

맛따라 먹찾아! 2008 광주·전남 방문의 해

5 '광주·전남 먼저 보기' 운동

내고장 관광지 우리부터 먼저 알자

경기도 관광-복지 연계 캠페인 큰 성과 관광·문화 주인의식 기르고 자부심 배양

'2008 광주·전남 방문의 해'를 성공적으로 치르려면 먹고, 차고, 정보를 얻고 안내를 받는 여행객의 편의를 위한 서비스 개선, 즉 손님맞이 자세를 가다듬는 게 우선이다. 하지만 그 못지 않게 중요한 것이 지역민들의 관심과 자발적 참여를 이끌어내는 것이다. '내고장 먼저 보기'운동이 그 대안이 될 수 있다. 국내 다른 지역이나 해외로부터 관광객들을 끌어들여 방문을 호소하기 이전에 시·도민이 먼저 광주·전남을 둘러보는 캠페인을 펼쳐야 하는 것이다. 사실 한국 전통적 삶의 양식과 자원의 핵심지이자 남도 예술의 본향인 광주·전남에는 무수한 역사·문화·관광자원이 곳곳에 산재해 있지만 자신이 사는 동네에 어떠한 문화재나 유적이 있는지 제대로 아는 사람은 드물다. 그 내력에 대해서는 말할 것도 없다. 지역민들을 대상으로 한 '광주·전남 먼저 보기'는 지역에 관광자원에 대한 이해를 높이고 관광산업에 대한 인식을 새롭게 할 수 있다. 이를 바탕으로 여행지에 머물면서 봉사활동을 하는 '볼런투어리즘'(voluntourism)을 활성화하는 계기도 마련할 수 있다. 정부는 지난 1994년과 2001년 '한국방문의 해'사업 전개 이후 '내 나라 먼저 보기' '내 나라 사랑여행' 등 다양한 국민 참여프로그램을 마련한 바 있다. 한국관광공사의 '대한민국 구석 구석 캠페인' 광고는 그동안 우리가 잘 몰랐던 이 땅의 아름다움을 깨닫게 해준다. '가볼 만할 곳이 없다'는 국내 여행에 대한 편견과 식상함을 단박에 깨뜨리는 우리 땅에 대

한 감성적 접근으로 큰 호응을 얻었다. 경기도 역시 '2005 경기방문의 해'를 맞아 '대한민국 체험학교 경기도 먼저 보기' 캠페인을 적극 전개, 상당한 성과를 거뒀다. 관광과 교육을 연계한 문화생태체험관광 학습프로그램 '에듀-투어(edu-tour)' 활성화의 계기를 마련했다. 한국민속촌과 안성 미리내마을 등 18개 마을을 문화생태체험마을로 지정해 체험학습코스로 운영한 것이다. 이 프로그램에는 3만여명이 참여했다. 또한 모니터링 투어사업으로 노인들과 소년소녀가장 등 관광소의계층은 물론 환경미화원, 교통봉사대들이 도내 관광에 참여할 수 있는 기회를 제공하고 이들의 만족도를 점검했다. 그 결과를 수도권 연계 관광상품 개발과 다른 시·도를 겨냥한 홍보에 적극 활용했다. 경기도 관계자는 "이 사업에 소의계층을 참여시킨 것은 관광과 복지를 연계한 참신한 시도라는 평가를 받았다"고 밝혔다. 광주·전남 자치단체도 이들 사례를 벤치마킹해 역사와 전통, 문화예술의 보고(寶庫)인 지역 관광지를 지역민들이 먼저 찾도록 유도할 필요가 있다. 광주·전남 지역민들의 관광(여행)에 대한 관심도는 다른 시·도에 비해 높은 편이다. 통계청의 '2007년 사회통계조사-문화와 여가'에 따르면 '주말·휴일의 여가활동'방식으로 여행을 꼽은 비율이 광주가 6.7%로 전국 시·도 가운데 가장 높았다. 전남도 5.6%로 전국 평균(5.1%)을 웃돌았다. 축제를 비롯한 지역문화예술행사 참여도



'2008 광주·전남 방문의 해'를 성공적으로 치르려면 지역민들부터 내 고장을 먼저 돌아보고 주인의식과 남도의 맛과 멋에 대한 자부심을 키우는 게 중요하다는 지적이다. 지난해 광주 충장로축제(위)와 화평나비축제에 참가한 관광객들. (광주일보 자료사진)

역시 전남이 37.3%, 광주는 27.3%로 전국 평균 23.1%보다 훨씬 높았다. 이들 문화예술 행사에 대한 만족도는 전남이 47.5%로 전국 최고 수준을 기록했다. 이처럼 관광·문화에 대한 높은 관심도를

특/별/기/고



손복남

광주와 전남도는 최근 '2008 광주·전남 방문의 해' 선포식을 서울 삼성동 코엑스에서 가졌다. 이는 우리 고장이 과거 아픈 역사를 딛고 관광산업에 새로운 기원을 마련하려는 의지의 표현이다. 행사를 통해 내국인 관광객 3천300만명과 외국인 14만명을 유치할 계획이어서 행사가 성공적으로 끝날 경우 광주는 대한민국의 대표적인 관광지로서 자리매김할 수 있을 것으로 보인다. 또 선포식을 대한민국의 수도에서 개최한 것은 지역 관광 인프라가 어느 정도 구축되었다는 시·도의 자신감을 보여준 것으로 받아들여진다. '무안국제공항' 개항을 비롯한 '서

관광지에 있는 상가들도 이번 광주·전남 방문의 해에 적극적으로 동참, 새로운 모습을 보여주어야 한다. 외지 관광객들 대부분이 지역에 대한 첫 인상을 얻는 곳은 바로 자신이 묵었던 숙소나, 음식을 먹었던 업소라는 사실을 상기할 필요가 있다. 한 번 지역을 방문했던 관광객들의 입소문을 타고 지역에 대한 부정적인 이미지가 확산될 경우 감잡을 수 없는 결과를 초래하게 되는 것은 상식

친절과 자원봉사로 성공 이끌자

해안 고속도로' 개통 등으로 이 지역을 찾는 관광객들의 접근성이 용이해진 것이 대표적이다. 이런 굵직한 행사가 성공을 거두기 위해서는 시·도민들의 자발적 참여 분위기가 조성되고 새로운 마인드 제고 등 질서·친절·청결 운동을 대대적으로 전개하는 것이 절실하다. 이를 통해 광주·전남을 다시 찾고 싶은 관광도시, 아시아 관광의 허브 도시로 끌어올려야 한다. 지난해 제88회 전국체육전의 꽃은 봉사정신으로 무장한 지역의 자원봉사자들이었다. 이들의 숨은 팜방울은 축제를 성공적으로 이끈 원동력이었으며, 광주의 지력이었다. 이번 방문의 해를 맞아 절실하게 요구되는 것은 시·도민 모두가 자원봉사자라는 마음이 바탕이 된 친절이다. 친절 없이는 아무리 좋은 관광자원이 있다고 하더라도 외지인들이 다시 찾지 않는 일회성 행사로 그칠 것이다. 외국 방문객이 다시 찾게 하는 것도 결국 시민의 친절이다.

이다. 지역에 대한 부정적인 이미지가 고착될 경우 국가나 지방자치단체가 나서서 결코 되돌릴 수 없다는 사실을 인식해야 한다. 우리 고장은 예로부터 예향·미향·의향의 고장으로 수려한 자연경관, 풍류와 정기가 살아 있는 지역으로 이름난 도시이다. 또 호남평야에서 생산되는 풍부한 음식 재료가 남도의 손맛이 가미되어 만들어진 풍성하고 맛깔스럽게 차려진 음식상은 외지인들의 탄성을 자아내는 우리 지역 만의 자산이다. 이런 천혜의 관광 인프라를 바탕으로 외지 관광객들의 마음에 광주와 전남을 '문화중심 도시 광주, 청정 바다 비경을 간직한 전남'이라는 생각을 심어보면 어떨까. 광주와 전남은 국내외 관광객을 감동시킬 충분한 매력에 있는 곳이다. 광주전남 방문의 해를 맞아 시민들의 자원봉사자 팜방울이 '축제'를 빛낸 또 다른 밑거름으로 평가받기를 기대해 본다. (광주시자원봉사센터 소장)

Advertisement for Sense Wood furniture store. The ad features a large banner at the top with the text 'SENSE WOOD 가구 전문점 Sense Wood' and 'BIG SALE'. Below the banner is a grid of numerous small images showing various furniture items like sofas, chairs, tables, and beds. The ad also includes promotional text such as '신규가구에 입주기념 70~80% SALE' and '요한이네 할인매장'.