



### 저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



**저작자표시.** 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



**비영리.** 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



**동일조건변경허락.** 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

**저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.**

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2006년 2월  
석사학위 논문

# 전남지역축제의 활성화 방안

A Revitalization Plan for the Jeonnam  
Province Festival

조선대학교대학원

무역학과

박영신

# 전남지역축제의 활성화 방안

A Revitalization Plan for the Jeonnam  
Province Festival

2006년 2월 일

조 선 대 학 교 대 학 원

무 역 학 과

박 영 신

# 전남지역축제의 활성화 방안

지도교수 김 명 호

이 논문을 석사학위신청 논문으로 제출함

2005년 12월 일

조 선 대 학 교 대 학 원

무 역 학 과

박 영 신

# 박영신의 석사학위 논문을 인준함

위원장            대학교 교수 \_\_\_\_\_

위    원            대학교 교수 \_\_\_\_\_

위    원            대학교 교수 \_\_\_\_\_

2005년 12월 일

조 선 대 학 교 대 학 원

# 목 차

## ABSTRACT

제 I 장 서 론	1
제 1 절 연구의 목적	1
제 2 절 연구의 방법 및 범위	2
1. 연구의 방법	2
2. 연구의 범위	2
제 II 장 지역축제의 의의와 기능	5
제 1 절 지역축제의 의의와 유형	5
1. 지역축제의 역사와 의의	5
2. 지역축제의 기원	7
제 2 절 지역축제의 발전유형	9
제 3 절 지역축제의 기능	11
1. 지역축제의 기능	11
2. 지역축제의 경제적 효과	12
3. 지역축제의 부정적 영향	14
제 III 장 전남 지역축제 현황과 문제점	15
제 1 절 지역축제의개최현황	15
1. 전남 지역축제의 현황	15
제 2 절 지역축제의 성과와 문제점	22
1. 지역축제의 성과	22
2. 지역축제의 문제점	24
제 IV 장 지역축제의 활성화 방안	35
제 1 절 축제 이미지의 통일성 구축을 통한 활성화 방안	35
1. 이벤트 전략적 차별화	35

2. 시가지 중심축제와 지역전체의 동참	35
3. 방문객을 위한 우선화	36
4. 축제를 대표하는 이벤트 개발	37
5. 지역자원의 효과적 활용	37
6. 지역가꾸기와 연계	38
제 2 절 지역 문화정책 지원을 통한 활성화 방안	39
1. 중앙정부의 축제 지원정책	39
2. 지방자치단체의 축제 지원정책	43
제 3 절 외국의 지역축제 사례를 통한 활성화 방안	50
1. 외국의 지역축제 사례	50
2. 외국의 지역축제 성공요인	55
제 4 절 지역축제의 활성화 방안	57
1. 특화된 축제 소재의 발굴	58
2. 축제에 대한 목표 명확	60
3. 테마별 축제 개발	61
4. 지역성의 확보와 축제의 역사성 인식	62
5. 철저한 기획과 적극적인 홍보전략	62
6. 1시·군 1대표 축제 적극 육성	65
7. 전문 인력의 양성 및 확보	66
8. 주민이 주체가 되는 지역축제	68
9. 고객 감동을 위한 접근전략	68
10. 철저한 사후관리	69
11. 지역축제의 자원 확보	69

제 V 장 결 론.....72

참고문헌.....74

# 표 목 차

<표 3-1> 전남지역 축제의 대표 소재별 분류표.....	16
<표 3-2> 2005년 전남의 시·군별 축제현황.....	18
<표 3-3> 시·군별 축제보유수.....	21
<표 3-4> 축제 개최일수 .....	21
<표 3-5> 주제별 축제.....	22
<표 3-6> 축제 감축효과.....	22
<표 3-7> 개최 시기별 축제.....	28
<표 3-8> 광주 전남지역의 분야별 축제 현황.....	29
<표 4-1> 2004년도 상반기 문화 관광부 축제내역.....	40
<표 4-2> 2004년도 하반기 문화 관광부 축제 내역.....	41
<표 4-3> 동양권의 대표적인 축제.....	51
<표 4-4> 유럽권의 대표적인 축제.....	52
<표 4-5> 아메리카권의 대표적인 축제.....	54



# *ABSTRACT*

## *A Revitalization Plan for the Jeonnam Province Festival*

Park, Young-Sin  
Advisor : Porf. Kim, Myung-Ho Ph.D.  
Department of International Trade  
Graduate School of Chosun University

This paper wishes to deduce necessity of area festival upbringing through theoretical investigation about sense and ripple effect of area festival in localization age. Culture is huge concept. Therefore, culture industry also may ratify huge social change. One of culture industry that do variety is soon sightseeing. Demand of sightseeing for cultural experience sees than which time caterer's effort who draw consumer according to enemy principle of a capital state when might have to accomplish supply and balance that supply the experience, and conformed in attribute of economy that is demand and supply on the other hand is requested more greatly. If see in side that show in tourists respeaking work which exhibit sightseeing prize that is worth that can give all people worther experience and psychological pleasant sensation, and sentimentalize sense of security need. Success of tourism industry of futurity industry depends on caterer's incessant effort and original idea that is the sightseeing target's offerer. Activation of sightseeing culture by change of life required supply of new culture. To meet on claim that is such on the other hand becoming local self-government, various festival by autonomy devises and is enforced. Today, because festival that can see is ,for the most part, event that cities and countries unit's administration

manages, and it superintends event as leading with culture sightseeing of so-called cities and countries, this festival is focusing in event for sightseeing naturally. Native place culture festival is counted by important sightseeing goods one of middle be. If divide festival into artificial festival and natural festival strongly, festival that is holding in cities and countries unit now is seen that is not wearing entirely personality of natural festival. That is, because it is form newly something artificially for special purpose, there is distance mutually with festival in traditional meaning with it. Festival intended religious following precedent when see patching originally. But, it degraded to appendant event that is not essential in case presents a lot of bankings is far distance with religious personality, and event that have religious meaning although is taken. Of course, this can be one culture present state that can appear justly along with period change. But, it sees that is festival need to have some connection ring with tradition that is not simple sightseeing resources or play place degree that depart in original purpose of festival. Specially, when it is tradition and Linked festival the life attainment of perfection as well as is tough as sightseeing resources value bigger. As a result, success or failure of festival can go forward and speak that have very important sense in economical, social activation standpoint that affect generally of area it is Dosiimi that is not limited simply only to festival event itself. Pays attention in area festival that can become one means for area activation and establishes systematic development strategy and local government, inhabitants, and native place enterprise is policy to forms sense of unity and takes advantage of area festival more actively? Scientific effort is circumstance that is required still more than past. I wish to grope desirable Course of Development of area festival by strategic resource for area activation in these veins.

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 목적

21세기를 문화의 시대라고 한다. 산업화시대에서 지식정보시대로 전환되면서 문화적 사고와 행동이 주목되고 있다. 특히 지방 분권화시대를 맞아 지역 문화에 대한 중요성과 지역문화 활성화가 강조되고 있다. 지방자치 실시 이후 이제까지 중앙 정부 주도의 지원과 배분에 의존했던 발전전략의 한계와 모순이 드러나면서 각 지역마다 자주 · 자립적인 발전전략을 통해 지역 활성화를 이루어 내는 것이 핵심적인 발전목표의 하나로 대두되고 있다.

우리나라는 다른 나라에 비하여 많은 놀이와 축제문화를 지녀 왔으면서도 그것을 이어오거나 발전시키지 못한 것은 무슨 까닭인가? 다른 나라들은 사소한 것이라도 거기에 살을 붙여 가꾸어 왔는데 비해 우리는 있었던 것을 없애버리는 데 연연했다.

문자의 발명이 시간의 협화를 실현했다면, 정보화는 공간의 협화를 실현해 낸 혁명인 셈이다. 파리에 가지 않아도 르부르 박물관을 구경할 수 있고, 뉴욕에 가지 않아도 월가의 주식동향을 살필 수 있다. 생활권과 문화권을 동시에 확대한 정보화의 혁명은 인류의 삶의 질을 크게 높였다. 그러나 이러한 공간의 협화를 통한 생활과 문화의 혁명은 하나의 한계를 전제한 채 성립된다. 그것은 모든 문화적 고안이 간접화를 통해 이루어지듯, 그 역시 직접이라 아니라 간접일 뿐이라는 점이다. 예를 들어 서울이나 미국을 직접 가는 것이 아니라 컴퓨터라는 매체를 통한 간접적 이동인 것이다. 앞에서 말한 혁명이란 다시 말해서 직접을 간접으로 변화시킨 것을 뜻한다.

또한 정보화를 통해 간접적일지언정 생활의 무대를 세계로 넓혔다. 이러한 삶의 편의와 편익이 충족된 후, 그들이 회구하는 바는 역시 문화적 욕구일 것이라는 점에서 다음 시대는 문화산업이 각광을 받을 것이라는 전망이 설득력을 얻게 된다.

## 제 2 절 연구의 방법과 범위

### 1. 연구의 방법

지역축제의 현황과 특성 분석을 바탕으로 관광수지 개선을 위한 전략 대안 탐색을 위해 문헌조사와 지역축제 비교분석 방법을 활용하였다.

지역의 다양한 문화현상을 포괄하고 있는 지역축제의 개념 정의는 두 가지로 생각할 수 있다. 하나는 좁은 의미의 정의로서 지역과의 역사적 상관성 속에서 생성 전승된 전통적인 문화유산을 축제화 한 것이다. 반면에, 넓은 의미로는 전통축제 뿐 아니라 문화제, 예술제, 전국민속예술경연대회를 비롯한 각 지역의 문화행사 전반이 포괄된다. 오늘날의 광의로 받아들여 지역축제의 범위를 확대시키고 있다.

국내외 지역축제 관련 연구자료, 문화관광부 등에서 발표된 각종 통계자료 그리고 관련 정책의 검토를 통해 우리나라 지역축제의 현황을 파악하였다. 구체적으로 지역축제의 농촌지역 활성화 영향에 관한 내용을 살펴보기 위해 연구논문 등을 참고하였으며 이를 통해 지역 활성화 효과를 측정하는 변인과 방법 등을 파악하였다. 관련 문헌조사를 통해 지역축제의 농촌지역 지역 활성화 측정 요인을 경제적, 사회 · 문화적, 환경 · 지역이미지 개선 영향으로 대별하였다.

### 2. 연구의 범위

본 논문의 연구 범위는 지방화시대의 지역축제가 갖는 의의와 파급효과에 대한 이론적 고찰을 통하여 지역축제 육성의 필요성을 도출하고자 한다. 광주전남지역에서 행해지고 있는 지역축제에 대한 현황 분석과 개별축제에 대한 사례분석을 통한 지역축제의 구체적인 실태와 그 성과, 문제점을 분석하고, 현황분석에서 파악된 지역축제의 문제점을 주제와 주체, 개최시기, 프로

그럼, 재정, 인적기반의 관점에서 살펴본 뒤 그를 중심으로 광주전남 지역축제의 활성화를 위한 기본방향을 외국 지역축제의 성공사례와 성공요인을 비교 설정하고 이에 기초하여 활성화 방안을 구체화하고자 한다.

전남 지역축제의 개최 현황과 특성을 살펴보기 위해 먼저 문화관광부에서 매년 집계되고 있는 전남 지역축제 현황자료를 이용하였다. 이 자료를 근거해 우리나라에서 공식 집계된 전남 지역축제의 시기별, 소재별 특성을 살펴보았다.

문화란 거대한 개념이다. 따라서 문화산업 역시 거대한 사회적 변화를 추인하게 될 것이다. 다종다양한 문화산업 중의 하나가 곧 관광이라 한다. 관광의 산업적 효과에 대해서는, 한 사람의 관광객은 곡물 2톤을 수출하는 것에 맞먹는 이윤을 줄 수 있다고 한 소련의 한 학자의 말이 실감을 더한다. 관광은 청정산업, 백색산업, 무공해산업 등으로도 불리며, 특히 굴뚝 없는 산업이라는 말이 널리 쓰인다. 현대인에게 있어서 PLRT, 즉 놀이(play), 여가(leisure), 위락(recreation), 관광(tourism)은 이미 삶의 일부로서 자리를 잡았으며, 이러한 욕구를 지닌 사람들에게 대해서 심리적 만족을 상품화해서 제공하는 것이 곧 문화산업의 한 모형일 것이다. 특히 관광이란 문화적, 정신적 욕구를 현실화시키는 것이기 때문에, 놀이, 여가선용, 위락 등과는 차원을 달리하는 고차적 배려와 장치가 필요한 산업이다.

문화적 체험을 위한 관광의 수요는 그 체험을 제공하는 공급과 균형을 이루어야 할 것이며, 한편 수요와 공급이라는 경제의 속성에 의거해 보았을 때, 자본주의적 원리에 따라 수요자를 끌어들이는 공급자의 노력이 어느 때보다도 크게 요청된다고 본다. 다시 말해서 관광객을 맞아들이는 쪽에서 본다면 관광을 온 사람들에게 보다 알찬 경험과 심리적 쾌감, 그리고 정서적 안정감을 줄 수 있는 신뢰할만한 관광 상품을 진열하는 일이 필요한 것이다. 미래 산업으로서의 관광산업의 성공은 그 관광 대상의 제공자인 공급자의 부단한 노력과 참신한 아이디어에 달려 있다.

생활의 변화에 따른 관광문화의 활성화는 새로운 문화의 공급을 요구하게

되었다. 지방자치가 되면서 한편 이러한 요구에 부응하기 위해 자치단체별로 갖가지 축제가 고안, 시행되고 있다. 오늘날 볼 수 있는 축제는 시군단위의 행정기관이 주관하는 행사가 대부분이며, 그것도 소위 시군의 문화관광과에서 주도적으로 행사를 주관하기 때문에 이러한 축제는 자연히 관광을 위한 행사에 치중하고 있다. 향토문화축제는 중요한 관광 상품으로 꼽히는 것 중의 하나다. 축제를 굳이 인위적 축제와 자연적 축제로 나눈다면 지금 시군단위에서 행해지고 있는 축제는 자연적 축제의 성격을 전혀 띠고 있지 않다고 보여진다. 즉 그것은 뭔가 특수한 목적을 위해 인위적으로 새로 만들어진 것이기 때문에 전통적인 의미에서의 축제와는 상호 거리가 있는 것이다. 본래 축제란 기원적으로 볼 때, 종교적 의례를 뜻하는 것이었다. 그러나 지금의 많은 축제들은 종교적 성격과는 거리가 멀며, 비록 종교적 의미를 지닌 행사가 치러지는 경우에도, 그것은 본질적인 것이 아니라 부대적인 행사로 전락하고 말았다. 물론 이것은 시대적인 변화와 더불어 당연히 나타날 수 있는 하나의 문화현상일 수 있다. 그러나 그것이 축제인 이상은 축제의 본의에서 벗어난 단순한 관광자원이나 놀이판 정도가 아닌 전통과의 어떤 연결고리를 지닐 필요가 있다고 본다. 특히 전통과 연결된 축제일 때 그 생명성도 질길 뿐만 아니라, 관광자원으로서 가치가 보다 클 것이다.

결과적으로 축제의 성공여부는 단순히 축제행사 그 자체에만 국한되는 것이 아니라 도시이미지 나아가 지역의 경제적, 사회적 활성화 전반에 걸쳐 영향을 미친다는 점에서 매우 중요한 의의를 가지고 있다고 할 수 있다.

지역 활성화를 위한 하나의 수단이 될 수 있는 지역축제에 더욱 관심을 기울이고 체계적인 발전전략을 수립하고 지자체, 주민, 그리고 향토기업 등이 일체감을 형성하며 지역축제를 보다 적극적으로 활용하기 위한 정책 · 학술적 노력이 과거에 비해 한층 더 요구되는 상황이다. 이러한 맥락에서 지역 활성화를 위한 전략적 자원으로서 지역축제의 바람직한 발전방향을 모색해 보고자 한다.

## 제 2 장 지역축제의 유형과 기능

### 제 1 절 지역축제의 의의와 유형

#### 1. 지역축제의 역사와 의의

##### 가. 우리나라 지역축제의 역사

우리나라는 상고시대의 동맹, 무천, 영고, 삼한의 제천의식에서 시작돼 풍어제와 산신제, 당굿과 별신굿 등 5천년 역사 속에서 집단의 안녕과 풍요를 기원하며 원시종합예술 형태로 이어져온 축제가 지방에 따라 다양하게 계승·발전하여 왔다. 그것은 지역의 특수성에 따라 한 지역에 국한하여 발전해 온 것도 있으나 경우에 따라서는 전국적으로 확산되어 전승되어 오고 있는 것도 있다. 이러한 지방축제는 그 지역의 자연적 환경과 인문적 환경에 따라 독창적 축제문화를 발전시켜 왔다.<sup>1)</sup>

1938년 일본의 한국문화말살정책으로 인하여 줄다리기·차전놀이·고싸움과 같은 집단놀이 성격을 띤 축제가 중단되기도 했으며, 1945년 8·15해방 때 지방축제를 다시 계승하려는 움직임이 있었으나 1950년 6·25전쟁으로 인하여 전통문화는 경제적인 궁핍과 서구문화의 이입으로 단절되거나 왜곡되면서 국민의 외면을 받아왔다. 그러다가 1959년 전국민속경연대회가 개최됨으로써 국민의 관심을 모았으며 60년대 들어서서 짝을 띄우기 시작한 지방축제는 90년대 후반 지방자치시대 이후 지역민들의 문화적 욕구가 지방자치단체의 정치 경제적 필요와 맞물려 만개하기에 이르렀다.<sup>2)</sup>

우리나라의 각 지역에 전래되어 오고 있는 전통적인 축제는 원시적인 종교

1) 전국문화원연합회(www.kccf.or.kr)

2) 한상수, “한국축제의 현실과 활성화방안,” 『광고정보』, 2001. p.57.

관념을 기반으로 한 것이 대부분이었다. 그런데 산업화의 과정을 거치면서도 우리가 이러한 축제를 부활시키고 새로운 전통의 맥을 창조하려는 의도는 과거의 그것과 조금도 다를 바가 없다. 과거 우리의 선조들이 작은 공동체를 통합하기 위하여 원시적인 종교행사를 치렀듯이, 오늘날도 그 구성원들이 축제에 참여함으로써 서로 간에 공동체적인 정체성을 찾고 공유하게 하려는 것이다. 사실 축제는 하나의 지역에 다른 지역과 왜 달라야 하며 어떻게 달라야 할 것인가를 천명하는 ‘자기 정체성’을 선언하는 무대이기도 하다. 축제는 대내적인 자기인식과 대외적인 자기소개 의 무대이기 때문이다.

## 나. 지역축제의 의의

원래 축제란 신에게 제사를 지낸다는 제례적인 성격을 가지고 있다. 이것은 신에게 무언가를 제시함으로써 자신들의 일상적인 신앙이나 일상을 살아가는 힘을 끌어내고 스스로 용기를 얻으려는 행위, 즉 주술적인 행위가 축제의 원형이 된 것이다. 따라서 축제에는 관습 또는 절대자의 힘에 내맡기려는 면이 강하게 나타나게 된다. 축제가 관습에 크게 영향을 받는다는 점은 이를 이벤트와 구별하는 가장 중요한 요소이다. 이처럼 축제는 자연이나 신에게 무언가를 ‘제시하는 것’을 그 출발로 한다. 이것을 현대적인 관점에서 표현한다면, 개인으로서 또는 집단으로서 무언가 달성하고 싶은 가치를 제시하여 시험하고 도전하는 것이라고 해석할 수 있다.

축제는 개인 또는 공동체에 특별한 역사 문화적 의미가 있거나 결속력을 주는 사건 또는 시기를 기념하여 의식을 행하는 행위로서 오늘날에 있어서는 지역주민의 일체감 조성, 전통문화의 보존, 관광 상품 개발 등 지역경제 발전의 동력이라는 의미를 지닌다. 지역축제 이벤트는 지역에서 정례적으로 개최되는 지역문화가 종합화되고 축약적으로 상징화된 행사<sup>3)</sup>로써 지역축제 개발

3) 이정실·양일용, “지역축제방문동기 세분화 및 만족의 차이 : 부산 국제아트페스티벌 중심으로,” 한국관광레저학회, 「관광레저연구」, 제14권 3호, 2003, pp.144-145.



은 문화적, 사회적, 경제적인 기대효과를 가지고 있기 때문에, 세계 각국의 유명한 관광지에서는 그 지역의 문화적 가치와 관습을 표현하여 반복적으로 개최되는 그 지역축제를 잘 개발하고 홍보하여 관광객을 유치함으로써 많은 성과를 올리고 있다.

축제 이벤트는 단지 특정 지역에 많은 수의 관광객을 불러들이는 것뿐만 아니라 여러 가지 형태의 미디어를 통하여 그 지역의 광고의 기회 (Promotional opportunities)를 제공하므로, 관광지 마케팅에서 점차 중요한 부분으로 인식되어져가고 있다.<sup>4)</sup>

또한, 궁극적으로는 관광이미지를 창출하는 것으로서, 관광객의 특화된 요구, 욕구를 충족시키기 위한 축하행사와 제전을 포함하는 특이한 순간이다.

그러므로 관광 이벤트는 특정한 주제를 가진 행사를 통해 관광객에게 특이한 경험을 제공하는 관광 프로그램의 일종으로 볼 수 있다.

따라서 지역축제는 무엇보다 지역내 구성원들 사이에 공감대를 형성할 수 있는 전통성을 전제로 하고 있으며, 다음은 그를 바탕으로 지속적 생명력을 유지하기 위해서는 집단적 신명을 맞볼 수 있어야 한다.

끝으로 축제는 단순한 일회성 축제 자체에서 나아가 지역내 구체적 생산기반으로서 주민들의 소득을 높일 수 있을 때 현대적 의미를 가질 수 있게 되었다.

## 2. 지역 축제의 기원

일반적으로는 축제는 예술적 요소가 포함된 제의를 말한다. 인류발달 초기 단계의 축제는 성스러운 종교적 제의였으나 시간이 지남에 따라 여기에 유희성이 도입되어 오늘날에는 종교적 신성성보다 유희적 색채가 강조되어 놀이적인 형태를 유지하였는데 이것은 축제 속에 민족의 신앙적 사상이 담겨져

---

4) 오순환, “지역축제와 경제적 효과,” 「관광학연구」, 제22권 3호, 1999, p.205.

있음을 의미한다.

그런데 문명화를 거치면서 이러한 종교성이 약화되고 인간본위의 이성적, 합리적 사고에 따라 오락성이 가미되었다. 이와 같이 축제의 과거적 기능보다는 오늘날의 시대에 걸맞은 기능이 강조되고 있다. 하더라도 축제의 본질적 의미를 간과할 수는 없다.

결국 “축제는 왜 하는가?”에 대한 궁극인 해답은 인간의 생존욕구를 해소하기 위한 것이라고 말할 수 있다. 그래서 어느 학자는 “축제가 없는 민족은 살아서도 산목숨이 아니고 죽어서도 고이 잠들 수 없다”고 했다. 그만큼 축제는 그 민족을 대변하면서 인간의 문제에 근거해 있기 때문이다.<sup>5)</sup>

또한 축제는 농업, 종교, 사회, 문화의 어떤 사건이나 절기를 기념하여 그것을 의례적으로 축하하는 어느 날이나 기간을 말하기도 한다. 따라서 축제에는 특별한 의례와 관련하여 먹고 마시는 공동체의 성스러운 식사가 포함되며, 이것이 점차 세속화 과정을 거쳐 연극적 무용, 체육행사, 카니발 등이 곁들여 졌다.<sup>6)</sup>

엘리아드(Eliade)는 축제를 인간의 종교, 사회, 문화 등의 제도와 활동이 확립되는 초월적 내지 초자연적 영역으로 간주하고 축제에는 인간의 기원 주체성, 문명 등에 대한 정보를 알려주는 여러 사건들이 의례적으로 정비되어 있는바 축제 참가자들은 거기서 성스러운 시간을 체험하고 스스로를 그것과 동일하게 된다고 주장하였다.

한편, 축제의 본질적 성격은 크게 고의적 과잉성, 긍정성, 대조성 등으로 설명되고 있다. 축제의 고의적 과잉성이란 축제 때는 일상생활의 궤도에서 벗어나 지나친 행동을 하게 됨을 의미한다. 경우에 따라서는 전통적인 도덕성이나 금기시 되어온 행동들을 보여줌으로써 잠시나마 인습적인 과거와 현재의 속박에서 벗어나 지나친 행동을 하게 됨을 의미한다. 경우에 따라서는 전통적인 도덕성이나 금기시 되어온 행동들을 보여줌으로써 잠시나마 인습적인

---

5) 문화관광부(<http://www.mct.go.kr>)

6) 한국문화정책개발원, 「향토축제 활성화를 위한 모형개발 연구」, 1994, pp.2-26.

과거와 현재의 속박에서 벗어나게 된다.

또 축제는 언제나 생을 긍정적으로 표현한다. 축제에서는 인간생활의 고뇌와 번민 · 절망 등을 모두 극복하고 자신이 원하는 모든 것이 성취되었고, 성취될 수 있다는 기대감을 축하하기도 한다. 한편 축제는 과잉적 요소와 관련되는 하나의 뚜렷한 대조성을 보이기도 한다. 즉 축제는 일상생활과 상이한 것이지만 일하고 생활하는 일상생활의 모든 것을 부정한다는 뜻이 아니고 축의적인 과잉성을 함축하면서도 일상생활의 작업관계, 중요성을 잘 대조시켜 나가게 된다.<sup>7)</sup>

오늘날 축제는 사회 비판적 기능을 보여주기도 한다. 즉, 역사적인 한계성을 탈피하지 못하는 사회적 구조나 사회적 신분의 허망함을 일시적이거나 폭로하여 준다. 그래서 사회의 유연성과 건강을 위해서라도 오늘날 황금만능주의의 사회에서 생산적이 못된다는 일부의 인식 속에 있는 풍자와 민속적 축제는 그 기능이 더욱 강조되어야 한다.

## 제 2 절 지역축제의 발전 유형

우리나라 지역축제는 유형상 몇 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째, 가장 보편적인 것이 이른바 종합형 문화축제이다. 두번째는 역사, 제의적 축제이고, 세 번째는 민속놀이 경연중심의 축제이며, 마지막은 현대예술제 형태의 축제이다. 첫 번째로 언급한 종합형 문화축제는 전통 민속 행사와 함께, 도민, 시민이나 군민의 날과 같은 위안경축행사, 체육 대회와 같은 내용들이 종합적으로 합성되어 치르는 축제이다. 그것은 대체로 문화제나 축전이라는 이름을 쓰고 있는데 대부분의 360여개 축제 가운데 여기에 해당되는 사례도 적지 않다.

두 번째 역사, 제의적 축제는 일정 지역의 역사적 인물이나 사건을 기리는

---

7) 석용수, “지역축제 이벤트의 활성화 방안,” 안동대학교 석사학위논문, 1993, p.43.

추모제, 산신제, 같은 제의 중심으로 열리는 경우다. 물론 이 가운데는 종합형으로 변하는 것이 있고 본래 취지만을 살려 나가는 경우도 있다. 세 번째는 민속놀이 경연 중심의 축제이다. 대표적인 것이 전국 민속예술 경연대회와 지역의 도 민속예술 경연대회이다. 지역의 경연대회는 전국에서 모두 하는 것이 아니므로 전국민속예술경연대회를 상징적으로 말할 수 있다. 이것은 지난 1985년 제1회로 시작되어 2000년 41회까지 열렸다.<sup>8)</sup>

이런 가운데 지역축제의 변화양상은 몇 가지 점에서 뚜렷하다. 우선 양적으로는 인사뿐만 아니라 대중참여로 이어지며, 원형을 탈피한 창조적 실험 장르가 늘어나고, 지역 내 문화자원을 활용할 뿐만 아니라 새로운 자원을 만드는 목적으로 이용되며, 전문예술제가 늘어나고 있다.

도내 축제문화가 이전보다 훨씬 다양해지고 다채로워진 것은 비교적 최근 2000년 이후의 일이다. 이전에는 지역축제라고 하면 대체로 몇 십 년, 몇 백 년 동안 계속되어 온 일부 전통행사와 축제에 국한되었으나, 90년대 초반 이후에는 지역주민의 연대감 형성을 목적으로 한 이벤트가 눈에 띄게 증가하고 있다. 봄가을 연례행사로 열리던 시군 축제들이 향토축제를 대표하는 지역종합축제의 역할을 했지만 최근에는 이와는 별도의 축제들이 늘어나고 있다.

단일주제를 내걸고 펼쳐지는 이른바 ‘테마축제’가 도내 곳곳에서 벌어지고 있다.<sup>9)</sup> 지방자치가 뿌리를 내리면서 각 지역마다 색다른 축제를 기획해 지역의 독특한 문화를 내외에 과시하면서 지역주민의 자긍심과 결집력을 높이는 계기로 삼고 있다. 구례의 산수유 축제나 보성의 다향제, 영광의 굴비 축제 등 지역 특산물을 주제로 하는 축제도 있고 장흥의 홍길동 축제, 곡성의 심청제 등과 같이 역사 설화속 인물을 새롭게 불러낸 축제도 개발되고 있다. 구례의 피아골 단풍제나 무안의 연꽃축제와 같이 자연자원을 이용한 축제나 신안의 머드축제나 함평의 나비축제에서도 보듯 건강문제와 환경문제를 주제

---

8) 정두진 외, 「관광이벤트」, (서울: 학문사, 2001), p.62.

9) 김상혁 · 고호석 · 김순하, “지역축제 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 실증적 연구,” 한국관광학회, 「관광학 연구」, 제24권 1호, 2000, pp.259-280.

로 한 축제가 많아진 것도 주목된다.

최근 지역축제의 경향을 정리해보면 첫째, 소재에 있어 전통 민속, 특산물 자연경관, 역사성과 유적 등 다양화하고 있다. 둘째, 개최목적이 전통계승, 경제 활성화, 대외홍보, 연대감 형성 등으로 복합적이다. 셋째, 규모가 기간과 예산, 시설, 프로그램 등의 면에서 대형화되고 있다. 넷째, 문화예술과 멀티미디어, 애니메이션 등으로 분야가 확대되고 있다는 점이다.

### 제 3 절 지역축제의 기능

#### 1. 지역축제의 기능

축제의 기능을 전통사회와 산업사회로 나누어 살펴보면 전통사회의 기능으로는 종교적, 윤리적, 사회적, 정치적, 예술적, 오락적, 생산적인 기능을 들 수 있고, 산업사회에 들어와서는 산업사회에 적합한 기능들, 즉 지역축제를 통한 만남과 지역의 소속확인 또는 전통문화 보존 기능, 관광기능 등이 강화되기도 한다. 역사, 사회, 문화의 산물로서의 축제가 갖는 현대적 기능으로서는 첫째, 원초 제의성의 보존, 둘째, 지역민의 일체감 조성, 셋째, 전통문화의 보존, 넷째, 경제적 의의, 다섯째, 관광적 의의를 들 수 있다.<sup>10)</sup>

오늘날 지방자치시대를 맞아 자치단체마다 추진하고 있는 지역 개발 방법으로는 산업진흥과 특산품개발, 도시의 생활환경정비, 관광개발, 개업과 학교 유치, 교육 · 문화진흥, 지역 간의교류, 이벤트 개최 등을 꼽을 수 있다. 각 자치단체가 함께 여러 가지 방법을 종합적으로 또는 일정기간동안 노력하여 활성화의 발판을 모색하고 있지만, 이 가운데 축제를 진흥시키는 것이 가장 유효한 방법이라고 말할 수 있다. 예를 들면 관광 상품개발로 지역의 활성화를 도모하려면 문화 관광축제를 개최하여 지역주민에게 그 지역의 개성과 특

---

10) 이각규, 「21세기 지역이벤트 전략」, (서울: 커뮤니케이션 북스, 2000), p.62.

색을 인식시킨다.<sup>11)</sup> 이를 계기로 지역 주민이 관광 상품을 개발, 연구하고 관광 상품화를 위해 해결해야 할 과제 등을 지방자치단체의 정책 입안이나 정부차원의 지원을 이끌어내는 것이다. 이와 같이 축제는 특정한 목적을 위해 분위기를 조성하고 목적을 달성하기 위한 노력을 촉구하는 기능을 가지고 있다.

## 2. 지역축제의 경제적 효과

축제의 효과는 그것이 개최되는 기간 중에 나타나는 효과와 개최기간과 기간사이에 주민의 일상생활에 영향을 미치는 경제적 · 문화적 · 예술적 효과로 나누어 볼 수 있다. 이 중에서 전자를 직접적인 효과라고 한다면, 후자를 간접적인 효과라고 할 수 있다. 축제의 직접적인 효과는 축제기간 중에 참여한 사람의 숫자와 그 결과에 따르는 경제적 파급효과, 예컨대 입장 수입, 광고 수입, 소매점의 매출액 상승의 정도나 경제의 활성화에 따른 주민수입의 생산승수효과 등 경제적 효과를 들 수 있다.<sup>12)</sup> 그리고 축제를 기획하고 이에 참여한 인력, 그리고 지역의 주민들이 외부의 손님을 맞이하는 가운데 배양되는 주인의식 내지는接客태도의 성숙을 위해 수행하는 교육 등은 축제가 가져온 중요한 효과이다. 또한 매스 미디어를 통한 홍보나 선전으로 연계되는 지역의 지명도 · 이해도의 상승, 교류를 통한 관계의 개선과 교섭능력의 개발, 지역 주민과 공무원들에 대한 의식개발의 도모와 연대감의 증진, 향토의식의 함양 등의 효과도 중요한 소득으로 평가할 수 있다.

구체적으로는 대규모 축제를 계기로 도시환경과 생활환경의 개발을 지방자치단체의 개발계획에 반영하게 되고 중앙정부로부터 공적 자금을 도입하는 계기로 활용하여 도시 기반시설을 확충할 수 있게 된다. 경제적으로 식품점

---

11) 문화관광부 홈페이지(<http://www.mct.go.kr>)

12) 강인원, 고희석, “문화관광축제의 활성화 방안에 관한연구-축제행사의 운영, 관리를 중심으로,” 「문화관광연구」 제5권 1호, 한국문화관광학회, 2003, P.11.

객업과 숙박업, 관광사업체 및 레포츠업, 교통운수업, 주유소 · 가스충전소 등 크고 작은 연관 산업의 활황으로 고용증대와 소득 향상으로 이어질 수 있다. 문화적으로는 지역의 후손들에게 유산으로 남는 가운데 청소년들에게 예술 감상 능력과 감수성 훈련 등 교육적인 경험도 크며, 지역의 다른 문화예술 발달에도 큰 영향을 미친다.<sup>13)</sup> 각종 행사 기획력의 증대, 무대기술의 발달은 물론 지역 문화산업의 콘텐츠로서 활용됨으로써 교육 문화를 진흥시킬 수 있다. 또 지역내외의 대중이 함께 참여하여 일상생활과는 다른 광범위한 체험기회를 맛보며 예술과 교감하고, 나아가 참여자들에게는 기쁨을 증대시켜 주민들의 삶의 질을 높여준다. 사회적으로는 대외적인 홍보와 외지 관광객의 호응에 따라 지역축제를 통해 지역의 이미지를 결정하고 위상을 높이게 되며 이 과정에서 지역민들의 결속 감이나 향토애 등 공동체 의식을 고양시킬 수 있게 된다. 뿐만 아니라 축제는 지역사회를 밝고 긍정적인 분위기로 가능하게도 한다.<sup>14)</sup>

그런데 축제가 갖는 이러한 효과를 극대화시키기 위해서는 그 결과만큼 추진 과정도 중시해야 한다. 좋은 결과를 위해서는 바람직한 자세와 바람직한 과정을 지켜 나가야 하는 것이다. 그러나 현실을 보면 즉효성을 기대한 나머지 과정은 도외시하고 그저 결과만을 중시하는 경향이 일반적이다. 예컨대, 관객 동원 수와 물품판매액 등의 성패를 논하려는 자세가 팽배해 있는 것이 그 하나이다. 그러나 축제는 관객 동원 수와 물품 판매액만으로 그 성패를 논의하기 전에 먼저 감동과 정신이 담겨져 있느냐를 판단해야 한다. 감동과 마음이 없는 축제가 관객동원에 성공한다면 오히려 그 다음해의 실패 확률을 높일 뿐이다. 지역 이벤트의 본래적 목적은 자기가 살고 있는 지역의 미래상을 지역주민 스스로의 손을 하나하나 실현시켜 나가게 하는 데 있는 것이며, 이를 위하여 지역주민 한 사람 한 사람의 의식을 변화시켜 나가는 프로세스 그 자체에 있는 것이다.

---

13) 석용수, 전계논문, p.43.

14) 김희진, 「신 이벤트 마케팅 전략」 (서울: 커뮤니케이션 북스, 1998), p.83.

### 3. 지역축제의 부정적 영향

지역축제에서 파생되는 문제점은 기획 준비 과정에서부터 적극적으로 대처해서 최소화해야 할 것으로 요구된다. 지역축제 과정에서 예상되고 또 실제 발생되고 있는 문제점으로는 축제가 자치단체장의 특정의도에 따라 기획되고 추진되면서 지역정치에 악용될 수 있다는 점을 들 수 있다. 또 지나치게 관광중심의 행사로 변질되면서 주민과 관광객의 갈등을 초래하거나 새로운 문화형식의 도입에 따른 문화적 충격으로 지역사회에 혼란을 주게 된다. 축제 결과 관광객 유치에 실패했을 경우 적자 운영에 따른 경제적 손실은 고스란히 지역 내 부담으로 돌아온다는 점도 즉흥적으로 급조되는 축제의 그늘이다. 이와 함께 정례적 대규모 행사로 인해 문화유산이나 생태계가 파괴되는 부분도 경계해야 할 부분이다. 통상 나타나고 있는 행사장 주변의 교통 혼잡이나 시설 운영실수, 바가지 가격 등도 오히려 지역의 나쁜 이미지를 두드러지게 하는 역효과를 가져오고 있다.



### 제 3 장 전남 지역축제 현황과 문제점

#### 제 1 절 지역축제의 개최현황

##### 1. 전남 지역축제의 현황

우리나라에서 2004년에 전국적으로 행해진 축제의 수는 353여 개이며 이중 전남에서 행해진 축제의 수는 31개 정도로 나타났다.

개최주최별로 보면 남도음식문화 큰 잔치와 국제 청소년축제를 제외한 모두가 기초자치단체인 시·군에서 개최한 것들이다. 향토축제의 테마나 이벤트를 보면 자연, 역사, 문화, 인물 등 다양하게 활용하고 있는 것이 특징이고, 계절별로는 5월과 10월에 집중되어 있다.

전남의 시·군은 적어도 모든 시·군이 년 1회 이상의 축제를 벌이고 있는 것과 같이 매우 활발한 축제문화를 선보여 왔다.<sup>15)</sup> 소위 이러한 향토축제는 각 지역의 자연적, 역사적, 사회적 특성을 고려한 것들로 간주되며, 최근 그 수요가 증가추세에 있다. 축제가 산발적이며 낭비적이라는 비판과 함께 문화관광부에서는 1시군 1축제를 권장하고 있지만, 지역에 따라 특수한 사정과 여건에 따라 여러 차례 축제를 여는 곳도 있다.

아래 <표 3-1>에서 보듯, 각 시·군은 각각 나름대로 지역적 특색이 있다고 생각되는 소재를 취해 축제로 개발했다. 소재를 가장 선명하게 드러내는 것은 역시 축제의 명칭이다. 전남지역 각 시군 축제의 명칭에 나타난 대표성을 내세우는 소재를 몇 가지로 분류해 보면 다음과 같다.

15) 시군 별 연간 축제 회수 현황

시군	목포	여수	나주	순천	광양	담양	구례	보성	화순	장흥	강진	해남	영암	무안	함평	완도	진도	신안	장성	곡성
회수	2	4	1	1	3	1	3	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1

<표 3-1> 전남지역 축제의 대표 소재별 분류표

소재		명칭	사례수
자연	지형지물	향일암일출제(여수), 검은모래눈뜨는날(여수), 지리산약수제(구례), 땅끝해맞이축제(해남), 영등제(진도), 게르마늪개펄축제(신안)	6
	식물	유달산개나리축제(목포), 영취산진달래축제(여수), 매화축제(광양), 산수유축제(구례), 지리산피아골단풍제(구례), 제암산철쭉제(장흥), 천관산억새제(장흥), 흑석산철쭉제(해남), 백양단풍축제(장성), 연꽃대축제(무안)	10
	동물	나비축제(함평)	1
역사		진남제(여수), 낙안민속문화축제(순천), 서편제보성소리축제(보성), 운주대축제(화순), 청자문화제(강진), 왕인문화축제(영암), 홍길동축제(장성), 장보고축제(완도)	8
특산품		도자기축제(목포), 배축제(나주), 숯불구이축제(광양), 전어축제(광양), 죽향축제(담양), 다향제(보성), 법성포단오제 및 굴비아가씨선발대회(영광)	7

자료 : www.Jeonnam.go.kr

위 표에서 보듯 자연에서 소재를 취한 경우가 압도적으로 많다. 이는 전남 지역의 향토축제가 아직 볼거리를 위주로 하고 있다는 것을 말한다. 또한 대표적인 역사적 사실이나 지역의 특산품을 축제의 이름으로 하고 있는 예도 많다.

전남지역의 축제 중에서 대표적인 축제로 꼽을 수 있는 것은 먼저 문화부 지정 전국 21대 문화관광축제 중 전남의 4개 축제가 여기에 선정되어 있으며, 전라남도에서 지정한 도대표 10대축제가 있다. 문화부지정축제는 강진의 청자문화제, 진도의 영등제, 그리고 영암의 왕인문화축제, 함평의 나비대축제이며 도지정 축제는 광양의 매화축제, 구례의 산수유꽃축제, 담양의 대나무축제, 장성의 홍길동축제, 순천의 낙안민속문화축제, 보성의 다향제, 영광의 법성포단오제, 무안의 백련대축제, 곡성의 심청대축제, 땅 끝의 해맞이축제이다.

전남지역에서 행해지고 있는 시·군별 축제 현황은 <표 3-2>와 같다.

전남지역에서는 다른 지방자치단체와는 달리 지방자치제 실시 이전(1996년 이전)과 이후를 비교해서 볼 때 향토축제수가 크게 줄어든 것이 큰 특징이다. 그 이유는 광역자치단체 차원에서 지역 향토축제가 시·군의 재정을 압박하는 요인으로 작용하지 않도록 하고, 아울러 축제가 경쟁력을 갖도록 하기 위하여 매년 『지역축제 통합·연계계획』을 수립하여 추진하였기 때문이다. 이 외에도 몇 가지 성과를 살펴보면 다음과 같다. 소비성 축제의 무분별한 개최를 억제하고 유사축제를 통·폐합 함으로써 축제수가 감소되었고, 관광객 체험 위주의 다양한 프로그램 개발과 축제의 경영성을 고려한 생산적인 축제 개최로 축제가 소비성 행사가 아닌 생산적인 산업으로 점차 인식되고 있다. 또한 축제의 개최 시기의 조기 확정 및 사전 홍보를 통한 관광객 유치 증대에 기여하고 있다. 이와 같은 성과에도 불구하고, 축제의 전반적인 추진에 있어 전문 인력의 부족으로 인한 총체적 기획 능력 결여 및 사전 준비 부족에 따른 축제의 완결성과 타 축제와의 차별성 등 미흡한 부분이 적지 않게 상존하고 있는 실정이다.<sup>16)</sup>

지방자치제 이전 축제의 양적 개념에서 탈피하여, 지방자치제 이후는 질적 축제 개념으로 변화되고 있는 것을 알 수 있는데 이는 지방 재정 자립도가 낮은 시·군이 축제 관련 예산을 편성하는 과정에서 시·군 의회의 견제를 받아 소비성·전시성 행사 개최가 어려워졌고(효율적 예산 편성), 민선 시장 군수의 축제에 대한 마인드가 변화되어 무분별한 축제 개최보다는 실질적으로 지역 경제에 도움을 줄 수 있는 시군 대표 축제를 선정 개최함으로써 축제수의 양적 감소를 가져오게 되었다.

---

16) 송시열, “광주·전남 지역축제의 문화관광자원 개발전략에 관한 연구”, 조선대학교대학원 박사 학위논문, 2005, pp.38.

<표 3-2> 2005년 전남의 시·군별 축제현황

월별	시군	축제명	기간	장소	주최	주요행사내용	비고
계		33개					
3월	광양	제9회 매화축제	3.12~3.20	다압면 매화마을	매화축제 추진위원회	· 매화꽃길작은음악회 · 경남/전남어린이친구맺기 · 제9회 매화사생대회	
	구례	제7회 산수유꽃축제	3.12~3.20	지리산 온천관광지	산수유꽃 추진위원회	· 영·호남 궁도대회 · 전국학생사생대회 · 전국일요화가스케치대회	도대표 축제
	여수	제14회 영취산 진달래꽃축제	2.38~3.30	영취산 일원	영취산진달래 축제보존회	· 산신제 · 봄의향연 · 가족등반대회	도대표 축제
4월	목포	제11회 유달산 개나리꽃축제	4.4~4.6	유달산 갯바위	목포시	· 전국꽃장식대회 · 유달산백일장대회 · 유달산꽃그림사생대회	
	영암	제11회 왕인문화축제	4.4~4.7	왕인박사 유적지	영암군	· 왕인박사추향대제 · 백제춤사위 · 백제의상패연쇼	문화관광 축제
	진도	제28회 영등축제	4.16~4.19	고군면회동리의 신면모도리	진도군	· 영등살놀이 · 바닷길, 개매기, 조개잡이체험 · 민요·민속공연	문화관광 축제
	화순	2003 화순고인돌축 제	4.25~4.27	공설운동장	고인돌축제 추진위원회	· 고인돌축조과정재현 · 고인돌백일장, 사생대회 · 민속놀이체험장	
5월	여수	제37회 진남제	5.3~5.6	여수시내 일원	진남제진 보존회	· 수군군점·서제식 · 각북선문화체험마당 · 한노젓기체험, 고유제	
	담양	제8회 대나무축제	5.2~5.5	죽물박물관 유채꽃단지 추성경기장	담양군	· 대나무공연 · 죽검대회 · 대나무놀이체험	도대표 축제
	장성	제9회 홍길동축제	5.3~5.5	홍길동생가터 황룡강둔치공원	장성군	· 활빈당퍼포먼스 · 뗏목타기, 나룻배젓기 · 홍길동선발대회	도대표 축제
	함평	제7회 나비대축제	5.3~5.11	함평천수변공원	함평군	· 종합생태체험마당 · 친환경농업체험마당 · 문화예술마당	문화관광 축제
	장흥	제15회 제암철쭉제	5.3~5.4	제암산	장흥군	· 철쭉제례, 농악한마당 · 철쭉선아·선비선발대회	
	순천	제14회 낙안민속 문화축제	5.3~5.4	낙안읍성	낙안읍성민속 마을보존회	· 관아, 신분체험 · 전시가옥체험행사 · 낙안어린이옛동요제	도대표 축제
	보성	제31회 다향제	5.4~5.10	보성 다원일원	보성군	· 다신제, 꽃사진촬영대회 · 차만들기경연대회	도대표 축제
	완도	2003 장보고축제	5.2~5.8	국제무역항	완도군	· 청해진유적지탐방체험 · 전국해변하프마라톤대회 · 청해진유람선승선노젓기체험	

6월	영광	제18회 법성포단오제	6.1~6.5	법성포 숲생이공원	법성포 단오보존회	·용왕제, 당산제, 한제 ·칠산어장놀이, 불꽃놀이 ·갈비진시판매	도대표 축제
7월	강진	제11회 청자문화제	7.26~8.1	고려청자 도요지	강진군	·고려청자 명품전 ·청자공개경매 ·청자제작과정체험	문화관광 축제
	신안	제6회 해변모래 체험축제	7.26~7.30	임자대광 해수욕장	신안군	·전통고기잡기체험 ·해변달리기대회 ·갯벌체험	
8월	여수	국제청소년 축제	8.8~8.10	진남 체육관	전라남도	·음악·댄싱경연대회 ·길거리농구대회 ·해외청소년초청공연	도주관 축제
	무안	제10회 백련대축제	8.14~8.17	회산백련지	무안군	·도자기 빛기 및 전시 ·연꽃문양관화제작 ·연꽃수궁전 무용공연	도대표 축제
9월	광양	제8회 전어축제	9.20~9.21	진월면 망덕포구	광양시	·전어 요리판매 ·전어잡이노래시연	
10월	곡성	제6회 심청축제	10.2~10.5	섬진강 자연 생태공원	곡성군	·심청공양미삼백석모으기 ·심청마당극 ·심청가훈받아가기	도대표 축제
	광양	제8회 숫불구이축제	미 정	광양읍 서천번	광양시	·사물놀이 ·청소년스포츠탄스 ·국악공연	
	목포	제11회 도자기축제	10.16~10.20	갯바위	목포시	·도자문양그리기대회 ·도자기빛기경연대회 ·도자기경매	
	장흥	제13회 천관산악세계	10.18~10.19	천관산	장흥산악회	·역세제행, 풍물놀이 ·역세아가씨선발대회 ·국악한마당	
	순천	제14회 남도음식 문화큰잔치	10.22~10.26	낙안읍성	전라남도	·남도들넌큰장터운영 ·남도쌀갤러리운영 ·남도요리경연대회 ·음식체험행사	도주관 축제
	구례	제29회 지리산 피아골단풍제	10.31~11.2	피아골일원	구례군	·단풍한마당놀이 ·단풍길걷기대회 ·지리산기념품만들기	
	장성	제11회 백양단풍축제	10.24~10.26	백양사광장	장성군	·단풍등산대회 ·장성짜기체험	
	고흥	제29회 유자골대축제	10.31~11.2	공설운동장	고흥군	·유자품평회 ·모형항공기 전시 ·유자음식전시·판매	
	보성	제9회 보성소리축제	10.25~10.26	보성체육관	보성군	·천하제일명창무대 ·전국판소리경연대회 ·심청가 창극	
	나주	제4회 영산강축제	10.30~11.2	영산강 둔치체육관	나주시	·농업 관련행사 ·문화관련행사	
여수	제12회 향일암일출제	2004.12.31~ 2005.1.1	향일암	향일암일출제 추진위원회	·민속예술공연행사 ·제야의타종 ·원단예불 ·일출맞이기원제		
해남	제12회 땅끝해맞이 축제	2004.12.31~ 2005.1.1	송지 갈두리	해남군	·해님이·맞이제 ·달집태우기 ·강강술래	도대표 축제	

자료 : 문화관광부 홈페이지 (<http://www.mct.go.kr>)

그러나 축제 수를 줄이는 것이 결코 바람직한 것이라고는 할 수 없다. 즉 축제 개최수가 많고, 적음은 큰 문제가 아니기 때문이다. 축제의 도시로 명성을 얻고 있는 영국의 애든버러시의 경우 1년 내내 약 25개의 축제가 연중 개최되고 있는데 이와 같이 계절별로 경쟁력 있는 자원을 연계하여 축제를 관광 상품화<sup>17)</sup> 할 경우에는 오히려 많은 축제가 지역 경제에 도움을 줄 수 있을 것이다.

<표 3-3> 시군별 축제 보유수 (단위:개, ( )안은 %)

시군 \ 축제수	1	2	3	5
21개시군	13	5개 시군 10	2개 시군 6	1개 시군 5
34개	(59)	(2)	(9)	(5)

자료 : www.mct.go.kr

<표 3-4> 축제 개최일수 (단위:개, ( )안은 %)

구분 \ 계	1일	2일	3일	4일	5일	6일	7일	9일	11일
34개	2 (6)	11 (32)	9 (26)	4 (12)	3 (9)	1 (3)	2 (6)	1 (3)	1 (3)

주 : 21개축제 3일이상 프로그램 운영(62%)

<표 3-5> 주제별 축제 (단위:개, ( )안은 %)

구분 \ 계	꽃 관련 축제	자연자원 활용축제	전통문화 축제	도자기 축제	생태 축제	향토요리 축제	기타
34	7 (20)	10 (30)	9 (26)	2 (6)	1 (3)	3 (9)	2 (6)

자료 : www.Jeonnam.go.kr

다만 우리의 경우, 문화적 콘텐츠 개발이 부족하고 기획력 및 현대적 감각

17) 정어지루, 「순마케팅」, 서울 : 형설출판사, p.238.

의 디자인 감각이 부족하여 축제의 경쟁력은 없으나, 장기적으로 이를 극복해 나갈 경우 상황은 달라질 것으로 기대된다.

<표 3-6> 축제 감축효과

구분	2003년			2004년		
	계획	개최	효과	계획	개최	효과
축제수 감축	80개	65개	15(▲)개	53개	47개	6(▲)개
예산절감 (백만원)	5,378	3,771	1,607	5,579	3,170	2,409
관광객유치 (천명)	3,467	4,335	868	4,335	4,638	303

자료 : www.mct.go.kr

## 제 2 절 지역축제의 성과와 문제점

### 1. 지역축제의 성과

지역축제의 난립과 즉흥적 경쟁적 잔치 벌이기로 인한 폐단 속에서도 일부 지역의 경우 성공적인 개최 결과로 타 시·군의 모범이 되기도 한다. 그 대표적인 성과로 경제적인 측면과 지역의 위상 제고라는 비경제적인 측면으로 대별해 살펴볼 수 있다.

2004년에 개최된 전남도내 전체 축제를 시군 결산보고를 기준으로 보면 축제관람 관광객은 717만여 명으로 지난 2003년(530여 만명)보다 32%가 늘어나 직·간접관광수입 439억원을 창출한 것으로 나타났다. 또한 우수한 지역의 역사와 문화, 관광자원을 축제로 연결해 지역브랜드화를 촉진시키고 지역민의 애향심과 자긍심을 고취시키기도 했다.

올해로 일곱 번째를 맞은 ‘함평 나비축제’는 가장 대표적인 지역축제 성공

사례로 꼽힌다. 제1회 함평나비축제를 찾은 관광객은 60여만명. 지난 2005년 4월 열린 7회 나비축제엔 무려 85만여명의 관람객이 함평에 몰렸다. 전남 서해안에 위치하면서 변변한 관광자원 하나 없는 전형적인 낙후지역 함평이 이 같이 지역축제사상 유례없는 호응을 얻을 수 있었던 이유는 친환경적인 생태 체험 축제로 차별화한 것이 적중했기 때문이다. 함평군은 3억여원의 예산을 투입한 지난해 2004년 함평나비축제에서 관광객들에게 나비표본과 기념품 등을 팔아 11억원의 직접 수입을 올린 것 외에 ‘생태함평’이 주는 이미지 제고 효과로 함평산 농축산물의 판매가 증가해 53억원의 간접수입이 발생하는 등이 축제 하나로 무려 64억원의 수익을 거둔 것으로 분석되고 있다. 함평군은 ‘나르다’ 상품개발사업으로 전남도 1시군 1품목 육성사업 평가에서 최우수상을 받기도 했다.<sup>18)</sup>

강진 청자문화제의 경우 금산 인삼대축제, 안동 국제탈춤 페스티벌과 함께 문화관광부로부터 2002년도 최우수 3대 축제로 선정돼 1억원의 국비를 지원 받게 됐다. 이는 고려청자의 세계화 가능성을 확인시키고 고려 도공복 착용 등 시대상을 살린 이색적이고 다양한 행사진행으로 60만명의 관람객을 동원하고 58억여원의 수익으로 지역경제 활성화에 기여한 점이 높게 평가된 것이다.

## 2. 지역축제의 문제점

지역문화축제가 급증하고 있으나 상당수의 경우 예산낭비의 대표적인 표본으로 지역민들의 소득향상과 지역이미지 홍보의 당초 취지와 목적과는 동떨어진 ‘마을잔치’로 전락하고 있다. 이들 지역축제는 투자한 비용에 비해 거둬들이는 효과가 너무 적어 단체장이나 해당 시의원들의 ‘생색내기용’이라는 지적까지 받고 있다. ‘우리도 하나 만들자’는 즉흥적 발상에서 추진되면서 프로

---

18) 전라남도홈페이지([www.Jeonnam.go.kr](http://www.Jeonnam.go.kr))



그램이 모방적인 수준을 벗어나지 못해 내용 면에서 빈곤하고 머물러 가는 관광 프로그램과 결합되지 못하고 있다.<sup>19)</sup> 지금의 지역 축제가 많은 인력과 경비를 투입하고 있으면서도 프로그램의 내용이나 운영이 부실하여 지역민이나 관광객들로부터 외면당하고 있으며, 가뜩이나 심화되고 있는 지방재정의 적자를 가중시키고 있는 실정이다. 지역축제의 문제점으로는 다음과 같은 것을 들 수 있다.

### 가. 축제에 대한 인식부족

대부분의 축제가 관의 주도에 의해 발생되어 축제로서의 자생성이 미약하며, 실적위주의 형식적인 축제가 되어 주민의 참여가 구조적으로 제한되는 문제점을 가지고 있으며, 축사와 환영사 등으로 7~8명의 인원으로 약 1시간 여를 소요시켜 지역 주민들을 각종 프로그램에 직접 참여시키기보다는 이들에게 보여주는 행사로 개최되는 경향이 강하다.

또한 축제의 민간주도라는 명분에서 출발된 축제관련위원회등은 대부분 축제와 무관한 토착유지를 중심으로 위원회가 구성되어 있어 축제와 관련되는 다양한 장르와 시민정서를 고려하기보다는 주최측 또는 이해 관계자 몇 사람의 관심 있는 특정분야의 기획과 전문성을 내세운 이벤트 회사의 손쉬운 영리 목적의 기획행사<sup>20)</sup>로 개최되고 있다.

특히 올해 지역축제들이 유난히 많고 홍보에 열을 올리는 것도 내년에 열릴 지방자치선거와 무관하지 않다. 업적 과시용으로 계획되고 추진되는 축제들이 많다는 것이다. 일부 자치단체장들은 그들이 벌이는 문화행사의 전망과 질적 수준을 검토하기보다는 자기가 문화행사 예산을 정부로부터 따낸 것을 자랑하고 과시하는 데 열을 올린다. 더욱이 경영마인드 부족으로 경제성 없는 축제의 과다 개최 및 보유로 지방재정 압박과 행정력의 낭비를 초래하고

19) 이송미, 「한국의 축제」 성하출판사: 1999, pp.42-44.

20) 정강환, 「이벤트관광전략 : 축제와 지역활성화」, 서울:일신사, 1999, p.52.

있다. 고막축제, 진달래 축제, 홍합축제 등 5개 축제가 있는 여수시를 비롯한 도내 8개 시군이 2개 이상의 축제를 치르고 있으며 이 가운데 만성리 해수욕장 검은 모래 눈뜨는 날 행사와 제암산 철쭉제등 도내 4개 행사는 관광객이 2만 명을 밀도는 실정이다.<sup>21)</sup>

축제를 통해 지역문화의 발전을 가져오되 소득을 증가시키는데 기여하고, 보편적인 프로그램을 다양하게 마련하되 보다 개성 있고 창조적인 프로그램을 만들어야하는 과제를 안고 있다.

## 나. 지역적 특성 부족

도심의 공간확보가 어려워 접근성이 어려운 도심의 외곽지나 전통의 현장을 무시한 학교운동장, 공원, 실내체육관 등에서 축제를 개최함으로써 관광객의 접근성이 부족하고 축제의 전형적인 모습을 파악하는데 어려움이 있으며 축제 개최 공간이 지역 관광자원과 연계되지 못하고 있다.

지역성과 지역문화가 짝 찬 축제가 아니라, 전국 어디에서나 볼 수 있는 지역성이 없는 공허한 축제를 개최하고 있으며, 전국 어디에서의 지역축제나 그 내용이 천편일률적으로 지역적 차별성을 발견하기가 매우 어렵다. 또한 대부분의 지역축제들은 지극히 제한된 공간에서만 진행될 뿐이어서 무대가 제한되고, 출연진이 따로 있고, 관객은 관객으로서만 존재할 뿐이다. 이 때문에 곧 접근의 제한을 초래하고, 축제의 가장 중요한 요소인 공동체의 형성을 불가능하게 만들며, 또한 축제가 본래적으로 지니고 있는 억압으로부터의 탈출이나 자유로운 사고를 제한하게 한다. 우리지역에서 개발할 수 있는 축제는 아직도 다양하다고 볼 수 있다. 그러나 문제는 광주전남의 전체적 이미지를 제고할 수 있는 축제나 행사가 부족하다는 점이다. 각종 지역축제 당초 목적인 민 화합과 지역전통계승, 외래 관광객 유치 및 지역경제 활성화라는 근본취지 달성에는 미흡한 채 일과성 소비행사로 그치는 경우가 허다하다.

21) 전라남도홈페이지([www.jeonnam.go.kr](http://www.jeonnam.go.kr))

전라남도가 주최한 세계음식문화큰잔치는 그동안의 남도음식대축제가 이름을 바꾸었다. 세계요리 시연 및 관광객 체험, 세계 퓨전요리와 응용요리 전시, 문화권인 동남아 요리 전시, 세계 각 나라의 호텔음식 판매 등이 새로 등장한 프로그램들이다. 남도음식문화의 전통을 내걸고 시작한 남도음식축제가 세계음식으로 명칭을 바꿨지만 특성화와 세계화라는 측면에서 어떤 효과를 가져올 지는 미지수다.

관광축제 구성에서도 종전처럼 방향성 없이 각종 이벤트를 마구 끌어들이 종합예술제 형식으로 전개하는 식이어서는 곤란하다. 이벤트 프로그램구성은 해당 지역의 문화적 배경 및 지역적 특성을 깊이 고려한 것이어야 한다. 다시 말해서 지역의 전통문화와 현대의 지역문화가 잘 반영된 독창적인 프로그램이 각광을 받을 수 있고 지역 활성화에도 도움이 된다. 축제의 내용이 그 지방의 인문적 환경과 자연적 환경의 역사성과 특수성을 고려하여 계승, 발전시켜야 한다. 이러한 축제의 좋은 예는 우리나라에서도 찾아볼 수 있다.<sup>22)</sup> 인물추모 축제의 하나인 당진의 상록 문화제(심훈)라든가 예산의 매현 문화제(윤봉길)가 그것이다. 그리고 공주 · 부여의 백제 문화제와 경주 신라 문화제는 그 지역의 전통성을 살린 축제이다. 강릉단오제에서 강릉사투리경연대회를 개발하여 좋은 반응을 얻었던 점이나 흔히 있는 미녀 선발대회의 테두리를 벗어난 제 67회 남원춘향제에서 이 도령 선발대회를 시도한 점 등을 들 수 있다.

---

22) 정근석, 「축제, 민주주의, 지역 활성화」 서울: 새길출판사, 1999, p.63.

## 다. 개최시기의 편중

우리의 경우 대부분의 지역축제들이 특정한 시기에 편중되어 열리고 있다. 예를 들어서 절대 다수의 축제가 음력 4-5월과 10월중에 개최되고 있다. 이것은 축제의 대부분이 단오나 추석과 연결되어 열리고 있을 뿐만 아니라, 날씨를 고려한 이유에서이다. 만일 지역의 문화예술자원과 같은 지역성을 근거로 축제가 열린다면 다양한 시기에 개최가 가능할 것이다.

지금은 세계적으로 유명한 캐나다 퀘벡의 겨울축제(Winter Carnival)는 전통적으로 관광의 비수기라고 할 수 있는 2-3월에 거행된다. 1954년부터 이러한 비수기를 겨울축제로서 정착시키기 시작하였는데, 오히려 이와 같은 추위, 눈, 얼음 등과 같은 자원이 지역축제의 자원으로 적극 활용되어, 이제는 2-3월이 비수기가 아니라 가장 사람이 많이 모여드는 성수기로 변화하였다.<sup>23)</sup> 미국 미네소타 주 세인트 폴 시의 겨울축제(Winter Carnival)도 마찬가지이다. 이 지역도 한 겨울의 추위를 오히려 자원으로 활용하여, 이 지역의 전설을 토대로 한 얼음 궁전의 조각등 대형 이벤트를 개최하여 지역경제 활성화를 적극 꾀하고 있는 실정이다. 막대한 예산을 투입해 치러지는 대부분의 축제가 중복되거나 지역의 문화적인 전통과 특성을 살려내지 못하고 있는 실정이다. 더욱이 행사 개최시기가 4~5월과 10월에 집중됨으로써 외래 관광객의 연중 분산관광, 관역 · 주제별 벨트화환 연계관광의 효과가 떨어져 경제적 효율성도 미흡한 수준이다. 축제의 시기를 10월로 한정하지 말고 축제의 특성에 맞게 1년 동안 어느 때나 개최하여 축제를 시기적으로 분산하여한다. 사실 10월은 1년 중 가장 좋은 달이기는 하나 전국적으로 동시에 축제가 개최되기 때문에 관심을 끌기 어렵다. 그러므로 전통성을 살릴 수 있는 내용으로 월별 연관성을 가지는 축제를 개발해야 한다.

우선 향토축제와 무관한 일반 행사를 축소하여 축제의 주제가 부각될 수

---

23) Milman, A.&A. Pizan The Role of Awareness and Familiarity with a Destination: *Journal of Travel Research*, 33(3) 1995, p.21~22.

있는 프로그램으로 구성하며, 시 · 군 단위로 행사를 운영하여 빈약해지기 쉬운 단점을 극복하기 위해 각 시군에서 기획하는 행사들을 시 · 군간의 협력과 조정으로 축제 기간을 연속하여 운영할 경우 더욱 스펙터클한 해전을 구성할 수 있는 등 시너지 효과를 발생하여 세계적인 향토축제로 거듭날 수 있다. 이는 각 지역의 특징적 요소를 추출하여 이를 전략적으로 결집시킨 다음 전문성을 증가하여 전체적 이미지를 제고하는 방안이 요구된다.

<표 3-7> 개최 시기별 축제

(단위:개, ( )안은 %)

월 별 계	12월 ~1월	2004 3월	2004 4월	2004 5월	2004 6월	2004 7월	2004 8월	2004 9월~10월	2004 10월	2004 10월~11월
34	2 (6)	2 (6)	4 (12)	12 (35)	1 (3)	2 (6)	1 (3)	3 (9)	6 (17)	1 (3)

주: 21개 축제(61%)가 5 · 10월에 집중 개최

자료 : <http://culture.gwangju.go.kr>

<표 3-8> 광주 전남지역의 분야별 축제 현황

(단위:개,( )안은 %)

구 분	계	특산물	자연 환경	인문 화경	인물	지역	예술	명절	꽃	산업	이벤트 행사	제례	문화
광 주 시	동구	5	0	0	0	0	1	0	2	0	0	1	1
	서구	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	남구	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	북구	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	광산구	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
전 라 남 도	목포시	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	여수시	11	3	1	0	1	1	0	1	0	0	2	2
	순천시	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	나주시	3	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
	광양시	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
	담양군	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	곡성군	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	구례군	4	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1	0
	고흥군	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	보성군	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	화순군	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
	장흥군	4	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1
	강진군	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	해남군	6	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	2
	영암군	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0
	무안군	3	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0
	함평군	7	3	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0
	영광군	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	장성군	4	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0
	완도군	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
진도군	5	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	2	
신안군	3	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	

자료 : <http://culture.gwangju.go.kr>

## 라. 관주도의 운영방식

우리나라의 지역축제는 한마디로 대부분 관 주도라고 할 수 있다. 관 주도와 민간 주도의 절충형이 있고, 민간주도가 있으나 절충형의 경우도 행정기관 쪽에 많은 힘을 싣고 있다. 이처럼 관 주도가 많은 이유는 지역의 문화를 행정 쪽에서 책임지고 살려나가고 계승하려는 의지가 표출된 것이므로 탓할 바는 아니다. 더욱이 지방자치 시대를 맞이하여 지역민이 직접 선출한 자치단체장의 경우 강한 의지를 보일 수 있게 되어 있다.

우리나라의 지역축제는 90%이상이 관에서 개입하여 이루어지고 있으므로 민간주도로 행해지는 것이 아주 드물다고 할 수 있다.<sup>24)</sup> 그것은 재정적인 측면 뿐 아니라 각종 행정적 지원이 필요하므로 당연히 그렇게 될 수밖에 없는 구조적 특징이 있다고 하겠다.

하지만 역시 큰 문제는 지역축제의 거의 대부분이 관에 의해 일방적으로 주도되고 있다는 점이다. 주민들이 동원대상이나 되고, 민간단체의 축제운영과정 참여도 배제되고 있다. 주위에서 벌어진 대부분의 축제를 보면, 공무원조직이 총동원되어 행사를 치르고, 관변 조직을 통해 주민들을 억지 동원하는 것이 상례가 돼 있다. 무슨 축제위원회 같은 걸 조직해 민간단체가 주도하는 것처럼 내세우지만, 실상은 관변 인물들로 구색을 맞추고 공무원들이 세운 계획대로 일처리를 다한다. 그래서 일부에서는 관과 관변 인물들이 결탁해 일부 예산을 도용하는 일이 일어나기도 한다. 올바른 문화단체나 시민단체가 설자리가 없는 것이다. 관 주도는 축제를 대형화시켜 전시적인 면을 강조하게 되고, 그러면서 선진지역의 축제를 모방하다 보니 질적으로 뛰어난 축제가 되지 못하고 잡다한 것을 많이 늘어놓은 양적인 것을 추구할 뿐만 아니라 개성을 잃은 일률적인 축제가 되고 있다. 또 관에서 주도를 하면 할수록 민간의 참여는 약해지고 수동적이 되어지는 게 당연하다.

---

24) 박철·손해식 “지역문화축제에 대한 외례분석적 접근과 관광상품화 전략”, 「관광학연구」 제22권 2호, p.43.

지역축제에 민간단체와 전문가의 참여가 보장되고, 준비 진행 및 결과 등의 운영과정이 투명하게 공개되어야 한다. 관 주도의 형식적 과시적 행사를 변화시키기 위해서 전문가들이나 문화운동 시민단체들의 참여를 만들어내는 것은 올바른 문화정책을 수립하는 관건이 되는 것이다.

## 마. 재정적 기반 취약

축제를 관광 상품으로 할 수 있는 마인드 부족으로 행사안내(행사장프로그램 안내, 교통편, 홍보 등)가 미약하고, 축제의 기본요건의 하나인 배울 거리, 살거리, 즐길거리, 먹거리가 미흡한 형편이다. 또한 대부분의 지역축제들이 해당 지역의 특성이나 정체성을 지니지 못하고 있다. 어느 지역이나 거의 유사한 프로그램으로 구성되어 있고, 심지어는 축제의 제목까지도 유사하여, 지역축제라는 말이 무색할 지경이다. 지역축제로서 지녀야 할 지역적 독창성과 정체성이 매우 부족하고 그로 인하여 지역축제는 단지 일회적 행사를 위한 행사로 전락하였다.

대부분의 지역축제가 지역성에 근거하지 못한 채 인위적으로 급조된 것들이기 때문에 축제의 내용구성이 지역적 차별성을 지니지 못하고 획일적이다. 해당 지역의 정체성이나 지역성과 연결된 주제를 결여하고 있으며, 지역성이나 지역문화와 연관된 하나의 주제에 대한 내용의 다양화가 아니라, 축제의 주제와 관련이 전혀 없는 내용들이 축제의 대부분을 차지하고 있다.

현대의 관광문화는 과거의 정적 중심에서 체험위주의 형태로 변화하고 있으므로, 프로그램도 고객 중심적 사고로 전환하여 새로운 아이디어를 개발하여 관광패턴의 변화에 맞는 상품을 개발할 수 있는 마인드를 구축하여야 할 것이다.<sup>25)</sup>

시군 자치단체마다 열악한 재정상황 속에서 대규모 축제를 지속적으로 활

---

25) 전소희, “지역문화축제의 관광상품화에 관한 연구” 명지대학교대학원 석사학위논문 1998, p.37.



발히 추진하기란 쉽지 않다. 지역경제 활성화를 위해 기획된 축제가 경우에 따라 오히려 재정악화를 부추기는 빗잔치로 전락하기가 쉽다.

나누기 식의 분산되는 정부지원으로 인해 빈약한 행사 재정과 시설위주의 운영 마인드로 접근하여 행사의 내용이 빈약하며 체계적인 행사를 개최하는데 많은 제한이 있어 동네잔치로 끝나는 경우가 허다하다.

기업들의 경우 지방자치단체 등으로부터 밀려드는 협찬금 청탁에 몸살을 앓는 것은 무엇보다 이들 단체에 대한 정부의 재정 보조가 줄어든 데다 불경기로 시민들의 자발적인 협조가 크게 줄었기 때문이다. 이에 따라 대기업은 물론 중견기업까지 협찬 요청을 거절하느라 애를 먹고 있다. 지방자치단체 선거를 앞두고 선심성 이벤트를 기획하는 지자체들이 많아 기업들은 협찬 요청이 갈수록 더 늘어날 것으로 우려하고 있다.

그러므로 국비보조를 지원할 경우 대상 단체의 성격 및 행사 등에 대한 세부적인 검토와 고려가 있어 객관적인 기준에서 지원의 나누기식 보다 집중적 지원도 고려하여 국제적인 축제로까지 거듭날 수 있는 지원을 아끼지 말아야 한다.

## 바. 전문 인력의 부족

축제관련 행정기관의 전문성 미약으로 지방정부가 주관하는 각종 축제의 창의성과 기획력이 미약하고, 기본골격 외에는 대부분의 행사내용을 민간업체, 즉 이벤트회사에 일임함으로써 축제가 달성하려고 하는 목적을 제대로 반영하지 못하는 결과를 가져오고 있다. 지역의 폐쇄적인 사고방식 때문에 지역축제를 기획, 운영할 수 있는 전문 인력이 양성되지 못하고 해마다 전문가의 도움을 받는 과정만 되풀이되고 있다.

현재 각 시군의 지역축제는 대부분 관주도로 추진되면서 문화관광 관련 부서 공무원들이 기획하고 진행하는 형태로 이루어지고 있는 실정이다. 최근

들어 기획 이벤트사에 맡기는 경우가 늘어나고 있으나 이 역시 경험이 일천한 데다 급조되는 탓으로 참신하고 내실 있는 축제를 기대하기 어려운 실정이다. 이처럼 축제 관련 전문 인력의 부족으로 기획, 마케팅전략이 미비하고 여행사 연계한 상품개발이나 행사 참여나 관광 유인이 이뤄지지 못하고 있다.<sup>26)</sup>

세계관광의 흐름이 종래의 보는 관광에서 문화체험 위주 관광으로 변화되고 있는 추세이다. 이에 맞추어서 지방자치단체들이 지역경제활성화와 지방관광 육성측면에서 관광축제를 이용하려는 노력들이 여러 곳에서 있지만, 체계적이지 못하고 특성이 없는 축제가 동시에 진행됨으로써 부작용만 발생하고 있다.

---

26) 채용식, 「관광축제 이벤트론」, 서울:학문사, 2001, p.56.

## 제 4 장 지역축제의 활성화 방안

### 제 1 절 축제 이미지의 통일성 구축을 통한 활성화 방안

#### 1. 이벤트의 전략적 차별화

요컨대 행사장, 행사내용, 행사주최자, 지역민, 행사참여자 등이 전체적으로 축제의 성격에 걸 맞는 분위기로의 연출이 요구되는 것이다. 먼저 행사장 디자인은 축제 테마에 걸맞게 디자인이 이루어져야 하며 관광객이 행사장을 찾았을 때 행사분위기를 한껏 느낄 수 있도록 배려하고 각 장소별로 공간별 특성이 나타날 수 있도록 표현해야 한다.<sup>27)</sup> 그리고 사인계획에 있어서도 축제를 상징할 수 있는 로고를 만들고 안내판, 표지판 등 사인시설이 행사의 이미지를 부각시킬 수 있도록 상징성, 통일성, 조화성을 갖추도록 하며 꼭 필요한 장소에 빠짐없이 설치하도록 해야 한다.

이벤트의 전략적 차별화를 위해서는 먼저 백화점식 행사를 지양해야 하는데 이벤트의 이미지에 맞는 행사 외에 잡다한 행사는 가급적 지양하고 이벤트가 지향하는 목적에 걸맞게 메시지가 간결하고 이해하기 쉽도록 하고 전체적으로 통일되도록 해야 한다.

#### 2. 시가지 중심축제와 지역전체의 동참

축제가 행사장에서만 치러지고 주민들이 생활을 영위하고 있고 전통과 문화가 배어 있으며 지역주민과 교류할 수 있는 삶의 현장, 요컨대 중심시가지 등으로 축제 방문객들을 끌어들이지 못한다면 축제의 이벤트에는 성공할 수

27) 장영렬·이시혁, 「이벤트 계획 실무」, 서울:커뮤니케이션북스, 2002, p.7.

있을지는 몰라도 타 지역민과의 교류라는 측면과 지역 활성화라는 본래축제의 참뜻을 실현했다고 보기는 힘들 것이다. 축제의 성격에 따라 지역의 중심 시가지로부터 주행사장이 다소 떨어져 있는 경우가 있을 수 있을 것이다. 그렇더라도 외부로부터 관광객을 유치하고 이를 통해 지역 활성화를 도모하고자 한다면 전통과 문화가 함축되어 있고 숙박시설, 상업시설, 각종 편의시설, 그리고 독특한 시가지경관 등 향토적 채취를 느낄 수 있는 지역의 중심시가지로 방문객들을 유도하여 생활현장의 지역민과 지역문화와 지역 특산물과의 실질적인 만남이 이루어지게 해야 한다.<sup>28)</sup>

이를 위해서는 축제를 준비하는 것이 단순히 행사장을 단장하는 것에 그치지 않고 지역의 전통문화공간, 가로수, 취락경관, 농지 등 생산공간, 시가지경관 등 총체적인 지역의 경관을 타 지역에서는 맛볼 수 없는 독특한 향토적 풍경이 될 수 있는 한 폭의 아름다운 그림으로 완성해가며 그 과정을 매년 방문객에게 보여줌으로써 지역의 발전상을 홍보하며 이에 대한 외부인의 평가를 받는 자리가 되어야 한다.

### 3. 방문객을 위한 우선화

무엇보다 삶의 공간이 쾌적하고 살기 좋은 고장이라는 느낌이 들도록 해야 할 것이며 아울러 맛있고 저렴한 전통음식과 정품적 가치와 희소성 있는 특산물 등을 선보이며 친절하고 인심 좋은 손님에 대한 접대정신, 다양한 서비스, 향토색 짙은 단정한 복장 등은 축제의 분위기를 고조시키는 중요한 역할을 할 것이다.

---

28) 신선호, “광주전남의 지역축제 활성화를 위한 경영전략”, 조선대학교 석사학위논문, 2002, p.48.

#### 4. 축제를 대표하는 이벤트 개발

대개 어느 축제든지 그 축제에 따라 떠올리는 독특한 이벤트가 있을 것이다. 만약 특별히 떠오르는 것이 없다면 그 축제는 성공적이라고 단언하기 힘들 것이고 또 축제 테마와 다른 것이 떠오른다면 그것 또한 바람직한 현상은 아닐 것이다. 축제의 문제점으로 지나치게 백화점식으로 치러지는 이벤트를 지적하지 않을 수 없다. 물론 다양한 이벤트를 개최한다고 해서 무조건적으로 부정적인 것은 아니다. 문제는 축제마다 그것이 지닌 고유의 테마와 캐치프레이즈가 있을 텐데 그와 상관없이 이것저것 개최하다보니 다른 축제와의 차별성도 없고 행사운영에 어려움만 가중되는 결과를 초래하는 경우가 허다하다. 이벤트를 다양하게 기획하는 것은 나쁘지 않으나 축제가 지향하는 목표와 테마의 전체적인 흐름과 분위기에 걸맞게 일관성을 유지하는 것이 바람직할 것이다.<sup>29)</sup>

예를 들면 최근 일부 축제들이 심혈을 기울여서 선보이고 있는 것 가운데 하나인 가두 퍼레이드, 일명 길놀이 행사 등은 눈 떠는 이벤트이다. 또 국·내외적으로 유명인사를 포함시켜 집객효과나 극적효과를 연출하여 홍보효과를 노리는 것도 하나의 방법일 것이다.

#### 5. 지역자원의 효과적 활용

축제는 누구를 기념한다거나 혹은 계절에 따라 자연을 즐기는 등 그 자체적으로도 다양한 의미를 지니고 있지만 최근 지자체들이 내거는 캐치프레이즈에서 나타나는 것처럼 축제를 통해 관광활성화 나아가 지역 활성화로 연계시키고자하는 의지를 어렵지 않게 엿볼 수 있다. 그런 의도나 계획이 있다면 무엇보다 지역이 지니고 있는 자원과 주민들의 역량을 최대한 활용하고 발휘

---

29) 우성화, “이벤트 전문교육의 활성화 방안에 관한 연구”, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문, 1997, p.26.

할 수 있어야 한다.

그리고 축제기간 동안에 특별관광루트를 설정하여 몇 개의 대안을 제시하고 경우에 따라 인근지역과 서로 연계하여 추진하기도 하며 특히 셔틀버스 운행 등 교통편이나 편의시설 이용안내에 관한 정보제공이 원활하게 이루어져야 한다.

## 6. 지역 가꾸기와 연계

지역에서 개최되는 다양한 향토축제들이 지역 활성화라는 공통적인 목표를 실현하기 위해 나름대로 노력하고 있는 것을 알 수 있다. 그러나 이 같은 축제들이 그 자체만의 운영적 측면과 관광객 수만 가지고 성공을 운운하는 것은 단기적으로는 의미가 있을 지도 모르겠지만 장기적으로 지역 활성화에 기여하고 있는가를 감안하지 않는다면 본질이 왜곡될 수 있을 것이다. 그러나 더 중요한 것은 지역주민이 일체감을 형성하는데 기여를 하고 있는지, 나아가 축제라는 구심점을 활용하여 지역을 쾌적하고 매력적으로 가꾸어 가고 있는지, 그래서 지역주민은 주민대로 자긍심을 갖고 그 지역을 방문한 관광객들이 다시 찾고 싶은 마음이 들고 한번쯤 살아보고 싶은 고장으로 인식하는데 기여하고 있는지 거시적인 관점에서 축제를 인식하고 지역 활성화라는 관점에서 바라보고 이를 지역발전의 발판으로 삼아야 할 것이다.

## 제 2 절 지역 문화정책 지원을 통한 활성화방안

### 1. 중앙정부의 축제지원 정책

지방 주권의 시대에서는 독자적인 과제를 설정하고 주체적인 ‘내 고장 만들기’를 실시하여 지방의 정체성을 확보하여 개성을 강화하고 다양성을 발휘해야 하는데, 이에 가장 적합한 것이 바로 문화적인 접근이라고 볼 수 있다.

특히 각 지방이 지나고 있는 천연자원, 기후, 풍토, 지형, 역사문화, 생활문화 인물들과 같은 문화적 요소를 가장 잘 이해하고 있는 이들이 바로 그 지역에 거주하는 사람들이자 ‘최초의 직접 부딪치는 정부’로서의 기초 행정 단위이기 때문이다. 그러므로 이러한 요소들을 적극적으로 활용<sup>30)</sup>하여 자신의 고을에 대한 애향심의 고취는 물론 경제적 수입의 증대까지 유발하는 ‘문화’ 행정이 확대되어야 한다.

이러한 가운데 최근 지역 활성화와 축제의 관광자원화를 목표로 한 차원의 새로운 시도가 전개되고 있다. 문화관광부에서는 기존의 지역문화축제를 국제적수준의 관광축제로 육성하기 위하여 이천 도자기축제 등 30개 축제를 2003년 문화관광축제로 선정하고 세부행사계획을 확정 발표했다.

이는 세계적 관광추세가 단순히 보는 관광에서 직접 참여하고 체험하는 관광으로 전환되고 있는 점을 중시 기존의 전통문화축제를 관광 상품화하고 국내외 관광객을 적극 유치함으로써 지역경제를 활성화시키는 한편, 연간 400만에 이르는 외국인 방문객에게 우리의 문화를 체험케 하여 문화국가로서의 한국이미지를 심어주기 위한 목적으로 집중 육성키로 한 것이다.

특히, 외국인 관광객을 적극 유치하기 위하여 행사개최 9~10개월 전부터 포스터, 팸플릿 등의 홍보물을 세계 각 국 현지사정에 맞도록 제작하여 해외 문화원(5개소), 공사해외지사(20개소)를 통해 배포하고 외래 관광객 모객광고

30) 심광현·이동연, 「문화사회를 위하여」, 서울:문화과학사, 1999, p.46.

를 실시하는 등 해외홍보를 강화하는 한편, 여행업계와 긴밀히 협조하여 축제 행사장과 인근 관광명소를 연계한 새로운 관광 상품을 개발, 해외마케팅을 실시했다.

2004년도 문화관광축제는 관광이벤트가 중요시되고 있는 세계적인 추세와 본격적인 지방화시대에 발맞추어 기존 향토문화축제와 달리 중앙정부와 자치단체 및 민간업계가 공동으로 추진함으로써 지역주민의 자발적 참여는 물론 기획과 마케팅 측면에서의 전문성이 대폭 보강되어 예년의 주민화합차원을 넘어 많은 국내외 관광객이 참여하는 국제적 축제가 될 것으로 기대된다.



<표 4-1> 2004년도 상반기 문화관광축제 내역 (14개)

축제명	기 간	주요행사내용
대관령눈꽃축제	1.12~1.16	· 전통스키대회, 썰매대회, 눈 조각 전시회 발구퍼레이드, 황병산사냥놀이 등
한라산눈꽃축제	1.13~1.21	· 한라산등반대회, 팽귤수영대회, 눈얼음조각전시등
정월대보름들불축제(제주)	2.6~2.7	· 전통혼례, 투마대회, 집줄농기, 오름올리기, 무사안녕·풍년기원제, 조망말타기 등
정도소싸움축제	3.16~3.22	· 전국소싸움대회, 한·일친선투우경기, 예쁜소뽕기, 한오로테오경기 등
한가위술과떡잔치(경주)	3.31~4.9	· 술/떡의 실물, 도구, 자료 등 전시 중국 서안 민속공연 등
영암왕인문화축제	4.9~4.12	· 도포제줄다리기, 여석산천복놀이, 정동우물제도기제작등
한산무시문화제	5.1~5.6	· 한산모시옷패션쇼, 한산모시디자인 공모전발표쇼
진도영등축제	5.4~5.6	· 외국인민속놀이경연, 진도특산품선물받기 등
남원춘향제	5.4~5.9	· 춘향제전, 창무극춘향전, 춘양국악대전 전통목기축제 등
대구약령시축제	5.13~5.19	· 사상의학 체질감별, 한방체험일주, 전국약령시교류전, 우리약초천연색깔전 등
춘천제마임축제	5.23~5.27	· 마임공연(극장공연, 방문 · 거리공연등) 길놀이 및 거리축제등
충주세계무술축제	5.25~5.30	· 무술시연(20개국 50여개 단체), 무술체험, 기체험 등
하동야생차축제	5월중	· 차만들기대회, 범패공연, 차시배지 다례식, 올해의 명차선정 등
무주반딧불축제	6월중 6일	· 반딧불이 신비탐험, 반딧불이 생태체험관 운영, 환경세미나 등

자료 : 문화관광부, “2004년도 문화관광축제 현황,” 2004.

<표 4-2> 2004년도 하반기 문화관광축제 내역(16개)

축 제 명	기 간	주 요 행 사 내 용
보명머드축제	7.14~7.20	· 머드마사지체험, 머드게임, 머드테마거리 퍼포먼스, 갯벌체험, 셀프머드마사지체험등
고성공룡나라축제	8.2~8.5	· 고성오광대공연, 고성농요, 세계공룡발자국 화석전시, 해양환경생태체험 등
강진청자문화제	8.5~8.13	· 청자여름캠프운영, 청자야외영화제, 청자함께만들기, 마당극, 청자특별전 등
대전사이언스 페스티벌	8.10~8.19	· 생명의 신비, 디지털만화전, 우주항공전 전통과학전, 창의력개발전, 로봇제작체험등
무안연꽃축제	9.2~9.5	· 불교문화제, 풍물길놀이, 푸른 음악회 연꽃가요제등
금산인삼축제	9.14~9.23	· 세계민속페스티벌, 개인인삼특별전, 전통 민속놀이, 인삼캐기여행, 약초썰기체험 등
영동난계국악축제	9월말	· 전국국악경연대회, 국악학술대회, 난계승모제, 악학대상시상, 난계국악단공연등
통영나진질기축제	9.30~10.3	· 해상관광유람선운항, 동영마라톤대회, 통제영12공방 및 향토사료전등
김제지평선축제	9월말~10월초	· 농촌체험행사, 세계민속음악경연, 외국인 쌀음식숨쉬자랑 및 장기자랑 지평선논길걷기등
풍기인삼축제	9월말~10월초	· 특산물홍보행사, 현장체험행사, 시민·관광객 체험행사등
양양송이축제	10월초	· 송이채취체험, 농가홈스테이, 양양송이 알아맞히기퀴즈대회, 송이돌이만들기등
화성문화제	10.7~10.13	· 불꽃대축제, 빛과 소리, 화성영상쇼, 정조대왕 능행차 연시, 융릉제향제연 등
부산자갈치축제	10.11~10.15	· 외국인요리경연대회, 장어이어달리기, 맨손으로활어잡기, 생선회정량달기 등
광주김치대축제	10.17~10.21	· 천둥이, 김치담그기체험, 김치담그기강연 민속놀이마당 등
안동국제탈춤 페스티벌	10월중	· 탈춤공연, 안동민속축제, 하회선유출불놀이, 탈춤워크샷, 탈 만들기 등
익산보석축제	10월중	· 해외바이어수출상담, 귀금속장신구만들기 보석가공시연등

자료 : 문화관광부, “2004년도 문화관광축제 현황,” 2004.

이 지역에서는 전국 30대 축제에 광주 김치축제, 강진 청자축제, 진도 영등 축제, 영암 왕인문화축제, 무안 연꽃축제 등이 포함되어 있고 전국 10대 축제에는 광주 김치축제, 강진 청자축제, 진도 영등축제, 영암 왕인문화축제 등이 선정되었다. 이를 지원하기 위해 문화관광부는 외국인 유치가능성, 프로그램 내용, 축제육성의지(예산투입 등), 기반시설(공연장, 편의시설), 특산품판매실적, 캐릭터상품개발을 통한 홍보, 경제과급효과, 관광 상품성 등의 평가기준을 마련하여 축제를 선정하고 있는 것으로 알려져 있다.<sup>31)</sup>

문화관광부에서 지원하는 30개 축제 가운데 이 지역 향토축제가 5개나 선정 되었다는 점은 우리 지역축제가 그만큼 소재가 다양하고 잠재력을 지니고 있음을 말해주고 있다. 여기에 선정되었다고 해서 반드시 성공적이라고 단정 지을 수는 없겠지만 일단 전국화의 발판을 마련했다는 평가를 할 수는 있을 것이다.<sup>32)</sup>

일단 다른 축제들도 선정되기 위한 선의의 경쟁이 이루어져야 할 것이며 선정된 축제들도 더욱 전국화, 세계화를 위해 매진해야 할 것이다.

축제개최 시군에 대한 예산 지원 이외 축제지원 패키지 프로그램으로는 첫째, 홍보부문으로서 외국어 종합리플렛, 슬라이드 세트 및 축제정보자료집을 제작해 해외지사, 여행업계, 언론사 등에 배포하고, 공사 웹 사이트, 한국관광 뉴스 등에 상품화부문으로서 외국여행업자 축제현장 팸투어, 축제연계 방한 상품 기획 및 광고지원, 국내여행업체 축제종합 설명회 개최 및 축제개최지 팸투어가 있다.

셋째, 축제담당 공무원에 대한 교육세미나 개최, 지자체 외국어 축제홍보물 감수, 축제평가회의 및 축제현장 참관 등을 통한 축제건설팅부문을 들 수 있다.

---

31) 전라남도 홈페이지([www.jeonnam.go.kr](http://www.jeonnam.go.kr))

32) 문화관광부 홈페이지([www.mct.go.kr](http://www.mct.go.kr))

## 2. 지방자치단체의 축제 지원정책

### 가. 내실화 필요성

축제 개최시기가 특정시기에 편중되어 외래 관광객의 연중 분산 관광이 부족한 데 따라 인근 시·군간에 축제주제나 개최시기를 고려해 연계관광이 가능한 권역을 벨트화해야 할 필요성이 대두되었다. 또 협의체계의 미비로 중복투자 및 외래 관광객 흡입력이 떨어질 뿐만 아니라 체험을 포함한 다양한 프로그램, 캐릭터상품 등의 개발도 미약한 상황이다. 이 같은 경제성 없는 축제의 과다개최로 지방재정을 압박하고 행정력 낭비까지 초래하고 있는 실정에서 지역축제의 내실화 작업은 시급한 과제로 지적되고 있다.

### 나. 지원 육성 방안

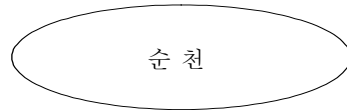
전라남도는 1시군 1축제 육성을 기본으로 하되 진도영등재 등 문광부 선정 4개 축제와 전남도 지정 축제 10개를 경쟁력과 발전가능성 있는 축제로 보고 이들 축제에 행·재정적 집중지원으로 낭비적 축제를 폐지하거나 통합을 유도해 나가기로 했다. 우선 이들 축제에 대해 국·도비로 천만원에서 1억원까지 재정지원을 하고 행정지원으로는 도지사 개막식 참석, 후원명칭 사용승인, 해외관광설명회 및 홍보관 운영 시 홍보, 국내·외 언론, 인터넷 홍보 및 각종 도홍보물 게재 홍보, 도주관 팸투어 시 코스삽입 홍보, 여행사연계 전세기 상품지원, 시군 인센티브 평가 시 우대점수 부여 등의 혜택을 주기로 했다. 또 축제 개최시기가 주제의 연관성, 접근성을 고려해 권역별 벨트화 모형을 작성하고 시군간 협의체를 구성해 경쟁을 지양, 공동 협력방안을 모색함으로써 축제별 프로그램의 차별화로 관 중복투자의 폐단을 시정, 예산을 절감해야 한다.

<도권고 벨트화 권역벨트형 5개 모형>

(1) 5월 동부형(일자형)



- 영취산진달래 (4.8 ~ 4.9)
- 남해안생선요리 (5.6 ~ 5.11)
- 진남제 (5.3 ~ 5.8)



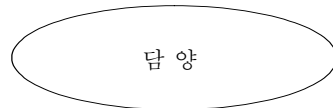
- 낙안민속문화 (5.5 ~ 5.7)

자료 : 여수시청([www.yeosu.go.kr](http://www.yeosu.go.kr))  
순천시청([www.suncheon.go.kr](http://www.suncheon.go.kr))

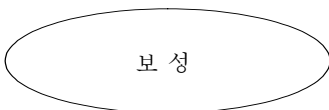
(2) 5월 중부형(Z형)



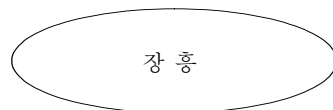
- 홍길동축제 (5.5 ~ 5.7)



- 죽향축제 (5.10 ~ 5.14)



- 다향제 (5.9 ~ 5.10)



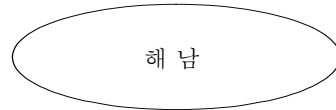
- 제암산철쭉제 (5.13 ~ 5.14)

자료: 장성군청([www.jangseong.jeonnam.kr](http://www.jangseong.jeonnam.kr))  
담양군청([www.damyang.go.kr](http://www.damyang.go.kr))  
보성군청([www.boseong.go.kr](http://www.boseong.go.kr))  
장흥군청([www.jangheung.go.kr](http://www.jangheung.go.kr))

(3) 5월 서부형(Z형)



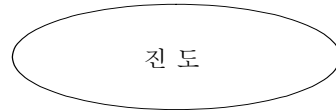
- 나비대축제 (5.5~5.8)



- 흑석산철쭉축제 (5.8~5.9)



- 장보고축제 (5.27~5.31)



- 영동제 (5.4~5.6)

자료: 함평군청([www.hampyeong.jeonnam.kr](http://www.hampyeong.jeonnam.kr))

해남군청([www.haenam.jeonnam.kr](http://www.haenam.jeonnam.kr))

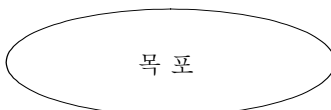
완도군청([www.wando.go.kr](http://www.wando.go.kr))

진도군청([www.jindo.go.kr](http://www.jindo.go.kr))

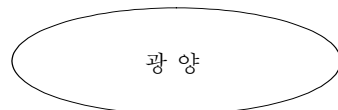
(4) 9월 혼합서부형(L형)



- 연꽃대축제 (9.2~9.5)



- 도예프레엑스포 (9.23~10.3)



- 전어축제 (9.30~10.1)

자료 : 무안군청([www.muang.go.kr](http://www.muang.go.kr))

목포시청([www.mokpo.go.kr](http://www.mokpo.go.kr))

광양시청([www.gwangyang.jeonnam.kr](http://www.gwangyang.jeonnam.kr))

(5) 10월 동부형(역삼각형)



- 피아골 단풍제 (10.28~10.29)



- 숲불구이 (10.21~10.26)



- 유자축제 (10.21~10.26)

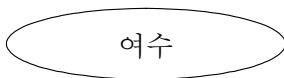
자료 : 구례군청([www.gurye.go.kr](http://www.gurye.go.kr))

광양시청([www.gwangyang.jeonnam.kr](http://www.gwangyang.jeonnam.kr))

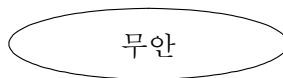
고흥군청([www.goheung.go.kr](http://www.goheung.go.kr))

<도권고 주제(체험) 11개 모형><sup>33)</sup>

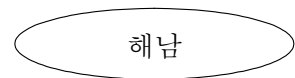
(1) 해넘이 해맞이(해 벨트)



- 향일암일출제 (12.31~1.1)



- 도리포 해맞이 (12.31~1.1)



- 땅끝축제 (12.31~1.1)

33) 신선호, “광주전남의 지역축제 활성화를 위한 경영전략”, 조선대학교 정책대학원 석사학위논문, 2002. pp. 30-34.

(2) 꽃과 나비야 놀자(꽃과 나비 벨트)

광양

- 매화꽃축제(3.11~3.12)

구례

- 산수유꽃축제(3.18~3.19)

여수

- 영취산진달래축제(4.8~4.9)

함평

- 나비대축제(5.5~5.8)

해남

- 흑석산철쭉제(5.8~5.9)

장흥

- 제암산철쭉제(5.13~5.14)

무안

- 연꽃대축제(9.2~9.5)

(3) 전설과 영웅 만나기(전설 영웅 벨트)

영암

- 왕인문화축제(4.9~4.12)

여수

- 진남제(이순신)(5.3~5.8)

진도

- 영동제(5.4~5.6)

장성

- 홍길동축제(5.5~5.7)

화순

- 운주대축제(10.27~10.29)

완도

- 장보고축제(5.27~5.31)

(4) 남도 맛길 소리길(남도음식 소리 벨트)

여수

- 남해안생선요리축제(5.6~5.11)

광양

- 전어축제(9.30~10.1)
- 숯불구이축제(10.21~10.26)

보성

- 서편제소리축제(10.27~10.29)
- 다향제(5.4~5.6)



순천

- 세계음식문화큰잔치 (10.18~10.22)

광주

- 김치축제 (10.19~10.21)

(5) 남도 민속마당 민속공연 벨트)

순천

- 낙안민속문화축제 (5.5~5.7)

여수

- 바다와 민속공연 (3~12월)

목포

- 토요일예술마당 (2~11월)

진도

- 토요일민속여행 영동제 (5.4~5.6)

무안

- 풀바공연 연꽃대축제 (9.23~10.3)

(6) 도자기를 찾아(도자기 용기 벨트)

강진

- 청자문화제 (8.8~8.13)

목포

- 세계도예프레엑스포 (9.23~10.3)

무안

- 분청자기 (9.23~10.3)

해남

- 녹청자 (5.13~5.14)

(7) 그윽한 차 향기 따라(녹차 벨트)

보성

- 다향제

나주

- 불회사다도

무안

- 초의선사다도

해남

- 일지암다도

(8) 단풍아 익세야 게 셋거라(단풍 익세 벨트)

장성

- 백양단풍제 (10.27~10.29)

구례

- 피아골단풍제 (10.28~10.29)

장흥

- 천관산익세제 (10.15)

(9) 유라기 공룡(공룡 벨트 - 비축제)

<p>여수</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사도공룡발자국 (진남제)</li> </ul>	<p>화순</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 서유리공룡화석지 운주대축제</li> </ul>	<p>보성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 선소공룡화석지 서편제소리축제</li> </ul>	<p>해남</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 우항리공룡화석지 흑석산철쭉제</li> </ul>
---	--	---	---

(10) 천연색을 찾아(천연염색 벨트 - 비축제)

<p>보성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 벌교쪽염색 서편제소리축제</li> </ul>	<p>순천</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 월등황토염색 낙안민속축제</li> </ul>	<p>나주</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 다시쪽염색</li> </ul>	<p>화순</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 능주황토염색 운주대축제</li> </ul>
---	---	---	--

(11) 선사유적을 따라(고인돌 고대문화 벨트 - 비축제)

<p>순천</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 구신석기, 고인돌 (외서월평, 황전중내) 낙안민속축제</li> </ul>	<p>화순</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 청동기, 고인돌 (춘양대신, 도곡효산) 운주대축제</li> </ul>	<p>장흥</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 고인돌 (관산, 대덕) 제암산철쭉제</li> </ul>	<p>나주</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 마한문화, 고분 (나주, 반남)</li> </ul>
---	---	---	---

다. 경제성 없는 축제 통 · 폐합 추진

전라남도 올해 초 전남도내 지역축제 경영분석 결과를 내놓았다. 현재 22개 시 · 군에서 열고 있는 34개 축제 중 6개를 비효율적인 축제라 판단하고 해당 시 · 군에 폐지를 요청했다. 해당 축제는 여수의 '검은 모래 눈뜨는 날' 남해안 생선요리축제', 광양의 '전어축제', 구례의 '피아골 단풍제', 장흥의 '제암산 철쭉제', 해남의 '흑석산 철쭉제' 등 6개<sup>34)</sup>이다. 한편으로 이러한 문제는 중앙부처에서 일률적인 획일화 정책으로 시달할 성질의 것은 물론 아니다. 다만 시의 적절한 지원과 함께 진흥축제의 주인인 지역민 스스로가 그 마을의 종교나 역사성을 인식하고 원형과 변형을 조화롭게 구성하여 현대사회에

34) 전라남도홈페이지(www.jeonnam.go.kr)

적용 가능성 있는 지역축제의 방향으로 이끌어 나가야 할 것으로 보인다. 지역마다 나름의 개성이 있고 사정도 있겠으나 현재의 추세가 민간주도의 방향으로 나가고 있으므로 다양성을 획득할 수 있을 것으로 본다. 즉 추진위원회나 문화원, 문화예술단체로 행사주체가 옮겨가고 있으므로, 이들의 자치적 역량을 새롭게 인식하고 능력을 제고시킬 단계에 도달했다고 생각할 수 있다.

### 제3절 외국의 지역축제 사례를 통한 활성화 방안

#### 1. 외국의 지역축제 사례

국외의 나라마다 세계화된 축제가 산재해 있다. 동양의 경우만 하더라도 일본 사포로의 눈 축제(2월), 중국 난닝의 용선축제(5-6월), 홍콩의 랜턴축제(2월), 싱가포르의 타이푸삼(1월 12일), 인도네시아 발리섬의 발리 카카 신년축제(3-4월), 말레이시아의 꽃 축제(7월), 인도의 신들의 축제(9-10월) 등이 그 대표적인 것들이다. 특히 가까운 일본은 100년이라는 지방자치제 역사 속에서 각 지역마다 문화적 행사를 개발하여 많은 관광객을 유치하여 지방재정 자립에 많은 도움이 되고 있다.

<표 4-3> 동양권의 대표적인 축제

국가명	시기	축제명	지역명
일 본	2월	눈 축제	Sapporo
	3월	수채화 축제	Nara
	5월 17-18일	도쇼고 축제	nikko
	7월 17일	지온 맞추리 야마보꼬	Kyoto
	8월	나부타 마추리	Sendai
중 국	2월 보름	랜턴 축제	Xi'an
	4월 중순	물뿌리기 축제	Xishuangbanna
	5월/6월	용선 축제	Nanning
몽 고	6월	오부 축제	전지역
	7월	나담	Ulaatar
타이완	2월 보름	랜턴 축제	전지역
	4월 또는 5월	바다여신의 탄생축제	전지역 절
	5월/6월	용선축제	Taipei, 해안가 마을들
	8월~9월	배고픈 유령들의 축제	
홍 콩	2월 보름	랜턴 축제	전지역
	4월 or 5월	틴하우 탄신일	전지역 사원
	4월 말/5월 초	청차우 빵 축제	Chenug Chau Island
	5월/6월	용선 축제	해안가 지역들
	9월	원숭이 신 축제	
싱가포르	1월12일	타이푸삼	
	1월중순경	풍갈	
	2월/3월	하리 하야 포샤	
	2월	홍빠오	
	8월-9월	배고픈 유령들의 축제	
	10월20일경	티미티 축제	
	10월	원숭이신의 축제	
	10월	아홉황제신의 축제	
인도네시아	10월/11월	쿠수섬 순례	
	3월 4일	발리 카카 신년 축제	Bail
	5월 보름	와이사크	Borobudur(Java)
	6월/7월	우사바 삼바	Bali
	9월	에라우 축제	Tenggarong

이밖에도 유럽의 경우 oxford에서 열리는 메이데이축제(5월), 아일랜드 Galway의 켈틱축제(4월) 스웨덴 전지역에서 열리는 하지축제, 스페인 SantaCruze De Tenerife의 무어와 크리스찬의 싸움, 프랑스 Antibes에서 열리는 국제 재즈 페스티벌 등 축제로 아메리카 대륙의 경우에도 각 나라마다 전통성과 특수성을 지니고 발달된 축제를 몇 개씩 가지고 있다. 그 대표적인 축제는 <표 4-4>와 같다.

<표 4-4> 유럽권의 대표적인 축제

국가명	시기	축제명	지역명
영국	5월	메이데이	oxford
	8월	영국 맥주 축제	London
	8월	노팅힐 카니발	London
아일랜드	4월 중순	켈틱 축제	Galway
스코틀랜드	7월 초	민속축제	Glasgow
	8월	에딘버러 페스티벌	Edinburgh
스웨덴	6월 20일경	하지축제	전지역
포르투갈	5월~7월	유령축제	Azores Islands
	5월 12일-13일	Fatima 순례	Fatima
	8월 20일경	Agony 부인축제	Viano do Castelo
스페인	2월/3월	카니발, Cardiz	SantaCruze De Tenerife
	4월 22일~24일	무어와 크리스찬의 싸움	Alcoi
	5월(부활절 50일 후)	로메리아델리시오	Almonte
	6월 6일-14일	성 페르민 축제	pamplona
	8월 마지막 주	토마토 던지기	Bunol
	9월 24일	메르세 축제	Barcelona
프랑스	2월	니스 카니발	Nice
	5월 23~25일	집시들의 순례여행	Saintes-Maries-de-la-Mer
	7월	엑 성 프로방스 축제	aix-en-Provence
	7월 중순-말경	국제 재즈 페스티벌	Antibes
	7월10일경-8월 초	아비뇽 페스티벌	Avignon
	8월 첫째 주-둘째주	켈트족 페스티벌	Lorient
	9월 중순-말경	세계인형극 페스티벌	Charleville-Mezieres
	11월 셋째주	보졸레 축제	Beaujolais
모나코	1월	서커스 페스티벌	Monaco
	7월~8월	불꽃 축제	Monaco
네덜란드	6월	화란 축제	Amsterdam

	7월	북해 재즈 축제	Hague
벨기에	2월	뱅쉬 카니발	Binche
	5월	성스러운 피의 행렬	Bruges
	5월	고양이 축제	Ypres
	7월	오메강(Ommegang)	Brussels
	2월	퀵른 카니발	Cologne
독일	9월	소세지 마켓	Bad Durkheim
	9월/10월	Oktoberfest	Munich
	9월/10월	베를린 축제	Berlin
	10월 말	프랑켄슈타인	Darmstadt
	2월 말~ 3월 초	카니발	Basel
스위스	7월	재즈 페스티벌	Montreux
	1월 말/2월	카니발	Venice
이탈리아	3월 또는 4월	부활절 축제	Florence,Rome, Prizzi
	5월 15일	촛불경주	Gubbio
	6월/7월	두세계 축제	Spoletto
	7월 2일/8월 16일	팔리오 축제	Siena
	5월 말에서 6월 중순	홍수축제	해변가 마을들
사이프러스	1월/2월	카니발	Patras
	4월	성조지 축제	Arachova
	8월/9월	에피다우로스	Epidaurus
	8월	히포크라테스 축제	Kos
덴마크	7월	재즈 페스티벌	Copenhagen
	9월 첫째 토요일	Arhus 축제	Arhus
핀란드	7월	민속축제	kaustinen
	8월 말-9월초	헬싱키 축제	Helsinki
오스트레일리아	5월 초-6월중순	비엔나 국제 축제	Vienna
	7월-8월	잘스부르크 축제	Salzburg
헝가리	2월말 or 3월 초	카니발	Mohacs
	3월	봄 축제	Budapest
폴란드	6월	Lajkonik 축제	Krakow
	5월-6월	프라하의 봄	Prague
체코와 슬로바키아	7월	민속축제	Vychodna
	3월	봄축제	Kreshnevo
러시아	6월/7월	백야	St. Petersburg
	12월25일-1월5일	러시안 겨울축제	Moscow
	5월-6월	장미축제	Kazanlak, karlovo
불가리아	5월24일-6월24일	음악 축제	Sofia
	9월-10월	예술 축제	Plovdiv

<표 4-5> 아메리카권의 대표적인 축제

국가명	시기	축제명	지역명
미국	2월 말 or 3월 초	마르디그라스	New Orleans
	4월 말	게이축제	San Francisco
	10월	환타지 페스티벌	Key West
	10월 말	할로인 행렬	New York City
	11월 1-14일	코나 커피 축제	Hawaii
	11월	타로 축제	Hawaii
캐나다	2월	겨울 축제	Quebec City
	7월 중순	밴쿠버 민속음악축제	Vancouver
	8월	아카디안 축제	Caraquet
	8월 20일-30일	캐리바나 축제	Toronto
과달로페	2월 말 or 3월 초	카니발	
	8월 첫째 토요일	음식 축제	Ponite-a piter
	2월 말 or 3월 초	카니발	port of Spain
멕시코	1월	1월 축제	Chiapa de Corzo
	5월	신코테마요	Puebla
	7월 마지막 주 월요일	게리게차	Oaxaca
	11월 1-2일	죽은자의 날	전지역
볼리비아	2월	촛불 축제	Copacabana
	2월 말 or 3월 초	악마들의 축제	Oruro
베네주엘라	5월/6월	악마들의 춤	전지역
	6월	San Juan의 드럼	Curiepe와 Barlovento 지역
페루	6월 중순	카르멘 축제	Paucartambo
	6월 24일경	태양신 축제	Cuzco
브라질	2월/3월	리오카니발	Rio de Janeiro
	8월 15일	바다 여신 축제	Fortaleza
푸에트리코	1월 중순	성 세바스티안거리 축제	Old San Juan
	2월 말/3월 초	카니발	Ponce
	2월 말/3월 초	민속축제	전지역
자메이카	8월	레게축제	Montego
바하마	12월 26일/1월 1일	준카누	Freeport, Nassau
칠레	12월 24-28일	피이스타	Andacollo

## 2. 외국의 지역축제 성공요인

인간은 축제를 통해서 문화를 향유하며, 공동체 의식을 확보하고, 경제적 부가가치를 높이며, 차원 높은 삶의 질과 가치를 창출하고, 인간애를 발휘할 수 있다고 볼 때, 그 중요성은 대단히 큰 것이다. 외국에서는 보다 효율적이고 성공적인 축제를 치러내기 위한 다양한 연구가 이루어지고 있다.

문화 산업의 측면에서도 외국의 경우는 높은 부가가치를 창출해 내는 축제가 많다. 예를 들면, 일본의 <가루이자와 축제>/ 프랑스의 <아비뇽 페스티벌>, 스위스의 <루체른 페스티벌>, 영국의 <에든버러 페스티벌.과 <BBC 프롬스 페스티벌>, 미국의 <할로윈 거리 축제>, 브라질의 <리오 카니발> 등은 엄청난 관광수입을 올리고 있다.

이벤트를 주요산업의 축으로 성공시킨 이웃나라 일본의 경우도 지역이벤트 실시결과의 명암은 극명하다. 330억엔의 예산투입, 6개월 운영으로 생산유발액 2조엔, 소득증가액 6,793억엔, 고용창출 14만 8000명이란 효과를 거둔 '81년 고베 포트피아 박람회와 233억엔의 예산투입, 6개월 간 운영으로 생산유발액 1,792억엔, 소득증가액 957억엔, 고용창출 2만 3천명의 경제효과를 거둔 '88나라 실크로드 박람회의 성공사례가 있는 반면 막연한 발상과 형편없는 계획으로 1억 6천만엔의 적자를 발생시킨 오이타현 나카쓰시의 '86 풍운의 나라 테크노피아는 6억 1672만엔의 예산에 지출이 7억 9300만엔이나 되어 적자가 불가피했다. 그리고 추진중에 중단되어 114억 6200만엔을 도쿄도가 파빌리온 참가기업과 부스제작권련기업에 손해 배상했던 '96 도쿄 세계 도쿄 세계도시박람회는 당초 92년에 계획 확정당시 총 사업비 2,000억엔, 7개월의 개최기간, 경제파급효과 1조 7108억엔, 고용유발효과 9만명을 예상했던 초대형 지역이벤트의 대표적 실패사례가 되었다

예를 들면 에든버러의 군악대축제가 세계적인 성공을 거둔 것은 도시 중심부에 있는 에든버러성이라는 지역특유의 역사자원을 연계시켜 스코틀랜드 백



파이프 군악대의 훌륭한 야외연극무대효과를 창출하였기 때문이다.

관광선진국인 미국, 영국, 프랑스, 이탈리아, 일본 등에서는 문화자원을 활용한 관광개발은 이미 적극적으로 실행되었던 지역개발전략이다. 한국정부도 최근에 문화산업, 관광산업을 디자인, 정보통신산업과 함께 「지식기반산업」의 핵심분야로 규정하고, 축제, 역사문화, 스포츠 등과 연계되는 소프트웨어 위주의 관광상품 개발을 적극 유도하고 있다.

예를 보면 축제나 이벤트를 통해 일년 내내 관광객을 끌어들이고 지역경제에 엄청난 파급효과를 가져오는 경우를 볼 수 있다. 영국 스코틀랜드의 에딘버러시는 축제전략으로 연간 1천 2백만명의 관광객을 유치하여 지역경제 활성화되고 있고, 독일 뮌헨의 10월 <맥주축제>의 경우 98년도 16일간의 맥주축제 기간 중 650만명이 축제장을 방문하여 약 14억 마르크(9,100억원)의 경제적 효과를 가져왔으며 고용효과는 1만 2천명에 이르렀다고 한다.

이들 외국 지역축제의 성공요인을 정리하면 첫째, 이들은 지역 특성을 충분히 살리고 있다는 점이다. 있는 그대로 그 자체가 그들의 크나큰 자원이고 자산이 되었다, 따라서 대규모의 재원을 투입하여 지역을 과해쳐 자연을 훼손할 필요도 없었고, 지역주민에게 불편과 피해를 안겨 줄 필요도 전혀 없었다.

둘째, 지역주민들의 강한 후원과 지지가 있었다. 어떻게 보면 전혀 불가능해 보이던 일들도 지역민들의 강한 믿음과 자발적인 협조로 가능하게 된 것이다.

셋째, 지역의 문화예술자원을 산업화하여 돈을 벌어들일 수 있는 경영 마인드를 갖추고 있다는 점이다. 휴양객을 위해 시작된 단순한 지역적 축제를 세계적인 축제로 만들고 나아가 이것을 브랜드화에 성공한 점이라든가, 메밀이라는 지역의 단순한 특산물을 축제와 이벤트 그리고 박물관으로 연결할 수 있었던 아이디어와 추진력, 또한 지역을 찾은 관광객이 편리하고 쾌적하고 만족스러운 관광과 나아가 정신적으로 어떤 감흥과 감동을 남길 수 있도록 하는 총체적으로 배려하는 자세와 함께 마을주민들의 친절과 서비스는 작은 지역의 문화예술이 산업화될 수 있는 원동력인 것이다.

넷째, 지역성이 약하고 역사성도 부족하고 특별한 자원이 지역 내에 존재하

지 않더라도 그들만의 문화예술산업을 일으켰다는 점이다. 즉 그 지역이 지나고 있는 공간적 특성, 지리적 입지, 교통의 연계성 등을 이용하거나, 없으면 남의 것이라도 받아들여 새롭게 창조할 수 있다는 것이다.<sup>35)</sup>

## 제 4 절 지역축제의 활성화 방안

어떤 축제가 성공적인가에 대한 판단은 다음 세 가지 측면에서 검토해 볼 수 있다. 첫째, 축제 주최 측의 입장에서 축제의 구성과 운영상의 효율성 여부이다. 여기에는 축제의 주제설정과 프로그램의 특성화가 이루어져 있는가? 홍보와 마케팅전략은 성공적으로 수행되었는가? 축제방문객의 수가 어느 정도인가? 축제추진기구와 인력은 효율적으로 운영되었으며 주민의 참여는 활발하게 이루어졌는가? 등을 기준으로 평가해 볼 수 있다. 둘째, 축제방문객의 입장에서 축제에 참여하여 축제 프로그램에 대해 어느 정도 만족감을 느꼈으며 서비스의 질에 대하여는 어느 정도의 만족을 느꼈는가 하는 점이 중요하다. 셋째, 지역사회의 관점에서 축제가 지역에 미친 경제적 효과는 얼마나 되며 기타 문화적 효과는 무엇인가를 기준으로 축제의 성공여부를 평가해 볼 수 있다.

우리의 지역축제는 많은 부분에서 축제의 본질에서 벗어나 있으며, 상당히 왜곡되어 진행되고 있다. 이미 축제에서 지역주민은 사라졌으며, 기억하기 싫은 경험으로 방문객들에게 각인되고 있으며, 단 한번만 어느 지역축제에 가 보면 다른 축제에는 가보지 않아도 되는 상황이 되었다. 이러한 상황 하에서 지역축제를 통해서 자치단체장은 돈을 벌겠다고 규모의 확대에 열심이다. 이러한 우리의 지역축제가 제 모습을 찾고, 나아가서 지역경제 활성화의 진정한 수단이 되기 위해서는 다음과 같은 측면에서 새로운 접근이 이루어져야 할 것이다.<sup>36)</sup>

---

35) 김익수·오연천, 「전환기의 지역경제정책」(서울:삼성경제연구소, 1998), p.319.

## 1. 특화된 축제 소재 발굴

흔히 광주·전남은 예향이라 불린다. 한국에서 가장 많은 도서를 낀 서남해 권역에 위치한 광주·전남은 한국 전통 문화와 예술의 특성을 가장 많이 보유하고 있는 지역이기 때문이다. 그런데 아직도 산재한 전통적 문화와 예술적 유산을 적극적으로 활용하지 못한 부분이 많다. 뿐만 아니라 다른 지역보다 많은 축제 행사를 시행하고 있음에도 불구하고 전시 행정적, 소모적 행사에 그치고 있기 때문에 그 성과를 기대하기 어려운 실정에 있다.

지역축제는 지역성을 근간으로 해야 함은 당연하다. 지역성은 곧 지역의 전통문화로 상징될 수 있기에 다양하게 전승되는 축제문화를 통해서 그 본질을 살필 수 있다. 우리가 고도의 산업화 사회에 살면서도 전통에 근거한 지역축제를 토론하고, 지역축제의 바람직한 정착과 발전을 논의하는 것도 따지고 보면 지역문화의 활성화가 곧 민족문화의 전통성을 확고하게 정립해 주기 때문이다. 지역축제를 제대로 이해하고 접근하려면 지역의 전통과 역사를 이해하고 동시에 그 지역에 살고 있는 주민과 동일 선상에서 축제를 생각하고 수용하여야 한다. 또한 지역민의 공동 이념과 현실적 삶의 모습, 미래 지향성, 문화의 이해 정도 등이 참작되어야 할 것이다. 지역성이 과도히 분출되어서도 곤란하지만, 지역특성이 근간이 되지 못한 축제의 설자리는 없을 것이다.

특히 각종 체육행사를 문화축제프로그램에 집어넣는 것은 가급적 줄여가든지 또한 지역특성에 맞게 토착화시키는 것이 중요하다. 예를 들면 외국의 모래축제나 눈축제의 경우에는 모래와 눈을 이용한 체육행사가 가능하고, 가면 축제로 유명한 이태리 베니스카니발의 경우 가면 쓰고 말경주대회를 한다거나 이색의상을 입고 축구경기를 하는 경우들을 참고 할 수 있다. 무형 문화자원을 보다 시각적으로 끌어내어 지역축제의 독특성을 보여주는 것도 중요하다. '03년 금산인심제의 경우 지역의 전설로 남아있던 '강처사 설화'를 마당

---

36) 송태갑, “향토축제와 지역 활성화,” 광주전남발전연구원, 리전 인포 54호, 2000. p.42.

극으로 이벤트 프로그램화하여 좋은 반응을 보였었다. 문제는 그토록 다양하고 독특한 지역축제를 지역주민의 축제에서 국가적, 세계적 축제로 발전시키는 일이다. 향토적인 축제에서 한국적인 축제로, 한국적인 축제에서 세계적인 축제로 명성과 위상을 높여가는 방안을 모색해야 한다. 그러자면 가장 향토적인 요소를 살려 독창적인 축제를 만들어야 한다.<sup>37)</sup>

전통민속축제는 테마축제는 축제의 프로그램 기획과 진행과정에서 향토색과 함께 지역문화의 독창성을 들어낼 수 있도록 깔끔하게 다듬어가는 작업이 이루어져야 할 것이다. 지역주민은 물론 외지인들의 참가 폭을 넓힐 수 있도록 색다른 홍보 전략을 세우고 집중적 지속적인 홍보활동을 펼쳐야 한다. 자치단체와 소수의 민간단체 그리고 일부 지역주민들만이 참여해 잔치를 벌이는 이른바 ‘그들 만의 축제’가 아니라 지역주민 전체가 관심을 갖고 행정이 지원하는 지역의 문화축제로 정착하고 성장해야 할 것이다.

지역축제를 관광 상품화하는데 있어서는 무엇보다 중요한 것은 지방마다의 독특한 문화적 전통과 지역적 특성을 반영한 그 지역만의 독특한 축제를 개발하는 일이다. 국내외의 성공적인 유명축제들은 모두 나름대로의 특색을 지니고 있다. 그런데 우리나라의 경우 전국적으로 수백 개의 축제가 있으나, 축제의 프로그램을 들여다보면 내용이 거의 비슷비슷하다. 이와 같은 천편일률적이고 선례 답습적인 축제프로그램으로는 외지관광객을 끌어들이기는 불가능하다. 최근에 와서 새로 생겨난 축제들 중에는 모방성 축제가 많다. 영화축제가 인기를 끌면 영화가 아무런 관련도 없고 극장시설도 거의 없는 곳에서 영화축제를 열고, 연극축제가 유명하면 여기저기서 연극축제를 연다. 이처럼 지역의 문화적 전통이나 산업기반을 고려하지 않은 단순 모방식 축제로는 축제의 성공을 기대할 수 없다. 지역축제들의 연륜이 오래된 축제일수록 ‘지역주민통합형 축제’이다. 다시 말해서 지역의 모든 것을 끌고루 보여주려는 것이다. 그러다 보니 축제의 맛이 밋밋하다. 이것이 축제가 관심을 끌지 못하고 매너리즘에 빠지게 되는 단초가 된다.

---

37) 이각규, 「21세기 지역이벤트 전략」, 서울: 커뮤니케이션북스, 2000, pp.16-17.

## 2. 축제에 대한 목표 명확

무엇보다도 왜 축제를 하는가에 대한 명확한 목표설정이 있어야 한다. 다시 말하면 축제의 컨셉이 분명해야 한다는 것이다. 그러기 위해서는 축제별 성격에 따라 접근방법이나 인식이 달라야 한다. 산업관광축제의 경우 그 주목적이 경제적 이득을 얻기 위한 철저하게 특산물이나 관광을 이용할 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다. 대신 전통문화축제에서는 경제적 효과는 산업관광축제와 비교해보면 그렇게 크게 비중을 두지 않아도 된다는 생각이다. 전통문화의 보존·발굴·발전은 돈으로 계산할 수 있는 것이 아니다. 지역주민간의 일체감, 이를 통한 질 높은 문화 향수의 기회를 제공했다면 그 자체로 의의가 있는 것이다. 사실 제대로 된 전통문화축제라면 굳이 경제적 득실을 계산하지 않더라도 충분히 수지타산을 맞출 수가 있다는 주장도 있는 것을 보면(임재해, 2000), 축제에 대한 컨셉을 제대로 설정한 후에 그에 따라 행사를 제대로 진행시키는 것이 중요함을 알 수 있다. 축제에 대한 명확한 목표 설정에는 현재의 종합축제에서 나타나고 있는 백화점식 프로그램의 운영방식을 시정하는 것도 포함한다. 종합축제라고 해서 모든 것을 다 포함하는 그런 식의 축제가 아니라 정말 주민들이 원하는 것이 무엇이고 그 지역에서 필요로 하는 것이 무엇인지를 명확히 하는 그런 축제가 되어야 한다. 그런 후에는 이의 성공적인 개최를 위해 마케팅의 적절한 활용이 요구된다.<sup>38)</sup>

---

38) 이광화·김영준, “체험관광상품 개발 활성화방안,” 한국관광연구원, 1999. pp.11-12.

### 3. 테마별 축제 개발

축제의 테마는 다음과 같은 세 가지로 나누어 볼 수 있다. 시간이 흘러도 변화하지 않는 메시지를 담고 있는 핵으로서의 ‘코어 이벤트’를 설정해야 한다. 부대 이벤트 (서브 이벤트)는 코어 이벤트와 동일한 성격을 가지면서도 코어 이벤트를 뒷받침해 주는 것이어야 한다. 이벤트와 동일한 성격을 가지면서도 코어 이벤트와 부대 이벤트만으로도 구성될 수 있지만, 축제의 매력을 더욱 높이기 위해서는 시대의 수요에 대응한 ‘가변적 이벤트’를 첨가할 필요도 있다. 매년 또는 매해 동일한 축제를 되풀이하는 경우 그 중심 이벤트는 불변하더라도 부대 이벤트에는 변형을 가할 필요가 있으며, 적절히 이벤트의 의미를 북돋우는 가변 이벤트를 가미해야 하는 것이다 참여자들의 호기심은 날로 변하는 것이며, 또한 경쟁적인 축제의 동향과 전회의 참여자들에 대한 배려도 해야 하기 때문이다. 축제가 외부로부터 관광객을 모으는 유인력을 갖기 위해서는 이상과 같은 세 가지의 요소를 적절히 조화시킬 필요가 있는 것이다<sup>39)</sup>.

지역축제는 지역의 모든 자원을 결합한 표현이다. 그 표현 결과는 지역의 모든 것을 미리 느끼게 한다. 그래서 자연 친화적인 지역축제들은 지역 농산물 판매와 지역이미지를 동시에 기대할 수 있는 것이다. 단순히 나비나 반딧불이 사랑하는 축제라면 돈이 아깝다. 그러나 그 작은 생물이 지역에 남겨주는 선물은 두고두고 커진다. 그런 점에서 하늘에 떠 있는 별, 물 속에 잠겨있는 다슬기, 산속에 날아다니는 새, 저녁놀을 물들이는 낙조, 그저 가만히 언제나 같은 모습으로 있는 지평선이나 수평선이 축제이벤트 소재가 된다.

문화축제는 지역의 문화이외에 더 큰 뜻을 담아야 한다. 역사를 말하고, 인물을 말하고, 지역의 미래를 말할 수 있도록 꾸며져야 한다. 관광축제에 대하여 거는 기대는 당장의 수익보다도 미래 지향적인 잠재고객의 유인에 있다.

---

39) 박현지, 「인터넷시대의 관광이벤트론」, 서울 : 형설출판사 1998, p.38.

그러므로 지역의 모든 것을 종합적으로 보여주는 연출이어야 한다. 첫째는 주제의식을 세워야 한다. 매너리즘에서 헤매는 축제는 대부분 주제의식이 희박하다. 그래서 함께 헤매는 것이다. 세상사가 다 그렇듯이 주제의식이 뚜렷하고, 목적이 분명하고 지향하는 바가 확실하면 그 방법은 정당성을 얻는다. 축제의 주제의식은 명목상으로는 모두 대단하다. 그러나 실질적인 주제의식은 빈약하다. ‘지역문화의 창달’이라는 명목가치보다는 보다 구체적인 실질가치를 추구하는 축제로 변환시켜야 관심을 끈다. 그래야 독창적인 아이템은 빛을 본다. 추진위원회도 명목목표보다 실질목표를 갖고 일해야 한다.

#### 4. 지역성의 확보와 축제의 역사성 인식

지역성을 전제로 하는 지역축제가 마련되어야 한다. 지역성은 인위적인 것이 아니며, 오랜 시간을 통하여 축적된 것으로서, 우리의 의식 속에 잠재되어 있는 것으로서, 지역축제를 통하여 자연스럽게 발산될 수 있도록 하여야 한다. 이것은 곧 지역축제의 정체성이라고 할 수 있다.

지역축제가 갖추어야 할 또 하나의 조건은 역사성에 대한 인식이다. 지역축제는 곧 지역에 내재되어 있는 지역문화의 하나의 외적인 표현이라고 할 수 있다. 따라서 외견상으로는 하나의 행사이지만, 여기에는 수많은 사람들의 삶의 양식과 경험, 인식, 협력, 의식, 그리고 오랜 시간의 흐름이 존재하고 있다.<sup>40)</sup> 지역축제를 함은 곧 지나간 오랜 시간과 수많은 과거의 사람과의 대화를 의미하는 것이다. 만들어지는 것이 아니라 깨닫게 되는 것이다

---

40) 정두진 외, 「관광이벤트」, 서울: 학문사, 2001, p.39.

## 5. 철저한 기획과 적극적인 홍보전략

집객이라는 포인트에서 축제의 성공요인을 제시한다면 다음과 같이 네 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 축제는 오락성을 충족하고 있어야 한다. 재미가 있어야 한다는 것이다. 축제의 준비에 임해서는 참가자들에게 무엇을, 얼마만큼 즐겁게 해 줄 수 있는지를 반문해 보아야 한다. 사람들이 기꺼이 돈을 지불하게 하는 이유를 제시할 수 있어야 한다. 먼 거리를 달려온 사람들이 하루 정도를 묶으면서 참여할 테마가 더욱 필요하다. 축제는 억압되고 간과되었던 감정의 표현이 사회적으로 허용된 기회이므로, 그 탈일상성의 경험을 통한 즐거움을 주는 것이어야 한다.<sup>41)</sup>

둘째, 축제는 독창성이 있어야 한다. 원래 축제는 그 지역이 다른 지역과는 왜 다르며 어떻게 다른가를 보여주는 발표회이기도 하다. 축제를 보고 참여하러 온 사람들은 그 축제를 다른 곳에서는 볼 수 없기 때문에 찾아온 것이다. 그저 다른 지방의 것을 흉내 내거나 미니 이벤트를 이리저리 짜집기하여 나열해 놓은 것이라면 굳이 그 축제에 참여할 이유가 없는 것이다. 축제의 독창성을 위해서는 그곳에서 팔고 있는 기념상품도 차별성이 있어야 한다. 다른 곳에서는 살수 없는 물건을 판다는 것도 그 축제의 독창성을 더욱 부각시키는 효과가 있다.

셋째, 화제성이 있어야 한다. 축제가 성공을 거두기 위해서는 일단 축제에 한 번 참여한 사람들의 입에서 축제에 관한 많은 이야기가 전파되도록 다양한 화젯거리를 제공해 주어야 한다. 구전통신이 가동될 수 있도록 해야 한다는 것이다. 왜냐하면 무수히 경합하는 축제들 중에서 보다 많은 관객을 유치하기 위해서는 공식적인 광고나 팸플릿 등을 통한 선전만으로는 부족하기 때문이며, 먼저 다녀온 사람들의 평가가 새로운 관광을 창출하는 기본이기 때문이다. 따라서 오리지널 캐릭터를 개발하는 것은 기본이고, 유명 연예인 등

---

41) 김익수·오천연, 「이것이 이벤트다」, 서울: 삼성경제연구소, 2002, pp.31-32.



인기 스타를 적절히 동원한다든가, 축제에 얽힌 재미있는 에피소드 등을 개발함으로써 참가하고 싶은 호기심을 불러일으켜야 한다.

넷째, 고정고객을 확보해 두어야 한다. 축제는 원래 그 지역의 산업과 역사 등에서 연원하는 것이므로 지역의 산업계나 문화단체 등이 주체자적인 입장에서 평상시부터 지역간 교류인구의 증대와 지역 내 신규수요층의 개발에도 노력해두어야 한다. 또한 매년 되풀이하여 참여하는 열성팬을 개발함과 아울러 평소 주변 초·중학교 어린이를 대상으로 축제의 테마와 관련한 미술대회 내지는 공모전 등을 실시함으로써 잠재수요의 현재화를 도모하는 정지작업을 하는 것도 중요하다.

## 가. 축제의 디자인

축제는 독창적 아이디어가 생명이다. 그러나 그 아이디어는 실현가능성과 성공가능성이 면밀히 검토되고 철저한 준비과정을 거친 뒤에야 성공할 수 있다.

다음은 축제기간의 조기확정과 조기홍보의 필요성에 관한 사항이다. 공사에 후원명칭 사용 및 홍보협조를 요청하는 대다수 지역축제의 경우 행사를 한두 달 남짓 앞두고, 행사내용을 모두 확정된 다음에 이를 요청하고 있다. 이 경우 대부분은 전국적인 축제는커녕 그야말로 지역축제에 머무르고 만다. 특히 외국인 유치를 고려하는 축제라면 최소한 1년 전에 행사기간의 확정과 홍보물 제작이 완료되어야 하고, 나아가 축제개최 시기도 정례화 되어야 할 것이다.

축제에 있어, 축제의 핵심요소인 기본구상(주제 및 방향)에 근거하여, 디자인 요소로서 잘 구현되어 축제관련 시설에 적용되고 있는지 다시 한번 검토해 보아야 할 것이다. 즉, 축제의 주제성 부각과 대외 홍보를 위해 심벌마크 및 캐릭터, 로고타입, 지정색등 개념에서 여러 가지 디자인에 예산을 들여 개발은 많이 들 하고 있으나, 정작 현실적인 디자인 요소 적용은 아직도 걸음

마 수준이며 개성적이라 할 수 있다<sup>42)</sup>.

향후 지역축제에 관련한 시설 및 사인물의 디자인 요소적용에 있어, 축제의 기본구상이 어떻게 구현되는냐는 상당히 중요한 과제라 할 수 있다. 그리고 어느 특정 시설 및 기획 구상단계에서부터 기본구상개념(주제 및 방향)의 구현을 디자인 요소로서 어떻게 표현 또는 적용할 것인가에 대해 주최 측 관계자, 이벤트 전문가, 시설디자이너가 머리를 맞대고 고민해야 할 것이다. 또한 디자인 결정도 주최 측 일부 인사의 주관적 결정이 아닌 이벤트 CI 개념에서 주제성 부각과 홍보적 요소, 참가대상에 대한 편의성 및 배려적인 근거로서 이루어져야 한다. 축제 개최에 있어서 기본구상의 구현은 대단히 중요하며, 주제성 전달, 대외홍보, 집객동원, 만족도체감 등에 있어, 디자인요소를 통한 시각적 표현이 가장 전달이 빠르며 효과적이라 할 수 있다. 그리고 대중의 기억에도 오랫동안 남아 있을 것이다.

## 나. 참신한 홍보전략

우리나라 지방축제를 준비하는 가운데 가장 소홀하게 취급해온 분야 가운데 하나가 홍보 전략이다. 특히 지방축제 때 프로그램 확정이나 이벤트 진행 순서가 뒤늦게 결정되어 축제시작 1,2주전에 본격적인 홍보 전략에 돌입하는데 최소 6,7개월 전에 개최 일정이 확정되고 홍보 전략이 수립, 구사되어야 한다. 언론매체를 잘 이용하기 위해 대책도 강구되어야 구체적으로 언론매체의 후원을 얻어내는 작업, 화제를 만들 수 있는 보도발표자료 작성과 발표 시기 포착 등에 세심한 주의를 기울여야 한다. 홍보라면 언론매체에 소개하고 안내서나 포스터 또는 현수막의 제작과 배포로 여겨온 경향이 강하였는데, 체계적인 홍보가 되어야 한다.<sup>43)</sup>

---

42) 이각규, “관광한국의 미래 관광마케팅,” 광고정보 3월호, 2001. p.32.

43) 박정선, 「이것이 이벤트다」, 서울: 도서출판 컴퓨터 1999, p.130.

## 6. 1시·군 1대표 축제 적극 육성

축제의 이미지와 관련하여 국내외적으로 통할 수 있는 테마를 개발하여 그 테마에 충실해야 한다. 아울러 매년 축제의 테마에 따른 보조 테마를 선정하고 이에 따른 프로그램을 개발하여 차별화 하는 것이 바람직하다. 예컨대 함평나비축제의 경우 나비가 주는 친환경적 이미지와 환경농업을 연계시켜 농업의 부가가치를 제고시키려는 것이 대표적인 예라고 볼 수 있다. 이와 같이 지역축제 중에서 지역특성과 문화 예술성, 향후 발전 가능성 등 지역은 물론 국제적으로도 인정받을 수 있는 1시·군 1대표 축제를 적극 육성해 나가야 한다.

## 7. 전문 인력의 양성 및 확보

축제는 지역의 주민이 주인으로서의 위상을 회복하고, 지역의 리더와 공무원들은 스스로 역할을 자각하고 경험을 축적하는 학교로서의 기능을 수행하도록 하는 것도 중요하다. 축제는 시민의식의 문화를 도모하는 중요한 수단인 동시에 지배계층과 일반 주민이 공유하고 공감하는 마당이 되어야 한다. 그러므로 축제는 해를 거듭할수록 지역 내의 인력으로 보다 세련된 기획<sup>44)</sup>과 운영을 할 수 있는 지적축적과 주민들의 참여태도가 성숙해지는 교육기능을 수행하도록 하는 것이 중요하다.

특히 절대 부족한 문화이벤트 전문가 확보는 시급히 해결되어야 할 문제로 제기되고 있다. 지역의 열악한 문화환경은 문화 인력의 육성을 저해 또한 육성된 인적 자원마저도 시설, 재원, 기회의 중앙 집중에 따라 지역의 문화 인력이 중앙으로 이전하는 결과를 초래함으로써 지역문화발전의 가장 중요한 토대를 이루는 인적 자원이 부재한 실정이다.

축제가 성공하기 위해서는 좋은 공연 기획자도 필요하고 운영의 노하우도

---

44) 김익수·오연천, 「전환기의 지역경제정책」, 서울:삼성경제연구소, 1998, p.13.

쌓여야 한다. 연출이나 마케팅에 필요한 인력도 있어야 하고 지역의 산업기반이나 축제인력도 뒷받침되어야 한다. 특히 이 중에서도 축제의 경험을 통한 축제운영의 노하우가 매우 중요하다.<sup>45)</sup> 또한 문화관광은 다년간의 경험과 지식의 축적 없이, 순환보직 중에 한직으로 1~2년 여간 근무할 수 있는 그런 분야가 아닌 만큼, 관광부서 직원들에 대한 순환보직 억제와 전문성 제고를 위한 교육 및 인센티브 등이 필수적이다.

문화를 받아들일 수 있는 향유능력을 육성시킴으로써 소비자의 문화적 욕구에 부응할 수 있는 생산자와의 관계 형성이 지자체의 ‘문화정책’이라고 볼 수 있다. 그러나 이러한 문화정책을 위해서는 문화를 향유할 수 있는 대상을 양성하는 것이 중요하다. 지역 문화관광사업의 토대는 지역의 관광 명소, 유명 사찰, 중요한 선사 및 역사유적지, 국보와 보물로 지정된 중요 유물, 민속놀이와 마을 축제, 지역 특산물, 숙박지, 음식점 등에 대한 모든 정보를 자료화하는 기능, 이를 바탕으로 문화관광 프로그램을 개발하는 기능, 문화관광요원과 관광객을 연결하는 기능, 주민의 문화욕구를 충족시키는 과정 개발과 문화관광요원의 재교육 기능 등을 포괄한다.

문화행정이 이상으로 중요한 것이 예술경영 전문가이다. 산업에서 중요한 자리를 차지하는 것이 마케팅이다. 제품을 만들었으면 그것을 시장에 내다 팔아야 한다. 팔지 않고 만들기만 한다면 공장은 문을 닫아야 한다. 그러니깐 어떤 상품을 만들어 어떻게 팔아야 수익을 올릴 수 있을까 하는 것을 연구 실천하는 분야가 다름 아닌 마케팅이다. 마케팅을 구성하는 네 가지 요소는 상품(product), 가격(price), 장소(place), 촉진(promotion)이다. 이것을 문화예술에 적용하면 그것이 다름 아닌 예술경영이다. 더 쉽게 설명하면 예술창조자와 수용자, 즉, 대중과 연결해주는 중간 매개자가 다름 아닌 예술경영전문가이다. 즉, 기획자에서부터 홍보원, 판매자 등이 모두 예술경영자이다. 그런데 그동안 우리나라는 그런 전문가가 없었다. 그 결과 극장, 전시장 등은 따로 놓고 관중은 관중대로 따로 놀 수밖에 없었다.<sup>46)</sup> 마치 중매쟁이 없이 결

---

45) 최재완, 「이벤트의 이론과 실제」, 서울:커뮤니케이션북스, 2001, p.191.

혼성립이 어려웠던 것과 유사하다. 우선 정부에 고위 문화행정가들이 없었기 때문에 문화정책 수립이란 것이 주먹구구식이나 전혀 창의성 없는 선진국 모방에 그칠 수밖에 없었다. 그러니까 우리 실정에 맞는 문화정책이 어떠해야 하는가를 알 수가 없는 것이다. 이처럼 문화공간이 활성화되려면 우선 일반 행정가가 아닌 문화행정가들이 있어야 되고 예술경영전문가들이 있어야 되는 것이다.<sup>47)</sup>

## 8. 주민이 주체가 되는 지역축제

시장, 군수를 포함한 축제 관련자들이 축제에 대한 인식을 더 넓고, 깊게 가져야 하며, 축제의 주체가 민주도, 관후원 체계로 전환되어야 함은 물론 민주도로 가기 위해서는 민간 분야의 역량이 성숙되어야 한다. 지역축제는 특정 집단이나 개인의 것이 아니라 지역공동체가 공유하는 대표적인 공공재라고 할 수 있다. 따라서 지역축제와 지역문화의 형성과정이 그러하듯이, 지역축제를 보다 발전시키고 나아가서 경제적 부가가치를 보다 많이 창출할 수 있도록 하기 위한 주체는 지역주민이어야 한다. 지역축제나 문화가 지역주민의 삶의 양식의 자연스러운 표현이라면, 이것은 지극히 당연한 것이다. 따라서 현재 우리의 경우와 같이 관이 축제의 형성에서 운영, 경제자원화 등 모든 부문에서 주도하는 양태는 바람직한 지방화의 실현을 위해서도 반드시 지양되어야 할 것이다.

---

46) 정강환, 「이벤트관광전략: 축제와 지역활성화」, 서울:일신사, 1999, p.27.

47) 박정선 「이것이 이벤트다」(서울 : 도서출판 컴퓨터 1996) pp.130-131.

## 9. 고객 감동을 위한 접근전략

주민의 마음이 따듯한 곳에서는 찾아오는 외지의 방문객들도 그들이 지역에 머무르는 동안만큼은 스스로 주민이 된다. 이들은 단 하루를 체류하더라도 ‘주일 주민’으로서의 권리를 가지고 한 사람 한 사람까지도 모두가 주인공으로 참여할 수 있도록 배려하고 있을 경우에만 가능하다. 모두가 저마다의 주인공으로서 참여하도록 하기 위해서는 연출자와 배우와 관객이 하나가 되는 ‘마당’의 구성이 필요하다. 따라서 주체와 객체 사이를 오가는 쌍방향 식 교감을 연출하는 프로그램의 구성도 중요하다.

대부분의 축제에서 축제방문객에 대한 세심한 배려는 찾아보기 어렵다.

지역축제의 개최목적이 관광객 유치를 통한 소득증대에 있다면, 축제의 고객은 관광객이며 개최 시 · 군과 축제 추진위원회는 고객을 맞이하는 축제 판매업체 종사원에 해당한다. 이제 축제도 공급자 위주 기획에서 벗어나 관광객들에게 만족을 줄 수 있는 개막식, 관람객 참여프로그램, 특산품 판매 및 편의시설 등 고객만족으로의 전환이 필요하다. 축제장에 단체 관광객을 유치하기 위해서는 축제기획 단계부터 인 바운드 여행사 등 전문여행사의 의견수렴이 필수적이다. 대다수 지자체가 이벤트회사는 활용하지만, 여행사의 중요성이 대한 인식부족으로 이들을 활용하지 못하고 있다.

## 10. 철저한 사후관리

아무리 철저하게 축제를 준비하고 실시하더라도 처음에는 시행착오를 겪게 마련이다. 그러므로 이러한 시행착오를 줄이고 성공적인 축제로 성장하기 위해서는 축제에 대한 철저한 기록과 전문가에 의한 축제 평가가 필수적이다. 객관적이고 철저한 축제방문객 조사를 통하여 축제방문객들의 성향과 만족도 및 불만사항들을 파악하여 다음 축제에 피드백(feedback)하려는 노력이 이루어

어져야한다. 또한 경제효과분석을 통하여 이벤트를 통한 지역유입액과 지역의 유출액을 분명하게 측정하고 어느 부분에서 이익이 실현되었는지를 알 수 있도록 경제적 효과를 측정하는 조사를 실시하여야 한다.

## 11. 지역축제의 재원 확보

지역축제에 있어서 재원확보의 안정성이 과제로 지적되고 있다. 축제 개최의 궁극적 목적의 하나가 지역 활성화라고 전제할 때 소비적인 축제가 아닌 생산적인 축제가 되기 위해서는 주최 측의 경영마인드가 중요하다.

이를 위해 먼저 스폰서쉽 유치에 노력해야 한다. 우리나라 지방자치단체의 지방재정자립도는 일부 광역자치를 제외하고는 모두 열악한 실정이다. 현재 전국 대부분의 축제행사는 주어진 예산 하에서 계획되고 실행되므로 행사의 규모가 제한적일 수 밖에 없는 한계를 지니고 있다.<sup>48)</sup> 따라서 축제와 관련 있는 민간업체를 중심으로 적극적인 스폰서쉽 유치가 필요하다. 기업의 협찬을 받으면 협찬기업은 반대급부로 제품의 홍보효과를 가져올 수 있다는 점을 홍보수단으로 활용하는 것도 가능하다.

두 번째는 기념품 개발과 판매를 축제 기획 단계부터 추진해야 한다. 축제 관련 기념품을 개발하기 위해서는 공모전을 이용한 축제프로그램 아이디어를 모아, 이를 인터넷 홈페이지 디자인, 캐릭터 상품에 활용할 수 있다. 라이터, 담배케이스, 기념배지, T셔츠 등 각종 기념품일체를 제작·판매하여 수익을 확보할 필요가 있으며 이와 관련하여 기념품을 개발·제작할 지역중소기업을 육성하는 것도 필요하다.

세 번째는 정부의 지원을 확보해야 한다. 정부가 지원·육성하는 축제로 선정되면 지원금과 해외홍보 등의 지원을 받게 되는데, 중앙정부에서 지원금을 형평에 따라 배분하기 때문에 축제를 직접 집행하는 지방 정부에서는 재원이 충분하지 않을 수 있다. 이에 중앙정부는 관광축제의 중요성을 인식하고 의

48) 정강환, 「이벤트관광전략」, 서울 일신사, 1996. pp.39-41.

화획득과 지역축제 활성화의 측면에서 적극적으로 지원할 필요가 있다.

네 번째는 축제 기금을 장기적으로 적립해 나가야 한다. 축제로 인해 얻은 수익금의 일부는 지속적인 운영을 위한 적립하여 지역축제발전을 위한 재원으로 활용하여야 한다. 현재 축제를 통한 수익사업은 미미한 실정이나 향후 축제가 활성화되기 위해 다양한 제품 판매나 입장료 부과를 고려해 볼 수 있다. 또, 축제와 관련하여 복권발행을 통한 재원의 확보를 검토해 볼 수 있다.

또 이밖에 새로운 대안으로 제3섹터 개발방식의 도입이 제기되고 있다. 본래 제3섹터라는 것은 제1섹터인 국가와 지방자치제 활동분야와 제2섹터인 민간기업의 활동분야 등 개발주체가 가진 장단점을 상호보완하고, 사업개발을 능률화하여 투자효과를 크게 하기 위해 양자의 장점을 살리는 방식으로서 민관공동의 제3섹터에 의한 개발방식이 지역축제의 재원에 관해 언제까지나 국민의 세금에만 의존할 것이 아니라 일정시점에 이르면 자립할 수 있는 기반 구축이 필요하다.



## 제 5 장 결 론

앞에서 우리는 문제점을 지적하여 보고 그에 따른 대처방안을 살펴보았다. 우선, 지역축제 대부분이 관의 주도에 의해 발생되어 축제로서의 자생성이 미약하며, 실적위주의 형식적인 축제가 되어 주민의 참여가 구조적으로 제한되는 문제점을 가지고 있으며, 축사와 환영사 등으로 주민들을 각종 프로그램에 참여시키기보다는 이들에게 보여주는 행사로 개최되는 경향이 강하다는 것을 알았다.

시장, 군수를 포함한 축제 관련자들이 축제에 대한 인식을 더 넓고, 깊게 가져야 하며, 축제의 주체가 민주도, 관후원 체계로 전환되어야 함은 물론 인간 분야의 역량이 성숙되어야 하겠다. 따라서 관이 축제의 형성에 운영, 경제 자원화 등 모든 부문에서 주도하는 양태를 벗어나 바람직한 지방화 실현이 시급하다 할 수 있다.

둘째, 지역성과 지역문화가 짝 찬 축제가 아니라, 전국 어디에서나 볼 수 있는 지역성이 없는 공허한 축제를 개최하고 있으며, 차별성을 발견하기 힘들다는 점을 들 수 있었다. 그리고 관광축제 구성에서도 종전처럼 방향성 없이 각종 이벤트를 마구 끌어들이어 종합예술제 형식으로 전해하는 식의 문제점도 찾을 수 있었다.

지역성을 전제로 하는 지역축제마련이 시급하다. 지역성을 인위적인 것이 아니며, 오랜 시간을 통하여 축적된 것으로서, 우리의 의식 속에 잠재되어 있는 것으로 지역축제를 통하여 자연스럽게 발산될 수 있도록 하여야 한다.

이는 특화된 소재를 발굴해 내지 못하고 있다는 것을 의미한다. 지역축제를 관광 상품화하는데 있어서는 무엇보다 소재의 발굴이 필요하다. 향토적인 축제에서 한국적인 축제로, 한국적인 축제에서 세계적인 축제로 명성과 위상을 높여가는 방안을 모색해야 한다. 그러자면 가장 향토적인 면을 살려가는 독창적인 축제를 만들어야 한다.

셋째, 지역축제들이 특정한 시기에 편중되어 열리고 있다는 점을 들 수 있다. 우리나라의 경우 축제의 대부분이 단오나 추석과 연결되어 열리고 있다. 이는 외래 관광객의 연중 분산관광, 관역 주제별 벨트화환 연계관광의 효과를 떨어뜨리는 점을 지적할 수 있었다.

계절별로 날씨 별로 할 수 있는 체육행사와 연계하여 각지방의 특색을 엮어 진행 할 수 있는 프로그램을 진행하여 외래 관광객 유치에 힘을 써야 할 것이다.

넷째 축제를 관광 상품으로 할 수 있는 마인드의 부족으로 행사안내가 미약하고, 축제의 기본요건들이 부족하다는 점을 들 수 있다.

이를 뒷받침하기 위하여 국비보조를 지원할 경우 대상 단체의 성격 및 행사 등에 대한 세부적인 검토와 고려를 통하여 객관적인 기준에서 나누기식보다 집중적 지원을 고려해야 할 것이다. 또한 방문객을 우선화하여 서비스 정신의 함양을 통한 교육의 실시가 필요한 시점이다.

다섯째, 행정기관의 전문성 미약으로 인해 창의성과 기획력이 미약하고 기본골격 외에는 대부분의 행사내용을 민간업체, 이벤트회사에 일임함으로써 축제가 달성하려고 하는 목적을 제대로 반영하지 못하는 결과를 들 수 있다.

이는 축제에 대한 명확한 목표설정이 이루어지지 않기 때문이라 볼 수 있다. 축제의 컨셉을 분명하게 해야 한다는 것이다. 그러기 위해서는 축제별 성격에 따라 접근방법이나 인식이 달라야 한다. 산업관광축제의 경우 그 주목적이 경제적 이득을 보기 위한 철저하게 특산물이나 관광을 이용할 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

또한 관련있는 이벤트를 계획하여 보다 백화점식의 판매목적을 위한 이벤트가 아닌 내실있는 이벤트의 마련이 절실하다 하겠다.

이상으로 문헌조사와 지역축제 비교분석 방법을 활용하여 지방화시대의 지역축제가 갖는 의의와 파급효과에 대한 이론적 고찰하여 보았다. 이를 바탕으로 내실 있는 지역축제가 마련되고 바탕이 되길 바라는 바이다.

## 참 고 문 헌

- 강인원 · 고희석, “문화관광축제의 활성화 방안에 관한연구-축제행사의 운영, 관리를 중심으로,” 「문화관광연구」 제5권 1호, 한국문화관광학회, 2003.
- 김상혁 · 고희석 · 김순하, “지역축제 관광객의 시장세분화와 선택속성에 관한 실증적 연구,” 한국관광학회, 「관광학 연구」 제 24권 1호, 2000.
- 김희진, 「신 이벤트 마케팅 전략」, 서울 : 커뮤니케이션북스, 1998.
- 박정선, 「이것이 이벤트다」, 서울 : 도서 출판사, 1999.
- 박철 · 손해식 “지역문화축제에 대한 외래분석적 접근과 관광상품화 전략,” 「관광학연구」 제 22권 2호 2002.
- 박현지, 「인터넷시대의 관광이벤트론」, 서울 : 형설출판사, 1998.
- 석용수, “지역축제 이벤트의 활성화 방안,” 안동대학교 석사학위 논문, 1993.
- 송시열, “광주 · 전남 지역축제의 문화관광자원 개발전략에 관한 연구,” 조선대학교대학원 박사학위논문, 2005.
- 송태갑, “향토축제와 지역 활성화”, 광주전남발전연구원, 리전 인포 54호, 2000.
- 신선호, “광주전남의 지역축제 활성화를 위한 경영전략,” 조선대학교 정책대학원 석사학위 논문, 2002.
- 심광현 · 이동연, 「문화사회를 위하여」, 서울 : 문화과학사, 1999.
- 우성화, “이벤트 전문교육의 활성화 방안에 관한 연구,” 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문, 1997.
- 이각규, 「21세기 지역이벤트 전략」, 서울: 커뮤니케이션북스, 2000.
- 이광희 · 김영준, “체험관광상품 개발 활성화방안,” 한국관광연구원, 1999.
- 이송미, 「한국의 축제」, 서울 : 성하출판사, 1999.

- 이정실 · 양일용, “지역축제방문동기 세분화 및 만족의 차이 : 부산 국제아트페스티벌 중심으로,” 한국관광레저학회, 「관광레저연구」 14권 3호, 2003.
- 장영렬 · 이시혁, 「이벤트 계획 실무」, 서울 : 커뮤니케이션북스, 2002.
- 전소희, “지역문화축제의 관광상품화에 관한 연구,” 명지대학교 대학원 석사학위 논문 1998.
- 정강환, 「이벤트관광전략 : 축제와 지역활성화」, 서울 : 일신사, 1999.
- 정근석, 「축제, 민주주의, 지역 활성화」, 서울 : 새길출판사, 1999.
- 정두진 외 「관광이벤트」, 서울 : 학문사, 2001.
- 채용식, 「관광축제 이벤트론」 서울 : 학문사, 2001.
- 최재완, 「이벤트의 이론과 실제」, 서울 : 커뮤니케이션북스, 2001.
- 한국문화정책개발원, 「향토축제 활성화를 위한 모형개발 연구」, 1994.
- 한상수, “한국축제의 현실과 활성화방안,” 「광고정보」, 2001.

A. Ehrentraut, "Heritage Authenticity and Domestic Tourism in Japan," *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, No. 2, 1993.

B. N. Lewis. "The museum as an educational facility." *Museum Journal*, Vol. 80, 1980.

C. M. Hall. "The effects of hallmark events of cities." *Journal of Travel Research*, 1987.

L. Richard Howell. Small Town Tourism Development, Recreation Travel & Tourism Institute, 1998.

R. Prentice. Tourism and heritage attractions, 1992.

World Tourism Organization, International Tourism: A Global Perspective, Madrid, 1997.

고흥군청(www.goheung.go.kr)

광양시청 ([www.gwangyang.jeonnam.kr](http://www.gwangyang.jeonnam.kr))  
구례군청 ([www.gurye.go.kr](http://www.gurye.go.kr))  
목포시청 ([www.mokpo.go.kr](http://www.mokpo.go.kr))  
무안군청 ([www.muam.go.kr](http://www.muam.go.kr))  
문화관광부홈페이지 ([www.mct.go.kr](http://www.mct.go.kr))  
순천시청 ([www.suncheon.go.kr](http://www.suncheon.go.kr))  
여수시청 ([www.yeosu.go.kr](http://www.yeosu.go.kr))  
완도군청 ([www.wando.go.kr](http://www.wando.go.kr))  
전라남도 홈페이지 ([www.Jeommam.go.kr](http://www.Jeommam.go.kr))  
진도군청 ([www.jindo.go.kr](http://www.jindo.go.kr))  
함평군청 ([www.hampyeong.jeonnam.kr](http://www.hampyeong.jeonnam.kr))  
해남군청 ([www.haenam.jeonnam.kr](http://www.haenam.jeonnam.kr))