

투어리즘 퍼포밍 아트 연구 신전개

- 중국산 TPA “평요를 다시 한번”의 사례를 통하여 -

YANG XINLIN (훗카이도대학)

1. 처음으로

본 연구에서 관광객을 대상으로 하는 관광지 자원을 통해 만들어진 퍼포밍 아트를 “투어리즘 퍼포밍 아트”(이하 TPA)로 보고 고찰하고자 합니다.

M·Picard는 케체크와 라마야나 발레를 비롯해 발리에 존재하는 다양한 퍼포밍 아트를 거론하며 전통예술과 TPA가 혼재되어 있는 상황에 착안하여 “최근 관광의 모습은 발리 문화에 있어 불가결한 존재의 일부가 되어가고 있다.(Picard, 1990, P.73)고 지적하고 있습니다. 이와 같이 발리의 사례에 주목한 야마시타 신지(山下晋司)는 “오늘날 발리의 전통 예술이라고 불리는 것은 20세기 전반 식민지 체제하에 발리와 서구의 만남으로 인해 새롭게 만들어진 하이브리드형 문화 혹은 “관광문화”라고 칭할 수 있는 수준이다.”(야마시타, 1996, P.109)고 지적합니다. E·Bruner (2004/2007 야스무라 번역, pp. 107-151)은 상이한 배경을 가진 관광객 그룹에게 선보이는, 마사이족의 세 가지의 연극 TPA에 대해 언급하면서 무대에서 연출된 마사이족 문화가 역사, 정치, 글로벌화 등 다양한 역학적 협상으로 인해 구축된 결과라고 말합니다.

이렇듯 선행연구에서는 대부분이 문화인류학자에 의해 연구된 연유인지 TPA가 주로 지역 문화 관점과 연계되어 다루어져왔습니다.

그러나 이와 같은 지역문화 논점에 치우쳐져 있으면 연구 대상으로서의 TPA 자체의 특징과 TPA와 관광객의 역동적인 관계성이 보이지 않게 됩니다. 이에 본 연구에서는 TPA와 관광객의 관계성에 주목하여 “평요를 다시 한번”이라는 중국산 TPA의 대표작을 사례로 들어 TPA가 관광객의 관광 경험에 미치는 역할에 대한 논의코자 합니다. 본 연구는 TPA가 가지는 문화 관점의 허구성과 구축성에 대해 논하는 것이 아닌, 존재 자체가 얼마나 관광객 지향성에 부합하는지에 대해 밝히고자 합니다. 이를 통하여 TPA의 본래 모습에 대하여 고찰하기 위해 새로운 방향성을 제시코자 합니다.

중국산 TPA의 대부분은 과거부터 전해진 것이어도 엄밀하게 역사적 사실에 근거한 것이 아닙니다. 퍼포밍 아트의 전문가들이 개인적으로 창의 활동하며 지역 자원을 활용해 만들어 낸 것입니다. 그러나 허구성이 높은데도 불구하고 중국 전국 관광지에서 존재감을 강하게 나타내고 있습니다. 지역문화라는 논점을 초월하여 TPA와 관광객의 관계성에 대해 논하고자 하는 본 연구에 있어 중국산 TPA는 좋은 사례라고 생각합니다.

2. 본 연구 관점

본 연구에서는 “진정성 (authenticity)” 개념을 분석 수단으로 활용하고자 합니다. 이 개념 만큼 관광객의 지향성을 해석할 수 있는 유력한 수단은 없습니다. 이는 D·MacCannell가 “더 트리스트”(1976)를 발표한 이래, 비판을 받으면서도 “관광객은 진정성을 추구한다”라는 명제는 많은 연구자를 거쳐 이어져왔기 때문입니다.

T·Selwyn (1996) 와 N·Wang (1999) 가 지적한 바와 같이 진정성론을 관광 연구에 도입한 MacCannell를 비롯해 많은 관광 연구자는 관광 대상 진정성과 관광 경험의 진정성에 관한 논의를 혼동하고 있습니다. 그러나 관광대상이 진정(실체)라고 해서 관광객은 관광 경험을 통해 진정성(리얼리티)를 득할 수 있다고 말할 수 없습니다. 가령 관광 “대상”의 진정성론에 따라 TPA를 논하자면 논점은 선행연구처럼 TPA 그 자체가 지역문화로서, 혹은 TPA 로를 통해 연출된 지역문화가 실체이나 아니냐가 불명확해집니다. 그러나 이는 본 연구에서 다루고자 하는 TPA와 관광객의 관계성을 해명하기 위해서는 반드시 필요합니다. 이에 본 연구에서는 관광 “경험”의 진정성론에 따라 진정성 개념을 채택하고자 합니다.

본 연구에서는 B·Knudsen and A·Waade (2010)에 의한 “행위수행적 진정성 (performative authenticity)”론에 의거하여 이론적 관점을 구축하였습니다. 즉, 관광 경험의 진정성은 관광객의 신체와 관광지라고 하는 장소의 상호작용에 의해 만들어지는 현상학적인 것입니다. 이는 관광지와 관광객의 신체를 연결 짓는 다양한 매체와 퍼포먼스의 움직임에 따라 행위수행적으로 생성 및 강화되는 ①(문화적, 지리적, 역사적)타인에 대한 공감 혹은 ②세계와의 연계에 대한 감각입니다. 또한 진정성을 희망하는 관광객에게는 관광지(문화적, 지리적, 역사적 타인과 외부세계)가 진정(리얼)한 모습으로 나타납니다.

3. 사례 개요

본 연구에서 역사 문화 관광의 지역으로서 유명한 서산성 평요 고성에서 상영된 “평요를 다시 한번”이라는 TPA 대표작을 예로 들어 논하고자 합니다. “평요를 다시 한번”은 비수기에 1일2회, 성수기에 1일 3회에서 5회 정도 주 6일 공연합니다. 상영시간은 약 90분으로 티켓은 약 4천엔 정도입니다. 한 공연당 최대 천여 명의 관광객 수용이 가능합니다.

현존하는 면적 2.25평방 킬로미터의 존재하는 평요 고성에는 명나라부터 청나라까지 전형적인 마을과 상점, 주거지 등 고대 건축이 다수 남아 있고, 마을 전체는 레트로적인 분위기를 자아내고 있습니다. 1997년에 유네스코 문화유산에 등록되어 평상이라고 불리우는 예전에 지대한 영향력을 가지던 서산성 상인단체의 고향으로 여겨지고 있습니다.

그 사상으로 표호(票号)와 표국(鏢局)이라고 하는 두 종류의 조직이 현재 고성의 주요 관광 지역이 되었습니다. 표호는 예금을 다른 지역에서 인출할 수 있도록 하여 통화 운반이라고 하는 수고스러움을 완화시키는 금융 조직이었고, 표국은 상품과 통화 등 운송의 안전을 보장하는 경비 조직이었습니다.

“평요를 다시 한번”은 150년전 상황을 이루던 평요 고성을 배경으로 하나의 혈통을 지키기 위해 어느 표호의 주인과 232명의 호위사가 희생되었다는 이야기입니다. 극장에서는 고성 내의 거리와 상점, 성벽을 비롯하여 관광 명소가 그대로 묘사되어 무대 공간을 구성하고 있습니다. 관객석은 없고 관객이 연기와 같은 공간에 있습니다. 이렇게 함으로써 무대와 관객 사이의 공간적 구분이 사라집니다. 관객은 스태프의 지시에 따라 무대공간을 이동하면서 연출을 관람합니다. 팜플렛에 따르면 이러한 형태의 퍼포밍 아트를 구현하는 곳은 중국에서는 “평요를 다시 한번”(2013년 첫 공연)이 처음입니다.

시간 관계상 “평요를 다시 한번”의 세계의 일부를 안내해 드리겠습니다.

수백여 명의 관객은 어두운 극장에 들어가면 계속해서 등장하는 현대극의 복장을 입은 연극자들이 관객들에게 말을 걸고, 만들어진 성벽까지 안내받습니다. 거기서 제 1막이 시작됩니다.

안내역이 등장하고 극의 배경을 설명한 이후 호위사가 영혼으로 나와 음악에 맞춰 춤을 추고 관객에게 말을 걸기도 합니다 “평요를 다시 한번”의 취지가 호위사역의 대사를 통해 강조됩니다. “우리 평요인들은 비즈니스가 아니라 덕을 수행한다”는 것입니다.

제 4막에 들어서면 관객은 처음 몇 분간은 만들어진 예전 평요 고성의 상업 거리를 자유롭게 여기저기 돌아다닐 수 있습니다. 여기서 연극자들과 커뮤니케이션을 취할 수 있습니다.

90분의 퍼포먼스를 통하여 많은 관광객은 신체적 참가를 통하여 좋은 아니든 작품과 다양한 무대 장치에 자극받아 평요 상가와 평요 고성이라는 역사적 타인을 자기 자신과 연결 지어 상상할 수 있게 됩니다. 그러나 흥미로운 점은 “평요를 다시 한번”이라는 작품은 극 중의 232명의 호위사가 소속된 동흥공표국(同興公鏢局)이라는 이름을 제외하면 대부분 역사적 사실에 근거하지 않은 허구입니다.

4. 사례 분석

“평요를 다시 한번”은 허구성이 높음에도 평요 고성의 역사문화관광의 일환으로 많은 관광객으로부터 높이 평가되고 있습니다. 본 연구에서는 “평요를 다시 한번”이 관광객의 관광 경험에서의 역할에 대해 다루면서 그 이유를 밝히고자 합니다. 그 수단으로 중국 최대 포털 사이트로부터 수집한 댓글을 참고, 관찰하였습니다.

“평요를 다시 한번”은 작품과 무대 장치를 통하여 관광객이 감정 이입하도록 돕습니다. 물론 모든 사람에게 통하는 것은 아닙니다. 댓글을 분석한 결과 “평요를 다시 한번”을 관람한 관광객의 경험은 이하 3가지 레벨로 크게 구분할 수 있습니다.

- 작품에 감정이입하지 않는다.
- 이야기에 어색함을 느끼나 다양한 무대 장치에 자극받아 작품에 감정이입한다.
- 다양한 무대장치에 자극받으면서 이야기에 더욱 감동받는다.

C 상태에 가까워질수록 관광객은 연극을 통해 평요 상가와 평요 고성이라고 하는 역사적 타인을 생생하게 상상하고 떠올리며 역사적 타인에 공감할 수 있습니다. 그리고 이 공감 경험은 작품 수준에만 머무는 것이 아니라, 평요 고성의 역사 문화 관광 실천에도 영향을 끼칩니다. 예를 들어 다음과 같은 댓글이 있습니다.

“평요를 다시 한번”을 보기 전에는 평요 고성 안에 있는 건물은 하나하나가 오래되고 차가운 가정이라고 느꼈다. 하지만 “평요를 다시 한번”을 본 후, 이 건물을 구성하는 벽돌과 기와 한

장 조차도 각각 이야깃거리를 가지고 있다고 느꼈다. 벽돌, 기와 각각이 평요의 수백 년을 이
어온 문화와 정서, 덕행을 전수하고 있다. 작품에 큰 감동을 느꼈다. 1)

관광객은 “평요를 다시 한번” 작품을 신체적으로 스며들게 한 후에 고성 내 유적을 방문
함으로서 다시 한 번 역사적 타인을 떠올리게 하고, 공감 경험을 느낍니다. 이때 관광객들
눈앞에 있는 역사적 실체가 그들의 인생에도 의미를 지니게 합니다. “평요를 다시 한번”은
이렇게 관광객과 평요 고성을 연결 짓는 매개체로서 관광객의 관광 경험에 영향을 줍니다.
Selwyn (1996,P7) 는“지식 Knowledge”를 지향하는 차가운 진정성과 “감정 Feelings”를 지
향하는 뜨거운 진정성을 구분하고 있습니다. 이 주장을 감안하면 역사 문화 관광의 자리
에서는 정확한 역사적 지식과 역사적 타인과의 공감이라는 두 종류의 진정성이 떠오릅니다.
관광객은 전자보다 후자를 선호할 것입니다. 이도 리얼리티에 대한 추구 그 자체가 관광객
의 동기이기 때문입니다. 역사적 타인에 공감하는 관광객에게 그 역사적 타인은 진정(리얼)
한 실체가 나타나기 시작합니다. 그 이유는 역사적 타인은 관광객이 살아가는 현재와 “연
속”하여 그들 인생에 의미를 주기 때문입니다.
“평요를 다시 한번”은 관광객에게 역사적 타인에 대한 공감을 재촉하는 의미에서 진정성 획득
에 도움이 되기 때문에 허구성이 높아도 평요 고성의 역사 문화 관광의 일환으로 많은 관
객으로부터 높이 평가받고 있습니다. 여기서는 ‘허구성’과 ‘진정성’은 대의어가 아닙니다.
오히려 진정성을 추구하는 관광객에게 허구성은 공감을 위한 수단으로 바람직합니다. 그렇
기 때문에 ‘평요 고성에 간다면, 꼭 먼저 평요를 다시 한번을 보고 나서 평요 고성을 둘러보
야 한다. 그러면 고성은 소생한다’²⁾ 라는 댓글이 많은 것으로 사료됩니다.

5. 마지막으로

본 연구에서 지역 문화 논점을 초월하여 TPA와 관광객의 관계성을 해명하기 위하여 높은
허구성이 특징적인 중국산 TPA에 주목했습니다. 그리고 “평요를 다시 한번”을 사례로 “행
위수행적 진정성”을 통하여 관광객의 관광 경험에서 수행해야 할 역할을 분석한 결과, ‘공
감’이라는 키워드가 대두되었습니다. 즉 “평요를 다시 한번”은 관광지과 관광객을 연결 짓는
매개체로서 관광객이 (역사적)타인에 공감하는 상태의 생성 및 강화에 도움이 됩니다. 이는
다른 수많은 TPA 작품에서도 마찬가지입니다.

중국의 TPA 창작자들은 특히 퍼포밍 아트의 관객에게 공감을 촉진하는 역할에 주목해 이
를 관광 개발의 수단으로 활용하고 있다고 생각합니다. 이는 결코 놀랄 일이 아닙니다. 이도
퍼포밍 아트는 예전부터 “신체 간의 감염”과 “감정이입”이 발생하기 쉬운 자리로 여겨져 왔
기 때문입니다. (Fischer-Lichte, 2004/2009 나카지마 역, p. 282) “공감 (empathy)”의 어
원은 독일 미학인 “가정이입(Einfühlung) 이라는 용어에서 비롯되었습니다. (Davis,
1994/1999 키쿠치 역 p. 5)

본 연구에서 공감이라는 논점에서 TPA 본연의 모습의 고찰 방향성을 제기했으나 이 권
력성에 관해 논하지 않습니다. 향후 연구에서는 이 점을 과제로 삼아 TPA를 통하여 무엇이
어떻게 공감의 대상으로 가공되는지에 착안함으로써 그 권력 구조에 대해 논하고자 합니
다. 특히 중국의 경우 정부가 사실 TPA 제작에 관여하고 있다는 사실은 간과할 수 없습니
다. 2019년부터 시행된 TPA시장의 발전을 계획한 정책에는 TPA 작품 내용의 질 향상과
이에 대한 심사 강화와 같은 방침이 명기되어 있습니다.(文化和旅游部网站, 2019) 이에 따
라, 지역 자원은 TPA창작자의 취사선택에 의해, 정부에 유리하고 관광객의 공감을 불러일
으킬 수 있는 내용으로 재편집될 수도 있습니다. TPA와 관광객과 관광지의 역동적인 관계
성에 관한 추가적인 관찰이 바람직합니다.

1) ‘我的猫呢’가 2019년 4월 8일 두반닷컴에 남긴 코멘트 발췌

2) ‘无知者’가 2018년 10월 2일에 두반닷컴에 남긴 코멘트 발췌

참고문헌

- Bruner, E. M. (2004). *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. University of Chicago Press.
(安村克己·遠藤英樹他譯 (2007) 『観光と文化——旅の民族誌』學分社)
- Davis, M. H. (1994). *Empathy: A Social Psychological Approach*. Westview Press. (菊池章夫譯, 1999, 『共感の社會心理學——人間關係の基礎』川島書店)
- Fischer-Lichte, E. (2004). *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
(中島弘明·平田榮一郎他譯 (2009) 『パフォーマンスの美學』論創社)
- Knudsen, B. T., & Waade, A. M. (2010). Performative Authenticity in Tourism and Spatial Experience: Rethinking the Relations Between Travel, Place and Emotion. In B. T. Knudsen & A. M. Waade (Eds.), *Re-Investing Authenticity: Tourism, Place and Emotions* (pp. 1-19). Bristol: Channel View Publications.
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press.
(安村克己·須藤廣·高橋雄一郎·堀野正人·遠藤英樹·寺岡伸悟譯 (2012) 『ザ・ツーリスト——高度近代社會の構造分析』學文社)
- Picard, M. (1990). 'Cultural Tourism' in Bali: Cultural Performances as Tourist Attraction. *Indonesia*, 49, 37-74.
- Selwyn, T. (1996). Introduction. In T. Selwyn (Eds.), *The Tourist Image: Myths and Myth Making in Tourism* (pp. 119-147). Chichester: Wiley.
- Wang, N. (1999). Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370.
- 山下晋司 (1996) 「『樂園』の創造——バリにおける観光と伝統の再構築」山下晋司編『観光人類學』(pp. 104-112) 新曜社.
- 文化和旅游部网站 (2019) 「文化和旅游部關於促進旅游演藝發展的指導意見」最終閱覽日2021年6月24日, http://www.gov.cn/xinwen/2019-04/01/content_5378669.htm