

## 농으로부터 시작하는 만남을 주선하며 던지는 질문

이춘수

국립순천대학교 교수

“농(農), 세상을 연결하다”를 주제로 개최된 제1회 대산농촌포럼, 특히 제주로부터 대표인 진정은 대표의 “농으로부터 : 농과 식, 농촌과 도시를 연결하다”의 토론자로 불러 주셔서 감사하다. 사실 농산물 유통 연구자로서 주로 농산물 수급 및 가격, 유통 효율성 등 유통의 상류나 물류를 주제로 딱딱한 학술 발표나 토론을 하다가 ‘연결과 관계’를 주제로 인문학적 토론을 하게 되어 다소 낯설고 어색하다. 다행히도 진정은 대표의 원고가 친절하게 말을 건네며 영감을 주어, ‘농으로부터 시작하는 만남을 주선하는 주선자’로서 이 만남이 아름답고 의미 있는 만남이 되기 위해 고민할 점을 토론하고자 한다.

원고에서 진정은 대표는 ‘연결은 단순히 선이 이어지는 것이 아니라 함께라는 마음의 움직임이고, 서로의 얼굴을 보며, 같은 계절의 밥을 나누며, 그 속에 관계가 자라는 것’으로 정의한다. 그리고 1) 농업 공간으로서 마을이라는 부리의 발견을 통한 ‘마을과의 연결’을 시작으로, 2) 그 공간 속에서 살아가는 얼굴인 ‘농부와의 연결’, 3) 농산물 유통망 속에서 이름 없는 생산자가 아닌 멋있고 스타성 있는 농부의 재발견을 통한 ‘소비자와의 연결’, 4) 개별 농부의 농업을 문화로 만들어가는 ‘로컬 브랜드와의 연결’, 5) 마지막으로 ‘제주로부터’ 시작된 연결을 ‘남해로부터’로 이어가는 ‘로컬과 로컬’의 연결을 얘기한다. 그러면서 ‘농업은 생산의 현장이 아니라 사람을 잇고, 지역을 회복시키는 관계의 예술’로 이러한 농업에서 유통 플랫폼의 역할은 ‘보이지 않던 가치를 드러나게 하고, 흩어진 마음을 다시 모으는 일’이라고 강조한다. 이러한 원고에서 가지게 된 질문은 다음과 같다.

첫째, 농가와 소비자를 연결하는 직거래 유통 플랫폼은 무엇을 지향해야 하는가? 1990년대 초반 농산물 김영삼 정부의 유통정책에서 직거래가 주류 유통의 대안으로 논의되기 시작한 이후, 직거래는 ‘유통비용을 줄여 농가수취가격을 높이고, 가격 변동성을 줄이는 수단’으로 여겨졌다. 그러나 30년이 지난 지금 여전히 농가수취가격은 낮고, 가격 변동성은 높다.

적지 않은 성과가 있었지만, 결과를 보면 정책 목표 달성의 관점에서 직거래 정책은 실패했다. 그러나 이러한 실패는 ‘농가수취가격과 가격 변동성’의 관점이고, ‘보이지 않던 마을, 농부, 농촌 문화를 발견하고, 이를 매개로 농부와 소비자와의 관계 맺기를 하여 흩어진 마음을 모으는 정책’으로서 직거래 정책은 여전히 유효하다. 정책 담당자들이 직거래 정책의 지향점을 제대로 짚기를 바란다.

둘째, 직거래 유통 플랫폼은 무엇으로부터 시작해야 하는가, 즉 도시와 농촌 연결의 출발점은 무엇인가? 현재의 직거래 정책에서는 ‘값싸지만 질 좋은 농산물’과 디지털 전환을 통한 ‘편리한 구매와 유통 효율성’을 직거래의 시작으로 본다. 시장, 특히 소비자 지향적인 직거래를 하자는 주장이다. 그러나 진 대표는 ‘제주로부터는 단순히 농산물을 판매하는 플랫폼이 아니다. 농부의 목소리를 기록하고, 그들의 삶의 터전인 농촌을 이야기로 전하는 관계의 장입니다’라고 얘기한다. 농산물 유통망 속에서 이름 없는 생산자가 아닌 멋있고 스타성 있는 ‘농부라는 사람의 삶의 이야기’가 직거래의 시작이라는 뜻이고, 여기에 동의한다. 직거래가 대안이 되기 위해서는 가격이나 효율성과 같은 주류 유통의 관점이 아니라 ‘직거래만이 할 수 있는 일과 직거래를 통해 전달될 수 있는 가치’에서 시작되어야 할 것이다. 이를 통해 흔히 말하는 직거래라는 유통 플랫폼의 차별화가 가능하다.

셋째, 직거래 유통 플랫폼이 갖추어야 할 역량은 무엇인가? 직거래 플랫폼이 ‘농산물의 판매처’로서만 기능한다면, 우수하고 차별성 있는 상품과 이를 공급할 수 있는 대단한 업적을 갖춘 생산자를 발굴하며, 상품화할 수 있는 마케팅 능력이 중요하다. 그러나 진 대표는 ‘우리는 생산자와 소비자가 직접 만나는 자리를 꾸준히 만들고, 이를 통해 소비자는 자신이 먹는 음식의 근원을 이해하게 되었고, 농부는 그 식탁에서 자신의 일이 누군가의 일상 속에서 얼마나 의미 있는 일인지 다시 느꼈습니다’라고 말한다. 직거래가 ‘마을, 농부, 농촌 문화에 관한 이야기와 가치를 전달하는 연결자’로 기능한다면, 차별성 있는 상품이나 대단한 업적을 갖춘 생산자의 발굴보다 마을과 농부의 이야기를 꾸준히 재발견하고, 이를 소비자와 연결하며, 소비자와의 연결을 통해 농부도 힘을 얻을 수 있도록 만드는 능력이 중요하다는 뜻이다. 소비자가 수많은 배추 더미에서 ‘특별하지 않아도 의미를 가지는 농부라는 사람’을 알게 하고, 농부가 수많은 소비자 중에서 ‘내 배추가 가진 의미를 알고 있는 소비자라는 사람’을 알게 되며, 이를 통해 서로가 ‘연결과 만남의 이야기’를 만들 수 있도록 하는, 소위 말하는 이야기 마케팅 능력이 중요하다.

넷째, 농산물 유통에 필요한 기술은 무엇인가? 최근 몇 년 동안의 유통정책에서 강조하고 있는 것이 4차 산업혁명 기술을 활용한 디지털 전환(DX)이다. 그러나 현재의 디지털 전환 논의에서 '4차 산업혁명 기술과 같은 첨단기술을 유통에 활용하자'는 주장은 있지만, 그 기술이 왜 필요하고, 무엇을 위한 기술인지에 대한 논의는 미흡하다. 이에 대해 진 대표는 '시대마다 새로운 교육과 기술이 필요하나, 이때 필요한 기술이 누구나 쉽게 배우고, 내 일상 속에서 써볼 수 있는 기술들이다. 농촌에는 혼자 일하는 사람이 많다. 함께 일할 동료 없었을 때, 우리는 종종 생각과 기록을 흘려보내곤 한다. 기술이란 몸이 고될 때 마음을 지켜주는 도구, 그리고 동료라고 생각하기에 기술을 적절히 활용해 내 시간을 저장하고, 내 일을 정리하며, 나의 마음을 되돌아볼 수 있다면 그건 분명 농업의 또 다른 지혜입니다'라고 얘기한다. 거창한 첨단기술보다 '혼자 일하는 농부들이 생각과 기록을 정리할 수 있도록 도와주는 적정기술'이 중요하다는 뜻이다. 첨단기술의 도입이 목적이 되어 가는데, 그 필요와 쓰임새가 중심이 되도록 해야 할 것이다.

마지막으로, 도시와 농업을 연결하는 만남 주선자인 후계 유통인을 어떻게 육성하는가? 인력 부족, 특히 청년 인력 부족은 농업뿐만 아니라 농산물 유통에서도 심각한 문제이다. 이러한 현실 속에서 후계 유통인, 무엇보다 진 대표와 같이 마을, 농부, 농촌 문화의 가치를 이해하고, 이를 전달할 수 있는 역량을 갖춘 유통인을 육성하기 위해서는 무엇을 해야 하는가? 정부는 스마트팜이나 스마트농업을 청년농 육성의 핵심 수단으로 얘기하지만, 최근 막대한 부채로 어려움을 겪는 청년농 문제를 고려하면 스마트농업이 핵심 수단이 되기는 어렵다. 관련해 '우연히 정착한 세화리 사무소의 유희공간을 공유오피스로 만들자는 제안을 마을에서 흔쾌히 수락하고, 마을이 스스로 변화를 선택하고 만들어갔으며, 무엇보다 마을이 이주민 한 사람의 이야기를 깊이 들어주고 먼저 손을 내밀어주었다'는 진 대표의 얘기 속에 실마리가 있다. 굳이 무엇을 강요하기보다 우연이라도 마을, 농부와 연결된 청년을 있는 그대로 받아드리고, 그 얘기를 수용할 수 있는 용기가 그 중요하다. 여기에 우연을 기다리기보다 지속해서 농과 도시의 연결과 만남을 만드는 자리를 만든다면 더 좋을 것이다.

지금까지 진정은 대표의 '농으로부터 농과 식, 도시와 농촌의 연결'이라는 주제 발표에 대해 유통 연구자의 관점에서 몇 가지 질문을 던져 보았다. 말 그대로 '던진 질문'이라 아직 고민해야 할 사항이 많지만, 이 질문이 유통 플랫폼을 통해 마을, 농부, 그리고 농촌 문화를 소비자에 전하고, 농부와 소비자의 만남을 이어가는 데 도움이 되었으면 한다.