

향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발 요소* 광양 홍쌍리청매실농원의 문화콘텐츠 요소 분석

윤유석** 김미희*** 강방훈**** 정명철*****

Keywords

향토자원(traditional local resources), 산업화(industrialization), 문화콘텐츠(cultural-contents), 홍쌍리(Hong Ssang Ri)

Abstract

This paper analyzes the development elements of rural cultural contents that have contributed to the success of Hong Ssang Ri's Cheong Maesil Plum Farm in Gwangyang. At the farm, cultural events have been held in the form of festivals, tours, experience programs and exhibitions. Specifically, Hong Ssang Ri, who is the founder of the farm and a master of traditional food using plums as a main ingredient, tells her stories of how she developed the maesil plum into a traditional local resource through a book, a photo album, exhibits, description boards and others. The analysis methods used in this study are the narrative theory of narrative structure (express substance, express form, content substance, content form) and narrating elements (addresser, addressee, narrative, and narrating method).

Hong Ssang Ri has narrated her stories to mothers, farmers, and unhealthy individuals to share her experiences, knowledge, feelings and thoughts. These narrative contents make people to understand the plum's value and meaning. In the process of industrializing the plum, the cultural contents of stories to share with consumers have contributed to the promotion of the plum by storytelling the brand 'Hong Ssang Ri' and the region 'Gwangyang'.

* 이 논문은 2010년도 농촌진흥청 국립농업과학원 박사후연수과정지원사업에 의해 이루어진 것임. 논문에 많은 도움을 주신 박덕병 박사님과 심사위원님들께 감사드립니다.

** 농촌진흥청 국립농업과학원 박사후연구원.

*** 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구관.

**** 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사.

***** 농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사.

차례

- | | |
|----------|------------|
| 1. 서론 | 4. 연구 결과 |
| 2. 선행 연구 | 5. 결론 및 제언 |
| 3. 연구 방법 | |

1. 서론

문화산업이 성장하면서 문화콘텐츠와 문화상품이 농촌 경제에 기여할 수 있다는 주장이 제기되고 있다(Bell·Jayne, 2010; 조창희, 2006). 벨과 제인(Bell·Jayne, 2010)은 도시를 중심으로 한 영국의 창조산업(creative industries)이 경제에 미치는 영향을 언급하면서 농촌도 창조산업 클러스터로 발전시켜야 한다는 농촌 문화 경제(rural cultural economy)를 주장한다. 조창희(2006)도 문화콘텐츠가 지역의 성장 동력과 문화적·사회적 발전기반이 된다고 주장하고 문화산업이 미래의 지역 발전을 위해 매우 중요한 요소라고 강조한다. 문화콘텐츠가 무형의 아이디어를 기반으로 유형의 제작공장이나 대형 자본 없이 지역(장소)에 대한 마케팅 효과를 발휘하고 관광 및 연관 산업과 지역 이미지 창출에 중요한 역할을 한다는 것이다. 그의 연구가 비록 도시를 중심으로 한 문화산업 클러스터와 지역문화축제에 초점을 맞추고 있지만 문화콘텐츠산업의 파급 효과와 미래 시장 규모에 대한 발전적인 전망, 문화산업을 지원하려는 정부의 정책 방향성은 농촌 문화콘텐츠 개발의 필요성을 말해주고 있다.

법적 정의에 따르면 문화콘텐츠는 문화적 요소(예술성·창의성·오락성·여가성·대중성)가 체화된 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등의 자료 또는 정보이다(문화산업진흥 기본법, 2009; 콘텐츠산업 진흥법, 2010). 이러한 문화콘텐츠가 도서, 영상물, 게임물, 전시물, 공연물로 서비스되는 것이다. 농촌의 문화콘텐츠는 농촌의 향토자원에 문화적 요소를 체화시킨 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등의 자료 또는 정보를 의미한다. 오늘날 우리 농촌은 식량뿐만 아니라 사람들이 향유할 수 있는 문화와 경관을 제공한다. 이때 도서, 영상물, 게임물, 전시물, 공연물과 같은 문화콘텐츠는 사람들이 문화적인 방식으로 농촌에 접근할 수 있게 해준다. 그렇다면 향토자원을 활용한 농촌의 문화콘텐츠 개발과 서비스는 어떻게 이루어지고 있을까?

매실문화축제로 유명한 광양은 매실이라는 특산물을 활용해 매실산업과 매실문화를 형성해가고 있다. 그중에서 흥쌍리청매실농원은 매실산업과 매실문화가 조화된 대표적

인 사례이다. 농원에서는 매실 재배, 매실 발효, 제품 생산과 함께 축제, 관광, 체험교실 같은 문화 서비스가 이루어지기 때문이다. 이러한 문화 서비스의 콘텐츠가 되는 것이 홍쌍리의 저서, 사진 앨범, 안내물, 전시물 등이다. 이 글은 광양의 홍쌍리청매실농원(이하 청매실농원)의 문화콘텐츠 구조와 서사 요소를 분석하고 그것이 서비스되는 방식을 고찰하고 있다. 이러한 분석과 고찰을 통해 향후 향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발의 시사점을 제시하는 데 연구의 목적이 있다.

2. 선행 연구

향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 연구는 향토자원의 산업화 방안에 대한 연구의 연장선상에 있다. 향토자원은 다른 지역과 차별화되는 향토적 전통성과 고유성을 지닌 자원으로 시·군·구 지역 내 경제적 부가가치를 창출하거나 잠재력이 있는 모든 자원을 의미한다. 지역의 유물·유적, 민속·풍속, 인물, 전통식품·특산물, 자연·생태환경이 이러한 향토자원에 속한다(농촌진흥청, 2006). 향토자원 산업화에 대한 연구는 농촌의 내생적 발전을 위한 전통지식자원의 활용과 개발 논의와 함께 본격화된다. 박덕병(2003)은 지역주민이나 지역 경영체들이 그들 지역의 문화적이고 지역적인 정체성을 재생산하고 그들 스스로 상품을 판매해야 한다고 주장한다. 이러한 주장이 제기되면서 지역민과 지역사회가 주체가 되는 향토자원의 산업화에 대한 논의가 이루어진다.

지역의 정체성 형성과 경영의 주체화는 향토자원을 활용한 지역 이미지 형성과 산업화 방안에 대한 연구로 이어진다. 김현호 외(2004)는 향토자원 산업화에 있어 주제 제시의 중요성을 강조하면서 주제와 관련된 일관성 있는 프로그램을 개발해 주제의 선명도를 높이고 지역의 이미지를 향상시켜야 한다고 주장한다. 지역 이미지 향상에 있어 임경수(2006)는 지역의 자원이 가지고 있는 문화적 가치를 현대화해 경제적 가치가 있는 문화로 만드는 것이 문화지향적 지역개발이라고 보고 지역특산물, 관광자원, 지역명소, 지역 역사인물을 부각시켜야 한다고 주장한다. 한편 안옥선 외(2007)는 향토자원의 사업화 성공 사례와 성공 요인을 분석한 연구에서 스토리를 추가하면 향토자원이 유형의 상품에서 끝나지 않고 흥미와 관심을 유발시킨다고 제안하면서 제품이 전달하는 가치와 의미가 있으면 가격이 비싸도 구입의향이 높기 때문에 제품의 가격은 제품의 새로움, 비용, 유통방법과 함께 제품에 인지된 가치가 고려되어야 한다고 주장한다.

향토자원의 문화적 가치는 문화콘텐츠 연구를 통해 보다 집중적으로 다루어진다. 조창

희(2006)는 문화콘텐츠 산업의 시장규모와 파급효과가 제조업과 서비스업에 비해 월등한 효과가 있다고 전제하면서 집적화된 시설 등의 하드웨어 구축에 치중하기보다 구체적이고 독창적인 콘텐츠를 개발할 수 있는 소프트웨어 중심의 개발전략이 이루어져야 한다고 제안한다. 문화콘텐츠를 개발한다는 것은 이러한 소프트웨어를 개발한다는 것이다. 한편 류정아(2006)는 지역의 콘텐츠 개발 방안에 대한 연구를 통해, 지역축제가 문화정체성과 지역정체성을 구현할 수 있다고 전제하면서 지역의 문화콘텐츠는 문화원형 연구 단계, 콘텐츠 스토리화 단계, 멀티미디어 디지털화 단계, 상품화 단계를 거쳐 개발될 수 있다고 제시한다.

한편 문화콘텐츠를 통한 농촌사회 연구도 이루어지는데, 이는 농촌성(rurality)의 관점에서 접근하는 것이다. 클락(Cloke, 1997)은 농촌 생활을 다룬 소설, 영화, 잡지, 광고 등의 대중매체를 통해 대중들이 농민과 농촌 생활을 경험하고 상상하면서 농촌을 ‘알게’ 된다고 말한다. 클락이 말한 소설, 영화, 잡지 등은 우리나라 문화산업에서 규정하고 있는 문화상품과 문화콘텐츠이다. 또한 필립 외(Phillips et al., 2001)는 영국의 농촌 TV드라마 프로그램을 통해 농촌의 사회적(social), 공간적(spatial) 이미지가 만들어진다고 주장하면서 이러한 프로그램을 제작하고 수용하면서 농촌의 목가적인 이미지가 어떻게 그려지고 있는가를 분석한다. 메이스(Mayes, 2010)는 지역민과 지역의 풍경을 담은 엽서 제작이 농촌의 문화적인 활동(cultural work)라고 보고 이것이 농촌의 장소 정체성(rural place identity)을 형성한다고 주장한다. 엽서를 제작한다는 것은 농촌을 이미지로 표현해 농촌의 경관에 대한 인식을 심어주는 것이기 때문이다.

선행연구들은 향토자원 문화콘텐츠 연구와 개발에 있어 다음과 같은 시사점을 제시한다. 첫째, 향토자원의 문화콘텐츠 연구와 개발에 있어 지역사회와 지역민이 주체가 되도록 해야 한다. 둘째, 농촌에서 재배·생산되는 농특산물과 제품에는 향토자원이 가지고 있는 주제, 이미지, 스토리, 가치, 의미가 부여되는 방향으로 이루어져야한다. 셋째, 농촌의 문화콘텐츠는 농촌의 문화정체성, 지역정체성을 전달할 수 있어야한다.

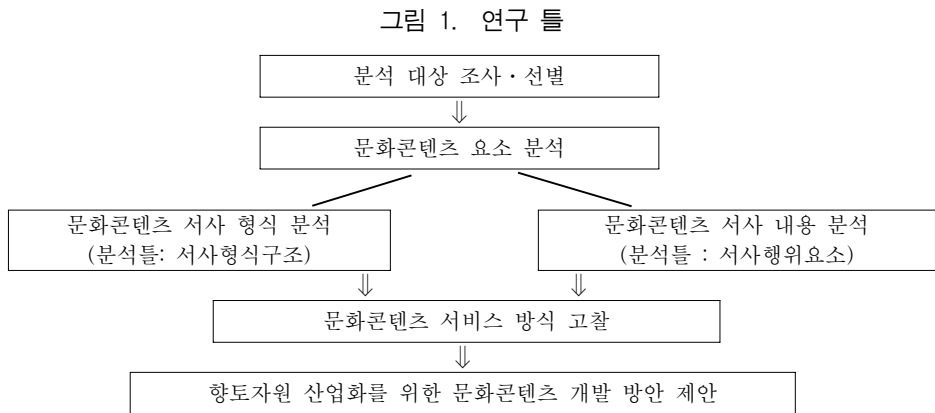
이러한 시사점을 바탕으로 이 논문은 광양 청매실농원의 문화콘텐츠를 대상으로 그것이 어떤 형식과 내용으로 개발되고 서비스되고 있는가를 고찰하고자 한다. 청매실농원은 지역민인 홍쌍리가 주체가 돼 매실의 산업화와 함께 문화콘텐츠 서비스를 통해 광양의 지역정체성과 매실의 문화정체성을 확립해가고 있다. 이는 매실이라는 향토자원을 산업화하고 문화콘텐츠를 개발해 경제적 부가가치를 창출한 성공적인 사례라 할 수 있다. 따라서 이 논문에서는 청매실농원이 매실산업과 함께 문화콘텐츠 개발과 서비스를 어떻게 진행하고 있는가를 살펴봄으로써 향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발 요소를 제시하고자 한다.

3. 연구 방법

3.1. 연구의 틀

향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발 방안에 대한 연구는 우수 사례를 중심으로 문화콘텐츠의 형식, 내용, 서비스 방식을 살펴보는 순서로 이루어질 것이다. 먼저 향토자원의 산업화와 문화콘텐츠 개발이 이루어진 우수 사례를 조사·선별하고 이를 대상으로 문화콘텐츠 요소를 분석할 것이다. 문화콘텐츠 요소는 서사학 이론에 기초한 서사형식구조와 서사행위요소를 중심으로 문화콘텐츠의 형식과 내용을 분석할 것이다. 문화콘텐츠는 스토리텔링이라는 서사행위와 담화행위를 통해 만들어지는데 서사형식구조와 서사행위요소는 문화콘텐츠의 형식과 내용을 파악하는 데 유용한 도구가 된다.

문화콘텐츠의 형식과 내용을 분석 한 후, 그것이 어떻게 서비스되는가를 살펴봄으로써 향토자원의 산업화를 위해 문화콘텐츠가 어떻게 개발될 수 있는가를 제안하고자 한다. 이러한 연구의 틀을 정리하면 <그림 1>과 같다.



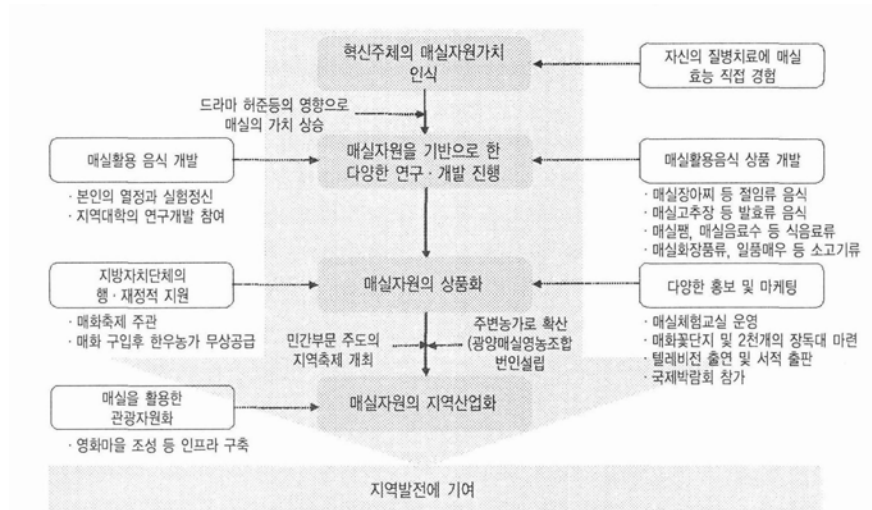
3.2. 분석 대상

향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발 우수 사례는 다음의 4가지 특징을 기준으로 선별하였다. 첫째, 지역사회나 지역민이 문화콘텐츠 개발과 수혜의 주체가 되는 지역기반성이다. 둘째, 향토자원의 산업화가 1차, 2차, 3차의 융복합 형태로 나타나는 융

복합성이다. 셋째, 향토자원이 비농업분야의 문화콘텐츠로 개발되어 있는 문화상품성이다. 넷째, 향토자원 개발을 통해 실질적인 소득 창출이 이루어지는 사업성이다.

광양의 청매실농원은 이러한 4가지 특징을 모두 갖추고 있다. 먼저 매실 산업화의 주체가 광양 지역민인 홍쌍리이다. 홍쌍리는 사람들이 인식하지 못했던 매실의 가치를 발견하고 확대해 사업화하였는데, 자신이 살면서 경험한 매화의 아름다움과 매실의 효능을 매실 제품과 관광 서비스로 상품화해 매실을 광양의 지역산업으로 육성시킨 것이다. 안형순(2007)은 홍쌍리가 혁신주체가 되어 광양의 지역 발전을 이끈 매실의 산업화 과정을 <그림 2>와 같이 도식화해 보여주고 있다.

그림 2. 매실의 산업화 과정



출처 : 안형순, 2007. “지역자원의 향토산업화 과정 및 참여주체별 역할에 대한 사례 연구-담양대나무신산업과 광양매실산업을 중심으로.” 『도시행정학보』 20(1).

한편 안옥선 외(2007)는 청매실농원의 매실산업 발전과정이 농업, 산업, 서비스업의 융복합화 과정을 거쳐 어떻게 이루어지는가를 주목하였다. 연구에 따르면 농원의 매실 산업은 매실 재배 → 가공식품 개발 → 축제 개최 → 매실 체험으로 영역이 확장되는데 그 과정이 재배·판매·서비스가 융복합적으로 이루어지는 특징을 보인다. 이러한 산업 구조의 성격에 따라 농원의 성격도 확장되는데, 처음에는 매실을 재배하는 과수원의 성격에서 가공 공장이 세워지면서 제조장으로, 축제와 체험을 하는 관광지로 확장되면서 매실과 매화의 재배, 가공, 체험이 모두 가능한 지역 명소로 자리매김하게 되었다 (안옥선 외, 2007).

그림 3. 청매실농원 매실산업 발전과정

발전 과정	매실 재배	가공식품 개발	매화 축제	매실 복합 체험
산업 구조	1차 산업 (농업)	2차 산업 (가공업)	3차 산업 (관광)	6차 산업 (웰빙 산업)
농원 성격	과수원	제조장	관광지	명소

출처 : 안옥선, 김미희, 안윤수, 박한식. 2007. “향토자원을 활용한 산업화 유형별 성공요인 분석 -마케팅 전략을 중심으로-”, 『농촌사회』 17(2)

지역 명소로 자리 잡은 청매실농원에서는 다양한 문화 서비스가 이루어진다. 농원 안에는 산책로가 있어 상시 무료입장이 가능하다. 매화가 열리는 3월에는 광양매화문화축제가 열리고 매실을 따는 6월에는 체험교실이 운영된다. 매실 체험교실은 4인 가족을 기준으로 매실 따기, 매실가공법 교육, 매실건강법 강의 등과 같은 프로그램이 구성되어 있다. 농원의 전시관에는 홍쌍리의 브랜드가 새겨져 있는 매실 발효액·된장·고추장·간장·장아찌·사탕·젤리가 판매되고 있으며 홍쌍리의 저서 『밥상이 약상이라 했제』, 사진 앨범, 창작서 판넬 등과 같은 문화콘텐츠가 전시·판매되고 있다.

이를 종합해 볼 때 청매실농원은 향토자원 산업화의 지역기반성, 산업적 융복합성, 문화상품성, 사업성을 모두 갖추고 있는 사례라 할 수 있다. 이에 연구자는 청매실농원에서 서비스 되고 있는 문화콘텐츠를 대상으로 서사 형식과 내용을 분석하고 서비스 방식을 고찰하고자 한다. 문화콘텐츠의 서사 내용 분석은 홍쌍리의 저서 『밥상이 약상이라 했제』를 주요 대상으로 하였다.¹

3.3. 분석 도구

향토자원 문화콘텐츠는 누가 누군가에게 향토자원에 대한 이야기를 전해주는 서사물의 일종이다. 서사학에서는 누가 누군가에게 사건을 이야기해 전달하는 행위를 넓은 의미의 서사로 정의한다(O'Neill, 1995). 향토자원에 대한 정보와 자료를 전달하고 있다는 점에서 문화콘텐츠도 서사 행위의 결과물이다. 롤랑 바르트는 서사물의 형식을 언어에 국한하지 않는다. 그는 신화, 전설, 우화, 설화, 소설류, 서사시뿐만 아니라 역사, 비극, 추리극, 희극, 무언극, 회화, 스테인드 글라스로 된 창, 영화, 지역 뉴스, 일상 대화

¹ 이외에도 홍쌍리의 저서에는 『매실박사 홍쌍리의 매실미용 건강이야기』(1995, 서울문화사), 『홍쌍리의 매실해독건강법』(2003, 디자인하우스)이 있다.

등 모든 형식의 의사소통이 다 서사물이라고 말한다. 그가 말하는 서사물은 문학성 여부와는 무관하며 시대와 장소, 사회를 초월해 삶에서 항상 존재한다(Prince, 1982).

채트먼은 이러한 서사물의 특징을 설명하기 위해 기호론적 구조를 적용하여 서사형 식구조를 제시한다. 그는 기호학에서 구분하는 표현과 내용에 형식과 실체를 추가한 소쉬르와 에름슬레의 도식을 차용하여 서사구조를 설명한다. 그에 따르면 이야기는 서사적 표현의 내용이고 담화는 그 표현의 형식이다. 서사적 내용은 다시 형식과 실체로 구성되는데, 형식은 이야기가 될 수 있는 모든 사건과 존재들이고 실체는 작가나 영화 감독들이 모방할 수 있는 사건들, 대상들이다. 서사물의 표현도 형식과 실체로 구성되는데, 표현의 형식은 서사적 전달 구조이고 표현의 실체는 언어, 영화, 발레, 판토마임 등의 구체적인 실체이다. 윤투석(2010)은 문화콘텐츠가 서사가 있는 이야기를 담고 있는 한 채트먼의 서사형식구조를 활용해 구조를 분석할 수 있다고 보고 <표 1>과 같이 문화콘텐츠의 서사형식구조를 제시하였다. 향토자원 문화콘텐츠의 형식도 이러한 서사형식구조를 통해 분석하고자 한다.

표 1. 문화콘텐츠의 서사형식구조

	표현(express)	내용(content)
실체 (substance)	이야기 전달 매체	화자가 이야기한 내용
형식 (form)	매체별 서사 전달 구조	이야기 될 수 있는 모든 인물, 사건, 배경, 존재 등

문화콘텐츠의 내용이 되는 서사(narrative)는 서사를 만드는 행위에 의해 만들어진다. 서사학자 프랭스(Prince, 1982)는 이것을 서사 행위(narrating)라고 명명하면서 서사 행위는 화자, 수화자, 서사, 서사 정보 제시 방식의 4가지 요소로 이루어진다고 말한다.

첫째, 화자는 이야기를 하는 ‘나’의 존재이다. 화자가 서사 정보를 얼마나 알고 있고, 어떤 관계이고, 얼마나 깊이 자의식을 표출하느냐에 따라 서사의 내용과 신빙성은 달라진다. 둘째, 수화자는 ‘나’의 이야기를 듣는 ‘너’의 존재이다. 수화자가 화자의 말을 듣고 감동과 영향을 받아 변화하게 되면 성공적인 서사 행위가 이루어진 것이다. 셋째, 서사는 서사가 이루어지는 조건, 시간, 공간, 층위를 의미한다. 조건은 서사가 이루어지는 목적, 매체, 발단, 화자와 서사와의 관계 등 서사 행위가 이루어지는 조건을 의미한다. 시간과 공간은 서사에서 이야기되는 시간과 공간이다. 서사의 층위는 하나의 서사물 안에 이야기되는 다양한 이야기의 줄기들이다. 넷째, 서사 정보의 제시 방식은 서사 대상이 되는 서사 정보를 제시하는 방식으로 같은 정보라 하더라도 그것을 제시하

는 화법, 순서, 시점 등의 제시 방식에 따라 서사는 달라진다. 이를 표로 정리하면 <표 2>와 같다. 향토자원 문화콘텐츠의 내용은 이러한 서사행위요소를 기준으로 분석할 것이다.

표 2. 서사행위요소

항목		내 용
화자		이야기를 하는 '나'의 존재
수화자		이야기를 듣는 '너'의 존재
서사	조건	서사의 목적, 매체, 발단, 화자와 서사와의 관계
		화자와 서사와의 관계
		서사를 전개하는 매체
	시간	서사 시점과 서사 정보 사이의 시간 거리
	공간	인물이나 소재의 특징을 구성하는 공간
층위	서사물 안에 있는 여러 줄기의 서사	
서사 정보 제시 방식		화법, 순서, 시점 등

지금까지 서사형식구조와 서사행위요소는 문학이나 영상물 등의 서사물을 분석하는 데 주로 사용되어 왔다. 하지만 문화콘텐츠의 형식과 내용을 분석하는 데도 서사이론은 유용한 도구가 된다. 문화콘텐츠의 내용이 서사로 이루어져 있기 때문이다. 이러한 서사분석도구는 문화콘텐츠의 스토리텔링 형식과 내용을 체계적으로 고찰하게 함으로써 새로운 콘텐츠 창작을 위한 구체적인 요소들을 파악할 수 있게 해주기 때문에 분석을 통한 개발 방안 도출에 유용하다.

4. 연구 결과

4.1. 문화콘텐츠 형식

청매실농원은 매실의 재배와 가공이 이루어지는 산업적인 생산 공간이면서, 매실 수확을 체험하고 가공법을 교육받을 수 있는 체험교육의 공간이다. 무엇보다도 주변 경관 감상, 매화꽃 감상, 매실 발효 장독대 관람, 전시관 관람이 가능한 문화 공간이다. 문화공간의 서비스는 문화콘텐츠를 통해 이루어진다. 농원 산책로와 전시관에는 도서, 관람

안내판, 앨범, 전시 판넬 등이 있어 향토자원에 대한 정보와 자료를 전해주고 있다.

앞서 설명했듯이 향토자원 문화콘텐츠는 향토자원이 여가, 오락, 창작, 예술, 대중화의 문화적 요소로 체화된 콘텐츠, 즉 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등의 자료 또는 정보이다. 청매실농원의 문화콘텐츠도 자료와 정보를 담고 있는 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등에 한정하여 살펴볼 것이다.

4.1.1. 「밥상이 약상이라 했제」

「밥상이 약상이라 했제」는 홍쌍리가 저술한 수필집이다. 저서를 통해 홍쌍리는 매실농원에 어떻게 오게 됐고, 어떻게 매실을 재배, 가공, 개발해 왔는가를 이야기한다. 무엇보다도 3번의 병치레를 하면서 매실로 건강을 찾게 된 경험과 건강한 밥상으로 자녀들과 손자들을 기른 경험을 이야기한다. 또한 매실 레시피와 건강밥상 비법에 관한 지식을 알려주고 있다.

이를 서사형식구조로 봤을 때, 홍쌍리 저서의 표현 형식은 수필이며 그것을 표현한 실체는 도서라는 매체를 통해 이루어졌다. 저서의 내용은 홍쌍리의 삶, 철학, 지식을 다루고 있다. 내용에 다루는 소재의 형식은 홍쌍리라는 인물과 그가 재배하고 생산하는 특산물이다. 이를 정리하면 <표 3>과 같다.

표 3. 「밥상이 약상이라 했제」의 서사형식구조

	표현	내용
실체	도서	홍쌍리의 삶, 철학, 지식
형식	수필	인물, 특산물

4.1.2. 홍쌍리 사진집

《홍쌍리 사진집》은 매실을 재배하는 홍쌍리의 모습을 사진이라는 실사 이미지로 표현한 앨범이다. 사진집에는 농원에서 흙, 매화, 매실을 가꾸고 보살피는 홍쌍리의 모습이 담겨져 있다.

이를 서사형식구조로 보면, 홍쌍리 사진집의 표현의 실체는 앨범이며 표현 형식은 실사 이미지이다. 내용은 홍쌍리, 매화, 매실을 담고 있으며 이는 향토자원의 종류 중에서 인물과 특산물에 해당한다. 이를 표로 나타내면 <표 4>와 같다.

표 4. 홍쌍리 사진집의 서사형식구조

	표현	내용
실체	앨범	홍쌍리, 매화, 매실
형식	실사 이미지(사진)	인물, 특산물

4.1.3. 시 감상물

농원의 전시관과 산책로에는 매화, 매실을 소재로 한 홍쌍리의 창작시와 명시가 판넬 형식으로 전시되어 있다. 예를 들어 추운 날씨를 견뎌내는 매실에 대한 아픔과 안타까움을 홍쌍리는 “언제나 그리움을 남기는 꽃잎들”이라는 시에서 “아가야 내가 울면 이 애미 마음은 어떻겠나 / (중략) 엄마 다음 해 봄에 또 만나자고 손 흔들며 저 멀리 한없이 / 멀어져 가는 너희들을 바라보면서 / 다음 해 봄에 너희들을 만날 그 날을 기다릴게...” 라고 노래한다.

농원에서 전시되는 시 전시물의 서사형식구조를 보면, 표현의 실체는 판넬이고 형식은 시이다. 즉 시를 판넬 전시물로 표현해 보여주고 있는 것이다. 그 표현물의 내용은 매화와 매실이고 형식은 특산물이다. 이를 표로 나타내면 <표 5>와 같다.

표 5. 시 전시물의 서사형식구조

	표현	내용
실체	전시물(판넬, 입석)	매화, 매실
형식	시	특산물

4.1.4. 농원 해설물

농원의 장독대, 산책로 등에는 관련된 이야기를 설명해주는 해설물이 설치되어 있다. 예를 들어, ‘장독대 이야기’라는 제목의 해설물에는 “청매실농원에는 3,000여 개의 한국전통옹기가 있습니다. 전통옹기 속에 따스한 남녘의 햇살과 맑은 이슬을 머금고 자란 청매실을 담아 오랜시간 동안 발효, 숙성시켜 우리 옛 선조의 깊고 진한 맛을 그대로 이어나가고 있습니다.”라고 설명하고 있다.

농원 해설물의 서사형식구조를 살펴보면, 표현의 실체는 안내판을 매체로 삼고 있고

표현의 형식은 설명문이다. 서사의 내용은 농원의 산책로와 장독대 등 매실 재배와 가공에 관련된 공간의 의미를 이야기하고 있다. 이러한 내용은 향토자원의 종류 중에 전통식품/특산물과 자연/생태환경에 해당한다. 이를 정리하면 <표 6>과 같다.

표 6. 농원 해설물의 서사형식구조

	표현	내용
실체	안내판	장독대, 산책로, 매실나무
형식	설명문	전통식품/특산물, 자연/생태환경

4.1.5. 청매실농원 문화콘텐츠 서사형식구조 분석 결과

서사형식구조를 통해 청매실농원의 문화콘텐츠를 분석한 결과, <표 7>에서 볼 수 있듯이 표현의 실체는 도서, 앨범, 판넬, 안내판의 형태로 나타났으며, 표현의 형식은 수필, 실사 이미지, 시, 설명문의 방식으로 서사가 전달되었다. 여기에서 전달되는 내용의 실체는 홍쌍리의 삶, 철학, 지식, 매화, 매실, 농원에 대한 것이었고, 이러한 내용들은 향토자원의 종류 중에서 인물, 특산물, 자연/생태환경에 속한 내용들임을 알 수 있었다.

표 7. 청매실농원 문화콘텐츠의 서사형식구조

서사형식구조 문화콘텐츠	표현		내용	
	실체	형식	실체	형식
「밥상이 약상이라 했제」	도서	수필	홍쌍리의 삶, 철학, 지식	인물, 특산물
홍쌍리 사진집	앨범	실사 이미지 (사진)	홍쌍리, 매화, 매실	인물, 특산물
시 감상물	판넬	시	매화, 매실	특산물
농원 해설물	안내판	설명문	청매실농원	특산물, 자연/생태환경

4.2. 문화콘텐츠 내용

4.2.1. 서사 방법

청매실농원의 문화콘텐츠는 홍쌍리가 대중들에게 전하는 이야기가 일정한 형식으로 표현된 서사 결과물이다. 홍쌍리가 전하고자 하는 이야기 내용이 곧 청매실농원의 문화콘텐츠 내용이 된다. 홍쌍리의 저서 『밥상이 약상이라 했제』는 홍쌍리가 전하고자 하는 내용이 텍스트로 기록되어 있어 구체적인 서사 분석이 가능하다. 앞서 설명한 프랭스의 서사행위요소를 중심으로 저서의 내용을 분석하면 <표 8>과 같다.

표 8. 『밥상이 약상이라 했제』의 서사행위요소

항목	내 용	
화자	홍쌍리	
수화자	자녀를 둔 엄마, 농부, 건강하지 않은 사람	
서사	조건	엄마, 농부, 건강을 회복한 환자이기도 한 홍쌍리 본인이 건강한 농사와 건강한 밥상의 비법을 알려주기 위한 목적으로 이야기를 함.
		홍쌍리 본인이 화자가 되어 자신의 이야기 전달
		글과 사진이 있는 도서를 매체로 서사 전개
	시간	40여 년 전부터 지금까지의 사건, 경험, 지식 전달
	공간	홍쌍리가 매실을 재배하는 농원 중심
층위	매실과 관련된 홍쌍리의 이야기, 홍쌍리가 만난 사람들의 이야기, 홍쌍리 손자들에 대한 이야기, 건강밥상 정보, 매실 요리 정보	
서사 정보 제시 방식	홍쌍리의 내적 시점, 비선형적 순서	

위의 서사행위요소를 구체적으로 살펴보면, 먼저 이 책의 화자, 즉 이야기를 하는 ‘나’의 존재는 홍쌍리이다. 자신을 ‘아름다운 농사꾼’이라고 칭하는 홍쌍리는 자신이 직접 화자가 되어 농사를 짓는 농부, 자식을 기르는 엄마, 병을 이겨낸 환자였던 자신의 경험, 감정, 지식, 철학 등을 이야기한다. 실제 농사를 짓고, 자녀를 기르고, 병을 이긴 사람이 화자가 되어 이야기를 함으로써 사람들은 그의 이야기를 신뢰하게 되고, 서사는 신빙성을 갖게 된다.

홍쌍리가 들려주는 이야기의 수화자, 곧 이야기를 듣는 ‘너’의 존재는 자녀를 둔 엄마들이다. 이는 저서 제목에 ‘대한민국 엄마들을 위한 마음밥상 이야기’라는 부제에서도 알 수 있지만 본문에 보다 분명하게 제시된다. 홍쌍리는 패스트푸드와 부드러운 음식으로 밥상을 차리는 젊은 엄마들에게 이렇게 말한다. “우리 젊은 엄마들이 이것만은

알아주었으면 한다. 오냐오냐 하며 곱게만 기른 아이들, 아무리 공부를 잘해도 몸이 허약하면 무슨 소용이 있느냐 하는 점이다.”

홍쌍리가 엄마들에게 들려주는 이야기에는 서사의 목적과 시간, 공간, 층위가 존재한다. 먼저 홍쌍리가 이야기를 하는 목적은 농부로서, 엄마로서, 건강을 되찾은 환자로서 자신의 경험과 지식을 공유하고 싶기 때문이다. 저서에서 홍쌍리가 일관되게 이야기하고 있는 것은 “우리 몸은 자연의 일부이기 때문에 몸에 들어가는 작물을 키울 때나 자식을 키울 때 강하고 건강하게 키워야한다.”는 것이다. 그리고 건강한 농사와 건강한 밥상을 차리기까지 자신이 경험한 사건과 거기에서 얻게 된 지식과 지혜를 이야기한다.

홍쌍리의 서사 목적은 건강한 농사를 짓고 건강한 밥상을 차리는 사람들과 자신의 경험과 지식을 공유하기 위해서라고 볼 수 있다. 이 이야기를 하기 위해 홍쌍리는 청매 실농원에 시집 온 45년 전부터의 사건들을 이야기한다. 책이 발간된 2008년과 서사 내용이 되는 사건과는 40여 년의 시간 거리가 존재하며, 백운산 기슭에 있는 자신의 농원을 공간적 배경으로 이야기한다. 그 이야기 속에는 자신의 경험뿐만 아니라 농원에 방문한 사람들의 이야기와 손자들의 이야기도 함께 이야기하고 있으며 건강밥상 정보와 매실 레시피 정보도 함께 이야기해 서사의 층위가 복수로 이루어져 있다.

이렇게 이야기가 제시되는 방식이 서사 정보의 제시 방식이다. 서사 정보는 그것을 제시하는 시점(point of view)에 의해 채택된다. 화자의 지각적, 심리적 시점에 의해 이야기의 대상이 선택되는 것이다. 홍쌍리 저서에서 이야기되는 것들은 홍쌍리 한 사람의 지각, 감정, 지식을 통해 이야기되는데, 이러한 시점을 프랭스(1982)는 내적(internal) 시점이라고 명명한다. 홍쌍리는 자신의 내적 시점에서 연대기적인 선형적인 시간 순이 아니라 주제에 따라 시간의 선후관계가 바뀌는 비선형적인 방식으로 사건을 이야기한다.

4.2.2. 서사 정보

문화콘텐츠의 내용은 서사가 된 정보, 즉 서사 정보인데, 프랭스는 이것을 서사 대상(the narrated)이라고 칭한다. 문학, 특히 소설을 대상으로 서사물을 설명하는 프랭스는 서사물의 서사 대상을 ‘사건(event)’을 중심으로 논의한다. 프랭스는 상태적(stative)인 사건과 행동적(active)인 사건들을 유기적으로 조직화하는 것이 곧 서사라고 말한다. 하지만 서사행위가 소설이라는 문학적 방식으로만 이루어지는 것이 아니다. 따라서 이 글에서는 서사행위를 통해 이야기되는 모든 내용을 서사 대상으로 보고 분석하고자 한다.

『밥상이 약상이라 했제!』에서 이야기되고 있는 서사 대상, 즉 서사 정보는 크게 사

건, 정신, 지식이다. 사건은 홍쌍리가 겪은 사건이고, 지식은 홍쌍리가 체득한 지식, 정신은 홍쌍리 정신에 담긴 철학과 감정이다. 그 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

가. 전환기적 사건

홍쌍리의 매실 이야기는 자신이 겪은 전환기적 사건들과 함께 이야기된다. 경남 밀양이 고향인 홍쌍리는 부산에서 도시생활을 하다가 전남 광양으로 시집을 오면서 매화와 인연을 맺었다. 1965년 23살의 나이로 이곳에 시집온 홍쌍리는 29살에 자궁, 난소, 장의 일부는 잘라내는 수술을 받게 된다. 수술 후에도 농사일을 쉴 수 없는 고달픈 나날을 보내던 어느 날 홍쌍리의 눈에 매화가 들어온다. 향긋한 꽃잎에 입을 맞추니 “엄마! 울지 마! 나랑 같이 살아!”라는 말이 들렸다. 그 후로 홍쌍리는 꽃과 인연을 맺고 매화를 딸 삼고 매실을 아들 삼아 매화나무와 살게 되었다고 말한다.

이후 남편의 사업부도로 빛과 산비탈 밭만 남게 되었다. 20년을 산비탈을 오가며 일을 해 빛을 갚고 나자 류머티스 관절염이 생겼다. 손발이 비틀어지고 목발을 짚고 3년을 생활하며 몸이 만신창이 되었을 때 지인의 권유로 매실 발효액을 물에 타 마시기 시작했고 그렇게 3년을 생활하자 불치병이라던 관절염이 치료 되었다.

두 번의 병치레 후에도 두 번의 오토바이 사고를 당해 척추를 다치고 7년 동안 치료를 받게 되는데 그 때도 매실을 사용한 건강식단법으로 병을 이기게 된다. 매실을 먹고 건강을 회복하면서 홍쌍리는 그 효능을 알리기 위해 열심히 농사를 짓고 매실을 연구했다. 애써 수확한 매실이 팔리지 않는 것이 안타까워 매실 음식을 만들기 시작했고 그 결과 매실 발효액이 만들어졌다.

홍쌍리가 이야기하는 매실이야기는 단순히 매실을 어떻게 키웠느냐가 아니다. 전환기가 되는 사건에서 매화와 매실이 자신에게 어떤 의미가 있었는지를 이야기한다. 데닝(2005)은 인생의 전환점이 되는 전환기적 사건을 이야기함으로써 화자의 정체성을 수화자에게 전달할 수 있다고 주장한다. 그가 말하는 인생의 전환점은 동요를 겪은 혼란의 순간이다. 홍쌍리도 자신의 전환점이 되는 사건들을 이야기하면서 그 사건에서 발견한 매화와 매실의 가치와 의미에 대해 이야기하고 있다.

나. 진실이 담긴 감정과 생각

홍쌍리는 자신이 겪은 전환기적인 사건들을 통해 자신의 철학과 감정을 이야기한다. 홍쌍리는 엄동설한에 꽃을 피며 어려움을 견뎌내는 매화의 특성이 자신의 굴곡진 삶과

닭았다고 여긴다. “매화가 지고 나면 매화를 다시 만날 8개월 동안 내 가슴은 그리움과 기다림으로 가득 찬다.”라는 표현처럼 매실 농사를 짓는 것을 육체적 노동이 아닌 정신적인 유희, 정서적인 공감의 활동으로 이야기한다.

홍쌍리는 매화를 ‘보석’으로, 자신을 아름다운 보석을 가진 흙의 주인으로 여긴다. 그래서 홍쌍리는 자신을 ‘아름다운 농사꾼’이라고 부른다. 흙과 생명을 살리겠다는 스스로의 원칙을 가지고 자신이 어떻게 흙을 소중히 여기고 농사를 작품으로 지으려고 노력했는지 홍쌍리는 이야기한다.

홍쌍리의 농사 철학은 농사를 ‘작품’처럼 짓는 것이다. “내가 농사를 ‘작품’으로 지어 놓으면, 도시민이 그 작품으로 약상을 차리게 될 것이고, 이렇게 농사를 작품으로 짓는 농민이 많아질수록 도시민의 밥상은 깨끗하고 건강해진다.”라는 철학 때문이다. 농사에 대한 철학 때문에 홍쌍리는 45년 동안 자연퇴비만을 사용해 매화와 야생화를 길러 오고 있다. 화학비료로 흙이 오염되면 농작물이 오염되고, 그것이 반찬이 되어 오르는 밥상이 오염되기 때문이다.

홍쌍리는 자신의 감정과 철학, 즉 자신의 정신세계를 진실되게 이야기해 매화, 매실, 농사에 특별한 의미와 가치를 부여하고 있다.

다. 비법이 담긴 지식

홍쌍리는 저서에서 건강밥상 비법과 매실요리 비법을 소개하고 있다. 쭈 된장국 만들기, 11가지 곡물 간식 만들기, 매실 꿀 만들기, 냄새 안 나는 청국장 간식 만들기 등의 건강밥상 비법과 매실 농축액·발효액·매실절임·매실 김치·매실주·청매실 고추장장아찌·매실잼 등의 매실 레시피 비법을 공개하고 있다.

이러한 비법을 공개함으로써 홍쌍리는 자신이 오랜 시간을 통해 체득한 지식을 대중적으로 공유한다. 자신의 노하우이자 사업 비밀이 될 수도 있는 이러한 비법을 공개하는 것도 홍쌍리의 매실산업이 ‘건강’이라는 가치를 추구하고 있기 때문이다. 무엇보다도 자신의 아픈 몸을 치유했던 건강법을 아픈 사람들에게 알려주고 싶었기 때문이다.

홍쌍리가 자신의 비법을 이야기하는 것은 그것으로 돈을 벌기보다 뜻을 같이 할 인연을 만나기 위해서이다. 비법을 공개하는 것은 곧 지식의 공유이다. 이렇게 지식을 공유하면 정보성과 실용성이 높은 서사 내용이 된다.

이러한 지식의 공개는 그가 사람들과 공유하고자 하는 농부의 마음, 엄마의 마음, 아픈 자의 마음이 있기 때문이다. 이러한 지식의 공유가 도서의 실용 가치를 더해 주고 있지만 무엇보다도 자신의 체험을 수화자도 체험할 수 있도록 해준다.

4.3. 문화콘텐츠의 서비스 방식

4.3.1. 생산과 서비스의 연계

앞장에서 우리는 청매실농원의 문화콘텐츠 형식과 내용을 살펴보았다. 그렇다면 이러한 문화콘텐츠가 어떤 방식으로 서비스 되고 있을까? 청매실농원의 문화 서비스는 매화문화축제, 매실체험교실, 농원산책, 농원 전시관 등을 통해 이루어진다. 도서, 앨범, 판넬, 안내물 등의 문화콘텐츠는 이러한 문화 서비스의 콘텐츠로 제공된다.

매실제품을 판매해 주요 수익을 얻는 청매실농원의 본원적인 활동은 시아버지 때부터 3대째 내려오는 매실묘목을 보존해 그것을 가꾸고 재배하고 가공해서 제품을 생산해 판매하는 것이다. 문화콘텐츠 서비스는 이러한 본원적인 활동이 이루어지는 공간과 시간을 콘텐츠화해 제공하는 방식으로 이루어진다. 다시 말해 매실을 재배하는 농원, 매실을 발효하는 장독대에 사람들이 감상하고 이해할 수 있는 안내물을 세워놓는다거나 매화가 피는 3월의 매화문화축제와 매실이 열리는 6월의 체험교실은 물론, 평일에도 방문할 수 있게 한 것이다.

이러한 문화콘텐츠 서비스는 농원의 본원적인 활동이라기보다는 지원활동의 차원에서 이루어지고 있다. 이는 <표 9>에서 볼 수 있듯이 유료(4인 가족기준 100,000원)로 진행되는 체험교실의 수강생보다 매화문화축제의 방문자가 더 많음에도 불구하고 방문자들에게 농원을 무료로 개방하는 서비스 방식에서 잘 드러난다. 또한 <표 10>의 홍쌍리 저서 판매부수에서도 볼 수 있듯이 문화콘텐츠는 농원의 주 수익원이라 보기 어렵다.

표 9. 축제/체험교실 방문자 수

년도	축제 방문자수(명)	체험교실 수강생 수(명)
2006년 3월(10회)	422,382	282
2007년 3월(11회)	628,100	124
2008년 3월(12회)	603,101	182
2009년 3월(13회)	734,190	139

출처: 축제 방문자수-광양시청, 「광양매화문화축제 방문객조사 및 행사평가」 조사연구보고서 참조.,
 체험교실 수강생 수 - 홍쌍리청매실농원 제공 자료

표 10. 「밥상이 약상이라했제」 판매부수(2008~현재)

판매처	판매 부수
일반서점(온/오프라인)	3,000
청매실농원	5,000

출처: 홍쌍리청매실농원 제공 자료

이는 농원의 매출이 농원 방문객과 비례하지 않는 것에서도 잘 나타난다. <표 11>에서 축제 방문자가 전년도에 비해 줄었던 2008년에 농원의 매출액은 가장 높았다.

표 11. 홍쌍리청매실농원 연간 매출액

년 도	매출액(백만원)
2006년	4,096
2007년	4,208
2008년	4,570
2009년	4,315

출처: 홍쌍리청매실농원 제공 자료

청매실농원이 매실의 산업화를 위해 행하는 본원적인 활동과 그것을 지원하는 문화콘텐츠 서비스 활동은 M. 포터의 가치사슬 모형을 통해 보다 구체적으로 나타난다.² <그림 4>에서 알 수 있듯이 매실 산업화에 있어 매실묘목의 보존, 매실재배, 제품 생산, 유통, 판매는 수익 창출을 위한 청매실농원의 본원적인 활동이다. 하지만 축제 산책로, 전시관, 도서, 체험교실 등의 문화콘텐츠는 지원활동 차원에서 서비스된다.

2 마이클 포터는 기업의 가치창출 활동을 본원적 활동과 지원활동으로 나누어 어떤 단계별로 가치가 창출되는가를 설명하였다. 주로 기업을 대상으로 적용되어왔던 가치사슬이 최근 들어 농업경영에 활용되고 있다. 김진백의 “가치사슬 모형을 이용한 자원별 어촌관광 활성화 방안에 관한 연구”(수산경영론집 34(1), 2003)와 정훈희·김사균·허승욱의 “농업경영의 가치사슬 구조에 근거한 지속가능성 연구”(농촌지도와 개발 16(2), 2009) 등은 가치사슬 모형을 이용해 농촌경영 활동을 분석하고 있다. 가치사슬은 향토 자원 산업화 과정에서 이루어지는 제 활동을 파악할 수 있게 해준다. 본 논문에서는 문화콘텐츠 서비스가 기업의 가치창출 과정의 어느 지점에서 이루어지는가를 파악하기 위해 가치사슬 모형화를 시도하였다.

그림 4. 홍쌍리청매실농원의 가치사슬

지원 활동	인적 자원 관리: 후계자 양성				
	기술, R&D: 재배 기술 개발, 매실 제품 개발				
	기획: 상품 기획, 테마 기획, 공간 기획, 축제 기획 등				
	지식재산권화: 의장등록, 실용신안, 상표등록, 특허등록 등 재산권화				
	문화콘텐츠 서비스: 축제, 전시관, 산책로, 도서, 체험교실 등				
	자원보존	재배	생산	유통	판매
	- 보존 자원 · 3대째 가꾸는 매실목 - 가치 부여 · 홍쌍리가 발견한 매화와 매실의 가치	- 매실 재배 - 야생초 재배	- 매실 가공품 제조 · 액기스, 된장, 고 추장, 간장, 사탕 등	- 브랜드 부여 - 전자상거래 - 현장 판매 - 체험 판매	- 매실제품 판매
	본원적 활동				

청매실농원의 문화콘텐츠 서비스 방식이 시사하는 바는 문화콘텐츠가 이익 창출을 목적으로 하는 향토자원, 특히 특산물의 산업화 과정에서 지원활동으로 서비스 된다는 점이다. 이는 문화콘텐츠를 향토자원 산업의 주요 수익원으로 간주하지 않고도 서비스 할 수 있다는 의미이다. 향토자원 산업화 과정에서 문화콘텐츠 서비스의 기능은 재화의 획득보다는 향토자원을 이해하고 공감하는 데 있다. 농산물이 재배, 생산, 판매되는 과정에서 농민과 제품에 대한 이해를 돕고 소비자로 하여금 공감하고 감동할 수 있는 이야기가 문화콘텐츠를 통해 서비스되었기 때문이다.

4.3.2. 장소와 브랜드의 스토리텔링

청매실농원의 문화콘텐츠는 농원 산책길, 전시관, 장독대 등 현장을 통해 서비스된다. 이렇게 농원 곳곳에서 서비스되는 문화콘텐츠는 장소에 이야기를 부여하는 장소 스토리텔링의 방식으로 전달된다. 장소 스토리텔링은 장소가 가지고 있는 스토리와 그 체험들이 공유되면서 하나의 장소성을 형성하고 공유가치를 추구하는 것이다(최인호, 2008). 최인호(2008)는 관광객이 주체적으로 스토리를 체험함으로써 장소성이 생겨난다고 말한다. 스토리 체험은 관광객의 체험환경 조성 and 정보환경 조성으로 구성되는데, 체험환경은 관광객이 직접 참여할 수 있는 환경을 조성하고 관광객이 장소를 방문하기 전에 인식했던 스토리를 확인할 수 있는 구체적 실체를 제공하는 것이다. 장소의 랜드마크가 될 수 있는 건축물, 구조물, 공간 등이 그러한 역할을 한다. 정보환경은 안내정보와 관련된 것으로 장소관련 스토리를 지속적으로 제공해 관광객으로 하여금 장소에

대한 일관된 이미지를 갖게 하는 것이다(최인호, 2008).

청매실농원의 장독대, 매화 산책로, 영화 촬영지, 섬진강 등의 경관은 농원의 랜드마크의 기능을 하고 도서, 안내물, 판넬 등의 문화콘텐츠는 하나의 정보환경으로 기능함으로써 농원에 대한 장소성을 형성한다. 단, 스토리텔링이 스토리를 공유하고 교류하면서 화자와 수화자 간의 상호작용성을 추구하는 것과 달리 홍쌍리의 이야기는 일방적인 형태로 소비자나 방문객들에게 전달되는 한계를 지니고 있다. 최인호도 제시하고 있듯이 스토리 공유가 이루어지기 위해서는 지역주민과 방문객의 이야기도 함께 수렴되어 공유되는 것이 필요하다.

한편 청매실농원의 문화콘텐츠는 ‘홍쌍리’라는 브랜드에 이야기를 부여한다. 농원의 문화콘텐츠는 홍쌍리에 의한, 홍쌍리의 이야기가 주를 이룬다. 홍쌍리가 문화콘텐츠를 통해 소비자들에게 들려준 이야기는 곧 ‘홍쌍리’라는 브랜드가 보유한 이야기가 된다. 그 이야기는 제품에 대한 홍쌍리의 정서, 노력, 역사, 경험, 지식에 대한 이야기이기 때문이다.

‘홍쌍리’라는 브랜드를 통해 청매실농원 문화콘텐츠의 화자이자 주인공인 홍쌍리의 이야기가 감성적으로 전달된다. 즉 문화콘텐츠를 통해 소비자는 제품의 브랜드인 ‘홍쌍리’에 대해 친근하고 긍정적인 브랜드 경험을 하게 되는 것이다. 한석진(2009)은 브랜드에 대한 친근하고 긍정적인 경험이 브랜드 인지도 형성에 중요한 요소로 작용한다고 말한다. 기업은 광고, 판촉, 이벤트마케팅, PR, 옥외 광고 등을 통해 브랜드명, 심벌, 로고, 패키지, 슬로건 등의 브랜드 구성요소들을 반복적으로 노출시켜 브랜드에 대한 친숙성과 인지도를 높이려고 한다(한석진, 2009). 문화콘텐츠는 브랜드와 관련된 이야기를 들려줌으로써 브랜드를 노출시키고 친숙하게 인지할 수 있도록 해주는데, 청매실농원의 문화콘텐츠는 홍쌍리의 스토리텔링 결과물이자 ‘홍쌍리’라는 제품 브랜드의 스토리텔링 대상이기도 하다.

5. 결론 및 제언

“미래의 상품은 이성이 아니라 우리의 감성에 호소할 수 있어야한다”고 말하는 덴마크의 미래학자 롤프 옌센(Rolf Jensen)은 그의 저서 『The Dream Society; 드림 소사이어티』(1999)에서 다음에 도래할 사회는 ‘드림 소사이어티’, 즉 기업, 지역사회, 개인이 데이터나 정보가 아니라 ‘이야기’를 바탕으로 성공하게 되는 새로운 사회라고 말한다.

그는 드림 소사이어티의 예를 자신의 조국 덴마크의 달걀시장을 통해 보여준다. 덴마크 달걀시장의 50%는 방목한 암탉이 낳은 달걀이 차지하는데 이는 소비자들이 닭장에서 길러진 것보다 예전 할아버지 시대의 방식과 기술로 생산된 달걀을 더 원하기 때문이다. 노동집약적으로 생산된 달걀은 15~20%정도 비싸지만 소비자들은 달걀이 생산되는 이야기에 대해 기꺼이 비용을 지불한다는 것이다. 소비자들이 옛날 방식에 녹아있는 동물윤리, 시골풍의 낭만주의에 가격을 지불한 용의가 있기 때문이라는 것이 옌센의 주장이다. 그는 이것을 고전적인 드림 소사이어티 논리라고 부르는데, 어떤 방식으로 생산되든 달걀의 품질은 비슷하지만 소비자들은 보다 나은 이야기가 있는 달걀을 선호한다는 것이다(롤프 옌센, 1999).

청매실농원에서 서비스하고 있는 문화콘텐츠는 홍쌍리가 재배하고 생산한 매실 제품에 어떤 삶의 경험과 사건, 철학과 감정이 들어가 있는지 이야기함으로써 홍쌍리의 매실 제품을 이성이 아닌 감성으로 이해할 수 있게 해준다. 홍쌍리 문화콘텐츠의 서사에는 실제 살았던 자신의 삶의 사실성, 생각과 감정의 진실성, 원칙과 소신의 일관성이 있다. 이러한 사실성과 진실성, 일관성이 향토자원의 개성과 지역성과 결합되어 광양 청매실농원만의 이야기, 홍쌍리 청매실만의 감동적인 이야기가 되었고 호소력을 갖게 되었다.

문화콘텐츠는 향토자원의 산업화 과정을 통해 재배되고 생산된 제품의 이야기를 담아 전달함으로써 소비자로 하여금 제품에 대한 이해와 공감대를 형성할 수 있도록 해준다. 본문에서는 청매실농원의 문화콘텐츠를 대상으로 서사분석도구를 활용해 문화콘텐츠의 서사 형식과 내용을 분석하였다. 분석결과 유사한 향토자원, 즉 특산물의 문화콘텐츠 개발을 위해서는 다음과 같은 개발 요소가 필요함을 알 수 있다.

첫째, 이야깃거리가 있는 화자가 있어야 한다. 청매실농원의 문화콘텐츠는 홍쌍리라는 화자에 의해 개발되었다. 농부이면서 시인이기도 한 홍쌍리는 시로 자신의 감정을 표현할 정도의 문학적 감성을 소유하고 있다. 하지만 화자에게 요구되는 것은 시, 소설, 수필 등을 쓸 수 있는 문학적 표현 능력이 아니라 다른 사람에게 들려줄 수 있는 이야깃거리, 즉 이야기 소재가 있는 사람이어야 한다. 홍쌍리는 자신이 체험하고 발견한 매실의 가치에 대한 이야깃거리를 가지고 있는 사람이었다. 이처럼 화자는 자신이 체험하고 발견한 향토자원의 가치를 이야기할 수 있는 사람이어야 한다.

둘째, 구체화된 수화자가 있어야 한다. 홍쌍리는 수화자로 자녀를 기르는 엄마, 농사를 짓는 농부, 몸이 약한 사람으로 구체화해 이야기한다. 스토리텔링의 특징 중 하나는 화자와 수화자가 분명하다는 데 있다. 누가 누군가에게 이야기 하는 것이 스토리텔링이기 때문이다. 수화자의 대상을 구체화함으로써 자신이 말하고자하는 이야기의 핵심

과 내용을 놓치지 않고 말할 수 있고, 수화자와 화자의 공통 관심사를 이야기함으로써 수화자의 집중을 유도할 수 있다.

셋째, 공감하고 공유할 수 있는 이야기가 있어야 한다. 당연한 말이지만, 문화콘텐츠의 내용이 되는 이야기, 즉 서사 정보가 있어야 한다. 문화콘텐츠를 통해 흥쌍리는 자신의 삶에 있어 전화기적 사건, 매실농사에 대한 자신의 감정과 생각, 비법이 담긴 지식을 이야기해주고 있다. 무엇보다 흥쌍리는 ‘건강’이라는 보편적인 가치를 이야기의 주제로 삼아 수화자로 하여금 공감대를 이끌어 낼 수 있었다. 흥쌍리가 이야기하는 건강이라는 주제가 흥쌍리와 엄마, 환자들의 공통 관심사였던 것처럼 이야기하는 내용은 화자와 수화자가 함께 인정할 수 있는 가치와 연관되어 있을 때 공감대를 이룰 수 있는 기반이 확보된다고 할 수 있다.

넷째, 이야기를 전달할 조건과 매체가 있어야 한다. 흥쌍리의 이야기는 청매실농원이라는 공간적 조건과 도서, 앨범, 판넬, 안내판 등의 매체를 통해 전달되었다. 제품에 붙어있는 ‘흥쌍리’라는 브랜드는 스토리텔링의 화자이자 주체인 흥쌍리를 가장 직접적으로 표현해 청매실농원의 문화콘텐츠가 담고 있는 이야기를 가장 함축적으로 표현해 전달하는 매체라 할 수 있다. 이렇듯 문화콘텐츠는 그 안에 스토리텔링 된 내용을 표현해 전달할 수 있는 매체가 있어야 한다. 특산물을 포장하는 종이도 이야기를 전달하는 매체가 될 수 있다. 이야기가 전달되는 조건을 고려해 최대한 다양한 매체를 통해 이야기를 전달하는 것이 필요하다.

향토자원의 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발은 지역민과 지역사회의 경제적 부가가치 창출을 전제로 한다. 그렇지만 문화콘텐츠의 개발이 향토자원 산업화의 주요한 수익원이 되는 경우는 드물다. 수익을 창출하는 향토자원 산업화의 본원적인 활동은 실제적인 제품의 생산과 판매를 통해 이루어지기 때문이다. 다만 문화콘텐츠는 제품에 대한 이해와 공감대 형성을 도움으로써 친숙하고 긍정적인 이미지를 갖게 하는 지원활동의 차원에서 이루어지는 것이 바람직하다.

이번 연구는 향토자원 산업화를 위한 문화콘텐츠 개발 요소를 도출하기 위해 흥쌍리 청매실농원이라는 문화콘텐츠 개발 우수 사례를 대상으로 서사 형식과 내용을 분석하고 서비스 방식을 고찰한 것이다. 이러한 연구 내용은 청매실농원의 성공 요인을 문화콘텐츠의 관점에서 서사 분석을 통해 보여주고 문화콘텐츠를 통해 향토산업의 발전을 모색했다는 점에서 연구의 의미를 지닌다. 이번 연구를 시작으로, 보다 성공적인 향토자원의 문화콘텐츠 개발 방안이 제시되기 위해서는 산업화 과정에서 나타나는 문화콘텐츠 서비스 효과에 대한 연구도 향후 이루어져야 할 것이다.

참고 문헌

- 김현호, 한표환. 2004. 「지역발전을 위한 향토자원의 개발 및 활용방안」. 한국지방행정연구원.
- 김훈철, 장영렬, 이상훈. 2008. 「브랜드 스토리텔링의 기술-강력한 브랜드는 스토리가 만든다」. 서울: 멘트로.
- 남치호. 2007. 「문화자원과 지역정책」. 서울: 대왕사.
- 농촌진흥청. 2006. 「지역 어메니티 자원을 활용한 향토산업 사례 분석」. 농촌진흥청.
- 농촌진흥청. 2007. 「향토자원 산업화를 위한 추진체계 및 전략수립에 관한 연구」. 농촌진흥청.
- 류정아. 2006. “지역문화콘텐츠 개발의 이론과 실제.” 『인문콘텐츠』 8: 39-56.
- 박덕병. 2003. “농촌의 내생적 발전을 위한 전통지식 개발전략.” 『농촌사회』 13(2): 161-205.
- 박성용, 윤칠석. 2006. “향토산업의 성공전략에 관한 연구 -안동, 영주지역을 사례로-.” 『지방행정 연구』 20(2): 101-134.
- 배영동. 2006. “향토자원의 활용을 위한 시스템 구축과 정책 방향”, 『전통지식기술 활용 심포지엄 전통지식기술의 향토자원화 방안 자료집』.
- 안형순. 2007. “지역자원의 향토산업화 과정 및 참여주체별 역할에 대한 사례 연구-담양대나무신 산업과 광양매실산업을 중심으로.” 『도시행정학보』 20(1): 61-80.
- 안옥선, 김미희, 안윤수, 박한식. 2007. “향토자원을 활용한 산업화 유형별 성공요인 분석 -마케팅 전략을 중심으로-.” 『농촌사회』 17(2): 225-267.
- 윤유석. 2010. “역사문화자원의 소통과 스토리텔링 방안.” 한국외국어대학교 박사학위논문.
- 임경수. 2006. “지역혁신과 지역경제 활성화 방안 - 향토자원개발을 중심으로.” 『한국지역경제연구』 8: 3-34.
- 조창희. 2006. “지역문화콘텐츠와 지역산업 개발.” 『인문콘텐츠』 8: 59-80.
- 차동욱. 2006. “농촌지역 문화 콘텐츠 개발을 통한 지역마케팅에 관한 연구-김제 지평선 축제 프로그램을 중심으로.” 『농촌사회』 16(1): 239-268.
- 최인호. 2008. “스토리텔링을 활용한 장소마케팅에 관한 탐색적 연구.” 『관광학연구』 32(4):
- 한석진. 2009. “브랜드 스토리텔링을 이용한 효과적인 통합 마케팅 커뮤니케이션(IMC) 전략.” 서울시립대학교 석사학위논문.
- 홍쌍리. 2008. 「밥상이 약상이라 했제!». 파주: 청년사.
- 황중훈. 2005. “향토자원의 상품 개발 방안.” 『한국유통학회 추계학술대회 발표논문집』 pp. 259-272.
- 황중환 외. 2004. “향토자원을 활용한 농촌발전전략.” 『한국지역사회생활과학회지』 15(2): 205-216.
- Bell, David & Mark Jayne. 2010. “The creative countryside: Policy and practice in the UK rural cultural economy.” *Journal of Rural Studies* 26(3): 209-218.
- Cloke, Paul. 1997. “Country backwater to virtual village? Rural studies and ‘the cultural turn’”, *Journal of Rural Studies*, Volume 13(4): 367-375.
- Denning, Stephen. 2005. *The Leader’s Guide to Storytelling*. 「스토리텔링으로 성공하라」. 안진환

유킴. 서울: 을유문화사.

Jensen, Rolf. 1999. *The Dream Society*. 『드림 소사이어티』. 서정환 유킴. 서울: 리드리드출판.

Mayes, Robyn. 2010. "Doing cultural work: Local postcard production and place identity in a rural shire." *Journal of Rural Studies* 26(1): 1-11.

O'Neill, Patrick. 1995. *Fictions of Discourse: Reading Narrative Theory*. 『담화의 허구-서사 이론 읽기-』. 이호 유킴. 서울: 예림기획.

Phillips, Martin, Rob Fish, Jennifer Agg. 2001. "Putting together ruralities: towards a symbolic analysis of rurality in the British mass media." *Journal of Rural Studies* 17(1): 1-27.

Prince, Gerald. 1982. *Narratology: The Form and Function of Narrative*. 『서사학이란 무엇인가』. 최상규 유킴. 서울: 예림기획.

원고 접수일: 2010년 11월 4일

원고 심사일: 2010년 11월 19일

심사 완료일: 2010년 12월 14일