

## 지역축제의 글로컬리제이션(Glocalization)에 관한 연구\*

- 가평 자라섬 재즈페스티벌과 헝가리 시게트 락 페스티벌을 중심으로 -

김민희\*\* · 박미영\*\*\*

I. 서론

II. 지역축제의 글로컬리제이션

III. 글로컬리제이션 지역축제 사례 분석

IV. 결론

참고문헌

Abstract

### I. 서론

세계적인 팬데믹 현상인 코로나바이러스-19(이하 코로나)로 인해 대부분의 축제는 멈췄지만, 여전히 축제는 지역의 문화산업으로 그 가치를 주목받고 있다. 코로나로 인한 가장 큰 사회적 변화 중 하나는 온라인 상태에서의 비대면, 거리두기, 획일화된 모습에서 서로 간의 거리가 점차 줄어들고 있다. 이러한 현상에도 불구하고 사람들은 자신이 선호하는 방식으로 소통하고 공감하며 새로운 개성을 찾으려고 노력하고 있다. 온라인 상태에서의 사람들과의 만남은 물리적 거리감을 가깝게 느껴지도록 하여, 세계가 하나가 되는 글로벌의 기회를 갖게 되었다. 이러한 세계적 공감대와 내가 살고 있는 지역의 특성 두 가지 모두를 충족시키며 중시할 수 있는 방법이 글로컬리제이션으로서의 축제일 것이다. 현재 축제는 문화 자원으로써 그 지역의 문화적 토대를 구성하여 지역 경제의 활성화에 이바지하고 있다. 더욱이 세계화와 지역화가 상보적으로 이루어지고 있는 현상 속에서 각 지역은 문화적 정체성을 확보하는 동시에 세계화 시대에 부흥하여 문화자원을 활용한 축제전략을 펼치고 있다.

유럽은 이미 1980년 전후 가속화되는 세계화 경향으로, 이미지 향상과 정체성 확립에 초점을 둔 문화 정책을 채택하여 새로운 문화도시로 이미지 전환을 꾀하였다. 지역문화의 중요성은 문화의 다양성을 존중하는 유럽학자들에 의해 인식되어 왔고 ‘다양성 속의 조화’라는 유럽 연합의 모토에 걸맞게 문화 간 상호 교류 속에서 지역의 고유성을 축제 속에 적극적으로 구체화시켰다. 다시 말해 지역의 고유성이 세계화를 이끌어 내었던 것이다. 이러한 의미에서 유럽 축제는 ‘지역적인 것의 세계화’로서 글로컬리제이션(Glocalization)을 실현하고 있었다.

\* 이 연구는 2020년 글로벌지식융합학회 학술발표문을 수정·보완한 논문임

\*\* 주저자, 단국대학교 대학원 문화예술학과 박사과정

\*\*\* 교신저자, 단국대학교 대학원 조교수, muse2334@naver.com

지역문화자원은 지역민의 문화정체성과 지역 자긍심을 표현하며, 글로벌 시대에 지역과 세계를 직접 연결 시켜주는 매개체이다. 그러나 추상적이고 무형의 지역문화자원은 대부분 있는 그대로 가치를 가지는 것이 아니라 어떤 방식으로의 가공이 필요하고 그것이 실질적이고 구체적인 효과를 산출할 때 좀 더 가치 있는 것으로 인정받을 수 있다. 이러한 보이지 않는 지역문화라는 존재에 생명을 불어 넣는 것이 바로 ‘축제’이며, 이러한 측면에서 지역축제는 새로운 가치 창조의 유행제 역할을 한다고 하겠다.

축제가 문화정책의 수단으로서 기능을 가지기 위해서는 지역정체성을 확보하고 그 지역만의 독특한 문화적 토양이 요구된다.<sup>1)</sup> 이러한 문화적 토양 즉, 그 지역의 문화적 토대 안에서 지역문화자원이 가치를 획득하고 여기서 획득된 가치를 활용하여 지역문화 콘텐츠를 개발함으로써 지역민들의 자부심과 지역 경제, 나아가 국가 문화산업의 부가가치 창출로 이어져 글로벌리즘(Glocalism)을 실현하는 동력<sup>2)</sup>으로 키워야 할 것이다. 이러한 점은 지역축제를 통한 문화콘텐츠개발과 관광산업의 육성이 창조적 국가 경제발전과 국가 브랜드 가치를 높일 수 있는 방법이라는 것을 말해준다. 즉 지역축제의 활성화를 위해 국가적인 참여가 적극 반영되어야 하고 다양한 측면에서의 지원을 아끼지 말아야 할 것이다.

따라서 이 연구는 글로벌리제이션의 관점에서 대표적 성공사례인 시게트 락 페스티벌과 현재 축제를 브랜딩하여 정체성을 만들어가고 있는 자라섬 국제 재즈페스티벌을 비교분석하여, 성공적인 지역축제를 위한 문화산업 및 문화 콘텐츠 개발을 위한 방향을 제시하는 데 목적이 있다. 축제의 목적이나 규모 등의 유형 구분 기준에 따른 두 축제의 상이한 점과 공통점의 분석은 지역이 가진 문화 예술적 특성이나 유산, 문화관광산업에 활용될 수 있는 연구 논문이라고 사료된다.

이 연구의 방법은 지역축제의 글로벌리제이션에 대한 이론적 배경을 살펴보고, 글로벌리제이션으로서 성공한 축제인 시게트 락 페스티벌과 가평 자라섬 재즈페스티벌을 제시하여 분석하였다. 분석을 위한 두 축제에 대한 내용 설명은 홈페이지나 축제 홍보, 책자, 서적을 중심으로 하였고, 현재 진행되고 있는 문화산업으로서의 콘텐츠에 대한 내용과 특징도 살펴보았다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 두 축제가 성공할 수 밖에 없었던 다수의 공통된 요인과 차이점을 앞서 연구한 이론들을 활용하여 글로벌리제이션의 지역축제에 대한 영향을 논의하였다.

일반적으로 축제는 지역경제의 활성화나 축제 참여의 만족도를 연구한 논문이 다수를 이루고 있으나 이 연구는 두 축제를 비교함에 있어 경제적 효과나 축제 참여인의 만족도뿐만 아니라 각자의 지역 문화에 대한 특성을 얼마만큼 효과적으로 세계화하여 글로벌리제이션하고 있는지를 분석하였다. 이에 시게트 락 페스티벌과 가평 자라섬 재즈페스티벌이 글로벌리제이션(Glocalization)을 실현하고 있는 축제로서 그 성공요인을 평가 하여 축제를 기획할 때 참고할 수 있는 논문이기를 기대해 본다.

1) 김정환(2008), 지역축제커뮤니케이션의 문제점과 개선방안에 관한 연구, 상명대학교 대학원 석사학위 논문, p.1.

2) 최고운(2015), 문화자원형 지역 축제 브랜드 아이덴티티 개발 연구 -제주도 프린지 페스티벌을 중심으로, 이화여자대학교 석사학위 논문, p.11.

## II. 지역축제의 글로컬리제이션

### 1. 지역축제의 개념 및 기능

지역문화축제는 원래 전통문화축제로 불리던 해당 지역사회를 구성하는 지역주민의 일상적인 생활 문화를 토대로 한 역사성과 제의적 놀이마당의 성격을 갖고 있는 향토축제였는데, 근래 들어서는 지역 문화축제라 통칭하고 있다.<sup>3)</sup> 현대사회에서의 ‘축제’는 그 의미가 매우 다양하다. 축제의 사전적 의미를 살펴보면, ‘축하와 제사를 통틀어 이르는 말’, ‘축하하여 벌이는 큰 규모의 잔치나 행사’로 전통적인 의미의 제의와 현대적인 의미의 행사의 개념이 함께 포함되어 있음을 알 수 있다.<sup>4)</sup> 또한 노래와 춤을 비롯한 모든 예술을 포함한 축제는 흔히 축(祝)과 제(祭)가 포괄적으로 표현되는 문화현상이라고 정의된다.<sup>5)</sup> 축제의 개념을 종합적으로 정리해보면 역사와 사회적 전통을 따르는 다양한 제의의 한 형태로서 비종교적인 제의성과 놀이 및 예술적 요소를 가지고 있다고 할 수 있다.

우리나라 역시 지방자치제 실시 이후 지역축제가 급격하게 증가하였는데 산업화를 거치면서 지역 경제가 성장함에 따라 이전의 축제의 의미와는 다른, 지역문화 발전과 지역 경제 발전에 이바지 할 수 있는 문화 콘텐츠로 변화했다. 이는 지역 축제가 관광 상품이 아닌 문화가 되었다고 해도 과언이 아닐 만큼 그 규모와 영향력이 급성장 하였다는 것이다. 하지만, 우리나라의 지역축제는 50%이상이 관 주도형으로 진행되어 축제를 통한 경제적 부가가치 창출에 다양한 노력들을 국가적 차원에서 주도하고 있는 형편이다.

지역문화의 특성은 각 지역마다 지니는 문화라는 보편성과 지역문화라는 특수성이 상호 조화를 이루면서 고유의 지역문화가 형성되는 것인데, 이러한 지역에 기반하고 지역성을 가지고 있는 지역의 문화 축제는 지역문화 정체성 발현의 핵심이라 할 수 있을 것이다.<sup>6)</sup> 지역 축제는 ‘공공적이며 테마를 가진 양식’으로 지역주민들의 생활 그 자체와 전통 문화적 요소가 잘 반영되어 있는 종합적인 문화행사이다.<sup>7)</sup> 지역축제는 주민화합 목적의 오락적 성격의 축제와 예술 창작을 중심으로 하는 문화 예술적 성격의 축제, 지역사회와 연계된 문화관광 성격의 축제, 그리고 절기나 세시풍속과 같은 전통문화에 근거한 전통 문화 성격의 축제 등 다양하다. 이러한 다양한 성격의 지역축제의 기능은 문화라는 틀 속에서 지역민들에게 일체감과 소속감을 고취시킨다. 지역 축제는 지역경제 활성화와 지역사회의 통합을 꾀하는 것뿐만 아니라, 전통문화의 보존 및 계승발전, 관광을 통한 경제적 이익 창출, 무용, 음악, 미술, 연극 등이 포함된 복합된 형태의 다양한 문화예술로 발전하고 있다.

### 2. 글로컬리제이션

‘글로컬리제이션(Glocalization)’은 ‘Global’과 ‘Local’, 즉 세계화(globalization)와 지역화(localization)의 개념이 합쳐져 있는 용어로, ‘글로컬리즘(Glocalism)’은 문화가 생산되는 공동체가 지역을 중심으로

3) 서영수(2005), 문화산업전략으로서의 지역축제연구 : 부산바다축제를 중심으로, 부산대학교 대학원 석사학위 논문, p.11.

4) 차정현(2014), 축제콘텐츠 성공요인과 발전방향에 관한 연구, 건국대학교 대학원 박사학위 논문, p.9.

5) 류정아(2003), 『축제인류학』(서울: 살림), p.5.

6) 이종욱(2016), 지역문화의 글로컬라이제이션에 관한 연구, 영남대학교 문화예술디자인 대학원 석사학위 논문, p.4.

7) 김정환(2008), p.11.

하는 관계망을 의미하는 ‘세계적인 동시에 지역적인’, 또한 ‘세계성은 지역성에 의해 수정되고 변경 된다’는 것의 ‘글로벌-로컬’이며, 곧 ‘글로벌리즘’이라 말한다.<sup>8)</sup> 이 용어는 두 가지로 분리하여 설명할 수도 있는데 첫 번째는 ‘글로벌 기업의 상품이나 마케팅이 어떻게 각 지역에 맞게 변화하고, 적응하느냐’ 하는 것과, 두 번째는 ‘지역적인 것이 어떻게 세계성을 가질 수 있도록 변화하여 적응하느냐’라는 것이다. 이 논문에서 논의된 시게트 락 페스티벌과 자라섬 국제 재즈페스티벌은 두 번째 글로벌리제이션에 더 근접하다고 할 수 있다. 다시 말해 세계화를 추구하면서도 현지의 문화에 적응하고 현지 고객의 특성과 욕구를 만족시키기 위한 전략으로, ‘사고와 전략은 글로벌하게, 행동과 운영은 로컬하게’라고 말하기도 한다.<sup>9)</sup> 지역이 주체로서 지역주민의 삶과 밀접하게 연관되어 지역의 문화정체성이 형성되고 발현된 로컬리즘이 그 규모가 커짐에 따라 글로벌리즘으로 자연스럽게 변화되면서 지역과 지역 간의 문화 네트워크를 형성하는 글로벌리제이션을 낳았다.

임준철은 문화의 글로벌화 의미는 “문화융합을 통한 문화 간 소통의 가능성”<sup>10)</sup>이며, 다양한 융합의 개념을 “국가 간 문화교류를 위한 상호 주체들이 당위와 필요성을 충족시켜 나가기 위한 문화융합의 개념”으로 설명한다. 글로벌리제이션은 글로벌화와 지방화를 동시에 추구하면서 각 문화권의 문화적 요소들을 상호 교류하여 새로운 의미를 창출하는 것이다. 결과적으로 글로벌리제이션은 각 문화의 새로운 가치와 의미를 찾아서 문화 간의 소통을 이루어 낼 수 있는 것이다. 원래는 마케팅 분야에서만 국한되어 사용하던 이 용어는 이후 문화와 예술을 활용하여 지역의 이미지와 경쟁력을 높이고, 문화융합의 관점과 나아가 미디어와 콘텐츠에 이르기까지 다양한 분야에서 사용되고 있다.

최근 경쟁력을 갖춘 지역의 공통점은 문화와 예술분야의 투자를 활성화하여 지역 문화의 개발과 문화적 정체성 확립이 예술적 측면 뿐 아니라 산업적, 경제적 부가가치와 나아가 미래가치와 인재양성에까지 큰 영향을 미친다는 것을 예측하고 실행했다.<sup>11)</sup> 이런 의미에서 유럽의 각 국가들은 이미 오래전부터 다양한 지역축제를 개최해 왔으며, 우리나라에서도 유럽의 축제를 모델로 벤치마킹을 시도하거나, 네트워크를 구축하고자 노력하고 있다. 유럽의 지역축제들은 각각 독창적인 콘텐츠를 기반으로 기획 제작되고 있으며, 이러한 콘텐츠는 글로벌리제이션되어 축제문화에 경쟁력을 높이고 있다.

손수연은 글로벌, 즉 세계적이고 전 지구적인 것을 ‘보편성’이라 하고 지역적인 것을 ‘특수성’이라고 하였을 때,<sup>12)</sup> 글로벌은 글로벌과 로컬의 혼종, 다시 말해 보편성과 특수성이 혼재되어 있는 특징을 가진다고 말하고 있다. 또한 세계 여러 지역축제의 성공요인<sup>13)</sup>을 바탕으로 도출한 항목들을 글로벌 특징과 로컬 특징으로 나누어 설정하고 글로벌리제이션으로서의 지역축제를 콘텐츠, 관광자원, 프로그램, 흥

8) R. Cohen, P. Kenndy(2007), *Global Sociology*(New York : New York Univ. Press), p.207(손수연(2018), 글로벌리즘 관점에서 본 지역축제에 대한 연구, 동아대학교 국제전문대학원 박사학위 논문, p.2 재인용).

9) 네이버 지식백과, “글로벌리제이션”, (<<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2009083&cid=40942&categoryId=31917>, 2020.10.3.>).

10) 임준철(2012), 글로벌/글로벌시대의 문화융합과 미디어콘텐츠 역할에 관한 연구, 한국외국어대학교 대학원 박사학위 논문, p.12.

11) 이종욱(2016), p.22.

12) 앞의 글, pp.28-29.

13) 축제의 ‘성공’에 기준은 다양하게 적용될 수 있다. 경제적 측면에서 성공을 이야기 한다면, 거시적이고 간접적인 경제효과와 창출, 혹은 직접적인 매출로 인한 경제효과 창출이 성공을 판단하는 기준이 될 수 있으며, 예술적 측면에서 판단한다면, 콘텐츠의 수준, 완성도, 향후 예술시장에서 영향력 있는 작가나 작품의 발견, 방문객들에게 다양하고 수준 높은 문화적 경험의 기회 제공 등이 성공의 판단 기준이 될 수 있다. 손수연의 연구에서는 앞서 언급한 효과들을 아우르는 전단계의 수준의 ‘인지도’를 기준으로 하였다.

보, 참여국으로 나누어 분석하였다. 인지도가 높은 축제는 유인효과가 높으며, 높은 유인효과에 따른 방문객 수의 증가는 경제적 효과를 더욱 높일 수 있다는 결론을 도출했다. 특히, 직접적인 경제 효과의 창출은 자체 예산 증가 혹은 투자 및 후원의 증가로 이어져 작품선정, 프로그램개발, 전문 인력 고용 등으로 예술적 완성도가 높아지는 연쇄적인 긍정 효과를 얻을 수 있다는 점을 말해준다.

### III. 글로벌리제이션 지역축제 사례 분석

#### 1. 자라섬 국제 재즈페스티벌

‘자연속의 소풍 같은 축제’라는 주제로 흑인문화, 하류문화로만 인식되어오던 재즈를 우리나라 축제 문화로 접목시킨 <자라섬 국제 재즈페스티벌>은 한국 축제 문화에 새로운 장을 열었다. 자라섬 국제 재즈페스티벌은 2004년 그 첫 회를 시작으로 매년 9월에서 10월에 가평에서 열리는 음악축제이다. 경기도 가평군은 수도권에 근접한 낙후된 환경과 청정자연을 동시에 가졌다는 장점이 있으나 문화적, 사회적, 교육적으로 열악하여 문화커뮤니티가 형성되지 못했기 때문에 가평군 정치인들과 시민들은 가평지역을 ‘문화적 커뮤니티’가 가능한 지역으로 만들고자 하는 오랜 숙원을 가지고 있었다.<sup>14)</sup> 북한강에 떠있는 자라섬은 천혜의 자연환경을 가지고 있으나, 비가 내리면 잠겨서 버려진 땅이라고 해도 과언이 아니었다. 그곳에서 축제를 기획한다는 것은 상상조차 할 수 없는 일이었으나, 이러한 척박한 입지 조건에도 불구하고 당시 인재진 페스티벌 총감독은 일상과 분리된 ‘섬’이라는 특장과 산수(山水)를 동시에 느낄 수 있는 장소라는 점에서 축제를 추진하였다. 일상의 일탈을 꾀하는 축제의 장소로는 적합하다고 생각했기 때문이다. 기획 당시 예산낭비만 될 것이라는 공연 전문가들이나 지역주민들의 우려 속에 시작되었으나, 이 축제는 16년 동안 이어져 왔고 나날이 성장하여 흑자 경영 축제로 탈바꿈하여 지역경제의 효자축제로 거듭나게 되었다. 국내의 재즈페스티벌이 전무한 시점에서 시작한 <자라섬 국제 재즈페스티벌>은 대중적인 국제 재즈페스티벌로 자리매김하였고, 아시아에서 가장 큰 재즈페스티벌로 평가 받고 있다.<sup>15)</sup>

자라섬 축제 운영위원회는 이 축제의 목적을 재즈를 소개함과 동시에, 음악을 잘 모르는 사람도 즐길 수 있도록 ‘자연 속의 소풍 같은 축제’라고 지칭하며, 재즈의 대중화와 한국 음악계의 저변 확대를 도모하고 나아가서는 한국의 재즈와 아시아의 재즈를 세계에 알리는 장으로 만들어 지속적인 축제가 되는 큰 비전으로 삼았다.<sup>16)</sup> 지역의 작은 섬의 ‘로컬리즘’이 대한민국뿐만 아니라 ‘글로벌’ 하게 발전하는 대표적 사례가 된 <자라섬 국제 재즈페스티벌>은 글로벌리제이션(Glocalization) 개념을 기반으로 하고 있었다. 다양한 변화를 시도하여 지역에 관심을 집중시켜 지역과 상생하는 문화와 관광 플랫폼을 마련한 콘텐츠개발은 축제와 지역경제가 서로 윈-윈 하는 결과를 낳았다.

<자라섬 국제 재즈페스티벌>의 대표적 프로그램은 ‘자라섬 재즈열차’, ‘키즈 재즈 존(Kids Jazz

14) 김민희, 박미영(2020), 문화심리학적 관점에서 본 한국과 유럽의 지역축제문화 비교 탐색: 가평 카르네발레와 이탈리아 비아레쥬 카니발을 중심으로, 『대한무용학회논문집』 78(3), p.16.

15) 남세은(2018), 대중음악 축제의 브랜드 아이덴티티 전략: 자라섬 재즈페스티벌을 중심으로, 한양대학교 대학원 석사학위논문, p.41.

16) 최고운(2015), p.44.

Zone)', '해외 유명아티스트 워크숍', '프린지 스테이지(Fringe Stage)', 자라섬 브랜드 커피 및 뱅쇼 출시, 전국 대학생 재즈벽화 공모전뿐만 아니라 2007년 제4회 페스티벌부터는 국제 자라섬 재즈 경연대회도 개최하여 재즈 신인 아티스트를 발굴하며 홍보하기에 이르렀다. 또한 가평 지역경제 활성화를 위해 '빌리지 가평', '미드나잇 재즈카페', '막걸리 및 음료 제작', '피크닉박스' 등 부수적인 프로그램을 개발하여 운영하고 있다.<sup>17)</sup> 이렇게 다양한 프로그램은 누구나 쉽게 축제를 즐길 수 있으며 재즈를 알지 못하는 사람들에게도 부담감 없이 즐길 수 있어서 차별화되고 모범적인 축제라고 평가 받고 있다.

〈자라섬 국제 재즈페스티벌〉의 슬로건은 여전히 자연, 가족, 휴식 그리고 음악이다. 가평군은 해마다 축제 운영 팀과 함께 축제관련 프로그램을 연구 개발하고 다양한 페스티벌을 선보이고 있다. 축제 티셔츠나 모자, 패션 제품도 좋고 다양한 굿즈(Goods) 판매도 좋지만 지역과 상생하는 프로그램은 지역 농산물에 '재즈'를 입히면 훨씬 큰 효과를 얻을 수 있을 것이라고 믿었다. 그 결과 가평 잣으로 만든 '가평 잣 막걸리'와 '자라섬 뱅쇼'를 만들어 내었고, 2014년부터는 가평 팜 파티(Farm Party)와 '팜마켓(Farm Market)'을 진행하였다. 팜 파티(Farm Party)는 농장(Farm)과 파티(Party)의 합성어로서 농촌의 문화를 알리며 즐기는 파티이다. 재즈 페스티벌의 관광객들은 농촌문화를 즐기며 알아가기 위해 이곳을 방문한다. 또한 가평 지역의 친환경 농작물로 아침 식사를 판매하는데 이때 먹을거리에 관한 정보와 지식을 제공하는 다양한 먹거리가 있다. '팜 마켓(Farm Market)'은 새로운 축제 먹거리를 개발하여 한정된 양의 농산물만을 제공함으로써 경제효과는 물론, 도시 브랜드 가치를 향상 시켜 성공적인 축제로 이끌었다. '재즈'라는 장르는 우리나라에서는 대중적이지 않지만, 자라섬 페스티벌 주최 측은 자연, 음악, 가족, 휴식이라는 키워드를 중심으로 '음악적 장르'의 낮추고 예술 축제로의 발돋움을 위한 프로그램으로 구성하였다. 끊임없이 발전한 축제는 관광객들의 유입으로 축제기간 동안 가평 대부분의 식당들이 손님으로 가득차고 숙소들이 매진되어 지역경제 활성화의 직접적인 영향을 주는 긍정적인 효과를 내고 있다.

올해는 코로나 팬데믹으로 인한 방역차원에서 축제는 열리지 못했지만 온라인 실시간 스트리밍 방송과 다양한 이벤트를 실시하여 재즈 팬들의 아쉬움을 달랠다. 보통 3일 동안 열리던 축제를 온라인으로 진행하는 대신 3주로 축제 기간을 늘리고 더욱 많은 뮤지션들의 라인업으로 재즈 팬들에게 여전히 설레는 가을 축제를 제공하였다.

## 2. 헝가리 시게트(Sziget) 락 페스티벌

유럽에서 열리는 대표적 음악축제이자 가장 큰 락 페스티벌 중 하나인 시게트 음악축제(Sziget Festival)는 동유럽을 대표하는 지역 문화 축제이다. 헝가리의 부다페스트의 다비뉴강에 있는 작은 섬 Óbuda-Sziget ("Old Buda Island")에서 매년 8월에 열리는 시게트 페스티벌은 헝가리어로 Sziget Fesztivál 이라는 뜻이다. 이라는 뜻이다. 이 축제 시기에는 7일 동안 비공식적으로 자유의 섬(Island of freedom) 으로 이름이 바뀌고 이는 시게트로 들어오는 입구에 이민국을 설치하여 여권을 만들어주어 관광객들로 하여금 일주일동안 새로운 곳에서 마음껏 해방감을 느낄 수 있도록 하는 것이 특징이다.

해년마다 1,000개 이상의 공연이 열리는 대형 축제로 오늘날 명실상부한 유럽의 대표적 음악축제가

17) 앞의 글, p.46.

된 이 페스티벌의 시작은 음악가 페터 뮐러(péter szíami müller)<sup>18)</sup>와 친구들에 의해 1993년 소규모로 출발하였다. 시게트 페스티벌은 활발히 진행되었던 청소년 여름캠프가 당시 헝가리가 소련연방의 붕괴로 재정적 어려움으로 위기에 봉착하자 이 여름 캠프를 지원하고자 만들어졌다. 이 여름캠프는 청소년이 예술과 접촉할 수 있는 중요한 원천으로서 청소년들에게 자유의 가치를 일깨워주는 것이 매우 중요하다고 생각한 페터 뮐러와 그의 친구들이 표현의 자유와 언론의 자유의 가치를 강조한 축제를 만들고자 한 것이다. 이처럼 처음에는 청소년들과 관련하여 Diák Sziget(디악시게트) 다시 말해, 학생 섬(Student Island) 축제로 불렸다. 이후 1996년 펍시가 페스티벌의 주요 후원자가 되겠다고 자처 하면서, 축제 주최 측의 재정적 안정과 더불어 많은 국제 예술가를 섭외 할 수 있어서 2001년까지 후원사인 펍시의 이름을 따서 펍시 시게트라고 불렸다. 그 후 2002년부터 공식적으로 시게트 페스티벌(Sziget Fesztivál ("Island Festival")) 로 명명 한 후 오늘날까지 이어지고 있다.

청소년에게 자유의 가치를 알려주고, 예술가와 록 애호가들의 격차를 해소하기 위한 방법으로 시게트 이벤트를 제안한 것이 시게트 페스티벌의 시작이었다. 초창기에는 무명 아티스트들이 그들의 음악을 선보이는 수준에서 이제는 유럽을 대표하는 락 페스티벌 중 하나로 발전하게 되었다. 유럽 페스티벌 어워드에서 “베스트 메이저 유럽 페스티벌상”을 두 차례(2012년, 2015년)나 수상했다. 이 축제는 참가자들과 관광객들의 모습에서 규칙에 구애 받지 않는 유럽인들의 자유로움을 엿볼 수 있다. 전통의 역사와 현대의 문화가 적절하게 조화를 이루는 테마를 가지고 매년 수백만명의 관광객이 찾는 헝가리 대표 지역 축제가 되었다.

이 페스티벌의 가장 큰 특징은 매년 뛰어난 실력을 갖춘 연주자들을 출연시키고, 페스티벌의 명성을 높일 수 있는 차별적 콘텐츠를 개발하는 것을 목표로 한다. 또한 도시 전 구간의 이용이 수월하도록 시각화하는 포스터 및 각종 디자인 시스템을 만들어 찾아오는 관광객들로 하여금 불편함이 없도록 한다는 점이다. 이러한 세심한 기획력은 관광객들에게 축제의 긍정적인 이미지를 갖게 하는데 한 몫을 하였다. 우리에게는 낯설고 잘 알려지지 않은 유럽 축제인 시게트 페스티벌의 이러한 긍정적인 반응은 1993년에 처음 개최된 이래로 해마다 관광객의 숫자가 기하급수적으로 늘어나게 된 동력이 되었고 수백 개의 공연과 전 세계에서 수십 만 명이 모이는 유럽 최고의 락 음악축제로 자리 잡게 됐다.

이 축제의 관광 및 상업적 영향은 축제의 배경이 자유의 가치에 관한 정치적 성향이 있다는 사실에도 불구하고, 부다페스트뿐만 아니라 헝가리 전체의 관광수입에 절반 이상을 차지할 만큼 큰 영향력을 미친다. 70개국 이상의 나라에서 온 수십만 명의 방문객은 헝가리의 수도에 머물며 레스토랑, 바, 각종 숙박을 사용함으로써 직접적인 지역경제에 이바지하는 파급효과를 보고 있다. 이 기간 동안에는 지구촌은 하나라는 무대로 뭉치게 되고 매일 서커스 공연과 캠프파이어가 이루어지고 일부에서는 소수 문화와 관련된 음악을 느끼는 장도 마련되어 있다. ‘자유의 섬’이라는 컨셉 그대로 이곳에 방문한 관광객들은 자유를 몸속 깊이 느끼고 누리게 된다.

이와 같이, 시게트 음악 축제는 다양한 장르의 공연과 이벤트가 포함된다는 사실에 주목 할 필요가 있다. 60개 이상의 무대가 있으며 라이브 음악뿐만 아니라 무용, 연극, 비디오 상영, 서커스, 거리 예술가

18) Péter Iván Müller(1951~현재) 헝가리 부다페스트 태생, 시게트 페스티벌의 창시자이자 헝가리 시인, 작곡가, 가수, 영화감독, 문화 전문가. 본명은 Péter Iván Kovalcze Végh이다. 그의 양아버지는 헝가리 작가, 극작가, 시나리오 작가로 가장 유명한 인물 중 한사람인 Müller Péter író(1936~현재)이다.

및 스포츠 이벤트 등 다양하게 개최된다. 팝, 락, 메탈, 힙합, 블루스, 록, 월드 뮤직, 포크, 일렉트로닉 등 이질적인 문화와 트렌드를 위한 만남의 장소로서 모든 예술적, 음악적 표현이 개방된 유일무이한 멀티미디어의 대표 축제이다. 재즈와 클래식, 기타 다양한 사운드 실험이 이루어지고 심지어 장애인을 돕는 데 초점을 맞춘 대화형 게임까지 그 영역을 확장하고 있다.

이 축제의 또 다른 매력은 시게트는 입장하는 그 순간부터 음식과 음료를 사기 위해서 현금을 사용하지 않고 주최 측에서 만든 페스티페이(Festipay)카드를 사용하는 것이다. 이 카드는 돈을 미리 충전하여 모든 비용을 지불하는데 축제 기간 내내 섬을 떠나지 않고 캠핑을 하며 편리하게 즐길 수 있다. 이 카드를 충전할 수 있는 부스는 시게트 주변에 여러 곳에 설치되어있으며, 시게트 앱을 다운로드 하여 카드 등록 후 사용할 수 있도록 했다. 휴대 전화를 충전하고 무료 Wi-Fi를 사용할 수 있는 공간과 원하는 대로 쉴 수 있는 개별 휴식 공간까지 준비되어 있어 작은 것까지 세심하게 배려한 축제로 평가 받는다.

또한 공연이 열리지 않는 시간에는 다채로운 행사를 다양한 방식으로 퍼포먼스를 통해 진행한다. 영국의 글래스톤 베리 페스티벌<sup>19)</sup>을 벤치마킹해서 만들어진 이벤트로 설치미술, 번지점프, 아이스 스케이트, 마술 등과 같은 볼거리와 직접 체험하는 즐길 거리가 축제기간 내내 끊임없이 펼쳐진다. 야외무대에서는 이른 오후부터 자정 직전까지 유럽뿐만 아니라 전 세계의 신예 아티스트가 소개되고 음악 외에도 모든 형태의 예술을 포함하는 현대 무용, 예술 전시회, 임시 박물관, 서커스 극장 등이 축제 기간 내내 개방되어 공연된다. 합창단, 심포닉 오케스트라, 브라스 밴드 등과 함께 클래식, 오페라, 재즈 음악과 같은 실내 무대와 야외무대가 하루 종일 라이브음악으로 감상할 수 있도록 구성되어 있다. 시게트 축제는 락 음악이 중심이었지만 다양한 장르의 음악으로 모든 사람들의 취향을 충족시키는 것을 목표로 하고 있다. 평범한 음악 축제 이상의 사랑, 자유, 다양성으로 축제에서 얻을 수 있는 모든 가치를 추구하고 있다. 이렇게 시게트 축제는 모두가 함께 즐기는 것을 목표로, 서로 다른 나라, 다른 민족이 다 같이 똑같은 것을 공유하고 느끼는 일체감과 동질감에서 유럽의 대표적 축제로 거듭난 결과라고 할 수 있다.

### 3. 두 축제의 공통점 및 차이점

글로벌리제이션의 대표 사례로 볼 수 있는 두 축제의 공통점과 차이점을 분석한 결과, 첫 번째로 가장 두드러진 공통점은 ‘섬’에 특별한 의미를 부여하여 새롭고 창의적인 시도와 함께 다양한 문화를 포용하면서 세계적인 축제로 명성을 얻으며 성장하였다는 점이다.

두 번째로 음악축제라는 공통점이 있다. 물론 시게트 페스티벌은 락을 중심으로 한 다양한 장르를 경험할 수 있는 축제이고 자라섬 페스티벌은 재즈가 중심이 되는 축제이긴 하지만, 장르가 음악이라는 공통점이 있다. 음악은 서로 언어가 다르고 환경이 다르더라도 함께 공유하는 부가가치가 높은 문화상품이자, 관광객을 유치하는 훌륭한 관광자원이라 할 수 있다. 관광자원과 음악이 결합된 축제의 경제적 가치는 상당히 높다.

19) 글래스톤베리 페스티벌(Glastonbury Festival)은 1970년 레드 제플린 Led zepelin의 공연으로 처음 개최되었으며 매년 6월의 마지막 주 주말에 걸쳐 3일 동안 영국의 남서쪽인 글래스톤베리와 세프톤 사이에 위치한 농장에서 개최된다. 총 13개의 스테이지로 나뉘어져 공연하며 정식명칭은 Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts로써, 음악뿐만 아니라 연극과 행위예술, 전시회, 서커스, 시 낭독 등의 문화행사도 열린다(박준홍(2007), 『축제기획의실제』(과주: 한울), p.63(신지현(2011), 페스티벌 브랜드를 위한 이벤트 아이덴티티(Event Identity) 개발연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, p.31 재인용).



세 번째로는 정확한 정체성의 장작이다. 비록 긴 역사를 가지고 있지는 않지만 이 두 축제의 경우 정확한 정체성을 가지고 인지도에 걸맞은 강력한 콘텐츠를 가지고 있다. 이러한 콘텐츠의 매력성과 독자성이 축제를 방문하는 관광객들에게 다시 오고 싶은 축제를 만든 것이다.

네 번째로는 공연축제 참여 연주자들의 높은 연주 수준이다. 아무리 유명한 축제라 할지라도 참가자들의 수준이 떨어지면 관광객들에게 다시 오고 싶은 기대감을 줄 수 없고 결국 지속적인 축제를 기대할 수 없다. 이 두 축제의 경우 연주자들의 수준 높은 공연과 기획, 운영 등 행사의 전반적인 질의 향상으로 방문객들의 기대치를 충족시켰다. 이러한 기대치 충족은 축제 인지도 상승에도 큰 도움이 되었다.

다섯 번째의 공통점은 흑자경영 축제이다. 네 번째에서 설명한 것처럼 이 두 축제 모두 각 나라의 훌륭한 실력을 갖춘 연주자들을 보기위해 입장권을 구매하여 축제에 참여하고자하는 관광객들이 증가하게 되고 그들이 지불한 입장료로 인한 수익창출 금액은 후원사들이 지원하는 금액에 준할 만큼 큰 비중을 차지하게 되었다.

이 두 사례의 차이점을 살펴보면 다음과 같다.

첫 번째는 다양성이다. 시게트 축제의 또 다른 장점은 공연에 상응할 만큼 부수적인 활동이 많다는 것이다. 여러 악기를 시연해 볼 수 있고 아이들과 함께 게임을 하고, 저글링 자료를 대여하고, 음악가를 보고, 인형극의 공연 볼 수 있다. 음악 감상뿐만 아니라 지속 가능성과 관련된 모든 것에 대해 매일 강연을 듣고 토론 할 수도 있다. 반면에 자라섬 같은 경우에는 가평 지역의 향토 문화를 경험할 수 있도록 하는 체험 존(zone)과 가평의 특산물과 별미를 즐기며 다양한 공연프로그램을 관람하도록 다양한 시도 중임에도 불구하고 매일 수만 명의 관광객들이 즐기기에 준비된 상품 숫자는 한정되어 있어 많은 아쉬움을 남긴다. 공연이외에 남녀노소가 함께 즐기고 체험할 수 있는 다채로운 프로그램 개발이 필요하다.

두 번째는 근교 관광지와와의 연계성이다. 시게트 축제는 입장권을 구매하는 모든 사람들에게 소위 'Citypasses'를 제공하는데 이 패스는 박물관, 관광 및 기타 활동에 대한 무료 서비스를 제공하고 대중교통을 할인 해준다. 이 패스를 이용해 방문객들은 축제가 일어나는 섬뿐만 아니라 헝가리 시내 관광을 할 수 있다. 하지만 자라섬 축제 경우에는 가평이 레저 도시로 대표됨에도 불구하고 자라섬 페스티벌과 연계되어있는 'Citypasses' 같은 상품이 없다. 근교 관광 상품 개발과 콘텐츠를 이 시기에 함께 기획한다면 지역 경제 활성화에 영향을 주어 경제적 파급효과가 클 것이다.

세 번째는 환경 보호적 입장차이다. 현재를 살아가는 우리들은 이제 친환경시대를 넘어선 필환경(Green Survival)시대를 살아가고 있다. 단순히 환경을 생각하는 소비가 아닌 살아남기 위해 반드시 지켜야하는 필수 소비만 하자는 운동인데, 이러한 필환경은 축제 장소에도 적용이 되기 시작했다.

이미 이러한 환경문제를 시게트 페스티벌 경우에는 축제 곳곳에서 시행하고 있다. 예를 들면, 상인에게 재사용 가능한 컵을 권장하고 페트병 판매를 금지한다. 축제 장소 곳곳에 재활용 쓰레기통과 일반 쓰레기통을 준비하여 환경 처리 비용을 절약한다. 하지만, 구매할 수 있는 시게트 축제 상품 중 모든 상품이 아닌 판매용 상품의 일부에만 해당되어 아직은 풀어나가야 할 과제는 남아있으나 지속적인 친환경적 노력은 높이 평가할 만하다. 자라섬 페스티벌 역시 환경문제가 세계적인 문제로 대두되면서 일회용 제품의 자제, 태양광 사용이나 재활용 처리 문제와 같은 환경 부분을 많이 신경을 쓰고는 있지만 여전히 축제가 끝난 자리에 남아있는 환경 처리를 위한 비용 소비를 보면 아직 정착되기는 시간이 더 필요한 것 같다.

네 번째는 평등함이다. 우리나라 뮤직 페스티벌은 한 가운데에서 휠체어 탄 장애인이 함께 즐길 수 있

는 모습은 매우 보기 드문 광경인데 반해, 시게트에서는 이러한 모습을 종종 볼 수 있다. 그들은 장애인도 비장애인과 동등하게 대우하고 즐길 권리를 준다. 그 어느 누구도 이들을 이상하게 보거나 불편해하지 않는다. 축제를 즐기는 장애인 역시 그것을 당연하게 여기며 비장애인과 함께 신나게 즐기고 맘껏 자유를 누린다. 우리나라도 장애인, 비장애인에 대한 불평등한 차별에서 벗어나 함께 페스티벌을 즐기는 문화가 늘고 있으나, 사회적 약자에 대한 배려 부분은 아직 많이 미흡하여 시민들의 의식개선과 함께 시설적인 면도 앞으로 더욱 개선되어야 할 것이다.

오늘날 지역사회의 문화는 축제로 표출되고 그 형태가 교육, 예술과 결합하여 세계화로 거듭나고 있다. 또한 여가의 인식 변화로 인해 문화생활을 즐기려는 사람들이 늘어나고, 삶의 질이 문화와 밀접해지면서 다양한 문화축제가 지방자치단체를 중심으로 생겨나고 있다.<sup>20)</sup> 이처럼 소프트 파워가 주도하는 시대가 된 오늘날의 문화 콘텐츠는 미래의 세계를 지배하는 요소가 되었다. 우리나라 지역 도시들이 글로벌리제이션 축제로 확대되어 평화와 공존의 가치를 알려주는 세계적인 문화교류 중심지로 떠오른다면, 문화교류사업의 수도 편중을 극복하고 동시에 지방자치 문화의 꽃을 피우는 국제적 문화교류가 실현될 것이다.

## IV. 결론

헝가리의 시게트 페스티벌과 가평 자라섬 재즈페스티벌은 ‘섬’이라는 지역적 요소와 그 장소에 적절한 정체성을 찾아 도시 이미지를 높이고 지역발전을 이룬 대표적 사례이다. ‘대한민국 우수 축제’로 대표적 성공사례를 보여주고 있는 <자라섬 국제 재즈페스티벌>은 ‘재즈’를 중심으로 한 대표적 축제로 가평군에서 문화적인 콘텐츠와 문화 공간의 개발을 한 번에 일궈낸 지역 축제이다. 아마추어부터 초청 공연팀의 높은 수준에 이르기까지 공연예술축제가 지역을 살리는 관광형 축제로서의 역할을 해낼 수 있음을 증명해주는 좋은 사례로 평가되고 있다. 두 축제는 섬이 가지는 레포츠와 휴식이 함께하는 자유로운 페스티벌이라는 것과 아마추어 및 세계 최정상급 연주자들이 참여하는 글로벌 대중문화예술 콘텐츠가 토착화 되어 세계화를 이루었다는 점에서 글로벌리제이션(Glocalization) 대표적 지역축제라고 할 수 있다.

글로벌리제이션의 관점에서 두 축제를 분석한 결과, 이 두 축제의 공통점은 크게 3가지로 정리할 수 있다.

- 첫째, 지역 내의 작은 섬에서 이루어낸 지역의 세계화의 대표적 축제라는 것,
- 둘째, 두 축제 모두 일상으로부터의 일탈과 집단적 신명을 즐길 수 있는 축제라는 것,
- 셋째, 지역사회의 가치를 지역민이 아닌 타 지역사람들에 의해 더욱 발전시켰다는 점이다.

그러나 ‘지역의 세계화’의 관점에서 우리나라와 유럽의 축제를 비교 분석한 결과 몇 가지 차이점이 나타난다.

- 첫째, 민간단체와 기업에서 주로 운영하는 유럽 축제와는 달리 우리나라는 축제 진행에 있어서 관 주

20) 최고운(2015), p.2.

도형의 중앙 집권적 운영으로, 지역주체의 부재에 따른 지속성 부족과 지역 기업 후원의 부재로 예산확보의 어려움을 겪고 있다. 또한 지자체장이 바뀔 때마다 행사진행에 혼선이 오고 전문가가 아닌 공무원이 담당하기 때문에 실무가 약하다. 이를 해결하기 위해서는 유럽의 축제와 마찬가지로 장르와 트렌드에 정통한 전문가회사를 책임자로 두어 한 축제를 끝까지 책임지고 축제 전체를 총괄 할 수 있도록 해야 할 것이다.

둘째, 지역경제 활성화이다. 자라섬과 같은 성공적인 축제 사례는 관광객을 비롯한 많은 사람들이 참여하는 축제로 지역경제가 활성화되고 지역 문화를 꽃피우고 있다. 하지만 아직까지 우리나라의 대부분의 축제는 지역민들이 관람자적 입장에서 축제를 대하므로 지역경제의 수익성을 내기에는 무리가 있다. 축제는 무엇보다 문화, 예술, 공연 등의 예술콘텐츠가 지역 문화자원과 융합되어야 시너지를 발휘한다. 이는 축제라는 문화를 기반으로 지역문화콘텐츠 육성과 그 지역 공동체의 삶의 질 개선과 함께 지역홍보의 선순환구조를 만들기 때문에 축제를 대하는 지역민들의 적극적인 자세가 요구된다.

현대인들은 여가를 보내는 방식이나 놀이문화를 대하는 태도도 바뀌고 있다. 삶의 트렌드 역시 바뀌에 따라, 일장장소에서 특별한 여가 생활을 보내고자 하는 사람들을 위한 관광콘텐츠 역시 다양해졌다. 유럽은 그들이 추구하고자 하는 공동체 안에서의 관계, 문화적 다양성의 개발, 다원적인 협력으로 그들의 지역문화정체성을 나타내고 있다. 그 결과 지역민들의 지역에 대한 자긍심과 지역 공동체 의식의 함양됨으로써, 축제의 규모가 세계화되었다. 한국의 지역축제가 세계인이 찾는 글로벌리제이션의 명소가 되기 위해서는 지속적으로 다양하면서도 독특한 콘텐츠 개발이 필요하다. 지역주민들은 관 주도의 축제에 의존하지 않고 축제의 주체가 되도록 노력해야 한다. 세계화의 진정한 의미는 세계의 보편적이고 표준화된 흐름을 맹목적으로 좇기보다는 지역이 중심이 되어 그 가치를 동시적으로 추구하고, 세계와 지역이 상호간에 영향을 주고받으며 새로운 가치를 창출해 내는 것이다.<sup>21)</sup>

이에 이 두 축제가 지역의 작은 섬에서 세계적으로 대표되는 음악축제로 발전하였다는 점, ‘락’과 ‘재즈’라는 음악 장르를 통한 자유의 가치를 누릴 수 있다는 점, 참여자들의 높은 수준과 확실한 정체성으로 인해 지속가능한 축제를 만들었다는 점에 두 축제의 연구 가치가 있다. 축제가 문화를 기반으로 지역문화콘텐츠가 육성되고 그 지역 공동체 삶의 질을 개선하여 지역홍보라는 선 순환적 구조를 낳는다는 사실에서 우리 지역의 문화다움이 무엇인지 고민하여 발전시켜 나아가야 할 것이다. 이런 연유로 축제를 통한 지역문화의 ‘글로벌리제이션’을 이루기 위해서는 지역이 주체가 되어 국가의 균형발전을 넘어 세계적인 가치에 상생할 수 있는 꾸준한 지역문화축제가 연구되어야 할 것이다. 이를 기획할 전문가가 많지 않으므로 이런 부분은 정책적인 뒷받침이 필요하다.

시게트 섬이나 자라섬과 같이 성공한 ‘글로벌리제이션’의 축제 연구를 통하여 앞으로 우리나라의 다른 지역축제들도 ‘글로벌리제이션’으로서 성공한 형태로 자리매김하기를 기대해 본다.

21) 배은석(2010), 글로벌 문화 시대 한식 세계화의 의미 성찰, 『인문콘텐츠』 18, p.340.

## ■ 참고문헌

- 류정아(2003). 『축제인류학』. 서울: 살림.
- 류정아(2014). 『축제의 원칙』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김민희, 박미영(2020). 문화심리학적 관점에서 본 한국과 유럽의 지역축제문화 비교 탐색: 가평 카르네발레와 이탈리아 비아렛초 카니발을 중심으로. 『대한무용학회논문집』, 78(3): 59-86.
- 배은석(2010). 글로벌 문화 시대 한식 세계화의 의미 성찰. 『인문콘텐츠』, 18: 337-354.
- 김정환(2008). 지역축제커뮤니케이션의 문제점과 개선방안에 관한 연구. 상명대학교 대학원 석사학위 논문.
- 남세은(2018). 대중음악 축제의 브랜드 아이덴티티 전략: 자라섬 재즈페스티벌을 중심으로. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- 신지현(2011). 페스티벌 브랜딩을 위한 이벤트 아이덴티티(Event Identity) 개발연구 : 지산밸리 록 페스티벌(VRF)을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 손수연(2018). 글로벌리즘 관점으로 본 지역축제에 대한 연구. 동아대학교 대학원 박사학위 논문.
- 서영수(2005). 문화산업전략으로서의 지역축제연구 : 부산바다축제를 중심으로. 부산대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이종욱(2016). 지역문화의 글로벌리제이션에 관한 연구: 「이스탄불 경주 세계문화엑스포 2013」의 사례를 중심으로. 영남대학교 문화예술디자인대학원 석사학위 논문.
- 임준철(2012). 글로벌/글로벌시대의 문화융합과 미디어콘텐츠 역할에 관한 연구. 한국외국어대학교 대학원 박사학위 논문.
- 최고운(2015). 문화자원형 지역 축제 브랜드 아이덴티티 개발 연구 -제주도 프린지 페스티벌을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 차정현(2014). 축제콘텐츠 성공요인과 발전방향에 관한 연구. 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- <<https://www.thetravelmagazine.net>, 2020.10.1.>.
- <<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1998546&cid=42856&categoryId=42856>, 2020.9.5.>.
- <<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2009083&cid=40942&categoryId=31917>, 2020.10.03.>.
- <<https://szigetfestival.com/en/>, 2020.9.14.>.
- <[https://it.wikipedia.org/wiki/Sziget\\_Festival](https://it.wikipedia.org/wiki/Sziget_Festival), 2020.8.30.>.

논문투고일 2020. 11. 15.

심사일 2020. 11. 22.

심사완료일 2020. 12. 15.

## A Study on Glocalization of Local Festivals

- Focusing on the *Gapyeong Jarasum Jazz Festival*

and the *Hungarian Sziget Rock Festival* -

**Kim Min-hee\* · Park Mi-young\*\***

Ph. D., in Arts and Culture, Dankook University\* · Professor, Arts and Culture, Dankook University College\*\*

This article is a comparative analysis of the *Jarasum Jazz Festival* and the *Sziget Jazz Festival* from the perspective of glocalization. The result of the analysis can be summarized as follows. Both festivals have developed from a small 'island' in the regions to a globally representative festivals, so that they can enjoy freedom through the music genres of 'rock' and 'jazz', and thrive owing to the high level of the participants and their clear identities. The festivals fosters local cultural local based on culture and improves the quality of life of the local community, creating a virtuous cycle structure of local public relations. It is necessary to achieve glocalization of local culture through local festivals. In order for Korean local festivals to become a popular glocalization spots for people around the world, it is necessary to continuously develop diverse and unique contents and create world-class values by local people rather than government-led festivals.

**Keywords:** Festivals(축제), Glocalization(글로벌리제이션), Local culture(지역문화), Jarasum Jazz Festival(자라섬 재즈페스티벌), Sziget Rock Festival(시게트 락 페스티벌)