

# 지역 공동체 이미지와 연계된 녹색 관광 개발 가능성 연구 : 대전지역 사례

## Possibility to Develop the Green Tourism in Conjunction with the Image of the Local Community: the case of Daejeon

이일열\*, 박문규\*\*

세종사이버대학교\*, 건양대학교\*\*

Il-Yul Lee(ilyulcoree@hanmail.net)\*, Moon-Kyou Park(qccpark@hanmail.net)\*\*

### 요약

본 연구의 목적은 지역 이미지를 녹색관광과 연계하여 지속 가능한 개발의 가능성이 있는지 살펴보고, 여가 관광적인 프로그램을 다양화하여 지역 커뮤니티 활성화 방안을 구체적으로 모색하여 보는데 있다.

지역 이미지화 연구를 종합적인 지역 연계성과 관련 지어 추진하기 위하여 본 연구에서는 대전 근교 정방이 마을 사례를 문헌연구와 현지 조사법을 병행하여 분석해 보았고, 외국의 성공 사례를 도입하여 비교 연구를 시도하였다. 분석 결과 첫째, 지역의 이미지화는 지역 커뮤니티 공간의 상품화와 지역상생에 긍정적 효과를 주고 있다는 점을 알 수 있었다. 그리고 둘째로는 녹색 루트를 형성하여 도시인들에게 전원으로의 통로 역할을 수행한다는 점도 관찰할 수 있었다. 아울러 이미지화에 성공한 농촌 마을은 농촌 체험과 미술 작품 체험의 공간을 제공하여 교육적 기회의 장으로 승화할 수 있는 가능성이 있음도 확인할 수 있었다.

결론적으로 본 연구를 통하여, 도시 근교 소규모 지역 커뮤니티의 녹색관광개발과 이미지화 연계 작업이 나아갈 방향을 제시하고, 관련 실무자들에게 지역 경영 및 관리방향에 대한 실질적인 지표 역할을 수행할 수 있으리라고 본다.

■ 중심어 : | 녹색 관광 | 지역 커뮤니티 | 이미지 연출 | 정방이 마을 |

### Abstract

The purpose of this study is to look into whether there is a possibility to develop the image of the local community in conjunction with green tourism, thus to explore the concrete ways to vitalize local community with diversified green tourism programs.

In the pursuit of relating the research of community image-building with comprehensive local characteristics, this study selected the case of Jung Bang I village near Daejeon and analyzed the case through both written materials and on-site investigation. As a result of analysis, first, it was found that community image-building contributed positive effects in terms of the commercialization of the local community and its revitalization. Second, it was observed that community image-building led to form a "green route" that played a role as a passage to link townspeople to the country. It was also verified that those country villages that succeeded in image-building provided the places where people could experience the country and arts, which showed the potential of their roles as educational opportunities.

In conclusion, this study will be able to suggest the direction to where the green tourism and image-building projects of the small communities near towns should go, and also provide a substantial guideline to related people regarding how to operate and maintain the local community.

■ keyword : | Green Tourism | Local Community | Mis en Tourisme | Jeong Bang Village |

## I. 서론

지역을 규정하는 개념 속에는 외부의 시선과 지역 주민들에 의하여 내재화된 시선이 공존하고 있다 할 것이다. 이것은 다시 말해 지역은 다양한 이미지가 표출되고 있는 사회적 공간이라는 사실을 반증하는 것이다. 즉, 사회 일상에서의 공간적 이미지는 중첩된 역사적 사회, 문화적 특징을 가지고 있고 이러한 복합적인 환경의 공간성은 현재를 살고 있는 그 해당 지역의 문화를 표출하는 이미지로 귀결되어 진다고 할 것이다[1]. 따라서 많은 지자체들은 지역의 이미지, 상징화 작업을 하나의 전형적인 지역특성화(상품화나 글로벌 경쟁력 제고) 개발의 지름길로 여겨 많은 관심과 노력을 경주하고 있다 할 것이다. 최근 들어 이러한 추세에 따라 지방색을 강조하고 드러내는 일환으로 축제를 중심으로 하는 관광자원화 그리고 관광이미지화가 지자체들의 중요한 이슈, 쟁점으로 떠오르고 있는 것이다. 사실상 관광이 지역이미지 개선과 지역개발의 중요한 도구로서 활용되고 있는 것은 이미 주지의 사실이다. 특히나 지역성(Locality)을 근거로 한 관광이미지 개발은 무엇보다도 중요한 부분이라 할 것이다. 그런 의미에서 본고에서 다루게 될 사례는 都市와 農村의 접점 부분, 엄밀히 얘기하여 도시 근교 농촌 녹색공간의 연장선적 의미의 장소성(meaning of place)에 관한 이미지 개발을 의미하는 것이고 이것은 일반적인 대규모 개발과는 다른 지역성에 근거한 지속가능한 접근 형태라 할 것이다. 이렇듯 소규모 커뮤니티 지역 관광개발은 궁극적으로 지속가능한 소프트 연성 관광이자 녹색관광과 연계된 형태로 발전하고 있는 추세이다[2]. 사실상 녹색관광은 포스트모더니즘의 물결이 넘실대던 20세기 후반부터 관광개발 방식의 중요한 테마로 받아들여지고 있고, 특히 범지구적인 친환경적 개발에 대한 관심이 고조되면서 녹색관광 관련 주제는 이제 관광을 얘기하는 이들의 중심에서 있다 해도 과언이 아닐 것이다. 최근 많은 도시민들이 여가를 즐기 위해 단기간 동안 교외지역과 인근 배후지인 농촌을 방문하고 있고 이에 녹색관광의 중요성은 더욱 확대되고 있다. 특히 농촌의 공동화 현상에 대한 대안으로서 농어촌 지역 개발방법의 실용

적인 도구 일뿐 아니라 도시근교 지역에서의 생태 환경적 차원의 운동으로까지 연결되는 부분까지 그 접근과 사례가 점차 다양해지고 있다. 반면 지역성에 기초한 공동체 공간의 이미지 개발과 연계된 지속 가능한 관광 활성화에 대한 접근은 최근에 와서 이루어지고 있고 그 연구의 심도 역시 일부 사례를 제외하고는 초기 단계라고 할 수 있을 것이다[3]. 이러한 관점에서 본 연구의 목적은 다음과 같다. 지역 이미지화 과정을 통한 친녹색관광적인 지역 커뮤니티 공간체계에 대한 연구는 지속 가능한 개발 연구의 기초연구가 될 수 있을 것이며 둘째로는 녹색관광의 양적인 확산 전제 속에서 특정 부분만 강조되거나 간과되었던 기존의 연구를 극복하는 새로운 지역 여가와 녹색관광 개발을 활성화 시키는데 일조 할 수 있다는 점이다. 아울러 이러한 사례 연구를 통하여 도시 근교 녹색관광개발이 향후 나아가야 할 방향을 추적해 본다는 의미도 있다 할 것이다.

## II. 접근 방법 연구론

### 1. 녹색 관광 접근론

녹색관광이란 무엇인가? 18세기 프랑스의 사상가 루소는 그의 저서 사회계약론『Du Contrat Social』에서 “자연으로 돌아가라”고 주장했다[4]. 물론 당시 시대적 상황이 현재와 다른 배경이라고는 하나 인간 본연의 평화적 상태로 돌아가기를 갈구한다는 점은 현대에도 여전히 유효한 담론이라 할 것이다. 즉, 녹색관광 패러다임은 복잡한 현대 물질문명의 최정점에서 야기되고 있는 심각한 환경 문제에 대한 진지한 탐구이자 인간 정체성과 참삶에 대한 구체적 물음이기도 한 것이다. 관광개발의 재순환과 재개발 측면에서도 녹색 연성적 개발 방식은 이미 학자들 사이에 논의의 핵심으로 꼽혀왔으며, 특히 지난 10여 년 간 관광학 연구자들(관광정책 및 자원 개발론 중심)에 의해서 지속적인 관심대상으로 여겨져 왔다. 야마자키·오야마·오오시마[5] 등은 녹색관광이 넓은 의미에서 농촌지역을 활성화 하고 농촌 지역의 다양하고 유기적인 개발을 위한 방법론적 접근이라는 견해를 펴고 있다. 그 외에 서구의 학자들도 다

양한 견해를 보이고 있으나 최근 들어서는 녹색관광을 전통적인 농촌의 활성화나 개발 방법론적 도구에 그치지 않고 도시 근교를 아우르는 都農 지역재생을 포함하는 지역개발의 개념으로 받아들이고 있다[6]. 이에 관련된 국내 연구로는 농촌 어메니티 개념과 관광현상 구성요소를 이용한 농촌 녹색관광정책의 방향을 강조한 연구와 녹색관광을 지역 특성화 또는 자원화 개발 측면에서 시도한 연구들이 눈에 띈다. 국내에서 이 분야에 지속적인 관심을 가져온 강신겸은 녹색개발의 개념으로 커뮤니티 비즈니스(Community Business)를 제안한다[7]. 지역 주민들이 지역 자원을 이용해 지역의 과제들을 해결해나가는 지속 가능한 사업 모델로서, 무너져가는 지역 공동체의 재생과 자립, 즉 농촌 웰빙을 실현할 수 있는 현실적인 방법으로 최근 주목받고 있다. 특히 관광·문화예술·교육, 복지와 연계된 다양한 분야에서 나타날 수 있다는 점을 강조 하고 있다.

그 뿐만 아니다. 경제학, 지역학, 행정학, 그리고 지리 및 조경학 등에서 ‘녹색관광’을 지역 발전의 테마로 이해하면서, ‘녹색관광’의 산업 경제적 가능성에도 주목해왔다. 도시민의 농촌방문 수요를 창출 혹은 확대하기 위하여 정부에서는 1990년대 후반부터 녹색농촌체험마을사업, 농촌전통테마마을 사업, 농촌마을종합개발사업 등의 다양한 농촌개발 정책을 시행하고 있다. 이와 더불어 2000년대 중반에는 「농림어업인 삶의 질 향상 및 농산어촌 지역개발 촉진에 관한 특별법」 등을 제정하면서 농촌마을종합개발사업 1,000개 권역 확대추진 계획, 농촌관광마을 1,000개 육성계획을 수립하였다. 이렇게 녹색관광의 산업적, 경제적 측면에 대한 관심은 국가 공공기관 및 지자체 등에서 꾸준히 표명하고 있다 할 것이다. 그러나 이러한 공공단체나 기관 주도의 지원 시스템은 그 양적인 증가에도 불구하고 해당 부처에서조차 상호 유기적인 정책의 방향성을 일관성 있게 추진하지 못하고 있다는 문제점을 내포하고 있다 할 것이다. 그 외에도 녹색관광과 연계된 산업적 접근에 대한 긍정적 견해와는 달리 녹색성장과 산업 이라는 미명하에 인간이 도달해야할 또 다른 ‘기대와 욕망속의’ 대상으로 녹색관광 관련 개발정책이 무분별하게 진행되고 있음을 우려하는 비판적 목소리도 존재하고 있다.

## 2. 지역 연출과 관광 : 이미지와 지역

지역의 이미지화 작업을 위한 틀과 연구 접근론 방법은 사실상 새로운 시도는 아니라고 할 수가 있다. 예를 들어 전통적인 지역 개발론의 관점[8] 그리고 지역 마케팅의 일환으로 발전된 장소 마케팅적 견해 등이 그 대표적 사례라 할 것이다. 특히 이무용은 장소 마케팅적인 장소성(meaning of place)에 주목 하면서 장소의 지역적 의미론을 부각시키는 자원화 작업에 관심을 표명한다[9]. 이는 지역의 복합적인 문화적 자원과 자산 그리고 소프트웨어적 개발 시각을 보여주는 중요한 논점이라 할 수 있다. 즉, 이러한 장소성에 대한 접근 이야말로 공간의 관광자원개발에 있어 그 실용적 결실을 구체화하기 위한 지역 이미지와 특성화된 브랜드 창출의 필요성이 현실화 되었다는 점을 말하는 것이다. 특히 최근 들어 지자체에서 이미지 재창출에 고심하는 일련의 노력들은 일종의 지역 이미지 구현을 위한 상상력의 과정(Process of imagination)으로 이해하여도 무방할 것이다. 특히 이러한 관점에서 관광은 <이미지 산업>이라는 언급이야 말로 그 학문적 타당성을 보장받고 있는 듯하다[10]. 이는 결국 지역 상상력에 기초한 이미지 연출(Mise en tourisme)이라는 개념으로 연결된다 할 것이며 최종적으로는 지역 이야기 창출(Story-telling)이라는 결론으로 귀결되어 짐을 의미한다 할 것이다. 현재 지역 이미지 연출에 대한 기존 연구의 흐름은 사실상 지역 개발 상품화 과정이라는 관광개발의 전통적인 방법에서 크게 벗어나지 못하고 있는 추세이다. 다만 일부 외국의 사례에서 종합적인 지역 이미지화와 지역주민들의 이미지 연출 노력에 대한 연구들이 보이고 있다[11]. 국내의 경우 마을가꾸기



그림 1. 지역 이미지 연출의 접근 개념사례

형태의 접근 방식에 대한 연구와 마을 CI 형성에 대한 연구가 눈길을 끈다. 특히 위의 그림에서 제시된 접근 기법을 중점으로 하는 지역 공동체의 CI 연구 사례들은 녹색관광 이미지 개발과 연관된 구체적 연구라는데 의의가 있다 할 것이다[12]. 그러나 이 연구들도 종합적인 지역의 장소성을 이미지화 하거나 상징화 한다기보다 부분적인 마을 게시판이나 표시판 등을 정비하는 수준이거나 지역 상징화를 위한시론적 아이디어를 제공하는 접근 이므로 보다 거시적이고 종합적인 지역 연계성을 담보로 한 연구는 아직 국내에서는 일천한 편에 속한다 할 것이다.

### 3. 현지 조사방법

본 논문의 연구 조사 방법에 있어서는 최근 부각되고 있는 사례 연구(case study method) 접근 방식을 중심으로 진행하였음을 밝힌다. 최근 들어 사회과학 연구 방법론에서도 그 비중이 높아져 가고 있는 사례연구 방법은 행태주의 연구에서 놓치지 쉬운 실제생활의 맥락을 파악하여 복잡한 사회현상의 전체적이고 의미 있는 특징을 그대로 유지하면서 이해하는데 도움을 주고 있다 할 것이다[13]. 세부적으로는 문헌연구(Documentary study)와 함께 현지 지역 참여 조사론(étude sur le terrain)을 근간으로 본 연구를 구성하였다. 사실상 본 논문이 지역에 대한 고찰임을 감안할 때 지역에 대한 연구는 그 지역의 특성이 내재된 공간의 본질을 규명하여야 한다는 지리학적인 지역 참여 조사론을 바탕으로 한 것이다[14]. 아울러 특히 최근 들어 기존의 설문지나 인터뷰 방식 외에도 영상과 이미지 자료들을 활용하는 빈도가 사회과학 분야에서 그 질적인 중요성을 인정받고 있는 가운데[15] 본 연구는 이러한 질적 방법론을 중용하여 활용 하고자 하였다. 논문 내용 구성은 선행 문헌 연구를 참조하고 지역 주민들과의 면담과 구술을 통해 도출된 내용 그리고 지역 방문을 통하여 종합적으로 정리된 영상 자료들을 중심으로 최종 구성되었다. 현지 방문 조사는 2010년 2차례에 걸쳐 행하여 졌으며 정병이 마을 전반에 대한 정보를 비교적 상세히 알 수 있는 도농교류센터를 통하여 주민들을 소개받아 심층 인터뷰를 실시하고 사진 자료 촬영과 구술 자료

들을 채록 정리 할 수 있었다[16].

## III. 사례 분석

### 1. 대전 정병이 마을의 사례

최근 들어 적지 않은 지자체 에서 유무형의 지역 특산물과 지역 마케팅을 기반으로 많은 축제가 조직되고 있다. 대표적으로 충청 대전권 만 하더라도 인삼 축제(금산), 세종대왕 약수 축제(조정), 쭈꾸미 축제(태안), 머드축제(보령) 등등 그 양적인 증가는 익히 알려진 바이다. 그러나 제한된 기간에 열리는 축제는 많은 비용과 투자가 필요하며, 다른 지역의 축제와 차별적인 모습을 보여주지 못하는 경우 만성 적자 축제 내지는 고만 고만한 행사거리로 전락할 위험이 높다. 이런 문제점을 보완하고 마을의 이미지를 탈바꿈하는데 유용한 방법이 마을의 '영상이미지' 작업이라 할 것이다. 이러한 마을 이미지 작업이 성공한 사례로 대전 근교에 위치한 정병이 마을의 사례를 살펴보면 다음과 같다.

#### 1.1 지역 현황

현재 26가구 67명이 살고 있는 정병이 마을의 행정명은 대전광역시 서구 용촌동이다. 마을 앞에 흐르는 냇가와 산으로 둘러싸여있는, 풍수지리학적 측면으로 보면 전형적인 배산임수 지형이다. 마을의 또 다른 이름인 '100년 후에도 살고 싶은 농촌'에 걸맞게 나무로 만들어진 담장, 이전에 사용했던 물품들과 오랜 사진들로 꾸며진 담장, 나무와 꽃이 채색된 담장, 그리고 각종 조형물들이 마을을 아름답게 꾸미고 있다. 그 결과 2007년과 2008년에 녹색체험마을, 도농교류센터 마을, 도시 만들기 시범 사업 마을로 선정되었다. 도농교류센터는 2009년 3월 마을 입구에 완공되어 주민뿐만 아니라 외부인들의 만남의 장소로 활용되고 있다. 이러한 작은 커뮤니티의 모습은 우리네 여타 농촌 또는 도시근교 마을의 정경과 다름이 없다. 그럼, 이 마을의 특성화된 차별적 전략화 부분에 대한 개발과정을 보면 다음과 같다.

#### 1.2 영상 이미지화 동기

정병이 마을은 2000년 초만만 해도 다른 농촌과 다름

없는 평범한 모습을 띠고 있었다. 젊은 층들은 이 마을을 떠나 대진 도시에 자리 잡으면서, 고령층들만 남아 있는 쓸쓸한 농촌으로 변하고 있었다. 여타 주변 마을처럼 급격한 도시화를 받아들이던지 아니면 농촌 공동화 현상을 숙명처럼 받아들여야 할 시점에 주민들은 이 마을로 이사와 정착한 일부 지식인들(목원대 권선필 교수 등등)과 힘을 합쳐 살고 싶은 농촌 마을 작업을 시도하게 된다[17]. 마을 주변의 산과 들을 소재로 ‘들꽃 축제’를 열어 아름다운 마을이라는 이미지를 창출하고자 시도 하였으며, 오리 농법, 우렁이 농법 등을 체험하는 행사를 열어 근교 도시인들을 중심으로 마을을 적극적으로 홍보했다. 그러나 장기적이고 지속 가능한 발전이 절실함을 인식한 주민들은 지역 예술가를 초빙하여 마을 조형화에 힘을 쏟게 된다. 결국 이 평범하고 소규모인 커뮤니티에 도시인들의 발길이 항상 머물게 하도록 향토적인 이미지를 활용하여 마을의 미관과 조형을 바꾸게 되었다. 결국 외부인의 발길이 이어지게끔 하는 것은 특별한 이벤트성 볼거리를 한시적으로 개발하는 것 보다 마을이 내재한 자연적, 예술적, 문화적인 향토적 정서를 방문객이 만끽 할 수 있도록 지역의 일상적이고 정적인 아름다움을 외부인들이 어렵지 않게 읽을 수 있게끔 정서적인 상상력을 부여하고 이끌어 주는 부분이라 할 것이다[18].



그림 1. 정뱅이 마을의 도농 교류센터와 담장의 이미지화

### 1.3 지역 이미지화 작업

사람들의 시선을 사로잡을 수 있는 정경과 마을 전체의 담장을 테마별로 이미지화 하였다. 무미건조한 의미 없는 콘크리트 담장을 허물고 마을의 역사적, 문화적 냄새를 보여주는 이야기가 있는 ‘스토리텔링’적 담장을 조성했다. 담장을 일종의 전시관으로 꾸며, 담장 안에 전시 공간을 마련해 마을의 역사적 공간을 설명해주고 이를 뒷받침 하는 유산적인 향토 물품을 진열하는 과정을 거쳤다. 오래된 조리 도구, 흑백 사진, 농촌의 전통 물품들을 소박한 형태로 전시하였다. 일부 담장 위에는 도자기나 인형을 설치하여 새로운 정취를 조화롭게 이루도록 하였으며 지역의 화가들이 참여해 마을의 상징인 야생화들을 그려내었다. 마을 주민들은 이 과정에서 그들의 작업에 대한 지역적 장소성(meaning of place)이 가미된 의견을 전달하였고 이를 바탕으로 예술가들은 채색할 대상과 종류를 신중히 선택하여 담장의 형태와 미관을 결정하여 마을 꾸미기에 참여했다. 또한 마을의 상징물을 향토적 이미지로 조성해 더욱 풍성한 미관을 유지하도록 하였다. 이는 마치 서구에서 지역개발의 자발적 주체로서 주민들이 능동적으로 참여 하는 건축물 미관 위원회나 지역 브랜드 기획 위원회의 역할과 유사한 경우라 할 것이다[19].

### 1.4 녹색 도보관광

걷기를 기본으로 주변과 연계된 녹색 체험 여정도 하나의 관광자원으로 자리 매김 하고 있다 할 것이다. 다시 말해 이 지역이 가지는 느낌의 전통을 하나의 루트화로 정례화 하여 대진 근교의 기존 관광지인 감사, 동학사 까지 아우르는 녹색 여정의 길을 조성하는 것도 하나의 새로운 관광루트화 시도가 될 수 있을 것으로 마을 주민들은 기대하고 있다(마을 주민 인터뷰, 2010). 이와 연계하여 마을에는 자전거를 방문객들에게 무료로 대여해 주는 곳이 있다. 이러한 도보와 자전거를 활용한 녹색 관광의 패턴으로 연계 도보관광이 하나의 전략적 방법으로 이어지는 사례가 전 세계에 걸쳐 나타나고 있다는 점은 정뱅이 마을 주민들에게 매우 고무적인 사실이라 할 것이다. 느린 걸음의 여유를 만끽하는 것은 새로운 지역과 풍경을 바라보는 즐거움의 중요한 원

천이라 할 것이다. 이는 유럽의 Touring Club 이라는 도보와 자전거를 통한 지역 관광 패턴의 경험에서도 찾아 볼 수 있다.

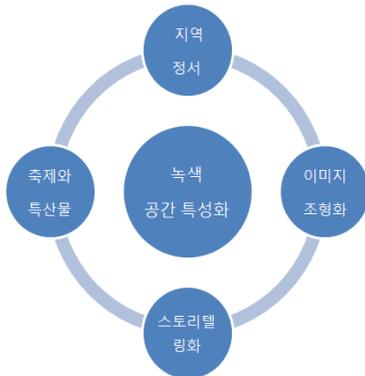


그림 2. 정뱅이 마을 관광 이미지화 개발 개념도

위의 개념도는 정뱅이 마을이 추구하고 있는 지역 연출의 구체적인 개념과 방향을 제시하여 본 것으로서 궁극적으로는 종합적인 지역성(지역 정서와 이미지화를 통한 상상력과 이야기)에 근거한 녹색체험 여정과 지역 축제적 요소까지 가미한 소프트 관광 자원 개발을 의미하고 있다 할 것이다. 그리고 이러한 정뱅이 마을의 사례는 1980년대 서구 유럽 국가들이 고심 하였던 농촌과 도시 근교의 지역 정체성 창출 과정과 상당히 유사한 패턴을 보여주고 있다고 말 할 수 있다[20].

## 2. 해외 지역 비교 : 프랑스 사례

### 2.1 바르비종 마을

바르비종(Barbizon)은 프랑스 수도권 지역인 일드프랑스 지역 (region ile-de-France)의 센 마른느 (Seine-et-Marne) 에 위치한 마을이다. 여타 인상파 화가들의 단골 주제로 알려진 풍경들로 잘 알려져 있다. 촌락을 둘러싼 광활한 밀밭과 수도권 지역의 숲은 이곳이 프랑스의 다른 농촌과 다름없는 평범한 시골이라는 느낌을 준다. 만약 이 시골 풍경을 그려낸 밀레와 루소 등의 화가들이 없었더라면 이 마을은 그저 평범한 전원 마을로 머물렀을 것이다. 19세기 당시 사람들에게 빠리시는 퐁텐블로(Fontainebleau) 숲과 빠리 지역 주변 숲

에 대한 즐거움을 알리기 위하여 많은 가이드 책을 출판했다. 이 책들은 인근 지역 마을을 알리게 되었으며 이 책을 접한 화가들이 1830년대 이후 주변의 자연과 풍경을 묘사하기 위해 모여들어 그룹을 형성하게 되고, 1848년에 빠리에서 발생한 유행성 질병을 피하기 위하여 많은 빠리 출신 화가들이 이 지역으로 오게 되었으며 결국에 이 마을의 이름을 따서 바르비종 파(Ecole de Barbizon)가 형성 되게 되었다. 그들 중에 유명한 루소와 밀레가 빠리에서 이주하여 정착한다. 그들은 당시로서는 파격적인 화법으로 미술계에 큰 충격을 던지게 된다. 그것은 바로 직접 야외에 나가 풍광을 그려냄으로써 사실 그대로 꾸밈없는 자연의 생동적 느낌을 후세에 전해준다는 것이다. 이들이 그린 밀밭과 전원 그리고 주변의 숲들이 현재까지 잘 보존되어 훌륭한 지역 관광 자원으로 활용되고 있는 점이 바로 그것이다. 많은 관광객들이 찾는 장소는 화가들의 모임장소나 아틀리에로 대부분 지금은 박물관으로 꾸며져 많은 사람들의 관심을 받고 있다. 주말에는 가까운 빠리 지역 시민들로부터 아시아에서 온 방문객들로 이 마을은 조용하지만 그다지 평온하지 않은 풍경은 보여준다. 프랑스의 경우 영상이미지는 여러 가지 테마로 이루어진 지역의 홍보수단이자 지역의 삶을 보여주는 하나의 거울과 같은 실체라 할 것이다. 특히나 조금 그 모습은 다르지만 바르비종 사례 역시 하나의 문화지역의 영상화를 자연스럽게 이끌어 내고 있는 관광과 예술의 전원 마을이라 할 것이다. 대규모 관광객이나 개발이익 환수보다 우선시 되었던 것은 하나의 지역 문화와 결합된 문화의 흔적을 탐방하고 지역민의 삶속에 내재화 하는 지역의 향유에 있다 할 것이다[21]. 오베르 쉬호 와즈(Auvers-Sur-Oise)의 고향 마을 역시 유사한 사례라 할 것이다. 고향이 그린 풍경을 살린 전원을 그대로 드러내는 것 그 자연의 감성과 녹색의 풀냄새를 캔버스 화폭 속에서 지역의 일상으로 옮겨놓는 일 인 것이다.

### 2.2 르와르 강 유역(Val de Loire)

르와르 강 유역은 세계문화유산으로 지정된 지역으로 문화유산이 농촌 전원관광자원과 결합된 사례를 보여주고 있다. 마치 신문의 행간을 읽어야 제대로 된 보

석 같은 글을 발견하듯 고색 찬연한 古城들 사이에 위치한 조용하고 한적한 시골 마을에서 마치 새로운 이미지의 관광과 지역의 공존을 찾을 수 있다. 사진엽서와 같은 이미지 마케팅과 인터넷 홍보 외에도 눈으로 담는 인간의 정이 담긴 이미지야말로 우리에게 길으로 보여지는 관광지의 화려한 영상이미지와는 차별된 진정한 지역 녹색개발의 이미지로 활용되어야 할 것이다. 즉, 작은 즐거움이 녹색 관광의 큰 원동력이 될 수 있음을 알 수 있는 것이다. 지역의 매력을 배가시키고 있는 원천은 바로 이렇게 작은 이야기 활성화(녹색 스토리텔링)에서 시작하고 있는 것이다. 그 외에도 주변 古城들과 연계하여 빛 마케팅을 활용한 연출(Mise en tourisme)방법과 주민들이 직접 참여하는 스토리텔링(story-telling)적 마을 연극 축제의 형식도 적극 활용되고 있다[22].

#### IV. 소결론과 시사점

지역을 이미지화 하는 것은 관광이 가진 속성인 이미지 상품화에 부합하는 매력적인 결정화 작업이라 사료된다. 특히 하드웨어적 대규모 개발은 그 투자 가치에 비례하여 위험을 감수해야 하며 또한 해당 지역주민과 지역 환경과의 충돌이라는 취약점을 내포한다 할 것이다. 이런 점에서 녹색관광의 수단과 개발 방식은 소프트웨어적 지향이며 소규모 지역 개발방식에 효과적으로 적용될 수 있는 접근이라 할 수 있다. 이러한 시각에 입각하여 본고에서는 관광영상 이미지화를 통한 새로운 지역 커뮤니티 공간의 상품화와 지역상생의 길을 도모하고자 하는 가능성을 살펴보고자 하였다. 정병이 마을이 가지는 미래적 함의는 단순한 마을의 이미지화에서만 그치는 것이 아니라 주변과 연계된 녹색 루트를 설정하여 사람들이 관심을 갖고 찾아와 일상속의 녹색 공간과 관광을 즐기는 대상으로 승화하여야 한다는 데 있는 것이다. 특히 자전거 동호회와 사진 동호회 회원들이 이곳을 즐겨 찾겠다는 점을 볼 때 가능한 일이라고 본다. 또한 가족 단위로 와서 마을을 둘러보는 모습도 좋은 가능성이라고 조심스럽게 진단 할 수 있다. 도

시 아이들에게 먼 시골이 아닌 접근성이 상대적으로 용이한 도시 근교에서 농촌 체험과 미술 작품 체험을 누릴 수 있는 교육적 기회를 줄 뿐 아니라, 마을 앞 냇가에서 신나게 물장난과 놀이를 계절별로 즐기게 할 수도 있기 때문이다. 그리고 지역 마을에 숨겨진 작가와 그들을 둘러싼 이야기들을 효과적으로 발굴한다면(이효석 마을, 정지용 마을 등과 같은), 프랑스의 사례와 유사한 발전 방안도 가능할 것이다. 특히 소박한 마을의 이야기를 상상력으로 키워낼 수 있다는 발상의 전환이 필요하다. 그리고 그 상상력은 지역 주민들로부터 나오는 것이어야 할 것이다. 영국의 해변도시 스카보로(Scarborough)가 사이먼과 가펄클의 노래뿐 아니라 지역 작가가 창출한 슈도우맨이라는 소설로 문화와 관광을 일구어 내었듯이 말이다.

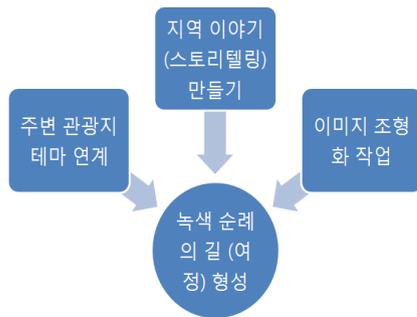


그림 3. 대전 근교 감성의 녹색 여정(순례) 연계 개념도

다시 말해 걷고 싶은 길과 같은 문학적이고 정적인 고즈넉함이 이미지로 떠오르는, 찾고 싶은 감성적 녹색 관광지가 연계된 녹색 순례기-여정(Green itinerary)의 개발이야말로 소프트웨어적이고 친환경적이면서 지역 색깔을 그대로 투영한 최적의 관광 자원이 될 것이라고 본다. 즉, 우리에게 필요한 것은 지역에 대한 상상력을 향토색 짙은 정서로 담아내는 일이라 할 것이다. 보들레르의 詩 <여행에의 초대>에 나오는 구절 Tout n'est qu'ordre et beauté, luxe, calme et volupté (모든 것은 질서와 아름다움, 호사, 고요 그리고 쾌락)에서 표현한 지역의 이미지처럼 우리네 전통적 느낌의 미학(충청권의 상징)을 지역 이미지화 하고 이야기로 살릴 수 있는 것이야말로 지역에 적합한 효과적인 장소 마케팅이자

연출(Mise en tourisme)이지 않을 까 한다. 대전 지역 정병이 마을의 경우 정지용의 <향수>와 같은 詩的인 이미지를 지역에 접목 시키는 것도 하나의 방법 이 될 수 있다고 본다. 결과적으로 진정한 지역 연출은 자연스러운 일상에서 묻어 나온다는 사실을 우리는 본 사례에서 다시 한 번 엿볼 수 있는 것이다. 끝으로 연구의 한계점을 살펴보면 녹색관광과 이미지 개발에 대한 논의가 제한된 사례 중심으로 이루어져 종합적이고 일반화된 결론 도출에 한계가 있다는 점이다. 아울러 다양하게 촬영된 영상물과 현지 대담자료 등을 지면상의 제약으로 일일이 소개하지 못한 점도 밝히고자 한다. 향후 종합적인 제학문적 연계성을 기반으로 한계점을 보완 한다면 장소마케팅과 접목된 녹색관광 활성화 및 지역관광 이미지화에 구체적 방향을 제시 할 수 있으리라고 본다. 추후 계속 될 보다 심도 있고 구체적인 연구들을 기대해 본다.

#### 참 고 문 헌

- [1] P. Claval, *La géographie culturelle*, Paris: Nathan, 1995.
- [2] J. Sarrkom Traditions of Sustainability in tourism studies, *Annals of Tourism Research*, Vol.33, No.4, pp.1121-1140, 2006.
- [3] 김남조 『지속가능한 관광자원개발계획』 강릉:도서출판 동우, 2007.
- [4] J. J. Rousseau, *Du Contrat social*, Paris: L G F-Livre de Poche, 1996.
- [5] M. 야마자키, Y. 오야마, and J. 오오시마, 강신겸 역, 김정연 역, 『녹색관광』, 山崎光博·小山善彦·大島順子, グリーン, ツーリズム, 서울:일신사, 1997.
- [6] Baron-Yelles, N.France, *Aménager et développer les territoires*, Paris: La documentation Française, Coll. Documentation photographique, n°8067, 2009.
- [7] 강신겸, 『농촌관광: 새로운 농촌 활성화 전략』, 서울:대왕사, 2007.
- [8] C. Ghora-Gobin, *Les espaces publics a l'heure globale: reinventer le sens de la ville*, Paris: L'Harmattan, 2001.
- [9] 이무용, 『공간의 문화정치학』, 서울:논형출판, 2005.
- [10] P. Dubrule, *Tourisme en France : les enjeux pour 2020*, Paris: le cherche midi, 2005.
- [11] P. Dujardin, Lyon, lumiere de Decembre, *Revue Urbanisme*, No.331, pp.64-66, 2003.
- [12] 윤희정, 녹색관광 마을의 이미지 차별화를 위한 CI통합계획, 『한국조경학회지』, Vol.34, No.2, pp.72-79, 2006.
- [13] Yin. Robert K, *Case study Research: Design and Method*, Newburry Park. CA: SAGE Publication, 2003.
- [14] P. Claval, *La géographie comme genre de vie*, Paris: L'Harmattan, 1996.
- [15] 옥한석, 사진 예술 작품을 통한 지리 경관 읽기, 『한국사진지리학회지』, Vol.18, No.4, pp.39-49, 2008.
- [16] 마을 주민 인터뷰 대담 : 2010년 1-3월 과 동영 상 촬영.
- [17] 이기진, 100년 뒤에도 살고 싶은 농촌 정병이 마을을 아십니까, 동아일보 (2009.2.11 기사), 2009.
- [18] 이일열, 유네스코 세계 문화유산의 지역 관광자원화에 대한 시론적 연구 -프랑스의 사례-, 『관광연구』, Vol.23, No.3, pp.447-469, 2008.
- [19] P. Mathieux and M. Cougouliégne, Une promenade qui fait son chemin, *Les Cahiers de L'IAURIF*, No.111, pp.103-113, 1995.
- [20] J. D. Urbain, *L' idiot du voyage: Histoire de touristes*, Paris: Payot, 1993.
- [21] Cazes G, *Le tourisme en France*. Paris: P.U.F.(Coll. Q-S-j 2147), 2005.
- [22] www.tourismeloiret.com/

저 자 소 개

이 일 열(II-Yul Lee)

정회원



- 2002년 5월 : 프랑스 파리 소르본느 대학교 Doctorat (Ph.D.-문학박사 관광전공)
- 2009년 9월 ~ 현재 : 한국 관광학회 이사
- 2009년 9월 ~ 현재 : 교육과학기술부 교육 과정 심의회 위원

▪ 2003년 3월 ~ 현재 : 세종 사이버 대학교 호텔관광경영학부 교수

<관심분야> : 관광, 문화, 여가, 지역 커뮤니티와 콘텐츠

박 문 규(Moon-Kyou Park)

정회원



- 2000년 12월 : 프랑스 파리 7 대학교 Doctorat (Ph.D.-언어학박사 음성과학 전공)
- 2007년 9월 ~ 현재 : 건양대학교 교양학부 대우교수

<관심분야> : 관광, 문화, 여가, 지역 커뮤니티와 콘텐츠, 음성, 방언