

울산고래축제의 정체성 확보 방안에 관한 연구[†]

A study on the establishment of the identity of the Ulsan whale festival

김수연*·손호선**
Kim, Suyeon · Sohn, Hawsun

목 차

- I. 서 론
- II. 이론적 배경
- III. 문제점 고찰
- IV. 문제점 분석 및 유형화
- V. 개선방안
- VI. 결 론

<Abstract>

This study investigates the problems and discusses solutions of the Ulsan whale festival which is the sole and unique festival held in Jangsaengpo, Ulsan, South Korea. In the beginning, the festival was voluntarily organized by local residents to cheer up themselves from suffering the hard times after the moratorium of whaling. Since 2005, the festival has expanded its scale but unfortunately lost its unique identity because of the intervention of the local government, which was mainly focused on the expenditure. Every stakeholder of the festival has its own value upon the whale. The conflicts among the stakeholders have ruined the identity of whales in the festival.

† 본 논문은 국립수산과학원 수산시험연구사업 「고래류 자원 및 생태조사(R2019022)」의 지원으로 수행된 연구입니다.

* 제1저자, 국립수산과학원. bbqaxo@gmail.com

** 교신저자, 국립수산과학원. sohn.hawsun@gmail.com

This paper traces the constraint factors of the whale festival and explores causes affecting the identity. We figured out that the absence of festival identity has occurred by the failure on the internalizing the value change, from utilization to conservation, of the whales in the public. Consequently, to solve these problems, we suggest that the festival organizers including local government should accept complex values of the whales and construct a network with related organizations and festival content which are sustainable and meaningful through a well thought-out strategy and execution.

Key words: Ulsan Whale festival, Identity establishment, Network organization, The value of whales, Convergence of stakeholders

I. 서 론

본 연구는 지난 10여년 간 지속적으로 ‘정체성’에 대한 지적을 받아온 울산 고래축제에 문제의식을 가지고 접근하였다. 1995년 지역 주민들이 단합을 위해 스스로 개최하였던 소규모 축제인 울산고래축제는 지자체의 다양한 노력 등으로 고래를 콘텐츠로 한 국내 유일무이한 지역 대표 축제로서 이름을 알렸다. 2012년에는 축제 동안 약 83만 명의 관람객이 방문할 정도로 규모가 커졌다(문화체육관광부, 2016a).

2018년과 2019년 울산고래축제의 주제는 각각 ‘고래의 꿈! 청년의 꿈! 울산의 꿈’과 ‘고래의 꿈! 바다의 꿈! 울산의 꿈!’이다. 하지만 방문객 유치에 치중한 나머지 매년 약 20억 원의 예산이 투입되는 대규모 축제임에도 공연관람 위주의 프로그램과 획일화된 관광 콘텐츠가 남발되면서, 껍질만 커지고 알맹이는 사라지듯 울산고래축제의 진정한 내재적 의미를 찾기 어려워졌다. 오히려 지역 민은 축제 기간 동안 상업 활동과 주차의 제약으로 인한 불편 등을 호소하고 있으며, 축제 방문객은 울산고래축제의 진정한 의미를 헤아리기 보다는 일회적

이고 스펙타클한 즐거움만을 즐기기 위해 잠시 머물다 갈 뿐이다. 더욱이 울산고래축제의 핵심 주제인 ‘고래’ 자체의 부재는 울산고래축제 정체성 확립에 큰 걸림돌이 되고 있다.

본 연구는 울산고래축제가 시간적 경제적 투자에도 불구하고 자신만의 특색을 살리지 못한 채 획일화된 콘텐츠 속에서 매몰되고 있음을 심각한 문제로 인식하면서, 울산고래축제의 지속성과 진정성 향상을 위한 돌파구를 모색하고자 한다. 이를 위해서 문헌 조사 등을 통해 현재 국내 지역축제의 흐름을 파악하면서 타 지역축제와 울산고래축제가 공통적으로 직면한 문제와 울산고래축제가 겪고 있는 제약 요인을 집중 분석한다. 또한 2019년 1월 16일 개최한 울산고래축제 주민의견 수렴 간담회에서 고래문화재단이 발표한 울산고래축제의 추진방향과 주민 의견을 분석하여 현재 울산고래축제가 직면한 문제점을 파악하고 향후 지속 가능하고 정체성이 살아 있는 울산고래축제를 실현하기 위한 개선방향을 제시하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 지역축제의 발전

1995년 지방자치제의 도입은 지역축제 위상에 큰 변화를 주는 계기가 되었다(박낙중, 2010). 지자체는 지역축제를 경제적 활력과 지역 브랜드화 전략으로 채택하였다. 이후 지역축제는 경쟁하듯 생산되면서 1994년 199개에 불과했던 지역축제는 2014년 마을축제를 포함하여 1,214개에 이르렀다(문화체육관광부, 2016b).

주 5일제의 시행, 교통편의와 관광활동의 증대에 따른 국민 삶의 질 향상과 늘어난 관광 수요에 대응하여 지자체가 관광지 개발에 열을 올리기 시작했다(윤양수, 2003). 이러한 지역축제는 지역주민의 참여를 도모하고 애착도를 향상

시키며 외부인들이 지역을 이해하는 데 큰 도움을 준다. 2014년 기준 전국 지역축제의 95%에 관의 예산 투입이 이루어지고 있으며, 그 목표는 지역축제 방문객의 유입으로 지역 경제 활성화를 도모하는 것이다.

전통사회에서의 축제는 종교적, 윤리적, 주민단합의 기능이 주를 이루었으나, 현대사회에서는 경제 발전, 전통문화의 계승, 지역 마케팅, 관광적 의의 등 새로운 역할이 부여되었다(임상오, 2004). 그만큼 최근의 지역축제는 관광 그 이상의 가치를 생산하고 있으며, 2016년 문화체육관광부는 관광산업을 국가 7대 유망사업으로 선정하고 ‘서비스 경제 발전 전략’을 제시하여 이를 집중 육성하고자 하였다.

지역축제가 발전하면서 그 형태 또한 다양해졌다. 초기에는 무형의 문화예술적 소재가 주를 이루었다면, 기술이 발달하면서 디지털과 미디어와 예술이 결합한 축제 콘텐츠가 생산되고 있다. 또한 지자체의 지원으로 각 지역 특산물 축제가 활성화되면서 지역 경제에 기여하고 있다. 나아가 스토리텔링 전략으로 무에서 유를 창출하는 등 축제의 잠재력이 발산되면서 높은 부가가치를 창출하고 있다. 이에 따라 문화체육관광부는 전통문화, 문화예술, 생태자연, 지역특산물, 주민회합으로 축제의 유형을 나누었으며, 아직은 전통문화 축제와 문화예술 축제가 주를 이루고 있지만 향후 참신한 소재와 형태의 축제가 형성될 것으로 보인다. 그러므로 축제 기획자는 축제 소재의 가치와 잠재력을 진단하고 축제의 유형을 보다 세분화하며 새로운 프로그램의 진입장벽을 허물 필요가 있다.

2. 울산고래축제 현황과 고찰

장생포는 우리나라에서 가장 번창했던 포경기지로써 정체성을 가지고 있다¹⁾. 그러나 1986년부터 시행된 상업포경 전면금지 조치 이후 장생포는 빠르게

1) 1894년 6월 러시아의 게이제를링그 백작이 우리나라 동해에서 포경업을 개시하면서, 함경도 신포, 강원도 장전항, 경남 울산만(장생포)을 포경기지로 활용하였다. 이 시기 포경업을 적극 추진하고 있던 일본의 일본원양어업주식회사 또한 1900년에 한국정부로부터 한반도 연해의 포경에 대한 특허를 받았다. 이후 러일전쟁에 승리한 일본이 러시아 포경기지를 포함한 포경시설을 독점하면서 장생포는 포경업의 장으로 변모하였다(김승, 2008. 허영란, 2012).

쇠퇴하였다. 또한 상업포경 금지와 더불어 장생포 주변으로 공업단지가 세워지면서 경제적으로 낙후되기 시작하였다.

울산고래축제는 1995년 9월 10일 과거 포경기지 장생포의 풍요로웠던 시절을 그리며 지역주민들의 가요자랑 등을 통한 주민 단합 대회의 형태로 시작한 작은 행사였다(울산광역시 남구, 2012). 1998년부터 지자체에서 보조금을 지원하고 2000년 이후에는 울산 남구가 주최하여 축제를 운영하였다. 울산고래축제를 계기로 지자체 또한 인식 전환을 이루어 본격적으로 고래관광 산업에 투자하게 되었다(김두겸, 2012)(표 1).

▮ 표-2. 울산 고래문화 특구 고래관광 시설 현황 ▮

구 분	도입시기	예 산(백만원)
고래박물관	2005. 5	7,500
고래생태체험관	2009. 11	7,200
고래바다여행선	2013. 3	6,700
고래문화마을	2015. 5	24,200
울산함	2017. 4	1,900
모노레일	2018. 4	9,500
5D 입체상영관	2017. 7	4,300
어린이테마파크	2018. 4	9,200
장생포마을 옛길	2019. 6(예정)	1,500

자료: 울산광역시 남구청²⁾

장생포 마을이 또다시 변화를 맞은 것은 2005년 국제포경위원회(IWC, International Whaling Commission) 제57차 총회가 울산에서 개최되면서이다. IWC 총회 개최에 발맞추어 2005년 장생포에는 고래박물관이 설립되었고, 2006년에는 국립수산물과학원의 고래연구센터를 유치하였다. 2008년에는 장생포 ‘고래문화특구’가 지정되고, 2009년 ‘고래테마관광도시 조성 마스터플랜’을 수립하면서 본격적인 지역발전 활성화를 도모하였다.

2012년부터는 고래축제를 전담으로 기획하고 운영하는 고래문화재단이 설

2) 장생포 고래문화특구 변경 계획(2015), pp. 70-114, 장생포 고래문화특구 마스터플랜 수립 용역(2018), pp. 89-90

립되면서 매년 약 20억 원의 예산이 투자되는 대규모 축제로 확대되었다. 이러한 지자체의 지원 아래 울산고래축제 또한 지역주민들만의 소규모 행사에서 지역 대표 축제로 탈바꿈하게 되었다. 현재 우리가 접하는 장생포의 고래문화는 울산 남구를 중심으로 출현하였으며, 울산 고래문화의 출현은 관광산업의 발전과 도시 브랜드 창조의 일환으로서 도시 재조성 프로그램으로 정의할 수 있다 (Tatar, 2017).

장생포 고래의 역사와 울산고래축제는 장생포가 고래테마 관광지로서 발전할 수 있는 발판이 되면서 2011년부터 4년간 문화체육관광부로부터 ‘문화관광 유망축제’로 선정되었고 올해는 처음으로 ‘2019년 문화관광 육성축제’로 지정되었다(울산매일일보, 2019).

울산고래축제는 해를 거듭할수록 규모가 커지고, 주최측은 다양한 축제콘텐츠 개발을 시도하여 왔다. 2013년에는 고래의 날³⁾과 일정을 맞추어서 4월 25일부터 나흘 동안 태화강과 장생포 일원에서 축제를 개최하였다. 태화강 둔치에서는 화려한 불꽃놀이와 수상 뮤지컬을 선보이면서 고래축제의 존재를 널리 알리는 계기가 되었다. 2018년에는 주로 공연관람형 콘텐츠에 치중되었던 축제 내용에서 방문객과 주민들이 참여할 수 있는 체험형 콘텐츠를 대폭 확대하였다 (표 2).

■ 표-3. 2018 고래 축제 주요 프로그램 ■

구분	행사	세부내용	유형
체험·시설 프로그램	추억놀이 장생포(옛 놀이문화), 고래날다(고래 대형 풍선), 고래꿈길, 내 손안에 장생포(스탬프 랠리), 고래 연날리기, 물총축제, 해수영장, 고래놀이터		
공연·관람형 프로그램	장생포 뮤지컬페스티벌, 고래 아이스카빙쇼, 수상퍼포먼스, 공중퍼포먼스, LED 풍선길, 모형전시, 깃발전(서예 깃발 전시), 퍼레이드, 유등, 고래극장		

자료: 고래문화재단 홈페이지

3) 울산광역시 남구는 2009년 3월 6일 「울산광역시 남구 고래의 날 조례」를 제정하여 매년 4월 25일을 ‘고래의 날’로 지정하였다.

2019년에도 다양한 축제 프로그램이 펼쳐질 것으로 보인다. 울주군에 있는 고래 암각화를 재현하여 암각에 그림을 새기거나 그 일대를 광장으로 활용하고 장애물을 뛰어넘어 빠른 시간에 들어오는 챌린지런, 항구마을에 어울리는 마도로스 대회(맞줄 던지기) 등이 개최될 예정이다(표 3).

표-4. 2019년 고래축제 계획(안)

구분	행사
신규 프로그램 개발	마도로스 대회(맞줄 던지기), 크리에이터 부스, 그린부스, 거대고래인형(해상), 장생포차
기존 프로그램 개선	터치런, 고래학교, 수상공연, 명물내기, 뮤직페스티벌, 수제맥주파티
기존 프로그램 폐지	축제유랑단, 해수영장, 학술제
참여 프로그램 편성	오디션 형태·부스, 챌린지런
대표 프로그램	고래등 거리, 해상퍼레이드, 하늘로 간 고래(크렌인을 활용하여 주민이 하늘로 유명), 고래원정대, 고래 VR그라운드, 반구대 암각화 광장(실물크기의 암각화 재연, 암각화 만들기)
공식프로그램	고래회귀기원제, 개막식, 해상불꽃쇼, 고래문화 국제교류전, 전국얼반댄스경연대회

자료: 2019 장생포럼(고래문화재단 발표자료)

지자체의 노력으로 많은 성과를 거두었지만 고래를 관광자원으로 정착시키는 데 있어서 지역주민, 지자체, 시민단체 사이의 가치관 충돌, 고래자원의 부족, 행정 전문 인력의 부재로 울산고래축제가 발전하는데 우여곡절을 겪어왔다.

III. 문제점 고찰

본 연구는 울산고래축제의 방향성을 모색하고자 하는 탐색적 연구로서 총체적이고 내재적으로 의미 있는 결과를 얻고자 정성적 조사를 선택하였다. 우선 지역축제라는 범위에서 지역자치제 출범과 함께 범람하는 지역축제 속에 지속해서 제기되는 문제들을 울산고래축제에 적용해 본다. 또한 울산고래축제와

관련된 문헌조사를 통해 파악된 문제들을 추출하고, 2019년 1월 16일 울산고래축제 주민의견 간담회에 참석하여 더욱 직접적으로 관철되어야 할 사항들에 대한 데이터를 수집하여 개념화하였다.

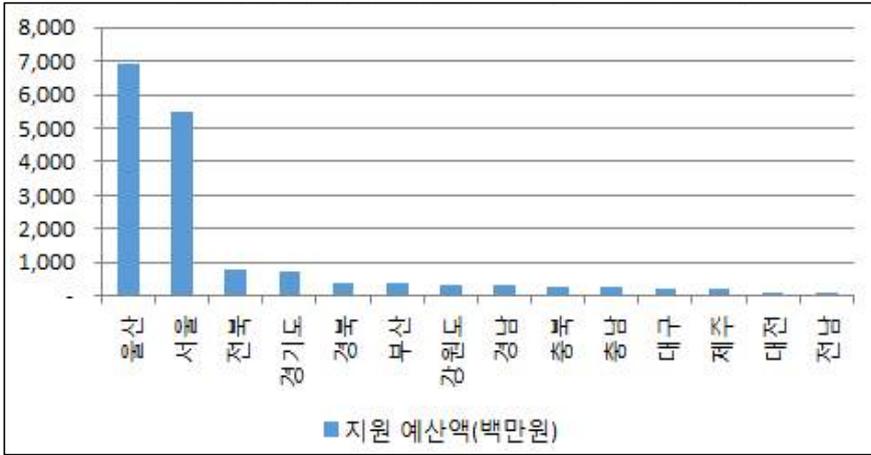
1. 지역축제와 울산고래축제

관 주도의 관광개발 사업은 관광객 유치와 관광시설 투자에 치중되어 오히려 지역 고유의 정체성을 저해하였다. 이러한 배경에는 중앙정부의 강력한 관광 정책 추진이 있으며 축제개발 과정의 조급성, 주민참여 부족, 지나친 관 주도, 예산집행의 비효율성(낮은 재정 자립도), 프로그램의 획일성 등의 문제를 야기하였다(류정아, 2012b).

2016년 문화체육관광부는 관광산업을 국가 7대 유망사업으로 선정하고 ‘서비스 경제 발전 전략’을 제시하여 이를 집중 육성하고자 하였다. 한국에서 개최되는 축제의 95.9%에 ‘관’의 예산이 투입되는 만큼 재정건전성에 대한 문제 제기가 이어지고 있다. 특히 인구 감소와 산업 기반이 취약한 중소 도시는 관광산업 이외의 대안이 없는 경우가 대다수이기 때문에 지역관광 활성화가 중점 추진 과제에 포함되는 경우가 많다(시사인, 2018). 울산광역시도 전방적으로 산업 기반이 튼튼하고 재정자립도 또한 높지만⁴⁾ 장생포처럼 지자체 내에 존재하는 상대적으로 낙후한 지역 주민들의 소외감이 큰 경우가 많다. 이로 인해 타 지자체에 비해서 지역축제에 투자할 예산이 풍부한 편이라서 울산은 전국에서 지역축제 육성에 가장 많은 예산을 투자하고 있다(그림 1).

4) 울산광역시의 재정자립도는 전국 4위로 높은 편이나 조선업 위기 등의 경기침체로 재정자립도가 낮아지고 있는 실정이다.(2016년 72.2%, 2018년 66%, 출처 : 통계청.)

■ 그림-1. 지역별 지역축제 육성 지원 예산(문화체육관광부, 2016a) ■



하지만 최근 제조 산업의 경기불황이 지속되면서 재정자립도가 감소하고 있는 실정이다. 이에 울산시는 일자리 창출과 새로운 산업의 모색에 집중하고 업무추진비와 행사성 경비를 줄일 계획이다(울산 MBC, 2018). 축제 또한 지역 활성화를 위해 필요하지만 소규모 예산으로 외부인의 유입과 수익을 창출할 수 있는 방안을 모색해야 한다.

울산에서 개최되는 23개의 축제 또는 행사의 3개년 예산을 살펴보면, 울산고래축제가 울산의 모든 축제, 행사 예산의 21%를 차지하여 타 축제보다 월등히 많은 것을 알 수 있다(표 4). 즉, 예산 측면에서 보면 울산은 타 지역보다 축제 육성에 박차를 가하고 있으며, 특히 울산고래축제에 주력하고 있음을 알 수 있다. 그러나 막대한 예산 투입에도 불구하고 지난 10여 년간 울산고래축제는 매년 정체성 문제를 지적받고 있다. 이는 참신한 주제의 축제, 1천만 원 이하의 작지만 각광 받는 축제의 부상을 고려했을 때 지역 대표 축제로서 심각한 문제로 받아들여지지 않을 수 없다.

표-5. 2012-2014년 울산 축제 예산 현황

단위: 백만 원

구분	2012년	2013년	2014년	합계	비율(%)
울산고래축제	1,530	1,644	1,860	5,034	21
처용문화제	950	1,000	1,000	2,950	12
울산옹기축제	700	700	700	2,100	9
간절곶	530	530	530	1,590	7
울산조선해양축제	500	500	540	1,540	6
서머페스티벌	420	500	500	1,420	6
울산쇠부리축제	373	480	490	1,343	6
한글문화예술제	400	465	450	1,315	5
울산마두회	280	430	450	1,160	5
총계	5,683	6,249	6,520	18,452	77

자료: 문화체육관광부(2016a), 3년간 예산 총액 10억 원 이상 규모만 집계

울산고래축제를 포함하여 지역축제의 정체성 혼란이 지적받는 이유는 축제의 대상과 무관한 콘텐츠의 무분별한 도입이다. 실제 지역축제의 콘텐츠를 살펴보면 대부분의 콘텐츠가 공연관람 형태로 정형화되어 있다. 이러한 단기적이고 흥미위주의 구성은 공급자, 즉 지자체의 일방적인 콘텐츠 제공이 원인이 될 수 있다.

국내의 지역축제가 그 잠재성과 열기를 펼치기 어려운 제약요인으로 지역의 고유성과 장소성을 고려하지 않은 지자체의 단기적 축제 활성화가 자주 지적되고 있다. 즉, 울산고래축제를 포함하여 지역축제가 유사한 콘텐츠로 구성되어 모방적이고 소비적이라는 지적이 계속되고 있으므로 차별화되고 의미있는 축제를 만들어가야 하는데, 결국 지역축제의 정체성이 축제 성패의 가장 중요한 요인이 될 수 있다(조영희·김창수, 2018).

2. 울산고래축제 속의 고래

지난 10여 년간 울산고래축제는 ‘정체성’에 대한 지적을 꾸준히 받아왔다. 이는 대중들이 ‘고래’를 소중한 생명, 수산자원, 문화콘텐츠 등 다양한 가치로

인지하고 있어서 개인별로 수용하고자 하는 형태가 다르며 이러한 차이가 울산고래축제에 고스란히 나타나는 것으로 보인다. 박성쾌(2014)는 고래의 존재가치를 제시하면서 사람들이 고래를 직접적으로 이용하지 않더라도 그들이 보호·보존된다는 사실만으로 효용을 느낀다고 제안하였다. 여영숙·서재원(2016)은 울산고래축제가 생태축제를 표방하면서 고래를 관광자원으로 활용하는 데 있어 고래 식문화 옹호와 반대 입장의 가치 충돌, 축제의 메시지 전달 부족으로 정체성 혼란을 초래하였고 축제의 프로그램이 획일화되고 유료화된 대량관광으로 변질되었음을 지적하였다. 이는 축제 이해관계자 간의 복잡한 역학관계에서 비롯되었으며 이해집단 간의 협력을 통한 공감대 형성과 울산고래축제에 대한 공통된 인식, 비전 설정을 요구하였다. 또한 Choi(2010)는 ‘지역주민, 지자체, 연구자, 방문객이 고래를 어떻게 다르게 인지하고 있는가’하는 실질적 가치 연구를 수행하였으며 이해관계자별로 고래를 다르게 인지하고 있음을 주장하였다. 또한 행위자-네트워크 이론을 통해 고래에 대한 존재론적 가치에 따른 실제적 이용형태와 입법장치를 공간위상학적으로 분석하여 고래의 가치를 보호와 살상의 정도에 따라 수산자원, 관광자원, 음식, 보호대상으로 세분화하였다. 이러한 복잡성을 ‘Whale Multiple’이라고 명명하면서 울산고래축제와 고래관광에 주는 영향과 의미에 대해 고민할 것을 강조하였다(Choi, 2017).

고래를 둘러싼 이해관계자 간에 수용된 가치는 상이하며 이러한 복잡성이 현 울산고래축제에 충분히 용해되지 못한 채 표면화되면서 ‘정체성의 부재’라는 문제에 직면한 것으로 보인다. 울산고래축제에서의 고래는 단순한 정적 개념으로 정의될 수 없으며 그 복잡성을 수용하여야만 정체성 확립이 가능한 것이다. 그러므로 울산고래축제 운영주체를 포함한 지자체는 충분한 시간을 가지고 고래가 지닌 가치를 진정성 있게 축제에 풀어내기 위한 다각적이고 구조적인 접근을 할 필요가 있다.

3. 주민의견 간담회에서 제기된 내용

2019년 1월 16일 고래축제에 대한 시민의 의견을 수렴하기 위해 제2회 장생포럼이 개최되었다. 본 행사는 1, 2부로 나누어져 1부는 고래축제의 개괄적인 방향에 대한 발표와 문화기획가의 강연이 진행되었고 2부에서는 본격적으로 시민들의 발언이 이루어졌다.

총 80여명의 참석자가 자리한 가운데 1시간 정도의 발언 시간이 있었으며 19명의 주민이 공백없이 발언을 이어갔다. 장생포에서 개최되는 울산고래축제에 대한 주민들의 주요 의견은 낮은 접근성, 정체성 부재와 주민참여 부족으로 크게 나눌 수 있다(표 5).

표-6. 고래축제 주민간담회 주요 의견

구분	세부사항	비고
낮은 접근성	주차장 공간 부족 교통 불편	- 밤에도 머물 수 있는 공간 마련 - 수상교통(고래바다여행선 활용) 시스템 도입
정체성 부재	킬러콘텐츠의 부재	- 흩어진 고래 관련 콘텐츠를 잇는 네트워크 구축 - 미디어를 활용한 콘텐츠(고래 영화제, 다큐멘터리, 미디어 파사드)
주민참여 부족	지역주민 소외	- 주민(선원, 주변 공장직원 포함)들이 참여할 수 있는 프로그램 필요 - 체험형 콘텐츠 도입 필요

자료: 2019 장생포럼 주민간담회

장생포 주민들도 울산고래축제에 정작 고래가 없다는 사실에 대해서 잘 인지하고 있으며, 다양한 방법으로 고래를 축제에 끌어들이기를 바라면서 의견을 제시하고 있었다. 또한 고래빵 등 먹거리 콘텐츠를 연구하는 장생포 주민은 주민들이 쉽게 참여할 수 있는 콘텐츠를 활용해야 하고, 축제가 끝나고도 이어질 수 있는 창업, 창작에 기반을 둔 콘텐츠가 필요함을 강조했다. 공연 예술 등의 분야에서는 신인 크리에이터 연계 프로그램 도입 또한 제안하였다.

짧은 시간 이루어진 간담회에 아쉬운 부분⁵⁾이 있었지만 자발적으로 울산고

래축제의 개선을 위해 발걸음 한 주민들의 애정과 참신한 아이디어를 엿볼 수 있었다. 또한 이러한 과정을 통해 지자체가 장생포에서 개최되는 울산고래축제의 정체성과 방향성에 대한 고민을 하고 있다는 것과 울산고래축제에 대한 주민들의 관심과 바람을 파악할 수 있는 기회를 가질 수 있었다.

IV. 문제점 분석 및 유형화

1. 정체성

지역의 정체성은 차별화된 이미지 형성으로 지역브랜드 이미지를 높일 수 있는 가장 확실한 방안으로서 그 지역의 경쟁력을 높일 수 있는 전략이 될 수 있으며(김병국·박석희, 2001), 또한 축제의 부가가치를 만들어 낼 수 있는 해답이다(류정아, 2012a). 그러므로 지역축제에 있어서 정체성의 확립은 필수적인 요인이다.

앞서 지역축제와 울산고래축제 관련 자료를 검토한 바 울산고래축제에서는 두 가지 측면에서 ‘정체성’에 대한 문제를 고찰할 수 있었다. 첫째, 다른 지역축제와 마찬가지로 지자체 위주의 관광사업 개발 속에서 울산고래축제 또한 규모를 늘려 왔다. 축제 콘텐츠는 대부분 예산이 많이 소요되는 공연관람형으로 청년층, 중장년층 타깃의 음악공연은 고래축제에서 빠지지 않는 프로그램이며 전체 예산에서 상당 부분을 차지한다. 대부분의 공연관람형 프로그램은 다른 지역축제에서도 단기간 흥미를 불러일으키기 위해 이용되며 문화체육관광부는 지정 문화관광축제 선정요인에서 연예인 초청 공연은 감점요인으로 책정함에도

5) 2시간 동안 진행된 본 행사에서 시민 발언 시간이 한 사람당 2분으로 제한(19명 발언)되어 다양한 의견을 제시하고 공유하기에는 부족하였다. 이를 보완하기 위해 서면으로 의견을 제출하게끔 하였다. 아쉬운 점은 고래축제의 주체인 고래문화재단의 임직원들과 이사장인 남구청장이 참석한 자리에 수렴된 의견들의 실현 가능성 등 제시된 의견에 대한 아무런 피드백 없이 행사의 막이 내렸다는 것이다. 향후에는 보다 긴 시간을 할애하여 전문가와 주민의 심도 깊은 의견 공유와 피드백이 이루어져야 할 것으로 사료된다.

많은 지역축제는 최소한의 방문객을 확보하기 위해 활용하는 수단이다. 이 같은 전략은 지역문화예술인의 불만을 야기한다. 연예인을 초청할 정도의 예산은 지역문화인들의 1년 활동지원비와 진배없기 때문이다(류정아, 2015). 즉, 단기간 흥미 유발을 위한 일시적 이벤트는 오히려 지역의 문화와 예술을 발전시키고자 하는 예술인들의 활동을 위축시킬 우려가 있다.

2018년 울산고래축제에는 공연홍보 프로그램 예산을 당초 안에서 11.32% 증가시켜 약 18억 원의 축제 예산 중 43%를 공연홍보 프로그램에 집행하였다. 반면 체험프로그램은 총 예산의 13%에 못 미친다. 2019년 울산고래축제에서는 챌린지런, 댄스경연대회 등 시민 체험형 프로그램이 다수 포함되어 있으나 연령층에 따른 유명연예인 초청 공연에 대해서는 수요에 맞추기 위해 고수하는 입장이다(관계자 인터뷰).

둘째, 생물적 차원의 ‘보호’와 ‘이용’에 대한 정체성 혼란은 울산고래축제 관련 문헌과 기사에서 어렵지 않게 찾을 수 있었으며 이해관계자 간의 갈등, 축제 콘텐츠의 변화 형태로 축제 표면에 나타났다.

이는 현재 우리에게 고래가 주는 가치가 무엇인지 충분히 이해하고 콘텐츠를 기획하지 않으면 갈등은 반복될 것임을 뜻한다. 더는 장생포에서의 고래는 먹거리로서, 볼거리로서의 매력요인을 주력 수단으로 할 수 없으며 동적이고 지속가능한 새로운 가치를 찾아야 한다(표 6).

표-7. 고래 가치의 변화 타임라인

시대	1950년 이전	1950년대	1980년대	2000년대	향후
주요사건	일제강점기, 해방	6·25전쟁	산업화, 모라토리엄	지역축제 양산	융합과 네트워크
자원형태	식량자원, 수출자원, 수산자원			관광자원	융합 문화자원
이용형태	기름, 식용			역사, 관광, 야생방류	교육, 예술, 환경
	살상적			비살상적	
중점가치	산업적 이용			보호대상	융합적
이익	경제적 이익				창조적 콘텐츠, 소통 매개체

자료: 저자 작성

울산고래축제에서의 정체성은 무분별한 일회성 이벤트의 도입으로 인해 약화되었고 고래에 대한 가치관의 충돌 또한 정체성 혼란에 기여하였다.

울산고래축제에서 무엇보다 중요한 것은 조급한 축제의 대형화가 아닌 울산고래축제의 내재적 가치와 잠재성을 활용한 정체성을 확립하기 위한 노력이다. 여기서 정체성이란 전통적이고 정제된 원형의 과거지향적 개념이 아닌 지역의 고유성과 이를 바탕으로 새롭게 창조된 다른 차원의 정체성을 포함한다(박낙중, 2010).

2. 시설 투자

장생포는 2008년 고래문화특구로 지정되어 고래테마관광도시 조성 마스터플랜이 수립되면서 고래바다여행선, 고래생태체험관, 고래문화마을 등 고래와 관련한 다양한 관광시설을 구축하였다. 또한 2008년 마스터플랜에 이어 2018년 신규 장생포 고래문화특구 마스터플랜을 내놓았다. 사업의 대부분이 하드웨어 개발에 치중되어 있었으며 신규사업으로 6개의 지구로 나누어 각각의 주제를 설정하고 본 사업을 추진을 위해 301,694백만 원이 소요될 예정이다. 하지만 현재 구축된 관광 시설만으로도 고래관광지로 자리매김하는데 부족해 보이지 않으며 더 이상의 하드웨어 개발은 과도해 보인다.

범람하는 지역축제의 특징 중 하나는 전반적인 하드웨어는 화려하지만 그 안을 채우고 있는 소프트웨어는 부실한 측면을 띄고 있다는 것이다(차정현, 2011). 즉, 관광시설(하드웨어)의 구축보다 수요자의 실질적인 요구(wants)나 욕구(needs)를 충족하는 소프트웨어적 콘텐츠의 개발이 선행되어야 한다(변우희·이정열·한형주, 2009).

울산고래축제 또한 위와 같은 맥락으로 접근할 수 있다. 고래축제는 매년 약 20억 원의 예산이 소요된다. 2016년 기준 울산의 축제 24개에 소요되는 총 예산 77억 원 중 25%를 차지하고 있으므로 결코 적은 예산이 아니다. 그럼에도 울산고래축제는 일년 중 며칠간의 오락적 이벤트로 반짝 사라진다.

주민간담회의 주민의견처럼 축제 또한 지속성이 필요하다. 축제가 끝나고도 사람이 머물 수 있는 공간으로 만들어야 한다. 즉, 궁극적으로 막대한 예산이 투입되지 않더라도 지역주민들이 자발적으로 콘텐츠를 만들고 적극적으로 참여하고 이러한 활동에 방문객이 관심을 가지고 몇 번이고 찾아올 수 있도록 하는 장기적인 안목을 가져야 한다.

공연관람 위주의 프로그램, 타 축제와 획일화된 콘텐츠의 양산은 지양하고 고래축제만의 의미와 특색을 담을 수 있는 그릇이 필요하다. 즉, 막대한 예산으로 화려하게 포장하기보다는 주민들의 단합을 돕고 장생포만의 매력을 끌어낼 수 있는 정책이 필요한 시점이다.

V. 개선방안

1. 참여와 소통의 강화

축제문화가 점점 확산됨에 따라 방문객의 기대수준은 높아지고 디지털 테크놀로지의 개입은 콘텐츠 가공과 변형을 촉진하며 축제 콘텐츠의 변화를 요구하고 있다. 한국콘텐츠진흥원(2016)에서는 시기별 축제 발전 단계를 다음과 같이 제시하였으며 이에 울산고래축제를 견주어 보면 아직 울산고래축제는 관람 축제와 참여축제의 중간쯤 머물고 있다고 할 수 있다(표 7).

▣ 표-8. 시기별 축제 발전 단계구성표 ▣

구분	관람축제	참여축제	소통축제
시기구분	1970~80년대	1990~2000년대	2010년대 이후
시기특성	아날로그 시대	디지털 시대	컨버전스 시대
축제표현방법	볼거리(Spectacle)	경험(Experience)	인터랙티브(Interactive)
축제 내용구성 전략	원형 보존, 자원 소개	정보 전달, 채득	콘텐츠 융합, 커뮤니케이션
메시지 전달 방식	보존(Conservation)	교육(Education)	네트워킹(Networking)

자료: 한국콘텐츠진흥원(2016)

볼거리를 제공하는 기존의 축제에서 방문객이 직접 체험하고 소통하는 쌍방향 축제로 성장하고 있다. 지역축제의 정체성을 반영한 콘텐츠는 지역의 문화와 특별함을 전달하며 축제의 가치를 증대시킨다. 이는 참여자로 하여금 직접 보고, 듣고, 느끼는 체험을 통해 지식과 기능을 제공하는 중요한 역할을 한다(김창수, 2005; 조영희, 2015).

고래 생태 교육 및 학습 프로그램은 고래관광과 관련한 연구에서 여러 번 강조된 요소임에도 울산고래축제에서는 결여되어왔다. 고래관광 실태조사에서 고래 생태 체험 및 교육은 선호도와 재방문의사에 유의한 영향을 준다(고민규, 2010; 김혜련·송인국·변우희, 2011; 해양수산부, 2007). 즉, 방문객 수요에 대응하기 위해서는 울산고래축제에서의 고래 생태교육 콘텐츠 구축이 필요할 것으로 보인다. 2018년에 이어 2019년 울산고래축제에서 고래학교가 개최될 예정이며 이는 초등부, 청년부, 장년부로 나뉜다. 초등부는 장생포초등학교 23명으로 고래 생태와 역사에 대한 강의를 듣고, 이들이 직접 울산고래축제에서 도슨트 활동을 하게 된다. 연령층과 정원을 확대하여 더욱 많은 사람들이 참가할 수 있는 고래생태학교 프로그램이 만들어져야 한다.

이처럼, 방문객이 참여하면서 장생포와 고래에 대해 알아갈 수 있는 체험형 콘텐츠 발굴이 필요하며 지자체는 기존의 볼거리나 놀거리 제공에 머물기 보다는 소통의 장을 만들고 새롭게 생성되는 콘텐츠가 축제에 잘 스며들 수 있도록 구조적이고 제도적인 노력이 병행되어야 한다.

기존에 있던 시설이나 자원을 활용하는 것도 경제적으로 효율적이고 실효성이 높은 방안이 될 수 있을 것이다. 2018년 6월에 개장한 ‘아트스테이⁶⁾’는 기존에 방치되어 있던 신진여인숙을 전시와 문화예술 교육이 가능한 공간으로 개조하였다. 장생포의 정체성과 장소성을 살리면서 마을 특유의 정취를 가해준다. 즉, 막대한 예산을 들이지 않고 지역주민 또는 전문가가 소통할 수 있는 장생포만의 정체성을 나타낼 수 있는 장치 모색과 활용이 필요하다.

6) ‘아트스테이’는 기존에 방치되어 있던 신진여인숙을 개조하여 지역주민과 방문객에게 문화예술 강좌를 제공하고 있다. 뿐만 아니라 현장에서 활동하고 있는 예술가들도 고래를 주제로 다양한 예술 작품을 전시할 수 있는 기회의 장을 제공하고 있다. 아트스테이는 울산 남구가 남구문화원에 2018년 6월부터 2020년 12월까지 위탁하여 운영할 예정이며 앞으로 ‘고래-시민-예술가’를 이어줄 수 있는 문화거점으로서의 역할이 기대된다.

또한 울산을 방문하면 고래 조형물을 자주 마주하게 된다. 장생포로 들어서면서 역동적으로 유영하는 귀신고래의 조형물이 마치 고래마을로 맞이해주는 것 같은 느낌이 들도록 한다. 뿐만 아니라 도로의 가장자리, 벽, 섬유공장의 대형 탱크, 장생포 마을의 작은 벤치, 배수구 덮개까지도 고래 모형의 그림과 조형물들이 장식하고 있다. 이러한 세심한 작품까지 축제의 콘텐츠로 활용해볼 적하다. 예를 들면 일정 개수 이상의 고래 조형물 등을 SNS에 올리면 포상을 한다든지, 이들을 대상으로 한 사진 공모전을 개최한다든지, 장생포의 고래 조형물을 재미있고 사실감 있게 소개하는 유튜브 영상을 선정해서 포상하는 등의 프로그램을 개발하면 축제 참가자들의 참여를 이끌어내고 대중들이 서로 소통하는 장의 역할도 하게 될 것이다.

또한 4월 25일로 이미 지정이 되어있는 고래의 날과 울산고래축제 개최 시기를 일치시킨다면 보다 뜻 깊은 의미를 부여하게 될 것이다. 더불어 고래의 날에 개최했던 시 낭송 행사 등도 축제 기간 중 같이 연다면 축제가 좀 더 다양해질 뿐만 아니라 참여형 축제에 더욱 다가가는 계기가 될 수 있을 것이다.

2. 융합과 네트워크

울산고래축제의 지속가능성과 정체성 확립을 위해서는 콘텐츠의 융합과 네트워크 형성이 절실하다. 융합과 네트워크는 콘텐츠 생산자와 생산자 또는 소비자 간의 협력을 지향하며 지속적인 부가가치를 창출한다. 축제 콘텐츠를 더욱 풍부하게 만들어주는 역할을 하며 이로 인해 축제 방문객은 더 다양한 요소를 축제에서 즐길 수 있게 해준다.

차정현(2011)은 특색 있는 지역축제를 위해서는 관 주도형 전시행사에서 벗어나 지역주민이 참여할 수 있는 축제로 바뀌어야 한다고 강조하였으며 융합을 통한 독창적인 프로그램을 지속적으로 개발해야 한다고 제언하였다. 지역축제에서 융합은 차별성을 통해 정체성을 부여할 뿐만 아니라 지속적으로 참신한 콘텐츠가 생성되면서 부가가치를 더해준다.

울산고래축제와 관련하여 영향력 있는 콘텐츠를 개발하기에 앞서 고래가 지닌 가치를 이해하고 수용하는 것이 우선되어야 한다. 전술하였듯 우리나라에서의 고래는 근현대적 역사에서 복잡한 이해관계가 얽혀 있으며 단순히 생물학적 동물인 고래 이상으로 복잡성을 띤다. 특히 축제 콘텐츠로 활용하기 위해서는 이러한 복잡성을 활용해 다양한 분야의 융합을 시도하여야 할 것이며 융합 콘텐츠가 축제에 잘 스며들 수 있도록 노력해야 한다.

고래라는 독특한 소재에서 융합 가능한 분야는 무수하다. 현재 울산 지역에는 고래를 주제로 한 예술분야 콘텐츠가 비교적 많이 활성화되었다. ‘고래를 사랑하는 시인들’에서는 2009년 제1회 고래의 날을 기념하여 109인의 시화집「울산바다 고래바라」를 발간하였고 매년 「고래와 문학」이라는 시집을 꾸준히 발간하면서 활발히 활동하고 있다.

극단 구룡포 프리덤의 ‘귀신고래를 기다리며’, 피에로의 ‘고래의 꿈’은 대표적으로 고래와 관련한 예술 콘텐츠라고 할 수 있다. 또한 사회적 기업 우시산은 2016년부터 매년 고래를 주제로 한 젊은 작가들의 미술 작품 전시회를 개최하고 고래관련 상품을 판매하고 사회적 공헌을 함으로써 공익적 부가 가치를 창출하고 있다. 이처럼 고래를 주제로 한 문화·예술·사회분야의 콘텐츠는 이미 상당히 활성화되어 있지만 울산고래축제에서 이를 하나로 모아서 발산할 수 있는 구심점 역할을 하게 될 네트워크는 여전히 부족한 것으로 보인다.

문화예술분야에 반해 축제에서 과학, 교육, 생태 등의 새로운 분야의 진입은 더욱 어렵다. 지자체는 다양한 분야의 융합이 일어날 수 있도록 관련 기관과 단체의 네트워크를 형성에 경주하여 고래축제의 잠재성이 발휘될 수 있는 활로를 터주어야 한다. 울산고래축제를 주관하는 고래문화재단이 이러한 역할을 수행할 가장 적합한 단체로 여겨진다.

문화예술 분야 등의 네트워크가 원만히 형성된 이후에는 고래와 관련한 과학 전시회 등을 개최하는 것도 고려해 볼 만하다. 유관기관으로 국립수산물관리원 고래연구센터와 UNIST 등이 자문위원단 또는 참여 기관으로 협력하여 축제의 특색 부가와 기술의 발전에 기여할 수 있을 것이다.

생태환경과 교육의 융합은 단순한 축제 콘텐츠가 아닌 갈등의 현장을 소통의 장으로 이어지는 생태축제의 시금석이 될 것이다. 2005년 5월 울산 IWC 총회가 개최 이후부터 지금까지 매해 울산고래축제 시즌에는 환경운동가들이 고래의 복지를 꾸준히 주장하고 있다. 그들의 노력으로 제주에서 불법 포획된 남방큰돌고래가 방류되고 돌고래 수입 금지와 같이 동물복지 실현과 정책개선이 현재도 진행 중이다. 그러므로 진정한 고래생태축제를 위해서는 이들의 이야기를 많은 사람이 들을 수 있는 콘텐츠가 있다면 어떤 축제보다 차별화된 축제가 될 것이다.

지역축제의 융합과 실행이 원활히 수행되기 위해서는 지자체뿐만 아니라 유관기관, 이해관계자 간의 연결망이 원활히 형성되어 있어야 한다. 최명애(2016)는 우리나라 고래관광 활성화의 한계점에 있어서 연구기관의 참여가 부족하고 고래 이용에 대한 NGO와 지자체, 민간업체의 의견 마찰을 지적한바, 고래관광 참여 주체 간 네트워크의 필요성을 강조하였다. 고래축제 이해관계자 간의 지속적인 협력을 위한 네트워크 형성은 고래축제 콘텐츠의 융합과 네트워크를 구성하는 데 중요하다.

VI. 결 론

본 연구는 우리나라에서 유일무이한 울산고래축제를 주제로 지난 10여 년 간의 축제에 있어서 직면하고 있는 문제점을 분석하여 향후 대안을 제시하고자 하였다. 연구방법으로는 기존의 관광객 만족도와 경제적 타당성에 집중된 기존 연구에서 벗어나 현상을 관찰하고 문제와 원인을 면밀히 분석하고자 정성적 연구를 시도하였다.

연구 범위를 울산고래축제에 한정하지 않고 우리나라의 지역축제가 직면한 문제의 연장 선상에서 비교·분석함으로써 입체적인 접근으로 내재적인 의미를 고찰하고자 하였고 이를 토대로 울산고래축제의 복잡성을 모두 살펴보고 정책

성 확립을 목표로 의미 있는 울산고래축제의 존속을 위한 정책적 제언을 제시하였다.

분석결과 울산고래축제가 직면한 문제로 정체성 혼란과 시설 투자 위주의 예산 운영으로 대별하였다. 울산고래축제는 규모가 커지면서 지자체를 중심으로 축제가 개최됨에 있어 과도한 하드웨어 투자에 치중되어 있으며, 타 축제와 유사한 프로그램과 가치 충돌에 의한 정체성 혼란이 지속되었다. 그 원인으로서는 축제 기획과정에서의 축제 개발의 조급성, 고래의 다양한 가치 수용 부족이 지목되고 있다.

지자체뿐만 아니라 중앙정부는 지역축제를 기획하고 지원할 때 단순히 지역경제 활성화 또는 지역 홍보수단의 전략이 아닌 축제자원의 가치에 대해 숙고해야 할 것이다. 또한 지역주민, 방문객, 문화예술인을 포함한 각계 전문가가 관심을 가지고 울산고래축제에서 고래가 주는 영감을 느낄 수 있도록 축제가 끝난 뒤에도 창업, 창직 등의 끝없는 가치 창출이 이루어질 수 있는 장소가 되도록 축제가 주는 새로운 가치에 대해서도 고민할 필요가 있다. 즉, 불필요한 하드웨어 개발을 지양하고 공연전시 위주의 프로그램을 단순히 제공하기 보다는 참여와 소통을 강화하고 이를 위한 콘텐츠의 융합, 기존 자원의 적극적 활용과 더불어 축제 콘텐츠와 이해관계자 간의 네트워크 형성으로 소통의 장을 만들어주는 것이 중요하다.

울산고래축제는 1995년 주민들의 단합을 목적으로 탄생하여 현재는 연 20억 원의 예산이 소요되는 대규모 지역축제로 발전하였다. 하지만 정체성의 혼란과 차별성을 이끌어 내지 못하는 과도한 투자가 문제로 지적받고 있으며, 울산고래축제가 가지는 고래라는 소재와 가치는 획일화된 지역축제 속에 매몰되기에는 그 잠재력과 가능성이 무궁무진하므로 지자체를 포함한 이해관계자는 장기적인 시야를 가지고 서로 간의 협력과 콘텐츠 융합으로 소통축제의 발판을 만들어져야 할 것이다.

투고일	2019. 04. 19
1차 심사일	2019. 05. 24
게재확정일	2019. 06. 04

■ ■ 참고문헌

1. 고민규. 2010. 「고래관광 도입가능성에 관한 탐색적 연구-고래자원과 고래관광의 관계를 중심으로」. 『水産經營論集』, 41(1), 93-112.
2. 김병국·박석희. 2001. 「관광지 이미지의 형성에 관한 연구-인지적, 정서적 이미지를 중심으로」. 『관광학연구』, 25(1), 271-290.
3. 김승. 2008. 「한말·일제하 울산군 장생포의 포경업과 사회상」. 『역사와 세계』, 33, 1-45.
4. 김창수. 2005. 「지역축제 서비스품질이 지역발전 성과에 미치는 영향」. 『관광정책학연구』, 11(2), 117-136.
5. 김혜련·송인국·변우희. 2011. 「울산 생태관광의 환경적 특성이 관광목적지 활성화에 미치는 관계성 연구」. 『한국관광학회 학술대회 발표논문집』, 745-761.
6. 류정아. 2012a. 『한국 축제와 지역문화 콘텐츠』. 커뮤니케이션북스.
7. 류정아. 2012b. 『축제의 원칙』. 커뮤니케이션북스.
8. 류정아. 2015. 『축제와 융합 콘텐츠 전략』. 커뮤니케이션북스.
9. 문화체육관광부. 2016a. 『한국 지역축제 실태조사 I』
10. 문화체육관광부. 2016b. 『한국 지역축제 실태조사 II』
11. 박성패. 2014. 「고래자원의 가치 논쟁에 관한 연구」. 『水産經營論集』, 45(3), 111-129.
12. 박낙중. 2010. 「축제문화콘텐츠의 정체성 연구 : 현대소비문화의 관점에서」. 박사학위 논문. 경기대학교 대학원 .
13. 변우희·이정열·한형주. 2009. 「울산지역 고래관광 상품개발에 관한 인식도 평가와 대응」. 『관광학연구』, 33(1), .209-224.
14. 울산광역시 남구. 2012. 『고래와 고래잡이, 그리고 고래특구』
15. 여영숙·서재원. 2016. 「생태관광으로서의 고래관광에 대한 탐색적 연구」. 『관광연구논총』, 28(3), 79-106.
16. 윤양수. 2003. 「우리나라의 관광지 개발실태와 개선방향」. 『국토』, 6-17.

17. 임상오. 2004. 「지역축제의 가치와 문화정책」. 『문화경제연구』, 7(1), 51-75.
18. 조영희. 2015. 「축제 체험프로그램이 어린이 감정반응과 사회성 발달에 미치는 영향 연구」. 석사학위논문. 경기대학교 일반대학원.
19. 조영희·김창수. 2018. 「축제 정체성이 축제 이미지와 지역발전 성과에 미치는 영향: 제 20 회 부천국제만화축제를 중심으로」. 『관광경영연구』, 80, 113-135.
20. 차정현. 2011. 「축제발전을 위한 축제콘텐츠 융합과 개발에 관한 연구」. 『여행학연구』, (32), 107-125.
21. 최명애. 2016. 「고래의 생태관광 콘텐츠화를 위한 탐색적 연구」. 『문화콘텐츠연구』, (7), 7-40.
22. 한국콘텐츠진흥원. 2016. 「페스티벌의 극대화 전략, 문화자원의 융합과 네트워킹 전략」. 『케이콘텐츠』, (18).
23. 허영란. 2012. 『장생포 이야기』, 울산광역시 남구
24. 해양수산부. 2007. 『고래관광 타당성 검토를 위한 연구』
25. 『시사인』. 2018. 「지자체가 그 많은 축제를 만든 까닭」(1월 9일)
26. 『울산매일일보』. 2019. 「울산마두희·옹기축제, 2년 연속 문화관광 육성축제에 울산 고래축제 올해 처음 선정」(2월 26일)
27. 『울산 MBC』. 2018. 「예산 늘었지만 재정자립도 최저」(11월 13일 방송)
28. Choi, M.A. 2010. “Whale-watching or whaling-watching? Contradictory perceptions of whale-watching tourism in Jangsaengpo”, South Korea, Unpublished master’s thesis, King’s College, London.
29. Choi, M.A. 2017. “The whale multiple: Spatial formations of whale tourism in Jangsaengpo”, South Korea. Environment and Planning A, 49(11), 2536-2557.
30. Tatar, B. 2017. “Place-making, Landscape and Materialities: Whales and Social Practices in Ulsan, Korea”. Korean Cultural Anthropology, 50(2), 405-446.