

전남지역 문화관광축제의 공간적 전개과정과 특징*

이정록** · 우연섭***

Spatial Evolution and Characteristics of Cultural Tourism Festivals in Chonnam Province of Korea*

Jeong-Rock Lee** · Youn-Sub Woo***

요약 : 본 연구는 전남지역에서 개최되는 문화관광축제의 공간적 전개과정과 그 특징을 고찰하였다. 전남지역의 축제는 1995년 이후에 주로 많이 만들어졌다. 개최시기별로는 가을과 봄철에 48개(82.7%)의 축제가 집중되었다. 1960년대부터 목포시와 여수시, 구례군에서 개최된 지역축제는 1995년 이후 전남의 전역으로 확산되었다. 축제의 공간적 확산과정은 초기단계(1995년 이전), 확산기(1995~1999년), 심화기(2000년 이후) 등의 3단계로 구분되었고, 단계별로 뚜렷한 공간적 차이를 나타냈다. 확산의 초기단계에는 21개(36.2%), 확산기에는 30개(51.7%), 그리고 심화기에는 7개(12.1%)의 축제가 각각 새롭게 개최되었다. 전남의 문화관광축제는 초기에는 주민화합형 축제가 확산기에는 관광형이 많이 개최되었다. 축제주제는 지역의 전통과 문화, 자연특성과 관련된 축제가 초기에 많았고, 최근에는 생태환경과 역사의 축제가 많이 개최되고 있다. 축제의 전개과정 또한 초기의 토착형에서 토착진화형으로 그리고 최근의 상업형 축제로 전환되었다.

주요어 : 우량 이벤트, 지역축제, 관광문화축제, 공간확산, 축제주제

Abstract : The purpose of this study focuses on the spatial evolution and characteristics of cultural tourism festivals in Chonnam province of Korea. More than 58 community festivals functioned with hallmark events are held annually in the Chonnam province. Most of community festivals were mainly established since 1995, and more than 48 percents of festivals are held in October and May. Spatial diffusion process of festival are divided into three phases: a primary stage before 1995, a diffusion stage from 1995 to 1999, and a condensing stage since 2000. Cultural tourism festivals began at some areas such as Mokpo, Yesu, and Gurye in 1960's, and spread all over the counties of Chonnam province. During diffusion stage, 51.7 percent of all festivals were newly held. The themes and purposes of festival, and the typology of community festivals were transformed with diffusion stage. In festival purpose, community reconciliation and unity festivals were held in primary stage, tourism oriented festivals were held in diffusion and condensing stage. In the festival themes, community culture and folk arts festival were held in primary stage, however, community history and environment & ecological festivals are held in condensing stage. In addition, the typology of community festivals was transformed according to diffusion stage. Thus it was transformed from indigenous festivals of primary stage to commercialized indigenous festivals of condensing stage.

Key words : Hallmark events, Community festivals, Cultural tourism festivals, Spatial diffusion, Festival themes

1. 서론

1) 연구배경과 목적

현대인의 생활은 축제와 이벤트의 연속으로 여러 종류의 축제와 이벤트를 접하고 있다. 지역축제에 대한 대중적인 인기가 지속되면서 축제를 포함한 이벤트의 경제적·문화적 중요성과 관심이 점차 증가하고 있다(Janiskee, 1991). 또한 축제와 이

벤트는 오늘날 관광활동에서 중요한 요소를 구성하고 있고, 관광객의 목적지 선정과정에도 커다란 영향을 미치고 있다(Mayfield and Crompton, 1995).

오늘날 주요 도시나 지역에서 개최되고 있는 문화 및 관광관련 축제와 이벤트는 현대 관광의 이미지 형성에 중요한 영향을 미치고 있다. 19세기 중반부터 상업적 여행이 활성화되면서 단기간에 관광객을 유인할수 있는 시설과 이벤트는 관광안

* 이 논문은 2003년 2월 한국지역지리학회 동계학술발표대회에서 발표한 것을 수정·보완한 것임

** 전남대학교 사회과학대학 지리학과 교수(Professor, Department of Geography, Chonnam National University)(jree@chonnam.ac.kr)

*** 경상대학교 사범대학 사회교육학부 강사(Lecturer, School of Social Studies Education, Gyeongsang National University)(geowys@yahoo.co.kr)

내 지도에 관광 목적지를 상징하고 표시하는 중요한 수단이 되었다. 관광의 대중화가 확대되면서 축제와 이벤트는 오늘날까지 국제적·전국적·지방적 차원에서 관광마케팅에 중요한 역할을 수행하고 있다. 특히 매년 열리는 우량 이벤트(hallmark event)는 그 자체가 직접적인 관광의 구성요소가 될 뿐만 아니라 개최하는 지역사회에 실질적인 영향을 미치는 유산이 되고 있다(Hall, 1992).

실제로 이벤트 개최의 영향은 개최지역의 경제적 발전은 물론이고, 관광개발과 진흥, 사회간접자본시설의 개선, 대규모 공공투자사업의 진행, 지역주민의 화합, 지역의 이미지 제고 등 다양하게 나타나고 있다. 또한 이벤트는 지역사회의 관광자원으로 기능함과 동시에 관광 목적지로서의 장소의 관광상품성을 제고시켜 관광시장에서 탁월한 지위를 확보하는 기회를 부여하기도 한다(Ritchie, 1984).

우리나라에서도 1990년대 중반부터 지역관광의 활성화와 지역마케팅을 목적으로 하는 이벤트가 경쟁적으로 만들어졌다. 지역활성화를 위한 이벤트 전략의 일환으로 기존의 지역축제에 관광활동과 기능을 부가한 새로운 유형의 문화관광축제와 이벤트가 전국의 시·군에서 활발하게 열리기 때문에 축제의 흥수를 이루고 있는 상황이다. 그러나 이들 축제는 외부 관광객의 유인, 지역경제의 활성화, 지역홍보와 특산물의 판촉활동, 지역민의 단합과 지역문화의 발굴, 도시와 농촌 그리고 국제간 문화교류 등에 크게 기여하고 있다(이정록외, 1997; 정강환, 1998; 추명희, 1999).

이와 같이 문화관광축제가 중요한 관광자원으로서 지역의 관광진흥과 장소마케팅에 크게 기여하고 있기 때문에 최근 관광학을 비롯한 사회과학분야에서 축제의 기능과 역할, 축제와 지역발전과의 관계 등에 관한 연구가 활발하게 이루어지고 있다. 한편 문화관광축제의 공간적 분포, 축제의 주제와 개최지역의 자연적·인문적 환경, 축제의 지역적 파급효과 등은 지리학자들의 주요 관심 영역이다. 그렇지만 이에 대한 국내의 연구성과가 그렇게 많지는 않은 실정이다.

지역축제에 대한 지리학적 연구에서, 주요 관심 사항 중의 하나는 특정 축제가 어디에서, 어떻게, 그리고 왜 개최되는가 하는 축제분포의 지리적 특성을 파악하는 것이다. 특히 농촌지역에서 개최되

는 축제는 그 지역의 자연적·경제적·사회문화적 특성을 많이 반영하기 때문에 개최지역의 사회경제적 구조를 이해하는데 도움이 된다(Janiskee, 1991, Janiskee and Drew, 1998).

전남지역은 경남과 함께 우리나라에서 관광문화축제가 가장 많이 개최되고 있다. 특히 전남지역에서 새로운 지역축제가 상대적으로 많이 개최되고 있는 이유에는 여러 가지가 있지만, 가장 큰 이유는 지역정책의 변화이다. 1995년 지방자치제가 실시되면서 전남지역 대부분의 시·군에서는 지역경제의 활성화 전략으로 공업화보다는 관광진흥에 중점을 두었고, 관광축제를 통하여 지역에서 생산되는 농수산물의 판촉을 강화하는 이벤트 전략을 추진하였다.

이러한 측면에서 본 연구는 전남지역에서 개최되고 있는 문화관광축제의 공간적 확산과 그에 따른 지역적 특성을 고찰하는 것이 주요 목적이다. 이를 위해 본 연구에서는 전남지역에서 개최되고 있는 지역축제의 종류와 지리적 분포, 문화관광축제의 공간적 전개과정에 나타난 지역적 특징, 그리고 문화관광축제의 변화과정에 나타난 속성의 모델화 등을 시도하였다.

2) 연구의 범위와 방법

본 연구에서는 축제와 이벤트를 동일한 개념으로 간주하였다. 축제와 이벤트에 대한 개념규정은 명확하게 다르지만, 오늘날 관련분야를 연구하는 학자들과 관광산업에서는 거의 같은 개념으로 확대 해석하는 경향이기 때문이다. 또한 오늘날 국내외에서 개최되는 축제와 이벤트는 관광매력물로서 관광객의 관광활동을 증진하기 위한 목적으로 개발되고 개최되기 때문에 본 연구에서는 축제와 이벤트를 동일한 성격의 관광자원으로 규정하였다. 그리고 축제와 이벤트의 속성을 가지면서 새롭게 우량이벤트로 성장하고 있는 축제를 문화관광축제로 규정하여 연구를 진행하였다.

전남지역에서 개최되고 있는 문화관광축제에 대한 자료는 각 시·군의 홈페이지에 수록된 축제(2002년 12월 현재)와 전남도청 관광진흥과 자료를 토대로 제작성하였다. 그리고 축제의 추진조직이 마을 단위인 사례는 분석대상에서 제외시켰다.

2. 우량 이벤트와 문화관광축제

1) 우량 이벤트와 지역축제

축제 및 이벤트와 관련한 용어는 매우 많다. 지역축제, 민속축제, 관광이벤트, 관광축제, 문화관광축제 등 다양하게 통용되고 있는 것이 현실이다. 그러나 축제(festival)와 이벤트(event)에 대한 개념 규정은 학자와 학문분야, 그리고 관심 영역에 따라 상이하다. 축제와 이벤트는 구성원의 참여와 관광상품화의 가능 여부 등에 따라 구분되기도 하지만, 축제¹⁾와 이벤트²⁾에 대한 명확한 개념은 존재하지 않고 그 차이를 규정하는 것 또한 쉽지 않다(Janiskee, 1991). 축제를 홍보목적으로 이벤트라고 부르는 경우가 많기 때문이다.

축제를 포함한 이벤트는 규모와 내용에 따라 다양하게 분류된다. 일반적으로 규모에 따라서는 대형 이벤트, 우량 이벤트, 그리고 주요 이벤트 등 세 가지로 구분된다. 대형이벤트(mega event)는 규모가 커서 국가경제에 커다란 영향을 미치고 세계적인 주목을 받는다. 우량 이벤트(hallmark event)는 마을이나 도시 또는 지역의 정신이나 기상을 나타내기 위한 이벤트로서 지명이 많이 들어가며, 연례적으로 개최되는 이벤트를 의미한다. 그리고 주요 이벤트(major event)는 언론의 주목을 받는 대규모의 콘서트나 전시회, 스포츠 경기 등과 관련된 이벤트를 말한다(McDonnell et al., 1999).

이러한 분류에서 가장 일반적인 유형이 우량 이벤트이다. 우량 이벤트에는 정기적 또는 1회씩 개최되는 주요 박람회(fairs), 축제와 카니발, 전시회, 문화·종교 이벤트, 스포츠 이벤트 등이 있지만(Hall, 1992), 학자에 따라 개념 정의는 차이가 있다. Ritchie(1984)는 제한된 기간 동안 1회 또는 지속적으로 개최되는 이벤트로, 주로 단기 또는 장기적 관점에서 관광지의 인지도, 매력, 경제적 이익을 높이기 위해 개발된 것으로 이벤트의 성패는 관심을 끌 수 있는 적절한 시기와 이벤트의 독창성에 달려 있다고 정의하였다. 그리고 이벤트를 개최한 지역에 발생하는 경제적 측면을 강조한 Getz(1997)는, 우량 이벤트란 지속적으로 개최되는 이벤트로서 전통·매력도·이미지·홍보 등의 측면에서 개최지에 커다란 파급효과를 미치고, 개최도시의 경

쟁력을 강화시키는 이벤트로 규정하였다.

또한 우량 이벤트는 지역과 주민의 특성이 반영되기 때문에 행사에 대한 지역주민의 참여도가 매우 높고 자부심 또한 강한 것이 특징이다. 그리고 이벤트는 개최지역의 관광수입 증대는 물론 지역 마케팅에 크게 기여하고 있다³⁾. 특히 우량 이벤트의 주요 기능은 개최지에 특정 기간동안 관광시장으로서 탁월한 기능을 확보하는 기회를 제공한다. 그래서 이벤트를 개최하는 도시는 많은 관광객을 견인하게 되는 데, 그러한 사례는 2002년 한일 월드컵을 비롯하여 경주문화엑스포, 진도영등제, 금산인삼축제, 함평 나비축제 등에서 잘 나타나고 있다.

한편 대부분의 연구자들은 중요한 대형 이벤트만을 우량 이벤트로 간주하였지만, 일부 연구자들은 작은 도시나 촌락에서 개최되는 축제를 우량 이벤트로 인정하는 경향이 있다. 작은 도시나 농촌사회에서 개최되는 이벤트 또한 관광객 유치를 비롯하여 지역사회의 정체성 보전과 계승에 중요하게 기여하기 때문이다(Getz, 1984; Getz and Frisby, 1988; Hall, 1989, 1991). 그래서 오늘날에는 우량 이벤트를 도시나 농촌에서 개최되는 대형 이벤트에만 한정하지 않고, 지역사회의 축제나 제례의식도 지역적·장소적·문화적 중요성과 관련된 우량 이벤트로 인정하고 있다.

따라서 우량 이벤트에는 대형 이벤트 뿐만 아니라 작은 도시나 농촌지역에서 개최되는 다양한 지역축제도 범주에 포함되며, 최근에는 이벤트로서 지역축제의 역할이 강조되고 있다. 지역축제가 관광객들에게 관광매력물로 기능하고 나아가 관광지 개발에 영향을 줄 때, 축제는 이벤트가 된다(Getz, 1991). 이와 같이 오늘날에는 축제와 이벤트가 동일한 개념으로 혼용하고 있고, 이들 활동이 기본적으로 관광과 연계되기 때문에 관광이벤트로 불리기도 한다.

우리나라의 각 시·군에서 개최되는 지역축제는 지역의 고유한 문화와 전통을 알리고 나아가 축제를 통해 지역관광과 지역경제의 활성화를 도모하기 위해 기획·연출된 하나의 이벤트이다. 그래서 지역축제를 우량 이벤트로 분류할 수 있다. 이들 축제는 지역의 정신이나 정체성을 나타내는 이벤트로서 대부분 연례적으로 열리며, 개최지역의 관광매력성과 인지도를 높이고 경제적 이익을 창출

하기 위해 개발되었기 때문에 우량 이벤트로 분류하는 것이 가능하다.

2) 우량 이벤트로서 문화관광축제

오늘날 우리나라의 시·군에서 개최되는 축제와 이벤트의 정확한 통계자료는 없지만 약 1,000여개를 상회하고 있다. 축제와 이벤트는 1979년에 90여건에 불과했지만, 1999년 500여건으로 지난 20년 동안 약 6배로 증가하였다. 그리고 지방자치단체에서 개최되고 있는 크고 작은 이벤트와 축제까지 포함하면 현재 약 1,000여개의 축제가 전국에서 개최되고 있다. 문화관광축제는 외부 관광객의 유치를 통해 지역의 관광과 경제활동을 활성화시키기 위한 목적으로 개최되고 있으며, 이들 축제는 지역 주민에게는 지역문화를 보존 전수할 수 있는 기회를 제공해주는 동시에 관광객에게 지역의 문화와 이미지를 널리 홍보하는 효과도 제공하고 있다.

우리나라의 지자체들이 축제의 이벤트 전략에 관심을 갖기 시작한 것은 1995년 이후이다. 지방자치체가 실시되면서 대부분의 지자체는 지역경제의 활성화를 위해 투자비용이 비교적 적게 소요되는 관광부문에 관심을 가졌다. 그 결과, 대규모 관광지 개발보다는 외부 관광객을 유치하기 위한 전략으로 축제의 이벤트화에 치중하였다. 축제가 가진 지역의 마케팅 효과, 지역주민의 화합 등의 효과 때문에 축제의 이벤트 전략은 주민의 직접투표로 선출된 지자체 장들에게 대단히 매력적인 요인이 되었으며, 이러한 배경이 지역축제를 양산시킨 직접적인 원인이 되었다. 그리고 1998년 민선 2기가 출범하면서 지역축제의 관광이벤트 전략은 더욱 확대되었다.

한편 축제의 속성과 지역내부의 정치·사회적 배경과 함께 1995년부터 실시한 중앙정부의 문화관광축제의 육성정책 또한 지역축제의 확산에 크게 기여하였다. 문화관광부는 1995년부터 지역축제 중에서 관광상품성이 우수한 축제를 문화관광축제로 지원하고 육성하는 정책을 실시하였다. 그 결과 1997년 정부가 지원하는 우수한 문화관광축제가 10개여 불과했지만 2003년에는 30개로 증가하였다⁴⁾.

정부의 축제지원정책으로 인해 일부 경쟁력을 가진 지역축제들은 새롭게 이벤트 요소를 수용하

여 문화관광축제로 전환되기 시작하였다. 특히 지역의 전통·역사와 관련된 지역축제가 관광상품성을 부가한 새로운 유형의 이벤트형 문화축제로 전환되고 있고, 동시에 새로운 문화관광축제가 많이 생겨나고 있다.

현재 우리나라의 지자체에서 개최되고 있는 대부분의 지역축제들은 전통적인 축제의 형식과 내용에 이벤트 요소를 추가하여 새롭게 관광이벤트의 기능을 수행하고 있다. 문화관광부에서 지원하는 지역의 우수한 문화관광축제가 여기에 해당한다.

3. 문화관광축제의 공간적 분포 및 전개과정

1) 문화관광축제의 공간적 분포

전남지역에서 개최되고 있는 문화관광축제는 오랜 역사를 가지고 있지만, 대부분의 축제들은 1990년대에 새롭게 만들어졌다. 전라남도에서는 개최되는 축제는 58개(2002년 현재)이며, 지역별로 차이가 있다. 여수시와 목포시에서 가장 많은 5개의 축제가 개최되고 있다. 그리고 광양시와 장흥군, 함평군에서 각각 4개의 축제가 개최되고, 순천·구례·영암·곡성·장성·해남 등지에서는 3개의 축제가 열리고 있다. 반면에 무안·담양·신안·완도군에서는 1개의 축제만 열리고 있다.

전남지역에서 최초로 개최된 문화관광축제는 1961년의 목포예술제⁵⁾이다. 그리고 여수의 진남제(1967년), 구례의 지리산남악제(1969년) 등이 1960년대부터 개최되어 전남지역에서는 비교적 오랜 역사를 가진 축제에 속한다. 1970년대에는 영광옥당문화제(1974년), 고흥유자축제(1975년), 보성다향제(1975년), 피아골단풍제(1977년), 진도영등축제(1978년), 영보풍향제(1979년)⁶⁾ 등 6개 축제가 처음으로 열렸다. 1980년대에는 6개, 1990년대에는 36개의 축제가 각각 새롭게 탄생되었고, 1999년 이후에는 7개의 축제만 새롭게 개최되었다. 현재 전남지역의 시·군에서 개최되고 있는 대부분의 축제는 1990년대에 주로 만들어졌고, 특히 1995년 이후 급속하게 증가한 것이 특징이다(표 1).

전남지역에서 현재 열리고 있는 축제의 최초 개최시기에 나타난 특징을 보면, 1961년부터 우량 이벤트의 속성을 가진 축제가 개최되었지만, 전체의

표 1. 최초 개최시기별 문화관광축제의 분포

연도	축 제 명	빈도(%)
1980년 이전	목포예술제(목포), 진남제(여수), 고흥유자축제(고흥), 지리산남악제(구례), 피아골단풍제(구례), 다향제(보성), 옥당문화제(영광), 영보풍향제(영암), 진도영등축제(진도)	21(36.2%)
1981	백운산약수제(광양)	
1983	난영가요제(목포), 팔마문화제(순천), 영취산진달래축제(여수)	
1984	홍양문화제(고흥)	
1989	법성단오제(영광)	
1990	목포가요제(목포)	
1991	제암산철쭉제(장흥)	
1992	왕인문화축제(영암)	
1993	낙안민속문화축제(순천), 낙안음식문화축제(순천)	
1995	나주배축제(나주)	
1996	매화축제(광양), 개나리꽃축제(목포), 도자기축제(목포), 남해안 생선요리축제(여수), 장보고축제(완도), 백양단풍축제(장성), 고천암갈대축제(해남), 땅끝여름축제(해남), 운주대축제(화순)	30(51.7)
1997	항일암일출제(여수), 강진청자문화제(강진), 백련축제(무안), 무화과축제(영암), 천관산악세제(장흥), 땅끝해맞이축제(해남)	
1998	전어축제(광양), 검은모래눈뜨는날(여수), 섬진강변축제(곡성), 보성소리축제(보성), 신안개리마늘갯벌축제(신안), 남도민요경창대회(진도), 춘란대축제(함평)	
1999	숫불구이축제(광양), 산수유축제(구례), 대나무축제(담양), 홍길동축제(장성), 갯장어음식축제(장흥), 전통가무악경연대회(장흥), 나비축제(함평), 허수아비숫대장승제(함평)	
2000	영산포홍어젓갈축제(나주), 꽃무릇축제(함평)	7(12.1)
2001	동백축제(강진), 심청축제(곡성), 잠자리축제(곡성), 고인돌축제(화순), 녹동바다불꽃축제(고흥)	

자료: 전라남도 각 시·군의 홈페이지에 수록된 관광문화축제(2002년말 현재)를 기초로 관련자료를 보완하여 필자가 제작하였다

62.0%에 해당하는 36개 축제는 1990년대에 주로 만들어졌다. 연도별로는 1996년에 가장 많은 9개(전체의 15.5%)가 개최되었고, 2001년에 4개 등이 개최되었다. 전체적으로 1990년대 중반부터 축제가 활발하게 개최되기 시작하였으며, 1996년부터 1999년까지 4년 동안에는 30개의 축제가 새롭게 열렸다.

이러한 결과는 지역의 정치적 상황과 밀접한 관련이 있다. 즉, 지방자치제의 실시에 따라 취임한 민선 제1·2기 단체장들은 지역주민의 화합 도모와 지역경제의 활성화를 위한 전략으로 기존 축제의 이벤트화 또는 새로운 축제의 개발에 치중함에 따라 다양한 지역축제가 양산되었다(그림 1).

한편, 개최시기의 계절별 분포를 보면, 가을 26개(44.8%), 봄 22개(37.9%), 여름 8개(13.8%), 겨울

2개(3.4%)의 순으로 나타나 가을과 봄에 축제가 집중적으로 개최되었다. 그리고 봄철에는 꽃이나 식물 등 자연환경과 관련된 축제가 많이 개최되고 있고, 여름에는 바다와 수변을 활용한 축제가 많다. 가을철에는 추수와 관련한 주민화합축제와 문화·예술관련 축제가 많이 열리며, 겨울은 기후적인 조건 때문에 일출과 일몰관련 축제를 제외하면 거의 없는 실정이다. 특히 축제가 가을과 봄철에 집중하고 있는 것은 축제개최에 적합한 기후조건과 관련이 깊다(Janiskee, 1991). 그리고 전남지역의 많은 시·군이 서해안과 남해안에 접해 있지만 여름철에 해안과 도서에서 개최되는 축제는 상대적으로 많지 않다.

또한 월별 축제의 분포를 보면(그림 2), 10월에

전남지역 문화관광축제의 공간적 전개과정과 특징

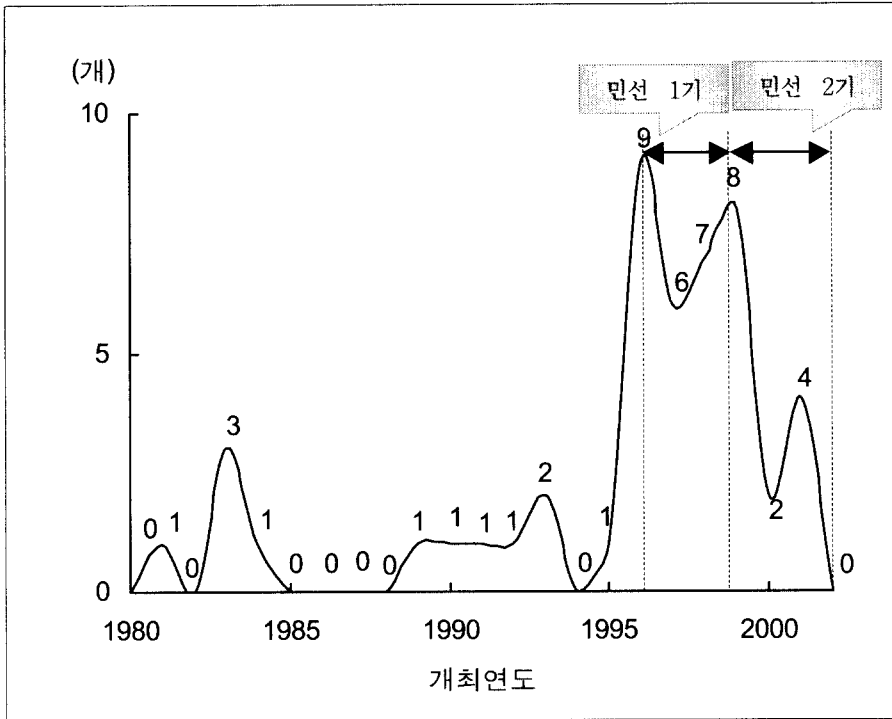


그림 1. 전남지역 문화관광축제의 빈도 곡선

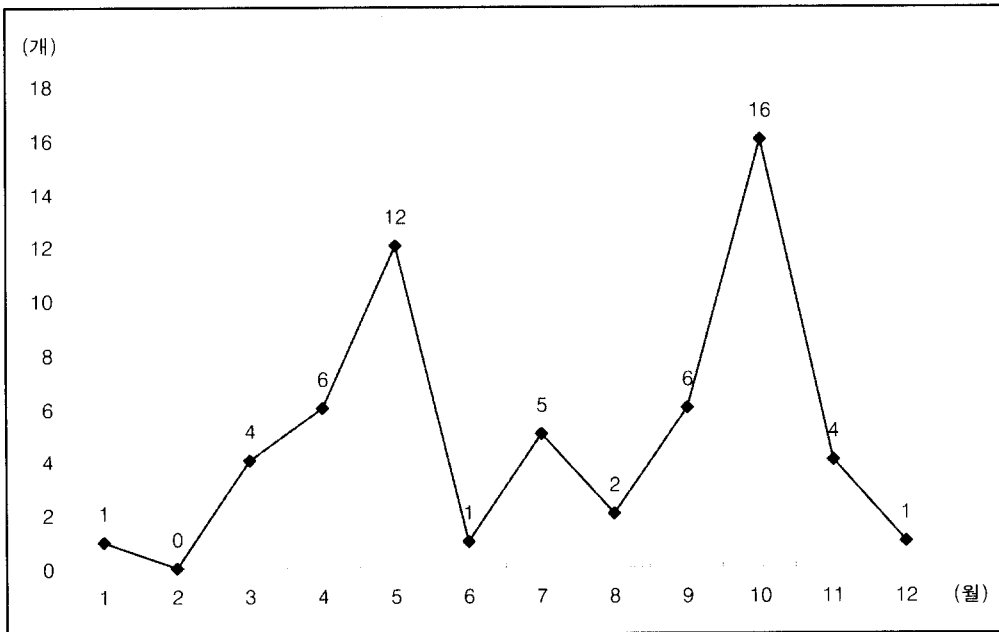


그림 2. 월별 문화관광축제의 개최 현황

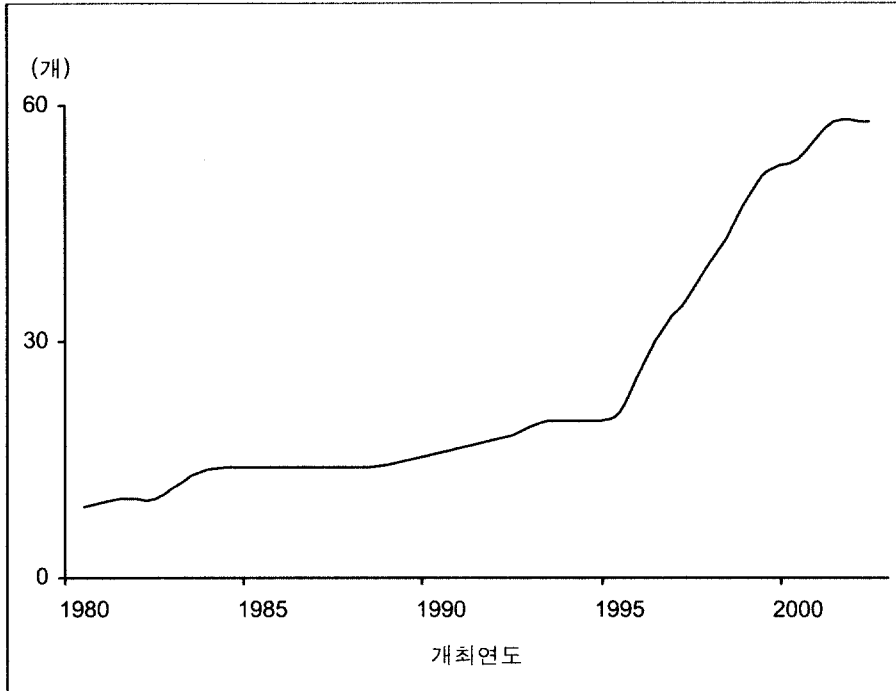


그림 3. 전남지역 문화관광축제의 Logistic Curve

가장 많은 16개(27.6%)가 개최되고, 그 다음이 5월로 12개(20.7%)의 축제가 열리고 있다. 그리고 4월과 9월 각각 6개, 7월 5개 등의 순으로 이들 5개월 동안에 45개(77.6%)의 축제가 개최되어 월별로 커다란 차이가 있다. 이와 같이 특정 기간에 축제의 개최가 집중하는 것은 기후적인 조건과 관련된다. 미국 사우스캐롤라이나 주에서도 전체 축제의 약 30%가 4월과 5월에 집중하고 있으며(Janiskee, 1991), 우리나라에서 개최되는 축제의 약 60.8%가 10월(46.3%)과 5월(14.5%)에 집중하고 있는 것(문화체육부, 1996)도 기후적인 조건과 관련된 결과이다.

2) 축제의 공간적 확산과정과 특징

전남지역의 개최되고 있는 문화관광축제는 1990년대에 새롭게 만들어졌고, 지방자치체가 실시된 1995년 이후에 본격적으로 확산되기 시작하였다. 이러한 특징은 누적분포인 Logistic 곡선에도 잘 나타나 있다(그림 3). 따라서 지자체간 경쟁이 치열하게 전개되고 지역간 차별성을 부각시키기 위한 새로운 지역개발정책이 수립·집행되면서 문화

관광축제의 확산은 빠르게 진행되었다. 따라서 지역축제의 급속한 확산은 지방자치체의 실시와 밀접한 관련이 있다고 설명할 수 있다.

지방자치가 실시되기 전에는 21개(전체의 36.2%)의 축제만 개최되었다. 그러나 1995년 이후 빠르게 확산되어 37개(전체의 63.8%)의 축제가 각 시·군에서 새롭게 만들어졌다. 따라서 축제의 신설과 폐지, 기존축제의 통합, 연도별 개최회수 등을 비롯하여 축제 개최의 빈도분포와 누적분포에 나타난 시간적 특징을 고려하면, 문화관광축제의 확산과정은 초기단계(1995년 이전), 확산기(1995~1999년), 심화기(2000년 이후) 등의 3단계로 구분할 수 있다(그림 4).

문화관광축제 확산의 초기단계(primary stage)에는 전남지역 24개 지자체중에서 12개의 시·군에서만 축제가 개최되어 축제 수용의 국지화가 나타났다. 목포와 여수, 그리고 구례에서 초기에 개최된 축제는 해안과 인접해 있는 광양·순천·보성·고흥·장흥·영광 등 주로 해안지역으로 확산되었다. 특히 구례군에서 축제가 상대적으로 일찍 개최된 것은 지리산국립공원과 관련이 있다⁷⁾. 초기단

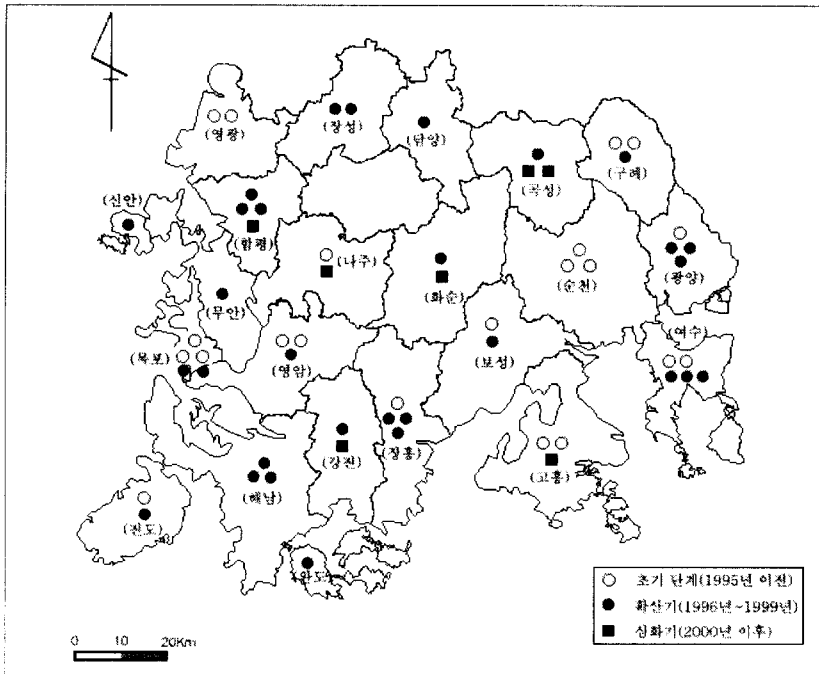


그림 4. 확산단계별 문화관광축제의 공간적 패턴

계에서는 시급 도시에서 9개, 읍급 도시에서 12개의 축제가 개최되어 농촌보다는 도시에서 상대적으로 축제가 많았다. 목포와 순천에서 각각 3개의 축제가 열렸고, 여수·구례·고흥·영암 등지에도 각각 2개의 축제가 개최되어 이들 지역이 상대적으로 많은 비율을 점하고 있다. 또한 초기에는 차례의식, 자연적 환경, 지역특산물 등과 관련된 축제가 주로 많았다.

확산기(diffusion stage)에는 전체의 51.7%에 해당하는 30개의 축제가 신설되었다. 이 시기에는 순천시와 나주시, 고흥군을 제외한 모든 시·군에서 새로운 유형의 문화관광축제를 개발했기 때문에 확산과정의 뚜렷한 공간적 규칙성을 보이지 않고 무작위적인 전개과정을 보이고 있다. 확산기에는 다양한 주제와 목적으로 많은 축제가 개최되었지만, 일부 경쟁력 없는 축제는 폐지되고 일부 신설된 축제들은 기존의 시·군민의 날과 통합되기도 하였다.

확산기에 나타난 지역적 특징을 살펴보면, 여수·해남·광양·장흥·함평 등지에서 각각 3개의 축제가 새롭게 개최되었고 목포와 장성에서도 2개

의 축제가 만들어졌다. 이 시기에 신설된 축제수가 지역별로 차이를 보이는 것은 개최지역의 사회·경제적 여건이 중요한 요인으로 작용한 결과이다. 시급 도시(목포, 광양, 여수)를 제외하면 지역 내에서 경제적 자립도⁸⁾가 매우 열악한 함평군과 장흥군·장성군 등지에서 2~3개의 축제가 새롭게 신설된 것이 특징적이다. 함평군 나비축제와 장성군 홍길동축제가 지역경제의 활성화를 촉진시키기 위해 개발된 대표적인 사례이다. 반면에 해남군에서 3개의 축제가 개발된 것은 지역의 경제적 여건보다는 사회적 여건과 관련이 있다. 즉, 1990년대 중반부터 시작된 '남도문화유산답사'의 붐이 조성되면서 한반도의 최남단인 '땅끝마을'의 장소마케팅을 위해 땅끝에서 2개의 새로운 축제를 기획하고 상품되었기 때문이다. 그리고 다른 지역에 비해 여수에서 3개의 축제가 개최된 것은 여수지역이 축제 개발에 유리한 경쟁력을 가진 것이 아니고 여수시의 행정구역 통합에 의해 축제가 많아졌다⁹⁾.

심화기(condensing stage)에는 7개의 축제만 개최되었고, 개최지역 또한 일부 지역에 한정되는 국지화된 패턴을 보였다. 곡성군과 함평군에서 각각

2개의 축제가 신설되었고, 나주·강진·화순·고흥 등지에서도 새로운 축제가 개발되었다. 이 시기의 특징은 지역의 경제적 자립도가 상대적으로 낮은 곡성·함평·강진 등지에서 새로운 축제가 출현하였다는 점이다. 곡성군의 경우, 지역의 새로운 이미지 정립을 통한 지역농산물 판촉을 목적으로 가상의 인물인 '심청축제'와 친환경 이미지를 강조한 '잠자리축제'가 개발되었다¹⁰⁾. 특히 곡성군의 새로운 축제 개발은 함평군의 나비축제가 큰 영향을 미쳤다. 화순군 또한 유네스코 문화유산으로 지정된 고인돌을 소재로 새로운 '고인돌축제'를 개발하였다.

축제의 확산과정에 나타난 전체적인 특징을 요약하면, 1995년 지방자치제의 실시와 함께 문화관광축제는 전남의 모든 시·군에서 무작위적으로 개최되면서 확산과정의 공간적 규칙성을 도출하기 어려웠다. 그렇지만 초기단계에는 주로 시급 도시를 중심으로 개최되었고, 시간이 경과함에 따라 전역으로 확산되었다. 확산기에는 인접한 지자체에서 개최하는 축제에 영향을 받은 지역적 경쟁심리에 의해 새로운 축제가 개발되는 인접효과와 경향이 나타났다. 또한 확산기에는 많은 축제가 새롭게 탄생하였지만, 대신에 경쟁력을 확보하지 못한 축제는 폐지 또는 통합되었으며 일부 시·군에서는 대표적인 축제를 육성하는 전략으로 수정하기도 하였다. 심화기에는 축제의 확산이 국지적으로 이루어졌고, 주로 경제적 낙후지역을 중심으로 새로운 지역축제가 개발되었다.

4. 축제의 유형화 및 변화과정의 모델화

1) 개최목적별 축제의 유형 구분

축제와 이벤트를 개최하는 목적은 다양하며, 내용과 프로그램도 개최목적에 따라 복잡하게 구성된다. 따라서 개최목적에 따라 축제를 구분하는 것은 축제의 속성과 개최지역의 특성, 개최효과 분석 등에 유용하다(Butler and Smale, 1991; Getz, 1991). 축제와 이벤트는 내용과 특성, 규모에 따라 다양하게 분류할 수 있고 학자들의 접근방법에 따라 복잡하다. 우량 이벤트는 일반적으로 목적·내용·특성에 따라 종교이벤트, 축제와 역사적 사건

등과 관련된 문화적 이벤트, 전시회·박람회 등의 상업적 이벤트, 스포츠 이벤트, 정치적 이벤트 등으로 구분된다(Hall, 1992; Ritchie, 1984).

우리나라에서 개최되는 우량 이벤트에는 문화적 이벤트가 많다. 개최목적에 따른 축제의 구분은 축제를 개최하는 지역의 여러 특성을 파악할 수 있기 때문에 중요하다. 지역축제는 개최목적에 따라 다양한 유형이 있지만, 문화관광부에서는 지역축제를 4가지 유형으로 구분하였다. 즉, 해당지역의 전통문화를 계승하고 시·군민의 날을 기념하기 위해 개최하는 주민화합형 축제, 관광객 유치와 관광수입의 증대를 통한 지역의 경제발전을 목적으로 개최하는 관광형 축제, 관광산업을 제외한 농림축산업·어업·상업 등의 지역산업을 활성화시킬 목적으로 개최하는 산업형 축제, 그리고 환경보호를 비롯하여 역사적 인물이나 사실을 추모하거나 재현하는 것을 목적으로 하는 특수목적형 축제 등이다(문화체육부 1996).

주민화합형·관광형·산업형·특수목적형 등의 4가지 유형에 기초하여 전남지역의 문화관광축제를 구분해 보면(표 2), 관광형 축제가 전체의 26개(44.8%)로 가장 많고, 특수목적형(20.7%), 주민화합형(19.0%), 산업형(15.5%)의 순으로 나타났다. 우리나라 전역에서 개최되는 지역축제는 주민화합형(68.9%)이 관광형(12.1%)이나 산업형(10.4%)보다 많았지만(문화체육부, 1996), 전남지역에서는 주민화합형보다는 관광형이 매우 많은 것이 특징이다. 이러한 결과는 지역경제적 특성과 관련된다. 1995년 지방자치제가 실시되면서 전남 대부분의 지자체에서는 공업단지 개발보다는 관광지 개발에 상대적으로 많은 관심을 가졌고, 지역경제의 활성화를 추진하기 위한 지역정책의 일환으로 관광형 축제를 많이 개발했기 때문이다(이정록, 1998).

축제의 개최목적은 여러 가지 상황과 여건에 따라 달라지는 데, 확산단계에 따라 상이한 패턴을 보였다. 초기단계에는 주민화합형 축제가 가장 많이 개최되었다. 이는 지역공동체의 화합과 지역문화의 계승을 목적으로 개최되는 축제의 기본적인 속성과 관련되기 때문이다. 그러나 확산기에는 지역축제의 기본적인 속성을 가진 주민화합형 축제는 절대적으로 감소한 반면 관광형과 산업형, 특수목적형 등의 축제가 상대적으로 많이 열렸다. 특히

표 2. 확산단계에 따른 축제의 개최목적 구분

목적 구분	초기단계	확산기	심화기	합계
주민화합형	10	1	-	11
관 광 형	4	17	5	26
산 업 형	2	6	1	9
특수목적형	5	6	1	12

* 종합축제는 축제의 주제를 주제와 부주제로 구분하여 분류하였음

확산기에 새롭게 개최된 축제 중에서 전체의 과반수를 차지하는 17개(56.6%)의 축제는 관광형 축제였으며, 산업형(6개)과 특수목적형(6개) 축제도 증가하였다. 그리고 이러한 경향은 심화기에도 그대로 나타났다.

초기에 개최되는 많은 축제는 지역의 고유한 전통과 문화를 보전·발전시키면서 지역공동체의 화합을 추구하는 주민화합형 민속축제에 해당하는 것이 일반적인 특징이다. 따라서 특정 관광지를 제외하면 주민화합형 축제가 많은 비중을 차지하는 것이 일반적이다(Hall, 1992; Wilson and Udall, 1982). 전남지역 또한 초기에는 주민화합형 축제가 많이 개최되었으나 1995년 이후에는 관광산업 진흥과 지역경제 활성화를 목적으로 하는 관광형과 산업형 축제가 많이 개최되었다. 이러한 특징은 지방자치제 실시이후 대부분의 지자체들이 지역의 마케팅과 관광객 유인을 목적으로 관광형 지역축제를 많이 개발한 결과이다.

2) 축제의 주제별 유형 구분

축제의 핵심은 주제이다. 축제의 주제는 외부의 관광객에게 축제의 이미지와 상징성을 알리는 중요한 요소이기 때문이다. 축제의 주제는 축제의 내용을 구성하고 결정하는 핵심적인 요소로서 주제별로 축제를 분류하는 작업은 매우 필요하다. 그렇지만 축제는 주제와 관련된 다양한 프로그램으로 구성되기 때문에 주제별 축제의 유형구분은 쉽지 않다(McDonnell et al., 1999).

축제의 주제별 유형구분과 관련하여, Wilson and Udall(1982)은 종교, 수확 및 음식, 특수목적, 경축일(명절), 민속예술축제를 각각 4개의 주제별로 구분하였다. 그리고 미국과 유럽에서 발행하는 지역

축제 안내서에서 제시한 축제의 주제는 다양하고 복잡하다. 한편 이정록·주명희(1997)는 전남의 관광이벤트를 꽃(식물), 문화, 음식(료), 자연적 특성, 전통공예 특산물, 역사적 사건·인물, 레저·스포츠, 농업특산물 등 8가지로 분류하였고, 주명희(1999)는 꽃(식물), 전통공예·농업특산물, 예술(음악·미술)제, 음식·음료, 역사적 사건·인물, 민속·문화, 자연적 특성, 레저·스포츠, 계절 등 9가지로 분류하기도 했다.

본 연구에서는 전남지역에서 개최되는 축제를 주제별로 유형화하기 위해 기존의 연구성과를 종합하여, 지역전통, 역사인물, 자연특성, 생태환경, 예술, 산업경제 등의 6개 주제로 분류하였다. 전통문화축제는 지역의 고유한 제례의식을 비롯한 전통적인 문화를 계승·발전시키기 위한 목적으로 다향제(보성), 지리산남악제(구례), 범성단오제(영광) 등이다. 역사인물축제는 역사적 사건이나 인물을 기념하거나 재현하는 축제로서, 진남제(여수), 장보고축제(완도), 홍길동축제(장성) 등이 있다. 지역의 자연적 특징을 주제로 한 축제는 산수유꽃축제(구례), 영취산진달래축제(여수), 향일암일출제(여수) 등이다. 생태환경축제는 자연환경과 생태계의 보전에 대한 교육과 홍보를 목적으로 하는 축제에는 나비축제(합평)와 잠자리축제(곡성)가 있고, 지역의 고유한 음악·미술·공예·민속 등을 계승하고 발전시키기 위한 예술축제는 목포예술제, 강진청자문화제 등이 대표적이다. 산업경제축제는 지역의 농수산업을 진흥시키고, 지역의 특산물과 고유한 음식의 판매·홍보를 목적으로 하는 축제는 남도음식축제(순천), 고흥유자축제, 무화과축제(영암) 등이다.

전남지역의 축제를 주제별로 분류해 보면(표 3 참조), 자연특성과 관련된 축제가 20개(27.0%)로

표 3. 확산단계에 따른 축제주제의 구분

주제 구분	초기단계	확산기	심화기	합계
지역전통	12	3	-	15
역사인물	2	3	2	7
자연특성	6	13	1	20
생태환경	-	5	3	8
예술	5	6	-	11
산업경제	4	8	1	13

* 종합축제는 축제의 주제를 주주제와 부주제로 구분하여 분류하였음

가장 많고, 지역전통축제 15개(20.2%), 산업경제축제 13개(17.6%), 예술축제 11개(14.9%), 생태환경축제 8개(14.9%), 역사인물축제 7개(9.5%) 등의 순이다. 자연특성과 관련된 축제에는 산·꽃·단풍·갈대·바다 등 지역의 자연환경을 반영한 축제가 주종을 이룬다. 그러나 지역경제와 관련된 축제는 많지 않으며, 농수산물 관련 특산물을 주제로 개최된 축제로는 고흥유자축제, 보성다향제, 광양매화축제, 나주배축제 등이 있다.

특정 지역에서 개최되는 축제는 여러 가지 요인에 의해 폐지·통합되기도 할 뿐만 아니라 특정 목적에 의해 새롭게 탄생되기도 한다. 그리고 새롭게 기획·탄생하는 축제의 주제 또한 시대적·지역적 상황과 여건변화에 따라 달라지는 것이 일반적인 특징이다. 이러한 측면을 고려하여 확산단계에 따른 주제별 유형변화를 분석한 결과, 확산단계에 따라 축제주제는 크게 달라졌다. 확산의 초기단계에서는 지역전통을 주제로 한 축제(전체의 41.4%)가 가장 많이 개최되었다. 그러나 확산기에서는 자연적 특성과 관련된 축제(전체의 34.2%)가 상대적으로 많았고, 심화기에서는 생태환경과 관련된 축제(전체의 42.9%)가 많이 개최된 것이 특징이다.

전체적으로 전남지역의 문화관광축제는 지역전통을 주제로 한 축제가 초기에 많이 개최되었지만 시간이 경과함에 따라 자연적 특성과 산업경제, 생태환경 등의 축제가 상대적으로 많이 개최되었다. 이러한 결과를 통해 지역의 내외적 여건변화에 따라 축제주제가 변화되었음을 파악할 있다.

3) 축제의 속성변화와 모델화

축제는 축제 자체의 내부적인 속성뿐만 아니라 개최지역의 여건과 정책, 그리고 주변지역의 여건에 따라 변화된다. 특히 경쟁력이 없다고 평가되는 축제는 폐지되거나 기존의 다른 축제와 통합되기도 하고, 새로운 축제로 대체되기도 한다(Hall, 1992). 정기적으로 개최되는 축제도 축제의 경쟁력을 높이기 위해 초기의 주제와 내용에 새로운 프로그램을 보완하거나 외부 방문객의 참여를 확대하기 위해 상업적 내용을 추가하면서 축제의 속성을 변형시킨다(Wilson and Udall, 1982). 전남지역에서 개최되는 문화관광축제 또한 축제의 자생력을 향상시키고 외부의 관광객을 유치하기 위한 전략으로 기존의 제례의식에 상업적 요소를 포함하거나 시·군민의 날이 지역축제로 전환되면서 축제의 속성이 변하고 있다.

현재 전남지역에서 개최되고 있는 문화관광축제의 속성변화에 나타난 특징을 파악하기 위하여 Wilson and Udall(1982)¹¹⁾의 분류방법을 일부 원용하여 토착형, 진화토착형, 상업토착형 등의 3개 유형으로 구분하였다. 전남지역의 축제는 지역문화를 기반으로 상업적 이벤트 요소를 강조한 상업토착형 축제가 26개(44.8%)로 가장 많이 개최되고 있다. 그리고 기존의 전통축제에 상업적 요소를 포함시켜 관광객 유치에 중점을 둔 진화토착형 축제가 24개(41.3%), 기존의 민속문화 중심의 축제가 지속되는 토착형 축제가 8개(13.9%)로 분류되었다. 그리고 이러한 유형의 변화는 확산단계에 따라 차이를 나타냈다(표 4).

지역축제는 기본적으로 지역의 고유한 전통과 문화를 중심으로 그 지역민이 주축하고 참여하는 것이 일반적이다. 전남지역의 축제도 초기에는 지

표 4. 확산단계별 축제속성의 변화

속성 구분	초기단계	확산기	심화기	합계
토착형 축제	8	-	-	8
진화토착형 축제	8	15	1	24
상업토착형 축제	5	15	6	26

역의 토착문화를 중심으로 시작되었으며, 옥당문화제(영광), 팔마문화제(순천), 홍양문화제(고흥) 등이 이러한 유형에 속한다. 그러나 기존의 전통적인 축제에 상업적 요소가 추가되면서 축제의 내용이 점차 다양해지고 상품화되었다. 진도영등축제, 강진청자문화제, 장보고축제 등이 대표적인 사례이다. 그리고 외부의 관광객 유치와 지역마케팅을 목적으로 상업적 내용이 대폭 추가된 축제가 1995년 이후 크게 증가하였다. 전체적으로 보면, 확산의 초기단계에는 토착형 축제가 많았지만, 확산기에는 진화토착형과 상업토착형이 대부분을 차지하였고, 심화기에는 상업토착형 축제가 많이 개최되었다.

앞에서 설명한 것과 같이, 축제의 개최목적과 주제를 비롯하여 축제의 프로그램, 규모, 개최기간, 추진조직과 방식, 마케팅과 경영전략 등 전반적인 축제의 내용과 속성은 지역의 내외적 여건과 상황에 따라 변화한다(Bramwell, 1997; Janiskee, 1991, 1994). 그리고 정기적으로 개최되는 우량 이벤트도 여러 요인에 의해 개최시기와 기간, 프로그램의 구성, 추진조직과 축제내용 등이 달라지는 것이 일반적인 특징이다.

이러한 측면을 고려하여 지금까지 설명한 축제의 목적, 축제의 내용, 그리고 축제의 속성변화 등 3가지 지표를 기초로 전남지역 문화관광축제의 변화 및 전개과정에 나타난 특징을 종합적으로 설명하기 위해 모델화를 시도하였다(그림 5). 거시적인 규모(macro-scale)에서 나타난 축제의 속성변화는 특정 지역의 내외적 여건변화와 함께 시대상황을 반영한다. 그러므로 축제의 속성변화는 중앙정부와 지방정부(도·시·군)에서 추진하고 있는 지역개발정책의 변화과정을 이해할 수 있고, 장기적인 관점에서 축제의 기획과 관리에 필요한 주요한 지표를 제공한다.

전남지역의 문화관광축제는 시간이 경과함에 따라 축제의 목적과 주제, 그리고 축제의 속성에 근거한 전개과정 등에서 뚜렷한 차이를 보였다. 축제를 개최하는 목적은 초기의 주민화합형에서 1995년을 기점으로 관광형으로 전환되었다. 축제의 주제는 지역전통에서 자연적 특성의 축제로, 그리고 생태환경과 역사를 주제로 하는 축제로 전환되고 있다. 축제의 속성 또한 토착형 축제에서 시작하여 점차 진화토착형 축제로 전개되었고, 최근에는 상업

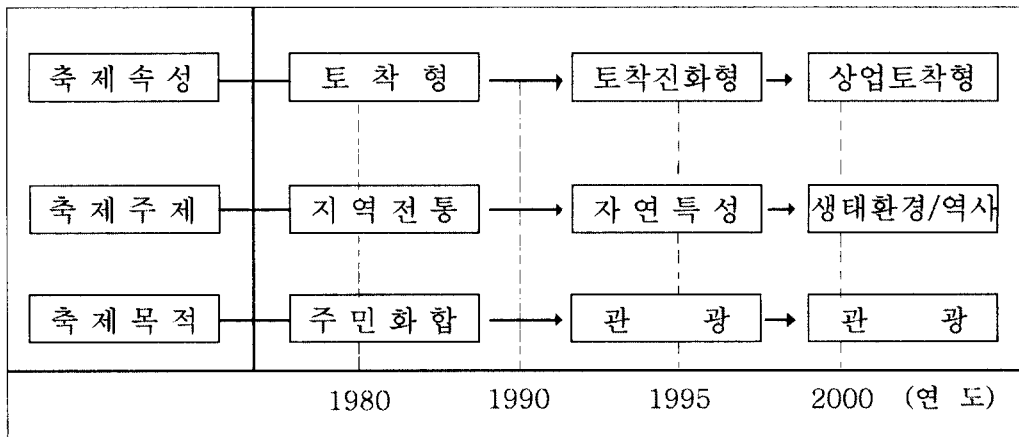


그림 5. 전남지역 문화관광축제의 변화 및 전개과정의 모식도

토착형 축제가 많이 개최되고 있다. 특히 1995년과 2000년을 정점으로 축제의 유형이 변화되고 있는데, 이러한 특징은 제1·2기 지방자치단체장의 출범과 그에 따른 관광정책의 변화와 관련된 것이다.

이러한 특징을 종합하면, 전남지역의 문화관광축제는 지역의 전통과 문화를 주제로 주민화합을 목적으로 개최되기 시작하였다. 그리고 지방자치체가 실시된 1995년을 기점으로 축제의 목적과 속성이 변화되어 관광객 유치를 목적으로 상업형 축제로 전환되었고, 축제주제 또한 지역의 자연환경·생태·역사 등으로 다양화되고 있다.

5. 요약 및 결론

현대사회를 이벤트의 사회라고 한다. 다양한 집단과 단체에서 크고 작은 축제와 이벤트를 기획하고 상품화하기 때문이다. 오늘날 세계의 주요 도시들은 각종 축제를 관광자원화하여 관광수입을 증대시키고 있으며, 세계올림픽과 박람회 등과 같은 대형 이벤트를 통해 지역경제를 발전시키고 있다.

우리나라에서도 1995년 지방자치체가 실시되면서 대부분의 자치단체에서는 지역의 관광산업진흥, 장소마케팅, 그리고 지역경제의 활성화 등을 목적으로 다양한 축제와 이벤트를 개발하여 개최하고 있다. 최근에는 기업에서도 문화의 경쟁력을 인정하여 축제와 이벤트를 전략산업으로 집중 육성하고 있는 상황이다.

우리나라 대부분의 지방자치단체에서 지역축제의 관광상품화에 관심을 가지고 있지만, 그 중에서도 전남지역의 지자체는 지역경제의 활성화를 목적으로 지난 1995년 이후 많은 축제를 양산시켰다. 그 결과 우리나라에서 지역축제가 비교적 많이 개최되는 지역이 되었다. 그래서 본 연구에서는 전남지역에서 문화관광축제로 기능하고 있는 축제의 공간적 확산과정과 확산과정에서 나타난 지역적 특징을 고찰하였다.

전남지역에서는 현재 58개의 문화관광축제가 개최되고 있지만, 대부분의 축제가 1995년 이후 개발되었다. 지역별로는 여수시와 목포시, 광양시, 순천시 등 시급 도시에서 많이 개최된 반면, 무안·담양·신안·완도등지는 상대적으로 적게 개최되어 지역별 뚜렷한 차이를 나타냈다. 또한 개최시기별

분포를 보면, 가을과 봄철에 48개(82.7%)의 축제가 집중적으로 개최되고 있다. 특히 10월에 16개(27.6%), 5월에 12개(20.7%)가 개최되어 특정 시기에 집중하는 경향을 보이고 있는데, 이러한 특징은 기후적 요인과 관련이 깊다.

문화관광축제의 확산과정은 크게 초기단계(1995년 이전), 확산기(1995~1999년), 심화기(2000년 이후) 등의 3단계로 구분되었고, 단계별로 뚜렷한 차이를 보였다. 확산의 초기단계에는 21개(36.2%)의 축제가 개최되었지만, 일부 시·군으로 한정되었다. 확산기에는 30개(51.7%)의 축제가 전남 전역에서 개최되었기 때문에 공간적 규칙성은 나타나지 않았다. 확산기에는 많은 축제가 신설되었지만, 동시에 많은 축제가 통폐합되기도 하였다. 심화기에는 축제 확산의 국지화가 나타났고, 경제적으로 낙후된 지역에서 새로운 축제를 많이 개발한 것이 특징이다.

축제의 확산과정에 따른 특징을 파악하기 위하여 개최목적, 축제주제, 그리고 축제의 속성변화 등의 3가지 지표를 이용하여 축제의 유형을 분류하고 이를 모델화 하였다. 전남지역에서 개최되는 축제의 목적별 분류에서는 관광형이 가장 많았고, 축제의 주제는 자연특성(27.%), 지역전통(20.2%), 산업경제(117.6%) 등과 관련된 축제가 상대적으로 많았다. 축제의 속성 또한 토착형보다는 상업토착형과 진화토착형이 대부분을 차지하였다. 전체적으로 보면, 전남의 문화관광축제는 지역의 전통과 문화를 주제로 주민화합을 목적으로 초기에 많이 개최되었다. 그러나 1995년을 기점으로 축제의 목적과 속성이 변화되어 관광객 유치를 위해 새롭게 기획된 상업형 축제가 많이 개최되고 있고, 축제의 주제 또한 다양해지고 있다.

본 연구는 전남지역에서 개최되고 있는 문화관광축제를 대상으로 이들 축제의 공간적 확산과정에 나타난 특징을 파악하려고 시도하였다. 그러나 크고 작은 많은 축제중에서 어떤 기준에 의해 문화관광축제를 선정할 것인가 하는 '축제선정의 공통된 지표'를 개발하는 데 어려움이 있었다. 따라서 공통된 지표에 근거하여 전남의 축제를 선정하고, 이를 바탕으로 연구를 진행하지 못한 것이 본 연구의 근본적인 문제점이자 한계라 할 수 있다. 따라서 이러한 문제점은 차후의 연구를 통해 계속

보완하려고 한다.

註

- 1) 축제는 넓은 의미의 제의(祭衣)의 한 형태로서 근본적으로 인간문화를 대변하는 사회적 현상임과 동시에 하나의 이벤트이다. 축제의 5가지 기본요소는 특별한 행사로서 축하의 기회, 유명한 인물이나 사건 또는 중요한 생산물의 추수에 대한 감사와 연례행사, 일련의 예술작품을 만드는 과정 및 문화적 이벤트, 지역의 전시회, 일반적 제례의식과 향연 등이 포함된다.
- 2) 이벤트는 인류 역사상 모든 시대와 문화권에 존재해 온 인간활동으로서 일반적으로 마케팅과 관련된 판촉활동을 위한 특별 행사라는 개념으로 통용되고 있으며, 박람회, 컨벤션과 전시회, 콘서트, 패션쇼, 축제, 스포츠 게임 등과 유사한 용어로 사용되고 있다 (McDonnell, Allen and O'toole, 1999).
- 3) 우량 이벤트(hallmark event)에 해당하는 대표적인 사례에는 브라질의 리우데자네이루 카니발외에 스코틀랜드 에딘버러 페스티벌, 투어드 프랑세, 독일 뮌헨의 옥포페스트 등이 있으며, 우리나라의 경우 진도영등축제, 금산인삼축제 등이 이에 해당한다.
- 4) 문화관광부에서 선정된 우수한 문화관광축제는 1997년 10개, 1998년 18개, 1999년 21개, 2000년 25개, 2001년 31개, 2002년 31개, 2003년 30개로 크게 증가하였다.
- 5) 매년 9월과 10월에 걸쳐 개최되고 있는 목포예술제는 한국예총 목포지부가 주최하는 예술가들의 한마당 축제에서 시작되어 오늘날에는 학생들의 음악·연극·무용경연대회, 미술대회, 주부가요제 등이 열리는 종합예술제로 발전하였다.
- 6) 영암지역의 항일투쟁 정신과 고유한 전통문화를 전승시키고 지역주민의 화합의 목적으로 1978년부터 5월 5일을 '영보의 날'로 정하였고, 지금까지 '풍향제'라는 행사를 개최하고 있다.
- 7) 지리산 노고단에서 지내는 제례에서 출발하였다. 신라시대이후 하늘과 산에 제사를 올리고 국민민안을 기원하였는데 1908년 제단이 철거되었다. 광복이후 화업사 일주문 앞에서 제사를 올렸으며 1969년 현재의 터에 남악사를 건립하고 매년 곡우절을 맞이하여 약수제를 올렸고, 오늘날에는 종합적인 축제로 자리잡고 있다.
- 8) 전남지역 22개 시·군의 재정자립도 순위를 살펴보면, 함평군(12.6%), 장성군(11.9%), 장흥군(9.2%) 등의 자립도가 매우 낮은 것이 특징이다.
- 9) 현재의 여수시는 1998년에 과거의 여수시와 여천시, 그리고 여천군이 통합되어 탄생된 새로운 '여수시'이다. 통합 여수시가 출범하기 전에 여천군(항일암 일출제)과 여천시(남해안생선요리축제)에 각각의 축제가 만들어졌다.
- 10) 곡성군의 심정축제와 잠자리축제의 개발은 친환경축제로 자리매김된 함평군의 나비축제가 큰 영향을 미

쳤다. 또한 곡성군은 '잠자리'라는 주제를 놓고 인접한 구례군과 축제개최와 관련해서 갈등을 만들기도 했다.

- 11) Wilson and Udall(1982)는 지역축제를 5개의 유형으로 구분하였다. 토착축제(indigenous festivals)는 지역의 고유문화를 소재로 하는 축제로서 지역주민이 참가자이자 주최자이다. 진화토착축제(evolutionary indigenous festivals)는 토착축체에 외부 방문객의 참여를 유도하기 상업적인 요소가 포함된 축제로서 축제의 주제는 지역의 문화를 벗어나지는 유형이다. 상업토착축제(commercialized indigenous festivals)는 관광기획자나 기업에 의해 개발된 축제이지만, 지역에 기반을 둔 문화가 축제의 주제이다. 비지역단일문화축제(non-community monocultural festivals)는 지역에 기반이 없는 주제를 가지고 외부인이 주최자가 되어 기획하는 축제이다. 다문화민속예술축제(multicultural folk arts festivals)는 비교적 최근에 등장한 축제로 다양한 문화가 결합된 축제이다.

文 獻

- 오순환, 1999, 지역축제의 실시와 경제적 효과, 관광학연구, 22(3), 202-221.
- 이장주·조현상, 2000, 지역축제의 이미지 특성화에 관한 연구, 관광학연구, 24(1), 205-224.
- 이정록, 1998, 광주·전남지역 관광산업의 현황과 발전 방향, 지역개발연구, 30(1), 161-190.
- 이정록·추명희, 1997, 이벤트관광 관광객의 행태적 특성분석: 전남 낙안의 남도음식축제를 사례로, 지리학연구, 29, 59-94.
- 추명희, 1999, 전남지역 이벤트관광의 특성과 변화 과정에 관한 연구, 전남대학교 대학원 지리학과 박사학위 청구논문.
- Allix, A., 1992, The geography of fairs: illustrated by Old-World examples, *Geographical Review*, 12: 232-269.
- Bramwell, B., 1997, Strategic planning before and after a mega-event, *Tourism Management*, 18(3), 167-176.
- Butler, R. W. and Smale, B. J. A., 1991, Geographic perspectives on festivals in Ontario, *Journal of Applied Recreation Research*, 16(1), 3-23.
- Frisby, W. and Getz, D., 1989, Festival management: a case study perspective, *Journal of Travel Research*, 28, 7-11.
- Getz, D., 1991, *Festivals, Special Events, and*

- Tourism*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D., 1997, *Event Management and Event Tourism*, Elmsford, NY: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. and Frisby, W., 1987, Evaluating management effectiveness in community-run festivals, *Journal of Travel Research*, 27(1), 22-27.
- Hall, C. M., 1992, *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning*, London, Belhaven Press.
- Janiskee, R. L., 1991, Rural Festivals in South Carolina, *Journal of Cultural Geography*, 11(2), 31-43.
- Janiskee, R. L. and Drews, P. L., 1998, Rural Festivals and Community Reimaging, in *Tourism and Recreation in Rural Areas*, edited by Butler, R., Hall, C. M., Jenkins, J., Chichester, John Wiley, 157-175
- Janiskee, R. L., 1994, Some Macroscale Growth Trends in America's Community Festival Industry, *Festival management & Event Tourism*, 2, 10-14.
- Long, P. T. and Perdue, R. R., 1990, The economic impact of rural festivals and special events: assessing the spatial distribution of expenditure, *Journal of Travel Research*, 28(4), 10-14.
- Mayfield, T. L. and Crompton, J. L., 1995, Development of an Instrument for identifying Community Reasons for Staging a Festival, *Journal of Travel Research*, 33(3), 11-24.
- McDonnell, I., Allen, J. and O'toole, W., 1999, *Festival and Special Event Management*, New York, John Wiley & Sons.
- Ritchie, J. R. B., 1984, Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues, *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.
- Verhoeff, R., 1989, The spatial diffusion of the performing arts in the Netherlands, *Journal of Cultural Economics*, 13, 53-68.
- Wilson, J. and Udall, I., 1982, *Folk Festivals: A handbook for Organization and Management*, Knoxville, The University of Tennessee.
- Waterman, S., 1998, Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals, *Progress in Human Geography*, 22(1), 54-74.