

경기 도농 상생 활성화를 위한 영농 정책 및 경기 청년 영농 크리에이터에 관한 연구

연구책임 | 강주현 (오픈런 스튜디오 대표)



경기복지재단
경기청년지원사업단

요약

□ 연구 목적

이 연구는 진입 장벽이 가장 낮고 거부감이 없는 ‘미디어’를 통해 귀농귀촌을 준비하는 예비 농업인, 농업을 사랑하는 도시민 등이 하나 되기 위한 ‘도농 상생’을 실현하고자 하는 사람들에게 대한 궁금증에서부터 시작하였다. 본 연구자는 경기도 도시민과 농업인이 하나 되어 함께 소통하는 방안으로서 비대면 콘텐츠 제작과 영농 크리에이터 정책 지원 확대 방안 등을 제시하기 위하여 도시민, 농업인 인터뷰 영상 콘텐츠를 제작하고자 하였다.

□ 연구 방법

연구 초기에 인터뷰는 원래 경기도에 거주하고 있는 청년 농업인, 청년 도시민, 농업기관 근무 직원으로 설정하였으나 농업기관 근무 직원의 경우 개인적인 견해가 들어가는 인터뷰 내용으로 준비사항에 오류가 있어, 주관적인 견해를 들을 수 있고 개선방안이나 발전방안을 함께 나눌 수 있는 청년 도시민과 청년 농업인 두 명으로 설정하여 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰 진행 중에는 개인적이지만 경기도의 도농 상생 발전을 위해 어떤 점을 바라는지, 도농 상생을 실현하기 위해 경기도 청년으로서 실천하고 있는 것은 어떤 것들이 있는지 함께 이야기를 나눌 수 있었다.

□ 주요 결과

영상 결과물을 도출하여 업로드하게 된 채널은 ‘농자’ 채널로 본 연구자가 가지고 있는 유튜브 개인 채널이다. 본 연구자는 농업인은 아니지만, 농업에 대해 관심이 많고 경기도 도농 상생에 관심이 많은 사람으로, 이미 농업 관련 콘텐츠를 여러 차례 생산

한 바가 있다. 본 연구자의 채널 구독자 대다수가 도시민들이라는 것을 감안하였을 때, 많은 사람들이 경기도 농업과 영농 크리에이터 지원 사업에 대해 어떻게 생각하는지 서로 소통할 수 있는 창구가 되기를 바랐다.

□ 개선방안

청년 농업인 인터뷰를 통해 찾게 된 개선점은, 초기에 진입하는 초보 예비 크리에이터 농업인들에게 체계적인 커리큘럼과 교육방안을 내놓아야 한다는 것이다. 다음으로, 본 연구자가 원했던 것처럼, 경기도 영농 크리에이터 지원 사업에 ‘도시민도 참여할 수 있도록’ 하는 점이다. 마지막으로, 영농 크리에이터 정책은 교육이나 커리큘럼뿐만 아니라 체계적인 육성 사업과 추가적인 지원, 또 콘텐츠를 제작할 수 있도록 소정의 제작비 지원도 함께 진행된다면 훨씬 더 큰 도움이 되리라고 생각한다. 경기도에서는 도농 상생을 위해 농업인, 도시민의 미디어로서의 소통 창구 확대 방안과 영농 크리에이터 지원 사업 확대 및 활성화에 도움을 주는 새로운 정책들과 지원들이 꼭 필요할 것이다.

목 차

Contents

I	__ 서론 / 633	
	1. 연구의 배경 및 목적	633
	2. 연구 범위 및 연구 방법	635
II	__ 본론 / 636	
	1. 도농 상생을 위한 현황 검토	636
	2. 경기도 귀농 지원 정책	639
	3. 영농 크리에이터 정책 검토	643
III	__ 연구 설계 / 647	
	1. 인터뷰 소개	647
	2. 인터뷰 질문지	648
	3. 연구 절차	650
IV	__ 연구 결과 / 651	
	1. 인터뷰 내용	651
	2. 영상 내용	655
	3. 인터뷰 결과	665
V	__ 결론 / 666	
	1. 연구 요약	666
	2. 주요 개선방안	667
	__ 참고문헌 / 668	

표목차

Contents

〈표 1〉 연구 주요 내용	635
〈표 2〉 영농 콘텐츠 관련 국내 주요 지원 사업 및 시책	637
〈표 3〉 경기도귀농귀촌지원센터 지원 사업	642
〈표 4〉 주요 농튜버들	645

I

서론

1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

현재 경기도 도농 상생의 현황을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 경기도의 농가 인구 감소와 고령화는 지속 가능한 농업·농촌을 위협하고 있다.

둘째, 고령화로 인해 농업 기반에 대한 우려감이 증대하고 있다.

셋째, 후계농업경영인, 청년창업 후계농업경영인 등 정부의 일자리 창출 확대의 필요성이 점차 대두되고 있다.

넷째, 여성 농업인 복지 증진을 위한 각종 제도 마련이 경기도뿐만 아니라 전국적으로 확대되고 있다.

다섯째, 도시농업 공간 조성 공모 사업 진행을 통하여 도시민과 농업인의 '상생'에 대한 관심도가 높아지고 있다.

여섯째, 영농 크리에이터 육성을 통한 도시민과의 비대면 소통 확대 창구로 활용되며, 성공적인 사례(농튜버) 등이 많아지고 있다.

국내에서 농업을 알리는 매개체는 다음과 같다.

첫째, 경기도농업기술원 및 경기도 지역 농업기술센터에서 진행 중인 유튜브 크리에이터 육성 사업이 성황리에 진행되고 있다.

둘째, 경기도의 각종 농업기관 및 단체에서 주목하고 있는 동영상 플랫폼인 유튜브 크리에이터로 진출하고 있다.

셋째, 농업인의 연령대를 고려하여 ‘스마트폰’으로 활용할 수 있는 미디어 교육이 확대되고 있다.

2) 연구의 목적

본 연구자는 경기도 도시민과 농업인이 함께 상생하며 소통하는 방안으로서 비대면 콘텐츠 제작 및 영농 크리에이터 정책 지원 확대 방안을 제안해보고자 한다.

도농 상생이 무엇보다 중요한 것은 위의 연구 배경에도 자세히 나와 있다. 특히 고령화로 인한 농업 기반의 현실은 우리가 우려하는 가장 큰 문제이기도 하다. 농촌에서 도시로 이탈하는 사람들을 막고, 도시민의 농촌 유입을 활성화하기 위해 가장 중요한 부분도 ‘도농 상생’이다.

실제로 이에 대한 중요성을 깨닫고 도농 상생 실현을 위해 온·오프라인 등 다양한 공간에서 기관, 기업체, 개인이 많은 노력을 하고 있다. 타 지역에서는 도농 상생 활성화를 위하여 억 단위의 투자 혹은 지원을 아끼지 않고 있다. 도농 상생을 위해 공간을 조성하고 증강현실 속에서 농촌 체험을 하기도 하지만, 이는 실질적으로 너무나 큰 자본이 들어간다.

새 정부 국정 과제 13번은 ‘살고 싶은 농촌을 만드는 것’이다. 살고 싶은 농촌을 위해서는 ‘살아보는 것’이 가장 중요하다. 그러나 직접 살아가기 위해서는 농촌 체험 분야 및 일자리 체험 등 다양한 부분이 확대되어야 한다. 하지만 이것 또한 인력과 시간이 크게 투입되어야 한다.

그렇다면 적은 자본과 시간으로 도농 상생의 기초가 되는 ‘농촌’을 직·간접적으로나마 경험할 수 있는 것으로 무엇이 있을까? 본 연구자는 가장 효율적인 것으로 영상 콘텐츠를 말하고 싶다. 영상 콘텐츠로는 농촌을 살아보지 않아도 농촌에 사는 것 같은 간접 체험을 할 수 있고, 농업인에 대한 고충이나 현실, 농촌의 삶에 대한 것들을 간접적으로 경험해볼 수 있다. 또한 영상 콘텐츠를 일방적으로 배포하는 것이 아닌, 실시간 댓글 및 영상 댓글을 통해 하나의 커뮤니티를 형성하여 ‘소통’할 수 있는 창구로도 활용 가능하다.

코로나19와 같은 예상하지 못한 상황이나 장소와 시간의 제한 없이 영상 콘텐츠는 자유롭다. 이 자유로운 콘텐츠 생산에 있어서 농업인뿐만 아니라 귀농귀촌을 준비하는 예비 농업인, 또 농업을 사랑하는 도시민이 하나 되어 비로소 우리 곁에서 도농 상생을 실현하고 있는 사람들이 있다.

본 연구자는 경기도 도시민과 농업인이 함께 상생하며 소통하는 방안으로서 비대면 콘텐츠 제작 및 영농 크리에이터 정책 지원 확대 방안을 제안하기 위하여 도시민, 농업인, 농업기관 근무 직원의 인터뷰 영상 콘텐츠를 제작하려 한다.

2. 연구 범위 및 연구 방법

본 연구의 범위는 경기도 도농 상생의 방향성에 대한 선행연구 분석이다. 그에 따른 연구 방법으로 경기도 영농 크리에이터 현황 및 사례 분석을 실시한다. 첫째, 진행 분석과 방향을 연구한다. 둘째, 콘텐츠 제작 관련 일지와 콘텐츠 기획안을 수립한다. 셋째, 연구 방향에 맞는 인터뷰어를 모집한다. 넷째, 영상 콘텐츠를 촬영하도록 한다. 다섯째, 연구 기획 의도에 맞게 영상 콘텐츠를 편집 후 업로드한다.

〈표 1〉 연구 주요 내용

경기도 도농 상생의 방향성에 대한 선행연구 분석	1. 통계청, 논문 등 자료를 통한 기존 도농 상생의 방향성을 연구한다. 2. 로컬 크리에이터 공공자료를 활용한다.
경기도 영농 크리에이터 현황 및 사례 분석	1. 경기도 귀농 지원 정책 2. 경기도 영농 크리에이터 검토
콘텐츠 제작	1. 콘텐츠 제작 과정, 제작 일지를 작성한다. 2. 콘텐츠 기획안을 작성한다. 3. 인터뷰어를 모집한다. (청년 농업인, 청년 도시민, 농업기관 근무 직원) 4. 분야별 질문 리스트를 작성한다. 5. 인터뷰 질의응답 녹화/녹음을 진행한다. 6. 인터뷰 영상 편집 후 업로드한다. 7. 인터뷰를 토대로 결과를 도출한다.

II

본론

1. 도농 상생을 위한 현황 검토

도농 상생은 기본적으로는 농촌의 활성화를 강조하지만, 궁극적으로는 농촌의 생태 문화 자원에 대한 도시민의 수요를 충족시키고, 나아가 도시와 농촌의 공생과 상생을 도모한다는 데에서 그 의의를 찾을 수 있다(균형 발전을 위한 도농 상생 협력방안, 2020).

이러한 의의는 도농 교류의 목적에서도 찾아볼 수 있는데, 도농 교류의 목적은 도시와 농촌, 소비자와 농민을 연결하는 다양한 교류 사업을 통해 인위적·사회경제적으로 형성된 농민과 도시민, 농업 생산자와 소비자의 의식과 정서적 장벽을 허물어 동등 차원의 주고받는 관계, 공생 관계를 만드는 데 있다. 이에 비인간적인 도시 생활과 산업화에 대응해 자연과 농업, 전통문화에 접할 기회를 제공하고 공유함으로써 전체의 인간성을 회복하고자 한다(한국농촌경제연구원, 2003).

도농 상생의 중요성은 해외 사례를 통해서도 엿볼 수 있다. 독일은 일찍이 치유농장을 비롯한 관광 등 6차산업에 주목해왔다. 또한 클라인가르텐(농촌숙박시설) 등을 통해 도시민이 농촌을 ‘체험’할 수 있도록 유도하고 도와왔다.

농촌은 농산물의 교역 조건 악화, 인구 고령화, 도시로의 인구 이탈 등 다양한 악조건에 놓여 있는 상황이다. 그러나 농촌의 발전을 빼놓고 선진국이 된 나라는 없다. 비인간적인 도시 생활과 산업화에 대응해 청년 및 중장년층을 넘어서 전 세대가 공감할 수 있는 도농 상생 방안이 필요한 상황이다.

1) 도농 상생을 위한 새로운 협력 방향 ‘콘텐츠’

전 세계적 트렌드인 도농 상생은 도시와 농촌이 교류를 통해 서로 협조한다는 목표

로 제안된 것으로, 상호 대등한 관계를 유지하며 상호 보완하는 것을 의미한다. 따라서 세계 여러 나라들은 도농 상생을 위한 다양한 정책들을 추진하기 위해 많은 노력을 쏟고 있다.

이 중에서 저비용으로 가장 큰 효율을 낼 수 있는 건 도시민과 농업인 간의 상호 소통 또는 양방향 소통이 가능한 비대면 온라인 콘텐츠 제작이라고 할 수 있다. 예를 들어 이전의 SNS 콘텐츠들은 단순히 농가를 브랜딩하고 농산물이나 농가 자체를 홍보할 목적으로 활용되었던 반면, 최근에는 농가를 넘어서 ‘살고 싶은 농촌’, ‘농촌에 대한 긍정적인 인식 제고’, ‘도시민과 농업인의 소통’ 컨셉으로 발전하고 있다.

이 같은 맥락에서 현재 영농 콘텐츠 관련 국내 주요 지원 사업 및 시책을 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 영농 콘텐츠 관련 국내 주요 지원 사업 및 시책

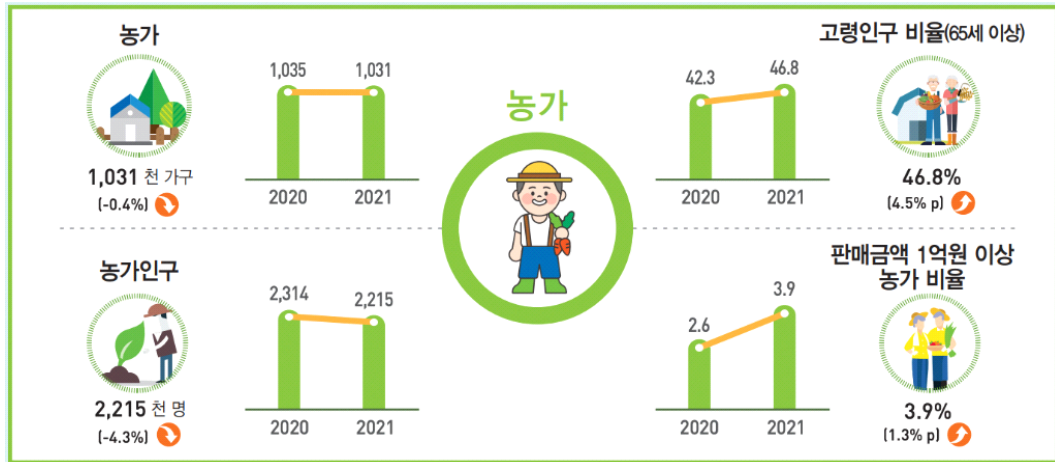
분야	지원 사업 및 시책 (기관명)
도농 상생 콘텐츠 제작	e-비즈니스 리더 양성 사업 (전국 농업기술센터)
	청년 농업인 미디어 크리에이터 과정 (군산시 농업기술센터)
	청년 농업인 1인 미디어 크리에이터 교육 (구례군 농업기술센터)
	농부 크리에이터 양성 및 콘텐츠 제작 과정 교육 (영주시 농업기술센터)
	농업인 크리에이터 양성 기초 교육 (충주시 농업기술센터)
	2022 미디어 크리에이터 교육 (경남도농업기술원)
	귀농 크리에이터 양성 교육 (강원도농업기술원)
	농부 미디어 크리에이터 경연대회 (전남도농업기술원)
	1인 미디어 크리에이터 2기 과정 (성주군 농업기술센터)

2) 경기도 농가 및 농가 인구 변화 등 통계

(1) 국내 고령화 농가 인구 통계

전국적으로 농가 고령화가 가속화하고 있다는 사실은 많은 매체를 통해 접했을 것이다. 국내 농가 인구 중 만 65세 이상 비중은 최근 4년간 비교해보았을 때 2018년

44.7%, 2019년 46.6%, 2020년 42.3%, 2021년 46.8%에 달했다.



<참고: 통계청, 2021년 농림어업조사>

특히 농촌의 만 65세 이상 비중은 매년 늘어나고 있는데, 2012년 35.6%에서 2021년에는 46.8%로 9%포인트 증가했다.

	2018	2019	2020	2021
농가 수	1,021	1,007	1,035	1,031
농가 인구	2,315	2,245	2,314	2,215
총인구 중 비중	4.5	4.3	4.5	4.3
만 65세 이상 비중	44.7	46.6	42.3	46.8

<출처: 통계청, 농업 조사 및 농업 총조사, 2020>

(2) 경기도 내 농가 인구 통계

경기도 시·군별 농가 인구 현황을 살펴보면 2016년 기준 화성시의 경우 3만1,589명으로 9.7%였다. 2019년에는 2만9,567명(10.5%)이었다. 오랜 기간 경기도 농업의 중심 역할을 해오고 있는 것으로 보인다.

구분	2016		2017		2018		2019		3년간 증감률
	농가 인구	비율 (%)	농가 인구	비율 (%)	농가 인구	비율 (%)	농가 인구	비율 (%)	
경기도	324,562	100%	316,573	100%	296,350	100%	282,343	100%	△13.0%
화성시	31,589	9.7%	32,073	10.1%	30,404	10.3%	29,567	10.5%	△6.4%

<출처: 경기도농업기술원, 2020, 『경기도 귀농인 영농 정착 실태조사 분석 및 지원방안』>

2. 경기도 귀농 지원 정책

1) 경기도 도농 상생 관련 지원 사업 정리

(1) 친환경 학교 급식(도농 상생 급식) 사업

친환경 농산물의 안정적 판로 확보와 농가 소득 증대, 안전한 식재료 공급으로 고품질의 학교 급식을 실현하며 경기도 내 청소년의 건강 증진을 도모하는 친환경 학교 급식 사업이 있다.

이 사업의 의의는 도농 상생을 가장 가까이에서, 청소년을 대상으로 실천하고 있다는 데 있다. 친환경 학교 급식 공공 운영의 안정성과 신뢰성을 강화하고, 도내 친환경 등 우수 농산물의 공급 비중을 70% 이상 유지하는 것을 목표로 하고 있다(경기도농수산진흥원).

<친환경 공공 급식 농산물 공급 계획에 관한 내용, 2022>

구분	총계	농산물구입현황		관내공급					관외반입				
		친환경 농산물	일반 농산물	계	친환경 출하외	G마크		일반농 산물	계	친환경		일반 농산물	수입 농산물
						농산	가공			농산	가공		
공급량	26,000	22,735	3,265	18,546	9,235	1,779	7,330	203	7,454	4,211	181	1,916	1,146
	100%	87%	12%	71%	36%	7%	28%	1%	29%	16%	1%	7%	4%
매출액	175,000	148,778	26,222	115,043	62,664	11,592	38,899	1,888	59,957	34,510	1,112	15,540	8,795
	100%	85%	15%	66%	36%	7%	22%	1%	34%	20%	1%	9%	5%

(2) 경기도 농촌 일자리 활성화

사회적 도시농업 활성화 및 일자리 창출로 도내 공동체 확산 및 공익적 가치를 증대하는 사업이 경기도 내에서 시행 중에 있다. 이는 도시농업 공동체 확산 사업으로, 유형별 사회적 배려 계층 특징을 반영한 프로그램을 운영하고 매뉴얼을 개발하고 있다.

또한 다양한 도시농업 연계 일자리 창출 기회 제공 및 맞춤형 서비스를 추진하고 있으며, 공동체 형성 및 도시농업의 다원적 가치 전파로 경기도 농업을 널리 알리고 있다.

소요 예산은 1억4,300만 원(2021년 명시 이월 43만 원)이다(경기도농수산물진흥원).

〈도시농업 공동체 확산 사업에 관한 내용, 2022〉

구분	2021년	2022년
일자리 창출사업	<ul style="list-style-type: none"> · 사업 참여자 97명 - 노인층 : 57명 - 취업취약계층 : 40명 	<ul style="list-style-type: none"> · 목표 인원 : 60명 (노인층 30명, 취업취약계층환자 30명) · 전문인력 양성 및 확대를 위한 교육지원
사회적 도시농업	<ul style="list-style-type: none"> · 전개단계 사회적 도시농업 활동 추진 · 환자 치유타발 효과검증 시범사업 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적 도시농업 프로그램 마무리 단계 추진 · 사회적 도시농업 심포지엄 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 유형별 사회적 도시농업 성공사례 공유 및 성과발표

(3) 경기도 농촌 체험 확대

경기도 내 도심 속에서 가장 가까이 농촌 체험을 할 수 있는 프로그램으로는 경기도의 도시농업 활성화 ‘도시 텃밭 운영’ 방안이 있다. 도시민의 텃밭 운영을 통해 자원화 시설을 설치하여 경기도민이 마을 공간 커뮤니티로 활용할 수 있도록 조성된 프로그램이다.

그냥드림텃밭 및 제로웨이스트 실천방안 등 프로그램 내 소규모 프로그램도 함께 실시하고 있어, 도민들의 관심이 많다. 예산 2억7,500만 원으로 진행되고 있다(경기도농수산물진흥원).

<경기도민 텃밭 운영에 관한 내용, 2022>

구분	2021년	2022년
경기도민텃밭운영	도민텃밭 4개소 운영	<ul style="list-style-type: none"> · 경기도 먹거리 기본 전략 연계 실행 <ul style="list-style-type: none"> - 토종종자 보급 확대, 음식물쓰레기 자원화 · 도시농업 연계 예술, 적정기술 등 프로그램 · 마을커뮤니티 공간 조성 <ul style="list-style-type: none"> - 텃밭놀이터, 텃밭정원 등 공유공간 조성
사회적 도시농업 프로그램 운영	장애인 치유형, 고령자, 힐링형	<ul style="list-style-type: none"> · 그랑드림텃밭 기능 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 자원봉사를 통한 기부활동 참여 및 대상자 맞춤형 사회적 도시농업 프로그램 참여 기회제공
그랑드림텃밭 운영	그랑드림코너 기부, 자원봉사 활동	

(4) 경기도 도농 상생 프로그램 개설

경기도의 도농 상생을 위해 도내 다양한 기관들에서 프로그램을 추진하고 있다. 물론 도시민이 참가할 수 있는 프로그램으로 구성되어 있는데, 그 중에는 경기도농수산진흥원에서 개최하는 경기도 도시농업 자랑대회가 있다. 도농 상생의 가치를 전파하고 우수 사례를 발굴하여 경기도 도시농업 활성화를 도모하기 위한 참여형 영상 사진 공모전으로, 텃밭을 통해 일상의 활력을 찾고 나눔을 실천하고자 하는 목적이 있다.

2) 경기도귀농귀촌지원센터 소개 및 역할

(1) 경기도귀농귀촌지원센터 소개

경기도귀농귀촌지원센터는 경기도민이 안정적으로 농촌에 정착할 수 있도록 종합적이고 체계적인 지원 시스템을 마련하기 위해 2017년 4월에 설립되었으며, 귀농귀촌 정보 데이터베이스를 구축하고 귀농귀촌인을 육성하며 귀농귀촌을 활성화하기 위한 다양한 지원 사업을 펼치고 있다.

가장 크게 세 가지의 활동 및 목표로 나눌 수 있는데, 그 중 첫 번째는 수요자 중심의 귀농귀촌 정책 개발 및 추진 방향이다. 경기도귀농귀촌지원센터는 지역 주민과 귀

농귀촌인의 관계 구축을 위한 민간 협의체를 구성하여 현장의 소리를 반영하는 정책과 프로그램을 운영하고 있다. 두 번째는 더 젊고 활기찬 농촌을 만드는 것을 목표로 한다. 청년의 창농을 지원하는 인큐베이터 플랫폼을 운영하여 농업 분야에 관심이 많은 청년들의 창업과 취업을 위해 스마트팜 교육을 운영함으로써 보다 젊고 활기찬 농촌을 만들어가고 있다. 마지막으로, 성공 귀농을 위한 다양한 분야를 지원하는 것이다. 귀농인들의 안정적인 정착을 위해 생산 농작물의 마케팅, 자가 품질 관리 시스템을 확립하고 이를 위한 역량 강화 교육을 제공하고 있다(경기도귀농귀촌지원센터).

(2) 경기도귀농귀촌지원센터 지원 사업

경기도귀농귀촌지원센터의 주요 사업은 세 가지다. 첫째, 귀농귀촌 상담실 운영이다. 귀농귀촌 관련 수요자 맞춤 상담 서비스로, 예비 귀농귀촌인의 궁금증을 해소하는 목적이다. 둘째, 귀농귀촌 박람회에 참가하여 경기도의 귀농귀촌 맞춤 정보를 제공하는 것이다. 셋째, 귀농귀촌 농가를 홍보하는 사업이다. 귀농귀촌 농가를 홍보함으로써 살기 좋은 농촌 경기도로 귀농귀촌을 유도하는 게 목적이다.

<표 3> 경기도귀농귀촌지원센터 지원 사업

	사업명	주요 내용
1	귀농귀촌 상담실 운영	귀농귀촌 관련 수요자 맞춤 상담 서비스로 예비 귀농귀촌인의 궁금증 해소
2	2022년 귀농귀촌 박람회에서 맞춤 정보 제공	귀농귀촌 박람회에 참가해 경기도의 귀농귀촌 정책과 지원 내용 홍보
3	경기도 귀농귀촌 농가 홍보	경기도 귀농귀촌 농가를 홍보함으로써 살기 좋은 농촌 경기도로 귀농귀촌 유도

<출처: 경기도귀농귀촌지원센터>

이 중 귀농귀촌 박람회 맞춤 정보 제공은 경기도의 귀농귀촌 정책을 담당자로부터 대면으로 들을 수 있기 때문에 많은 예비 농업인으로부터 호평을 얻고 있다. 귀농귀촌

정책 등 주요 영상 홍보 및 멘토링 데이를 운영할 뿐만 아니라 경기도귀농귀촌지원센터의 홍보물 배포 등 현장 안내를 실시하고 있다.

이외에도 경기도귀농귀촌지원센터가 참가하는 박람회는 다음과 같다.

No.	명칭	기간	장소	주최
1	귀농귀촌 청년창업 박람회	22.04.22(금)~22.04.24(일)	aT센터	연합뉴스, 농협
2	케이팜 귀농귀촌 박람회	22.04.28(목)~22.04.30(토)	킨텍스	대한민국지방신문협의회
3	성공귀농 행복귀촌 박람회	22.06.24(금)~22.06.26(일)	aT센터	국민일보
4	유기농·친환경·귀농귀촌 박람회	22.06.30(목)~22.07.03(일)	송도컨벤시아	메세코리아
5	K-웰니스 푸드&투어리즘 페어	22.07.27(수)~22.07.28(목)	aT센터	aT센터
6	귀농귀촌 체험학습 박람회	22.08.04(목)~22.08.06(토)	코엑스 C홀	한국체험학습교육원
6	케이팜 귀농귀촌 박람회	22.10.20(목)~22.10.22(토)	수원 메세	대한민국지방신문협의회
8	유기농·친환경·귀농귀촌 박람회	22.11.24(목)~22.11.27(일)	부산백스코	메세코리아

<출처: 경기도귀농귀촌지원센터>

3. 영농 크리에이터 정책 검토

1) 영농 크리에이터에 대한 정의

영농 크리에이터에 대한 확고한 정의는 아직 나와 있지 않다. 그러나 가장 유사한 영상 크리에이터, 로컬 크리에이터에 대한 정의를 우선적으로 짚고 넘어가야 할 필요성이 있다.

먼저, 로컬 크리에이터에 대한 정의를 보자. 지역성과 결합된 콘텐츠로 새로운 가치를 창출하는 사업가 또는 혁신가를 의미한다. 밀레니얼 세대의 수요가 높은 새로운 업종, 즉 로컬푸드, 메이커, 공예공방, 수제맥주, 커피, 도시 양조장, 자전거, 코워킹 등의 사업자들이다(모종린·박민아·강예나·허유진, 2019).

일반적인 소상공인, 자영업자 등의 개념과 구분되는 창의적인 인재들이 주도하는, 지역 특화 자원에 기반한 소상공인의 새로운 유형이다(이원빈·김계환·이두희·강지현·모종린, 2019).

지역 특성(문화, 관광 등) 및 자원(공간, 생산품 등)을 기반으로 ICT 또는 혁신적인 비즈니스 모델을 접목하여 지역 문제를 해결하고 새로운 가치를 창출하는 창업가를 의미한다. 즉, 지역의 자원과 특성 등을 기반으로 혁신적인 아이디어를 접목시켜 창업하여 지역 경제 활성화를 도모하는 (예비) 창업가이다(중소벤처기업부, 2020).

골목 상권 등 지역 시장에서 지역 자원, 문화, 커뮤니티를 연결해 새로운 가치를 창출하는 창의적 소상공인이다. 노마드(nomad)의 기질을 가지고 있으며 정서, 가치관, 편리성 등의 조건이 맞는 로컬을 찾아 콘텐츠를 생산하는 사람들이다(김혁주, 2019).

지역의 자원, 문화유산, 지리적·산업적 특성 등에 혁신적인 아이디어를 접목하여 새로운 가치를 창출하는 창업가이다(플래텀, 2020).

지역의 특성과 문화유산을 살려 콘텐츠화하고 이를 바탕으로 창업하는 이들을 말한다(소상공인방송, 2019, 「충남형 문화적 도시 재생 활성화를 위한 로컬 크리에이터에 관한 연구」).

위를 통해 알 수 있는 것은 크리에이터는 지역 혹은 다양한 자원으로부터 브랜드, 프로덕트, 공간이나 커뮤니티 등 콘텐츠를 생산하는 역할을 한다는 것이다. 일각에서는 혁신가 혹은 사업가로 지칭하기도 한다.

영농 크리에이터를 정의하면 농촌 지역에 있는 다양한 자원으로부터 시청각적으로 다양한 농업 콘텐츠를 만들어내는 크리에이터라 할 수 있다. 특히 지자체가 지원하는 영농 크리에이터의 목표는 주로 ‘도농 상생’, ‘농촌 활성화’ 등이다.

2) 영농 크리에이터 유형 및 사례

영농 크리에이터는 일명 ‘농튜버’라고 불린다.

- 농튜버

농업을 업으로 삼고 있는 농민 혹은 도시 농민이 직접 크리에이터가 되어 유튜브에서 활동하는 사람들을 말한다. 농튜버의 가장 큰 순기능은 ‘퍼스널 브랜딩’ 혹은 자신의 농장을 브랜딩 및 마케팅하는 데 큰 영향을 끼칠 수 있다는 것이다. 이는 실제로 농업 비즈니스의 선순환 역할을 하기도 하는데, 그 예시는 아래에서 확인할 수 있다.

‘농튜버’는 농업과 유튜브를 합친 신조어이다. 농업 분야에서 크게 떠오르면서 농업인들 사이에서 큰 관심을 받고 있다. 그 중 빠른 성장세를 보이는 농튜버들은 아래와 같다.

〈표 4〉 주요 농튜버들

	태웅이네	귀농빛쟁이	농사왕재배맨
운영 기간	2018년 시작	2021년 시작	2018년 시작
구독자 수	18만5,000명	5만500명	2만800명
컨셉	tvn <풀 뜯어 먹는 소리>, KBS <인간극장> 출연 이후 힐링 브이로그 컨셉	농업에 대한 현실을 생생하게 담아냄	농사 운영에 있어 청년 농업인이 겪는 고충을 담아냄
시청층	도시민, 농업인	귀농인, 농업인	농업인, 청년 농업인
콘텐츠	농촌 힐링 브이로그, 농촌의 현실 브이로그	PD와 토크 컨셉	<라들 포레스트>, <나는 농부다> 오마주 콘텐츠

3) 국내 영농 크리에이터 간략 요약

위에 소개한 농튜버들은 농사짓는 브이로그를 제외하고 가장 독특한 컨셉으로 활동하고 있는 영농 크리에이터이다. 이들의 공통점은 실제로 농사를 짓고 있는 ‘농업인’이라는 것이다.

여기서 본 연구에 대한 목적을 다시 한 번 상기할 필요가 있다. 농튜버를 떠올릴 때 혹은 영농 크리에이터를 떠올릴 때, 과연 우리는 농업인을 제외한 도시민을 떠올릴 수 있을까?

도시민 중 농업/농촌 콘텐츠를 진행하는 영농 크리에이터가 많다. 하지만 도시민이 농업에 대한 충분한 이해를 가지고 콘텐츠를 생산해내리란 쉽지 않다. 그럼에도 지자체들이 늘 강조하는 것은 SNS, 유튜브 등을 통한 도시민과 농업인 간의 소통이다. 도시민과 농업인이 단기간에 빠르게 소통할 수 있는 창구, 또 도시민으로 하여금 농업에 대한 관심을 제고할 수 있는 또 다른 방안으로 본 연구자는 경기도 청년 도시민의 영농 크리에이터로서의 도전을 제안한다.

III

연구 설계

1. 인터뷰 소개

본 인터뷰는 경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책을 기반으로 인터뷰 형식의 콘텐츠 영상으로 제작될 예정이다. 콘텐츠 제작에 관한 모든 내용은 콘텐츠 제작 일지로 기록될 예정이다. 인터뷰 지역 및 대상은 다음과 같다.

1. 인터뷰 지역 : 경기도 화성시
2. 지역 선정 이유 : 도농 복합 도시
3. 인터뷰 대상 : 만 39세 이하 청년 도시민, 만 39세 이하 청년 농업인, 농업기관 근무 직원
 - a. 인터뷰 대상 세분화
 - 청년 도시민 : 양○○ (만 32세)
 - 청년 농업인 : 이○○ (만 36세)
 - 농업기관 근무 직원 : 얼굴 노출 x
 - b. 인터뷰 촬영 날짜 및 장소
 - 청년 도시민 : 8월 3일 향남읍 스튜디오 37
 - 청년 농업인 : 8월 4일 ○○허브농원 본원
 - 농업기관 근무 직원 : 전화 인터뷰 (음성 대체 예정, 녹음본 음성 사용 예정)

2. 인터뷰 질문지

1) 농업기관 근무 직원

a. 영농 정책 분야

1. 자기 소개 부탁드립니다.
2. 경기도 혹은 화성시의 농업 정책을 소개해주세요.

b. 영농 크리에이터 정책 분야

1. 영농 크리에이터 혹은 농튜버(농업인 유튜버)를 위한 정책 혹은 지원 사업을 소개해주세요.
2. 사업 참여자들의 만족도는 어땠나요?

c. 도농 상생 분야

1. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하나요?
2. 만약 영농 크리에이터 지원 사업이 도시민으로 확대될 가능성이 있을까요?

2) 농업인

a. 영농 정책 분야

1. 자기 소개 부탁드립니다.
2. 경기도의 농업 정책 중 알고 있는 게 있나요?

b. 영농 크리에이터 정책 분야

1. 혹시 농업인 e-비즈니스 리더 양성 교육(유튜브 마케팅) 사업, 경기도 영농 크리에이터 지원 사업에 대해 알고 계신가요?
2. 경기도 영농 크리에이터에 대해 어떻게 생각하시나요?
3. 추후 이 지원 사업에 참여하실 의향이 있으신가요?

c. 도농 상생 분야

1. 도농 상생을 위해서 실천하고 있는 것이 있나요?
2. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하나요?

3. 본인이 바라는 경기도의 농업 정책은 어떤 것인가요?

3) 도시민

a. 영농 정책 분야

1. 자기 소개 부탁드립니다.
2. 경기도의 농업 정책 중 알고 있는 게 있나요?

b. 영농 크리에이터 정책 분야

1. 혹시 농업인 e-비즈니스 리더 양성 교육(유튜브 마케팅) 사업, 경기도 영농 크리에이터 지원 사업에 대해 알고 계신가요?
2. 경기도 영농 크리에이터 관련 지원은 농업인이 주를 이루고 있습니다. 이러한 상황에 대해 어떻게 생각하시나요?
3. 만약 영농 크리에이터 지원 사업이 도시민으로 확대된다면, 이 지원 사업에 참여하실 의향이 있으신가요?

c. 도농 상생 분야

1. 도농 상생을 위해서 실천하고 있는 것이 있나요?
2. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하나요?
3. 본인이 바라는 경기도의 농업 정책은 어떤 것인가요?

3. 연구 절차

	진행 날짜	주요 내용
1	4월	<ul style="list-style-type: none"> - 오리엔테이션 진행 - 연구 방향 논의
2	5월	<ul style="list-style-type: none"> - 1차 컨설팅 - 작성 방법 논의, 연구 방법 논의 - 인터뷰 대상자 모집 - 연구 계획 수립
3	6월	<ul style="list-style-type: none"> - 인터뷰 대상자 추가 모집 - 경기도 영농 크리에이터 현황 및 사례 분석 - 경기도 농업 정책 분석
4	7월	<ul style="list-style-type: none"> - 분야별 질문 리스트 작성 - 인터뷰어 확정 - 콘텐츠 제작 일지 작성
5	8월	<ul style="list-style-type: none"> - 인터뷰 영상 촬영 진행 - 인터뷰를 토대로 한 결과 도출 - 인터뷰 영상 편집 후 업로드 진행
6	9월	<ul style="list-style-type: none"> - 결과 보고 준비 - 결과보고서 작성

IV

연구 결과

1. 인터뷰 내용

1) 청년 도시민 인터뷰 내용

a. 자기 소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 저는 경기도 화성시 동탄에 살고 있는 양○○입니다.

b. 경기도 농업 정책 중 알고 있는 게 있나요?

주로 경기도에서 하고 있는 농업 정책 중에는 도시농업 활성화나 여성 농업인 육성 같은 정책을 시행하고 있는 것으로 알고 있습니다.

c. 혹시 농업인 e-비즈니스 리더 양성 교육(유튜브 마케팅) 사업, 경기도 농업인 크리에이터 지원 사업에 대해 알고 계신가요?

네. 그 사업들에 대해서 정확히 자세하게 알고 있는 건 아니지만 대략적으로 유튜브 등으로 농산물 등을 소개하는 마케팅적인 것으로 활용한다고 알고 있습니다.

d. 경기도 영농 크리에이터 관련 지원은 농업인이 주를 이루고 있습니다. 이러한 상황에 대해 어떻게 생각하시나요?

물론 영농 크리에이터 지원 사업이기 때문에 영농 크리에이터를 주로 지원하는 것에 대해서는 그럴 수 있다고 생각하는데, 영농과 관련된 콘텐츠는 꼭 농업인이 아닌 분들도 참여할 수 있다면 더 좋지 않을까 생각합니다.

- e. 만약 영농 크리에이터 지원 사업이 도시민으로 확대된다면, 이 지원 사업에 참여하실 의향이 있으신가요?

네. 만약에 그런 사업이 있다면 참여할 의향이 있습니다.

예를 들면 영농 크리에이터가 생산한 제품을 활용해서 요리대회를 한다든지 하는 콘텐츠를 제작하면 재미있을 것 같습니다.

- f. 도농 상생을 위해서 실천하고 있는 것이 있나요?

제가 개인적으로 실천하고 있는 건 따로 없지만, 저도 친척 중 농업에 종사하는 분들이 계시거든요. 그분들이 경기도 포천에서 농업을 하고 계시는데, 가족들 모두 시즌이 되면 농사를 도우러 가서 같이 일하고, 끝나면 같이 식사도 하고... 이런 식으로 활동하고 있습니다.

- g. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하나요?

네. 영농 크리에이터들의 콘텐츠가 저한테 도움이 된다고 생각합니다.

가끔 농업과 관련된 유튜브를 보면서, 작게는 직접 방문해서 참여해보고 싶기도 하고, 크게는 귀농을 하고 싶다고 생각해본 적이 있었어요.

- h. 본인이 바라는 경기도의 농업 정책은 어떤 것인가요?

저는 도시민으로서 영농과 관련된 콘텐츠를 제작까지는 아니더라도, 농가를 방문해서 참여한다든지 하는 사업이 많이 생겼으면 좋겠습니다!

2) 청년 농업인 인터뷰 내용

- a. 자기 소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 저는 경기도 화성시에서 ○○허브농원을 운영하고 있는 이○○입니다.
저는 2020년도에 청년창업농에 선정돼서 현재 3년째 농업을 운영하고 있습니다.

b. 경기도의 농업 정책 중 알고 있는 게 있나요?

현재 알고 있는 건, 귀농귀촌 대상자들을 위해 멘토-멘티 사업을 시행하고 있는 것으로 알고 있구요. 청년 농업인 사업으로 4-H 활동 지원해주시고, 저금리로 비닐하우스 시설비를 대출 지원해주는 것으로 알고 있습니다.

c. 혹시 농업인 e-비즈니스 리더 양성 교육(유투브마케팅) 사업, 경기도 크리에이터 지원 사업에 대해 알고 계신가요?

화성시 4-H 단체카톡방에서 영농 크리에이터를 하고 싶은 사람들 모집한다는 문자를 받은 적이 있는데, 확인하거나 자세히 보지는 않았던 것 같아요.

d. 추후 이 지원 사업에 참여하실 의향이 있으신가요?

초반에 교육부터 딱 잘 잡아주시면 참여할 생각은 있는데, 갑자기 “너희 이런 지원 사업이 있는데 해볼래?”라고 하면 조금 고민이 될 것 같아요.

e. 경기도 영농 크리에이터에 대해 어떻게 생각하시나요?

요새 농업인들은 유투브를 많이 하고 계세요. 제 주변에 계시는 분들만 해도 홍보를 위해 가공제품 만드는 과정을 짧게 영상으로 찍어서 올리고 계시더라고요. 그래서 되게 좋다고 생각을 합니다. 농업에 대해서 도시민들에게 알릴 수 있는 기회가 되지 않을까 싶습니다.

f. 도농 상생을 위해서 실천하고 있는 것이 있나요?

지금 저희가 <친환경 농산물 자조금 관리위원회>랑 함께 지구를 지키는 농부 서

포터즈를 하고 있어요. 그래서 제가 블로그에 포스팅을 하면 도시민들이 그걸 보시고 친환경 농산물이 어떤 건지, 어떤 농장에서 키우고 있는지 등 농사와 관련된 내용으로 서로 소통하고 있어요. 수도권에 있다 보니 도시민들이 농장을 많이 찾아와주시는 편인데, 방문하시면 농업에 관해서 이야기해드릴 때도 있습니다. 그리고 고등학생들이나 대학생들이 와도 ‘농업은 이런 거다’며 많이 알리고 있는 중입니다.

g. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하나요?

많이 된다고 생각합니다. 요즘엔 유튜브를 많이 보세요. 전화를 거는 것보다는 핸드폰으로 직접 찾아보고 알아보는 그런 세대가 되었기 때문에 많이 도움이 된다고 생각합니다.

h. 본인이 바라는 경기도의 농업 정책은 어떤 건가요?

경기도에 청년들이 많이 있다 보니 청년들에게 조금만 더 귀를 기울여주시면 좋을 것 같습니다.

2. 영상 내용


□ 영상 기획안 1 - 농업기관 근무 직원

주제	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구	책임자	강주현
날짜	* 농업기관 근무 직원과의 인터뷰는 영상 결과에 넣지 않았습니다.		
제작형식	인터뷰 녹음 형식		
영상 내용	1. 영상 형식 및 순서 - 질문 list를 토대로 질의응답을 녹음하도록 한다. - 자료 화면 (하반신 위주) 위에 녹음본을 압혀 편집하도록 한다.		
	<div data-bbox="393 715 1228 1185" data-label="Image"> </div> <p>참고자료 화면</p> - 영농 정책 분야 1. 자기 소개 부탁드립니다. 2. 경기도 혹은 화성시의 농업 정책을 소개해주세요. - 영농 크리에이터 정책 분야 1. 영농 크리에이터 혹은 농튜버(농업인 유튜버)를 위한 정책 혹은 지원 사업을 소개해주세요. 2. 사업 참여자들의 만족도는 어땠나요? 3. 영농 크리에이터, 농튜버를 준비하는 분들이 사전에 준비해야 할 점은 무엇이 있을까요? 4. 알아봐야 할 내용은 무엇이 있을까요? 5. 주의해야 할 부분은 어떤 것이 있을까요? - 도농 상생 분야 1. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하나요? 2. 영농 크리에이터 지원 사업이 도시민으로 확대될 가능성이 있을까요?		

□ 영상 기획안 2 - 경기도 청년 농업인

주제	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구	책임자	강주헌
날짜	2022. 8. 4. ○○허브농원 방문		
제작형식	인터뷰 녹화 형식		
영상 내용	<p>1. 영상 형식 및 순서</p> <ul style="list-style-type: none"> - 질문 list를 토대로 질의응답을 녹화하도록 한다. - 도시민과 함께 교차 편집하도록 한다. <div data-bbox="387 683 1225 1098" data-label="Image"> </div> <p>구도 예시 (직접 제작) - 측면</p> <ul style="list-style-type: none"> - 영농 정책 분야 <ol style="list-style-type: none"> 1. 자기 소개 부탁드립니다. 2. 경기도의 농업 정책 중 알고 있는 게 있나요? - 영농 크리에이터 정책 분야 <ol style="list-style-type: none"> 1. 혹시 농업인 e-비즈니스 리더 양성 교육(유튜브 마케팅) 사업, 경기도 영농 크리에이터 지원 사업에 대해 알고 계신가요? (설명하는 부분 넣기) 2. 경기도 영농 크리에이터에 대해 어떻게 생각하시나요? 3. 추후 이 지원 사업에 참여하실 의향이 있으신가요? - 도농 상생 분야 <ol style="list-style-type: none"> 1. 도농 상생을 위해서 실천하고 있는 것이 있나요? 2. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하시나요? 3. 본인이 바라는 경기도의 농업 정책은 어떤 것인가요? 		

□ 영상 기획안 3 - 경기도 청년 도시민

주제	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구	책임자	강주현
날짜	2022. 8. 3. 향남 스튜디오 37 방문		
제작형식	인터뷰 녹화 형식		
영상 내용	1. 영상 형식 및 순서 <ul style="list-style-type: none">- 질문 list를 토대로 질의응답을 녹화하도록 한다.- 농업인과 함께 교차 편집하도록 한다.		
	<div></div> <p>구도 예시 (직접 제작) - 측면</p>		
	<ul style="list-style-type: none">- 영농 정책 분야1. 자기 소개 부탁드립니다.2. 경기도의 농업 정책 중 알고 있는 게 있나요?- 영농 크리에이터 정책 분야1. 혹시 농업인 e-비즈니스 리더 양성 교육(유튜브 마케팅) 사업, 경기도 영농 크리에이터 지원 사업에 대해 알고 계신가요? (설명하는 부분 넣기)2. 경기도 영농 크리에이터 관련 지원은 농업인이 주를 이루고 있습니다. 이러한 상황에 대해 어떻게 생각하시나요?3. 만약 영농 크리에이터 지원 사업이 도시민으로 확대된다면, 이 지원 사업에 참여하실 의향이 있으신가요?- 도농 상생 분야1. 도농 상생을 위해서 실천하고 있는 것이 있나요?2. 영농 크리에이터나 영농 콘텐츠가 도농 상생에 도움이 된다고 생각하나요?3. 본인이 바라는 경기도의 농업 정책은 어떤 것인가요?		

□ 영상 제작 일지

주제	경기도 화성시에 거주하는 청년 농업인 섭외	책임자	강주현
날짜	2022. 7. 27.		
제작단계	섭외 단계		
요약	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구에 걸맞는 인터뷰 촬영 기획을 위하여 도농 복합 도시인 경기도 [화성시] 거주 청년 농업인을 섭외하도록 한다.		
준비 내용	<p>1. 섭외자 순위</p> <ul style="list-style-type: none"> - 경기도에서 활동하는 청년 농업인이어야 한다. - 도농 복합 도시인 경기도 [화성시] 거주 청년 농업인이어야 한다. <p>2. 섭외 방법</p> <ul style="list-style-type: none"> - 경기도 화성시 농업 커뮤니티를 분석한다. <ul style="list-style-type: none"> * 화성시 청년지원센터 * 화성시 농업기술센터 * 화성시민신문 * 화성시민기자단 <p>3. 섭외 절차</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이메일, 쪽지, DM, 전화 등 다양한 경로를 통해 섭외한다. - 현직 농업인 및 만 34세 이하 청년 농업인 중 인터뷰 촬영 보안 및 개인 정보 활용에 동의한 자로 섭외한다. <p>4. 수락된 섭외자</p> <ul style="list-style-type: none"> - 화성시민신문에 실린 청년 농업인 인터뷰 기사를 통해 도농 상생에 관심이 많고 화성시에서 뚜렷한 활동을 보이고 있는 청년 농업인이다. 		

주제	경기도 화성시에 거주하는 청년 도시민 섭외	책임자	강주현
날짜	2022. 7. 29.		
제작단계	섭외 단계		
요약	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구에 걸맞는 인터뷰 촬영 기획을 위하여 도농 복합 도시인 경기도 [화성시] 거주 청년 도시민을 섭외하도록 한다.		
준비 내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 섭외자 순위 <ul style="list-style-type: none"> - 도농 복합 도시인 경기도 [화성시] 거주 청년 도시민이어야 한다. 2. 섭외 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 청년 도시민 중 만 34세 이하로 섭외해야 하기 때문에 청년들이 활동할 만한 커뮤니티를 주력으로 섭외하였다. <ul style="list-style-type: none"> * 화성시 청년지원센터 * 화성시 MZ세대 커뮤니티 * 화성시 취업 준비, 사회 초년생 커뮤니티 (오픈 카톡방 및 카페 적극 활용) 3. 섭외 절차 <ul style="list-style-type: none"> - 청년들이 자주 이용하는 SNS 중 오픈 카톡방을 적극적으로 활용하였다. - 만 34세 이하 청년 도시민 중 인터뷰 촬영 보안 및 개인 정보 활용에 동의한 자로 섭외한다. 4. 수락된 섭외자 <ul style="list-style-type: none"> - 화성시에 거주하는 만 32세 도시민으로, 평소 농업에 대해 관심만 가지고 있던 평범한 청년이다. 		

주제	경기도 화성시 농업기관 근무 직원	책임자	강주현
날짜	2022. 7. ~		
제작단계	섭외 단계 (담당자 컨택 중 / 촬영 동의 협의 과정)		
요약	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구에 걸맞는 인터뷰 촬영 기획을 위하여 도농 복합 도시인 경기도 [화성시] 농업기관 근무 직원을 섭외하도록 한다.		
준비 내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 섭외자 순위 <ul style="list-style-type: none"> - 도농 복합 도시인 경기도 [화성시] 농업기관 근무 직원이어야 한다. 2. 섭외 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 화성시 소재 농업기관 위주로 섭외하였다. <ul style="list-style-type: none"> * 화성시 농업기술센터 * 화성시 농촌자원과 * 화성시 귀농귀촌종합지원센터 3. 섭외 절차 <ul style="list-style-type: none"> - 촬영 동의 협의를 구하도록 한다. - 농업기관 근무 직원 중 인터뷰 촬영 보안 및 개인 정보 활용에 동의한 자로 섭외한다. 4. 수락된 섭외자 <ul style="list-style-type: none"> - 		

주제	콘텐츠 최종 기획안 작성	책임자	강주현
날짜	2022. 7. 31.		
제작단계	영상 콘텐츠 최종 기획안을 작성하도록 한다.		
요약	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구를 뒷받침할 10분 내외 분량의 콘텐츠 제작 최종 기획안을 작성하도록 한다.		
준비 내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 섭외자 질문 list 최종안 <ul style="list-style-type: none"> - 2차 컨설팅 내용을 바탕으로 섭외자 질문 리스트를 수정하여 최종안을 뽑아내도록 한다. 질문 리스트는 인터뷰어의 이야기를 참고하여 아주 약간은 수정을 허용한다. - 섭외자 질문 list 최종안은 8월 1일 전에 인터뷰 참가자에게 배포한다. 2. 촬영 장소 섭외 <ul style="list-style-type: none"> - 도시민, 농업인이 동일한 장소에서 촬영하는 구도는 생동감이 떨어질 수 있기에 도시민은 화성에 소재한 스튜디오를 빌려 진행하고, 농업인은 현재 농사를 짓고 있는 현장에 직접 방문하여 인터뷰를 진행한다. 농업기관 근무 직원은 부득이한 사정으로 인터뷰 음성만을 활용하기로 하였다. 3. 촬영 방식 확정 <ul style="list-style-type: none"> - 필요한 촬영 도구 및 구도, 편집 방식을 사전에 선정하여 최종 콘텐츠 기획안을 작성한다. 4. 촬영 보안 각서 제작 <ul style="list-style-type: none"> - 인터뷰 촬영을 위하여 촬영 보안 각서 및 개인 정보 활용 동의를 구한다. 		

주제	최종 질문 list 배포	책임자	강주현
날짜	2022. 8. 1.		
제작단계	영상 콘텐츠 최종 질문 리스트를 각 인터뷰어에게 배포한다.		
요약	경기도 영농 정책 및 영농 크리에이터 정책에 관한 연구 관련 인터뷰 진행을 위한 질문 리스트를 사전에 배포한다.		
준비 내용	<ol style="list-style-type: none"> 1. 섭외자 질문 list 배포 <ul style="list-style-type: none"> - 질문 리스트를 사전에 배포하여 연구 콘텐츠에 대한 이해도를 높이도록 한다. - 혹시 어려운 질문이나, 이해하기 어려운 부분이 있으면 촬영 이전에 회의를 갖는다. 2. 촬영 내용 전달 <ul style="list-style-type: none"> - 촬영 방식, 촬영 내용, 연구 정책 제안 내용에 대한 것들을 사전에 배부한다. - 모든 촬영 전달 및 연락은 빠른 응답을 위하여 카카오톡 메시지, 혹은 전화로 한다 3. 촬영 방식 및 구도 최종 점검 <ul style="list-style-type: none"> - 인터뷰 촬영 장소가 농장과 스튜디오로 각각 다르기 때문에, 구도나 촬영 방식을 사전에 다시 한 번 점검하도록 한다. 또한 촬영 장비를 사전에 체크하도록 한다. 4. 촬영 보안 및 개인 정보 활용 동의를 사전에 고지한다. 		

주제	인터뷰 촬영	책임자	강주현
날짜	2022. 8. 5.		
제작단계	인터뷰 촬영 단계		
요약	인터뷰 촬영/녹음을 진행하도록 한다.		
준비 내용	<p>1. 농업인 인터뷰</p> <ul style="list-style-type: none"> - 장소 : ○○허브농원 - 준비물 : 인터뷰 질문지, 카메라 및 녹음기, 삼각대와 노트북 - 기획안에 작성했던 구도대로 진행한다. <p>인터뷰 촬영은 1시간 내로 끝내도록 하며, 최대한 편안한 분위기에서 진행되도록 돕는다.</p> <p>2. 도시민 인터뷰</p> <ul style="list-style-type: none"> - 장소 : 화성 향남 스튜디오 37 - 준비물 : 인터뷰 질문지, 카메라 및 녹음기, 삼각대와 노트북 - 기획안에 작성했던 구도대로 진행한다. (스튜디오 내부) <p>인터뷰 촬영은 1시간 내로 끝내도록 하며, 최대한 편안한 분위기에서 진행되도록 돕는다.</p> <p>※ 주의할 점 : 녹음은 따로 진행한다.</p>		

주제	인터뷰 촬영 편집	책임자	강주현
날짜	2022. 8. 10.~30.		
제작단계	인터뷰 촬영물 편집		
요약	인터뷰 촬영/녹음본을 토대로 인터뷰 촬영물을 편집하여 업로드한다.		
준비 내용	 		

3. 인터뷰 결과

- 청년 농업인 인터뷰 결과물 도출 (영상 제작 → 편집 → 유튜브 개인 채널 업로드)
<https://youtu.be/q3sfnAm84BI>



전 세대가 공감하는 농업을 키우는 사람들 (원평허브농원 이지원 대표)

조회수 2회 · 2022. 9. 4.

👍 1 🗑 싫어요 ➡ 공유 ↴ 오프라인 저장 🎞 클립 ➡ 저장 ...



농자
구독자 256명

분석

동영상 수정

www.youtube.com/watch?v=13WDP5lh5Hw&t=3s 최연여고 고모 사어 지해음 의해 제작하게 되었습니

- 청년 도시민 인터뷰 결과물 도출 (영상 제작 → 편집 → 유튜브 개인 채널 업로드)
<https://youtu.be/ZewuWKwviVM>



경기도 청년이 생각하는 경기도 농업 이야기

조회수 1회 · 2022. 9. 4.

👍 1 🗑 싫어요 ➡ 공유 ↴ 오프라인 저장 🎞 클립 ➡ 저장 ...



농자
구독자 256명

분석

동영상 수정

www.youtube.com/watch?v=SH5win3m2aM&t=48s 최연연구 고모 사업 진행을 위해 제작하게 되었습니다

V

결론

1. 연구 요약

이 연구는 진입 장벽이 가장 낮고 거부감이 없는 ‘미디어’를 통해 귀농귀촌을 준비하는 예비 농업인, 농업을 사랑하는 도시민 등이 하나 되기 위한 ‘도농 상생’을 실현하고자 하는 사람들에게 대한 궁금증에서부터 시작하였다. 본 연구자는 경기도 도시민과 농업인이 하나 되어 함께 소통하는 방안으로서 비대면 콘텐츠 제작과 영농 크리에이터 정책 지원 확대 방안 등을 제시하기 위하여 도시민, 농업인 인터뷰 영상 콘텐츠를 제작하고자 하였다.

연구 초기에 인터뷰는 원래 경기도에 거주하고 있는 청년 농업인 및 청년 도시민, 농업기관 근무 직원으로 설정하였으나 농업기관 근무 직원의 개인적인 견해가 들어가는 인터뷰 내용으로 준비사항에 오류가 있어, 주관적인 견해를 들을 수 있고 개선방안이나 발전 방안을 함께 나눌 수 있는 청년 도시민과 청년 농업인 두 명으로 설정하여 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰 진행 중에는 개인적이지만 경기도의 도농 상생 발전을 위해 어떤 점을 바라는지, 도농 상생을 실현하기 위해 경기도 청년으로서 실천하고 있는 것은 어떤 것들이 있는지 함께 이야기를 나눌 수 있었다.

영상 결과물을 도출하여 업로드하게 된 채널은 ‘농자’ 채널로 본 연구자가 가지고 있는 유튜브 개인 채널이다. 본 연구자는 농업인은 아니지만 농업에 대해 관심이 많고 경기도 도농 상생에 관심이 많은 사람으로, 이미 농업 관련 콘텐츠를 여러 차례 생산한 바가 있다. 본 연구자의 채널 구독자 대다수가 도시민들이라는 것을 감안하였을 때, 많은 사람들이 경기도 농업과 영농 크리에이터 지원 사업에 대해 어떻게 생각하는지 서로 소통할 수 있는 창구가 되기를 바랐다.

2. 주요 개선방안

본 연구자 또한 농업인 크리에이터가 아닌, 농업을 사랑하는 도시민으로서 영농 크리에이터로 활동하고 있다. 경기도가 지원하는 정책 중 다수가 현직 농업인을 대상으로 영농 크리에이터 교육 및 지원을 확대하고 있는데, 실제로 이는 농업인에게 큰 도움이 된다는 것을 청년 농업인 인터뷰를 통해 알게 되었다.

청년 농업인 인터뷰를 통해 찾게 된 개선점은, 초기에 진입하는 초보 예비 크리에이터 농업인들에게 체계적인 커리큘럼과 교육방안을 내놓아야 한다는 것이다.

아무래도 영농, 농업인 크리에이터 지원 사업 및 교육은 단기적으로 진행되는 경우가 많기 때문에 경기도 농업인이 쉽게 접근하기 어려울 수 있다. 따라서 지속적인 지원 대책이 추가된다면 더욱 좋겠다는 생각이다.

다음으로, 본 연구자가 원했던 것처럼, 경기도 영농 크리에이터 지원 사업에 ‘도시민도 참여할 수 있도록’ 하는 것이다. 본 연구자가 인터뷰한 청년 도시민은 영농 크리에이터 교육이나 지원 사업에 도시민도 참여할 수 있게, 혹은 함께할 수 있도록 확대되면 참여할 의사가 있느냐는 질문에 긍정적으로 대답하였다. 당초에 본 연구자는 경기도의 영농 크리에이터 정책에 도시민도 참여할 수 있도록 확대하는 것에만 초점을 두었다. 그런데 인터뷰 후 영농 크리에이터 교육이나 지원 사업에 도시민과 농업인이 함께한다면, 더욱 창의적인 콘텐츠 생산이 가능하며 도시민과 농업인이 서로 교류할 수 있는 소통 창구가 더욱 늘어날 것이라고 기대할 수 있게 되었다.

마지막으로, 영농 크리에이터 정책은 교육이나 커리큘럼뿐만 아니라 체계적인 육성 사업과 추가적인 지원, 또 콘텐츠를 제작할 수 있도록 소정의 제작비 지원이 함께 진행된다면 훨씬 더 큰 도움이 되리라고 생각한다. 실제로 도농 상생에 있어 영농 크리에이터가 미디어에서 미치는 영향은 실로 거대하다. 결과물로 도출된 인터뷰 영상을 확인하면 알 수 있듯이, 경기도의 청년 농업인 혹은 청년 도시민 모두 도농 상생에 있어 영농 콘텐츠가 기여하는 바가 크다고 말하고 있다. 따라서 경기도에서는 도농 상생을 위해 농업인, 도시민의 미디어로서의 소통 창구 확대 방안과 영농 크리에이터 지원 사업 확대 및 활성화에 도움을 주는 새로운 정책들과 지원들이 꼭 필요할 것이다.

참고문헌

경기도농업기술원, 2020, 『경기도 귀농인 영농 정착 실태조사 분석 및 지원 방안』.

통계청, 2021년 농림어업조사 결과 보도자료.

경기도, 2022, 2022년 경기 농정 주요 현황 및 지표.

김정연, 2011, 「도농 균형 발전을 위한 도농 상생 협력방안」, 충남발전연구원.

경기도귀농귀촌지원센터

경기도농업기술원

경기도 화성시농업기술센터