제3주제

농촌관광 마을가꾸기의 성공열쇠, '사람 가꾸기'

황 길 식
((주) 명소IMC 대표)

농촌관광 마을가꾸기의 성공열쇠,
‘사람 가꾸기’

Ⅰ. 머리말 : 농촌관광의 등장

○ 지방자치제 실시 초기 관광개발이 지역활성화를 위한 만병통치약인양 다양한 규모와 방식으로 개발사업에 관심과 투자를 하였다. 그리고 사업내용 또한 막대한 재원을 필요로 하는 관광시설을 조성하는데 치중하고 있으며 재원조달방안도 주로 민간자본을 유치하는 방식을 취하고 있다.

○ 여기에다 부분적이나마 지방자치단체장의 4년 임기 안에 가시적인 성과물을 내놓기 위해서 지역의 외형적인 발전에 치중할 수밖에 없는 현실이 지역관광개발 사업에 있어 문제를 가중시키고 있다.

○ 그러나 최근 관광활동의 경향은 친환경적, 체험적, 문화적, 지역적인 요소들을 고려하는 방향으로 확대되어 가고 있으며 지역주민의 욕구 역시 지역의 정체성을 반영한 새로운 개념의 지역개발방식을 요구하고 있다.

○ 농촌지역 개발계획의 핵심은 농촌주민의 삶을 지속가능한 방향으로 가꾸어 나가기 위한 방향을 모색하는 것이다. 이를 위해서는 무엇보다 농촌주민들부터 농촌을 바라보는 인식을 전환해야 한다.

○ 그리고 점차 농촌지역에 새로운 방향을 제시할 수 있는 가능성 있는 자원이 농업생산물뿐만 아니라 농촌의 다양한 내재적 가치를 이제는 자원으로 인식해야 한다. 이런 관점에서 볼 때 농촌관광은 농촌환경 변화에 대응하기 위한 지역개발의 새로운 유형 가운데 하나로 관심을 모으고 있다.

○ 농촌관광과 동일한 개념으로 사용되고 있는 그린투어리즘은 프랑스에서 시작되었다. 과거 프랑스인들은 바캉스를 3,4주 정도 해외에서 보냈지만 소득이 충분치 못한 사람들은 저비용으로 가까운 농촌에서의 휴가를 즐기게 되었다. 이러한 현상은 독일이나 미국

에서도 나타나게 되며 그런 도시사람들이 그린투어리즘을 시작하게 되었다.

○ 결국 농촌이 도시사람들을 원한게 아니라 도시사람들이 먼저 농촌을 원하였다. 일본의 경우 그린투어리즘이라는 단어를 농수성에서 처음 사용하였다. 일본 농촌의 젊은이들이 농업을 거부하고, 부모들도 자녀들에게 농업을 물려주지 않으려고 하면서 농촌의 인구가 계속 줄어들게 되자 농수성에서는 어떻게 하면 농촌으로 사람들을 불러들일 수 있을까하는 생각을 하게 된다.

○ 그 대책으로 일본의 농수성에서는 그린투어리즘을 채택하게 되고 각 지역의 그린투어리즘 활성화사업을 지원하기 시작하였다. 국내의 경우도 과거 생산위주의 전통적인 농업과 이로 인한 오늘날 농촌지역사회의 붕괴 위험을 극복하기 위한 대안으로 도시민과 농민간의 지속적인 교류가 필요하며, 교류의 촉매역할로서 농촌관광이 등장하게 되었다.

○ 농촌관광은 1차 산업인 농업과 3차 산업인 관광서비스가 융합된 새로운 개념의 농업방식으로 도입되고 있다. 이러한 농촌관광은 농촌 주민들이 농업행위를 수행하면서 농촌이 지니고 있는 문화와 전통을 보전하고 동시에 도시 주민들과 사회적 접촉을 지속적으로 유지하게 하고 있다.

○ 이는 환경, 건강, 문화적 풍요로움 등 삶의 질에 대한 사회적 가치의 변화로 인하여 농촌에 대한 사회적 요구가 크게 달라지고 있음을 의미한다.

II. 농촌관광의 개념과 추진동향

1. 농촌관광의 개념

○ 과거 관광농원을 중심으로 시작된 국내 농촌관광의 현황을 살펴

보면 성공적으로 운영해 나가는 사례가 있는가 하면 상당한 어려움에 직면하는 경우도 많이 발생하고 있다.

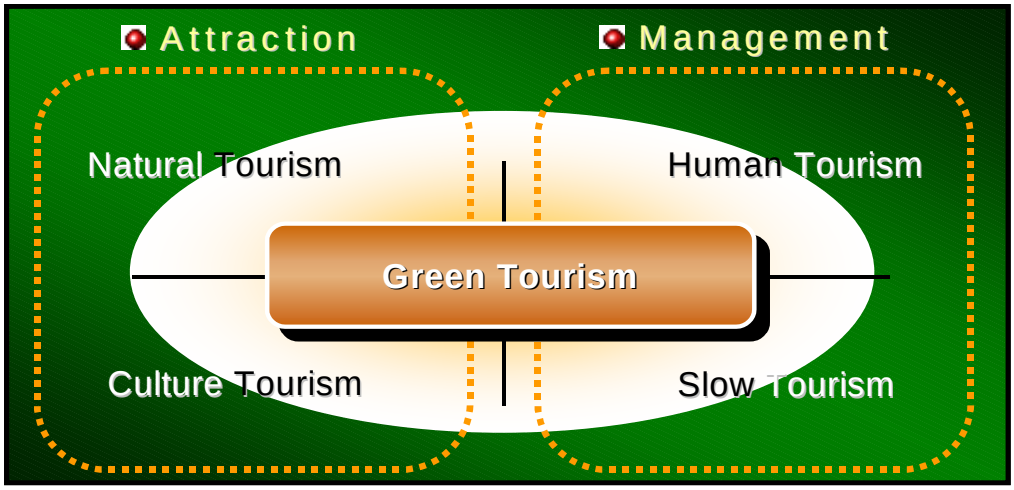
○ 이러한 문제의 원인을 살펴보면 사업기반조성과 관련된 제반 문제를 제외하고는 크게 농촌관광과 더불어 그린투어리즘의 본질적인 개념에 대한 이해 부족에서 발생하는 경우이거나 아니면 소비자(도시민)욕구에 대한 대응이 미비하여 발생하는 경우 이다.

○ 따라서 현 시점에서 농촌관광의 현황에 기초하여 사업의 도입기에 그린투어리즘에 대한 개념에 대한 연구는 나름대로 가치가 있을 뿐만 아니라 농촌관광 활성화를 위한 도농교류 추진전략수립에도 중요한 지표가 될 수 있다.

○ 농촌관광(rural tourism)과 유사한 개념으로 사용되고 있는 그린투어리즘(green tourism)은 하나의 단어가 아니다. 그린·투어리즘에서 그린이란 녹색을 뜻하는 것이 아니라, '자연'혹은 '자연을 사랑한다'라는 뜻을 담고 있다.

○ 그러므로 그린투어리즘은 자연과의 여행을 의미하고 있으며 동시에 여행의 만족에 자연적인 경관 외에 지역주민의 인적서비스와 전통문화, 놀이가 영향을 미치는 것으로 볼 때 그린투어리즘은 그 영역에서 차이가 있을 뿐 농촌관광과 동일한 개념으로 볼 수 있다.

○ 그린투어리즘을 구성하는 영역은 크게 attraction(자원)측면과 management(운영)측면으로 구분할 수 있다. 그리고 attraction(자원)측면은 natural tourism(자연환경, 농업생산물과 등)과 culture tourism(전통문화, 놀이 등)으로 영역이 양분할 수 있고, management(운영)측면은 human tourism(농심, 인적서비스)과 slow tourism(가치, 몰입 중심 프로그램운영)으로 양분된다.



(그림1) 그린투어리즘의 영역

○ 그린투어리즘이란 첫째, 지역주민이 주인이 되어 농촌을 방문한 도시민들에게 풍요로운 농촌을 무대로 하여 이색적인 체험을 통해 몰입을 경험하게 해 주는 관광사업 활동을 말한다. 여기에서 중요한 사실은 도시민들을 몰입시킬 수 있는 기술이 바로 human service에 있다는 것이다.

○ 둘째, 그린투어리즘을 통해 그 지역(마을)의 자원가치를 높이는 활동이다. 평범한 시골경관과 일상생활이라 할지라도 어떻게 연출하느냐에 따라 장소성을 부각시킬 수 있는 최고의 자원이 될 수도 있는 것이다. 그린투어리즘의 관점에서 볼 때 농촌관광은 농촌지역에서 '자연환경, 농업생산물, 농촌의 전통문화와 놀이 그리고 농민의 정서와 같은 농촌 어메니티 자원의 내재적 가치를 도시민과 농민간의 교류를 통해 상업화하는 일종의 대안관광인 셈이다.

○ 그리고 농촌관광의 전략적 포인트는 농업과 농촌의 매력을 관광상품화 하여 도시와 교류를 확대함으로써 농업을 포함한 농촌지역경제를 활성화시키는데 있다. 이른바 농촌도 이제 상품으로 파는 시대가 도래한 것이다. 농촌관광을 통해 도시민들은 휴양과 체험을 위해 농촌을 방문하고 농촌주민들은 농촌을 방문한 도시민들을 상대로 농산물판매(1차산업), 가공사업(2차산업), 숙박. 음식물서비스(3차산업) 등 농업외 소득을 창출하도록 하자는 것이다.

○ 농촌관광을 하는 동안 도시민들은 심신의 피로를 치유하게 되며 인정과 친절, 바가지 없는 순박함이 주는 편안함과 아울러 아름다운 농촌경관, 이색적인 체험프로그램, 신선하고 건강한 먹거리들은 농촌을 찾게 만드는 주된 관광동기가 되고 있다.

○ 농촌관광의 핵심 키워드는 바로 그리움과 신기함이다. 이제 농촌은 도시민들에게 그리움의 모태이며, 농업은 점차 신기한 행위로 인식되어가고 있다. 그리고 농촌관광의 주요 대상은 「어린이와 가족」이며, 농촌체험과 문화에 초점을 맞추어 재미있는 프로그램과 시설을 준비하는 것이기 때문에 농촌관광에서는 지역의 독창적인 자원을 발굴해 도시민들을 빠져들게 하는 기술이 필요한 것이다.

2. 농촌관광 시장규모

○ 국내관광 총량에서 농촌관광이 차지하는 비율이 2001년 9.4%에서 2011년 24.1%까지 증가할 것으로 전망되며, 농촌관광의 향후 성장비율을 감안할 때 늘어나는 수요에 대처할 수 있는 인프라 구축이 시급하다.

<표1> 농촌관광 수요 예측

(단위 : 천 명, %)

구분	2001년	2005년	2008년	2011년	연평균 증가율
국내관광 총량	329,929	507,436	536,876	605,968	6.3
농촌관광 총량	30,930	67,507	100,123	145,955	16.8
농촌관광 구성비	9.4	13.3	18.6	24.1	

주) 농촌관광 총량과 구성비의 경우 주5일 근무제가 현행 30%수준에서 2005년에 50%, 2008년에 80%, 2011년에 100%시행되는 것으로 가정
자료 : 한국농촌경제연구원(2003) 「우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안」

○ 농업부문의 연간 부가가치는 하락하고 있으나 농촌관광의 비율은 증가하고 있는 것을 확인할 수 있다.

<표2> 농촌관광 시장 예측

(단위 : 원, %)

구분	2001년	2005년	2008년	2011년
1인당 연간 농촌관광 최대지불 의사금액(원)	67,424	141,414	203,568	288,020
연간 농촌관광 시장 규모(십억 원)	2,005	4,337	6,491	9,463
농업 부문 연간 부가가치(십억 원)	22,651	22,296	21,947	21,774
농업 총부가가치 대비 농촌관광 비중(%)	8.9	19.6	29.6	43.5

자료 : 한국농촌경제연구원(2003). 「우리나라 농촌관광 발전 방향 및 방안」

3. 농촌관광의 추진동향

1) 중앙정부의 농촌관광 추진동향

(1) 과거 시설위주의 양적성장 확대에 초점

○ 정부의 농촌관광사업 추진은 1980년대부터 관광농원, 휴양단지, 농촌민박마을, 주말농원 등의 사업을 추진하였으나 활성화되지 못하고 있다. 정부주도로 농촌관광사업을 추진한 결과 양적으로는 성장하였으나, 운영주체의 경영능력 부족, 지나친 시설중심 개발, 소프트웨어의 부족 및 농촌관광시장의 미성숙 등으로 활성화되지 못하였으며, 농어촌휴양단지, 농촌민박마을 등 기타 농촌관광사업도 비슷한 이유로 활성화 되지 못하고 있는 실정이다.

(2) 부처별 경쟁적 도입으로 인한 과열조짐

○ 주5일 근무제 도입에 즈음하여 2001년부터 농촌관광 관련시책을 정부 내 부처별로 경쟁적으로 도입하고 있다. 2004년 현재 농림부의 농촌마을 종합개발사업, 녹색농촌 체험마을, 농촌진흥청의 농촌전통 테마마을사업, 행자부의 정보화마을사업, 아름마을가꾸기 사업 등 7개 부처에서 15개 농촌관광 유사사업을 추진 중에 있는

데, 현재의 농촌개발 정책은 과거의 시설중심에서 소프트웨어 중심, 주민주도형 및 관광서비스 접목 등으로 전환되어 추진되고 있으며, 각종 대내외적인 환경의 변화로 농촌의 활성화를 위해 도농교류 증진과 친환경농업을 통한 농업의 경쟁력 향상에 중점을 두고 있다.

(3) 도농교류 활성화를 위한 법체계 정비 및 추진조직 구성

○ 농촌관광의 체계적인 활성화를 위한 농어촌정비법의 정비, '농림어업인삶의질향상및농산어촌지역개발촉진에관한특별법' 제정, (가칭)도농교류촉진법 제정 등의 농촌관광과 관련한 법체계의 정비를 추진하고 있으며, 농림어업인 삶의 질 향상 기본계획, 농업농촌 신활력화를 위한 기본계획을 수립하는 등의 다각적인 방안을 강구하고 있다. 또한 2004년 4월에 도농교류를 전담할 수 있는 도농교류센터를 정식으로 발족하여 농촌관광과 관련한 체계적인 지원체계를 구축하고 있다.

2) 지자체의 농촌관광 추진동향

(1) 경기도 - 슬로우푸드마을 운영

○ 농촌관광의 새로운 모델로 슬로푸드마을 조성을 추진하여 조성 전보다 방문객은 약 12배, 소득액은 약 26배가 증가하였다. 슬로푸드마을은 "1차산업(생산) + 2차산업(가공) + 3차산업(관광)"을 통합시킨 농업의 6차산업화를 통해 농정의 새로운 패러다임을 마련한 것으로 평가되며, 주민역량강화교육, 전문컨설팅, 포털사이트(www. slowfoodvil.com) 구축 등을 통한 지속가능한 발전시스템을 구축하였다.

(2) 함양군 - "Green Therapy, 함양"을 모토로 그린두어 개발계획 수립

○ 함양군내의 그린투어 자원의 발굴하고 다양한 농촌체험 프로그램의 개발, 함양군민박네트워크 구축 등의 농촌관광 활성화를 모색하고 있으며, 인재발견 프로그램, 리더쉽 육성 프로그램 등의 인재양성 프로그램 운영하고 그린투어 추진위원회, 자문단의 구성으로 조직적인 운영체계도 구축하였다. 또한 함양군은 고부가가치 농산물 개발, 품질인증제 등의 새로운 농업을 전개하고 있으며, 홍보물·테마지도 제작, 안내표지판 설치, 자매결연 확대, 그린레터 발간 등 다각적인 홍보방안 마련으로 도농교류를 추진하고 있다.

(3) 양평군 - 체험과 치유의 공간인 "Eco Doctor's Town"조성

○ 마을별로 유실수, 꽃길 조성사업, 지역 특산물 및 향토음식 개발 등을 추진하여 개성 있는 마을가꾸기 사업을 추진하고 있다. 양평군은 테마를 생태건강마을로 설정하고 (기치료, 약초 재배 등 건강증진, 휴식 및 휴양 프로그램 개발)테마에 맞추어 개발을 진행하고 있으며, 가족단위로 타겟을 설정하여 가족단위의 자연·농촌체험, 생태관찰체험, 농촌문화체험 프로그램 개발 등 다양한 프로그램을 개발하여 운영하고 있다. 또한 마을간 경쟁방식을 도입하여 주민들이 적극적으로 참여하도록 계획을 추진하고 있다.

Ⅲ. 농촌관광 마을 가꾸기와 사람 가꾸기 전략

1. 농촌관광 마을 가꾸기 사업은 학습에서부터

○ 마을 가꾸기 사업의 첫 단계는 마을을 학습하는 단계이다. 마을을 학습한다는 것은 우리 마을이 어떠한 가치를 가지고 있는지 이해하고 공부한다는 뜻이다.

○ 예를 들어 마을에서 가장 아름다운 곳, 문제점이 많아 고쳤으면 하는 곳, 복원하고 싶은 곳 등 마을 환경을 살피는 것도 하나의 마을 가꾸기 학습이 될 수 있다. 또한 우리 마을만이 가진 생활풍습이나 놀이, 음식에는 무엇이 있는지 알아보는 것도 좋은 마을 가꾸기 학습의 예라 할 수 있다. 마을에 대한 인식을 새롭게 하여 마을의 전반적인 가치를 점검하고 평가하는 것. 이것이 바로 마을 가꾸기 학습이다.

○ 그렇다면 마을 가꾸기 학습이 왜 필요한가? 마을 가꾸기 사업은 무엇보다 주민들의 생각을 기초로 진행하는 것이 중요하다. 구성원들 서로가 솔직하게 의견을 주고받을 수 있는 기반을 만들어 주는 것이 바로 마을 가꾸기 학습 활동이다.

○ 따라서 결론을 서두르지 말고 구성원 개개인의 생각을 소중히 하면서 학습하는 것이 필요하다. 이 동안은 모두 함께 서로 배워나가는 시기이자 마을구성원 서로의 생각을 이해하게 되는 소중한 시기이다.

○ 하지만 이 기간에는 구성원끼리의 의사소통이 원활하지 않은 경우가 많으므로 행정이나 이를 담당하는 자문가(컨설턴트)가 구성원의 관심분야, 문제의식, 마을의 특성 등을 감안하여 “이런 주제로 학습(교육)을 해 보는 것은 어떻겠습니까?” 라고 제안해 보는 것이 현실적인 방법이다.

2. 농촌관광 마을 가꾸기 학습의 유형

○ 마을 가꾸기의 학습은 절대원칙이 없다. 이른바 유연성을 중요시한 현실적인 학습프로그램을 만드는 것이 필요하다. 마을 가꾸기 학습에 유효한 방법에는 다음과 같은 것들이 있으나 강사를 불러 학습하는 경우에는 자신의 전문적 지식을 가르치는 것보다 가능하면 주민과 함께 생각하려 하는 사람이 바람직하다. 담당 공무원을 강사로 쓰는 것도 좋고, 주변 지역에서 살고 있는 전문가에게 강의를 부탁한다면 이후 마을 가꾸기에 있어 든든한 후원자(자문위원)가 되어 줄 수도 있다.

1) 성공사례의 견학

○ '백문이 불 여 일견이다'라는 말이 있듯이 마을 가꾸기의 실제 사례를 살펴 보면 논의해야 할 사항이 매우 잘 이해된다. 가능하다면 현장에서 상대 마을 협의회 사람들을 만나 이야기를 듣기도 하고, 서로 의견을 교환하는 것이 효과적이다. 견학을 실시할 때에는 여유를 가지고 일정을 조정할 것, 마을 방문목적을 사전에 연락할 것, 또한 방문 당시 신세를 진 사람들에게 그 후의 마을 가꾸기의 경과를 보고하는 일 등 예의를 갖추는 것도 필요하다.

2) 우리 마을에 대한 진단(조사)

○ 현재 우리들이 살고 있는 마을을 대상으로 하는 마을 가꾸기 학습은 반드시 필요하다.「우리 마을에는 좋은 것이 무엇인가」,「어떤 것이 문제인가」등 개개인이 생각하고 있는 의견을 서로 주고받으면서 마을을 진단을 해보면 마을 가꾸기에 대한 방향을 보다 명확하게 잡을 수 있다.

○ 마을에 대한 진단은 마을 가꾸기 협의회가 중심이 되어 지역의 현상을 조사해야 한다. 예를 들어 우리 마을 자원 현황과 매력, 배후시장은 어디인가, 그리고 사업주체인 주민들의 특성에 대해 조사해 보면 여러 가지 문제를 실감할 수 있다. 이른바 마을 가꾸기를 위한 종합적인 여건분석을 하는 것이다.

3) 실제 체험에 의한 학습

○ 한걸음 더 나아가서 도농 교류 이벤트를 통해 우리 마을 진단사항에 대해 주민들이 직접조사하고 점검해 보는 것도 훌륭한 학습방법이다. 예를 들어 실제로 마을에 도시민을 초청해 봄으로써 우리 마을의 강점과 약점 그리고 도시민들이 우리 마을에서 가장 즐거워하는 것이 무엇인지를 주민들이 눈으로 직접 확인하고 나면 마을 가꾸기 사업에 대한 이해와 더불어 그 결과를 바탕으로 마을 가꾸기 계획을 다시 검토할 수 있다.

4) 연구 발표회(워크샵)

○ 일본의 마을 가꾸기에서는 참가자들이 팀 작업을 통해서 마을 가꾸기 아이디어를 창출해내는 연구 발표회가 늘어나고 있다. 연구 발표회는 그 주제에 따라 적절한 프로그램이 준비될 수 있다면 커다란 효과를 얻을 수 있다. 특히 마을 가꾸기 협의회 내부에서 마을의 진단지도 만들기나 마을의 공공시설계획 만들기를 연구 발표회를 통해 논의를 진행해 보는 것도 매우 효과적이다.

○ 참가자들이 생기 있게 의견을 주고받을 수 있는 상황에서 연구 발표회를 하는 것이 중요하기 때문에 반드시 이를 조언하고 자문해 줄 수 있는 담당자(컨설턴트)가 진행해야 한다. 또한 연구 발표회를 진행할 때에는 정리한 성과물을 어떻게 활용할 것인가 등 목적을 명확하게 해 두는 것도 매우 중요하다.

3. 농촌관광마을의 주민교육 운영방안

○ 주민들의 사업추진력 배양이라는 교육목표를 고려한 과정운영을 위해서는 교육내용을 잘 알고 있는 전문가의 협조를 얻어 주민교육 담당자가 직접 교육내용을 효과적으로 전달할 수 있는 교육방법을 정하도록 한다.

1) 자연스러운 교육 분위기의 연출

○ 참여자 중심의 주민교육에 있어 교육담당자는 학습 보조원의 역할을 하게 되는데, 독자적인 과제물을 작성하고 팀별로 주제에 대한 결론을 도출하고 정리할 수 있도록 도와준다.

○ 이들의 역할을 구체적으로 살펴보면 우선 횟수별 교육내용 및 참가방법을 사전에 알려줌으로써 주민들의 적극적인 참여를 유도하는 것이다. 그리고 교육진행 시 부드러운 분위기를 연출하고, 참가자들의 의견을 주의 깊게 들으며 소극적이고 수동적인 태도를 가진 참가자들을 배려하는 것이 필요하다.

○ 예를 들어 교육을 처음 시작할 때 진행자 자신부터 유머를 섞어 본인 소개를 하고 시간이 허용되는 범위 내에서 간단하게 자기소개를 하도록 하는 것은 다소 딱딱해지기 쉬운 교육 분위기를 자연스럽게 연출하는 좋은 방법이다.

○ 교육 시 주민들이 즐겨먹을 수 있는 다과를 준비하는 것도 교육에의 참여를 높이고 분위기를 자연스럽게 해주는 요인이다.

<사진 3-1> 자연스러운 교육 분위기 연출

[자기소개하기]

[레크리에이션]

2) 참여를 이끌어내는 강의식 교육의 전개

○ 다양한 교육방법 중 주민자치대학이나 시민강좌 등에서 흔히 사용되는 강의법은 강사가 학습자에게 학습내용을 직접 언어로서 전달하는 형태로서 강사가 주도적으로 학습자들에게 정보를 전달하는 형태의 교육방법을 말한다.

○ 강의식 교육의 경우 자칫 하면 이론이나 지식의 단순한 전달에 그치게 되므로 시청각 보조 자료를 활용하거나 질문을 통해 참여를 유도하고, 실생활에 응용 가능한 방법을 제시함으로써 주민들의 생각을 이끌어내면 보다 효과적인 교육이 이루어질 수 있다.

<사진 3-2> 강의식 교육의 전개

[시청각 자료의 활용]

[질문법을 통한 참가 유도]

3) 결속력을 다져주는 팀별 활동의 활용

○ 팀별 활동은 소집단의 구성을 통해 교육내용을 전개하는 것으로 강의법과 같은 주입식 지식전달이 아닌 자발적인 참여에 의한 주민들의 의식전환을 이끌어낼 수 있는 방법이다.

○ 자신과 비슷한 환경에 놓여 있거나 또는 전혀 다른 환경을 가진 사람들과 의사소통을 함으로써 서로의 경험에 대한 정보교환이 자연스럽게 이루어져 교육에의 몰입도가 높아지고 주민들 간의 결속력이 생겨나게 된다. 이러한 팀 활동을 통해 마을 가꾸기를 이끌어나갈 지도자가 자연스럽게 발굴되기도 한다.

<사진 3-3> 팀별 활동

[팀별 활동모습]

[팀별 활동에 대한 포상]

4) 자신감을 북돋워 주는 견학 프로그램의 운영

○ 마을 가꾸기 성공사례를 우리 마을에도 응용 할 수 있는 견학프로그램을 준비할 때에도 강의와 어떻게 결합시키는 것이 효과적인 가에 대한 고민이 필요하다. 예를 들어 사전답사 및 자료조사를 통해 얻어진 자료를 적절하게 편집하여 견학을 가기 전 '사전설명' 시간에 보여줌으로써 견학의 목표를 뚜렷하게 하도록 한다.

○ 또한 견학 중에서는 마을이장이나 부녀회장, 사무장 등 마을 지도자들과 함께 대화를 할 수 있게 해줌으로써 주민들의 궁금증을

즉석에서 해결해줄 수 있어야 한다.

○ 이러한 견학과정은 주민들이 선진사례를 통해 직접 깨달음을 얻게 함으로써 교육에의 참여도를 높이는 입문역할을 하며, 과정이 절반쯤 진행된 상태에서 실시하게 되는 경우에는 강의를 통해 배운 이론적 내용들을 직접 눈으로 확인할 수 있도록 해주고, 도농교류 등의 실습을 진행하는 데 새로운 의견을 제시하기도 한다.

<사진 3-4> 견학프로그램의 운영

[특산품의 차별화 성공사례 견학]

[마을 만들기 해외 선진지 견학]

5) 주민교육의 특성을 고려한 지원 서비스의 실시

○ 주민교육을 담당하는 사람에게는 주민들 개개인에 대한 애정과 서비스 정신이 요구된다. 그리하여 교육이 진행되는 동안 개인별 학습상태에 대해 세심한 주의를 기울이고 개인적으로 지원이 필요한 사항에 면담 및 전화상담 또는 이메일 등을 통해 보다 잘 교육에 참여할 수 있도록 도움을 줘야 한다.

○ 또한 주민교육은 각 마을의 현장에서 교육되는 것이 바람직한데, 이러한 특성을 고려하여 온라인상의 모임(커뮤니티)을 개설하여 교육담당자(또는 강사)와 교육을 받고 있는 주민들 상호간의 의사소통을 지원하고, 자료를 공유하며, 교육에 관한 의견을 자유롭게 개진하게 하는 것도 주민교육의 효과를 높일 수 있는 방법이다.

Ⅳ. 맺음말 : 농촌관광은 휴먼서비스

○ 충남 서천군 합전마을에 사는 정의국·최순애씨 부부는 1948년부터 선친이 조성한 아리랜드 농장을 지금까지 운영하고 있는 농사꾼부부. 그러나 이 부부의 농사법은 특이하다. 흔히 농사를 지어 도시에 내다 파는 방식이 아니라, 고객들이 농장을 직접 찾아오게 만드는 묘한 비법이 있다.

○ 실제로 이 부부가 운영하는 농장을 찾아가 보면 외형적으로는 여느 농장과 별로 차이가 없다. 단지 5,000평 규모에 동백나무숲을 조성해 놓은 것 외에는 다른 시골농장과 비슷하다. 그러면 왜 도시민들이 합전마을 아리랜드를 찾아오는 것일까? 비결은 바로 이 부부에게서 발견할 수 있다.

○ 즉, 이 농장의 가장 큰 자원(attraction)은 바로 이 부부였고, 이 부부가 운영하는 농촌문화체험 프로그램은 도시민들의 마음을 사로잡고 있다. 매년 4월이면 아리랜드에서는 동백축제를 개최하여 도시민들을 유치하고 있으며, 이 농장을 찾게 되면 마을 앞 갯벌에서 조개캐기, 게잡기, 바다낚시는 물론 방문객의 기호에 맞게 다양한 농촌문화를 체험해 볼 수 있다.

○ 한 마디로 한국형 농촌관광의 교과서라 할 수 있다. 최애순씨는 도시민들의 마음을 훔치기 위해 다양한 서비스기술을 보여주고 있다. 예를 들면 예약을 하고 방문하는 도시민들에게 최애순씨가 만들어 주는 비빔밥은 인스턴트 음식에 길들여진 도시민들을 단숨에 매료시킨다.

○ 묵은 참기름과 방금 짠 참기름의 맛이 얼마나 다른지는 모르겠으나 최애순씨는 묵은 참기름을 두고 방문 날짜에 맞춰 새로 짠 참기름으로 비빔밥을 만든다. 아리랜드 비빔밥에는 정성이라는 양념이 추가되어있다는 사실을 알게 된 도시민들은 만족을 넘어 감동을 받게 된다.

○ 올해도 어김없이 봄은 찾아왔고 봄과 더불어 정의국·최애순씨 부부의 아리랜드 농장은 만개한 동백꽃과 더불어 이곳을 방문한 도시민들의 마음의 병을 치유해 주고 있다.

○ 아리랜드 농장의 사례에서 보는 것처럼 농촌관광과 도농교류의 주체이자 대상이 되는 것은 바로 '사람'이다. 결국, 한국형 농촌관광의 성공비결은 차별화된 휴먼서비스(human service)에 있다.

참 고 문 헌

한국농촌경제연구원(2003). 우리나라 농촌관광 발전방향 및 방안

황길식(2004). 도농교류 활성화와 공공부문의 역할, 도농교류 활성화를 위한 심포지엄

농림부(2005). 농업농촌 신활력화를 위한 1·3차 산업의 융합연구

양평군(2002). Eco Doctor's Town 조성계획

함양군(2003). 함양군 그린투어 개발계획