

장소자산 비의존형 축제의 장소성 구축을 위한 디자인 연구

안산국제거리극축제를 중심으로

A Study on the Design for Constructing Place Identity in Non-Place Asset-Dependent Festivals

Focusing on the Ansan Street Arts Festival

주 저 자 : 신진옥 (Shin, Jin Ok)	한양대학교 디자인학부 시각디자인전공 박사과정
공 동 저 자 : 정의태 (Jung Euitay)	한양대학교 디자인대학 커뮤니케이션디자인학과 교수
교 신 저 자 : 송지성 (Song, Ji Sung)	한양대학교 디자인대학 커뮤니케이션디자인학과 교수 jssong@hanyang.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2025.2.659>

접수일 2025. 06. 06. / 심사완료일 2025. 06. 09. / 게재확정일 2025. 06. 13. / 게재일 2025. 6. 30.

Abstract

This study explores marketing strategies for content-driven festivals independent of local place assets, focusing on the Ansan Street Arts Festival. Based on a literature review, survey, and interviews, the study examines the festival's connection to urban identity. Results show weak perceived links due to limited spatial continuity and symbolic presence. Strategies such as content specialization, regional collaboration, and public design are proposed. The study concludes that such festivals can contribute to urban branding and identity.

Keyword

Non-place Asset-dependent (장소자산 비의존형), Placeness (장소성), Ansan Street Arts Festival (안산국제거리극축제)

요약

지방자치제 시행 이후 지역 활성화와 문화 향유를 위한 지역축제가 활발히 개최되었으며, 대부분은 장소자산을 기반으로 발전해왔다. 그러나 일부 축제는 장소자산과의 연계성이 약함에도 대표 축제로 자리잡고 있다. 본 연구는 안산 국제거리극축제를 중심으로 장소자산 비의존형 콘텐츠 축제의 마케팅 전략을 탐색하였다. 이론 고찰, 설문조사(345명), 운영자 인터뷰를 통해 인식과 도시 정체성의 관계를 분석하였다. 그 결과 축제의 대표성은 확보되었으나 정체성과의 연계성은 낮았으며, 물리적 흔적 부족과 일회성 운영이 장소성 형성을 저해하는 요인으로 나타났다. 이에 콘텐츠 전문성 강화, 지역 협력 확대, 공공디자인을 통한 공간 상징화 등을 전략으로 제시하였다. 장소자산에 의존하지 않는 축제도 도시 브랜드 형성에 기여할 수 있음을 확인하였다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 방법과 범위

2. 이론적 배경

- 2-1. 장소마케팅과 축제유형
- 2-2. 장소자산과 축제
- 2-3. 축제의 장소성
- 2-4. 장소자산 비의존형 축제의 성공 사례
- 2-5. 사례분석의 시사점

3. 안산국제거리극축제의 이해

- 3-1. 축제의 배경과 발전과정
- 3-2. 개최 현황 및 특성

3-2. 축제 규모의 변화와 경제적 효과

4. 안산국제거리극축제의 인식

- 4-1. 인식조사의 개요
- 4-2. 안산시 축제에 대한 인식

5. 안산국제거리극축제의 장소성 진단

- 5-1. 축제운영자 심층 인터뷰
- 5-2. 축제의 장소성 현황
- 5-2. 안산국제거리극축제의 장소성 현황
- 5-3. 안산국제거리극축제의 장소성 형성

6. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

1995년 지방자치제가 실시된 이후, 우리나라에서도 장소성을 판매해 지역 발전을 도모하는 장소마케팅 전략이 본격적으로 논의되기 시작하였다.¹⁾ 이에 따라 전국의 지자체들은 지역경제 활성화와 정체성 제고를 위한 실체적 방안으로 다양한 축제를 기획·운영해왔다. 축제는 장소(place)의 고유한 자원을 기반으로 한 '소프트웨어 상품'으로, 장소가 지닌 유무형 자산을 활용하여 차별화된 경험을 제공하고 소비자에게 지역의 이미지를 전달하는 효과적인 장소마케팅 수단으로 주목받아 왔다. 지역의 역사, 전통, 자연환경, 특산물 등 유사한 장소자산을 테마로 하는 축제 전략은 여러 지역에서 공통적으로 활용되고 있다. 그러나 이러한 전략은 축제의 테마와 콘텐츠가 상호 유사해지는 문제를 초래하며, 독자적 매력과 차별성을 약화시키는 결과를 낳고 있다.²⁾ 나아가, 유사한 자산을 보유한 지자체 간 출혈 경쟁을 유발하고, 소규모 지역은 자원 부족으로 경쟁력이 더욱 약화되는 악순환에 직면하고 있다.

상대적으로 장소자산의 차별성이 낮은 지자체들은 지역의 장소자산과 관련성이 낮은 테마와 콘텐츠를 활용한 축제로 성공을 거두고 있다. 함평나비축제, 자라섬재즈페스티벌, 장흥물축제 등 적지 않는 지역축제가 지역의 고유한 문화자산에 의존하지 않는 테마를 가지고 콘텐츠와 방문자 경험의 차별화를 통해 지역의 대표 축제로 발전하였다. 하지만 장소자산을 활용한 지역축제는 축제행사가 아닌 기간에도 지역이 가지는 고유한 자산을 통해, 방문자에게 축제를 연상하게 할 수 있어 축제마케팅이 용이하다. 이에 반해 장소자산에 의존하지 않는 축제는 장소와 축제 사이에 자연스러운 연계와 연상이 어려워, 보다 장기적이고 전략적인 축제 마케팅이 필요하다. 축제는 하나의 문화상품으로 사회문화적 트렌드에 따라 변동이 심하고, 지역 축제들의 경쟁이 격화되면서 축제의 기억과 경험을 '장소'로 연결하여 통해 지역 이미지로 발전시킬 필요가 있다. 장소자산에 의존하지 않는 축제라 하여도 축제의 역사와 자산이 더해지면 또 다른 지역의 문화자산이 될 수 있다. 따라서 축제의 장소성 구축은 장소자산의 활용 유무를 떠나 중요한 과제가 되고 있다.

산업도시라는 이미지를 제외하면 차별화된 장소자산이 부족한 안산시는, '거리극'을 테마로 한 '안산국제거리극축제'를 통해 대표 지역축제로 발전해왔다. 하지만 축제기간을 제외하고 '거리극'의 안산 축제이미지는 형성되지 못하였고, 성공적인 축제로 평가받음에도 불구하고 '안산국제거리극축제'가 안산시의 문화정체성 형성과 지역 문화 창달로는 이어지지 않고 있다.

지역 축제는 지역과 축제와의 자연스러운 연상이 가능하고, 축제기간이 아니어도 지역축제에 대한 기대를 불러오고 지역 문화정체성의 일부로 작동해야 한다. 이런 관점에서 지역축제의 장소성은 축제라는 무형의 기호를 공간적으로 함축한 물리적 흔적으로, 축제 기간이 아니어도 방문자에게 장소의 기억과 기대를 만들 수 있어야 한다. 이에 본 연구는 장소자산에 의존하지 않는 축제(장소자산 비의존형 축제)가 축제 행사장 및 주변의 장소성을 구축하고, 이것이 지역의 문화정체성으로 발전할 수 있는 디자인 활용 방안을 제시하고자 한다. 이를 통해 장소자산 비의존형 축제의 행사장 주변이 지역의 축제 행사를 넘어 문화중심으로 활용되도록 하는 것을 목적으로 하였다.

이상의 연구 목적 아래 연구는 다음과 같은 내용을 다룬다. 첫째, 장소자산 비의존형 축제 개념과 유형을 정리하고, 성공사례 분석으로 시사점을 도출한다. 둘째, 안산국제거리극축제를 디자인 연구 대상으로 하여 설문조사를 통해 시민들의 축제에 대한 인식 조사, 축제의 현황 등을 파악하고, 장소성 관점에서 문제점을 진단한다. 셋째 사례 연구의 시사점에 기초하여 안산국제거리극축제의 장소성 구축을 위한 적용할 수 있는 디자인 방안을 제시한다.

1-2. 연구 방법과 범위

본 연구는 문헌연구와 사례연구, 설문조사 등의 연구 방법을 적용하였다. 문헌연구를 통해 지역축제와 장소마케팅, 장소자산과 축제와의 관계, 장소성 등에 대한 선행연구를 검토하였다. 사례연구에서는 성공적인 축제로 평가받는 축제 가운데 장소자산 비의존형 축제를 선정하여 분석하였다. 안산국제거리극축제의 공식 자료와 언론보도, 기존 연구를 분석하였다. 또한 축제에 대한 지역민 및 외부인의 인식 조사를 위해 설문조사를 실시하여, 도시와 축제 간 연계성 인식과 축제 콘텐츠에 대한 평가를 정량적으로 분석하였다.

본 연구는 장소자산 비의존형 축제의 장소성 구축 디자인의 대상으로 안산국제거리극축제를 선정하였다.

1) 백선훈, '소도시의 문화예술축제 도입과 장소성의 인위적 형성', 대한지리학회지, 2004. 12, Vol.39, No.6, p.888.

2) 박철홍, '지역축제를 활용한 장소마케팅 전략 연구', 전남대학교 행정대학원 석사학위논문, 2003, p.2.

안산국제거리극축제는 전통적인 장소자산의 기반 없이 콘텐츠 중심으로 기획된 대표적인 사례로, 본 연구의 분석 대상으로 적합하다. 연구의 공간적 범위는 안산시와 축제 개최지인 안산문화광장을 중심으로 설정하였으며, 시간적 범위는 축제 시작 연도인 2005년부터 2023년까지의 변화를 포괄하였다. 내용적 범위는 축제의 기획 구조, 콘텐츠 특성, 도시와의 관계성, 시민 및 외부인의 인식 등을 중심으로 설정하였다.

2. 이론적 배경

2-1. 장소마케팅과 축제유형

많은 지자체들은 지역의 문화자산을 활용하여 지역 정체성을 확립하고 매력적인 지역이미지를 창출하여 지역 경제를 활성화하기 위해 다양한 노력을 하고 있다. 장소마케팅으로 불리는 지역판촉전략은 특정 지역 또는 공간을 마케팅 대상으로 지역과 공간의 독특한 이미지를 창출함으로써 관광객, 방문객, 투자자 등의 고객들에게 차별화된 가치를 제공하는 것이다. 장소마케팅의 실행 수단으로서 지역축제는 많은 지자체가 활용하는 대표적인 이벤트이다. 지역축제는 행사의 이벤트성, 상징성, 화제성과 같은 기능적 속성뿐만 아니라 지역의 역사성, 고유성, 공동체성을 반영하기 때문에 적절한 장소마케팅의 수단이 되고 있다.³⁾

국내 지역축제의 유형 분류는 통일된 기준이 존재하지 않지만, 축제 콘텐츠와 프로그램의 구성 방식에 따라 구분하는 것이 일반적이다. 대표적인 유형은 ①문화예술축제, ②전통문화축제, ③지역특산품축제, ④자연관광축제로 나뉜다.⁴⁾ 이러한 분류는 축제의 주제나 참여 동기, 방문자 경험을 중심으로 도출된 유형이며, 다수의 축제 연구에서 공통적으로 채택되고 있다.

문화예술축제는 연극, 영화, 음악, 무용 등 문화예술 장르 중심으로 기획된 축제, 청주국제공예비엔날레, 부천국제판타스틱영화제, 춘천마미축제 등이 이에 해당한다. 전통문화축제는 축제 개최 지역의 역사·민속자원 및 전통 신앙이나 의례 등을 기반으로 한 것으로 강릉단오제, 남원춘향제, 아산성웅이순신축제 등이 있다. 지역특산품축제는 특정 지역에서 생산되는 농산물

수산물 등의 특산품을 주제로 구성되며, 금산인삼축제, 이천쌀문화축제, 강경젓갈축제가 대표적이다. 자연관광축제는 지역의 자연환경, 생태자원, 관광자원을 활용한 축제, 함평나비축제, 보령머드축제, 무주반딧불축제 등이 이에 해당한다.⁵⁾

이와 같은 유형 분류는 축제 유형에 따라 참여자의 만족 요인이나 성공 요인이 상이하게 나타날 수 있음을 시사하며, 축제를 평가하고 기획하는 데 있어 중요한 기초자료로 활용된다.⁶⁾ 이러한 유형 분류는 축제의 성격과 운영 방식에 따라 참여자의 만족 요인이나 성공 요인이 상이하게 나타날 수 있음을 시사하며, 축제를 평가하고 기획하는 데 있어 유용한 기초자료로 기능한다.

본 연구는 축제의 콘텐츠가 해당 지역의 장소성과 어떤 관계를 맺고 있는지를 분석하고자 하며, 이러한 관계를 설명하는 개념으로 ‘장소의존성(place dependence)’을 적용한다. 장소의존성이란 특정 장소가 이용자의 목적이나 욕구를 만족시키는 데 있어 다른 장소보다 기능적으로 우월하다고 지각될 때 발생하는 의존 정도를 의미한다. 이는 단순한 이용 경험을 넘어, 다른 장소로 대체할 수 없는 반복적이고 선호 기반의 장소 선택 행위를 통해 나타나며, 활동의 목적과 장소 특성이 결합될 때 더욱 강화된다.⁷⁾

따라서 축제의 장소의존성이 높다는 것은 해당 축제가 지역의 자연, 전통, 역사, 생태, 특산물 등 지역 고유의 장소자산과 밀접하게 연계되어 있으며, 특정 장소가 아니면 성립되기 어려운 콘텐츠 구조를 가진 경우로 해석된다. 반대로 장소의존성이 낮은 축제는 외래 콘텐츠나 장르 중심의 기획이 이루어져 지역의 장소성과의 연결성이 약하거나 대체 가능성이 높은 경우에 해당한다.

본 연구에서는 2019년 컨슈머인사이트가 발표한 ‘지역축제 종합만족도 조사’ 결과 중 상위 20위에 해당하는 축제를 대상으로, 축제의 핵심 콘텐츠를 기준으로 축제의 장소의존성을 분석하였다.⁸⁾

3) 이훈, ‘축제를 통한 장소마케팅 모형 개발과 적용: 안산시를 사례로’, 관광연구저널, 2006. 03, Vol.20, p.1.

4) 서구원·김경선, ‘지역축제유형에 따른 축제성공요인 영향 비교’, 관광연구저널, 2010. 06, Vol.20, No.2, p.6.

5) Ibid., pp.6-7.

6) Ibid., p.8.

7) 이정호, ‘공공도서관에 대한 이용자의 장소애착이 장소 가치인식에 미치는 영향에 관한 연구’, 한국문헌정보학회지, 2011. 12, Vol.45, No.4, p.212.

8) 머니S, 전국 축제 순위, (2025.05.17.), www.moneys.co.kr/news/mwView.php?no=2019100109228047512

[표 1] 2018-19 지역축제 종합만족도 TOP 20

순위	축제명	지역	축제주제	유형
1	함평나비대축제	함평	나비	자연관광
2	신라문화제	경주	신라역사	전통문화
3	순천만갈대축제	순천	순천만	자연관광
4	곡성세계장미축제	곡성	장미	자연관광
5	추억의 충장축제	광주	문화	문화예술
6	아침고요수목원 오색별빛정원전	경기	정원+조명	자연관광
7	자라섬재즈페스티벌	가평	재즈	문화예술
8	김제지평선축제	김제	농산물	지역특산물
9	얼음나라화천산천어축제	화천	산천어	자연관광
10	수원화성문화제	수원	역사	전통문화
11	울산대공원장미축제	울산	장미	자연관광
12	부여서동원꽃축제	부여	역사	자연관광
13	보령머드축제	보령	머드	자연관광
14	제주유채꽃축제	제주	유채꽃	자연관광
15	백제문화제	부여	백제역사	전통문화
16	고양국제꽃박람회	고양	꽃	자연관광
17	담양대나무축제	담양	대나무	자연관광
18	안산국제거리극축제	안산	거리극	문화예술
19	산청한방약초축제	산청	약초	지역특산물
20	창녕낙동강유채축제	창녕	유채꽃	자연관광

상위 20개 축제는 전통문화축제 5개, 자연관광축제 10개, 문화예술축제 3개, 지역특산물축제 2개로 분류된다. 장소자산과의 연관성을 기준으로 분석한 결과, 20개 축제 중 14개 축제는 지역의 고유한 장소자산에 기반한 축제에 나타났다. 신라문화제, 순천만갈대축제, 수원화성문화제 등 전통문화축제와 얼음나라화천산천어축제, 보령머드축제, 제주유채꽃축제 등 자연관광축제가 이에 해당한다. 반면 6개 축제는 지역의 장소자산과 직접적 연관성이 낮은 장소자산 비의존형 축제에 분류된다. 함평나비축제(1위), 곡성세계장미축제(4위), 자라섬재즈페스티벌(7위), 울산대공원장미축제(11위), 고양국제꽃박람회(16위), 안산국제거리극축제(18위)가 이에 해당한다.

특히 함평나비축제는 종합만족도 1위를 차지했음에도 불구하고 축제의 주제가 되는 '나비'와 함평과의 특별한 관련성을 찾기 어렵다. 함평군은 특별한 관광자원이 없는 지역이었으나 생태성을 활용한 차별화 전략으로 성공한 대표적 사례이다. 이는 장소자산이 부족한 지역에서도 창의적 콘텐츠 개발을 통해 전국 최고 수준의 축제에 성장할 수 있음을 보여주는 사례로 평가된다.

2-2. 장소자산과 축제

일반적으로 장소자산은 한 장소가 갖고 있는 유무형의 모든 자산을 의미한다. 다양한 장소자산을 체계적

으로 살펴보기 위해서는 장소를 구성하는 요소를 분류할 수 있는 체계가 필요하나 합의된 수준의 분류 체계는 없다. Kotler(2002)는 장소자산을 정치·문화·사회적 관계 등의 연성요소(soft factor)와 건조환경, 자연환경, 물리적 시설 등의 경성요소(hard factor)로 구분하였다. 이용균(2005)은 장소자산의 고유성, 인지도, 경쟁성, 지속적 개발 가능성을 쉽게 파악할 수 있도록 장소의 구성요소를 자연환경, 문화, 사회경제, 제도 부분으로 구분하였다. 본 연구에서는 이용균(2005)의 제시한 장소의 구성요소 분류법을 적용하였다. 자연환경부에는 산, 하천과 같은 자연경관이 포함되며, 문화부에는 전통문화재, 무형문화, 문화축제가 포함되며, 사회경제부에는 전통문화제, 문화축제가 포함되며, 제도부에는 비가시적인 요소로서 정체성, 인지도, 역사적으로 소멸된 요소 등이 포함된다.⁹⁾

장소자산이 중요한 이유는 장소자산의 경쟁력이 장소마케팅의 근간이 되기 때문이다. 장소는 다양한 유형적 요소와 무형적 요소가 복합되어 있으며, 지역의 매력요소로서 역할을 한다. 우리나라 지역 축제들은 지역이 가지는 장소자산(place asset)에 기초하여 콘텐츠가 기획되고, 개발되어 왔다.

지역축제는 지역문화의 재생산을 통해 방문을 유도하며, 장소마케팅의 핵심 수단으로 기능한다. 신현식(2016)은 지역축제는 다음과 같은 4단계로 장소마케팅이 적용된다고 정리하였다. 1단계는 고유한 장소성 및 인위적 장소성 형성을 통해 일상의 공간에 축제장을 조성하는 등의 장소자산, 2단계는 타 지역축제와 차별적인 경쟁자산을 발굴하여 경쟁우위 확보하는 것, 3단계는 하드웨어, 휴먼웨어, 콘텐츠를 통한 장소자산 개발, 4단계는 일상 시 축제장소에 공간 및 프로그램에 의한 방문객을 창출하는 명소화 단계이다.

2-3. 축제의 장소성

장소(place)는 공간(space)과 구분되며, 장소성(place-ness)을 지닌다는 점이 특징이다. 장소는 공간적 실체와 인간의 상호작용이 만들어 내는 물리적, 정신적 영역을 모두 담고 있는 것이며, 특정 장소를 다른 장소와 구별되게 만드는 특성을 장소성이라 한다. 장소성은 장소의 의미가 구현된 장고의 특성을 말하며, 장소를 경험하는 인간의 마음에 생기는 것이 장소성이다. 김민주(2022)는 장소성 요소에 관한 선행연구를 분석을 통

9) 이용균, '경기 남동부지역의 장소자산의 특성 파악과 장소마케팅 추진전략', 한국도시지리학회지, 2005. 06, Vol.8, p.57.

해 물리적 환경, 경험적 활동, 인식작용 등 세 가지로 정리하였다.

물리적 환경이란 공간 내에 위치하고 있는 물적 토대로서 한정적인 영역과 대상물 및 구조물 등이 해당한다. 경험적 활동은 가시적 행위를 동반하는 활동 기반의 프로그램이나 프로젝트 및 체험 등이 해당한다. 인식작용이란 의미 부여를 중심하는 주관적 가치화, 의식화, 인지화 등이 해당된다. 따라서 장소성은 ‘물리적 환경’에 놓인 장소에서 인간이 ‘경험적 활동’을 하면서 의미를 부여하는 등의 ‘인식작용’에 따라 형성된다고 할 수 있다. 이 세 요소가 상호작용을 하면서 장소성을 발현하는 것이다.¹⁰⁾ 이러한 관점에서 축제의 장소성은 축제임을 인식할 수 있는 한정된 영역의 축제 공간(물리적 환경), 조형물, 시설 등의 물리적 존재, 축제와 연관되는 주제의 프로그램과 체험 이벤트(경험적 활동), 개인들이 축제에 의미를 부여할 수 있는 인식 확산 및 홍보활동(인식작용)으로 규정할 수 있다.

2-4. 장소자산 비의존형 축제의 성공 사례

본 연구에서는 장소자산 비의존형 축제 중 안산국제거리극축제와 같이 ‘문화예술’ 축제에 해당하는 성공 사례를 분석하였다. 지역축제 종합만족도 TOP 20에서의 자라섬재즈페스티벌, 한국관광공사의 문화관광축제 시범 평가 대상 중 2023년 기준 일평균 방문자 수 상위권에 포함되었던 부천국제만화축제, 약 360억 원 규모의 경제파급효과를 기록하며 주목 받은 춘천마임축제를 외래 장르 콘텐츠 기반의 장소자산 비의존형 문화예술 축제의 대표 사례로 선정했다.

2-4-1. 자라섬재즈페스티벌

경기도 가평군은 수도권에 근접하고 수려한 자연 환경을 보유하고 있지만, 특색 있는 축제가 없어 고민하던 중, 2003년 가평군은 공연기획자 인재진에게 가평을 한국의 새로운 재즈페스티벌의 명소로 만들자고 제의하였다. 비가 많이 오면 잠기는 황무지로 버려진 자라섬에 2004년 9월 첫 재즈페스티벌을 개최하였다. 폭우 속에도 3,000여명이 관객이 운집하였고, 해외 유명 재즈 아티스트들은 한국의 열정적인 관객에 매료되었다. 제2회(2005)에는 7만명, 2011년에는 18만명으로 늘었으며 입장료 판매액이 5억원에 이르렀다. 자라

섬재즈페스티벌은 우수한 축제 내용과 지역 경제 활성화에 있어 가장 성공적인 축제로 평가받는다.¹¹⁾



[그림 1] 자라섬재즈페스티벌 공식포스터, 대표사진¹²⁾

자라섬재즈페스티벌은 전국 1,000개 넘는 지자체의 유사한 페스티벌을 지양하고 재즈라는 차별화된 콘텐츠를 선택하여 마니아층을 불러 모았다. 인공적인 환경을 최소화하고 자연 그대로의 느낌을 살린 자라섬에서 야외 재즈 축제로 실내 재즈 공연에는 느낄 수 없는 경험과 감성을 제공하였다. 가평군은 재즈페스티벌을 진행하면서 지원을 하되 간섭을 하지 않아, 재즈 축제의 전문성과 고유성이 훼손되지 않도록 하였다. 또한 지역주민과 협업하여 와인, 막걸리 등 지역특산품을 축제 맞춤형 상품으로 선보이고 관객들에게 가평사랑상품권을 제공하여 지역 경제에 도움을 주었다. 자라섬재즈페스티벌을 계기로 세계 캠프대회를 유치하고, 양질에 캠프장을 조성하였으며, 자라섬 쌍쌍겨울축제를 도입하여 자라섬이 가평의 대표 문화명소가 되도록 지속적인 혁신을 하였다.

2-4-2. 춘천마임축제



[그림 2] 춘천마임축제 공식포스터, 대표사진¹³⁾

춘천의 마임축제는 1989년 민간에서 시작되어 자생

10) 김민주, ‘지방자치단체의 장소 기반 지역축제에 나타난 장소성 분석’, 인문사회과학연구, 2022. 03, Vol.23, No.1, pp.404-405.

11) 신수정, 재즈로 살린 자라섬, 4계절 휴양지가 되다, DBR(동아비즈니스리뷰), 94호, 2011, 12, Issue 1

12) 자라섬재즈페스티벌, ‘ABOUT 2025’, (2025.06.06.), jarasumjazz.com/about2025kr

13) 춘천마임축제, ‘공식 홈페이지’, (2025.06.01.), mimefestival.com

력을 갖춘 이후 관으로부터 지원을 받기 시작했다. 1981년 국내 마임 1세대인 유진규 예술감독은 작품의 한계를 느끼고 춘천으로 온 후에 5명으로 ‘한국마임페스티벌’을 시작하였다. 민간에서 자발적으로 시작한 축제는 관객으로부터 뜨거운 반응을 얻으면서 이후 국비와 도비의 지원을 받아 성장하여 춘천마임축제로 이어졌다. 춘천마임축제는 실내극장을 중심으로 하고 있지만, 야외무대를 적극 활용하고 있다. 축제의 인기 프로그램인 ‘도깨비난장’과 ‘미친 금요일’은 밤 늦은 시간부터 다음날 새벽까지 고슴도치섬에서 계속된다. 1박 2일 일정으로 짜여진 프로그램 덕에 외지인이 머무르면서 지역 상권에 도움을 주고 있다. 마임축제에는 광고, 기념품 제작에 지역 관련학과가 참여하고, 동호회 지원, 워크숍 개최 등 지역민과의 소통도 이루어진다. 춘천시는 축제 개최 이외에 마임교육프로그램, 마임캠프를 운영하고 마임극장을 만들어 지역을 대표하는 축제로 자리 잡았다.

2-4-3. 부천국제만화축제



[그림 3] 부천국제만화축제(2024) 공식포스터, 대표사진¹⁴⁾

부천시 1998년 만화문화도시 계획을 수립한 이후 부천만화정보센터를 설립하고, 부천만화축제를 개최하였다. 부천만화축제는 부천시의 도시 활성화 정책과 밀접하게 연관되어 있는데, 이러한 도시 활성화 전략은 지역의 문화전통에 바탕을 둔 것이 아니라 만화하는 새로운 문화영역을 도입하여 도시 활성화 자원으로 활용하려는 의도를 확인할 수 있다.¹⁵⁾ 부천시는 ‘만화도시’를 표방하여 도시 진입로에 이를 표현한 웰컴사인을 설치하고, 축제 주변 거리를 특화거리로 조성하여 만화 축제의 정체성을 보여주고 있다. 축제 기간이 아니어도 만화를 만날 수 있는 만화교육프로그램, 작가와의 만남 등의 프로그램을 진행하고 있다.

2-5. 사례분석의 시사점

2-4에서 다루었던 장소자산 비의존형 축제들을 장소성 관점에서 분석한 결과는 다음과 같다.



[그림 4] 좌측 상단부터 시계방향으로 : 스윙공원(가평), 재즈 명예의 거리(가평), 축제극장 몸짓(춘천), 돌리의 거리(부천), 숲속만화로(부천), 만화특화거리 벽화(부천)¹⁶⁾¹⁷⁾

첫째, 물리적 환경 요소로서 축제 행사장의 공간이 항구적 형태로 조성되고 있다. 자라섬은 재즈페스티벌 이후 캠핑장, 스윙공원(재즈축제를 연상케 하는 조형물과 포토존으로 구성된 공원), ‘재즈명예의거리’, ‘자라섬 재즈길’ 등이 조성되어 음악적 장소로 재탄생하였다. 춘천마임축제는 도시 개발과 함께 무대가 도심 전역으로 확대되며, 매년 축제의 규모와 위상이 커져가면서 마임축제가 일회성 축제가 아닌 연중 지속할 수 있는 공간이 필요함에 따라 ‘축제극장 몸짓’이 상정 공간으로 기능하고 있다. 부천국제만화축제는 부천역·송내역 일대를 중심으로 ‘만화특화거리’, ‘숲속만화로’, 돌리의 거리, 만화벽화, 한국만화박물관 등을 통해 만화 도시로서 장소성을 형성하였다.

둘째, 축제의 주제로 삼은 프로그램이 지속적으로 기획 및 운영됨에 방문객의 체험 참여가 지속적으로 유지되고 있다. 가평군은 ‘음악역 1939’ 및 뮤직빌리지 등 특화된 공간을 거점으로, 장르별 음악 공연과 창작 활동을 정례화하여 음악도시로서의 정체성을 구축하고 있다. 춘천시는 ‘축제극장 몸짓’을 중심으로 마임이라는 예술장르를 지역 콘텐츠로 확장하기 위한 공연 및 교육 프로그램을 운영한다. 부천시는 한국만화박물관에서 교육, 전시, 시민참여 프로그램을 복합적으로 진행하여

14) 부천국제만화축제, ‘공식 홈페이지’, (2025.05.06.), bucof.com

15) 임학순, 만화축제의 도시 활성화 가치 인식에 관한 연구, 애니메이션연구, vol.9, no.1, 2013, p.130

16) 경기인터넷신문, [기획특집] ‘축제는 어디에나 있고, 어디에도 없다’, (2025.06.12.), www.gjin.kr/news/articleView.html?idxno=409410

17) 부천문화대전, ‘부천국제만화축제’, (202506.13.), bucheon.grandculture.net/bucheon/toc/GC01600135

만화문화 확산에 기여하고 있다.

셋째, 지역 인식 차원에서 각 지자체는 축제를 대표 문화자산으로 자리매김시키고자 주요 거점에 상징물을 배치하고, 교통 요충지를 중심으로 홍보를 강화하고 있다. 이는 각 지역이 선택한 재즈, 마임, 만화라는 주제는 타 지역과의 명확한 차별성을 보여주며, 축제를 통해 지역의 고유성을 표현하고, 나아가 지역 정체성이 형성되고 있는 것으로 볼 수 있다. 특히 관람객의 체험은 자발적으로 SNS를 통해 확산되면서, 축제 장소에 대한 긍정적 경험과 기억이 해당 장소에 대한 정서적·상징적 의미를 확산시키는 계기로 작용되고 있다.

장소자산에 의존하지 않는 축제의 장소성 형성은 단기간에 이루어지지 않으며, 물리적 환경, 경험적 활동, 인식 활동의 세 요소가 유기적으로 작동해야 가능하다. 이 중에서도 지역 축제는 특정 공간을 점유하는 행사인 만큼, 물리적 환경의 구축이 우선적으로 요구된다.

3. 안산국제거리극축제의 이해

3-1. 축제의 배경과 발전과정

안산국제거리극축제는 2005년 산업도시 안산의 이미지를 문화예술도시로 전환하려는 도시정책의 일환으로 시작되었다.¹⁾ 1970년대 이후 형성된 공업도시 이미지를 탈피하고, 문화예술을 통한 도시 정체성 확립이 필요한 시점이었다. 특히, 도시의 일상 공간을 문화예술 공간으로 전환하려는 시도는 기존 산업도시의 한계를 극복하려는 새로운 도시발전 전략으로 의미를 가진다. 안산국제거리극축제는 2005년 안산예술의 전당에서 개최되어 3회부터 안산 도심의 거리로 축제장소가 확대되었다.

매년 5월, 안산 도심 곳곳에서 거리극과 전시 등 다양한 예술을 선보이며 시민에게 열린 문화를 제공한다. 2015년에는 프랑스공연 <천사의 광장(Place des Anges)>이 아시아 최초로 시연되어 화제가 되기도 하였다. 지금의 안산국제거리극축제는 거리 예술가들의 작품을 선보이고, 도시 공간을 문화적으로 재해석하고, 지역 주민, 방문객 간 소통의 장으로 자리잡고 있다.

3-2. 개최 현황 및 특성

안산국제거리극축제는 2005년 창설된 이후 매년 5월 안산시 원도심의 고잔 문화광장을 중심으로 개최되는 도심형 거리예술축제로, 도시 일상 공간을 공연 무

대로 전환하는 공간활용형 축제이다. 2025년 제21회 축제는 ‘거리에서 만난 예술, 세상을 잇다’라는 슬로건으로 5월 3~5일, 136개 프로그램과 215회 공연으로 구성되었다. 행사 기간 동안 약 53만 명이 방문했으며, 전일제(오전10~오후10시)로 거리, 광장, 건물 외벽, 상점가 등 도시공간을 무대화하는 ‘열린 극장’ 개념으로 운영되었다. 공연공간의 구성은 공연구역((A~I)과 상권이 연계되어 동시에 진행되었다.



[그림 5] 2025 안산거리극축제 공연 구역(A~I)

공연은 공식참가작(27건), 제작지원 프로그램(2건), 시민버전(67건), 어린이공간(4건), 청소년공간(3건) 등으로 세분화되었으며, 특히 시민 주도의 창작 참여가 활성화되었다. 총 123개 단체가 참여해 136개의 프로그램을 운영하였으며, 개막작(3건) 및 폐막작(2건)도 독립적으로 구성되었다.



[그림 6] 2025 안산거리극축제 낮(좌)과 밤(우) 현장 모습¹⁸⁾

3-3. 축제 규모의 변화와 경제적 효과

최근 4년(2022-2025)간 축제의 양적 규모를 예산, 참여 단체, 관람객 수를 기준으로 분석하였다. 안산국제거리극축제는 최근 4년간 예산과 참여 단체가 지속적으로 증가하여 축제 규모가 확대되었으며, 관람객 수는 2024년 35만 명에서 2025년 54만 명으로 크게 증가하였다. 안산국제거리극축제는 관람객이 지속적으로 증가하고 있고, 도심 속 축제로 원도심의 경제 등 활력을 불어넣고 있으며 ‘거리극’이라는 차별화된 콘텐츠로 산업도시로 인식되는 안산시에 새로운 문화정체성을 부여하고 있다.

[표 2] 안산국제거리극축제 주요 지표 변화 (2021~2025*)

구분(년도)	2021	2022	2023	2024	2025
예산(천원)	580,000	660,000	1,070,008	1,427,500	1,110,00
참여팀	27	64	72	80	123
관람객(명)	-	228,442	349,943	351,104	537,900
BC카드 소비(백만원)	979	1,004	1,329	2,670	집계중

* 2021-2025 안산국제거리극축제 개최 현황, 안산시 자료

BC카드 소비 데이터 분석 결과, 축제 기간 중 지역 소비는 2021년 979백만원에서 2024년 2,670백만원으로 172.7% 증가했다. 특히 축제 첫날 소비가 가장 높게 나타나며, 요일별로는 주말 소비가 평일 대비 높은 것으로 분석되었다.

4. 안산국제거리극축제의 인식

4-1. 인식조사의 개요

지역민과 타 지역민들이 안산의 대표축제 6개와 비교를 통해 안산의 지역 축제를 어떻게 인식하고 있으며, 안산국제거리극축제가 안산의 장소자산과의 관계를 확인하기 위해 실시하였다.

본 설문에서는 안산의 지역 축제로 [표 3]과 같이 별망성예술축제, 대부포도축제, 안산국제거리극축제, 김홍도문화제, 성호문화제, 안산페스타 6개 축제를 제시하였다.

[표 3] 안산대표축제의 장소 자산의 분석 (2024년 기준)

	축제명	유형	개최횟수	축제의 장소자산, 설명
1	별망성 예술축제	문화	38회	조선시대 군사적 요충지, 역사와 현대 예술문화의 결합
2	대부 포도축제	산업	30회	수도권 포도 생산지
3	안산국제거리극축제	문화	20회	다문화(상호도시)와 지역예술(서울예대) 공존
4	김홍도 문화제	문화	5회	김홍도가 어린 시절 안산에 살았다고 추정됨
5	성호문화제	문화	27회	조선 실학자 성호 이익이 안산에서 세거하여 활동
6	안산페스타	문화	1회	와스타디움을 활용, 지역 문화, 예술, 스포츠 통합 축제

온라인 설문 조사와 질문지 설문조사를 병행하여 2024년 11월에 진행하였으며, 총 345명이 참여하였다(안산시 거주자 209명, 타지역 거주자 136명). 장소자산을 기준으로 할 때 별망성예술축제, 대부포도축제, 김홍도문화제, 성호문화제는 역사유적, 역사인물, 지역 특산물이라는 명확한 장소자산을 활용한 축제이다. 반면 안산국제거리극축제와 안산페스타는 안산중심거리와 안산와스타디움이라는 장소 측면에서는 안산을 부각시키지만, 문화와 산업 측면에서 안산의 장소자산과의 관련성은 상대적으로 낮다. 2024년 처음 개최한 안산페스타는 김홍도문화제, 음식문화제, 슈퍼콘서트 등의 통합축제로 장소자산이 혼재된 축제이다. 본 설문은 장소자산의 관련성이 상이한 안산의 지역축제를 대상으로 안산시민과 타지역민의 축제 지역성과 정체성 인식을 확인하기 위해 진행하였다.

4-2. 안산시 축제에 대한 인식

응답자들에게 ‘안산시를 대표하는 지역 축제가 무엇인지’에 대한 질문에 있어, 지역민(안산시민)과 타지역민들이 안산시의 대표축제에 대한 인식이 매우 다르다는 것을 확인할 수 있다. 지역민들은 안산을 대표하는 축제로 안산국제거리극축제(56.9%), 안산페스타(17.7%), 김홍도(12.9%)라고 응답한 반면, 타지역민은 안산페스타(36.8%), 안산국제거리극축제(29.4%), 대부포도축제(24.3%) 순으로 응답하여 차이를 보였다. 안산시민은 안산국제거리극축제를 대표 축제로 응답하는 반면, 타지역민은 안산페스타로 응답하였다. 안산의 역사와 문화를 상대적으로 잘 알고 있는 안산시민은 김홍도문화제를 3위로 꼽은 반면, 타지역민들은 상품으로 많이 접한 대부포도축제를 더 높게 인식하였다. [표 4]

18) 안산시 포토갤러리, ‘축제’, (2025.05.10.), photo.ansa.go.kr/bbs/search.php?sfl=wr_subject&stx=축제

[표 4] 안산시를 대표하는 축제 (괄호는 %)

축제명	안산시민	타지역민	합계
1 별망성예술축제	6(2.8)	4(2.9)	10(2.9)
2 대부포도축제	14(6.7)	33(24.3)	47(13.6)
3 안산국제거리극축제	119(56.9)	40(29.4)	159(46.1)
4 김홍도문화제	27(12.9)	6(4.4)	33(9.6)
5 성호문화제	4(1.5)	-	4(1.2)
6 안산페스타	37(17.7)	50(36.8)	87(25.2)
7 기타	3(1.4)	3(2.2)	6(1.7)

‘안산시 정체성과 가장 잘 맞는 축제’에 대한 질문에 있어, 지역민(안산시민)과 타지역민 모두 ‘안산국제거리극축제’를 가장 많이 선택하였다. 안산시민은 지역정체성에 부합되는 축제로 안산국제거리극축제, 김홍도문화제, 안산페스타 순으로 응답한 반면 타지역민은 안산국제거리극축제, 안산페스타, 대부포도축제 순으로 응답하였다. 이는 안산시민과 타지역민 사이의 안산의 장소자산에 대한 이해 차이로 보인다. 안산시민은 ‘단원 김홍도’를 지역 정체성의 중요한 요소로 생각하고 있는 반면, 타지역민들은 김홍도와 안산의 관계를 잘 모르고 있으며 ‘대부도 포도’로 인식하고 있는 것으로 보인다. 1회 밖에 개최되지 않는 ‘안산페스타’가 타지역민에게서 높게 평가받고 있어, 안산시 정체성이 모호성을 간접적으로 보여주고 있다. [표 5]

[표 5] 안산시 정체성에 가장 부합하는 축제 (괄호는 %)

축제명	안산시민	타지역민	합계
1 별망성예술축제	16(7.7)	4(2.9)	20(60.0)
2 대부포도축제	17(8.1)	20(14.7)	37(10.7)
3 안산국제거리극축제	102(48.8)	52(38.2)	154(44.6)
4 김홍도문화제	36(17.2)	7(5.1)	43(12.5)
5 성호문화제	6(2.9)	1(0.7)	7(2.0)
6 안산페스타	33(15.8)	37(27.2)	70(20.2)
7 기타	5(2.4)	7(5.1)	12(3.5)

‘안산국제거리극축제와 안산시와의 상관관계’에 대한 질문에서, 지역민과 타지역민 모두 ‘다문화가족이 많이 사는 지역’이라고 응답하였다. 이는 비교대상 축제 중 안산국제거리극축제에만 ‘국제’라는 용어가 포함된 이유로 추론된다. 유명 연극인 배출과 예술대학의 소재를 꼽는 응답자들은 축제의 근거를 장소자산에서 찾으려 하는 것으로 보인다. 안산국제거리극축제가 안산시와 특별한 관계가 없거나 모르겠다는 답변이 지역민(28.7%), 타지역민(30.9%)의 비율로 나타나, 안산국제거리극축제가 장소자산에 의존하지 않는 축제로 받아들여지고 있는 것으로 보인다. [표 6]

[표 6] 안산국제거리극축제와 안산시의 상관관계 (괄호는 %)

구분	안산시민	타지역민	합계
1 다문화가족(외국인)이 많이 사는 지역	111(53.1)	73(53.7)	184
2 유명 연극인을 많이 배출	3(5.7)	3(2.2)	6
3 유명 예술대학 소재	20(9.6)	3(2.2)	23
4 안산을 배경으로 하는 유명 연극	12(5.7)	2(1.5)	14
5 특별한 관계 없음	43(20.6)	13(9.6)	56
6 잘 모르겠다	17(8.1)	29(21.3)	46
7 기타	2(1.0)	1(0.7)	3

‘안산국제거리극축제의 차별성’을 묻는 질문에서 축제의 테마가 되는 콘텐츠를 가장 많이 꼽았다. 안산시민은 안산국제거리극축제의 차별성을 도심 개최, 프로그램 순으로 보는 반면, 타지역민은 국제행사로 인식하고 있는 차이를 보였다. 프로그램, 시민참여 등은 실제 축제를 경험하지 않으면 차별성을 인식하기 어려운 만큼, 타지역민은 축제명칭으로부터 차별성을 유추하는 것으로 추정된다. [표 7]

[표 7] 안산국제거리극축제의 차별성 (괄호는 %)

구분	안산시민	타지역민	합계
1 거리극의 콘텐츠	71(34.0)	55(40.4)	126
2 도심에서의 축제 진행	55(26.3)	14(10.3)	69
3 다양한 축제 프로그램	48(23.0)	4(2.9)	23
4 해외 공연 (국제 행사)	7(3.3)	36(26.5)	43
5 시민들의 참여	17(8.1)	2(1.5)	19
6 효율적 운영	3(1.4)	0	3
7 모르겠음	8(3.8)	25(18.4)	32

5. 안산국제거리극축제의 장소성 진단

5-1. 축제운영자 심층 인터뷰

2025년 안산국제거리극축제의 기획 및 운영담당자, 안전총괄 감독, 안산시 담당자 등 실무자 3인을 대상으로 축제에 대한 심층 인터뷰를 진행하였다. 모든 관계자는 축제가 도심 상권 내 대규모 공간에서 운영되며, 외부 용역 없이 직접 기획된다는 점에서 타 축제 대비 경쟁력이 높다고 자평하였다. 특히 도로 통제를 통한 개방감, 시민 참여 확대, 콘텐츠 중심의 운영 방식은 주요 강점으로 언급되었다. 예산 부족은 공통된 제약 요소로 지적되었으며, 이로 인해 해외 초청팀 확대, 자원활동가 교육, 편의시설 개선 등이 어려운 상황이다. 일부 관계자는 상징물이나 대표 캐릭터 부재로

인한 브랜드 정체성 약화, 상권 활성화의 지역 간 불균형도 과제로 제시하였다. 시민 대상 교육 프로그램은 과거 일시적으로 진행하였으나, 최근 운영되지 않고 있다. 지역대학은 시민 무대, 부스 운영 등 다양한 방식으로 축제에 참여한 바 있으며, 이는 향후 협력 기반 확대의 가능성을 보여준다.

5-2. 축제의 장소성 현황

안산국제거리극축제의 주행사무대인 안산문화광장은 안산시 중심의 문화 및 예술활동의 중심지로, 다양한 조형물과 휴식공간이 마련되어 있어 공연, 전시, 축제 등 다양한 문화 행사들이 열리는 장소이다. 안산국제거리극축제는 안산문화광장 주변의 차량통행을 막고, 무대 등의 축제공간과 시설을 임시적으로 만들어 진행된다. 그러나 축제 이후 행사장 일대는 일상적 기능으로 빠르게 복원되며, 일부 포토존과 조형물은 1개월 내외로 한시적으로 유지되다 철거된다. 축제 행사장에 항구적으로 안산국제거리극축제를 알리는 차별화된 시설과 공간이 없어 물리적 환경으로서 축제의 장소성이 구축되지 않는 것으로 보인다.



[그림 7] 2025 안산국제거리극축제가 열린 장소들

축제 이해관계자의 심층인터뷰와 자료조사 결과, 축제의 핵심 콘텐츠인 ‘거리극’을 위한 프로그램과 이벤트가 축제기간 이외에는 진행되지 않고 있다. 장소자산과 관련성이 낮은 ‘거리극’으로 지역을 대표하는 축제로 자리 잡았으나, 시민의 일상 속의 연속된 경험으로는 이어지기 위한 활동 프로그램과 이벤트가 부족한 것이 현실이다. 이는 안산국제거리극축제가 시민들이 좋아하는 볼거리와 놀거리 중심의 일회성 행사로 그치고, 지역의 문화정체성 형성과 문화예술의 저변 확대에 이어지지 못하고 있기 때문이다. 축제의 성격에서 ‘국제’가 강조되어 예산의 많은 부분이 외국 공연팀 초청 등에 할애되어 왔으나, 2025년 축제에는 국내팀(해외1팀)으로 높은 호응과 만족을 이끌어 왔다. 한류 문화의 성장으로 공연의 품질과 다양성이 높아진 만큼, ‘국제’

를 제외하고 거리극의 문화예술 투자에 집중하는 것이 타당한 것으로 보인다.

축제의 인식에 있어 안산국제거리극축제는 지역을 대표하는 축제로는 인식되고 있으나, 28.7%는 축제와 안산시 간 연관성에 의문을 제기했다. 특히 축제의 지역성보다는 ‘다문화 지역’(53%)이라는 피상적 연결에 의존하고 있어 콘텐츠 고유성이 도시 정체성으로 전환되지 못하는 한계를 보인다. 축제 기간을 제외하고 ‘안산국제거리극축제’를 홍보하는 채널과 매체가 제한적이며, 안산시는 시기와 장소에 따라 많은 축제가 정기적으로 개최되고 있어 지역 축제들에 대한 고른 홍보로 인해 대표 축제로서의 집중적 홍보에는 한계가 있다. 다른 지역 축제에 비해 인지성과 화제성이 높고, ‘거리극’이라는 차별화된 축제 콘텐츠의 강점이 있어 장기적 관점에서의 축제 인식 활동이 필요하다.

5-3. 안산국제거리극축제의 장소성 형성

안산국제거리극축제는 장소자산에 의존하지 않는 축제로서 매우 성공적인 사례에 해당한다. 축제의 성공과 별개로 장소성 측면에서는 많은 개선점이 요구된다. 축제 행사장소인 안산문화광장의 환경과 안산시의 여건을 고려하여 축제 장소성 요소에 있어 다음과 같이 개선 방안을 제안한다.

첫째 물리적 환경 구축에 있어, 축제 행사장 주변에 ‘거리극’ 축제 장소임을 인식할 수 있는 환경을 조성한다. 안산문화광장은 도심 광장으로 드물고 넓고 큰 규모와 다양한 시설을 갖추고 있어, 축제를 알리는 조형물, 장소 표시, 관련 공간 조성에 있어 종합적 계획이 필요하다. 주요 공연무대가 되는 장소에 ‘거리극 장소’임을 알리는 표지판을 설치하고, 개별 스폿에는 거리극과 관련된 명칭을 부여한다. 행사장과 인접한 상권가로에는 ‘안산거리극가로’와 같은 도로명을 부여하여, 이곳에 축제의 중심지임을 자연스럽게 알리도록 한다. 주변 공공시설물에는 거리극을 테마로 하는 특화디자인을 개발하고, 야간 경관에는 무대를 연상하게 하는 조명효과를 적용할 수 있다. 일례로 미국의 건축가 찰스 무어(Charles Moore)는 뉴올리언스 중심가의 이탈리아 광장을 이탈리아 오페라 무대를 모스트모더니즘의 재해석한 디자인하여 장소성을 시각화하였다. 현재 안산문화광장에 ‘거리극’ 축제 현장임을 자연스럽게 알릴 수 있는 공공디자인의 적용이 필요하다. [그림 8]

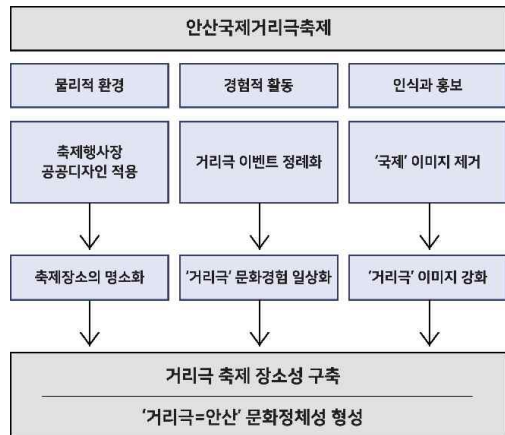


[그림 8] 찰스 무어의 이탈리아 광장 (뉴올리언스)Piazza d'Italia (New Orleans)¹⁹⁾

둘째 활동적 경험으로서 시민과 방문자들이 이곳이 거리극 축제의 장소임을 알 수 있는 이벤트를 정례적으로 개최할 필요가 있다. 행사장인 안산문화광장은 많은 시민이 이용하는 장소로 다양한 문화 행사와 프로그램이 필요한 만큼, 매주 주말마다 지정된 시간에 거리극을 펼치는 것을 제안한다. 다양한 팀과 출연자들을 시민들이 평가하여 우수팀에게는 축제 참여 및 콘텐츠 제작비를 지원하는 등 거리극 문화 활동과 연계되도록 한다. 안산에는 5개의 대학교가 있어 지역 대학의 학과 및 동아리와 연계하여 지역의 거리극 인재를 육성하고 스타로 발굴하는 프로그램 진행이 가능하다. 축제에는 안산시 청소년과 시민들이 참여하는 거리극이 높은 호응을 얻는 만큼, 이들이 축제 기간이 아닐때도 발표할 수 있는 기회를 제공하는 것이 필요하다. 또한 지역 상권과 연계한 주제 기반 상품 개발과 체험 프로그램의 확대 방안이 요구된다.

셋째 인식과 홍보에 있어 '국제'라는 용어로 인해 오인되는 축제의 성격을 개선해야 한다. 안산국제거리극 축제와 안산시 간의 연관성에 대한 인식 조사 결과, 지역민과 타지역민 모두 '다문화가족(외국인)'이 많이 사는 지역'이라는 응답이 53% 이상으로 가장 높게 나타났다. 이는 안산의 다문화 환경과 축제의 '국제성' 간 연결고리로 인식되고 있음을 보여준다. 초기와 달리 현재 축제에 외국인 공연팀의 비율이 매우 낮으며, 국내 공연팀의 수준과 품질이 매우 우수하여 '국제' 보다는 '거리극' 콘텐츠에 집중하는 것이 바람직하다. 축제명에 포함된 '국제'라는 용어가 도시의 일반적 특성에 의존하는 양상을 보이고 있어, '안산거리극축제'로 단순화하여 거리극 자체의 전문성과 차별성을 부각시키는 것이 장기적인 거리극 축제로서의 브랜드 가치 형성에 더욱 효과적일 것으로 판단된다. 응답자의 28.7%가 축제와

도시 간 연관성에 의문을 제기한 것은, 현 축제명이 도시 정체성과의 연계를 충분히 반영하지 못하고 있음을 시사한다. 축제명을 '안산거리극축제'로 단순화하고, 콘텐츠의 전문성에 집중하는 것이 브랜드 정체성 확립에 보다 효과적이다.



[그림 8] 거리극 축제 장소성 구축

6. 결론

본 연구는 장소자산에 의존하지 않는 축제의 장소성 특성을 밝히기 위해 안산국제거리극축제의 장소성을 분석하고 대안을 제시하였다. 자라섬재즈페스티벌, 춘천마임축제, 부천국제만화축제의 사례 분석을 통해, 장소 자산에 의존하지 않더라도 콘텐츠의 차별성과 전문성을 기반으로 지역 대표 축제로 발전할 수 있음이 확인되었다. 안산국제거리극축제는 관람객수, 경제적 효과, 화제성, 만족도 등에 있어 매우 우수한 수준에 속하는 축제이다. 하지만 축제의 경험과 효과가 축제 기간에만 한정되어 일회적 행사에서 벗어나, 특정 장소와 축제의 경험을 지속적으로 환기시킬 수 있는 장소성 구축이 필요한 것으로 보인다. 안산국제거리극축제의 주제인 '거리극'은 안산시와 논리적 연관성이 낮은 만큼, 전략적 차원에서 안산시와 거리극을 연결시키는 물리적, 경험적, 인지적 장치 마련이 중요하다. 본 연구에서는 안산국제거리극축제의 장소성 구축을 위해 물리적 환경에서는 거리극을 주제로 한 공공디자인의 적용, 경험적 활동에서는 거리극의 정례적 이벤트 개최, 인식과 홍보에서는 거리극 축제의 집중을 제시하였다.

축제가 지닌 장소성은 행사장 인근의 경제 활성화를

19) Wikipedia, Piazza d'Italia (New Orleans), (2025.05.06.), en.wikipedia.org/wiki/Piazza_d'Italia_(New Orleans)

유도하고, 지방자치단체의 문화적 정체성을 제고하며, 지역 주민의 문화 참여를 확대하는 계기로 작용할 수 있다. 나아가 지역 고유의 정체성을 바탕으로 브랜드를 형성하고, 도시의 이미지를 긍정적으로 만든다

다만 본 연구는 다음과 같은 한계를 가진다. 첫째, 설문조사 표본 규모(345명)의 한계와 비확률표집 방법으로 인해 결과의 대표성에 제약이 있다. 둘째, 본 연구는 주로 공공영역의 장소성 확보 방안에 초점을 맞추었으며, 민간 부문의 참여나 역할에 대한 논의는 미흡하였다. 이러한 점은 후속 연구에서 보완될 필요가 있다.

참고문헌

- 문화체육관광부, 『2024-2025 문화관광축제 선정 결과』, 문화체육관광부, 2023
- 박철홍, '지역축제를 활용한 장소마케팅 전략 연구', 전남대학교 행정대학원, 2003
- 백선헌, '소도시의 문화예술축제 도입과 장소성의 인위적 형성', 대한지리학회지, 2004
- 서구원·김경선, '지역축제유형에 따른 축제성공요인 영향 비교', 관광연구저널, 2010
- 신수정, '재즈로 살린 자라섬, 4계절 휴양지가 되다', DBR(동아비즈니스리뷰), 2011
- 이용균, '경기 남동부지역의 장소자산의 특성 파악과 장소마케팅 추진전략', 한국도시지리학회지, 2005
- 이정호, '공공도서관에 대한 이용자의 장소애착이 장소가치인식에 미치는 영향에 관한 연구', 한국문헌정보학회지, 2011
- 이훈, '축제를 통한 장소마케팅 모형 개발과 적용: 안산시를 사례로', 관광연구저널, 2006
- www.ansanfest.com
- www.bicof.com
- www.gijn.kr
- www.grandculture.net
- www.jarasumjazz.com
- www.moneys.co.kr
- www.photo.ansan.go.kr
- www.wikipedia.org