



도시와 농촌의 교류, 우선 숨통부터 튼튼하게

농업의 다면적 기능 바른 평가 위에서만 6C 바로 서
문화·토속으로 '경제·시장이란 낡은 올가미' 벗겨야

■ 이호철/ 경북대학교 농업경제학과

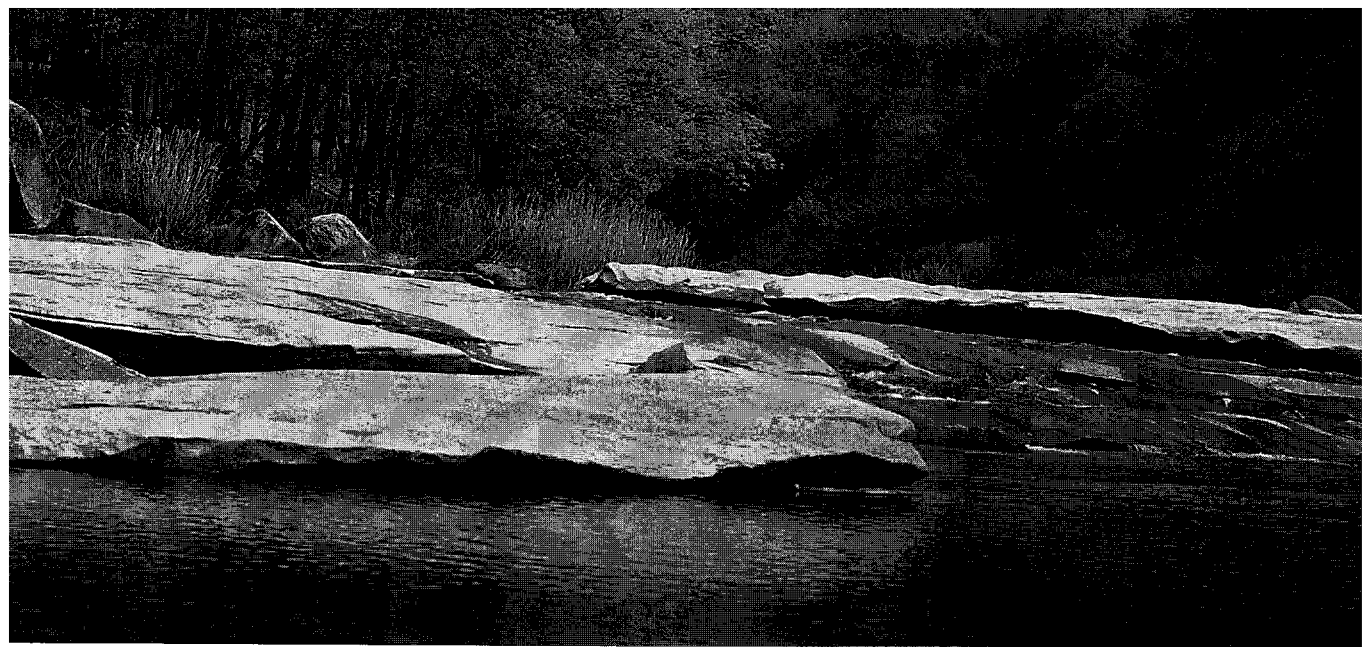
우리는 아직도 농업과 농촌을 단지 식량
기지쯤으로 여기거나, 거기에서 한 걸
음 더 나아가 환경농업을 논하는 것이 고작이
다. 심지어 시장 원리에 입각한 냉철한 규모
의 논리만이 흥미있었고, 시장실패가 일어나
는 공익적 기능에 대한 무지는 여전하다. 그
렇지만, 사실상 우리 농촌은 농민들에게는 취
업과 생활공간이지만 각박한 시멘트 바닥을
덮고 있는 도시인들에게는 몇 안 남은 휴식·
휴양공간일 터이다. 국토를 유지·관리하며,
천연자원과 자연경관을 보전하고, 민속과 토
속 그리고 전통문화를 계승하는 그야말로 다
면적 기능은 농업·농촌이 없다면 누가 감당
할 것인가?

그 간 답답한 도시환경에서 벗어나 농촌의
자연환경, 녹지공간, 전통문화를 체험할 수
있는 공간과 서비스를 제공하는 역할은 몇몇
관광농원들이 담당해 왔었다. 초기의 농산물

직판농원 중심에서 점차 다양한 발전상을 보
여왔지만, 현재 우리의 관광농원 사업들은 여
러 측면에서 적지 않은 문제를 드러내고 있
다. 가족단위가 이용할 수 있는 자연학습장·
주말농장 등은 형식에 불과한데다, 단지 여관
과 식당업 등으로만 성업 중인 곳이 너무나
많다. 뿐만 아니라 그 경영자들도 사업성을
이유로 후속투자를 기피하고 있어 제대로 된
관광농원은 찾아보기 힘든 것이 우리의 현실
이다.

그린투어리즘, 왜 필요한가?

이는 도시와 농촌의 교류를 둘러싼 기존의
접근방식에 엄청난 문제가 있음을 의미한다.
무엇보다 기존의 관광농원들은 종래의 생
산·판매 중심의 경영에서 벗어나야만 한다.
왜냐하면, 오늘날의 도시인들은 획일적인 단
체관광보다는 농촌의 풍부한 자연자원을 배



경으로 농촌주민과의 교류를 관광상품으로 즐기는 그린투어리즘(Green Tourism)에의 욕구가 매우 강하기 때문이다. “자연자원이 풍부한 농산어촌 지역에서 자연, 문화, 그리고 사람과의 교류를 즐기는 체재형 여가활동”을 의미한다. 물론 이 용어는 주로 일본에서 만들어져 널리 쓰이는 조어로서, 영국과 독일의 경우는 루럴투어리즘(Rural Tourism), 그리고 프랑스의 경우는 애그리투어리즘(Agri-Tourism)이 널리 쓰이고 있기는 하다.

그린투어리즘은 농업의 생산적 기능과 공익적 기능을 다수 국민에게 상품의 형태로 제공하는 새로운 유형의 농업을 의미한다. ‘농업 행위’ 그 자체를 새로운 상품으로 판매하고 있는 그린투어리즘은 그 발원지인 유럽뿐만 아니라 세계 전역에서 급속히 확산되어 왔다. 이제 도시는 이를 통해 환경친화적인 개발을 지향하면서, 지역 고유의 전통과 문화를 바탕으로 생태계 균형과 인간성 회복을 추구하는 삶을 살아야만 한다. 심지어 도시적 위락시설을 그대로 옮겨놓아 농촌다움을 잃어버린 농촌이 무수한 지금의 시점에서 농촌을 살린다는 문화적인 측면과 세계적으로 널리 유행하

는 농업을 생활화하는 측면도 있다. 이제 새로운 개념으로 우리의 문제점을 해결하려는 운동이 지금 우리들에게는 매우 절박하다. 여기에는 무엇보다 우리 농산물의 품질과 시장성, 그리고 우리 농촌의 문화적 체취를 높일 수 있는 차별화 전략이 필수적이다. 그리하여 도시민의 문화·생활 속에 뿌리내림으로써 가공·유통·관찰의 서비스가 가미된 새로운 고부가가치의 그린투어리즘을 창출할 수 있다.

여기에서 필자가 논하고자 하는 그린투어리즘은 다름이 아니라 넓은 의미의 루럴투어리즘으로 이해되어야만 하며, 이를 바탕으로 우리는 한국 특유의 도시와 농촌의 교류를 새롭게 창출하여야만 할 것이다. 그러므로 우리는 이제 농업의 다면적 기능을 검토하고, 농촌과 도시간의 새로운 교류 유형을 창출하기 위한 전략과 과제를 점검해야만 한다.

그 동안 우리 사회는 농업·농촌을 거저 ‘식량기지’ 수준이나, 생산산업으로서의 농업과 환경산업으로서의 농촌을 구분해 왔다. 그 때문에 우리 농업과 농촌이 가지고 있는 6가지 기능(6C: 생산비cost, 신용·신뢰confidence,



“

식량 자급률이 30%를 밑돌고 질 좋은 우리 농산물이 판로를 잃고 헤매는 위기 상황에 애만 태우기보다, 그냥 관조하면서 새로운 숨통을 트는 지혜, 철학과 같은 바늘구멍 속에서도 헤쳐나갈 길을 잃지 않는 고비 사막 단봉 낙타의 반야(般若)가 필요한 시점이다.

”

소비자customer, 지역community, 환경circumstance, 문화culture)조차 우리 도시민들도 제대로 인식하지 못하고 있는 형편이다. 바로, 이와 같은 농업·농촌에 대한 다면적 기능이 제대로 평가될 때, 6C는 정육각형의 형태를 취하게 된다. 그러나 아직도 우리들의 농업·농촌에 대한 인식은 매우 왜곡되어 있다 해도 지나친 말이 아니다.

농업의 다기능성을 향하여

우리 모두는 농업·농촌이 갖는 기능을 산업과 시장이란 시각에서만 평가하고, 농업·농촌이 갖는 비시장적 비교역적 가치를 지나치게 저평가 하는 우를 범해 왔다. 그 때문에 우리의 농업은 일그러진 육각형의 모습이 되어 농업·농촌·농민이 사회적으로 제대로 대접받지 못하였고, 도시와 도시인들도 풍요로운 전원생활과 유리된 채 시멘트 바닥을 뽐도는 처지가 되고 말았다.

만약 시장경제 원리가 적용되지 않는 농촌의 비시장적 가치, 그것이 제대로 인정받을 경우, 농업·농촌에 대한 인식은 크게 달라지고 그 사회적인 평가도 완전히 달라질 것이다. 이미 다양한 직접지불제를 통해 농업·농촌이 갖는 다면적 가치를 사회적으로 수용하

고 있을 뿐 아니라, 그린투어리즘을 앞세운 도시와 농촌의 교류에 적극 나서고 있음을 우리 사회는 인식해야 하기 때문이다.

그러나 기존의 낡은 관광농원을 활성화 하기에 앞서 무엇보다 염두에 두어야 할 것은 새로운 아이디어 없이 천편일률적인 시설확충과 노력만으로는 한계가 있다는 점이다. 이른바 그린투어리즘의 활성화는 무엇보다 사고방식의 혁명적인 전환에 크게 의존하는 새로운 농업이기 때문이다.

물론 관광농원 스스로의 노력만으로도 차별적인 시설 및 음식 제공, 추억거리를 만들어 낼 수 있는 이벤트 개발이 가능하다. 그러므로 오랜 전통을 대물림해 온 한국농업으로는 새로운 한국적 개념의 그린투어리즘을 조직화하는 것도 신선한 충격일 수 있다. 시민의 건강에 대한 욕구를 최대한으로 만족시키면서, 우리 식품산업의 공익적 서비스적 기능을 보다 극대화할 수 있는 새로운 지역 그린투어리즘을 이끌어 내는 일이 그것이기 때문이다. 그래서 거저 '먹고 마시고 노는' 도시형 위락 시설의 재판에 불과한 기존의 차원을 넘어 문화와 실용을 겸한 기품 있는 새로운 테마를 창출해냄으로써 우리의 그린투어리즘이 그 기반을 굳건히 구축해야만 할 것이다.

과일합중국의 '먹는 꽃' 생산

성공적인 그린투어리즘은 지역 농업 및 관광 활성화, 지역 농업인 커뮤니티에 역점을 두고, 세부적인 분야에 이르기까지 다양한 아이디어를 개발할 때 얻어질 수 있다. 특히, 지역농업의 자원적 특성이 충분히 발휘될 수 있는 새로운 콘텐츠들이 포함될 때, 우리의 관광농원들은 비로소 도시 농촌 교류의 좋은 본보기로 활성화될 수 있을 것이다. 특히 이를 위해 이제 우리는 유희농지와 과수재배를 활용하거나 지역 가공산업에 자연과 건강을 접목한 성공사례들을 깊이 있게 검토해 보아야만 할 것이다.

한편, 과일(fruits)합중국이란 간판으로 관광객을 유치하거나 '먹는 꽃' 생산으로 지역농업의 활로를 연 새로운 성공사례도 결코 놀랄만한 것이 아니다. "이 꽃은 우리에게만 있다." 이렇게 그들은 당당하게 외치면서 낚나간 도시 사람들을 향해 종자 선발작업은해마다 되풀이하면서, 더욱 아름다운 색의 꽃을 만들어내기 위해 노력하고 있다. 틈나는 대로 와서 꽃을 보는 종묘회사 사람들을 흘깃 쳐다보면서, 때로는 돌연변이로 멋진 꽃을 만들어보는 것이다. 고랭지가 아니면 꽃눈이 분화하지 않는 까다로운 꽃 재배 기술까지 터득하면서, 이제 그들은 도시인들에게 "가장 앞선 농업의 하나"를 자랑스레 보여 주는 교류를 활발히 개시하고 있는 것이다.

경제·시장이란 울가미를 벗겨라

필자의 조사연구에 의하면, 한국 도시인들은 주로 1박 내지 1박 2일 정도를 지낼 수 있는 시설을 원하였으며, 주로 가족과 동행하기를 원했다. 그리고 가장 선호하는 숙박형태는 농촌의 정취를 한껏 느낄 수 있는 농가형의 숙박시설이었다. 이를 위해 대학은 실험과 연

구를 담당하고, 시 당국은 운영과 관리를 맡는 산학협동형 그린투어리즘도 해 볼만 한 일이다. 더구나 그린투어리즘의 성공을 위해서는 무엇보다 도시인들이 대거 참여할 수 있는 다양한 행사와 이벤트를 순차적으로 마련해야 하며 요리 개발, 소비자들과 함께 음식 만들기, 이를 이용한 음식·생활용품·의약품 판매, 그리고 약초를 이용한 식품 개발 등의 이벤트 마련이 필수적이다.

아직도 우리 농업은 구제역·광우병·가뭄·산불 등의 연이은 악재, 그리고 우리나라 마스크들의 고질병인 지나친 입방정 때문에 여전히 바닥에서 헤어나지 못하고 있다. 이 위기를 돌파할 수 있는 지혜는 무엇보다 도시와 농촌의 교류 심화밖에는 찾을 길이 없는 형편이다. 그리고, 우리 농업에 썩여진 경제나 시장이란 낡은 울가미를 벗겨내려면, 문화와 토속이라는 보다 우아한 문화상품(?)의 개발이 무엇보다 절실한 과제일 터이다.

만약 그렇게만 된다면 아무리 WTO가 압력을 넣고 농림부가 무슨 발표를 어떻게 한들 문화와 민속으로 무장한 우리 나라 문화인들의 행보에는 결코 영향을 미칠 수 없을 것이기 때문이다. 여주·이천 쌀로 지은 하얀 쌀밥에 나주·광주에서 가져온 흥탁을 걸치고, 사과꽃 향기를 맡으면서 부석사 무량수전 배흘림 기둥에 걸터앉아 산천경계를 바라보는 신선 놀음을 못해 안달이 난 도시인들에게 도대체 그 따위 엄포가 무슨 대수일까? 식량자급률이 30%를 밑돌고 질 좋은 우리 농산물이 판로를 잃고 해매는 위기 상황에 애만 태우기보다, 그냥 관조하면서 새로운 숨통을 트는 지혜, 칠후과 같은 바늘구멍 속에서도 헤쳐나갈 길을 잃지 않는 고비사막 단봉 낙타의 반야(般若)가 필요한 시점이다. **농약정보**