

축제 이해집단 간 의미구조관계 및 역할모형 구축*

- 안동 국제탈춤페스티벌과 뉴질랜드 국제문화예술축제의 비교 -

The Structural Relationship of Meaning and the Development of a Role Model on a Festival among its Stakeholders:
A Comparison of Representative Korean and New Zealand Cultural Festivals

오 정 근**

Oh, Jeong-Keun

ABSTRACT

The purpose of this paper was to examine how festival stakeholders as a supply group perceive festivals and grant festival's meaning, afterward grasping the structural relationship of meaning and developing of role model. Culturally representative events, the Andong Maskdance Festival (AMF) and the New Zealand International Arts Festival (NZIAF) were compared in terms of Korean culture representation and the bringing up of local cultural arts. In addition, NZIAF also emphasized economic impact such as the contribution to the local economy. In the roles relationship, in the case of AMF, the role of the festival committee and the local government as cultural subjects was prominent. Moreover, cultural and leisure-touristic helper for central government and local businesses, cultural sender for local press and local NGO was formed. In the case of NZIAF, the Festival committee which emphasized private autogenous power was revealed as an economic and cultural subject. Economic helper for central government, local government and local press, and economic sender's role for local businesses, and leisure-touristic sender for local NGO was formed.

핵심용어(Key words) : 축제 이해집단(Festival stakeholders), 의미구조관계(The structural relationship of meaning), 역할모형(Role model), 안동국제탈춤페스티벌(Andong maskdance festival), 뉴질랜드국제문화예술축제(New Zealand international arts festival)

* 이 논문은 2009년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임. [NRF-2009-352-B00050]

** 한양대학교 관광연구소 연구교수. e-mail: tourzeegi@hanyang.ac.kr

I. 서 론

축제는 문화의 보전, 지역경제의 활성화, 여가활동의 건전화 등의 다양한 목적으로 문화의 상품화 및 이벤트화에 힘입어 특정지역의 문화자원이 발굴 및 발전되어 우리 일상생활의 대중적인 여가활동으로 다가왔다. 현대의 축제는 주로 문화적 속성에 관광적 속성을 접목시킨 형태로 유형화되고 있다. 즉, 이훈(2006)의 주장처럼, 축제는 일반적으로 일정한 진화과정을 거쳐 지역의 관광자원이 되는데, 지역의 전통, 문화, 상징가치에서 출발하여 지역주민의 정서, 놀이, 신앙이 결부된 측면으로 발전되어, 이웃마을과 일반사람들에게도 그 내용과 형식이 공유되고 그 자체가 구경거리와 즐길거리 또는 매력적인 관광대상으로 확대되어간다. 또 다른 축제의 형성과정으로 지역축제는 지역가치창출과 방문 매력성을 높이기 위해 새롭게 개발되기도 한다.

하지만 아직까지 지자체의 대부분 축제들은 경쟁력을 갖춘 차별화된 축제를 운영하지 못하고 있는 실정이다. 즉, 시류에 편승하여 양적 활성화에만 치우친 결과로 축제들이 천편일률적 유사축제, 체계적이지 못한 기획과 운영서비스 미숙, 예산의 낭비 등과 같은 축제의 역기능적인 측면이 나타나기도 하였으며, 사회적으로는 구조조정에 대한 공감대가 형성되기도 하였다(이연화, 2012). Getz(1991)와 McDonnell *et al.*(1999)는 지역축제의 진정한 성공과 축제를 통한 지역의 총체적인 발전을 도모하기 위해서는 축제에 관련된 이해집단들의 관점을 정확히 알고 그들의 이익을 조율하는 것이 중요하며 협력관계를 모색하는 것이 필요하다고 강조하였다(이용철·김창수, 2009).

축제를 포함한 관광활동은 관광객과 지역사회 또는 지역주민 사이의 접촉으로 이루어지는 사회현상(Ap, 1992; 김철원·서현숙·이태숙, 2012)으로 지역을 기반한 대표적인 관광활동으로 부각되는 축제는 축제의 개최와 참가 등의 축제를 만들고 경험하는 과정에 공급자와 수요자의 상호 이해집단 간 혹은 이해집단 내부적으로 다양한 이해관계가 수반된다.

사회가 다원화되어 가고 지방화의 진전에 따른 주민의 참여 의식 및 환경가치 인식이 고양됨에 따라 각종 지역개발과 관련된 이해집단 간 갈등의 양상으로 발전하는 경우가 많아지고 있다(Sautter & Leisen, 1999; 이용철·김창수, 2009). 특히, 지역개발의 수단으로 만병통치약처럼 인식되어온 지역축제는 공급집단, 매개집단 그리고 수요집단 등 각 집단간 혹은 집단내의 다양한 이해관계가 엮여 있기 때문에 이해관계를 달리하는 집단 간 갈등이 증폭될 가능성이 매우 높다. 현재

국내 지역축제를 보면, 지방정부와 축제조직위원회, 지역주민, 지역상인, 지역 NGO 등 다양한 지역축제 이해집단들이 존재하며, 이해관계가 복잡해지고 있고 이로 인해 예상하지 못한 변수요인들이 많이 이해집단 간 갈등 또한 다양하게 표출되는 상황에 이르렀다(주상욱, 2006; 노경희·김창수, 2012).

각 이해집단들마다 문화전승, 사회통합, 정치적 입지강화, 지역경제 등의 이해관계에 따라 축제를 둘러싼 의미는 다르게 나타날 것이다. 또한, 축제의 형성과정과 생산과정(상품화과정) 그리고 소비과정에서 축제 이해집단들은 그들의 목적에 따라 정치적, 경제적, 사회적, 문화적, 여가관광적 효과와 영향을 달리 인식하기 때문에 축제 형성과정 및 생산·소비과정에서 갈등이 발생될 수도 있다(오정근·이훈, 2009). 이러한 축제 이해집단들 간의 갈등을 해소하고 축제의 관리 및 의사결정과정의 합리적 절차의 매커니즘으로써 민·관이 함께하는 네트워크 거버넌스(Network Governance)의 바람직한 역할모형이 탐색되어야 한다.

Getz(1991)는 진정한 지역축제는 축제에 관련된 이해집단간의 이익과 목표를 잘 조율하고 지역사회의 총체적 발전에 기여해야 한다는 점을 지적했고, 신용석·이태희(2005)는 지역축제가 상업적인 이벤트와 구분하여 공적(公的)인 축하(public celebration)의 장(場)임을 강조한 것으로 일시적인 이윤추구나 특정집단의 일방적 이해추구가 아닌 관련 이해집단에 대한 고른 배려와 체계적인 계획에 의해 진행되어야 함을 시사한다고 해석한다. 그러나 현대의 지역축제는 상업성을 문화진흥의 또 다른 방책으로 해석하며, 상업성과 진정성이 조화롭게 발전시킬 수 있는 방안을 모색한다고 볼 수 있다.

축제의 발전은 축제를 둘러싼 이해집단이 축제에 대해 어떻게 인식하고 어떤 의미를 부여하고 이에 따라 어떤 형태의 전략과 정책을 수립하여 실행하느냐에 따라 성패가 갈린다해도 과언이 아니다. 이러한 이유로 축제에 있어서 관련 이해집단들은 축제에 대해 의미부여 내용과 상징성을 이해하고, 그 의미부여에 따른 관계형성으로 조직화된 역할구도를 파악하는 게 지속가능한 축제를 위해 선행되어야 할 과제라고 볼 수 있다. 이러한 선행과제의 중요성을 인식하여, 본 연구는 한국과 뉴질랜드의 대표적인 문화관광축제인 안동 국제탈춤페스티벌과 뉴질랜드 국제문화예술축제를 비교분석하여 축제의 의미부여에 따른 관계형성 파악과 그 관계형성에 따른 역할 모형의 구축을 목적으로 한다. 특히, 양국의 두 축제는 축제를 둘러싼 조직구성체계에 있어서 '민간주도형' 거버넌스를 형성하고 있어서 상호비교를 통하여 이해집단들의 의미부여 내용과 역할 관계에 따라 이상적인 축제 이해집단 거버넌스를 조직하는 데 실제적인 방향성이 제공될 것이다. 본 연구를 통한 축제의 의미부여와

의미부여에 따른 역할설정은 향후 축제를 둘러싼 이해집단 간 역할 규정과 협력관계의 바람직한 틀을 제시하는 데 선행모델로서 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 고찰

1. 축제 이해집단 개념과 선행연구

성공적인 축제 개최와 운영을 위해서는 다양한 이해관계자의 역할과 성공적인 축제를 위한 이들의 노력이 필요하며(Allen *et al.*, 2005; 이경모 2009), 축제의 개최과정에서 이해관계로 인해 발생하는 갈등과 문제들을 해결하기 위해 축제를 둘러싼 많은 관계 집단 간의 협력과 의견조율이 중요하게 부각되고 있다. 특히, 광의의 개념으로 지역의 관광개발의 일환으로 축제개발에 대해 생각해본다면 최근 많은 연구자들이 점점 더 관광계획 과정에서 협력의 필요성(Cheng, Hu, Fox & Zhang, 2012; Lee *et al.*, 2010; Jamal & Getz, 1995; Hunt, 1991; Keogh, 1990; Long, 1991; Marsh & Henshall, 1987)에 대해 논쟁하고 있다.

신용석·이태희(2005)의 주장처럼, 지역의 축제는 지역사회 이해집단들에게 다양한 가치를 부여하고 축제에 대한 가치부여는 축제에 대한 기대와 축제를 바라보는 관점을 결정짓게 된다. 다양한 이해집단별로 축제개최의 목적과 기대효과 등을 달리하기 때문에 축제 개최과정의 갈등과 협력은 불가피한 상황으로 인식되기도 한다. 이해집단에 대한 연구는 관광개발 뿐만 아니라 지역축제에서도 축제의 다원적 측면과 각 이해집단의 다양한 시각에 따라 경제적인 측면 이외에 사회, 문화적, 환경적 의미 등 여러 차원의 이해와 협력의 필요성을 지적하였다(Getz, 1991; 이용철·김창수, 2009).

Freeman(1984)에 의해 개척된 이해집단 이론에 의하면, 이해집단을 '조직들의 목표달성을 위해 영향을 주거나 받는 단체나 개인'으로 규정하고 있으며, 그 조직들은 다양한 단체나 개인으로 고용자, 고객, 공급자, 정부, 커뮤니티의 구성원들을 포함한다. Allen *et al.*(2005)은 이벤트로서 축제 개최시 중요한 역할을 수행하는 이해관계자를 6가지 유형으로 제시하고, 여기에 개최 조직, 개최지 지역사회, 스폰서, 미디어, 협력체, 참가자 및 관람자를 포함시키고 있다(이경모, 2009). Goeldner & Ritchie(2002)는 관광분야 4개의 주요 이해집단으로 관광객, 지역주민, 비즈니스 경영자, 지방 정부 공무원으로 나누었다. 한편, Andereck & Vogt(2000)와 Pizam & Reichel(2000)은 관광과 이해집단간의 복잡한 관계

를 연구함에 있어서 개인적 이해단체, 지역주민, 방문객, 비즈니스 경영자, 정부 공무원에 중점을 두고, 그들의 인식과 태도로 연구하였다.

이와 같이 다양한 연구자들이 관광과 축제 관련하여 이해집단을 분류하고 있지만, 체계적인 이해집단 분류가 이루어지지 않고 있는데, 관광개발에서 Sautter & Leisen(1999)가 제시한 이해집단 구성과 이를 응용하여 축제 이해집단을 제시한 신용석·이태희(2005)의 이해집단 구성이 이해하기 쉬운 역학관계라고 볼 수 있다. 즉, Sautter & Leisen(1999)는 관광개발에 있어서 이해집단을 관광계획자를 중심으로 하여 정부, 경쟁자, 전국규모의 기업체인, 관광객, 지역 NGO, 지역주민, 지역관광기업 그리고 관광기업 종사자로 분류하였으며, 신용석·이태희(2005)는 지역축제를 중심으로 하여 관련 이해집단을 중앙정부, 지방자치단체, 관광객, 지역NGO, 축제위원회, 지역언론, 지역주민, 지역상인으로 구분하였다. 한편, 오정근·이훈(2008)은 김효섭(1998), 헤이만(1999), 조아라(2002)의 연구를 바탕으로 하여 신용석·이태희(2005)가 제시한 축제관련 이해집단을 각 집단의 축제에 대한 생산 및 소비과정에서의 직·간접적 역할을 기준으로 하여 대분류로 공급집단, 수요집단으로 나누고 중분류로서 생산집단, 매개집단, 소비집단으로 분류하였다. 생산집단으로는 지방자치단체, 축제위원회, 지역기반기업, 중앙정부, 외부기업으로 분류했으며, 매개집단으로 지역NGO, 언론 및 미디어로 소비집단으로는 지역주민, 관광객으로 구분하였다.

본 연구에서는 오정근·이훈(2008)의 중·대분류와 신용석·이태희(2005)의 세부 이해집단 분류내용을 통합하여, 생산집단과 매개집단을 통칭하여 공급집단으로 명명하고, 생산집단에 중앙정부, 지방정부, 축제위원회, 지역상인으로, 매개집단에 지역NGO, 지역언론으로 분류하여 연구하였다.

2. 축제의 의미 변화

Huizinga(2010)의 주장처럼, 놀이문화가 체계적으로 외형화 된 전형으로서 '축제'는 어느 시대, 어느 장소, 어느 문화에나 보편적으로 존재하는 현상이다. 축제는 예부터 인간의 생활과 관련한 모든 내용들을 포괄적으로 담고 있는 복합적인 문화유산이라고 하겠다. 인간은 축제를 통하여 평상시의 생활로부터 일탈할 수 있는 기회를 얻었으며, 즐거움을 느끼고 흥분과 자극을 경험하였다. 또한 축제는 집단과 민족간의 단합을 위한 도구로도 이용되었으며, 교육을 목적으로 하거나 종교적 의식을 위한 수단으로도 이용되었다(이태희, 2011). 축제는 이처럼 일탈적 의

미인 축제 자체적 의미와 집단과 민족 간의 단합과 같은 특정 목적을 위한 수단적 의미가 공존해 왔다. 그러나, 축제는 살아 움직이는 문화유기체로서 변화해왔다. 즉, 축제는 어느 시대, 어느 문화에서나 존재해 온 보편적 놀이행위로서 해당 시공간의 정치·사회·문화적 맥락을 반영하며 끊임없이 변화해(이훈·김미정, 2011) 온 것이다.

축제에 대한 의미는 류정아(1999)의 주장에 따르면, 세 가지 관점에서 파악할 수 있다. 첫째, 하나의 의례이자 일상생활의 파괴로서 축제의 의미를 분석할 수 있으며, 둘째, 사회변화의 적응기체로서 시대적, 사회적 변화사에 초점을 맞추어 의미를 파악할 수 있으며, 셋째, 전통축제가 민속화되는 과정에서 본래 근원적 의미와 괴리된 사회, 문화, 경제적 맥락에서 축제의 의미를 해석할 수 있다. 현대의 축제는 종교적 신성성(神聖性)이나 제의성(祭儀性) 등의 축제 발생학적 차원의 근원적 의미는 많이 퇴색되어가고 있으며, 특정사회를 대변하는 사회변화의 적응기체로서의 의미 역시 사라져가고 있다. 현대의 축제들은 전통 기반의 축제들도 관광상품화 되어감에 따라 축제의 본질적 의미와는 거리를 둔 이벤트성 축제들로 산업화된 축제들이 주류를 이루고 있다.

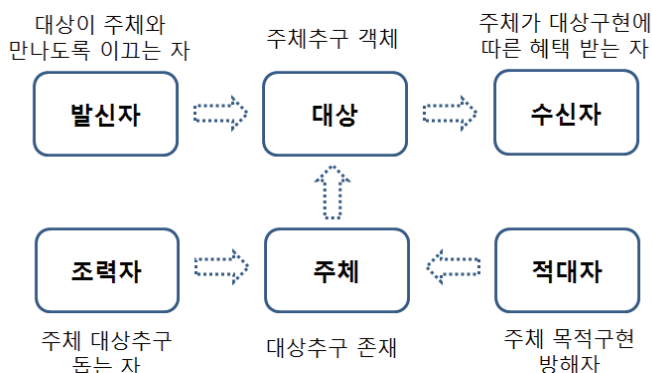
축제는 인간의 '희노애락(喜怒哀樂)'의 모든 주제와 상황을 포괄한 다양한 내용을 담고 있는데, 현대적 의미에서는 축제 또는 이벤트를 지역의 발전을 위한 하나의 도구로 인식하고 있다(이태희, 2011). 지역축제가 기존의 어떤 기원을 담거나 문화 그 자체로 행해졌던 개념이 현대적 의미로서 전환되면서 지역활성화 또는 지역개발의 의미로 가미되었다(김남일, 2005). 따라서 최근에 새로 생겨나는 지역 축제들은 전통성에 뿌리를 두기보다는 지역사회의 문화적, 경제적인 면과 관련성이 높을 수 밖에 없다(노경희, 2011).

이상에서 살펴본 바와 같이, 과거로부터 현재에 이르기까지 다양한 축제들은 사회화합, 전통 발현 등의 근원적 의미에서 출발하여, 경제 활성화, 여가기회 제공, 정치 수단화 등의 포괄적·실용적 의미로 확대되어서 현대의 축제 의미는 사회적, 문화적, 경제적, 정치적, 여가·관광적 관점에서 그 의미를 구분하여 살펴볼 수 있다.

3. 행위소 모형, 의미구조관계 및 역할모형, 기호학적 분석

그레마스(Greimas)는 텍스트·담론의 의미를 구조적이고 체계적으로 분석하는 기호학을 정립한다. 그레마스 기호론은 기호 자체에 관한 학문이라기보다 의미체계에 관한 일반이론이며 의미파악과 생성에 관해 개념 구축의 형태로 명시하고자 하

는 구조적 기호이론이다(오정근, 2010). 특히, 그레마스는 설화에 나타난 등장인물간의 관계를 행위소(Actant) 모형에 의해 주체(subject), 대상(object), 조력자(helper), 적대자(opponent), 발신자(sender), 수신자(receiver) 등으로 나누어 역할 관계를 정립하였다. 즉, 주체(subject)는 대상을 추구하거나 원하는 존재, 대상(object)은 주체가 추구하는 객체, 조력자(helper)는 주체가 대상을 추구하는 것을 도와주는 자, 적대자(opponent)는 주체가 목적을 구현하려는 행위를 방해하는 자, 발신자(sender)는 대상을 주체와 만나도록 이끄는 자, 수신자(receiver)는 주체가 대상을 구현함으로써 그 혜택을 받는 자를 의미한다.



〈그림 1〉 그레마스 행위소 모형

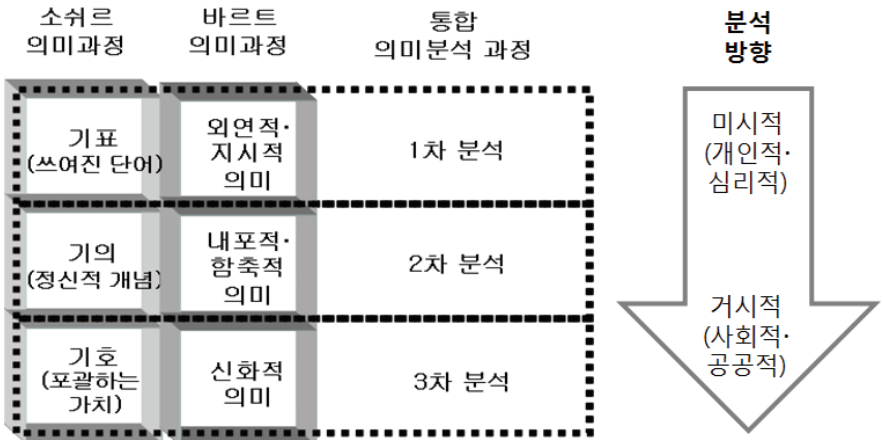
그레마스 기호학의 핵심인자는 서사성(narrativity)의 인지(김윤배, 2003)이지만 본 연구에서는 서사적 구조에 의한 인물관계로 형성되는 의미구조관계보다는 축제를 둘러싼 이해관계 집단들의 인터뷰를 통해 형성된 텍스트(text)를 기표(signifier), 기의(signified), 기호(sign)라는 형식의 소쉬르 의미과정¹⁾과 외연적·지 시적 의미, 내포적·함축적 의미, 신화적 의미 등 3단계의 바르트의 의미구조과정을 통합한 통합의미구조과정을 통해 분석해내어 의미에 따른 역할관계를 정립하는 데 중점을 두고자 한다.

1) 소쉬르의 의미과정은 무엇을 표현하기 위한 실체적 요소로 형식을 말하는 '기표(signifier)', 기호가 대변하는 정성적 개념으로 의미되어지는 내용인 '기의(signified)', 그리고 이 두 가지 요소에 의해 생성된 인위적인 관습이며 문화적 동의 결과인 '기호(sign)'에 의해 의미가 획득되어가는 과정(오정근·이훈, 2009)을 말한다.

III. 연구조사 설계

1. 연구방법 및 자료분석

본 연구에서는 한국의 대표적인 전통문화축제인 안동국제탈춤페스티벌(Andong Maskdance Festival; 이하 AMF)과 뉴질랜드의 대표적 문화예술축제인 뉴질랜드 국제문화예술축제(New Zealand International Arts Festival; 이하 NZIAF)를 대상으로 하여 두 축제에 대한 축제 이해집단의 의미부여와 의미부여 내용에 따른 의미구조관계 형성을 바탕으로 한 역할 관계를 규명한다. 기본적으로 소쉬르의 기표, 기의, 기호로 이어지는 의미과정과 바르트의 외연적·지시적 의미, 내포적·함축적 의미, 신화적 의미로 이어지는 의미과정을 통합하여 분석된다. 특히, 축제 이해집단들의 외연적, 내포적, 신화적 의미를 파악할 수 있도록 단계적 의미확대 방법을 활용한 기호학적 분석방법을 이용한다. 즉, 미시적(개인적·심리적 수준) 의미단계인 외연적 의미분석에서 점차 거시적(사회적·공공적 수준) 의미단계인 내포적 및 신화적 의미 단계로 확대되는 분석 방식이다.



자료: 오정근·이훈(2009)을 바탕으로 보완함

〈그림 2〉 의미분석 방법

자료분석은 연구대상자의 심층인터뷰 내용의 기술-분석-해석과정에 의해 이루어졌다. Strauss & Corbin(1998)은 자료 분석과정 즉, 기술-분석-해석과정이

일련의 과정을 이루되, 그 삼자간의 관계가 직선적이지 않고 순환적이며 상호보완적인 관계를 유지해야한다(양정모, 2010)고 주장한다. 연구대상자의 동의를 얻어 녹취하고 다시 녹취내용을 기술하여 기호학적 방법에 의해 분석하였다. 또한, 연구분석의 타당성²⁾ 확보를 위해 연구분석 내용의 진실성 여부를 연구대상자(참여자)를 통해 재확인(member checking)토록 요청하였다.

2. 한국과 뉴질랜드의 비교대상 축제 선정

한국과 뉴질랜드의 전통과 문화를 대변할 만큼 영향력 있는 축제를 선정하였다. 안동국제탈춤페스티벌은 한국적 특성을 강력하게 나타낼 수 있는 탈춤을 테마로 한국국제예술축제로서 다양한 문화상품의 개발로 전통적 요소들의 현대적 응용을 기하고, 양질의 패키지 관광상품을 개발하여 범국민적 축제로 나아가도록 되어있으며(안동국제탈춤페스티벌 집행위원회, 1997; 한양명, 1998), 1997년 문화체육부 10대 문화관광축제 선정을 필두로 2000년, 2001년 전국 축제 종합평가 1위(문화관광부), 2002~2005년 문화관광부 선정 전국최우수 축제, 2008~2010년 대한민국대표축제 선정(<http://www.maskdance.com>) 등 명실상부한 대한민국을 대표하는 문화관광축제로 자리매김 했기에 선정되었다. 한편, 뉴질랜드 국제문화예술축제(New Zealand International Arts Festival)는 아시아·태평양 지역의 주요 문화이벤트이자 주도적인 복합예술축제이다. 이 축제는 세계의 위대한 도시 중에 하나로서 변모한 웰링턴(wellington)에서 매 2년마다 열리며, 약 24일의 축제기간동안 쉽게 접근 가능한 다양한 문화시설(극장, 콘서트홀, 박물관, 갤러리, 열린 광장 등)에서 연극, 춤, 음악, 문학, 영화, 비주얼 아트 등의 행사가 펼쳐진다(<http://festival.co.nz>). 뉴질랜드를 대표하는 문화예술축제로서 문화와 정치의 중심지인 뉴질랜드 수도인 웰링턴에서 열리는 축제이며 수익성과 문화전달성을 모두 반영하는 축제이기에 선정되었다. 특히, 양국의 대표적인 문화관광축제로서 축제조직구성에 있어서 '민간주도형'³⁾의 형태를 띠고 있어서 향후 축제조직의 구성

2) 타당성(Validity)이란 검사가 원래 의도한 것을 제대로 잘 측정하고 있는 정도(Black & Champion, 1976)로서 측정의 정확성을 공통적으로 포함하며, 질적연구에서는 타당성을 확보하기위해 참여자확인(member checking), 삼각검증(triangulation), 풍부한기술(thick description), 동료검사(peer reviews), 외부검사(external audits) 등(나장합, 2006)이 이루어진다.

3) 안동국제탈춤페스티벌 거버넌스는 1997년에서 2005년까지 '관중심의 수직적 관리형'에서 출발하여 2006년에서 2009년까지 '민·관 협력형' 거버넌스로 전환하였고, 2010년 이후 '안동 축제·관광조직위원회'를 매개기관으로 각 주체들이 수평적이고 개방적인 파트너십에 기반하

방향에 있어서 두 축제조직의 의미부여와 역할설정을 비교분석하여 바람직한 축제 조직 거버넌스의 좋은 본보기로 제시될 수 있기 때문에 선정이 되었다.

3. 이해집단으로서 심층인터뷰 대상자 선정

심층인터뷰 대상자들은 Sautter & Leisen(1999)의 관광개발 이해집단을 응용하여 축제 이해집단을 제시한 신용석·이태희(2005)의 중앙정부, 지방자치단체, 관광객, 지역NGO, 축제위원회, 지역언론, 지역주민, 지역상인 등 8개의 축제 이해집단에서 지역주민, 지역상인과 같이 수요집단은 제외하고 공급집단(생산집단, 매개집단)만을 대상으로 하여 교수 및 전문가와 이해집단의 추천을 받아 집단의 대표성과 특성을 반영할 수 있는 인물들을 심층인터뷰 대상자로 선정하였다.

본 연구에서는 하나의 집단을 선정하기 위해 질적연구에서 주로 이용하는 준거지향적 선택(criterion-based selection)방법을 이용하였다(김윤옥 외, 2001). 이러한 준거지향적 선택방법은 의도적 표집(purposive sampling)방법이라고도 한다(김현식, 2002). 의도적 표집은 연구자가 발견과 이해와 통찰을 얻고자 할 때 가장 많이 얻을 수 있는 하나의 표본을 선택할 때 활용된다(유정애, 2004). Wolcott(1994)의 주장처럼, 심층적인 이해를 추구하는 질적연구에서는 사례의 수와 연구 깊이에는 상충관계가 있음을 지적해왔다(조용환, 1999). 양정모(2010)의 주장에서 나타나는 것처럼, 질적연구는 연구의 폭보다 연구의 깊이를 더 중시해야 한다는 측면과 어떤 특성을 가진 연구참여자를 선정할 것인가에 대한 문제가 중요한 데, 일반적으로 질적 연구방법론에서는 확률적 표집과 성격이 다른 준거적 선택을 통해 연구사례를 선정할 경우에 연구깊이를 확보하며 연구 대상집단의 특성반영이 가능할 수 있다.

4. 심층인터뷰(In-depth Interview) 조사 개요

두 개 축제(안동국제탈춤페스티벌, 뉴질랜드 국제문화예술축제)를 대상으로 한 심층인터뷰 조사는 축제 관련 6개 이해집단(축제위원회, 중앙정부, 지방정부, 지역상인, 지역언론, 지역NGO)의 대표성을 갖는 대상자⁴⁾를 추천받아 인터뷰를 시행하였다.

는 '민간주도형' 거버넌스로 전환됨(황화석·이철우, 2012). 뉴질랜드 국제문화예술페스티벌 거버넌스도 정부후원자, 이사회가 존재하고 주로 민간조직인 축제조직위원회에 의해 축제가 기획되고 운영됨.

4) AMF: 축제위원회-안동 축제관광조직위원회 사무국장, 중앙정부-문화체육관광부 관광산업국

공급집단(생산집단, 매개집단)을 대상으로 한 심층인터뷰 조사는 안동국제탈춤 페스티벌 경우, 2009년 2월 23일부터 3월 5일까지 총 6차례 실행되었고, 인터뷰 시간은 약 1시간에서 1시간 30분 정도로 미리 준비해간 반구조화된 질문지(semi-structured interview questionnaire)로 진행하였다. 한편, 뉴질랜드 국제문화예술축제는 2010년 11월 4일에서 23일까지 총 6차례 시행되었고, 인터뷰 시간은 약 1시간 정도로 미리 준비해간 반구조화된 질문지(semi-structured interview questionnaire)로 진행되었다.

IV. 분석결과

안동국제탈춤페스티벌과 뉴질랜드 국제문화예술축제의 심층인터뷰 Text 내용을 기초학적으로 분석한 결과, <표 1>에서 보는 바와 같이 축제에 관한 의미부여 내용이 두 축제의 이해집단 간 상당히 다른 것으로 나타났다. 즉, 생산집단에서 축제위원회의 경우에 AMF는 정치적, 문화적 의미에 NZIAF는 경제적, 문화적 의미를 부여했으나 미약한 수준이었다. 중앙정부 경우에 AMF는 정치적, 문화적 의미와 NZIAF는 경제적 의미가 강하게 나타났다. 지방정부는 AMF는 문화적 의미에, NZIAF는 경제적 의미 이외에는 의미부여 내용이 미약했다. 매개집단에서는 지역언론의 경우, AMF는 문화적, 여가관광적 의미에 NZIAF는 경제적, 문화적, 여가관광적 의미가 비교적 두드러졌다. 지역 NGO 경우, AMF는 문화적, 사회적 의미에 NZIAF는 경제적, 문화적, 여가관광적 의미에 주요 의미를 부여하는 것으로 분석되었다.

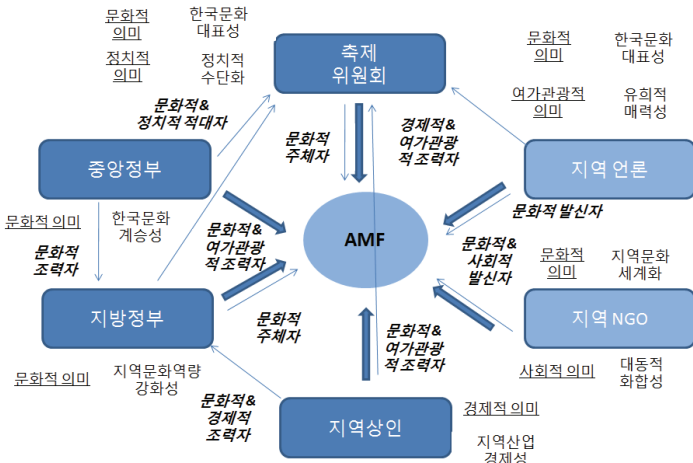
두 축제에 대해 구체적으로 의미부여 내용을 살펴보면, <그림 3>, <그림 4>에서 나타난 바와 같이, 축제위원회의 경우, AMF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대한 '문화적 주체자'로서 '한국문화대표성(문화적 의미)'과 '문화정책동력화(정치적 의미)'의 상징적 의미를, NZIAF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대한 경제적 및 문화적 주체자로서 '경제적 혜택성(경제적 의미)', '문화적 교류성(문화적 의미)'의 상징적 의미를 나타냈다.

축제담당자, 지방정부-안동시 관광산업과 축제담당자, 지역상인-안동상공회의소 회장, 지역언론-안동인터넷뉴스 편집인, 지역NGO-안동 문화지킴이단 대표, NZIAF: 축제위원회-NZIAF 축제위원회 위원장, 중앙정부-뉴질랜드 경제개발부 관광전략팀 축제담당자, 지방정부-웰링턴 시의회 축제담당자, 지역상인-웰링턴 고용상공회의소 회장, 지역언론-The Wellingtonian(웰링턴 지역신문) 축제담당기자, 지역NGO-웰링턴 박물관 재단 축제담당관

〈표 1〉 AMF와 NZIAF 이해집단의 축제에 관한 의미부여 비교분석

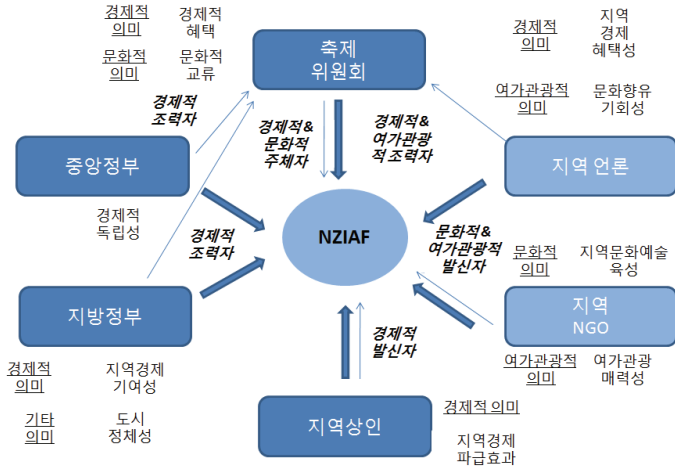
집단구분	공급집단											
	생산집단				매개집단							
의미주체	축제위원회		중앙정부		지방정부		지역상인		지역언론		지역 NGO	
의미내용	AM F	NZ IAF	AM F	NZ IAF	AM F	NZ IAF	AM F	NZ IAF	AM F	NZ IAF	AM F	NZ IAF
경제적 의미	△	○	○	⊙	○	○	⊙	⊙	○	○	○	○
정치적 의미	⊙	-	⊙	-	△	△	○	-	△	△	△	△
문화적 의미	⊙	○	⊙	△	⊙	△	⊙	△	⊙	○	⊙	○
사회적 의미	○	-	△	-	○	-	○	△	△	-	⊙	-
여가관광적 의미	○	△	△	○	△	△	⊙	○	⊙	○	○	○
기타 의미	△	○	○	○	△	○	○	○	○	△	○	○

주: '⊙'는 주요 상징의미를 나타내며, '○', '△'는 다음 단계의 상징의미이며, '-'는 상징의미가 미비하거나 없음을 의미함.



주: ⇨는 축제에 대한 의미구조관계(의미부여 내용), →는 이해집단 간 역할관계를 의미함

〈그림 3〉 AMF 이해집단의 축제에 관한 의미구조관계 및 역할모형



주: ⇄는 축제에 대한 의미구조관계(의미부여 내용), →는 이해집단 간 역할관계를 의미함

〈그림 4〉 NZIAF 이해집단의 축제에 관한 의미구조관계 및 역할모형

국가적으로 봤을 때는 안동이라는 지역이 문화적인 핵심을 담고 있는 고장이죠. 그래서 한국의 문화적 가치를 안동탈춤페스티벌이 담아낼 수가 있는 거죠 (한국문화대표성-AMF 축제위원회)

NZIAF는 매우 성공적인 축제로서 많은 방문객을 끌어 모으고 많은 티켓을 판매하게 한다 (경제적 가치성-NZIAF 축제위원회)

중앙정부의 경우, AMF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제위원회와 지방자치단체의 '문화적 조력자' 및 '정치적 적대자'로서 '한국대표문화의 계승성(문화적 의미)', '정치적 수단화(정치적 의미)'의 상징적 의미를, NZIAF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제와 축제 위원회에 대한 경제적 조력자로서 '경제적 자생 필요성(경제적 의미)', '경제적 혜택성(경제적 의미)'의 상징적 의미를 나타냈다.

안동축제가 어떤 축제나 하면은 전통적인 예술성의 축제로 분류합니다. 그 축제가 우리 것을 가지고 세계적인 축제를 만들고자 그런 의미에서 대표축제가 된 거고요 (한국대표문화의 계승성-AMF 중앙정부)

NZIAF는 정부 지원을 영원히 받을 수는 없다. 어떤 축제나 이벤트도 영구히 지원받지는 못할 것이다. 지원은 점점 줄어들 것이고 NZIAF는 정부 지원 없이 스

스로 행사를 치를 수 있어야 할 것이다 (경제적 자생 필요성-NZIAF 중앙정부)

지방정부의 경우, AMF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대해 '문화적 주체자'로서 '안동문화역량 강화성(문화적 의미)'의 상징적 의미를, NZIAF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대한 경제적 조력자로서 '지역경제 기여성(경제적 의미)'의 상징적 의미를 나타냈다.

축제를 통해서 문화역량보존, 그것이 가장 필요하다고 보고요...(중략)...경제적 도움이 없더라도 이 축제는 계속해 나가야 한다고 생각합니다...(중략)...축제가 잘 상승돼서 문화가 되면 그 뒤 경제적 효과는 자연스럽게 따라옵니다 (문화역량강화성-AMF 지방정부)

방문객을 도시로 불러들이고, 공연티켓을 팔고, 경제적 영향을 창조하는 것 등은 우리의 중요한 목적 중에 하나이다 (지역경제 기여성-NZIAF 지방정부)

지역상인의 경우, AMF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제위원회에 대해 '문화적 조력자'로서 '지역산업경제성(경제적 의미)'의 상징적 의미를, NZIAF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대한 경제적 발신자로서 '지역산업 파급효과성(경제적 의미)'의 상징적 의미를 나타냈다.

축제기간동안 사람이 많이 모이니까 그 기회에 안동의 특산품이라든지 지역의 그런 기회에 외지인들이 와서 많은 돈을 쓰고 가도록 해서 지역민들의 경제적 이득을 올리겠다하는 그런 목적이 있죠 (지역산업경제성-AMF 지역상인)

축제는 간접적으로 웰링턴 경제와 웰링턴 비즈니스 집단에 경제적인 혜택을 가져다 줄 것이다. 축제에 따른 웰링턴에 제공되는 경제적 이익은 웰링턴 지역 이외의 사람들에게도 자각하도록 할 것이다 (지역경제 파급효과성-NZIAF 지역상인)

지역언론의 경우, AMF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대해 '문화적 발신자'로서 '지역문화의 자부심(문화적 의미)'의 상징적 의미를, NZIAF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제위원회에 대한 경제적, 문화적 및 여가관광적 조력자로서 '문화향유 기회성(여가관광적 의미)'의 상징적 의미를 나타냈다.

안동이 가진 색깔, 전통, 문화, 그리고 그런 모든 것들을 하나로 밀집해놓은 축제라 볼 수 있는 거죠....(중략)...한국 안에 가장 한국적인 지역이 안동이거든요,

그래서 엘리자베스 여왕이 안동을 선택했고...(중략)...가장 한국다운 한국이라고 보면 되요, 코리아 인 코리아(Korea in Korea), 그게 안동입니다 (문화적 자부심-AMF 지역언론)

NZIAF는 사람들을 웰링턴으로 끌어들이고, NZIAF는 아마도 관광차원에서 가장 중요한 효과를 불러일으킬 것이다 (관광적 기여성-NZIAF 지역언론)

지역NGO의 경우, AMF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대해 '문화적 및 사회적 발신자'로서 '자발적 참여성 및 대동적 화합성(사회적 의미)'의 상징적 의미를, NZIAF는 행위소 모형의 역할관계에서 축제에 대한 문화적 및 여가관광적 발신자로서 '여가관광적 매력성(여가관광적 의미)'의 상징적 의미를 나타냈다.

일단은 지역민이 함께 참여할 수 있는 장이 마련돼야 하고...(중략)...안동축제는 민중들이 많이 참여하는 축제이죠, 탈춤기간에는 만나는 장소도 그쪽에서 만나고 축제도 보고 술도 한잔하고 그렇죠 (자발적 참여성-AMF 지역NGO)

NZIAF는 개혁되어야 한다는 점이 매우 중요하다. 그것이 여가관광의 매력적 요소로서 축제를 지속시킬 수 있는 최고의 방책이다 (여가관광적 매력성-NZIAF 지역NGO)

V. 결론 및 시사점

본 연구는 축제 형성에 직·간접적으로 관여하는 축제 공급집단으로서 이해집단들이 축제에 대해 어떤 인식을 갖고 어떤 의미를 부여하는지를 파악하고 의미부여에 따라 형성되는 역할관계를 바탕으로 축제 이해집단들 간의 의미구조관계 및 역할모형을 구축하는 데 목적을 두었다. 특히, 한국과 뉴질랜드의 대표적인 문화관광예술축제인 안동국제탈춤페스티벌(AMF)과 뉴질랜드 국제문화예술축제(NZIAF)를 비교하여 축제 이해집단들 간의 축제 인식의 차이점과 축제 조직들 간의 역할조정과 협력관계를 모색할 수 있는 비교문화적 연구가 되었다.

연구결과를 요약하면, 두 축제에서 안동국제탈춤페스티벌의 축제 이해집단들이 보다 명확하게 축제에 대해 개최 의미를 부여하는 것으로 분석되었으며, 두 축제의 공급집단들은 공히 문화적 의미를 강조하는 것으로 분석되었다. 한편, 뉴질랜드 국제문화예술축제의 공급집단들 중에서 중앙정부와 지역상인은 경제적 의미에

강력한 의미를 부여하는 것으로 조사되었다.

안동국제탈춤페스티벌은 문화적 의미로서 한국문화의 대표성, 한국문화의 계승성, 지역문화 역량강화, 지역문화의 세계화 등이 주요 상징화된 의미들이었다. 뉴질랜드 국제문화예술축제는 경제적 의미로서 지역경제 기여성, 경제적 독립성 등이 주요 상징화된 의미들로 분석되었다. 의미부여 내용 분석에 따라 형성된 역할관계로는 안동국제탈춤페스티벌의 경우에는 축제위원회와 지방정부는 축제를 문화적 자부심으로 승화시켜 이끌어가며 문화적 주체자로서 역할이 두드러졌다. 그 외, 중앙정부와 지역상인은 문화적 및 여가관광적 조력자로, 지역언론과 지역 NGO는 문화적 발신자의 역할을 나타냈다. 단지, 중앙정부에서는 정치적 적대자 역할로서 축제의 정치적 수단화를 나타낸다는 부정적 의미부여도 있었다. 한편, 뉴질랜드 국제문화예술축제는 경제적 및 문화적 주체자로서 민간의 자생력을 강조하는 축제로서 축제위원회의 역할이 매우 중요하게 부각되었으며, 중앙정부 및 지방정부, 지역언론은 직·간접적으로 경제적인 지원자 역할과 여론형성의 역할도 모하는 경제적 조력자로, 지역상인과 지역 NGO는 축제가 원활하게 진행되어 소비자에게 전달 될 수 있도록 연결하는 경제적 발신자와 문화적 및 여가관광적 발신자로 구분할 수 있었다.

두 축제에 있어서 의미부여내용과 역할구조를 종합하면, <그림 3>, <그림 4>에 나타난 것처럼, 안동국제탈춤페스티벌은 문화적 의미에, 뉴질랜드국제문화예술축제는 경제적 의미에 보다 많은 의미를 부여했으며, 두 축제 모두 민간조직인 축제위원회에 역할이 집중되고 있으며, 안동국제탈춤페스티벌은 지방정부, 지역상인, 지역언론의 지원이 뚜렷한 역할구조이며, 뉴질랜드국제문화예술축제는 중앙정부, 지방정부, 지역언론의 지원이 뚜렷한 역할구조로 분석되었다. 위와 같이 축제별 의미부여내용과 역할구조는 축제의 특성과 지역의 제반사항을 고려한 효율적인 거버넌스 구성에 기초자료로 활용될 것이다. 즉, 국정운영 뿐만 아니라 지역개발사업까지도 아우르는 공·사적 조직의 상호협력 조정양식(Stoker, 1998)이자 제도화된 정책 커뮤니티(policy community) 내의 다양한 공사조직들을 정책과정에 참여시켜 문제를 해결하고 책임을 지게 하는 공공의사결정의 한 형태(Johansson & Bjork, 2001)인 거버넌스는 지역 문화보전 및 경제활성화에 기여하지 못하고 있는 한국의 일련의 축제들과 관련하여 축제조직구성 효율화에 있어서 의미있는 시사점을 제공한다. 한국 전통문화기반 축제의 조직구성 및 거버넌스 방향은 경제적 자립을 기반으로 한 문화주체적 민간 중심 조직체제로 구성되고, 중앙 및 지방의 관조직과 지역 이해집단들의 법제도적, 행정적, 대동참여적인 면에서 협력적

지원이 뒷받침 되는 구조적 방향으로 재정립되어야 한다.

축제는 살아 숨 쉬고 움직이는 생명체처럼 진화되고 발전되어야 한다. 현대의 무한 경쟁체제로 진입한 축제산업에서는 축제 형성에 관여하는 이해집단들 간의 유기적인 협력체계와 역할분담이 축제의 지속가능한 발전을 위해 매우 중요한 요건으로 요구되고 있다. 이러한 이유 때문에 축제의 이해집단의 인식과 그 인식에 따른 축제 역할 조정을 도모할 수 있는 축제 이해집단 간의 역할 모형에 관한 본 연구는 한국에서 축제 개최가 포화상태에 이르렀고 다수의 축제가 발전이 정체된 현 시점에서 축제를 둘러싼 주체조직과 관련 조직 간의 협력 및 조정관계를 원만히 할 수 있는 축제 거버넌스 형성을 위해 역할관계의 중심점을 제공할 수 있는 시의적절한 연구로 볼 수 있다.

본 연구의 한계점과 향후 연구과제로는 각 축제의 이해집단별로 대표 할 수 있는 인터뷰 대상자를 단수로 선정하여 인터뷰 조사가 이루어져서 신뢰할 수 있는 대표성 확보에 있어서 다소 부족했다고 볼 수도 있는데, 향후 연구에서는 인터뷰 대상자를 복수로 선정하여 질적연구에서 문제시 될 수 있는 신뢰성을 확보하고 전문가 델파이조사와 양적조사를 병행 및 보완하여 축제 이해집단의 인식과 상징의미에 대해 보다 객관적인 연구절차에 의해 접근해 가야 할 것이다. 또한, 축제의 소비집단도 축제 이해집단에 포함시켜 공급자와 수요자를 모두 아우르는 보다 다양한 관점에서 축제의 인식과 상징의미를 파악하여 축제 이해집단 간의 협력모형 구축과 축제 주체집단의 축제 정책과 전략을 수립하는데 있어서 실제적인 도움을 줄 수 있는 연구가 수행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김남일(2005). 지역개발전략으로서 지역축제의 생산구조 및 그 효과에 관한 연구: 강릉 단오제를 사례로. 단국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김윤배(2003). 장편 애니메이션 캐릭터의 기호학적 구조에 관한 연구: 창작모형을 중심으로. 『시각디자인학연구』, 13, 126-139.
- 김윤옥·김성혜·김은경·신경숙·신경일·정명화·허승희·황희숙(2001). 『교육 연구를 위한 질적연구방법과 설계』. 서울: 문음사.
- 김철원·서현숙·이태숙(2012). 지역주민의 삶의 질에 영향을 미치는 축제영향 요인 인식 연구. 『관광연구』, 26(6), 119-139.
- 김현식(2002). 수영생활체육지도자의 직업사회화에 대한 문화기술적 연구. 한국체육대

학교 대학원 박사학위논문.

- 나장합(2006). 질적 연구의 다양한 타당성에 대한 비교 분석 연구. 『교육평가연구』, 19(1), 265-283.
- 노경희(2011). 지역축제 추진과정에서 이해집단 간 갈등관리가 축제성공에 미치는 영향 연구. 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 노경희·김창수(2012). 지역축제 실행단계에서 이해집단 간 갈등관리가 축제성공에 미치는 영향분석. 『GRI연구논총』, 14(1), 109-140.
- 류정아 外(1999). 『축제, 민주주의, 지역활성화』(정근식 外 10인 편저). 새길: 서울.
- 신용석·이태희(2005). 지역축제 이해집단 분석틀을 위한 탐색적 연구: 이해집단의 역할 관계를 중심으로. 『관광학연구』, 28(4), 295-312.
- 안동국제탈춤페스티벌 집행위원회(1997). 『안동국제탈춤페스티벌 계획서』.
- 양정모(2010). 수업컨설팅을 통한 초등학교의 체육내용교수지식 변화와 교수전문성 발달. 한국교원대학교 대학원 박사학위 논문
- 오정근·이훈(2009). 그레마스의 행위소 모형을 이용한 祝祭의 利害集團間 意味構造 關係 分析. 『관광학연구』, 33(7), 139-159.
- 오정근(2010). 『기호학적 접근방법에 의한 축제의 의미와 의미구조』. 한국학술정보(주), 파주.
- 유정애(2004). 『체육학에서의 질적연구 논문 작성법』. 서울: 무지개사.
- 이경모(2009). 축제 이해관계자의 방문객 만족요인 인식에 관한 비교연구. 『관광학연구』, 33(2), 349-368.
- 이용철·김창수(2009). 지역축제의 이해집단 간 협력기대 효과 및 평가. 『관광경영연구』, 13(1), 121-140.
- 이연화(2012). 축제 체험마케팅이 브랜드태도에 미치는 영향. 『문명연지』, 12(2), 51-75.
- 이태희(2011). 『축제 러브마크화 전략론』. 한울출판사: 서울.
- 이훈(2006). 축제체험의 개념적 구성모형. 『관광학연구』, 30(1), 29-46.
- 이훈·김미정(2011). 한국 축제사: 근현대사를 중심으로. 『관광학연구』, 35(10), 481-499.
- 조용환(1999). 『질적 연구: 방법과 사례』. 서울: 교육과학사.
- 주상욱(2006). 관광개발에 대한 행정당국의 갈등관리가 지역주민의 태도에 미치는 영향: 서남해안 관광레저도시 개발 예상지를 중심으로. 목포대학교 대학원 석사학위논문
- 한양명(1998). 안동문화의 세계화 추진전략: 안동국제탈춤페스티벌97을 중심으로. 『안동개발연구』, 9, 127-164.
- 황화석·이철우(2012). 안동국제탈춤페스티벌의 거버넌스 특성과 평가. 『한국지역지리학회지』, 18(2), 141-160.
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A.(2000). The relationship between residents'

attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39, 27-36.

Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. and Harris, R.(2005). *Festival and Special Event Management*(3rd ed.). QLD: John Wiley & Sons Australia Ltd., 492.

Ap, J.(1992). Residents' perceptions of tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

Black, J. A., & Champion, D. J.(1976). *Methods and issues in social research*. New York: Wiley.

Cheng, S., Hu, J., Fox, D., & Zhang, Y.(2012). *Tea tourism development in Xinyang, China: Stakeholders' view*.

Freeman, R. E.(1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B.(2002). *Tourism: Principals, practices, philosophies* (9thed). New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.

Getz, D.(1991). *Festival, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Huizinga, J.(2010). 호모루덴스-놀이하는 인간. Homo Ludens(이종인 역). 연암서가: 서울.

Johansson, H., & Bjork, P.(2001). *Multi-Level Governance for Improved Public Services in Sweden: The acto-dimension of co-ordination, Multi-Level Governance: Inter-disciplinary Perspectives*, The University of Sheffield.

Lee, T. J., Riley, M., & Hampton, M. P.(2010). Conflict and progress: Tourism Development in Korea. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 355 - 376.

McDonnell, I., Allen, J., & O'toole, W(1999). *Festival and Special Event Management*. Singapore: John Wiley and Sons Australia, Ltd.

Pizam, A., Uriely, N., & Reichel, A.(2000). The intensity of tourist - host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: The case of working tourist in Israel. *Tourism Management*, 21, 395 - 406.

Sautter, E., & Leisen, B.(1999). Managing Stakeholder: A Tourism Planning Model. *Annals of Tourism Research*. 26, 312-328.

Stoker, G.(1998). *Public-Private Partnership and Urban Governance*, Jon

Pierre, ed., Partnership in Urban Governance: European and American experience, St. Martin's Press, New York.

Strauss, S. L., & Corbin, J.(1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*(2nd ed.). Thought Oaks, CA: Sage.

Wolcott, H.(1994). *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis, and Interpretation*. London: Sage.

<http://www.maskdance.com> (안동국제탈춤페스티벌 홈페이지)

<http://festival.co.nz> (뉴질랜드 국제문화예술축제 홈페이지)

2012년 10월 4일 최초투고논문 접수

2012년 11월 2일 최종심사완료 및 게재확정일 통보

2012년 11월 18일 최종논문 도착

3인 익명심사 畢