

독자권익위원 칼럼

김윤자

농협 광주본부 경영기획단장



우리 농업과 농촌은 오랜 세월 대한민국의 근간이자 국민 생명의 터전으로서 그 역할을 다해왔다. 그러나 최근 농업·농촌은 복합적인 위기에 직면해 있다. 기후변화에 따른 이상기후 현상은 농작물 생산에 큰 불확실성을 가져왔고, 급격한 농촌 인구 감소와 고령화는 생산력 저하뿐 아니라 공동체 붕괴의 위험까지 초래하고 있다. 더불어 세계 시장의 불안정과 국제 곡물 가격 상승은 국내 농업의 지속가능성에 부담을 주는 현실이다. 이런 상황에서 우리는 ‘농심전심(農心天心)’이라는 깊은 철학과 정신을 다시 한 번 되새겨야 할 절박한 시점에 서 있다. ‘농부의 마음이 하늘의 뜻’이라는 이 고귀한 뜻은 단순한 격언을 넘어 오늘날 우리 사회와 미래 세대의 식량안보와 정서적 안정의 근본임을 의미한다.

농심전심 운동은 농업인의 땅과 정성을 이해하고 우리 농업과 농촌이 지닌 무한한 잠재력과 가치를 국민이 함께 공감하며 실현하는 범국민 운동이다. 급격한 도시화와 산업화 속에서 농업·농촌의 현실은 잊혀지고 있으며, 농민들은 경제적 어려움과 사회적 고립감에 내몰리고 있다. 그러나 농심전심은 이러한 현실을 극복하고자 하는 우리 농업인의 의지와 국민적 연대 의식을 상징한다. 이는 단순히 농산물 생산량을 늘리거나 가격을 안정시키는 차원을 넘어, 농업과 농촌이 사회 전반에서 갖는 다원적 가치를 확산시키고 지속 가능한 발전을 위해 국민 모두가 함께 노력하는 정신적 토대다.

지속가능한 농업과 건강한 사회의 미래

깨 노력하는 정신적 토대다.

우리 농업과 농촌이 지니는 공익적 가치는 매우 광범위하다. 농업은 국민에게 안전하고 질 좋은 먹거리를 제공하는 생산기능뿐 아니라, 생태계 보전, 토양 및 수자원 관리, 탄소 저감과 같은 환경적 기능을 담당하고 있다. 또한 농촌은 우리의 고유한 전통문화와 공동체 의식이 살아숨쉬는 삶의 공간이며, 국토 균형 발전에 기여하는 지역사회로서 중요한 위치를 차지한다. 농업·농촌의 공익적 기능은 시장경제 논리만으로 평가할 수 없는 사회적·문화적 가치이기에, 이를 널리 알리고 존중하는 사회적 합의가 절실하다. 농업과 농촌에 대한 국민 인식이 점차 개선되는 추세지만, 실질적인 관심과 지원에 있어서는 여전히 부족한 현실이다. 이에 농업·농촌의 다원적 기능과 가치를 확장적으로 이해시키고 실생활 정책에 반영하는 노력이 무엇보다 필요하다.

농협은 우리나라 농업과 농촌의 지속 가능성을 지키는 핵심 조직으로서 그 역할과 책임이 막중하다. 전국에 걸친 네트워크와 농업인과의 긴밀한 소통을 바탕으로 경제사업, 금융, 유통, 복지 등 다양한 분야에서 농업인 삶의 질 향상과 농산물 경쟁력 강화에 기여해왔다. 특히 농협은 농업과 국민을 연결하는 가교로서 농심전심 운동을 선도할 책임자다. 공익적 가치 확산을 위한 농협의 노력이 확산될 때, 사회 전반의 농업에 대한 신뢰와 관심이 함께 자라날 것이다. 농협은 단순한 이익 단체를 넘어 농업인의 권익 보호와 농촌 사회의 진정한 동반자로서 국민과 함께가는 실천적 움직임을 지속할 것이다.

농협 광주본부의 사례는 이 같은 이상을 구체화한 모범이라 자부한다. 최근 광주시가 주도한 산업단지 근로자 아점밥 지원사업은 지역 근로자의 건강한 하루를 지원하는 동시에, 지역 농가의 판로 확대와 경제 활성화를 이끄

는 상생 모델로 주목받았다. 지난 2023년 하남산단 1호점과 청단산단 2호점에서 운영된 이 사업은 합리적인 가격에 김밥, 샌드위치, 샐러드 등을 제공해 근로자들의 아침 결식 문제를 해소하는데 큰 역할을 했다.

특히 광주시의 정책적 추진 아래, 농협 광주본부가 지역 농가의 우수한 쌀을 적극 제공해 식사의 질을 높이고, 지역경제 활성화까지 이끄는 데 의미 있는 성과를 만들어냈다. 행정과 협력 기관이 손을 맞잡아 농업과 복지가 어우러지는 이상적인 모델을 실현한 사례로, 농업·농촌의 공익적 가치가 실생활 속에서 구현된 가장 대표적인 모습이라 할 수 있다.

더욱이 이 사업은 단순한 복지 차원을 넘어 산단 근로자들이 아침을 거르지 않음으로써 일의 효율성 증대와 건강 증진, 나아가 사회적 비용 절감에 기여하는 효과가 있다. 실제로 참여 근로자들은 저렴한 비용과 간편한 접근성으로 만족도가 높았으며, 기업과 사회 주체들의 협력도 활발해지고 있다. 이는 농협이 지역사회와 협력해 농업·농촌과 도시 일지리의 가교 역할을 수행함으로써 농업 가치를 널리 알리고, 새로운 농촌의 사회적 역할을 찾는 데 성공한 좋은 본보기라 할 수 있다.

앞으로 농심전심 운동은 농업과 농촌의 위기를 극복하기 위한 국민적 연대와 실행 의지를 모으는 상징적 구심점 역할이 될 것이다. 농협을 중심으로 한 다양한 실천사업, 농촌과 도시가 상상하는 정책적 지원, 그리고 국민 모두가 참여하는 가치 확산 운동이 함께 결합한다면 우리 농업과 농촌은 새로운 도약을 맞이할 수 있을 것이다. 농심전심은 농업인의 희생과 노력을 존중하며, 우리 모두가 함께 만들어가야 할 미래의 약속이다. 농협 광주본부 역시 그 중심에서 지속가능한 농업과 건강한 지역사회 조성을 위해 한 걸음 더 나아갈 것이다.

기고

강예은

광주청소년삶디자인센터 주임



흔히 사회 참여라고 하면 정책 제안을 떠올리기 쉽습니다. 거대한 이슈를 다뤄야 한다는 부담감에 ‘나 같은 사람이 말해도 될까?’라고 망설이게 된다. 청소년도 마찬가지다. 하지만 청소년과 대화를 나누다 보면 ‘학교 가는 길에 버스가 혼잡해 매번 위험하다’, ‘수심만원에 달하는 부교재를 왜 당연하게 사야 하는지 모르겠다’, ‘남녀로 나눠 더 멀어지고만 있는 것 같아 걱정된다’ 등 이야기가 쏟아져 나온다. 이는 사회 참여가 거창한 의제가 아닌 내 삶의 문제를 들여다보는 데서 출발할 수 있음을 보여준다.

그렇다면 현재 우리 사회는 청소년의 사회 참여를 어떤 방식으로 지원하고 있을까? 청소년참여위원회, 아동·청소년의회, 청소년운영위원회 등 청소년의 의견이 정책·사업에 반영될 수 있도록 마련된 제도적 기구가 대표적이다. 필자가 근무하는 곳에도 ‘삶디자인’라는 청소년운영위원회가 있다. ‘삶디자인’은 청소년의 생각과 의견이 센터 운영 전반에 반영될 수 있도록 제안하는 역할을 한다.

청소년 통계(2024)에 따르면 초(4~6학년)·중·고등학생 10명 중 8명(83.7%)은 청소년도 사회나 정치 문제에 관심을 두고 의견을 제시하는 등 사회에 참여할 필요가 있다고 생각한 것으로 나타났다. 또한 학교급이 높아질수록 사회 참여 의식도 높았다. 이를 볼 때 현재 주로 청소년 참여기구 중심으로 이뤄지고 있는 사회 참여 활동을 일상에서의 참여 기회를 확대하고 다양화할 필요가 있어 보인다.

청소년은 하고 싶은 말이 많아요

이와 관련해 한국청소년정책연구원의 청소년 가치관 조사 연구(2023)가 눈길을 끈다. 이 연구는 청소년 참여가 거창한 사회적 담론이나 이슈, 정부 정책을 제안하는 거시적 차원의 논의와 활동에서 벗어나 일상생활 공간인 지역사회 중심으로 이뤄져야 한다고 강조하며, ‘프로젝트 기반 사회 참여 활동’을 새롭게 제안하고 있다.

필자가 맡고 있는 프로젝트인 청소년이 만드는 뉴스(이하 청뉴)가 바로 그 예다. 지난해 9월부터 지역방송국과 연계해 운영 중인 프로젝트로, 청소년이 직접 뉴스거리를 발굴하고 취재·촬영·편집까지 전 과정을 주도한다. 이렇게 제작된 뉴스는 매일 한 차례씩 정식으로 방영되며, 지금까지 총 8건이 제작됐다. ‘청뉴’는 네 가지 점에서 청소년 사회 참여 활동으로서 의미가 크다.

첫째 평범한 일상의 이야기가 사회 참여의 시작점이 될 수 있음을 증명했다. 뉴스 주제 발굴 회의에서 30개가 넘는 뉴스거리가 쏟아져 나온 것은, 청소년들이 하고 싶은 말이 없었던 것이 아니라 이야기를 꺼내놓을 장구가 있었음을 보여준다. 거창하지 않아도 내 일상에 질문을 던지는 것만으로 충분히 의미 있는 사회 참여가 시작될 수 있음을 확인할 수 있었다.

둘째 취재 과정이 곧 세상을 이해하는 학습의 장이었다. 일부 학교에서 정치적 중립을 이유로 탄핵 선고 방송 시청을 허용하지 않았다. 이를 계기로 학교 안의 정치적 중립 문제를 취재했던 청소년은 선생님의 직업적 고민을 직접 들으며 교사들이 문제에 대해 늘 수동적일 거라는 편견이 깨지는 경험을 했다. 매일 타던 버스의 긴 배차 간격에 불편함을 느낀 청소년은 다루는 주제가 버스 기사의 노동 문제와 도시 교통 시스템 전체와 얽힌 복잡한 사안

임을 깨달았다.

셋째 청소년이 뉴스를 제작하며 비판적 사고를 키웠다. 청소년은 경험이 쌓일수록 자신들의 삶과 연관된 문제의 원인을 파고드는 질문을 던지기 시작했다. 실제로 첫 제작 회의에서는 ‘트럼프 관세 문제’와 같이 언론에 자주 등장하는 거시적 의제가 주로 나왔다면, 활동이 거듭될수록 자신의 일상에서 문제를 발견하고 분석하는 깊이를 보여주기 시작했다. ‘청소년은 왜 에너지 드링크를 마실까?’ 잠이 부족해서라면 왜 잠이 부족할까? 학교에 너무 오랫동안 머무는 건 아닐까? 그 말은 공교육이 건강권을 담보하지 못하는 건 아닐까?’와 같이 직접적 삶의 문제를 파고드는 모습을 보여줬다.

마지막으로 이 진솔한 목소리가 세상을 변화시키는 씨앗이 되기도 했다. 등하굣길 버스 문제를 다룬 뉴스가 지역 방송 ‘토론740’에서 시장의 교통 정책을 논하는 자료 화면으로 활용됐다. 세상을 바꾸겠다고 만든 뉴스는 아니었지만, 청소년의 목소리는 자신도 모르는 사이에 파장을 일으키고 있었다.

이처럼 청소년의 목소리가 세상을 영향을 미치는 걸 보면서 필자 또한 청소년 사회 참여에 대해 다시 생각하게 된다. 우리는 그동안 정책 제안서를 쓰거나 청소년 참여기구에만 머무르며, 청소년의 사회 참여를 어렵고 거창한 것으로 인식되게 만들어 왔는지 모른다. ‘청뉴’는 청소년이 한 명의 시민으로서 우리 사회에 목소리 낼 수 있는 새로운 가능성을 보여줬다. 청소년은 ‘왜?’라고 묻고 답을 찾아가는 여정 속에서 세상을 이해하고, 사회에 크고 작은 자극을 주며 성장한다. 이러한 과정 자체가 청소년에게 정말로 의미 있는 사회 참여가 아닐까 싶다.

사설

고향사랑 지정기부, 가려운 곳 긁어준다

‘고향사랑 지정기부제’ 효과가 탁월하다. 기부자가 미리 정해진 자치단체 사업 중에 자신의 기부금이 사용되기를 원하는 사업을 지정해 기부하는 이 제도가 지역의 현안사업 해결은 물론 가려운 곳까지 시원하게 긁어주는 역할을 톡톡히 하고 있기 때문이다.

이 사업은 지난 2023년 1월부터 시행중인 고향사랑 기부제의 하나다. 고향사랑 기부제는 개인이 주민등록이 돼 있는 주소지를 제외한 지자체에 기부하면 해당 지자체는 이를 모아 주민 복지 증진을 위한 재원으로 활용하는 제도를 말한다.

이 제도가 시행 3년째를 맞이하면서 특히 지정기부제 효과를 톡톡히 본 광주·전남 지자체가 늘어나고 있다.

지난해 전국 기초지자체 중 고향사랑기부금 1위를 달성한 광주 동구가 가장 대표적인 케이스다. 특색없는 대도시 자치구의 한계를 극복하고 타 지역민들의 기부를 유도하기 위해 사업 초창기인 2023년부터 지정기부 사업을 시행했다. ‘발달장애 청소년 E.T 아구단 지원’과 ‘광주극장 보존을 위한 100년 프로젝트’가 바로 그것으로 지난해에만 각각 4억원, 1억3000만원이 모금될 정도로 성과가 나타났다. 이 가운데 서울시민의 기부가 29.6%, 경기도민이 28.3%를 담당했다.

곡성군은 지역 공공의료 공백 문제와 지역 숙원인 소아과 전문의를 이를 통해 해결했다.

지난해 1호 기부사업으로 ‘곡성에 소아과를 선물하세요’라는 사업을 통해 8000만원을 모금해 전국 최초로 출장진료 소아청소년과를 개설했고 올해는 곡성군 보건의료원 내 소아과 전문의를 뒀 ‘상시진료’를 할 수 있게 된 것이다. 곡성군에는 1960년 소아과 전문의 제도가 시행된 이래 단 한번도 소아과 전문의가 없었다고 한다.

장성군은 지정기부로 ‘제2의 축령산 숲길 조성’사업을 시행하고 있고 지난 7월 집중호우로 특별재난지역으로 지정된 담양군은 지정기부로 호우피해 복구비를 마련하기도 했다.

신안군이 최근 지정기부로 도서지역 주민을 위한 여객선 매입 및 건조 사업을 추진하고 있다. 이달부터 2027년 12월까지 약 2년간 총 50여원의 기부금을 모아 노후 여객선을 대체할 새 선박을 건조기로 한 것이다. 이는 전국 최초의 지정기부형 여객선 건조 사업으로 전국 섬 지역에 새로운 기부·지역 협력의 모범 사례가 될 것으로 기대되고 있다. 이처럼 지정기부제의 순기능이 하나둘씩 나타나고 있다.

완도 ‘해조류 블루카본 시대’ 선도해 나가길

블루카본은 해안·해양 생태계가 대기중 이산화탄소를 흡수해 저장하는 탄소를 뜻한다. 한마디로 탄소흡수원이다.

맹그로브 숲, 염생습지, 해조류·해조류 등 연안 생태계가 그 핵심인데 이들의 면적은 해저의 0.5% 미만에 불과하지만 해양 퇴적물 탄소 저장량의 50% 이상을 차지하고 있다. 육상 숲보다 단위 면적당 2~4배 더 많은 탄소를 저장할 수 있는 매우 효율적인 온실가스 흡수원이다. 기후변화 완화를 위한 자연 기반 해결책의 핵심 요소로 간주되고 있을 정도다.

지금까지 기후변화에 관한 정부 간 협의체(IPCC)가 공인한 블루카본은 맹그로브, 염습지, 해조 등 3가지다. 갯벌과 해조류는 빠르게 탄소를 흡수하지만 현재 공식 인정을 받지 못하고 있다.

최근 페루 리마에서 열린 IPCC 제63차 총회에서 해조류를 신규 탄소 흡수원으로 산정하는 지침에 합의했다고 한다. 이는 해조류의 블루카본 가치를 국제사회가 인정했다는 의미다.

해조류가 블루카본으로 최종 확정되면 국가 온실가스 감축 목표 달성 및 정부의 2050 탄소 중립 정책 실현에 기여하는 것은 물론 지역 경제에 미치는 영향 또한 클 것으로 전망된다.

이런 상황에서 김, 미역, 다시마, 톳 등 전국 해조류 연간 생산량의 50% 이상 차지하는 해조류 주산지 완도군에 관심이 집중되고 있다.

지난 2021년 미국 항공우주청(NASA)이 인공지능을 통해 완도의 해조류 양식장을 집중 조명하면서 세계적으로 알려진 이곳이 앞으로 우리나라 해조류 블루카본 시대의 중심지가 될 가능성이 높아졌기 때문이다.

완도군은 현재 미국 에너지부 산하 기관인 에너지 고등 계획원, 세계은행, 세계자연기금 등 국제기구와 전문가들이 잇따라 방문, 해조류를 매개로 한 글로벌 협력 네트워크까지 구축해 왔다.

또 어업인이 해조류 양식·관리 활동을 통해 확보한 탄소 흡수량을 탄소 크레딧으로 전환·거래해 소득으로 환원되는 가정 ‘완도형 바다 연금’ 제도로화로 이어질 수 있는 ‘블루 크레딧 시범 사업’도 한국수산자원공단과 추진하고 있다.

한국전력공사 등 민간 기업과 함께 블루카본으로 인정받은 해초를 보전·확대하기 위해 바다 숲을 조성 중이다. 완도군이 해조류 블루카본 시대를 열어 나가기를 바란다.

취재수첩

AI페퍼스 상승세 이어가길

송 하 중

문화체육부 기자



막내여자프로배구단 페퍼저축은행 AI페퍼스의 올 시즌 초반 기세가 매섭다. AI페퍼스는 현재까지 6경기에서 4승 2패 승점 10점으로 리그 2위에 위치했다. 1라운드를 일정을 모두 마

친 현재 팀의 역대 최고 순위다. 이 기간 승률 50%가 넘는 것도 최초인데다 현대건설, 흥국생명, GS칼텍스를 연파하며 구단 역대 최다 연승 타이틀 기록하기도 했다.

이전과는 확실히 다른 모습이다. AI페퍼스는 2021~2022시즌부터 V리그에 합류한 뒤 그동안 승점자판기라는 오명을 피하지 못했다.

실제 지난 2021~2022시즌 3승(28패·승점 11), 2022~2023시즌 5승(31패·승점 14), 2023~2024시즌 5승(31패·승점 17)에 머물렀다. 2024~2025시즌

에는 11승 25패 승점 35으로 역대 첫 두자릿수 승수를 달성하긴 했지만, 여전히 리그 최하위에서 벗어나진 못했다.

그러나 올 시즌은 초반부터 연승을 기록하며 돌풍을 일으키고 있다.

더 이상 패배의식에 젖어있던 모습은 찾아볼 수 없었다. 코드 내 선수단의 움직임은 유기적이고, 서로를 믿는 플레이가 눈에 띄었다.

집중력이 올라갔다는 게 가장 큰 변화다. 격차가 벌어지던 순식간에 무너지거나, 뒷심이 부족해 패배하는 경우가 확연하게 줄었다. 앞선 시즌에서 이미 ‘승리의 맛’을 느껴본 AI페퍼스다. 그 영향이 올 시즌 더욱 빛을 발하고 있는 모습이다.

창단 이래 최고의 한 해를 보낼 AI페퍼스가 2라운드부터 어떤 경기력을 보여줄지 기대된다.

회장 양진석	대표이사 발행인 차재진	부사장 편집인 이승배	주필 김상훈	편집국장 최현수
광주광역시 북구 무등로 254 우편번호 61234 대표전화 (062) 370-7000 팩스 (062) 385-5400	정 치 부 370-7010	는 설 실 370-7060		
	경 제 부 370-7020	뉴미디어부 370-7222		
	사회교육부 370-7030	임 원 실 370-7000		
	지역사회부 370-7040	총 무 국 370-7093		
1995년 12월 12일 창간 2012년 5월 3일 등록번호 광주 가-52(일간)	문화체육부 370-7234	사 업 국 370-7090		
	편 집 부 370-7082	광 고 국 370-7070		
	독자관리국 370-7080	사 진 부 370-7050		
		서울지사 ☎978-7090		
본지는 신문윤리 강령 및 그 실천요강을 준수합니다				구독료 월 15,000원 1부 800원