

# 일본 지역전통축제의 관광화와 시사점

-아오모리네부타축제(青森ねぶた祭り)를 중심으로-

이 덕 구\*

(e-mail: dklee0618@hj.ac.kr)

---

## 目 次

---

1. 서론
  2. 일본 사회변화에 따른 축제유형의 변화
  3. 아오모리네부타축제(青森ねぶた祭り)의 관광화에 따른 변화와 의미
  4. 결론 및 시사점
- 

## 1. 서 론

마츠타이라(松平 1999:11~12)는 일본의 현대도시축제를 “개인 속에서 형성된 가상현실의 누적”<sup>1)</sup>으로 정의하면서도 “현대도시축제는 산업사회의 용기화(容器化)된 속박으로부터 해방되는 자기충족을 위한 도구처럼 보이지만 사실은 개방적이면서 동시에 사업적 목적적의도가 선명한 계획적인 이벤트로서 나타난다”고 하고 있으며, 미야타(宮田 1992:26)도 “오늘날 지역의 도시에서 연행되는 축제에는 마을(도시)의 재건이라는 슬로건이 내포되어 관광에 사용하는 경제적발상이 우선되어 있다”고 하여, 오늘날의 지역도시축제를 관광 상품의

---

\* 해전대학 호텔관광경영학과 부교수.

- 1) 마츠타이라(松平 2000:199~204)는 현대도시형의 축제를 형성하는 집단원리로서 ‘초나이(町内)’형과는 다른 개인이 일시적으로 모인 집단이라는 ‘합중(合衆)’의 개념으로 설명한다. 합중형도시축제의 특징으로는, ‘지역으로부터 이류과 개방’으로 신사 제례의 우지꼬 집단에서 보는 지연의 사람들만 참여하는 폐쇄적인 행사가 아니라 축제의 참여를 희망하는 모든 ‘連’에게 개방되어 지극히 다양한 집단이 모여들게 되었다고 설명하고 있다. 따라서 축제가 사람들을 결속하는 시간은 극히 짧고 동시에 일상세계와의 관련성도 적어서 강고한 생활 공동과 생활조직은 형성되기 어렵다며 축제는 서로 연관을 맺은 개인들의 에너지 고양이지 강고한 특정집단으로 회귀하는 것은 아니라고 설명하고 있다.

맥락에서 의미를 부여하고 있다. 한편 아시다(芦田 1990:56)는 “행정에 의해 관광행사로 빨려 들어간 신사(神社)의 축제는, 소위 ‘지붕위에 올려놓고 사다리를 치워버린’상태로 혹은 황금알을 구해서 어미닭을 죽여 버리는 결과가 되어버릴 위험성도 있다”고 하면서 전통적인 신사축제의 무분별한 관광화를 경계하고도 있다.

이것은 일본사회가 전후(戰後)<sup>2)</sup> 고도경제성장기를 거쳐 근대적 산업사회로 이행하면서 자연중심의 초나이(町内)를 기반으로 연행되던 종교행사로서의 전통적 축제는 자연스럽게 쇠퇴하고,<sup>3)</sup> 대신 1970년대부터 시작된 지역활성화의 바람과 최근 계속되는 경제침체와 심화되는 지방도시의 생존경쟁이 전통축제를 종교적 행사와는 무관한 관광목적의 이벤트로, 도시경제의 활성화를 담당하는 도시마케팅의 도구로 재편하고 있음을 말해 주는 것이다.

‘아오모리네부타축제(青森ねぶた祭り)’<sup>4)</sup>는 일본 혼슈(本州)의 최북단 아오모리현(青森縣) 아오모리시(青森市)에서 매년 8월 2일부터 7일간 개최되는 축제로서 1970년대부터는 300만이 넘는 관객을 불러들이는 일본을 대표하는 여름축제의 하나로서 알려져 있으며, 기원이나 유래도 확실하지 않을 정도로 오래된 전통축제이다. 1980년에는 일본의 중요 무형민속문화재로 지정되어 네부타는 뛰어난 전통예술작품으로 간주되고 있으며, 가마에는 전구, 형광등, 충전기, 발전기, 트럭의 타이어, 차축 등을 이용하는 기술이 적극적으로 도입되어 전통위에 꾸준히 창의적 생각이 더해져 새롭게 진화해 ‘변용의 선구자’(森田 2000:254)로 불린다. 또 일찍부터 유료 관람석을 설치하기도 하고 다른 축제와 ‘동북 3대축제(東北 3大祭)’라는 세트를 구성하여 관광객을 불러들이기도 하며, 일본 전국 그리고 우리나라를 비롯한 세계 각국으로 원정하는 등 관광 면으로 적극적으로 대처해온 행사이다.

본고에서는 이러한 아오모리네부타축제를 대상으로, 전통축제가 관광 상품으로 변화하는 과정에 나타나는 축제의 구체적 속성(조직, 프로그램, 참여형태와

2) 1941년부터 1945년까지 일본과 연합국 사이에 벌어진 태평양전쟁. 이하의 전후(戰後), 전전(戰前)은 이 전쟁을 말함.

3) 일본사회는 1950년대 후반의 고도경제성장기 시작되면서 농촌에서 도시로 젊은이는 유출되었고, 도시에도 도심부의 거주자가 점포만을 남기고 혹은 자택을 오피스로 전환하여 교외를 나가기 시작하였다. 이런 과정에서 전통축제에 대한 열의가 식어갔다. 현재 대도시에 남아있는 전통축제의 경우에도 예전과 같이 집안의 품격과 납세라는 경제적인 지위를 참가자격으로 고려하는 곳은 없다. 남성만 참여한다는 것도 부분적으로는 철폐되어진 곳이 많아졌고, 또한 전통적인 조직도 사라지거나 약화되어 축제보존회를 통해 진행되는 축제가 많아졌다(森田 2000:253).

4) 일본에서는 ‘마즈리’라는 말이 한국에서의 축제와 유사하게 사용되고 있다. 새롭게 만들어진 이벤트형 축제나 상업적 축제 그리고 음악제나 페스티벌로 불리는 것도 마즈리로 불리고 있다. 단순히 할인판매를 하는 경우에도 이를 ‘마즈리’라고 부른다. 따라서 본고에서는 마즈리를 일반적인 의미에서 축제로 번역하여 사용하였다.

의식 등)들의 변화양상을 살피고, 그 의미를 새겨 지역활성화와 지역관광산업의 발전이라는 일본과 동일한 과제를 안고 있는 우리나라 지자체의 축제정책에의 시사점을 찾아보고자 한다.

이덕구(2009)의 연구는 일본축제의 변화과정에 대한 인류학적 접근으로서 전통축제의 변화와 새로운 축제의 생성메커니즘을 사회(경제)적·문화적 맥락에서 파악하고, 나아가 도시특성이 축제변화에 미치는 연관성에 주목하여 전통도시(青森市)와 상업도시(弘前市)의 사례를 비교하여 그 특징을 구명하고 있다. 본고는 이덕구(2009)의 연구에서 나타난 일본 전통축제의 변화상, 다시 말해 일본의 전통축제가 관광 상품으로 현대화하는 과정에서 나타나는 현상들을 관광학적 맥락으로 재분석하여, 우리나라 축제정책에의 시사점을 제시한다는 점에서 실용적인 측면으로 한층 진전된 연구로 볼 수 있다.

우리나라의 축제는 1991년 지자체실시 이후 지방(지역)의 문화를 양성해 발전시키는 사업으로서 지역(사회)의 활성화에 공헌하고자 시도되어 수적으로는 크게 팽창하였으나 축제의 수가 축제문화의 수준을 대변하는 것은 결코 아니다.

## 2. 일본 사회변화에 따른 축제유형의 변화

“신(神)은 사람들을 하나의 가족, 땅, 공동체로 묶어주는 이데올로기장치였으며, 마츠리(祭)는 그 집중적 표현(和氣 2000:82)”으로, “일본 전통축제의 기본 구조는 신(神)을 맞이하여, 대접하여, 보내드리는 것으로 일본에서 축제는 특별한 날(ハレの日)의 전형이었다. 농촌지역에서는 농사의 진행에 맞추어 풍작을 기원하는 봄 축제와 수확을 감사하는 가을축제가 주종을 이루었고, 도시에서는 질병이 유행하는 계절에 역병퇴치를 목적으로 행하는 여름축제가 성황을 이루었다”(小松 1997:10). 즉, 일본이 본격적으로 산업사회화하기 이전인 패전(1945)까지의 일본축제는 이러한 신(神)이 존재하던 종교성에 기초한 마츠리(祭)였다.

1950년대부터 제1차 오일쇼크(1973)까지는 이른바 진무경기(神武景氣), 올림픽경기, 이와토경기(岩戸景氣), 이자나기경기(いざなぎ景氣)<sup>5)</sup>로 불리어지는 호경

5) 진무경기(神武景氣)는 진무천황이래 최대의 호경기, 즉 유사 이래의 호경기의 뜻으로, 1954년 11월~57년 6월의 31개월에 걸치는 호경기를 말하고, 이와토경기(岩戸景氣)는 1958년 6월부터 42개월간 계속된 전후 일본의 장기 고성장기의 시작을 대표하는 경기이다. 이와토는 진무경기를 웃돈다는 의미로 이름 붙여졌다. 이자나기경기(いざなぎ景氣)는 1965년에서 1970년에 걸쳐서 계속된 소비 주도형의 대형 호경기를 일컫는 말로 진무경기, 이와토경기를 웃도는 장기간의 호황이었기 때문에, 이와토신화를 한층 더 거슬러 올라가는 건국 신화로부터 이름 붙여졌다.

기를 맞이하여 일본이 본격적으로 고도의 경제성장을 이룬 시기로서, 이 시기의 사회적 변화로는 무엇보다 도시로의 인구집중으로 인한 대도시의 과밀화와 지방의 과소화가 심각한 사회적 문제를 야기한 점이다. 증산과 경제성장을 최우선으로 하는 시대에는 생산효율을 높이는 일에만 관심이 집중되어 문화에는 상대적으로 관심이 덜하여, 과소의 지역에서는 축제를 담당할 사람이 없어 규모가 축소되거나 중단하는 경우가 이 시기에 많아졌다. 또, 도시에서도 주민의 이동과 신앙심의 약화로 축제의 규모가 축소되거나 중단하는 경우가 많아졌다. 하지만 한편으로는 관광화에 따라 축제가 더욱 대규모화된 경우도 있었다.<sup>6)</sup>

1970년의 오사카 일본 만국박람회의 개최 이후, 일본의 지역축제는 지역 활성화라는 지방정부의 지역진흥정책과 맞물려 성황을 맞이하기 시작했다. 이때 생겨난 축제<sup>7)</sup>는 지역전통에 구애받지 않고 자유로운 테마들로 구성하였다는 점과, 이후에 급증하는 행정주도형축제(이벤트)의 전형이 되었다는 점이 특징이다(阿南 1997:70).

1970년대에 들어서 일본은 국제통화위기(1971)에 이어, 제1차 오일쇼크(1973)에 따른 혼란으로 1950~60년대의 번영기는 막을 내리고 저성장안정기에 돌입하지만 지방문제와 인간생활환경문제에 대한 보다 구체적인 관심이 전국적으로 확산되고, 사람들은 개성과 다양성을 중시하고, 질적인 풍부함과 정신적인 충족을 요구하게 되었다. 삶의 질 향상이라는 화두가 보편화 되는 1980년대는, 지역의 문제로서 지역 공간의 의미를 재발견하고, 거기서 문화적 정체성을 찾으려는 커뮤니티의 재생이 중요한 과제로 등장하였다(정미애 2003:217).

따라서 의식면에 있어서도 도시에서 와해된 초나이를 대신하여 자신의 도시나 지역을 돌아보고 공동체를 가꾸고 함께 만들어 나가야 한다는 참여의식이 환경운동, 여성운동, 생협운동, 지역운동, 볼런티어 운동, 지역축제의 자발적 참여 등의 다방면으로 나타났다. 이러한 시민의식을 기반으로 도시에 대한 관심과 참여가 증가하면서 마을을 넘어서는 축제에 대한 시민들의 참여도 적극적으로 이루어졌다. 따라서 축제가 없었던 대도시와 교외의 거주 지역에서 축제가 만들어 지는 계기가 되었다(阿南 1997:70).<sup>8)</sup>

1987년에는 제4차 전국종합개발계획이 발표되어 ‘다극분산형(多極分散型) 국토의 형성’을 기본목표로 하여 ‘개성 있는 지역 만들기(個性豊かな地域づくり)’를

6) 예를 들어 교토의 기온축제(祇園祭)는 1956년 유료관람석을 설치하고, 1966년 가마의 순행코스를 좁은 길에서 큰길로 변경하고, 7일 간격을 두고 있던 행렬을 한 번에 하는 등의 변화를 통해 더 많은 관광객을 끌어들이려 하였다(阿南 1997:69).

7) 1968년 東京大銀座まつり, 1971년 神戸まつり, 1972년 高島平団地まつり 등.

8) 1976년 宇都宮市ふるさと宮まつり, 1977년 千葉市시민페스티벌, 浦和おどり, 広島플라워페스티벌 등

위한 구체적 시책으로 이벤트의 활용이 적극적으로 제시되었다. 그리고 1988년에는 ‘고향창생(ふるさと創生)’시책으로 전국 3246개의 시정촌(市町村)에 1억 엔씩을 교부하였다. 이 사업내용은 각 지역의 다양한 역사, 전통, 문화, 산업을 감안하여 지역별로 독창적이며 개성적인 지역 만들기를 추진하기 위하여 각 시정촌(市町村)이 필요한 사업을 스스로 고안해 내야한다는 것이었다(後藤 1990:146). 1989년은 전국의 39시가 시제100년을 맞이하여 지방박람회(지방박람회)가 줄어 있었다. 그리고 1992년에는 ‘축제법(おまつり法)’<sup>9)</sup>이 제정되었다. 시민운동에 있어서도, 정치적 성격이 약화되고, 주로 사회적 참여 혹은 서비스 제공에의 참여 등 일상 활동적인 성격을 띠게 되었고, 시민들이 자아실현을 위하여 자신의 거주 지역을 중심으로 활동하는 생활밀착형 활동에 집중하게 되어(정미애 2003:206), 개별적인 시민들이 자기실현을 목표로 자신의 거주 지역을 중심으로 진행되는 축제에 자발적이며 적극적으로 참여하게 된다. 축제에의 참여가 증가하면서 이 시기에 많은 새로운 축제가 만들어졌다. 대규모의 축제로는 대표적으로 오사카 미도스지(大阪御堂筋) 퍼레이드(1983) 등을 들 수 있다. 그러나 오히려 이 시기에는 작은 축제가 속속 등장하였다는 점에 특징이 있다. 축제와 박람회, 전시회, 스포츠이벤트를 포함하는 넓은 의미의 이벤트는 1986년 3월부터 1987년 2월까지 1년간 3104건에 이르던 것이 1년 후 1988년 3월부터 1989년 3월까지 9466건에 달하게 된다. 집계기간이 1개월 늘었다고는 하지만 그래도 2년 사이에 3배의 증가를 나타내고 있다. 이와 같이 1980년대 후반에는 축제와 이벤트가 지역에서 폭증하기 시작하였다(阿南 1997:71).

1990년대에는 버블이 붕괴되어 경제침체가 장기간 계속되면서 지방도시의 생존경쟁이 심화되어 수많은 지방 도시들이 도시 활성화를 성공적으로 수행하기 위한 이벤트형 축제들을 속속 만들어 내게 된다. 뿐만 아니라 축제의 성패가 지역의 경제활성화 뿐만 아니라 지자체 단체장의 능력평가와 직접적으로 이어지는 것으로 인식하게 되면서 축제가 정치적으로도 활용되기 시작하여 전통축제에 가해지는 메스는 한층 심화되고 있다(芦田 1990:56).

이상과 같이 신(神)이 중심에 있고 사람들은 신을 맞이하여 대접하여 보내는 종교행사로서의 전통적 일본축제로서 마츠리(祭り)는, 전후(戰後) 부흥기를 거쳐 상업 진흥의 목적으로 서서히 변화되다가, 고도경제성장기의 도시화의 영향으로 한편으로는 축소와 중단이 다른 한편으로는 관광화에 따른 확대가 병행되어, 신이 없는 행정주도형의 새로운 축제가 생성되고, 이후 지역활성화와 후루사토창생(ふるさと創生)이라는 커다란 명분아래 관광목적의 이벤트성 길은 축제(祭礼)로 변화하는 추세를 보여준다. 즉, 일본의 마츠리(祭り)는 일본의 사

9) 지역전통예능 등을 활용한 행사의 실시에 따른 관광 및 특정지역상공업의 진흥에 관한 법률.

회적 성격변화와 궤를 같이 하여 각 시대에서 나타나는 명분에 가장 유효하게 활용되면서 축제(祭禮)<sup>10)</sup>화 되었거나 되어간다고 할 수 있다.

### 3. 아오모리네부타축제의 관광화에 따른 변화와 의미

아오모리네부타축제(靑森ねぶた祭り)는 등롱(네부타)을 수레에 싣고 행렬하며, 하야시(囃子)가 선도하는 음악에 맞춰 다양한 악기로 소리를 내며, 많은 사람이 이를 따라가며 같이 춤을 추는 방식으로 이루어진다. 따라서 네부타<sup>11)</sup>, 음악(하야시)<sup>12)</sup>, 사람(하네토, 바케토 등)<sup>13)</sup>이 축제행렬의 핵심 구성요소이다.

전전(戰前), 그러니까 관광화되기 이전까지의 축제는 초나이가 공동체로서 집단으로 조직하고 참여하는 초나이의 공동체적 축제로서 네부타는 각 초나이가 재력과 체력 그리고 응집력을 과시하며 도시의 주도권을 다투는 상징적인 장소의 기능을 수행하였다. 전후(戰後)에는, 미나토축제의 핵심프로그램으로 부활하면서 새로운 주최조직이 탄생하고, 이어지는 호경기의 영향으로 관객이 크게 증가하여 축제의 성격이 초나이의 경쟁과 주민의 화합에서 점차 외부인을 끌어들이는 관광화의 방향으로 축제의 성격이 변하게 되었다.

관광화가 진행되면서 스폰서가 등장하고 초나리와 유리된 네부타가 급증하여 주민들이 스스로 돈을 내고, 스스로 만들어, 스스로 연출하여, 스스로 향수하는 전통축제의 시스템이 붕괴되었다. 즉, 예전에는 주민들이 연행자이면서 구경꾼이었지만 이제 그 역할을 관광객이 대신하게 되어 주민소외현상이 나타났으며, 전국각지의 관광객을 초대하는 열린 경제장치로 변모하면서, 축제를 지탱하는 이데올로기나 성격도 변하였다(小松 2000:2~5).

10) 여기서 말하는 ‘마즈리(祭り)’는 전통축제를 의미하고, ‘축제(祭禮)’는 관광화된 현대축제를 의미하는 말로 사용하였다. 일본에서 축제라는 용어는 일부 학자들 사이의 학문적 용어로 통용되고 있으며, 이벤트화된 현대축제도 일반적으로는 ‘마즈리’라 부르고 있다. 제례(祭禮)는 야나기다(柳田 1990:242)가 말하는 불거리가 있고 구경꾼이 몰려드는 현대축제의 개념이다.

11) ‘네부타’란 웅장하고 거대한 무자(武者)인형의 등롱 본체 혹은 그 수레(山車)행렬로서 축제의 핵심이다. 네부타에는 대형네부타, 어린이네부타(子供ねぶた), 금붕어네부타(金魚ねぶた)가 있다. 현재 아오모리에서는 통칭 네부타라 하면 대형 네부타를 의미한다.

12) 하야시(囃子, 음악 혹은 그 악기)는 네부타행렬에 동반하는 피리(笛), 북(太鼓)등으로 꾸며진 웅장한 음악대로서 주로 지역주민들이 역할을 담당한다. 이 하야시에 따라 하네토라 불리는 오도리꼬(踊り子)가 춤을 춘다.

13) ‘하네토’는 하야시나 구령(掛け声)에 맞춰 춤을 추는 사람들이다. 하네토의 역할은 네부타 앞에서 하야시에 맞추어 구령을 외치면서 춤을 추어 네부타의 운행을 화려하고 활기 있게 하는 것이다. ‘바케토’는 가장(仮装)하여 축제에 참가하는 사람이다. 일반 하네토와는 달리 네부타의 최전방에서 행렬의 길잡이(露払い)역할을 담당했다. 우스꽝스런 복장을 하고 있는 것이 특징으로, 구경을 하고 있는 사람에게 못된 장난을 하기도 한다. 남성이 여성으로 여장한 바케토가 가장 많다.

### 3.1. 조직적 측면의 변화

#### 3.1.1. 새로운 주최자의 탄생

전통축제로서 신이 있는 신사축제는 초나이카이(町内会) 등의 지연(地縁)조직을 단위로 하여 사람과 돈을 모았고, 또한 이들에 의해 연행되었다. 초나이는 ‘선택할 수 없는 연(縁)’으로 사람들을 지연으로 구속하여 지연공동체를 형성하여 도시축제의 기본단위로 작동하여 왔으나, 전후(戰後)의 산업화와 고도경제성장기를 거치면서 거주지와 직장이 분리되는 경우가 많아지고, 이동이 많아져 점차 사람들을 지연에 의해 공동체로 묶어 두기가 어려워짐에 따라 도시에서 초나이조직은 약화되거나 붕괴되면서, 주민들이 스스로 돈을 걷어 연행하던 대부분의 초나이중심의 전통도시축제가 점차 와해되던지 또는 뚜렷한 목적의식을 가진 행정기관이나 상공회의소 등이 주도하게 된다.

아오모리네부타축제에서도 전전(戰前)까지는 주최조직이라고도 할 수 없는 초나이의 주민이 스스로 연행하는 행사이었고, 전후(戰後)에도 몇몇 초나이에 의해 네부타가 부활되었지만, 1947년부터는 행정기관(市)이 주도하는 관변행사가 되었다.

1958년에는 축제의 관광화를 의식하고 정식으로 축제명을 ‘아오모리네부타축제’로 개명하고, 행정기관중심의 공동주최 3단체(靑森관광컨벤션협회, 靑森상공회의소, 靑森市)가 탄생하였으며, 이를 다양한 후원단체가 전시적(全市的)으로 지원하는 거대조직으로 탄생되었다. 이 축제조직은 이후에 불어 닥치는 지역활성화와 마치즈꾸리(町づくり)라는 시대적 조류를 타고 지역문화가 관광 상품으로 전면에 부각되면서 경제적 효율성을 최우선시 하게 된다. 여기에 70년대부터는 다양한 시민단체가 또 다른 주최조직으로서 가세하고, 실제로 네부타를 내보내는 운영단체도 때를 같이 하여 협의회를 결성하여 주최자의 교섭상대로서 등장하였으며, 이후 1980년에는 아오모리네부타운행단체연락협의회, 1987년에는 네부타제작위원회와 하야시(囃子)위원회의 민간단체가 합세하여 아오모리네부타축제의 주최조직은 실로 중층적이고 복합적인 거대조직으로 발전 재탄생하였다(이덕구 2009:215).

이러한 주최조직의 발전은 전시적(全市的) 참여를 통해 네부타축제가 여전히 시민전체의 축제임을 보여주고자 하는 의도이기도 하지만, 상공회의소와 관광컨벤션협회가 앞에서 주도하면서 관광 상품으로서의 성격강화에 전 시민의 적극적인 호응을 유도하였음을 의미한다.

#### 3.1.2. 시상제도 도입

전후(戰後) 탄생한 주최자나 후원자는 과거의 운영조직인 초나이와는 확연히 다른 사회관계와 목표를 가지고 있어, 축제의 성격을 다양한 방면에서 변화시켰다. 그 중 하나가 시상제도의 도입하여 경쟁구도를 확립한 점이다. 1948년부터 시작된 시상제도는 뛰어난 네부타의 제작을 장려하여 예술성을 향상시켜 수준 높은 볼거리를 제공하기 위함이었다.

이러한 시상제도는 과열경쟁을 불러와 심사방식을 둘러싸고 다양한 잡음이 일어 여러 번에 걸쳐 심사위원선출방식과 심사방식, 상의 명칭에도 변경이 있었고, 끝내 1960년과 61년에는 시상제도가 중지되기도 했지만, 심사제도가 축제의 변화에 미친 영향은 지대했다.

먼저 네부타의 크기에 변화가 있었다.<sup>14)</sup> 네부타의 크기 제한이 폐지되어 초대형네부타가 등장하였고, 제도상으로는 지금까지 없었던 크기의 네부타를 제작할 수가 있게 되어, 재료의 제약과 도로상황이 크기를 규제해 가게 된다. 다음으로 네부타의 작품의 변화가 있었다.<sup>15)</sup> 네부타가 심사의 대상이 되어 운행단체의 명예와 관계되면서 마을주민이 정성을 모아 악귀를 쫓는 신물(神物)로서 네부타가 아니라 예술작품으로서의 네부타가 탄생하게 되었던 것이다. 이로서 네부타의 제작을 담당하던 ‘네부타쟁이(ねぶたごへ)’가 ‘네부타사(師)’로 불리어지게 되었고, 뿐만 아니라 깊어지는 네부타에서 끄는 네부타로 변화하는 과정에서 이륜차의 도입 등 다양한 창의적인 궁리가 더해지고, 네부타를 밝히는 조명이 촛불로부터 전구로, 나아가 형광등으로 변화하고, 네부타의 골조가 대나무에서 철사골조로 바뀌었다.

이와 같은 변화는 시대의 발전에 동반된 문명의 발전이 경쟁구도에 편승한 결과이다. 이렇게 하여 축제는 초나이간의 화합에서 점차 외부인을 끌어들이는 관광화의 방향으로 성격변화에 한층 가속도가 붙었던 것이다.

### 3.1.3. 유료관람석의 설치

이러한 변화에 힘입어 관광객이 급증하자, 1968년부터는 유료의 특별관람석이 설치되었다. “지금까지는 단체객을 국도의 보도에 돛자리를 깔고 맞이하였

14) 현재 아오모리시의 네부타 본체는 철사로 된 골조에 종이를 바른 인형등롱으로 속에 전구를 넣어 밝힌 것으로서, 가부키(歌舞伎)의 명장면이나 일본 혹은 중국의 역사나 전설 등으로부터 체재를 얻어 인형등롱 하나 내지 둘로 구성된다. 크기는 대형 네부타의 경우 높이 5미터, 폭 9미터, 길이 7미터라는 횡장(橫長)의 평평한 공간에 인형등롱이 꾸며진다.

15) 예술작품으로의 전기가 된 것이 1967년 카와무라(川村勝四郎 1911~1980)가 제작한 ‘국인(国引)’이었다. ‘국인(国引)’은 일본신화를 제재로 하여 제작한 네부타로서, 신화 속의 인물이 바위를 끌어당기는 장면으로 골격이 우람한 반나(半裸)의 사나이에 컨셉을 준 역동감이 넘치는 작품이었다. 징그러울 정도의 박력과 언밸런스적인 구도가 평가 받았던 것이었다. 1967년의 카와무라의 작품 ‘국인(国引)’이 높이 평가받은 것을 계기로 이후 네부타의 작품은 ‘화려함’에서 ‘박력’으로 전환되어, 다음해부터는 박력있는 나체의 네부타가 속속 등장하였다(阿南 2003:273~274).

으나 불편한 점이 많아서 현외객(県外客)으로 부터는 유료로라도 좋으니까 관람석을 만들어야한다”는 지적이 계속되었던 것이다(東奥日報 1968.7.31日字). 당시의 신문이 유료관람석은 대호평을 받았다고 보도할 만큼 즉, 유료관람석은 첫해부터 7월 하순 단계에서 만석을 이를 정도로 편안한 관람을 원하는 관광객이 많았다.<sup>16)</sup>

은행코스 곳곳에 설치된 유료관람석은 주로 관공서 앞에 자리하고 있으며, 개인 상점가 앞에는 해당상점에서 사무용의자를 배치하고 주로 단골고객에게 혹은 당일 소정의 매출을 올려준 고객에게 서비스차원으로 제공하기도 하고, 관광객에게 판매도 한다. 유료관람석은 관광객이 직접 예약하여 확보하는 경우가 대부분이지만 지역의 대형백화점이나, 상점, 기업, 관공서 등에서도 다수 확보하여, 타 지역 고객의 관리차원으로, 혹은 평소 관계가 많았던 타 지역 거래처나 관계부서에 축제를 알리는 안내문과 함께 보내진다. 초청받은 상대는 보내준 성의에, 혹은 마땅히 휴가계획이 없던 차에, 혹은 외면할 수만은 없는 입장에서 응하는 경우가 많다(이덕구 2009:150)고 한다.

축제의 관광 상품화를 단편적으로 나타내는 상징적 현상으로서의 유료관람석은 이와 같이 단순히 손님을 맞이하는 도구로서만이 아니라, 손님을 불러들이는 장치 즉, 축제마케팅의 도구로도 활용되고 있다는데 그 의미가 더해진다.

#### 3.1.4. 프로그램의 축소와 개편

1948년의 프로그램은 표1)에 나타난 바와 같이 다양한 스포츠대회를 비롯하여, 민요대회나 연예, 무용, 노래자랑, 장기자랑 등의 실로 다양한 행사로 구성된 주민화합형 행사였다. 그러나 이러한 주변행사들도 1958년의 ‘아오모리네부타축제’로의 개최명변경과 함께 서서히 정리되어 오다가, 1963년을 마지막으로 완전히 정리되고, 1964년부터는 네부타만을 연행하는 전문화된 관광축제로 변화되었다. 각종 스포츠대회를 비롯한 일본 전국 어디서나 볼 수 있는 민요대회나 연예회 같은 잡다한 프로그램은 지역의 개성을 대변한다는 관광화의 기본 여건을 충족시켜주지 못하므로 외부 관광객들에게 호소력이 떨어져 자연스럽게 축제로부터 떨어져 나가게 된 것이다.

반면에 예전에 없던 프로그램이 새롭게 추가되거나 개편되기도 했는데, ‘네부타의 해상운행’과 ‘불꽃놀이’ 그리고 ‘미스네부타콘테스트’가 그것이다.

16) 유료관람석의 성공으로 유료관람석의 매출이 주최자의 예산에도 막대한 영향을 미치게 된다. 2006년의 결산회계를 보면, 유료관람석 이용자수는 61,244명으로 그 수입금은 144,150,000엔(약20억원)으로 전체 수입금의 약 67%를 차지하는 최대의 수입원으로서 예산상으로는 유료관람석 없는 ‘아오모리네부타축제’는 성립하기 힘들 정도가 되었다(이덕구 2009:139).

표1) 1948년의 아오모리미나토축제행사 일람

개최일	행사명	장소	내용
8/5 (음 7/1)	시제50주년기념식	青森市會議事堂	기념식, 공로자 표창
	보트레이스	中央岸壁	보트경주
	유람선운항	青森港	항내 순항(무료)
	가요콩쿨	魚시장	17시까지 예선, 이후 결선
	미술전람회	浦町校	1주일
	상품전시即売會	상공회의소	1주일
	부흥전람회	상공회의소	1주일
	港音頭 무용지도	시청 광장	4일간
	야구대회	각학교 교정	일반, 고교, 중학교 대항
	수영대회	魚시장 앞	
	개항공로자贊仰式	油川	
낙시대회	提川		
8/6	무용콩쿨	魚시장	17시까지 예선, 이후 결선
	자전거경기대회	공원트랙	실용자전거, 町内대항
	獅子舞대회	시청 광장	
	봉오도리대회	시청 광장	
8/7	민요콩쿨	魚시장	17시까지 예선, 이후 결선
	연극	미도리회관 홀	
	농구대회	野脇중학교	
8/8	스모대회	市연맹경기장	県스모연맹주최 제10회
	육상경기대회	合浦공원경기장	직장, 町内, 학교대항
	정구대회	현청코트	
	탁구대회	浪打校	직장대항
8/9	馬力대회	市교통부 광장	
	港音頭舞踊심사회	시청 광장	
	仮装댄스파티	安方町	
8/10	네부타심사회	新町松木屋출발	시청 앞 심사
	배구대회	浪打校	
8/11	가장행렬심사회	시청 앞	네부타의 오도리꼬심사
	네부타해상운행	항구해상	작은 배 10척
	불꽃놀이	北방과제	
	裝飾경기회		노점과 각 町内별 장식대회

(東奥日報 1948.8.4 일자를 참조하여 작성)

특히 인기를 모은 것은 네부타의 해상운행이었다. 네부타의 해상운행은 전전(戰前)까지 나누카비(ナヌカビ, 음력7월 7일)에 츠츠미강(堤川)에서 연행되었던 '네부타나가시(네부타 흘러보내기)'를 대신하는 것으로 1948년에 시작되었다. 뛰어난 네부타를 골라 작은 배에 태워, 밤의 무쯔만(陸奥灣)을 운항하는 행사

로서 오늘날까지 계속되고 있다.

해상운항과 함께 인기를 모았던 것이 불꽃놀이이다. 이 행사도 해상운항과 같은 해인 1948년에 시작되어, 나누카비의 해상운항시각에 맞추어 이루어졌으며, 축제의 마지막 날을 장식하는 이벤트로서 인기를 모아 현재에 이르고 있다. 불꽃놀이 자체는 네부타와 관계가 없었지만, 어두운 밤바다에 떠있는 외로운 네부타를 화려하게 백업하는 불꽃을 바라보며 짧은 여름에 이별을 고한다는 정서가 작동하고 있다.

여기에 또 하나 새로운 행사로서, 1972년에 시작된 미스 네부타 콘테스트가 있다. 아오모리네부타축제에 어울리는 미스네부타 이미지 걸 콘테스트를 축제의 시작 전인 매년 6월에 개최하여 콘테스트에서 선택된 “미스네부타”는 축제의 기간 중, 네부타 운행을 선도해 흥취를 돋우며, 또 주최 단체가 개최하는 각종이벤트나 PR행사에 참가하며, 네부타축제는 물론 아오모리시의 홍보도우미로서의 역할을 담당하고 있다.

이와 같이, 작은 강에서 연행되던 오래된 전통신앙으로서의 ‘네부타나가시(ねぶた流し)’도 신앙심을 상실한 채 넓은 해상으로 장소를 이동하여 여기에 불꽃놀이를 곁들이고, 미인을 선발하여 찾아오는 사람들을 부드럽게 맞이하며, 아오모리만의 독자적 심벌인 네부타만을 부각시키는 이러한 일련의 변화는 그동안 초나이를 중심으로 하는 지역결집의 심벌로 연행되던 축제가 본격적인 관광화의 길로 접어들게 됨에 따라 외부 관광객에 대한 호소력을 높이고자 나타난 현상들로서 모객을 의식한 불거리중심의 축제로의 전환을 의미한다.

이밖에도 1958년에는 주변 온천지나 자연경관을 정비하여 관광 상품화를 시도하는 정책과 병행해서, 각현(各県)의 대표적인 여름축제를 묶어 관광루트를 형성하였고, 1992년에는 시내 곳곳에 산재하던 네부타의 제작 장소를 한 곳으로 모아 ‘랏세란도’라는 애칭을 부여하여 관광 매력물로 활용하였다. 그 과정에서 개최시기와 장소도 수차례 변경될 수밖에 없었는데, 이것 또한 축제의 관광 상품적 성격을 지속적으로 유지하기 위함이었다.

## 3.2. 참여자의 변화

### 3.2.1. 기업과 학교의 참여

전전(戰前)까지는 네부타를 내보내는 단체의 주체는 초나이카이(町内会)를 중심으로 하는 지연집단이었고, 이러한 지연집단이 자연스럽게 축제의 주최자였다. 그러나 전후(戰後) 새로운 주최조직이 탄생하여 새로운 사회가 필요로 하는 관광화된 축제를 기획함에 따라 지연집단이 내보내는 네부타는 급격하게

감소하고 대신 경제력 있는 기업과 행정기관 그리고 학교 등이 그 역할을 대신하게 되었으므로 이들 단체는 자연스럽게 주최자가 아닌 참여자가 되었다. 이 변화가 축제의 관광화를 재촉하는 결정적 요인이 된다.

지역에 기반을 둔 기업과 학교가 고액을 들여 네부타의 운행에 참여하는 데는 단순한 기업명을 노출시킨다는 의미의 선전효과 뿐만 아니라, 지역에 공헌하는 기업으로서의 이미지를 제고하는 효과와 지역문화의 계승을 지원하고 있다는 것이 간접적으로 종업원의 ‘자긍심’ 향상으로도 이어지기도 하며, 더욱이 기업의 자금력과 조직력을 사회에 과시하는 기회가 된다는 것이다(三井 2006:13). 그 일환으로 기업이나 학교의 이미지를 담은 광고네부타가 등장했다. 광고네부타는 전전(戰前)의 축제에서는 찾아볼 수 없던 것으로, 기업과 학교가 네부타에 참여하면서 생겨난 현상이다. 즉, 지역에 기반을 둔 기업이나 백화점(상점), 학교 등이 네부타의 제작과 운행에 참여하게 됨에 따라 이들 단체들은 지역의 축제를 스스로의 이미지를 생산하고 제품을 광고하는 기회로 활용하고 있는 것이다.

또한 축제가 관광화되면서 집객력이 중요해지자 보다 더 많은 사람을 끌어들이기 위한 장치가 크게 발달되었다. 기업은 직원들의 참여를 인사고과에 반영하면서 조직적인 참여를 유도하고, 또 축제참여를 위한 아르바이트를 고용하거나 기념품을 제공하며, 학교는 학점취득의 방편으로 활용하면서 참여를 유도하고 있는 것이 그것이다.<sup>17)</sup>

이러한 현상은 축제자체의 본질적인 의미보다 축제로 인한 경제적 효과를 극대화하는 것으로 관심이 이동함에 따라 순수한 자발적 참여의 의미가 축소되고, 참여자의 양에 초점이 맞추어졌음을 의미한다.

또 한 가지 중요한 점은 네부타를 만들고 운행하는 비용을 전적으로 참가집단이 스스로 부담하고 있다는 점이다. 대형네부타 1대를 제작하여 축제기간 6일간을 운행하는 데는 평균 2천만 엔의 자금이 필요하다고 한다. 현재 약 24대의 대형네부타가 운행되고 있으므로 그 경비는 4억8천만 엔 정도이다. 그러나 대형네부타 이외에도 어린이네부타 등 각종 중소형 네부타도 존재하여 참가집단이 지출하는 액수는 정확하게 추정하기가 매우 어렵지만, 대형네부타를 중심으로 추정해보면 5억 엔을 크게 넘어서고 있다. 축제운영경비와 각 참가집단이 부담하는 네부타의 제작과 운행경비까지를 고려하면, 한해의 네부타축제에 약 7억 엔(약 100억 원)이 넘는 자금이 소요되는 것을 알 수 있는데, 이렇게 막대

17) 아오모리대학 공학부의 1학년 여학생(19세) 마루야마(丸山)는 “체육학점을 취득하기 위해 축제에 참가하고 있다고 했다. 체육학점을 취득하는 데에는 두 가지 방법이 있는데, 수업에 착실히 출석하여 정식으로 취득하는 방법과 평소 수업에는 출석하지 않고 네부타축제에 참가하여 관계자로부터 참가확인증을 제출하는 방법이 있다고 말하고 있다(이덕구 2009:145).

한 예산중에 시가 보조하는 금액은 2489만 엔(3억2천만 원)에 불과하다(이덕구 2009:141). 경비를 스스로 부담하여 참가함으로써 주체성이 확보되고, 이것은 창의성과 애착성으로 이어져 결국 참여도를 높이는 결과를 가져온다.

### 3.2.2. 바게토의 감소와 하네토의 증가

축제의 관광상품화와 함께 참여자의 형태에 가장 많은 변화를 보이는 것이 바게토의 감소와 하네토의 증가현상이다. 바게토는 가장(仮装)한 무리로서 주로 중년층의 지역주민이 참가하였지만, ‘참가의 용이성’과 ‘지역개성의 반영’이라는 관광화의 기본요건을 충족시키지 못하여, 주최 측이 의도적으로 하네토로의 참여를 유도하게 되어 참여자가 줄어들게 되었다.

하네토는 하야시나 구령에 맞춰 춤추는 사람들로서 하네토의 춤추는 방법은 특별한 것이 없고, 단순히 폴짝 폴짝 뛰는(하네루:跳ねる)것이 전부이다. 따라서 누구나 쉽게 참가할 수 있는 특징이 있어 주최 측은 ‘누구라도 자유롭게’라는 슬로건으로 하네토로의 참여를 유도하였다. 1960년대 이후부터는 급격히 증가하여, 축제의 꽃으로 불리어지게 되었으며, 참가하는 연령층도 장년층에서 10대와 20대의 청년층으로 이동되었다.

따라서 이들의 참여의식도 과거 내부타와 관련된 공동체 의식과 정화의례적 의식은 사라지고 흥미와 개인의 만족을 추구하게 되었다. 즉, 축제참여의 의식 기준이 공동체나 종교성은 약화되고 대신 개인적인 만족이 전면에 부각되었음을 의미한다.

또한 하네토의 증가로 축제는 한층 상업화 되었다. 하네토로 참여하기 위해서는 ‘하네토정장’<sup>18)</sup>을 갖추어야하고, 거리에는 정장을 대여하는 상점이 줄을 잇고 있으며, 최소한 1인당 4~5천 엔은 지출해야 한다. 2008년의 하네토는 약 7만 명이었다고 하니 단순한 계산으로도 엄청난 소비가 유발됨을 알 수 있다. 하네토 의상의 대여는 관광객에게 체험의 기회를 제공함과 동시에 대량의 소비를 유도하는 경제장치로서의 의미를 갖는다.

### 3.2.3. 카네토의 출몰

젊은 층의 참가가 급증하면서 정해진 틀에서 벗어난 행동을 하는 하네토가 늘어나기 시작하였다. ‘카네토’란 축제에서 방약무인(傍若無人)한 행동을 하는

18) 하네토의 의상은 남녀 구분 없이 유카타(浴衣, 목욕옷)에 타스키(褌, 옷소매를 걸어 올려 매는 끈), 오코시(腰巻, 허리에 두르는 옷), 시고키오비(扱き帯, 옷을 치켜 올려 매는 띠)를 몸에 하고, 머리에는 하나가사(花笠, 꽃으로 장식한 삿갓), 발에는 흰 버선(白足袋)에 조리(草履 일본식 짚신)를 신는 것이 기본 정장이며, 온 몸에 방울(우리나라 무속 인이 손에 드는 방울과 같다)을 달아 움직일 때마다 요란한 소리를 낸다. 이 방울 장식을 얼마나 많이 하는가에 따라 의상비용은 달라진다.

축제 속의 무법자들로서 그들은, 하네토의 정식 축제의상이 아닌, 검정 혹은 흰색 등의 노출이 심한 의상으로 네부타행렬에 참가하여 난동을 부려, 이들이 마치 까마귀와 같아 보인다 하여 ‘카네토’, ‘카라스족(族)’, ‘카라스’라고 불리게 되었다. 1980년대 중반부터 나타나 점점 그 수가 증가하다가 2000년에는 일만 명을 넘기며 축제를 혼란 속으로 몰아넣었다.<sup>19)</sup>

이러한 하네토의 변종인 카네토의 출현은, 축제가 관광화되면서 수적으로 증가한 하네토의 통제를 위하여 정연하게 줄을 지어 춤을 추게 하거나, 정장착용을 강요하는 등 축제 속에 질서(률)의 개념이 도입되면서 예전에 맛 볼 수 있었던 해방감과 같은 축제의 본질적 측면이 약화되어 필연적으로 나타난 현상이다. 즉, 축제의 성격변화에 동반된 또 다른 형태의 참여자인 것이다.

이렇게 하여 주최 측은 안전을 우려하여 고교생 참가금지령을 내리고, 경찰, 학부모, 교사 등으로 구성된 지도위원회를 발족하여 적극적인 활동을 하였고, 2001년부터는 운행 방법을 변경하는 등의 대책에 임하여, 오늘날은 그 수가 눈에 띄게 줄어들었지만, 아이러니하게도 카네토의 감소는 곧바로 축제분위기의 침체로 이어져 관광객과 시민참여 감소현상이 나타났다. 이러한 현상은 축제의 본질과는 거리가 먼 통제와 질서의 개념을 축제에 도입시킴으로서 인해 생겨난 문제를 더욱 통제하는 방법으로 대처하였기 때문으로 볼 수 있으며, 아오모리네부타축제에서의 관객이나 참여자는 이러한 혼란을 우려하면서도 한편으로는 즐기고 있었다는 반증이기도 하다. 즉, 축제에는 어느 정도의 혼란이 용인되어야 함을 의미한다.

### 3.2.4. 관객의 증가

예전의 축제에서 지역민은 축제의 주체로서 참여자이자 동시에 관객이었고, 그 의식도 지역민의 화합과 결집이었다. 그러나 축제가 관광화되면서 지역민과 관광객의 구분이 좁아지고 수적으로 크게 증가하면서 그 의식도 다양하게 분파되었다.

이덕구(2009)에 나타난 관객과의 인터뷰를 보면, 사례1: 미야기(宮城)에서 태어나 6년 전부터 아오모리시에 배속되어 근무 중이라는 40대의 별정직공무원(男)은, “3년간은 네부타의 운행에 관여하고, 3년간은 네부타 제작에 힘을 보태어, 매년 네부타와 인연을 맺고 있다면서, 타지방사람도 아오모리에 오면 네부타가 죽도록 좋아 진다”고 하고 있으며, 사례2: 삿포로(札幌)에서 왔다는 23세의 남성은, “네부타축제는 올해 처음 체험한다. 무척 익사이팅하고 대담한 축

19) “아오모리네부타는 그 규모가 거대화하여, 거친 행동을 하는 젊은이들이 눈에 띄기 시작했다. 축제를 통제하는 봉사자들과의 트러블, 여성희롱, 운행코스를 무시한 역행, 기이한 패션, 디스코풍의 춤, 다툼과 소란, 금년은 하네토에 의한 상해치사사건까지 일어났다”(東奥日報 1982.10.4 日字).

제인 것 같다. 감동이다. 이것이야말로 진짜다”라고 한다. 사례3: 교토(京都)에 취직하여 십년 만에 부인과 함께 왔다는 30대 후반의 남성은, “그 때는 큰북을 두드리며 당당하게 거리를 운행한 것을 기억한다. 어릴 때와 운행코스가 다르지만, 그 때는 세 바퀴를 돈 것 같은데 이젠 한 바퀴도 무리다. 언젠가 애기가 생기면 어린이 네부타에도 참가시키고 싶다. 결혼 8년째 인데 아직 애기가 없다. 나에게 제일의 행복은 세 명 나란히 고향 네부타에 참가하는 것”이라고 말한다. 사례4: 아오모리에서 23년간 살다가 5년 전부터 도쿄(東京)에서 살고 있다는 남성은, “올해도 네부타를 보러 왔지만 매년 이시기만 되면 왠지 네부타 장단이(囃子)이 귓전에 울리고 머리에는 네부타만 떠올라 일이 손에 잡히지 않아 오지 않을 수 없었다. 물론 휴대폰의 벨 소리도 네부타바야시(囃子)이다”고 했다. 사례5: 이와테(岩手)에서 거의 매년 네부타축제를 찾아온다는 60대 노부부는, “하네토로부터 방울을 얻으면 축제를 주관하는 신으로부터 복을 받는다는 믿음이 있어서, 하네토의 방울을 얻기 위해 매년 네부타를 보러 온다”고 하고 있다.

사례1의 경우는 미야타(宮田 1992:9)가 말하는 도시 속의 간접고향을 유지하려고 하는 의지가 현재의 마츠리에 반영되고 있는 예로 볼 수 있으며, 사례2는 축제 프로그램 자체의 매력(하네토의 일탈성과 역동성, 네부타의 볼거리 등)이 관객을 부른 예로 볼 수 있다. 사례3,4는 축제가 볼거리뿐만 아니라 다양한 추억과 감성을 제공하고 자극하기 때문에 관광자원으로 성공할 수 있었다는 것을 의미하며, 사례5는 현대축제가 신앙을 바탕으로 하는 종교적 속성과는 유리되어 관광화되었다고 하지만 그 저변에는 여전히 그러한 속성이 자리하고 있음을 의미한다.

## 4. 결론 및 시사점

일본의 근대화 과정에서 나타나는 사회구조의 변화와 이에 따른 가치관의 변화 그리고 일극집중에 따른 지역의식의 변화는 필연적으로 축제에 영향을 미쳐, 많은 지역에서 전통축제를 관광 상품화하여 도시를 마케팅하고 관광객을 유인하는 방편으로 활용하고 있는 경향에 있다고 할 수 있고, 아오모리네부타 축제(青森ねぶた祭り)는 이러한 변화(관광 상품화)를 가장 먼저 주도한 선구자격의 축제로서, 당초에는 ‘칠석제(七夕祭)’라는 촌락공동체의 의례로서 공동체의 화합과 결집을 도모하는 놀이적 성격이 유지 되었으나, 전후(戰後)에 행정기관과 기업을 중심으로 하는 주최조직이 등장하여 관광화를 주도하면서, 공동체

놀이로서의 본질적 측면은 약화되고 ‘소비를 이끌어내는 복합적이며 현대적인 장치’로 전환되어, 쇠퇴하는 지방도시에 관광객을 끌어들이는 관광 상품으로 변화하였음을 알 수 있다.

한편 우리나라 축제의 문제점에 대하여는 이미 많은 연구자들이 지적한 바 있어, 이를 바탕으로 간략히 정리해 보면, 첫째, 축제프로그램의 차별성과 독창성이 부족하여 관광 매력 물로서 기능하지 못한다는 점과 둘째, 축제의 주제가 지역문화와의 연계성 부족으로 지역성을 제대로 대변하지 못하고 있다는 점 그리고 셋째로는, 축제가 지역주민의 주체성 확보 및 정서적 통합이라는 본래의 목적과는 무관하게 상업적·정치적으로 변질되었다는 문제 등으로 요약된다. 다시 말하면, 축제에는 지역주민의 일체감 조성이나 자발적 참여를 이끌어 내는 요소가 되는 개최지역의 고유한 문화가 어떤 형태로든 프로그램에 반영되어야 하는데 대부분 어느 지역에서나 볼 수 있는 천편일률적인 프로그램이 많아 관광객들의 호기심과 기대감에 부응하는 관광 매력성이 부족하고, 축제의 대부분이 관 주도의 세금으로 이루어지다 보니 축제의 본질과는 거리가 먼 노래자랑이나 연예인초청공연에 의존하여 관객을 모으는 형식적이며 전시적인 행사로 전락되어 있는 경우가 많다는 지적으로 볼 수 있다(정강환1996, 류정아 2006 이덕구2007 등을 참조).<sup>20)</sup>

이와 같은 문제점들을 상기하면서 관광 상품화된 아오모리네부타축제를 살펴보면, 먼저 조직적 측면에서 주최자가 행정관청에서 점차 민간단체가 참여하는 복합형으로 발전되어 간접에 주목해 볼 필요가 있다. 순수한 민간주도는 경제력과 조직력이 부족하고, 관에게만 맡겨서는 자생력이 결핍되는 단점을 상호 보완하는 협력조직이 필요하다는 것을 잘 보여주고 있다.

다음으로는 축제에 소요되는 경비의 대부분을 참여자 스스로 담당하고 시의 보조금은 매우 적다는 점이다. 우리나라의 지역축제가 지역민의 참여와 관심으로부터 동떨어져 진행되는 데에는 대부분의 축제예산이 세금으로 충당되고 있는데 기인하는 바가 커 보인다. 세금은 주민의 관심도를 떨어트리며, 주최 측

20) 이러한 문제점들은 이미 많은 선행연구자에 의해 도출되었음에도 불구하고 여전히 많은 수의 국내 축제에서 계속해서 지적되고 있다. 본고는 이와 같은 문제점들을 해결할 수 있는 구체적 해답의 제시보다 아오모리네부타축제의 관광 상품화과정의 사례제시를 통하여 이와 같은 문제점들의 중요성을 새삼 일깨우고, 각 지자체의 축제정책 입안자들 스스로가 찾는 지역특성에 맞는 대안발견에 도움을 주고자 시도되었다.

아울러 필자는 2005년부터 홍성군 축제위원으로서 홍성군에서 개최하고 있는 여러 축제의 기획과 평가에 관여해왔으며, 본고에서 논의 되는 시사점은 이러한 경험을 바탕으로 주로 홍성군축제와의 비교에서 기술하였음을 밝혀둔다. 또한 필자는 본고가 제시하고 있는 시사점을 적용하여 구체적으로 활용한 “홍성군축제의 발전방안”을 2009년 3월에 홍성군에서 개최한 세미나에서 주제 발표한 바 있음을 아울러 밝혀둔다(홍성군축제의 문제점과 개선방안에 관한 연구논문으로는 이덕구(2005,2007)를 참조할 것).

의 책임의식을 흐리는 부작용이 있다. 스스로 돈을 낼 때 관심도가 높아지고 주체성이 살아나는 것이다. 또한, 민간자본의 활용에는 지역에 기반을 둔 기업(상점, 백화점)과 학교 등의 지역자본가의 지역의식(지역의 발전 없이 회사의 발전 없다)이 결정적 요소임을 확인시켜준다. 유사한 맥락에서 유료관람석이 주는 의미도 되새겨 볼 필요가 있다. 돈을 받음으로서 거기에 상응하는 볼거리를 제공해야한다는 주최 측의 책임의식은 프로그램의 발전과 제공하는 서비스의 질이 향상되는 결과로 이어지기 때문이다.

축제의 내용적 측면에서 프로그램이 간소화(전문화)된 점에 주목해 본다. 전국 어디에서나 볼 수 있는 잡다한 프로그램으로는 관광객을 불러 모을 수 없고, 지역의 개성이 반영된 독특한 소재로 전문화되어야 함을 다시 한 번 확인시켜준다. 그리고 전문화된 프로그램은 경쟁적 구도 속에서 더욱 전문화되어 갈 수 있음도 잘 보여 주고 있다. 물론 과열경쟁이 축제의 본질을 흐린다는 지적(阿南 2000:193)도 있지만, 아오모리네부타축제의 관광화의 원동력은 시상제도에 의한 경쟁구도 확립에 있었다.

또한 현대축제에서 일탈성의 확보가 얼마나 중요한지도 하네토의 존재(증가)와 카네토의 출몰에서 확인할 수 있다. 일탈성이 확보된 국내축제의 좋은 사례로는 보령머드축제를 들 수 있고, 세계적으로도 황금알을 낳는 수많은 축제에는 일탈성이 키워드로 작용하고 있다.

뿐만 아니라 현대축제에는 참여를 유도하는 장치도 어느 정도 필요한 요소임을 말해주고 있다. 지역(도시)의 이미지를 팔고, 관광객을 불러 지역의 경제를 살리고자하는 명분의 현대축제에서는 믿음과 화합을 핵으로 하던 전통축제에서와 같이 순수한 자발적 참여만으로는 부족하고, 경영차원의 참여유도장치가 필요함을 말해준다.

그리고 무엇보다 하네토의 의상 대여는 관광객에게 체험의 기회를 제공하고, 누구나 쉽게 참가가 가능하도록 하는 개방성의 확보임과 동시에 지역민에게 경제적 소득을 창출하는 경제장치로서, 두 마리 토끼를 다잡고 있다는 점에서 시사되는 바가 크다.

마지막으로 관객과의 인터뷰사례에서, 오늘날의 도시축제는 도시 속의 간접고향을 맛볼 수 있는 기능을 담당할 수 있어야하며, 또한 프로그램의 매력이 다양한 추억과 감성을 제공하고 자극할 수 있어야 한다는 것도 말해 주지만, 무엇보다 관광화된 현대축제에서도 신성성(제의성)의 획득은 필요하다는 것을 관객과의 인터뷰 사례5가 주는 시사점이다. 칠석제의 ‘나가시(流し)’신앙에서 시작되었고, 메이지정부 초기에는 미신타파의 명분으로 한 때 중단되기도 했던 아오모리네부타축제가 오늘날 일견 오락과 볼거리위주의 이벤트성 행사로 전락한 듯 보이지만 여전히 그 저변에는 민속신앙을 바탕으로 하는 신성성은 살

아있다. 필자가 참여 관찰한 2008년의 축제에서는 하네토의 방울을 얻기 위하여 연도에 늘어선 관객들이 경쟁적으로 손을 내밀고 있었으며, 얻은 방울은 다음해의 새로운 방울을 얻을 때까지 집안에 복을 부르고 액(厄)을 막아주는 부적(お守り)으로 간직한다고 하는 관객이 많았다. 재미와 오락위주의 이벤트성 행사들로만 가득한 현대축제에 각 지역의 전통이나 전설 등의 제의적 요소들과 이어지는 신성한 체험들은 축제의 또 다른 매력물이 될 것임을 말 해준다. 또한 이러한 제의(祭儀)적 요소는 단순한 일회성의 이벤트와 구별되어지는 요소로서 축제를 매년 계속할 수 있는 지속적인 명분도 제공한다.

이상 제시된 시사점은 어디까지나 모델이 되는 아오모리네부타축제가 성공적인 축제임을 전제로 하고 있으며, 좀 더 많은 사례의 축제를 함께 제시하여 논리적 객관성을 높이지 못하고 있는 한계점을 갖는다.

## 【参考文献】

- 宮田 登(1992) 「마츠리의 現代的 意味」 『比較民俗学』 9輯 韓国比較民俗学会 pp.21-27
- 류정아(2006) 『한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구』 문화관광부
- 이덕구(2005) 「홍성 내포사랑 큰 축제의 개선방향에 관한 연구」 『문화관광연구』 Vol.7 No.2 한국문화관광학회 pp.241-266
- \_\_\_\_\_ (2007) 「지역축제의 정책적 개선방안 연구: 홍성군 축제를 중심으로」 『문화관광연구』 Vol.9 No.2 한국문화관광학회 pp.65-79
- \_\_\_\_\_ (2008) 『일본축제를 통해 본 한국축제의 개선방안』 이화출판사
- \_\_\_\_\_ (2009) 『공동체축제에서 관광상품으로의 변화과정에 대한 사례연구:일본아오모리네부타축제와 히로사키요사코이즈가루를 중심으로』 전북대학교 고고문화인류학과 박사학위논문
- 정강환(1996) 「지역활성화를 위한 이벤트와 지역축제 진흥방안: 지역축제이벤트의 관광자원화를 중심으로」 『地方行政研究』 Vol.11 No.3 한국지방행정연구원 pp.59-82
- 정미애(2003) 「일본의 시민사회에서 여성의 역할」 『시민사회와 NGO』 창간호 pp.205-231

- 芦田徹郎(1990) 「祭りと現代社会・序説」 『熊本大学教養部紀要人文・社会科学編』  
25, pp.31-62
- 阿南 透(1997) 「伝統的祭りの変貌と新たな祭りの創造」 小松和彦編 『現代の世相⑤祭りと  
イベント』 小学館 pp.68-110
- \_\_\_\_\_ (2000) 「青森ねふたとカラスハネト」 日本生活学会編 『祝祭の100年』 ドメス出版  
pp.173-198
- \_\_\_\_\_ (2003) 「青森ねふたの現代的変容」 『国立歴史民俗博物館研究報告』 第103集  
pp.263-299
- 小松和彦(2000) 「ねふた祭りの基本構造と構成要素」 青森ねふた誌出版委員会 『青森ねふ  
た誌』 青森市 pp.2-8
- 後藤完一(1990) 『がんばれ地方一やればできるできない事はない地方再生』 第一法規出版
- 松平 誠 (1994) 『現代ニッポン祭り考』 小学館
- \_\_\_\_\_ (1999) 「都市祝祭の現代的意味」 東京市政調査会編 『都市問題』 第90巻第8  
号, pp.3-12
- \_\_\_\_\_ (2000) 「都市祝祭論の転回：合衆型都市祝祭の再考」 日本生活学会編 『祝祭  
の100年』 ドメス出版, pp.199-216
- 三井 泉(2006) 「地域文化と企業の関わりに関する経営人類学的考察-青森ねふた祭りの事  
例を中心として」 『商学論集』 75巻1号 5-18
- 森田三郎(2000) 「祭りの創造-よさこいネットワークを考える」 日本生活学会編 『祝祭の100  
年』 ドメス出版, pp.237-260
- 安井真奈美(1997) 「町づくり・村おこしとふるさと物語」 小松和彦編 『現代の世相⑤, 祭  
りとイベント』 小学館 pp.202-226
- 柳田国男(1990) 「日本の祭」 『柳田国男全集13』 弘文堂書房
- 和気静一郎(2000) 「祭りその現代的よみがえり」 技術と人間編 『技術と人間』 vol.29  
pp.82-91

## 要 旨

---

日本の近代化による社会構造や価値観の変化、そして一極集中による地域の危機意識は必然的に祭りに影響を及ぼし、多くの地域で伝統祭りを観光商品化して都市をマーケティングしたり観光客を呼び寄せる方便として活用している傾向にあると言えよう。青森ねぶた祭りも衰退する地方都市を活性化させる‘生存のための文化装置’であると言える。

ここで、観光商品に変化された青森ねぶた祭りからは、1.主催組織においては民と管が協力する複合的構造が望ましいということ、2.祭りの予算においては税金に依存する程度を低めなければならないということ、3.プログラムが簡素化(専門化)にならないといけないということ、4.現代の祭りでは逸脱性の確保が重要であること、5.参加を誘導する装置も必要であること、6.現代の祭りでは開放性の確保とともに神聖性(祭儀性 ritual)も獲得しなければならないということなどが得られた。

キーワード：青森ねぶた祭り、地域伝統祭り、観光商品化、時事点

투 고 : 2010. 5. 31  
1차 심사 : 2010. 6. 12  
2차 심사 : 2010. 6. 26