

企劃論文

도시 이벤트를 활용한 도시 지역 공동체 형성의 과제

4개 도시 사례의 비교연구

황익주

서울대학교 인류학과 교수, 인류학 전공

ikjhwang@snu.ac.kr

정헌목

서울대학교 인류학과 박사과정 수료, 인류학 전공

devious21@naver.com

- I. 도시 이벤트에서의 지역정체성 표현과 도시 지역공동체 형성 간의 관계
- II. 4개 도시의 사례를 통해 본 도시 이벤트의 구성요소들
- III. 도시 이벤트를 활용한 지역공동체 소속감 함양의 과제
- IV. 맺음말

이 연구는 2010년도 정부재원(교육과학기술부 인문사회연구역량강화사업비)으로
한국연구재단의 지원을 받아 수행되었음(NRF-2010-330-B00216).

I. 도시 이벤트에서의 지역정체성 표현과 도시 지역공동체 형성 간의 관계

도시생활 속에는 축제, 기념의례, 문화예술 행사, 스포츠 경기 등 다양한 사회적 배경을 지닌 지역주민들이 함께 참여할 수 있는 각종 행사가 존재한다. 이들 행사는 일찍이 도시인류학자 임스와 구드(Eames & Goode)가 도시생활에서의 '통합의 단위들(units of integration)'이라고 일컬었던 것들 중의 일부분에 해당한다.¹⁾ 우리는 이를 '도시 이벤트(urban event)'라고 재개념화하고자 한다. 그 이유는 임스와 구드가 말한 통합 단위들 속에는 '한시적 이벤트(temporal event)'들 외에도 광장·거리·시장 등의 공공공간에서부터 음식점, 술집 및 기타 여가용 상업시설들, 병원·학교·관공서 등의 공공서비스 시설, 버스·택시·지하철 등의 교통수단, 나아가 정당조직, 각종 동호회(club) 등의 조직체에 이르기까지 너무 많은 것들이 망라되어 있어 분석적 개념으로서의 효율성이 떨어진다고 보기 때문이다. 우리가 말하는 도시 이벤트란 특정한 시간에 특정한 도시공간에서 전개되어 다양한 배경을 지닌 지역주민들의 사회적 통합을 증진시키는 기능을 할 수 있는 잠재력을 지닌 행사를 지칭한다. 이러한 '도시 이벤트'의 개념은 국내외의 어떤 선행연구에서도 제시된 바 없지만, 현대적 도시들에서 나타나는 사회문화적 역동성을 파악하는 데 유용성이 매우 크다고 생각된다.

이 도시 이벤트들은 관련된 행사의 소재리는 측면에서도 다양하지만, 그것들이 통합을 이루어낼 대상으로 상정하는 지역사회 주민들의 범위라는 측면에서도 다양하다. 그리하여 가장 작게는 아파트 단지와 같은 인구 수천 명 규모의 근린주구(neighbourhood)로부터, 보다 크게는 인구 1-2만 명 규모의 행정 동, 나아가 인구 수십만 명 규모의 중소도시나 대도시 내의 행정 구, 그리고 가장 크게는 인구 100만 명을 넘는 대도시 전체에 이르기까지 다양한 규모의 지역사회 주민들을 통합의 대상으로 상정하고 있다. 이처럼 도시 이벤트들에서 통합 대상으로 상정되는 지역사회들의 범위에는 커다란 편차가 존재함에도 불구하고, 마치 해당

1) Edwin Eames & Judith Goode, *Anthropology of the City: An Introduction to Urban Anthropology*(Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc., 1977), Ch. 6.

지역사회들을 같은 차원의 사회적 실체인 양 취급하여 그 정체성을 표현하는 것이 도시 이벤트들이 지닌 담론 구조상의 특성이다. 즉, 도시 이벤트들은 인구 규모에 상관없이 관련 지역의 ‘지역정체성(local identity)’을 표현하는 매개체로 기능하는 것이다. 예컨대, 서울시 마포구에 소재한 성미산 마을이라는 행정 동보다도 훨씬 작은 인구 규모의 대안적 도시 공동체 구성원들의 축제인 ‘성미산 마을 축제’나 인구 25만의 중소도시 춘천의 도시 축제인 ‘춘천닭갈비막국수축제’, 그리고 인구 350만의 대도시 부산의 축제인 ‘부산바다축제’ 등은 각기 단일한 지역사회로서 성미산 마을, 춘천, 부산의 지역정체성을 표현하는 도시 이벤트들이라는 말이다.

이처럼 관련 지역의 지역정체성을 표현하는 매개체로서 기능할 수 있는 까닭에, 도시 이벤트들은 도시 지역공동체의 ‘상징적 구성(symbolic construction)’에서 중요한 위상을 차지하게 된다. 공동체의 상징적 구성에 관한 앤서니 코헨(Anthony Cohen)의 이론에 따르면, 공동체란 그 경계선들을 상징화하여 대내외적으로 공동체적 정체성을 표현하는 일련의 실천들을 통해 상징적으로 구성되는 것이기 때문이다.²⁾ 여기서 해당 공동체—그것이 지역화된 공동체인든 혹은 여타 유형의 공동체인든 관계없이—의 정체성을 표현하기 위한 경계 상징(boundary symbol)으로 기능할 잠재력을 지닌 요소는 지역사회 내에 위치한 특정한 자연물이 될 수도 있고, 언어·의복·음식 등 전통문화의 한 특질이 될 수도 있다. 또한 역사상의 특정 사건이나 인물 혹은 유적이 될 수도 있고, 나아가 보다 현대적인 것으로서 공공공간이나 공공시설, 상업서비스 시설, 혹은 해당 공동체의 다수 구성원을 대표하여 타 공동체와의 경쟁에 참여하는 특정한 스포츠팀이 될 수도 있다. 이렇게 볼 때, 우리가 ‘도시 이벤트’라고 부르는 각종 행사는 상이한 범위의 도시 지역사회들이 경계 상징으로 기능할 잠재력을 지닌 다양한 상징적 자원들 가운데서 특정한 것들을 선택하여 지역정체성을 대내외적으로 표현함으로써 지역공동체를 형성해내는 데 중요한 역할을 담당하게 되는 것이다.³⁾

2) Anthony Cohen, *Symbolic Construction of Community*(Chichester: Ellis Horwood, 1985).

3) 이러한 선택 여지로 인하여 간혹 도시 이벤트에서 지역정체성의 상징으로 선택되었던 어떤 요소가 지역주민들에게 별로 적절치 못하다고 인식될 때 다른 요소로 교체되는 일이 발생하기도 한다. 경기도 성남시 차원의 도시 축제가 1990년대 중엽에 남한산성을

그런데 여기서 한 가지 유의할 사항이 있다. 바로 특정한 도시 이벤트를 추진하는 주체들이 해당 지역사회의 정체성의 상징이 될 수 있는 잠재력을 지닌 수많은 요소들 가운데 아무것이나 임의로 선택하여 도시 이벤트에서 활용한다고 해서, 그것이 자동적으로 지역공동체성의 강화로 귀착되지는 않는다는 점이다. 도시 이벤트를 통한 지역정체성의 표현은, 해당 도시 지역사회의 주민들이 추진주체로서든, 아니면 적극적 참여자(예컨대, 연행자) 또는 소극적 참여자(예컨대, 관객)로든 도시 이벤트에 참여하는 경험을 통해 지역사회에 대한 소속감이 함양되고 증진되는 경우야 비로소 도시 지역공동체 형성에 기여하는 요인으로 작용할 수 있기 때문이다.⁴⁾ 앤서니 코헨이 공동체의 상징적 구성에 관한 자신의 이론을 완성하기에 몇 년 앞서서 그런 아이디어를 가지고 편집한 책의 제목은 소속감 문제가 공동체의 상징적 구성의 핵심임을 분명히 드러내고 있다.⁵⁾

뿐만 아니라, 공동체 및 공동체 의식에 관한 제반 이론들의 원류로 꼽히는 뒤르켄(Emile Durkhiem)의 이론에서도, 집합의식(collective consciousness)은 각종의 집단적 의례에 참여하여 얻게 되는 행위자들의 공동체적 경험, 즉 '집합적 고양(collective effervescence)'을 토대로 형성되는 것임을 주목하고 있다. 뒤르켄은 이러한 집합적 고양의 경험을 제공하는 집단적 의례가 원시부족 사회들에서는 종교의례의 형태를 취하지만, 근대 사회에서는 종교의례들 외에도 정치 집회, 도시 축제, 스포츠 행사 등 다양한 형태를 취할 수 있음을 지적한 바 있다.⁶⁾ 이는

주된 상징으로 삼으면서 명칭도 '산성문화제'라고 붙였다가 4년 만에 '성남문화예술제'로 변경하게 된 것이 그런 예에 해당한다.

- 4) 이런 의미에서 지역사회에 대한 소속감은 도시에서의 지역공동체 형성의 충분조건이라고 할 수 있다. 달리 말하자면 도시 지역공동체가 형성되었음을 관별할 수 있게 해주는 요인이라고 말할 수 있다. 현대 도시에서 지역공동체 형성에 작용하는 여러 요인에 관해서는 황익주, 「현대 도시에서 지역공동체는 어떻게 만들어지는가」, 『공동체는 존재하는가?』(한국민속학회 동계학술대회 발표논문집, 2011), 91-106쪽 참조.
- 5) Anthony Cohen(ed.) *Belonging: Identity and Social Organisation in British Rural Cultures*(Manchester: Manchester University Press, 1982).
- 6) Shilling & Mellor는 '집합적 고양'의 개념이 뒤르켄에 관한 종래의 사회과학적 논의들에서 흔히 간과되어왔던 것으로, 집합체로서의 사회적 차원에 해당하는 집합표상, 집합의식, 집 등이 개인적 차원의 도덕적 행위들로 전환될 수 있게 하는 경험적 토대를 이룬다는 점을 지적한 바 있다. Chris Shilling & Philip Mellor, "Durkheim, Morality and Modernity: Collective Effervescence, *Homo Duplex* and the Sources of Moral Action," *British Journal of Sociology*, Vol. 49, No. 2(1998), pp. 195-197 참조.

바로 우리의 연구에서 '도시 이벤트'라고 개념화한 일련의 행사들이 도시 지역공동체의 형성에서 촉매 기능을 담지할 수 있음을 말해주는 시원적 논의라 하겠다. 이런 의미에서 도시 이벤트들은, 참여자들에게 집합적 고양의 경험을 제공하는 계기가 되어주는 경우, 해당 도시 이벤트와 연관되어 있는 지역사회를 그 구성원들이 동일시하고(identify) 소속감을 느끼는 지역공동체로 승화시키는 촉매로서 기능할 잠재력을 지니고 있다는 것이 우리의 연구에서 주목코자 하는 점이다.

그러나 유감스럽게도 바로 이 지점에서 현대 한국사회에서 전개되어온 무수한 도시 이벤트 자체뿐 아니라 그에 관한 학술적·정책적 연구의 성과들은 모두 크게 미흡하였다는 평가를 피할 수 없을 것 같다. 그동안 '도시 이벤트'에 해당하는 소재들을 가지고 이루어진 국내의 선행연구들에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은, 도시 축제들을 대상으로 삼아 그 프로그램의 내용을 설명하고, 행사에 대한 적극적·소극적 참여자들의 평가 내지 만족도를 설문조사를 통해 측정하며, 이를 바탕으로 해당 도시 축제의 경제적 효과성을 증대시키기 위한 방안들을 논의하는 방향의 연구들이었다.⁷⁾ 이런 유형의 연구들에서는 도시 축제와 지역정체성 간의 관계 문제는 등한시되었다. 뿐만 아니라, 도시 축제들과 지역정체성 간의 관계를 연구 내용에 포함시킨 소수의 연구들에서조차도 해당 도시 축제가 주민들의 지역사회에 대한 소속감을 함양하는 데 어떤 공헌을 하고 있는가를 경험적 자료를 바탕으로 논의하는 경우는 거의 찾아볼 수 없는 실정이다. 도시 이벤트의 또 다른 구성요소인 기념의례나 문화예술행사의 경우에는 도시 축제에 비해 선행연구의 수가 턱없이 부족하거나, 그런 이벤트들을 지역사회에 대한 주민들의 소속감 문제와 연관시켜 논의하는 연구는 찾아볼 수 없었다.⁸⁾ 끝으로, 도시 이벤트 중 스포츠 경기를 소재로 삼고 있는 연구들의 경우에는, 아마도 몇몇 프로 스포츠에

7) 이에 해당하는 예로는 원도연, 『도시문화와 도시문화산업전략: 경주, 춘천, 전주의 사례를 중심으로』(한국학술정보, 2006); 김남일, 『지역개발전략으로서의 지역축제의 생산구조 및 그 효과에 관한 연구: 강릉단오제를 중심으로』(단국대학교 지역개발학과 박사학위논문, 2005); 최승범, 「도시의 지역마케팅 사업의 성공요건」, 『한국공공관리학보』 제18권 1호(2004), 81-115쪽 등이 있다.

8) 민형배, 「5·18 기념공간의 형성과 지역정체성: 1990년대 이후의 과제」, 『한국동북아논총』 제31집(2004), 285-305쪽은 기념의례와 광주시의 지역정체성 간의 관계를 다룬 극히 드문 예에 해당하는 연구이지만, 여기서도 광주시민들이 광주시에 대해 느끼는 소속감에 5·18 기념의례가 어떤 영향을 미치는가에 대한 분석은 포함되어 있지 않다.

서 지역연고제가 실시되고 있는 현실이 반영된 결과이겠지만, 지역정체성과의 연관성을 다룬 연구들이 일부 존재하며, 그중에는 지역주민들이 느끼는 소속감과의 연관성을 다룬 연구들까지도 있다. 그러나 이 경우에도 서포터스 그룹과 같은 특수 집단의 구성원들이 아니라 해당 지역사회의 일반 주민들에게 특정 도시에 연고를 둔 스포츠팀의 존재가 지역공동체적 소속감을 함양하는 데 얼마큼 영향을 미치고 있는가 하는 문제에 대해서는 답을 제시하고 있지 못하다.⁹⁾

요컨대, 한국의 도시 이벤트들이 얼마만큼이나 도시 지역사회의 주민들로 하여금 해당 지역사회에 대한 소속감을 함양하고, 이를 통해 도시 지역공동체 형성에 기여하고 있는가를 적절한 경험적 자료들을 바탕으로 체계적으로 논의한 선행연구들은 거의 없는 실정이라 하겠다. 우리의 연구는 이 같은 실정을 감안하면서, 비교적 성공적이라고 흔히 평가받는 도시 이벤트들을 보유하고 있는 국내 4개 도시의 사례에 대한 비교연구를 바탕으로, 다양한 유형의 도시 이벤트들은 각기 어떠한 구성요소의 결합을 통해 해당 도시의 지역정체성을 표현하게 되는 것인지를 고찰하고자 한다. 나아가, 향후 도시 이벤트들을 활용하여 주민들의 지역사회에 대한 소속감 함양을 보다 원활히 하여 궁극적으로 도시 지역공동체 형성에 기여할 수 있도록 하기 위해서는 어떠한 실천적 과제들을 해결해 나가야 하는가 하는 문제도 논의해보고자 한다.

이를 위해 우리가 선정한 4개의 사례는 강릉시의 단오제, 5·18 기념행사, 부천시의 국제만화축제, 그리고 포항시의 스틸러스 축구단 등이다. 이들 사례는 종합적으로 평가해볼 때 해당 도시들이 국내의 도시들 가운데 가장 성공적으로 도시 이벤트를 지역정체성의 표현 및 도시 지역공동체 형성에 활용하고 있는 곳들이라고 판단되어 선정된 것이 아니다. 단지, 강릉시의 단오제는 지역사회의 오래된 문화적 전통을

9) 스포츠와 지역정체성, 그리고 지역사회 소속감 간의 관계를 다룬 소수의 선행연구의 예로는, 박상윤·장경로, 「프로스포츠 구단의 연고지역에 대한 지역정체성, 주민인식 및 협력의사와의 관계: 강원 FC 사례 연구」, 『한국스포츠산업·경영학회지』 제14권 4호(2009), 67-78쪽과 황익주·김기호, 「프로스포츠 지역연고제와 도시민의 지역정체성: 성남시의 사례 연구」, 『비교문화연구』 제10집 1호, 105-145쪽 등을 들 수 있다. 이 두 논문 중 전자는 주민들의 지역사회 자부심을 고취시키기 위해 프로축구 구단은 어떤 일을 해야 하는가에 대한 논의를 담고 있어 우리의 논의와 비껴난다는 문제점을, 후자는 프로축구팀의 도래가 성남시민들이 느끼는 지역사회에 대한 소속감에 어떤 영향을 미쳤는가를 논의하고는 있으나, 인터뷰 대상자들이 일반 시민이 아닌 프로축구팀에 대한 서포터스들이어서 대표성이 약하다는 문제점을 안고 있다.

소재로 삼는 도시 축제의 경우를, 광주시의 5·18 기념행사는 한국 현대사의 특정 사건에 대한 기념의례의 경우를, 부천시의 국제만화축제는 수도권에 위치한 신도시라는 배경하에서 지역의 역사적 배경과는 전혀 무관한 소재를 가지고 거행되는 도시 축제의 경우를, 그리고 포항 스틸러스 축구단은 프로스포츠 구단과 지역사회의 연계가 비교적 강력하게 형성된 국내에서는 매우 드문 경우를 각기 보여주는 사례들이어서 선정된 것임을 미리 밝혀둔다. 아울러 이들 사례에 도시 이벤트로서의 공통적인 속성이 담겨져 있다는 전제하에 그것을 도출해내기 위해 우리가 이들 사례를 선정한 것은 아니라는 점도 밝혀두고자 한다. 우리 연구의 목표는 오히려 상이한 지역적 맥락에서 출현하여 각기 고유한 특징을 지니고 있는 다양한 사례들 간의 비교·분석을 통해, 지역사회의 정체성을 표현함과 더불어 지역민들의 소속감을 함양하여 도시 지역공동체의 형성으로 이어질 수 있는 방식으로 도시 이벤트를 활용하는 방안과 관련된 보다 구체적이고 맥락적인 시사점들을 살펴보는 데 있다.

본 연구에 활용된 자료들은 연구자들이 4개의 사례 도시에 대해 단기간 이나마 수행한 현지조사를 바탕으로 한다. 이 과정에서 연구자들은 관련 도시 이벤트를 주관하는 단체나 기관의 대표자와 전·현직 실무자 및 해당 도시 시청의 관계부서 담당자 등을 면담하였다. 강릉단오제의 경우 (사)강릉단오제위원회와 (사)강릉단오제보존회, 단오문화창조도시 추진단 등을 방문하였으며, 광주 5·18 기념행사에 대해서는 5·18 기념재단 및 5·18 행사준비위원회, 그리고 부천국제만화축제에 대해서는 부천국제만화축제운영위원회 등의 행사 주관 조직들을 방문하여 관계자와의 개별 면담을 실시하였다. 한편 포항 스틸러스의 경우에는 구단을 방문하여 임직원들과의 집단 면담을 실시함에 더하여, 서포터스의 전임 회장을 별도로 만나 개별 면담을 실시하였다. 아울러 강릉, 포항 등에 대해서는 해당 시청의 관계부서 실무자들과의 면담도 짝막하게나마 수행하였다. 그리고 부천의 경우에는 연구자들 중 한 사람이 해당 도시에 10년 이상 거주해온 까닭에 부천국제만화축제 및 그와 연관된 지역사회의 맥락에 대해 체험을 바탕으로 한 상당한 양의 ‘지역적 지식(local knowledge)’을 본 연구에 임하기 전부터 이미 지니고 있는 상태였다. 이상의 면담 및 참여관찰을 통해 얻은 자료들 외에도 연구자들은 현지 방문한 단체나 시청에서 구할 수 있는 지역사회 및 해당 도시 이벤트에

관련된 각종 문헌 및 통계 자료들을 수집하여 분석하였으며, 인터넷 검색을 통해 해당 도시 이벤트들에 관련된 다양한 유형의 자료도 수집·분석하였다.

II. 4개 도시의 사례를 통해 본 도시 이벤트의 구성 요소들

1. 도시 이벤트로서의 전통축제: 강릉단오제의 사례

강릉단오제는 국내 전통문화축제 가운데 가장 잘 알려져 있는 축제로, 특히 2005년 ‘유네스코 인류 구전 및 무형유산 걸작’으로 선정되면서 그 유명세를 더하게 되었다. 이어서 2008년에 ‘강릉시 3대 명품화 사업’ 중의 하나로 선정되고, 2009년에는 ‘강원도 10대 대표 브랜드’로 선정되면서 강릉 지역을 대표하는 전통문화축제로 지방정부 차원에서의 전폭적인 지원을 누리고 있다. 2012년 현재, 축제 종합계획의 수립·운영 및 외부와의 교류를 담당하고 있는 (사)강릉단오제위원회와, 강릉단오제 관련 보존 및 전승사업을 맡아 무형문화재로 지정된 주요 행사의 기획·집행을 담당하는 (사)강릉단오제보존회가 상설 독립기구로서 축제 운영 전반을 관장하고 있으며, 여기에 강릉시청 산하 기구인 단오문화창조도시추진단이 행정 차원에서의 지원을 담당하고 있다.

1990년대에 들어서 지방자치제가 실시된 이후 한국사회 전역에 걸쳐 전통문화를 매개로 한 지역축제들이 무수히 생겨났음에도 불구하고, 해당 지역의 정체성을 적절히 표현하면서 지역주민들의 삶과도 성공적으로 결합되었다고 평가할 만한 사례는 흔치 않은 실정이다.¹⁰⁾ 이는 최근 새로 탄생한 많은 전통축제들이 일제강점기 혹은 광복 이후 산업화 과정이 초래한 전통의 시간적 단절에 대한 고려 없이, 급조해낸 이미지를 활용하여 지역경제 부흥을 위한 산업적 고려하에서 주로 진행되었기 때문이라고 볼 수 있다. 하지만 강릉단오제는 전통문화를 매개로 한 지역축제들 중에 매우 성공적이라는 평가를 받고 있는데, 이는 무엇보다

10) 류정아, 『축제인류학』(살림출판사, 2003), 82-88쪽 참조.

도 강릉단오제가 역사적으로 단절 없이 지속되어온 까닭에 그 전통성에 대해 의문이 제기될 소지가 없다는 사실에 크게 힘입고 있다.

강릉단오제의 주요 구성요소는 제례(祭禮)와 굿, 그리고 놀이와 난장으로, 기본적으로 신성한 존재에 대한 제의(祭儀)의 구도와 신명나는 난장을 함께 갖추었던 한국 전통축제의 틀을 그대로 따르고 있다. 특히 다른 지역의 전통축제와 비교할 때 강릉단오제에서는 축제의 원형에 해당하는 제례와 굿이 잘 보존되어 있다는 사실이 주목할 만하다. 이는 일제강점기를 거치며 그 명맥이 끊길 뻔 했던 이들 요소가 지역 상인들의 지원하에 존속될 수 있었고, 광복 이후 1990년대까지는 강릉문화원, 그리고 2000년대 들어서는 강릉문화원에서 독립한 (사)강릉단오제보존회의 노력으로 보존 작업이 성공적으로 진행된 덕분이었다.

무엇보다도 강릉단오제를 성공적인 도시 이벤트로 평가할 수 있게 하는 요인은, 지역주민들 사이에서 이 도시 축제에서 자신들이 일정 부분 역할을 맡고 있다는 의식이 강하고, 또 그것이 실제의 행사 참여로 이어지고 있다는 점이다. 강릉단오제는 과거 조선시대부터 민·관이 함께 개최하는 축제로 주민들의 참여율 역시 높았으며, 현재에도 타 지역에 비해 유난히 강하게 남아 있는 강릉 지역에서의 단오 관련 신앙과 함께 “집단적으로 단오를 치른다”는 생각에 따른 지역주민들의 적극적 참여가 계속 이어지고 있음을 볼 수 있다.¹¹⁾ 이는 강릉시민들로 하여금 ‘단오의 흥행성’에 대한 의식, 즉 단오가 ‘사람들이 모이기 좋은 시기’라는 관념을 공유하게끔 만들어, 강릉시에 소재한 대부분의 기관 및 단체들이 단오제 기간 동안 각 세부행사를 하나씩 분담하여 행사를 직접 기획하고 주최하도록 하는 운영 방식을 정착시켰다.

하지만 이처럼 주민들의 직접 참여도가 높았던 강릉단오제도 최근 들어 예전과는 다소 다른 양상을 나타내고 있는 것이 사실이다. 1990년대 후반 이후 중앙정부에 의한 획일적인 축제 평가시스템의 도입으로 인해

11) 강릉에서는 아직도 많은 가정에서 단오 제사를 따로 지내고, 기업들은 단오에 맞추어 ‘단오 보너스’를 지급하며, 학교들은 ‘단오 방학’이라 하여 휴업을 하기도 하는 등 단오를 지내는 방식에서 타 지역과 구별되는 모습을 보이고 있다. 이와 관련하여, ‘왜 강릉에서는 다른 지역들과 달리 단오에 관련된 민속 신앙이 오랜 동안 존속할 수 있었는가?’ 하는 물음에 대한 설명을 제시하고 있는 연구로서 황루시, 「현대의 공동체와 축제의 기능: 강릉단오제를 중심으로」, 『강원민속학』 제22권(2006), 205-230쪽 및 이경화, 「강릉단오제의 전승 상황 연구」, 관동대학교 국어국문학과 박사학위논문(2010) 등이 있다.

강릉단오제에도 축제의 '표준화' 바람이 불기 시작했고, 그에 따라 종전과 비교해볼 때 주민들의 참여도가 상대적으로 저하되는 문제가 발생했던 것이다. 이를테면 시기적으로 단오에 맞추어 강릉단오제의 일환으로 열리던 각종 체육행사나 온갖 경시대회들이 '전통문화축제'의 범주에 벗어난다는 이유로 폐지되고, 도식적인 공간배치 기준에 의해 난장(세속적 영역)과 제례·굿(신성한 영역)이 공간적으로 분리되면서, 종전에는 자연스럽게 뒤섞여 있던 다양한 도시 축제의 요소들이 인위적으로 재구성되는 양상이 전개되었다. 이렇게 되면서 단오제의 예산에서 지역사회 내 단체들이 자체적으로 마련하는 부분의 비중이 감소하는 등 직접 참여의 정도가 약해졌고, 일반 주민들 역시 관객이라는 소극적 참여자의 입장으로 한발 물러서게 되는 경향이 심화되었던 것이다.

한편 UNESCO 세계무형유산 등재라는 성과도 도시 이벤트라는 관점에서 보았을 때는 양면적인 효과를 초래하게 되었다. 한편으로는 강릉단오제가 전 세계적으로 공인받은 축제가 됨으로써 주민들의 자긍심이 높아지고 외부 참여자 수의 급증으로 인해 관광수입이 증대되는 이점을 가져오긴 했지만, 다른 한편으로 UNESCO 등재의 조건이었던 '전통의 복원'¹²⁾은 축제를 위한 도시공간 및 축제 운영의 재구성 내지 재정비를 추가적으로 요구하고 있다. 그런데 지난 수십 년 동안 한국사회가 겪은 변화의 파고 속에서 다른 지역의 전통축제들과 달리 강릉단오제가 비교적 성공적인 도시 축제로 지속될 수 있었던 데에는 나름의 사회적·역사적 맥락이 자리하고 있었음은 무시할 수 없는 사실이다. 그렇게 볼 때, UNESCO 세계무형문화유산으로의 등재라는 외부로부터 주어진 변화가 그런 맥락에 어떠한 영향을 미쳐 강릉단오제에 대한 지역주민들의 참여도에 장기적으로 어떠한 효과를 초래할 것인지에 대해서는 판단하기가 쉽지 않다.

2. 현대사의 기억과 도시 이벤트: 광주 5·18 기념행사의 사례

광주 5·18 기념행사는 1980년 5월의 광주 민주화운동을 기념하는 일련의 행사들로 구성되며, 5월 18일이 국가기념일로 제정된 1997년

12) 강릉단오제가 UNESCO 세계무형유산으로 등재되면서 요구받은 핵심 조건은 일제강점기에 철거된 대성황사를 원래 위치로 복원하는 것이었다.

이후 공식행사 규모가 점차 확대되고 있다. 이 행사는 매년 5월을 전후하여 약 한 달 동안 광주시내 각지에서 열리는 각종 기념 및 추모행사를 통해 5·18 민주화운동의 과정에서 희생된 민주열사들을 추모하고, 오늘날의 민주주의 발전을 위해 그 뜻을 되새기는 것을 취지로 한다. 행사의 주요 담당조직으로는 상설조직인 5·18 기념재단과 비상설조직인 5·18 행사준비위원회가 있는데, 5·18 기념재단은 5·18 민주화운동의 정신을 계승·발전시키기 위한 각종 기념사업을 추진하면서 다양한 학술 및 교육사업을 담당하며, 5·18 행사준비위원회는 연례 기념행사의 기획과 운영 전반을 관장한다.

기념행사의 실무를 담당하는 5·18 행사준비위원회는 광주에 소재한 각종 시민·사회단체들로부터 일종의 품앗이 개념으로 인력을 지원받아 기념행사 준비를 위해 매년 새로 꾸려지는 비상설조직이다. 행사준비위원회의 업무는 보통 전년도 말부터 행사 기획에 들어가는데, 해당 연도의 3월에 예산 분배 등 실무 문제를 다루기 시작해 7월에 공식 업무가 종료되는 일정으로 진행된다. 이러한 조직의 특성으로 인해 행사준비위원회는 5·18 기념재단과 달리 외부로부터의 간섭에서 더 자유로운 성격을 지닌다. 그렇지만 행사준비위원회에서 일했던 시민·사회단체 관계자들이 5·18 기념행사와 관련하여 가장 필요한 과제로 꼽는 것 역시 행사위원회의 상설화이다. 상설화된 기관이 존재한다면 보다 영속적인 행사 기획을 보장할 수 있기 때문이다.¹³⁾

도시 이벤트의 관점에서 볼 때 광주 5·18 기념행사는 5·18 민주화운동이라는 현대사의 아픈 기억을 재조명하고, 이를 통해 '민주도시'로서의 지역정체성을 재현하는 의미를 지닌다. 실제로 행사 관계자들은 행사를 준비하면서 피해자 유족 등 직접적인 이해관계에 놓인 사람들뿐 아니라 다양한 지역주민들의 참여를 이끌어내고자 노력을 기울이고 있다. 이를 위해 1980년 민주화운동 당시의 중심지였던 옛 전남도청 및 금남로 일대에서만 행사를 진행하는 것이 아니라 광주 시내 각 군·구·동별로도 행사를 진행하고, 주먹밥 나눔 행사와 헌혈 나눔 행사 등과 같은 '나눔'과 '참여를 모토로 삼아 공동체의 화합 및 소속감 증진을 도모하는 행사들을 중점적으로 진행해왔다.

13) 5·18 행사준비위원회 관계자와의 인터뷰.

그러나 도시 이벤트로서의 광주 5·18 기념행사가 재현해내는 ‘민주도시’ 혹은 ‘의향’이라는 지역정체성은 몇 가지 측면에서 한계를 갖고 있다. 특히 주목할 만한 점은 2002년 이후 수조 원의 예산이 투입된 대규모 국가사업인 ‘아시아문화중심도시 광주 조성사업’이 진행되면서 드러나기 시작한 갈등 양상인데, 바로 ‘문화도시’로서의 지역정체성과 ‘민주도시’로서의 지역정체성 사이의 경합 문제이다.¹⁴⁾ 이는 한국 현대사에서 중요한 위치를 차지하고 있는 5·18 민주화운동에 대하여 광주 지역정체성 형성에 절대적인 자산이라는 인식과 함께, 지역 외부의 사람들에게 여전히 다소 부정적인 지역 이미지를 야기할 수 있다는 인식이 혼재되어 있는 현실에서 연원한다. 이러한 상황에서 5·18 기념행사 역시 ‘문화’와 ‘교육’을 중시하는 방향으로 추진되면서, ‘문화’라는 키워드를 통해 비극적인 현대사와 관 주도의 문화도시 이미지를 결합시킨 광주시의 지역정체성이 5·18 기념행사를 통해 표현되고 있다.

또한 5·18 기념행사 자체와 관련해서도 그것을 통한 지역정체성 표현의 지속성이라는 측면에서 갖게 되는 한계가 존재한다고 생각된다. 기본적으로 5·18 기념행사라는 것이 1980년 당시 신군부의 무자비한 탄압으로 인해 발생한 ‘원혼’들의 존재를 상징하고 그에 대한 추모와 경의를 표하는 의례들이 위주가 되어왔는데, 시간이 흐를수록 관련된 역사적 기억의 밀도와 수반된 감정의 강도는 점차 흐려질 수밖에 없기 때문이다. 그리하여 어느덧 광주 5·18 민주화운동이라는 역사적 사건이 발생한 지도 30년이 넘는 반면, 1980년 당시 73만 명이었던 광주시의 인구 규모는 현재 146만 명으로 2배로 증가하게 됨에 따라, 광주 시민들 중 5·18이라는 역사적 사건을 직접적으로 체험한 사람들은 오히려 소수가 되었다. 이런 상황에서 불가피하게 생겨나는 유가족을 필두로 한 5·18 민주화운동에 관련된 강렬한 체험 및 기억을 보유한 사람들과 그렇지 않은 현재의 다수 광주 시민들 간에 존재하는 도시 경험상의 간극의 문제는 도시 이벤트로서 5·18 기념행사를 해석하는 데 결코 무시할 수 없는 요소를 이룬다. 여기에 ‘문화도시’로서의 지역정체성을 형성하고자 하는 지향에 기초한 다른 시도들이 더해지면서, 광주비엔날

14) 이에 관해서는 김기곤, 「문화도시의 구성과 공간정치 연구: 광주, 전주, 부천의 문화도시 조성사업을 중심으로」, 전남대학교 박사학위논문(2008) 및 민형배, 앞의 논문, 285-305쪽 등을 참조.

레와 같은 또 다른 종류의 도시 축제들이 일반적 광주 시민들에게는 5·18 기념행사보다도 더욱 유의미한 도시 이벤트로 자리 잡게 될 가능성마저 생겨나고 있는 것이다.

3. 수도권 신도시의 ‘문화도시’ 만들기: 부천국제만화축제의 사례

1998년 ‘부천만화축제’로 시작하여 2004년부터 현재의 이름으로 명칭을 바꿔 열고 있는 부천국제만화축제(BICOF)는 국내 유일의 출판만화 전문축제로, 부천국제판타스틱영화제(PIFan), 부천국제학생애니메이션 축제(PISAF)와 함께 부천시가 추진 중인 도시 브랜드인 ‘판타지아 부천’의 핵심 사업 중 하나이다. 이 축제는 부천시청 산하 한국만화영상진흥원에 설치된 부천국제만화축제운영위원회에서 주관하며, 여기에 더해 별도의 시청 내 조직인 ‘만화산업팀’이 축제를 비롯한 만화산업 전반을 적극적으로 지원하고 있다. 축제의 주된 구성요소는 각종 만화 관련 콘텐츠의 전시 및 페어(Fair), 컨퍼런스, 체험행사 등으로 이루어져 있으며, 2011년에 개최된 제14회 축제에는 약 8만 명의 관람객이 방문하였다.

부천국제만화축제에서 가장 주목되는 점은 국내에서는 찾아보기 힘든 소재인 만화를 도시 축제의 소재로 채택했다는 사실이다. 여기에는 1990년대 중반 지방자치제 실시 이후 ‘문화’라는 키워드를 내걸고는 있어도 서로 간에 변별적 특징이 별로 없는 지역축제들이 무수히 생겨나던 상황 속에서, 이를테면 ‘틈새시장’으로서의 만화를 선점하려던 부천시의 의도가 담겨 있었다.¹⁵⁾ 1990년대 초 분당, 일산, 평촌, 산본과 함께 수도권의 제1기 신도시 중의 하나로 중동 신도시가 건설되면서 급속히 도시화되기 시작한 부천은 위성도시 혹은 베드타운이라는 이미지 외에는 특별한 도시 이미지를 지니고 있지 않았다. 이 같은 상황에서 민선시장 시대를 맞이한 부천 역시 여타 도시들과 마찬가지로 ‘문화도시’로서의 정체성 획득을 시도하게 되었는데, 이때 부천은 판타지·호러 영화나 만화 등 소위 ‘B급 문화’를 소재로 택해 ‘판타지아 부천’, ‘만화도시 부천’ 등의 도시 브랜드화 작업을 추진하게 되었다고 한다.

15) 원혜영, 「부천에 오면 신선한 문화가 있다: 익명의 도시에서 얼굴 있는 문화도시로 변신」, 『국토: Planning and Policy』 235권(2001), 32-38쪽.

이처럼 다른 도시들과 차별화된 ‘문화도시’ 만들기 시도는 선점효과 외에도 여러 가지 장점을 지닌 것이었다. 특히 만화는 적은 예산으로도 상대적으로 큰 규모의 행사를 치를 수 있는 소재, 즉 ‘저비용 고효율’의 소재라는 장점이 있었다. 그렇다 보니 시장이 바뀔 때마다 추진방향이 쉽게 바뀌곤 하던 다른 도시들의 ‘문화도시 만들기’ 시도들과는 달리, 부천에서는 민주당에서 한나라당으로, 그리고 다시 민주당으로 지방선거 결과에 따라 시장의 당적이 바뀌어왔음에도 불구하고, 국제만화축제에 관련된 지방자치체의 지원은 꾸준히 지속될 수 있었던 것이다.¹⁶⁾ 만화축제를 찾은 방문객들의 반응도 좋은 편이어서, 조사결과 부천국제만화축제의 브랜드 가치와 만화를 통한 지역정체성 구축에 대해 대체로 긍정적인 평가를 내리고 있다.¹⁷⁾

문제는 만화축제가 지속되고 만화계에 대한 부천시 차원의 지원이 커지면서 축제를 바라보는 상반된 시각이 등장하게 되었다는 점이다. 축제를 개최·지원하는 부천시의 입장에서는 보다 많은 주민들의 참여를 이끌어내면서 만화를 통한 지역정체성 구축의 도구로 만화축제를 활용하고자 하였지만, 축제의 또 다른 참여주체인 만화계의 입장에서는 부천이라는 도시에 대한 고려보다는 한국 만화계 전체를 염두에 둔 행사로서 부천만화축제를 추구하는 경향을 드러내게 된 것이다. 이는 만화라는 소재의 특수성에 기인하는 불가피한 갈등이라고 생각된다. 다른 지역에서 찾아보기 힘든 만화를 소재로 한 도시 축제가 사람들의 이목을 끌기 쉽고 타 지역들과의 차별화가 용이하다는 장점이 있는 반면, 동일한 이유로 인해 부천만화축제는 부천 시민들보다는 지역에 구애받지 않는 일반적 만화팬들이나 만화인들의 행사가 될 소지가 다분하다는 점이다.

도시 이벤트로서의 부천국제만화축제와 관련하여 보다 심각한 문제점은 축제공간의 지리적 위치와 관련된 부분이다. 당초 중동 신도시 내에 위치한 복사골문화센터 일대에서 열리던 만화축제는 약 600억 원의 예산을 들여 지어진 한국만화영상진흥원이 2009년에 완공됨에 따라

16) 같은 부천시의 도시 이벤트이면서도 이처럼 꾸준한 행정적 지원을 받아온 국제만화축제와 뚜렷한 대조를 이루는 사례가 바로 한나라당 당적의 민선 4기 시장 시절에 시작된 ‘부천세계무형문화유산엑스포’이다. 2008년부터 2010년까지 3회에 걸쳐 매년 세계 각지의 무형문화유산을 소재로 삼아 열린 부천무형문화엑스포는 민주당 당적의 민선 5기 시장이 당선된 후 예산낭비와 비효율성 등의 이유로 2011년부터 폐지되었다.

17) 임학순 외, 『부천국제만화축제 브랜드가치 제고 방안 연구』(한국만화영상진흥원, 2011), 119쪽.

축제 장소도 함께 이전되었다. 그런데 한국만화영상진흥원이 들어선 부천영상문화단지¹⁸⁾라는 곳이 시 외곽 경계지대에 위치해 있다는 점이 새로운 문제를 야기하게 되었다. 영상문화단지 주변의 공간구도를 살펴 보면, 영상문화단지와 부천의 주요 주거지역 사이에는 고속도로인 서울 외곽순환도로가 가로지르며 장벽과 같은 기능을 하고 있다. 그에 반하여 단지 주변의 인천광역시에 속하는 아파트 단지들과 영상문화단지를 가르는 것은 일반적인 도시 내 도로일 뿐이다. 즉, 일상적 생활공간이라는 측면에서 볼 때 영상문화단지는 부천보다는 인천과 좀 더 자연스럽게 연결되는 공간적 구도가 형성된 것이다. 이는 부천국제만화축제가 유의미한 도시 이벤트로 자리매김하기에 악조건으로 작용할 수밖에 없다. 그리하여 주민들이 직접 참여 가능한 주요 체험행사에서도 행사장의 지리적 위치로 인해 부천 시민들보다는 주변의 인천 시민들이 더 높은 방문 비중을 차지하는 경향이 나타나고 있는 실정이다.¹⁹⁾

그럼에도 불구하고 부천국제만화축제는 수도권 위성도시의 ‘문화도시’ 정체성 획득 시도로서는 비교적 성공한 사례로 평가할 만하다. 지역정체성 형성을 위한 상징적 자원으로서 활용할 만한 것들이 크게 부족한 신도시의 여건하에서, 만화로 대표되는 차별화된 문화산업을 통해 지역 정체성을 창출하기 위한 부천시의 노력은 “역사와 단절된 신도시의 전형을 보여주는 도시에서 문화산업을 통해 산업 활성화와 지역정체성의 확립을 함께 추구하고 있는 모범적인 사례”²⁰⁾에 해당한다. 다만 부천시의 이러한 ‘문화도시’ 만들기가 지금까지는 관 주도의 하향식 접근으로서의 성격이 강했던 것이 사실이기에, 그것이 실제 주민들의 지역정체성에 대한 적극적인 인식, 더 나아가서는 부천이라는 도시 지역공동체로의 소속감 함양으로 이어질 수 있는 방안에 대해서는 더 많은 고민과 노력이 필요하다고 생각된다. 즉, ‘도시 브랜드’로서의 지역정체성과 실제 주민들이 체험하고 인식하는 지역정체성 사이에서 생기는 괴리를 어떻게 극복할

18) 부천영상문화단지는 부천시가 추진해온 만화·영상산업 활성화를 목표로 조성된 공간으로, 한국만화영상진흥원 건립 이전부터 판타스틱스튜디오, 아인스월드 등의 테마파크들이 들어서 있었다. 이 공간은 “판타지아 부천”이라는 도시 브랜드를 대표하는 상징적 공간이자, 부천의 대표 문화산업을 육성하기 위한 공간(정미강, 「문화산업클러스터의 장소마케팅 전략 연구: 부천 문화산업진흥지구를 중심으로」, 『문화산업연구』 10권 2호, 2010, 38쪽)으로서의 기능을 해오고 있었다.

19) 부천국제만화축제 관계자들과의 인터뷰.

20) 정미강, 앞의 논문, 36쪽.

것인가 하는 문제는 도시 이벤트로서의 부천국제만화축제가 풀어야 할 과제라고 하겠다.

4. 프로스포츠와 도시 지역정체성: 포항 스틸러스 축구단의 사례

포항 스틸러스 프로축구단은 국내 프로축구리그(K-리그) 소속팀들 가운데 지역연고가 가장 잘 정착된 팀들 중 하나이다. 연고팀에 대한 지역주민들의 관심도를 반영하는 홈경기 평균 관중 수를 보면, 포항 스틸러스는 평균 관중 수 1만 4,158명(2011시즌 기준)으로 K-리그 전체 평균 관중 수인 1만 1,636명을 웃돌았으며, 전체 16개 구단 가운데 6위에 해당하는 평균 관중 수를 보였다. 특히 연고도시의 인구 대비 관심도와 경기장의 분위기를 보여주는 좌석점유율²¹⁾에서는 74.67%로 전체 1위를 차지했는데, 이는 평균 관중 수 1, 2위에 해당하는 서울(좌석점유율 41.91%)과 수원(53.54%)을 크게 웃도는 것이었다. 포항시가 인구 52만 명(2011년 기준)의 중소도시임을 감안한다면, 이러한 관중동원력은 이 팀이 수도권이나 부산, 대구 등과 같은 대도시가 제공하는 거대 시장 없이 지방 중소도시에서 성공적인 지역연고팀으로 뿌리를 내렸다는 점을 잘 말해주는 사실이라 하겠다.

이 같은 지역민들의 호응은 구단이 리그에서 보여준 좋은 성적과 지역사회에서의 활발한 활동이 있었기에 가능했다. 1973년 포항제철 실업축구단으로 창단한 포항 스틸러스는 1983년 프로축구리그 참가 이후 지금까지 K-리그 우승 4회, 아시아축구연맹(AFC) 챔피언스리그 우승 3회 등 좋은 성적을 거두어왔다. 구단 및 모기업 차원의 투자 및 노력 역시 꾸준히 이어져서, 1990년에는 국내 최초로 축구전용구장 ‘스틸야드’를 건립했고, 2009년 이후로는 팬들에게 재미있고 박진감 넘치는 경기를 제공하기 위해 ‘스틸러스 웨이(Steelers Way)’²²⁾라 불리는

21) 좌석점유율은 경기장 전체 좌석 수에서 평균 관중 수가 차지하는 비율을 가리킨다.

22) 2009 시즌부터 도입된 ‘스틸러스 웨이’를 살펴보면, 선수평가 항목에서 기존의 승리수당 외에 경기시간 절감, 경기매너, 경기력 등의 평가항목들을 도입하여 단순한 승부보다도 경기의 재미를 끌어올리기 위한 노력을 구단 차원에서 시도하고 있음을 볼 수 있다. 실제로 이 방안을 도입한 이후 포항 스틸러스의 달라진 경기 스타일은 팬들과 다른 구단들로부터 호평을 받았으며(「스틸러스 웨이, 연맹-심판진 모두 호평」, 《마이데일리》, 2009년 7월 27일 기사 참조), 이듬해인 2010 시즌에는 K-리그 연맹 차원에서 스틸러스 웨이를 본뜬 ‘5분 더 캠페인’을 전 구단에 선포하기도 하였다.

경기 개혁 방안을 도입하여 구단 및 팬들뿐 아니라 K-리그 전체에서도 긍정적인 평가를 이끌어내기도 하였다.

이러한 경기 내적인 측면 외에 경기 외적인 측면에서도 포항 시민들의 호응을 끌어내기 위한 구단의 노력을 엿볼 수 있다. 포항 스틸러스는 지역 유소년 클럽들을 육성하는 동시에, 포항 시내 32개 중학교를 대상으로 ‘주니어 챔피언스리그’라 불리는 리그전을 실시하여 “아이들을 지역과 학교의 영웅으로 만들어주자”는 시도를 벌여왔다. 또한 기업 운영에서도 지역사회와의 관계를 중시하여, 모기업인 포스코의 지원 외에도 금액에 상관없이 지역에 소재한 다른 중소기업들로부터의 후원을 적극적으로 받아 지역소재 기업들 간의 네트워크로도 활용될 수 있도록 유도하고 있다. 일종의 멤버십 개념으로 진행되는 이 네트워크에는 현재 포항 지역 소재 100여 개의 기업이 참여하고 있다고 한다.

도시 이벤트로서의 프로스포츠라는 측면에서 포항 스틸러스와 관련하여 주목할 만한 사실은 전반적으로 지역연고팀에 대한 주민들의 애착이 매우 강한 편이라는 점이다. 일례로 2007년 K-리그 우승 당시 구단은 포항 시내 중심가에서 우승 기념 ‘통닭파티’를 열었는데, 이에 많은 주민들이 참여하고 상점들도 우승 기념 특별세일을 하는 등 도시 전체에 축제 분위기가 형성되기도 하였다. 다른 K-리그 구단들이나 타 종목의 경우 보통 팀이 우승하더라도 전체 시민들을 대상으로 기념행사를 실시하지는 못하는 것이 일반적 양상인 국내 프로스포츠의 현실을 감안할 때²³⁾, 이는 매우 이례적인 일로서 구단 담당자들과 서포터스들 역시 다른 지역에서는 찾기 어려운 포항만의 특징으로 여기고 있다.

이러한 포항 시민들의 연고팀에 대한 강한 애착은 상당 부분 포항이 지닌 일련의 특수한 지역적 조건들에 기인한다. 포항 스틸러스가 성공적인 지역연고팀으로 자리하게 된 데에는, 포항시가 지리적으로 주변 지역과의 연계 교통이 편리하다고는 보기 어려운, 상대적으로 고립된 입지를 갖고 있다는 사실에 더하여, 포항시의 지역경제에서 포항 스틸러스의 모기업인 포스코가 절대적인 위치를 차지하고 있다는 사회경제적 조건이 중요한 변수로 작용했던 것이다. 그 결과, 해당 팀의 연고도시와 직접적인 관계가 없음에도 불구하고 적극적으로 활동하는 팬들이 많은 다른 국내

23) 황익주·김기호, 앞의 논문, 134-137쪽 참조.

축구팀들의 서포터스와는 달리, 포항 스틸러스의 서포터스 그룹의 구성원들은 부모가 포항 출신이거나 포항에서 근무한 경력이 있는 경우가 대부분이라고 한다.²⁴⁾ 스틸러스 서포터들의 이 같은 지역적 편중 현상에 대한 해석으로 당사자들이 제시하는 것은, 축구 외에 다른 프로스포츠 팀이 없는 포항의 지역 여건하에서, 어렸을 적에 부모님을 따라 스틸러스 축구 경기를 응원하며 관람했던 경험이 현재의 많은 지역주민들로 하여금 성인이 되고난 후에도 포항 스틸러스의 팬으로 남게 만드는 주된 요인이었다는 설명이다.

물론 여기에는 단순히 포항의 지리적 입지만이 작용했던 것은 아니며, 무엇보다 포항 스틸러스가 성공적인 지역연고팀으로 될 수 있었던 배경에는 구단의 모기업이 바로 포항시 및 그 주변 지역 경제의 핵심 기반을 이루는 포스코라는 사실을 빼놓을 수 없다. 애초부터 프로팀의 창설 주체가 지역주민 혹은 지역에 근거를 두고 있는 기업들이라 보니 지역연고제가 자연스럽게 정착될 수 있었던 서구 도시들의 경우와 달리, 국내 프로축구단들은 창설의 주된 동기가 모체에 해당하는 기업에 대한 홍보에 있었던 만큼, 지역연고제를 통해 프로축구단을 지역정체성 형성과 유지의 촉매로 활용하기는 쉽지 않았던 것이 사실이다.²⁵⁾ 하지만 포항 스틸러스의 경우, 모기업인 포스코가 연고 도시인 포항을 대표하는 기업으로서의 높은 상징성을 지니고 있었다는 점에서 다른 어떤 구단의 모기업보다도 강한 지역성을 떨 수밖에는 없었다. 뿐만 아니라 포스코가 오랜 기간 동안 한국을 대표하는 공기업이었다는 사실은 지역주민들로 하여금 지역연고팀을 특정 기업이 운영할 때 생겨날 수 있는 거부감을 상당 정도 미연에 희석시키는 효과를 발생시켰다고 생각된다. 이와 같은 여러 가지 특수한 지역적 맥락들이 결합적으로 작용한 결과, 스틸러스가 펼치는 축구 경기들은 포항시의 도시 지역정체성 형성을 매개하고 주민들의 소속감을 함양하는 도시 이벤트로서의 기능을 비교적 성공리에 수행해 올 수 있었다고 판단된다.

24) 포항 스틸러스 서포터스 클럽 전임 회장과의 인터뷰.

25) 황익주·김기호, 앞의 논문, 111-115쪽 참조.

Ⅲ. 도시 이벤트를 활용한 지역공동체 소속감 함양의 과제

그렇다면 한국사회에서 도시 지역공동체에 대한 소속감 함양을 위해 도시 이벤트들을 활용하고자 할 경우 해결해야 할 과제로는 어떤 것이 있을까? 이 절에서는 앞서 살펴본 4개 도시의 사례들을 바탕으로 그러한 실천적 과제들을 논의하고자 한다. 다만, 성공적인 도시 이벤트를 위해 필요한 또 다른 요소들로서, 행사가 가진 지역기반의 광범위성이라든가 지역 외부로부터의 인정, 해당 도시의 역사적 깊이나 지리적 조건 등의 요인에 대해서는 이 글에서 다루지 않을 것임을 미리 밝혀둔다. 그런 것들도 지역정체성 형성에 매우 중요한 요인들임은 분명하지만, 도시 이벤트를 활용한 지역공동체 소속감 함양의 실천적 과제와 연관된다고 말하기는 곤란한 요인들, 즉 개별 도시들의 입장에서 보자면 이미 주어져 있는 요인들이기 때문이다. 바꾸어 말해서, 모든 도시 축제들이 강릉단오제처럼 일제강점기와 근대화의 격랑을 거치면서도 존속할 수 있었던 것은 아니며, 도시에 연고를 둔 모든 프로스포츠 구단들이 포항 스틸러스의 경우처럼 매우 우호적인 지역사회를 직면하고 있지는 않다는 것이다. 이처럼 해당 지역의 차원에서 제어할 수 없는 이미 주어진 요인들은 논외로 하면서, 이하에서는 도시 이벤트를 활용하여 도시민들의 지역사회에 대한 소속감 함양을 성공리에 이루어내기 위해 해결해야 할 실천적 과제들은 어떤 것인지를 ‘행사의 소재와 형식’, ‘지역주민들의 경험의 지속성’, ‘효과적인 거버넌스 구조의 구축’, ‘효율적인 공간 디자인’ 등의 네 가지 측면으로 나누어 고찰하고자 한다.

첫 번째로 지적할 사항은, 적극적인 주민 참여를 끌어낼 수 있도록 적절한 행사의 소재와 형식을 갖추어야 한다는 점이다. 도시 축제, 기념의례, 문화예술 행사 혹은 스포츠 경기 등의 도시 이벤트에 지역주민들은 주로 행사 연행자 혹은 관객으로서 참여하게 된다. 앞의 절에서 살펴본 4개 도시의 사례들은 각기 조금씩 다른 방식으로 주민들의 참여를 이끌어낼 수 있는 요소들을 갖추고 있다. 예컨대, 단오를 중심으로 펼쳐지는 굿과 제례라는 전통문화를 기본 요소로 갖추고, 거기에 난장을 비롯한 각종 부대행사들이 결합된 강릉단오제는 전통축제가 성공적인 도시

이벤트로서 자리매김할 수 있는 행사의 소재와 형식을 갖추었다고 평가할 만하다. 현대사의 아픈 기억을 환기시켜 현재에도 그 뜻을 기리고 있는 광주 5·18 기념행사 및 만화라는 차별화된 소재를 채택한 부천국제만화 축제 역시 행사의 소재 면에서 장점을 갖고 있다. 또한 많은 이들을 열광시키는 경쟁적인 승부라는 요소를 갖춘 프로스포츠는, 우리나라보다 훨씬 앞서서 도시 연고제가 실시되어온 서구 도시들의 경험이 잘 말해주 듯이, 일반 시민들의 자발적 참여를 끌어내기에 적합한 행사의 소재와 형식을 기본적으로 갖추었다고 평가할 수 있다.

유념해야 할 사항은, 행사의 소재와 형식을 갖추는 데 지역주민들의 능동적인 참여를 유도해내기 위한 '재미'를 제공할 수 있어야 한다는 점이다. 도시 이벤트에서 행사의 재미는 보다 다양한 배경을 지닌 주민들을 지속적으로 참여하게 만드는 중요한 요소이기 때문이다. 예컨대 강릉단오제의 경우, 여러 부대행사 가운데 최근에 참가자들에게 가장 큰 호응을 받고 있는 행사들로 사투리경연대회와 같은 각종 경연대회가 꼽히고 있음을 볼 수 있는데, 이는 무엇보다 이들 행사가 제공하는 '재미'에 기인하는 현상이다. 이처럼 경쟁적 경연이라는 요소를 가미함으로써 이벤트의 재미를 증진시키는 시도는 브라질 리우데자네이루 시의 삼바 카니발이나 일본 고치 시와 삿포로 시의 '요사코이형 마츠리'와 같은 세계적으로 유명한 도시 축제들에서도 볼 수 있다. 이들 축제에서는 다양한 퍼레이드 참가팀들이 펼치는 춤 공연을 심사단과 관객이 평가하여 순위를 매기는 경쟁 구도를 채택한 것이 행사의 재미를 배가시켜 축제 전체를 성공적으로 이끄는 데 크게 기여했던 것이다.²⁶⁾

적절한 소재와 형식을 통해 행사의 재미를 어떻게 이끌어낼 것인가 하는 문제는 성공적인 도시 이벤트를 위한 또 다른 고려 사항인 지역주민들의 참여 경험의 지속성 문제와 직결된다. 경험의 지속성을 확보하는 것은 단순히 행사의 연례적인 개최만으로는 부족하며, 무엇보다도 행사 참여를 통해 주민들이 긍정적이고 인상적인 경험을 지속적으로 얻을 수 있는지의 여부가 중요하다. 앞서 언급한 축제에서의 경연 구도는 경험의 지속성이라는 점에서도 긍정적인 효과를 지닌다. 설령 도시 이벤트가 1년에 한 번뿐이더라도 그것이 경쟁 구도와 결합될 경우에는

26) 이진교, 「도시 축제의 실행과 참여집단: 일본 삿포로 '요사코이 소란 마츠리'의 민속지적 연구」, 서울대학교 박사학위논문(2012) 참조.

참여자들에게 연중 지속적으로 동기를 부여해주는 요인으로 작용할 수 있기 때문이다. 그리고 지역연고제와 연결된 프로스포츠 경기 역시 6-8개월에 달하는 시즌 단위로 매년 반복되는 이벤트인 만큼 해당 도시의 주민들로 하여금 상당히 지속적인 참여 경험을 할 수 있게 해주는 장점을 지닌다. 더구나 경기가 없는 비시즌 동안에도 다음 시즌을 위한 해당 스포츠 구단의 여러 준비사항, 즉 선수단 재정비, 다음 시즌 전망 등은 지역주민들의 관심을 지속시키는 효과를 발생시키게 된다.²⁷⁾

4개 도시의 사례들 가운데 경험의 지속성이라는 측면에서 또 하나 주목할 만한 사례는 광주 5·18 기념행사에서 새로이 이루어지고 있는 시도이다. 5·18 기념행사의 경우 앞의 절에서 언급한 바와 같이, 세월이 흐를수록 5·18과 관련된 직접적인 역사적 기억이 점점 흐려지는 가운데 어떻게 하면 광주의 일반 시민들의 관심을 지속시키는 방향으로 행사 콘텐츠를 구성할 수 있을 것인가 하는 과제를 안고 있었다. 그런 맥락 속에서 탄생한 청소년 문화축제인 ‘레드 페스타(Red Festa)’는 기존 5·18 관련 행사에서 중심이 되었던 유가족 위주의 추모행사를 넘어, 청소년들의 행사 참여를 통해 5·18을 직접 겪어보지 못한 후속 세대에까지 관심을 확대시킬 수 있는 행사로서 기획되었다. 2004년에 처음으로 시행된 이후 긍정적인 평가를 얻으면서 현재에 이르기까지 지속적으로 규모를 확대해오고 있는 ‘레드 페스타’는 자칫 특정 세대, 특정인들에게만 국한될 수도 있는 5·18과 관련한 역사적 경험을 후속 세대에까지 공유시킴으로써 행사의 지속성을 높여주는 시도라고 평가할 만하다.

그런데 이처럼 도시 이벤트에 참여하는 지역주민들이 얻게 되는 경험의 지속성을 증대시킴에 있어서 전적인 관 주도, 혹은 반대로 전적인 민간 주도로, 도시 이벤트가 조직되는 방식은 한계를 지닐 수밖에 없다. 이에 지역공동체 소속감 함양을 위해 도시 이벤트를 활용코자 할 때 해결해야 할 또 하나의 실천적 과제로서 효율적인 민·관 협력적 거버넌스 구조를 어떻게 구축할 것인가 하는 문제가 대두하게 된다. 이른바 ‘마을

27) 이렇듯 경험의 지속성, 그리고 앞서 논한 행사의 소재와 형식이라는 측면에서 프로스포츠는 지역공동체 소속감 함양을 위한 도시 이벤트로 활용될 여지가 많은 것이 사실이다. 스포츠는 연고 지역사회의 주민들로 하여금 자신들이 소속감을 느끼는 지역사회가 어디인지를 확인하고, 자기가 동일시하는 팀을 응원하는 행동을 통해 자신의 지역정체성을 공공연히 표현하고 강화하게 하는 촉매로서 중요한 기능을 담당할 잠재력이 매우 크기 때문이다.

만들기를 위시하여 도시 지역공동체의 형성을 지향점으로 삼는 각종 실천에서도 볼 수 있듯이, 다양한 주체들과의 소통과 연대-공동의 문제에 대한 협동적인 해결과 공공재의 공동생산 노력을 포함하는 -로 상징되는 거버넌스 구조는 도시에서 발생하는 여러 문제를 개선하기 위한 방안으로 최근 주목받고 있다.²⁸⁾ 도시 이벤트에서도 마찬가지로, 일방적인 관 주도 행사(하향식)나 행정지원이 결여된 민간 주도 행사(상향식)의 한계를 모두 넘어서서, 자율적이면서도 안정적인 도시 이벤트 운영의 기반을 확보하는 데 효과적인 거버넌스 구조의 구축은 매우 중요한 과제라고 하겠다.

4개 도시의 사례들 중 강릉단오제와 포항 스틸러스의 사례는 이런 측면에서도 비교적 성공적이라고 평가할 만하다. 강릉단오제의 경우, 일제강점기를 거치며 다른 지역의 단오 관련 행사들과 마찬가지로 존속의 위기에 직면했을 때 지역 상인들의 노력으로 명맥을 이어갈 수 있었고, 이후 1970년대에 중요무형문화재로 지정되어 관의 공식적인 지원이 이어지면서 현재까지도 비교적 효율적인 민·관 협력체계가 작동해온 것이 행사 성공의 밑거름이 되었다. 무엇보다도 단오제 자체의 역사가 깊다 보니 지역 자체적으로 행사를 진행해온 노하우가 풍부하고, 여기에 시장이나 지방의회 의원과 같은 선출직 공무원의 개입을 최소화시킨 운영시스템이 구축됨으로써 상당히 적절한 수준에서 민간과 행정이 결합된 도시 축제를 진행해올 수 있었던 것이다. 또한 포항 스틸러스 축구단의 경우, 모기업인 포스코가 갖고 있는 지역사회 내에서의 높은 위상 덕분에 거의 모든 포항시민의 관심사와 결부된 공공영역으로서의 성격을 확보하게 되었고, 이것이 포항시의 행정적 지원과 맞물리며 포항 스틸러스 구단의 경기 및 기타 행사들이 비교적 성공적인 도시 이벤트로서 자리 잡을 수 있는 원동력이 되었다고 볼 수 있다.

도시 이벤트를 활용한 지역공동체 소속감의 함양을 위한 네 번째 실천적 과제는 적절한 이벤트 공간 디자인의 구축이다. 공간 디자인은 도시 축제라든가 스포츠 경기를 논하면서 간과하기 쉬운 요소이지만, 도시 이벤트의 지속 및 효율성 제고를 위해서는 매우 중요한 요소이다. 특히 행사에 참여하는 주민들의 일상적인 리듬에 자연스럽게 녹아들

28) 정규호, 「도시공동체운동의 전개과정과 거버넌스의 역할 및 과제」, 한국사회기반연구(SSK) 공동학술회의 『도시 지역공동체와 공간 주권』 발표자료집(2012), 17-31쪽 참조.

수 있게끔 관련 공간을 배치하는 문제는 도시 이벤트가 주민들의 삶으로부터 유리되지 않도록 만들기 위한 핵심적인 과제가 된다. 이를 위해서는 도시 이벤트가 벌어지는 내부 공간의 배치 및 전체 도시공간 내에서 이벤트 공간의 입지 문제들을 함께 고려할 필요가 있다고 본다. 예를 들어 부천국제만화축제의 경우, 시 경계지역에 있는 영상문화단지로 축제 장소를 옮기면서 행사의 기획 및 진행 등 관련 업무가 상설 건축물인 만화박물관 및 한국만화영상진흥원 중심으로 이뤄지는 집적 효과를 얻을 수 있었지만, 축제 장소가 도심 주거지역에서부터 멀어지면서 부천 시민들의 일상과 유리되는 문제가 발생하였음은 앞의 절에서 논의한 바와 같다.

또한 강릉단오제의 경우, UNESCO 세계무형유산 등재의 조건이었던 ‘원래 공간구조로의 원형 복원’에 따라 추후 어떠한 변화가 생길 것인지도 귀추가 주목되는 사항이다. UNESCO가 제시한 등재조건에 따르기 위해서는 일제강점기 이전 강릉단오제에서 단오굿이 펼쳐지던 대성황사를 도시 중심부에 복원해야 하는데, 이러한 계획대로라면 지난 수십 년에 걸쳐 남대천가에서 진행되어오던 강릉단오제의 주요 행사들은 현재의 행사 장소를 벗어나 다른 곳으로 옮겨 열려야 한다. 그럴 경우, 도시 축제의 난장 부분이 지금까지의 공간 구도에 익숙해진 주민들의 일상생활과 어긋나게 되면서 발생하는 문제점들을 해결해야 한다. 뿐만 아니라, 공간 활용의 효율성 측면에서도 단오굿과 난장을 함께 펼치기에 충분한 공간이 확보되어 있던 남대천가와 달리, 도시 중심가에서 지금의 행사 규모와 방문자 수를 수용할 만한 공간을 어떻게 확보할 것인가 하는 문제-혹은 난장을 따로 분리해서 남대천가에 남길 경우, 자연스럽게 통합되어 있던 도시 축제가 공간적으로 분리되면서 생겨나는 문제-를 어떻게 처리할 것인지도 해결해야 할 과제가 된다. 강릉단오제의 사례는 적절한 도시 이벤트의 공간 디자인을 구축하는 문제가 행사장 자체뿐 아니라 도시공간의 전체적인 구도를 함께 고려하여 해결해야 할 중요한 실천적 과제임을 잘 말해준다.

IV. 맺음말

이상에서 축제, 기념의례, 문화예술 행사, 스포츠 경기 등 우리가 ‘도시 이벤트’로 개념화한 것들과 도시 지역공동체의 상징적 구성의 두 축을 이루는 지역정체성의 표현 및 지역사회에 대한 소속감 형성 간의 관계를 국내 4개 도시의 사례에 대한 비교를 중심으로 고찰해보았다. 그리하여 수백 년의 역사를 지닌 전통적 도시 축제로서 강릉단오제, 현대사의 비극적 사건에 대한 기념의례로서 광주시의 5·18 기념행사, 역사가 일천한 신도시가 차별화 전략으로 선택한 도시 축제로서 부천시의 국제만화축제, 그리고 국내에서는 드물게 프로스포츠팀이 연고 도시에 잘 정착한 예로서 포항시의 스틸러스 축구단 등 4개의 사례에 대해 검토함으로써 도시 이벤트를 통해 특정 도시의 지역정체성을 표현하는데 어떠한 구성요소들의 결합이 가능한지를 살펴보았다. 각각의 사례들이 지니는 장점과 단점 및 한계점들에 대한 우리의 검토결과는, 각기 자신의 도시가 지닌 특수한 역사적·사회문화적 맥락에 걸맞게 지역정체성을 표현하고 형성해나기를 피하고 있는 전국 각처의 수많은 도시 지역사회들에게 유익한 참고사항을 제공하리라 기대한다.

또한 우리는 도시 이벤트들이 단지 지역정체성을 표현하는 매개체로서의 기능에 그치지 않고 지역주민들이 지역사회에 대해 느끼는 소속감을 함양하여 도시 지역공동체 형성에 적극적으로 기여하는 방향으로 진일보하기 위해 해결해야 할 실천적 과제들을 제시해보았다. 그리하여 적절한 행사의 소재와 형식을 갖추는 일, 지역주민들이 도시 이벤트에 참여함으로써 얻는 긍정적 경험의 지속성을 확보하는 일, 또 도시 이벤트의 기획 및 운영에 관련하여 효율적인 민·관 협력적 거버넌스 구조를 구축하는 일, 아울러 적절한 디자인을 지닌 이벤트 공간을 확보하는 일 등을 해결해야 할 과제로 제시하였다. 여기서 도시 이벤트를 활용한 지역사회에 대한 소속감 함양 문제에 강조점을 두는 주된 이유는, 특히 지방자치제의 실시 이래로 전국 각처에서 무수히 많은 도시 이벤트들이 만들어져왔고, 적어도 그 이벤트들을 기획하여 추진하는 사람들은 거기에 나름대로 관련 지역의 정체성을 담아서 대내외적으로 표현해보고자 많은 노력을 기울여왔던 것이 사실이기 때문이다. 그런 노력에도 불구하고 아직껏 대다수 한국의 도시민들에게는 그러한 도시 이벤트들이

자신이 거주하는 도시 내 근린주구나 전체 도시를 긍정적 동일시의 대상이자 소속감을 느끼는 지역공동체로서의 ‘우리 동네’, ‘우리 도시’의 일로서 함께 참여하여 만들어내고픈 행사로 다가오지는 못하는 실정이라고 보았던 것이다.

다양한 유형의 도시 이벤트들은 그것들이 없다면 자칫 단조롭게 반복되 기만 하고 별다른 재미나 의미심장함도 없다고 느껴질 수도 있는 도시적 일상에 변화와 자극, 재미와 의미를 더해주는 경험의 장들을 제공한다. 그리고 이러한 경험들의 공유는 일상적으로는 사회적 배경에 따라 분화된 삶을 영위하는 도시 지역사회의 구성원들로 하여금 동일한 지역공동체에 속하는 구성원이라는 의식을 형성하고 유지할 수 있게 해주는 중요한 요인이 된다. 우리가 도시 이벤트들이 지닌 사회 통합의 촉매로서의 기능에 주목하는 이유가 바로 여기에 있다. 이렇게 볼 때, 한국의 도시 이벤트들이 그러한 기능을 온전히 수행할 수 있게 되고, 그럼으로써 한국 도시민들이 자신과 사회적 배경을 달리하는 지역사회의 여타 구성원들과 더불어 동일한 도시 지역공동체에 소속하고 있음을 ‘흔쾌한 마음으로’ 경험할 수 있도록 만들기 위한 방안을 모색하는 일에 앞으로 보다 많은 학문적 관심을 기울일 필요가 있다고 생각된다.

참 고 문 헌

- 김기곤, 「문화도시의 구성과 공간정치 연구: 광주, 전주, 부천의 문화도시 조성사업을 중심으로」. 전남대학교 사회학과 박사학위논문, 2008.
- 김남일, 「지역개발전략으로서의 지역축제의 생산구조 및 그 효과에 관한 연구: 강릉단오제를 중심으로」. 단국대학교 지역개발학과 박사학위논문, 2005.
- 류정아, 『축제인류학』. 살림출판사, 2003.
- 민형배, 「5·18 기념공간의 형성과 지역정체성: 1990년대 이후의 과제」. 『한국동북아논총』 제31집, 2004, 285-305쪽.
- 박상윤·장경로, 「프로스포츠 구단의 연고지역에 대한 지역정체성, 주민인식 및 협력의 사와의 관계: 강원 FC 사례 연구」. 『한국스포츠산업·경영학회지』 제14권 4호, 2009, 67-78쪽.
- 원도연, 『도시문화와 도시문화산업전략: 경주, 춘천, 전주의 사례를 중심으로』. 한국학술정보, 2006.
- 원혜영, 「부천에 오면 신선한 문화가 있다: 익명의 도시에서 얼굴 있는 문화도시로 변신」. 『국토: Planning and Policy』 제235권, 2001, 32-38쪽.
- 이경화, 「강릉단오제의 전승 상황 연구」. 관동대학교 국어국문학과 박사학위논문, 2010.
- 이진교, 「도시 축제의 실행과 참여집단: 일본 삿포로 '요사코이 소란 마츠리'의 민속지적 연구」. 서울대학교 인류학과 박사학위논문, 2012.
- 임학순 외, 『부천국제만화축제 브랜드가치 제고 방안 연구』. 한국만화영상진흥원, 2011.
- 정규호, 「도시공동체운동의 전개과정과 거버넌스의 역할 및 과제」. 한국사회기반연구(SSK) 공동학술회의 『도시 지역공동체와 공간 주권』 발표자료집, 2012, 17-31쪽.
- 정미강, 「문화산업클러스터의 장소마케팅 전략 연구: 부천 문화산업진흥지구를 중심으로」. 『문화산업연구』 제10권 2호, 2010, 27-47쪽.
- 최승범, 「도시의 지역마케팅 사업의 성공요건」. 『한국공공관리학보』 제18권 1호, 2004, 81-115쪽.
- 황루시, 「현대의 공동체와 축제의 기능: 강릉단오제를 중심으로」. 『강원민속학』 제22권, 2006, 205-230쪽.
- 황익주, 「현대 도시에서 지역공동체는 어떻게 만들어지는가」. 『공동체는 존재하는가?』 (2011년 한국민속학회 동계학술대회 발표논문집), 2011, 91-106쪽.
- 황익주·김기호, 「프로스포츠 지역연고제와 도시민의 지역정체성: 성남시의 사례 연구」. 『비교문화연구』 제10권 1호, 2004, 105-145쪽.

Cohen, Anthony(ed.), *Belonging: Identity and Social Organisation in British Rural Cultures*. Manchester: Manchester University Press, 1982.

_____, *Symbolic Construction of Community*. Chichester: Ellis Horwood, 1985.

Eames, Edwin & Judith Goode, *Anthropology of the City: An Introduction to Urban Anthropology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc., 1977.

Shilling, Chris & Philip Mellor, "Durkheim, Morality and Modernity: Collective Effervescence, *Homo Duplex* and the Sources of Moral Action." *British Journal of Sociology*, Vol. 49, No. 2, 1998, pp. 193-209.

국 문 요 약

본 연구는 도시에서 벌어지는 각종 행사들 가운데 도시 축제와 기념의례, 스포츠경기 등과 같이 다양한 배경을 지닌 주민들의 사회적 통합을 증진시키는 기능을 가진 행사들을 ‘도시 이벤트’라고 개념화하고, 그를 활용한 지역공동체 형성의 실천적 과제들로는 어떤 것들이 있는지를 논의한다. ‘도시 이벤트’들은 도시 지역사회가 지닌 다양한 상징적 자원들 가운데 특정한 것들을 선택하여 지역정체성을 대내외적으로 표현해내는 역할을 수행한다. 하지만 해당 행사를 통해 단순히 지역정체성을 표현해내는 것만으로는 도시 이벤트가 지역공동체 형성에 성공적으로 활용될 수 없다는 것이 본 연구의 핵심적 문제 제기이다. 도시 이벤트를 통한 지역정체성의 표현은 해당 도시의 주민들이 행사에 직·간접적으로 참여하는 경험을 통해 지역사회에 대한 소속감이 함양되는 경우에만 비로소 도시 지역공동체 형성에 기여하는 요인으로 작용할 수 있기 때문이다.

이러한 문제의식하에서 본 연구는 강릉시의 단오제, 광주 5·18 기념행사, 부천시 국제만화축제, 그리고 포항시의 스틸러스 축구단 등 네 가지 주목할 만한 사례를 선정하여, 이렇게 다양한 유형의 도시 이벤트에서 각기 어떠한 구성요소들의 결합을 통해 해당 도시의 지역정체성이 표현되는지 고찰한다. 이어서 이들 사례를 바탕으로, 주민들의 지역사회에 대한 소속감을 증진시켜 궁극적으로 도시 지역공동체 형성에 기여할 수 있는 도시 이벤트를 만들기 위해 어떤 실천적 과제들이 필요한지 논의한다. 그리하여 본 연구에서는 성공적인 도시 이벤트를 만들어내기 위해서는 적절한 행사의 소재와 형식을 갖추어야 하며, 지역주민들의 긍정적 참여 경험의 지속성을 확보해야 하고, 축제 운영에 관련된 효율적인 민·관 협력적 거버넌스 구조를 구축해야 하며, 도시의 전체적인 공간 구도를 고려하면서 효율적인 이벤트 공간의 디자인을 갖추어야 한다는 점 등을 주요한 실천 과제로서 제시한다.

투고일 2012. 4. 30.

수정일 2012. 5. 10.

게재 확정일 2012. 5. 17.

주제어(keyword) 도시 이벤트(Urban event), 도시 지역공동체(Urban local community), 지역정체성(Local identity), 소속감(Sense of belonging), 도시 축제(Urban festival), 프로스포츠 (Professional sport)