이런 스트랫포드 페스티벌의 성공은 거의 무에서 유를 창조한 것이나 다름없다. 다시 말해 셰익스피어 고향 마을을 흉내낸 짝퉁도시가 원래의 스트랫포드어펀에이번에 못지않은 공연예술의 성지이자 수준 높은 관광 명소가 된 것이다. 아래 표에서 볼 수 있듯이 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌은 극장 소득면에서 2008년에 세계 6위에 랭크되어 있다.

〈표〉 세계 Top 10 극장 소득(2008 기준)

극장	소재지	설립연도	연수입
Royal Shakespeare	영국 워릭쇼 스트랫포드어펀에이번	1981	$72,694,768
Roundabout Theatre Company Inc	뉴욕	1965	$69,016,074
Guthrie Theatre Foundation	미니애폴리스	1962	$66,655,258
Beaumont Theater Inc, Lincoln Center Theater	뉴욕	1979	$61,731,631
Center Theatre Group Of Los Angeles	로스앤젤레스	1966	$43,931,897
Stratford Shakespearean Festival Foundation Of Canada	캐나다 스트랫포드	1959	$39,512,637
Oregon Shakespeare Festival Association	애쉬랜드	1939	$33,065,076
Washington Drama Society Inc	워싱턴	1960	$30,706,640
Old Globe Theatre	산디에고	1952	$23,055,071
American Conservatory Theatre Foundation	샌프란시스코	1966	$19,963,486

3. 페스티벌 관련 주요 시설

에이번 강가를 따라 조성된 아름다운 공원 전체가 축제의 배경이 되고 있지만 실제 연극 공연은 페스티벌 시어터(Festival Theatre), 에이번 시어터(Avon Theatre), 톰 패터슨 시어터(Tom Patterson Theatre), 스튜디오 시어터(Studio Theatre) 네 곳에서 이루어진다. 이 네 극장은 각각 규모도 다르고 시설도 차별화되어 있어서 각기 다양한 종류의 공연을 연출하기에 적합한 구조를 이루고 있다.

페스티벌 씨어터(Festival Theatre)

그림 17 페스티벌 씨어터

그림 18 페스티벌 씨어터 뒷 마당의 셰익스피어 동상

이 페스티벌을 성공적으로 만든데 기여한 또 하나의 요소는 바로 페스티벌 극장이다. 페스티벌 극장의 모델은 물론 천막 극장이다. 이 극장의 내부 시설에는 첫 시즌의 천막 극장에서 타냐 모이세비치(Tanya Moiseiwitsch)가 디자인한 돌출 무대(thrust theatre)[18]를 그대로 살려 두었다. 외관의 형태도 애초의 천막 극장을 기념하여 천막 모형으로 디자인을 하였다. 관객이 무대의 삼면을 둘러싸고 연극을 관람할 수 있도록 디자인된 이 독특한 무대는 셰익스피어 당대의 무대 특징을 살린 것이다. 이 건축물의 독특한 디자인이 페스티벌 성공의 중요한 요소가 되었다. 로버트 페어필드(Robert Fairfield)라는 건축가가 디자인한 이 극장은 1956년 시즌 말에 준공이 시작되었다. 지름이 약 200 feet, 높이가 70 feet나 되는 대규모 원형 극장으로 관객석이 1826석이다. 1958년에 페어필드는 혁신적인 건축 디자인이 인정받아 Massey 건축상 분야의 금메달[19]을 수상했다.

18) 무대가 객석으로 밀고 나온 형태를 말하며 무대의 삼면을 객석이 둘러싸고 있다. 따라서 관객과 배우들의 친밀함이 특징인 무대이다.

19) 캐니다의 기업가 하트 매시(Hart Massey)의 재단에서 수여하는 상으로 캐니다의 지리적 발전에 기여한 사람들에게 수상한다.

에이번 씨어터

페스티벌이 연극에 국한되지 않고 음악제, 영화제 등으로 프로그램을 늘려가자 새로운 공간이 필요하게 되었다. 그래서 1956년부터 페스티벌 측은 에이번 극장을 임대해서 사용했다.[20] 이 극장을 1963년에 매입하여 1090석 규모의 관람석을 가진 극장으로 리모델링했다. 이 극장은 페스티발 극장과는 달리 프로시니엄(prosenium) 무대[21]이고 주로 윌리엄 슈앵크 길버트(William Schwenk Gilbert)와 아서 설리반 경(Sir Arthur Sullivan)[22]의 코믹 오페라들이 공연되었다.

그림 19 에이번 씨어터

톰 패터슨 씨어터

세 번째로 건립된 이 극장은 원래 스트랫포드 배드민턴 클럽의 동계 경기장이었다. 이를 1971년에 극단이 매입하여 리모델링한 뒤 음악회나 워크숍 장소, 혹은 실험극들을 공연하는 장소로 사용하였다. 지금은 현대극이나, 고전극을 상연하기도 하고 각종 프린지 활동[23]들을 하는 장소로 사용중이다. 이 극장의 원래 이름은 제3

20) 이 극장은 원래 1901년에 보드빌 공연장으로 쓰였으나 1930년대에 영화관으로 바뀌었다.
21) '액자틀 무대' 라고도 하는데 무대와 객석이 완전히 분리된 무대를 말한다.
22) 길버트와 설리반은 〈군함 피나포어〉(*H.M.S. Pinafore*), 〈더 미카도〉(*The Mikado*) 등 현재에도 자주 공연되고 있는 14개의 희극 오페라를 만들었다.
23) 프린지 프로그램으로는 콘서트, 포럼, 강연, 작가 낭독회, 백스테이지 투어 등이 있다.

극장(The Third Theatre)이었으나 1991년에 페스티벌 창시자를 기념하여 톰 패터슨 극장으로 개명하였다. 이 극장은 480석 규모이다.

그림 20 톰 패터슨 씨어터

스튜디오 씨어터

2002년에 페스티벌 50주년 기념으로 개관한 극장이다. 260석 규모로 가장 작은 소극장이다. 역시 돌출 무대로 삼면에서 관객이 무대를 둘러싸는 구조로 되어 있다. 소극장의 특징을 잘 살려 실험극 공연이 자주 되고 있다.

그림 21 스튜디오 씨어터

셰익스피어 전시관(Shakespeare Exhibition)

그림 22 셰익스피어 전시장

도심에 마련된 이 작은 전시관에는 역대 셰익스피어 공연에서 사용된 가발 등 소도구와 공연 사진들이 전시되어 있었다. 특히 중요한 자료로는 첫 시즌부터 4년 동안 사용된 천막 극장에서 사용한 캔버스가 보관되어 있었으며 천막극장의 돌출 무대 모형이 전시되어 있다. 또한 최초의 공연인 〈리처드 3세〉 공연에서 사용한 리처드 3세와 앤 왕비의 의상이 전시되어 있었다. 천막 극장의 관객들이 앉았던 의자도 보관되어 있어 페스티벌의 역사를 잘 느낄 수 있는 공간이다.

그림 23 이 페스티벌의 첫 공연인 〈리처드 3세〉에서 앤 왕비가 입었던 의상

그림 24 의상에 대한 설명

셰익스피어 가든(The Shakespeare Gardens)

1935년에 영국의 스트랫포드 어펀 에이번에 있는 셰익스피어 가든을 본따 조성된 이 정원에는 셰익스피어 작품 속에 등장하는 온갖 꽃과 나무, 식물들이 심어져 있다. 정원 한 복판에는 셰익스피어 생가의 모형도 세워져 있고 정원 초입에는 셰익스피어의 두상도 세워져 있다. 아름다운 에이번 강의 끝자락에 자리잡은 이 정원은 아름다운 꽃밭과 수풀이 우거진 연못, 연못 위에 지어진 나무다리, 드넓은 잔디밭 등을 갖추면서 이 도시의 다른 아름다운 공원들과 함께 관광객들을 끌어모으고 있다.

그림 25 셰익스피어 가든

그림 26 가든 내 지어진 셰익스피어 생가 모형

그림 27 가든 내 셰익스피어 두상

셰익스피어 페스티벌 기록 보관소(Stratford Festival Archive)

축제의 역사가 길어지면서 축제와 관련된 것들의 기록과 보관이 불가피하게 되었다. 이에 SSF는 1967년에 설립된 스트랫포드 페스티벌 기록 보관소에 축제에 대한 모든 기록, 의상 소도구 등을 보관하고 있다. 프린지 프로그램 중에는 이 기록 보관소 투어도 있는데 이를 통해 60여년의 축제 역사를 느낄 수 있다.

4. 페스티벌이 지역에 끼치는 경제적 영향

고용 창출

시간이 지남에 따라 페스티벌은 이 도시의 주요 경제적 동력이 되었다. 5월부터 11월까지 거의 일 년의 절반 동안 펼쳐지는 셰익스피어 페스티벌과 이에 수반된 관광 서비스 산업 덕분에 스트랫포드는 엄청난 문화 관광도시로 탈바꿈하였다. 공연을 통한 직접적인 수입 외에도 전세계에서 몰려드는 셰익스피어 관객들의 관광 수입[24], 고용 창출 등의 부차적 효과를 낳았다. 2009년에 온타리오 주는 페스티벌의 경제적 효과를 135백만 달러로 추정했다. 페스티벌 시즌이 끝난 뒤에도 극단은 순회 공연을 다니며 수익 창출을 하고 있다. 덕분에 스트랫포드의 실업률은 캐나다 전체에서 가장 낮다.

캐나다 스트랫포드 시의 각종 경제 지표를 통해 이 페스티벌이 스트랫포드 경제에서 차지하는 역할을 확인할 수 있다. 우선 놀랍게도 스트랫포드에서 가장 고용을 많이 창출하는 기업이 바로 셰익스피어 페스티벌 극단으로 2011년 기준으로 1200명의 고용을 창출했다. 공연 티켓 판매수는 2000년대 초반에는 60만장을 넘어서기도 했고 2000년대 후반에는 매년 50만장이 넘게 판매되었다. 이는 가장 많은 방문객을 차지하는 미국의 경제 불황이 끼친 영향으로 볼 수 있다. 게다가 여름 시즌에는 학생들이 매표소에서 아르바이트를 한다.

24) 관광 수입은 페스티벌 공연 관람료 및 숙박, 교통, 쇼핑 및 인근 지역 관광에 대한 지출을 포함한다. 2002년 온타리오 주 문화부 장관은 이 축제가 3,300여개의 일자리를 만들어내고 온타리오 주 전체에 1억 4,500만 달러 (약 1,450억원)의 경제적 효과를 만들어내고 있다고 밝혔다(신동호,2007, 268에서 재인용).

스트랫포드 시 Top 10 고용기관(2011 기준)

순위	기업	고용인원(명)
1	스트랫포드 페스티벌 극단 (Stratford Festival of Canada Theatre company)	1,200
2	스트랫포드 종합 병원(Stratford General Hospital Life Sciences)	880
3	디나 미그(Dyna -Mig Manufacturing)	500
4	헨드릭슨 스프링(Hendrickson Spring Manufacturing)	500
5	FAG 에어로스페이스(FAG Aerospace Manufacturing)	420
6	스택폴(Stackpole Manufacturing)	330
6	클레머 철강(Clemmer Steelcraft Manufacturing)	330
7	스코티아 은행(ScotiaBank and Trust Financial Processing Centre)	300
8	아이신(Aisin Canada Inc. Manufacturing)	279
9	스프루스 로지(Spruce Lodge Life Sciences)	200
10	FIO(FIO Canada Manufacturing)	100

지난 10년간 공연 티켓 판매 숫자

연도	티켓 판매수(장)
2010	524,919
2009	509,195
2008	500,012
2007	528,000
2006	550,000
2005	539,397
2004	568,715
2003	607,356
2002	672,924
2001	614,226

실업률에서도 스트랫포드는 거의 캐나다에서 가장 실업률이 낮은 도시이다. 이 점에 있어서도 세익스피어 페스티벌의 공헌이 가장 크다고 할 수 있다. 앞에서도 살펴보았듯이 스트랫포드 최고의 고용 기관이 바로 페스티벌 극단이고 그 외에도 호텔,

음식점, 기념품 숍 등의 분야에서 발생하는 고용 창출도 페스티벌을 보러오는 관객들의 영향이 가장 크기 때문이다. 구체적으로 그 수치를 살펴보면 2006년에는 캐나다 전체 실업률이 6%였는데 비해 스트랫포드는 4.8%였다. 세계 경제의 침체로 2011년에도 캐나다의 전체 실업률이 7%대가 넘어서는데 비해 스트랫포드는 6%를 유지하고 있다.

인구 증가

페스티벌 유치로 도시의 경제가 활성화 된 탓에 인구도 꾸준히 증가했다. 우선 공연 관계자들이 이 도시에 터전을 잡기 시작했고 몰려드는 관광객을 맞이할 B&B(Bed and Breakfast) 사업을 하기 위해 타도시의 사람들이 이주해왔다.[25] 초기에는 일부 배우들과 스탭들만이 스트랫포드에 거주했지만 요즘에는 많은 배우들과 스탭들이 스트랫포드 인근에 상주하고 있다. 그래서 첫 개최시기인 1950년대에는 15000명에 불과하던 인구가 최근에는 3만명이 넘어서 두 배로 증가했다. 도시의 인구유입은 그 도시의 생활환경을 보여주는 중요한 지표가 될 수 있다. 도시가 발전하고 고용이 창출되고 매출이 증가하면 인구가 늘어난다. 반면 도시가 쇠퇴하고 산업 경제가 몰락하면 인구는 줄어든다. 이곳의 인구가 페스티벌 개최 후 두 배로 늘었다는 사실은 페스티벌 개최가 이 도시의 발전에 어느 정도 기여했는가를 단적으로 보여주는 예가 된다.

우선 배우나 감독, 공연 스탭 등 공연 관계자와 그들의 가족들이 유입되고 스트랫포드에 상주하면서 인구가 늘어났다. 또한 관광 산업이 발달하면서 B&B(Bed & Breakfast) 사업, 식당 경영 등의 분야에서도 점점 수요가 늘어나 외지인들이 이런 수요를 채우고자 유입되었다.[26]

---

25) 공동연구자는 스트랫포드에 머무는 동안 20년동안 페스티벌 극장에 근무하다 퇴임한 뒤 자원 봉사자로 극장에서 봉사하고 있는 도리스 벨란드(Doris Belland) 여사 댁에서 이틀을 숙박했다. 벨란드 여사는 공연 시즌에는 게스트 하우스를 운영하는 것이다. 그녀에 따르면 타지에서 온 사람들이 B&B 운영에 있어 너무 상업적인 경향을 보이는 것에 대해 우려를 표명했다. 실제로 다른 B&B에서는 1박에 130불을 지불한 데 비해 벨란드 여사의 게스트 하우스에서는 2박에 130불을 지불했다. 여기서도 벨란드 여사 같은 토착 주민들이 페스티벌에 대해 갖는 정서를 확인할 수 있었다. 그들에게 페스티벌은 단순히 경제적인 수단이 아니라 자긍심의 원천이 되는 것이다.

26) 공동 연구자가 첫날 숙박한 B&B의 주인들은 캐나다의 다른 동네에서 살다가 3년 전부터

스트랫포드 총 인구의 추이

연도	인구수(명)
2008	32,444
2006	30,461
2003	31,271
2001	29,676

관광산업 발달

더불어 관광 산업도 발달하여 대체로 연간 200만명의 관광객이 스트랫포드를 찾는 것으로 추정된다. 따라서 관광 산업이 스트랫포드의 중요 사업이 되었다. 공연을 보기 위해 전 세계에서 몰려오는 관광객들로 인해 숙박, 식사, 쇼핑 등의 산업이 점점 활성화되어 왔고 이들을 수용할 시설을 확충해야만 했다. 초기에는 음식점이나 숙박시설이 거의 없었으나 지속적으로 늘려 지금은 250개의 B&B, 게스트 하우스, 호텔 등이 갖추어져 있다. 이렇듯 페스티벌의 개최로 인해 이 도시는 이제 캐나다를 대표하는 관광 명소가 되어 지역 경제 활성화에 크게 기여했다.[27]

중앙 정부에 의한 대규모 자본의 유입이나 대규모 시설을 위한 자연 자원 파괴와 같은 부작용 하나 없이 이 페스티벌은 도시 경제를 살려놓았다. 셰익스피어라는 문화 콘텐츠를 활용한다는 창의적인 사고와 서비스 중심의 문화 관광 사업이 이루어낸 쾌거이다. 그리고 이런 스트랫포드 페스티벌의 대 성공은 문화 산업의 잠재력을 입증하는 산증거인 셈이다.

그 집을 구입하여 B&B를 운영하고 있는 외지인들이었다. 그 여주인과의 인터뷰를 통해 시즌 오프 동안의 수익성을 걱정하는 면에서 현지인과는 달리 경제적 수익 창출이 최고의 목표인 타지역 출신의 면모가 확인되었다.

27) 스트랫포드 페스티발 극단이 60주년을 맞이한 올해의 수지를 정산한 결과 400만불이 적자였다는 발표가 얼마 전에 나왔다. 2011년의 〈지저스 크라이스트〉와 같은 히트작이 없는 가운데 티켓 판매가 부진했던 탓이라고 한다. 하지만 이 수치는 순수 공연 및 기타 극단의 수익만 따진 수치이고 관광객 유치를 통해 창출된 관광 수익 등은 배제된 것이다.

5. 페스티벌이 지역에 끼치는 사회문화적 효과

지역 주민의 고급 문화 향유 및 자긍심 고취

현장 답사 기간 동안 다양한 주민들과 인터뷰를 나누어본 결과 직접 페스티벌 극단과 관련된 업종에서 일하는 사람이든 그렇지 않든 지역 주민 모두가 페스티벌에 대해 대단히 자부심을 느낌을 체감할 수 있었다. 특히 B&B를 운영하는 주인들이 투숙객들이 모두 함께 하는 아침 식사 자리에서 내년(2013년)의 페스티벌 공연 리스트를 준비하여 나눠주는 등 적극적인 홍보 자세를 엿볼 수 있었다. 그러나 그것보다 더 인상적인 것은 그들이 공연되는 작품의 면면을 잘 알고 있었을 뿐만 아니라 감독 및 배우에 대해서까지 많은 지식을 겸비하고 있음을 알 수 있었다. 이를 통해 페스티벌은 그들의 경제 활동에 그치는 것이 아니라 그들의 문화생활이기도 하다는 것을 알 수 있었다.

그림 28 음악회를 기다리고 있는 시청앞 관람객들

그림 29 시청 음악회 알림 게시판

우리는 일년에 한 두 번 경험하는 고급 공연 관람이 그들에게는 거의 일년 내내 지속되는 일상인 셈이다. 비단 연극 관람뿐이 아니다. 페스티벌 시즌 때는 온갖 음악회, 전시회, 기타 공연들이 도심 곳곳에서 진행된다. 스트랫포드의 주민들은 이렇게 넘쳐나는 온갖 문화 혜택들을 누리고 사는 것이다.

자원 봉사 활동 등을 통한 공동체 의식 배양

1985년에 공식 출범한 "페스티벌 친구들"(The Friends of the Festival)은 약 200명의 멤버로 구성된 자원봉사단체이다. 이들은 페스티벌의 성공에 도움이 되고자 안내, 페스티벌 서점, 매점, 기록보관소, 도서관 등에서 일손을 제공하거나 기부금 모금 운동을 펼치고 있다. 이들 대부분은 B&B 운영자이거나, 지역 사업가, 혹은 페스티벌 애호가들로서 저마다 이 페스티벌이 연극사적으로, 그리고 스트랫포드 시에 얼마나 공헌하는가를 믿는 자들이다. 이런 봉사 활동을 통해 지역 주민들은 더욱 애향심을 기르고, 공동체 의식과 소속감을 배양할 수 있다.

이런 것들이 주민의 정서에 미칠 심리적, 정서적 영향력은 그 값을 측정할 수가

없는 것이다. 즉 세익스피어 페스티벌은 지역 주민들에게 경제적 혜택뿐만 아니라 고급문화를 향유할 수 있는 시혜, 잘 정돈되고 깨끗한 생활환경, 나아가 그런 고급문화 도시에 살고 있다는 자긍심까지 바람직한 도시가 주민들에게 부여할 수 있는 모든 것을 제공하고 있었다.

도시 브랜드 이미지 제고

관광객들과 나눈 인터뷰를 통해서는 그들의 머리속에 이 도시가 어떻게 각인되어 있는지를 확인할 수 있었다. 함께 B&B에 머물렀던 어떤 부부는 20년 동안 매년 이 페스티벌을 방문하는 미국인이었다. 그들은 그동안 공연되었던 훌륭한 공연들에 대해 언급하며 앞으로도 매년 방문하여 두 편 정도의 공연을 보는 것을 목표로 정하고 있었다. 한편 다른 부부는 호주에서 온 부부들로 최근 몇 년 간 해마다 방문하고 있다고 하였다. 이들은 이 스트랫포드라는 마을을 대단히 고급스러운 예술 문화를 향유할 수 있는 유토피아처럼 생각하는 듯했다. 그리고 그런 도시를 꾸준히 방문하고 있다는데 대단히 자부심을 느끼고 있는 듯했다.

이것이 바로 도시 브랜드이다. 세계의 도시들이 도시 경쟁력 향상을 위해 앞다투어 차별화된 도시 브랜드를 구축하고 있다. 스트랫포드는 수준높은 공연 예술의 성지라는 도시 브랜드를 확고히 구축했을 뿐만 아니라 이 작은 도시의 페스티벌의 명성과 성공으로 인해 캐나다는 나이아가라 폭포, 록키산맥 등 천혜의 자연 환경을 지닌 국가 브랜드에 수준높은 문화 국가라는 브랜드까지 갖추게 되었다.

그리고 세계적인 관광 도시답게 모든 지역 주민들이 외부인들에 대해 대단히 친절하고 거리에서 걸인 한 명 찾아볼 수 없을 정도로 대단히 안전하고 평화로웠다. 이런 모든 것들이 합해져 스트랫포드는 끊임없이 관광객을 끌어모으고 한번 다녀간 사람들은 지속적으로 방문하게 만드는 세계적인 관광 명소가 된 것이다.

6. 페스티벌의 공연사적 의미와 가치

최초의 천막 극장의 돌출 무대가 연극사에 끼친 영향

스트랫포드 셰익스피어 페스티벌의 가치는 단순히 소득의 원천이라는 차원을 넘어서고 있다. 이 페스티벌은 오늘날 셰익스피어 공연 예술에도 큰 공헌을 하였다. 제1기 예술 감독인 구스리 경이 제안하고 타냐 모이세비치가 디자인한 천막 극장의 돌출 무대는 셰익스피어 공연의 새 장을 열었다. 이 무대는 셰익스피어 당대의 무대와 마찬가지로 무대 배경 별로 없이 주로 대사에 의존한 공연을 낳았다. 당시 구스리는 이미 셰익스피어 작품을 셰익스피어 당대의 스타일로 연출하는 것으로 명성을 얻고 있었다. 모든 것을 대사에 의존해야 하는 탓에 배우들은 대단히 열심히 연기를 해야 했다. 결국 셰익스피어 당대만큼 열정적인 무대가 연출되었고 이런 그의 연출은 이후 셰익스피어 연출의 기준이 되었다.

또한 관객들이 삼면에서 무대를 둘러싸고 관람하는 돌출무대 양식은 요즘의 프레시니엄 극장과는 달리 배우와 관객의 관계가 보다 친숙하고 함께 호흡하는 극을 만들어간다. 그래서 이 돌출 무대 양식은 미니애폴리스(Minneapolis)에 있는 구스리 극장(The Guthrie Theatre), 링컨 센타(Lincoln Center)의 보몬트 극장(The Beaumont Theatre), 셰필드(Sheffield)의 크루시블 극장(The Crucible Theatre) 등 캐나다 및 북미 지역의 10여 군데의 극장들에 영향을 주었다. 이 극장들은 대부분 극장 소득에 있어 세계 Top 10 안에 들고 있는 성공적인 공연장들이다.

그림 30 모이세비치가 디자인한 천막 극장 속 돌출무대 조형물. 셰익스피어 전시장에서 촬영.

그림 31 〈42번가〉 공연 직전 찍은 페스티벌 씨어터의 돌출 무대 사진. 관객이 삼면에서 무대를 둘러싸고 있다.

수준급 레파토리와 연극 인력 양성

스트랫포드 셰익스피어 페스티벌은 공연 수준에 있어서도 세계 최상급 고전 레퍼토리 극단으로 발전했다. 셰익스피어뿐 아니라 그리스 비극, 프랑스 대표 극작가 몰리에르(Moli re) 등 고전극과 사무엘 베케트, 베르톨트 브레히트(Bertolt Brecht), 안톤 체홉(Anton Chekhov), 유진 오닐(Eugene O'Neill) 같은 20세기 거장들의 작품, 현대극, 오페라 등 다양한 작품으로 레파토리가 구성된다. 이곳에서 실력을 쌓은 많은 연기자와 연출가들이 세계 연극계로 진출함으로써 이 페스티벌은 고급 연극 인력 양성의 요람이 되기도 하였다.

역대 예술 감독

타이론 구스리 경(Sir Tyrone Guthrie) 1953-1955
마이클 랭험(Michael Langham) 1956-1967
진 개스콘(Jean Gascon) 1968-1974

로빈 필립스(Robin Phillips) 1975-1980
존 허셔 (John Hirscher) 1981-1985
존 네빌(John Neville) 1986-1989
데이비드 윌리엄(David William) 1990-1993
리처드 모네트(Richard Monette) 1994-2007
돈 쉬플리, 마티 마라든, 데스 맥아너프(Don Shipley, Marti Maraden & Des McAnuff) 2008
데스 맥아너프(Des McAnuff) 2009-2012

각종 교육 프로그램을 통한 연극 문화의 보급

또한 SSF는 시즌이 끝난 공백기 동안에 주변 대학에서 특강을 하거나 세미나를 개최하여 연극 예술에 대한 보급 역할 뿐만 아니라 주변 지역 주민들의 문화적 욕구도 채워주고 있다. 연극 공연과 함께 진행되는 페스티벌 프린지(Festival Fringe)도 연극 문화를 널리 알리고 보급하는데 큰 역할을 담당한다. 프린지 프로그램으로는 콘서트, 포럼, 강연, 작가 낭독회, 백스테이지 투어 등이 있는데 일반인들의 이런 경험은 연극에 대한 깊은 이해와 사랑으로 이어질 뿐만 아니라 연극의 학문적 발전에도 크게 기여하고 있다. 특히 북미의 영어 교사나 드라마 교사들이 이 페스티벌이 제공하는 교육 프로그램에 많이 참가하고 있다. OSF와 마찬가지로 SFC도 스태프나 배우들의 안내에 따라 극장무대 뒤편을 관객들에게 공개함으로써 어떻게 한 편의 연극공연이 이루어지는지를 보여주는 '뒷무대 관광 (back stage tour) 프로그램을 제공한다. 이를 통해 교육적 효과를 거둘 뿐만 아니라 관객의 호기심도 풀어준다.

결론

스트랫포드 셰익스피어 페스티벌은 스트랫포드를 세계적인 관광도시로 만들었고 이 도시의 독특하고 활기찬 정체성을 하는데 기여했다. 나아가 이 페스티벌은 캐나다 자체의 문화적 보배가 되었다. 이에 1993년에 캐나다 관광부는 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌을 그 해의 캐나다 최고의 볼거리로 선정했다. 그리고 1997년에 스페인에서 열린 가장 살기 좋은 곳을 선정하는 블룸 상 수상식 첫 해에 스트랫포드는

인구 1만-5만 사이의 도시 가운데 가장 아름다운 도시 1위로 선정되었다.

이 페스티벌이 이렇게 성공할 수 있었던 것은 도시의 경제 기반이 몰락해가고 있는 상황에서 기업을 유치하거나 중앙 정부의 예산 지원을 요청하는 식의 의존적인 방식이 아니라 지역 주민들끼리 힘을 합쳐 아주 창조적인 아이디어를 가지고 새로운 문화산업을 형성해냈기 때문이다. 즉 톰 패터슨이라는 한 사람의 다소 허황되고 실현 불가능해 보이는 제안이 스트랫포드 마을 전체의 운명을 바꾸어놓았다. 하지만 이 기적은 그 혼자서만 이룬 것이 아니라 그런 제안을 열린 마인드로 수용한 시당국과 그런 꿈의 실현을 위해 의지를 모아준 지역 주민, 지역 기업들의 협조가 이루어낸 결과이다. 또한 지역주민들에게 그런 문화적 저변이 이미 배양되어 있었기에 가능한 일이었다. 만일 톰 패터슨의 제의에 시의회나 당국이 폐쇄적인 마인드로 비협조적이었거나 지역 주민의 자발적인 참여와 자원 봉사가 결여되었다면 오늘날과 같은 스트랫포드 페스티벌은 탄생되지 못했을 것이다.

이렇게 시작된 이 도시의 셰익스피어 페스티벌은 60년이 지난 지금 지역 주민의 삶의 질을 극대화하여 행복지수와 경제지수를 모두 고양시켜 주었고 한 조그만 지방 도시를 세계적인 관광지로 만들어주었다. 이 도시는 21세기 문화의 시대를 사는 우리들에게 행복도시의 전형을 보여준다고 할 수 있다.

Ⅳ. 석탄산업에서 사행산업으로 :

-강원랜드 카지노 산업

탈공업 시대에 도시가 쇠퇴하자 이를 타계하려고 도시들이 새로운 사업모델을 찾게 되는 예를 국내에서 가장 극명하게 보여주는 곳이 바로 강원 남부 탄광지역이다. 이 지역은 1980년대 후반부터 시작된 석탄사업의 사양화로 태백, 정선, 영월, 삼척 등 강원도 탄광지역에 지역 경제의 쇠락과 지역 공동화 현상이 일어나기 시작했다. 이에 정부와 지역 주민들의 합의하에 그곳 지역 경제를 활성화하기 채택된 사업이 바로 강원랜드 카지노 사업이다. 국내 유일의 내국인 출입이 허락된 이 카지노 사업은 지역의 경제 활성화에 일정 정도 기여한 것으로 평가받고 있다. 하지만 카지노는 대표적 사행성 사업으로써 도박 중독증, 노숙자 발생, 자살, 범죄 증가, 지역 물질만능주의와 같은 사회 부작용을 낳기도 했다.

강원랜드 카지노 산업은 경제적인 성공에도 불구하고 여러 가지 면에서 부정적인 산업 개발 모델로 평가될 수가 있다. 이에 본 연구에서는 앞의 두 도시의 세익스피어 페스티벌과 비교하여 강원랜드 카지노 산업에 대해서도 면밀히 검토하고 정책결정 과정에서 인문학적 고찰의 결여에서 발생한 여러 문제점들을 지적할 것이다.

1. 강원랜드 카지노 사업의 유래 및 현황

태백시, 정선군의 고한읍·사북읍, 영월군, 삼척시는 우리나라의 주요 에너지원인 석탄을 생산 공급하던 탄광지역이다. 그런데 1989년 이후 정부의 석탄 산업 합리화 사업에 의해 폐광이 되면서 지역 산업 기반이 몰락하고 지역 경제가 침체되었다. 이에 자연스럽게 인구가 유출하면서 지역 공동화의 우려가 발생했다. 특히 태백시는 국내 최대 탄광 도시로서 탄광 의존도가 높았던 관계로 지역 경제가 급격히 몰락했다. 한때 12만명이 넘었던 그 도시의 인구가 2001년에 56,000명 정도로 급격히 줄어든 통계치가 그 타격의 정도를 잘 보여준다(김성근 4쪽 참조).

그러자 정부의 석탄 합리화 이후 가장 피해를 입게 된 폐광 지역 주민들이 이 지역의 경제를 회생하기 위한 정부의 정책 마련을 강력히 요구하며 집단행동에 나섰다. 주민들은 폐광 지역의 경제 회생과 대체 산업 유치 등 지역 개발을 법률적으로 보장할 것을 요구했다. 해당 지역 주민들 사이의 연대 시위에 긴장한 정부가 황급히 수습에 나서 1995년 3월 3일 정부는 주민들과 5개항의 합의문을 마련하고 이내 12월에 '폐광지역개발지원에 관한 특별법'(이하 폐특법)이 제정되었다. 이 법안에는 내국인 출입 카지노의 독점적인 운영권 및 주민들의 시혜, 환경 파괴 최소화 등이 명시되었다.

물론 애초에 정부는 사행심을 조장하는 카지노에 내국인 출입을 허락하지 않으려 했으나 지역 주민들의 강력한 반발로 결국 내국인 출입 카지노 설립이 결정되었다. 이 폐특법은 지역 주민이 지역 경제 문제를 해결하려 주도적으로 움직였다는 점에서 많은 의미를 지니고 있는 것은 사실이다. 하지만 사업의 진행 과정에서 지나치게 미시적인 경제 논리에 따랐다는 점을 지적하지 않을 수 없다. 카지노 산업의 성격상 내국인 출입이 주변 지역 주민들에게 어떤 부작용을 가져올 지는 불보듯 뻔한 것이었다. 지역주민의 이런 선택에 대해 원기준 목사는 "당시의 상황은 핵처리장이라도 유치할 판이었다. 내국인 출입 카지노는 지역 경제를 빈사상태에서 구하기 위한 특단의 선택이었다"고 말했다.

원래는 카지노뿐만이 아니라 종합 리조트로 개발한다는 계획이었으나 폐특법에 지정된 독점 기간 내에 보다 빨리 사업을 시행하여 수익을 창출하려는 다급한 심정과 IMF의 영향으로 인해 카지노 중심으로 먼저 운영이 시작되었다. 2000년 10월 28일 정선군 백운산 정상에 200실 규모의 카지노 호텔에서 출발한 강원랜드는 첫해 매출이 884억여 원이었다. 그러나 설립 12년만에 카지노, 스키, 골프, 콘도, 호텔, 컨벤션 센터 등을 갖추게 되었고 한해에만 500만명이 찾고 총매출액이 1조 2천억이 넘는 엄청난 규모로 성장했다. 고용 인원만도 4,000명이 넘고 연간 객장 이용 고객은 500만명에 달한다. 그 규모는 실로 엄청나서 국내의 외국인 전용 카지노 16곳의 매출을 합친 것보다 많은 수치이다. 이렇게 강원랜드는 엄청난 수익을 창출하며 지방세, 기부금, 고용 창출 등으로 탄광지역에 경제적 혜택을 주었다.

강원랜드 카지노 입장객 및 매출액 현황

연도	입장객(천명)	카지노매출액(억원)	총매출액(억원)
2000	209	884	910
2001	900	4,539	4,620
2002	919	4,694	4,761
2003	1,548	6,642	6,771
2004	1,785	7,500	7,641
2005	1,882	8,300	8,470
2006	1,794	8,478	8,695
2007	2,452	10,265	10,665
2008	2,915	10,978	11,485
2009	3,045	11,516	12.058
2010	3,091	12,568	13,136
2011	2,983	11,867	12,657

[한국일보 2012.10.25 기사]

국내에 카지노 17곳… 강원랜드 매출이 외국인 전용 16곳보다 많아

이환직기자 slamhj@hk.co.kr

현재 국내에는 모두 17개의 카지노가 있다. 이 중 16개는 외국인 전용이며, 내국인 출입을 허용하는 곳은 강원랜드가 유일하다.

내국인 카지노 출입 허용에 대해 도박 중독자 양산을 우려하는 목소리가 크다.

24일 사행산업통합감독위원회의 통계를 보면, 강원랜드의 지난해 총 매출액은 1조1,867억원(입장객 298만3,000명)으로, 전국 16개 외국인 전용 카지노의 총 매출(1조1,289억원ㆍ210만1,000명)보다 많다. 외국인 전용 카지노 전체의 연면적은 3만6,425㎡(직원수 4,198명)로 강원랜드 연면적 1만6,770㎡(1,444명)의 2배가 넘는데도 그렇다.

더욱이 정선에 위치한 강원랜드는 서울, 제주 등 도심과 관광지에 들어선 외국인 전용 카지노에 비해 접근성도 떨어진다. 그만큼 강원랜드의 수익성이 뛰어나다는 말이다. 지난해 강원랜드 입장객 중 외국인 비율은 0.9%에 불과할 만큼 내국인 전용화 현상도 뚜렷하다.

이처럼 내국인이 많이 몰리다 보니 부작용도 심각할 수밖에 없다. 강원랜드 이용객의 10.4%(사행산업 전체 평균 7.9%)가 알코올이나 약물 오ㆍ남용을 경험했다. 도박에 빠져 실직 위기를 겪거나 하던 일을 그만둔 경험도 9.8%(5.4%)에 달했다. 자살을 심각하게 생각하거나 시도한 경험은 7.5%(4.0%), 언어신체적 폭력을 행사한 경험은 7.9%(4.3%)였다.

이 때문에 사행산업통합감독위가 전국 성인 남녀 3,000명을 대상으로 조사한 결과 내국인의 카지노 출입 규제를 강화해야 한다는 의견이 무려 78.8%에 달했다.

Copyright ⓒ 인터넷한국일보 All rights reserved. E-mail to webmaster

그런데 이런 양적인 성공을 말해주는 지표 아래 많은 문제점들이 도사리고 있다. 그중 가장 큰 문제는 이곳이 내국인 전용 카지노로써 2011년도에 외국인 입장객의 비율은 0.9%에 불과했다는 것이다. 또한 아래 표에서 볼 수 있듯이 강원랜드의 수입은 거의 95%가 카지노 객장에서 발생하는 것이다.

강원랜드 '외화획득' 관심 없어?… 외국인 0.9%〈세계파이낸스〉

강원랜드 카지노가 외국인 관광객에게 외면을 받으면서 '내국인 전용'으로 전락하고 있다고 연합뉴스는 전했다. 폐광지역 개발지원에 관한 특별법에 따라 2000년 10월 문을 연 강원랜드 카지노는 내국인뿐 만 아니라 외국인도 출입할 수 있는 시설이다. 그러나 최근 3년간 강원랜드 카지노 입장객 가운데 외국인 비율은 2009년 1.0%, 2010년 0.9%, 2011년 0.9% 수준이다. 입장객 100명 가운데 외국인이 1명이 채 안 되는 셈이다. 강원랜드는 2002년 메인카지노 개장으로 외국인 입장객이 크게 늘고 있다며 카지노 영업장에 외국인 전용 게임 테이블을 운영하기도 했다.실제로 2003년 0.9%이던 외국인 비율이 2004년에는 1.8%로 껑충 뛰었다. 그러나 외국인 전용 게임 테이블은 어느 순간 사라져 버렸다. 외국인 비율이 2004년을 정점으로 더는 높아지지 않고 매년 낮아졌기 때문이다. 이 때문에 강원랜드가 '외화 획득'이라는 야심 찬 목표로 설치했던 외국인 전용 게임 테이블은 손님이 없는 천덕꾸러기로 전락했다. 반면 나머지 내국인 게임 테이블은 종일 좌석이 없을 정도로 북적거리자 외국인 전용 게임 테이블은 슬그머니 내 · 외국인 겸용으로 둔갑했다. 적정 수용인원 2000 명인 강원랜드 카지노의 하루 평균 입장객은 8000 명에 달하고 있다. 외국인 관광객이 품위 있게 카지노 게임을 즐긴다는 것이 사실상 불가능하다는 것이다. 강원랜드도 가만히 있어도 카지노 영업장이 북새통인데 굳이 외국인 관광객 유치에 나설 필요가 없다는 분위기다. 강원랜드의 한 관계자는 28일 "현재 외국인 관광객 유치를 위한 구체적인 계획은 없지만, 카지노 영업장이 증설되면 외국인 전용구역 설치 등 다각적인 방안을 검토할 계획"이라고 해명했다.

세계파이낸스 뉴스팀 fn@segyefn.com
〈세계일보〉 입력 2012.08.28

강원랜드 사업장별 수익(출처: 강원랜드 분기 보고서)

업종	2011년 3분기(백만원)	비율 (%)	2010년 3분기(백만원)	비율(%)
카지노	905,975	94.73	959,556	95.83
호텔	15,557	1.63	15,369	1.53
콘도	15,954	1.67	9,205	0.92
골프장	4,011	0.42	3,717	0.37
스키장	13,570	1.42	13,356	1.33
게임 및 애니메이션	1,276	0.13	155	0.02
합계	956,343	100.00	1,001,358	100.0

이런 통계자료나 분석들을 통해 우리가 도출할 수 있는 사실은 강원랜드에는 관광이나 여가는 없고 도박만 있다는 것과 한국인들의 도박 경향이 외국인들에 비해 현저하게 높다는 것이다. 실제로 사행산업통합관리위원회가 제시한 통계에 의하면 도박중독 유병률이 한국인들은 6.1%로 영국 2.5%, 프랑스 1.3%, 호주 2.4%, 뉴질랜드 1.7%등과 비교해볼 때 현저히 높은 편이다. 영업을 시작한 지 6개월만에 도박중독자들이 속출했으며 위의 기사에서도 밝힌 것처럼 도박에 빠져 실직 위기에 빠지거나 하던 일을 그만둔 사람들은 9.8%에 달했고 자살을 심각하게 고민하거나 시도한 사람들은 7.5%에 달했다. 그 중에는 지역 주민들이 상당수 포함되어 있었고 그 부작용도 심했다. 다음은 원기준 목사가 2002년 11월 25일에 동아일보에 실은 기사이다.

카지노 유치 당시 부정적인 요소를 애써 작게 보고 경제부양 효과를 기대했던 지역주민들은 카지노에 대한 사회적 지탄과 경계의 목소리에 난감하다. 다른 이들의 불행 위에 우리의 미래를 건설하려는 것 자체가 비극이 아닐 수 없다. 얼마 전 카지노가 있는 고한읍에서 지역주민 100인 선언이 있었다. ‘강원랜드 카지노는 도박시설이 아닌 국민관광지로 거듭나야 한다’는 제목의 성명서에서 주민들은 도박의 부작용과 폐해를 최소화하지 못한다면 강원랜드와 폐광지역의 미래는 결코 있을 수 없다는 절박한 심경을 호소했다.

이런 심각한 사회적 부작용으로 인한 기업의 이미지가 너무 부정적인 것을 극복하려는 시도들이 그동안 많이 있었다. 특히 2011년 9월에 ‘아시아 최고의 사계절 가족 종합리조트 조성’이라는 목표로 “비전 2020”을 발표했다. 그 계획에는 리조트 단지 내에 워터 월드를 조성하고 기존의 테마 파크를 리노베이션하고, 카지노 객장의 환경을 개선하여 2020년까지 내장객 수를 천만명으로 끌어올린다는 내용이 담겨 있다. 그 외에도 경영 내실화, 지역 상생, 사회적 책임 확대와 같은 사회적 기업으로서의 의무도 포함되어 있다. 이 비전 선포에 의하면 분명 현재의 카지노 객장으로서의 이미지에서 탈피하여 종합 리조트로서 거듭나겠다는 의지가 엿보인다.

그런데 아이러니하게도 오히려 내년부터 카지노 객장의 규모를 증설한다는 발표가 최근에 있었다. 2004년 2월 이후 8년 만에 정부로부터 카지노 증설 허가를 받아 테이블과 슬롯머신을 지금보다 52%, 42%씩 늘릴 것이라고 한다. 기존 기구들의 현

재 가동률이 100%인 상황에서 증설 없이는 추가적 성장이 어렵다는 이유에서 취해진 조처이다. 카지노는 공급이 증가하면 수요가 따라가는 특성이 있음은 자타가 공인하는 사실이다.

원래대로라면 2015년이면 폐광지역 지원에 관한 특별법이 완료되는데 그러면 이 지역에서 내국인 전용 카지노를 독점할 수 없게 되는 것이다. 그런데 그것도 2011년 12월에 국회에서 10년간 더 연장하는 안이 통과되었다. 그래서 이 지역은 2025년 12월 31일까지 특별법에 의해 내국인 전용 카지노 독점권을 행사할 수 있게 되었다.

하지만 폐특법 제정의 목적이 지역경제의 회생이라고 한다면 과연 강원랜드가 그런 역할을 하고 있는가에 대해 신중하게 생각해보아야 할 것이다. 강원랜드 또한 수익 창출을 위해 규모를 늘리기 전에 도박 중독자들의 치료와 처우 문제, 그리고 지역 경제의 자립 기반 조성 방법 등에 좀더 심혈을 기울여야 할 것이다. 지역민들도 강원랜드와 폐특법에만 의존하지 말고 자생력을 키워나가야 할 것이다. 우리가 자문을 구했던 원기준 목사도 “지역에서 자생력을 가져야 할텐데 주민들은 무조건 강원랜드에 의지하는 스타일로 가버렸다.”고 말하며 안타까워했다.

2. 강원랜드 카지노 사업이 지역에 미치는 경제적 영향

강원랜드의 카지노 사업은 수익성 면에서 기대보다도 훨씬 성공적이었다. 거의 세계에서 유래를 찾아볼 수 없을 정도로 수익을 내면서 지역 주민들에게 돌아가는 시혜도 많았다. 강원랜드가 1조 2천여억원의 매출로 직간접 효과를 통해 발생시킨 생산파급액은 2조를 넘을 것으로 예측되고 이 중에서 77.5%가 강원 지역 내에 미친 파급효과인 것으로 파악이 되었다(김성근 65 참조). 그 파급 효과의 형태는 직접 고용에 따른 인건비, 기부금이나 세금, 기타 여러 사회 봉사 활동이나 문화 예술 지원 활동 등이 있다. 이렇게 지역 경제가 활성화되면서 인구 감소 비율도 조금씩 낮아졌다.

분명 경제적 측면에서 따져 볼 때는 강원랜드 카지노 사업이 앞 장에서 살펴본 두 페스티벌 못지않은 성과를 거둔 것이 분명하다. 지역에서 가장 고용율이 높은 기업이라는 면에서나 가장 세금을 많이 내는 기업이라는 점에서 말이다.

그런데 이런 표면적인 경제 활성화 수치에도 불과하고 지역주민들의 삶이 크게 개선되지는 않았기에 통계적 수치 이면을 깊이 들여다볼 필요가 있다. 특히 고용

창출에 있어서는 대규모 고용이 이루어지고 있으며 지역 주민에게 우선권을 부여하고 있다. 그래서 태백과 사북·고한 지역의 주민이 전체 고용 인원의 약 60%를 차지한다. 하지만 그 인원은 태백과 사북 고한 지역 전체 주민의 수(약 68,000여명)에 4.6%에 불과하다. 그리고 강원랜드의 정식직원들은 대체로 20-40대의 외지인들이고 50-60대가 대부분인 지역 주민들은 주로 용역회사에 고용된 인력으로 인건비에 있어서 상당한 차이가 있다.

강원랜드 고용현황(출처: 강원랜드 분기 보고서)

사업부문	정규직	기타	합계
카지노	1,726	7	1,733
호텔	581	59	640
콘도	152	43	195
스키장·골프장	91	0	91
지원부서 및 기타	416	70	486
합계	2,876	179	3,145

다음으로 살펴볼 것은 인구 감소율의 저하이다. 강원랜드 운영 이후 이 지역의 인구 유출 속도는 조금씩 줄어들고 있고 인구 감소율도 조금씩 떨어지고 있다. 하지만 여전히 유입보다는 유출이 많은 편이다. 그나마 인구 감소율이 떨어지는 것도 강원랜드 직원과 그 가족들의 유입 때문일 것으로 추정된다.

엄청난 수익을 자랑하고 있는 강원랜드가 폐광 지역에 대한 기부나 사회 봉사 활동, 문화 예술 활동 지원들을 계속 하고 있음에도 불구하고 폐광 주민들의 삶의 질이나 경제 회생에 끼친 영향은 미미하다고 평가할 수 밖에 없다. 그 이유는 강원랜드 측이 부여하는 시혜가 보다 생산적이고 발전적인 대체산업을 개발한다거나 하는 것이 아니라 주로 선심성 기부금 형태로 이루어져서 지역 경제 회생에는 크게 기여하지 못했기 때문이다.

세수에 있어서도 강원랜드 자체의 수익이 높다보니 세금이나 기금도 많이 낸다. 그런데 자세히 분석해보면 세금의 75% 정도는 중앙 정부세와 기금이고 지방 정부세는 약 25% 정도에 불과할 뿐이다.

결론적으로 말해 강원랜드 카지노 사업이 지역주민들의 간절한 염원에 따라 추진되었고 지역 주민들의 염원처럼 지역 경제의 몰락과 공동화는 막아주었다. 하지만

그 경제적 파급 효과는 강원랜드 자체의 수익성에 비해 너무 미미할 뿐만 아니라 지역 경제의 상태를 크게 발전시켜주지도 못했다. 그러면서 지역간의 갈등을 낳기도 했다. 예를 들어 강원랜드 개장 초기에 태백과 정선의 고한, 사북은 함께 경제적 시혜를 누렸으나 시간이 갈수록 태백 지역은 그 경제적 시혜에서 배제되면서 두 지역간의 지역 감정까지 쌓여갔다.

한국 레저 산업 연구소의 서천범 소장은 “강원랜드의 12년 성적표는 외형상 화려하지만 독점적 지위에서 올린 성과에 불과하다”고 주장했다(뉴시스 2012-10-29일자 인터뷰). 게다가 강원랜드의 수익 구조가 95%가 카지노 매출에서 발생하는 구조로 카지노 의존도가 너무 높아 내국인 전용 카지노의 독점권이 사라질 때에 대비하여야 한다는 과제를 안고 있다.

앞에서 살펴 본 두 페스티벌과는 달리 강원랜드 카지노 산업은 중앙정부에 대한 지역민들의 의존이 너무 컸고 단기간의 성과를 내려고 카지노라는 사행산업을 유치하면서 많은 문제점을 야기시켰다. 세 지역이 모두 비슷한 경제 위기에 봉착했으나 그를 극복하기 위한 정책 결정시에 인문학적인 고려가 있었느냐, 아니면 오로지 경제성만 고려하였느냐가 엄청난 차이를 낳은 것이다.

지금 강원랜드에는 이용객들의 도박 중독이라는 문제 뿐만 아니라 흉흉한 민심과 주변 지역의 황폐화, 리조트나 골프장 등의 건설로 인한 자연 훼손 등 많은 사회문제를 안고 있다. 그럼에도 불구하고 그 모든 사회적 부작용을 감수할 만큼 엄청난 경제적 시혜를 누리지도 못했다는데 폐광 지역 주민들의 불만이 있는 것이다.

3. 강원랜드 카지노 사업이 지역에 미치는 사회문화적 영향

모두가 예상했던 대로 강원랜드 개장 6개월만에 카지노 중독 문제가 심각한 사회문제로 대두되었다. 이는 개장 6개월만에 재활 프로그램을 마련하기 위한 연수차 라스베이거스로 직원들이 급파된데서 알 수 있다. 국내 유일의 내국인 전용 카지노라는 강원랜드의 화려한 이면에는 카지노 중독으로 인해 사회 생활도 파탄나고 가족도 해체된 희생자들이 많이 생겨났다. 이에 어떤 이들은 직계 가족의 요청으로 객장출입이 금지가 되었다. 또 예상했던 대로 많은 지역주민들이 객장을 찾아 패가망신하는 사례들이 생겨났고 그로 인해 개장 1년만에 주민들의 청원으로 지역주민

은 매월 넷째주 화요일만 카지노에 입장을 허락하는 주민 출입제한법이 제정되었다. 월 15일로 제한된 출입일수도 내국인에게 카지노가 미치는 악영향을 줄이기 위한 안전장치이다.

그럼에도 불구하고 일명 '카지노 앵벌이'라 불리는 노숙자를 비롯해 가산을 탕진하고 쪽방촌에 거주하는 사람들, 실직자, 도박 폐인 등이 강원랜드를 떠나지 못하고 주변을 배회하고 있다. 이들 장기체류자가 1,000~2,000여명에 이를 것으로 추산하고 있다. 이들 중 상당수가 재정적 어려움과 가정불화 등의 문제로 우울증에 빠지거나 자살이라는 극단적 선택을 하고 있다. 강원랜드가 있는 정선군의 자살률은 2010년 기준으로 10만명 당 72 · 9명으로 전국 평균 자살률(10만명 당 31 · 2명)에 비해 2배 이상 높다. 당연히 지역 주민에 대한 설문조사 결과 카지노가 자기 마을에 있다는 사실을 부정적으로 생각하는 견해가 대다수인 것으로 나타났다. 또한 앞에 수록한 한국일보 기사에서도 확인할 수 있듯이 전국 성인 남녀 3,000명을 대상으로 사행산업통합감독위가 조사한 결과 내국인의 카지노 출입 규제를 강화해야 한다는 의견이 무려 78.8%에 달했다.

지난 10월 말 경 본 연구자들이 강원랜드를 찾았을 때는 단풍이 절정에 이르른 때였다. 그날 밤 뉴스에서는 설악산에는 몰려든 인파로 인해 걸어다닐 수가 없었다는 소식이 방영되었다. 하지만 강원랜드의 시설들을 시찰하러 곤돌라를 타고 스키장 등의 위락 시설이 구비되어 있는 고원지대로 올라가 봤으나 그곳은 모든 상가들이 개점 휴업 상태였고 그 아름다운 등산로를 오르는 사람들도 본 연구자들 뿐이었다. 원기준 목사의 표현대로 그곳에는 "관광은 없고 오로지 도박만 있을 뿐"이었다. 그래서 미국 대형 카지노업체 라스베이거스 샌즈 그룹의 아델슨 회장도 최근 인터뷰에서 "강원랜드 같은 카지노는 우리 사업 모델이 아니다. 폐광에 세운 카지노는 지역경제에 이바지할 것이 없고, 카지노밖에 즐길 것이 없는 실패한 모델이다."고 강원랜드를 평가했다.

지역 주민들도 그 한계를 느껴 고한읍 지역 주민 100인이 모여 "강원랜드 카지노는 도박 시설이 아닌 국민 관광지로 거듭나야 한다."고 선언한 바도 있다. 아무리 강원랜드가 새로운 비전으로 '아시아 최고의 사계절 가족형 종합리조트'를 내세우더라도 카지노 중독자들이 몰려드는 전형적인 도박장의 이미지에서 벗어나지

못하는 한 가족단위 관광지로 발돋음 하기는 어려울 것이다.

지역 주민들이 정서적, 감정적으로 자긍심을 느끼지 못하고 부정적 시각을 갖고 있다는 점은 앞에서 살펴본 두 페스티벌과 가장 극명하게 대조를 이루는 부분이다. 아래 표에서 볼 수 있듯이 강원랜드 카지노 사업이 운영 중인 기간에도 인구가 꾸준히 유출되었다는 것은 이 사업이 지역 활성화에 실패했음을 보여주는 것이다. 원기준 목사도 인터뷰에서 "개장 12년이 지났지만 강원랜드가 설립 목적을 달성했다고 믿는 주민은 없다"고 주장했다.

폐광 지역 인구 변동 현황[28]

구분	인구수		
	1988년말	1995년말	2009년말
폐광지역 전체	441,370	269,446	204,683
태백시	115,175	64,877	50,730
삼척시	132,370	90,043	72,431
영월군	74,048	53,405	40,522
정선군	119,777	61,121	41,000

"도박 중독 책임은 국가에도 있다"
김충렬 박사의 '중독탈출' (34)-도박 중독[2] 도박중독의 역학

2. 병적 도박을 부추기는 사행산업
도박은 양면적 특성을 갖고 있다. 도박은 외형적으로는 법적으로 금지돼 있으면서도 내용적으로는 사실상 합법화된 측면도 없지 않다. 지난 수십년간 많은 도박이 어떤 면에서는 합법화된 측면이 있지만, 어디서나 도박을 접할 수 있다. 바로 우리가 알고 있는 카지노 도박과 복권산업이 갈수록 성장하고 있는 현상이다. 투기로 변한 주식시장 역시 사회적, 경제적으로 지위가 향상되기를 원하는 사람들에게 도박할 기회를 제공하는 것은 마찬가지다.
많은 나라들이 도박산업을 부족한 재정예산을 확충하는 가장 손쉬운 수단으로 인식하면서 도박산업의 범위를 확대하고 있다. 실로 도박산업은 황금알을 낳는 산업으로 각광받고 있는 점에서 이제 도박은 더 이상 금기의 대상이 아닌 듯하다. 사람들은 처벌과 도덕적 지탄의 염려 없이 어디서나 도박을 즐길 수 있으며, 오히려 휴식을 취하면서 운이 좋으면 큰돈까지 딸 수 있는 레저산업처럼 보인다. 이렇게 도박할 기회가 증가하고 금기가 제거되면서 도박 인구와 도박중독자 역시 기하급수적으로 증가하고 있다.
현재 우리나라의 도박중독에 대한 역학조사가 전 국민을 대상으로 체계적이게 시행된 바는 없지만 부분적 자료들을 종합할 때 일반 국가들의 유병률보다 높은 4-6%로 본다. 왜 이처

28) 김성근 8쪽 표에서 재구성

> 럼 높은 유병률이 나타나는지 여러 이론들이 있으나, 사행산업 증가시 일시적으로 유병률이 증가한다는 기존 해외 문헌들을 참고할 수 있다. 이는 도박을 '산업'으로 육성한 국가로서 유병률에 대한 일정한 책임 통감이 필요하다.
>
> 〈크리스천 투데이〉2010.06.04

4. 대안 및 해결책

본 연구는 강원랜드 카지노 산업의 문제점을 해결하는 방안을 제시하는 것에 있지 않고 정책 결정에 있어서 인문학적 고찰의 중요성을 부각시키는데 있다. 따라서 앞의 두 지역의 페스티벌 연구를 토대로, 그리고 인문학자로서 언급하고 싶은 것이 있다면 강원랜드와 해당지역의 주민들은 더 이상 폐특법과 동정론에만 매달릴 것이 아니라, 언젠가 내국인 카지노가 완전 개방될 때를 대비한 대체 산업을 모색하고 실천해 나가야 한다는 것이다. 그리고 그 모색에서 또다시 성급하게 미시적인 생각에서 자연 환경을 훼손해가며 위락 시설을 늘리는 시설중심사업만 벌일 것이 아니라 문화예술 자원 및 지역의 고유성을 강조하는 좀더 창의적이고 인문학적인 고찰을 통해 현재의 인프라를 어떻게 현명하게 이용할 것인지를 고민해야 할 것이다. 예를 들어 스트랫포드 페스티벌 같은 경우는 에이번 강가의 공터에 천막 극장을 치고 시작했지만 수준 높은 공연 레퍼토리라는 소프트웨어를 잘 제공하여 세계적인 연극제가 된 것이다. 최근 프랑스에서는 대표적인 석탄폐광도시 랑츠(Lenz)에 루브르 위성 미술관을 두어 피폐해진 이 폐광지역을 경제, 문화적으로 재생하기로 한 인문학적 정책을 펼쳤다. 지난 12월 초 올랑드 대통령이 이 미술관 개관의 리본을 끊었다.[29]

강원랜드 리조트는 분명 아시아의 대표적인 사계절 종합리조트로 성장·발전할 잠재력을 지니고 있다. 리조트 주변의 천혜의 자연환경과 스키장, 골프장, 콘도미니엄, 카지노, 호텔, 컨벤션 센터 등 이 모든 것을 보유한 곳은 전 세계에 그렇게 흔치 않기 때문이다. 그렇기에 아시아를 대표하는 사계절 종합리조트로 나아갈 하드웨어는 모두 준비가 되어 있는 상태이다. 이제는 카지노와 함께 컨벤션, 쇼핑, 각종 파크

29) "Louvre masterworks to light up ex-mining town" The Korea Herald, 2012. 12. 03.

등을 모두 활용할 수 있는 창의적인 소프트웨어 개발에 역점을 두어야 할 것이다. 예를 들어 대국민 아이디어 공모를 할 수도 있고 전문가들에게 카운슬링을 의뢰할 수도 있을 것이다. 그런 아이디어의 확보 후에는 장기적인 발전 전략을 세우고, 카지노를 제외한 리조트사업 분야의 수익개선을 통해 국제적으로도 경쟁 우위를 확보해 나가야 할 것이다.

강원랜드는 사회적 기업으로서의 책임감을 인식하며 우는 아이 달래기식의 지원이 아니라 진정 폐광 지역 주민의 행복 지수를 높일 수 있는 방법을 모색해야 한다. 현재 강원랜드 인근 마을들은 행복도시와는 너무도 거리가 먼 환경 속에 내팽겨쳐져 있다. 강원랜드는 주변 마을의 황폐화에 윤리적 책임을 통감하며 주변 지역의 생활환경 개선을 위한 근원적인 대책 마련에 나서야 한다. 그래서 내국인의 피를 빨아먹는 기업이라는 오명을 지워나가며 전 세계의 관광객을 대상으로 적극적인 홍보활동을 펼칠 수 있는 이벤트를 마련하여 궁극적으로는 아시아를 넘어 세계적인 기업의 반열에 서는 것이 목표가 되어야 할 것이다. 그런 목표가 국내 최고의 문화관광 기업이 지녀야 할 올바른 마인드일 것이다.

Ⅴ. 국내 지역 축제에 대한 분석 및 평가

1. 국내 지역 축제의 현황

우리나라는 1980년대 이후 관광 개발 및 지역 문화 행사 등에 대한 관심이 생겨났고 1994년 '한국 방문의 해'를 계기로 지역 축제의 관광 상품화의 필요성이 절실하다는 인식이 고조되었다. 그래서 문화체육관광부나 지방 자치 정부에서는 관광객 유치 및 지역 경제 활성화를 위해 지역 축제를 적극 지원하고 육성해왔다. 그 결과 문화 체육 관광부에 보고된 전국의 지역 축제수는 1996년 412개이던 것이 현재는 1,200여종에 이른다. 또한 각 지방자치단체들은 지금도 새로운 축제를 고안해내고 있다.

이렇게 지자체들이 축제 개최에 관심을 갖는 이유는 아주 다양한데 그 중 중요한 요소를 정리하자면 아래와 같다.

▶ 축제가 지역 문화를 활성화시킬 수 있기 때문이다.
▶ 지역의 이미지를 보완하고 향상시킬 수 있기 때문이다.
▶ 지역 특화 상품 육성 및 관광 산업으로 인한 지역 경제 활성화를 통해 고용 증대 및 소득 증대와 같은 경제적 효과가 있기 때문이다.
▶ 지역 주민들의 자발적인 참여로 인하여 지역문화 축제 개최에 기여했다는 자긍심을 고취시키고 지역에 대한 귀속감, 애향심을 갖도록 해준다.
▶ 지역 주민의 문화적 욕구를 채워주고 문화 예술 생활을 증진시켜 준다.
▶ 지역 주민 간의 유대를 강화할 수 있고 화합과 단결, 공감대를 형성하여 지역 공동체의 발전에 기여한다.
▶ 축제 준비 과정에서 기반 시설과 문화 시설들이 건설되면서 지역 주민들이 이러한 편의시설들을 이용할 수 있어 지역 사회의 문화 및 복지 수준이 높아진다.

이렇게 지역 축제가 유발할 수 있는 사회문화 경제적 효과가 크기에 각 지방자체단체들은 저마다 지역 축제 개발에 열을 올리고 있다. 하지만 이런 축제 개발이 양적인 차원의 발전은 가져 왔지만 질적인 수준에 있어서의 발달을 가져왔는가에 대한 논의는 계속되고 있다. 그래서 많은 지역 축제가 일회성 행사로 끝나거나 '그들만의 축제' 로 끝난 경우가 많다. 이에 본 연구에서는 국내 축제에 대한 경제적 효과, 사회문화적 효과, 축제 내용, 축제 규모 등에 대한 전반적인 연구 분석을 수행하고 그 결과를 바탕으로 대책 및 활성화 방안을 제안하고자 한다.

2. 전문가 부족과 기획력 부족이 낳은 국내 지역 축제의 문제점

지금 세계는 탈공업화, 제조업 공동화 현상으로 발생한 지방의 재정 위축 상황을 극복할 새로운 대체 산업의 모색에 여념이 없다. 그러던 중 소위 '굴뚝없는 산업' 이라 불리는 문화 관광의 중요성을 인식하기 시작했다. 그런데 과거에는 관광을 하나의 여행 산업으로만 인식했지만 현대 사회에서는 관광은 문화 요소와 융합되어 단순히 볼거리 위주의 여행상품에 싫증난 여행자들에게 각종 축제와 이벤트, 교육 등 한 차원 높은 여행 상품을 제공하는 것이 되었다.

이렇게 세계는 문화 관광에 대해 높은 관심을 갖고 많은 국가들이 문화관광을 유망한 21세기 산업으로 이해하고 관심과 투자를 아끼지 않고 있다. 한국의 지자체들도 이런 세계적 추세를 이해하여 자기 지역의 문화 상품화에 몰두하고 이를 각종 지역 축제 형태로 선보이고 있다. 하지만 현재 우리의 지역 축제는 양적인 엄청난 성장에도 불구하고 아직 기획과 집행 면에서 많은 문제점들을 안고 있다. 독창적이고 전문적인 축제 기획 및 운영 인력의 부족으로 인해 축제의 콘텐츠가 너무 빈약하고 차별화를 갖지 못하는 실정이다. 많은 예산이 투입되고 있음에도 불구하고 경제유발효과나 지역이미지 제고에서 실효를 거두지 못하고 있는 것으로 평가했다. 또한 대부분의 지역축제가 단체장의 의지에 편승하는 경향이 있고, 뚜렷한 주제의 부재, 졸속행정, 무리한 예산운영, 기획력 및 전문성 부족, 지역내부의 갈등 등의 문제점이 있는 것으로 나타났다. 또한 축제를 너무 타산적 목적으로만 접근하고 교통혼잡, 환경오염이나 파괴와 같이 축제가 유발시키는 부정적 측면에도 효과적으로 대처하지 못하고 있다. 국내의 수많은 무의미한 축제의 남발이 낳을 수 있는 문제점

들은 아래와 같다.

- ▶ 국민의 혈세를 낭비한다.
- ▶ 축제가 지방 공무원들의 축재나 비리의 온상이 될 수 있다.
- ▶ 문화의 상품화로 인해 물질 만능주의가 팽배할 수도 있다.
- ▶ 지역의 유적이나 유적지가 훼손될 수도 있다.
- ▶ 타지 사람들의 유입으로 범죄나 교통 혼잡 등의 증가로 생활환경이 나빠질 수도 있다.
- ▶ 시설물 확충을 위해 자연 환경이 파괴될 수도 있다.
- ▶ 쓰레기 및 환경오염이 발생할 수도 있다.

이에 따라 축제의 성공적인 개최를 위해서는 우선 민 · 관 협력 체제를 강화하고 전문가를 확보하고 명확한 주제를 지닌 기획력 있는 문화 프로그램을 개발해야 한다. 축제와 문화 콘텐츠를 연계하여 경쟁력이 있고 차별있는 축제를 육성하기 위해서는 지역의 특색을 잘 살린 콘텐츠 개발을 통해 차별화되고 특성화된 프로그램을 마련하여야 한다.

이런 필요성에 대해 왕치현(2010)은 다음과 같이 정리하여 제언했다.

> 결국 세계적인 축제를 육성하여 경제적, 문화적, 사회적 효과를 누리기 위해서는 축제 개최에 앞서 뚜렷한 목적과 기획력이 필요하며, 축제의 전 과정을 담당하는 전문 인력의 양성에 힘써야 한다. (213-214)

3. 문화체육관광부 선정 <대한민국 우수문화관광 축제>의 의미와 가치

문화체육관광부는 축제 현장 평가와 전문가 심사를 통해 매년 대한민국 우수 문화관광 축제를 선정한다. 올해는 강진청자문화제와 진주남강유등축제가 2011년도에 이어 대한민국 대표 축제로 선정되었다. 그 밖에도 하동 야생차문화축제, 화천산천어축제 등 최우수 축제 8개와 우수 축제 12개, 유망 축제 23개를 문화관광축제로 선정하였다. 2012년도는 축제의 질적 향상과 활성화를 위해 우수 축제를 전년도 10개에서 12개로 늘렸고, 제주도가 세계 7대 자연경관에 선정된 점을 감안하여 유망

축제 1개를 추가로 선정하였다고 문화체육관광부는 밝혔다.

2012 우수문화관광 축제(출처: 문화체육관광부)

구분	대표축제	최우수	우수	유망
서울 (0)				
부산 (2)			부산자갈치축제	해운대모래축제
대구 (1)				대구약령시한방축제
인천 (1)				인천펜타포트축제
광주 (2)			광주7080충장축제	광주김치대축제
울산 (1)				울산고래축제
경기 (2)			가평자라섬재즈페스티벌 이천쌀문화축제	수원화성문화제
강원 (5)		양양송이축제 화천산천어축제	춘천국제마임축제	태백산눈축제 평창효석문화제
충북 (2)			영동난계국악축제	괴산고추축제
충남 (6)	강진청자문화제	금산인삼축제 천안흥타령축제	강경젓갈축제	부여서동연꽃축제 한산모시문화제
전북 (3)		김제지평선축제	남원 춘향제 무주반딧불축제	
전남 (6)		함평나비축제	담양대나무축제 진도신비의바닷길축제	보성다향제 녹차대축제 순창장류축제 영암왕인문화제
경북 (5)		문경찻사발축제	풍기인삼축제	고령대가야체험축제 봉화은어축제 포항불빛축제
경남 (6)	진주남강유등축제	하동야생차문화축제		창원가고파국화축제 산청지리산한방약초축제 통영한산대첩축제 함양산삼축제
제주 (2)				서귀포칠십리축제 제주정월대보름축제
계	2	8	12	23

이렇게 문화체육관광부에서는 매년 지역축제 중 관광상품성이 뛰어난 축제를 문화관광축제로 선정하여 지원하고 있다. 문화관광축제로 선정된 축제에 대하여는 등급별로 관광진흥기금이 지원되며, 한국관광공사를 통해 해외 홍보와 축제 컨설팅 등을 지원해주며 선정기준은 아래와 같다.

문화관광 축제 선정기준(출처:문화체육관광부)

축제의 특성/콘텐츠	70점
축제의 운영	10점
축제발전성	10점
축제의 성과	10점

그런데 문화체육관광부가 우수 축제로 선정한 축제들에는 한 가지 특징이 있다. 그것은 바로 지역의 자연 환경이든 특화 산업이든 그 지방의 고유한 색깔을 살려낸 축제들이라는 것이다. 선정된 축제마다 대규모 관광 시설 개발을 지양하고 천혜의 자연 환경(담양대나무축제, 서귀포칠십리축제, 진도신비의바닷길축제, 태백산눈축제 등)이나 역사(수원화성문화제, 진주남강유등축제, 통영한산대첩축제 등), 아니면 그 지방의 특산물 혹은 특화산업(강진청자문화제, 문경찻사발축제, 양양송이축제, 풍기인삼축제, 금산인삼축제, 보성다향제 녹차대축제, 한산모시문화제, 괴산고추축제 등), 문화유산(고령대가야체험축제, 천안흥타령축제, 부여서동연꽃축제, 영암왕인문화제) 등을 문화 콘텐츠로 개발해 낸 것으로 하나같이 인문학적 스토리텔링이 살아있는 축제들이다.

이는 우리의 축제 문화가 세계적 추세에 발맞추어 올바른 방향으로 나아가고 있음을 말해주는 것이다. 다만 이 축제들이 국제적 수준을 갖추어 외국 관광객들까지도 끌어들일 수 있는 흡인력을 아직은 지니지 못하고 있다는 것이다. 또다른 문제점은 이 축제들이 전면에 내세우고 있는 축제의 내용은 지자체 특유의 지방색을 잘 살린 것들이지만 막상 축제의 실제적인 내용은 자기만의 색깔을 지니지 못한 채 거의 비슷한 체험 행사와 유흥, 먹거리들로 채워져 있다는 것이다. 이러한 점이 새로운 기대를 갖고 축제 현장을 찾았던 관광객들에게 실망을 안겨주고 다시는 그 축제를 찾지 않도록 만든다.

4. 세계적 수준의 지역 페스티벌 축제 부재의 원인

문화 관광 산업은 외래 관광자가 소비하는 관광 재화를 획득하는 산업이다. 외국 관광객들이 지불하는 숙식비, 유흥비, 기념품 구입비 및 관광 교통비 등에 부과되는 각종 세금은 직접적인 국가 재정 수입원이 된다. 또한 간접적으로는 지역의 소득창출 및 고용 증대에 결정적인 영향을 미친다. 그런데 아직까지 우리나라의 지역 문화 관광 축제들은 그 잠재력을 세계적인 축제로까지 승화시키지 못하고 있다. 보령머드 축제를 비롯한 몇몇 축제들이 외국인들의 관심과 참여를 이끌어내고 있긴 하지만 아직 흡인력있는 콘텐츠를 제공하지는 못하고 있다. 거의 대다수의 국내 축제가 이런 수준에 머무르는데는 뭔가 근본적인 문제가 있다고 보아야 할 것이다.

본 연구자들은 그 문제의 원인을 크게 세 가지로 요약해 보았다

첫째 원인은 '축제 전문가의 부재'라고 본다. 대부분의 축제가 관(官)주도로 진행돼 소기의 목적을 달성하지 못하고 있는 것으로 조사됐다. 이에 따라 관주도에서 탈피해 전문가들이 실행조직과 운영시스템을 구축해야 축제를 성공시킬 수 있다는 주장들이 제기되고 있다. 그러나 아직 우리나라에는 축제 문화 전문 연구가나 기획 전문가 같은 직업은 생소하다. 따라서 무엇보다도 그런 전문 인력 양성을 위한 조치들이 취해져야 한다. 지방 자치 정부는 관련 업무를 담당하는 인력을 확보하고 그들의 안목과 수준을 높이기 위해 끊임없이 세계적인 축제 현장을 답사하고 연구하고 공부할 기회를 부여해야 할 것이다.

다음 원인은 미시적인 시각에서의 축제 운영에 있다고 본다. 앞에서 살펴본 북미의 두 페스티벌은 각각 77년과 60년 전통을 자랑한다. 그 축제들도 비록 첫 시즌에서 성공적이기는 했지만 선풍적인 것은 아니었다. 오랜 세월이 흐르면서 두 축제는 명실공히 세계적인 축제로 발전했다. 그런데 우리나라의 지자체들은 한 축제가 성공하지 못하면 다른 축제를 준비하여 선보인다. 그러나 양적인 개발보다는 철저한 계획 하에 준비한 축제를 해를 거듭할수록 다듬고 부족한 부분을 보강하여 콘텐츠를 강화하는 거시적인 태도를 갖추어야 할 것이다.

마지막으로 지적할 원인은 우리 국민들의 전반적인 문화적 소양의 부족이다. 문화적 소양이 탁월한 사람에게서 창의적인 기획이 나올 수 있다. 또한 아무리 좋은 문화 공연을 하고 문화 상품을 시장에 내놓더라도 소비자가 그런 고급문화에 대한 안

목이 갖추어져 있지 않으면 소비될 리가 없다. 따라서 중앙 정부나 지자체 정부는 지역민들이 예술, 문화에 대한 기본적 소양을 갖추도록 근본적인 대책과 프로그램을 끊임없이 개발하고 제공해야 할 것이다. 이렇게 국민적 문화 수준이 함양되어야만 세계적인 수준의 고급문화와 축제가 개발되고 소비되며, 아울러 외국 관광객들의 발길도 끌어들이게 될 것이다.

VI. 결론 및 제언

1. 결론

세익스피어의 로마 비극 〈줄리어스 시저〉(Julius Caesar)에 등장하는 캐시우스(Cassius)라는 인물은 “얼마나 오랜 시간이 흐른 뒤 우리의 이런 고결한 장면들이 아직 태어나지도 않은 나라들에서, 아직 알려지지도 않은 언어로 공연될 것인가?” 라고 말한다. 그런데 그의 그런 예언은 사실이 되고 말았다. 현재 전 세계 곳곳에서 세익스피어 공연이 올라가는 것은 물론 “세익스피어 페스티발”을 개최하는 곳도 그 수를 헤아릴 수 없다. 수십만의 관객 몰이를 하는 대규모 페스티발부터 해변, 공원 등에서의 무료 관람 페스티발까지 그 규모도 천양지차이다.

그 중에서도 본 연구자들은 미국 오레곤 주의 작은 도시 애쉬랜드와 캐나다 온타리오 주의 작은 도시 스트랫포드에서 개최되는 세익스피어 페스티벌에 대해서 연구하고 분석하였다. 그 이유는 이 두 도시가 지역 경제의 몰락이라는 위기 속에서 세익스피어라는 인문학 콘텐츠를 활용하여 도시 경제를 다시 활성화 시켰을 뿐만 세계적 공연 예술의 도시로 태어난 것이 비슷한 상황에서 태동한 강원랜드 카지노 사업과의 비교가 용이했기 때문이다. 이 사례들의 비교는 정책 결정에 있어 인문학적 고찰이 얼마나 중요한가를 입증할 수 있기 때문이었다.

오레곤 세익스피어 페스티벌과 스트랫포드 세익스피어 페스티벌은 세익스피어라는 문화 콘텐츠를 이용하여 시티노믹스를 펼쳐 도시 브랜드의 가치를 향상시키고 막대한 경제적 효과를 창출해 내고 있다는 점에서 대단히 유사한 도시이다. 애쉬랜드와 스트랫포드는 각각 인구 2만여명과 3만여명에 불과한 소도시이지만 반 세기가 넘게 지속적으로 개최된 세익스피어 페스티벌-올해 오레곤 세익스피어 페스티벌은 77주년이었고 스트랫포드 세익스피어 페스티벌은 60주년이었다-이 나란히 세계 10대 연극제에 랭크되어 있기도 하다. 두 도시에서 세익스피어 페스티벌을 개최하게 된 동기도, 그 과정도 아주 흡사하다. 두 도시 모두 철도 산업이 융성한 곳이었으나 그 산업이 하향세로 돌아서면서 지역경제가 위기를 맞이했다. 이런 위기 상황에서 창조적 마인드를 지닌 개인들이 세익스피어 페스티벌 개최를 제안하고 열정적으로 그 계획을 실현하고자 노력했다. 두 도시의 시 당국이나 지역 주민, 지역 기업가

들의 적극적인 협조 하에 두 도시는 인문학적 상상력을 현실화시켜 자력으로 도시 경제를 재건하고 찬란한 도시 이미지를 형성하게 되었다.

강원랜드 카지노 사업도 이 두 도시와 비슷한 경제적 위기에서 탄생했다. 하지만 두 도시와는 달리 이 사업에는 국가의 공적 자금이 대거 투자되었다. 덕분에 비록 카지노 사업 자체는 크게 성공했지만 해당 지역 주민들의 삶의 여건은 크게 향상되지 않았다. 생활 환경은 여전히 피폐한 가운데 도박 중독증이라는 부작용에 시달리는 주민들도 발생했다. 오히려 인심이 흉흉해지고 범죄의 위험도 높아졌다. 그런 여러 가지 이유로 인해서인지 인구도 꾸준히 감소하고 있다.

이제 세계는 더 이상 GNP, GDP와 같은 경제적인 양적 잣대로 국가 간 경쟁력을 이야기하지 않는다. 문화가 국가의 수준을 말해주고 국가의 브랜드를 말해주는 시대가 되었다. 그래서 각국이 문화 정책에 대해 엄청난 투자를 하고 고급 문화 콘텐츠를 개발하는 데 혈안이 되어 있는 것이다. 우리의 정부도 이런 세계적 추세에 따라 문화 강국으로 진입하기 위한 여러 비전과 지원을 발표하고 있다. 그런데 안타깝게도 게임 등 환급성에만 무게를 둔 현재 우리 정부의 문화 지원책에는 경제 성장면에 대한 관심은 지대하나 사회문화적 측면의 고려나 국민들의 인간다운 삶에 대한 욕구, 국가 이미지 제고 등 인문학적 고려는 부족한 실정이다.

그 대표적 예가 바로 강원랜드 카지노 사업이다. 강원랜드 카지노 사업은 수익성면에서는 대단히 성공한 사업이라고 말할 수 있으나 지역 주민의 생활환경이나 만족도, 자긍심 등에 비추어 볼 때는 대단히 실패한 사업이라고 단정할 수 있다. 이는 문화 관광 정책 수립에 있어서 국민의 정서적 만족도나 삶의 질의 향상과 같은 인문학적 고려가 얼마나 중요한 요소인가를 말해주는 것이다.

또한 양적으로만 팽창한 우리나라 지역 축제나 영화제 등은 몇몇 성공사례를 제외하면 대다수가 서로 유사한 프로그램으로 진행되어 창의적이고 독창적인 면이 없어 관광객 유치에 실패하고 있다. 곧 엄청난 혈세만 낭비한 채 '그들만의 축제' 수준에 머물러 있는 것이다.

이 축제들이 실패한 가장 큰 원인은 바로 콘텐츠의 부족이다. 어느 축제를 가나 축제의 내용이 종합선물 세트식으로 구성되어 독창성을 찾아볼 수가 없다. 문화 관광산업에서 가장 중요한 성공 요인은 바로 문화 콘텐츠이고 그 문화 콘텐츠의 원천

은 인문학이다. 이미 국내에서 최고 히트한 영화나 드라마가 모두 탄탄한 원전을 지니고 있는 것들이었다는 것은 주지의 사실이다. 이미 국내 학계에서는 이런 사실에 주목하고 고부가가치를 창출하는 문화 콘텐츠 개발에 전력하고 있다. 하지만 아직 만족할만한 가시적 결과가 도출되고 있지 않은 가운데 문화 콘텐츠에 대한 목마름은 계속 되고 있다.

다음으로 국내 문화 관광 사업이 실패한 원인으로는 너무 정부(중앙 정부이든 자치 정부이든) 중심으로 진행되고 정작 주역이 되어야 할 주민들은 수동적 자세를 취하며 배제가 되어있다는 것이다. 앞의 두 페스티벌에서도 두드러진 점은 바로 기획 단계에서부터 지역주민들이 차지하는 역할이었다. 지역 주민들의 열의와 적극적인 호응 없이는 아무리 좋은 콘텐츠를 지녔다 하더라도 성공할 수 없다. 이에 대해 이영준·신동호·배준구는 영국 스트랫포드의 문화 산업 클로스터 연구 논문에서 다음과 같은 결론을 내리고 있다.

> "중앙정부뿐만 아니라 지방 정부와 기타 기관들의 적극적이고 지속적인 후원과 협력도 필요하다. 문화산업 클러스터의 성공은 주민, 중앙 정부, 지방정부, 예술기관, 후원기관 간의 상호 협력 가능성에 크게 좌우된다".(295)

본 연구에서 다룬 북미의 두 도시는 바람직한 정책 입안의 과정과 그 결과를 잘 보여주고 있다. 지역 주민들의 애향심에서 우러난 정책 제안과, 그 제안을 열린 마인드로 수용한 지자체 정부, 그리고 그런 정책 결정에 후원이 되어준 지역 기업들, 그리고 그들이 선택한 고급 인문학 콘텐츠가 인구 2만, 3만(이 인구는 폐광 지역의 인구의 합과 비교할 때 현저하게 적은 숫자이다)에 불구한 이 소도시들이 전 세계로부터 수십 만의 관광객을 끌어모으는 문화 관광 도시의 거인이 되도록 만든 것이다. 덕분에 그 도시의 주민들의 삶은 경제적 안정과 고급 문화의 향유, 깨끗하고 안전한 관광 도시의 특혜, 그런 예술 도시의 주민으로서의 자긍심 등을 누릴 수 있게 되었다.

점점 더 많은 도시들이 자신만의 고유한 정체성을 개발하여 도시 이미지를 제고하고자 노력하고 있다. 또 도시 경쟁력을 높이는 방법도 단순히 기업 유치, 산업 유치 등의 방법에서 벗어나 고유한 문화 정체성을 향상해가는 쪽으로 관심이 기울어지고

있다.

2. 정책 제언

본 연구를 통해 연구자들이 최종적으로 제언하는 고급 도시문화 개발 모델은 세계적인 수준의 아시아 민속극 페스티벌(Asia Folk Drama Festival)과 아시아 셰익스피어 페스티벌(Asia Shakespeare Festival)의 동시 개최이다. 아주 동양적인 독특한 정서와 예술성을 지닌 굿, 마당극, 탈춤, 가부키, 베이징 오페라 등과 동양적으로 각색된 셰익스피어 극들을 한 자리에서 볼 수 있는 공연 페스티벌은 외국의 연극 관련자들이나 연극 애호가들의 관심을 충분히 모을 수 있을 것으로 보인다. 그로써 외국인 관광객을 유치하여 관광 사업을 한층 활성화 시킬 수 있을 것이고 동시에 한국이 아시아의 고급 공연 예술의 선두 주자가 될 수 있을 것이다. 그것은 다시 대중문화를 통해 한류 붐을 일으킨 우리나라에 문화 강국이라는 새로운 국가 브랜드를 창출하며 한국의 국가 브랜드 이미지를 한층 격상시킬 것이다.

현재도, 세계 국립극장 페스티벌이라든지 하는 국제 공연 교류는 있어왔으나 아직 아시아에 외국 관광객들이 몰려오는 세계적인 수준의 공연 페스티벌은 없다. 이에 일본이나 중국에 앞서 세계적 수준의 공연 페스티벌을 개최함으로써 선두주자로서의 입지를 굳힐 수 있을 것이다. 더구나 본 사업은 새로운 시설을 건설하거나 대규모 자본이 투여되는 것도 아니다. 앞의 스트랫포드 사례만 보더라도 에이번 강가의 공터에 세운 천막극장에서 시작되었다. 이것은 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 이미 우리나라에는 문화 센터나 공연장 인프라의 공급이 수요를 초과하고 있는 상태이다. 이런 기존의 인프라를 충분히 활용하고 하드웨어 보다는 좋은 레퍼토리라는 소프트웨어 기획에 좀더 심의를 기울이면 될 것이다.

〈아시아 민속극 페스티벌〉의 가능성과 잠재력

우리나라 우수 문화관광축제 선정에서도 볼 수 있듯이 가장 토속적이고 지역적 정체성이 강한 것이 경쟁력 있는 것이다. 서구의 관광객을 끌어모으기 위해서는 가장 동양적인 것이 바로 경쟁력이다. 예를 들어 올해 춘천 마임축제에서 축원으로 공연된 이혜경 만신팀의 '굿'은 대한민국 전통 굿을 잘 표현해 주었는데 이것이 외국

관광객들의 눈길을 사로잡았다고 한다. 그래서 유독 이 공연에 외국인 관람객이 많이 몰렸다는 사실은 시사하는 바가 많다(뉴시스 2012-5-26). 우리나라에만도 세계적인 경쟁력을 지닌 민속 공연들이 많다. 강강술래, 줄타기, 처용무 등은 이미 유네스코 무형문화유산에 등재된 바 있다. 이에 아시아 민속극 페스티벌을 개최하게 하여 동양 각 국의 독특하고 매력적인 민속극들을 한 자리에 모으면 대단히 수준높은 공연 페스티벌이 될 것이다. 현재 아시아 각국이 문화 패권을 놓고 보이지 않는 전쟁을 하고 있는 가운데 이런 페스티벌의 선점은 대단히 다급한 사안이라 여겨진다.

〈아시아 셰익스피어 페스티벌〉의 가능성과 잠재력

셰익스피어에 대한 로망은 비단 서구 세계만의 양상이 아니다. 동양에서도 셰익스피어 차용은 수없이 이루어져왔으며 우리나라의 연극 무대에서도 셰익스피어의 작품은 1년 365일 쉼 없이 오르고 있다. 우리만의 독특한 문화와 정서에 접목된 셰익스피어 공연들은 서양으로 역수출되기도 한다. 그 대표적 예가 2012년 퍼쓰 국제연극제에 출품된 양정웅 연출의 〈한여름밤의 꿈〉과 에든버러 연극 페스티벌에 수출된 오태석 감독의 〈템페스트〉이다. 이렇듯 수준높은 셰익스피어 공연들은 비단 우리나라에서만이 아니라 일본과 중국, 인도, 동남아시아시아 등에서 매년 여러 편이 올라가고 있다. 각 나라별로 그 해에 가장 좋은 평을 받은 셰익스피어 공연들을 초대하여 한 자리에 모으면 대단히 훌륭하고 독특한 페스티벌이 되리라 여겨진다.

그림 32 2012년 퍼쓰 국제 연극제에 출품된 양정웅 연출의 〈한여름밤의 꿈〉

〈그림 33〉 오태석 감독의 〈태풍〉

실제로 일본 구로사와 아끼라 감독을 세계적 영화감독으로 명성을 떨치게 만든 것도 바로 셰익스피어의 작품이다. 그의 영화 〈란〉은 〈리어 왕〉을 일본 봉건 시대의 이야기로 변용한 영화이며 〈피의 권좌〉는 〈맥베스〉를 변용한 것이다. 중국 영화계에서도 셰익스피어 차용이 이루어졌는데 그 예로 〈야연〉은 〈햄릿〉의 줄거리를 차용한 영화이다. 우리의 영화 〈왕의 남자〉에도 극중극, 여장 남자 등 셰익스피어의 요소가 듬뿍 담겨있다. 이렇듯 셰익스피어는 유럽뿐만 아니라 동양까지 전 세계 현대의 문화 속에 녹아 우리 곁에 살아있다. 여기에 아시아 셰익스피어 페스티벌을 개최할 수 있는 잠재력이 있다고 본다.

또한 셰익스피어는 서구에서 이미 4백여년 동안 공연되면서 아이디어가 소진될대로 소진된 상태이다. 이에 서구의 연출자들은 셰익스피어의 동양적 재현에 깊은 관심을 지니고 있다. 따라서 매해 아시아 여러 국가의 가장 좋은 셰익스피어 재현을 모은 페스티벌은 충분히 서구의 연극 관계자들에게 매력적일 수 있다. 이런 점에서 아시아 셰익스피어 페스티발은 충분히 성공의 가능성이 있다고 본다.

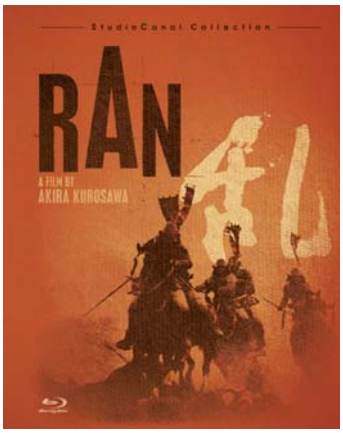

그림 34. 구로사와 아끼라 감독의 〈란〉

그림 35. 〈야연〉-중국판 〈햄릿〉

그림. 36. 이준익 감독의 〈왕의 남자〉

이 페스티벌을 개최할만한 공간으로서는 아래와 같은 곳을 비교 추천해본다.

서울: 한강 둔치와 세종 문화 회관, 북촌 등에서의 공연

서울은 우리나라의 간판이자 대표도시이지만 그 브랜드 이미지는 그다지 높은 편이 아니다. 실례로 2009년 안홀트-GfK 로퍼 도시 브랜드 지수[30]에 의하면 서울은

50개 조사대상 가운데 31위에 그쳤다. 이에 서울시는 '컬처노믹스' 란 캐치프레이즈를 내세우며 문화를 앞세운 창의도시 창출을 위해 애쓰고 있다. 하지만 아직 그 가시적인 결과는 나오고 있지 않다. 따라서 대한민국을 대표하는 서울의 도시 브랜드를 제고시켜줄 실천가능한 사업 모델이 절실한 실정이다.

서울은 국내에서 가장 관광객이 몰려드는 장소이고 관광객들을 끌어들일 만한 요소가 많은 곳이다. 각종 궁궐과 종묘, 비원, 북촌 등의 문화 유적지나 명동, 동대문, 인사동 같은 문화 쇼핑 관광지에는 수많은 외국인들이 북적거린다. 아름다운 한강과 북한산, 도봉산 등이 병풍처럼 도심을 둘러싸고 있어 뛰어난 자연 풍광도 지니고 있다. 그러나 그런 서울에는 아직 지역을 대표할 만한 축제나 이벤트가 없다. 1994년 '한국방문의 해부터 서울시에서는 각종 축제를 개최하여 현재 서울시에서 운영하고 있는 축제는 120여개에 이른다. 하지만 이런 양적인 압도성에도 불구하고 아직 인지도 있는 축제 하나 기획하지 못한 것은 안타까운 일이다. 이는 2012 문화관광축제에 서울의 축제가 단 한건도 선정되지 못한 데서도 확인할 수 있었다. 공연 인프라도 그 어떤 도시보다 뛰어난 서울에서 참으로 부끄러운 일이 아닐 수 없다. 공항에서의 인접성이나 각종 숙박 인프라도 가장 잘 갖추어져 있으며 세종문화회관 등 공연장과 한강 둔치에서의 야외 공연과 북촌에서의 숙박 등을 패키지 상품으로 개발하면 명품 문화 관광 여행이 탄생하리라 여겨진다.

30) 브랜드 컨설팅의 세계적 권위자인 사이먼 안홀트(Simon Anholt)와 조사 기관인 GfK 그룹이 추진하고 있는 "안홀트-GfK 로퍼 도시 브랜드 지수(CBI: The Anholt-G라 Roper City Brand Index)를 말한다. 이들은 매년 존재감(Presence), 장소(Place), 기반시설(Pre-Requistites), 사람(People), 생동감(Pulse), 잠재력(Potential) 등 6개 항목을 평가하여 도시 브랜드 가치를 매긴다. 2009년에는 파리가 1위를 차지했다.(정인혜 5-6 참조)

보령 머드축제 현장에서의 공연

보령시의 머드축제는 3년 연속 대한민국 대표축제로 선정된 바 있고 대한민국을 알리는 대표축제 브랜드일 뿐만 아니라 우리나라 축제 중에서 외국인관광객이 가장 많이 찾는 축제이다. 신준희 시장의 말대로 "보령머드는 이제 대한민국을 뛰어 넘어 글로벌 아이콘으로 성장했다". 보령시 측은 지난 7월 14일부터 24일까지 11일간 개최된 제15회 보령머드축제의 지역경제 파급효과가 592억 원으로 나타나 지난해 523억 원에 비해 13% 증가한 것으로 평가했다. 보령시 측의 통계에 의하면 올해 처음 관광객이 300만명을 돌파했으며, 그 중 외국인 관광객 수는 24만명에 달했다.

그런데 재미있는 것은 이 축제에 참여하는 외국인들이 대부분 1일 방문객이라는 것이다. 외국인들은 관광버스를 타고 오전에 도착하여 한 나절을 즐긴 뒤 대부분 저녁 버스를 타고 돌아간다. 결국 외형상으로는 24만명의 외국인들이 다녀갔지만 지역 경제 활성화에는 크게 도움이 되지 못했다는 얘기다. 이는 이들이 숙박을 하며 즐길만한 콘텐츠를 제공해주지 못한 탓이다. 지금도 저녁 시간에 공연들이 제공되지만 연예인들이나 가수들이 출연하고 민속 공연, 태권도 시범 등 종합세트 식으로 구성되어 독특한 색깔이나 콘텐츠가 없는 프로그램이어서 외국인들의 눈길을 사로잡지 못한 것이다.

한 여름 밤 바닷가에서, 그것도 한국이라는 이국적 배경에서 이국적 정서를 가득 담은 셰익스피어의 〈한여름밤의 꿈〉을 관람할 수 있다면 분명 그들은 숙박 관광객이 될 것이다. 보령에서 이 페스티벌을 개최하게 되면 전 세계적인 홍보 효과도 낳을 수 있다. 그들이 고향에 있는 친지나 가족들에게 보내는 전화, 메일, 블로그, 카페 소식 등을 통해 한국에서 개최되는 공연 페스티벌의 소문이 저절로 본국들에 전해질 수 있을 것이다. 그런 이점이 있는 반면 보령에는 공연 인프라나 숙박 인프라 등에서 난제가 있으리라 여겨진다.

마임 축제, 인형극 축제 등 공연 예술 도시로서 인지도가 있는 춘천에서의 개최

춘천은 마임 축제, 인형극 축제 등이 성공하면서 이미 공연 예술의 메카로서의 인

지도를 형성해가고 있다. 그밖에도 춘천은 많은 이점을 지닌 도시이다. 우선 서울에서 전철을 이용해서 이동할 수 있는 교통 인접성이 큰 장점이다. 또한 이미 공연예술 도시여서 공연 인프라 및 기획 전문가들이 포진하고 있는 장점도 있다. 게다가 〈겨울연가〉의 배경이 된 탓에 일본이나 중국 관광객들에게 한류 도시로서 이미 친숙한 상태이다. 이 도시가 지닌 그 어떤 요소보다 중요한 것은 바로 아름다운 자연풍광이다. 공지천 호수 인근이나 중도 같은 아름다운 섬에서 개최되는 공연 페스티벌도 대단히 운치가 있으리라 여겨진다.[31] 만약 페스티벌이 성공적으로 개최됐을 때 애쉬랜드나 스트랫포드 같은 행복도시가 형성될 가능성이 가장 높아 보이는 공간은 바로 이곳 춘천이다.

강원랜드 내에서의 개최

다음으로 고려할 볼 장소는 바로 강원랜드 리조트 내 공연이다. 카지노 도박장과 고급 공연 예술은 뭔가 어울리지 않는 느낌이 든다. 하지만 항상 창조적인 발상은 상식을 뛰어넘는 것이어야 한다. 강원랜드 리조트는 이런 공연 페스티발을 개최하기에 부적당한 요소가 가장 많아 보인다. 첫째로 교통 인접성이 너무 떨어진다. 이는 페스티벌을 개최하려면 가장 먼저 해결해야할 숙제인 것 같다. 다음으로 이곳에는 공연을 위한 인프라가 별로 형성되어 있지 않다. 대부

31) 지금 서구 도시들은 자연환경, 지역 산업, 고급문화를 융합한 관광 산업 개발에 박차를 가하고 있다. 공동연구원은 캐나다 현지답사 시 버나드 쇼 페스티발(The Shaw Festival)을 개최하고 있는 나이아가라온더레이크라는 작은 도시를 방문했다. 이 도시는 나이아가라 폭포라는 천혜의 자연 유산과 와이너리(와인 산업)라는 지역 산업에, 쇼 페스티벌이라는 문화요소를 추가하여 전형적인 융합 관광 도시를 창출해내었다. 이 지역의 관광 산업 전략은 대단히 성공적이어서 가까운 미국 도시들로부터 관광객이 몰려오고 있었다. 그리고 관광도시답게 온 마을을 화려한 꽃으로 단장하여 북미인들 사이에서 이 도시는 아름답기로 정평이 나 있었다.

그림 38 나이아가라온더레이크에 있는 버나드쇼 카페와 쇼 동상

그림 37 쇼 페스티벌을 광고하는 이 차량에는 "나이아가라 와인 도시 한복판에 있는 멋진 극장"이라는 광고 문구가 붙어 있었다.

분의 극단들이 서울에 응집해 있기 때문에 이것도 난제가 될 것이다.

하지만 이런 난제에도 불구하고 이곳이 지닌 장점들도 있다. 우선 아름다운 자연 풍광을 들 수 있다. 게다가 고급 리조트 시설과 콘도 등 숙박 시설과 각종 위락 시설 인프라도 잘 갖춰져 있다. 만약 이곳에서 페스티벌이 성공적으로 개최되었을 때는 엄청난 시너지 효과가 발생할 것이다. 우선 고급 예술과 카지노라는 유흥, 골프나 스키 같은 스포츠까지 그야말로 최고의 복합 엔터테인먼트 단지가 될 것이다. 다음으로는 공연을 보러 온 관객들에 의한 카지노나 호텔 수입의 증대를 예측할 수 있다. 나아가 고급 예술 공연의 개최는 강원랜드가 현재 지니고 있는 부정적 이미지를 단숨에 벗어던질 수 있게 할 것이고 강원랜드 측에서 지역 개발을 위해 찾고 있던 대체 산업 효과를 톡톡히 낼 것이다.

'행복도시' 세종시에서의 개최

마지막으로 제안할 장소는 '행복도시'라는 캐치프레이즈를 내걸고 있는 행정중심복합도시, 세종시이다. 기획도시인 세종시에 아시아 최초의 독특한 공연기획인 '아시아 셰익스피어 페스티벌'이 성공적으로 자리 잡게 된다면 "누구나 살고 싶은 세계적 모범도시, 우리들의 행복도시"라는 캐치프레이즈처럼 세종시는 국내에서 뿐만이 아니라 국제적 위상도 제고될 수 있을 것이다. 때마침 세종시 건설청은 2017년 개관을 목표로 "행복도시에 연극, 뮤지컬 등의 공연센터 역할을 수행하고 도시규모 증가 및 미래의 특화공연이 가능한 아트센터" 건립사업을 위한 건축설계를 공모하고 있다 (마감 2013년 3월 19일). 행정중심 복합도시 건설청(청장 이재홍)에 따르면 "매력적인 건물외관과 수준 높은 음향계획을 통해 세계적인 관광자원화와 세종시의 상징성을 높일 수 있는" 아트센터를 계획하고 있는 바 '아시아 셰익스피어 페스티벌'이나 "아시아 민속극 페스티벌"이 이 멋진 미래 아트센터라는 하드웨어를 채울 수 있는 기발한 소프트웨어가 될 수도 있을 것이다. (뿐만 아니라 세종시에는 일산보다 더 큰 호수공원이 있으며 또 세종시를 가로지르는 금강이 있으므로 우리 연구자들이 제안하는 페스티벌은 이러한 호수나 강을 배경으로 하여 공연될 수도 있을 것이다.) 문화예술이라는 프로그램이 주민의 생활을 이루는 일상의 축이 될 때에 구호만으로의 행복도시가 아니라 '더욱 더 사람답게' 살 수 있는

삶의 튼실한 기반으로서의 행복도시에 다가 갈 것이다.

페스티벌 마케팅 전략

세계에는 전 세계의 관객들이 몰려오는 정평있는 공연 페스티벌들이 있다. 영국 셰익스피어의 고향인 스트랫포드어펀에이번에서 공연되는 왕립 셰익스피어 극단의 페스티벌과 런던의 글로브 극장 공연 및 본 연구에서 분석한 두 페스티벌도 이에 해당한다. 이렇게 세계적인 공연 페스티벌이 개최되는 장소에 우리의 페스티벌을 알리는 플랭카드나 대형 포스터 혹은 대형 네온사인을 설치해 광고하면 가장 직접적인 타켓 대상들에게 직접적인 광고를 하는 효과를 거두게 될 것이다. 또 한류 스타들이 공연에 참여하는 것도 초반에는 좋은 마케팅 효과를 낼 것으로 여겨진다. 예를 들어 한류 가수들이 참여한 뮤지컬 기획도 좋은 방법이 될 것이다.

결어

셰익스피어 극중 인물의 유명한 대사처럼 '세상 모두는 무대이며, 이 세상을 사는 모든 사람들은 배우(All the world's a stage, And all the men and women merely players)' 이기 때문에 각자가 속한 삶의 무대인 공간장소로서의 더 나은 도시 만들기 노력은 개인적 차원을 넘어 미래 세대의 삶의 질을 결정하는 매우 의미있는 일이다. "미는 영원한 기쁨(A thing of beauty is a joy forever. Jonh Keats)"인 바 아름다운 문화예술이 깃든 도시 만들기는 그중에서도 가장 영속성 있는 인간지향적 과업일 것이다. 이에 시티노믹스[32]니, 컬처노믹스[33]니 하는 용어들이 탄생한 것이다. 그리고 오레곤 셰익스피어 페스티벌과 스트랫포드 셰익스피어 페스티벌은 이런 시티노믹스와 걸처노믹스의 대표적인 성공 사례라 볼 수 있다.

아직까지 진정한 의미에서의 국제적인 수준의 페스티벌을 갖추지 못한 우리나라

32) 이 용어는 도시를 의미하는 city와 경제학을 뜻하는 economics의 합성어이다. 시티노믹스는 도시브랜드를 개발하고 그 가치를 향상시켜 기업들의 투자 유치와, 관광객들의 방문 유도, 인구 유입 유도, 기존 거주민들에게 만족감 제공 등을 목표로 하는 경제정치이다.

33) 덴마크 코펜하겐 대학교의 페테르 듀엘룬(Peter Duelund) 교수가 제안한 개념으로 culture와 economics의 합성어이다. 이는 문화의 상품화를 통해 고부가가치를 창출한다는 경제용어이다.

에 세계의 관광객이 몰려오는 수준 높은 페스티벌이 탄생될 수 있기를 간절히 바라며, 또 애쉬랜드와 스트랫포드의 축제 초기에 그랬던 것처럼 본 연구자들의 다소 이상주의적으로 보이기도 하고, 허황되어 보이기도 하는 이 제안들이 정책 입안자들의 열린 마인드로 실현될 수 있기를 기대한다. 아울러 이런 제안들이 잘 결실을 맺어 애쉬랜드나 스트랫포드 같이 주민들의 삶의 질이 극대화되는 행복도시가 탄생하길 진정 바라며 연구를 마친다.

참고문헌

구문모(2010), 「문화 산업 정책과 현황」, 『문화 산업과 문화 콘텐츠』,김영순 외 저, 북코리아, 43-76.

김성근(2012), 『관광기업의 사회 변화와 경제적 파급효과 연구: 강원랜드를 중심으로』, 강원대학교 산업과학대학교. 석사학위 논문.

김문환 (2011), 『미학자가 그려보는 인문도시』, 지식산업사

김민주(2010), 『시티노믹스: 도시경쟁력을 키우는 콘셉트 전략』, 비즈니스맵.

김세건(2010), 「강원랜드의 도박 중독 다루기」, 『사회과학연구』, 49(2), 133-181.

김영순(2010), 「문화와 문화 산업의 이해」, 『문화 산업과 문화 콘텐츠』,김영순 외 저, 북코리아, 11-41.

김영순 외 (2010).『문화 산업과 문화 콘텐츠』. 북코리아.

김원동(2010), 「강원도 폐광 지역의 쟁점과 미래 전망 그리고 대응 전략」. 『지역발전연구』. 12(1), 57-83.

김철호 · 이석호(2001), 「문화관광축제 육성방안」, 『정책연구2001-04』, 한국관광 연구원.

문화관광부 아시아 문화중심도시조성추진기획단. 『2007. 아시아공연예술 포럼.

박병기(2006), 『강원랜드 카지노 객장이 지역에 미치는 영향 및 발전 방향에 관한 연구』. 고려대학교 정책 대학원. 석사학위논문

박진규 · 정철상(2005), 『지역문화와 축제 -기획과 연출-』, 도서출판 글누림,

박진수 · 구운모 · 신창호(2001), 『문화 산업과 도시 발전』, 산업연구원

백혜선(2005). 『장소성과 장소마케팅-한국과 미국 소도시 문화예술 축제를 사례로』, 한국학술정보

신규리(2010), 「여가문화산업」, 『문화 산업과 문화 콘텐츠』,김영순 외 저, 북코리아, 231-261.

신동호(2007), 「캐나다 스트랫포드의 문화 산업 클러스터: 셰익스피어 축제를 중심으로」, 『한국경제지리학과지』, 16(3), 263-280.

신동호 외(2009), 『축제로 만드는 창조도시』, 한울

양종회 외. 2004. 『미국의 문화산업체계』. 지식마당

오신한(2009), 『서울시 걸처노믹스(Culturnomics) 문화정책에 관한 연구: 하이페스티발과 예술창작공간 조성을 중심으로』, 고려대 정책대학원 석사논문.

오장근(2010), 「문화 산업 현장」, 『문화 산업과 문화 콘텐츠』,김영순 외 저, 북코리아, 149-198.

옥성수 · 심광현 · 이상빈(2003). 「문화산업 분야에서의 인문학 활용 현황과 활성화 방안」, 『인문정책포럼』. v.2.

왕치현(2010), 「문화산업과 관광」, 『문화 산업과 문화 콘텐츠』,김영순 외 저, 북코리아, 199-229.

윤여진(2010), 「지역축제의 성공요인에 관한 연구 :보령머드축제 및 함평나비대축제를 중심으로」, 충남대학교 석사학위 논문,

윤용중(2003), 『문화예술과 경제 성장』, 한국문화관광정책연구원.

이강욱(1997), 「관광개발이 지역 경제에 미치는 파급효과」, 한국관광연구원, 1997.

이강욱 · 최승묵(2003), 「관광 산업의 지역 경제 기여 분석」, 한국문화관광정책연구원

이미정(2010), 「문화콘텐츠 기획」. 『문화 산업과 문화 콘텐츠』,김영순 외 저, 북코리아, 119-148.

이병민(2005), 「문화 산업을 통한 지역 경제의 발전 전략과 정책 과제」, 『지리학 연구』 39(3), 399-420.

이영준, 신동호, 배준구(2007). 「영국 스트랫포드 문화산업 클로스터: 셰익스피어 축제에 관련된 사회연결망 분석」『국토지리학회』. 41(3), 1-14.

이충기·이강욱(2010), 「강원랜드 카지노 리조트 개발로 인한 강원 지역과 타지역에 미친 경제적 파급 효과 분석」, 『관광학연구』, 34(4), 109-126.

이현식(2012), 『성찰적 창조도시와 지역문화』, 글누림

이흥재(2002). 『문화예술과 도시경제』. 문자향

정성욱, 임상오(2005). 『순수예술과 문화산업의 연계전략개발』, 한국문화관광정 책연구원

정인혜(2010). 『도시 브랜드 구축 및 가치 향상을 위한 시티노믹스 전략에 관한 연구』. 단국대학교 석사학위논문.

조성면(2010), 「문화콘텐츠 산업의 현황과 의미」, 『문화 산업과 문화 콘텐츠』,김영순 외 저, 경기도: 북코리아, 77-118.

존 나이스비트(1990), 패트리셔 애버딘, 『메가트랜드 2000』, 김홍기 역, 한국경제신문사

지일환(2012), 『캐나다 백배 즐기기』, 랜덤하우스

최혜실(2003). 「문화산업과 인문학, 순수 예술의 소통 방안들」. 『인문콘텐츠』. v.1: 40-56

한국문화관광부(2004), 『창의한국-21세기 새로운 문화의 비전』, 한국문화관광부

Ashland Chamber of House (2012). *Ashland: Living and Doing Business Guide* 2012.

Bart-Riedstra, Carolnn and Lutzen H. Riedstra(1999), *Stratford its History and its Festival*, Toronto: James Lorimer & Company.

Blake, Christopher (2005), *A Tourism Study for the City of Stratford*. Niagara On the Lake: Blake Communication.

Bode, Carl(1968). *The American Lyceum: Town Meeting of the Mind*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Canning, Charlotte M.(2005). *The Most American Thing in America: Circuit Chautauqua as Performance*. Iowa City : University of Iowa Press.

Leary, Kathleen & Richard, Amy (2009). *Oregon Shakespeare Festival*, Arcardia Publishing

Mead, C. David (1951). *Yankee Eloquence in the Middle West: The Ohio*

Lyceum, 1850-1870. East Lansing: Michigan State College Press,

Ontario Ministry of Industry and Tourism.(1972), *Stratford Festival Survey,* Toronto: n.p.

Patterson, Tom and Allan Gould(1987), *First Stage: The Making of the Stratford Festival.* Toronto: McCelland and Stewart.

Pettigrew, John and Jamie Portman(1985), *Stratford: The First Thirty Years.* Toronto" Macmillan of Canada.

Reid, Barbara and Thelma Morrison(1994). *A Star Danced: The Story of How Stratford Started the Stratford Festival.*

Scott, Donald M. "The Popular Lecture and the Creation of the Public in Mid-Nineteenth-Century America." *Journal of American History* 66(1980).

Shaw, Grace Lydiatt(1977). *Stratford on the Cover.* Toronto: N.C. Press.

Smoerset, J. Alan B(1991). *The Stratford Festival Story. A Catalogue-Index to the Stratford, Ontario Festival, 1953-1990.* New York: Greenwood Press.

http://www.osfashland.org/about/index.aspx

http://www.city.stratford.on.ca.

http://www.stratfordshakespearefestival.com

http://www.faqs.org/tax-exempt/international/Stratford-Shakespearean-Festival-Foundation-Of-Canada.html

http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=100&oid=020&aid=0000163827

http://news.hankooki.com/lpage/society/201210/h2012102502315821950.htm

http://fn.segye.com/articles/components/func/print.asp?aid=20120828001908

http://www.tour.go.kr

http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oi

d=003&aid=0004521489
http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2011121186731

뉴스 기사

“정부가 판 키운 100조원 도박공화국”, 〈한국경제〉 2011.12.12
“국내에 카지노 17곳… 강원랜드 매출이 외국인 전용 16곳보다 많아”, 〈한국일보〉 2012.10.25
“강원랜드 '외화획득' 관심 없어?… 외국인 0.9%”. 〈세계일보〉 입력 2012.08.28
“도박중독 책임은 국가에도 있다”. 〈크리스천 투데이〉2010.06.04
“한국 축제 1200여개… 색깔은 흐릿 -문화관광부 10년 동안 축제 성과 담은 보고서 엿보기”, 김대홍, 〈오마이뉴스〉, 2007. 04. 15.
“한국판 ‘우드스톡’ 꿈만은 아니다”, 〈헤럴드 경제〉, 임희윤 기자, 2010. 04. 05.
“50만명이 95만명으로 '축제성과 뻥튀기'”, 〈경인일보〉, 2011.05.13

“Louvre masterworks to light up ex-mining town" The Korea Herald, 2012. 12. 03.