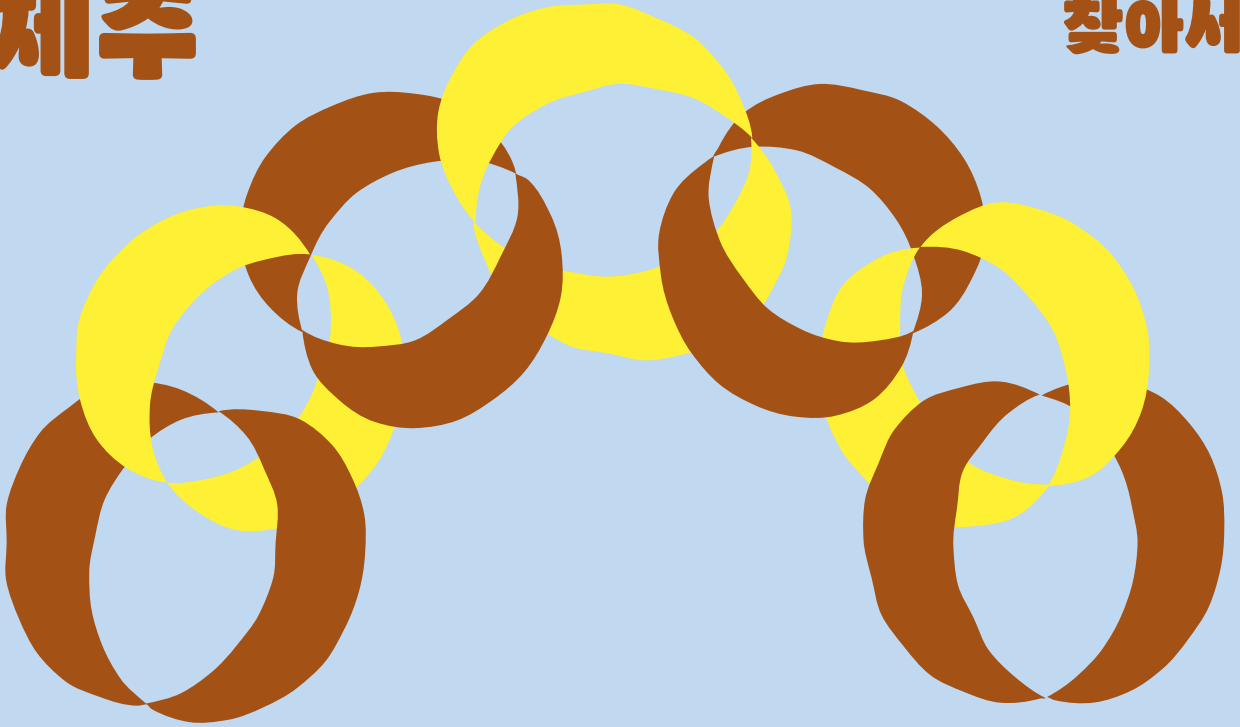


농부시장포럼 제주

농부시장의
가치와 의미를
찾아서



제주시
새활용센터
제주 제주시 고다시길 39

2024.
11.1.(금)
-11.2.(토)

2024 제주발한끼 캠페인 <제주농부시장포럼>

Why Farmers Market? 농부시장의 가치와 의미를 찾아서

농부시장은 우리에게 어떤 존재일까요?
농부시장의 가치와 의미를 함께 찾아봅시다.

<제주농부시장포럼>은 전국 각지에서 농부시장을 이끌어가는 이들이 제주에 함께 모여 대화하는 자리입니다. 우리는 이 대화를 통해 농업과 먹거리 그리고 지역사회의 회복력을 만들어가는 농부시장이 이 땅에 뿌리내릴 수 있도록 소통하고 연대하려고 합니다.

평소 농부시장을 만들고 싶었던 이들과 농촌 문제 해결에 관심이 많은 이들의 공론의 장이 될 뜻깊은 자리에 여러분들을 초대합니다.



주최  농림축산식품부  제주시

주관 제주시농촌  신활력플러스사업추진단 농부시장 마르쉐

협력 한국농부시장네트워크(준), 올바른농부장, 자연그대로 농민장터

목차

전체일정

사전행사

- 공개 강연 제주 농업의 미래를 생각하는 [새로운 농민, 새로운 시장]
 김정섭 박사/한국농촌경제연구원
 - 한국농부시장네트워크(준) 회의
-

부대행사

- 농부시장@제주
 - 참여시장들
 - 농부토크 : 우리 모두의 농부시장
-

본행사

농부시장포럼

- 여는말
 - 환영사
 - 주제발표 **영역시장으로서의 농부시장, 제도화의 모색**
 - 송원규 박사 | 농업농민정책연구소 '너름' 선임연구위원
 - 사례발표1 **로테르담 파머스마켓 이야기**
 거버넌스를 통해 이뤄낸 지역 먹거리 체계
 - 게르다 지즐스트라 | 네덜란드 로테르담스 우그스트 총괄
 - 사례발표2 **대화하는 농부시장 마르쉐 12년 경험과 모색**
 - 이보은 | 농부시장 마르쉐 설립자, 마르쉐친구들
 - 종합토론 **Why Farmers Market? 농부시장의 가치와 의미를 찾아서**
-

환대의 제주

함께하는 사람들, 포럼 연혁

제주농부시장포럼 전체 일정

일시 및 장소

일시 2024. 11. 1.(금) ~ 11. 2.(토)

장소 제주시 새활용센터 | 제주 제주시 고다시길 39

2024. 11. 1.(금)

공개강연 | 17:00-18:00

제주 농업의 미래를 생각하는

[새로운 농민, 새로운 시장]

김정섭 박사/한국농촌경제연구원

2024. 11. 2.(토)

1부

농부시장@제주 | 11:00-14:00

11:30 (40분)

<농부시장 투어>

농부시장@제주에 참여하는 3개의 농부시장들과
제주시 농촌 신활력 플러스 '제주밭' 사업 부스를 함께
돌아보며 이야기를 듣습니다

13:00 (40분)

<농부 토크 : 우리 모두의 농부시장>

농부에게 농부시장은 어떤 존재일까요?

왜 우리에게 농부시장이 필요할까요?

올바른농부장과 자연그대로 농민장터의 기획자와

농부가 우리의 목소리를 전합니다.

2024. 11. 2.(토)

2부

농부시장포럼 | 14:00-18:00

주제발표

영역시장으로서의 농부시장, 제도화의 모색

송원규 박사 | 농업농민정책연구소 '너름'

선임연구위원

사례발표1

로테르담 파머스마켓 이야기

거버넌스를 통해 이뤄낸 지역 먹거리 체계

게르다 지즐스트라 | 네덜란드 로테르담스 우그스트

총괄

사례발표2

대화하는 농부시장 마르쉐 12년 경험과 모색

이보은 | 농부시장 마르쉐 설립자, 마르쉐친구들

종합토론

좌장

김정섭 박사 | 농촌경제연구원 선임연구위원

토론자

김자경 학술연구교수 | 제주대학교

공동자원과지속가능사회연구센터

온수진 팀장 | 서울시 정원도시국 조경과

이재근 단장 | 제주시 농촌신활력플러스사업 추진단

장상기 대표 | 지역다운레이블

제주농부시장포럼 사전행사 — 공개강연

2024. 11. 1.(금)

15:00-20:00

사전행사

시간	소요시간	제목
15:00 ~ 16:40	100분	비공개 행사 한국농부시장네트워크 회의 제2회 세계농부시장연합(WFMC) 총회 리뷰
17:00 ~ 18:00	50분	공개 강연 제주 농업의 미래를 생각하는 [새로운 농민, 새로운 시장] 김정섭 박사 한국농촌경제연구원
18:00 ~ 20:00	120분	비공개 행사 다이닝 & 네트워킹

제주 농업의 미래를 생각하는 [새로운 농민, 새로운 시장]

김정섭 박사

한국농촌경제연구원

강연의 제목은 ‘제주 농업의 미래를 생각하는 새로운 농민, 새로운 시장’이라고 되어 있습니다만, 제가 전해 드리려는 이야기는 제주뿐 아니라 전 세계적으로 일어나는 일에 관한 것입니다. 미리 밝혀 두자면, 이 강연의 뒷부분에서 다룰 ‘농민 시장’에 관한 내용은 2023년 12월에 서울에서 강연했던 것이기도 합니다.

오늘은 농민과 농업에 관한 말씀부터 드리겠습니다. 이 내용의 상당 부분은 네덜란드의 바헤닝엔 대학(Wageningen University)에서 농촌사회학을 가르치고 연구하셨던 플루흐(J. D. van der Ploeg) 교수의 연구와 저술에 기초한 것입니다. 플루흐 교수는 연세가 76세이신데, 우리나라에는 잘 알려지지 않았지만, 농촌사회학 및 농민 연구의 세계적인 대가(大家)입니다. 플루흐 교수가 쓴 “새로운 농민”이라는 책을 제가 번역해서 2019년에 출판한 적이 있습니다. 오늘 제 강의는 그 책에 나오는 내용에 바탕을 둔 것입니다. 이제 본론으로 들어가겠습니다.

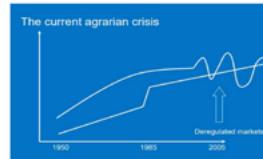
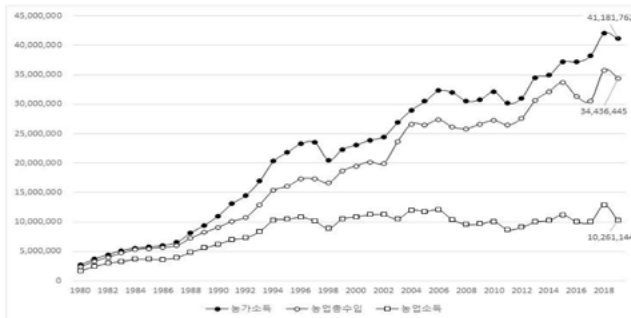
‘위기’라는 표현은 식상할 정도로 흔합니다. 일년 내내 ‘위기’라는 말을 듣습니다. 그래서 망설여지기는 합니다만, 플루흐 교수가 말한 ‘삼중위기’에 관해 설명하겠습니다. 농민·농업·농촌, ‘농’이라는 말이 들어가는 이 대상들이 세 가지 영역에서 중첩된 위기를 경험하고 있습니다. 이 자리에는 현장에서 농사짓는 분들이 계실 텐데요. 농민들, 그리고 농부시장에 관여하시는 분들도 체감할 수 있는 이야기일 겁니다.

한국 농업·농촌·농민의 삼중 위기

경제의 위기

- 외부 투입재, 테크놀로지, 신용 등이 중요한 자원이지만, 의존관계로 들어가는 문
- 규모 확대, 자본집약적 영농이 정당? 그런 식으로 탈출한 농민은 몇 명?

농가소득 및 농업소득 추이(1980-2019)



첫 번째 위기는 경제적 위기입니다. 위 그래프는 제가 2019년 말에 만들어 본 것입니다. 아직 업데이트를 하지는 않았습디만, 지금 상황도 크게 다를 것은 없으리라 봅니다. 그림에서 가장 위쪽에 선이 농가의 소득을 보여주는 것입니다. 2019년 기준으로 농가소득은 평균 4,000만 원을 조금 넘습니다. 올해에는 5,000만 원을 넘었다고 하지요. 그런데 소득이나 자산에 관한 통계자료를 볼 때 ‘평균값’의 의미는 조심스럽게 해석해야 합니다. 평균은 중간이 아닐 가능성이 아주 높습니다. 대개, 소득이나 자산은 현실에서 정규분포를 이루지 않기 때문입니다.

어느 학교에서 학생들의 성적을 놓고 볼 때, 나의 영어 점수와 우리 반의 영어 점수 평균값이 비슷하다면, ‘내 영어 실력은 중간 정도 되겠구나’라고 생각할 수 있습니다. 그런데, 소득은, 농가소득이든 금융소득이든, 평균 정도라면 대개는 중간을 웃도는 수준입니다. 한국의 평균 가구 소득이 5,000만 원을 넘을 것입니다. 농가소득도 평균적으로 5,000만 원 정도라고

합니다. 그러면 일년 동안 5,000만 원 정도는 벌어야 중간이라는 말일까요? 아닙니다. 중간값이 있습니다. 가령, 한국의 가구수가 2,000만 가구라 치면 소득순으로 1등부터 2,000만 등까지 쭉 줄 세운 다음에 중간을 찾으면 1,000만 등이겠지요. 그 사람의 소득을 중간값이라고 부릅니다. 그런데 소득과 관련해서는 이 중간값이 평균값보다 한참 적습니다. 이 이야기는 돈을 아주 많이 버는 사람이 소수 있고, 하층이 다수인 그런 구조라는 뜻입니다. 그렇지만 흔히들 평균 소득을 가지고 이야기합니다.

그래프에서 중간에 있는 선이 농업총수입, 쉽게 말하자면 농산물 매출액입니다. 약 3,400만 원 정도이지요. 유의할 것은, 이것이 ‘매출액’이지 ‘농업소득’이 아니라는 점입니다. 농업소득은 맨 밑의 선입니다. 약 1,000만 원입니다. 농가소득을 이야기할 때 이런 구조가 있다는 점을 모르시는 분들이 뜻밖에도 많습니다.

다시, 정리해보겠습니다. 맨 위의 실선이 농가 소득입니다. ‘농가’란 가구원 중 한 명 이상이 농사짓는 집을 말합니다. 그 집에서 벌어들이는 모든 소득, 예컨대 제가 농사지어서 3,000만 원의 소득을 얻는데 제 부인이 학교 교사여서 연봉 5,000만 원을 받는다면, 우리 집은, 우리 집은 제가 농사를 지으므로 농가입니다만, 우리 집의 총 소득, 즉 농가 소득이 8,000만 원이 되는 겁니다.

그런데 우리가 궁금한 것은, 그중에서도 농사지어 버는 돈이 얼마인가하는 점이잖아요? 부인이 학교에서 월급받는 것 말고, 진짜 농사지어서 버는 것의 총액, 즉 ‘농사의 매출액’을 농업총수입이라고 합니다. 이 그림에서는 대략 3,400만 원쯤 되지요. 이것이 농산물을 모두 판매한 매출액입니다. 그런데 그게 다 소득인 것은 아니지요. 농업총수입에서 농약값, 비료값 등 비용을 빼야 하지 않습니까? 비용을 다 빼고 남은 것이 가장 아래의 실선입니다. 약, 1000만 원. 이것을 ‘농업소득’이라고 부릅니다.

우리나라에 100만 농가가 있는데, 평균적으로 보아서 농업소득이 농가소득의 3분의 1이 안 됩니다. 그 농가가 소득으로, 즉 자기가 쓸 수 있는 돈으로 1년 동안 버는 돈 중에 농사로 버는 돈은 3분의 1 정도라는 말입니다.

평균적으로는 3분의 1이 농업 소득이고 3분의 1 정도가 농외 소득입니다. 그리고 나머지 3분의 1이 이전소득입니다. 이전 소득이란, 연세 드신 집 같으면 자식이 보내 주는 용돈이나 직불금처럼 나라에서 받는 보조금이나 연금 같은 것을 말합니다. 그러니까 노동하지 않고 받는 소득입니다.

이 그림을 놓고 제가 말씀드리고 싶은 것은 “농가들이 농사를 지어서 돈을 그다지 못 번다. 평균 천만 원밖에 못 번다.”는 이야기이지만, 그것이 이야기의 전부는 아닙니다. 이것하고 농업총수입과 농업소득의 차이가, 대략 2400만 원 정도입니다. 매출액이 3400만 원인데, 결국 비용 빼고 최종적으로 내 주머니에 들어오는 건 천만 원입니다. 그렇다면 2400만 원은 비용으로 다 나간 겁니다. 농사지으면서 나가는 비용이라면 농약값, 비료값, 땅을 빌린 경우 토지 임차 비용, 그다음에 농기계 비용 등등 그런 것들입니다. 그것이 농사 매출액의 3분의 2 이상을 차지합니다.

이런 걸 보고 우리가 뭐라고 그러죠? ‘남는 게 별로 없는 장사’라고 합니다. ‘이문이 박한 장사’이지요. 그렇다면 농업은 원래부터 이렇게 ‘이문이 박한 장사’였을 까요? 그래프의 왼쪽으로 가서, 1990년대를 보시면 농업총수입과 농업소득 사이에 큰 차이가 없습니다. 이 시기에는 농사로 큰 돈을 벌지는 못하는 것 같지만(이 그래프가 물가상승률을 고려하지 않은 것이라는 점을 염두에 두면, 당시에 그렇게 아주 못 버는 것은 아니었다고 봅니다), 그래도 소득이 비용보다 더 많았습니다. 1990년대 초반만 해도 그랬습니다. 지금은 비용이 소득보다 월등히 많습니다. 이문이 아주 박한 장사예요. 이 말씀을 드리고 싶었던 겁니다.

플루흐 교수가 그린 그림이 파란 박스 안에 나옵니다. 더블 스퀴즈(double squeeze) 상황을 표현한 것입니다. ‘이중으로 쥐어짜기’라고 번역할 수 있겠습니다. 쥐어짤다고 그러죠. 농업소득을 마른 수건 쥐어짜듯이 힘겹게 얻는다는 뜻입니다. 그래프는 네덜란드의 상황을 보여줍니다. 한국 농가의 상황도 이와 다르지 않습니다. 그림을 살펴보지요. 위쪽의 선이 농산물 가격, 즉 매출액(농업총수입)을 그린 것입니다. 아래쪽 선이 비용입니다. 보시는 것처럼 제2차 세계대전 이후 네덜란드에서는 농산물 가격이 계속 올랐습니다. 그러면서 비용도 오릅니다. 가격, 즉 매출액에서 비용을 뺀

이 차이가 바로 농업소득입니다. 그래프를 보면 그 차이, 즉 농업소득이 점점 커집니다. 1980년대 초반에는 농업소득이 꽤 커집니다. 그러다가 1980년대 중반 이후로는 농산물 가격이 오르지 않습니다. 여러 해가 지나도 더는 오르지 않습니다. 대신 비용은 점프(jump)합니다. 그래서 이 차이, 즉 농업소득이 확 줄어들지요. 농산물 가격이 오르지 않으니 힘들고, 비용이 올라서 또 힘듭니다. 그래서 ‘이중으로 쥐어짜기를 당한다’고 말합니다.

최근에는, 즉 2000년대 들어서는 농산물 가격이 불안정합니다. 올라갔다 내려오기를 반복합니다. 우리나라도 그렇습니다. 여러분들도 그걸 느끼시죠? 농산물 가격은 전체적으로 잘 오르지 않는 것 같은데, 가끔 보면 특정 품목의 가격이 폭락했다가도 그다음에 확 올라가기도 합니다. 그러나 여러 해 동안의 농산물 가격을 평균적으로 보면 그다지 오르지 않았습니다. 그래서 아주 불안한 상황이고, 비용은 말할 수 없이 오르고 있습니다. 이것이 경제적인 측면에서 농민들이 처한 위기입니다.

1990년대 초반부터 2018년까지, 거의 30년 동안 농업소득은 비슷한 수준입니다. 물가상승률을 고려하면 1990년대 초반보다 상황이 더 나쁜 것일 수도 있습니다. ‘도시근로자 가구소득’이라는 통계자료가 있습니다. 1992년에, 도시근로자 가구소득을 100으로 치면, 농가소득이(농업소득이 아닙니다) 90정도는 되었습니다. 그래서 1980년대에는 농촌에서 농사지어서 자식을 대학에 보낼 수 있었습니다. (물론, 땅을 조금 팔아야 했지요.) 그런데 중요한 것은 그 60마저 농업소득이 아니라는 겁니다. 아까 말씀드린 대로, 농가소득에서 농업소득이 차지하는 몫은 1/3 정도입니다. 그러니까 농가에서 농사지어 얻는 소득은 도시근로자 가구소득의 20퍼센트에 불과합니다. 이것이 농가가 처한 경제적 위기입니다. 너무도 익숙한 이야기입니다. 슬픈 이야기이지만 다들 아는 이야기입니다.

두 번째 위기, 환경적 위기에 관해 말씀드리겠습니다. 오늘 이곳에 오다 보니까, 이름도 길던데, ‘농촌진흥청 국립원예특작과학원 온난화 대응 농업연구소’라고, (다 외웠습니다.) 간판이 붙은 건물을 보았습니다. 여기 계신 분들은 다들 느끼고 계시죠? 체감하시죠? 기후 그리고 환경과 관련된 문제들. 어쩌면 이

부분은 농업의 본질적인 측면에 닿아 있다고도 말씀드릴 수 있겠습니다.

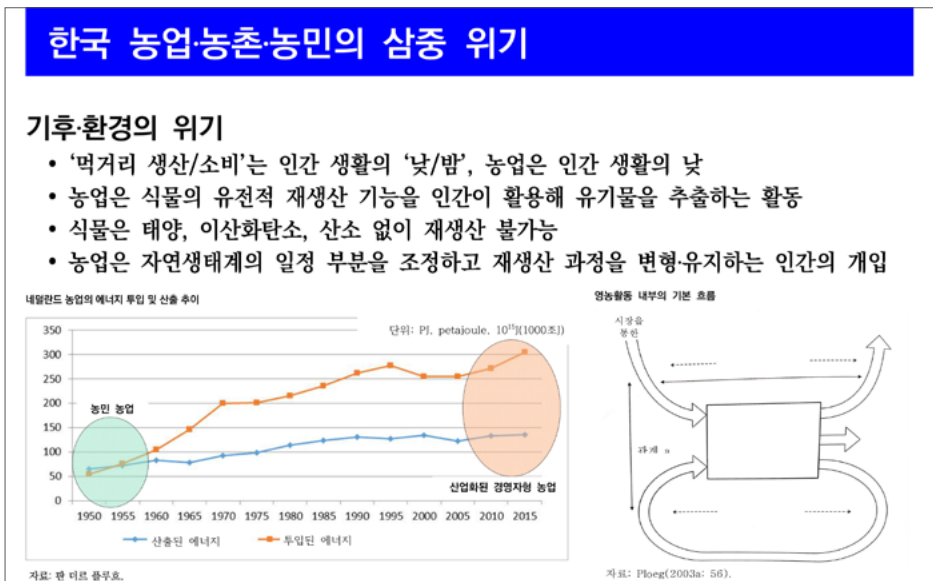
누구든 붙들고 다짜고짜 ‘농업이란 무엇입니까?’라고 묻는다면 ‘먹거리를 만들어내는 것’이라고 답할 것입니다. 인간 생활에서 먹거리를 생산하는 일, 즉 농업과 먹거리를 소비하는 것은 아침에 해 뜨고 저녁에 해 지는 것과 마찬가지로의 일입니다. 어느 날 갑자기 해가 안 뜨면 어떻게 될까요? 밤이 되었는데도 해가지지 않으면 어떻게 될까요? 난리가 날 겁니다. 먹거리를 생산하고 그 먹거리를 먹는 것, 이 순환이 작동을 멈추면 인간 사회는 끝나는 겁니다. 아주 기본적인 것이잖아요? 문제는 그게 지금은 점점 어려워지고 있다는 점입니다. 예전 같지 않다는 겁니다. 오늘도 한반도가 뜨거워지고 있으니 아열대 작물을 재배할까, 아니면 무슨 작물을 심어야 하나, 하는 등의 고민이 있으신 분들이 이곳 제주도에 많을 것입니다. 그래도 여기는 따뜻한 동네이니까 그런 고민이라도 하지만, 중부 지방에서는 그런 고민조차 쉽지 않습니다.

솔직히, 저는 ‘아열대 작물을 심어서 판로를 뚫어보자’는 식의 대책에 그다지 기대를 걸지 않습니다. 아열대 작물이 잘 재배되려면 20년쯤은 더 있어야 할 것 같아요. 제주도나 거제도 같은 곳에서 파인애플을 재배하기 시작한 게 1970년대입니다. 그때에 비하면 앞으로는 조금 더 잘 되겠지요. 날씨가 따뜻해졌으니까요. 그렇다고 해서 파인애플을 재배해서 한국 농업에서 의미 있는 비중을 차지할 수준이 될 수 있는 정도의 기후는 아니라고 봅니다. 한 20년쯤 뒤라면 모를까. 아무튼 생물학적인 의미에서 농업 자체가 굉장히 힘들어진 상황이라고 볼 수 있습니다.

그다음으로 에너지 문제, 환경 문제 등 이런 것들이 굉장히 심각한 상황입니다. 모두 아시다시피 농업이라는 건 일반 제조업이나 광업하고 다릅니다. 아주 달라요. 본질적으로는 ‘식물의 유전적 재생산 기능을 인간이 활용해서 유기물을 추출하는 활동’이라고 나옵니다, 교과서에는요. 농업은 자연도 아니고 문화도 아닙니다. 인위적인 것도 아니고 자연적인 것도 아닙니다. 농업은 그 중간쯤에 걸쳐 있습니다. 자연 그대로 놔두는 건 농업이 아닙니다. 물론 그런 농법도 있습니다만. 거의 자연 그대로 놔두는 농법도 있지만, 거의 벼 반 피 반 있는 그런 것도 있지만 그것 역시 인간의 손길이 가는 것입니다.

그렇다고 해서 인간이 마음대로 100% 통제하는 그런 활동은 아닙니다. 그래서 힘든 것입니다. 좋은 말로 하면 인간과 자연의 코프로덕션(co-production), 즉, 공동 생산하는 것이 농업입니다. 다른 식으로 얘기를 하면, 뭐랄까, 적당히 타협을 해야 합니다, 인간과 자연이.

어떻게 타협을 해야 될까요? 인간이 쓸 만큼 충분한 먹거리를 (남아돌 지경은 아니고요. 굶을 수는 없습니다.) 생산하되, 동시에 너무 많이 뽑아내서 자연이 더 이상 지탱하지 못할 정도는 되지 않도록 해야 합니다. 식물의 재생산 과정에 인간이 적당한 수준으로 개입하는 것이 바람직한 농업이라고 생각합니다만, 쉽지 않습니다.



지금 보시는 그래프는 2019년에 플루흐 교수가 우리나라에 왔을 때, 국회에서 토론을 했는데, 그때 보여주신 그래프입니다. 에너지를 그린 건데요. 위에 있는 주황색 선이 뭐냐 하면 농사짓는 데 들어가는 에너지입니다.

농사짓는 데 들어가는 가장 중요하고 기본적인 에너지는 태양 에너지입니다. 그다음에 인간의 노동력도 물리적인 에너지가 들어가는 것이고, 노동력을 확대하는 기계를 사용할 때에도 에너지가 들어갑니다. 그다음에 비료 같은 걸 쓴다면 화학비료의 주원료는 석유이기 때문에, 그것도 에너지가

투입되는 겁니다. 에너지를 가지고 비료를 만들었기 때문입니다. 그렇게 농업에 들어가는 에너지가 빨간색 선이고요. 파란색 선은 뭐냐 하면 생산된 농산물에 들어있는 에너지입니다. 쉽게 말해서 칼로리입니다.

이걸 보면 1950년대 2차 세계대전 직후에는, 플루흐 교수는 저런 스타일을 ‘농민다운 농업’이라고 부르는데, 살펴보면 인간이 투입한 에너지의 양과 곡물, 즉 밀가루나 농산물 안에 들어있는 칼로리가 거의 같습니다. 농업활동에 들어간 에너지는 사실은 저것보다 더 많지요. 태양 에너지가 있으니까요. 태양 에너지는 이 계산에서 제외했습니다. 그리고 태양 에너지의 양은 70년 전이나 지금이나 똑같습니다. 1950년대와 비교할 때, 지금은 인간이 투입하는 에너지가 그 몇 배는 되지요? 300페타 주울입니다. 이 자료는 네덜란드에만 해당되는 것입니다. 전 세계가 아닙니다. 한편, 농산물에 들어있는 에너지는 그것의 약 1/3수준입니다. 이것이 무엇을 의미할까요? 에너지 측면에서, 지금의 농업은 손해 나는 장사를 하고 있다는 거예요. 필요 이상으로 너무 많은 에너지를 집어넣고 있다는 것입니다. 필요 이상으로.

1950년대와 비교할 때, 필요 이상으로 많은 에너지를 투입하고 있다는 말입니다. 그때나 지금이나 농산물에 들어있는 에너지는 큰 차이가 없습니다. 크게 차이가 나지 않는 저만큼의 에너지를 뽑아먹기 위해서 우리가 집어넣는 에너지가 너무 과합니다. 지금 에너지 수지가 마이너스(-)인데, 이를 경제적인 관점에서 보자면 농가에는 무엇을 의미할까요? 돈을 쓴다는 말입니다. 70년 전보다 3배 정도 많이 에너지를 투입하고 있는데요. 그런 에너지가 왜 들어갈까요? 기계를 쓰고, 화학비료를 쓰고, 필요 이상으로 많은 에너지가 들어가는 것인데 그걸 달리 얘기하면 다 돈 주고 사는 겁니다.

옆의 ‘영농활동 내부의 기본 흐름’ 그림이 농가의 농업 활동을 그린 것입니다. 가운데에 네모난 것이 농장입니다. 거기에서 바깥으로 나오는 것이 생산물입니다. 바깥으로 나오는 생산물의 흐름 중 위의 화살표로 표시한 것이 시장에 파는 농산물입니다. 가운데의 화살표는 농가에서 소비하거나 버리게 되는 것입니다. 아래쪽에 다시 농장으로 되돌아가는 흐름은 무엇일까요? 오늘 이 장소가 ‘재활용센터’죠? 재활용해서 다시 농장으로 들어가는 것을

뜻합니다. 사실 재활용이라는 말은 정확한 것이 아니고, 재생산이라고 말하는 게 옳겠습니다. 농사의 결과로 나온 것을 다시 농사에 집어넣습니다. 예를 들면 무엇이 있을까요? 가장 대표적인 것이 씨앗입니다. 열매가 바로 씨앗이잖아요. 그다음에 각종 농업 부산물을 퇴비로 만들어 농경지에에 넣죠. 평야 지대 같으면 벼농사의 부산물을, 요새는 그런 것도 잘 안 하지만 예전에는 볏짚을 다시 논에 뿌려주고 했던 말이죠. 왼쪽 바깥에서 농장으로 들어가는 화살표의 흐름은 시장에서 필요한 걸 사서 농지에다 집어넣는 것을 뜻합니다. 비료, 농약, 종자도 사 오고 있어요. 이게 농업의 구조인데, 요즘의 농업은 이것(왼쪽 위에서 시장을 통해 농장으로 투입재가 들어오는 것의 흐름)이 커졌어요. 이것이 커지고 이렇게 돌아가는 것(재생산되는 것)이 줄어들었죠. 그렇기 때문에 에너지 소비가 많은 겁니다. 이것이 과연 바람직할까요? 심각한 위기라는 얘기죠. 곰곰이 따져보면 현재 기후 문제도 있지만, 비닐멀칭 하지 않고 농사를 지을 수가 있을까요? 비닐 같은 것들이 다 석유 같은 화석 에너지를 가지고 만드는 거잖아요.

그리고 시장을 통해서 농가에 들어오는 투입재의 비중이 높아지고 있어서, 돈도 돈이지만, 다른 문제가 있습니다. 보통 우리는 농업은 생산이라고 말하지만, 정확하게 말하자면 농업은 재생산입니다. 농민들도 재생산에 대해서 알아야 합니다. 농업은 재생산이에요. 열매를 가지고 다시 뿌리는 게 농업의 기본이잖아요. 근데 요즘에는 씨앗도 사가지고 오니까... 여기 농사짓는 분 손 좀 들어보십시오. 아주 많으시네요. 여기까지만 할게요. 더 질문하면 서로 민망해질 수 있습니다. 제 동생이 시골에서 벼농사 짓고 산 지 한 17년 정도 됐습니다. 대학교 나오고 회사 다니다가 시골집으로 가서 벼농사 좀 짓고 사는데, 법씨 소독해서 못자리를 만들지 않습니다. 여기 혹시 제주도이기는 하지만, 못자리 만드는 법 아는 분 계세요? 못자리가 뭔지 모르는 분 많아요.

모내기는 다 아시죠? 모는 뭘니까? 법씨를 가지고 이렇게 싹을 낸 거잖아요. 이만큼 키운 싹을 꽃습니다. 그래서 그 싹(모)를 어떻게 구합니까? 육묘장에서 사오죠. 미리 돈 주고 예약한 뒤 모내기하는 날 모판을 가져와서 이양기에다 걸어놓고 짝 심잖아요. 제 기억에 1990년대 초반까지만 해도 육묘장이라는 게 없었습니다. 그래서 싹 틔워서 모를 키우는 일을 농민들이 직접 했습니다. 육지에 가면 논 한 마지기가 보통 200평입니다. 거기에다가 법씨를 뿌려서 싹을

티웠어요. 왜 한 마지기라고 하는지 아세요? 법씨 한 말 정도가 들어가기 때문에 한 마지기라고 합니다. 그렇게 법씨의 싹을 티워서 모내기할 때까지 키우는 그 논을 못자리라고 합니다. 병이 안 들게 법씨를 소독한 다음에 논 한 200평에 짝 뿌려 놓고 물 대놓고, 초봄에 싹을 티워서 못자리를 만들어서 싹을 틔운 다음에, 가끔 냉해 입지 말라고 비닐을 덮기도 합니다, 그걸 다 모아서 이제 비어 있는 논에 옮겨 심습니다. 그것이 모내기입니다. 못자리와 모내기하는 논의 비율이 1 대 20 정도 됩니다. 그러니까 한 마지기짜리 못자리를 만들면 20마지기, 200평 못자리 만들면 4,000평의 면적에 모내기를 할 수 있는 거예요.

이것을 요새 젊은 농민들이 몰라요. 모판을 돈 주고 사오니까. 이런 현실은 농가 수준에서 이루어지는 재생산이 아니죠. 가장 기본적인 재생산 과정이 막혀 있어요. 못자리를 직접 만들고 육묘를 하는 건 힘든 일이지요. 요즘에는. 그럼에도 불구하고 어떻게 하는지는 알아두어야 하지 않을까요? 기후, 환경 등의 변화에 농업이 제대로 대응하지 못하면서 ‘재생산이라는 농업의 본질적 측면’을 간과하게 되는 것, 이것이 두 번째 위기입니다.

세 번째 위기가 있습니다. 저는 사회학을 공부했기 때문에 이것을 심각하게 생각합니다. 사회적 위기입니다. 시골에 산다고 다 농사짓고 사는 건 아니지만 농민들이 많이 사는 곳이 농촌입니다. 그런데 일반 사람들, 한국 사회의 대중이 농촌을 어떻게 생각하는지를 따져보면 답답할 때가 참 많습니다.

한때, ‘잉여인간’이라는 단어가 유행했습니다. 영어로는 리던던트(redundant)라는 것을 ‘잉여’라고 번역한 것입니다. ‘잉여’를 뜻하는 다른 영단어로 서플러스(surplus)라는 말이 있습니다. 잉여, 서플러스는 좋은 말입니다. 그러니까 비용 다 빼고 남는 것을 잉여-서플러스라고 부릅니다. 협동조합 활동하시는 분들은 아실 겁니다. 주식회사에서는 영업이익이라고 하지만 협동조합에서는 잉여라고 부릅니다. 좋은 겁니다.

그런데 리던던트(redundant)라는 말은 뜻이 다릅니다. 이것도 남는다는 뜻인데 쓸데없이 남는 것을 말합니다. 예를 들어보겠습니다. 보통은 의자 다리가 4개잖아요. 그런데 4개의 다리들 중간 복판에 다리를 또 하나 붙였다고

가정해봅시다. 이걸 왜 붙일까요? 의자에 다리가 4개면 안 넘어지는데, 충분한데, 하나 더 붙인 겁니다. 이런 것을 리더던트-잉여라고 합니다. 요즘 도시에 실업자가 많습니다. 자본의 입장에서 보면 이들 도시의 실업자는 돈도 못 벌고 소비자로서도 가치가 없는 존재입니다. 기업 입장에서 볼 때는 중요하지 않습니다. 이런 실업자들은 상품을 사지 않으니까요. 리더던트입니다. 쓸데없어요. ‘이런 사람들을 그냥 시골로 치워버렸으면 좋겠다’고 하는 그런 식의 발상이 있습니다. 시골은, 농촌은 어떤 곳이라고 보기에 그렇게 생각할까요?

저는 정부 출연 연구기관에서 일하다 보니 공공정책이 실행되는 과정을 많이 보게 되지만, 특히 학교나 보건이니 여러 가지를 살펴보면 농촌은 거의 외면당하다시피 합니다. 시골에 들어가는 게(재원이) 없습니다. 세금을 사용하는 양을 시골과 도시를 비교해 보면, 농촌에 대해서는 정말 신경을 안 쓴다고밖에 달리 말하기 어렵습니다. 화가 나죠. 정부도 등한시하니 농촌에서 살기가 힘듭니다. 그 안에서 농사짓고 살기는 더 힘듭니다. 악순환 구조를 이룬 겁니다. 그래놓고 ‘농촌에 가면 생활경제권이 붕괴되고 뭐가 안 돌아가고 어려워서 문제다. 지방이 소멸되고 있다. 그러니 상황이 아주 힘든 곳은 포기하자.’는 식의 이야기가 흘러나옵니다. 현재 농촌에서 삶의 질이 떨어지는 문제는 농촌에서 농사짓고 사는 사람들 탓인가요? 역사적인 내력을 살펴보면 ‘사회가 농촌을, 농민을 버린 것 아닌가?’라는 생각이 듭니다.

몰라도 너무 몰라요. 이제는 의도적으로 농업이나 농촌을 외면하고 버리지 않아도 도농 간의 거리가 너무 멀어지고 사람들이 서로를 잘 모릅니다. 결과적으로 농업이나 농민이나 농촌에 대해서 제대로 인지하지 못하게 됐습니다. 그리고 이것이 농민들에게는 그리고 농촌에 사는 사람들에게는 큰 위기가 될 겁니다.

2019년에 충청남도 어느 시골 마을에, 우리가 다 아는 생협(어디라고는 말하지 않을게요), 규모로 따지면 매출 규모로 따지면 몇 위 안에 들어가는 생협의 소비자 대표님이 오신 적이 있습니다. 생협에는 그 안에 보통 생산자회가 있고 소비자회가 있지요. 소비자회 대표가 어느 농촌 마을에 왔습니다. 그 동네의 어느 농장에서는 비닐하우스에서 생강을 키우고

있었습니다. 원래는 유기농으로 업체류를 재배하는 곳인데, 연작을 멈추고 땅심을 회복하기 위해 잠깐 생강을 비닐하우스 안에 심어두었던 것이지요. 그런데 잘 크더라고요. 그래서 그 생협 소비자회 대표께서 하우스 안에 와서 자라고 있는 생강을 본 겁니다. “지금 여기 심어 놓은 것이 생강입니다. 이렇게 하우스에서 키웠더니 키가 많이 크더라고요. 노지에서는 그렇게 안 크는데요. 이것이 생강이에요”라고 농장의 농민이 설명했습니다.

국내 몇 위 안에 들어가는 생협의 소비자 대표가 뭐라고 하셨냐면, “그런데 왜 생강이 하나도 안 달렸나요?” (웃음) 도시에 사는 보통의 젊은 소비자라면 그럴 수도 있겠다 싶어요. 농장에서 생강이 자라는 모습을 볼 일이 없으니까요. 매출 규모로 상위권에 속하는 생협입니다. 매출액이 수천억 원이라는 말입니다. 그런 생협의 소비자 대표가 이렇게 말할 정도면, 농업과 농촌에 대해서 소비자들이 몰라도 너무 모르고, 농촌과 도시의 사회적 거리가 아주 먼 것 아닐까요?

2017년 가을에 중앙정부 부처에서 일하는 사무관이 저한테 한 얘기입니다. 그 당시에 농촌 대중교통이 이슈가 된 적이 있었습니다. 하도 버스가 안 다니니까요. 그래서 대선 직전에 무슨 공약도 나오고, 어느 지자체는 ‘천원버스’니 ‘천원택시’니 하는 정책을 시작하기도 했던 때입니다. 그 무렵에 마침 제가 연구원에서 ‘농촌 주민 삶의 질 정책 연구센터’라는 부서를 책임지고 있었습니다. 어느날 농식품부에서 긴급하게 연락이 왔습니다. 대중교통 관련 정책을 수립을 해야 한다고요. 그쪽 담당 사무관과 얘기를 하다가 통계를 확인해보았습니다. 면 지역으로 가면 버스가 아예 안 다니는 행정리가 있습니다. 전국 3만 6,000여 개 행정리 중에 약 5% 정도는 아예 버스가 안 오는 실정이었습니다. 택시는 말할 필요도 없지요. 시골에는 택시가 없습니다. 기절하는 줄 알았습니다. 이런 실정인데, 정부부처의 관련 업무를 맡아서 처리해야 할 공무원이 ‘농촌에서는 카카오 택시를 잘 이용하면 되지 않을까요?’라고 말합니다. 이렇게 농촌이 사회에서 멀어졌습니다. 이것이 농민, 농업, 농촌이 직면한 사회적 위기입니다. 이것 또한 농부시장과 관련 있는 일입니다.

이러한 삼중 위기 속에서 농민들은 어떤 존재일까요? 농민이란 누구일까요? 농민, 농업인, 농부. 우리나라에서 보통 세 가지 용어를 많이 사용합니다.

농부라는 말은 오늘 쓰지 않겠습니다. 그 세계로 들어가면 그곳도 복잡합니다. 농부(農夫)라는 말을 잘못 쓰면 페미니스트 한테 혼나기도 하고. (웃음) 꼭 그런 의미로 사용하는 것은 아닌데 말이죠. 그 얘기는 넘어가겠습니다.



플루트 교수가 쓴 책 ‘새로운 농민’이라는 말의 영어 표기는 ‘The New Peasantries’입니다. 농민, 영어로는 페전트(peasant)입니다. 제가 이 책을 번역할 때 뉴 패전트리스(New Peasantries)를 뭐라고 번역할까, 고심했습니다. 우리나라에서는 두 가지로 번역할 수 있습니다. ‘소농’이라는 번역도 가능하고 ‘농민’이라는 번역도 가능합니다. 고심 끝에 ‘농민’이라고 번역하는 게 맞겠다고 판단했습니다.

표준국어대사전에서 ‘농민’이란 ‘농사짓는 일을 생업으로 삼는 사람’이라고 뜻풀이되어 있습니다. 국어사전에는 그렇게 되어 있는데, 정부 기관인 국립민속박물관에서 ‘한국생업기술사전’을 편찬하면서, 농민이라는 단어에 대한 뜻풀이를 써달라고 제게 요청했습니다. 고심을 하다가 표준국어대사전의 뜻풀이 앞에 ‘농촌에 살면서’라는 말을 붙였습니다. 슬쩍 붙여놓았습니다. ‘농촌에 살면서 농사짓는 일을 생업으로 삼는 사람’이라고 한 것이지요. 그렇게 한 것에는 나름의 이유가 있습니다.

‘농업인’이라는 단어가 있기 때문입니다. ‘농업·농촌 및 식품산업 기본법’이라는 법률에 따르면, 이런 말이 나옵니다. 제3조의 1호에 “‘농업’이란 농작물재배업, 축산업, 임업 및 이들과 관련된 산업으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다.” 그리고 제3조의 2호에 “‘농업인’이란 농업을 경영하거나 이에 종사하는 자로서 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자를 말한다.”라고 되어 있습니다. 법으로 정한 농업인의 기준 중 하나가 1,000m², 그러니까 약 300평 이상의 농지에서 농사를 지어야 한다는 것입니다. 아무튼 농업인이란 농사짓는 사람을 뜻합니다. 저는 이런 정의(定義)가 아주 많이 아쉽다고 생각합니다. ‘농민이란, 농사짓는 사람을 말하는 거야’라고 한다면, 그것이 틀린 말은 아니지만 아쉬운 점이 있다는 겁니다.

이것은 사실 끝도 없는 이야기가 될 수 있지만, 조금 더 이야기하겠습니다. 이 내용으로 신문에 칼럼을 쓴 적도 있습니다. 충남 어느 농촌에 50대 중반의 여성이 살고 계십니다. 농사짓습니다. 비닐하우스에서 유기농으로 허브를 재배하십니다. 이 농장에는 정신장애인들이 오가면서 농사를 경험하기도 하고 여러 가지 보살핌을 받습니다. 이른바, 돌봄농업을 또는 사회적 농업이라고 하는 실천을 열심히 하시는 분입니다. 그 농장은 협동조합입니다. 법인격이 협동조합이어서 농업법인이 아닙니다. 현재 법적으로는 영농조합법인이거나 농업회사법인이어야만 농업법인이지요. 농업법인이 아닌 곳의 직원이어서, 열심히 농사지며 살아가시지만, 그분은 법적으로는 농업인이 아닙니다. 개인 소유의 농지는 없습니다. 그 협동조합 법인 소유의 비닐하우스 네 동에서 농사를 짓습니다. 열심히 농사지며 마을의 모든 행사나 활동에 적극적으로 참여하십니다. 일하고 봉사하시면서, 마을 주민들이 다들 칭찬합니다. 훌륭하십니다. 그러나 법적으로 농업인은 아닙니다. 그렇지만 누가 봐도 농민입니다.

바로 그 옆 동네에는 모든 1,500두를 키우는, 즉 양돈을 하는 젊은이가 있습니다. 그 부친께서 경영하시던 양돈장을 물려받았습니다. 아버지는 축사가 있는 그 마을에 살았지만, 이 젊은이는 그 마을에 살지 않습니다. 승용차로 30분 거리에 있는 제법 도시화된 읍 지역의 아파트에 삽니다. 그러면 돼지는 누가 키울까요? 태국에서 온 외국인 노동자가 키웁니다. 이 젊은 친구는 아침 일찍 축사에 들어서 태국 출신 노동자들에게 ‘돼지 사료 주고, 청소하라’고 업무를 지시합니다. 그리고 다른 일 보러 갑니다. 한편, 그 축사가 있는 마을에서는 난리가 났습니다. 마을 어귀에 현수막이 붙었습니다. ‘악취를 풍기는 축사를 옮겨 가라’고 말이죠. 이 젊은이는 법적으로 농업인입니다. 농업직불금을 받을 수 있고, 이러저러한 농업 보조금을 신청할 자격이 됩니다. 하지만 마을 주민들은 이 젊은이를 농민이라고 생각하지 않는 듯합니다.

이제 제가 무슨 의도로 이런 이야기를 하는지 아실 거예요. 농민이라는 말에는 단순히 ‘농업이라는 경제활동을 하는 사람’이라는 것 이상의 의미가 있어요. 무언가 있습니다. 그 이상의 의미, 그것을 뭐라고 표현할까 고민하다가 ‘농촌에 살면서’라는 말을 붙이면 좀 낫겠다고 생각했습니다. 사전 뜻풀이로서 열

줄씩 써넣을 수는 없잖아요. ‘농촌에 살면서’ 농민은 무엇을 하는 걸까요. 농사 말고, 무엇을 하는 걸까요? 그것을 잘 생각해 보시기 바랍니다.

이 ‘농민’이라는 말을 1990년대에 우리나라에서는 많은 사람이, 농사짓는 분 중에서도 많은 분이 이 말을 몹시 부끄럽게 생각했던 모양입니다. 우리나라에서 농업과 관련된 조문이 들어 있는 가장 높은 법은 헌법입니다. 그다음으로 높은 법이 ‘농업·농촌 및 식품산업 기본법’입니다. 이 법은 2000년부터 시행되었습니다. 이 법을 만들 때 왜 ‘농민’이라는 말을 안 쓰고 ‘농업인’이라고 했을까요? 그 당시에 법을 만들 때 사람들이 ‘농민’이라는 말은 싫다고 했다는 겁니다. .

농사짓는 분들도 농민이란 말이 싫고, 공무원들도 농민이라는 말이 촌스러워 보이고, 저 같은 박사들도 ‘농민, 그 말은 좀 그래’라고 했던 모양입니다. 그래서 농업인이라고 해놓은 겁니다. 부끄러워했다는 것입니다. 그런데 우리나라 최초의 헌법인 제헌헌법에 이런 구절이 나와 있습니다. “농지는 농민에게 분배하며 그 분배의 방법, 소유의 한도, 소유권의 내용과 한계는 법률로써 정한다.”(제86조). 해방 후 얼마 지나지 않아 1967년에 ‘농업기본법’이라는 게 제정됩니다. 그 법에서도 ‘농민’이라는 표현이 나옵니다. “정부는 매년 농업의 생산, 경영, 가격, 소득 및 농민의 생활수준 등에 관한 시책을 명시한 문서 및 농업동향을 농업정책심의회 심의를 거쳐 예산안과 함께 국회에 제출하여야 한다.”(제4조). 그런데 어느 순간 ‘농민’이라는 말은 부끄러운 단어가 되고 농업인이라는 말을 쓰게 되었습니다. 그렇게 등장한 ‘농업인’이라는 말에 ‘농사짓는 사람’, ‘대통령령으로 정한 기준에 따라 농업에 종사하는 사람’, 그 의상의 의미는 부여되지 않습니다. 글썄요. 그 부끄러움이라는 게 과연 올바른 부끄러움일까라는 의문이 있습니다.

제가 오늘 말씀드리고 싶은 것은, ‘새로운 농민’의 말의 뜻입니다. ‘새로운 농민’이란 부끄럽게 생각되는 그 ‘농민’이라는 단어를 부끄럽지 않은 단어로 만드는 ‘농민’을 뜻합니다. 말이 어려운가요? 30년 전에, 많은 사람이 심지어 농사짓는 분 중에도 ‘나는 농민이 아닙니다. 농업인이라고 불러 주세요’라고 했습니다. 지금도 그런 분들이 꽤 있습니다. 어디 가면 농민이라고도

부르지 말고 농업경영인이라고 불러달라는 분들이 꽤 있습니다.

‘농민’이라는 말이 부끄럽지 않게끔 할 수 있지 않을까요? 누가 뭐라고 하든지 신경쓰지 말고, “농민이시라고요? 아, 대단하십니다.”라는 말을 들을 수 있을까요? “저 분은 농민이래. 고마워해야 할 분이시네.” 이렇게요. 그런 농민을 ‘새로운 농민’이라고 부르자는 것입니다.

이건 말로만 해서 되는 건 아닙니다. ‘~을 하는 농민’이기 때문에 가능해지는 일입니다. 문법에 술어(述語)라는 개념이 습니다. 주어(主語)가 있으면, 그 주어가 하는 것을 드러내는 말이 술어이지요. 주어의 움직임, 상태, 성질 따위를 서술하는 말을 술어라고 합니다. 농민이라는 주어에는 따라붙는 술어가 풍부해야 합니다. 농민은 ~을 한다. 농민은 a를 한다, b를 한다, c를 한다. 이렇게 말입니다.

이런 것들, 그 술어가 수십 가지가 나와야 합니다. 그 수십 가지가 경제적으로, 환경적으로, 사회적으로 가치 있고 긍정적일 때, 그런 술어가 풍부해질 때 농민이라는 단어는 더 이상 부끄럽지 않게 될 것입니다. 그것이 새로운 농민입니다. 그런 이야기입니다. 농민이라는 주어에 붙는 술어 몇 가지를 우리는 이미 알고 있습니다. “자연 생태계를 관리하는”, “국민의 먹거리를 책임지는”, “농촌의 경관을 아름답게 가꾸는”... 이 세 가지 정도는 쉽게 생각해서 만들 수 있겠네요. 여기에 더 많은 술어가 생겨야 합니다.

그래서 주어가 아니라 술어와 동사야말로 우리에게 필요한 것입니다. 우리는 보통 주어가 있어야 술어가 있을 수 있다고 생각합니다. ‘나는 걷는다’라고 말할 때, 먼저 ‘나’라는 주어가 있고 그 주어가 ‘걷는다’고 생각합니다. 그렇지만, 그건 사실과 다릅니다. 여기에 ‘걷는 사람’이 먼저 있고, 그것이 바로 ‘나’입니다.

그렇다면, 이 술어를 어떻게 만들어낼 것인가. 그러니까 농민들이 어떻게 무엇을 해야 할까요? 새로운 농민은 무엇을 하는 농민일까요. 새로운 술어를 어떻게 만들어야 할까요? 제 책임은 아닙니다. 아까 손 드신 분들 책임이에요. (웃음) 새로운 뭔가를 하셔서 새로운 농민이 되셔야 하는데요. 제 논리는 이렇습니다.

새로운 것을 한다는 것은 좀 과장 섞어서 얘기하자면 ‘반칙’하는 것입니다. 반칙이라고 하니깐, 어떤 분들은 깜짝 놀라시기도 하던데, 진짜로 반칙을 하셔야 합니다. 새로운 농민이 되려면요. 여기서 반칙이라는 건 뭐냐면 치사하고 비열하고 비겁한 그런 반칙을 말하는 게 아닙니다. 모두가 다 ‘이래야 한다’고 생각하는 곳에서 또는 ‘이렇게 되어야 한다’고 생각하는 것에 문제를 제기하는 일입니다. 현재 한국에서 높은 평가를 받고 농업에 그리고 농민에 가치를 부여하는 분들이 있습니다. 또는 새로운 농민의 술어가 된 활동들이 몇 가지 있습니다. 그런 활동들을 되돌아보면 처음에는 모두 반칙이었습니다.

지금 친환경농업, 환경농업을 많은 사람들이 이야기합니다. 다 아실 겁니다. 그 시작은 유기농업이었지요.. 1970년대 초반 충남 홍성군 홍동면에서 시작되었습니다. 당시에는 엄청난 반칙이었습니다. 모두 다 아시다시피 통일벼, 1970년대는 통일벼로 모내기를 하지 않으면 면사무소 주사가 와서 못자리를 짓밟던 시절이었습니다. 공무원들만 그런 게 아니라, 거의 모든 농민이 생산을 많이 해야 하니깐 농약을 무분별하게 치던 시절이었습니다. 그 시절에 열댓 명의 30대 40대 농민들이, 지금은 돌아가신 분들 많습디만, 30~40대 열댓 명의 농민들이 “이건 아닌 것 같아. 농약을 쓰고 화학비료를 쓰는 건 내 몸에도, 자연의 온갖 생명들에게도 좋지 않은 일인 것 같아.”라면서 무농약으로 그리고 유기질 비료를 써서 농사짓기 시작했습니다. 그 시절에는 ‘유기질 비료’라는 말도 나오지 않았을 때지요. 그저 ‘퇴비’라는 말을 썼겠지요. 당연히 군청에선 안 좋게 보고, 빨갱이라는 소리를 듣기도 했습니다. 홍동면에서 유기농을 한 사람들이 80년대까지 그런 말을 들었습니다. 1990년대 중반에 ‘친환경농업육성법’이 제정되면서, 그런 비난이 겨우 멈추었습니다. 그 분들은 이제 합법적으로 인정받는 존재가 되었지만, 1970년대에는 동네 사람들이 보기에 반칙하는 놈들이었죠. 규칙을 지키지 않았던 것입니다. 그 분들이 대부분 돌아가셨습니다. 그만큼 세월이 흘렀습니다.

또 다른 예를 들어보죠. 현재, 잘하든 못하든 가리지 말고 세어보면 전국에 1,000개 가까운 로컬푸드 직매장이 깔려 있습니다. 농림축산식품부만 해도 로컬푸드를 촉진하려고 쏟아붓는 예산이 매년 수백 억 원쯤 될 것입니다. 한때는 1,500억 원 가까이 된 적도 있었던 것으로 기억합니다. 2000년대 초반,

그러니까 약 20년 전에 농촌사회학을 연구하는 분들이 미국이나 유럽에서 로컬푸드 같은 것을 많이 한다고 하니 연구하고 논문도 썼습니다. 정부에 ‘로컬푸드를 촉진하고 육성해야 한다’고 건의했습니다. 그때 되돌아온 말이 ‘좌파 소농들이 헛짓거리를 한다’는 것이었습니다. 그러던 와중에 2010년을 지나면서 여기저기서 나름대로 ‘로컬푸드 운동’이 시작되었습니다. 몇몇 곳에서 로컬푸드 직매장을 만들었고, 바로 그렇게 하기가 힘들면 농부시장을 열기도 했습니다. 다들 아실 겁니다. 그때 로컬푸드 운동에 헌신하던 분들이 얼마나 고생하고 얼마나 손가락질을 당했는지... 그런 것이 모두 다 ‘반칙’입니다.

새로운 농민은 반칙을 통해서 출현합니다. 참신한 반칙을 통해서 새로운 농민이 나옵니다. 그런 새로운 농민을 저는 ‘젊은 농민’이라고 부르고 싶습니다. 연세가 어떻게 되시든 관계없이, 그렇게 ‘참신한 반칙’을 하시면 젊으신 겁니다. 그렇게 반칙하는 길에는 지도가 없습니다. 어떻게 하면 새로운 농민이 될 수 있을까요? 제가 강연한다면서 이 자리에 서 있지만, 그 길을 알려 드리지는 못합니다. (웃음) 일단, 제가 농사짓는 사람이 아니고요. ‘새로운 농민’의 세계로 가는 길을 알려주는 지도는 원래 없습니다.

태평양 바다 한가운데를 가로질러 미지의 대륙을 찾아가는 지도를 어떻게 만들 수 있을까요? 처음으로 지도를 만든 사람이 지도를 보고 지도를 만들지는 않았을 겁니다. 그러면 그건 처음 만든 지도 가니죠. 어떻게 했을까요? 일단은 떠나고 보는 거죠. 망망대해로요. 일단 떠나보는 겁니다. 처음에 지도를 만드는 자는, 지도 없이 항해할 수밖에 없습니다. 새로운 농민이 되는 길은 그런 길이라고 생각합니다. 지도 없이 용감해야 하고, 마음이 젊어야 합니다.

시간이 부족해 충분히 말씀드리지 못하지만, 그런 사례는 여럿 있습니다. 예를 들면, 농촌 관광이나 농산물 가공도 그런 거라고 생각합니다. 하기에 따라서는, 새로운 농민이 되는 길인 것이죠. 한국에서 농촌관광의 시초가 팜스테이라고 합니다. 팜스테이 1호가 있습니다. 처음 하신 분이 아직 살아계십니다. 경기도 포천에 이수인 선생님이라고 계십니다. 지금은 연세가 일흔이 넘으셨을 겁니다. 이수인 선생은 1980년대 초반에, 전두환 정권 시절에 이른바 ‘소파동’ 때 농사를 망하고 빚더미에 올라앉게 되었습니다. 빚에 쪼들려 한숨만 쉬다가 마당에

봉숭아 꽃이 여러 평 예쁘게 피어난 것에 눈길이 갔다고 합니다. 그걸 다 따서 빵아서 비닐봉지에 백반과 섞어서 서울로 들고 갔더랍니다. 이화여대 앞에서 팔았는데 크게 성공했다는 겁니다. 그때 “농민이 농사를 지어야 하지만, 농산물을 판매하는 것만이 전부가 아니고 다른 것도 있을 수 있다”라는 것을 깨달았다고 말씀하십니다. 도시 사람들을 포천의 자기 집으로 부르기 시작했습니다. “우리 집에서 하룻밤 자면서 같이 저녁 먹고 농사 얘기도 하고 농산물도 싸줄 테니까, 오시라. 대신 숙박비는 내고 가시라.” 이런 방식으로 농사와 농사의 연장선상에서 팜스테이를 시작한 것입니다. 주변에선 다들 미쳤다고 그랬답니다. 뭐하는 짓이냐고. 누가 이런 시골 낡은 집에 관광을 오겠냐고. 그런데 그 미친 짓이 지금은 모두가 다 아는 ‘농촌관광’이라는 장르가 된 것입니다.

처음에는 길이 없다. 지도를 만들면서 가야 한다. 그렇게 하시는 분은 새로운 농민이고, 젊은이다. 이렇게 말씀드릴 수 있습니다. 이런 일은 젊은이만 할수 있는 게 아닙니다. 연세 있으신 분들도 하실 수 있습니다.

시간이 없어서, 그리고 작년에 했던 얘기니까 짧게 넘어가겠습니다. 여기 계신 분들이 다 이쪽 관계자인 줄 알지만 짧게 하겠습니다. ‘새로운 시장’에 관한 이야기입니다. ‘새로운 시장’이란 것은 무엇일까요?

TV를 보면 주식 시장 얘기하면서 ‘삼성전자 주가가 이렇게 내려갔으니 시장이 이렇게 저렇게 반응을 한 것이다’라는 식으로 말합니다. 트럼프가 대통령이 되면 미국 주식 시장이 어떻게 될지 모르겠다는 얘기도 하고요. 또 무슨 박사들은 ‘그런 건 시장 논리에 맡겨야 된다’라고 말하잖아요. 시장이란 마치 세상이 돌아가게 만드는 원리, 질서, 원칙, 법칙 이런 느낌이 들지 않습니까?

시장 원리에 맡겨야 한다고들 하는데 도대체 그 원리가 뭘까요? 수요공급 곡선, 상품의 공급이 일정 정도 있고 수요가 적으면 가격이 떨어질 것이고 가격이 떨어지면 수요가 늘고, 그래서 가격이 다시 올라가서 적절하게 가격의 균형이 맞춰질 것이다. 이것이 시장의 원리라 하고, 시장 논리라고도 하고, 또 무엇이라고 하죠? 보이지 않는 손이 지배하는 원리라고도 합니다. 이런 식으로 세상이 굴러가는 게 가장 효율적이다라고 주장하는 사람들이 경제학자 중에

많습니다. 그래서 우리는 ‘시장’이라는 말을 들으면 세상을 움직이는 원리나 질서를 뜻하는 느낌이 드는데, 그건 경제학을 공부하는 사람들이 하는 말이고, 우리가 아는 시장은 그런 게 아닙니다. 우리가 아는 시장이란 ‘장소’입니다.

어떤 장소일까요? 일정한 시간에 물건 팔 사람과 살 사람이 만나기로 약속하고 모이는 장소입니다. 그러니까 서로 손가락 걸고 약속한 건 아니지만, 대충 아는 약속이죠. 몇 월 몇 일에 그곳에서 만나 흥정하고 뭔가를 교환하는 장소를 시장이라고 합니다. 그런데 교환에는 규칙이 있지요. 그냥 마구잡이로 교환하지는 않습니다. 살펴보고, 골라보고, 흥정도 하고, 선택도 합니다. 마르쉐 농부장터만 해도 물건 들고 나오려면 지켜야 할 규칙이 있을 겁니다. 아무나 아무 것이나 가지고 나올 수는 없습니다. 구매하시는 분들에게도 규칙이 있을 거예요.

이런 식으로 여러 사람이 반복적으로 따르게 된 규칙 같은 것을 ‘제도’라고 부릅니다. 시장은 교환이 일어나는 ‘장소’이자 ‘제도’입니다. 그리고, 그뿐입니다. 시장이란 무슨 세상을 움직이는 질서가 아닙니다. 교환이 일어나는 특정한 장소이자 제도일 뿐입니다. 우리끼리의 제도일 뿐입니다. 중요한 것은, 그 교환에서 농산물과 돈만 오고가는 게 아니라는 점입니다. 아주 많은 정보와 인간관계에서만 오고갈 수 있는 그런 것들이 교환된다는 말입니다. 그리고 그런 점이 바로 제가 ‘농부시장’(farmers market)을 ‘새로운 시장’이라고 부르는 그런 특징을 이룹니다. 이런 게 왜 필요하고 왜 이런 것을 하려고 하는가? 여기 계신 분들은 모두 농부시장의 관계자시니까 아실 거예요.

옛날에 오일장이 서면 장에 가신 거의 노인이 다 된 어른이 다른 동네에서 온 사람에게 슬쩍슬쩍 물어봅니다. ‘그 옆 동네로 시집간 내 딸 잘 지내고 있는지’를 물어봅니다. 의사소통이 일어나는 장터였고, 흥정도 있는 장터였고, 누구든지 그냥 팔 것이 있으면 와서 앉아서 팔던 장소입니다. 그런 오일장은 이제 얼마 남지 않았지요.

한편, 일반적인 농산물 시장을 살펴봅시다. 보통의 농민이 일반적인 농산물 시장에 농산물을 들고 가기가 아주 힘듭니다. 특히, 농사의 규모가 작은 사람이 들어가기 어렵습니다. 100평 작은 밭에서 마늘을 재배하면 얼마나

수확합니까? 대략 씨마늘 70접 정도 심어서 6~8배 정도 수확한다고 보면 150접 정도 수확하겠네요. 한 접 마늘을 까면 5kg 정도 나올 겁니다. 750kg 정도겠네요. 이 정도를 가지고 어디에 가서 팔 수 있을까요? 도매시장이나 공판장은 힘듭니다. 양이 적다고 받아주지 않습니다. 자기 발작물을 수확해서 2.5톤 트럭 한 대에 꼭 채울 수 있는 농민은 많지 않습니다. 특히 연세 드신 분들이 그렇지요. 제주도 분들은 실감 못할 수 있어요. 제주도는 농업 규모가 크기 때문이지요. 그런데 내륙으로 가면 제주도와는 스케일이 달라요. 완전히 작아요. 이런 분들이 80년대 90년대 초까지만 해도 오일장에 가서 농산물을 팔았습니다. 제가 어렸을 때도 외할머니께서 채소나 푸성귀를 조금 수확해서 오일장에 들고가서 팔고는 하셨습니다. 자주 따라가곤 했지요. 가서 네 시간 정도만 버티고 있으면, 할머니께서 100원 짜리 짜장면을 사주셨거든요. 지금은 이런 작은 농산물을 들고 농민이 판매할 수 있는 시장이 없는 거예요. 그래서 로컬푸드니 농부장터니 이런 것들이 나타나는 겁니다.

그렇다면, 농민들은 왜 어엿한 농산물 시장에는 왜 진입하지 못하는 것일까요? 농산물 유통을 지배하는, 플루흐 교수는 이를 ‘먹거리 제국’이라고 부르죠, 거대한 기업들의 네트워크가 있습니다. 큰 유통 기업들이 꼭 쥐고 있는 과점 체제입니다. “농민이 소비자에게 농산물 갖고 오고 싶다고? 여기서 팔고 싶다고? 그럼 여기를 지나가야 돼. 여기를 통과해야 돼. 여기 통과하는 조건이 있어. 2.5톤 한 차는 맞춰 갖고 와야 돼. 품질은 이래야 돼. 가격은 우리가 제시하는 대로 해야 하고.”라는 식의 의무통과지점을 만들어 두었지요. 그런데 농민들은 그 조건을 맞출 수 없고, 그래서 의무통과지점을 통과하지 못하고, 소비자를 만날 수 없습니다.

어떻게 해야 할까요? “우리가 직접 시장을 만들고, 과점적 유통체계를 우회해서 소비자를 이쪽으로 모시고, 우리 여기에 모여서 따로 하자”는 말입니다. 이렇게 새로운 시장이 만들어집니다. 이런 얘기를 하면 연구자나 교수님 중에 고깝게 생각하시는 분들이 이렇게 말합니다. 그런 시장은 ‘전문화가 안 된 시장이어서 비효율적이다’라고. 한국 사회의 미덕이 뭔지 아세요? ‘전문화’입니다. “약은 약사에게, 진료는 의사에게”라는 말을 들어보셨죠. “농민이 농사나 짓지, 장사를 한다고? 농민은 농사짓고, 유통은 전문 유통인에게

말기고, 그런 식으로 체계적으로 딱딱딱 돌아가야 효율이 날 것이다.”라고 말하는 박사들이 많습니다. 그래서 그렇게 딱딱딱 잘 돌아가고 있나요? 현재 조그맣게 농사짓는, 다수의 보통의 농민들, 농업소득 1,000만 원이 안 되는 평균 이하이 농민이 전체 농민의 절반 이상입니다. 이 사람들이 지금 마트에 농산물 들고 나갈 수가 있나요? 새로운 시장을 만들 수밖에 없죠

농민이 농사도 짓지만 시장도 만들고 장사도 합니다. 누가 뭐라고 하면 “그래서 그게 뭐 어때서?”라고 되묻고 싶습니다. 그렇게 만든 시장을 플루흐 교수는 네스티드 마켓(nested market)이라고 부릅니다. ‘동지형 시장’이라고 번역을 했는데 새의 동지 같아서 그런 이름을 붙였다고 합니다. 새 동지 안에서는 알이나 어린 새끼 새가 따뜻하게 보호를 받지요. 그런 의미에서, 그 안에 들어오는 농민들을 보호하는 시장이라는 의미에서 ‘동지형 시장’이라고 합니다. 우리나라에서는 ‘관계시장’이라는 말을 많이 씁니다.

농부시장은 전형적인 동지형 시장 중 하나이고 뭔가 차별화되어 있습니다. 우선, 장소가 다릅니다. 대형 마트 매장과는 장소가 다르고, 분위기가 다르고, 그 안에 나름대로 질서가 있고 규칙이 있습니다. 결정적으로, 그 장소는 누군가가 소유한 것이 아닙니다. 농부시장을 기획하시는 분들이 장을 열고 관리도 하지만, 가령, 마르쉐 농부시장이 마르쉐의 것입니까? 아니잖아요. 모두가 공유하는 것, 이런 것을 커먼즈(communs)라고 부릅니다. 정확하게는 여럿이 공유하고 함께 이용하지만 n분의 1로, 즉 100명이 함께 쓴다면 각기 1/100씩 나눠 가질 수는 없는 것을 커먼즈라고 합니다.

농부시장은 전형적인 커먼즈입니다. 이런 특징이 있습니다. 예컨대, 대형마트의 매장은 주인이 따로 있습니다만 농부시장의 주인이 따로 있는 것은 아닙니다. 이런 농부시장에서는 보이지 않는 손이 작동하는 게 아닙니다. 아니, 오히려 손이 잘 보여야 합니다. 얼굴도 잘 보여야 합니다. 농부시장과 같은 커먼즈는 농민, 소비자, 중간에 관리하고 기획하시는 분들, 기타 등등 많은 사람이 공동으로 이용하고, 공동으로 형성한 규칙이고 제도이자 장소이기 때문에 나눠 가질 수도 없고 누가 팔 수도 없습니다. 오로지 공동으로 이걸 잘 관리하는 것 말고는 답이 없습니다.

새로운 농민, 새로운 시장

- 세상을 조형(造形)하는 새로운 농민, 그리고 새로운 시장



이제 강의를 마무리하겠습니다. 이 그림에서 무언가 이상한 것 안 보이십니까? 플루흐 교수의 강연 노트에 있는 그림인데요. 좀 이상한 거 안 보이세요? 이 그림은 농민시장을 그린 것입니다. 사람들, 가운데 있는 사람들이 농민들이에요. 작은 사람들로 그려져 있죠. 밖에 키 큰 사람들이 소비자들입니다.

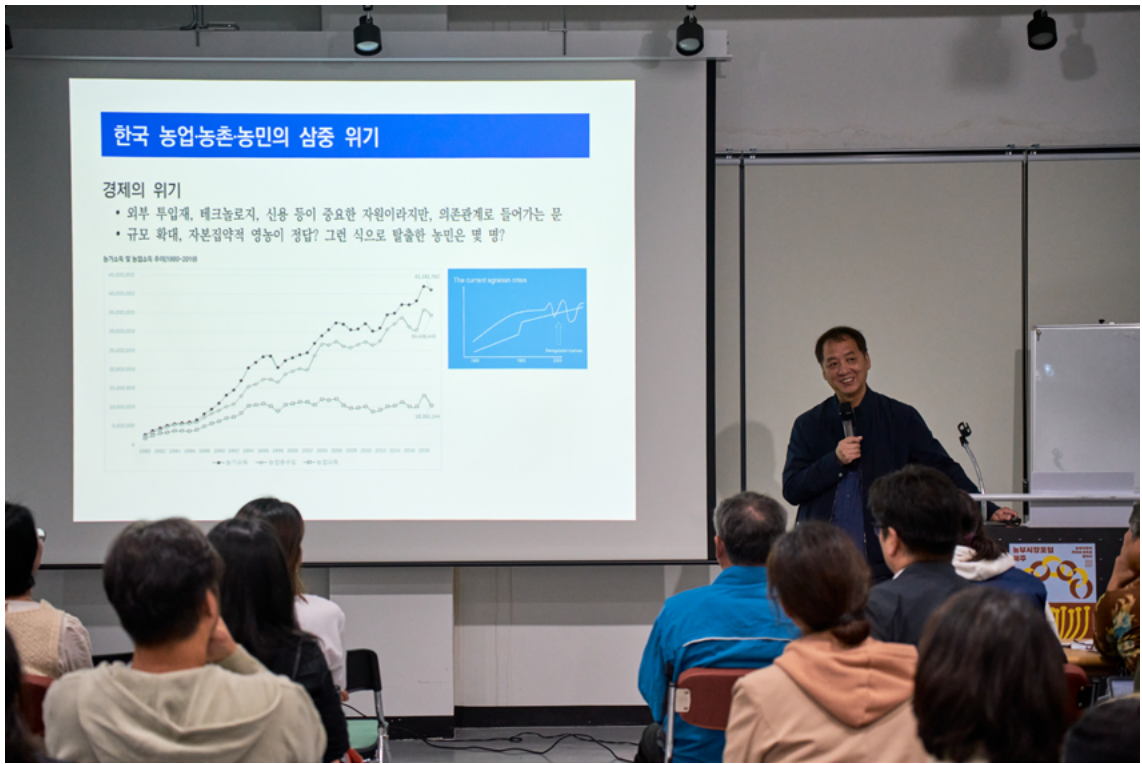
객관적으로, 농민들의 존재감은 줄어들었습니다. 작은 존재입니다. 한국 5,000만 인구 중에 농가 인구 150만, 농가수는 100만 가구입니다. 농민들은 소수자입니다. 그렇지만, 아까도 언급했지만, 농업은 인간생활의 '낮'입니다.. 밥 안 먹고 살 수는 없습니다. 더군다나 기후위기와 환경 등등 여러 가지 위기의 순간이 닥쳐오고 있고, 농업은 근본적으로 그러한 문제들에 중대하게 관련되어 있습니다. 그래서 농민들은 작은 존재이지만, 알게 모르게 많은 사람이 농민들을 바라보고 있습니다. 볼 수밖에 없어요. 그리고 이것은 위기이자 농민에게는 기회입니다.

농민이 더 이상 투명한 존재로 살아가는 게 아니라, 새로운 실천과 가치 있는 활동들을 만들어서 보여줘야합니다. 투명인간이 아니라, 확실하게 이 사회 전체에 어떤 의미를 전달해야 합니다. 다른 말로 하자면, 플루흐 교수는 농민들이 '세상을 빛어내야'한다고 말합니다. 조형한다는 뜻입니다. 농민이 세상을 만들어 낼 수 있고, 그런 일을 하는 농민이 새로운 농민이라는 이야기를

드리고 싶었습니다. 존재감은 작지만, 우리가 어떻게 실천하느냐에 따라서 성과를 만들어낼 수도 있습니다. 이런 이야기를 오늘 말씀드리고 싶었습니다.

강의는 이것으로 마치겠습니다. 고맙습니다.







한국농부시장네트워크(준) 회의

국내 농부시장의 성장과 발전을 위해 함께 노력하고 국제적 연대를 하기 위한 추진체로서 협회 설립을 목적으로 2023년 12월 준비모임으로 시작된 ‘한국농부시장네트워크(준)’의 비정기 회의입니다.

일시 2024년 11월 1일 금요일 15:00~16:40

장소 제주시 새활용센터

의장 문희선/ 올바른농부장

참가

경기 파주 햇빛장(천호균),

경남 거제 농촌신활력플러스사업추진단(김낙경/로아팜)

서울 농부시장마르쉐(이보은, 문소라)

서울 바로마켓 농부의 시장(김선정/건강한사회적협동조합)

제주 올바른농부장(윤동현)

제주 자연그대로농민장터(강나루, 고광표)

충남 당진 농부시장 당장(권민진)

경북 상주 농촌신활력플러스사업 추진단(이국진)

경남 통영 농촌신활력플러스사업 추진단(김지혜/에콜로 농부시장)

의제

1. 한국농부시장네트워크(준) 설립의 배경
2. 한국농부시장네트워크(준) 설립의 목적
3. “농부시장” 정의
4. 한국농부시장네트워크(준) 회원 자격



한국농부시장네트워크(준) 회의



제주농부시장포럼 부대행사 — 농부시장@제주

11.2.(토)
11:00 ~ 14:00

제주농부시장포럼의 일환으로, 3개의 농부시장들과 제주시 농촌 신활력 플러스 '제주밭 사업'이 모이는 축제같은 시장입니다.

시간	소요시간	제목
11:00		개장
11:30 ~ 12:10	40분	농부시장 투어 농부시장@제주에 참여하는 세개의 농부시장들과 제주시 농촌 신활력 플러스 '제주밭' 부스를 함께 돌아보며 기획자들의 이야기를 듣습니다.
13:00 ~ 13:40	40분	농부 토크 “우리 모두의 농부시장” 농부에게 농부시장은 어떤 존재일까요? 왜 우리에게 농부시장이 필요할까요? 특별히 제주의 농부시장을 가꾸고 돌보는 사람들의 생생한 목소리를 통해 제주 농부시장의 이야기를 듣습니다. 진행자 권민진 당진 농부시장 당장 기획자 발표자 강나루 자연그대로 농민장터 운영위원장, 씨앗매개자 고광표 농부, 제주자연농원 문희선 올바른농부장 대표 기획자 윤동현 농부, 유기촌, 올바른농부학교장
14:00		폐장

참여 시장들

농부시장마르쉐 @marchefriends



농부, 요리사, 수공예가 함께 하는 ‘대화하는 농부시장’

마르쉐@ 먹거리로 모든 삶을 연결합니다!

농부시장 마르쉐는 2012년 10월 서울 혜화동의 마로니에 공원 한 켠에서 시작해 12년 동안 성장해왔습니다. [마르쉐@]은 장터, 시장이라는 뜻을 지닌 프랑스어 ‘marche’에 장소 앞에 붙는 전치사 ‘at(@)’을 더해 이루어진 것으로, 도시 곳곳 어디에서든 열릴 수 있는 시장을 의미합니다. 도시의 다양한 공간에서 정기적으로 농부시장을 열어가며 공간의 쓰임을 새롭게 확장합니다. 직거래로 이뤄지는 농부시장은 건강한 로컬 푸드를 시민들에게 소개하고 식량주권을 확보해 갑니다. 또한, 소규모 농부의 지속가능성을 응원하며 우리 사회와 시민들의 다양한 연대를 만들어갑니다. 그러기에 농부시장은 모두가 누릴 수 있지만 그 누구의 소유도 될 수 없는 ‘커먼즈’입니다. 매월 서교, 목동, 성수 등지에서 채소시장, 농부시장, 작은지구농부시장 등 다양한 형태의 농부시장을 열어가고 있습니다.



로컬 푸드를 연구하고 다품종소량생산을 추구하는 제주 농부들의 공동체.
친환경 생태농업을 실현하고 문화가 있는 직거래 장터를 운영하여,
생산자는 농업을 지속할 수 있는 원동력을 얻고 소비자는 건강한
식재료를 안정적으로 만날 수 있는 로컬 커뮤니티입니다.
지속가능한 상생을 꿈꾸는 올바른농부장은 제주시로컬푸드연구회와 함께
다품종소량생산으로 얻는 식재료를 판매하고 제철의 가치를 담은 가공품을
창조하는 것이 지구와 우리의 식탁을 이롭게 하는 것임을 믿습니다.
매월 두번째 일요일 새활용센터에서 시장을 열고
있으며 공동의 텃밭농사를 짓고 있습니다.

참여 시장들

자연그대로농민장터 @jejunaturalfarmers



모두의 행복을 즐겁게 가꾸는 생태적 삶의 보금자리!

자연그대로 농민장터는 비가 오나, 눈이 오나, 바람이 부나, 매주 토요일마다 한 자리에서 만납니다.

여성농민회 언니네텃밭, 청정제주농업 등 농민들의 공동체가 한 뜻을 모아 시작했고 곧 300회를 앞둔 농민들의 대안시장입니다.

생태농사를 짓는, 지속가능한 삶을 사는, 가치소비를 추구하는, 내가 자연그대로 농민장터입니다.

함께 어우러진 우리가 자연그대로 농민장터입니다.

#최소3無재배농산물_환경출점원칙! #제주도토종씨앗나눔_식량주권실현

#소농가공품물물교환_농민권리보장

제주시 농촌 신활력 플러스 ‘제주밭 사업’ @jejunewplus



제주시 농촌 신활력 플러스 ‘제주밭 사업’은 세계중요농업유산(GIAHS) 제주밭담이 지키는 제주밭의 건강한 밭작물의 가치를 알리고, 농촌의 유무형 자원을 기반으로 한 다양한 활동을 지원하여, 제주시 농촌에 자립적 발전기반을 구축하고 새로운 활력을 불어넣는 사업입니다.

시장 & 투어 사진











진행자

권민진 | 당진 농부시장 당장 기획자

발표자

강나루 | 씨앗매개자, 자연그대로 농민장터 운영위원장

고광표 | 농부, 제주자연농원

문희선 | 올바른농부장 대표 기획자

운동현 | 농부, 유기촌, 올바른농부학교장

권민진 지금부터 농부토크 “우리 모두의 농부의 시장” 을 시작하겠습니다. 이번 토크는 농부에게 농부시장은 어떤 존재인지, 또 농부시장이 왜 필요한지에 대해서 제주의 두 농부시장인 ‘올바른 농부장’과 ‘자연그대로 농민장터’에 출점하시는 농부님과 기획자분들의 목소리로 그 이야기를 전해드리고자 이 자리를 준비해보았습니다.

오늘 같이 이야기 나눌 농부님과 기획자분들 소개 드릴게요.

먼저 제 바로 옆에 계신 분은 자연그대로 농민장터 운영위원장이자 씨앗매개자로 활동하고 계시는 강나루 운영위원장입니다.

옆에 계신 분은 자연그대로 농민장터에 출점을 하고 계신 농부님이시고요.

제주자연농원에서 농사를 짓고 계신 고광표 농부님이십니다.

그 옆에 계신 분이 올바른농부장에 출점을 하고 계시기도 하고 올바른 농부장에서 운영하고 있는 농부 학교의 교장 선생님이신 유기촌의 운동현 농부님이십니다.

그리고 마지막으로 올바른농부장을 기획하시고

농부이시기도 한 문희선 대표님입니다.

오늘 이 네 분이, 왜 우리에게 농부 시장이 필요하고 또 농부 시장이라는

것이 농부에게 어떤 존재인지, 각자 하시고 싶은 이야기를 준비해

오셨다고 합니다. 그래서 그 이야기를 좀 들어보도록 할게요.

그럼 강나루 위원장님부터 순서대로 5분씩, 이야기 시작하도록 하겠습니다.

강나루 안녕하세요. 만나서 반갑습니다.

제주에서 씨앗 농사지며 ‘씨앗매개자’로 살고 있는

강나루입니다. 저희 자연그대로 농민장터는 ‘대안시장’입니다.

그리고 ‘독립시장’이라고 소개드리고자 합니다.

2018년에 제주도에서 자연농사짓는 소농들의 모임과 이미 조직적으로 활동하던 여성농민회 언니네텃밭 등 당시 다섯 군데 농민 공동체가 모여서 우리가 직접 직거래를 펼치는 공간을 만들어 보자 뜻을 모았습니다.

처음에는 시장을 열 만한 장소도 없고, 여러 가지 갖춰진 건 없었지만 농민들의 절실한 마음 하나로 제주 농어업인회관 건물 로비와 주차장에서 작은 가판대를 깔고 직접 수확해 온 것들 같이 펼쳐놓고 막걸리도 한 잔 하면서 그렇게 농민장터를 열었습니다. 나무 매대도 하나 하나 전부 농민들이 손수 만들었고요.

처음부터 마음만 갖고 외부의 어떤 지원도 없이 시작했고 이듬해 봄에 시농제로 공식 개장을 알렸는데요. 지금까지 외부 지원금 없이 독립적으로 운영해 왔고, 여러 어려운 상황들도 많았지만 매주 토요일마다 비가 오나 눈이 오나 바람이 부나 농민들 같이 모여서 매주 열다보니 내년 봄이면 어느덧 300회가 됩니다.

작은 농사짓는 농민들에게는 직거래 판로와 가공 판매 등에 대한 현실적 제도와 제약에 맞서 여러 대안이 필요한데요. 농민장터는 자주적인 농민들이 독립적으로 운영해 오고 있다보니, 소농가공품 물물교환 대안거래 등 농민들의 생산 지속을 위한 문제 해결 과정에서 대안적으로 할 수 있는 다양한 실험을 시도해 보고 있습니다. 그리고 외부 자본에 의존 없이 농민들 중심으로 장터를 열어온 회차가 늘어갈수록 자연스럽게 농민장터의 자립성과 지속력은 함께 높아지고 있는 것 같아서 자부심이 듭니다.

대안농업은 대안시장으로 지속될 수 있지요. 자연그대로 농민장터는 도내 소규모 농민들 커뮤니티 중심의 활동으로 연대감을 높이며 이어갑니다. 실천하는 운영 방향과 장터 내 여러 다양한 상황들을 정리해 보며 자연스럽게 ‘독립시장’이란 개념이 떠올랐습니다.

여담으로 제주도에 ‘독립서점’이 참 많은데요. 독립서점을 찾으시는 분들을 보면 작은 창작물들을 꼼꼼히 들여다보고, 때로 그 책들을 골라둔 책방지기의 취향을 살피기도 하고, 그래도 내가 이 상점을 나갈 때 책 한 권 뭐라고 사가고 싶은 마음으로 다시 찾게 되는 곳이잖아요. 저희 자연그대로 농민장터에 찾아 오시는 분들도 어쩌면 독립책방을 들여다보는 마음으로 그렇게 장터 출점팀 자리 하나하나 둘러봐 주십사 하는 바램으로 임하고 있습니다. 그러다보니 저에게도 매주 토요일은 몹시 기다려지는 시간입니다.

또한 저희 자연그대로 농민장터에 참여를 위해서는 좀 엄격한 출점 원칙이 있습니다.

일단은 3무(無)로 재배한 무제초제, 무화학비료, 무화학농약 농산물입니다. 어떤 농가는 칠무 농법도 있고, 농가마다 그 실천 정도가 다 다르지만 농사에 최소 이것만은 하지말자라고 3무 원칙에 뜻을 모았습니다. 제주도에서 화학비료 제초제 사용량이 전국 평균 4배 이상에 달하는 지역이 제주도이기도 해서 이 부분은 지역적으로도 제주 농업의 난제입니다.

국가인증이나 어떤 제도적인 인증이 아니라 농민들의 생태 자주인증으로 농민의 방식을 존중하고 서로가 서로의 실천을 알아주는 겁니다. 농민들 각자의 소신으로 생명 살리고 흙 살리는 농사를 실천해 가고 있는篤심 있는 사람들이 농민장터에 모이고 계시고요.

저희는 그런 먹거리 출점 원칙이 있고 수공예 출점팀도 모두 직접 만든 것들, 천연 염색한 것 등 자연 그대로 살아가는 ‘의식주’로서 우리 환경에 해를 최대한 덜 끼치고자 ‘우리가 할 수 있는 일들을 우리는 직접 한다’는 그런 마음을 약속한 사람들이 함께 장터를 열어 갑니다.

매주 토요일마다 열고 있는 저희 자연그대로 농민장터에 언제든 들려주세요. 공항에서 10분거리인 장터 현장에 오셔서 농민들과 사는 이야기, 사람 이야기 만나서 나눠 보시고요. ‘모두의 행복을 즐겁게 가꾸는 생태적 보금자리’라는 슬로건을 9명의 운영위원들이 같이 정리했는데요. 그야말로 꿈꾸는 삶의

보금자리에 오셔서 함께 누릴 수 있으면 좋겠습니다. 감사합니다.

권민진 하고 싶은 이야기가 정말 많지만 시간 제한으로 어떤 이야기를 먼저 전해야 될지 고민하시고 정리하시는게 느껴졌는데요. 제가 강나루 위원장님 목소리를 진짜 좋아하는데 1박 2일 사이에 목이 너무 많이 쉬었어요. 지금 마음이 너무 아픕니다. 다음은 자연그대로 농민장터에 출점을 하고 계신 농부님 이야기도 한번 들어보고 싶습니다. 고광표 농부님의 이야기를 들어보겠습니다.

고광표 반갑습니다. 저희 농민장터는 제일 처음 시작할 때 몇몇 농민 단체가 모였어요. 농사 공동체도 있었고 단순한 농사 모임도 있었고 그리고 조직적으로 잘 활동하고 있는 농민단체 등 각자 성질이 다른 이런 농민 모임들이 모였습니다. 기존 관행농이 아닌 자연농 혹은 유기농 아니면 여러 이름으로 불리는 농사 짓는 농민들 그리고 초보 농부들도 같이 모여서 그 사람들이 재배한 작물을 팔 수 있는 장소를 한번 마련해보자, 이런 취지로 모여서 지금까지 하고 있습니다.

어제 사전행사에 참여해보니, 이런 장터를 만들고자 고민을 많이 갖고 계신 분들이 계시더라고요. 저희의 처음 얘기를 드리자면, 시작은 했지만 갈등이 많았습니다. 이런 농민들 각자가 가진 생각들이 워낙에 확고하고 다들 굽히기 싫어하는 특징들이 다 있더라고요. 그런 것들을 잘 녹여내는 과정이 초기에 아주 길었고 힘들었다고 생각이 듭니다. 그런 과정에서 이제는 참여하지 않는 농민들도 있었고요.

강나루 운영위원장이 아까 출점 원칙에서 말씀하셨다시피, 3무(無)와 더불어 GMO 하지 않기도 포함시켰습니다. 그 다음, 처음에 같이 시작한 각 농민 공동체 성원이어야만 참여가 가능하다고 했었고요. 많이 타이트하지만 일단 최소한 3무 만이라도 지키면서 시장을 열어가 보고자 했습니다.

처음에는 너무 초라했습니다. 홍보도 안 되고 사람도 없고 정말 아무것도 없어서, 심지어 저는 농사 실력마저 별로 없었어요. 상추만 갖고 와서 3천원 팔고 가는 기간이 한 2년 정도는 있었던 것 같습니다. 그걸 어떻게 견뎌냈을까요.

정말 경제적 이익은 없었죠. 대신 자연농업하는 농민들끼리 만나서 대화하고 하나의 휴식 시간과 공간으로 매주 장터를 만들어 나가면서 소비자들과도 교류하는 시간을 보내고, 이 시간을 좀 더 뜻깊게 만드는 그런 장소로서 장터 문화를 바꾸어 갔습니다. 농민장터 문화를 우리가 직접 만들어보고 바꿔가면서, 단순히 농산물 잘 키워서 판매만 하는 곳이 아닌 장터 문화를 만들어 보는 실험장이 되어갔습니다. 그 과정에서 강나루 운영위원장의 노력이 아주 컸습니다.

장터에 오시는 분들이 농민들하고 얘기하는 것을 좋아해요. 늘 애깃거리가 많아서 서로 서로 얘기하는 것을 좋아하시는데, 처음 장터를 하시는 분들이 계시다면 자연 그대로 농민장터의 이런 문화를 좀 접목시켜봤으면 하는 생각입니다.

물론 우리가 아주 잘 되는 그런 장터는 아니지만 그럼에도 불구하고 분위기는 아주 좋습니다. 그리고 앞으로 여러모로 더 잘 될 수 있다는 생각을 갖고 있습니다.



권민진 네. 감사합니다. 못하신

이야기 많으실 텐요. 이것은 제가 좀 이따가 토크에서 제 질문이나 여러분의 질문을 받아서 또 풀어보면 될 것 같아요.

그 다음은 올바른농부장의 이야기를 들어보겠습니다. 올바른농부장에 출점하시고 계시는 윤동현 농부님 이야기 전에, 문희선 대표님의 이야기를 먼저 들어보고 농부님 이야기 들어볼게요.

문희선 네, 제가 저희 농부장을 소개하고 우리 농부님께서 이야기를 하시는 것이 자연스러울 것 같아서 발언순서를 바꿨습니다.

저는 지금 6년 차 올바른 농부장의 자의반 타의반 대표를 하고

있습니다. 제가 당시에는 젊은 농부였거든요. 그래서 젊은 농부가 대표를 해야 이끌어가지 않겠냐라고 당시 단장님이셨던 운동현 농부님이 말씀하셔서서 지금까지 하고 있습니다.

제가 어렸을 때부터 부모님이 농사를 지으셨어요. 그래서 부모님과 같이 농사를 계속 지어왔고 결혼하고 나서도 지금껏 농사를 하고 있습니다. 그래서 사실 저는 기획이 뭔지 장터가 뭔지 이런 것들 하나도 모르고 하라고 하니깐 가서 그냥 테이블 몇개 펼치고 그렇게 시작했습니다. 그런데요, 이게 하다 보니까 재밌더라고요. 우리 농부님들 몇 명 없었지만 이 농부님들이 모여서 너 이 부추는 어떻게 키운 거야? 나는 왜 이렇게 안 자라는 거지? 이런 이야기들을 나누면서 장이 끝나면 서로 물건을 주고받고, 때로는 함께 만들어 먹기도 하고요. 이런 재미가 정말 많았습니다.

그래서 이 농부님들은 무엇 때문에 여기에 나오시는 걸까. 그리고 왜 이런 것을 해야 하는 걸까라는 생각을 그때부터 좀 했던 것 같아요. 그래서 6년 동안 이어온 이 흐름이 그냥 내 욕심에, 내가 이걸 잘하고 싶어 이런 게 아니라 이분들, 이 농부님들이 어떻게 하면 지속 가능한 농업을 할 수 있을까, 이 분들에게는 무엇이 필요할까라는 고민으로 이어졌습니다. 그리고 그 고민이 중심이 되어 지금까지 자연스럽게 농부장이 이어져 왔던 것 같습니다. 특별하게 제가 어떤 대의를 꿈꾸거나 그런 것보다는 생산자들이 좀 더 행복하게 농사 지어야 제주도의 농사가 지속 가능해지고 그래야 소비자들, 제주도에 있는 소비자들이 먹을 것이 많아질 거고 그 먹을 것들이 많아져야 우리가 로컬에서 살아남을 수 있다 라는 생각을 많이 했어요.

그리고 제주도의 유통 구조는 사실 불합리한 유통구조들이 많잖아요. 예를 들어 당근이 수확되면, 상인에게 팔려서 모두 육지로 갔다가 육지에서 다시 제주도로



내려와서 시장에 풀립니다. 이런 어이없는 유통 과정들이 저는 거슬리고 왜 그렇게 해야 되지? 제주도에 넘쳐나는 게 굴이고 당근이고 무인데 왜 제주 사람들은 제주도에 직접 사 먹는 게 어려울까? 이런 의문들과 고민들이 모여서 농부 시장을 만들어가는 기초가 되었습니다.

저희는 처음에는 정말 작은 단체로 시작했어요. ‘자연그대로 농민장터’도 그렇게 시작하셨지만 저희도 마찬가지로 아무것도 모르고 아무것도 없는 그런 시절에 친환경 농부님들이 함께 모여서 판로를 같이 만들어보면 어떨까라는 고민을 시작으로 지금은 약 60명의 회원이 같이 하고 있고요. 농업기술센터에서 저희를 ‘로컬푸드 연구회’라는 조직을 만들어주셔서 현재 같이 5년 동안 회원으로 활동하고 있습니다. 그 회원들이 취미생활도 공유하고 함께 농장도 견학하고 수시로 만나서 서로 정보 교환을 합니다. 그리고 청년들이 이 제주도에 농사로 적응하고 이어갈 수 있도록 다품종 소량생산 연구회를 따로 조직해서 그 친구들을 지원하고 도와주는 일도 같이 하고 있습니다.

권민진 너무 재밌어요. 두 시장이 똑같이 제주에서 열리고 있는데 이렇게 시작도 다르고, 처음에 어떤 생각을 가지고 시작했는지 생각도 다르고요.

아까 강나루 운영위원장님이 독립 시장이라는 얘기를 해 주셨는데 독립 서점 가보시면 작은 서점들이 다 개성이 다르듯이 제주 안에 두 시장의 개성이 이렇게 다르고, 마르쉐 그리고 저희 당장(당진 농부시장)이나 전국에 열리고 있는 많은 대안시장 등이 천편일률적인 그런 직거래 장터의 모습이 아니라 각자의 개성 있는 모습을 가지고 있다는 게, 이 두 시장의 이야기만 들어봐도 느껴져서 너무 재미있습니다. 이제 올바른 농부장의 윤동현 농부님 이야기도 들어보도록 하겠습니다.

윤동현 반갑습니다. 저는 원래 농사를 짓던 사람이 아니고 서울에서 살다가 제주도로 귀농을 했습니다.

귀농을 할 적에, ‘여기서 대충 살다가’가 아니고 ‘농사 짓다가’ 제주도에 와서 죽을 거다라는 생각으로 식구들을 다 데리고 제주도로

왔습니다. 2000년에, 당시 전세금 2천만원 딱 들고 제주도로 왔어요. 일찍 온 거죠. 농사를 지으면서 제가 제일 안타까웠던 때가 뭐였냐면, 농부시장과 관련해서예요. 서론이 조금 길어질수도 있겠는데요.

그전에는 농민들은 왜이렇게 불만이 많을까라고 생각했어요. 돈이 안 되고 힘들고 그러면 안 하면 그만이지, 왜 이렇게 징징댈까, 왜 특하면 데모를 하고. 제가 처음에는 잘 모르니까 그렇게 보이더라고요.

그런데 농사 지으며 살아보니까, 지금은 ‘아 그랬구나. 그래도 좀 징징거리지 말자.’ 생각하게 되더라고요. 그래서 제가 농부장을 시작할 때, 제가 농사를 지어서 제가 가격을 정해서 직접 팔면 공판장에 보내는 것보다 훨씬 돈이 되겠다라는 생각이 들었어요. 택배로 직거래를 했는데, 그것 또한 한계가 있었습니다. 그래서 판로에 어려움을 겪는 농민들이 모여서 이렇게 작은 농부장을 꾸려 나가게 됐습니다.



최근에 많이 느끼는 건데 기존에 농사를 짓던 규모가 큰 농민들은 여전히 징징거리고 불평 불만이 많아요. 정부가 어떻고, 행정이 어떻고, 얘기를 많이 합니다. 그런데 정말 아쉬운 건 농사를 짓고 싶어서 온 젊은 친구들이 농사지을 땅도 없고 생산물을 팔기는 더더욱 어렵다는 거예요. 이런 고민들을 보면서, 제가 전문적으로 농사를 짓던 사람이 아니었지만 귀농 후 한 20년 넘어가면 그냥 거의 전문가 되더라고요. 그래서 내가 이 친구들을 위해서 밑거름이 되어야 되겠다라는 생각이 들었어요.

그래서 처음에 우리 문희선 대표가 얘기했지만 제가 단장을 하다가 저는 감각도 둔하고 기획하고 이런 재주는 없고해서 젊은 친구들한테 기획일은 넘겨줬고요. 저는 여전히 서포트를 하는 존재로 활동하고 있습니다. 그리고 시키면 시키는대로 다 따라하는 머슴 같은 존재로 열심히 하고 있습니다.

앞으로 제가 농부장에 바라는 것은, 큰 대농들에는 관심도 없어요. 그들은 이미 다

안정적으로 운영되기 때문이에요. 정말 농사짓고 싶어하는 젊은 친구들이 농사를 자유롭게 지을 수 있는 그런 농부장을 만들어가는 게 제 꿈입니다. 감사합니다.

권민진 네. 농부님들이나 기획자분들 말씀하시는 것들 들으면서 궁금했던 것을 제가 먼저 질문을 드리고 또 여러분들께 질문도 받아보도록 할게요.

우선 제가 두 분 농부님께 여쭙보고 싶은 게 있는데요.

농부시장에 출점을 하면서 좀 달라진 점이 있으실까요? 예를 들어서 농사짓는 방식의 변화라든지 혹은 나의 농법 그러니까 작물의 변화라든지 혹은 농산물을 소비하는 소비자로서 혹은 농부시장을 이용하는 소비자로서 나의 일상에 나의 농업에 어떤 변화가 있었는지 들어보고 싶습니다.

고광표 제가 농사를 짓기 시작한 것은 2011년도에 제주도로 귀향하면서 부터입니다. 처음엔 농사 지식이 없으니까 농업기술센터 가보고 자연농법하는 농사 모임에 가입해서 농사를 배우기 시작했죠. 그때 돈 벌면서 운동하자 라는 가벼운 마음으로 농사를 시작했는데 점점 빠져들었어요. 농민들 같이 하다보니 자연스럽게 자연그대로 농민장터를 만들게 됐는데, 장터를 해도 장터에 가져갈 것이 없었습니다. 제 농사 실력으로도. 그 당시에 뭘 가져갈까 해서 가장 쉬운 게 상추였고 그 다음이 콩, 보리 농사였습니다. 그렇게 농사짓다보니 검정밀은 제가 제주에서 처음 재배를 시작했고, 그 다음에 푸른독새기콩을 재배하게 되었습니다.

그러다 점점 가져가는 김에 좀 더 건강한, 그리고 제주도에서 자라난 특색이 있는 작물들, 기왕이면 그런 걸 재배하는 게 낫지 않겠나 라는 생각이 들었습니다.

이렇게 장터하면서 바뀐 것은요, 제가 꿈을 갖게 됐는데요. 버킷리스트라고 그러죠. 그 1번이 문전옥답입니다. 그래서 미국의 어떤 분은 그걸 책으로 썼는데요 「가이아의 정원」이라고 하는 책을 내셨더라고요. 가이아의 정원이 제가 꿈꾸는 문전옥답을 구체적으로 실현시켜놓은 것인데요, 지속가능한 생태농원이라고 말할 수 있습니다. 내가 사는 집 앞에 밭이 펼쳐져 있고, 집 뒤에는 숲이 펼쳐지고 숲이 우거진 그 안에서 이

모든 생태 순환이 이루어지는 공간을 만들어보자는 바람입니다. 그게 크든 작든 물론 넓으면 넓은 데로 좋겠고 좁으면 좁은 대로 만족할 수 있습니다. 그게 제 버킷리스트 1번으로, 꿈을 꾸게 됐습니다.

그리고 제 생활에 있어서 남은 인생 동안 어차피 농사를 짓게 된다면 나에게 맞는 농법을 찾고 있습니다. 농사 경험이 쌓이면서요. 근래는 어떻게 하면 내가 편하게 할 수 있고, 작물은 건강하게 만들 수 있으며, 흙은 자연스럽게 유지할 수 있는 농사 방법을 찾을 수 있을까라는 고민을 계속하고 있습니다.

권민진 보통 농부님들 특히 귀농하신 농부님들은 내가 어떻게 농사를 지으면 돈을 많이 벌 수 있지? 어떻게 해야 더 많이 수확할 수 있지? 이런 것들을 생각하시는데 농부 시장에 나오게 되면서, 시장에 뭘 가지고 나가지? 어떤 것들을 소비자들에게 보여주면 좋을까? 제주의 특색을 가진 건 뭐가 있을까? 라는 질문들로 시작해 재배 작물이 조금씩 바뀌었고 더불어서 꿈도 생기셨고 그랬다는 이야기를 들려주셨습니다.

운동현 농부님 이야기도 한번 들어보겠습니다.

운동현 농부시장은 소비자를 개도하고 자존감을 쌓아가는 장소라고 생각합니다. 공감이 되실까요? 웃는 분들이 계신 것 보니까 많이 공감한다는 얘기일텐데요. 농산물을 가지고 판매를 하다가 보면 참 별의별 질문을 다 받습니다. 근데 그 질문이 ‘내가 그것도 가르쳐줘야 되나?’ 이럴 정도의 질문입니다. 끄덕끄덕 하시는 분들은 다 공감하신다는 얘기입니다. 그 정도로 도시와 농민들의 간격이 너무 멀다는 거죠.

이런 경우도 있었습니다. 모 기업에서 당근을 가지고 홍보를 할 일이 있어서 촬영을 왔어요. 그래서 당근밭에 왔습니다. 당근 밭 가운데 서있었어요. 그런데 당근이 어디 있냐고 묻더라고요. 사람들이이 당근을 뿌리만 봤지 줄기를, 이파리를 본 적이 없습니다. 그 정도로 소비자들이 시장 유통 상인들에 의해서 정형화되고 규격화된 예쁘고 깔끔하고 이런 것들에 길들여져 있었던 거죠. 그래서 실체를 몰라요. 한의사들도 그렇습니다. 약을 조제하기는 하는데 그 한약의 실체를 아는 사람이 없답니다. 우리나라가 그런 환경

속에서 자라는데, 그래서 농부시장에서 그런 것들을 많이 개도를 합니다.

저희 올바른농부장에서는 ‘올바른 농부학교’라고 해서 1년에 몇 명씩 모집해서 파종하고 관리하고 수확하는 일련의 과정들을 가르쳐주고 있어요. 하다보면 정말 제가 선생님이 된 것 같아요. 저를 존중해주고, 와~ 어떻게 그런 걸 아세요? 이렇게 묻습니다. 사실 뭐 다 그렇게 크는 건데 말이죠. 그래서 전 농부시장을 하면서 참 자존감도 많이 생기고, 이 도농 간의 격차를 줄이는 데 농부시장이 정말 큰 역할을 한다고 생각을 합니다.

권민진 네. 농부 시장을 통해서 자존감이 높아졌더라는 이야기를 해주셨네요. 제가 두 분 농부님께 질문드리고 싶은 게 하나 더 있는데요, 왜 농부시장에 기획자들이 존재해야 될까요?

윤동현 제가 먼저 말씀드릴게요. 저는 농사를 짓고, 농사에 관계된 어떤 것들을 설명하고 가르치라고 한다면 하겠는데요, 이것을 판매하는 기술은 정말 쟁쟁이에요.

저는 제가 농부장에 나오면 늘 집사람이 나와줬으면 하는 바람이 있습니다. 왜냐하면 저는, 제것은 뭐가 좋습니다 이렇게 하는것이 참 체질이 안 맞아요. 그런데 그렇게 하지 않으면 또 잘 안 팔리잖아요. 그리고 농산물 들고 나와서 그냥 앉아놓고 이렇게 앉아 있으면 누가 사갑니까? 그래서 이런 것들을 잘 판매를 하기 위해서는 판매를 위한 색을 입히고 가공하고 이러는 분들이 꼭 있어야 되겠더라고요. 저희 올바른농부장이 자리를 잡게 된 가장 큰 원동력이, 기획자들이 없으면 저는 불가능했을 거라고 생각을 해요. 그래서 농업의 범주가 그냥 단순히 생산하고 판매하고 가공하는것 뿐만이 아니고, 이 자체를 문화화시키는 기획자들이 같이 협력해줘야지만 농부시장이 발전할 수 있다고 그렇게 생각을 합니다.

권민진 지당하신 말씀입니다. 네. 농부님은요?

고광표 예. 거의 비슷합니다. 농사지으면서 자연 그대로 농민장터를 개장해서

운영을 시작한 초기에는 장터에 대해서 재배한 것 갖고 나와서 팔면 되지라는 단순한 생각 밖에 못했습니다. 장터에 어떤 문화가 필요하고 장터가 어떻게 운영돼야 되는지에 대해서는 전혀 생각을 안 했던 겁니다. 그냥 갖고 나오면 사겠지, 누군가 오겠지, 이런 식으로만 생각을 했었기 때문에 더 어려웠던 것 같습니다. 그래서 갈등도 많았고, 이탈하시는 분들도 많았고요. 강나루 운영위원장이 맡기 전까지는 저희 출점자들 중에 운영위원장을 맡아서 했는데. 도저히 우리들 머리에서는 할 수 있는 게 없었어요. 그나마 생각한 게 시농제고요. 이렇게 한 거 외에는 생각이 안 나요. 그러다가 강나루 운영위원장이 맡게 되면서 깨달았습니다. 기획에 있어서는 정말 사람이 필요하구나. 이런 장터 운영은 작물 생산과는 전혀 다른 차원의 문제라고 느꼈습니다. 장터가 도시와 농민 농촌의 연결점인데 그 연결점을 아주 부드럽게, 마치 문틀과 문짝을 연결시켜주는 경첩과 같이 이어주면 문이 부드럽게 열리면서 그 기능이 제대로 이루어지는 것처럼, 이런 역할을 해주는 것이 기획자의 역할이라고 생각했어요.

권민진 네. 기획자는 문의 경첩이다.

사실 저는 오늘 이 시장들이 제주의 시장들이고 너무 멀고 하니까 자주 와보지는 못하는데요. 각 시장의 인스타그램만 봐도 단순히 농산물만 파는 직거래 장터하고는 다른 뭔가 재미있는 기획들이 많거든요. 그런 기획들을 꾸려가시는 것 같습니다.

그렇다면 기획자분들 이야기도 한번 들어보고 싶은데요. 우선 저는 시장에 기획자가 있다고 했을 때 기획자들의 가장 중요한 역할이, 우리 시장이 중요하게 생각하는 가치를 손님들에게 메시지로 전달하기 위해서 그 메시지를 다듬는 역할과 그 메시지를 효과적으로 어떻게 전달해야하는지 고민하는 것이라고 생각합니다.

그래서 두 기획자님께 여쭙고 싶은데요. 각각의 우리 시장에서 가장 중요하게 생각하는 가치 혹은 우리 시장에 오시는 손님들에게 이 메시지는 꼭 중요하게 전하고 싶다고 생각하는 그 메시지가 무엇인지. 그리고 그 메시지를 전하기 위해서 우리가 어떤 노력들, 어떤 기획을 하고 있는지 말씀해 주시면 좋을 것 같습니다.

문희선 저희에게 제일 중요한 거는 지속가능한 농업이었어요. 대농이나 큰 농사를 지으시는 분들은 유통 과정에서 단순한 정해진 단계를 밟아가잖아요. 그런데 친환경을 하시거나 새로이 귀농하시거나 아주 작은 농장을 꾸리고 있는 사람들은 이것을 어떻게 팔아야 되고 내가 무엇을 먹고 살아야 되지 고민을 안 할 수가 없거든요. 그래서 저희는 지속가능한 농업을 꿈꾸는 우리 농부님들을 굉장히 중요하게 여기고, 이 사람들이 계속해서 농사를 지을 수 있도록 하는 것이 첫 번째입니다.

두 번째는 생산자 교육을 아까 말씀하셨는데, 생산자들이 농업을 알아야 된다고 생각해요. 소비자가 농부를 알아야 되고 농업을 알아야 이 농업이 이어져 갈 수 있다고 생각해요. 이것을 이제 로컬 푸드 문화라고 얘기를 하는데요. 누가 생산했는지, 어디서 생산된 건지, 어떤 약을 줘서 키운 건지, 이 작물은 어떻게 먹는 건지 등등 이런 지식을 소비자들이 모른다면, 소비자들한테 이걸 팔 수가 없다고 생각해요.

특히 저희 농부님들은 새로운 농작물을 테스트하시는 분들이 많아요. 이런 작물도 제주도에서 자랄 수 있어라고 생각하고 도전하시는 분들이 많이 계시거든요. 그렇게 해서 농작물이 너무 잘 나왔어도, 그 후에 이 작물을 뭐라고 소개를 해야 하는지, 어떻게 먹으라고 해야 되는지 이런 걸 고민을 하거든요. 그런 고민들을 저희 농부장에 출점하고 있는 셰프님이라든지, 요리 연구가, 또 요리를 좋아하시는 분들이 그 작물들로 요리해서 테스트하면서 이를 소비자한테 전하고 소비자가 그 요리방법을 익히게 됩니다. 이렇게 제주도에서도 다양한 농산물이 자랄 수 있고, 수입산이나 다른 지역에서 생산되는 것에 의존하지 않아도 우리가 먹을 것을 우리가 다 키울 수 있다는 생각을 갖게 하는 것. 그것이 우리 농부장의 아주 중요한 역할 중 하나라고 생각합니다.

그래서 ‘다품종 소량생산 연구회’라는 것도 조직을 했는데요. 다양한 농산물을 테스트해서 키워볼 수 있도록 저희가 지도를 하고 있어요.

아까 윤동현 농부님이 말씀하신 올바른 농부학교를 4년째 이어오고 있는데요. 작은 텃밭을 하나씩 나눠드려요. 어쩌면 도시농업이라고 할 수 있겠죠.

농부님들이 직접 선생님이 되셔서 씨앗을 보여주고 이 씨앗이 어떻게 자라는지 아이들과 부모님들한테 보여주고 성장하는 과정을 경험합니다. 그리고 그 과정에서 실패를 많이 하게됩니다. 텃밭에서 생태 농업하는데, 실패할 수밖에 없는 경우들이 많습니다. 그럴 때 우리는 이렇게 설명을 해드려요. ‘농사가 그냥 되는 것이 아닙니다. 지금 마트에서 사 먹는 것들이 어떻게 키워졌는지 한 번 더 생각해 보세요. 지금 우리 농부님들이 이것을 어떻게 어떤 정성을 들여서 키워서 시장에 가지고 나가셨는지 여러분들도 아셔야 합니다.’ 이런 생각으로 그분들과 같이 공부를 하고 교육을 하고 있습니다.

권민진 그러면 이번에는 자연그대로 농민장터에서 중요하게 생각하는 가치 혹은 지키고 싶은 가치 그것을 위해서 좀 노력하고 있는 것이 있다면 어떤 것들이 있을까요.

강나루 저는 자연그대로 농민장터를 시작할 때 여성농민 언니네텃밭꾸러미와 장터 생산자이자 공동체 사무장으로 일하다가 2022년부터 농민장터 운영위원장을 맡게 되었습니다. 이후 장터의 지속과 소비자 소통의 지점 등 전체적인 상호 활력을 위하여 정말 매일 고민해 왔는데요, 제가 생각하는 자연그대로 농민장터의 가치는 그야말로 우리가 지향해 나아갈 삶 그 자체 같습니다. 자연 그대로 살아가고자 하는 일상이고요.

제가 그간 대안을 실천하는 농민들의 모든 공동체에서는 계속 보수없이 일해 왔거든요. 그리고 주어지는 일만 처리하는 일꾼이 아니라 여러 다양한 일을 오히려 계속 만들어 왔었는데요.

그래서 공동체마다 여러 다양한 해야 할 일들이 많아질수록 오히려 스스로에게 ‘씨앗매개자’라는 정체성을 심어주고, 개인의 일을 넘어서 우리 지역과 지금 이 시대에 문제 의식을 갖고 꼭 필요한 역할이라 여기며 책임감을 갖고 정성으로



임했습니다. 공동체 운영에 여러 일이 늘어날수록 평일에도 때로 많은 시간이 쓰이다 보니 제가 운영하는 ‘씨앗바람연구소’에서도 지역에서 토종 농사, 대안 농사짓는 작은 농민들의 씨앗을 지속해 가기 위해 현장에서 공동체적인 실천으로 보탬이 되는 매우 공익적인 활동이라고 귀하게 여기고 있습니다.

그리고 농민장터 슬로건처럼, 제가 중요하게 생각하는 농민장터에서 지키고 싶은 가치는 그야말로 ‘모두의 행복을 즐겁게 가꾸는 생태적 삶의 보금자리’라는 것입니다. 돈이 많고 적음으로 무언가의 풍요로움을 바라보는 그런 자본적인 사고는 각자의 가치 기준에 따라 다 다를 거라 생각합니다. 다만 지금을 살아가는 우리가 조금 더 웃으면서 살면 좋겠고, 모두가 행복하면 좋겠습니다.

그런데 누구나 정말 소중하게 생각하는 이런 가치들이 언어와 활자로는 당연하지만 이것을 어떻게 구체적으로 실천하고 실현해갈 수 있을지 막연하고 저마다 그 지점도 다를 겁니다. 그래서 저는 농민장터에서, 진정한 지속 가치와 취지를 생각하며 계속 더 깊이 참여하는 과정과 그러면서 무언가를 계속 시도해 보는 노력들이 필요했습니다.

지금 제가 느끼는 농민장터라는 곳은 시장이라기 보다는 그야말로 다양한 농민들의 장이 펼쳐지는 터이고, 농민들의 장터에서 저는 그 옛날의 나루터라는 공간이 떠올랐습니다. 강나루 본명이고요.(웃음)

그 옛날 나루터처럼 사람들이 오고 가면서 많은 일들이 문화가 되어서 교류되는 곳이고, 그 와중에 ‘경제적인 시장’의 기능은 자연스럽게 따라오는거라 생각했습니다. 하지만 동시에 제가 느낀 한계 지점 역시 시장으로서 역할이기도 했는데요.

농민장터가 자본적 사고로 경제 기능에만 초첨 맞춰진 시장이 아니라 사회적인 장터로서 광장이 되어주는 공간, 커먼즈의 비물질적 가치를 전할 수 있을거라 기대하고 있습니다. 그래서 저는 자연 그대로 농민장터의 역할로, 사회적인 생태농업의 확산을 문화예술로 풀어내는 것을 고민해 가고 있기도 합니다.

그 실천 과정중 하나로 지난 봄부터 공동체 텃밭에서 장터 농부님들과 자연그대로 텃밭학교를 운영해 가고 있기도 하고요. 저희 텃밭학교는 먹거리의 필요나 재배 기술에만 초점이 맞춰진 게 아니라 시대의 사회과학적 영역에서 생태농업의 본질적인 원리를 우리 모두가 함께 배움이 중요하다 생각합니다. 이것도 골갱이 손 농사처럼 조금 조금씩 해 나가는 과정입니다.

오늘 제주농부시장 포럼은 제주에서 씨앗될 그 씨앗을 심는 날이라는 마음이 듭니다. 여기 모인 분들과 고군분투하며 이어질 미래를 차근차근 가꾸어 나가고 싶습니다. 감사합니다.

권민진 네. 감사합니다. 두 시장이 색깔이 다르다보니, 이 시장에 가도 재밌고 또 어떨 때는 저 시장에 놀러 가서 또 새롭게 배우는 것이 있을 것 같습니다. 말씀 들어보니까 공통적으로 두 시장 모두 농부와 기획자, 또 오시는 손님들 모두에게 배움의 터인 동시에 삶의 터이기도 하다라는 생각이 듭니다.

제가 마지막을 좀 멋지게 마무리하고 싶어서 문구를 정리했는데 까먹을까 봐 적었거든요. 그래서 그 문구 읽고 마무리하도록 할게요. 어제 김정섭 박사님 강의를 들으면서 정말 좋았던 부분이었습니다. 오늘 오신 분들 중 어제 강의를 못 들으신 분도 계셔서, 이 이야기를 꼭 나누면서 마무리해야겠다라고 생각을 했습니다.

「새로운 농민」이라는 책을 쓰신 플루흐 교수님께서 ‘새로운 시장’이라는 것을 언급하면서 농부 시장은 ‘등지형 시장’이다 라고 이야기를 하셨어요.

“새 등지는 다종 다양한 느슨한 소재로 구성된다. 새들은 자신의 몸에서 나오는 깃털, 잔가지, 가끔은 플라스틱 조각 등등 같은 것들을 한데 끌어모아 공들여서 등지를 만든다. 등지는 미래를 위한 토대이며 어떤 소중한 것을 보호하는 데 이용된다. 바라건대, 어린 새가 그 안에서 자라나 결국에는 스스로의 날갯짓으로 날게 될 것이다.”

오늘 이 네 분께 들은 이야기와 맞닿아 있는 이야기인 것 같고 플루흐 교수님이 이야기하는 ‘어떤 소중한 것’, 그 ‘어린 새’가 우리의 미래 세대 아이들이나, 지구 그리고 생태계라고 생각했습니다.

농부와 기획자. 그리고 농부 시장을 이용해 주시는 손님들 모두가 어떤 소중한 것을 지켜가기 위한 이 등지. 우리들의 농부시장, 농부들의 시장이 아니라 우리들의 농부시장에 그 깃털과 잔가지와 같은 애정과 응원이 지속되길, 계속 이런 것들이 꾸준히 모아지길 바라면서 오늘 농부시장 토크는 여기서 마무리하겠습니다. 참여해 주셔서 감사합니다.







제주농부시장포럼

본행사 — 농부시장포럼

11/2 (토)
14:00~18:00

<제주농부시장포럼>에서는

- 연구자들이 한국 농부시장의 오늘을 짚어봅니다.
- 농부시장을 만들어가는 운영진과 기획자의 생생한 현장 목소리를 듣습니다.
- 네덜란드 로테르담에서 파머스 마켓을 열어 로컬푸드와 도시먹거리로 도농을 연결하고 농부들의 지속가능성을 열어온 ‘로테르담 우그스트(Rotterdamse Oogst)’의 이야기를 통해 농부시장이 ‘커먼즈’로 나아가기 위해 필요한 것이 무엇인지 찾아봅니다.

제주농부시장포럼

본행사 - 농부시장포럼

시간	소요시간	제목
14:00 ~ 14:20	20분	· 개회사 · 환영사
14:20 ~ 15:00	40분	주제발표 영역시장으로서의 농부시장, 제도화의 모색 송원규 박사 농업농민정책연구소 '너름' 선임연구위원
15:00 ~ 16:00	60분	사례발표1 로테르담 파머스마켓 이야기 거버넌스를 통해 이뤄낸 지역 먹거리 체계 게르다 지즐스트라 네덜란드 로테르담스 우그스트 총괄(Gerda Zijlstra/Co-founder and Director of Stichting Rotterdamse Oogst)
16:10 ~ 16:50	40분	사례발표2 대화하는 농부시장 마르쉐 12년 경험과 모색 이보은 마르쉐친구들
17:00 ~ 18:00	60분	종합토론 좌장 김정섭 박사 한국농촌경제연구원 농촌정책연구실 선임연구위원 토론자 김자경 학술연구교수 제주대학교 공동자원과지속가능사회연구센터 온수진 팀장 서울시 정원도시국 조경과 이재근 단장 제주시 농촌신활력플러스사업 추진단 장상기 대표 지역다운레이블

지구 곳곳에서 농부들이 만들어가는 농부시장은 우리에게 농부를 사랑하고 존경할 소중한 기회를 줍니다. 농부에게 배우고 농부와 친구하며 나도 농부가 되어 지구를 생각하며 자연과 공존하는 새로운 삶의 시작을 그리게 됩니다. 자연과 순응하며 흙을 살리고 먹을거리를 짓는 농부들을 고마워하며 그들이 짓는 농부의 시장을 더욱 알차게 돕기 위하여 오늘 우리는 이곳에서 만났습니다.

신은 자연의 모든 생명들을 다 다르게 창조 하셨습니다. 신을 닮은 농부들 역시 다른 모양과 맛이 다른 농산물들을 창조해냅니다. 예술은 다름을 존중하고 농사는 다름을 포용합니다.

농부직거래장터는 거칠고 무질서하게 보이지만 달라서 자유롭고 여유가 있습니다. 그러한 다름의 창조적 공간, 농부의 시장에서 농산물은 공장에서 똑같이 찍어내는 상품이 아닌 자연에서 창조되는 자연물임을 깨닫게 됩니다. 따라서 품질표준화를 빌미로 규격화, 대량화 되고 있는 현재 식문화의 문제점을 깨닫게 되고 이를 바꿔야만 할 운명적 계기를 접합니다. 농부의 시장이 우리의 먹거리를 오래된 미래로 건강하게 전환 할 수 있는 사회적가치의 장임을 확신합니다.

저는 파주 헤이리예술마을에서 농부예술장터 “햇빛장”을 열고 있는 천호균입니다. 제가 평소 느끼고 있는 “농사가 예술입니다”를 시로 읊으며 오늘의 인사말을 대신 하겠습니다.

농사가 예술입니다.

농부가 예술가입니다.

시를 짓듯 소설을 짓듯 농사를 짓습니다.

작가가 긴 고뇌 끝에 위대한 작품을 만들듯 농부는 오랜 시간
정성들여 생명 깃든 먹을거리를 창조해냅니다.
들녘에 흔들리는 벼와 파릇한 논은 도시의 현대적미에만 익숙한
우리에게 농촌의 진정한 아름다움을 선물합니다.
아직은 도시에 있어야만 문화를 향유할 수 있었다면 앞으로 다가올 새로운
문화는 생명을 사랑하는 마음과 평화로운 자연이 가득한 농촌에서 시작합니다.
농촌이 가장 트렌디한 예술마을이 되고 농부가 아주 창조적인 예술가로
인정받고 농사가 가장 위대한 예술작업이 되는 날이 곧 오리라 믿습니다.

예술이 모든 이들과 아름다움을 나누어 영원했다면 농사는
모든 생명들과 먹을거리를 나누어 지속가능했습니다.
농사와 예술은 나눔입니다 나눔은 기적입니다 나눔은 기적을 만듭니다.
예술이 세상을 변화시킨다면 농사는 세상을 구합니다.
농사가 예술입니다.

안녕하십니까.

제주시 농촌신활력플러스사업추진단 단장 이재근입니다.

제주의 농산물에 많은 관심을 가지고 계시는
분들을 모실 수 있게 되어 영광입니다.

제주 월동채소의 전국 점유율은 매우 높은 수준입니다. 겨울 채소중
당근의 전국 점유율은 80%에 달하는 등 주요 작물의 경우 30% 이상을
차지하고 있습니다. 문제는 생산량에 비해 유통에 대한 주도권을 생산자가
갖고 있지 않은 경우가 대부분이라는 점입니다. 특히 작물에 대한 관심을
중소농이나 고령농 등으로 돌려보면 판매장벽은 매우 크다 하겠습니다.

오늘 마르쉐 및 제주의 농부시장 분들과 함께 이 포럼을 준비하면서
작은 목표를 세웠습니다. 제주 농산물의 유통망을 획기적으로 새롭게
쇄신한다거나 전에 없던 새로운 방안을 찾고자 하는 의도는 아닙니다.
작게는 내 주변에서부터 크게는 제주를 방문하는 관광객들 그리고 제주산
농산물을 소비하는 소비자들에게 제주의 농산물이 지닌 온전한 가치를
전달하고 이를 통해 가치있는 소비, 농민과 소비자가 상생하는 소비를
위한 노력에 가능성을 타진하는 초석이 돼보자는 의도입니다.

신활력사업추진단은 아시다시피 농사를 짓는 농부거나 농부단체도
아닙니다. 다만 제주의 농업 현실을 직시하고 농민들이 지속적인
경제환경을 조성하기 위한 노력에 도움이 되고자 장을 마련하였습니다.

농부시장이 제주 농산물의 유통을 일신할 수는 없을 것입니다.
하지만 대량유통이나 전국 유통이라는 커다란 수급의 흐름이 있듯이
건강하면서도 각 분야에서 가치 있는 작물 생산과 직접 유통은

그 자체만의 가치를 지닌다고 확신합니다. 제주의 농부 시장이 소비자들에게 가깝게 다가가 제주 농산물의 가치를 높이고 제주 농산물을 소비하는 새로운 채널로 자리잡을 수 있기를 희망합니다. 감사합니다.



송원규 (Song, Wonkyu)

세계 농식품체계의 문제와 식량주권 운동 등
대안적 농업·먹거리 운동에 관심을 가지고,
국가기관을 비롯 다양한 조직의 연구를 진행했다.
건국대학교에서 농식품경제학 박사 학위를
수여하고, 주요 글로 <먹거리반란>(공역)과
<종자, 세계를 지배하다>(공저),
그리고 논문 <세계농식품체계의 역사적
전개와 먹거리위기> 등이 있다.

농식품경제학 박사 (Ph.D. in Agri-
Food Economics at Konkuk
University Global Campus)
건국대학교 글로벌캠퍼스 시간강사 (Part-Time
Lecturer, Konkuk University Global Campus)
농정전환실천네트워크 정책실장
(Policy Director, Network for
Transformative Agri-Food Policy)
더불어민주당 전국농어민위원회 정책센터 소장
전국먹거리연대 정책위원장 (Policy
Chairperson, National Food Network)
농업농민정책연구소 '녀름' 선임연구위원
(Senior Researcher, Research Institute
for Agriculture and Peasant Policies
- Established by KPL & KWPA)

“기후·먹거리·지역 위기라는 다중의 위기 속에 지속가능한 먹거리의 생산과 소비를 어떻게 만들 것인가에 대한 사회적 관심이 높아지고 있습니다. 특히 지역 고유의 문화적, 사회적, 경제적 특성을 반영하는 영역시장(territorial market)을 활성화하려는 노력이 늘어나고 있습니다. 이 시장은 농부들의 농생태적 실천과 사람과 지구의 건강을 최우선으로 생각하는 시민의 의식적인 소비가 교차하는 공간으로서의 역할을 합니다.

우리나라에서는 이러한 영역시장 활성화를 제도화한 것이 ‘지역먹거리계획(푸드플랜)’입니다. 그러나 현행 제도의 지원은 주로 학교급식, 로컬푸드 직매장과 같은 제한된 방식에 집중되어 있으며 농부시장은 정책 영역에서 소외되어 왔습니다. 농부시장은 영역시장의 사회적 관계와 유통 특성을 가장 잘 구현하고 있다는 점에서 이를 한국적 맥락에서 제도화할 수 있는 방안을 모색하는 것이 필요한 시점입니다.”

안녕하세요. 소개받은 송원규라고 합니다. 제주에서 이렇게 뵙게 돼서 반갑습니다.

저는 사실 여기 계신, 자부심을 가지고 농부시장을 운영하는 농부들께 제도화라는 것이 필요한 것인지 잘 알지 못하고 이 내용을 준비했습니다.

오전에 '농부토크'에서의 이야기를 말미에 30분 정도 들으면서 그 의구심이 더 많이 짙어졌는데, 이 간극에 대해서 간단하게 저의 연구자로서의 삶에 대한 이해를 먼저 구하고 시작하고자 합니다.

저는 원래 농과대학에서 농화학을 전공했습니다. 당시만 해도 농약을 만드는 것을 배우는 학과로 인식되던 학과였습니다. 대학 졸업 후 당시 사회적인 분위기 속에서 사회를 바꿔야 된다는 고민을 가지고, 2000년대 중반 전국농민총연맹이라고 하는 농민 단체에 상근 활동가로 들어가서 농업 정책이라는 것을 다뤄왔습니다.

그러다가 그때 당시만 해도 농투신(학교 마친 후 농업 현장으로 가는 것)이라고 하는 개념이 있었기 때문에 현장에 가겠다는, 말도 안 되는 꿈을 꾸었습니다. 주변에서 너는 현장에 안 맞으니 차라리 너가 잘할 수 있는 것을 가지고 농민들의 삶을 조금이라도 낫게 하는 데 기여하라고 해서, 다시 사회과학으로서 농업 정책을 다룰 수 있는 준비를 하면서 박사학위를 받았어요. 오늘 토론의 좌장을 맡아주실 김정섭 박사님이 제 박사학위 논문에 심사도 맡아주셨었습니다.

이런 가치를 중심으로 시작한 농업·농촌·농민과 관련한 다양한 활동들이 어떻게 해야 사회적으로 인정을 받고 그 가치가 제도권 안에서 조금이나마 자기

영역을 확보하는가가 저의 관심이었기 때문에 그런 과정을 거쳐왔습니다.
2009년부터 당시 ‘우리텃밭’이었던 ‘언니네텃밭’ 연구를 했습니다
(우리텃밭이라는 이름으로 시작했던 여성농민꾸러미 공동체는 지금은 언니네텃밭여성농민생산자협동조합이 되었습니다). 여성 농민들이 공동체를 만들어서 꾸러미를 만들고 도시민들에게 한 달에 네 번, 상자로 보내는 활동을 시작하는 과정에서부터 함께하며 제가 연구자로서 첫 시작을 했습니다.

지금은 로컬푸드가 대중화되고 직매장의 수는 어마어마하게 늘어났죠.
그런데 들여다보면 과연 이렇게 제도화된 게 잘 된 건가 의구심을 갖는 시각이 있고, 한편으로는 어쨌든 많은 농민들이 시장에서 경쟁하지 않고 직매장을 통해서 자신의 생산물들을 내게 되었다는 상당히 많은 변화가 있는 것이죠.

이런 변화들 속에서 농부시장도 지금은 제도 안에 직거래장터라고 명칭되어 있는 것이죠. 그런데 과연 제도화로의 모색이 필요한가 저는 아직은 잘 모르겠습니다. 일단 토론과 여러분들의 의견을 통해서 많이 말씀을 해주셨으면 좋겠습니다.

오늘 이 자리에는 생태 농부로서의 가치를 지키는 농부들이 많으시지요. 정부의 다양한 정책 트랙 내에서 인정받고, 제안서를 넣고 지원금을 받는 것과는 좀 더 다른 삶을 모색하시는 분들이지요. 저는 여기에서 큰 격차를 느낍니다.

어제 제가 장흥에 가서 농민이 되는 엄청난 과정을 겪은 34살의 청년 농부를 만났습니다. 집이 갑자기 어려워져서 강원도 영월군에서 우프를 하고 나서 전남 해남으로 와서 모실장을 하는 청년 그룹을 거친 후 강진을 거쳐서 지금은 장흥에서 결혼도 하고 정착한 지 7년이 됐더라고요.

그 농부가 자신은 경제적으로 도시적인 삶이 안 맞았고, 다른 사람들은 불편하게 느끼고 좀 느린 이곳에서의 삶이 자신에게는 너무 잘 맞는데 사회적으로 ‘인정받는 게 참 힘들다’라는 이야기를 했습니다.

여기 계신 분도 다수가 공감하지 않을까 미루어 짐작하는 데요, 제가 이런 자리에서 여러분들을 만나다가 서울에 가서 저의 일을 할 때는 이런

농민들의 삶과 가치가 중요한 게 아니게 됩니다. 직매장의 매출액은 몇십억이고 그 몇십억을 몇 백억으로 만들기 위해서는 우리가 뭘 지원해줘야 되고, 그걸 지원받기 위해서 농협중앙회에서 찾아와서 정당에 이야기를 밀어넣으려면 어떻게 해야 되냐는 이야기들이 오가는 가운데 일을 하게 됩니다. 서두가 길었는데요, 오늘 이 자리에 모인 여러분의 실천(농부장터)과 저의 일 사이에 이러한 간극이 있다는 것을 말씀드리고 싶습니다.

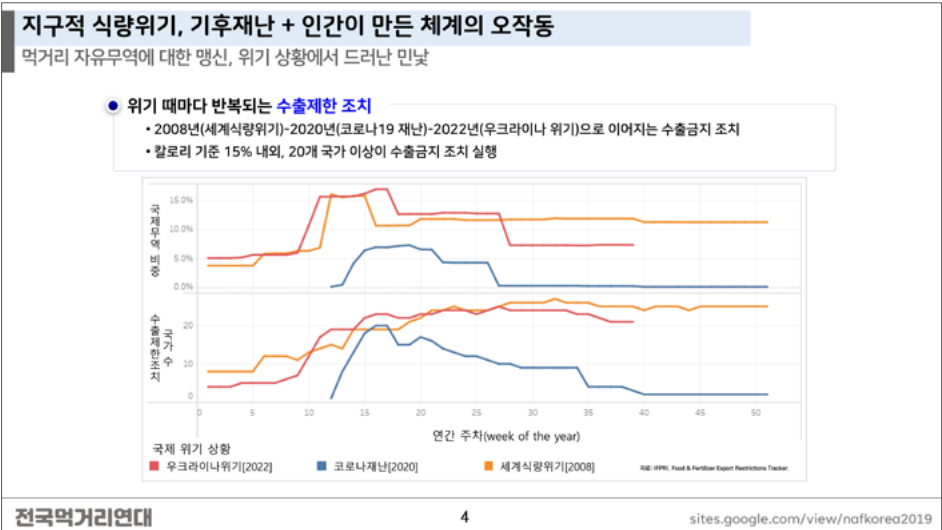
이제, 제도화가 필요한지에서부터, 그 가치에 대한 이야기부터 말씀을 드리려고 합니다.

‘영역 시장’은 요즘에 FAO(식량농업기구)에서 많이 쓰는 용어이고, 또 비아캄페시나(LA VIA CAMPESINA)라고 하는 전 세계 소농들의 조직에서도 이 정책 용어를 많이 활용하고 썼습니다.

그 의미는 사전 행사 공개강연 시 김정섭 박사님이 말씀하셨던 둥지 시장(Nested Market;네스티트 마켓)이라고 하는 것과 크게 다르지 않고요. 이 시장이 지역사회에서 단지 농산물을 사고 파는 공간이 아니라 다양한 가치가 오고 가는 소중한 커먼즈로서의 공간이다라는 것과 크게 의미가 다르지 않습니다.

그런데 국제적으로 보면 제도적인 측면에서도 이런 이야기들이 많이 오갑니다.

특히 주목할 점은, 여전히 우리 정부가 맹신하고 있는 자유무역의 시대가, 저는 이제 지나가고 있다고 생각을 합니다. 더 이상 각국의 정부들이 자유무역협정에 따라서 그리고 세계무역기구(WTO)의 무역협정에 따라서 맺었던 약속들을 지키지 않습니다.



이 그래프에서 볼수있는것은 2007년, 2008년 세계 식량 위기 때, 코로나 재난 때 그리고 최근에 우크라이나와 러시아의 전쟁 상황에서 세계적으로 곡물의 중요한 거점들이 봉쇄가 되거나 무역 자체가 물류가 마비되거나 이런 현상들이 나타났습니다. 당시 농산물 주요 수출국들은 너무나 당연하게 자국 국민들이 혹시나 위기 상황에 처할지 모르기 때문에 일단 수출을 금지시키고 나중에 국제적 상황이 다시 좀 나아지면 수출을 재개하였습니다.

원래는 WTO 사무국에 통보를 하고 인정을 받아야만 이런 조치를 할 수 있지만, 당시에 조치를 취한 국가들 중 약 70%는 사무국에 통보조차 하지 않았습니다. 그리고 승인받는 걸 절대 기다리지 않았습니다.

이것이 우리가 맹신해왔던 이 자유무역의 시대가 지나가고 있음을 알려주는 것입니다. 코로나 재난 때, FA사무총장 WHO사무총장들은 우리가 보호무역을 하는 순간, 세계가 더 위기에 처하게되니 자유무역을 포기하지 말아달라고 호소를 하지만 전혀 와닿지 않는 그런 시대가 되었습니다.

지구적 식량위기, 기후재난 + 인간이 만든 체계의 오작동

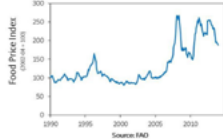
회복(탄력)성 없는 현재의 지구적 먹거리 체계

● 기후 재난으로 인한 식량가격 지수의 변동성

- 2008년의 흉작과 곡물 재고 부족은 다른 여러 요인과 합쳐져 곡물 가격이 급상승, 유엔 식량가격 지수는 새천년 전환기보다 2.8배나 더 높은 역대 최고치를 기록
- 2010-11년 러시아의 폭염으로 인해 40년 만에 최악의 가뭄이 발생했고, 곡물 수확이 급감했으며, 간접적으로 북아프리카 국가에서 빵 가격이 급등하면서 식량 폭동 발생

● 식량위기의 빈발 전망과 이미 심각한 현재의 위기

- 쌀, 밀, 콩, 옥수수, 대두 등 4대 곡물을 비롯한 식량 생산에서 100년에 한 번 발생하는 생산 중단 가능성은 2040년 까지 30년에 한 번 발생하는 빈도 증가 예측
- 2070년 이후부터는 전 세계 생산량의 10% 감소하는 충격(shock) 상황이 10년 중 7년 발생 가능
- 세계 기아에 대한 UN의 통계는 이미 심각한 지구적 위기 상황을 드러내고 있음 : 24억 명의 사람들이 어느 정도 혹은 심각한 먹거리 불안정 상태에 있으며, 31억 명(인류의 42% 이상)이 건강한 식사를 하지 못하는 상태



출처: BBC, <https://www.bbc.co.uk/news/science-environment-23810862>

전국먹거리연대

5

sites.google.com/view/nafkorea2019

더 큰 문제는 바로 기후위기로 인해서 식량 위기가

빈발하는 상황이 되었다는 것입니다.

왼쪽에 있는 그래프에서 보는 것처럼 2000년을 전후해서 나타났던 현상 그리고 2008년 이후에 현상들을 살펴보면 전 세계적으로 곡물가격의 변동 폭이라고 굉장히 큼니다.

이러한 시대, 기후 재난까지 우리가 체감하는 상황이 되었을 때 어떻게 이 상황을 헤쳐나갈 수 있을지 고민할 수밖에 없게 되었습니다.

모두가 풍족한 밥상을 누리기 위해서 자연과 공생하기보다는 무조건 많이 더 많이 생산하기 위해서 많은 것을 투입하는 농사, 즉 생산주의를 많은 나라들이 추구해 왔고 우리나라도 그 시기를 거쳐왔습니다.

하지만 더 이상은 가능하지 않다는 거죠. 그런데 기업들은 기존의 생산주의를 포기할 생각이 없습니다.

기업들은 기후위기 시대에도 기술로서 모든 문제를 해결할 수 있다고 주장합니다. 스마트팜, 수직 농장, 요즘 축산 농가들마저도 긴장하게 만드는 대체육 등등 기술적인 해결로 충분히 가능하다고요.

여기 계시는 분들 그리고 지구와의 공생을 모색하는 분들은

그렇지 않다고, 다시 생태적인 삶으로, 지구와 인간이 공생하는 방식으로 돌아가야 된다고 이야기를 하고 있습니다.

이런 가운데 국제적으로는 UN에서 체계를 만들었습니다. ‘먹거리 체계 정상회의’라고 하는 ‘푸드 시스템 서밋(Food System Summit)’을 2021년도에 처음으로 시작했는데요, 우리나라에는 많이 알려지지 않았지요.

그때 UN총회는 유명했습니다. 문재인 대통령과 BTS가 가서 총회에서 연설을 했고, 그 연설 내용도 좋았지요. 많은 국민들이 ‘우리나라 국격이 그만큼 올라갔구나’ 이런 얘기를 할때, 우리나라 대통령도 장관도 참석하지 않은 채 ‘푸드 시스템 서밋’도 열렸습니다. 앞으로 각 국가가 먹거리 체계를 지속 가능한 방식으로 바꾸기 위해서 어떻게 노력할 것인지를 논의하는 것입니다. 예를 들면, 탄소 배출량을 어떻게 감축하고 있는지 먹거리 체계를 지속 가능하게 바꾸기 위해서 어떤 활동을 하는지 2년마다 공유하자는 이야기를 했고요, 2023년에 2차 회의가 열렸습니다.

이 과정에서 끊임없이 확인되는 것은, 국제기구라는 것은 항상 힘 겨루기가 이루어지는 곳이라는 겁니다.

진정한 대안을 모색하는 흐름과 그것을 어떻게든 이윤과 다시 연결하고자 하는 흐름이 반복됩니다. 그래서 지속 가능한 먹거리 체계에 대해 엄밀하게 존재하는 정의에도 불구하고, 신젠타 같은 거대 기업은 농민들이 농업을 보다 탄력적이고 지속 가능하게 만들 수 있는 솔루션을 제공하기 위한 혁신을 가속화해야한다고 주장하는 겁니다. 여기에 담긴 의미는 그 솔루션을 자기들이 줄 수 있다는 것이지요.

다양한 기술을 통한 솔루션들을 기업 돈을 써가지고 줄 테니까 농가들은 이걸 수용해서 실천하면 된다는 식의 수많은 이야기들이 오고 가는 것이 현재의 국면입니다.

이 것을 우리 안에서는 어떻게 이야기를 할까 고민하다가, 굳이 ‘영역 시장’이라고 하는 연구자들의 용어를 끌고 왔습니다.

아까 말씀드렸지만, 다양한 현장 농민들이 로컬 푸드를 가지고 실천했던 흐름이 지금은 국가의 제도가 되었습니다. 그것이 농업농촌 및 식품산업 기본법에 하나의 조항으로 들어갔을 정도로 지역 먹거리 계획은 국가의 제도가 되었는데요, 그 속에서 지금의 지역 먹거리 계획이라고 하는, 얼마 전까지 푸드 플랜이라고 불렀던 것 안에서 직매장과 학교급식, 공공급식, 직거래장터 등 약간 끼워넣기식으로 넣고 있는 이러한 정책들이 원래의 현장에서 시작되었던 가치들을 충분히 담고 있는가 하는 고민이 있습니다.

이는 원래 현장에서는 영역 시장 혹은 등지시장의 고민과 크게 다르지 않았습니다. 가까운 뿐만 아니라 관계적으로 이 시장에 함께 대면하는 사람들의 관계, 공동체성을 중요시하고요. 여기에는 소규모 주체들이 참여하는데 이것은 크기의 문제는 아닙니다. 기존의 기업 중심의 생산 가공 유통 체계에서는 농민들이 내가 하고 싶은 농사를 짓고 내가 만나고 싶은 사람들과 만나서 거래를 할 수 없습니다. 즉, 자율성이 없다는 것입니다.

따라서 ‘기업이 요구하는 방식으로 규격화되고 획일화된 농산물을 생산해내야 되는 흐름들에서 벗어나고자 하는 주체들’이라고 하는 의미에서 소규모 주체들이 참여하며 다양한, 공식적으로 인정받는 시장에서부터 그렇지 않은 시장까지 포괄하는 것이 바로 ‘영역 시장’입니다. .

그렇다면 여기 계신 분들이 하고 있는 것은 영역 시장인가요? 어떻게 생각하시나요? 별 말씀이 없으시군요.(웃음) 이런 흐름 속에서 한국의 먹거리 운동이라고 하는 것은 간략하게 정리하고 지나가겠습니다.

아시다시피 친환경 농업이 70년대 유기농업 운동으로부터 시작되었고 이 현장에 유기농업을 실천하는 농민들, 농부들을 존중하는 도시 소비자들이 직거래를 하면서 소비자 생활협동조합이 되었습니다. 이 생산자와 소비자의 약속된 활동이 더 넘어서서 보편적인 복지 정책으로서의 친환경 무상급식이 되었습니다.

이 과정에서 좀 더 근본적으로 대안을 추구하는 로컬푸드 운동이라고 하는 것, 기존의 관행화된 유통 경로나 정부의 정책 틀에서 벗어나는 다양한 활동들을

로컬푸드 운동이라는 흐름에서 우리는 다양하게 만날 수가 있었습니다.

이것이 정부의 정책으로 포함되면서 지역 먹거리 계획으로서 그 안에서 사업 명칭을 보면 [지역 먹거리 선순환 체계 구축 지원 사업] 이라고 하는 것이 정부의 정책 안에 들어가 있습니다.

그 안에서 직거래 장터는 어떠한 위상을 가지고 있는지 말씀을 드리도록 하겠습니다.

김대중 정부 시기에 직거래 제도화라는 것을 처음으로 이야기하기 시작했습니다. 농민시장도 이때 이야기가 나왔습니다. 대형 할인점에 대한 지원 같은 것을 했었는데 이 정책의 귀결은 대형할인점이 직거래 형식을 취하는 시설을 만들고 유통을 하는것으로 정부 자금을 엄청나게 지원하였습니다.

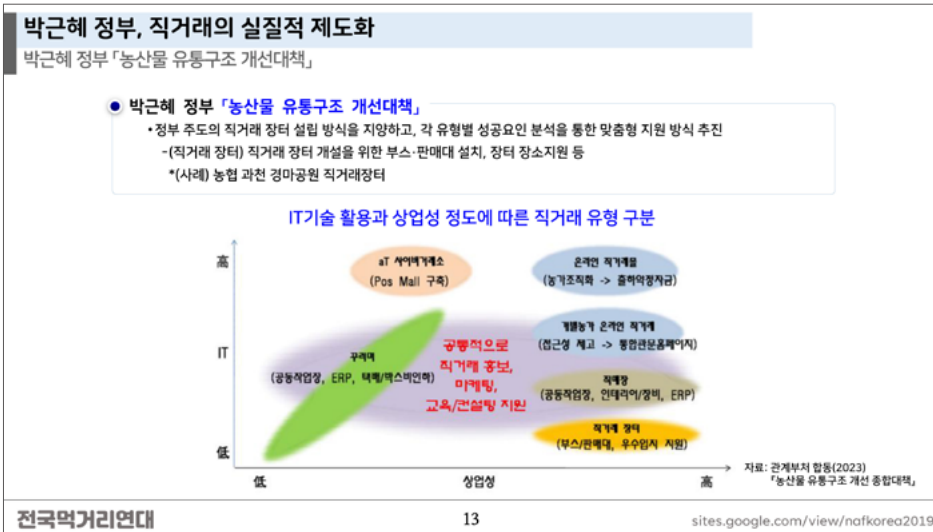
도시 소비지에 소위 말하는 대형 마트 등의 유통 시설들을 짓는 데 상당히 많은 자금이 들어가고 노무현 정부 때는 1사1촌 방식으로 기업별로 농촌 지역간의 협약 맺어 그 지역 농산물을 많이 구매하도록 하는것입니다. 이 구조의 핵심적인 의미는 제안처럼 포장이 되었지만 농민들에게 세계화 시대에 세계적인 농민들과 가격을 두고 경쟁을 해야 되기 때문에 직거래라고 하는 틈새 시장을 노리고 알아서 농민 여러분도 기업가 정신을 가지고 이러한 판로를 스스로 모색하는 농민이 되라라고 하는 그런 의미가 있었던 정책이었습니다.

이 과정에서 이른바 신자유주의 농정이라고 하는 흐름들이 우리나라를 지배하게 되었을 때, 아까 말씀드린 2000년대부터 로컬푸드와 생협과 다양한 대안을 모색하던 농민들이 제철 채소 꾸러미 등의 다양한 생산물의 판로를 창의적으로 만들어내면서 이러한 대안들이 대중적인 인식이 될 정도가 됐습니다.

저는 지금도 가끔 대학생들을 가르칠 때 참고 자료로서 활용하고 있는데, KBS <다큐3일>에 여러차례 여성 농민들의 꾸러미가 소개되었습니다. (KBS 다큐멘터리 3일-593회 언니들의 열전, 텃밭, 희망 열렸네-경북 상주 봉강공동체 72시간) 그때 반응이 폭발적이었습니다. 방송이 나갈때마다 공동체의 꾸러미가 100개 200개씩 늘어났습니다. 일주일에 한 번씩 포장과

발송을 해야 되는데, 새벽에 공동 작업장에서 여성 농민들이 농산물을 끌어올리고 포장해야 되는데 감당할 수 없을 정도로 갑자기 늘어났습니다.

그런데 소비자들이 이 방식이 익숙한 방식이 아니기에 다시 조금씩 줄어들었습니다. 이후에 배추 파동이 생기면 생협 배추는 만원씩 올라가진 않더라, 로컬푸드가 좋더라 등 유행이 되면 또 농민들이 출연하는 방송이 방영되고 꾸러미 수요가 늘어나는 등 이런 것들이 반복되었습니다. 이러한 상황속에서 박근혜 대통령이 농산물 유통 구조 개선 대책 안에 직매장 꾸러미, 직거래 장터라고 일컬어지는 지금의 제도권 안에서의 로컬 푸드 방식을 비로소 집어넣었습니다.



제일 아래 오른쪽 하단에, 직거래 장터는 상업성은 높고 IT기술과는 잘 접목되지 않는 방식으로 규정이 됐습니다.

정부에서 직거래 장터를 어떻게 인식했는지를 이 그래프를 통해서 알 수가 있는데 직거래 장터를 상업적인 측면에서만 이해를 했던 것으로 볼수있습니다. 그러다가 이제 우리가 최근 몇 년간 급격한 변화를 겪고 있는 지역 먹거리 계획이 있습니다.

저도 아까 혼란스럽다고 말씀을 드렸습시다만, 이 자리에 오기 이틀

전에는 농림축산식품부에서 지역 먹거리 계획 미수립 지자체들을 대상으로 하는, 현재 전국의 광역 및 기초 모두 합쳐서 약 250개 정도의 지자체 중에 지역 먹거리 계획을 수립한 지자체가 미수립 지자체보다 더 많습니다. 그만큼 몇 년 사이에 큰 변화가 나타났다고 볼수있습니다.

다시 돌아가서 미수립 지자체에 공무원분들을 대상으로 왜 수립을 해야 되는지를 설명해야 했습니다. 제가 요청받은 것은 미수립지역이 먹거리 계획을 지자체가 수립하도록 해야하기 때문에, ‘로컬 푸드 지수 평가를 받으시면 여러분이 공공기관 행정평가에서 가점을 받아가지고 지자체에 큰 도움이 됩니다.’ 이런 이야기를 하면서 그들을 설득하는 일을 하고 와야합니다.(웃음) 이런점이 저의 고민의 지점인데요, 저는 제도화가 된다는 것은 어느 정도 타협을 해야 되는 지점이라고 생각합니다.

왜냐하면 대안적인 부분을 모색하는 속에서 그 가치가 제도 안에 들어가서 흐려지는 부분이 있고 혼란해지는 부분이 있습니다만 그것이 보편적으로 사람들에게 가닿는 지점에서 훨씬 더 넓어지기 때문입니다. 그럼에도 불구하고 부작용도 있습니다.

로컬 푸드 정책에 가장 성공한 영역은 바로 직매장입니다. 그런데 직매장 초기 때부터 아까 2009년, 2010년에 처음 완주군의 용진농협 로컬푸드 직매장을 했을 때부터 전국을 살펴보고 있는데 그때도 이미 이런 우려가 있었습니다.

농협에게 넘어가는 순간 어떻게 될 것인지는 뻔하다고 했습니다. 그리고 실제로 수치로서 확인이 됩니다. 2020년도 기준으로 전국의 857개소 중에 농협 직매장이 78.8%에 이르고 있습니다.

로컬푸드는 직매장 특히 농협 매장을 통해서 농민은 조금 더 나은 조건으로 농산물을 잘 팔 수 있고 중간에 매대하는 매장에서는 수수료를 조금더 안정적으로 수급하고 운영할수가 있습니다. ‘어찌됐든 로컬푸드로서 지역이 생산하고 소비하는 게 그만큼 많이 늘어났다’는 평가 속에서 과연 이것이 저희는 본래 지향했던 로컬 푸드의 그 가치들, 유기농업과 생태농업을 추구하고

생산자와 소비자의 대면적인 관계를 지향하는 것이 실제로 이루어지고 있냐는 질문을 우리는 반문해 볼 수밖에 없다고 말씀 드리고 싶습니다.

간단하게 말씀드리면, 지금 직거래 장터는 직매장에 살짝 없어가는 그런 정책에 불과합니다. 대부분의 로컬푸드 직거래 장터가 로컬푸드 직매장의 주말 장터 형식으로 운영되는 경우가 상당히 많고, 매출이 높은 곳일수록 더 그렇습니다. 또한 바로마켓 같은 정부의 위탁을 받아서 운영되는 곳이 다수를 이루고 있습니다.

말씀드린 것처럼 직거래 장터가 아니라 농부시장이라고 하는 말씀을 드렸는데, 이러한 농부시장이 제도화로서의 모색이 필요한지는 저의 궁금증인 동시에 함께 논의해야 할 부분이라고 생각을 합니다. 그래서 함께 이런 고민을 해보면 어떨까라는 이야기를 드리도록 하겠습니다.

아까 말씀드린 대로 농업농촌 식품산업 기본법안에 시·도지사 시·군·구청장은 지역 먹거리 계획을 수립 시행할 수 있다는 시행령 정도로는 변화에 대응을 할 수가 없다는 판단이 각국에서 늘어나면서 많은 나라들이 제가 소개해드릴 이러한 흐름을 국가 차원에서 시도하고 있습니다.

프랑스에서는요, 2022년도에 운동에서나 쓰던 혹은 남미의 좌파 정부들이 많이 쓰던 식량주권이라는 용어를 공식적으로 국가의 정책 안에 포함을 했습니다.

우리나라 정부에서 중에서도 ‘식량주권’이라는 용어를 가장 공식적으로 사용한 처음으로 공식적으로 사용한 정부가 있습니다. 어느 정부일까요? 참 아이러니하게도 윤석열 정부입니다. 문재인 정부 때 식량 주권이라는 용어는 정부 공식 문서에 들어간 적이 없습니다.

윤석열 정부에서는 국정 과제 처음 임기 취임할 때 국정 과제 안에 식량 주권이라고 하는 용어가 들어가 있습니다. 그런 의미와는 다르게 프랑스는 부서의 명칭을 식량 주권이 들어가는 부서의 명칭으로 바꿨습니다.

프랑스하고 이탈리아가 2021년 정도에 바뀌었는데요. 그 이후에 아시다시피 유럽 농민들이 트랙터를 몰고 벨기에 EU 본부를 향해서 모이던 그 장면들을 보신 분들이 많이 계실 겁니다. 그 후에 프랑스 정부에서는 마크페노 농업식량주권부 장관과 마크롱 대통령이 약속을 하면서 식량 주권과 ‘농업 갱신’에 관한 법률을 현재 프랑스 의회에 논의하고 있는데 여기서 ‘갱신’은 미래 세대입니다.

프랑스 농업도 “10년 후에는 지금의 주체들이 거의 남지 않는다. 지금 미래 세대가 만들어지지 않으면 프랑스 농업은 없다.”라고 하는 그런 고민 속에서 미래세대와 식량주권에 대한 이야기들을 하고 있습니다. 이러한 변화들이 각각의 시기는 다르지만 많이 늘어나고 있습니다.

영역시장의 제도화 사례(1): 이탈리아 생명지구(bio-district)
 생명지구의 제도화와 Cilento Bio-District 사례



Area: Cilento, Campania, Italy, 19,000 km². Quality: organic products, quality, zero pesticides.



자료: Ideass(2014).

전국역거리연대 24 sites.google.com/view/nafkorea2019

칠렌토 생명지구(bio-district)라는곳 입니다. Campania 지역의 제도화로 2009년 이탈리아 최초의 칠렌토(Chilento) 생명지구를 설립했습니다. 칠렌토는 유기농업을 한 축으로 유기농업을 활용해서 유기농부들과 소비자들이 만나는 직거래 장터를 중심으로하는 지역과 학교 급식과 같은 공공 조달을 중심으로 하는 지역 등이 있습니다. 다양한 형태의 대면적인 관계를 형성을 하고, 유기 농민들의 농장들은 생태 관광을 통해서 관광업으로 발달시켰습니다. 이러한 흐름이 2022년도에는 국가법으로까지 만들어졌습니다.

지자체와 지역에서 시작된 운동이 국가 법으로 만들어지는 이러한 과정을

보셨구요. 프랑스에서도 비슷한 예로 테루아(terroir)라고 하는 프랑스의 이 지역에 대한 고민이 PAT라고 하는 영역 먹거리 프로젝트가 만들어졌습니다.

마지막으로 말씀드리고 싶은것은, ‘지금 우리에게 제도화가 필요하다고 하면 어떤 접근을 할 수 있을까’라고 하는 저의 상당히 뼈대가 앙상한 고민인데요. 일단은 아까 말씀드린 것처럼 현재의 농산물 직거래법상에서 직거래 장터가 상당히 부차적인 것으로 여겨지고 있습니다.

현재 우수 직거래 사업장 인증 제도라고 하는 것의 명칭만 살짝 바꾸는 것인데요, 농산물 직거래 우수 사업장으로 올해 하반기에 정부가 바꾸고 있습니다. 이 안에도 직거래장터는 포함되지 않습니다. 직매장만 정부의 정책 대상에 포함이 됩니다.

이러한 상황 속에서 농림축산식품부와 농림축산식품부에 사업을 위탁받아서 운영하는 aT 역시 직거래 장터는 사실상 정책적으로 크게 고려하지 않습니다.

그럼에도 불구하고, 달라진것은 예전에 꾸러미 등이 초기에 박근혜 정부 하에서 인정을 받고 판매될때는 비영리법인은 꾸러미 사업자 조직으로 인정받지 못했습니다. 무조건 법인을 설립해야지만 정부 지원사업을 받을 수 있었는데 현재 직거래 장터는 비영리 법인도, 비영리 민간단체, 임의번호를 받는 단체 등도 지원은 해주고 있습니다.

현재 직거래 장터는 지자체가 만들고 이것을 운영할 민간 주체를 선정하는 방식으로만 운영되고있습니다.

여기 계신 분들이 그 안에 들어가려면 해당 지자체가 만들어놓은 정책 틀 안에서 사업을 위탁받아서 운영하는 운영자가 되는 방법 외에는 별다른 경로가 없는 상황이 현실입니다. 지금의 조례들은 이러한 상황을 기반으로 이루어져있습니다.

[참고] 정부의 직거래장터 방향성에 대한 인식
 직거래장터의 기능성에 집중, 하지만 농부시장의 기능성에 대해서도 인지

매뉴얼(2011)	매뉴얼(2023)	제2차 농산물 직거래 활성화 기본계획('22~'26)
		<p>□ 지역문화·체험·관광 등과 연계한 지역별 특색있는 장터를 발굴하여 지역 대표 명소로 육성될 수 있도록 다양한 형태의 장터 운영 지원</p> <p>○ 단순 일회성·행사성 농산물 직거래 장터에서 지역 문화·관광 자원, 축제 및 특화 먹거리 등과 결합한 장터 집중 육성(지자체 협조)</p> <p>· (사례) 양평 '두물물' 농부시장(레드 초청 지역 대표 '식재료' 활용 요리시연, 농부 토크 콘서트, 광파티 개최, 사전예약을 통한 농산물 푸어링 판매 등)</p> <p>< (예외사례) 런던 버로우 마켓(Borough Market) ></p>  <p>○ 런던에서 가장 오래된 직거래 장터. 런던 지역민의 삶에 간접적으로 체험할 수 있는 공간</p> <p>○ 마켓투어 및 관광연계 상품(시장 식자재 활용 요리교실 등) 구비</p> <p>⇒ 판매공간 이상의, 지역민의 삶이 녹아든 문화교류의 장으로 인식</p>

전국역거리연대 29 sites.google.com/view/nafkorea2019

그럼에도 불구하고, 농식품부도 완전히 인지가 없는 것은 아닙니다. 2011년도에도 매뉴얼이 만들어졌고, 작년(2023)에도 매뉴얼이 만들어졌습니다. 제2차 농산물 직거래 활성화 기본계획('22~'26)을 보시면, 농산물 직거래법을 5년 단위로 수립하도록 되어 있는데 내용을 보시면 농식품부에서도 이렇게 담고 있습니다.

“단순 일회성 행사성 직거래 장터에서 지역 문화 관광자원 축제 및 특화 먹거리 등과 결합한 장터를 집중 육성한다.”

이 사례로서 농부시장 마르쉐도 언급되고 있습니다. 아마도 1~2년 안에 지금의 지역 먹거리 계획을 조금 더 질적으로 변화시키기 위한 제도적인 흐름은 형성이 될 것이라고 저는 예측을 하고 있습니다.

국회나 정부에서 돌아가는 상황들을 비추어봤을때, 물론 안될수도 있긴 합니다만, 제도화가 필요하다라고 하면 지금의 직거래 장터를 농부시장의 자율성을 중심으로 인정하는 별도의 어떤 모델이나 정책 틀 혹은 정책 경로를 그 안에 집어넣어야합니다.

예를 들면, 직거래 장터가 가장 어려움을 겪는 것중 하나가 안정적인 시장 공간을 확보하는 것으로 알고있는데요. 도시 지역에서의

도농 상생의 농부 장터를 하려고 해도 절차가 복잡하고 그 공원의
공원녹지과에서 점유 허용을 받아야합니다. 이런 것부터 상당히
복잡한데, 이런 부분을 수월하도록 지원하는 정책 들을 잘 짜서 지금의
법안 안에 포함시키는 시도를 저는 할 필요가 있다고 생각합니다.

만약에 여러분들께서 농부 장터와 이를 함께하는 네트워크 내에서도
이러한 일들이 필요하다고 생각 하시면, 저는 적극적으로 이
사안을 정부 정책의 설계 논의 과정에서 구체적인 우리의 내용을
관철시키는 일을 조금이나마 해야하지 않을까 라고 생각합니다.

그런 과정에서 여기 계신 김정섭 박사님 또 김자경 박사님이 이 토론에 참여해
주시고 있고. 많은 분들이 이런 고민을 가지고 이 현장에 함께 하고 있습니다.
이런 고민들을 함께 풀어나가는 시작점을 오늘로 해도 되지 않을까라고 하는
생각이됩니다. 다시 말씀드리지만, 농부 시장에 대한 이해도가 높지는 않은
한 사람의 연구자로서 이런 제안 말씀을 드리면서 마치도록 하겠습니다.

감사합니다.



영양사업으로 회사의 농부사업, 제도위의 모습 | 농부사업, 농민구별사업, 농민구별사업, 농민구별사업, 농민구별사업, 농민구별사업, 농민구별사업, 농민구별사업, 농민구별사업, 농민구별사업

사례발표1

연사 소개



게르다 지즐스트라(Gerda Zijlstra)

지역의 농부(Local Farmers)와 도시의 먹거리(Urban Food)를 연결하는 네덜란드 로테르담의 농부시장 ‘로테르담 우그스트(Rotterdamse Oogst)’의 공동 창립자이다. 로테르담 우그스트의 이사직을 맡아 농부시장 기획은 물론 현장을 지휘하고 있다. 네덜란드 델프트공과대학(Delft Technical University)에서 산업디자인공학을 졸업하고 동대학 지속 가능한 디자인 연구원으로 활동했다. 지속가능한 시스템과 비즈니스에 관심이 많아, 독립 컨설턴트로 활동하며 다양한 프로젝트를 수행하고 있다.

네덜란드 로테르담 농부시장 ‘로테르담스 우그스트’(Stichting Rotterdamse Oogst)의 공동 창립자 겸 이사, 독립 컨설턴트, 연구원, 문화 프로젝트 개발자

- 로테르담 우그스트가 사회적 공유 공간으로 성장하게 된 배경
- 시장 합법화를 위해 지역사회와 이해관계자들과 함께 한 활동과 노력
- 도시와 농촌의 지속적 연결과 도시의 식량주권을 만들고 발전시킨 과정
- 농부시장의 미래에 관한 제언

로테르담 우그스트(Rotterdamse Oogst)

- 지역의 농부(Local Farmers)와 도시의 먹거리(Urban Food)가 만나는 곳
- 농촌과 도시가 서로에게 제공할 수 있는 최고의 것들을 통합하는 곳

로테르담 우그스트는 시청을 중심으로 반경 50km 안에서 재배하고 가공된 음식을 거래합니다.

시장에는 베스틀란드(Westland)의 포도, 룬(Rhoon)의 사과주스, 카프(Kaap)의 채소로 만든 소스와 호크세바르드(Hoeksche Waard)의 양살라미, 그윈하르트(Groene Hart)의 유제품 등 다양한 로컬 푸드가 나옵니다.

우리는 농부와 식탁, 요리사와 소비자 사이의 거리를 최대한 줄이고자 합니다. 이러한 방식이 맛도 좋고, 환경과 우리 모두의 건강에도 좋고, 나아가 우리의 관계와 연결에도 좋기 때문입니다. 식품의 마일리지와 접근성의 한계를 낮출 수도 있습니다. 농부는 우리의 바로 곁에 존재하기 때문입니다.

로테르담 우크스트는 시장을 기획하고 조직하여 로컬 푸드 시스템을 강화하고자 합니다. 도심에서 열리기에 소비자와 가깝습니다.

시장에서 농부의 지혜로움이 시민에게 가닿고, 수공예가 디자인을 만나고, 잊혀진 채소가 혁신을 만날 수 있습니다.

사례발표1

로테르담 파머스마켓 이야기- 거버넌스를 통해 이뤄낸 지역 먹거리 체계

게르다 지즐스트라

네덜란드 농부시장 '로테르담스 우그스트'

총괄(Gerda Zijlstra/Co-founder and
Director of Stichting Rotterdamse Oogst)

진행 | 문소라 마르쉐친구들

통역 | 이정민 Via Campesina 활동가

안녕하세요, 여러분. 저는 로테르담 우그스트의 창시자 중 한 명인 Gerda Zijlstra입니다. 저희 마켓에 대해 좀 더 자세히 알려드리려고 합니다

먼저 기본적인 것부터 말씀드리자면, 저희는 로테르담 우그스트라고 불립니다. 우그스트는 수확을 의미합니다.

2009년에 시작하여, 지금은 매주 토요일마다 시장을 열고 있습니다. 매주 약 55개, 연간 150명의 지역 생산자들이 시장에 참여하고 있습니다. 총 연간 매출은 약 400만 유로(약 60억원)입니다.

오늘은 로테르담의 아름다운 가을날입니다. 먼저 저희가 어디에 있는지 보여드릴게요. 로테르담은 저희 도시의 이름이고 운하의 댐이라는 뜻입니다. 운하는 여기에 보이는 작은 강입니다. 그리고 100년 전에는 이 도시를 먹일 수 있는 모든 채소들이, 로테르담의 농부들로부터 이 강을 따라 배를 타고 여기까지 도착했습니다. 그리고 여기 당시의 모습을 볼수 있는 작은 사진이 있는데요, 1912년 노르트플레인 채소 시장입니다. 이 시장은 1960년에 사라졌어요. 그리고 광장은 꽤 긴 시간 동안 비어 있었습니다.



아, 이거 재밌네요. 네덜란드 사람들은 자전거 타기를 좋아합니다. 그래서 많은 손님들이 자전거를 타고 찾아옵니다. 이제 시장으로 안내해드릴게요.

Q: 농부와 도시요리사를 연결하여 지속적으로 도시와 농촌을 연계해올 수 있었던 비결은 무엇입니까?

15년 전, 우리는 로테르담시에 멋지고 사랑스러운 프랑스식 시장, 농부시장이 필요하다고 생각했어요. 그래서 저희는 시의회에 이를 제안했습니다. 이미 시에서 자체적으로 운영하고 있는 시장이 있었기 때문에 그들은 또 다른 시장을 위한 공간이 없다고 확신했습니다. 그래서 저희의 제안을 거절했죠. 또 민간 단체로서 시장을 운영할 수 있는 규칙이나 조항이 없었기 때문에, 할 수 있는 유일한 방법은 축제의 형태로 허가를 받는 것이었습니다..그리고 저희는 큰 축제를 열었어요. 그래서 시장은 저녁 만찬과 VIP 파티, 음악과 아티스트 프로젝트들이 함께 버무려진 형태가 되었습니다. 하지만 이 계획이 진행되는 동안 가장 우선 순위에 있던 일은 당연히 농부들을 만나는 일이었습니다. 우리가 더 이상 알고 지내지 않는 농부들이었죠.

여기 로테르담 남쪽에서 온 농부의 판매대가 있네요. 모두 그 분이 직접 키운 것들이죠. 그 분은 처음엔 저희 이야기를 듣고 꽤 이상하게 여기셨어요. 자신은 그냥 평범한 농부라고 말하면서, 왜 자신에게 관심이 있느냐고 물었죠. “맞아요, 당신은 농부죠, 하지만 ‘우리의’ 농부잖아요. 또 도시에서 가장 가까운 농부이기도 하고요.”라고 우리는 대답했죠. 하지만 그는 도시에 오는 것을 좋아하지 않았어요. 그래서 우리는 그의 채소를 대신 판매할 사람을 찾을 계획을 세웠어요. 그 이후로는 계속 이 시장에서 판매하고 있습니다.

우리는 지속적으로 많은 연구를 했습니다. 그리고 진정으로 농부들이 처한 상황을 이해하고 싶었어요. 농부를 관심을 끌기 위한 속임수로 사용하지 않고, 열린 마음을 가지고 농부들과 맺은 관계를 소중히 여기는 것이 큰 변화를 가져왔습니다.

여기에 같은 지역에서 일하는 농부의 판매대가 있어요. 이곳은



조금 더 보살핌이 필요한 사람들이 일하는 농장입니다. 그들은 과수원을 가지고 있고 주스를 만듭니다. 지난 15년 동안 시장에 나왔어요

치즈 농장도 우리 시장에서 매우 중요한 부분입니다. 이 분도 이미 15년 동안 시장에 나오셨어요. 이분들은 천연 발효 치즈를 만들어요.

저희는 시장을 구성할 때 최소한 15~20명의 농부들 그리고 도시에서 온 요리사들이 있도록 관리합니다.

여기에 또 아름다운 사례가 있는데요. 염소 치즈 농부님이세요. 수컷 염소의 고기도 함께 판매하고 있습니다. 이런 것도 들려줘야 할 중요한 이야기이지요

저희는 도시의 요리사와 식품가공업자(생산자)들을 많이 알고 있었습니다. 우리는 그들을 농부 연결하는 역할을 했고 지금도 그렇게 하고 있습니다. 요리사들이 항상 시장에 나온 농부들의 재료와 물건을 사도록 설득했어요. 이런 사례들은 잠시 후에 또 보여드리도록 할게요.

저희 도시에는 많은 이민자가 있습니다. 다양한 국적의 사람들이 살고 있지요. 그리고 다양한 식문화가 존재해요.

이 도시와 농촌의 연결고리를 강하게 유지하기 위해서는 음식을 만드는 사람들이 현지 재료를 사용해야 합니다. 그래서 그들을 농부들과 연결합니다.

여기는 일본식 판매대고 현지 채소들을 사용해요. 저희 시장에 정말 다양한 요리들이 나오는데요, 이걸 도시를 전시하는 아름다운 하나의 채널이자 그 도시를 즐길 수 있는 방법입니다. 여기 다양한 종류의 음식을 보세요. 남미, 조지아, 이탈리아... 이곳은 아름다운 터키식 판매대입니다. 그녀는 자신의 작은 도시 텃밭에서 가꾼 채소로 음식을 시작했습니다. 이 외에도 더 많은 예가 있습니다

저희는 셰프들에게 필요한 재료를 공급할 수 있는 농부들을 찾는 것을

도왔습니다. 왜냐하면 이렇게 아름다운 생산물들을 갖고 있기 때문이었죠.

여기 다양한 종류의 토마토가 있어요. 정말 아름답습니다. 그리고 이거 어때요, (다양한 호박과 과일, 채소 등) 마치 사탕 가게에 온 것 같지 않나요?

시장 참여자들이 서로 재료를 구매하는 예시입니다.

이 농부의 달걀이, 이 사랑스러운 태국 요리사에게 갑니다. 또 다른 많은



사람들에게도 판매되고요. 이 달걀을 낳은 암탉들은 로테르담 외곽의 농장에서 멋진 삶을 살고 있습니다. 여기 이 다른 매대의 음식에도 이 달걀이 들어있어요.

농부시장을 운영할 때, 또는 지역 식품 경제에 대해 생각해 볼 때, 원재료 판매에만 집중하는 것이 아니에요.

이 감자와 같은 재료를 보면, 사람들은 감자를 구매할 뿐만 아니라 감자 수프나 감자 튀김과 같은 감자로 만든 것들도

구매해요. 이 감자는 저 멋진 감자 튀김에 사용됩니다. 감자 튀김을 만드는 분들이 여기 농부님의 감자를 주문하게 하는데 2년 정도가 걸렸어요.

Q: 지역 사회 및 이해관계자들의 어떤 노력과 활동을

통해 시장을 합법화할 수 있었나요?

시장을 합법화하기 위해서 총 13년이 걸렸습니다. 이 과정에서 인내심은 아주 중요한 부분입니다. 우리는 축제를 조직하는 것부터 시작했습니다. 그 중 시장이 큰 부분을 차지했습니다. 그리고 초기의 축제는 문화 기금으로 지원을 받아 열렸습니다. 또한 아티스트와 디자이너를 통해 스토리를 전달했습니다. 시작하기에 좋은 출발점이었습니다. 여러가지 실험과 시도를 할 수 있는 공간이었습니다. 그리고 거기서부터 우리는 1년에 20번의 시장을 열 수 있는 정도 까지 발전해 왔죠.

그러다 문제가 생겼습니다. 하지만 그 무렵에 우리에게는 이미 생산자와 소비자 양 쪽 모두에 열렬한 지지를 받고 있었어요. 소규모 생산자, 농부, 소비자, 시민, 너나 할 것 없이 모두 시장 합법화를 요구하는 성명서에 기꺼이 서명했습니다. 그리고 시의회로 갔습니다.

결국 모두가 이제는 때가 되었다고 생각했어요. 로테르담 우그스트는 합법한 시장 허가증을 받았어요. 이제 우리는 로테르담에서 시장 허가증을 보유한 유일한 민간 단체가 되었습니다.

Q: 로테르담 우그스트가 사회 공유지(소셜 커먼즈)로 성장한 과정과 그 이유는 무엇인가요?

사람들이 궁금해하는 것 중 하나는 왜 그리고 어떻게 로테르담 우그스트가 사회적 공유 공간으로 변모했을까? 하는 것 입니다. 좋은 질문입니다. 사실 저희도 정확히 알지 못합니다. 하지만 그 이유 중 하나일지도 모르는 몇 가지 요소를 보여드릴 수 있습니다.

시장에 커다란 테이블을 배치하고 사람들이 공유하게 합니다. 여기에서 손님들은 소비자로 취급되지 않습니다. 물론 사람들은 음식을 먹고 주문합니다. 하지만 여기 앉아서 책을 읽거나 뜨개질을 할 수도 있습니다.

그리고 사람들로부터 자주 듣는 이야기 중 하나는, 그들이 이 시장을 진정으로 자신의 것으로 여기고 있다는 것입니다. 시장을 여는 것이 (불법으로 여겨져) 곤경에 처했을 때, 시장 합법화를 위해 많은 도움이 필요했습니다. 그리고 사람들은 기꺼이 돕기로 결정했어요. 그들이 없었다면 이 시장은 더 이상 존재하지 않았을 것입니다.

우리가 여기서 하는 또 다른 일들 중 몇 가지는 아이들을 위한 참여형 활동인데요, 이걸 가장 인기있는 것 중 하나예요. 젖을 짜는 염소 (인형) 입니다. 여기 있는 아이가 보여줄 거예요, 이렇게 젖을 짜면 돼요.



여기 열린 무대 공간과 현지 아티스트의 공연도 준비되어 있습니다.

그리고 우리는 정말로 사람들이 함께 모일 수 있는 공간이 되고 싶어요. 이것이 왜 중요할까요? '세 번째 장소'라는 부르는 곳을 개발하는 것이 점점 더 중요해지고 있다고 생각합니다.

첫 번째 장소는 집입니다. 두 번째는 직장이에요. 세 번째 장소는 '공공공간'입니다. 이곳은 친구를 만날 수 있는 곳입니다. 하지만 낯선 사람과 마주칠 수도 있습니다. 새로운 사람 혹은 강아지를 만나는 공간이지요. 이 공간은 매우 중요합니다. 점점 더 중요해지고 있습니다. 왜냐하면 우리는 더 많은 곳에서 소비자로 대해집니다. 점점 더 많은 곳이 상업적 장소가 되고 있어요. 다양한 연령대와 문화, 직업을 가진 사람들을 만나는 일은 분열이 심화 되고 있는 지금 세상에서 정말 중요한 일입니다. 저희 시장이 어떻게 이런 일을 해냈습니다. 사실 아주 마법같은 일이죠.

그리고 재미있는 점은 모든 농부시장이 어떻게든 '사회적 공유지(커먼즈)'로 전환된다는 것입니다. 특히 공공 장소에서 열리는 경우에는 더욱 그렇습니다. 그래서 다른 시장에서 이에 대해 더 많이 배우고 싶습니다.

(함께 노래)

“우리가 처음 만났을 때를 절대 잊지 못할 거예요.
아직 당신을 몰랐지만요.
우리는 지금 그리고 영원히 함께 할 거예요.
이제 절대 이별하지 않을 거야
빨리 알고 싶어요
당신은 어떻게 생각하시나요?
그걸 믿고 있나요?
항상 곁에 있을게요. 모든 것을 내게 말해요. 제가 들을게요.
우리가 함께 있을 때 내가 있고 싶은 곳은 어디에도 없어요.”



Q: 시장의 앞으로의 모습은 어떻게 보시나요?

저는 항상 장이 끝나는 이 순간을 좋아합니다. 오늘도 성공적이었고 노점들은 하루를 정리하고 있습니다. 광장을 비우고 삶은 계속됩니다. 저희 시장의 미래에 대해 조금이나마 이야기할 수 있는 완벽한 순간이라고 할 수 있겠네요.

저희는 새로운 단계에 접어들고 있습니다. 우리는 15년 전에 생각했던 모든 것을 다 이루어 냈습니다. 합법화된 시장은 경제적으로 지속 가능하고 매 주 잘 열리고 있습니다.

우리는 더 많은 시장을 운영하려는 생각은 없습니다. 우리는 다른 사람들이 다른 지역 커뮤니티에서 그렇게 할 수 있도록 돕고 싶습니다. 그리고 계속해서 새로운 재생 농가를 찾고 싶습니다. 그리고 저희는 직접 농장을 운영하는 자체적 마켓팜도 고려하고 있어요.

또한 새로운 업무 방식에 대해서도 고민하고 있습니다. 초창기에 그랬던 것처럼 현지 디자이너와 아티스트들과 함께. 그들의 이야기도 들려드리고 싶습니다.

경청해주신 모든 분들께 감사드립니다. 잠시 후에 만나서 여러분의 질문을 듣고 이야기해보는 시간을 가졌으면 좋겠네요. 감사합니다.

사전 질의응답

Q: R'damse Oogst는 1년에 몇 회의 시장을 여는가?

A: 52회, 매주 토요일에 열립니다.

Q: 한국은 여름에 더위가 무척 뜨겁고, 겨울에 추위가 무척 춥습니다. 비가 오는 날도 많습니다. R'damse Oogst는 비가 오면 어떻게 열리는가?

A: 비가 와도 시장을 엽니다. 네덜란드의 날씨는 한국보다는 좀 괜찮은 편인데요. 저희는 마켓에 있는 테이블마다 지붕을 제공 합니다. 이런 방식으로 비를 피하고요. 보통 날씨가 안 좋을 때에도 손님들이 많이 오시는 편이어서 오래 머물기는 어렵지만 쇼핑이라도 하고 가시는 편이기 때문에 매출액은 큰

차이가 없어요. 날씨가 좋을 때는 손님들이 더 오래 좀 놀다 가시는 편이고요. 네덜란드에서 가장 어려운 경우는 바람이 많이 부는 날인데요. 거리에 마련되어 있는 말뚝 같은 것에 천막을 잘 묶고 고정해서 안전하게 마켓을 진행할 수 있도록 준비하고 있습니다. 아주 위험한 폭풍일 때에만 취소되는데. 1년에 3회 정도 될까말까합니다.

Q: 전체 Vendor는 몇 명이고, 농부와 요리사의 비율은 어느정도인가?

A: 55-65 개의 생산자가 참여하고 있습니다. 농부 약 30%, 음식가공업자(소스, 케이크, 빵, 초콜릿 등) 30%, 요리사 30%, 먹거리와 무관한 제조자가 10%

Q: R'damse Oogst가 생산자들에게 제공하는 것은 무엇인가?

루프의 모양이 같아 보이는데, 루프는 동일하게 제공하고 있나?

A: 판매부스, 무료 주차, 무료 커피, 마케팅(홍보)

Q: R'damse Oogst 토요일 시장 외에도 당신의 민간단체가 만들고

있는 농부시장이 있는가? 어느

지역에, 몇 개가 열리고 있는가?

A: R'damse Oogst가 유일한

민간단체 농부시장입니다



Q: 시장 오거나이저는 몇 명인가?

이들에게 구분된 역할이 있는가?

A: 내가 유일한 오거나이저입니다.

위원회(또는 이사회)가 나를 돕습니다. 그리고 토요일마다

시장을 펼치고 관리하는 크루가 있습니다.

Q: 반경 50km 이내 생산자들만 출점할 수 있도록 한 이유는 무엇인가?

A: 우리는 농부-요리사-시민 사이의 지역 커뮤니티를 구축하기 위해 거리를 제한합니다. 이 방식으로 우리는 사람들이 농장을 방문하거나 농부들끼리 서로의 농장을 방문하게 할 수 있고, 또한 요리사가 신선한 재료를 구하는 등 서로의 생산물을 사용하게 할 수 있습니다.

우리는 또한 멀리 떨어진 생산자들을 초대하기도 합니다. 그러나 생산품이 정말

특별한 것이거나 지역에서 대체할 수 없는 생산품일 경우에만 허락됩니다.

Q: R'damse Oogst 요리팀을 선정하는 기준이 있는가?

A: 네! 먼저 맛을 보고요, 맛있고 신선하고 건강해야 합니다. 요리사는 지역 농부와 협업을 하거나 협업할 의지를 가져야 합니다.

Q: R'damse Oogst 농부를 선정하는 기준이 있는가?

A: 우리는 재생유기농업이나 유기재배 방식의 농부를 선호하지만, 필수적인 기준은 아닙니다. 동물성 식품의 경우 우리는 그들이 존엄하게 취급받았다는 것을 알아야 합니다.

Q: 농부시장에 지역의 요리사가 필요한 이유는 무엇이라고 생각하는가?

A: 요리사가 꼭 필요한 것은 아닙니다. 농부들만으로 농부시장은 훌륭하지요. 우리는 두 그룹을 결합하기로 결정했습니다. 이 방법이 우리 도시를 위해 최선으로 작용했고, 많은 젊은 시민들을 시장으로 끌어당겼습니다.

Q: R'damse Oogst는 왜 불법으로 간주되었는가?

왜 어려움에 처하게 되었는가?

A: 이벤트 허가가 있어야만 ‘이벤트(축제)’만 조직할 수 있었습니다. 네덜란드에서는 주간 시장은 정부가 조직하는 것으로 되어 있습니다. 1년에 22개의 이벤트를 열자, (로테르담) 시에서는 이벤트 시장의 규제를 변경했습니다. 1년에 단 2개만 허용하기로 했다는 겁니다. 바로 여기서부터 문제가 시작되었습니다.

Q: 퍼블릭 공간에서 시장을 만들고자 했던 이유는 무엇인가?

A: 시장이 바로 그런 곳에 속하기 때문입니다. 농부와 모든 시민의 모임의 장으로서 시장. 우리는 더 나은 공공 공간을 만들고 싶습니다. 시장을 시작하는 것은 적은 비용으로 공공공간을 개선하기 위해 도시가 할 수 있는 가장 효율적인 개입입니다.

Q: R'damse Oogst가 합법화 된 지금, 서류 작업이라든가

행정과 지속적으로 협조하기 위해 하는 노력들이 있는가?

A: 우리는 5년 동안의 허가를 받았습니다. 2027년 이후 허가를 이어가기 위해 다시 싸워야 합니다.

Q: 한국은 기후위기가 농부들과 농부시장을 여는 데 심각한 요소로 작용하고 있다. 네덜란드 상황은 어떤가?

A: 현지에서 식량을 구매하면 지속가능성에 많은 이점이 있습니다. 푸드 마일리지(식량 킬로미터)가 줄어듭니다. 사람들은 식량 생산이 자연에 미치는 영향과 자신이 살고 있는 환경의 생물다양성에 미치는 영향을 보고 다양한 선택을 합니다.

Q: R'damse Oogst의 수익은 어떻게 만들어지나? 농부들로부터 수수료를 받고 있나? 혹은 기부금이나 지원금을 받고 있나?

A: 우리는 2014년부터 완전히 자립했습니다. 생산자의 수수료만 부과됩니다. 기부금이나 보조금은 없습니다. 우리 조직은 희박하고 매우 효율적입니다. 우리는 모든 자재를 소유하고 있습니다. (임대료는 비싸거든요.)

Q: R'damse Oogst의 생산자의 자리는 어떻게 정하는가? 자리가 어디냐에 따라 수수료가 달라지기도 하나?

A: 자리 배치는 다양한 변수를 가진 복잡한 퍼즐과도 같습니다. 누가 전력이 필요한지, 누가 그늘이 필요한지, 누가 큰 트럭을 가져오는지, 육류 옆에는 채식 생산자를 놓지 않는다든지와 같은 다양한 기준들이 있습니다. 자리에 따라 수수료가 달라지지는 않습니다.

Q: 한국에는 식품에 대한 까다로운 규제가 있다, 네덜란드는 어떤가? 네덜란드에서 민간 농부시장을 여는 데 있어 가장 큰 방해가 되는 것은 무엇인가?

A: 같은 상황입니다. 우리도 가끔 조사를 받습니다. 규칙은 글로벌 식품 체계에 의해 설계됐죠. 그것이 하나의 이슈입니다. 많은 혁신적인 생산자들은 '레이더 아래를 날아다닙니다' (규제의 헛점을 찾아 우회한다는 뜻) 소규모 발효 생산자들을 위한 규제는 없습니다. (이후 현장 질의응답 시간에 일본 생산자의 미소 허가 관련한 예시 설명

참고) 농부를 발굴하고 허가를 취득하는 것은 큰 과제입니다.

Q: 영상 중간에 다 같이 부르는 노래가 흥겹게 들렸고, 인상적이었다. 노래를 부르는 사람들은 누구인가? 그리고 어떻게 모두가 따라부를 수 있는 것인가?

A: 시장의 친구들입니다. 이미 오랫동안 알고 지내온 음악가가 이끄는 아마추어 합창단이지요. 우리는 합창회를 하는 것을 좋아합니다. 아마추어들도 마찬가지입니다. 다른 영상에서 모종을 판매하는 봄의 시장을 볼 수 있습니다. 우리는 사람들에게 발효법(500명의 김치 축제와 같은 대규모 워크숍)을 알려주기도 합니다. 씨앗도서관을 만들기도 합니다. 50명의 이웃과 함께 돼지 두 마리(아리, 재피)를 도심 한가운데서 키웠습니다.

Q: R'damse Oogst 농부들의 재배 방법이 궁금하다, 오가닉 농가의 비율은 어떻게 되나?

A: 유기농 인증을 받은 농가는 현재 2곳입니다. 대다수 소규모 농가는 이러한 인증과정을 밟을 돈이 없습니다. 상당수는 이런 인증이 필요하지 않을 만큼 '투명하게' 일을 합니다. (농사 과정을 공개하여 인증을 넘어서는 신뢰를 만들고 있다는 의미) 크든 작든 네덜란드의 대부분 농부들은 효율성에 집중하고 수출에 의존합니다. 우리는 작은 가족농을 찾고 있습니다.

Q: 네덜란드 각 지역에 R'damse Oogst와 같은 시장이 많은가?

A: 우리 시장은 네덜란드에서도 독특한 시장일 것입니다. 그러나 내가 모르는 다른, 새롭게 시작하는 시장이 있을 것으로 기대합니다. 네덜란드에는 유기농 시장이 있습니다. 그러나 그곳엔 농부들이 없습니다. 로테르담 유기농 시장은 시에 의해 운영되다가 최근에 중단됐습니다. '지역 시장(길거리 시장)'도 있습니다. 그러나 이 시장은 매주 열리지 않습니다. 일년에 몇 번 열리죠. 그마저도 로테르담에는 없습니다. 도시에 의해 운영되는 길거리 시장도 있습니다. 보통의 시장입니다. 그러나 그곳에는 농부가 없습니다. 중간 유통에서 떼와서 파는 저렴한 음식들, 질이 낮은 음식들, 로컬이 아닌 음식들이죠.

현장 질의응답

문소라

안녕하세요. 게르다. 저희는 지금, 게르다가 보내주신 비디오를 먼저 시청했습니다. 지금 여기 계신 분들께 자기소개를 부탁드립니다.

게르다

안녕하세요. 좋은 아침입니다. 여기는 지금 아침인데요.

제 이름은 게르다고요. 저는 '로테르담 우그스트' 라는 농부 시장의 창립자입니다. 영상에서 말씀드린 것처럼 처음에 이 농부 시장이라는 것을 지속 개발 가능한 도시의 모습으로서 저는 도시 엔지니어적인 역할로서 문화 기금을 받아서 먼저 시장을 창립을 했습니다.

저희 시장에 대해서 알고 싶으신지, 아니면 저에 대해서 더 알고 싶으신건지 여러분의 질문을 받아보면 좋을 것 같아요.

문소라

여기에 농부시장 관계자분들과 농부시장에 참여하고 계시는 농부님들 많이들 계시는데요, 비디오를 시청하면서 네덜란드 파머스마켓의 상황 혹은 게르다에 대해 궁금하신 것들을 질문해주세요.

질문자1

시청한 영상에서 시장이 완성되기까지 총 13년이 걸렸다는 부분이 있었는데요. 혹시 행정적인 문제가 있었는지, 무엇때문에 13년이란 시간이 걸렸는지 궁금합니다.

게르다

네덜란드에서는 이런



방식의 실외에서 이루어지는 시장은 통상적으로 시 혹은 지역에 있는 지방청에서 주관합니다. 그래서 그동안 이벤트성으로 열리는 시장은 많이 있었습니다. 예컨데, 수공예 마켓 혹은 여름 시즌에 열리는 마켓 등 많이 있습니다. 이 시장이 거의 중세 시대 때부터 시작된 것인데요. 이와 달리 저희는 매주마다 열고 채소나 먹거리, 식재료, 음식과 관련된 시장과 연간으로는 큰 축제의 성격의 시장을 합니다. 그 동안은 시가 직접 시장을 주관하였기에 이런 민간시장과 관련된 법 제도가 전무한 상황이었고, 그래서 긴 시간이 걸리게 되었습니다.

질문자2

마켓에 셀러가 참여할 수 있는 자격 그리고 저희들도 마찬가지로 다른 마켓들도 셀러가 출점비를 냅니다. 우그스트에서는 어떻게 하는지 궁금하고요. 아까 말씀에, 시가 주관하는 이벤트성 시장들이 있다고 하셨는데, 우리식으로 말하자면 시가 주최한 벼룩시장같은 것으로 이해했는데요. 이 농부시장과 함께 할때도 있는지. 아니면 완전히 별개로 운영되는 것인지 궁금합니다.

게르다

셀러로 참여할수 있는 자격에 대해 설명드리자면, 처음 시작할때는 제가 코디네이터였기 때문에 제 개인적인 기준에 의해서 셀러를 정했습니다. 하지만 현재는 출점 규정이 생겼습니다. 첫 번째 규정은 로테르담에서 50km 이내 반경에 있는 생산자들입니다. 그럼에도 불구하고, 이 부분에서 예외도 있는데요. 직관적으로 말씀드리면 좋은 음식을 직접 만드는 분들입니다. 또 육류라든지 유제품, 계란. 이런 것들을 생산하시는 분들은 동물 복지 차원에서 얼마나 동물들의 관리를 잘 하고 있느냐 이런 것들을 고려하고요. 마지막으로 인증 제도와 같은, 예컨데, 유기농 인증이나 이런 제도에는 저희가 크게 기준을 두고 있지 않습니다. 많은 셀러분들이 소규모 농부이기 때문에 이런 인증 제도를 받지 못한 분들이 많이 있어서 기준을 두지 않습니다.

출점 요금 같은 경우에는요. 마켓에 참여하시는 모든 셀러분들이 저희에게 요금을 지불하셔야 됩니다. 저희 마켓은 후원이나 기금이 전혀 없고요. 자원봉사자도 없기 때문에, 저희의 인건비도

마켓에 출점하시는 분들이 내는 요금으로 충당합니다.

그리고 마지막으로 질문해 주셨던 부분인데요. 저희가 여는 시장의 장소는 이미 많은 사람들이 모여 있는 공간이기 때문에, 매대라든지 무대라든지, 전기 등의 이런 시설들도 이미 마련이 되어 있습니다.

다른 마켓이나 행사를 주최하는 분들과 함께 협력해서 열리기도 하고 이런 공간을 마련해 드리는 역할을 하기도 합니다.

질문자3

개인적으로 비슷한 일을 하다가 실패한 경험을 가지고 있기에, 네덜란드에서 농부시장을 만들어내고 커먼즈(Commons)를 만들어낸 과정을 너무 감명 깊게 들었고, 또 가능성을 열어주신 것에 대해 크게 감사드리며 존경의 인사를 드리고 싶습니다.

두 가지 질문을 드리고 싶은데요. 하나는 선생님께서 처음 이걸 꼭 해야겠다라고 마음먹게 된 계기와, 어려운 일이지만 끝까지 하게 된 동기들이 궁금합니다.

우그스트 시장이 선생님께 어떤 의미였기에 지금까지 오셨는지 궁금합니다.

두번째로 네덜란드나 우리나라나 모두 공원을 이용하거나, 민간이 공유 공간을 이용해서 농부 시장을 지속하는 것이 막혀 있었고, 제도가 따라오지 못했는데, 시민의 힘으로 시장을 열수있도록 만들어냈다고 하셨는데요. 예컨데, 시의회를 찾아가고, 논의를 나눌때, 어떤 근거로 이런 지속 가능성을 확보하게 됐는지, 그래서 어떤 조건을 만들어내신 건지 궁금합니다. 그리고 앞으로 어떤 또 조건들을 만들어내야 다른 시장들도 자리를 잡고 열릴 수 있을지 궁금합니다.

게르다

긴 이야기이지만, 간단하게 말씀을 드리자면 ‘왜 이 시장을 하고 싶었냐’라고 물으신다면 제 생각에는 당연히 일어날 수밖에 없는 일이었다고 생각합니다.

시가 주관하고 있는 시장들은 사실 운영이 잘 되진 않았습니다.

노년층이 무척 많았고 젊은 세대들은 더 이상 이런 시장을 이용하지 않았습니다. 시장에서 판매하는 음식의 질도 그렇게 높지 않았어요.

그렇기 때문에 저희 같은 농부 시장이 만들어질 수밖에 없는 상황이었습니다. 다른 시장에 대한 요구가 있었기 때문입니다.

또 전통 시장 같은 경우에는 식재료의 마진이 많이 높지 않았기 때문에, 많이 파는 것에만 집중되어 있어서 소비자들이 바쁘게 사고 지나가버리는 공간이었다면, 저희 농부시장은 좀 더 ‘공유지’ 같은 역할을 하게 되었습니다. 소비자들도 있고 판매자들도 있고 시민들도 와서 함께 대화를 나누고 ‘시간을 보내’는 그런 공간이 됐어요. 그래서 저희 시장이 폐지가 될 위험에 처했을 때, 많은 사람들이 이 시장이 사라지지 않기를 바랐습니다. 그리고 이 많은 사람들이 우리 시장을 좋아하고 지지하고 있기 때문에 멈추지 않고 계속 갈 수 있었던 이유이기도 하고요. 한 마디 말씀드리자면 제가 굉장히 고집불통입니다. (웃음)

질문자3

저의 두번째 질문이 아직 남아 있는데요. 이 시장을 지속가능하게 만들기 위해 어떤 근거를 만드셨는지. 예를 들어 필요한 제도들은 무엇들이 있었는지?

게르다

저희가 합법화 과정을 가지는 중에 제가 가장 중요하게 여겼던 것은, 어떤 압력을 통해서 합법화를 한 것이 아니라 이 일이 굉장히 유기적으로 일어난 일이라는 것입니다.

아까 말씀드렸던 것처럼 농부와 시민들, 또 저희 마켓을 찾아주시는 소비자들, 지역의 언론, 이런 분들을 다 포함해서 굉장히 두꺼운 지지자 층이 있었습니다. 저희 마켓의 지지자들이 함께 시위도 하고, 또 시의회에 민원을 넣기도 하고요. 저희의 요구들을 시의회에 민원하기 시작하면서 시의회의 공공 정책자들과 이야기를 나누게 됐을 때, 시장을 1년에 2번만 열게 해주겠다는 답변을 받았습니다. 우리는 다같이 항의했고, 더 이상 시가 거절할수 없는 상황이 만들어졌습니다.

이런 마켓은 지역 경제에도 굉장히 도움이 되고, 무엇보다 시민의 건강과 가장 직결된 일이기도 합니다. 이 일은 공동체를 위한 일이기도 하기때문에, 이러한 일을 억압하는 제도들을 없애고, 새로운 제도를 만드는 토대를 만들었다고 할수있습니다.

또 한 가지만 말씀드리자면, 제가 이런 식품업계에 있기 전에는, 도시 혁신가로 일을 하면서 유통업계 등 여러 가지 분야에서 일을 했는데요. 모두 아마 공통된 일일 것 같아요. 새로운 활동들, 새로운 것들을 만들어내려면 우선은 옛 세상을 위해서 존재했던 것들, 제도들을 무너뜨리는 일이 필요합니다. 이것들을 무너뜨리고 새로운 시스템을 가져와야 돼요. 그리고 이 과정은 굉장히 긴 시간을 들일 수밖에 없고, 이 사이에 저희가 어떻게 하면 좀 더 전략적으로 새로운 시스템들을 가져올 수 있을 것인가 하는 생각을 해야 합니다.

문소라

네. 지금 저희가 게르다와 연결되기로 약속한 시간이 조금 지났습니다. 그런데 질문들이 아직 많이 남았습니다. 한 분만 더 질문을 받겠습니다.

질문자4

농부시장을 열면서 기존 지역 상권과 충돌은 없었는지 궁금합니다. 만약 충돌이 있었다면 이를 어떻게 조율하고 해결했는지 궁금하고요. 두번째로 식품 위생의 규제가 어느 정도인가요? 한국의 경우, 단순 가공품 등도 농부시장에서 판매하는 것에 규제가 많습니다.

게르다

처음에 시작할 때는 주변 상권들이라고 할까요? 주변 시장에 별다른 위험을 끼칠 수 있는 존재는 아니었기 때문에(웃음) 그런 갈등은 겪지 않았어요. 저희가 마침내 어떤 경쟁자로서의 위치를 갖게 됐을 때는, 이미 저희를 내보낼 수 없는 상황이었고, 경쟁 또한 아주 심화되지는 않았습니다.

또 한 가지 식품 안전과 관련하여 말씀을 해주셨는데, 이 질문을 왜 하셨는지 저 역시 매우 공감합니다. 저희 네덜란드에서도 한국과 마찬가지로 굉장히 간간한 규칙과 제도들이 있는데요. 사실은 이런 제도는 글로벌 기업의 식품들에 맞추어진 규제이기 때문에, 이런 소규모 농가와 식품 생산자들에게는 맞지 않는 부분이 있어요. 저희가 하고 있는 일 중에 하나는 기존의 식품과 관련된 이 제도를 우리의 실정에 맞는 제도로 바꾸는 일입니다만, 말씀하신 것처럼 굉장히 어려운 일입니다.

저희도 위생 검사하는 분들이 와서 저희 마켓을 둘러보고 확인도 하는데요. 아직까지는 큰 문제가 일어난 적은 없었습니다. 최대한 안 걸리는 범위 내에서 할 수 있도록 하고있습니다. 질문해주신 내용, 말씀하신 것처럼 저희도 굉장히 고민하고 있는 부분입니다.

한 가지 예를 들자면, 저희 시장에 미소를 만들고 팔고있는 매대가 있는데요. 이 미소의 샘플을 네덜란드에 있는 실험실에 보내서 검사를 받아야합니다. 그런데 이 검사 비용이 굉장히 비싸기 때문에 이 식품 규율을 지키기 위해서, 이 미소를 전부 다 일본으로 보냈습니다. 일본에서 검사를 받고 합격 판정을 받아서 다시 네덜란드로 오는데요. 이 전체 과정이 매우 말도 안 되는 과정이고, 이런 것들을 바꾸고 무너뜨리는 활동을 저희가 해야 된다고 생각하고 있어요.

문소라

네. 많은 질문들이 있을 것으로 예상합니다만, 지금 약속한 시간이 되어서 다음 순서 진행을 해야 될 것 같습니다. 그래서 저희가 여기 게르다를 향해서 한번 손을 흔들어주시고 감사의 박수 한번 하실까요?

게르다

이 자리에 초대해주셔서 영광이고 또 감사합니다. 여러분들이 저희 시에서 열리고 있는 마켓에 좀 오셨으면 바램이 있습니다.

문소라

네. 그리고 지금까지 영상 번역과 순차 통역을 해 주신 이정민 통역가입니다.

이정민

감사합니다.



몬테르람 파머스마켓 이야기-거버넌스를 통해 이뤄낸 지역 먹거리 체계 |
 케르다 저울스트라, 내털란드 농부시장, 몬테르람스우그스트라' 총괄



사례발표2

연사 소개



이보은

농부시장 마르쉐 공동 설립자, 마르쉐친구들 주민생협 조직활동가, 일본생활클럽동경 연수, 여성환경연대 캠페이너와 사무처장 등을 거치며 환경과 먹거리에 대한 관심을 키워왔다. 2011년-12 문래옥상텃밭, 홍대텃밭다리 기획을 계기로 먹거리를 중심으로한 커먼즈로서 농부시장에 대한 고민을 시작했으며 2012년 마르쉐를 창립한 이후 지금까지 시장기획자집단 '마르쉐친구들'로 활동하고 있다.



“농부시장 마르쉐”는 2012년 마로니에 공원 모퉁이에서 농부 요리사 수공예가가 함께 만드는 도시 시장으로 시작됐습니다. 2014년부터 ‘농부시장’의 정체성과 “먹거리로 모든 삶을 연결한다”는 미션을 가지고 “생산을 이해하는 소비, 소비를 배려하는 생산”의 장으로 서울 도심에서 정기적인 농부시장을 열어가고 있습니다.

농부시장 마르쉐는 생산자 시민과 소비자 시민이 함께 ‘시장 커먼즈(Commons)’를 만들어갑니다. 소규모 생산자들과 소비자들이 생산과 유통, 소비 자신의 삶에 대한 다른 선택지를 만들고, 자율성을 높여갑니다.

시장 주체들이 직접 나누는 대화와 연결은 우리 모두가 성장하는 토대가 됩니다. 또한 소농, 여성, 청년들이 중심이 된 ‘새로운 농민’과 소규모 작업자들의 생산활동은 생명다양성과 더불어 생태적 회복력을 만들어가고 있습니다. 이에 호응하는 소비자들의 참여는 우리 사회의 지속가능성 확장에 기여하고 있습니다.

이번 사례발표를 통해 마르쉐 12년 지속가능성의 경험을 공유하고 성과와 한계, 현재의 고민을 공유할 예정입니다.”

사례발표2

대화하는 농부시장 마르쉐 12년 경험과 모색

이보은

마르쉐친구들 대표, 농부시장 마르쉐 공동설립자

마르쉐@는
장터, 시장이라는 뜻을 가진
프랑스어 'marché'에
장소앞에 붙는 전치사@를 더해
이루어진 '마르쉐@'는 도시 곳곳 어디에서든 열릴 수 있는 시장을 의미
합니다.

2012년 10월 대학로 예술가의 집에서 첫 장을 연 마르쉐는
돈과 물건의 교환만 이루어지는 시장 대신
사람, 관계, 대화가 있는 시장이 하나쯤 있으면 좋겠다는 바람에서
시작되었습니다.
우리가 먹고 마시고 사용하는 것들이
어디서, 어떻게 만들어지는 것인지
이 작은 시장을 통해 이야기 나누는 것으로부터
조금 더 즐거운 세상이 만들어질 수 있다고 생각합니다

대화하는 농부시장
마르쉐@



농부시장 마르쉐는 2012년 마로니에 공원 모퉁이에서 농부 요리사
수공예가가 함께 만드는 도시 시장으로 시작되었다. 현재 우리는 ”먹거리로
모든 삶을 연결한다“는 미션을 가지고 ”생산을 이해하는 소비, 소비를
배려하는 생산“의 장으로 농부시장을 열어가고 있다. 12년간 320회의
시장을 개최했다. 2023년 말까지 누적 10,873팀이 62만명의 손님을
시장에서 만났다. 현재 마르쉐는 정규출점팀 170팀에 파일럿 출점팀
50팀, 그리고 다양한 협업팀들이 함께하고 있다. 지금까지 17명이
마르쉐친구들로 시장기획을 해 왔고 현재 6명의 활동가 함께하고 있다.

지난 12년의 경험을 돌아보고 현재 마르쉐가 받고
있는 도전과 과제를 정리해 보려 한다.

농부시장에 대한 개념 형성과 인식의 확장

2011년 봄 시장을 상상한 이후 2012년부터 기획자를 자처한 3명이 시장에 함께 하고 싶은 여러 친구들과 함께 카페를 전전하면서 대화모임을 진행했다. 이후 2012년 10월 “농부, 요리사, 수공예가가 함께하는 시장”이라는 컨셉으로 시작한 시장은 참가자 모두에게 새로운 배움과 함께하는 커뮤니티의 즐거움을 주었다. 특히 농부를 통해 농사와 자연, 씨앗과 먹거리에 대한 이야기를 듣는 경험은 우리에게 시장을 하나의 학교로 느끼게 하고 우리삶의 근본이 되는 먹거리에 대해 생각을 다시하는 시간이되어 주었다. 그 결과 2014년 우리는 출점자들이 한자리에 모이는 여름계절모임을 통해 우리의 정체를 ‘대화하는 농부시장’이라고 재정의할 수 있었다.

‘농부시장’이란 개념에 우리가 흔쾌한 합의를 이루어 내기까지 2013년부터 시작된 농부시장의 여러가지 테마와 요리사들의 역할이 중요했다. ‘씨앗’, ‘풀’, ‘밀과보리’, ‘여름열매’, ‘토종’ 등으로 이어지는 시장의 주제는 우리들로 하여금 우리가 마땅히 알아야 할 자연과 농사, 밥상의 이야기에 주목하게 했고, 우리가 발견한 것을 소비자도 경험하길 바라는 마음을 한그릇의 음식에 담은 작업을 요리사들이 즐겁게 해냈다. 시장을 함께 준비하면서 농부와 요리사들의 대화는 풍요로워지고, 연결이 단단해지는 시간이기도 했다. 우리가 경험한 것은 분명 시장 그 이상의 유기체, 공동체의 모습이었다.

2023년 마르쉐는 WFMC(World Farmers Markets Coalition; 세계농부시장연합) 첫번째 총회에 참여한 바 있다. 전세계 70여개 국가의 파머스마켓들이 한자리에 모이는 회의였고 총회 참여를 계기로 2023년 12월에는 WFMC의 전략책임자 로빈문 박사(Robin Moon)가 한국을 방문해서 국제NGO WFMC의 농부시장에 대한 다음과 같은 정의를 공유해 주었다.



“파머스마켓은 지역 농민이나 직원들이 직접 재배, 수확, 가공한 지역 농산물을 직접 판매하도록, 정기적으로 관리되는 집합체입니다.” (2023 WFMC ACADEMY)¹

1 Farmers Market is a recurring and managed assembly of local farmers or their employees selling directly to the public local agricultural products they have grown, harvested, and/or processed.

전 세계의 농부시장들이 함께 만들어가는 개념과 마르쉐가 같은 패를 이루고 있다는 사실을 확인하는 기회가 되었다.

꽃비원

“한달에 한 번 열리는 마르쉐@에 나가면 긍정적인 에너지를 받아 올 수 있다는 점도 좋았다. 판매가 다 끝나면 다같이 모여 뒤풀이 시간을 갖는데 그때 음식을 나눠 먹으며 서로의 안부를 묻고 시장이 나아가야 할 방향을 논의했다.

남도(아내농부)와 매일 둘이서 일하다보면 어딘가 소속되어 있다는 느낌, 연결되었다는 기분을 자주 잊게 되는데, 마르쉐@에는 비슷한 고민을 하는 다양한 사람들이 있었다.”

오남도 정광하 “시골살이 오늘도 균형”

커먼즈로서의 농부시장

“한달에 한번 열리는 마르쉐@에 나가면 긍정적인 에너지를 받아 올 수 있다는 점도 좋았다. 판매가 다 끝나면 다같이 모여 뒤풀이 시간을 갖는데 그때 음식을 나눠 먹으며 서로의 안부를 묻고 시장이 나아가야 할 방향을 논의했다. 남도(아내농부)와 매일 둘이서 일하다보면 어딘가 소속되어 있다는 느낌, 연결되었다는 기분을 자주 잊게 되는데, 마르쉐@에는 비슷한 고민을 하는 다양한 사람들이 있었다.”

— 오남도 정광화 <시골살이 오늘도 균형>

“농사에 대한 이야기는 반려동물의 이야기를 나누는 것처럼 즐거운



봉금의뜰

“농사에 대한 이야기는 반려동물의 이야기를 나누는 것처럼 즐거운 일이다. 각자의 조리법, 날씨이야기, 넓게는 환경이야기까지 이어지는데 이런 대화에서 영감을 얻고 또 농업에 대한 자부심도 느끼게 되고 또 다음농사를 꿈꾸게 된다.

농사일의 즐거움을 알기에 농사를 권하고 함께 하자고 초대한다. 씨앗과 모종을 나누고 그렇게 모두가 재미나고 뜻깊은 일을 하면 좋겠다고 권한다.

베란다, 옥상, 주택가, 공터, 도심에서 조금 나오면 주말농장 등, 찾아보면 경작 본능을 따를 공간이 보인다. 손바닥 정원 한 뼘 농장에서 채소를 기르는 기쁨을 나누고 싶다고 말하고 초대하는 장소가 바로 즐거운 장터이다.”

김현숙, 팀화요 <봉금의뜰 레시피>

일이다. 각자의 조리법, 날씨이야기, 넓게는 환경 이야기까지 이어지는데 이런 대화에서 영감을 얻고 또 농업에 대한 자부심도 느끼게 되고 또 다음 농사를 꿈꾸게 된다. 농사일의 즐거움을 알기에 농사를 권하고 함께 하자고 초대한다. 씨앗과 모종을 나누고 그렇게 모두가 재미나고 뜻깊은 일을 하면 좋겠다고 권한다. 손바닥 정원, 한 뼘 농장에서 채소를 기르는 기쁨을 나누고 싶다고 말하고 초대하는 장소가 바로 즐거운 장터다.”

— 김현숙 <봉금의뜰 레시피>

농부들의 언어로 그려지는 시장의 모습은 시장이 단지 시장이 아닌

그 이상의 모습으로 존재하고 있음을 보여준다. 농부시장 마르쉐는 생산자 시민과 소비자 시민 모두가 함께 만들어가는 시장 커먼즈를 통해 소규모 생산자들과 소비자들이 생산과 유통, 소비의 다른 선택지를 만들어가는 것을 넘어서서 삶의 새로운 선택지를 만들어간다.

2012년 3차례의 마르쉐를 마치고 겨울모임의 식탁에 둘러앉은 마르쉐 구성원 모두는 이 시장의 지속가능성을 위해 몇가지 중요한 약속을 했다. 매출의 일부를 다음시장의 종잣돈으로 자발적으로 모으고 판매 종료 이후에도 약속된 시간까지 자신의 자리를 지켜 우리가 대화하는 시장임을 스스로 보여주어야 한다는 규칙, 1년에 한 번은 출점이 아니라 자원봉사로 참여하자는 규칙 등 출점자들이 만들어가는 약속은 지속적으로 진화해가고 있다. 이런 논의는 출점자들의 총회 성격인 ‘계절모임’과 이곳에서 선출된 농부, 요리사, 수공업가의 대표들로 구성된 ‘출점자위원회(전 시장운영위원회)’가 이끌어간다. 현재 마르쉐의 출점자위원회는 마르쉐에 참여신청을 하고 파일럿출점 경험을 마친 팀의 정규팀전환에 대한 결정 뿐만 아니라 시장 공동체의 규약이 지켜지지 않는 상황에 대한 대처 등 다양한 일을 하고 있다. 갑작스런 우천으로 시장을 열 수 없을 때 커뮤니티 지혜와 역량을 발휘하여 무작정 시장을 취소하기 보다는 나눔장으로 전환하고 간소하게라도 시장을 열어서 생산자들의 일방적인 손해를 줄여갈 수 있었던 것도 출점팀의 신뢰와 협력이 있어 가능한 일이었다.

시장 커먼즈는 손님을 포함한 우리사회 다양한 구성원들과도 함께한다.

2023년 마르쉐는 시장에 오시는 손님들에 대한 설문조사를

진행한 바 있다.² 그 결과 마르쉐 시장에 참여하는 손님중

30대 여성이 30.7%로 다수라는 것 이외에도 많은 정보를

얻을 수 있었다. 그중 주목하는 부분이 손님들이 시장에서 만족하는 부분이

무엇인지에 대한 것이다. 34%의 손님은 생산자와의 직접적인 만남과

대화, 32%는 우수한 제품, 그리고 27%는 친환경적인 시장정책을 꼽았다.

마르쉐 손님들이 단순한 소비자가 아님을 보여주는 데이터이다.

이렇게 참여하고 행동하는 시민인 손님들과의 협력이 없으면 불가능한

부분이 시장에서 이루어지는 ‘다시살림’이다. 마르쉐의 종이봉투와

² 2023년 마르쉐시장이용자설문조사결과, 표본샘플 202개, 농부시장마르쉐 자체조사

유리병, 각종 포장재를 시장에서 모아서 사용하는 ‘다시살림’은 운영, 참여까지 자발적으로 참여하는 시민들의 힘으로 이루어진다. 지난해부터는 음식물쓰레기를 퇴비로 만들어 농부에게 되돌리는 ‘퇴비클럽’ 역시 손님들과 농부들이 자발적으로 협력하여 진행되는 실천활동이다.

특히 공중보건 위기 상황에서 손님들의 능동적인 참여가 진가를 발휘했다. 메르스 시기에 공중공간이 폐쇄되었을때 생산자들이 권역별로 모여 꾸러미를 손님들이 소비해주고 코로나 시기에 공중공간 운영에 대한 지침이 없던 시기에 손님들이 스스로 자기 체온을 측정하고 초록리본을 묶는 방식으로 어려움을 즐겁게 극복하는 시도가 이루어졌다. 사전예약 방식의 대화없는 픽업시장, 생산자 3-10팀이 코로나로 문닫을 위기에 처한 카페, 복합공간에서 잠깐 여는 아침시장, 판로가 절실한 요리사들을 위한 작은시장 등은 경제적 이윤을 넘어서 시장을 둘러싼 다양한 주체들이 서로를 배려하며 협력하는 과정에서 가능했던 시장이었다. covid19 기간 중 거리두기가 장기화되자 온라인 모금을 진행한 바 있었다. 이때 시민들이 모아 준 4000여만원은 마르쉐가 어려운 시기를 건너 오는데 큰 도움이 되었다.

마르쉐의 손님들이 가장 적극적으로 시장에 참여하는 방식은 자원활동을 통해서이다. 초창기부터 시민자원활동가들이 참여하여 농부들의 짐을 나눠주고 쓰레기 없는 시장을 만들어가는 데 필요한 설거지, 분리배출 등의 일들을 해 왔다. 자원봉사를 오래 이어가는 이들은 서포터즈, 크루의 독립적인 커뮤니티를 이루어 활동한다.

마르쉐는 시작부터 여성환경연대라는 환경NGO, 마리끌레르와 협력하여 시작됐다. 이들의 모금과 초기인력지원은 마르쉐의 큰 밑거름이 되었고 협력적 관계는 지금까지 이어져가고 있다. 이런 관계를 기반으로 마르쉐는 2017년 사단법인 설립했고 다양한 시민들로 구성된 법인이사회는 마르쉐가 사회에 유익한 조직이 되도록 관리, 감독하는 역할을 수행하고 있다. 볼런티어 임원들로 구성된 법인 이사회와 기획자집단 마르쉐친구들 그리고 출점자위원회와 계절모임 등의 생산자 모임, 크루커뮤니티의 모습은 커뮤니티의 가능성과 함께 마르쉐커뮤니티가 만들어가는 커먼즈의 성격을 보여준다.

<노네임노샵><키친스카우트><문화로놀이짱> 같은 아티스트들과의 시장집기 디자인 협력, 인디레이블 ‘르프렌치코드’의 아티스트들의 시장내 공연, <커피장> 기획을 함께하는 ‘메쉬커피’, 시장기획에 협력하는 ‘뱀새기획’, 지역미식기획을 함께하는 ‘토요식탁’, <퇴비클럽>을 함께하는 ‘오가닉펍크’, <퇴근후 마르쉐>로 협업하는 ‘벗밭’, 서울시와 협력하는 <서울미식주간마켓>, 공예디자인재단과 협력하는 <공공디자인페스티벌마켓> 등 다양한 팀들과 다양한 방식으로 협력하며 운영하고 있다.

특히 공중공간의 공유적 이용과 관련하 많은 경험을 이어가고 있다. 마로니에 공원, 명동성당 내 1898광장, 양재시민의숲, MMCA 삼청, 시립미술관, 인사동 KOTE 등에서 개최된 시장들은 도시 내 공중공간의 공유적 이용의 좋은 사례가 되었다. 2024년부터 양천구와 협력하여 오목공원에서 개최하는 <농부시장@목동>의 사례는 공공공간의 공유적 이용의 사례로 주목할 수 있고 국립극장과 함께 진행하는 <채소시장@국립극장_아트인마르쉐>는 공간만이 아니라 공연 인프라를 시장과 접목하는 사례로 3년째 이어지고 있다.

시장과 함께 성장하는 새로운 농부들

“빠지지 않고 거의 매달 마르쉐@에 출점했다. 농장에서 기르기 적합한 계절 채소의 재배순서를 정하고 구역을 나눠 작물 위치와 규모를 정하는 일 등을 통틀어 ‘작부체계’를 구성한다고 한다. 꽃비원은 초창기 마르쉐에 출점하면서 그 체계를 잡아갔다. 기존 1년간 지은 농사기록에 조금씩 더하고 빼면서 소비자를 만날 준비를 해나갈 수 있었다. 꽃비원에서 매년 자라는 냉이, 달래, 쑥, 민들레를 채집해 출점한 적도 있고 채소모종을 가져가 판매하기도 했다.”
— 정광화 오남도 <시골살이 오늘도 균형> 에서

“우리처럼 규모가 작고 작물 종류까지 다양한 소농에게 마르쉐@는 굉장히 중요한 통로이다. 지금의 농산물 유통은 단일품종, 대량생산 형태에 맞추어져 있어 우리 같은 소농과는 맞지 않았다. 기존의 유통방식이 잘못되었다는 것이 아니라 서로에게 맞는 방식이 다르다는 이야기다. 일반적으로 대량생산되는 농산물은 어느 정도 표준화된 농법과 시장에서 중요하게 생각하는 크기나 무게, 당도 등의 기준에 적합하게 키워진다. 우리

농산물은 일반적인 상품에 비해 작고 단단한 편인 데다 토종 작물은 상업적 작물과 달리 이름이 많이 알려져있지 않아 판매할 때 설명이 더 필요하다. 마르쉐@는 ‘대화하는 농부시장’이라는 모토에 걸맞게 소비자와 생산자의 대화를 중요하게 생각하고, 직접적인 상호관계를 만들려 노력하는 곳이라 우리가 작물과 농사에 관해 설명하며 수확물을 판매하기에 적합했다.”

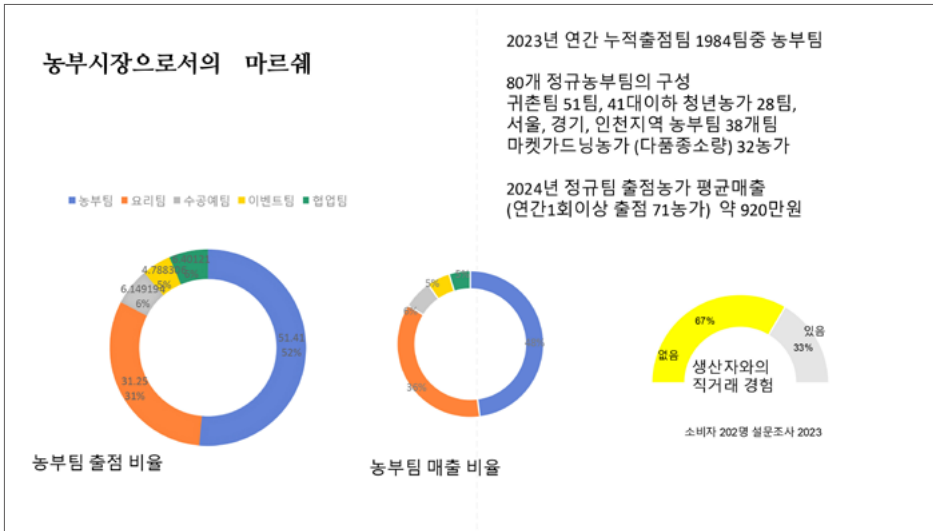
— 안정화, 김신범 <농사가 재밌어서>에서

위의 출점팀들의 목소리를 통해 마르쉐에서 경험이 농부의 생산방식과 어떻게 연결되어 있는지를 알 수 있다. 대화를 통해 손님들의 생활방식을 이해하고 거래하고 씨앗과 레시피를 주고받으면서 다품종 소량의 작부체계를 만들어간다. 다품종소량의 생산 방식으로 상업적 거래를 목적으로 집약적으로 짓는 농사는 마켓가드닝의 주된 방법이다. 다품종소량 생산 방식 자체는 산업화된 농업의 방식과는 맞지 않을 뿐더러 농부의 역량과 노동력에 전적으로 의존하는 농민농업적 방법이다보니 대규모 토지나 시설, 기계의 투입이 거의 필요하지 않고 토지 확보에서 비교적 쉬운 발작물 중심이라 귀촌자나 청년, 텃밭 농사를 짓는 여성들의 접근이 용이하다.



지난 한해 46개의 마르쉐에 참여한 출점팀 누계는 1984팀, 이 중 농부팀은 1020팀이었다. 이들 중 절대 다수를 이루는 정규농부팀은 2023년말로 80개팀이다. 구성을 보면 귀촌농가가 51팀, 40대이하 청년 농가가 28팀을 구성한다. 이들 중 서울와 비교적 근거리에 위치한

경기, 인천 지역의 농가가 38개소이다. 주목할 것은 다양한 신선채소를 공급하는 마켓가드닝팀 32농가 중 21개가 경기, 인천의 로컬 농부라는 점이다. 이들 도시 근교의 농부들은 작게는 70평 커봐야 천평을 넘지 않는 면적에서, 농부들은 많게는 200여가지 이상의 작물을 기른다.



초기 마르쉐는 문래동, 동교동의 옥상텃밭 농부들이 함께하고 농촌에 갔 정착한 귀촌자들이 몇몇이 참여했지만 전업농가들의 참여는 드물었다. 하지만 12년간 마르쉐에 손님들과 대화하며 꾸준히 성장해 온 도시농부, 여성과 청년 농부들은 시장안에서 마켓가드너로 자리잡았고 마르쉐를 상징하는 존재로 주목받고 있다. 이들이야말로 마르쉐에서만 만날 수 있는 생산자들이었다.

이들이 자리잡는 과정에서 마르쉐에서의 거래는 중요한 역할을 하고 있고
시장내 판매 만이 아니라 시장에서 파생되는 손님과의 거래도
중요하다.³ 설문을 보면 마르쉐 손님들의 33%는 시장을
벗어나서 농부와 거래를 이어가고 있다는 것을 확인한 바 있다.

3 2023년 마르쉐시장이용자설문조사결과,
표본샘플 202개, 농부시장마르쉐 자체조사

농가의 상당수는 마르쉐에서 만난 소비자시민들과 지속적으로 관계맺으면서
자신들의 꾸러미를 기획하고 계약재배, 구독 프로그램 등을 운영하기도 한다.
또한 이중 상당수의 농부들은 경작활동을 넘어 스테이, 농가레스토랑, 양조장,
가공시설, 교육프로그램 등으로 농사의 영역을 확장하며 진화하고 있다.

마르쉐에 정규출점팀 중 지난해 시장에 한번 이상 참여한 71개의 농부팀의
연 평균 매출은 900여만원을 넘어섰다. 시장이 극히 제한적으로 열리는 12-
2월까지를 고려할 때 생활에 충분한 수익은 아니지만 농사를 계속 지어갈 수
있는 힘으로 의미있는 수치이다. 마르쉐는 기존 시장에 진입이 어려운 소농,
도시농부, 귀촌자, 여성, 청년등 새로운 농부들의 시장진입의 통로이자 이들의
농사를 지속가능하게 하는 대안적인 시장의 가능성을 보여주고 있다.

대화하는 시장, 이야기의 힘

농부시장 법인은 비영리적인 성격을 갖지만 농부시장 자체는 시장이다. 시장에
참여하는 모든 사람은 각자의 삶의 결실들을 교환하기 위해 모여드는 원초적인
의미에서의 시장이다. 마르쉐 (불어로 시장)라는 이름을 붙일 때 우리가 생각했던
원시물물교환시장의 모습은 현재의 마르쉐의 모습에 여전히 담겨있다.

시장에서 모든 출점팀은 자신의 언어로 1:1로 대화한다. 자신이 직접 경험한
것을 자신의 언어로 이야기하는 이 대화야말로 출점팀과 손님 모두를
성장하게 한다. 직접적인 대화와 연결은 다양한 경험과 이야기를 만들어간다.
대화를 준비하는 과정은 그 자체로 출점팀의 브랜드의 정체성을 만들어 가는
과정이다. 또한 대화를 통해 다른 생산자, 새로운 네트워크와 연결되는데
그 과정이 출점팀에게 다양한 변화의 계기, 성장의 동력이 되어 주었다.

“2018년 3월 농부와 직거래하는 ‘마르쉐’를 만난 것은 운명적이었다.
그는 “대학로 마로니에 공원에서 농부가 직접 가져온 농산물을 거래하는

2018년 3월 농부와 직거래하는 '마르쉐'를 만난 것은 운명적이었다. 그는 "대학로 마로니에 공원에서 농부가 직접 가져온 농산물을 거래하는 시장 '마르쉐'에 '요리팀'으로 참여했다"면서 "농부들이 이 채소들이 어디서 왔고, 어떻게 자랐고, 언제 가장 맛있는지 설명해주는데 재미있더라. 나도 농부의 아들이지 않나"고 회상했다. 지금도 그는 강릉 레스토랑 옆에 텃밭을 만들어 허브와 채소 등을 직접 재배한다.

머니투데이 24.10.16 로컬릿 남정석 셰프 인터뷰



시장 '마르쉐'에 '요리팀'으로 참여했다"면서 "농부들이 이 채소들이 어디서 왔고, 어떻게 자랐고, 언제 가장 맛있는지 설명해주는데 재미있더라. 나도 농부의 아들이지 않나"고 회상했다. 지금도 그는 강릉 레스토랑 옆에 텃밭을 만들어 허브와 채소 등을 직접 재배한다."

— '흑백요리사 채소요리1인자...로컬릿 남정석 셰프'

인터뷰 기사 <머니투데이> 24/10/14

“점점 ‘농’과의 관계를 만들어 가는데 변화하는 자신을 발견합니다. 그 이야기는 2017년 농부시장 마르쉐에 출점하면서부터 시작됩니다. 직업이 요리사이다보니 좋은 재료를 얻기 위해 농부님들과 대화할 일이 많아졌습니다. 제철 작물이 무엇인지, 종자의 특징이 무엇인지, 어떠한 환경에서 자라서 이런 맛이 나는지 등 대화를 나누다 보니 점점 궁금증이 생겼습니다. 제 눈으로 작물이 자라는 모습을 보고 싶었습니다. 이렇게 이 밭, 저 밭 농부님들을 쫓아 다니면서 밭에서 갓 수확한, 특히나 건강한 땅에서 자란 작물의 신선한 맛은 그 어디에도 비할 수 없음을 알게 되었습니다. 그러다가 2021년 마르쉐에서 봉금의뜰 김현숙 농부님을 뵈었습니다. 유난히 매끄럽게 빛나던 가지에 이끌려 다가가니, 온갖 채소와 꽃 사이에 평온한 미소의 농부님이 계셨습니다. 늘 친구분들과 함께 계신 모습이 더욱 좋아 보였습니다. 그 빛나는 가지를 더 요리하고 싶어서 농장을 직접 찾기로 했습니다”

— 마하키친 신소영 <봉금의뜰 레서피>



마하키친

“점점 ‘농’과의 관계를 만들어 가는데 변화하는 자신을 발견합니다. 그 이야기는 2017년 농부시장 마르쉐에 출점하면서부터 시작됩니다.

직업이 요리사이다보니 좋은 재료를 얻기 위해 농부님들과 대화할 일이 많아졌습니다. 제철 작물이 무엇인지, 종자의 특징이 무엇인지, 어떠한 환경에서 자라는 이런 맛이 나는지 등 대화를 나누다 보니 점점 궁금증이 생겼습니다. 제 눈으로 작물이 자라는 모습을 보고 싶었습니다.

이렇게 이 밭, 저 밭 농부님들을 쫓아 다니면서 밭에서 갓 수확한, 특이나 건강한 땅에서 자란 작물의 신선한 맛은 그 어디에도 비할 수 없음을 알게 되었습니다.

그러다가 2021년 마르쉐에서 봉금의뜰 김현숙 농부님을 보았습니다. 유난히 매끄럽게 빛나던 가지에 이끌려 다가다니, 온갖 채소와 꽃 사이에 평온한 미소의 농부님이 계셨습니다. 늘 친구분들과 함께 계신 모습이 더욱 좋아 보였습니다. 그 빛나는 가지를 더 요리하고 싶어서 농장을 직접 찾기로 했습니다.”

신소영 셰프 <봉금의뜰레서피> 중

위 글의 주인공 마하키친 신소영 요리사와 프란로칼 엄현정 요리사, 심스타파스에 심은리 요리사 등은 모두 봉금의뜰 농장에서 3년간 농사를 배우며 농장을 중심으로 이루어진 우정과 돌봄의 공동체에 함께하고 있다.

우리가 시장에서 쌓아가는 대화는 일종의 커뮤니티자본을 쌓아가는 과정으로 생각할 수 있다.⁴ 커뮤니티 자본은 누군가 벌면 한쪽에서 잃는 경제적인 자본이 아니라 나와 커뮤니티 사이에 가치가 쌓이는 것으로 지식과 네트워크는 나누어도 줄어들지 않고 사회 전체적으로 볼때 나눌수록 커진다.

최근 마르쉐는 자연농을 실천하는 농가 풀풀농장이 ‘재료의 산책’ 요리사 요나와 함께하는 이벤트를 개최한 바 있다. 마르쉐의 인연으로 농가는 생산물을 4년여 간 꾸러미로 소비자에게 전하면서 농사짓는 삶을 꾸리고, 이 꾸러미를 통해 농사와 자연, 계절의 맛을 접한 요리사가 성장해 왔다. 이 경험은 마르쉐 시장에서 이루어지는 거래가 커뮤니티자본의 축적을 동반한다는 것을 다시 확인 할 수 있게 해 주었다.

4 “커뮤니티 자본은 누군가 벌면 한쪽에서 잃는 경제적인 자본이 아니라 나와 커뮤니티 사이에 가치가 쌓이는 것으로 지식과 네트워크는 나누어도 줄어들지 않고 사회 전체적으로 볼때 나눌수록 커진다. 타인이 나에게 새로운 지식과 네트워크를 돌려주면 내 지식과 네트워크도 커진다. 내가 준 것을 돌려받는 것이 아니라 다른 지식과 네트워크로 돌려 받는다. 개인과 사회의 가치를 함께 키운다”, 전정환 <커뮤니티 자본론에서>, p60-61

12년이 된 마르쉐는 그 내부의 위와 같은 이야기들을 쌓아가는 다양한 크고작은 커뮤니티들이 중첩되어 형성되어 있고 외부의 다양한 네트워크와도 경계없이 다양한 방식으로 연결되는 느슨한 구조를 형성하고 있다. 수많은 뿌리줄기들이 다층적이고 다원적으로 연결되어 만들어가는 관계 속에서 이야기들 역시

계속 만들어지고 이어진다. 우리는 그 이야기를 만들어내는 창의성적이고 역동적인 관계망 안에서 마르쉐의 지속가능성을 이야기 할 수 있다.

마르쉐가 당면하고 있는 문제들

기후위기 시대 농부의 가장 큰 어려움은 농사이다. 당연히 농부시장의 가장 큰 위기는 기후변화이다.

2020년 여름내내 이어진 장마를 경험하면서 마르쉐에서는 농사의 위기상황에 대한 이야기를 시작했고 그 결과 토양회복, 생명다양성이 기후위기 상황에서 우리의 선택지라는 지향을 공유하면서 2021년부터 지구농부⁵에 대한 논의가 시작됐다.

마르쉐의 소농, 여성, 청년들이 중심이 된 새로운 농부들의 농업방식, 자연농, 퍼머컬처, 유기순환농법, 생명역동농법, 재생유기농법 등이 생태계에 미치는 영향에 대해 관심을 기울이기 시작하고 각자의 현장의 경험을 모아 기후위기 시대에 필요한 농사를 함께 지어가자는 논의가 이어졌다.

5 마르쉐에서는 지구농부의 정의를 '땅을 건강하게 되돌리고 자연에 조화로운 방식으로 농사짓는 삶을 통해 자신의 자립과 함께 지구와 공동체의 지속가능성을 만들어가는 농사'라고 정의하고 있다.

6 <생태농업 실천농가의 온실가스 배출 및 생물다양성 실태조사> 유병덕, 이시도르연구소 (대산농촌재단 농업연구)

2021년부터 재생유기농업을 통한 기후위기 해법에 관심있는 파타고니아와 협력하면서 지구농부포럼, 필드트립, 워크숍, 지구농부들을 위한 시장을 운영해왔다. 2023년에는 대산농촌재단과 이시도르연구소의 도움을 받아 진행한 연구프로젝트⁶를 통해 지구농부들의 현장 모니터링을 진행하고 토양유기물, 생물다양성 등의 지표를 통해 이들 지구농부들의 생산활동은 생명다양성과 더불어 생태적 회복력을 만들어가고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

하지만 기후변화가 급격하게 진행될수록 화학물질과 플라스틱, 석유로부터 자유로운 생태적인 농사방식은 더욱 절실하지만 지구농부들의 농사 역시도 어려움이 더해지고 있다. 일반적인 관행농사에 비교해서 상대적으로 작은 경작지에서 농사를 짓지만 점점 더 길어지는 여름의 풀을 감당할 수 없어 경작지 면적을 줄여야 하는 것이 현실이다. 30대, 40대에 마르쉐를

시작한 농부들이 이제 40대, 50대를 넘어가면서 노동집약적 농사의 체력적인 한계를 고민하는 농부들도 늘어간다. 토양이 살아난 농지에는 다양한 생명들이 깃들어 먹이사슬을 형성한다. 하지만 상위포식자가 없는 상황에서 지구농부들의 농사는 야생동물의 피해를 보는 일도 빈번하다.

지구농부들 중 일부는 적절한 경작규모를 고민하면서 자신의 농지의 일부를 먹거리숲으로 되돌리는 것을 고민하는 농부들도 늘어나고 있다. 경작지의 숲조성은 폭염으로부터 경작지를 보호하는 미기후효과도 거둘 수 있고 생물타리 효과, 방풍림, 경관조성 등 다양한 효과도 기대할 수 있다. 무엇보다도 기후위기시대에 경운하는 경작지 면적을 줄이는 탄소격리효과, 생물다양성 증진과 함께 채집하는 방식의 생산활동을 통한 경제적 지속가능성의 의미도 담고 있다.

생태적으로 이로운 농사는 분명히 농부가 속한 공동체와 지구에 엄청난 기여를 하지만 그만큼 노동과 비용이 들어가고 이것을 농부 혼자 감당하는 것에는 분명 한계가 있다. 지구농부들의 농사를 어떻게 지속가능하게 할 것인지, 이 서비스에 혜택을 보는 우리사회가 어떻게 이 비용을 함께 부담하게 할 지에 대한 고민이 깊어지면서 보다 단단하게 연대하는 손님커뮤니티를 어떻게 만들어갈 수 있을지, 마르쉐의 손님들이 공동경작자로 농부들과 연대할 방법을 찾고 있다.

대안시장의 성장과 그 이면

초기 시장에서는 시장에서 대화하며 연결되고 커뮤니티에 함께하는 경험이 출점팀이 시장에서 얻는 가장 큰 보람이었다. 최근에는 농부들의 농사역량도 성장하고 마르쉐에 맞춤형 작부체계가 형성되면서 시장에서 농가들이 얻는 수익이 늘어나고 있다. 자연스럽게 의미있는 유통채널로서의 농부시장의 성격이 확대되면서 커먼즈로서의 성격을 소통과 협력의 자율적인 구조가 지속가능한지가 시험대에 놓여 있는 것이 아닐까라는 생각을 하게된다.

시장을 열 수 있는 사회적, 비용적 제약이 있는 상황에서 출점 기회를 공정하게 나누어야 하고 커먼즈에서의 규범준수를 요구하는 과정에서 생기는 긴장감,

운영과 행정관련 업무의 가중 등은 공동체의 즐거움이 우선시되던 이전에는 없던 부담으로 작용한다. 큰 공간을 구하기 어렵다보니 매번 출점자들을 덜어내야 하는 상황이 지속되는 상황에서 2024년 초 겨울모임에서는 생산자들에 대한 개방성, 포용성 증진을 위해 매 시장의 5%는 신규출점, 파일럿출점자들로 채워야한다는 규칙을 제정하여 신규팀 참여의 기회를 만들어가고 있다.

손님들이 많아지면서 스스로 정한 약속을 지키는 일도 점점 더 어려워지고 있다. 마르쉐타임이라고 시장개장 30분전 시간은 판매를 금지하고 출점팀들이 서로 인사하고 출점팀간 거래만 허용하는 시간으로 정해놓고 있는데 자신의 손님을 놓치고싶지 않은 욕심과 공동의 규칙이 늘 갈등하는 상황에서 마르쉐타임 운영은 마르쉐 출점팀 커뮤니티 안에서 늘 논란거리가 되고 있는 현실이다. 이는 우리들의 시장 공동체가 스스로의 문제에 대한 책임과 권한을 온전히 갖고 임하는 대화를 얼마나 어렵게 해 가고 있는지를 반증하는 것이기도 하다. 이 어려움을 우리는 언제까지 감수할 수 있을까? 보다 정교한 매뉴얼과 이를 관리하는 보다 체계적인 시스템으로의 대체를 갈망하다보면 우리의 특별함이 사라져버리는 것을 아닐까? 이런 고민들이 늘 마르쉐 안에 공존하고 있다.

복사하기와 붙여넣기?

마르쉐는 여전히 여러곳에서 시장을 열어달라는 요구를 받고 있다. 시장은 이벤트가 아니고 정성을 가지고 긴 호흡으로 키워가야 하는 일이기에 어떤 시장도 조심스럽다. 특히 마르쉐가 하고 있는 농부, 요리사들의 협업관계는 현실 속에서 법적 제약이 따른다. 우리는 양천구 오목공원의 사례를 통해서 행정의 의지에 따라 마르쉐의 정체성을 공공공간에서 구현할 수 있다는 것을 확인한 바 있다. 하지만 의지를 가진 파트너를 만나는 일은 생각만큼 쉽지 않다. 우리사회는 대안유통체계로 친환경급식과 로컬푸드직매장을 통해 농업의 지속가능성과 건강한 먹거리를 연결하는 먹거리구조를 추진해 왔다. 모두 행정과 정부 지원금에 의존하는 방식이기에 안정적으로 운영될 수 밖에 없다. 그리고 먹거리를 연결하지만 사람은 연결되지 않는 것이 현실이다.

마르쉐와 같은 농부시장은 사람과 사람을 연결하는 기획이다. 스스로 정한

공동의 규범이 작동하도록 관리되어지면서도 포용성과 개방성을 만들어가는 것이 관건이다. 이를 위해서는 농부시장이 합법적인 지위를 가지고 공유지 사용에 대한 권리 확보가 필요하다. 이를 위한 사회적 인식개선도 필요하다. 농부시장이 소규모 생산자들의 경제적 이익을 추구하지만 그 너머에서 하고 있는 많은 역할에 대한 사회적 공감대가 필요한 상황이다.

마르쉐가 우리의 경험에서 무엇을 복사하고 붙여넣을 것인지에 대한 고민은 현재 진행형이다. 지역에서 시작되는 많은 시장들과 우리의 경험을 나누고 함께하기 위한 노력인 <농부시장포럼>은 2018년도부터 지금껏 이어져오고 있고 부산, 광주, 의성 등에서 시도한 지역시장은 마르쉐와 지역의 생산자들이 만나서 마르쉐의 생각을 공유하는 기회가 되었다. 우리의 경험을 보다 큰 우리의 경험으로 함께 발전시켜가는 일은 한국의 농부시장들이 함께 진행하면 좋겠다는 바램이다.

‘지금 마르쉐는 무엇을 하면 좋을까?’를 생각해보면 마르쉐는 우리가 만들어가는 작은 시장들의 경험을 매뉴얼화하는 노력을 통해 농부시장의 발전에 기여할 수 있을 것이라 생각한다. 그리고 마르쉐는 기후위기시대 지구농부들의 농사행보를 함께 고민하고 또 마르쉐를 통해 성장한 생산자들의 경험과 지혜를 함께 나누는 공간을 많이 만들어내는 것도 관심사다.

그리고 마지막으로 대만의 농부시장 책임자 아모스⁷의 말을 빌리면 20명의 농부가 매주 시장을 열 수 있다면 1명의 기획자의 삶을 책임질 수 있다는 말을 하고 싶다. 마르쉐를 거쳐간 수많은 활동가들의 삶을 통해 마르쉐가 세상에 이어져가고 있다고 생각한다. 바라건대 마르쉐가 활동가들의 건강한 일터로 만들어지고 농부시장이 시장의 활동가들을 성장하게하는 공간이 되길 소망한다.

⁷ NCHU organic farmers market. '농부시장포럼_사람, 관계, 시장'에서 (2018)



좌장

김정섭 박사

한국농촌경제연구원 농촌정책연구실
선임연구원

2006년부터 한국농촌경제연구원에서
가족농과 귀농, 협동조합과 사회적농업 등의
주제에 관심을 가지고 연구활동을 하고 있다.

현재 한국농촌경제연구원 농촌정책연구실
선인연구원으로 재직 중이며, 한국농촌사회학회이사,
일소공동마을학회운영위원으로 농과 지역의 미래를
재구성하는 대안적 현장과의 대화를 꾸준히 이어가고
있다.

저서로는 <마을1-6> (공저), 역서 <새로운 농민,
세계화시대의 농촌발전>, 논문집 <농촌지역 협동조합
설립 동향과 제도 개선 과제>, <농촌관광시장 세분화
연구>, <고추재배 농가들의 품질인식에 관한 연구>,
<여성 농업인의 농업 활동 증진을 위한 생활일지 개발>
(이상 공저) 등이 있다.

토론자

김자경 교수 | 제주대학교

공동자원과지속가능사회연구센터

제주대학교 공동자원과 지속가능사회 연구센터
학술연구교수. 주류 경제학 중심의 농업경제학을
공부하다가 로컬푸드, 협동조합, 사회적경제, 커먼즈
그리고 마을로 연구의 주제가 계속 바뀌고 있다.
주중에는 제주대학교 공동자원과 지속가능사회
연구센터에서 연구하고 있으며, 주말에는
'달빛순감굴밭'에서 농사를 짓고 있다. 협동조합을 여러
개 말아먹고 현재는 생협에서 조합원으로 활동하고
있다. 동료들과 함께 연구한 논문은 주로 책으로
뭉여 나왔다. <도시에서 커머닝은 어떻게 가능한가?
-제주 인화로사회적협동조합의 사례를 중심으로->,
<로컬푸드, 제주를 상상하다>, <제주사회의 변동과
공동자원>, <Commons Perspectives in South
Korea -context, fields and alternatives> 등이
있다.

은수진 팀장 | 서울시 정원도시국 조경과

관악산에서 나고 자랐고, 낙산, 남산, 인왕산을 거쳐
북악산 자락에 산다. 배봉산에서 원예학과 생태학을
배웠고 1999년 서울시에 입사해 25년째 일한다.
푸른도시국에서 잔뼈가 굵었고, 월드컵공원, 남산,
관악산, 노들섬, 선유도, 서울로7017, 양천구 등
서울시 전역의 공원 현장을 누비며 늘 도시에서
푸르름을 재료로 한 유쾌한 전복을 꿈꾼다.
2020년에 <2050년 공원을 상상하다>(한숲)을
썼고, 그 즈음부터 회색빛 도시의 틈에서 초록빛

종합토론

이야기를 만드는데 집착해, 모든 도시문제에 공원을 대입하는 ‘공원주의자’가 되었다. 2023년 <공원주의자>(한솜)을 냈으며, 현재 서울시 정원도시국 조경과 조경협력팀장이다.

이재근 단장 | 제주시

농촌신활력플러스사업 추진단

정치학을 전공하고 국민일보 기자, 삼성중공업 홍보팀을 거쳐 2014년부터 제이누리 선임기자 겸 논설위원으로 일했다. 제주특별자치도 도시재생지원센터 사무국장을 거쳐 2015년부터 지금까지 제주시 마을만들이 워킹그룹의 위원으로 활동하고 있으며 2021년부터 제주시 농촌신활력플러스 사업단 추진단장을 맡아 제주발 프로젝트 등을 이끌어가고 있다. 컬럼리스트 시인 수필가로 활동하며 <이러면 제주를 알까?> <삼촌들에게 듣는 서귀포시 마을이야기 I,II,III_‘그땐 그랬지’>, 시집 <부추꽃이 피었다> 등을 세상에 내어 놓았다.

구축하려 했다. 현재는 (주)지역다운레이블 회사를 설립하고, 지역쌀디저트가게와 여행사를 운영하며, 지역의 오래가는 가게 모델을 만들고 있다. 제주폐가살리기사회적협동조합을 동료들과 함께 운영하며, JDC제주형DMO사업 총괄을 수행하는 등 제주와 지속적인 관계 맺기를 하는 중이다.

장상기 대표 | 지역다운레이블

문학을 전공하며, 책으로만 현대인들의 내면을 관찰하다, 현실이 궁금하여 첫 사회생활을 재래시장에서 시작했다. 그렇게 상인들과 문화를 전통시장에 입히는 작업을 하다, 한국문화관광연구원에 입사하였고, 상인이 아닌 74개 지역 464개의 주민사업체와 함께 주민주도 관광 사업 창업을 지원했다. 주민사업체의 역량을 강화하고, 그들을 중심으로 한 새로운 관계 맺기를 실험하며, 지속가능한 관광 생태계를

Why Farmers Market? 농부시장의 가치와 의미를 찾아서

좌장

김정섭 박사 | 한국농촌경제연구원 농촌정책연구실
선임연구원

토론자

이재근 단장 | 제주 농촌신활력플러스사업 추진단

김자경 학술연구교수 | 제주대학교

공동자원과지속가능사회연구센터

장상기 대표 | 지역다운레이블

온수진 팀장 | 서울시 정원도시국 조경과



김정섭 안녕하세요. 오늘 이 자리에 지정 토론자 네 분을 모셨는데요, 시간상 제가 일괄해서 말씀드리고 자기 차례가 되면 짧게 소개하시고 의견을 말씀해주시기 바랍니다.

오늘 이 자리에 제주시 농촌 신활력 플러스 사업 추진단 책임 맡고 운전하시는 이재근 단장님 모셨습니다.

서울시 정원도시국 조경과의 온수진 팀장님이 오셨습니다. 간단한 사례 하나 간단히 말씀드리면 정원법이라는 게 몇 년 전에 생겼죠. 저도 자세히는 모르는데 그 법이 제 느낌에는 좀 심상치 않은 법입니다. 어쩌면 농부 시장하고 관련이 있을 가능성도 있는 법이라고 생각이 들고, 또 이 정원법 관련이 아니라 하더라도 온 팀장님께서 여러 가지 다양한 활동을 펼치셔서 좋은 의견을 주시겠습니다.

그리고 제주대학교에 공동자원과지속가능사회연구센터의 김자경 박사님, 그리고 지역다운레이블에 장상기 대표님 오셨습니다.

토론자 네분, 앉으신 순서대로 우선 말씀해 주시면 되겠습니다. 앞에 발제해주신 분들께 궁금한 것을 물어보셔도 되고, 이 농부시장 흐름에 관하여 뭔가 견해가 있으시면 말씀해주세요.

그 후 추가로 궁금한 게 있으시거나 좋은 의견을 주시거나 아니면 경천동지할 얘기가 있으시면 말씀해 주셔도 괜찮을 것 같습니다.

이재근 사실은 농부시장포럼에서 제가 할 얘기가 있나 좀 고민스럽기는 했습니다. 토론자를 정할 때 나도 나갈 거야라고 제가 우긴 측면이 없지 않아 있거든요.

올해 초에 이 농부시장 포럼이나 제주에서 농부시장을 마르쉐에 같이 열어보자라고 저희가 내부적으로 결정할 때, 저희 팀 추진단 내에서 도대체 왜 마르쉐에 연락을 하느냐라는 질문을 저한테 여러 차례 했었어요. 저희 기본 계획에 보면 대안 유통 통로를 발굴한다는 내용이

한 줄 있는데요. 굳이 그게 농부시장이 아니어도 되지 않나. 그 누구도 뭐라고 안 하는데 뭐 하러 그걸 하려고 하나는 질문을 받았습시다.

제가 내린 결론은 이거였어요. 제가 예전에는 마르쉐 시장을 가보고 제주에서 올바른농부장이나 자연그대로농민장터에 갔을 때 저는 되게 재미있었다는 느낌을 지을 수가 없었어요. 굉장히 즐거웠고 여러분들이, 장터가 살아있는 느낌이 들었어요. 그런걸 제주에서도 우리 사업으로 해보고 싶다는 막연한 생각으로, 재밌을 것 같잖아라고 했는데 그거로는 객관적인 답은 안 되더라고요. 그래서 설득이 안 되더라고요.

그래서 그 의미가 뭘까 계속 고민하다 보니까 농부시장의 가치에 대해서도 생각해 보고 저희가 지속적으로 농부시장을 하려는 추진단은 아니니까, 농업에서 작은 역할이라도 추진단이 할 수 있으면 좋겠다 생각해서 이 농부시장포럼을 같이 참여하게 됐습니다.

오늘 도지사님이 왔다 가셨잖아요, 사실 도지사님이 왔다 가신 것이 전혀 의도되지 않은 갑자기 떨어진 상황이었거든요. 그 담당 행정에서 사나흘 난리가 났었어요, 의전 때문에. 저도 계속 전화가 걸려 오고, 끊임없이 질문을 받았던 게 “그래서 농부시장이 뭔데?”라는 질문이었어요.

이것을 주무관, 팀장, 과장님들한테 어떤 팀이 참석하고 누가 어떤 내용으로 할거야라는 질문을 받을 줄 알았는데 가장 먼저 나온 질문이 농부시장이 뭐 하는 거야 그래서 혹시 마르쉐 아세요? 올바른농부장 아세요? 물어보니 전혀 모르는 거예요. 한 번도 와본 적도 없고 들어본 적도 없다고 해서 제가 생각한 설명이 벼룩시장은 아시죠? 하니까 가보셨다고들 하시더라고요. 그래서 그런 벼룩시장인데 농산물 파는 게 농부 시장이에요라고 대답을 할 수밖에 없었어요. 이 분들을 제가 폄하하려고 하는 게 아니라, 실제로 제주도에서 주요 행정에서 일하시는 분들이 농부시장에 대한 인지가 전혀 없구나라는 생각을 하게 되었어요.

그리고 다른 분들도 말씀하신 것처럼 뭔가 사고가 나지 않도록 식품위생법

등 규제하는 담당 부서에서는 관련이 되어 알지만, 나머지 행정에서는 전혀 그게 뭔지를 알지 못하는 상황이구나라는 게 크게 생각이 들어서, 어떻게든 추후로 가면 저는 농부시장에 어느 분들이 참여하시든 이게 제주도에서 굉장히 중요한 콘텐츠라고 생각을 하고 있는데, 행정과의 관계를 풀어나가지 않으면 결국은 계속 약간 수동적이고 방어적인 시장을 할 수밖에 없지 않을까 생각이 들어서 그런 거에 좀 적극적인 부분들을 찾아나갔으면 좋겠다 하는 생각이 계속해서 들었어요.

그 다음에 또 하나는 비슷한 얘기긴 하지만 제주 농업의 특성상 제주도 한 40% 정도 대농 중심의 구조를 갖추고 있고 나머지는 중소고령농이 대부분을 다 차지한다고 하는데, 실제로 제주 농업의 산업구조가 그렇게 되면서 시장이나 산업적인 측면에서는 완전히 다른 시장으로 돌아가고 있는데 그럼 농부 시장은 경제적인 측면에서 어떻게 편입시키는 게 좋을까 사실 그게 되게 고민스러운 부분이거든요.

이게 시장의 가치 이런 걸 떠나서 농부시장도 어떤 제주 농업의 한 부분이라면 그 부분을 분명히 의미 있게 자기 포선들을 가져갈 수 있도록 해줘야 되는데, 결국은 농부 시장에 참여하시는 분 혹은 거기에 가치를 두는 관심 있는 분들도 거기에 참여해야 되는 게 아닌가 하는 문제의식도 지금 계속 갖게 되고요.

그다음에 세 번째로 비슷한 얘기도 합니다만 결국 이 농부시장에 참여 하든 안 하든 중소고령농이 대다수인 제주 농업의 구조인데, 제주는 의외로 육지보다 더 경작 평수가 되게 넓더라고요. 그래서 그런 분들도 참여할 수 있는 쪽으로 시장 구조를 좀 넓히는 부분도 같이 고민했으면 좋겠다는 생각이구요.

시장의 가치 등을 잘 모르시는 분들도 참여시킬 수 있도록 확대하는 방법도 같이 고민하는 자리가 돼야 되는 거 아닐까 생각이 들었습니다.

그래서 농부 시장이 물론 사회적 자본이나 가치 측면에서는 더할 나위 없이 중요하지만, 시간에 이기는 장사 없듯이 시간이 흘러가면서 자칫 그런 동력들도 자꾸 떨어지지 않도록 제도화되고 체계화할 수 있는 방법들에 대한

고민을 좀 해야 될 때가 되지 않았나 생각이 들었습니다. 이상입니다.

김정섭 말씀하신 것 중에 나중에 얘기를 해볼 만한 주제도 있다는 생각이 들고요. 일단은 진행을 하겠습니다. 온수진 팀장님께서 말씀해주시죠.

온수진 온수진이라고 합니다. 저는 지방자치단체 공무원이자 농부시장을 애용하는 이용자, 두 가지 정체성을 가지고 있습니다. 그래서 두 가지 이야기를 중심으로 말씀 드려야 될 것 같습니다. 다만, 제가 살고 있는 곳이 서울이다 보니까 다른 지역의 어떠한 상황들에 대해서는 잘 모르고 마르쉐를 주로 다니는 입장이고, 저희 가족은 3명이며, 늘상 밥을 해먹는 생활패턴을 가지고 있습니다. 특히, 제 처가 마르쉐 농부시장을 굉장히 좋아하고, 저나 아들은 주로 잘 따라다니는 편입니다. 그게 12년 전 마르쉐가 처음 문을 열었을 때부터 다녀서 지금 그 당시 5살이던 아들이 지금 17살이 되었습니다.

마르쉐의 단골 고객 입장에서 마르쉐가 어떤 의미일까 생각을 하게 됐는데, 일단 자존감을 많이 높여주는 존재다라고 말씀을 드릴 수도 있을 것 같아요. 도시에 마르쉐가 있다는 것은 그 자체로 무척 자랑스롭습니다. 마르쉐를 가진 자랑스러운 도시라는 이야기를 할 수도 있을 것 같습니다. 그리고 정말 좋은 먹거리를 먹을 수 있다.라는 것으로 설명할 수 있습니다. 저는 주말에 마르쉐 장터에 가서 시간을 보내는 그 자체로도 자존감이 높은 삶을 살고 있습니다.

마르쉐를 잘 아시겠지만 혜화동의 마로니에 공원에서 오래 진행이 됐었고 최근에는 오목공원에서 진행을 하고 있는데 아름다운 공원에서 맛있는 농산물과 멋진 음식들이 한데 이렇게 모여 있다는 가치가 되게 큰데요. 농부들은 시골에 계시다가 장 때문에 서울에 오시고, 요리사 혹은 공예가분들은 자기 샵이나 음식점이 있으실 텐데 이 날만큼은 공원으로 나오십니다. 이렇게 함께 만나는 공공공간이 가지는 의미가 도시에서는 굉장히 중요하다고 생각합니다.

서울을 예를 들자면, 마르쉐가 열렸던 곳들이 크게는 공적 공간하고 사적 공간으로 나눌 수 있을 것 같고요. 사적 공간은 좀 전 발표에서 이보은 대표님께서 설명을 많이 하셨지만 인사동 코트라든지, 성수동, 서교동 곳의 사적 공간에서

진행되구요. 공적 공간은 두 가지 성격으로 구분되는데, 하나는 공원이나 광장이 있겠고요, 다른 하나는 공공기관의 부지일 것입니다. 아까 발표에서 국립극장이나 국립현대미술관 등이 공공기관의 부지이고, 제 일과 주로 연관되는 곳들은 광장이나 공원 같은 그런 공공공간입니다. 마르쉐가 공원에서 열렸던 경우는 혜화동 마로니에공원이 제일 처음이었구요, 현재는 양천구 오목공원에서 장터가 열리고 있습니다. 마르쉐 외에도, 여기 천호균 대표님도 계시지만 농부시장이 광화문광장이나 서울로 7017 등에서 진행되었습니다.

제가 양천구에서 근무를 할 때 오목공원과 함께 관리한 양천공원이 있었는데, 구청 옆에 있고 오목공원보다 조금 더 크고 굉장히 좋은 공원입니다. 구청 바로 옆에 있으니까 모든 행사들이 다 여기서 열리는데, 먹거리 장터도 이곳에서 열립니다. 먹거리 장터는 보통 명절에 맞추어 열리거나 김장을 앞두고 열리거나 하는 방식이고요. 구청 옆에서는 이런 형태의 장터가 열리고 시청이나 서울광장 같은 곳에서도 비슷한 장터가 자주 열립니다. 양천공원이라는 공원이 있고 그곳에서 한 2km 정도 떨어진 곳에 오목공원이 있는데 이 두 공원에서의 장터가 성격적으로 극명하게 대비가 됩니다.

먹거리 장터 같은 경우는 신선한 것들을 저렴하게 구매할 수 있고 명절이라든지 때에 맞춰서 가끔씩 진행되는 것들이고요. 오목공원에서의 장터는 굉장히 건강한 것들이 세련되고 고급의 방식으로 정기적으로 진행이 된다는 차이가 있습니다. 그래서 예전에 오목공원에서 마르쉐가 열리기 전에는, 양천공원에서 벌어지는 먹거리 장터가 유일한 장터고, 저렴하기에 양천구에 사시는 분들이 양천공원에 와서 장을 봐야 되는 상황이었습니다. 그런데, 오목공원에 마르쉐가 열리기 시작하니, 오목공원 주변에 사시는 분들의 입장과 마음이 달라졌습니다. 오목공원 근처가 좀 집값이 비싼 지역이다 보니 좀 더 문화적인 시장이고, 연령대도 조금 젊은 시장입니다. 오목공원 주변에 사시는 분들 입장에서는 양천공원 먹거리장터에서 주지 못하는 측면들을 마르쉐에서



많이 즐길 수 있습니다. 강남엔 없는 마르쉐가 목동엔 있는셈이지요.

마르쉐가 열릴 때면, 주민분들이 만족하는 반응을 실시간으로 느끼게 됩니다. 이것을 저만 느끼는 것이 아니라 정치인들도 잘 압니다. 이런 시장이 사람들에게 만족감을 주는구나 하는 느낌을요, 그 이유는 마르쉐가 쌓아왔던 브랜드 가치가 있고, 꽤 많은 분들이 마르쉐를 알고 있고, 또 그 마르쉐에 가려면 시내까지 멀리 가야했습니다. 그런데 이제 집 앞에 세련된 공원이 만들어지고 거기에 마르쉐가 열리니 금상첨화가 되는 거죠. 그러다 보니 동네에 대한 자긍심이라든지 그런 것들이 생겨서, 현재 마르쉐는 굉장히 안정적으로 열릴 수 있는 분위기가 되었다라고 말씀드릴 수 있습니다.

제가 마르쉐 밖에 사례를 잘 알지 못해, 계속 말씀 드리게 되는 것인데요, 결국에는 젊은 시장, 문화적인 시장이라는 것이 삶의 태도처럼 보여지고 굉장히 힙한 것처럼 여겨집니다. 요새 서울에서는 러닝이 붐인데요. 달리는 것이 유행입니다. 젊은 친구들 사이에서요. 예전에는 건강이라는 것은 중년 이후에 관리해가는 것들이었잖아요. 이제는 젊을 때부터 건강을 관리하기 위해, 먹거리 역시 건강하고 힙한, 마르쉐에서 장을 보는 것처럼 문화적 행동으로 이해가 됩니다.

저처럼 가족이 있는 경우도 있지만 요즘은 1인 가구나 2인 가구들도 많거든요. 이 분들이 먹는 것들을 어떻게 해결하는지, 음식문화가 달라지는 상황이라고 생각합니다. 그래서 저는 젊은 분들이 마르쉐에 와서 뭘 하나 지켜보게 됩니다. 젊은 친구들이 어떤 것들을 사는지를 관심 있게 보고, 어떻게 머무는지를 살펴봤는데요. 여기 오시는 젊은 분들도 꽤 신선 채소들도 좋아하고, 현장에서 조리된 음식을 먹는 이러한 문화 자체를 즐기는 것들도 있었고요.

오목공원의 경우 아까 사진도 보셨지만, ‘회랑’이라는 구조물이 있어서 그늘과 비를 가릴 수 있는 형태입니다. 그래서 올해는 한여름인 7월과 8월에 두 달간 장터를 쉬긴 했지만, 대표님과 앞으로는 7-8월에도 개최할 수 있을 것 같다는 생각을 했습니다. 회랑의 그늘이 충분히 만들어지는데, 이 폭 8m짜리 지붕이 50m 정사각형 형태로 이루어져있고, 폭 8m짜리 그늘이 생기면서 사방이

뚝려 있는 열린 구조이기 때문에 겨울은 어렵겠지만 여름에 시장을 하는 것이 충분히 가능하다고 생각을 하고 계속 요청을 드리고 있는 상황입니다. 또 회랑 내부에 작은 중정이라고 할까요? 잔디밭이 있고 주변으로 굉장히 좋은 숲과 정원이 갖춰져 있습니다. 그래서 광장 같은 곳에서 진행되는 다른 팝업 시장과 공원에서 진행되는 시장은 이러한 공간적 차별성이 있습니다.

또한 공원의 경우는 규모에 따라 다르겠지만 장을 담거나 하는 프로그램이나 텃밭도 운영하고 그 텃밭에서 나오는 재료로 요리를 만드는 프로그램도 가능합니다. 공원이라는 곳은 그런 것들을 다 할 수 있어서, 장이 열릴 때는 그런 것들이 같이 시너지를 내고, 장이 이제 없는 날은 가드닝이 일상적으로 진행이 됩니다. 따라서 공원을 어떻게 활용할 것인가에는 많은 고민들이 필요하다는 말씀을 드립니다.

팁을 드리자면, 공원에 반드시 회랑과 같은 큰 구조물, 말씀드린 이 회랑은 한 20억 들었습니다만, 큰 구조물은 아니더라도 이렇게 그늘이 잘 만들어질 수 있는 그런 것들을 만들면 좋습니다. 심플한 아케이드라던지 굉장히 예술적인 파빌리온 같은 것들을 설치해 놓으면 필요할 때 농부 시장을 할 수도 있고, 평소에는 그냥 비어져 있고 사람들이 햇볕과 비를 피해 쉴 수 있는 그런 공간이 될 수 있거든요. 이런 구조물들은 전략적인 요구가 필요할 때, 지방자치단체나 시의원 혹은 도의원들한테 요구하면 됩니다. 우리가 농부시장을 하고 싶다. 농부시장 뿐 아니라, 다양하게 쓸 수 있다고 이야기할 수 있습니다. 이런 것들을 통해 그 공간을 중심으로 장터로서 활용하는 것에 조금 더 수월해 질 수 있을 것입니다.

김정섭 네. 못 다 하신 얘기는 다음에 기회를 만들어 보도록 하겠습니다. 이제 김자경 박사님께서서 이어서 말씀해주시겠습니다.

김자경 네. 저는 5분 정도로 발표 시간을 맞춰보겠습니다. 일단 공원 얘기가 나와서, 저도 도청과 교육청 근처에 있는 삼무공원에서 장터를 열고 싶습니다. 삼무공원 아시죠? 최근 험악한 일로 문제가 되었던 공원입니다. 앞으로 이 공원을 어떻게 활용해야 할지 고민이 듭니다.

요새 제로 콜라가 되게 유행이잖아요. 오늘 농부 시장을 오늘 보면서 ‘제로(zero) 시장’인 것 같아요. 생산자와 소비자의 ‘거리’가 없는 ‘제로 거리 시장’이라고 생각합니다.

제가 오늘 여기 초대되어온 것은 실은 제가 공동자원/커먼즈 연구자라서 그런 것 같습니다. 저는 공동자원과 지속가능사회 연구센터에서 연구를 하고 있습니다. 센터 이름에서 ‘공동 자원’이 커먼즈(Commons)예요. 그래서 커먼즈 때문에 불러왔나 싶은데, 제가 또 농업경제학 연구자이기도 합니다.

어쨌든 지금 우리가 속해 있는 세계 식량 체계 하에서 이 공동자원을 어떻게 설명하면 좋을까 고민했습니다. 그래서 저는 지금이 ‘제로 커먼즈’인 사회인 것 같습니다. 우리 모두 함께 만들어가는 커먼즈가 아닌 생산자가 따로 있고 소비자가 따로 있는 이 시장 체계를 ‘제로 커먼즈’인 상황이라고 할 수 있겠습니다.

제가 2010년대 중반에 제주 도민들이 어떻게 먹고 있나, 설문조사를 해봤었는데요. 70%의 소비자가 대부분 대형마트(제주에 5곳 있음)에서 70% 이상의 소비자가 구매해서 먹고 있고, 그 나머지를 하나로마트 가서 구매해서 먹고, 그 나머지가 동네마트 정도입니다. 그야말로 우리의 먹거리 시장 체계는 ‘제로 커먼즈’의 상태라고 보고 있습니다. 따라서 우리는 어떻게 커먼즈라고 하는 공동체 자산을 다시 만들어낼까가 관건일 것 같습니다.

제가 2008년에 아이를 낳고 본격적으로 로컬푸드가 도대체 무엇일까?라는 질문으로 공부를 시작 했습니다. 그 역사를 다시 되짚어 보면 2003년에 ‘아이에게 건강을, 농부에게 희망을’ 이라고 하는 슬로건으로 제주에서 학교급식 운동을 처음 시작을 했어요.

그게 전국화가 되고 이제 학교급식법이 개정이 되면서 지역 급식 체계를 만들었습니다. 지금 와서 되돌아보면, 저는 도시락 3개를 싸서 다녔고 우리 아이들은 이제 학교급식을 먹는데, 여기서 무엇이 빠졌을까? 생각해봤습니다. 대안 먹거리 운동이라고 하는 것들을

로컬 푸드라는 체계를 구축해 나가면서 굉장히 많이 고민을 했는데
지금 보니까 이게 돌봄이 없는 거 아닌가라고 생각을 해요.

학교급식 운동을 통해 어쩔든 아이들을 먹였어요. 농부들은 어쩔든 친환경
농가로 만들어냈습니다. 그 사이에 우리가 사실 애정이 없다고 느꼈습니다. 학교
급식 종사자나, 영유아 교사 선생님들에 대한 것들, 돌보지 못한 사람들 그리고
엄마는 일을 해야만 하는 상황 등등의 상황들이 또 바뀌었다고 생각합니다.
그래서 다시 애정과 사랑을 얘기해야 되나라는 고민과 반성을 하고있어요.

이 고민을 바탕으로 제주 로컬푸드 운동의 역사를 보면, 2009년도부터
한살림 제주 노형매장 앞에 근린공원이 하나 있습니다. 그 공원에서부터
착한장터를 19회 열었었는데요, 근근하게 ‘한번 해보고, 도저히
힘들어서 이거 그만 때려치우자’라고 하면서 왔던 것이 오늘의
자연그대로농민장터와 올바른 농부장으로 이어졌다고 생각합니다.

이 역사들만큼은 정말 가늘고 길게 이어왔는데요, 그 힘은 다름아닌 ‘애정’
이라고 생각을 합니다. 또한 우리가 농부시장 장소를 옮겨가면서도 이렇게
이어왔던 힘은 함께 농부시장을 만들어왔던 추억과 기억의 힘이라고 생각합니다.
농부시장을 통한 공동감각이 가지는 힘이 커먼즈의 힘이라고 생각합니다.

그럼에도 불구하고 로컬푸드 개념이 확산되지 않아서 2017년에 지금은
돌아가셨지만 허창욱 의원님을 부추겨서 로컬푸드 조례를 만들어냈습니다.

당시 조례에는 분명히 농민 장터를 지원하고, 활성화시키는
내용으로 만들어냈는데, 이번에 2020년도에 더 좋은
조례라고 하면서 ‘먹거리 기본 조례’로 바뀌었어요.

여기에서는 이 농민장터라는 이름이 다 빠지고요. 광역으로 먹거리 지원
체계를 만들고, 이 광역 먹거리지원센터에서 14가지의 역할을 하면 로컬
푸드가 확산이 될 것이라고 하는 개념으로 정리되어 있습니다. 그리고
15번째 역할에, 기타사항에 해당하는 곳에서 뭔가 할 수 있으면 하는

것이 바로 농부장터가 되는것 같습니다. 15번째 기타역할로서죠.

2017년 이 로컬푸드 지역 조례를 만들면서 농가 소가공 대한 조례도 만들어졌습니다. 도지사가 허가만 하면 농가 소가공이 가능하도록 되어 있고요. 제가 조사를 하면서 알게된 것 인데요. 일본은 고령화가 되면서 할머니들이 많이 계시잖아요. 할머니 다섯 분을 모아서 그중에 제일 깨끗한 집 한 곳의 부엌에 농가 소가공을 할 수 있는 농가 부엌을 지정해줍니다. 그리고 거기서 나오는 농산물은 직거래할 수 있게끔 했고요. 농산물 가공도 이 부엌에서 가능합니다. 그 대신에 위생 교육은 받아야 합니다. 할머니 다섯 분 중에 제일 어르신 분은 보건소에 가서 위생 교육을 받아야 했습니다. 이게 조건이었습니다.(웃음)

제가 정말 외국의 사례를 찾다가 이것을 찾아내가지고 이거면 되겠다 싶었습니다. 제주도에서는 도의회를 거치니까 도지사가 허가한 사항으로 바뀌었던거라고요. 지금도 조례는 있지만 아마 사문화되었을 겁니다. 그래서 기존에 있는 제도들의 활용도 많이 놓쳤다고 생각을 하고요.

그런 의미에서 우리가 시장을 커머닝한다라고 하는 것은, 시장을 커먼즈로 만든다는 것인데요. 저는 로컬푸드 운동 처음 배웠을 때 ‘야! 이제 밥상을 엮자.’ 이렇게 밥상을 엮으면 새로운 뭔가가 되겠지, 밥상혁명을 일으킬까 싶었는데, 그건 아닐 것 같고요.(웃음)

그래서 어제 김정섭 박사님께서 새로운 (동지 또는 관계)시장을 어떻게 만들 거냐라는 질문에 ‘동사’를 찾으라고 했습니다. 술어ですよ. 우리 커먼즈 연구 전통에서도 가장 뜻깊은 것은 동사를 찾는것입니다. 그래서 찾아봤습니다.



먹거리 돌봄의 장, 지역 공동체
농업이 가능할 수 있는 장, 농가 수공업이 활성화될 수 있는 장, 제로 웨이스트 실천의장, 가치를 지향하는 소비자를 길러내는 교육의 장, 아이들의 놀이터, 정보 교류의 장, 청년농과 귀농인, 소농들의

연대의 장 등등등 여러가지 동사를 넣어서 찾을 수 있었습니다.

그런데 과연 이런 동사들을 어떻게 구현해낼 것인가가 관건인 것 같습니다. 따라서 일단은 기존의 시장 질서로부터 우리의 생활 세계가 지배받는 것을 거부하는 것에서 시작을 해야 될 것 같아요. 여기에 더불어 역시 사람이 들어가야 되고(사람을 존중해야 하고), 우리가 미처 돌보지 못했던 학교급식 종사자도 우리가 한번 이제 돌아봐야 될 것 같고요.

특히 우리는 생산자와 소비자가 나뉘어 있는데 우리 같은 동네 사람들이잖아요. 동네 사람들이 서로 돌보는 장이 되는 게 중요한 것 같아요. 그래서 항상 우리의 장터가 되어야하고 어느 누구의 장이 되어서는 안될 것 같고요. 그렇게 함으로써 소농들의 자리를 만들어내는 것이 커머닝 이라고 생각합니다.

그런 의미에서 커머닝을 공동 생산이라고 하면 도시와 농촌이 다시 연결이 돼야 될 것 같고요. 그 속에서 공동 공간이라 말할 수 있는 것들 즉, 커먼즈를 공동 공간이라고 불러본다면, 공공 공간을 공동 공간으로 바꾸는 작업들이 필요할 것 같습니다.

서울에서 커먼즈 운동 중 가장 유명한 것이 경의선 공유지였습니다. 철도가 사라진 부지를 그냥 놀릴 수는 없으니까 사람들이 매일 나와서 장을 열고 장소를 만들었어요. 그 장터 이름이 ‘놀장’입니다. 놀장을 만들어서 놀다 보니까 이 공간이 소중한 거예요. 서울시에서는 이 장소를 아파트로 개발을 위해 매각을 하려고 했습니다. 그런데 이 장소는 공공의 공간이지만 우리 모두의 공간으로 인식한 순간 이 공간을 지키려고 하는 힘이 생겼던 것 같습니다. 그래서 저는 우리가 우리의 시장을 ‘모두의 장터’ 로 인식할 수 있었다고 생각합니다. 이 부분이 저는 가장 중요하다고 생각합니다.

지금의 이른바 퍼블릭(public)이라고 하는 공공 공간들은 정부와 지자체가 자기의 사유재산인 것처럼 행사하고 있다고 생각합니다.

저희는 그것을 거부하고 이 공간을 시민들이 잘 이용할 때 저는

우리의 세계가, 함께할 공(共)이 공변할 공(公)을 일으켜, 공공성을 구현시킨다고 생각하고요. 그런 차원에서 농부시장은 우리의 공동자원화, 커머닝이자, 밥상을 엮어버릴 힘이 된다고 생각합니다. 이상입니다.

장상기 지역다운레이블의 대표 장상기라고 합니다. 그리고 제주에서는 폐가 살리기 사회적 협동조합 이사를 맡고 있어서 10년째 같이 일하고 있고요. 작년에 ‘담을장’ 만드신 분하고 얘기 나누면서 유기농 농사하시는 분들 점점 사라지는 이슈들과 시장이 지속하기 어려운 부분에 대한 이야기를 나눠본적이 있습니다.

저는 앞서 논의된 이야기들과 좀 다른 관점에서 좀 이야기를 하고 싶은데 혹시 공무원 분들 계신가요? 안 계시죠? 마르쉐는 정말 우리나라에서 거의 손에 꼽는 사례입니다. 제가 이야기하고 싶은 것은 몇 가지가 있는데요, 우선 저는 여기 오신 분들 중에서 아마 마르쉐에서 가장 많은 혜택을 받은 사람일겁니다.

저는 한국문화관광연구원에 있던 연구원이었고 저를 포함한 연구원들이 회사를 차린 지 5년 됐습니다. 오목공원 장터에 가서 저희가 쌀 디저트를 팔았거든요. 저희가 매달 두 번씩 쌀 디저트를 판매합니다. 쌀 100%로 만든 디저트가 2천원짜리인데, 그날 120만 원을 팔았습니다. 감사합니다.

저희가 마르쉐 때문에 근근이 먹고 살고 있고요, 저희가 연구원에 있을 때 마르쉐의 시스템이 정말 획기적이고 너무 믿기지가 않았습시다. 전국에 30개 지역에 셰프를 하고자 하는 사람이나, 가공을 하고자 하는 농부들을 마르쉐를 통해서 출점을 시킨적이 있습니다. 그분들의 변화가 실로 어마무시했었고요.

저희가 그동안 주민들이 만드는 마켓을 만든 것이 한 10년 동안 13개 정도 되는 것 같아요. 최근에 마지막으로 컨설팅한 마켓은 울릉도 다음으로 인구 수가 적은 영양군입니다. 영양 인구 수가 1만 3천 명인데 셀러(생산자/판매자)를 찾으려고 3개월 동안 찾았는데 8명을 찾았습니다. 5명에서 첫 장을 열었어요. 영양은 우리나라에서 가장 큰 자작나무 숲이 있고, 찾아오는 사람이 10만 명 이상입니다. 인구가 1만 3천 명인데요.

제 생각은 이렇습니다. 아마 도시와 로컬이 차이점인 것 같은데요, 장소가 없어서 장터를 못하는 건 아니라고 생각합니다.

저는 마르쉐를 지켜보면서 ‘농’의 부분보다는 ‘장’의 부분에 대해서 고민하게 됐는데요. 장을 누가 운영할 것인가라는 문제에서 농부가 모든것을 다 운영할 수는 없다고 생각합니다. 시장에 대한 매니지먼트와 그 시스템을 만드는 방식에 대한 고민이었습니다. 제가 장소를 중요하게 생각하지 않는 이유는 제가 행정을 잘 믿지 않기 때문입니다.

저희가 현재 14개의 행정과 프로젝트를 하고 있거든요. 최근에 정말 충격받은 것 중에 한 가지가 백종원 축제 건입니다. 행정은 돈이 되거나 이슈가 되면 시스템을 무조건 만듭니다. 백종원 축제가 1회당 5억 정도의 예산을 받습니다. 하루 진행하는것에 그렇습니다. 그런데 백종원이 그 축제를 위탁받기 위해 과업지시서에 유튜브를 몇만 명 이상 갖고 있는 축제 회사 이런 조건을 겁니다. 축제 회사가 무슨 유튜브를 운영하겠습니까. 하지만 그 조건들은 만들면 만들게 되어있거든요.

제가 계속 마르쉐에 출점도 하고 또 다양한 프로젝트에 영감을 얻고 하지만, 궁극적으로 저는 팬덤, 아까 박사님께서도 작은 영역 시장이라는 표현을 하셨는데, 관계맺는 팬덤을 통해서 좀 더 확장성을 갖을 수 있다면, 저는 조례를 만들거나 하는 것들에서는 충분히 행정을 설득할 수 있다고 생각합니다.



최근에 이런 일도 있었어요. 제가 농식품부에 정책 자문을 하고 있는데요. 농촌에서 만든 공간은 재위탁이 안 됩니다. 숙소나 펜션이나 이런 것들은요. 그런데 코로나 이후에 농촌 마을의 80%가 폐업을 했습니다. 발등에 불이 떨어져서 샌드박스에 재위탁이 올라갈 예정이에요. 결국 우리나라의 행정은 굉장히 어려운 어떤 환경이 왔을 때, 그제서야 움직이는 형태들이 많습니다.

물론 온수진 팀장님은 마르쉐 고객이시고 그렇지만(웃음) 저희가 연구원을 퇴사한 한 이유도 이런 부분이 있었고요.

오늘 정말 하고 싶은 이야기가 많지만 아주 간단하게 말씀드리면 저희가 경기도 고양시라는 곳에서 쌀을 직접 제분해서 디저트를 만드는 24평의 공간을 운영합니다. 저희는 마르쉐에 출점하는 셀러로서 자부심이 굉장히 강하거든요.

이 공간에 우리가 마르쉐의 또 다른 운영자로서 할 수 있는 일은 없을까. 이 공간에서 어떤 활동이 생기고, 여기에 참여한 사람들이 우리를 통해 마르쉐로 갈 수 있는 방식들을 고민해 보았습니다. 최근에는 고양시에 있는 찬우물 농장에서 열린 작은 마켓에 저희도 참여를 해봤습니다. 그리고 우리도 우리 지역만의 작은 마켓을 만들수 있겠구나라고 생각했어요. 마치 일본의 '타베루 통신' 같은 개념으로요. 이런 지사 같은 개념으로 마르쉐의 철학을 따르는 다양한 셀러들이 모여 하나의 마켓을 만든다면 어떨까라는 생각을 해봤습니다.

저는 공간은 그렇게 중요하다고 사실 생각을 하지 않습니다. 급하다면 행정이 알아서 해결한다는 생각을 하고 있고요.

물론 그 과정에서 저희도 엄청난 일을 많이 겪기도 했습니다. 80팀이 모인 마켓을 준비했는데 누군가가 민원을 넣었어요. 그래서 그 80팀의 마켓이 사라진 적이 있었는데요. 저희가 그날 너무 멘붕이 왔어요. 민원을 추적하다 보니 그 공원에서 일하는 편의점 주인이 몰래 민원을 넣으신 거예요. 시장이 열렸다면 오히려 편의점이 잘 됐을 텐데.

저는 그러한 것들이 지역에서의 커뮤니케이션과 운영자들이 해당 지역을 어떻게 매니지먼트 하고 있느냐의 문제라고 생각합니다. 현재 지역에서는 셀러에게 모든 부담이 가는 형태입니다. 마르쉐는 마르쉐친구들이라는 굉장히 훌륭한 팀이 있고, 결국 지역에서도 그런 산업을 육성하고 관리하고 또 행정과 함께 소통할 수 있는 팀들을 만드는 것들이 저는 굉장히 중요하다고 생각이 들고요.

거기에 더불어 마르쉐는 굉장히 독보적인 브랜드라고 생각하는데, 그 브랜드의

힘을 5%만이라도 그 지역에서 받을 수가 있다면 저는 이제 굳이 복불(카피) 하지 않아도 그 지역만이 갖는 로컬마켓을 만들 수 있을것이라고 생각합니다.

여기 제주에서도 그런 시도가 있다는 것을 저도 잘 알고 있습니다. 그런데 공간보다는 좋은 팬덤을 만들기 위한 노력과 우리 운영자들이 좀 지켜주고 그들의 인건비를 벌여주고 이제 이러한 시스템을 만드는 것에 더 집중하셨으면 하는 바람을 갖고 마치도록 하겠습니다.

김정섭 예. 아까 예고드린 순서를 좀 바꾸겠습니다. 시간이 많이 지나서요. 오늘 발표를 하셨던 이보은 대표님하고 송원규 박사님 조금 기다려 주세요. 제가 여쭙볼 것도 있습니다. 혹시 앉아 계신 분들 중에 오늘 발표하신 분이냐 나와 계신 토론자분들께 궁금한 게 있다거나 의견을 제시할 게 있으시면 말씀해주세요

참석자1 식품가공에 관해 질문이 있습니다. 소비자들이 잘 모르고 있는데. 저는 친환경으로 패션프루트를 재배하고 있는데요, 이게 보관이 안 돼요. 냉장보관도 길지 않아서, 저는 첨가물을 넣지 않는다고 생각해서, 그걸 가로로 자른 다음에 알맹이만 얼려서 써요. 저는 그걸 가공이라고 생각하지 않았거든요, 그 정도는. 그런데 가공이래요. 못 판 대요. 그 정도는 떼돈을 버는 것도 아니고, 그 정도는 봐줘야 되지 않을까, 행정 쪽에 계시는 분도 있고 하니깐, 규제를 좀 풀어주셔야 되지 않을까 생각해요. (웃음)

김정섭 행정도 전공이 좀 세분화 되어있는데, 혹시 송 박사님은 알고 계시는 게 있을까요? 식품가공 규제에 관해서요.

송원규 말씀하신 대로 단순한 문제인데요. 아까 김자경 박사님 말씀하신 대로 지역의 지자체장의 책임하에 조례로 허용할 수 있도록 했는데 안되는 이유가 담당 공무원들이 나중에 안전 사고에 대한 우려와 그 책임에 대한 우려 때문에, 많은 조례를 만들었지만 실제로 작동을 안 했습니다.

그래서 실제로 식품 회사들과 별개의 농민적인 가공의 제도를 만들자는 이야기가 많이 되고 있고, 점점 규모가 커지고 있기 때문에 어느 정도

국회와 정치권에서 논의는 될 것 같습니다. 일단 최근의 변화는 국무조정실 규제혁신처에서 로컬푸드직매장의 경우에는 즉석 판매 제조 인허가 가공품은 앞으로 판매되도록 하겠다라고 하는 정도까지만 진전이 되고 있는 상황입니다. 그럼에도 불구하고 농부시장 직거래 장터는 해당하지 않습니다.

김정섭 제가 추가로 말씀을 드리면, 농가 소규모 가공에 관해서는 매우 규제가 심해서 송 박사님 얘기한 대로 규제를 풀었습니다. 올해 가기전에도 규제를 더 풀겁니다. 그런데 시장에서 대부분 몰라요. 그리고 식품 담당하시는 부서는 아무래도 걱정이 되니까 그걸 적극적으로 추진을 안 하고 알리지 않는거죠.

그 다음에 가공 규제라는 것이 여러 가지 체계가 있어요. 모든 조건을 충족한 가공식품은 인터넷으로 판매할 수도 있고 매장에서 판매할 수도 있고, 그중에 가장 간단한 것이 즉석 식품 코너인데 이거는 통신 판매는 못하고 만든 그 자리에서만 팔아야 합니다. 그런데 이번에 풀리고 있다는 내용이 로컬푸드 직매장에서 팔아도 된다는 내용이고요. 그런데 그렇게 따져보면 농부 장터에서도 팔아도 되는 거 아닌가 하는 내용의 논문도 있죠.

그래서 상황도 그렇고 그래서 규제 수준에 따라서 조금씩 조금씩 나아지긴 할 텐데 속도가 많이 느립니다. 이 부분에 대해서 계속해서 문제 제기 하고싶는데, 혹시 의견있으실까요?

참석자1 원래는 안 된다고 저는 알고 있는데, 굴칩이나 호박 말랭이 같은 것들이 지금 제주 로컬에 다 진열이 되어있어요. 저는 청을 담가서도 안 된다고 교육을 받았기 때문에, 확실한 정보를 얘기를 해주셔야 할 것 같습니다.

송원규 제가 알기로 농협에서 하는 것이.

참석자2 HACCP를 받은 것만 놓고 있지 않나요?

참석자1 아니에요, 저도 납품을 하고 있는데, 그냥 칩을 만들어서 놓더라고요.

참석자2 HACCP 인증을 받은 표시가 있던데요?

김정섭 말씀하신 내용을 정확히는 모르겠지만 해썹(HACCP)

인증받을 정도의 수준이면 즉석식품 가공식품의 수준이 아니라 굉장히 엄격한 인증을 통과한것이기 때문에. 경우가 다를것 같습니다.

송원규 지금 시범 사업 중이고요. 국무조정실에서 전국에 10개씩 매장에서 특수 판매 제조 식품의 경우에 판매해보고 문제 안 생기면 직매장에서는 앞으로 허용하는 방식으로 시행령을 개정하든지 하겠다. 이 정도가 현재 상황입니다.

김정섭 소규모 가공 문제는 항상 나오는 얘기라서 쉽지는 않고요. 법이 규제가 쉽게 안 바뀌고 있고요. 그래서 창의적으로 반칙을 해야 합니다.

제도가 그렇게 있었는지 모르겠지만, 이미 한 10년이 더 된 얘기인데요. 완주로컬푸드협동조합 만들고 나서 농가가 소규모 가공을 해야 되는데, 각자가 해서는 각각 인증받을 수도 없고 돈도 많이 많이 들고 불가능한 거잖아요. 그러니까 완주군에서 생각해낸것이 돈 들여서 가공 공장을 하나 차렸어요. 해썹(HACCP) 완비하고요. 그리고 교육을 다 시킨 다음에 자기 물건 들고 가서 자기가 직접 가공을 했습니다. 그렇지만 아무나 할 수 있는 것은 아니고 충분히 교육받은 사람, 그 다음에 위생 기준 다 지키는 사람으로 협동조합을 구성합니다. 그 가공장은 협동조합 법인이예요. 해썹 인증받은 곳에서 생산된 것이니까 아무 문제가 없어요. 그렇지만 실제로는 각자가 자기 것을 생산한 것이죠.

저는 창의적인 반칙이라고 하는데 물론 그 경우에는 완주군이 전폭적으로 지원해줘서 가능했던 부분이 있다는 것이 사실입니다. 그래도 한번 시도 해볼만한 컨셉이라고 생각해요.

양경애 (골레기 농장) 이번에 저희가 올바른농부장에서 문제가 된 게 뭐냐면 유통업 허가 문제였습니다. 유통허가를 농가가 가지고 있어야 하고 그래야 판매가 가능하다고 했습니다. 그래서 개인농가로서 유통허가를 받았습니다. 그래서 샤인머스켓 콩포트를 이번에 전문 제조 업체에 맡겨 제조를

했고요. 저는 직접가공도 가지고 있었고요. 다만 유통허가를 받기 위해서는 그에 준하는 시설이 되어있어야 했는데, 저는 다행히 가지고 있었습니다만, 저희 올바른 농부장에서 그런 시설을 가진 농가는 저 하나였습니다.

제가 이런 과정을 거치면서 느낀것은, 개인 농가가 이런 시설을 갖추고 허가를 받으라고 하는것은 차라리 하지 말라는 것과 같습니다.

농가를 대상으로 철저한 교육을 하든지, 규제를 풀어주든지 하는 정확한 가이드가 있었으면 좋겠습니다. 사실 저희 농부들은, 소농은 버려지는, 이제 대농이 아니기 때문에, 조금이라도 농산물이 버려지지 않게 하기 위해서 작업들을 하고 아끼는 과정에서 조금씩 하는 건데요. 이것이 된다. 안된다 등등 공무원도 정확하게 몰라요. 그래서 그렇게 얘기하는 과정에서 저희는 너무 헛갈리거든요.

장상기 이 부분에 대한 답변을 완벽하게 드릴 수는 없지만 제가 13개의 마켓의 운영을 같이 하거든요. 그 부분은 행정하고 얘기할 수밖에 없습니다. 결국 결정자는 행정이고요. 그렇기 때문에 사실 이 토론장에서는 조금 답변드리기가 어려운 부분일겁니다.

그런 부분들은 다른 지역의 사례들을 가지고 행정과 조금 힘드시겠지만 더 해보는 수 밖에요. 여기 신활력 단장님도 오셨는데 이런 중간 지원조직들이 농부들의 권한을 더 만들기 위해서 여러가지 예컨데, 여행사도 만든 사례들도 있고요. 어쨌든, 그 부분은 그 장터 안에서 해결하긴 어려운 문제가 아닐까 그런 생각이 들어서 좀 안타깝지만은 사례를 많이 공유하는게 있으면 좋을 것 같아요. 그래야 공무원하고 얘기할 때도 또 큰소리 칠 수 있기도 하고요.

김정섭 시간이 길어져서. 한 분만 더 질문을 받겠습니다. 혹시 저쪽에.

참석자3 이보은 대표님께 얘기 좀 듣고 싶어서요. 아까 너무 울컥하시는 바람에 (웃음) 저는 지금 신입이고 초보로 앞으로 계획을 가지고 그런 일을 해볼까라고 생각을 하고 여기에 참여를 했는데요.

정말로 이 일이 그렇게 힘이 드셨는지, 시작하는 저에게, 지금 첫 발을 디디려고 하는 후배한테 해주실 말씀이 있으실까요?

이보은 이 일은 너무 재밌고 좋은 일이에요. 너무 재미있는데, 이 일의 제도적 기반이나 구조가 없이 에너지를 끊임없이 자기 안에서 만들어내야 한다는 것은 부담스럽지요. 그렇지만 나는 그 일을 진심으로 내 삶으로서 너무 재미있게 할 수 있을 것 같아, 그럼 해봐야 되는 거죠.

그럼 스스로 재미있어하는 사람들만의 일터여야 할까? 그건 아니죠. 일하는 사람들이 농부시장을 자신의 일터로 생각하며 정당한 대우를 받고 일할 수 있어야 하는 게 당연하죠. 제가 울컥했던 건 사실 왜 우리에게 농부시장은 그냥 일터를 넘어선 것들이었냐는 겁니다. 우리가 시민권을 얻기 위해서 이렇게 부단히 싸우는데, 그 싸움의 방식이 행정이나 기업의 용역을 어느 누구보다 잘 해내야 하는 일이기도 하고 코로나때 집합금지를 당하는 그런 상황에서 존재를 스스로 입증하기 위한 수많은 노력을 하는 것이기도 하거든요. 그런 상황을 거처오면서 ‘우리는 왜 이렇게 일을 해야하는 것일까?’ 라는 질문을 자괴감을 가지고 스스로에게 하게되는 일이 많이 있었습니다. 이런 상황을 함께 해 온 동료들에게 미안함도 큼니다.

8월달에 미국에서는 파머스마켓위크 라는 행사가 있어요. 미국 농무부가 정한 일주일 동안 파머스마켓의 사람들이 같이 축하하고 서로의 공로를 기리는 그런 기간인데요, 그때 ‘파머스마켓은 그냥 되는 게 아니다’라는 슬로건을 본 적이 있는데 농부시장은 사람이 하는 것이고 수많은 사람들의 노고가 들어가 있습니다. 힘든 일인 것은 분명하지만 가슴뛰는 일이라면 해보셔야 한다고 생각합니다.

김정섭 네. 진행하기 힘들 줄 예상하고 있었습니다. 이제 끝내야 될 것 같은데요. 무언가 좋은 것들이 있으면 국가에서도 정책적으로 합니다. 그렇죠? 파머스 마켓도, 있으나마나 하지만 어쨌든 법에 들어가 있긴 하고, 로컬푸드는 굉장히 크게 판이 벌어졌는데요. 아까도 그런 얘기가 나왔는데, 오늘 주로 행정과의 관계에 대한 얘기가 많이 나왔어요. 송박사님. 덧붙이거나 하고 싶은 말씀이 있으면 얘기를 해주시겠습니까.

송원규 행정과의 관계는 저희가 균형점을 찾기 위해서 끊임없이 노력을 할 수밖에 없는 문제라고 생각이 들고요. 가공은 지금 시점에서 매우 중요한 문제고 이 농부 장터가 가치를 가지고, 완전히 제도권 안에서 관행화라고 얘기를 하는데 일반 관행 유통 채널과 똑같은 타징 피하면서도 균형점을 찾기 위해서는 반드시 정책적으로 필요한 부분들을 좀 구분해내야합니다. 또한 그행정과 연구자들과 좀 더 파트너로서 협력하고 네트워킹 하는 것이 중요합니다. 거기에 더불어 현장에서 생동감 있는 고민들을 보내주고, 이를 기반으로 제도에 필요한 변화를 줄수있는것이 필요하지 않을까 생각합니다.

김정섭 이보은 선생님 마지막으로 하실 말씀 있으세요?

이보은 저는 창의적 반칙을 하라는 말씀 굉장히 공감하는데요. 지금 중요한 것은 내가 더 가공을 많이 해가지고 매출을 어떻게 더 만들어볼까가 아니라 나의 생산을 사랑하는 좋은 소비자, 좋은 먹거리와 음식, 시민을 어떻게 만날 것인가, 어떻게 친구를 만들 것인가, 어떻게 우리가 팬덤을 확보할 것인가가 훨씬 더 중요하다고 생각합니다. 그런 고민의 과정에서 가공을 할지 무엇을 할지를 정해야겠지요. 그럼 허가받은 생산시설을 갖추는 것을 안 해도 되느냐? 그렇지 않다고 생각해요. 도대체 왜 우리가 시스템에 들어가야 되는걸까요? 그 시스템이 그닥 정당하지도 않은데요. 농부시장이 우리사회를 설득하려는 노력이 필요한데 저는 변화와 성장의 다이내믹이 중요하다고 생각해요. 농부시장에서 오래 활동해온 생산자 한명이 제도적인 규범을 갖추고 성장하려는 노력을 계속 할 때 농부시장에 새로 참여하는 다른 누군가는 새로운 실험과 시도를 시작할 수 있고 있겠지요. 이런 연결이 농부시장이 우리사회에 존재해야하는 이유가 된다고 생각합니다.



지금 내가 즉판, 제조 등 법적요건을 갖추는 것이 분명히 너무 어렵지만 뭔가 방법들, 창의적인 방법들, 창의적 가치를 포함한 창의적인 방법을 찾아서 내가 가능한 방법을 좀 모색하고 노력하고, 행정과 대화할 수 있는 코드를

맞춰내는 건 필요합니다. 그런 노력들을 통해 길이 만들어지고 다음세대들이
안심하고 진입할 수 있습니다. 그래야 농부시장이 살 수 있다고 생각합니다.

김정섭 저는 시장을 제도라고 생각을 합니다. 법제도가 아니고요. 어제
잠깐 말씀드렸죠. 제도는 여러 사람이 버릇처럼 반복적으로 지키는
규칙이 제도입니다. 저희 연구원 퇴직하신 박성재 박사님이라는 분이
언젠간 저한테 들려준 이야기입니다. 충남 예산에 제방이 있는데, 어느날
갑자기 새우젓 장사 몇 명 와서 까나리를 팔고 새우젓 장사를 하기 시작을
했답니다. 그 후에 동네사람 몇 명이 사먹기 시작하더니 그 이후엔 큰
새우젓장이 벌어지기 시작했다고 합니다. 해마다 김장철이 되면 아주
큰 새우젓장이 서고 이 시장이 10년은 넘게 지속이 된겁니다.

그 시장은요, 왜 거기서 새우젓장을 하나, 유통업 허가가 있느냐, 이런
얘기할 수도 없이 그냥 10년간 지속한 거예요. 그게 제도입니다.
그때도 법은 있었을 텐데 제가 볼 때는 그때는 행정이 무능했기
때문에 그걸 말리지 못한 것이었고 지금은 행정이 제법 유능합니다.
법 제도가 촘촘해서 여러 가지 규제가 들어가는 것이죠.

여기 두 가지 제도가 있습니다. 농부시장 라는 제도가 있고 이 제도에는
농민과 소비자와 자원봉사자와 기획자와 그냥 놀러 온 사람들까지 다 같이
지키는 규칙의 제도가 있습니다. 그리고 두번째 제도입니다. 오늘 확인된
건 이 제도의 두 가지 측면인데, 공공장소를 조율하는 법 제도, 그 다음에
식품가공과 관련된, 식품 안전을 조율하는 행정의 제도가 있습니다.

농부시장의 제도와 행정의 법제도가 서로 교차하는 부분에서 굉장히
힘들게 싸우고 전투중인것이 현재 당면한 과제라는 생각이 들고요. 이
대표님 말씀처럼 바로 이게 미래 세대를 위해서 헤쳐나가야 될 전투고
싸워야 하는 전투라는 말씀드리고 싶습니다. 제가 농담으로 창의적으로
반칙하자고 했지만 그건 요령이고요. 결국은 그 모든 전투의 승리는
이런 병력입니다. 병력. 창의성도 필요하지만 쪽수가 많아야 됩니다.

곳곳에서 농부장터가 확산되고, 활성화되고 지지해주는 분들이 많이 생기를 바랍니다. 오늘 토론 이렇게 마무리하겠습니다.

문소라 오랜 시간 함께해 주셔서 감사합니다. 이것으로 제주농부시장 포럼의 막을 내리도록 하겠습니다. 감사합니다.

포럼 풍경

















농부시장포럼
제주

농부시장의
가치와 의미를
알아서

2026.
11.1(금)
-11.2(토)

제주서
세명음센터
제주 제주시 고대리길 39

왜 제주발전가?

제주 곳곳을 다녀보면 대부분
풍경이 팔로 인해서 있다는
사실을 알고 있으신가요?

선으로 풀어오는 강한 바람
으로부터 밭과 작물을 보호
해주는 제주 밭담은 오랜 시간
최상급 제주를 지켜왔습니다.
밭의 경계를 넘어서 제주
밭작물을 보호하고 기르는
터전인 제주 밭담에서 자란
제주 밭작물은 계절마다 다른
모습으로 우리 식탁에
오릅니다.

제주서 농촌 신활력플러스
사업은 이처럼 다양한 현안을
지난 시기를 제주 밭작물의
특성과 스토리를 발굴하고, 그
가치와 매력은 밭담에게
전달하고 있다.









지역 음식을 나누는 것은 이해와 존중을 공유하는 경험입니다.

‘제주농부시장포럼’의 첫날 네트워킹 저녁은 다양한 지역의

농부시장 사람들이 음식을 매개로 모인 소중한 자리입니다.

씨앗매개자는 이 저녁을 단순한 식사를 넘어, 농민장터의 공동체성과

‘한국농부시장네트워크’ 여러 농부시장에 담긴 먹거리 문화와 정서를

나누는 교류와 화합의 씨앗을 심는 마음으로 준비했습니다.

‘제주발한끼’ 사업에 참여한 법씨마을의 ‘선홍식탁’ 식구들이 꽃밥, 싹밥, 김밥

등 든든한 식사를 마련했고, ‘올바른농부장’에서는 제철 과일인 귤을 제공해

주셨습니다. 또한 제주 향토 음식에 깃든 상징적 의미를 통해 서로를 이해하고

지속적인 관계를 도모할 수 있기를 바라며, 제주도 ‘자연그대로 농민장터’

식구들과 함께 괴기반, 빙떡, 콩국, 지름떡, 쉰다리 등을 만들었습니다. 이러한

제주도 음식들은 제주에서 오랜 세월 이어져 온 토종 식재료와 자연 그대로

재배한 올바른 농산물을 활용해 만들어졌습니다. 아래 각 음식에 담긴 상징성이

한국 농부시장의 문화에 자연스럽게 스며들기를 바라는 마음입니다.

씨앗매개자. 강나루

평등한 ‘괴기반’의 공동체성

제주에서 경사스러운 잔치날에 빠질 수 없었던 괴기반의 ‘반’은 접시를 뜻하고 ‘괴기’는 ‘고기’를 말하는 것으로 납작하게 썰은 수육 석 점과 수애(순대)와 마른뚝배기(두부) 각 한 점을 1인분의 접시로 담아냅니다. 남녀노소, 사회적 지위나 계층에 상관없이 모든 이가 귀한 음식을 똑같이 즐길 수 있도록 분배하여 모든 사람에게 공평히 나눔으로서 음식에 담긴 평등한 삶의 태도를 잘 보여줍니다. 이러한 상호 존중의 가치가 담긴 괴기반을 입구에 환영 음식으로 맞이하며 농부시장에서 지속되어야 할 공동체 의식을 나누었습니다.



‘빙떡’에 담긴 나눔의 정신

토종메밀과 무로 만든 빙떡은 단순한 재료로 많은 사람과 나눌 수 있는 것이 특징입니다. 제주도 사람들은 협동과 상호 부조의 문화를 중시했으며, 빙떡은 이러한 나눔 정신을 상징하는 음식입니다. 간단하게 많은 양을 준비할 수 있어 마을 사람들이 나누어 먹을 수 있었던 빙떡은 공동체의 힘을 북돋우는 음식이었으며 나아가 어려운 상황 속에서도 함께하는 힘을 소중히 여기는 사람들 삶의 철학이 담겨 있습니다.

연대와 화합을 위한 ‘지름떡’

찹쌀가루를 기름에 부친 지름떡은 가정에서 직접 만들며 특히 명절날 친척들이 모였을 때 손수 떡을 눌러 부치는 과정 자체가 교감을 증대시키고 서로의 정을

나누고 친밀감을 쌓는 매개체가 되었습니다. 제주 사람들의 유대감과 연대감을 보여주는 중요한 상징으로 소중한 사람들이 한 식구되는 친밀함을 의미합니다.

자연에 순응하는 ‘콩국’

귀한 제주토종 푸른독새기콩을 방앗간에서 빵아 날콩가루로 만들었습니다. 제철 푸성귀를 넣어 बे지근하게 끓여낸 콩국은 농사로 지친 몸에 필요한 영양을 공급해주고, 자연에 순응하는 식생활을 잘 보여주는 제주도 향토 음식입니다. 계절의 변화를 존중하고 자연에 감사하는 각 농부시장 사람들의 마음을 담았습니다.

지혜로운 발효식 ‘신다리’

제주도 ‘신다리’는 남거나 상한 밥을 누룩 가루로 발효시킨 저농도 알콜 음료입니다. 덥고 습한 제주도 지역 환경과 기후에 맞춰 보존 기간을 자연스럽게 늘리고 유익한 성분을 얻어낸 제주 사람들의 알뜰한 생존 지혜를 잘 보여줍니다. 충분한 시간을 필요로 하는 신다리의 발효 과정은 기다림 끝에 최상의 맛을 내는 것이 특징입니다. 이는 인내와 끈기를 통해 유익한 결과를 만들어낸 농부시장들의 뜻심과 닦은 듯 합니다.

사전준비 및 조리

강나루, 김미랑, 이미연, 이성자, 오미사, 선홍식탁

현장지원 및 도움

로사, 이찬희, 전영아, 오연숙, 윤순자, 홍지연, 이녕인, 복창민, 조아라



점심

올바른농부장 X 숨비다 제주 채식식당에서 준비한 건강한 한 끼입니다.

도시락에 들어간 채소와 과일, 잡곡류들은 모두

올바른농부장의 농부들이 키워주신 거랍니다.

숨비다는 신선한 지역 농산물을 활용해 만든 다채로운 비건

메뉴로 자연의 맛을 그대로 전하고 건강과 환경을 함께 생각하는

식사를 제공합니다. 메뉴는 모두 비건 식단입니다.

제주 현무암 타코

검은콩을 갈아 만든, 현무암을 연상시키는 팔라펠(볼)을 구웠습니다.

제철 단감, 적양파, 옥수수콘으로 만든 살사와 치폴레 마요소스와의 멋진 조합!

마라의 풍미를 담은 버섯강정

숨비다 시그니처 메뉴! 새송이와 한라산 영실표고 임희규 농부님의 유기농

표고버섯을 튀겨 은은한 마라향이 매력적인 강정 소스에 볶았어요.

제주뚝배기와 룯 유부초밥

제주 마른두부와 토마토, 적양파, 옥수수콘을 넣은 유부초밥

그리고 비주비주대표님의 비양도 톳과 양경애농부님

자색찰보리쌀을 넣어 만든 유부초밥 2가지를 준비했습니다.

가을의 호박무스

제철을 맞은 호박들! 고봉수 농부님의 무농약 만차량호박, 단호박을 두유와

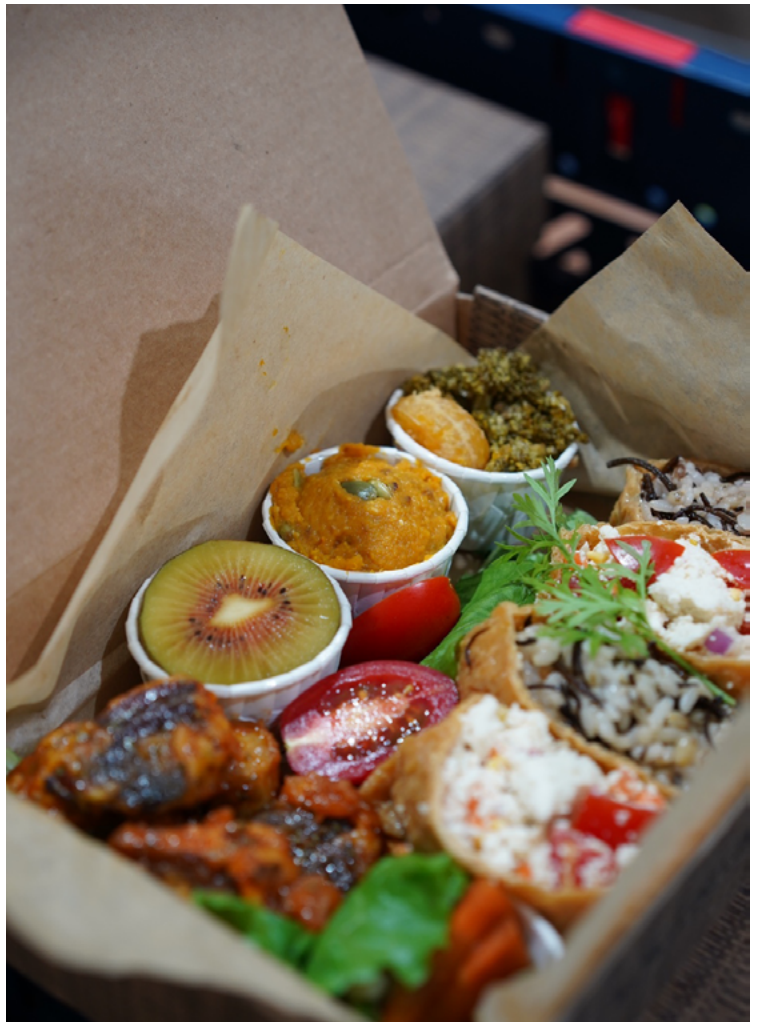
함께 곱게 갈아 호두, 크랜베리, 호박씨와 함께 담백하게 버무렸습니다.

제주 감귤 브로콜리 볶음

제주 감귤로 만든 달큰한 소스에 어린 제주 브로콜리를 살짝 데쳐 볶았습니다.

산뜻한 츠케모노(채소절임)

제철 얼갈이와 오이, 당근, 무를 새콤달콤하게 절였습니다.



다과

호박빵

가을 단호박이라고 불리는 만차량호박! 고봉수 농부님이 무농약으로 재배하신 호박을 구워 으깨서 퓨레를 만들어 반죽에 넣었어요. 초심으로 힘빼고 천천히 빵을 만드는 보디치타브룩 슬기님이 만들어주신 비건빵입니다.

자색찰보리 인절미

골래기네 양경애 농부님이 농사지으신 자색찰보리로 만든 떡입니다. 황토가 많은 대정 지역에서 옛날부터 먹던 토종보리인 자색찰보리쌀을 가루를 내어 만들었어요. 쌀이 귀했던 제주에서는 우영팻(텃밭)에서 보리를 키워 떡을 해먹었답니다.

유기농 미니 당근

성산의 검은흙에서 25년째 유기농 당근을 생산하시는 유기촌 운동현, 박은주 농부님이 아침 일찍 수확해주신 미니 당근입니다. 땅의 힘을 간직한 신선한 당근의 맛과 향을 그대로 전합니다.



유기농커피

제주최초 발달장애인 바리스타 카페 플로베는 100% 친환경 유기농 원두만을 사용해 직접 블렌딩한 유기농커피를 만듭니다.

한입 후무스

제주 토종콩인 푸른콩으로 후무스를 만드는 곡간 찬희님의 한입 후무스입니다.

친환경감귤

빌레왓 정복자 농부님과 제주생명밥상 김슬기, 김우람 농부님의 무농약 조생감귤입니다.



함께하는 사람들

제주시 농촌신활력플러스사업 추진단

겨울에도 푸릇푸릇 밭작물이 자라는 제주! 제주에서 즐기는 새로운 먹거리 [제주밭한끼]를 소개합니다.

제주도에서도 한라산 북쪽에 자리한 제주시 농촌은 의외로 감귤로 대표되는 만감류가 아닌 밭작물을 주로 키워냅니다. 제주시 농촌에서 흔히 볼 수 있는 경치는 꼬불꼬불 밭담이 둘러친 안에 철철이 다양하게 자라나는 채소가, 혹은 수확 후 파종을 기다리는 검고 붉은 흙이 아름답게 펼쳐진 풍경입니다. 육지와 달리 제주는 따뜻한 기후조건으로 사시사철 다양한 채소가 재배되지만, 특히 겨울에 월동작물을 키워내 전국 방방곡곡의 식탁을 채웁니다. 특별히 무, 당근, 양배추, 브로콜리, 메밀과 같은 작물은 전국에서 생산량이 제일 많은, 제주를 대표하는 밭작물이기도 합니다.

제주시 농촌 신활력플러스 사업은 사업명을 [제주밭]이라 이름 붙이고 제주의 건강한 먹거리로서 밭작물의 존재와 가치를 알리는 데 집중하여 4년간 사업을 운영 중입니다. [제주밭] 사업은 [제주밭한끼]를 브랜드로 내세워 제주의 건강한 밭작물을 즐길 수 있는 다양한 상품과 활동을 개발하고, 실행주체를 발굴하고 키워냈습니다. 한편, [제주밭]과 [제주밭한끼]를 제주의 대표 브랜드로 키워내고 제주의 밭작물을 즐기는 새롭고 다양한 방식을 제안하기 위해, 2022년부터 매년 캠페인을 운영하고 있습니다. '제주 밭작물로 차려 먹는 근사한 한 끼 식사'를 제안하는 [2022 제주밭한끼 캠페인]을 시작으로 3년째를 맞이하는 캠페인은 올해, 더 다채로운 프로그램을 준비해 여러분의 참여를 기다리고 있습니다.



제주시 농촌 신활력플러스 사업은 세계중요농업유산(GIAHS) 제주밭담이 지키는 제주밭의 건강한 밭작물의 가치를 알리고, 농촌의 유무형 자원을 기반으로 한 다양한 활동을 지원하여, 제주시 농촌에 자립적 발전기반을 구축하고 새로운 활력을 불어넣는 사업입니다.

함께하는 사람들

한국농부시장네트워크(준)

2023년 12월, 한국 농부시장의 성장과 발전을 목표로 한국의 독립 농부시장이 모여 ‘한국농부시장네트워크(준)’를 만들었습니다. 서울을 중심으로 시장을 열고 있는 농부시장 마르쉐와 경기도 양평의 두물물, 경기도 파주의 햇빛장, 충남 당진 농부시장 당장, 제주의 농부시장인 올바른농부장과 자연그대로 농민장터가 한국농부시장네트워크와 함께 합니다.

한국농부시장네트워크(준)는 세계농부시장연합(World Farmers Markets Coalition)이 정의한 ‘농부시장’을 추구하며, 농부시장이 ‘커먼즈’로 지속가능할 수 있도록 우리 사회에서 농부시장의 가치와 의미를 찾는 연구를 다양한 시민 주체들과 함께 하고 있습니다.

농부시장포럼이 걸어온 길

2018년 제1회 농부시장포럼

<사람, 시장, 동네>

2019년 제2회 농부시장포럼

<사람, 시장, 동네>

2020년 제3회 농부시장포럼

<기후변화와 농의 지속가능성>

*Covid19 상황, 농부시장 마르쉐 자체 포럼으로 전환하여 진행

2023년 제4회 농부시장포럼

.....
관련한 내용은 아래에서 보실 수 있습니다.

농부시장 마르쉐 홈페이지

www.marcheat.net

농부시장 마르쉐 블로그

blog.naver.com/fmmarcheat

> 검색 “농부시장포럼”

.....
농부시장마르쉐 유튜브에서 본 포럼 전체 영상을 보실 수 있습니다.

www.youtube.com/@marche_at

