

도시 특성을 잘 담아낸 축제, Taste of Chicago

이인재

경원대학교 관광경영학과

축제가 가지는 많은 속성 중 하나는 일탈성과 장소성이다. 축제는 일상을 벗어나지 못한 사람들에게 일상에서 느낄 수 없는 새로운 기회를 제공할 수 있는 기능이 있어야 한다. 하지만 축제의 정체성을 유지하기 위해서는 일상생활에서 유리되면 안 된다. 축제는 일상에 기반을 두어 일상에서의 벗어남을 제공해주어야 한다. 이 글에서는 Taste of Chicago를 소개해 본다. Taste of Chicago는 미국에서 꼭 가봐야 할 만큼 유명한 축제는 아니지만 도시의 삶 속에서 도시의 축제를 만들어가는 미국 축제의 일면을 보여주는 축제여서 소개하고자 한다.

다양성과 모호함으로 표현되는 도시의 복잡성

축제의 정체성을 확보하기 위해서는 지역의 특성을 반영하여야 한다. 이런 점에서 도시 축제는 도시의 특성을 살린 축제가 되어야 한다. 하지만 도시란 혹은 도시의 삶이란 너무 복잡하여 이를 한마디로 정의하기 어렵다. 이러한 어려움이 때로는 '다양성'이란 특성으로 보이기도 하고 때로는 '모호함'으로 다가오기도 한다.

도시의 복잡성은 음식에서도 나타난다. 요즘 도시의 삶이 그렇듯 지역을 대표하는 음식을 찾아내는 어렵다. 서울을 대표하는 음식은 무엇일까? 부산의 음식은 무엇일까? 교통수단과 커뮤니케이션의 발달로 인하여 점점 도시를 대표하는 음식을 찾아

내는 것은 어렵다. 도시가 거대화되면 될수록 이 거대한 구성물은 다양한 음식으로 채워지고 결과적으로 도시의 음식은 획일화되어 간다. 시골과 구분되는 도시의 삶을 이야기하기는 쉽지만, 도시 간의 특색을 구분할 수 있는 특성을 찾아내기는 어렵다. 이런 상황에서 도시의 삶을, 또는 도시의 음식을 축제로 표현해내기는 쉽지 않다. 도시화가 진행되면 될수록 이러한 어려움은 더욱 가중된다.

전문가가 아닌 일반인에게 시카고하면 떠오른 음식이 딱히 피자밖에 없는 현실에서 Taste of Chicago는 시카고의 이미지를 좀 더 공고하기 위해 차별화를 과감히 버리고 모호함을 축제의 주제로 선택하였다. 한국의 음식 축제가 전주비빔밥 축제처럼 지역의 특정한 음식을 찾아내어 특성화시키려는 특징이



출처: www.tasteofchicago.us

Taste of Chicago는 도시의 다양한 음식을 한자리에 모이게 함으로써 도시의 복잡성을 인정하고 이러한 복잡성을 축제의 소재로 삼아 다양성으로 표현하고 있다.



출처: www.tasteofchicago.us

있다면, Taste of Chicago는 도시의 다양한 음식을 한자리에 모이게 함으로써 도시의 복잡성을 인정하고 이러한 복잡성을 축제의 소재로 삼아 다양성으로 표현하고 있다.

정해진 여행기간 동안 한 도시의 맛있는 음식을 모두 맛볼 수 있다면 얼마나 좋을까? 아니 그 지역에 거주하고 있는 지역주민 모두 도시의 유명한 음식을 다 맛볼 수 있을까? 이러한 점을 의도하였든 하지 않았든 간에 Taste of Chicago는 이러한 혜택을 제공하고 있다.

미국 중부의 한가운데 일리노이주에는 매년 독립기념일을 전후로 Taste of Chicago라는 축제가 열린다. Taste of Chicago는 1980년에 일단의 레스토랑 주인들에 의해 독립기념일인 7월 4일에 시작되어 올해로 30회를 맞이한다. 처음에는 레스토랑이 모여 있는 시내의 한가운데(Michigan Avenue)에서 하

루 동안 열렸던 축제가, 몰려오는 인파를 주체하지 못해 Chicago의 중심이라고 할 수 있는 Grand Park로 장소를 옮겨 개최되어 왔다. 2010년 올해의 경우 6월 25일부터 7월 4일까지 10일 동안 개최되었다. 작년 축제에는 행사 기간 동안 600만 명의 국내외 참가객이 방문하여 일리노이주의 두 번째로 큰 행사로 발전하였다. 축제 초기 주요 참가자가 젊은이들이었다면, 이제는 가족단위로 확대되었고 그에 맞는 프로그램을 제공하고 있다.

종류는 간결하게 그러나 내용은 풍부하게

Taste of Chicago 축제 홈페이지에는 축제 기간에 벌어지는 행사를 일목요연하게 정리하고 있다. 홈페이지에 나타난 축제 행사의 종류를 살펴보면 매우 단순하다는 느낌을 갖는다. 뭐 군더더기 없는 행사

전문가 집단의 공연은
 축제장 한 가운데 자리 잡은
 전문공연장에서
 축제 기간 내내 공연을 벌인다.
 우리나라의 구색맞추기식
 일회성 공연과는 사뭇 다르다.



출처: www.tasteofchicago.us

계획이다. 오히려 너무 단출하다고 할까? 하지만 조금 더 깊이 살펴보면 축제의 주제를 부각시키는데 충분한 활동이 벌어짐을 느낀다. 이러한 간결한 형식 아래 풍부한 내용은 우리나라 축제가 배워야 할 점 중 하나라고 생각된다.

구체적으로 Taste of Chicago의 프로그램은 크게 사전 행사(프리뷰, preview), 음식 관련 행사, 마지막으로 엔터테인먼트 행사 등 세 가지로 구분할 수 있다.

첫째, 음식 관련 행사는 축제의 가장 중요한 행사라고 할 수 있는데 축제 기간 동안 시카고에 소재하고 있는 유명 레스토랑이 참가하여 부스를 만들어 놓고 자기의 음식을 소개하고 판매하는 형식을 띤다. 경기 상황에 따라 참여하는 업체의 수가 다소 차이는 있지만 올해에는 새로 참가하는 11개의 레스토랑을 포함하여 총 50여 개의 레스토랑이 축제에 참여하였다. 행사에서 음식을 맛보기 위해서는 쿠폰

을 구매해야 한다. 쿠폰은 12장에 8달러 정도이지만 축제 전에 마트를 통해 구매하면 6달러에 구매할 수 있다. 쿠폰의 가격 중 2달러는 청소 등 시설 유지 비용으로 충당된다.

이러한 행사는 단순한 판매 기능만을 수행하여 자칫 재미가 없을 수도 있다. 하지만 행사장의 한 켠(Dominick's Cooking Corner)에서는 지역의 유명 요리사들이 요리의 시연을 통해서 축제의 재미를 북돋아 준다. 이러한 시연들은 단 한 번에 그치는 것이 아니라 행사가 열리는 열흘 내내 해당분야에서 인정받고 있는 전문 요리사들이 시간대별로 나와 시연을 펼친다.

둘째, 엔터테인먼트 행사의 경우 전문가 공연(Petrillo Music Shell/The Illinois Lottery Taste Stage)과 아마추어 공연(Battle of the Bands Entry/Taste of Talent Entry)으로 구분할 수 있다. 아마추어 공연

음식 관련 행사는 축제의 가장 중요한 행사라고 할 수 있는데 축제 기간 동안 시카고에 소재하고 있는 유명 레스토랑이 참가하여 부스를 만들어 놓고 자기의 음식을 소개하고 판매하는 형식을 띤다.



출처: www.tasteofchicago.us

의 경우 지역의 음악클럽이나 개인들이 한 자리에 모여 콘테스트의 형태로 진행한다는 점에서 우리나라의 축제에서 열리는 장기자랑의 형식과 크게 다르지 않다. 하지만 전문가 집단의 공연은 축제장 한 가운데 자리 잡은 전문공연장에서 축제 기간 내내 공연을 벌인다. 우리나라의 구색맞추기식 일회성 공연과는 사뭇 다르다.

전문가 집단의 공연 중 Petrillo Music Shell에서는 음악 축제처럼 행사 기간 내내 공연을 개최한다. 주로 시에서 제공하는 공식적인 행사로 1일 1~2개의 공연이 선보인다. 반면, The Illinois Lottery Taste Stage에서는 매일 12시부터 8시 사이 다섯 차례에 걸쳐 서로 다른 공연 팀들이 공연을 제공한다. 축제 기간 동안 다양한 장르의 대략 50개의 공연이 제공된다. 마치 이는 한편의 음악제를 보는 것과 같다.

세계적인 프리뷰 행사를 통한 홍보와 사전 점검

마지막으로 행사의 운영과 관련하여 눈에 띄는 행사는 사전 행사 성격의 프리뷰(preview) 행사이다. 올해의 경우 세 번의 프리뷰 행사가 열렸다. 첫 번째 프리뷰 행사는 'Taste Restaurant Days'로 4월 20일부터 4월 22일까지 올해 축제에 새롭게 참여한 11개의 새로운 레스토랑을 포함하여 총 30여 개의 축제 참여업체가 행사메뉴(prix fixe)를 19.80달러에 제공하거나 혹은 다른 음식을 30% 할인하는 행사를 시행했다. 사전에 축제 홈페이지에서 쿠폰을 인쇄해 가면 누구나 할인 혜택을 받을 수 있다.

두 번째 프리뷰 행사인 'Public Preview of Taste of Chicago'는 5월 11일과 12일에 열렸는데 이 기간 동안에 축제에 선보일 음식들을 대중에게 사전에 공개함으로써 음식에 대한 고객들의 반응을 점검하

였다. 마지막으로 6월 8일과 9일에는 작년에 프리뷰 행사에 참여한 대상자들에게 한정한 프리뷰 행사를 개최했다.

이러한 일련의 홍보행사는 체계적으로 보인다. 이는 서서히 축제의 분위기를 고조시킬 뿐만 아니라, 프리뷰 행사를 통해 행사를 사전점검을 하고 홍보에 활용하는 전략으로 보인다. 이러한 활동은 축제 자체의 홍보효과뿐만 아니라 레스토랑의 홍보효과가 탁월하여 축제가 가지는 파급효과를 극대화시키는데 기여한다.

세밀한 규정을 통한 관람객의 편의 제공

앞서 언급한 축제의 내용적 특성 이외에도 Taste of Chicago에는 여러 가지 세밀한 규정을 통해 방문객의 관람을 보다 쾌적하게 하기 위해 노력한다. 장애인에 대한 배려, 애완동물에 대한 규정, 반입물품 규제 등 사소한 것까지 규정을 통해 관람객들의 편의를 고려하고 있다. 한편으로는 이러한 규정이 관람객의 자유를 억제할 수도 있지만 개인의 자유와 공공의 이익 사이에서 장기적인 공공의 이익을 침해하지 않으려는 노력이 돋보인다.

나가면서...

이번 호에는 Taste of Chicago라는 미국의 축제에 대해 소개해 보았다. 차별적 주제의 설정보다는 도시의 특성인 복잡성을 인정하고 표현하려는 노력, 유형의 간결화를 통한 명백한 주제의 전달, 간결

한 유형 속에서 프로그램의 내실화를 통한 볼거리 확보 등 장소성과 일탈성에서 고민하는 도시축제의 모습을 살펴보았다.

축제의 수익모델을 개발해야 한다는 주장에는 많은 이견이 있을 수 있다. 하지만 현재 우리나라 축제의 많은 비판의 대상이 되어온 관 주도 행사운영의 경우, 관에서 지원을 하지 않는다면 축제 행사 개최의 존재가 결정되는 현실에서는 우리나라 축제의 수익모델을 개발해야 한다는 것은 불가피하다. 복지적인 차원에서 무료로 제공하는 것도 필요하지만 축제의 운영을 위한 최소한의 혹은 보다 나은 축제를 위해서는 불가피하게 어느 정도의 수익모델을 개발하는 것이 필요하다. 이런 점에서 쿠폰의 발행과 일정금액의 운영기금의 확보 등은 우리의 축제가 벤치마킹해야 할 점 중 하나이다.

마지막으로 이번 축제의 소개가 Taste of Chicago 축제 자체에 대한 궁금증이 많은 독자의 갈증을 해소하기에는 부족하지만, 축제의 운영방식에 대한 이해가 우리나라 축제 발전을 위해 노력하는 축제 관계자에는 다소나마 도움이 되었으면 한다.