

스웨덴 알메달렌의 경제적 효과 분석을 통한 지역축제 성공방안 모색

A Study on the Success of Regional Festival through Economic Impact Analysis of Sweden's Almedalen

신혜리*, 홍희정**

경기연구원*, 스톡홀름 사회·문화 정책연구소**

Hye-Ri Shin(selonelo@naver.com)*, Hee-Jeong Hong(flyhongs@naver.com)**

요약

이 연구는 한국에서는 논의된 적 없는 스웨덴의 알메달렌 사례를 중심으로 지역축제가 지역 경제 활성화에 기여하였는지에 대해 실증적 관점에서 연구하고자 하였다. 이를 위해 알메달렌 개최 기간 동안 고틀란드의 사회·문화적 측면과 경제적 측면을 3단계로 분석하고 평가함으로써 향후 한국에서의 알메달렌 벤치마킹에 정책적 시사점을 도출하고자 하였다.

스웨덴 알메달렌의 경제적 효과를 3단계에 걸쳐 분석한 결과, 1단계 자원조사분석에서는 고틀란드의 아름다운 자연경관을 바탕으로 관광객 유치에 긍정적인 효과가 있는 것으로 나타났다. 2단계 운영평가에서는 지역경제 활성화와 관련한 평가지표로서 인구의 증가 및 안정에 대해 살펴본 결과, 고틀란드는 꾸준히 새로운 인구의 유입과 다양한 일자리가 창출됨으로써 지역 소득이 증대되는 것을 확인할 수 있다. 마지막 3단계 지역이미지 제고에서는, 각계각층의 다양한 구성원이 고틀란드 축제에 참가함으로써 외부와의 소통이 유연해지고, 사회참여 기회가 증가함으로써 지역 이미지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 연구결과를 바탕으로 스웨덴 지역축제인 알메달렌을 벤치마킹하기 위한 정책적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 다양한 사람들의 참여를 유도하기 위한 적합한 장소의 선정이 필요하다. 둘째, 특정 기관 중심의 일방적 정보 제공이 아닌 의견을 주고 받을 수 있는 소통의 장이 될 수 있도록 해야 한다. 셋째, 비영리를 목적으로 진행하면서 지역 이미지를 긍정적으로 변화 시킬 수 있는 노력이 필요하다.

■ 중심어 : | 지역축제 | 경제효과 | 알메달렌 | 스웨덴 지역축제 | 지역경제 활성화 |

Abstract

This study attempted to do a research on whether local festivals contributed to local economic vitalization in an empirical aspect focusing on Almedalen's case of Sweden has not been discussed in Korea. For this, by analyzing Gotland's sociocultural and economic aspects into 3 steps and evaluating them, the study tried to derive policy implications for benchmarking Almedalen in Korea in the future. As a result of analyzing the economic effect of Almedalen in Sweden into 3 steps, it was shown that in the analysis of resources in Step 1, Almedalen positively affected tourist allurements based on Gotland's beautiful natural landscape. In the evaluation of operation in Step 2, according to the result of examining an increase in population and stabilization with a valuation index related to the activation of local economy, Gotland was steadily seeing a new inflow of population, due to which it can be confirmed that local income increases as various jobs are being created. Finally, as a result of examining the improvement in local image in Step 3, it was shown that as diverse members from all walks of life participated in Gotland's festival, external communication became flexible and the opportunity of social participation increased, which positively affected local image. Based on the study results, the policy implications for benchmarking Almedalen, Sweden's local festival, are as follows: First, selecting an appropriate place for attracting the participation of various people is needed. Second, local festivals should be places for communication to exchange opinions, not specific institute-oriented unilateral provision of information. Third, while advancing local festivals for nonprofit, the efforts to make positive changes in local image are needed.

■ keyword : | Local Festival | Economic Effect | Almedalen | Sweden's Local Festivals | Regional Economic Activation |

I. 서론

스웨덴은 매년 의회가 종료되는 6월 말에서 7월 초 사이 발트해 부근 고틀란드(Gotland)섬에서는 알메달렌(Almedalen)이라는 정치축제가 개최된다. 1968년 올로프 팔메(Olof Palme)의 연설을 시작으로 출발한 이 축제는 행사를 주관하는 스웨덴의 각 정당을 비롯한 시민단체, 언론인, 정부기관 그리고 일반 시민까지 참여하여, 이해관계자들의 단순한 의견·정보교환을 넘어 사회·경제적으로 다양한 삶의 기회를 제공하고, 각종 사회 현안에 대해 토론하고 논의하는 국민 소통의 장으로서 역할을 하고 있다. 또한 알메달렌이 개최되는 기간 동안 고틀란드의 경제 수익 및 고용 창출, 소득증대로 인해 경제적 효과가 가시적으로 나타났으며¹, 지역민에게는 자긍심 고취, 방문객에게는 다양한 경험과 기회의 제공이라는 부가적인 사회적 효과도 발생되고 있다. 대부분의 지역 축제가 경제 활성화를 목표로 개최된다는 측면에서 알메달렌 개최의 본질적 목적은 다르지만, 이러한 알메달렌이 경제적·사회적 효과를 통한 지역 경제 활성화에 크게 기여하고 있다고 평가됨에 따라 궁극적인 큰 틀에서 이와 일맥상통한다고 판단된다.

따라서 이 연구에서는 한국에서는 논의된 적 없는 스웨덴의 알메달렌 사례를 중심으로 지역축제가 지역 경제활성화에 기여하였는지에 대해 실증적 관점에서 연구해보고자 한다. 이를 위해 알메달렌 개최 기간 동안 고틀란드의 사회·문화적 측면과 경제적 측면을 분석하고 평가해 봄으로써 향후 한국에서의 지역축제에 알메달렌 벤치마킹에 정책적 시사점을 도출하고자 한다.

II. 지역축제와 경제적 효과

1. 지역축제의 개념

고대로부터 내려오는 축제들이 성스러운 종교적 의에서 출발되었다면, 현대적 의미에서 축제는 사회적

·문화적·역사적 의미에 초점을 맞추어 형성되고 있다. 사회공동체적 행사를 통하여 역사의식을 고취시키거나 집단의 단결과 화합을 높이는 계기로서 발전되기도 한다. Getz(1996)는 축제에 대하여 ‘간단한 주제를 지닌 공공의식으로 축제성과 종교, 지역사회가 인류학적·사회학적 관점에서 밀접하게 관계를 가지고 있으며 축제에 참여하는 참가자들에게 특정한 소속감이나 목표를 주지시켜주는 역할을 하는 공적인 성격이 강한 행사’로 사회학적 관점에서 축제의 커뮤니케이션을 통한 집단의 재통합을 통하여 집단속에서 자기 정체성을 확립하고 집단 동일화를 추구한다고 설명한다[1][2].

이러한 집단적·공동체적 의미의 축제라는 개념이 90년대 이후로는 지역 경제활성화의 수단으로 떠오르면서 장소적 개념의 특정 지역을 중심으로 관광객을 유치하고 소비활성화를 통한 지역 수익 강화라는 전략적 차원으로 의미가 변화하였다. 즉, 축제가 ‘지역’이라는 공간적 범위와 장소마케팅의 의미가 부여되면서 차별화된 특정지역에 외래 관광객의 유치와 방문객의 소비 확대에 따른 수익이 발생되고 지역경제 활성화에 초점이 더 맞춰지고 있는 것이다. 에딘버러나 찰츠부르크와 같이 축제를 통한 특정지역에 문화적 역량을 결집하고 표출함으로써 지역의 정체성 강화와 지역경제 활성화를 도모하고 있는 것이다[3].

또한 각 지역의 문화는 정치적 차원에서 접근되기도 한다. 지역의 단체장의 정치적 입지를 강화하고 선거에서 우위를 확보하기 위한 차원에서 접근되기도 하고[2], 지역사회가 추구하는 이상을 실현하기 위한 문화와 정치 사이의 연결고리를 제공하거나[3], 사람들의 이데올로기의 관점을 서로 교류하고 나눌 수 있는 수단으로 이용하여[4] 지역 정체성과 이데올로기의 표현을 위한 수단으로서 활용되기도 한다.

이렇듯 현대사회는 축제를 통하여 정치, 사회, 경제, 문화 등 다양 측면에서 효과들이 나타나고 있는데, 그 중에서도 특히 축제를 통해 발생하는 경제적인 파급 효과는 지역사회의 주민에 대한 결속력 및 공동체 의식을 더욱 공고히 하는데 가장 효과적인 수단으로 활용되고 있다.

¹ 2012 회명서울 정책박람회 발간 자료에 따르면, 알메달렌이 개최되는 ‘알메달렌 주간(The Almedalen Week) 동안 뷔스비 시에는 우리나라 돈으로 약 160억원을 상회하는 경제적 효과를 얻을 수 있다고 한다.

2. 지역축제와 경제적 효과

카니발 퍼레이드로 유명한 미국 뉴올리언스의 마르디그라(Mardi Gras)의 지역 경제 파급 효과는 약 1조 2천억원에 이르고 세계 3대 축제의 하나인 독일 뮌헨의 옥토버페스트(Oktoberfest) 맥주 축제는 개최 기간동안의 방문 관람객은 650만명이며, 이들의 소비 총지출 규모는 9,100억원에 이르는 것으로 추정된다[5]. 이렇듯 지역축제는 많은 부분 관광산업에서 유발시키는 경제적 효과를 발생시킴에 따라 실제 지역축제를 통한 지역 경제 활성화의 효과를 측정하고 분석할 필요성이 제기된다. 따라서 지역 축제로 개최되어 지역 경제활성화에 기여하고 있는 축제에 대하여 일부 사례를 살펴보고자 한다.

2.1 영국 에든버러축제(Edinburgh Festivals)

1947년 2차 세계대전 이후 암울한 시민정서를 극복하고 지역경제 활성화를 위한 축제로 시작되었다. 에든버러시 전역에 걸쳐 연극, 무용, 오페라, 전시회, 오케스트라 등 경쟁력 있는 축제들이 8월에 집중 개최되는 시즌을 통칭하며, 에든버러시는 본 축제를 통하여 연간 1천 2백만 명 이상의 관광객을 유치하고 세계적 관광도시로 성장하였다. 에든버러 예술축제(Edinburgh Art Festival)를 비롯한 에든버러 밀리터리타투(Edinburgh Military Tattoo), 에든버러 프린지축제(Edinburgh Festival Fringe), 에든버러 인터네셔널페스티벌(Edinburgh International Festival) 등 다양한 행사가 개최되고 있다. 매년 세계 각국에서 군악대나 경찰, 민간공연자 등 다양한 공연이 이루어지며, 기간을 한정하여 개최되는 축제의 선택과 집중은 축제의 성공전략으로 손꼽히고 있다. 에든버러 축제 영향연구(Edinburgh Festivals Impact Study)에서 분석한 본 축제기간동안의 에든버러시의 경제적 효과는 약 8천억 원에 달하는 것으로 추산되며[6], 특히 본 축제를 통한 고용창출효과가 2010년 기준 5,242개의 새로운 일자리를 창출하였으며, 이러한 고용효과는 에든버러 시를 넘어 스코틀랜드에 4,917개의 새로운 일자리를 창출한 것으로 보고되었

다. 일자리 유형은 공연 기획을 비롯한 청소, 경호, 음악 예술, 디자인 등 다양한 분야에서 고용창출이 이루어졌으며, 완전고용과 부분 고용 모두 합쳐 약 1만 2천개의 일자리가 창출되고 있는 것으로 확인된다.

표 1. 2015년 에든버러 축제 현황 및 고용효과 [7][8]

축제명칭	개최 시기	개최 기간	고용(FTE) 효과명
에든버러예술축제 (Edinburgh Art Festival)	2015. 7.30.~8.30	31일간	-
에든버러밀리터리타투 (Royal Edinburgh Military Tattoo)	2015. 8.7.~8.29	23일간	787
에든버러프린지축제 (Edinburgh Festival Fringe)	2015. 8.7.~8.31	25일간	3,006
에든버러인터네셔널페스티벌 (Edinburgh International Festival)	2015. 8.7.~8.31	25일간	437
에든버러국제책축제 (Edinburgh International Book Festival)	2015. 8.15.~8.31	17일간	109
에든버러멜라축제 (Edinburgh Mela)	2015. 8.28.~8.30	3일간	11

주 : FTE는 Full Time Equivalent

2.2 미국 메인스트리트 포트워스 예술축제

(MAIN ST. Fort Worth Arts Festival)

1986년 포트워스시의 윈도심에서 시작된 본 축제는 세계 유명축제는 아니지만 예술축제를 활용한 도시쇠퇴 현상이 심각한 윈도심 재생을 활성화시킨 대표적인 사례로 소개된다. 처음 개최 당시 3일간 140명의 예술가를 비롯한 60개의 공연단, 600명의 자원봉사자들이 참여했으며, 약 8만명 정도가 축제를 방문한 것으로 알려졌다. 이후 축제는 남서부에서 가장 큰 규모이자 많은 인원이 참가하는 최고의 축제로 발전하였다. 본 축제를 통하여 포트워스 윈도심은 관광명소로 부상하였으며, 포트워스시는 경제적, 사회문화적 관점에서 인식의 변화를 가져왔다. 2009년 측정된 축제의 경제적 파급효과는 21백만 달러(약 223억 원)로 포트워스시의 연중 수입의 4분의 1을 차지할 정도로 크리스마스 쇼핑기간과 유사한 효과를 나타내고 있다. 2008년의 미국

2 문화체육관광부(2014.10)의 “문화관광축제의 성과 및 선정·평가제도 개선방안 연구” 보고서 참조로 작성

경제위기 동안에도 포트위스 다운타운의 사무실 이용률이 90% 이상에 달 할 정도로 커다란 경제적 파급효과를 가져온 것으로 나타났다[9]. 본 축제는 시의 재정적 지원 없이 민간축제전문회사에서 경영하고 있으며, 무료개방형으로 대중들에게 이벤트를 제공하고 예술품의 고품질과 다양성 유지를 위하여 개인이나 기업의 기부금을 축제예산으로 활용하고 있다.

2.3 스페인 부늘시 토마토축제(La Tomatina)

본 축제는 1945년 8월에 처음 시작되었으며 매년 8월 마지막 주 수요일에 발렌시아 주의 작은 마을 부늘에서 1시간 동안 축제가 개최된다. 1시간 동안 참가자들이 토마토를 던지고 뛰노는 일탈형 축제로 언론에 노출되면서 전 세계에서 약 3만여 명이 참여하는 축제로 발전하였다. 2013년부터는 방문객의 안전을 위하여 축제 참여 인원을 2만명으로 축소하고 1만 6천개의 티켓을 10 유로의 가격으로 판매하고 있으며, 나머지 4천개의 티켓은 지역주민과 부늘 출신의 인원들에게 무료로 배포하고 있다. 이러한 유료화 정책은 축제 참여 방문객들의 안전은 물론, 쾌적하고 만족스러운 축제공간을 제공하기 위함이다. 축제는 정부 주도형의 형태로서 위탁경영 방식으로 운영되며 회사에 축제 권한을 주고 수익의 80%는 회사, 20%는 시에 납부하는 형태로 이루어진다.

2.4 서울시 함께서울 정책박람회

서울시는 2012년을 시작으로 매년 ‘서울시 정책박람회’를 개최하고 있다. 스웨덴 알메달렌을 벤치마킹하여, 기존의 특정 정당을 중심으로 일회성으로 개최되던 시도와 달리 스웨덴의 알메달렌과는 차별적으로 정책 중심의 박람회 개최와 시민들의 의견을 수렴하기 위한 노력을 하고 있다. 서울시 역점사업에 관한 토크쇼를 비롯한 시정성과를 함께 나누고 정책을 공유하는 시민 참여 축제이다. 12년 26,050명이 참여하였으며, 13년 31,045명, 14년 34,895명, 15년 53,000명으로 해마다 참여자수가 증가하고 있다[10].

하지만 알메달렌과 달리 전 국민의 참여를 통한 국민 대토론회가 아닌 특정 지방자치단체를 중심으로 이루어지고 있다는 점, 정당이 중심이 아닌 국가기관이 중

심이 되어 정책을 소개하는 자리라는 점에서 한계가 뚜렷하다.

위에서 사례로 제시한 축제들은 모두 문화관광축제로서 정부 주도형, 위탁형, 민간주도형 등 다양한 형태로 나타나고 있다. 본 연구에서 살펴보고자 하는 알메달렌과는 축제의 개최 목적이나 형태, 운영 등 차이점이 존재하지만, 지역을 중심으로 개최되는 축제들이 지역 내 고용창출을 비롯한 경제적 수익을 통한 경제활성화 효과를 가져 오는 것을 확인할 수 있다.

III. 스웨덴 알메달렌의 경제적 효과 분석 방법과 모형

지역축제에 관한 연구들은 일반적으로 축제 동기와 관련된 연구, 지역축제에 대한 주민들의 인식과 관련된 연구, 축제의 경제적 효과나 파급효과 추정 연구, 이러한 경제적 효과를 추정하기 위한 방법론적 시각에 따른 연구, 축제 참가자의 인구학적 요인과 문화적 특성과 지출 패턴간의 영향관계에 관한 연구들로 구분된다[11]. 본 연구에서는 앞서 언급한 것처럼 축제로 인한 경제적 효과나 파급효과를 추정하는 것에 초점을 두고 선행연구를 바탕으로 모형을 구축하고자 한다.

경제적 파급효과를 분석하는 기법에는 경제기반모델(Economic Base Model), 소득지출모델(Income Expenditure Model), 산업연관모델(Input-Output Model)이 있으며, 지역축제의 경제적 파급효과를 분석하는 수단으로서 많은 연구들이 산업연관모델을 활용하고 있다. 산업연관모델의 경우 본원적 생산요소인 노동, 자본 등과 중간재 투입과 산출에 따른 산업간의 상호연관성을 기반으로 지역경제전반에 미치는 파급효과를 분석할 수 있기 때문이다[12].

Getz(1991)의 연구에서는 참여규모, 방문객 특징, 여행 형태, 활동 및 소비지출, 경제적 영향, 기타영향, 비용편익분석 등 다양한 축제의 평가항목과 기법 및 자료 형태를 제시하여 분석의 평가지표로 활용하였다[13]. 이 외에 델파이 기법을 사용하여 경제적, 사회·문화적, 심리적, 정치적 요인 등을 중요하게 평가하기도 하였으

며[14], 방문객을 대상으로 축제별 설문조사와 자체적으로 전문가에 의한 참관 평가를 실시한 문화관광축제 평가지표를 구성하기도 하였다[15]. 또한 참가자 분석을 비롯한 사회 문화적 효과, 경제적 효과, 행사운영평가 등 4가지의 이벤트 평가지표의 활용과 축제의 지역별 분포 및 시기, 예산규모 등을 활용하여 경제기반모델로 분석한 연구도 있다[16][17].

특히 Getz(1991)의 ‘통합시스템 접근법(Integrated and Systematic Approach)’은 축제와 관련한 경제적·사회문화의 효과를 평가하는 모델로 널리 활용되고 있으며, 이강욱(1998)은 목표분석에 중점을 두어 기획·운영, 영향평가분석, 문제해결을 위한 재조정 등 경제효과, 사회문화, 정치, 환경 등 영향에 대한 통합적인 축제 평가모형을 5단계로 제시하였다.

이에 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 지역축제의 경제적 효과성에 영향을 미칠 것으로 판단되는 요인으로 지역경제활성화, 문화교류, 이미지 제고를 도출하여 연구분석 모델을 설정하고자 하였다.

지역경제활성화 요인은 축제 전후 지역의 인구증가, 고용창출, 소득증대와 밀접한 관련이 있으므로 중요 요인으로 추출되었다[13-15]. 문화교류 요인은 지역축제를 통해 지역 간 문화교류를 함으로써 지역에 대한 외부의 이해를 돕고, 나아가 지역 간 관광 교류의 촉진이나 인간관계의 촉진을 이루어 지역의 국제화에도 기여할 수 있다는 점에서 중요한 요인으로 추출되었다[15][16]. 마지막으로 지역 이미지 요인은 지역 고유의 개성을 반영한 지역 이미지 변화 또는 고착화를 통해 지역을 홍보함으로써 관련 인구를 유입하고, 관련 산업을 유지할 수 있다는 점에서 중요한 요인으로 선별되었다[15][16].³

따라서 본 연구에서는 스웨덴 알메달렌으로 인한 경제적 효과를 분석하기 위해 Getz 모델의 일부와 이강욱

(1998)의 모델을 활용하여 다음 [그림 1]과 같이 연구분석 모델을 설정하였다[18].

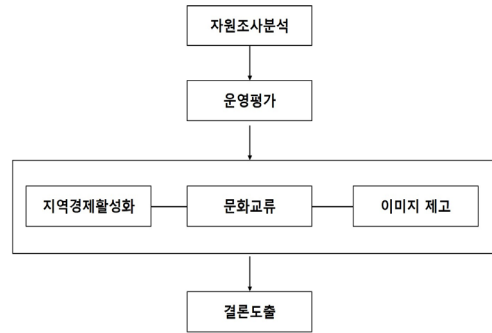


그림 1. 연구분석 모델

1단계는 자원조사 분석단계로 알메달렌을 비롯한 고틀란드 지역의 자원을 분석한다. 알메달렌의 경제적 효과에 대한 조사분석을 위하여 알메달렌과 개최지 고틀란드 지역에 대한 자원을 조사하여 검토할 필요가 있음에 따라 축제의 특성과 지역적 특성을 고려한 관광의 소재로서 가치를 평가하기 위한 자원의 조사분석을 실시하고자 한다. 지역축제의 목표는 지역사회의 특성이나 관광소재의 특성, 주민들의 욕구 등에 따라 다양하게 나타난다. 하지만 앞서 언급한 바와 같이 최근 지역축제는 대부분 지역경제 활성화에 초점이 맞추어지고 있다. 따라서 2단계에서는 알메달렌을 통한 운영평가를 위한 세부 구성을 지역경제 활성화, 문화교류 및 제고, 지역이미지 제고의 3가지 목표로 크게 분류하여 평가하고자 한다. 각 3가지 목표에 따른 3단계에서는 평가 분석 결과에 대한 효과성과 문제점을 파악하고 향후 우리나라에 도입 시 정책적 제언을 제시한다.

IV. 분석결과

1. 자원조사분석

1.1 알메달렌의 개최

알메달렌은 1968년 울로프 팔메가 고틀란드에서 가진 정치 간담회에서 증후적 연설을 통해 시작되었다.

3 지역의 고유한 개성을 나타내는 지역 이미지는 지역 홍보 효과에 영향을 미쳐 방문객을 늘리고, 관련 산업의 유지를 통한 소득증대, 고용창출 등 지역경제활성화에 밀접한 영향을 미친다고 평가된다. 대표적인 성공사례로 영국의 글래스고는 본래 석탄 산업을 통해 산업도시로서의 이미지가 강했지만 1980년대부터 문화를 통한 도시 활성화 계획을 세우고 지역이미지 변화를 위해 노력한 결과 1990년부터 문화예술의 도시로 탈바꿈할 수 있었다. 그 결과 문화 예술을 통한 관광 수입이 증대하고 관련 산업이 유지됨으로써 지역경제활성화에 매우 긍정적인 영향을 미쳤다[14].

이 당시 참가자는 500여명으로 언론을 통해 소개가 되고 인기를 끌게 되면서 1982년부터는 스웨덴의 모든 정당이 참여하는 정치박람회적 성격을 갖는 ‘알메달렌 주간’으로 자리잡게 되었다. 이때 하루 한 정당씩 참여하여 정책 설명회를 비롯한 세미나, 정당행사, 논의와 만남 등 다양한 프로그램들이 운영되면서 언론인 400명이상이 참여하고 전국으로 생중계, 국민들도 휴가기간을 통한 자유로운 참여가 가능하다. 2000년대 들어서는 매년 평균 10만 명 이상이 참가하고 1000여개 이상의 세미나가 개최되고 있으며, 열린 음악회, 연극, 춤 등 다양한 문화행사도 진행되면서 민주주의 축제로 자리 잡았다. 모든 이벤트들은 무료로 제공되며, 의회를 중심으로 사회문제에 대하여 논의하고 싶은 사람은 공식 프로그램에 참여 할 수 있다. 그리고 알메달렌이 개최되는 고틀란드시는 알메달렌 도서관을 운영하여, 알메달렌을 찾는 사람들에게 다양한 연구 자료를 제공하고 있다.

1.2 고틀란드 뷔스비 섬

알메달렌이 개최되는 스웨덴 고틀란드는 92개의 행정구역으로 구성되어 있으며, 면적 3,140km², 2014년 기준으로 인구가 약 57,255명이다. 1995년 유네스코 세계 문화유산 지역으로 지정되었으며, 스웨덴의 수도 스톡홀름에서 항공편으로 40분, 배편으로 3시간 30분이 소요된다. 중세시대 한자동맹의 중요한 상업지역으로 각광받았고, 이후 유럽과의 무역 요충지였다.

고틀란드 섬 중 알메달렌이 개최되는 뷔스비 시의 경우 인구의 절반정도 되는 약 24,000명이 거주하고 있으며, 중세시대 발트 지역의 가장 크고 중요한 무역도시 중 하나로 뷔스비에는 중세 유럽 성곽을 비롯한 건물 등의 유적이 잘 보존되어 있다.

2. 운영평가

지역경제 활성화와 관련한 평가지표로서 인구의 증가 및 안정, 고용창출, 소득증대를 통하여 확인해보고, 문화교류 및 체고에 대한 평가를 위하여 지역문화의 강화, 지역에 여가 기회 증진을 평가해 보고자 한다.

2.1 지역경제활성화

2.1.1 인구의 증가 및 안정

지역경제 활성화의 평가지표로서 인구의 증가 및 안정, 고용창출, 소득증대를 살펴보고자 한다. 먼저 고틀란드의 인구는 2014년 기준 57,255명으로, 2011년 이후 인구는 감소하였다가 2013년을 기점으로 다시 증가하는 경향을 보이고 있다. 2012년과 2013년에는 이주해 온 인구보다 이주해서 나가는 인구가 더 많아 감소경향을 보였지만 2014년부터는 다시 이주해 오는 인구가 더 많았다.

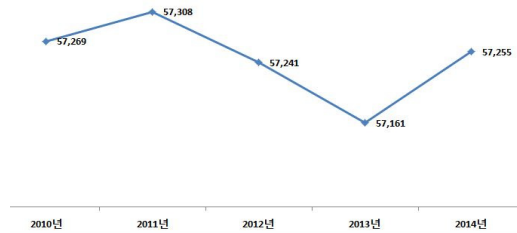


그림 2. 고틀란드 인구 동향 [19]

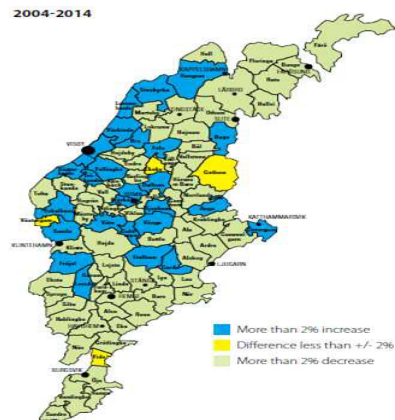


그림 3. 10년 간 고틀란드 지역별 인구 동향 [19]

Region Gotland(2015)에 의하면 고틀란드의 인구 중 6%는 외국 배경을 가지고 있는데, 이는 외국에서 태어났거나 본인은 스웨덴에서 태어났지만 부모 두 명이 모두 외국에서 태어난 경우를 뜻하는 것으로 인구의 다양

4 Region Gotland(2015)를 중심으로 작성

성이 높다고 볼 수 있다[19]. 이중 약 절반에 해당하는 23,000명은 알메달렌이 개최되는 뷔스비(Visby)에 거주하고 있으며, 노동 가능 연령인 20-24세의 분포 높아 고틀란드 인구구성은 젊다고 볼 수 있다. 또한 10년간 고틀란드의 지역별 인구동향을 확인해 보면 뷔스비의 인구 증가율은 2% 이상으로 증가하였다는 사실을 확인할 수 있다.

2.1.2 고용창출 및 소득증대

고틀란드 지역의 세율은 33.60%로 스웨덴 평균보다 높은 수치이며 매년 증가하고 있는 추세이다. 20-64세의 인구의 작업 시간을 나타내는 수치는 79.3%로 이 또한 매년 증가하고 있으며, 이 중 자신 소유의 회사를 운영하는 비율은 10.7%이고, 기업이 정신 수치는 12.7%로 스웨덴 평균과 비교하여 높은 수치를 나타내며, 매년 증가하고 있다. 또한 실업률⁷의 경우 6.8%로 스웨덴 평균보다 낮으며, 매년 감소하고 있다. 2015년 11월 기준 고틀란드의 가장 큰 공공고용주는 고틀란드 자치정부로 직원수는 6,875명이다.

	Götaland län	Sverigemedel
Invånare i länet Året: 2015	57 391	469 096
Medellåder År: 2015	44,6	41,2
Befolkningsökning Procent, tvåårsökning, 2012-2015	0,3	3,1
Medianinkomst Kostar: 2014	227 597	252 774
Skattesats Procent, 2016	33,60	32,10
Andel högskoleutbildade Procent, 2015	20,7	26,2
Förvärfrekvens Procent, 2014	79,3	77,3
Andel företagare Procent, 2014	10,7	6,6
Nyförstagande Per 1 000 inv, 2015	12,7	11,9
Arbetslöshet (Statistiska centralbyrån - AKU) Procent, 2015	6,8	7,4
Öppen arbetslöshet (Arbetsförmedlingen) Procent, 2015	7,8	7,8
Andel förtidspensionärer Procent, 2015	6,8	5,7
Största privata arbetsgivare Antal anställda, Nov 2015	PARVEX SVENSKA AB Antal anställda: 375	
Största offentliga arbetsgivare Antal anställda, Nov 2015	GOÄM LÄNSREGERNINGEN Antal anställda: 6 875	

그림 4. 고틀란드의 경제지표 현황 [20]

고틀란드는 연간 평균 1,950,000명의 관광객들이 오가고 있으며, 870,000명의 관광객들이 숙박하였다. 여행객들은 페리나 비행기를 통하여 방문하며, 여름에 특히 많은 관광객들이 찾아오고 있다. 고틀란드 시는 관광객

5 <http://www.ekonomifakta.se/Fakta/Regional-statistik/Ditt-lan-i-siffror/?region=0900>

6 주민 1,000명당 자치단체 소유 기업을 포함한 새로운 회사의 수
7 15-74세 노동 인구에서 실업자의 수

의 접근성 및 경제적 편의를 고려하여 야간 페리를 운영하였으며 이후 이용객이 폭발적으로 증가하였다. 해외 방문객은 약 11%이며, 자국민과 다른 소비패턴을 지니는 것으로 파악된다. 숙박시설과 숙박시설 이용 현황도 매년 꾸준히 증가하고 있는 것으로 확인 된다.

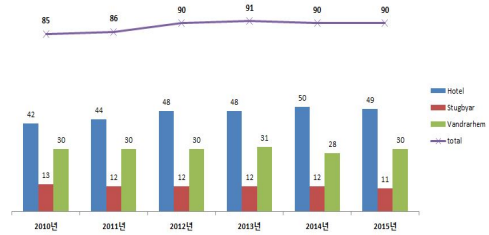


그림 5. 고틀란드의 숙박시설 현황 [19]

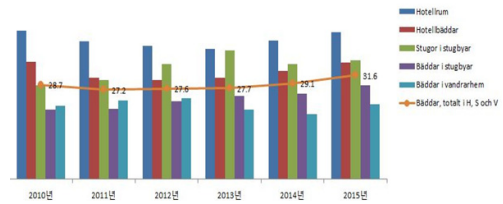


그림 6. 고틀란드의 숙박시설 이용 현황 [19]

2.2 문화교류에 대한 평가: 지역문화의 강화 및 지역에 여가 기회 증진

고틀란드는 문화 예술의 도시로서 문인, 화가, 영화인 등 문화 직종 종사자 뿐만 아니라 문화 예술 관련 단체를 기술적·재정적으로 지원함으로써 지역 내에서 활발히 활동할 수 있도록 후원하고 있다. 이로 인해 잉마르베르만 영화제, 스웨덴 독립영화제 등이 개최되고 많은 문화 예술인들이 고틀란드로 모이는 기회를 제공하고 있다. 이는 고틀란드 지역 문화 강화에 기여할 뿐만 아니라 지역 주민들의 여가 기회를 증진한다는 의미에서 지역에 매우 긍정적으로 작용하고 있다.

2016년 9월부터 2017년 8월까지 고틀란드에서 개최 예정인 행사는 [표 2]와 같다. 2014년의 경우 3,500개가 넘는 이벤트가 개최되었고, 향후 더욱 늘어날 것으로 전망된다[21].

표 2. 고틀란드 연간 행사 계획(2016.9~2017.8) [21]

2016년 9월	Guided tors with the seightseeing F r natta Jill Johnsson - For You I´ll Wait p Wisby Strand Market with Gotlandic crafts in Klinte
2016년 10월	World heritage day in Visby Hemse Market Gotland Grand National
2016년 11월	Nordic Extreme ATV Visby Beer Festival Nordic Extreme Biking Nordic Extreme Running (Motionslopp) Tubecon Tour 2016 Christmas Market Christmas market at Bl se Kalkbruksmuseum Christmas market in Visby
2016년 12월	Medieval Christmas in Visby Christmas train
2017년 6월	NatWest Island Games 2017
2017년 7월	Almedalsveckan 2017-politician week
2017년 8월	The Medieval Week on Gotland

그리고 고틀란드는 최근 국제회의 유치 등을 통해 고틀란드의 세계화에 앞장서고 있다. 특히 고틀란드의 주요행사인 알메달렌을 인근 북유럽 국가에 전파하면서 이를 벤치마킹한 덴마크(FOLKEMØDET), 핀란드(SUOMI AREENA), 노르웨이(ARENDAJSUKA) 등의 관계자들이 적극적으로 이벤트에 참여하고 있다.

7월에 개최되는 알메달렌의 이벤트와 참여 조직은 꾸준히 증가하고 있으며, 지역주민들에게 참여의 기회를 확대시키고 있다. 특히 2014년 알메달렌의 이벤트의 수는 전년 대비 약 1.5배 이상 증가함으로써 더 다양한 세미나와 행사에 고틀란드 시민들이 참여할 수 있는 기회를 가질 수 있게 되었다.

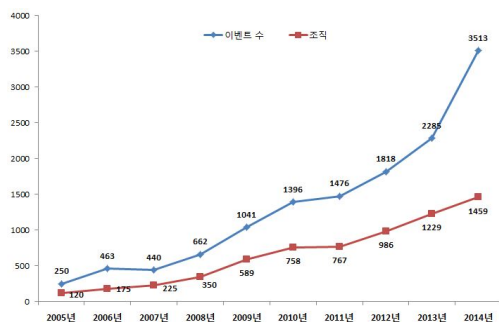


그림 7. 연도별 알메달렌의 이벤트 및 참여 조직 수 [21]

3. 지역이미지 제고

고틀란드는 아름다운 자연경관을 겸비하고 중세 문화 유적이 산재해 있어 휴양지라는 이미지로 유명하다. 하지만 1982년부터 정치축제라는 뚜렷한 목적성의 테마를 가지고 알메달렌이 개최되면서 모든 정당과 정치인이 화합하는 축제의 장으로 주목받고 있다. 알메달렌 주간 내내 방송 및 미디어의 메인을 차지함으로써 스웨덴 내 뿐만 아니라 인근 북유럽 국가에도 많은 영향을 미치고 있는데, 이는 실제 덴마크, 핀란드, 노르웨이, 아이슬란드 등에서 행해지는 벤치마킹 행사를 통해 확인할 수 있다. 이로 인해 지역 주민들은 행사 기간 동안 경제적 효과 뿐 만 아니라 지역 이미지 쇄신에도 긍정적인 효과를 얻었을 것으로 추측된다. 특히 고틀란드는 아름다운 자연경관과 꾸준한 전통성을 지닌 알메달렌으로 말미암아 지역 고유의 특징을 지니게 되었다. 구체적으로 알메달렌이 고틀란드 시의 지역이미지 제고에 얼마나 긍정적인 또는 부정적인 영향을 미쳤는지에 대해서는 향후 설문이나 인터뷰를 통한 구체적인 자료 제시가 필요할 것이다.

4. 종합

고틀란드 지역경제 활성화를 비롯한 문화교류 및 제고, 지역이미지 제고에 대하여 살펴보았다. 그 결과 고틀란드에서는 다양한 축제가 개최되고 있고, 아름다운 경관과 풍부한 관광을 바탕으로 관광객 유치에 긍정적인 요소를 갖는 것으로 확인했다. 특히 알메달렌이 개최되는 7월에는 스웨덴 내국민 뿐만 아니라 외국인들까지 방문함으로써 지역 경제 활성화에 매우 긍정적인 것으로 평가되었으며, 고틀란드 지역의 인구가 꾸준히 증가하고 있고 다양한 이벤트가 개최됨으로써 서비스 직종 뿐만 아니라 개인 자영업의 비율이 높아짐으로써 경제지표에도 상당한 긍정적 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

또한 문화교류에 있어서도 알메달렌의 새롭고 다양한 해진 이벤트와 참여 조직 수 증가를 통하여 특정 계층을 넘어 지역주민들도 함께 참여의 기회를 갖는 등 사회 참여 기회가 증대되었다. 그리고 이는 알메달렌을 통해 고틀란드의 지역 이미지에도 긍정적인 영향을 미

친 것으로 분석되었다.

V. 결론

고틀란드 섬에서 열리는 정치축제인 알메달렌은 이념을 탈피한 정치인들의 정책 토론으로 사회갈등을 해소하고 통합하는 중요한 역할을 수행하고 있으며, 나아가 전 국민이 정책형성과정에 참여함으로써 참여민주주의의 발전, 국가경쟁력 향상에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 분석을 통해 알메달렌으로 인해 고틀란드를 찾는 관광객의 지속적 증가와 관광객을 위한 숙박시설 등 사회적 인프라가 확충됨으로써 인구가 꾸준히 유입되었다. 그리고 관련 사업의 확대는 지역주민의 고용 창출과 소득증대로 이어졌고, 이는 고틀란드시의 경제 변화에 상당히 긍정적인 변화를 가져왔다. 또한 문화교류를 통해 고틀란드 시에서 주최하고 있는 다양한 이벤트가 다른 도시, 다른 국가에 벤치마킹됨에 따라 지역 이미지 제고에도 긍정적인 효과를 나타내는 것을 확인할 수 있었다.

한국에서 알메달렌이 성공적으로 벤치마킹하기 위한 스웨덴 사례의 정책적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 고틀란드의 아름다운 자연경관은 정치토론 뿐만 아니라 시민들의 안락한 휴식처로서의 역할도 한다. 따라서 다양한 사람들의 참여를 유도하기 위해서는 보다 적합한 축제 장소를 선정할 필요가 있다. 고틀란드와 같이 행사기간동안 이탈이 적고, 가족과 함께 시간을 보낼 수 있는 장소가 있어야 한다. 가령 우리나라의 제주도와 같이 관광지로서의 기능을 갖고 있으면서 교통에 제한이 없고, 가족과 자연의 아름다움을 느낄 수 있는 곳이 적합하다고 볼 수 있다. 둘째, 알메달렌은 토론을 통한 국민과의 소통을 우선시하기 때문에 특정 기관이 중심이 되어 일방적으로 정보를 제공해주는 것이 아니라 서로 의견을 주고받을 수 있는 방식으로 진행되어야 할 것이다. 스웨덴 알메달렌에 참여하는 기관들은 기관의 장이 직접 행사장에 방문하여 시민들과 소통한다. 따라서 행사를 주관하는 단체 뿐만 아니라 참여하는 기관

의 민주적 토론 방식이 선행되어야 할 것이다. 셋째, 알메달렌의 모든 행사는 비영리를 목적으로 한다. 따라서 지역축제 자체가 곧 영리를 목적으로 해서는 안 된다. 알메달렌을 통해 지역의 고용창출, 인구증가, 소득증대 등은 부가적으로 이루어진 것이지 처음부터 이러한 점을 목적에 두지 않았기 때문에 성공적으로 자리 잡을 수 있었다고 판단된다. 따라서 지역축제가 성공하기 위해서는 특정 기관, 특정 정당의 이념을 탈피할 필요가 있다.

본 연구에서는 스웨덴 알메달렌을 중심으로 지역축제의 경제적 효과 분석을 통해 지역축제의 성공방안에 대하여 모색해보았다. 알메달렌이 고틀란드 지역의 이미지 제고에 긍정적인 영향을 나타낸 것은 확인되었으나, 얼마나 어떻게 영향을 주었는지에 대한 구체적인 평가는 연구의 한계점으로 추후 보완되어야 할 것이다.

스웨덴의 정치축제인 알메달렌은 이념과 지역을 뛰어넘을 수 있는 주최자의 노력과 시민들의 적극적인 참여로 이루어졌다. 이러한 노력이 스웨덴의 선진 정치로 이끌어낸 원동력이 아닐까 생각된다. 정치인과 시민들이 함께 정치와 사회문제에 관심을 갖고 치열하게 토론하고 민주적으로 소통하면서 공감대를 형성해낸 점은 향후 다른 국가에게 귀감이 될 수 있을 것이다. 따라서 우리나라에서도 더 이상 정치 논리에 의해 지역 축제를 운영할 것이 아니라 경제적, 사회·문화적 측면에서 긍정적인 효과를 만들어 낼 수 있는 그러한 장이 마련되기를 기대해 본다.

참고 문헌

- [1] D. Getz, *Event Management and event tourism*, New York: Cognizant Communication Corporation, 1996.
- [2] 오정근, 이훈, “축제 이해집단이 인식하는 지역축제의 의미: 언론기사 Text의 기호학적 분석을 중심으로,” *관광연구논총*, 제20권, 제2호, pp.87-116, 2008.
- [3] 백선혜, “장소마케팅에서 장소성의 인위적 형성-

- 한국과 미국 소도시의 문화예술축제를 사례로,” 지리학논총, Vol.66, pp.1-263, 2004.
- [4] S. Smith, *Where to Draw the Line: A Geography of Popular Festival*, In *The Urban Context*, 1995.
- [5] 오마이뉴스, 독일 맥주 축제, 9천 1백억원 효과, 2014.11.15.
- [6] BOP Consulting, 2011 Edinburgh Festivals Impact Study, 2011.
- [7] www.edinburghfestivalcity.com
- [8] 문화체육관광부, 발표자료 2014.4.10
- [9] 서울중구, 중구 관광특구축제 통합개최에 따른 컨설팅, 2014.
- [10] 서울시, 2016 함께서울 정책박람회 백서, 2016.
- [11] 조문식, “지역축제 방문객의 축제 소비 지출 구조와 결정요인에 관한 연구: 31회 소백산 철쭉축제를 중심으로,” 관광연구, 제29권, 제5호, pp.139-154, 2014.
- [12] 이지석, “안동국제탈춤페스티벌의 경제적 파급효과 분석,” 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제1호, pp.371-378, 2011.
- [13] D. Getz, *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
- [14] J. Carlsen, G. Soutar and D. Getz, Event evaluation research, *Event Management* 6, 2001.
- [15] 문화관광부, 2005 문화관광축제 종합평가보고서, 2006.
- [16] 김병철, 강원도 지역 축제의 활성화 연구 방안, 강원개발연구원, 1998.
- [17] 김성현, 축제의 효과, 한국행정학회, 2005.
- [18] 이강욱, 문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안: 금산인삼축제 사례연구, 한국관광연구원, 1998.
- [19] Region Gotland, *Gotland in Figures*, 2015.
- [20] <http://www.ekonomifakta.se/Fakta/Regional-statistik>
- [21] <http://gotland.se>

저 자 소 개

신 혜 리(Hye-Ri Shin)

정회원



- 2013년 2월 : 이화여자대학교 행정학과(행정학석사)
- 2017년 현재 : 이화여자대학교 행정학과(행정학박사과정 재학중)
- 2015년 5월 ~ 현재 : 경기연구원 연구원

<관심분야> : 예산, 공공재정, 사회정책

홍 희 정(Hee-Jeong Hong)

정회원



- 2009년 2월 : 이화여자대학교 행정학과(행정학석사)
- 2015년 2월 : 이화여자대학교 행정학과(행정학박사)
- 2016년 3월 ~ 2017년 12월 : Scandinavian Institute for

Policy Studies. Senior Researcher

- 2018년 현재 : Stockholm Institute for Social & Cultural Policy Studies. Director

<관심분야> : 스웨덴 모델, 사회정책, 성평등 정책