도시민과 농업인이 함께 하는 농촌사랑

김용기_ 농협중앙회 농촌사랑지도자연수원 교수

'농촌'과 '시골'이란 말은 그 자체로 상품성을 상징하는 단어가 되었다. 과거 한 때 전국 농과대학들이 대학명칭에서 '농'자를 빼야만 살아남을 수 있을 정도로 농촌이 홀대 받는 시대가 있었지만 현재 농촌은 문화자본의 최첨단산업으로 변모하고 있다.

국적과 생산지를 알 수 없는 농산물과 먹거리가 난무하는 요즘, 농촌과 시골을 증명하는 지리적표시제나 농축산물이력추적제는 상품의 품질을 평가하는 중요한 수단이 되었다. 사람들은 이제 건강을 위해서라면 비싼 돈을 주고라도 안전성이 입증된 농산물을 먹고 싶어 하고 그래서 우리 농촌이나 시골에서 생산된 국내산 농산물만을 골라 먹는 시대가 되었다.

농촌은 고품질 농산물의 생산지일 뿐만 아니라 국민들의 마음의 고향으로 그 소중함이 더 높아지고 있다. 도시의 빼곡한 건축물과 컴퓨터와 디지털 카메라의 감시망에 갇혀 감성을 잃어가는 사람들이 자연에서 지친 몸과 마음을 회복하려는 듯 농촌으로 몰려들고 있다.

문화체육관광부의 통계자료에 따르면 농촌관광이 본격화된 지난 2000년대부터 농촌을 다녀간 사람들의 숫자는 2004년 92만8,000명 수준에서 2007년 330만명으로 급증했으며, 지난 2008년에는 500만명을 넘었다. 이 같은 추세가 계속된다면 2017년에는 1,000만명이 관광을 위해 농촌을 방문할 것으로 예측되고 있다.

이런 수치가 아니더라도 요즘 초중고의 학생을 둔 가정이라면 1년에 한 두 차례 농촌마을을 방문해보지 않은 가정이 없을 정도로 농촌관광이 우리사회에서 보편화되었다. 특히 내년부터는 초중등학교의 주5일 수업이 본격 시행되

면서 학생들의 농촌체험프로그램은 더욱 다양화되어 도시민의 농촌방문 횟수는 더욱 빠른 증가세를 보일 것으로 예상된다.

우리사회의 변화와 함께 농촌관광사업이 새로운 농외소득원으로 자리를 굳혀가고 있는 것이다. 전국 3만3,000여개의 자연마을 가운데 1,675개 마을이 농촌관광사업을 실시하고 있다. 농촌관광사업이 농가의 농외소득원에서 차지하는 비중은 아직 미미한 수준이지만 안정적인 소득을 기대할 수 있는 사업이 생겼다는 것은 다행스러운 일이다. 농촌의 새로운 가능성을 보여주는 농촌관광사업이 소득산업으로 성장하기까지는 정부의 정책적 뒷받침은 물론 농협중앙회의 농촌사랑운동과 같이 민관과 사회단체가 함께 참여하는 국민운동이 바탕이 되었다.

농촌사랑운동은 도시와 농촌의 교류를 촉진하여 도시민에게는 농촌의 소중함을 알려주고, 농업인에게는 농촌이 가지고 있는 문화와 농특산물을 판매할 수 있는 소득기회를 부여하기 위한 사회운동이다. 농촌사랑운동에는 농협을 중심으로 정부와 전경련, 기업, 학교 등 다양한 민관단체들이 참여하고 있다. 이들은 전국의 농촌마을과 1사1촌 자매결연을 하고 기업은 전문분야의 역량을 활용해 농촌을 돕거나 직원들이 휴일이나 휴가기간을 이용해 농촌문화체험이나 농사체험 등 농촌관광사업의 소비자로 농촌을 방문한다. 농촌에서는 아름답고 깨끗한 자연과 전통문화, 안전한 먹거리를 1사1촌 기업이나 임직원들에게 제공함으로써 우리농업과 농촌의 가치를 높이는 동시에 소득기회를 확대하는 것이다.

농업인과 도시민 5만명 교육

최근에는 기업의 사회적책임이 세계적인 경영환경의 새로운 페러다임으로 등장하면서 기업들이 본연의 목표인 이윤추구와 더불어 경영활동을 통해 축적된 부와 노하우를 사회에 환원하는 활동이 늘어나고 있다. 이러한 국내외적인 환경변화로 농촌을 바라보는 입장에도 큰 변화가 일고 있으며, 농촌이 가지고 있는 자원을 활용한 다양한 부가가치 창출의 기회를 맞이하고 있다.

농협은 빠르게 변화하고 있는 농업환경 속에서 농업인들이 능동적으로 대처하고, 변화의 주역으로 역할을 할 수 있도록 돕기 위해 2006년 농촌사랑지도자연수원을 개원해 5만여명의 농업인과 도시민을 교육해 오고 있다. 농촌의 지도자를 양성하는 농촌사랑지도자연수원은 '농업인기본과정'을 개설해 농업인들이 도농교류활동에 눈을 뜨게 하며, 농촌을 방문하는 도시민들을 대하는 마음가짐의 변화를 유도하고 있다. 농업인과 도시민의 일방적인 혜택이 아닌 상호보완적이고 상생하는 경제모델임을 연수를 통해 조명하여 도농교류가 실익사업으로 정착될 수 있도록 지원하고 있다.

특히 농촌관광사업을 직접 경영하는 마을이

농촌은 고품질의 농산물을 생산하는 생명창고로서의 역할과 더불어 아름다운 자연환경과 전통문화를 활용해 가공과 서비스를 결합해 부가가치를 높이는 6차산업을 이끌어가는 첨단산업기지로 거듭나고 있다.

나 주민들이 늘어나면서 보다 심도있는 관광인프라 교육의 필요성이 대두되어 심화과정과 아카데미과정 등 고급과정을 개설해 농업인들에게 질 높은 연수를 제공하고 있다. 마을의 이장, 추진위원장, 부녀회장, 청년회장 등 마을경영에 직접 참여하고 있는 지도자들을 대상으로 마을자원의 발굴과 체험상품의 개발, 지도자의 리더십 함양과 같은 현장 중심의 교육서비스를 통해 인적자원을 양성하고 있다.

지난 2010년부터는 전국 최초로 농식품부의 인증을 받아 농촌관광 전문가를 양성하는 '농어촌체험지도사과정'과 '농어촌마을해설가과정'을 개설하여 120여명의 농어촌관광 전문인력을 배출하였다. 13박14일 동안 100시간의 필수교과목으로 구성된 전문가과정에서는 마을자원의 발굴과 이를 바탕으로 한 체험프로그램이나 해설시나리오를 창발해 도시민들에게 보다 수준 높은 서비스를 제공할 수 있도록 역량을 강화하는데 초점을 맞추고 있다. 각 과정마다 30명으로 구성되는 전문가과정은 이론과 실무를 균형있게 배정하여 농업인들이 과정을 마치고 농촌마을로 복귀하여 농업인들을 재교육하거나 농촌마을을 방문하는 도시민들을 대상으로 독창적인 서비스를 제공할 수 있도록 돕고 있다.

농촌관광사업, 마을의 신소득원으로 기반구축

이러한 노력에 힘입어 농촌은 고품질의 농산물을 생산하는 생명창고로서의 역할과 더불어 아름다운 자연환경과 전통문화를 활용해 가공과 서비스를 결합해 부가가치를 높이는 6차산업을 이끌어가는 첨단산업기지로 거듭나고 있다. 농촌관광으로 시작해 국내관광의 명소로 발전했으며, 세계문화유산으로 등재된 남해 가천다랭이마을을 비롯해 전북 임실 치즈마을, 충남 태안 벗가리마을, 고 노무현대통령이 방문해 유명해진 충북 단양의 한드미마을 등 평범한 농촌마을이지만 관광명소로 이름을 올리는 마을들이 속속 등장하고 있다.

2004년 농촌관광사업을 시작한 남해 해바리마을의 경우 연간 1만명이 다녀가는데 농촌관광 매출액이 연간 6억원을 넘어서 1인당 객단가(소비금액)가 6만원 꼴로 높은 소득을 올리고 있다. 이 마을은 지난해 농촌관광사업에 참여하지 않은 주민들을 포함한 전체 마을주민 100가구에게 40만원의 배당을 실시해 농촌관광사업이 마을 전체의 소득원이 됐다. 강원 평창의 바람의야지마을은 연간 10만명의 관광객이 다녀가며 5~6억원의 매출을 올려 농촌관광사업이 이미 마을의 주요 소득원이 되었다. 더구나 관광객의 60~70%가 중국과 일본 등 동남아 관광

객으로 농촌관광마을이 국제관광코스로의 발전 가능성을 보여주고 있다.

도시민들의 농촌방문이 늘어나면서 농촌관광사업이 농가소득원으로 등장해 있지만 상당수의 마을은 주민들의 기대에 미치지 못해 갈등을 겪는 등 어려움도 공존하고 있다. 농촌관광을 황금알을 낳는 거위쯤으로 생각해 사업을 시작했으나 지도자의 부재나 상품의 단조로움, 마을주민의 참여부족, 회계불투명 등 다양한 이유로 지속적인 성장을 하지 못하고 주저앉는 마을들도 많이 있는 것이 현실이다.

『식사랑 농사랑운동』 전개로 도농교류 선도

전체 국민의 75%가 연 1회 이상 국내여행을 다니는 관광폭발과 주5일수업제도의 도입으로 도농교류 기반이 확산되는 등 농촌을 둘러싼 환경이 긍정적으로 변화하고 있지만 농촌관광이 성장을 지속하기 위해서는 반드시 해결해야 할 선결과제가 있다. 첫째로는 농촌사랑에 대한 범국민적인 공감대를 확산하여 농산업과 생태 문화적 가치를 우리 사회가 공유할 수 있도록 하는 일이다. 농협중앙회는 농협창립 50주년을 맞은 지난 9월6일 농촌사랑의 구체적 실천을 위해 '식사랑 농사랑운동'을 선포하였다. 식(食)을 통하여 농(農)의 가치를 증진하기 위한 사회운동으로 소비자와 농업인의 권리와 책임을 담은 '식·농 권리장전'을 선포하고 식체험 교육마을 육성, 우리고장 먹거리 소비촉진 캠페인 등 다양한 공익사업을 진행할 예정이다.

둘째로는 도농교류를 바탕으로 한 농촌관광사업의 효율적 추진을 위해 지도자의 양성이 절실히 필요하다. 외부와 단절된 상태에서 도시민의 방문을 달갑지 않게 여기는 농촌마을의 분위기를 변화시키고 지역 주민들의 경험과 의견을 모아 화합과 창발의 에너지로 바꾸어 낼 수 있는 역량있는 지도자가 요구된다.

셋째로는 농촌다움(rurality)을 간직한 차별화된 체험상품으로 개발해 지속적인 환류(feedback)을 통해 명품화해 나갈 수 있는 교육서비스의 확충이다. 넷째로는 정부의 지원에 의존하지 않고 마을 스스로 자생력을 키울 수 있도록 마케팅 능력을 배양하는 것이다. 끝으로 농촌이 가지고 있는 청정의 자연환경을 아름답게 보존하면서 외갓집과 같은 푸근한 정과 인심을 베풀어 도시민에게는 휴식과 재충전의 공간으로, 농업인에게는 농촌의 가치를 제대로 인정받는 윈-윈의 상생공간으로 변화시키는 우리 모두의 노력이다.