

# 창조도시 문화전략으로서의 지역축제

## 1. 문화와 창조 산업

- 현대는 부가가치 창조의 중요한 방법으로 문화를 인식하고 활용
- 문화컨텐츠 사업이 대표적인 창조산업군으로 이해 되는 것은 위와 같은 이유
- 창조산업 등장 이유
  - 자체적인 가치 보유 이외에도 여타의 다양한 부가가치를 창조하고 다른 산업을 유인하거나 유발시키는 효과
  - 탈권위, 탈장르, 탈중심적 경향. 다원화 되고 다양화 되어가는 산업

## 2. 지역 축제

- 지자체의 지역축제 개최 이유 : 문화, 관광, 교육, 경제를 유기적으로 연결하여 도시발전 유도
- 지역 축제 : 정신적 가치, 문화적 가치, 경제적 가치를 보여주는 종합적 쇼비지니스 쇼케이스(total business showcase)
- 지역축제의 다양한 효과
  - 전통문화 보존, 개발, 전승

- 지역주민의 연대감 형성
- 지역 축제의 관광상품화를 통해 지역성장의 추구
- 지역 정체성 확립
- 지역 축제의 문제점
  - 지자체장의 업적 홍보용으로 전략
  - 소재 중복으로 인한 축제별 차별성 미약 - 지역 고유성 결여
  - 지역간 갈등발생
  - 기획력, 전문성 부족
  - 지역 주민 참여 결여, 동원 형식 참여

## 3. 지자체의 축제 도입 이유

- 축제 급증 현황 : 1990년대 이후 지방자치제의 본격적 도입과 관련
  - : 지자체 도입 이전 287 -> 2005년 강원도 제외 601개(소규모 종합 약 1,200개)
- 도입 이유
  - 물질적 욕구를 정책적 전면에 내세우는 빈곤한 철학으로 지역민의 만족도 해결 불가능
  - 스스로 창조적 가치를만들고 다른 가치사슬(value chain)에 자리를 내어 확장하는 21세기형 지역발전

의 주요형태

- 중앙으로부터의 문화적 종속 해방
  - 지역 문화 = 서울문화 아류라는 공식 파괴

#### 4. 축제 성공하기 위한 요인

- 축제의 독창성과 축제 소재의 차별성
  - 문화와 전통의 고유성
  - 차별화의 기초이자 경쟁력 확보의 초석
  - 지역의 역사적 배경, 지역적 특성
- 지역주민 참여
  - 참여를 통해 지역 유무형의 다양한 가치를 창출
  - 지역사회 정체성 확립 - 자부심으로 연결
- 프로그램의 지속성과 확장 가능성
  - 유무형의 문화적 가치(정신적 가치, 경제적 가치, 브랜드 가치)를 창출
  - 일회성 사업은 지역주민들의 공동 가치와 신념체계에 혼돈만을 초래