Ⅳ. 강릉단오제의 발전방안

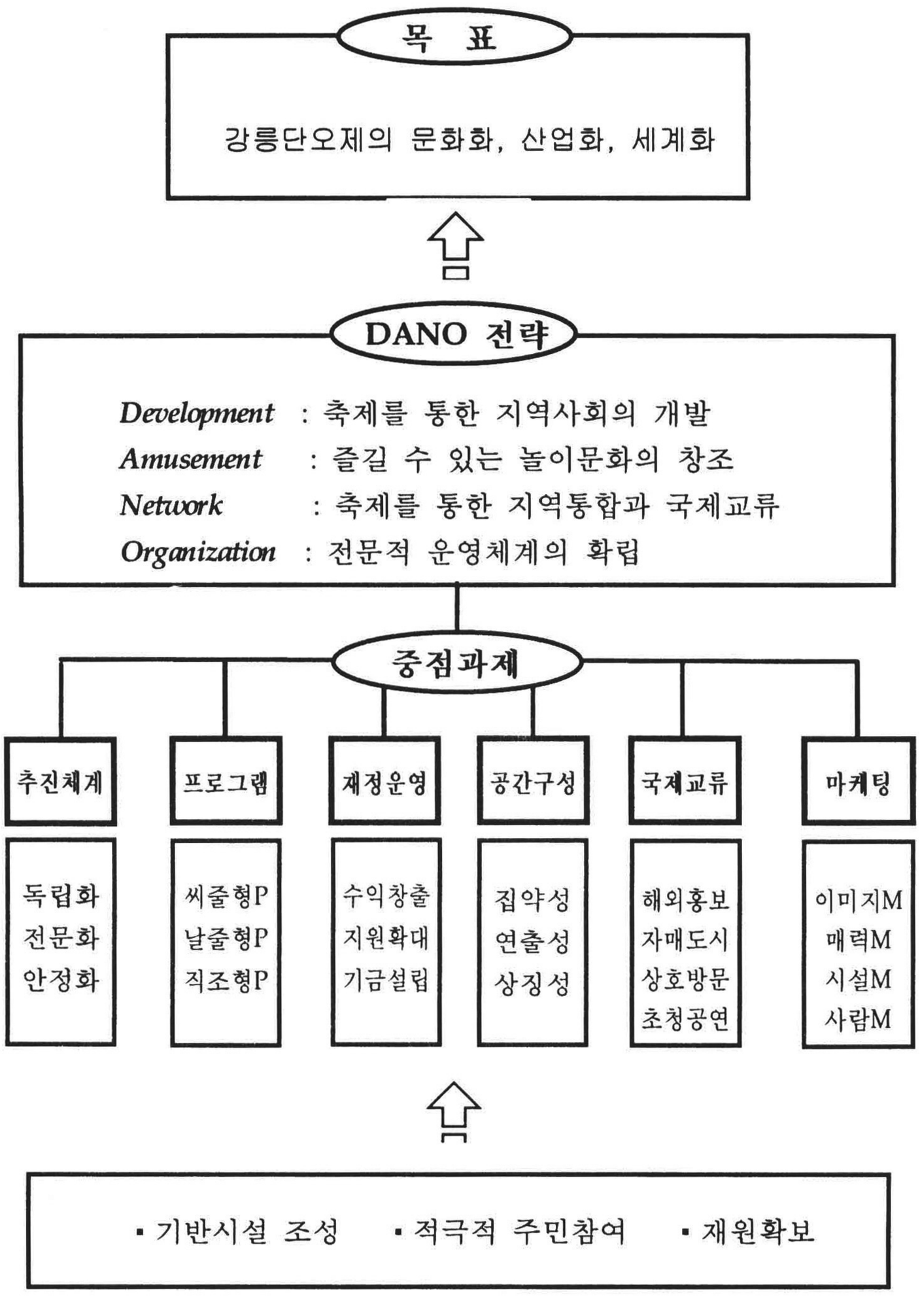
강릉단오제의 전통적 의미를 되살리고, 현대적 요소와 조화를 이루어 새로운 천년에 지역과 우리나라를 대표하는 문화축제로 자리매김하기 위해서는 합리적인 전략을 마련하고 체계적으로 실천하는 노력이 필요하다

본 연구에서는 강릉단오제를 문화화, 산업화하고 또 세계화시키기 위한 전략으로서 'DANO 전략'을 제시하고자 한다. DANO 전략이란 단오제를 통해 지역사회를 개발하고(Development), 주민들이 마음껏 즐길 수 있는 단오제를 만들고(Amusement), 단오제를 통해 다른 지자체와 다른 나라와 교류하며(Network), 단오제를 전문적으로 운영할 수 있는 주체를 세우는 (Organization) 것이다.

결국 단오제를 통해 지역사회도 개발하고, 흥(興)을 느낄 수 있으며, 다른 지역과 통할 수 있다는 점에서 단오제는 강릉의 문화적 저수지라고 할 수 있다. 이 문화의 저수지에 새로운 물이 들어와 저수지에 물이 고이고, 이것을 이용해서 더 많은 농작물을 거두고, 이 물이 또다시 흘러서 더 큰 저수지를 이루는 것과 같이 문화적 저수지는 새로운 물이 유입되면서 더욱 맑고 깊어진다. 따라서 DANO 전략은 강릉의 문화적 역량을 극대화하고 이를 활용한다는 점에서 문화자본 축적전략이라고 할 수 있다.

그 내용을 살펴보면 먼저 단오제 행사추진체계를 정비·개편하여 새로운 방식의 축제를 지속적으로 개최함으로써 단오제에 활력을 불어넣는 것이 중요하다. 둘째, 단오 프로그램에 대한 재검토를 통해서 각각의 프로그램에 대한 주체를 분명히하고 참여자들을 확대함으로써 단오제를 명실상부한 지역주민 전체의 축제로 만들어야 한다. 셋째, 단오제 추진위원회를 통해 단오제의 재정을 가시화하고 추진위원회가 장기발전계획을 수립하고 추진할 수 있도록 지역주민이 참여하여 단오제 재정을 확충해야 한다. 넷째, 단오제의 공간적 재구성을 통해 단오제의 영역을 확산시키고, 주변지역의 관광자원과도 결합해야 한다. 다섯째, 단오제를 전국화, 국제화시키기 위해 전국에 있는 유사축제와 세계의 유사지역과 교류를 확대해야 한다. 마지막으로 단오제에 대한 홍보를 전국적, 시기적으로 확장하고 단오제를 지역문화상품화하기 위한 마케팅 전략을 세워야 한다 등이다.

<그림 Ⅳ-1> 강릉단오제의 기본추진전략



1. 강릉단오제의 연출

전통문화축제로서의 단오제는 강릉의 고대의 전통을 계승하고 지역과 개인의 복을 비는 무속과 세시풍속의 장이라는 본래의 기능뿐만 아니라 나아가 지역을 대표하는 문화상품으로서 역할을 수행하여야 한다.

강릉의 단오제가 이러한 역할을 제대로 수행하기 위해서는 우선 지역민 스스로가 단오제를 통해 즐거움을 얻을 수 있어야 하며, 이와 더불어 단오제를 방문한 이들에게 뭔가를 보여줄 수 있어야 하고, 단오제에 참여한 모든 이들이 이러한 체험을 공유할 수 있어야 한다. 근대 이전의 사회문화적 환경에 기반을 둔 무속과 세시풍속의 장이라는 단오제가 사회문화적 환경이 변화된 현대와 향후 사회에서 지속적으로 보존되고, 그 기능을 다하기 위해서는 지역주민들이 축제의 참관객이 아니라, 능동적인 참여자로서 체험을 공유하여야 하기 때문이다. 또한 지역주민들 뿐 아니라 축제의 모든 참가자들이 단오제를 통해 축제성을 느낄 수 있도록 하여야 하며, 단오제를 방문한 관람객들의 구전효과는 단오제의 전국화 및 산업화에 핵심요인이 되기 때문이다.

이러한 측면에서 볼 때 강릉단오제의 기획은 강릉이라는 커다란 무대를 배경으로 단오라는 좋은 주제를 가지고 펼쳐지는 한편의 드라마처럼 이루어져야 한다. 단오라는 우리의 세시풍속을 내용으로 서로가 즐길 수 있는 꺼리를 만들고, 서로가 만나서 어울릴 수 있는 한마당의 공간을 연출할 수 있어야 한다는 것이다.

1) 프로그램의 재구성

강릉 단오만의 독특하고 고유한 이미지를 부각시키고 보다 많은 즐거움을 제공하기 위해서는 기존의 행사들을 과감히 정리·폐지하고 관람객의 참여를 유도할 수 있는 새로운 행사가 적극적으로 개발되어야 할 것이다. 또한 전체행사를 주제별·성격별로 구분하여 구성하는 것이 바람직할 것이다.

현재 강릉단오제는 많은 프로그램을 가지고 있으면서도, 각 행사들이 개별적으로 분리, 개최되어 중심행사의 개념이 없다. 즉, 지역 주민들 뿐 아니라 외부

관광객들에게 매력을 주어 강릉단오제를 발전시키기 위해서는 강릉단오제의 주제성과 이미지를 부각시켜야 하며, 이런 주제와 이미지를 구현한 중심행사를 발전시켜야 한다.

중심행사는 강릉단오제의 이미지와 조화되어야 하며, 사람들을 흡인할 수 있는 매력과 함께 어울릴 수 있는 축제성을 가지도록 하여야 한다. 중심행사가 열리는 시간은 가능한한 다른 행사들을 자제하고 사람들을 중심행사를 유인할 수 있도록 하여야 하며, 이런 중심행사를 중심으로 관광프로그램을 개발하여 판매하여야 한다. 또한 이러한 중심행사는 첫째는 행사기간중 관람객이 가장 많이 몰리는 일자를 고려하며, 행사기간중 각 일자별로도 중심행사의 개념이 필요하다. 현재 동일 공간에서 동시 다발적으로 계속되는 행사는 매시간대별로 다른 관람객들에게 관람의 편의를 제공할 수 있지만, 체계적인 관광객 유인과 관광프로그램 판매를 위해서는 이러한 프로그램 편성방식은 아무래도 문제가 있다.

행사기간동안 축제관람객들이 모여 강릉단오제의 정수를 느끼고, 일체감을 느끼도록 하며, 이러한 체험을 가지고 각 소규모 행사와 투어를 하도록 하고, 처음-중간-끝 사이에서 축제성을 가질 수 있도록 하여야 한다. 즉, 축제라는 것이 일상에서의 일탈이라고 할 때, 성황을 초빙하여 일상에서 전 주민이 일탈하고 축제의 마당으로 들어가는 행사를 대규모로 하듯이 축제의 마지막에서도 전 주민들이 일상으로 돌아가는 한마당의 행사가 필요하다. 이런 과정은 상징성 뿐 아니라 전 주민의 공동체성을 고취시키고, 축제에 포인트를 주어 사람들을 흡인하고 모으는 역할을 하도록 한다.

이러한 관점에서 강릉단오제의 행사를 지정문화행사에 기반을 둔 '씨줄형의 주제프로그램'과 전통과 민속을 재현하는 '날줄형 연계프로그램', 그리고 앞선 둘의 형태를 혼합하여 전통과 현대의 조화를 추구하는 '직조형 연합프로그램'으로 구분하여 구성할 것을 제안한다. 세 가지 유형의 프로그램은 단오제의 정체성을 살리고 단오제의 발전을 위해서 모두 필요하며, 이러한 행사들에 대한 주체를 분명히 하고 참신한 아이디어를 살려서 생생한 프로그램으로 만들고자 하는 노력이 필요하다.

(1) 씨줄형 주제프로그램

단오제의 지정문화행사를 중심으로 하여, 단오제의 정체성을 살릴 수 있는 프로그램을 집중적으로 구성한다. 씨줄형 프로그램은 과거 역사를 현재에 그로 이어내고자 하는 시도로 만들어지며, 단오제가 열리는 동안 지속되어온 행사이다. 따라서 이러한 행사들은 지역의 역사적 전통과 문화적 풍속에 기반을 두고 있다. 여기서는 크게 제례를 통한 새로운 신화창조와 행차재현을 통한 장소의 의미재현 모색과정을 보기로 한다.

① 제례를 통한 새로운 신화 창조

강릉단오제에서는 많은 집단적인 제례가 행해진다. 종래의 제례는 소수의 노년층이나 보수적인 성격을 가진 일부에 의해 진행되는 사라진 것들에 대한 제사형식을 띠고 있었던 것이 사실이다. 따라서 제례가 역사적 뿌리를 찾고자 하는 사람들의 집단적 의례이고 제례를 통한 집단적 결속이 이루어지는 과정이라고 했을 때, 과거의 의미를 살리되, 과감하게 현대적으로 새로운 형식의 내용을 창조하는 것이 필요하다.

우선, 대관령산신제, 국사성황제, 성산·학산성황제, 여성황사봉안제, 강문성황제, 영신제, 조전제, 송신제 등으로 관람객들이 제관 및 소지를 올리는 등의 형태로 참여할 수 있도록 한다. 이러한 프로그램은 준비하는 주체는 분명한데 관람객들은 임의적으로 참여하게 되는 특성이 있다. 따라서, 준비하는 주체들이 프로그램을 기획하는 단계에서부터 전통에 대한 교육적 효과를 얻기 위해서 지역주민들, 특히 학교나 사회교육 시설 등과 연계하여 관람객들 확보하여 교육 프로그램적 성격을 살리면서 진행하는 것이 바람직하다.

대관령 산신제는 강릉지역의 풍수지리적인 특성을 학습하는 장이 되어야 하고 그 특성상 강릉이 어떤 장점을 가지고 있는가를 알 수 있는 계기가 된다면, 참여자들이 훨씬 더 이 행사와 지역에 대한 애착을 갖게 될 것이다. 성황제 또한 민간신앙으로서 전승되어온 의미 등을 설명하고 현대의 사람에게도 작은 마을 단위로 살고 있는 삶의 터전의 지켜주는 신적인 존재에 대한 믿음이 얼마나 삶을 풍부하게 할 수 있는지를 경험할 수 있는 계기가 되어야 할 것이다.

또한, 우리나라 사람들의 구복적 성격을 아직까지도 지속되고 있는 것을 이용

하여, 예를 들면, “여성황산봉안제에서 기원을 드리면 시험에 합격한다더라”, “대관령 산신제에서 기원을 드리면 집안이 흥한다더라”라는 식으로 새로운 신화적 요소를 창조해내면서 참여를 유도하는 것은 좋은 방법이 될 것이다.

② 행차를 통한 장소 의미 재현

특정한 공간을 특정한 시간대에 행렬을 지어 통과한다는 것은 그 공간과 시간에 스며 있는 과거의 의미를 살려내고 그 공간에 새로운 의미를 불어넣는 과정이다. 왕조시대에 왕은 자신의 민중들을 포섭해내기 위해 지역을 순시했고, 왕이 밥을 먹고 잠을 자고 민중을 만났던 장소들은 새로운 의미를 부여받았다. 누군가가 거쳐간 “자리”는 그 사람에 대한 기억을 그 장소에 축적시켜나가는 과정이다. 따라서 행렬을 지어 지나가는 행차의 과정은 무의미한 통과가 아닌 ‘의미 있는 장소 만들기’의 과정이다.

강릉단오제에서는 국사성황신의 행차를 의례로 만든 프로그램이 있다. 구정면 학산리 범일국사 탄생지로부터 강릉시내로 출발하는 국사성황신 행차를 재현함으로써 축제의 분위기를 조성하고 행렬을 통해 많은 사람들이 참여할 수 있도록 한다. 행차형 민속행사는 다른 지역 축제에서도 많이 등장한다. 대부분이 전통의상 경연대회를 방불케 하는 지루한 행렬이 되기 십상이다. 따라서 행차 재현은 철저한 고증이 선행되어야 한다. 재현하는 인물, 재현하는 장소의 의미에 대한 충분한 선전을 하고, 그것을 재현할 수 있는 다양한 방법을 개발하는 것이 선행되어야 한다. 그렇지 않으면, 일회적으로 나열된 행렬로 그치기 쉽기 때문이다. 그리고, 행차와 극적 효과를 결합하여, 행차 중에 특정한 장소에서 장소의 의미를 재현하는 과정과 결합해야 한다. 그리고 프로그램과 군중이 집결할 수 있는 장소를 고도로 조직화하여 그 지역의 사람들로 하여금 자기 지역의 역사적 의미를 발견해낼 수 있는 기회를 만들어야 한다.

이러한 의미에서 볼 때 괫대를 앞세우고 길놀이식 축제를 벌이는 것도 고려해 볼 수 있다. 괫대는 화대라고도 하는데 관에서 만들어진 하나의 신체로서 예전에는 탈놀이를 하는 관노들과 구경꾼들이 괫대를 앞세우고 대성황사, 약국성황, 소성황, 성내의 시장, 전세, 사창등을 돌아 여성황사에 올때까지 놀이를 벌였다고 전해지고 있다는 점에서 괫대와 관노가면극패, 그리고 기타 놀이 패를 꾸며

길놀이를 하고 정해진 장소에서 놀이판을 여는 것은 충분히 가능할 것으로 보여지며, 이러한 길놀이를 통해서, 강릉시의 일부에서만 이루어지고 있는 행사의 분위기를 시 전체에 전달할 수 있을 것임을 물론이거니와, 시내의 곳곳에 숨겨져 있는 문화유적지의 의미를 부각시키고, 지역민 들을 축제에 동참할 수 있도록 할 수 있을 것이다.

외지 관광객들을 끌어들일 수 있는 프로그램으로서 중요한 것이 체험 프로그램 이외에도 이벤트적인 볼거리이다. 다른 지역에서는 볼 수 없는 이벤트적인 볼거리, 격의없이 축제분위기에 흡인되어 외지 관광객들도 스스럼 없이 축제속으로 빠져들어갈 수 있는 프로그램이 중요한데, 이러한 측면에서 길놀이는 중요한 프로그램이다. 또한 길놀이는 강릉시 전역을 축제공간화하고, 보다 많은 주민들을 축제속으로 끌어들일 수 있는 프로그램이 된다.

(2) 날줄형 연계프로그램

날줄형 프로그램에서는 기존의 전통적인 내용을 프로그램으로 만들되, 동시대인의 광범한 참여를 통해 동시대인들을 날줄로 묶어내는 효과를 발휘하는 과정이 되어야 한다. 따라서, 행사의 일회성을 극복하고 전통에 대한 동시대의 향유자들을 확보해 내어 대중화에 공헌해야 한다.

강릉지역의 문화적 전통과 민속 설화를 바탕으로 하여 강릉을 소개하고 단오의 의미와 유래를 되새길 수 있는 내용을 중심으로 구성하고 관객들에게 즐거움을 제공함으로써 축제의 분위기를 고취시킨다.

① 각종 민속놀이 연수생제 도입

강릉단오제에서는 많은 민속놀이들이 공연되고 있다. 그런데 매우 전문성이 있고 다른 곳에서 찾아보기 힘들며 보통 때에는 보기 어려운 희귀한 공연도 많이 있다. 그런데 그러한 공연들이 사전에 관람객들에게 충분한 설명과정을 거치지 않고 즉흥적으로 공연되기 때문에 그 의미가 충분히 전달되지 않는 면이 있다. 따라서 민속놀이 공연의 즉흥성을 지양하고 연습에서 공연과정까지를 경험할 수 있는 기회를 관중들에게 주는 것이 필요할 것이다. 이러한 사전과정과 당일의 즉흥적인 관객확보가 병행된다면, 민속놀이 공연의 효과가 크게 나타날

것이다.

단오제에는 무당굿놀이, 강릉농악놀이, 학산오독떼기 민요경창, 사물놀이, 그네, 씨름, 궁도, 투호, 줄다리기, 장기대회 등의 행사가 있는데, 현재 관객들은 관람 형태로 참여하거나 지역주민과 당일 참가자를 대상을 신청을 받아 각종 대회에 직접 참여할 수 있도록 유도하고 있다.

이러한 놀이의 경우 기존 방법보다는 단오제를 기점으로 하여 사전에 '연수생 모집'등을 실시하는 것이 효과적이다. 단오제까지 무료 강습을 하고 단오제때 수료하면서 발표하는 방식으로 대중들을 모으는 것은 좋은 방법중의 하나일 것이다. 농악이나 민요, 사물놀이 등은 흥미는 있으나 배울 기회가 없는 사람들이 많을 것으로 예상된다. 따라서 아파트 주부모임 등을 통해서 주부 대상 강습이나, 어린이 대상의 강습을 제안하고 회원을 모집하여 강습을 실시하여, 공연도 하고 나중에 후원회원도 확보하는 것은 좋은 방법이다.

② 해설이 있는 공연으로의 전환

현재 강릉단오제에서는 각종 국악, 연극, 민요 경창, 중요무형문화재공연 등이 이루어지고 있다. 그런데 이러한 공연들이 지역민들에게 좀더 쉽고 친절하게 다가갈 수 있는 방법을 모색하는 것이 요구된다. 예를 들면 「예술의전당」 등에서 행해지고 있는 '청소년을 위한 해설이 있는 ○○ 음악회' 가 청소년들은 물론 다른 계층들에게도 선풍적인 인기를 끌고 있는 것을 참조할 필요가 있다. 즉 같은 공연을 하더라도 지역주민들에게 프로그램에 대한 정보를 충분히 주고 향수의 질을 한 단계 높일 수 있는 장을 만들어주는 것이 필요하다. 예를 들어 '팔도민요 따라가기'등을 통해 각 지방마다 가장 특징적인 민요를 선정하여 공연하고 해설하는 방식을 도입하는 것도 좋은 방법이 될 것이다. 물론 이 프로그램도 전문가가 기획하여 도내에 있는 단체를 이용하든지, 다른 지역의 단체를 초청하든지 하여 관람객들에게 해설이 있는 민요공연을 통하여 민요에 대한 학습할 기회를 주고 흥미를 유발하며, 그 가운데에서 강릉 민요의 특색을 비교하고 확인할 수 있는 기회를 주는 것이 필요하다.

또한 공연은 단오제마다 특색 있는 주제를 부각시켜 흥미를 유발할 수 있어야 한다. 지역극단만으로는 주민들의 흥미를 끌 수 없다면 과도기적으로 중앙의 극

단을 초청하여 합동공연을 하거나, 가능하다면 공동제작 시스템을 일시적으로 시도할 수도 있다. 그리고 외국의 민속 공연단 등을 초청하여 낮은 수준이나마 국제교류를 통해 지역주민들에게도 새로운 경험을 제공하고 극단간 교류의 기회도 제공할 필요도 있다. 다만, 유명한 중앙이나 외국문화단체 초청은 지역주민의 문화향수수준을 높이는데 기여할 뿐만 아니라 지역 내에 있는 문화단체의 창조력을 높일 수 있는 대안으로 존재해야 할 것이다. 이러한 관점을 유지하지 않는다면 지역문화는 계속해서 외부에 의존적이고 종속되는 경향으로 갈 수 있기 때문이다.

(3) 직조형 연합프로그램

전통과 민속을 바탕으로 한 씨줄과 날줄 프로그램을 연합한 새로운 프로그램을 개발하여 교육적인 효과를 증대시키고, 아울러 전통과 현대의 문화가 혼재하는 흥겨움의 한마당을 연출함으로써 모든 사람이 즐길 수 있는 축제를 만든다. 직조형 프로그램에서 가장 중요한 것은 단지 일시적인 프로그램의 기계적인 조합으로 끝나는 것이 아니라 반드시 전통을 계승하는 집단과 현대적인 예술을 지향하는 주체들간의 인적교류를 기반으로 해야 하고 그러한 성과가 지속적으로 지역 내에 축적되어야 한다는 것이다. 즉, 직조형 프로그램은 지역문화의 창조성에 활기를 불러일으킬 주체들, 조직들을 구성해가는 과정이 되어야 한다는 것이다.

① 지역사 연구와 지역사 극화의 결합

범일국사는 강릉의 상징적 인물로 강릉 지역민들에게 그의 생애와 그것을 통한 단오제의 의미를 다시 확인하는 계기가 될 수 있도록 극화하는 것이 필요하다. 범일국사 탄생부터 국사칭호까지 설화의 연극적 연출을 통해 새로운 볼거리를 창조하여, 참여하는 관람객이 단오제의 유래를 이해하고 단오의 위상을 높이는데 도움을 줄 수 있도록 한다.

이 프로그램은 강릉지역에서 활동하는 향토사연구회 등의 연구단체나 학교의 지역답사동아리 등과 제휴하여 본격적인 연구활동을 하고, 지역내의 전문극단과 제휴하여 극적 구성을 하여서 지역사 연구와 지역사를 테마로 한 연극의 창조과

정이 동시에 이루어져야 할 것이다. 이렇게 될 경우 이 프로그램이 일회적으로 끝나지 않고, 준비단체를 분명하게 새로 만들어내고, 그들의 사업으로 만들어서 그들 나름대로의 연구성과와 연극적 경험을 이어나갈 수 있도록 해야 할 것이다. 만약 전문적인 극단이 없거나 혹은 의사가 없을 경우, 의지가 있는 아마추어 극단 등을 발굴하여 재정적, 기술적 지원을 하는 것이 바람직하다. 그를 통해 단체를 지원하는 것은 지역문화를 풍부하게 할 작은 규모의 구성부분을 만들어내는 계기가 될 것이다.

② 방송사와 제휴하여 지역사 다큐멘타리 제작

방송프로그램은 크게 두 가지 효과를 가지고 있다. 하나는 주제가 갖는 본래의 의미를 광범위한 대중이 알 수 있는 기회가 된다는 것이고, 다른 하나는 그 자체로 홍보의 효과를 갖는다는 점이다.

국사성황신 강신에서 송신까지 이르는 파노라마식 프로그램을 연출하거나 영상프로그램을 제작하여 단오제의 의미를 되새기고, 축제를 통한 교육적 효과를 달성할 수 있도록 한다. 이것은 단오제가 열리기 전에 지역방송국이나 중앙방송국과 제휴하여 역사 다큐멘타리 형식으로 제작하여 방송을 통해 단오제 전에 내보내는 것이 좋을 것이다. 이것은 단오제에 대해 단지 놀이 정도로 인식하던 지역주민들에게 지역사를 깊이 알려줄 수 있음은 물론 단오제의 역사와 역사적 인물에 대한 흥미를 유발할 수 있고, 이 행사가 실제행사가 되었을 때 참여를 유발할 수 있다. 또한 전국을 대상으로 방송이 된다면 단오제로의 외지인 유입도 가능할 수 있다.

③ 전통과 현대가 조화된 퓨전 프로그램 제작

전통문화와 현대문화의 혼합형 프로그램 개발 차원에서 강릉농악과 록페스티벌 개최, 단오무당춤과 현대무용을 접맥시킨 공연, 윷놀이와 전자게임 등 프로그램 개발 등도 가능할 것으로 보인다. 이것은 먼저 지역에서 활동하고 있는 자생적인 문화공연단체에 대한 면밀한 조사가 선행되어야 한다. 대부분 그들은 중앙과의 연대를 모색하고 세계의 다른 지역의 동종 단체들과 연대할 계획은 가지고 있지만 지역내의 다른 문화단체들과의 인적교제가 아니라 문화적으로 연대하려

는 노력은 별로 하지 않고 있는 것이 사실이다. 이들의 시선을 내부로 돌리게 하고 스스로 연대하여 낮은 수준에서라도 지역 내에서 새로운 창조적인 공동작품을 만들어낼 수 있는 기회를 조성하는 것이 중요하다. 따라서 지역 내에 있는 학교의 문화 동아리나, 언더그라운드 음악단체들이 있다면 그들을 연결하여 지역의 특수한 상황을 소재로 하고 역량을 한 단계 높일 수 있는 연대를 제안하는 것이 필요하다.

이것은 전통문화를 계승하고 있는 주체나, 현대적인 문화를 만들어내려고 하는 주체들에게나 모두 좋은 계기가 될 것이다. 전통문화를 계승하는 주체들에게는 전통을 계승하는 방식이 단지 같은 것을 반복하는데 있는 것이 아니라 이질적인 것 속에서 부분으로 계승되거나 다른 방식으로 변용되어 계승될 수도 있다는 경험이 될 것이고, 현대적인 문화를 창조하려는 주체들에게는 그들이 창조해내려는 새로움의 근원이 결국은 자신들의 뿌리 안에 있음을 알 수 있는 계기가 될 것이다. 따라서 단지 장르를 어설프게 혼합하는 것이 아니라 인적교류, 세대간 접촉을 통해서 진정으로 섞이는 퓨전 장르를 지역 내에서 창출해내는 것은 매우 좋은 시도가 될 것이다.

④ 젊은 난장판 공연

젊은 층의 참여와 관심을 높이기 위해 젊은 층이 선호하는 음악 콘서트 등을 유치하거나, 댄스경연대회 등을 신설하는 것도 가능하며, 대학 동아리 등을 중심으로 스스로 작은 이벤트를 마련할 수 있는 기회를 제공한다. TV 등을 통해서 이제는 댄스나 노래가 전국적일 뿐만 아니라 세계적인 배급망을 타고 전해지고 있다. 따라서 초등학교 학생부터 대학생 혹은 그 이상에 이르기까지 자발적인 모임을 만들어서 댄스 그룹이나 음악 그룹 등을 만들어서 활동하고 있다. 그러나 이들 역시 중앙을 의식하고 비슷한 단체들과 TV를 통해 공감을 확보하기는 하지만 지역 내에서 실제적으로 접촉하는 것은 활성화되어 있지 않다. 따라서 단오제를 기점으로 그야말로 열린 공간에서 출연자들을 모집하고, 자유롭게 공연할 장을 마련해준다면 산발적으로 존재하는 지역내의 작은 그룹들의 자발성을 높이는데 매우 큰 역할을 할 것이다.

또한 강릉단오제가 젊은 층들을 대상으로 한 프로그램을 통해서 전통적인 프

로그램만을 공연하는 것이 아니라 젊은이들이 만들어 가는 젊은 공간으로 만들 수 있는 기회가 될 것이다.

⑤ 단오각시 · 단오총각 체험

기존에 단오제를 즈음하여 이루어지던 민속행사와 풍속들 즉, 창포 삶은 물에 머리감기, 단오 날 오시에 익모초와 쑥 뜯기, 대추나무 시집보내기, 한복입고 그네뛰기, 창포뿌리로 비녀 만들기 등의 풍속들을 재현함으로써 전통단오의 의미를 되새기고, 동시에 지역 주민들이 참여할 수 있는 기회를 제공한다.

이 프로그램은 과거의 단오의 관습을 잘 알고 있는 노년층과 전혀 과거의 전통을 알고 있지 못한 젊은 층의 양쪽 연령층을 대상으로 한 프로그램이 되어야 한다. 가족적인 유대가 튼튼했던 시기에는 이러한 과거의 전통이 가족 내에서 전승될 수 있었지만, 현재처럼 가족 내에서 세대간 단절이 심한 시대에는 그것이 불가능해졌다. 따라서 단오제라는 축제기간을 활용하여, 지역에서 공적 공간에서 일상사적인 관습의 재현과 체험을 할 수 있는 기회를 제공하는 것은 좋은 프로그램이 될 것이다. 즉, 지역의 양로원 중심으로 '단오 할매'와 '단오 할배'를 선정하고 그들이 나름대로 집단적인 토의를 거치고, 기획자가 들어가서 함께 단오풍습재편 프로그램을 만들고, 단오풍습 경험할 대학생들이나 고등학생, 중학생들, 혹은 가족단위로 신청을 받아서 '단오 할매'와 '단오 할배'가 설명을 하면서 몇 시간 정도 프로그램을 채워나가는 방식을 도입한다면 좋을 것이다. 왜 이런 풍습이 존재했는가에 대한 풍부한 설명과 재미있는 유래들을 발굴하여 종합하여 프로그램을 만들어나간다면 충분히 흥미를 끌 수 있고 훌륭한 교육프로그램이 될 것이다. 그리고 공적 공간 내에서 세대간의 대화의 공간도 창출될 수 있는 장점도 있고, 노인들이 자원봉사의 의미를 알고 보람도 느끼게 될 것이다. 가르치는 노인과 배우는 젊은이가 '일일가족'이 되어 경험을 공유하다가, 이후에도 관계를 지속할 수 가능성도 있기 때문에 많은 장점을 가지고 있다.

⑥ 단오유적 답사 기행

단오관련 유적답사프로그램을 제공한다. 그 예로 칠사당 신주빚기⇒학산 굴산사지⇒석천⇒대관령국사성황사⇒산신각⇒대관령옛길⇒구산성황사⇒홍제동 여성

황사⇒단오상설공연장으로 이어지는 단오체험 기행코스를 내실 있게 기획한다.

유적답사 프로그램에도 가장 중요한 것은 전문적인 지식을 갖춘 안내원을 확보하는 것이다. 향토사 연구회나 지역사 연구 동아리들을 활용하고, 대학사학교수나 중고등학교 역사교사모임을 활용할 필요가 있다. 지역마다 지역사학과 교수협의회나, 기타 중고등학교 역사교사모임은 있으니까 그들과 제휴하여 프로그램을 기획하면, 그들이 이미 학생들을 확보하고 있고, 학생들을 통하여 학부모를 참여시킬 수도 있기 때문에 기존 조직에 제안하여 이용하고 자발적으로 프로그램을 만들어가게 하는 것이 중요하다. 안내교사들을 선정하고 그들이 모임을 통해서 내용을 결정하고 기간조직들을 통해 홍보한다면, 무작위적인 대중들을 대상으로 하여 시행하는 것 보다 훨씬 조직적으로 안정된 참여자들을 확보할 수 있을 것이다.

⑦ 관노가면극 계승자 모집

현재 우리 전통문화 계승 방법에는 기본적인 문제점이 있다. 그것은 소수의 특수한 사람들을 통해서만 계승된다는 것이다. 즉 대중들은 언제나 관객으로 머물고 특수한 재능을 가지고 특별한 교육을 받는 등의 과정을 통하여 단지 소수의 사람만이 인간문화재가 되는 방식으로 계승되는 것은 결국은 원하는 사람이 없을 경우에 전통의 대가 완전히 끊기게 될 위험성을 가지고 있다. 따라서 전문가들은 언제나 전문가를 육성하는 과정과 대중적인 확산을 이루어내는 방법을 병행하여 나가야 한다. 강릉에서 특히 중요한 문화재인 관노가면극은 강릉 지역주민들 사이에서 만이라도 대중적인 확산을 모색할 필요가 있다. 즉 단오제를 기점으로 하여 관노가면극 계승자를 모집하여 전문가들과 직접 교류하며 대중적인 계승자와 애호가들을 만들어 나가야 한다. 물론 이들은 아마추어이겠지만, 한번 경험을 한 사람들은 이후에도 관노가면극에 지속적으로 관심을 가지고 애호가로 남을 것이다.

단오제 공연에는 아마추어 공연과 전문가 공연 시간을 함께 결합하여 관중들이 관노가면극에 대한 친근한 감정과 아울러 전문가들을 위한 지원에 대한 필요성을 함께 느끼게 되는 계기를 만드는 것도 중요하다.

강릉단오제의 중요한 프로그램인 「관노가면극」은 무언극이므로 관노가면극

에 대해서 사전 지식이 없는 외지인들이나 학생들은 정확한 의미를 알기 어렵다. 그리고 관노가면극을 각기 다른 단체에서 공연하는데, 이에 대한 차이를 실제로 정확히 느끼기는 어렵다. 이러한 점들을 고려하여 「관노가면극」에 대한 해설이 있는 공연을 하며, 각 단체간의 비교를 통하여 차이점을 느껴 보는 것도 좋을 것이다. 또한 이와 연계하여 관람객들을 대상으로 관노체험 등의 프로그램을 시행해 보는 것도 좋을 것 같다. 즉, 단순히 관노가면극을 배우는 것에서 벗어나 관노의 생활을 체험해 보고, 이런 관노의 체험에서 가면극이 어떻게 생성되고 표현되는 지를 체험프로그램으로 개발할 수 있을 것이다.

2) 단오제의 공간적 재구성

(1) 강릉 단오제 공간활용 개선 대안

< 대안 1 >: 축제의 도심 문화, 역사, 사회 중심지로의 도입을 통한 역사성과 정체성 강화

첫째, 기존의 단오장 사용 공간은 역사와 인지도가 이미 변경하기에 무리가 있으므로 유지하되, 타 행사들에 의한 정체성 및 혼잡도 문제를 해결하기 위해 적절하다고 보이는 도심 공간으로의 타 행사 이전을 고려한다는 것이다.

둘째, 전통문화 및 민속행사, 공연행사 등은 강릉단오제 때 그동안 소외되어 온 도심 공간 중에서 이미 활용도 및 인지도가 높은 공간을 이용하여 문화적이고 역사적인 공간들을 재활용하는 기회로 삼는다. 예를 들어 문화의 거리 및 칠사당, 객사문, 관음사 등 혹은 강릉시청 등 지역 주민들에게 상징적 · 역사적 · 문화적 의미를 갖는 공간의 적극적인 활용을 유도한다는 것이다.

셋째, 영신제 및 서낭행사 등 지역 주민과 방문객의 집중이 예상되는 중심 거리 행사는 도심의 적극적 이용을 통하여 행사가 더욱 주민과 주민들의 공간에 가까이 할 수 있도록 유도한다.

이 대안을 채택할 경우 예상될 수 있는 것은, 우선 단오장의 경우에는 역사성

과 지역 주민 및 방문객 인지도를 고려하여 기존의 '단오장' 공간을 그대로 이용하는 것이다.

거리 행사에서 대관령 국사여 서낭당에서 출발하는 영신제와 국사 서낭 행사는 서낭당→칠사당→강릉시청→문화의 거리→단오장으로 이동하도록 하여, 강릉의 중심적인 행정공간 및 역사 문화 공간이 한데 행사를 통해 어우를 수 있도록 한다.

또한, 경연대회 등과 같은 각종 민속행사 일부와 체육대회, 경축행사와 난장은 기존의 단오장 공간을 적극적으로 이용하게 된다.

그리고 주요 무형 문화재 초청행사는 강릉 도심의 문화 ,역사 공간인 칠사당, 객사문, 및 관음사의 전통 공간을 이용하게 된다. 이외의 민속행사와 민속단 초청 공연 등은 기존의 '문화의 거리'를 홍보 및 발전시키기 위해 당 장소를 이용하게 된다.

이 대안의 장점으로는 시내의 도심 공간을 이용함으로서 시민의 축제로서 자부심과 명분을 살릴 수 있으며, 특히 전통 공간의 이용을 통해 전통 놀이 및 공연이 장소적 의미를 갖게 할 수 있다. 함께 기존 단오장의 혼잡을 덜어 줄 수 있다.

반면 단점으로는 공간이 3부분으로 나뉘면서, 시청 권역, 문화의 거리, 단오장으로 압축 분리되어 이루어지지만, 행사의 통제에서 어려움이 있고, 행사가 분리되는 단점이 있고, 교통, 소음 및 안전 문제가 발생할 가능성이 있어 전반적인 홍보와 시민 의견의 조율이 절대적으로 필요하다.

< 대안 2 > 단오장 중심 공간 유지 및 행사 배경이 되는 남산공원 및 공설운동장의 적극적 활용

첫째, 기존 단오장 공간 이용을 대부분 수용하여 단오장 자체의 정체성 유지하되, 단오장의 특성이 분명한 행사 위주로 단오장 공간을 이용한다. 예를 들어 단오장, 민속행사, 거리 행렬 등은 기존공간을 활용할 수 있다.

둘째, 기존 단오장과 인접한 남산공원 및 공설 운동장을 활용하여 불필요한 방문객 및 참여객의 공간적 이동을 지양함과 동시에 기존의 단오장 공간의 혼잡도를 완화한다.

셋째, 인접 남산공원의 자연적 행사 배경 지형지물로서의 이용을 통하여 공간적으로 짜임새 있는 행사를 유도한다는 것이다.

이 대안의 성격은 우선, 단오장 및 기존의 일부 민속행사와 경축행사는 기존 '단오장' 공간을 활용하게 된다. 그리고 영신제 및 서낭 행렬도 기존의 방식 및 공간을 이용하여 체계를 유지한다. 그러나, 체육행사 및 일부 민속행사 중 경연대회, 지정 문화재 경연대회, 경축행사 중 낙하시범 및 경시대회는 공설운동장을 활용한다. 그리고, 무형 문화제 초청행사, 지정 문화재 행사, 예술 행사 중 소규모와 전통과 역사가 살아있는 행사는 수려한 남산공원과 오성정을 이용함과 동시에 송신제의 피날레 역시 오성정과 남산공원을 적극적으로 활용한다.

이 대안의 장점은 집약적 공간 이용에 의해 통제가 가능하고 공설운동장을 제외하고는 방문객의 분리가 일어나지 않아 일관적이고 절제된 행사 운영이 가능하다는 것이다. 이와 함께, 배경공간을 적극적으로 이용함으로써 공간을 확장할 수 있으며, 미적이고 극적인 공연의 효과를 창출할 수 있다는 것이다.

반면 단점으로는 공설운동장을 이용하게 되면 인접 주거단지와 마찰이 예상되고, 이용자들 사이에 미소한 분리가 발생할 수 있다. 또한 남산공원을 이용할 때, 가파른 경사도에 의한 몇몇 행사가 관람객과 함께 할 수 없게 되어 여건이 불리해진다.

< 대안 3 >

기존의 단오장 공간 탈피, 경포호 권역으로 축제공간의 이동

세 번째 대안의 개념은 첫째, 기존 시민 축제의 제한된 성격에서 벗어나 관광축제로서 동해안 관광권역 중심지로의 축제 공간 이동을 통한 새로운 성격의 축제 개념을 도입할 수 있다는 점이다.

둘째, 공간 성격상 적극적인 공간의 활용이 가능하고 관련 시설물 건설이 용이한 점을 적극적으로 활용하여 기존 축제와 (계획 진행시) 신설 관광 단지의 통합을 유도한다. 이와 함께 기존 인근 축제와의 연계 가능성도 활용할 수 있다.

이 대안의 성격은 먼저, 국내는 물론 국제적 관광지이며 다수의 문화재가 산재한 경포호 주변으로 축제공간을 이동하면 외부 관광객을 유치할 수 있고 도심에서 축제를 할 때 발생하는 문제들을 해결할 수 있다. 또한, 조각 시비 거리 및 야영장, 호수 랜드 주변을 이용하여 새로운 모습의 관광 '단오장'을 만들어낼 수 있다. 그리고, 주변의 정자, 누각 및 암자 및 고택 이용을 지정하여 초청 문화행사의 역사성을 살릴 수 있다. 초당순두부 축제와 시기를 맞추어 방문객이 집중할 수 있도록 하고 강릉 주변 권역의 참여도 높인다. 또한, 수려한 경관과 교통의 요지로서 활용할 수 있다.

이 대안의 장점은 위에 언급한 관광, 통제 및 교통 외에도 소음 및 관리가 비교적 용이하다는 장점이 있다.

반면 단점으로는 기존의 강릉 도심과 분리되어 '강릉 단오제'의 정체성 자체가 무의미하고 혼들릴 위험이 있고, 기존의 타 지역 박람회 및 축제와 마찬가지로 당 행사를 유치하는 지역과는 무관하게 행사가 홀러 점차 지역주민의 참여가 소홀해 질 가능성을 가지고 있다.

(2) 세부 특화전략

① 난장의 효율적 운영

난장을 효율적으로 운영하기 위해서는 명확한 구성방향이 있어야 할 것이다. 첫째, 기존의 상업난장을 배제하고 새로운 축제난장을 창조해야 한다. 둘째, 지역민의 참여동기를 유발하는 민간단체의 입주를 우선으로 한다. 셋째, 난장은 수익사업이 아니라 축제의 일환으로 조성되는 난장판임을 분명히 한다. 넷째, 난장은 축제 참여자의 여흥 및 휴식공간이 되어야 한다. 다섯째, 난장은 원칙적으로 주행사장과 분리되어 행사장의 프로그램 진행에 걸림돌이 되지 않도록 하여야 한다.

i) 난장의 분양

난장의 분양은 분양 수익금을 통한 이익 창출을 배제하고, 축제의 연장으로서 관람객들이 강릉의 문화를 체험할 수 있는 공간으로 활용하기 위해 입주자의 분양금 부담을 줄여 보다 많은 지역단체들이 부담 없이 참여할 수 있도록 해야 한다. 또한 난장의 부스가 거래의 대상이 되어 양도·이전되지 않도록 내부규정을 마련하고, 기존의 여러 기관이 나누어 맡던 난장 분양의 주최를 통합하고, 향후 난장 분양에 대한 관리를 일원화해야 한다.

난장의 입주 자격을 엄격히 통제하여 지역 주민들을 중심으로 한 상인연합, 시민단체, 또는 지역사회의 비영리 단체들로 단오장이 구성될 수 있도록 하고 난장을 목적으로 하는 전문업자의 입주를 가급적 통제한다.

영리를 목적으로 하지 않는 대학동아리 등의 활동에 대해서는 무료로 부스를 제공하고, 자율적인 활동을 보장하여, 건전한 난장문화의 활성화에 밑거름이 되도록 한다.

예를 들어 전주풍남제의 경우에는 난장의 분양을 민간단체에 한정하고 있다. 참여단체로는 전주시내 대표음식점과 전조시동부녀회, 전북 타시군, 전주소재 대학동아리에 각각 10개씩 배분되고 있다. 또한, 공간배치에 앞서 전주시와 풍남제 전 위원회는 난장 음식점에 참여할 시, 군을 선정하여 2-3개월 전에 통보 및 협조를 받아내도록 하고 잇다. 각각 시·군청에서 지정한 음식점들만 난장에 참여하게 하며 음식의 질과 청결성에 대한 문제를 미리 각 시·군청관계자에게 인식시키고 있다.

ii) 난장의 상품 및 상행위

난장에서 거래되는 상품은 지역의 특산물을 중심으로 구성하고, 지역 특산물 등에 대한 품질보증제도 등을 실시함으로써 상품의 종류와 상품의 품질을 보장하고 아울러 다른 상품들과 차별화시켜야 한다.

지역의 정서를 반영하는 토산품이나 먹거리 등을 중심으로 하여 직접 만들어 볼 수 있는 체험의 장이나 시식회 등의 행사를 개최함으로써 지역의 상품들을 홍보할 수 있는 장으로 마련한다.

난장 내에서 판매되는 상품들에 대해서는 가격의 사전 신고제를 실시하거나 관람객이 사전에 가격을 알 수 있도록 공시하도록 함으로써 이용객들이 피해를

입지 않도록 해야하며, 난장 내부에서의 판매되는 상품의 가격이 시중의 물가와 비슷한 수준을 유지하도록 하여 지역 상인을 보호하고 이용객의 부담을 줄이도록 해야 한다.

전주풍남제의 경우에는 단지 상행위만 하는 것이 아니라 전주지역 토속음식요리 및 술 강습회를 실시하고 잇다. 전주비빔밥, 전주콩나물비빔밥, 전주돌솥밥, 오모가리탕등을 만드는 방법에 대한 강연과 전주 이강주 및 전북지역의 토속주 담그는 비법에 대한 강연 및 시연을 실시한다. 강릉단오제에서도 강릉의 토속음식 시연회를 하는 방법도 생각해볼 수 있다. 또 난장의 모든 음식의 조리는 대학교 식품영양학과와 연계하여 실습과 산학연결 고리의 역할을 할 수도 있다.

금산인삼축제에서도 인삼요리 30선 등을 선보이고 있다. 인삼음식 판매부스에서 인삼김밥, 인삼복발, 인삼콩국수 등을 판매하면서 인삼을 음식으로 체험시키려는 전략을 실행하고 있다. 강릉단오제에서도 음식체험의 장을 만들고 좀더 새로운 시도들이 있어야 할 것이다.

iii) 난장 내부의 질서유지

상품의 테마별로 난장을 구성하여, 난장의 전체적인 환경을 정돈하고 구매자들이 보다 편리하게 이용할 수 있도록 한다. 또한 허가받지 않은 상인들의 출입을 통제하여 단오장내에서의 질서 유지에 각별히 주의를 기울이고, 특히 사행성 상행위에 대해서는 엄히 단속을 하는 한편, 축제의 분위기의 활성화에 유익하다고 판단되는 상품에 대해서는 추가적으로 허가 또는 특별체계를 통해 관리할 수 있도록 한다.

먹거리 상품과 관련해서는 기본적인 지침을 마련하여 항상 청결한 위생상태가 유지될 수 있도록 유도·감시하고, 각종 쓰레기 또는 오물들을 처리할 수 있는 시설을 별도로 마련하여 깨끗한 환경이 유지될 수 있도록 해야 한다.

또한 난장의 상인들이나 노점상들이 주행사장 바로 옆에서 행사진행에 방해가 될 정도로 상행위를 하는 것을 금지하여야 한다.

② 단오타운

i) 단오행사장의 주제별 재배치

단오장의 구성을 전통적 축제판과 현대적 축제판으로 분리, 새로이 배치할 필요가 있다. 이러한 공간 배치 원칙에 따라 우선 복합구성으로 되어 있는 행사장을 의식공간과 활동공간으로 분리할 필요가 있다. 의식공간에는 무대와 주변 홍보물을 배치하고, 활동공간은 상점, 노점, 보도, 경계 표식, 아치 등을 배치하도록 한다. 즉, 외형적으로 당산, 신당의 제장과 난장·마당·길·경계 등 제장 외부의 이분적 축제공간 확보하고, 신성공간인 단오굿당과 행사공간인 공연장, 난장 및 통로를 분리하여 배치하는 것이다. 이를 통하여 내용적으로 신의 거처, 제의중심, 제의장식, 개별기원, 제의확산, 제의경계 등 신성공간을 확보할 수 있도록 하며, 국사성황신이 봉안된 제당 주변의 각종 난전을 철거하여, 독립성을 보장받을 수 있도록 한다.

ii) 단오타운 건립 추진

단오민속의 역사적 지속성 유지, 전통계승 및 관광객 관람권 확보를 위한 프로그램과 공간개발의 일환으로 일정지역을 단오타운으로 지정하고 상설공연장 및 홍보관, 전수관, 특산품 판매장을 조성할 수 있도록 한다. 이를 통하여 실내외 상설공연장 조성, 그네 및 씨름, 굿당의 공간을 확보하고 남대천 수변철교 및 보행교 확보, 창포식재, 창포등, 단오부적 배너기 장식 등으로 단오장의 분위기를 연출하도록 한다.

단오타운은 단오상설공연장, 단오홍보관, 단오전수관, 야외 원형극장과 전통난전으로 구성되어야 하며, 각각 다음과 같은 기능을 수행할 수 있어야 한다.

• **단오상설공연장** : 단오제 기간중 모든 공연물을 고정 상연하고, 평상시에도 매주 또는 월1회 정도 정기적으로 공연하여 상설화된 공간으로 이용할 수 있도록 한다. 상설공연을 위해서는 공연을 담당하는 문화단체들간의 연대가 필요하고 공연장 운영을 위한 전문적인 노하우를 가진 사람이 배치되어야 한다. 자칫하면 공간만 만들어 놓고 제대로 운영하지 못하는 사례가 될 수 도 있기 때문에 공간을 확보하는 것과 동시에 운영계획도 함께 나와야 할 것이다.

• **단오홍보관** : 역대 단오제 관련 기록물과 사진전시, 단오 홍보물을 상영함으로써 단오제에 대한 관심을 지속시키고, 관련정보를 원활하게 제공하는 역할을

담당한다. 단오홍보관에는 자원봉사자 안내원을 활용하여 관련자료들을 풍부하게 해설해주는 것이 관람객들에게 의미를 전달할 수 있는 방법이 될 것이다.

• **단오전수관** : 단오관련 민속의 분야별 공간 및 무대, 연습장, 집기, 의상, 비품 등의 보관시설을 마련하여, 단오의 고유한 전통이 제대로 전수될 수 있도록 한다. 단오전수관은 작은 박물관적인 효과를 갖도록 하여야 한다. 그리고 과거의 단오와 관련된 물품들을 보관하는 것과 동시에 단오제를 통해 새롭게 만들어진 물건들도 계속 축적해나가고, 전국적으로 흩어져 있는 단오관련 물품들을 수집하여 특화된 단오관련박물관을 준비하는 계기로 활용해도 좋을 것이다. 특성은 단지 죽은 자료만을 모으는 것이 아니라 실제적인 전수과정도 함께 실시하는 것이다. 예를 들어, 단오체험 전수 프로그램을 기획하여 방문자들을 대상으로 하여 실시하면 수학여행 등의 코스로도 활용될 수 있을 것이다.

• **야외원형극장** : 야외공연, 중고등학교 및 대학 동아리 공연 연습장소로서 기능할 수 있게 하는 등, 우리의 민속과 단오의 전통에 관심을 가진 젊은이들이 쉽게 찾을 수 있는 공간으로 활용되어야 한다. 물론 이 공간은 단오제를 기념하는 의미를 가져야 하겠지만, 지역의 문화단체들에게 자유롭게 이용할 수 있도록 개방하여 충분히 활용될 수 있도록 해야 한다.

• **전통난전** : 먹거리 상설장터를 마련하여 지역의 전통음식을 판매하고 더불어 창포·쑥가루 등 지역특산품 코너를 개설하여, 지역문화의 상품화에 적극 기여할 수 있도록 한다. 단오타운에 입주하여 전통난전만을 운영할 업주를 찾는 것은 현재로서는 어려운 일일 수도 있다. 다라서 시험운영기간을 거쳐서 조직적으로 난전을 기획하고, 지역농협등과 제휴하여 상설적으로 단오제는 물론 강릉지역 특산물들을 구입할 수 있는 코너가 된다면, 외지인이 강릉지역에 왔을 때 반드시 들르는 곳으로 성장할 가능성이 있다.

2. 강릉 단오제의 운영

1) 단오제 추진체계의 전면적 개편

(1) 기존체계의 구성 및 문제점

강릉단오제는 그 동안 강릉문화원이 오랫동안 주도해왔다. 강릉문화원은 지역축제의 개념조차 희박하던 시절부터 지역문화의 정체성 확보를 위한 노력의 일환으로 강릉단오제를 운영해 왔다.

현재, 강릉단오제의 오랜 연륜과 함께 축제 자체의 규모가 커지고, 관련 단체수가 많아지면서 보다 전문화되어 가고 있다. 따라서 문화원의 소수인력에 의해 단오제 기간 전에 급히 소집되는 단오제위원회를 주축으로 하여 진행하는 것은 단오제의 진행상 무리인 것으로 판단된다.

만약 현재와 같은 추진체계가 지속된다면, 강릉단오제는 장기적 비전을 가지고 연차계획에 의해 추진되기가 어려워지고, 수많은 관련 조직들과 유기적인 협력체계를 구축하기도 어려운 실정이다. 또한, 업무의 효율적 배분과 협동이 어려운 상태이고, 행사 전문인력을 확보하고 배치하는데도 어려움이 따르고 있다. 아울러 수많은 전문 행사진행에 대해 일관성 있게 관리하는데도 어려움이 가속되고 있다.

따라서, 이제까지의 문화원 중심의 단오제 추진위원회를 발전적으로 해체하고 새로운 형식의 단오제 추진위원회를 구성하는 것이 단오제 발전을 위해 시급하게 요구된다고 하겠다.

(2) 새로운 단오제 추진위원회 모델

① 의미

새로운 단오제 추진위원회를 구성하는데 있어서, 강릉단오제는 단순한 문화행사가 아니라는 관점을 견지하는 것이 필요하다. 다시 말해서 지역사회에서 축제를 '문화행사'로 규정하는 것은 축제를 통해서 문화적인 가치를 실현하고 문화적인 경험을 한다는 목적을 분명하게 하는 장점이 있는 동시에, 축제를 주도적으로 준비하고 참여하는 주체들을 문화활동 관계자로 축소시키게 될 우려를 가지고 있다는 것이다. 따라서, 강릉단오제는 강릉 시민 전체의 축제이고, 때문에 강릉에서 활동하고 있는 여러 다양한 단체들과 개인이 폭넓게 주체로 참여할 수 있다는 관점을 갖는 것이 필수적이다. 또한 강릉단오제가 장차 전국적인 축제, 국제적인 축제로 발돋움하는 것을 장기적인 비전으로 갖고 있다면, 추진위원회

에 강릉지역 출신이 아니라고 하더라도 축제발전을 위해 기여할 수 있는 외부인사를 기용하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

강릉단오제는 지역의 다양한 주체들의 참여에 의한 문화협동체계로 추진되어야 한다. 이제까지 관공서 및 문화단체가 주된 주체가 되었다면, 지금부터는 기존의 주도세력들은 물론이거니와, 다른 시민단체와 학계 및 강릉에 연고가 있는 다른 주체들까지도 참여하는 광범한 연대와 유기적인 협조를 통해 단오제를 운영해야 한다. 여기서 우선 장기적인 비전을 마련하고, 행사구성이나 인력의 활용방안, 시설계획, 재정운영 등 단오제와 관련된 모든 부분에 대한 업무를 총괄할 필요성이 있다.

② 성격

강릉단오제 추진위원회는 다음과 같은 성격을 가져야 한다.

첫째, 강릉단오제 추진위원회는 독립적 기능을 담당하는 조직체가 되어야 한다. 즉, 추진위원회에서는 특정 단체의 과도한 개입을 방지하고, 자체적으로 중장기 발전계획, 단기적 기획, 프로그램 구성, 재정운용 등에 대한 결정권을 가지고 있어야 한다.

둘째, 추진위원회는 상설적인 법인체 성격을 가져야 한다. 독립법인으로서의 성격을 갖고 있는 조직체로 설립되어야 권위 있는 의사결정이 가능하며, 관련 문화단체 및 시민단체는 물론 행정조직들의 자발적인 협조를 받아낼 수 있을 것으로 생각된다. 일시적인 조직이 아닌 상설조직만이 장기발전전략을 수립하여 추진할 수 있다.

셋째, 추진위원회는 실질적인 역할을 담당할 수 있는 조직화된 전문인력을 확보해야 한다. 이를 위해서는 상설조직을 운영할 능력과 자질이 있는 전문가가 상주하면서, 적절한 시기에 관련단체가 일정한 역할을 분담할 수 있도록 배치하고 협력을 이끌어내는 형식으로 조직화되어야 한다. 그리하여 매년 축제가 끝나면 분석평가를 하고 경험을 축적해가면서 다음해 행사를 기획할 수 있는 기능을 가진 전문인력을 확보해야 한다.

넷째, 안정적인 재정이 확보되어야 한다. 재원의 동원 방안은 지역실정과 강릉시의 여건에 따라서 많이 좌우되겠지만, 무엇보다도 자체적인 안정적 재원동원

이 가능해야 할 것이다. 재원의 배분은 물론 협의체로서의 운영방식에 따르겠지만, 일단은 안정적인 재원의 확보가 가능하도록 제도적인 장치를 마련해야 한다.

③ 모델(안)

단오제를 전담할 이상과 같은 기구는 다음과 같은 방식을 고려해볼 수 있다.

첫째, 상설법인체 형태이다. 여기에는 강릉시, 강릉문화원, 향교, 문화계인사가 참여하여 법인체를 구성하게 된다. 이 형태는 현재의 운영체계와 유사하나, 현재의 문제점은 단오제 추진위원회가 상설화되어 있지 않고, 단오제 시기에 급조된다는데 있다. 따라서, 단순하게 행사를 진행하고 해소하는 조직이 아니라 상설화하여 연중 계획을 가지고 추진하는데 그 특징이 있다고 할 것이다. 법인체 형식이 되면 축제의 연속성을 보장하고 기구의 독립성이 유지되므로 추진력이 강화될 것이다. 그러나 만약 재정이나 운영이 행정에 과도하게 종속된다면, 관의 개입가능성이 문제가 될 수 있다. 그리고 재정적으로 독립이 되지 않을 경우, 재정을 부담한 단체들이 운영에 대한 통제권을 행사할 수 있기 때문에 관례적인 통제가 잔존할 가능성은 여전히 있다.

둘째, 비상설 직능별 연합 추진체 형태이다. 이것은 민간단체, 학계, 강릉시의 직능별, 역할별 참여를 통해 기능을 분담하는 협의체이다. 이것은 단오제를 소수의 관련단체의 행사로 축소시키는 것이 아니라 지역의 다양한 주체들을 포괄해 낸다는 장점이 있다. 이제까지의 행사 진행이 표면적으로는 '민간주도'를 얘기하지만 실제상으로는 특정한 단체들이 행사를 주도해 온 것이 사실이다. 따라서 지방자치 이후 지역에 존재하는 다양한 성격의 단체들이 단오제를 계기로 지역통합적인 관점을 가지고 조직적 참가를 한다면, 단오제도 확대될 뿐만 아니라 축제를 통한 지역 통합 효과도 훨씬 강화될 것이다.

그러나 문제는 비상설 단체이기 때문에 특정한 책임주체가 없을 경우 느슨한 조직이 되기 쉽고, 장기적인 대안을 가지고 일을 추진하기가 어려울 수가 있다. 즉 논의는 무성하지만 추진력이 없는 상황이 발생할 위험이 있다는 것이다. 이런 형태를 취한다고 하더라도, 실무주체는 반드시 마련되어야 하며, 실무주체는 연락을 맡거나 매개하는 역할만을 하는 것이 아니라 조정과 집행 기능을 가진 확실한 책임주체로 자리매김되어야 할 것이다.

셋째, 기존위원회를 통합한 비상설 통합협의체이다. 이 안은 강릉단오제위원회, 운영위원회, 발전위원회, 기획단 등이 각자의 고유한 기능을 가진 채 통합하는 방식이다. 이러한 방식은 기존의 단오관련 단체의 기능을 실제화한다는 의미를 가지고 있다. 즉, 이제까지는 단오관련 조직이 흩어져 있고, 역할이 분명히 분리되어 있는데도 불구하고 각각의 조직이 본연의 기능을 하면서 다른 조직들과 밀접하게 연관되지 못하였다는 점을 개선하려는 시도라고 할 수 있다. 그러나, 이것은 기존의 관행이 그대로 유지될 우려가 있고, 근본적인 개혁이 불가능하다는 문제가 있다. 즉 심기일전하여 통합하고 제각기 기능을 다하자 라고 결의한다고 하더라고 관성적인 방식대로 지속될 가능성이 더 크다는 것이다. 이상과 같은 운영방식의 장단점을 간단히 정리하면 다음 <표 Ⅳ-1>과 같다.

<표Ⅳ-1> 단오제행사 추진체계의 장단점 비교

형태 / 주요내용	상설법인체	비상설 연합추진체	비상설기존위원회 통합
운영방식	- 민관합동 법인체를 구성 - 독립적인 단체로 운영	- 민간단체와 학계의 주도하에 기능적 역할 - 시의 지원	- 기존 단오관련 여러 단체를 통합 - 새 조직으로 개편
장점	- 행사운영의 집중화 - 추진력 강화 - 재원 운영의효율성	- 민간주도의 행사 정착 - 지역주민 참여 활성화 - 행사운영의 전문화	- 추진체계의 안정적 변화 가능 - 기존의 노하우유지
단점	- 관의 개입가능성	- 상호이해의 조정으로 신속한 의사결정불가	- 근본적인 개혁불가

이상의 세 가지 대안은 나름대로의 장단점을 지닌다. 그런데 강릉단오제의 이상적인 발전방안과 현실적인 운영여건을 감안한다면, 가장 이상적인 대안으로는 단오제의 운영을 전담할 기구를 조직·법인화 함으로써 재정적으로나 기능적으로 독립적인 체계를 구성하는 방안이라고 할 수 있을 것이다. 이 경우 추진위원

회에는 확고한 권한과 책임이 부여되기 때문에 보다 권위 있게 운영해 나갈 수 있다.

또한 강릉단오제의 장기적인 발전에 필수적인 전담기구와 전문인력을 확보하여 전문적인 식견과 자격을 갖춘 이들을 중심으로 추진할 수 있다. 최근 성공한 지역축제의 경우 축제 기획전문가를 초빙하여 마케팅은 물론 축제에 대한 실권을 부여하고 있는 것을 볼 때 강릉단오제가 단지 전통적인 행사를 근근히 답습하는데서 벗어나서 새로운 모습으로 태어나고 싶다면, 반드시 문화마케팅, 문화전문가를 전담기구 안에 적절하게 기용하여 배치해야 할 것이다. 초기에는 이러한 전문가의 역할이 중요하겠지만, 단오제추진위원회에서 전문가의 노하우를 연차적으로 전수받아 전문성을 축적해 나갈 수 있다. 이러한 전문인력이 확보되어야 강릉단오제에 대한 지속적인 평가체계가 확립되어 강릉단오제를 발전시킬 수 있는 제도화를 이룰 수 있는 것이다.

전문인력 확보에서 중요한 것이 예산문제이다. 상근인력의 확보, 전문가의 초빙은 예산을 수반하게 되는데, 이러한 측면을 해소할 수 있는 것이 자원봉사자이다. 최근에는 예술경영이나 이벤트 기획을 전공하는 학생들이 많아져, 강릉단오제 같은 축제에서 경험과 경력을 쌓고, 자신의 전문성을 발휘하려는 이들이 많이 있다. 이들은 적은 보수를 가지고서도 강릉단오제 같은 대형축제에 참여하려는 의사를 가지고 있으므로, 기존의 서비스 분야의 자원봉사 차원을 벗어나 기획과 진행분야에서도 자원봉사 전문인력을 적극 활용할 필요가 있다.

물론 이 경우, 초창기에는 관련 공무원의 파견, 지원 등을 통해 그 동안의 노하우의 전수와 재정운영 등에 있어 공동협조체계로 운영할 수도 있다. 그리고 행정조직의 순발력이나 집행력이 축제의 실시에 매우 중요한 역할을 해온 것도 사실이다. 따라서 재정적인 지원뿐만 아니라 행정적인 지원을 하여 축제전담기구를 키워나가는 것은 매우 중요하다고 할 것이다. 그러나 점차 순수 민간인이 주축이 되는 조직체로 전환함으로써 강릉시는 간섭하지 않으면서 지원을 하는 방식으로 간다면, 민간에서 보다 자주적인 창의력을 발휘할 수 있게 될 것이다. 그러나 아직은 민간이 성숙해있지 않기 때문에 도식적으로 모든 것을 민간에 이양한다는 것은 당위적인 방식이 될 수 있다. 따라서 관과 민간이 대립하는 것이 아니라 결국은 민간을 육성하는 일이 이후에도 관의 부담을 줄이고 지방자치의

발전이나 축제의 발전을 위해서도 바람직하다는 것을 관이 충분히 인식해야 할 필요가 있다.

2) 재정 확충

(1) 재정 및 지출 현황

강릉단오제의 재원조달방안을 모색하기 전에 먼저 강릉단오제의 전체 지출예산을 산출할 필요가 있다. 강릉단오제에 투입되는 직접 경비는 다음과 같이 크게 세 가지 출처를 가지고 있으므로 이를 통하여 전체 예산을 파악할 수 있다. 이중 강릉단오제 위원회의 직접지출과 각 행사 주관단체 지출은 행사의 직접 경비이며, 강릉시의 지출은 주로 기반시설 경비이다.

- 강릉단오제 위원회의 직접 지출
- 각 행사 주관단체 지출
- 강릉시의 지출

강릉단오제의 각 행사들은 강릉시의 각종 단체들이 분야별로 주관하여 진행하고 있고, 단위 행사 추진에 필요한 재원들도 대부분 각 단체들이 개별적으로 조달하고 있다. 그러나 이것은 대부분 강릉단오제 위원회 전체의 지출로 파악이 가능하다. 그러나 단오제 위원회에 신고되지 아니한 각 단체 지출내역은 파악하기가 불가능하다. 강릉단오제 개최에 필요한 기반시설은 강릉시에서 직접 지출하고 있으며, 일부는 각 단체에 보조를 하여 강릉단오제 위원회 예산으로 유입되고 있다. 이런 경로를 통하여 지출되는 강릉단오제 전체예산내역은 살펴보면, 단오제위원회에서 산출이 가능한 단오제 위원회 직접 지출액과 각 단체 지출액의 합계는 464,726천원이며, 강릉시에서 지출한 금액은 406,486천원으로써 총지출액은 872,213천원인데, 이중 강릉시 지출액 중 단오제위원회에 유입된(각 단체 포함) 95,000천원을 공제하면 실제 지출액은 776,213천원이 된다.

<표 IV-2> 강릉단오제 지출총액

(단위 : 천원)

구 분	과목	사업내용	금액	과목	사업내용	금액
단오제 위원회	소계		464,727	세부내역 <표 3-41> 참조		
강릉시	소계		406,486	단오제위원회 지원금 포함		
	수용비	단오홍보물 제작	9,900	시설비	철재가교	23,300
		포스터액자 제작	2,100		간이화장실	21,800
		사전전기 검사	343		굿당, 무당설치해체	19,600
		전기안전관리	751		수전설비(250㎾)	8,800
		공무원 급식	6,000		전통상가설치, 해체	1,614
		음향조명장비 임차	28,000		초가지붕잇기	1,228
		돔형무대 임차	11,000		전기외선공사비	37,700
		교통표지판 제작	1,350		수세식화장실 설치	19,000
		인터넷방송국 운영	16,000		그네, 오수처리정비	
	보조금 (위원회 지원금)	문화재 행사	40,000	기타	신문광고비	20,000
		문화예술행사	40,000		화훼전	8,000
		제주도민속단 초청	10,000		농악경연지원	26,000
		진또배기 지원	5,000		하산오독떼기지원	5,000
	보상금	읍면동 참가비	42,000		경축마라톤	2,000
합 계		871,213 (지원금(중복편성) 95,000 제외 776,213천원)				

우리나라의 축제, 특히 강릉단오제 같은 대규모의 축제는 많은 재원이 투입되어야 하며, 직접 행사 경비 이외에도 기반조성을 위한 시 당국의 직접 투자가 필요하다. 그러나 2000년 강릉단오제의 경비지출현황을 살펴보면, 유사한 항목의 비용을 시와 단오제위원회에서 각기 지출하고 있어, 전체적인 예산파악이 어려울 뿐더러 예산집행의 효율성 제고를 어렵게 하고 있다. 이런 재정지출체계는 강릉단오제가 가지고 있는 추진체계의 문제점에서 비롯된다고 할 수 있다. 따라서 추진기구의 개선과 연계하여 예산지출체계도 같이 개선할 필요가 있다. 강릉시에서 지출하는 비용 중 순수 기반시설 조성에 필요한 분야는 강릉시에서 직접 지출하되, 행사와 직접 관련된 비용은 신규로 구성되는 추진기구를 통하여 일원

화된 집행이 필요하다.

강릉단오제 발전 및 개최에 필요한 재원은 중앙정부 및 도 보조금, 시 재정, 각 단체의 자체 재원, 지역주민들의 기부금, 기업의 협찬금, 사업수익 등 다양한 방안들이 동원되어야 한다. 현재는 대부분 시 재정 및 각 단체 자체 재원(협찬금 포함), 난장 임대수입 등 사업수입 등 재원의 조달이 아주 단순한 체계로 되어 있기 때문이다. 따라서 지역주민들의 관심을 모으는 것과 동시에 재정을 확충하는 방안을 모색해야 한다.

(2) 재정확충방안

① 단오제 추진위원회 발족과 단오쿠폰 발행

단오제는 지역주민 전체의 행사이고 참여를 목적으로 하기 때문에, 적은 액수라고 하더라도 지역주민들이 재정확충을 위해 참여하는 것은 상징적인 효과를 갖는다. 그러나 이에 앞서 선행되어야 할 것은 개편될 「단오제 추진위원회」를 통해서 그동안의 단오제 예산과 지출이 지역주민에게 공개되고, 단오제가 전국적이고 국제적인 관광축제가 되어야 한다는 광범한 공감대가 형성되는 과정에서 단오쿠폰이 발행할 수 있다. 즉, 새로운 「단오제 추진위원회」가 구성되는 과정과 주민참여의 단오쿠폰 발행을 병행할 수 있다는 것이다. 그래서 단오제에 참여하는 주민들은 단오제의 비전에 대한 지지와 공감을 표시하고, 또 단오쿠폰 확보에 의한 운영에 대한 책임도 함께 나누는 과정도 가능하다. 물론 단오쿠폰은 단오제 기간동안 사용할 수도 있고, 만약 그 해에 사용하지 않았을 경우 다음해에 사용할 수도 있는 방식으로 운영되어야 한다. 단오제에 개설되는 상가들과 연합하여 단오쿠폰 사용대상 품목을 명시하고 현금구입보다 이익을 주고, 쿠폰발행에 의해 일정금액을 적립할 수 있는 방법을 연구해야 할 것이다.

② 지역출신자 대상 단오제 발전기금 모집

현재, 발전기금이나 여타 기부금은 단체나 개인을 대상으로 이루어지고 있는 것이 현실이다. 그러나 축제가 분명히 지역정체성 확립과 지역주민 통합의 기능, 문화상품의 기능을 가지고 있다고 했을 때, 강릉지역출신자들이 고향의 발전을 위해서 발전기금을 낼 수도 있다. 단오제가 재정부담이 큰 주도적인 몇 단체에

의해 주도되는 관행에서 벗어나 새로운 비전을 모색할 수 있고 지역발전의 장으로 축제를 만드는데 기여할 수 있다.

구체적으로 단오제 기간동안에 「고향방문의 날」을 만들어 명절 이외에 집단적인 고향방문을 유도하고 그럼으로써 강릉지역출신이라는 자부심을 가지고, 그들이 강릉지역 발전을 위해 기여하는 의미에서 발전기금을 낼 수도 있는 분위기를 조성해야 한다.

이것은 각 학교의 동문회조직을 이용하는 것이 바람직하다. 지역내의 동문회에서도 일정금액을 기부할 수 있도록 권고하고, '재경강릉 동문회'형식의 다른 지역에 거주하지만 강릉지역 출신자들의 동문회를 통해서도 발전기금을 모집할 필요가 있다.

예를 들면 농상고 체육대회 같은 행사가 지역 주민들의 호응 속에 열리고 있는 것을 감안하여 그러한 공간을 통하여 홍보를 하고 지역주민들의 참가를 이끌어낼 수도 있을 것이다.

③ 지역기업 협찬금 활성화

기업의 협찬금을 활성화하기 위해서는 강릉단오제를 법인화하고, 단오제에 대한 기부금의 세제혜택을 부여하여야 하며, 발전전략과 연계하여 기업체의 인적, 물적 참여와 홍보가 필요하다. 현재 사업수익은 난장 임대수입이 거의 유일한 것이다. 현재도 지역기업은 각각의 행사에 협찬하는 형식으로 산발적인 지원이 이루어지고 있다. 이것을 강릉단오제 추진위원회 전체에 단오제 발전을 위한 협찬금으로 조성하여 장기발전계획에 투자하는 것이 바람직하다.

④ 중앙정부와 도의 지원

강릉단오제는 우리나라의 대표적인 전통문화축제로서 역사성, 상징성, 대표성을 가지고 있으며, 강릉지역 뿐 아니라 영동 6개 시·군을 아우르는 광역축제로서 기능을 가지고 있으면서도, 중앙정부의 지원금은 거의 이루어지지 않고 있다. 따라서 강릉단오제를 가장 한국적인 축제로서 발전시켜나가는 동시에 이를 근거로 중앙정부의 지원금을 확보할 필요가 있다. 이를 위해서는 정부차원에서 문화관광축제로 지정하는 것이 필요하다.

또한 강릉단오제는 강릉지역만의 축제가 아니라 동일 문화권을 가진 영동지역 전체의 축제로서 의의를 가지고 있으므로, 당연히 강원도 차원에서도 이를 고려한 직접적인 보조금 지원이 필요하다.

⑤ 수익금 적립을 통한 자체 발전 재정 확보

그러나 강릉시에서 단오와 관련된 문화상품을 개발하고 여기에서 산출되는 이익을 단오제에 돌리도록 하여야 한다. 현재 다른 지방자치단체의 경우 축제를 전후로 하여 지역의 상징을 이용한 문화상품을 판매하여 상당한 수익을 올리고 있다. 이러한 축제를 이용한 캐릭터 등 휘장 사업, 임대 및 기타 사업을 통한 이익을 장기적인 구상을 통해 지속적인 단오제 발전을 위하여 단오제 기금으로 적립하는 것이 바람직하다.

3. 강릉단오제의 마케팅

1) 단오제 마케팅 전략

오늘날의 축제를 위한 마케팅전략은 기존의 단순한 홍보 및 상품화전략의 단계에서 벗어나 행사운영의 내·외부 및 행사의 전과 후 그리고, 이러한 모든 것들을 포함하는 주변환경에 까지 이르는 통합적이면서도 조직적인 마케팅의 체계를 요구하고 있다. 따라서 강릉단오제를 위한 마케팅의 전략 또한 단오의 위상강화를 위한 '이미지 마케팅'과, 축제를 통해 강릉을 부각시킬 수 있는 통합적 차원에서의 '매력 마케팅', 단오와 강릉을 찾을 관람객들이 편히 쉬고 즐길 수 있는 기반시설을 제공하기 위한 '시설 마케팅', 지역주민과 축제운영자, 그리고 관람객들이 모여 한마당의 조화를 이룰 수 있도록 하는 '사람마케팅' 등 세부전략으로 나누어 이루어지는 것이 마땅할 것이다.

아울러 마케팅 전략의 구체적인 방안으로 문화상품 전략을 중점적으로 살펴보고자 한다.

(1) 일반적인 마케팅 전략

① 이미지마케팅

현재의 단오이미지를 특성화할 수 있는 프로그램을 개발하고, 광고홍보를 통해 단오의 정체성을 홍보함으로써 강릉단오제만의 독특한 멋을 낼 수 있도록 한다. 단오의 이미지는 고정된 것이 아니라는 것을 명심할 필요가 있다. 즉 기존의 고정관념으로는 단오는 이제는 별로 중요하지 않은 옛날의 명절 정도로 인식되어 있는 것도 사실이다. 또한 단오제도 가봐야 특별한 일이 없는 전통적인 공연 일색의 행사라는 생각이 지배적일 수 있다. 따라서 이미지 마케팅은 고정관념을 바꾸는 작업이다. 고정관념을 바꾸기 위해서는 다양한 체험을 할 수 있는 기회를 만들어야 하고 이미지가 파상적으로 전 분야에 걸쳐 일관성을 가지고 진행되어야 한다.

또한 이미지를 변화시키는데는 단계가 있다. 따라서 기존의 이미지 탈각 시기, 새로운 이미지 구축 시기, 새로운 이미지에 의한 파생적인 이미지 생산시기 등으로 이미지 마케팅도 과학적인 계획에 의해 단계별로 바꾸어나가려는 시도가 필요하다.

② 매력마케팅

단오를 통해 강릉을 대표할 매력적인 상징물을 창출하고, 단오이미지개선과 확대를 통해 지역문화산업과 유기적인 연관을 맺을 수 있는 공동의 네트워크를 구성함으로써 상호번영을 유도할 수 있도록 한다. 강릉의 매력은 단순히 수동적으로 이미지를 공급받는다고 해서 생기는 것은 아니다. 매력은 사람을 끄는 작용이고 사람을 끈다는 것은 사람과 사람이 연결되는 과정이다. 「강릉 단오제」가 여러 사람들에게 기쁨을 제공하는 공간이 된다면 사람들은 단오제라는 공통의 경험공간으로 통해서 더욱더 유대가 형성되어갈 것이다. 그러면 강릉은 사람들의 기억 속에서 좋은 이미지로 남게 되고 그럴 경우 매력 있는 도시로 기억된다. 그러한 과정을 통해 강릉이 외지인을 끌어들이고 사람들을 편안하게 하고 즐겁게 하는 매력이 있는 도시로 변화할 것이다.

③ 시설마케팅

교통, 숙박업, 자연환경 등 단오제의 관람을 위한 사회간접자본 및 기본시설을 확충함으로써 누구나 편히 쉬고 즐길 수 있는 축제로 자리매김될 수 있도록 해야 한다. 여행을 하고 나면 항상 화제가 되는 것은 무엇을 먹었고, 어디서 잤으며, 보고들은 것은 유익했는가에 대해 반추하게 된다. 그런데 여행 후 숙박, 교통, 자연환경 등으로부터 불쾌한 기억이 남는다면, 다시는 가고 싶지 않은 곳으로 평가될 것이다. 한번 생긴 선입견은 쉽게 사라지지 않는다는 것은 분명하다. 따라서 시설 등을 면밀하게 파악하여, 내지인을 위한 시설 등은 물론 외지인을 위한 시설 등을 점차적으로 완비해나가야 할 것이다. 그리고 만약 필수적인 시설이 존재하지 않고, 여러 가지 사정상 쉽게 준비될 수 없다면, 과도기적으로 활용할 수 있는 대안을 만들어서 제공해야 한다. 적어도 대체방안이라도 가지고 제시할 수 있는 책임지는 자세가 필요하다는 것이다.

④ 사람마케팅

주민자치 단오홍보팀을 구성하고 친절한 시민상을 제정한다거나, 봉사자들이 조선시대 포졸복장 등을 하는 등의 방법을 통해 적극적인 주민참여가 이루어질 수 있도록 하고 이를 통해 관람객의 즐거움이 배가 될 수 있도록 하여 지역주민과 관람객 모두가 만족할 수 있는 상승(Win-Win)전략을 지향한다.

외국의 경우 자원봉사자들을 중심으로 하여 지역에 대한 마케팅을 해나가고 있는 모습이 자주 눈에 띈다. 예를 들어 박물관을 외국인들이 관람할 경우, 각종 외국어에 능통한 자원봉사자들을 확보하고 박물관 담당자들이 연결시켜준다. 그러면 자원봉사자 통역자들은 외국인들에게 안내를 해주며, 그 지역에 대한 여러 가지 정보를 제공한다. 이를 통해 관광객들은 지역주민중의 한 사람인 자원봉사자와 심층적인 관계를 형성함으로써 그 지역 주민들에 대한 좋은 인상을 기억하게 되는 것이다. 이것은 이후의 방문도 유발할 수 있고, 다른 관광객들에게도 연쇄적인 영향을 미침으로써 장기적으로 지역 전체의 마케팅에 지대한 영향을 끼친다고 할 것이다. 강릉단오제가 외부 관광객을 확대시키기 위해서는 마케팅 전략과 프로그램과 중요하지만 한번 강릉단오제를 방문한 관람객들의 구전효과가 매우 중요하기 때문이다.

(2) 문화상품의 개발

문화상품은 그 자체로 홍보효과를 갖는다는 것을 명심해야 한다. 따라서 문화상품을 통한 홍보는 단지 문화상품을 만들자는 차원만이 아니라, 어떻게 지속적으로 문화상품 생산구조를 지역 내에서 정착시킬 것인가에 초점이 맞추어져야 할 것이다.

① 지역 문화상품의 고급화 및 디자인 개발 지원

지역에 전해 내려오는 무속, 설화 등을 현대적으로 재구성하여, 연극이나 기타 악기, 도구를 이용한 공연의 형태로 관람객에게 볼거리를 제공하고, 이를 상설화하여 상품화를 위한 기초 소재로 활용한다.

지역전통은 외형적으로 상품화과정을 거치면서 지역경제와 연결될 수 있다. 공연이나 공예품이나 앞으로 추구해야 할 것은 고급화이다. 아직까지는 저렴한 가격으로 날림의 상품을 급조해서 공급하는 방식이었다면, 이제부터는 고급화를 통해 품질면에서 내놓을 만한 상품을 만들어서 당당하게 판매하는 것이 필요하다. 더 이상 소비를 강요하거나 마지못해 보거나 사가는 것이 아니라 비싸도 질이 좋기 때문에 제값을 주고 사는 형태로 전화되어야 할 것이다.

기존의 민속공예품의 판매시설을 늘이고, 직접 제작에 참여할 수 있는 기회를 확대하는 한편, 기존 공예품을 응용한 창작품을 개발하거나 실생활에 이용하기 좋은 제품에 접목함으로써 활용의 폭을 넓힌다. 특히 관노가면극에 사용되는 탈의 경우, 그 모양이 다른 지역의 탈에서 볼 수 없는 독특한 형상을 하고 있어 좋은 소재가 될 것으로 보인다. 또한 이러한 상품들에 단오 고유의 상표를 부착하도록 함으로써 문화상품으로 자리매김할 수 있도록 한다.

이러한 상품을 개발하기 위해 특히 고려해야 할 것은 디자인 부문이다. 현대는 디자인에 의해 판매가 좌우되는 것을 생각할 때 디자인을 고급화하고, 지역내의 중소기업이 디자인에 투자할 만한 역량이 안될 경우 단오제 추진위원회나 강릉시가 디자인개발 컨소시엄을 구성해서 중소기업에 제공하는 형식도 생각해 볼 수 있다.

전통의 먹거리를 단오장에서 즐길 수 있도록 한다. 강릉지역의 토산품으로 알려진 영지버섯, 감로차, 인진쑥, 치커리, 오징어, 젓갈류, 순두부, 과즐 등을 이용

한 음식을 판매하고, 아울러 재료를 직접 판매하거나 재료를 이용한 요리강연, 요리실습 등의 기회를 제공함으로써 강릉의 먹거리문화에 대한 관심을 높인다. 전통음식의 경우 판매용으로 만들기가 어려운 측면이 있고 실제로 유통되는 제품들은 용기나 포장에서 매우 뒤떨어져 있다. 따라서 '모든 전통음식은 상품화가 가능하다'는 전제 아래에서 보존과 이동에 편리한 형태로 상품화해야 할 것이다. 보다 세련된 형태의 상품을 만들었을 때 반드시 팔린다는 확신을 가질 필요가 있다.

② 캐릭터 상품과 단오제 기념품 개발

강릉단오제만을 위한 새로운 캐릭터의 개발이 필요하다. 기존의 단오제의 경우, 축제를 알리는 각종의 현수막에 홍길동 캐릭터를 이용하고 있으나, 이는 강릉시의 캐릭터로 이용하기 위해 개발된 것으로 단오제의 의미를 나타내기에는 부적합한 것으로 판단된다. 따라서 단오제의 의미를 잘 나타낼 수 있는 관노가면이나, 무당, 굿, 강릉농악놀이 등을 캐릭터로 개발하거나 국사성황신 등을 형상화한 새로운 캐릭터의 개발 등 새로운 방향의 모색이 필요하다.

기념품은 관람객이 여행을 회고하고 감상하는데 있어 더없이 중요한 매개로 작용할 수 있다. 따라서 기념품은 강릉과 단오제를 잘 나타낼 뿐만 아니라 휴대가 간편하고 실용적인 측면에 중점을 두어야 하며, 나아가 기념품을 통한 간접체험으로 교육의 효과 및 홍보의 효과까지 고려할 수 있어야 한다.

따라서 단오제의 기념품은 강릉지역의 역사문화, 설화 또는 관광지, 단오제의 캐릭터 및 행사 등을 소재로 하여, 엽서나 열쇠고리, 컵, 핸드폰 장식, 스티커를 비롯하여, 학생들을 위한 학용품과 생활용품까지 다양한 형태로 제작되어야 한다. 특히, 그림엽서의 경우는 단오제를 배경으로 한 사진에 간단한 설명을 곁들여 제작한다면 교육적 홍보효과까지 기대할 수 있어 우선적으로 고려해야 할 것으로 생각된다.

③ 단오상품 개발 추진단 조직 및 상품권 발행

단오상품과 관련된 사업을 전담할 단오상품 추진단을 조직함으로써 단오와 강릉을 소재로 하는 상품이 전략적으로 개발될 수 있도록 한다. 이것은 추진단

산하에 두어도 좋고 학계와의 협동에 의해 추진될 수도 있다. 즉 지역 내에 존재하는 산업디자인 학과와 상품생산업체를 연결하여 주고 서로 연계하는 방향을 모색할 수 있다. 단 이러한 작업은 일시적으로 끝나서는 안되고 계속적으로 성과를 검증하면서 새로운 상품을 개발할 수 있는 구조를 가져야 한다. 기업의 재정구조상 많은 돈을 투자하기가 어려운 경우에 대학 내에 존재하는 디자인 관련 동아리를 지원하면서 디자인개발에 실질적인 도움을 받을 수 있다.

아울러 단오복권 및 상품권을 발행하는 등의 수익사업을 통해 필요한 제정을 확보하고, 나아가 간접홍보의 효과를 실현할 수 있도록 한다.

④ 캐릭터 상품 공모전 개최

단오제의 캐릭터 및 기념품의 개발 수단으로 가장 적절한 것이 바로 공모전의 개최이다. 일반 시민 및, 학생, 모두를 대상으로 하는 전국적인 규모의 공모전의 개최는 참여하는 이로 하여금 단오제에 대한 애정을 높이는 효과를 거둘 수 있고 참여하지 않는 사람들에게도 단오제에 대한 관심을 끄는 일종의 홍보 효과를 기대할 수 있다.

공모전의 성격은 우선, 강릉과 단오제를 소재로 하는 캐릭터의 개발에 대한 공모와 이러한 캐릭터를 이용한 기념품, 생활용품의 개발에 대한 공모의 두 가지로 구분될 수 있다. 그러나 현재의 재정적 여건을 감안할 때 이 두 가지를 동시에 실시하는 방안이 적절할 것이다.

예를 들면 현재 강릉시와 홍길동 캐릭터 때문에 논쟁을 하고 있는 장성시의 경우, 1998에서 1999년에 걸쳐 사업비 1억800만원을 들여 홍길동 캐릭터 개발하였다. 장성시는 1998년 캐릭터 73종을 개발하여 특허청에 의장 및 상표등록 107종 마친 상태이다. 이미 홍길동 라이센스 계약을 통해 관내 관광상품 107종을 개발했고, 굴렁쇠, 우산, 양산, 가방, 내의 등으로 서울 롯데, 현대, 뉴코아 등과 광주 신세계 백화점 등에 납품하기도 한다. 이들은 1999년 공공부문혁신대회(기획예산처와 행정자치부 주최)에서 홍길동 캐릭터 개발사례로 수상하기도 했으며, 홍길동 캐릭터 상품을 개발해 1998년 이후 2년 간 1억5000만원의 로열티 수입을 올리고 있다.

따라서 캐릭터를 개발하는데 비용은 들지만, 실제로 그것이 성공했을 때는 대

단히 큰 효과를 올릴 수 있다는 것이다. 따라서 강릉시의 경우에도 상품화가 가능한 캐릭터를 개발하고 다양한 상품을 통해 시장에서 성공한다면 그것은 국내는 물론 국제적인 홍보효과를 갖게 될 것이다.

(3) 관광상품화

① 광역 관광 패키지 상품 개발

현재 강릉단오제는 전국적으로 유명한 지역의 관광자원과 효과적으로 결합하지 못하고 있다. 강원도의 자연환경과 강릉단오제라는 전통적인 축제가 결합할 수 있도록 지역관광 자원을 파악하여 공간적, 시간적으로 결합해야 한다. 구체적으로는, 강릉 단오제를 중심으로 영동의 주변지역 유명관광지를 포함하는 광역적인 범위의 관광상품을 개발하여 판매하는 것이 유리할 것이다. 강릉의 경우, 광역관광 패키지는 원주(치악산) ~ 오대산 ~ 대관령 ~ 강릉으로 이루어지는 동서의 축을 이용한 루트와 태백 ~ 동해 ~ 강릉 ~ 속초(설악)를 연결하는 남북의 축을 이용한 두 방면으로의 개발이 가능할 것으로 보인다.

특히 남북을 잇는 관광의 축을 대상으로 하는 관광의 패키지의 개발은 점차 호전되어 가는 북한과의 관계를 고려해 볼 때 설악·금강 관광권의 배후지가 될 수 있을 것이다. 나아가 강릉이 동해안 전역을 대상으로 하는 해안관광개발의 주요 핵심지로서 위치할 수 있도록 각별한 노력이 필요할 것이다. 이러한 상품의 개발에 있어서 독자적인 상품의 개발보다는 지역의 다른 시·군과 공동 협력체계를 구축하고 관광전문가 및 여행사와 협조하여 개발하는 것이 바람직할 것이다.

내용적으로 강릉을 중심을 하는 관광상품은 역사문화관광자원과 연계한 상품과 이벤트 행사와 연계한 상품을 구성될 수 있는데, 역사문화상품으로는 선사, 신라시대 유적탐방, 헌화로 수로부인 설화, 명주군왕 관련 유적, 대공산성, 고려성지, 보현사, 굴산사지, 객사문 등 문화유산을 연계하는 상품화가 가능하다. 또한 이벤트행사와 연계한 관광상품으로는 안인진 잠수함 가상전쟁, 홍길동연극, 주문진 오징어, 강문 진또배기, 초당두부, 남항진, 한송정 차문화, 경포대 달맞이, 경포호수 홍장암 시조이벤트 등이 가능하다.

② 기존 관광투어의 보완 및 강화

1999년부터 시도된 강릉 단오제 투어의 경우, 소기의 목적을 달성하기에는 미흡한 점이 많았으나 잘 보완한다면 좋은 성과를 거둘 수 있을 것으로 판단되며, 이후에는 다음과 같은 노력이 필요할 것으로 보인다.

우선, 투어진행을 연출함에 있어서 보다 조직적일 필요가 있다. 기존의 투어는 단오와 관련된 국사성황당, 굴산사지, 범일국사 부도탑 등을 둘러보며 설명을 듣는 단순한 형태로 이루어져 있어 각각의 장소들이 가지는 신비함이나 재미를 제대로 표현하지 못하고 있다. 참여자들에게 좀더 인상적인 투어로 각인시키고, 단오와 관련한 장소들의 의미를 부각시키기 위해서는 해당 장소마다 조그만 이벤트의 연출이 필요할 것으로 보인다.

예를 들어, 국사성황당 방문시에는 신목에 신이 내리는 장면이나, 호랑이를 시켜 여국사성황을 모셔오는 장면 등을 재현한다거나, 굴산사지, 범일국사부도탑 등을 중심으로 범일국사의 탄생과 성장에 얽힌 설화를 공연의 형식으로 보여줌으로써 관객의 이해와 체험을 넓힐 수 있을 것이다.

다음은 홍보의 문제이다. 신문이나, 포스터를 통한 광고도 부족했을 뿐만 아니라, 단오제가 열리는 행사현장에서도 조그만 부스만을 설치했을 뿐, 관람객들의 관심을 끌만한 매력이 없었다. 더욱이, 단오제 행사를 알리는 홍보물에서 언급조차 없었던 것은 무척이나 유감스러운 일이었다.

단오를 주제로 실시되는 투어가 아직은 초보단계인 만큼 우선은 영리를 목적으로 하기보다는 투어자체의 의미와 가치를 알리는데 주력할 필요가 있다. 이를 위해 신문 및 잡지 등의 인쇄매체를 이용한 홍보활동과 포스터의 제작 등의 직접적인 홍보활동과 더불어, 참가자들을 대상으로 수기, 감상문 등을 공모하고, 우수작에 대한 기념품제공 등을 통해 투어에 대한 관심을 높일 수 있도록 해야 한다.

투어에 참가하는 대상도 처음에는 외국인이나 외지인등 강릉단오제에 익숙하지 않은 사람들을 대상으로 하는 압축된 강릉단오제 체험이 될 수 있도록 권장하는 것이 바람직할 것으로 보인다. 이후에는 가족투어 등을 통해 가족들이 단오제 공간에서 여러 가지 프로그램에 참여할 수 있도록 안내하는 방법을 찾아볼 수 있다. 몇 해의 안정화된 시도를 거친 뒤 상품으로 개발하여 지역의 관광자원

과 결합하여 확대된 단오제 투어로도 발전시킬 수 있을 것이다.

③ 강릉단오제와 철도여행 패키지 결합

강릉단오제와 기존의 철도여행 상품으로 인기가 높은 정동진 관광열차와의 연계를 추진할 수 있다. 정동진 해돋이 관광열차는 주말을 이용해 정동진의 해돋이와 주변 일대를 관광할 수 있도록 무박 2일의 코스로 관광객들에게 제공되고 있는 상품으로서 열차의 주 목적지가 강릉에서 가까운 정동진역인 점과 열차의 종착지가 강릉인 점을 이용하여 단오제 기간동안 관광열차를 이용하는 관광객들이 정동진 해돋이를 관람한 후 낮 시간 동안 강릉 단오제를 구경하거나 하루정도 숙박을 하며 단오제를 즐기고 돌아갈 수 있는 특별프로그램을 기획하고 철도청과 연계하여 판매할 수 있도록 한다.

이러한 패키지 상품이나 외국인들을 대상으로 한 관광상품을 개발하고 성공적으로 운영하기 위해서는 프로그램 일정과 행사장 정비를 연계하여야 한다. 현재는 이러한 패키지 상품을 판매하고 유인하기 위한 기반이 조성되어 있지 않기 때문이다.

④ 강릉지역 테마여행

현재 사람들의 관광 형태는 점점 자연 그 자체를 즐기기보다는 테마별 여행의 경향으로 변하고 있다. 따라서, 강릉을 중심으로 하는 역내 관광코스의 개발은 기존의 여러 관광지를 나열하는 방식에서 벗어나, 테마별 혹은 일정별로 구분하여 구성하는 것이 바람직하다.

우선 테마별 관광코스로는 대관령박물관~시립박물관~참소리박물관 등을 잇는 "박물관 기행", 사천과즐마을~초당순두부 마을에서 전통민속음식을 체험을 제공하는 "민속마을 체험", 정동진~6·25남침 사적비~등명락가사~잠수함침투지~경포대를 연결하는 "해안안보관광여행", 신복사지~굴산사지~법왕사~보현사 등을 잇는 "불교문화 탐방", 칠사당~객사문~오죽헌~선교장~해운정 등을 잇는 "도심관광투어"등의 코스가 가능할 것이다.

관광상품의 개발은 단순히 주요관광지를 연계하거나 나열하는 수준에 그쳐서는 곤란하다. 앞서 단오투어와 관련해서도 언급을 했듯이 이러한 테마별 관광지

를 잇는 교통편의 제공과 안내체계의 구축, 그리고 요소 요소에 간단한 이벤트를 마련함으로써 단순히 관람을 하는 형태에서 벗어나 관광객들이 즐기고 참여할 수 있는 여행코스로 만들어야 하며, 정기적인 투어 버스의 제공을 통한 편의의 제공이 바람직할 것이다.

이 외에도 이미 강원도 관광안내 및 강릉지역을 소개하는 인터넷 사이트나 홍보물을 통해 강릉과 주변지역을 아우르는 관광루트가 많이 개발되어 있다. 예를 들어, 강원도 홈페이지의 강릉권 1박 2일의 코스를 살펴보면 1일 대관령박물관 → 참소리박물관 → 경포대 → 선교장 → 오죽헌 → 강릉 (1박), 2일 강릉 → 소금강 → 오대산(월정사, 상원사) 등이 소개되고 있으며, 이러한 기존의 루트에 교통편이나 숙박시설 및 각종 편의시설을 포함하는 패키지 상품을 개발할 필요가 있다.

2) 홍보 전략

(1) 기본전략

① 연중 홍보방안

축제홍보에서 가장 중요한 것은, 이제까지처럼 축제가 열리기 몇주일 전, 혹은 며칠 전에 시작되고 축제가 끝나면 홍보도 끝나는 방식으로부터 탈피해야 한다는 점이다. 홍보의 가장 중요한 원칙은 연중 계속되어야 한다는 것이다.

이를 비해 강릉단오제 홍보의 시간적 범위를 확장할 필요가 있다. 행사는 1년 주기로 열린다고 하더라도 홍보는 사실상 끊임없이 이어져야 한다. 아직까지 강릉단오제의 경우 홍보기간이 상당히 짧은 편이다. 외국의 대규모 페스티발에서는 전체 홍보기간을 3년 이상으로 잡고 있다. 이들은 행사 시작 2년 6개월 전부터 홍보활동을 개시하고 있고 우리나라의 경우에도 대규모 국제페스티벌의 경우에는 1년 전부터 홍보를 시작한다. 홍보기간이 짧으면 관객 유치의 약화로 이어질 것은 당연하다. 따라서 강릉단오제도 '연중 홍보'라는 개념을 도입하여 인터넷 관광 관련 사이트나 기타 해외문화원, 그리고 지방자치단체 사이트 등을 통하여 연중행사로서 강릉단오제의 시기와 내용, 준비정도를 계속해서 홍보해야 한다.

② 단오제 직전 및 사후 홍보 방안

홍보에서 중요한 것은, 축제가 끝나도 사후 평가와 다음해 사업 구상의 과정과 홍보과정을 병치시켜 끊임없는 홍보를 해야 한다는 것이다. 물론 단오제 기간 직전의 홍보는 중요하지만, 전국으로부터 혹은 해외로부터 단오제 참가를 계획하고 실제적인 참가를 위한 준비를 할 수 있는 기간을 생각할 때 상시적인 홍보가 더욱더 중요하다. 따라서 홍보기간을 확장하고 시기별 홍보계획을 수립하는 것이 바람직하다.

외국의 대규모 페스티벌의 경우에는 관람객들의 행사에 대한 인지와 행동을 중심으로 홍보단계를 구성하거나, 주최측의 활동 계획을 중심으로 단계가 설정되어 있다. 따라서 사전, 사후 홍보 계획에서는 강릉단오제의 경우도, 방문객의 참여 동선 중심으로 홍보계획을 설정하고 그것을 다시 주최측의 활동계획과 면밀하게 연결시켜 행사준비의 모든 과정과 홍보가 밀접하게 연결되는 방식으로 재구성될 필요가 있다. 이를 통해 연중 홍보와 사전집중기, 사후 정리 및 예비기의 홍보전략을 구체적으로 마련할 필요가 있다.

③ 홍보의 차별화

ⅰ) 지역별 홍보전략

강릉단오제에 대한 홍보는 단오제에 참가하는 지역을 구분하고 그에 맞게 차별화시켜 홍보전략을 세워야 한다.

강릉단오제의 경우, 1차 홍보지역은 강릉 주변의 강원도 인접도시로 지리적으로는 구분되어 있지만 생활권은 강릉에 속한 지역으로 설정될 수 있다. 2차 홍보지역은 고속 교통망을 통해서 강릉을 방문하여 강릉단오제를 관람하러 오는 전국을 대상으로 해야 할 것이다. 이들에게는 지역의 관광자원과의 결합이 필수적이며 숙박, 교통시설에 대한 홍보도 필수적이다. 나아가 3차 지역은 서울에 산재해있는 외국인 관광객들과 해외지역이 이에 해당될 것이다. 해외지역의 경우에는 한국과 인접한 중국, 일본, 대만 등이 주요대상이 되는데, 주로 자매결연 지역을 홍보거점으로 삼을 수 있을 것이다. 해외홍보의 경우 역시 국제관광객의 유치를 위해서는 서울이 주요거점이 될 것이다.

중요한 점은 홍보지역이 동심원과 같이 공간적인 방식으로 순차적으로 확대

되는 것이 아니라, 네트워크와 같은 선형적인 방식으로도 확대될 수 있다는 점이다. 즉 유리한 교통여건이나 높은 문화소비욕구로 인해 서울과 같은 대도시는 강원도의 어느 중소도시보다도 강릉단오제의 중요한 홍보와 마케팅 대상이 된다. 이런 점에서 지역별로 차별화된 홍보전략의 수립과 집행은 홍보의 지역적 편중을 의도하는 것이 아니라, 지역별로 홍보의 대상과 방식을 다양화함으로써 홍보지역 전체에서 최소의 투입으로 최대의 효율성을 획득하려는 시도이다.

<표Ⅳ-3> 지역별 홍보전략

	지역	홍보전략
제1차 유치지역	기본관객유치지역인 강릉 및 강원도 인접도시	▪ 단오제에 대한 주인의식과 참가의식 고양 ▪ 볼거리 제공으로 반복방문객 증대 ▪ 지역의 숨겨진 역사성 드러내기
제2차 유치지역	단기체류관광이 가능한 전국 지역	▪ 전국 중고등학교 수학여행 코스로 홍보 ▪ 강릉의 문화상품에 대한 집중 홍보
제3차 유치지역	장기체류관광 가능한 서울의 해외관광객 및 해외지역	▪ 강릉 민속의 한국적 대표성 부각 ▪ 강원도 자연경관의 아름다움 부각 ▪ 인접국가 수학여행 및 단체여행 코스 홍보 ▪ 자매 우호도시의 참가 유발

ii) 매체별 홍보전략

모든 매체는 각각 장점과 단점이 있고 성격이 다르다. 강릉단오제가 이용할 수 있는 매체는 특히 지역에 있는 TV와 라디오 방송사와 지역신문 등과 잡지, 그리고 중앙의 TV · 라디오 등이 있다. 아직까지도 우리나라의 지역에서는 지역방송보다는 중앙방송프로그램에 대한 의존률이 높지만, 그럼에도 불구하고 단오제 등과 같은 지역축제의 경우 지역매체들로서는 빼놓을 수 없는 취재원이다. 한편 지역에서 활발하게 일어나는 축제는 중앙 매체들도 관심을 가지게 마련이므로 적극적으로 활용하는 것이 좋다.

홍보매체별 장단점을 비교해보면 다음과 같다.

<표Ⅳ-4> 홍보매체별 장단점 비교

매체	장점	단점
지역 TV	▪ 매우 강력한 동시적 선전효과 ▪ 가시적 홍보효과	▪ 높은 광고료
지역 라디오	▪ 특정연령층 및 특정 기호층에 대한 집중적 홍보	▪ 대상이 제한적임
지역 신문	▪ 단계별 즉시적 효과 ▪ 세부사항 전달 용이 ▪ 비용이 저렴함	▪ 표적집단이 불명확함 ▪ 효과검증이 어려움 ▪ 유효기간이 짧음
중앙 TV · 라디오	▪ 전국적 홍보 가능 ▪ 행사의 지명도 상승	▪ 높은 광고료 ▪ 접근이 용이하지 않음

iii) 계층별 홍보전략

현재는 강릉단오제 관람객층이 그다지 다양하지 않은 것이 현실이다. 그럼에도 불구하고 참가하는 사람들의 특성을 분석함으로써 여러 가지 특성에 따라 차별화된 홍보를 수행해야 한다.

관람객에 따라 차별화된 홍보전략을 구사하기 위해서는 이러한 관람객의 구성, 성향, 선호, 필요 등에 대한 상세한 조사를 통해 주요한 홍보표적집단을 구분해 내는 작업이 우선되어야 한다. 강릉단오제에 참여한 사람들의 인구통계학적인 구성이 밝혀져 있으나 연령층과 지역구분, 기호 등으로 구별되는 특성만을 알 수 있을 뿐이다. 그러나 강릉단오제의 관객층이 점차 늘어나고 다양화되는 것을 목표로 할 때 수요자층에 대한 분석작업은 해마다 지속적으로 이루어져야 한다.

(2) 세부전략

① 강릉단오제 전문 홍보조직 운영

단오제 준비위원회 안에 강릉단오제의 홍보만을 전담할 부서를 설치하여 단오제의 홍보를 위한 업무를 총괄하도록 하여야 하며, 이를 상시 운영함으로써 홍

보효과를 극대화할 수 있도록 한다. 앞서도 누차 강조했듯이 홍보는 축제에서 절대로 부분적인 과정이 아니다. 행사준비와 진행의 전 과정이 홍보와 밀접하게 연관되어 있어야 하며, 그러기 위해서는 강릉단오제 추진위원회안에 전문 홍보 담당 조직이 있어야 한다.

② 여행사 제휴를 통한 확산적 홍보

단오제에 즈음하여 전국적인 규모의 여행사와 연계한 협력체계의 구축이 필요하다. 이를 통해 얻을 수 있는 효과로는 우선, 지역에서 담당하기 힘든 광범위한 지역에서의 홍보활동이 가능해진다는 점을 들 수 있다.

또한 이는 축제에 관심이 있는 사람들을 대상으로 한다는 점에서 볼 때, 비단 홍보 효과뿐만이 아니라 관람객의 모집에도 상당한 효과가 있을 것으로 기대된다. 아울러, 패키지 상품의 개발 등을 통해서 개별 여행에서는 해보기 힘든 다양한 체험을 할 수 있는 기회도 가지게 되는 등 단오제와 강릉에 대한 이해를 높이는 계기가 될 수 있을 것이다.

③ 체계화된 안내 시스템의 구축

관람객에 대한 안내 역할을 담당할 안내시설의 설치는 기존의 방식처럼 관광객이 찾아와야만 하는 식의 공급자 위주 방식에서 탈피하여, 관광객의 쉽게 찾을 수 있는 역이나 터미널, 행사장의 입구, 공연장이나 편의시설 주변 등으로 분산하는 것이 바람직할 것이다.

관람객을 위한 안내는 역과 터미널, 강릉 진입도로의 입구 등에서부터 행사장까지, 행사장 입구와 주변에서의 안내, 행사장 내에서의 안내 등으로 세분화하여 상황에 맞는 정보를 제공할 필요가 있다. 우선 시 외곽에서는 행사장까지의 교통편이나 도로안내 및 강릉시내와 주변 유명관광지와의 연계 등 종합적이면서도 거시적인 정보의 제공이 이루어져야 할 것이다. 또한 행사장 입구에서는 행사장의 배치 즉, 공연장과 편의시설에 대한 정보를 제공함과 동시에 단오제에 대한 종합적인 설명을 제공하고, 단오장 내에서는 앞서의 종합적인 정보와 함께 각각의 행사에 대한 다양하고 자세한 정보를 제공해야 한다.

안내의 방식으로는 기존의 인쇄물을 이용한 안내수단의 형태의 안내에서 나아

가 멀티비전과 스크린 등을 이용, 단오제 소개 프로그램, 관련 영화나 역사문화 다큐멘터리 등을 방영하여 과거 단오제의 오랜 전통과 유래, 그리고 미래의 발전 방향을 현장에서 역동적으로 제공하도록 한다. 이를 통해 방문객들이 단오제를 좀더 생생하게 체험할 수 있도록 하고 더불어 주요 지정문화재 행사나, 민속, 문화행사에 대한 해설 및 정보를 제공함으로써 단오제에 대한 이해를 높일 수 있다.

이러한 매체는 사람들이 많이 모이는 단오장의 입구나 주행사장 근처에 마련할 수도 있으나, 단오장내 별도의 공간을 마련하는 편이 혼잡을 예방할 수 있다는 점에서 더욱 바람직할 것으로 보인다.

④ 홍보물 제작의 이원화

관람객에게 제공되는 홍보물은 단오제와 강릉을 동시에 소개할 수 있는 종합적인 것과 각각 다른 테마를 담은 분야별 홍보물 등의 두 가지로 분류하여 제공하는 것이 효과적이다.

전자의 경우, 관람객의 편의를 고려하여 단오제에 대한 소개, 행사 일정과 행사장 안내, 강릉시내의 주요시설과 관광지, 숙박시설, 교통편, 먹거리 등에 대한 광범위한 정보를 간략하게 제공할 수 있도록 한다.

후자의 경우는 간접체험과 교육적 효과를 고려하여 지정문화행사, 민속행사, 중요 무형문화재 초청행사, 경축행사 등 행사별로 구분을 한다거나 혹은 굿, 풍물과 사물, 민속춤과 놀이 가면극 등 테마별로 구분을 하여 상세한 정보를 제공하도록 한다.

굿이나 관노가면극, 중요 문화재초청행사, 민속행사 등 주요한 행사와 관련하여서는 행사의 운영요원 외에 별도의 전문 안내인을 두어 공연과 함께 필요한 부분을 해설하는 것도 관람객의 이해를 높이는 데 유용할 것이다.

관광객에게 제공되는 안내는 정보의 제공의 역할을 할뿐만 아니라 관람객을 효율적으로 관리하는 역할도 할 수 있어야 한다. 안내물을 비롯하여 게시판, 광고 등을 이용, 관광객의 관람 순서나 이동에 편리한 동선을 제시함으로써 단오장내의 혼잡도를 낮추고 좀더 쾌적한 환경에서 즐겁게 관람할 수 있도록 유도하고, 또한 계도를 목적으로 하는 표어나 선전문구 등의 가이드 라인을 제공함으

로써 과음이나 고성방가, 다른 관람객에게 피해를 주는 기타의 여러 행위들이 근절되도록 하여 단오장내 청결 및 질서유지에 협력하도록 할 수 있다.

3) 전국화 · 국제화 전략

그동안 단오제의 세계화에 관해서는 많은 논의들이 있었다. 강릉단오제를 세계적인 문화상품으로 만들어야 한다는 당위적인 결론에는 동의하지만 그를 위해서 구체적으로 무엇으로부터 시작해야 하는가에 대해서는 방법론적으로 미약했었다. 본 연구에서는 단오제의 세계화를 지향하면서 우선은 단오제의 전국화를 위한 노력이 선행되어야 함을 강조한다. 전국적인 교류의 장을 확보하고 충분히 검증한 이후 상품적인 가치를 가지고 있는 것을 발굴하여 세계적인 상품으로 발전시키는 것이 보다 가능성 있는 방안이라고 생각한다. 그러나 단오제의 전국화와 세계화는 절대로 절차의 문제만도 아니고 수준의 문제만도 아니다. 그것은 일단 현실가능한 시도로부터 시작하여 더 발전적인 지향을 실현하기 위한 노력이 가해져야 한다는 문제의식이다. 따라서 단오제의 전국화와 단오제의 세계화는 동전의 양면이라고 할 수 있다.

(1) 전국화전략

① 전국 유사축제 교류

현재 전국에는 전주풍남제를 비롯한 단오제를 기념하는 각종 축제가 열리고 있다. 대부분의 축제는 전통적인 성격을 가지고 있으며 전통적인 문화공연이 주가 된다. 그러나 그러한 축제들이 특별한 연계가 없이 특정지역만의 축제로 머물고 있는 것이 현실이다. 또한 지방자치단체간의 문화교류가 그다지 활성화되어 있지 않은 것이 사실이다. 그러면서도 지방자치단체들은 자기지역의 축제를 세계화시킨다는 동일한 목표를 가지고 있다. 강릉단오제는 국제적인 상품이 되기 이전에 먼저 전국적인 축제로 발전하는 것이 더욱 현실가능성 있는 대안이다.

따라서 이러한 축제들이 전통 민속공연 등을 비롯한 각종 공연들을 공동 개최하거나 순회 공연한다면 축제의 전국적 확산의 초석이 될 것이다. 우선 공연단

체들간의 단체간 교류를 활성화시키는 것이 필요하다. 지역극단간 교류, 강릉단오굿을 중심으로 전국의 굿을 관람할 수 있도록 굿을 모아내서 프로그램화하며 순회 공연하는 등이 필요하다고 할 것이다. 전국 농악단 공연연합 등도 모아낼 경우에는 강원도 내에서도 영서농악과 영동농악의 차이가 있듯이 전국의 농악도 각각 독특한 특색을 가지고 있다고 할 때 그러한 차이를 보여줌으로써 흥미를 유발할 수 있다.

② 전국 가면극 축제 개최

전국적으로 이루어지는 가면극놀이를 조사하여 '전국가면극대회'를 개최할 수 있다. 강릉은 '관노가면극'을 지역 문화적 자원으로 가지고 있기 때문에 그러한 근거는 충분하며, '하회탈놀이'나 '양주별산대놀이'등 전국에 흩어져 있는 가면극을 단오제를 기점으로 하여 강릉에서 모아낸다면 강릉단오제의 전국화를 달성하는데 기여할 것이다.

'관노가면극'은 1900년 초에 사라졌다가 1965년경부터 다시 부활되었다. 1965년부터 본격적인 복원작업이 이루어졌으며 전국민속예술경연대회에 참가하면서 좀더 구체적인 모습을 찾기 시작했다. 1966년 문화재 지정자료가 작성되고 1967년 1월 16일 강릉단오제의 한 종목으로 가면극이 인정되어 무형문화재 13호로 지정되어 확고한 전승체계를 갖추게 되었다.

'관노가면극'의 등장인물은 모두 개성이 강하게 표출되는데, 양반광대, 소매각시, 시시딱딱이 2명, 장자마리 2명 총 6명이 등장한다. 이것은 당시 사회를 풍자하고 희화하는 내용으로 많은 사람들에게 웃음과 함께 사회 비판적인 기능도 동시에 가져왔다. 따라서, 마당극의 특성상 즉흥적인 창작과정이 계속해서 가미되는 과정이 이루어지는 것에서 볼 때, '관노가면극'도 단지 고정된 내용을 충실하게 고증하는 것과 함께 현대적인 의미를 덧붙여 가며 관객들과 동시대적으로 호흡할 수 있는 가능성이 있다.

이러한 행사의 개최는 가면극이 역사적·시대적 변화요구를 수용하고 주민들의 문화창조욕구를 촉진하며 나아가 지역적·종교적 갈등을 용해해낼 수 있는 문화장치로 지속되는 과거의 전통문화를 토대로 현대적 창조문화를 조화한 축제의 장을 만들어 낼 수 있을 것이다.

③ 남북 단오제 교류

최근의 남북 회담을 계기로 남북교류의 봇물이 터지고 있다. 아직까지는 정부를 통한 방문과 특수한 사람들에 한한 관광이 이루어지고 있지만, 이제부터는 점차적으로 지역 간 교류가 활성화되어야 한다. 특히 강원도는 그 자체가 갈라진 한반도를 압축적으로 표현하고 있으므로 지역차원에서 적극적으로 남북교류의 다양한 방법을 개발하는 것이 필요하다.

남북교류를 활성화하기 위해 강릉단오제를 매개로 한 다양한 프로그램을 구성해 볼 수 있다. 단오는 우리의 고유한 전통민속으로서 남과 북이 서로 공유하고 있는 문화이다. 그 뿐 아니라 우리의 단오가 다른 명절에 비해 많이 퇴색이 된 반면, 북한은 아직도 제일 큰 명절중의 하나로 단오를 즐기고 있는 실정이다. 따라서 단오를 계기로 남과 북의 민속 교류를 시도하고, 더 나아가 전반적 문화예술 분야 남북 교류를 증진시켜 나가야 할 것이다. 강릉과 지역적으로 유사한 북한의 지역을 선택하여 민속교류부터 시작하는 것은 하나의 방법이 될 것이다.

(2) 국제화 전략

① '국제가면극축제' 개최

앞서 강릉관노가면극을 토대로 하는 전국가면극축제를 제안한 바 있다. 이것은 미리 강조했듯이 우선은 단오제를 전국적인 축제로 만들기 위한 전략의 하나로서 전국가면극대회를 중심축으로 삼자는 제안이었다. 이 행사가 어느 정도 정착되고 성과가 검증되면, 자매도시 등을 중심으로 하여 비슷한 형식의 가면극이 행해지고 있는 지역을 조사하여 낮은 수준이나마 국제적인 교류를 시작하는 것이 필요하다.

우선, 강릉관노가면극이 국제적 판토마임으로 정착할 수 있도록 단오 원형의 복원을 위해 노력이 선행되어야 할 것이다. 그리고 나서, 민속학회를 중심으로 '국제 가면극 학술대회' 등을 개최하면서 다른 나라의 민속학자들과 가면극 공연단을 초청하여 '국제가면극대회'로 발전시키는 것이 바람직하다. 다른 문화권의 유사한 공연과의 합동 또는 비교 연구를 통해 관노가면극의 위상을 높일 수 있을 것이다.

'국제가면극축제'를 개최하면서, 부대행사로 국가지정 문화재인 강릉 농악과 단

오굿을 동시에 공연하면서 이후에 강릉농악을 기반으로 한 '국제타악기 축제' 또는 단오굿을 중심으로 한 굿과 유사한 애원을 푸는 민속을 발굴하여 '세계 무속인 초청 공연'등을 추진함으로써 국제적 샤머니즘 연구 및 전승에도 기여할 수 있을 것이다.

이러한 측면에서 살펴볼 때 2003년에 계획되고 있는 '세계민속전'의 개최는 매우 의미 있는 일이며, 강릉의 단오제를 널리 알리고, 세계의 여러 민속행사와 교류할 수 있는 좋은 기회로 삼아야 할 것이다.

② 지역 상징 기념품, 특산품, 볼거리 창조

강릉에는 너무나 많은 문화자원이 있다는 것을 상기할 필요가 있다. 다만 그러한 상품적 가치가 있는 것들을 발굴하여 상품화하는데는 문화적으로 세련된 감각과 판매전략이 필요하다. 제주도 돌하루방, 러시아 마뜨료쉬까 목각인형 같이 강릉단오제를 대표할 만한 상품을 제공해야 하며, 다음과 같은 것들을 그 소재로 제안하고자 한다.

기념품으로는 신목 행차 인형, 쑥 캐는 처녀, 그네 뛰는 강릉여인, 관노 가면탈, 천중부적, 창포비녀, 창포샴푸, 호개 등 노리개, 종이용선 만들기 의 소재활용이 가능할 것이며 인진쑥 상품, 익모초떡, 쑥떡, 약쑥음료, 단오 감잎차, 국사성황신주, 제면 할머니 찹쌀떡 등의 특산품개발과 한·중 단오노젓기대회, 전국강신무 빙신체험, 국제 써커스대회, 한·일 씨름대회등의 독특한 문화행사의 연출이 필요하다.

<표Ⅳ-2> 기념품·특산품으로 활용 가능한 소재

분 류	내 용
기념품	▪ 신목행차인형 ▪ 쑥캐는 처녀 ▪ 그네뛰는 강릉여인 ▪ 창포비녀 ▪ 관노가면탈 ▪ 천중부적 ▪ 창포샴푸 ▪ 호개등노리개 ▪ 종이용선만들기
특산품	▪ 인진쑥상품 ▪ 익모초떡 ▪ 쑥떡 ▪ 약쑥음료 ▪ 단오감잎차 ▪ 국사성황신주 ▪ 제면할머니 찹쌀떡
문화행사	▪ 한·중 단오노젓기대회 ▪ 전국강신무 빙신체험, ▪ 국제써커스대회 ▪ 한·일씨름대회

③ 강릉의 국제도시 시스템 구축

외국인, 외지인들을 강릉으로 끌어들이기 위해서는 강릉이라는 도시 자체가 국제적인 감각을 가진 도시로 변하는 것이 필수적이다. 즉 강릉은 외국인들은 물론 외지인들이 처음 왔을 때 편안하게 안전하게 머물다 갈 수 있는 기반 시설 및 친절한 시민 정신을 갖추고 있는 도시인가에 대해 자문해볼 필요가 있다고 할 것이다.

단오제를 가장 한국적인 축제의 원형을 견지한 대표축제로 국제 사회에 부각시키는 것은 물론 중요하다. 그러나 그것과 함께 이루어져야 할 것은 강릉이 국제적인 축제로도 손색이 없을 만큼 통역, 안내판, 홍보물, 행사진행 등을 개선해야 한다. 가장 강릉다운 특색을 가지고 있으면서도 외국인들이 방문했을 때 먹고, 자고, 쉴 수 있는 완벽한 시설 및 서비스 수준을 갖추지 않으면, 강릉 방문은 갖은 홍보를 통해 일회적으로 이루어진다고 하더라도 계속 찾는 장소가 될 수는 없다. 따라서 강릉 단오제의 발전전략은 강릉 도시 발전 전략과 반드시 결합해야 하며 종합적인 도시구상 안에서 모색되어야 할 것이다.

또한 강릉단오제의 경제적 효과에 대한 기대를 충족시키기 위해서는 외국인들이 서울의 백화점이 아닌 강릉에서만 쇼핑할 수 있는 산물을 충분히 개발하여 고급화해야 한다. 국제적인 휴양과 국제적인 문화, 그리고 국제적인 쇼핑인 동시에 이루어지는 것만이 축제의 문화상품적 효과를 발휘할 수 있는 방안이라고 할 수 있다. 따라서 강릉의 특색을 가장 잘 나타낼 수 있으며, 단오민속을 대표할 수 있는 먹거리, 특산품 등을 많이 개발해야 한다.

(3) 국제교류 및 해외관광객의 유치 전략

① 인터넷과 해외문화원을 통한 해외홍보

여행도 인터넷을 통한 정보가 점점 중요해지고 있다. 따라서, 세계의 축제를 홍보하는 축제전문 사이트와 연결하여 축제에 관심 있는 네티즌의 관심을 유도하고, 단오제와 관련된 설화, 행사 등의 해설과 동영상을 제공하여 외국인의 방문욕구를 자극할 수 있도록 해야 한다. 물론 홍보는 현실적인 문화상품을 만들어내는 것과 병행하여 진행되어야 한다. 홍보 그 자체가 이루어진다고 해도 실제로 방문했을 때 볼거리들이 그다지 훌륭한 것이 없을 때는 오히려 외국인들의

방문이 이후의 방문객들을 저지시키는 효과를 나타낼 수도 있다. 따라서 현실에 기반한 홍보를 해야 하는 것은 필수적이라고 할 수 있다.

현재 해외에 파견되어 있는 한국문화원을 대상으로 하여 강릉 단오제 프로그램과 강릉 지역의 관광자원에 대한 홍보물을 제작하여 비치하고, 경우에 따라서는 홍보단을 파견하여 해당 나라에서 적극적인 홍보를 펼칠 수도 있다. 이 때 강릉관노가면극단을 동반하여 미리 보여주어 관심을 유발할 필요가 잇다. 우선, 단오제 방문 가능한 잠재고객을 많이 보유한 지역을 타켓으로 설정하고, 유사한 지역문화축제가 개최되는 지역에 강릉단오제의 홍보단을 파견함으로써 홍보의 효과를 극대화시킬 수 있다. 또한 단오제에 대한 인지도를 높이기 위해 주변의 일본, 중국을 중심으로 대도시를 경유하는 관노가면극, 민속단 등의 순회공연도 고려해 볼 수 있다.

② '관노가면극' 상설공연

강릉에 가면 언제나 '관노가면극'을 볼 수 있다는 것을 지역주민은 물론 이부 관광객들에게 심어주어야 한다. 수십 년 동안 같은 주제를 반복적으로 사영함으로써 그 지역을 상징하는 역사의 일부가 된 연극이 결국에는 문화상품이 된 예를 우리는 많이 알고 있다. 영국의 세익스피어 비극을 상영하는 극장, 가까운 사례로 서울의 '난타극장'이 있다. '난타극장'은 이제 한국인들에게도 특수한 공연극장으로 인식되었으며, 외국인이 올 경우 한국문화를 경험하기 위해 꼭 한번은 관람해야 하는 문화상품이 되었다. 이러한 예를 볼 때 강릉시와 강릉의 여러 문화인들은 '관노가면극'을 일시적으로 단오제 기간동안 상영하고 중단하는 것이 아니라 상설공연이 가능하도록 전수자를 길러내고 레파토리를 다양화하여야 한다. 강릉시에서는 먼저 '관노가면극'을 세계적인 문화상품이 될만한 작품성을 가진 것으로 만들고 그를 위해 연기력과 기능을 갖춘 인재들을 양성하는 것에 주력해야 한다. 그것을 통해 상설공연을 함으로써 강릉 시민의 일상생활의 일부가 되는 것은 물론 강릉을 찾으면 반드시 방문해야 하는 필수적인 문화상품으로 발전시켜 나가야 할 것이다.

③ 관광 공사 및 여행사와 협력체계 구축

관광공사의 외국주재 사무소에 단오제 관련 자료를 비치하고, 단오제 행사기간을 즈음해서 단오제의 관람을 위한 관광객의 유치에 공동 노력할 수 있도록 협조체계를 구축한다.

이를 위해서는 먼저 관광공사와 여행사를 대상으로 한 워크샵 형식의 모임을 만드는 것이 필요하다. 관광공사나 여행사들은 가능하면 외국인들에게 관심을 끌만한 여행상품을 찾고 있다. 그렇기 때문에 상품성만 충분히 갖추고 있다면 이들의 관심을 끄는 것은 그리 어렵지 않을 것이다. 워크샵을 통해서 강릉단오제의 상품성을 관광관련주체들에게 인식시키고 그들과 협력체계를 구축한다면, 이후에는 외국인들이 오게 하는 것 역시 보다 쉬어질 것이다.

한국관광공사 및 전국의 관광안내소와 공항, 터미널 등 외국인의 출입이 많은 곳을 중심으로 강릉 단오제를 소개하는 포스터 및 안내자료를 배포하여, 외국인들이 강릉단오제에 대한 정보를 쉽고 빈번하게 접할 수 있도록 한다.

각 언어권별로 강릉 단오제의 의미와 행사안내를 담은 홍보 영상물을 제작하여, 각 국의 주재원 및 문화원, 여행사 등에 배포함으로써 강릉 단오제에 대한 좋은 이미지를 부각시킨다.

국내외 여행전문업체와의 연계를 통해 외국관광객을 모집하여 외국여행객들의 안전 및 여행에 따른 일반적인 필요사항들을 지원하고, 실적이 좋은 여행사를 대상으로 인센티브를 제공함으로써 많은 여행사들이 적극적으로 참여할 수 있도록 공모한다.

④ 자매도시 관광객 상호교환

자매도시는 비교적 강릉에 대해 잘 알고 있는 고정된 사람들을 가지고 있다는 점이 유리하다. 우선은 지역에 있는 교류할 수 있는 단체들을 파악하는 것이 중요하다. 일반인들을 대상으로 하는 무작위적인 관광객을 유인하는 것은 처음에는 불가능할 것으로 예상된다. 따라서 우선은 지정단체들간의 교류를 권장하고, 자치단체간 업무 교류들이 선행되어야 한다. 그러면서 지역주민들에게까지 자발적으로 교류할 수 있는 기회를 조성하는 것이 바람직하다.

그리고 자매도시의 지역축제에 관심을 가지고 답사하여 즉각적으로 교류가 가

능한 영역을 선택하여 시작하고 그 다음에 일반인들에게까지 점진적으로 확대해 가는 것이 바람직할 것이다. 지역예술단의 교환 방문이나 공연을 홍보의 장으로 이용하여 교류의 확장을 가져오는 것이 좋다.

축제 행사장 내에 자매 지역의 문화, 산업 등에 대해 전반적으로 소개하는 안내 부스를 설치하여 상호 이해의 수준을 높이고, 더 많은 볼거리를 제공할 수 있도록 한다. 안내부스는 형식적이 아니라 내용적으로 탄탄한 준비를 갖추고 열어서 실질적으로 지역주민들이 필요로 하는 정보를 줄 수 있어야 한다. 여기서도 행정조직과 여행사와 제휴하여 ONE-STOP 관광서비스를 실시할 수 있도록 체계를 갖추어야 한다.

⑤ 환동해권 6개국 민속예술단 초청 공연

중국 길림성, 러시아 연해주, 일본 돗토리현, 몽골 중앙도, 북한예술단, 강원도를 중심으로 하는 환동해권 민속예술단의 초청공연 및 교환공연을 통해 상호우의를 다지고 이해의 폭을 넓힐 수 있도록 한다. 전문적인 공연단의 초청공연은 일정과 재정만 준비되면 비교적 쉽게 준비될 수 있는 국제교류 방법이다. 여기서 중요한 것은 교류의 지속화와 확대가 이루어져야 한다는 것이다. 교류의 주체들은 자기 단체의 공연만으로 그치는 것이 아니라 장기적으로 지역간 교류의 첨병의 역할을 하여야 한다. 이들을 기반으로 하여 다양한 지역교류의 방법이 모색되고 나아가 지역주민들까지 확대될 수 있도록 하여야 할 것이다. 또한 각각의 공연단이 진행하고 잇는 국제교류의 성과들을 이어내어서 강릉으로 집결하여 확대하는 방안을 모색하는 것이 필요하다. 예를 들어 길림성이 교류하고 있는 단체와 일본 돗토리현에서 교류하고 있는 단체들을 파악하여 그들이 강릉에서 다시 집결할 수 있다면 좀 더 확대된 공연교류가 이루어질 수 있을 것이다.

⑥ 단오 및 지역사 학술대회 개최

단오제와 관련하여 국내외 전문가들이 모인 학술회의를 개최하여 기본적으로는 단오제의 내실의 기할 수 있도록 하고, 나아가 이들을 통해 단오제에 대한 관심이 고조될 수 있도록 해야 한다.

주제를 단오 행사로 제한하는 것이 다소 어렵다면 처음에는 민속사 학술대회

의 장소로 강릉을 소개하고 한국관광학 학술대회 혹은 지역축제 관련 학술대회를 개최하는 것이 좋다. 무엇보다도 학술대회에 참가하는 사람들이 지역사와 민속, 특히 축제 관련 전문가일 경우 그들이 학술대회 개최이후 강릉지역에 대한 홍보를 할 경우 일반 관광객들보다 몇 배의 효과를 거둘 수가 있기 때문이다.

단오제 행사기간 중 관련 연구자들을 초빙하고 단오제와 관련한 연구활동을 적극 지원하는 방안을 검토해 볼 수 있다. 이를 통해 세계의 다른 지역축제와 단오제의 비교 분석 및 심층 연구가 가능해지고, 단오제의 정체성 확립에도 기여할 것이다.

⑦ 대외국인 서비스 체계 구축 및 일상교류의 관광교류화

외국 방문객을 위한 통역안내원의 수를 늘리고, 외국어로 된 안내물을 새로이 마련해야 한다. 또한 특별한 요청이 있을 경우 전담 안내원을 배치하여 보다 상세하고 전문적인 정보제공이 이루어 질 수 있도록 해야한다. 일단 외국인 대상으로 한 안내 시스템의 점검과 확인이 선행되어야 할 것으로 보인다. 만약 확정된 시스템이 없다면, 그러한 시스템을 확립하기 위한 지역의 다양한 단체들과 연합한 대안을 찾으려는 노력이 있어야 할 것이다. 예를 들어 지역의 대학생들 중 외국인과의 교류에 관심 있는 자원봉사자들을 모집하여 아마추어 통역 네트워크를 형성하고 그들을 낮은 수준에서나마 계속 지원하면서 강릉 지역의 자립적인 대외국인 서비스망을 구축할 필요가 있다.

또한 학계나 언론계, 경제계 등 각 장에서 일상적으로 이루어지고 있는 국제교류의 형태를 파악하여 그들을 강릉지역 관광객으로 흡수하는 것이 바람직하다. 예를 들면, 사업은 강릉에서 하고 관광은 다른 지역에서 하거나, 그 외에도, 필요한 용무는 강릉에서 보고 소비는 다른 지역에서 하는 것을 벗어나서 강릉이 통합된 서비스를 제공할 수 있도록 필요한 기간 시설과 서비스 체계를 구축하는 것이 필요하다.

단오제 기간 동안 외국인들이 이용하기 편리하고, 우리의 문화를 아는 데도 도움이 될 수 있는 숙박시설이나 토속음식점을 지정하여 운영할 수도 있다. 즉 관광객들의 생활 패턴과 소비패턴에 대한 면밀한 연구를 통하여 그들의 동선을 따라가며 가장 편안하고 완결적인 방문이 가능하도록 강릉지역을 만드는 것이

필요하다.

4. 환경조성

1) 교통망 및 숙박시설 완비

(1) 교통망 구축

단오장 및 지역내 연계 관광권과의 이동이 원활하도록 도로 및 안내시설을 정비하여 관람객 이동의 편리를 도모한다

대중교통수단을 이용하는 관람객을 위해 자세한 안내체계를 구축하고, 필요에 따라서는 운송업체의 협조를 구하여 행사기간 동안 대중교통수단의 연장운행이나 증편 혹은 임시노선을 설치를 고려한다.

관람객 이동의 가장 확실한 수단으로는 행사장과 지역의 역과 터미널, 주요관광지, 숙박시설 등을 왕복 또는 순환하는 셔틀버스를 운영할 필요가 있다.

(2) 숙박시설의 보강

단오 행사장 주변에 숙박시설의 수를 늘이는 정책이 필요하나 무분별한 양적 확대보다는 시내중심지인 만큼 고급 대형숙박시설의 확보가 우선적이며, 그 외 경포지역을 이용한 숙박시설의 보강도 효과적이다.

외국인을 대상으로 하는 숙박시설로는 민박 시설을 확보하는 것이 우리 문화를 알리는데 좋은 역할을 할 수 있으며, 민박을 원하는 가구를 조사하여 하나의 커뮤니티를 구성할 수도 있고, 행사기간을 전후하여 신청가구를 접수받아 외지 관광객과 연계시키는 방안도 가능하다.

2) 자원봉사자 육성 및 활성화

(1) 육성 방안

자원봉사자의 인력활용을 위한 계획을 사전에 수립하여, 인원동원, 인력배치, 관리 등의 세부사항들을 점검할 필요가 있다

인력의 수급은 순수 자원봉사자의 활용과 함께, 일정한 보상을 대가로 모집을 할 수도 있다. 또한 자원봉사자의 참여를 유도함에 있어서 개인별 참여자의 확대도 주요한 요소이나, 자원봉사자 운영의 효율성을 높이기 위해서는 자원봉사자 모임, 대학생학생회, 각 종교단체의 조직 등 비영리단체와의 연계가 보다 효과적일 것으로 보인다.

연중 잠재 자원봉사자를 확보 및 관리하여 단오제 뿐 만 아니라, 다른 여타의 행사들에서 유용하게 활용될 수 있도록 한다.

특히 자원봉사 활동을 할 수 있는 조건이 되는 고학력 노령자나 고학력 여성들을 중심 타겟으로 선택하여 집중 육성을 시도할 필요가 있다.

(2) 교육프로그램

자원봉사자를 위한 매뉴얼을 개발하여, 각자의 책임, 의무의 소재를 명확히 파악할 수 있도록 한다.

자원봉사자를 행사 이전에 소집, 단오제에 대한 기본적인 내용과, 행사의 일정, 행사장의 배치, 관람객을 상대로 하는 안내교육, 친절교육, 자원봉사자가 가져야 할 태도 등에 대한 교육을 실시함으로써 자원봉사자의 서비스가 표준화되고 향상될 수 있도록 해야 한다.

체계적인 자원봉사자 교육 프로그램은 일본의 사례를 참조할 필요가 잇다. 자원봉사자는 절대로 무능력한 실업자나 노령자가 간단한 잡무를 처리해주는 역할을 하는 것은 아니다. 자신의 능력을 물질적인 가치가 아닌 삶의 보람이라는 정신적인 가치의 실현을 위해 사용하는 것이다. 그리고 각각의 역할에서 요구되는 전문성을 최대한 갖춤으로서 자원봉사자의 활동이 선택이 아니라 필수적인 과정이 되게 해야 할 것이다.

(3) 자원봉사자에 대한 처우개선

기존의 자원 봉사활동으로 이루어지던 청소, 질서유지, 관리 등의 단순 노력봉사와 통역, 안내 등의 활동과 더불어 진행, 운영 분야 등에서의 활동에 참여할 수 있는 기회를 제공하고, 특히 특별한 기술과 지식을 요구하는 전문분야에 자원봉사자를 활용함으로써 행사운영의 효율성을 높이고 개개인의 전문성이 발휘

될 수 있도록 해야한다.

자원봉사자들이 업무수행에 필요한 권한을 부여함으로써 각자의 임무에 책임감을 가지고 활동할 수 있도록 하며, 유니폼의 제공, 평찰 착용 등으로 스스로가 자원봉사자라는 사실에 긍지를 가질 수 있도록 배려해야 할 것이다. 특히 여러 차례 자원봉사활동에 참여한 개인 또는 단체에 대해서는 명예 자원봉사자의 칭호 등의 명예를 부여하거나, 각종 사회 활동에 도움이 되는 제반사항들을 지원하여 자원봉사자들이 자긍심을 가지고 지속적으로 단오제에 참여할 수 있도록 한다.

단오장 내에 자원봉사자들만을 위한 휴식시설 및 편의시설을 확보하여 자원봉사자들의 활동환경을 개선함으로써 봉사자들의 사기진작에 노력해야 한다.

외국의 자원봉사자 활동은 체계화되어 있고 시민사회의 새로운 힘으로 평가되고 있는 실정이다. 사회가 발전할수록 사람들이 보수를 받는 강요된 형식의 노동보다는 자발적인 취미나 봉사활동을 통해서 보람을 찾는 흐름이 늘어나고 있다. 시민들에게 잠재적으로 존재하는 문화적 욕구와 가치 있는 활동에 대한 욕구를 파악하여 그것을 발굴해내는 작업은 지방자치의 성숙을 위해서도 매우 중요하다고 할 것이다. 따라서 축제의 공간이 기존사회가 갖고 있는 이익에 의해 지배되는 관계가 아니라, 가치에 의해 추동되는 관계가 형성되는 장이 되기 위해서 자원봉사자의 활동은 매우 중요하다. 그렇기 때문에 자원봉사자를 운영상의 허점을 메우는 관점에서 보는 것은 지양되어야 할 것이다.