

지역식량체계에서 소비자의 역할에 관한 연구

김 종 덕
경남대학교 심리사회학부

A Study on the Consumers' Role in the Local Food System

Kim, Jong Duk

Dept. of Psychology and Sociology, Kyungnam University, Masan, Korea

ABSTRACT

The problems of agriculture and food production in Korea are serious. These problems were brought about by the global food system. In this system, farmers and consumers are disconnected. The distance between food production on the farm to the consumer's table is too long. Farmers can not survive as their food dollar is steadily decreasing. Consumers have to eat old, unclean, and poor-quality foods because the foods do not come from nearby farms. They do not know where their food has come from or by whom their food was grown. In order to solve these problems, the transition from the global food system to a local food system is imperative. In a local food system, farmers and consumers are connected and they can help each other. This study identifies the consumers' role in the local food system. They are the purchasers of local food. They are active participants both in producing and distributing local food, and in taking part in the local food movement. Above all, they are the teachers of the younger generation consumers. While consumers in the global food system are passive, those in the local food system are active. We call the former "food illiterates" and the latter "food citizens." In order to revitalize the local food system, consumers must be food citizens, and therefore, consumer education is necessary. There are several interdependent media forms available for consumer education such as field trips, farm experiences, education for returning to the farm, and food education.

Key words: local food system, global food system, food dollar, food mile, food citizen

I. 문제의 제기

농업과 먹거리와 관련하여 농민, 소비자 모두 어려움에 직면해 있다. 농민들은 영농위기에 직

면해 있고, 소비자들은 먹거리 위기에 놓여 있다. 우리나라의 농업문제 그리고 먹거리 문제는 서로 관련된 문제라고 할 수 있다. 하지만 농민과 소비자 모두 농업문제, 먹거리 문제를 그렇게 인식

이 논문은 2005년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF 2005-041-B00383).

접수일: 2007년 10월 22일 채택일: 2007년 11월 18일

Corresponding Author: Kim, Jong Duk Tel:82-55-249-2167 Fax: 82-55-242-7985
e-mail: kimjd@kyungnam.ac.kr

하지 못하고 있다. 그리하여 농민은 농업만 생각하고, 먹거리 문제를 심각하게 여기지 않는다. 도시 소비자들은 먹거리에 대해 걱정을 하면서도 농업문제에 관심을 기울이지 않는다. 농민과 도시민들이 농업문제, 먹거리 문제에 공동대응을 하지 못하는 가운데 우리나라의 농업문제, 먹거리 문제는 점점 더 심화되고 있다.

농업문제, 먹거리 문제의 심화는 엄청난 결과를 유발한다. 농업문제의 심화는 영농의 당사자인 농민들에게 일차적으로 고통과 생계위협을 가한다. 하지만 농업붕괴는 농민들의 고통과 생계기반의 상실을 훨씬 넘어선다. 농업은 경제적인 면으로는 다룰 수 없는 정치, 사회, 문화, 환경적인 측면을 가지고 있기 때문에 농업붕괴의 비용은 계산할 수 없을 정도이다. 농업붕괴가 야기하는 식량중속, 과잉도시화, 농촌문화의 상실, 자연과 환경훼손 등의 비용은 엄청나다. 먹거리 문제의 심화도 엄청난 비용을 치르게 한다. 질병으로 인한 당사자의 고통은 말할 것도 없고, 사회가 감당해야 하는 노동력의 상실, 의료비용 등도 막대하다고 할 수 있다.

현재의 농업문제와 먹거리 문제에 대해 성찰해 볼 때, 이들 문제는 세계식량체계(global food system)와 관련이 있다. 이 체계에서는 효율성을 강조하는 산업형 농업(industrial agriculture)이 자리하며, 세계시장을 위한 먹거리 생산이 이루어진다. 세계식량체계에서는 농민은 체계의 한 행위자에 불과하다. 농민은 종자, 비료, 농약, 농기계 등과 같은 투입재를 써서 영농을 할 수 밖에 없고, 가공과 판매에서도 역할을 거의 하지 못하고 있다. 세계식량체계하에서 농민은 푸드 달러(food dollar) 중에서 받는 몫이 얼마 되지 않아, 규모를 키우고 생산량을 늘려도, 지속적으로 영농을 할 수 없는 처지에 이른다(브라이언 헬웨이 2006).

세계식량체계하에서 소비자들은 먹거리 위기를 겪을 수밖에 없다. 세계식량체계에서는 먹거리의 생산과정, 유통과정, 생산자와 소비자와의 관계 등이 안전한 먹거리의 생산을 가로막고 있기 때문이다. 세계식량체계에서 먹거리는 안정성이나 안전 면에서 취약할 수밖에 없다. 보조금이

주어지는 화석연료에 의한 장거리 수송과 많은 에너지를 사용한 먹거리 생산은 유류 값이 오르는 상황에서 식량의 안정적 공급을 해칠 수 있다(김종덕 2005a). 세계식량체계에서는 경쟁을 위해 먹거리 생산과정에 농약, 항생제 등이 사용되며, 먹거리의 장거리 이동시 보존을 위해 방부제 등이 사용된다. 세계식량체계에서는 소비자와 생산자가 단절되어 있는데, 이러한 상황은 소비자가 먹거리의 생산과정을 확인하는 것을 어렵게 하고, 생산자인 농민이 소비자의 안전을 염두에 둔 먹거리 생산을 하지 않게 된다.

우리나라 농업문제, 먹거리 문제의 해결은 지역식량체계에서 찾아야 한다(김종덕 2007). 지역식량체계에서는 지역의 여건에 맞는 영농이 이루어진다. 농민들이 지역의 특성에 맞는 작물을 재배함으로써 그 지역의 특징적인 먹거리가 생산된다. 또 세계식량체계와 다른 차별화된 먹거리 생산, 즉 세계시장이 아니라 인근지역 소비자들을 위한 생산이 이루어진다. 또 농민들은 인근지역의 소비자들에게 안정적으로 판매할 수 있고, 소비자들은 인근에서 정성을 기울여 생산한 보다 안전한 먹거리에 접근할 수 있다. 지역식량체계에서는 농민들은 지속가능한 영농을 할 수 있고, 소비자는 신선하고, 영양가 있는 먹거리를 섭취할 수 있다.

세계식량체계와 지역식량체계의 차이점 중의 하나는 소비자의 위치와 역할이다. 세계식량체계에서 소비자는 식량체계에 참여가 극히 제한된다. 생산자와 단절되어 있고, 주요 행위자인 농기업, 식품산업이 고객으로 다루기 때문에 소비자가 식량체계에 능동적인 참여가 구조적으로 가능하지 않다. 반면에 지역식량체계에서는 소비자가 식량체계의 주요 행위자다. 지역식량체계의 등장과 확산에 소비자가 중요한 역할을 하며, 또 그렇게 할 것이 기대되고 있다.

식량체계와 관련하여 소비자에 대한 연구는 농업사회학보다는 음식사회학에서 주로 이루어졌다. 소비자 연구를 보면, 유기농산물 생산과 소비자의 가치구성(Guthaman 2002; Barham 2002; Reynold 2002), 생산자와 소비자 연결 네트워크의 중요성(Lockie et al. 2000; Goodman 2002; Selfa et

al. 2005), 소비자 욕구에 부응하는 농업(Lyson 2000), 공동체지원농업(Community Supported Agriculture: CSA)과 농민시장 등에서 공급과 성평등 문제(Delind 2002; Hinriches 2000), 익명의 생산자와 소비자의 연결(Henderson 2000), 소비자의 성격에 의한 소비자 분류(Giddens 1991; Tallontire et al. 2001), 음식정의운동(food justice movement)의 영향(Levokoe 2006) 등이다.

본 연구에서 다루고자 하는 지역식량체계에서 소비자의 역할에 대한 연구는 많이 이루어지지 않았다. 본 연구에서는 지역식량체계에서 소비자의 역할을 다루고자 한다.

II. 세계식량체계와 소비자의 특징

1. 세계식량체계에서 소비자의 위상

세계식량체계에서는 효율성이 중시되어 농업에 공장형 생산방식을 도입하는 산업형 농업(industrial agriculture)이 자리한다. 산업형 농업에서 식량은 다른 상품과 마찬가지로 하나의 상품이다(Pretty 2002). 따라서 세계식량체계에서는 시장의 법칙이 식량을 지배한다. 식량이 사적 영역에서 다루어지면서(조제 보베 등 2002), 농기업과 음식산업이 식량의 생산과 유통을 지배한다. 반면에 소비자들은 농기업, 식품산업의 지배를 받는다.

농기업, 식품산업은 여러 방법을 통해 소비자에 대한 통제를 유지하고 강화한다. 기업들은 막대한 홍보와 광고비를 들여 소비자들로 하여금 글로벌 식품에 익숙하도록 한다(Nestle 2002). 기업들은 형태와 포장을 달리하여 많은 종류의 제품을 공급하여 소비자가 자유로운 선택을 하는 것으로 여기도록 한다(시드니 민츠 1998). 이들은 또 영업방침이나 제품에 대해 문제 삼는 소비자나 소비자 단체에 대해서는 매수, 명예훼손법, '공중참여에 대응한 전략적 법률대응'(SLAPP), 먹거리 비방법 등을 이용하여 침묵을 강요한다(김종덕 2005b).

세계식량체계에서 기업들은 소비자들이 더 많은 먹거리를 먹도록, 그리하여 더 많은 식품을 구매하도록 유도한다(Tansey et al. 1995; Nestle 2002). 이들은 음식에 대한 전문가 시스템을 구

축하고, 마케팅에 전문가의 권위를 이용한다. 전문가를 이용하여 문제가 있는 먹거리도 완전한 먹거리가 되도록 한다(Rampton et al. 2002). 기업들은 현재의 소비자는 말할 것도 없고, 미래의 소비자들의 육성에도 힘쓰고 있다. 예를 들면, 영국 맥도날드는 학교성과와 연계하여 맥도날드 제품을 포상으로 주는 A+ 프로그램을 운영하고 있다(조지 리처 2003).

세계식량체계에서는 식량이 세계시장에서 유통되어, 식량의 생산지와 소비지간의 거리, 즉 푸드 마일(food mile)이 길다. 소비자는 생산자와 지리적으로 멀리 떨어져 있다(Lyson et al. 1999). 세계식량체계에서 소비자는 생산자와 물리적, 사회적으로 단절되어 있으며, 식량체계의 두 행위자 사이에 농기업이나 식품산업 등 다른 행위자들이 위치한다. 소비자의 생산자와의 단절은 소비자가 생산자에 대해 잘 모르게 할 뿐만 아니라 영향을 미치지 못하게 한다. 소비자가 생산자에게 그들이 생산한 생산품에 대해 피드백을 하지 못하게 한다(Sundkvist 2005). 또 소비자가 생산자와의 인간관계속에 식품구매 활동을 하지 못하게 한다(Lyson et al. 1999). 또 역으로 생산자는 소비자를 잘 모르며, 그들의 생산과정에 소비자의 건강 등을 염두에 두지 않게 된다. 그리하여 세계식량체계에서는 소비자와 농민 간에 신뢰관계가 형성되기 어렵다.

세계식량체계에서 소비자는 세계식량체계의 작동에서 생기는 기아, 비만, 식중독 등의 피해자다. 세계식량체계에서 기업들은 고객인 소비자들의 영양보다는 자신들의 이윤을 우선적으로 고려한다(Nestle 2002). 세계식량체계에서 공급되는 상품의 섭취는 영양불균형이나 영양실조를 가져올 수 있다. 세계식량체계에서는 고지방, 고설탕으로 만들어진 패스트푸드의 유통이 늘어나고, 이러한 식품의 섭취는 비만인구의 증대를 가져오고 있다(크릭 크레처 2003). 세계식량체계에서 소비자들은 또 식중독의 피해자다. 포드주의적 먹거리 생산, 공장형 먹거리 생산이 식중독을 낳는 조건이 되고 있다(조지 리처 2003). 식중독은 선진국에서조차 늘어나고 있다. 급식이 대형화되면서 식중독의 규모가 커지며, 일부 소비자들은 식

중독으로 인해 심지어 생명을 잃기도 한다. 소비자는 음식으로 인해 생기는 환경, 건강 비용을 부담한다. 소비자가 부담하는 비용을 고려하면, 세계식량체계하의 이른바 싼 먹거리(cheap food)는 싼 것이 아니라고 할 수 있다(Ikerd 2001).

이상에서 보았듯이 세계식량체계에서 소비자는 구조적으로 낮은 위상을 갖고 있고 따라서 식량체계에 소비자의 참여가 제한된다. 세계식량체계에서 소비자는 식량체계의 주체라기보다는 객체라고 할 수 있다.

2. 세계식량체계 소비자의 특징

세계식량체계에서 소비자는 식량체계의 최종 행위자로 식량체계의 참여자보다는 수동적 구매자에 불과하다. 소비자는 먹거리의 생산, 가공, 유통에 거의 참여하지 못한다. 산업형 농업에는 소비자의 자리가 없다(Riches 1999). 소비자들은 영농에 대한 경험을 할 수 없고, 전 세계로부터 1년 내내 온갖 종류의 야채를 공급받는다. 이러한 상황에서 소비자들이 지역의 제철농산물을 아는 가운데, 지속가능한 영농에 기여하는 식생활을 하기 어렵다.

세계식량체계에서 소비자는 식품산업, 식품서비스업의 영업의 대상이다(Nestle 2002). 소비자들은 기업이 제공하는 광고나 정보에 의존하여 구매한다. 소비자는 제한된 정보를 갖고 식품을 구매한다. 먹거리의 생산이나 유통 과정과 관련한 정보가 기업의 기밀이라는 이유로 소비자들에게 상당 부분 공개되지 않기 때문이다.

세계식량체계에서 소비자는 지역사회나 환경, 농민들의 사정 등을 고려하는 것이 아니라 편리성에 초점을 맞춘 인스턴트식품, 대형포장 제품 등을 구매한다. 이들은 먹거리 구매시 제품의 질보다는 가격, 편리성을 중시한다. 먹거리의 맛을 본 후 구매하기 보다는 정보, 브랜드 등의 속성에 기반을 둔 구매결정을 한다. 소비자는 또 인간관계가 아니라 경제적 자기이익에 기초하여 구매한다(Lyson et al. 1999). 소비자들의 이러한 구매행태는 기업의 마케팅 전략, 소비자의 바쁜 생활, 냉장고와 전자레인지 등의 보급 등으로 더 강화된다.

세계식량체계의 소비자들은 먹거리에 대해 잘 모른다(김종덕 등 2007). 음식의 중요성, 음식과 건강, 음식과 환경과의 관계 등을 알지 못한다. 이들은 좋은 음식과 나쁜 음식을 구별하지 못한다. 소비자의 요리법 기술 및 음식에 대한 지식이 점점 더 줄어들고 있다.

세계식량체계 소비자들은 텔레비전을 보면서, 운전을 하면서 식사를 한다(조지 리처 2003). 이들은 식사를 배를 채우는 행위로 간주한다. 식사를 가족과 함께 하는 것이 아니라 혼자하며, 간식을 통한 식사도 늘어나고 있다. 오전 간식과 오후 간식의 비중이 점차 커지면서 식사가 오히려 점점 간식처럼 되어가고 있다(시드니 민츠 1998). 소비자들은 음식에 대한 지출을 아깝게 생각하는 경향이 있다. 다른 지출에 비해 음식비 지출을 적게 한다(김종덕 2003).

III. 지역식량체계와 소비자의 역할

1. 지역식량체계에서 소비자의 위치

지역식량체계에서 소비자의 위치는 세계식량체계에서 소비자의 위치와 다르다. 세계식량체계와는 달리 지역식량체계의 소비자는 생산자와 연결되어 있다(Pretty 2002; Spector 2002). 지역식량체계에서 소비자는 생산자와 물리적 사회적으로 생산자와 연결되어 있으며, 이러한 연결은 많은 이점을 제공한다. 우선 소비자가 생산자와 생산과정을 알 수 있다. 그리하여 생산자와 피드백이 가능하다. 소비자는 이러한 피드백을 통해 생산에 참여할 수 있으며, 생산에 영향력을 미칠 수 있다. 생산자가 소비자의 건강을 염려하는 생산을 하기 때문에 그 혜택이 소비자에게 돌아온다. 소비자는 사회적 물리적 단계를 덜 거침으로써 일반 유통매장을 거친 경우보다 더 저렴한 가격으로 좋은 먹거리를 구매할 수 있다. 또 유통상이 가져가던 몫이 생산자에게 더 돌아가기 때문에 즉 농민 몫의 푸드 달러가 늘어나 지역에 있는 가족농이 지속적으로 영농을 하는 것을 돕는다. 지역식량체계에서는 소비자와 생산자와의 거리 즉 푸드 마일이 짧다. 소비자는 수송거리와 시간의 단축으로 보다 신선한 먹거리에 접근할

수 있으며, 지역 먹거리를 소비함으로써 장거리 유통에 따라 유발되는 환경문제를 줄이는데 기여한다.

지역식량체계는 생산자와 소비자 간에 인접성과 상호작용에 의해 생기는 신뢰에 바탕을 두고 있다(Henderickson 1997). 지역식량체계에서는 생산자와 소비자의 지속적인 상호작용에 의해 신뢰라는 사회적 자본이 생겨나고 커지게 된다. 이러한 사회적 자본을 통해 소비자와 생산자는 자원, 농토, 환경에 대해 경쟁보다 공유와 공동책임을 갖게 되고, 지속가능한 환경, 경제, 사회를 가져올 수 있다(Norberg-Hodge et al. 2002). 세계식량체계와는 달리 지역식량체계에서는 소비자가 생산자와 공동의 이해관계를 갖고, 농업문제, 먹거리 문제, 환경 문제, 지역사회 문제 등을 다룰 수 있다(Lyson 2005).

지역식량체계의 형태에 따라 소비자의 위치가 다르다. “공동체지원농업”(community supported agriculture: CSA)에서 소비자는 생산자인 농민과 영농의 위험을 공유한다(김종덕 2004a; 박덕병 2005). 소비자 회원들은 미리 회비를 모아 농민에게 제공하고, 나중에 농민으로부터 재배된 농작물을 공급받는데, 재배에 문제가 생길 때 소비자가 그 위험을 감수한다. 회비를 내는 것이 어려운 회원들은 농업노동에 참여할 수 있다. 농민 시장에서 소비자들은 단지 지역농산물을 구매하는 것에서 그치지 않는다. 소비자들은 농민들과 교류하고 대화한다(김종덕 2004b). 농업과 먹거리에 대한 그들의 생각을 이야기하고, 농민들의 이야기를 듣는다. 지역농산물을 이용하는 학교급식에서 소비자는 둘로 나누어진다. 학교의 급식기관 담당자는 지역 먹거리의 구매자이며, 급식기관 이용자는 지역 먹거리의 섭취자다.

지역식량체계에서 소비자의 존재형태를 보면, 소비자가 개인일 수도 있지만, 급식기관(학교, 병원 등), 가공공장(식품산업), 식당, 공공조달(public procurement)의 경우처럼 소비자가 단체나 법인일 수 있다. 개인이든, 단체나 법인이든, 지역식량체계에서 소비자는 지역 먹거리의 구매자이다. 지역농산물 가공 공장의 경우 지역농산물의 소비자이면서, 가공생산품의 공급자(생산자)의 성격을

띠기도 한다. 이는 공공조달의 경우도 마찬가지다.

지역식량체계의 소비자는 그들의 가치관에 따라 지역식량체계에 대한 관심이 달라진다(Seyfang 2004). 평등주의(egalitarian) 가치관을 가진 소비자들은 지역식량체계가 환경에 미치는 긍정적 영향, 지역식량체계의 지역경제 강화, 지역식량체계에서 생산자와 소비자 관계, 공동체건설, 재교육, 슈퍼마켓에 대한 거부 고취, 생산자와 소비자 간에 높은 정도 피드백 등을 중시한다. 개인주의적(individualist) 가치관을 가진 소비자들은 지역식량체계가 영양, 건강에 미치는 이점에 관심을 갖는다. 이들은 지역식량체계가 갖는 환경에 대한 이점을 무시하는 경향이 있다. 지역식량에 대한 옹호는 비용측면에서 이루어진다. 서열주의적(hierarchist) 가치관을 가진 소비자들은 지역식량체계가 갖는 전통의 보존에 관심을 기울인다. 이처럼 지역식량체계 소비자의 관심과 지향은 가치관에 따라 다르기 때문에 일률적이지 않다고 할 수 있다.

2. 지역식량체계에서 소비자의 역할

지역식량체계의 주요 행위자는 생산자와 소비자이다. 이들이 지역식량체계의 등장에 주요한 역할을 하며, 지역식량체계의 운용에도 중요한 역할을 담당하고 있다. 특히 지역식량체계에서 소비자는 “중요한” 역할을 수행할 것으로 기대되고, 또 그렇게 하고 있다(Waters 2002). 지역식량체계에서 소비자는 다음과 같은 역할을 하는 것으로 볼 수 있다.

1) 지역 먹거리의 구매자

지역식량체계 소비자는 의식을 가진 구매자다. 지역농업과 먹거리의 중요성을 인식하고 있다. 지역 먹거리로 된 식사 그리고 그것이 미치는 영향을 인식하고 지역 먹거리를 구매한다. 먹거리에 대한 지식을 가지고 있다. 먹거리와 건강, 먹거리와 환경, 먹거리와 지속적 발전에 대해 알고 있다. 지역식량체계 소비자는 구매하면서, 먹거리의 외관이나 가격보다 그것의 영향, 그것이 갖는 경제적, 환경적 함의를 생각한다. 일상적인 먹거리 소비가 농촌경관, 공동체, 환경에 영향을 미

친다는 것을 알고, 의도적으로 지역농산물을 구입하고 섭취한다(Pretty 2002). 지역농산물의 구매는 지역식량체계 소비자의 가장 기본적이고 중요한 역할이라 할 수 있다.

2) 지역 먹거리 생산에 능동적인 참여자

지역식량체계 소비자는 단순한 소비자를 넘어선다. 생산자와 연결되어 있고, 이들은 지역의 먹거리 생산에 직접, 간접적으로 작용한다. 이를 공동체지원농업(CSA), 농민시장, 도시농업(urban agriculture)에서 볼 수 있다. CSA에 참여하는 소비자들의 일부는 영농에 참여하고, CSA 회원들은 자기들이 바라는 바를 농민들에게 전달하여 영향을 미친다. 또 소비자회원들이 CSA의 조직을 주도하기도 한다(김종덕 2004a; 박덕병 2005). 농민시장에서 소비자들은 농민들이 생산한 농산물에 대한 평가, 소비자들이 바라는 제품에 대한 의견 개진을 통해 농민들의 영농에 영향을 미친다(김종덕 2004b). 도시농업에 참여하는 도시소비자는 직접 영농에 종사하여 먹거리의 생산자가 되며, 이를 통해 영농기술을 전파하고, 농업에 대한 이해를 하게 된다(김종덕 2002). 슬로푸드 운동에서는 소비자를 공동생산자(coproducer)로 보고 있는데, 지역식량체계 소비자는 먹거리의 공동생산자라고 할 수 있다(김종덕 등 2007).

3) 지역 먹거리 유통에 능동적인 참여자

지역식량체계 소비자는 지역 먹거리의 유통에도 관계한다. 생산자와 직거래를 통해, 푸드 달리가 생산자에게 보다 많이 돌아가도록 한다. 미국의 경우 세계식량체계에 속해 있는 농민에게 1 푸드 달러중 9센트가 돌아가는데 비해, 지역식량체계(농민시장과 공동체지원농업)에 속해 있는 농민에게는 1 푸드 달러중 80센트나 돌아간다(International Society for Ecology and Culture 2007). 지역식량체계 소비자는 지역 먹거리의 구매정보를 전파하고 홍보하는 역할을 한다. 인적 네트워크를 이용하기 때문에 이러한 행위는 효과적이다. 소비자들은 학교 급식 등 기관급식에 지역농산물을 구매하도록 영향력을 행사하기도 한다. 소비자들은 또 먹거리의 지역 유통을 독려하

여 지역경제의 활성화에 기여한다.

4) 지역식량운동의 참여자

지역식량체계 소비자는 지역식량운동에 적극적으로 참여한다. 세계식량체계가 야기하는 부작용과 문제점, 그리고 지역식량체계의 필요성과 이점을 알리는 역할을 한다. 이들은 또 지역식량체계의 확산을 위해 캠페인과 시민교육에 나서고, 정부나 지자체의 지역식량체계에 대한 제도 개정과 재정확대를 촉구하며, 소비자의 힘과 포럼 등을 통해 지역농업 및 식량정책에 대해 의견 개진을 하고, 선출직 공무원에 대해 영향력을 행사한다(Allen 2004). 지역식량체계 소비자의 일부는 지역식량정책위원회에 참여하여 지역먹거리의 지역소비가 확산되도록 하는데 영향을 미친다(김종덕 2005c). 이들은 또 패스트푸드나 유전자 조작 먹거리에 반대하고, 로컬푸드 먹기 캠페인 등을 벌인다.

5) 차세대 소비자의 양성자

지역식량체계 소비자는 차세대 소비자를 양성하는데 역할을 한다. 농장방문, 텃밭을 통한 농작물 재배, 먹거리 장보기, 가정 요리, 요리기술의 전수, 가족의 공동식사, 건강한 식습관 등을 통해 자녀에게 지역식량체계의 차세대 소비자가 되도록 하는데 영향을 미친다. 가족의 공동식은 가족이 음식을 준비하고, 음식을 서비스하는 단위가 되게 함으로써 지역 먹거리를 소비하도록 한다. 가족식은 자녀들에게 예의, 친절, 자상함, 검소, 존중, 자연에 대한 경애 등의 가치를 전달한다(Waters 2002). 농장체험과 영농체험, 농민시장 이용도 자녀들이 지역식량체계에 익숙하도록 하여 이들이 지역식량체계의 소비자가 되도록 하는데 기여한다.

IV. 지역식량체계의 활성화와 소비자 교육

1. 지역식량체계의 소비자 참여의 중요성

앞에서 보았듯이 세계식량체계의 지역식량체계

에서 소비자가 차지하는 위상이 다르다. 또 세계 식량체계의 소비자와 지역식량체계의 소비자의 행위에 차이가 난다. 위의 논의에 근거하여 세계 식량체계와 지역식량체계의 소비자를 몇가지 측면에서 비교하면 Table 1과 같다.

Table 1. Comparison of consumers in global and local food system

Class	Consumers in global food system	Consumers in local food system
Participating food system	passive(object)	positive(subject)
Connection to producers	no	yes
Interested in regional agriculture	less	more
Interested in local food	less	more
Effect on regional economy	negative	positive
Food knowledge	a little	much
Food skill	a little	much
Food for buying and taking	global food, fast food	local food

세계식량체계에서 소비자는 식량체계에 수동적으로 참여하는데 비해 지역식량체계의 소비자는 식량체계에 능동적으로 참여한다. 전자가 식량체계의 객체라면, 후자는 식량체계의 주체로서 행동한다. 전자는 지역농업에 대해 관심이 적은데 비해 후자는 자신들의 먹거리를 생산하는 지역농업에 대해 관심이 크다. 세계식량체계 소비자는 먹거리의 구매를 통해 지역이 아니라 지역 밖의 경제에 기여하게 된다(Ikerd 2001). 그들이 사용한 푸드달러가 지역에 머물지 않고 지역 밖으로 이전되기 때문이다. 반면에 지역식량체계 소비자는 지역농산물을 구매함으로써 푸드 달러가 지역에 머물게 하여, 지역경제에 긍정적 영향을 미친다(Norberg-Hodge et al. 2002).

세계식량체계 소비자는 외식이나 인스턴트식

품 등을 선호하고, 그러한 음식이나 식사에 의존하기 때문에 음식에 대한 지식이나 요리기술이 없고, 또 요리기술을 배우고자 하지도 않는다. 또 요리기술이 없기 때문에 가공식품이나 인스턴트 식품에 더 의존한다. 이에 비해 지역식량체계 소비자는 가정요리, 가정식사를 중시하기 때문에, 음식에 대해 많이 알고, 요리를 할 줄 안다(김종덕 2003).

세계식량체계 소비자는 글로벌 푸드(global food)와 패스트푸드를 먹는데 비해, 지역식량체계 소비자는 로컬 푸드(local food)를 먹는다. 아래 Table 2에서 볼 수 있듯이 글로벌 푸드는 소비자가 사는 지역과 제철에 관계없이 생산된 것으로, 포장과 가공을 많이 하고, 표준화된 것이다. 반면에 로컬 푸드는 소비자가 사는 지역에서 제철에 생산된 것으로, 수송거리도 짧고, 포장도 적게 한 것이다. 세계식량체계 소비자에 비해 지역식량체계 소비자가 보다 신선하고 영양가 있는 먹거리를 섭취할 뿐만 아니라 친환경적인 식사를 한다고 볼 수 있다.

Table 2. Global food versus local food

	Global food	Local food
Feature	seasonless products	seasonal products
	products for global markets	products for regional consumers
	big size farming producers don't know consumers	small size farming producers know consumers
	long food mile	short food mile
	highly packaged	less packaged
	processed	less processed
	standardized	less standardized

source: adapted from Witkowski 2006

세계식량체계 소비자의 행위는 자신의 건강은 말할 것도 없고, 지역사회, 환경 등과 관련해 불 때도 문제가 많다(Ikerd 2001). 그럼에도 많은 세계식량체계 소비자들이 자신들의 먹거리 구매행위, 식사행위가 많은 문제를 야기한다는 사실조차도 모르고 있다. 즉 음식문맹자(food illiterate)

가 되고 있다. 이들이 음식문맹자가 된 데에는 소비자를 생산자와 물리적, 사회적으로 격리시키는 세계식량체계 자체, 식품산업이 전문가나 광고 등을 활용하여 소비자들에게 제공하는 잘못된 정보(Nestle 2002), 요리하는 시간이나 음식먹는 시간도 아깝게 여기도록 하는 속도를 강조하는 자본주의 문명(김종덕 2003), 패스트푸드, 인스턴트식품, 외식의 가정 요리 대체(Sundkvist 2005), 가정이나 공식적인 교육과정에서 음식교육의 부재, 싸고 강한 맛을 특징으로 하는 나쁜 음식의 유통, 음식에 대한 성찰의 결여(김종덕 2003) 등이 작용한 것으로 지적되고 있다.

소비자들이 세계식량체계에 속해 있으면서 현대 농업이나 먹거리의 문제를 인식하지 못하고, 세계식량체계에서 공급되는 먹거리에 만족하고 있는 한 농업문제, 먹거리 문제의 해결은 요원하다고 할 수 있다. 세계식량체계의 대안으로 등장한 지역식량체계의 발전과 활성화를 위해서는 소비자들이 식량체계에 참여하도록 하는 것이 중요한 과제라 할 수 있다.

2. 소비자 교육의 내용과 매체

1) 소비자 교육의 필요성

소비자들이 지역식량체계에 계속해서 관심을 갖고, 참여하게 하는 데는 다른 무엇보다도 소비자 교육이 중요하다. 지역식량체계와 관련하여 소비자 교육이 필요한 이유로 다음 몇 가지를 지적할 수 있다. 첫째, 소비자가 이미 지역식량체계에서 중요한 역할을 하고 있음에도 거기에서 이탈하는 경우가 적지 않은데, 이러한 이탈을 방지하기 위해서다. 미국의 공동체 지원농업이 안고 있는 가장 큰 문제는 기존회원들의 탈락이다. CSA를 그만두는 이유로는 이사, 임신, 자신의 밭 소유, 장기간의 여름휴가, 자신의 메뉴 선호, 공급량의 과다, 이혼, 의무적인 일 참여 등이 지적되고 있다(Henderson et al. 1999). 소비자 교육은 이러한 이탈을 막는데 기여한다.

둘째, 지역식량체계의 발전을 가로막는 요인을 극복하기 위해 소비자들에 대한 교육이 필요하다. 소토포란 등(Stofferahn et al. 2004)에 의하면,

지역식량체계의 발전을 막는 소비자 관련 요인은 “규격화된 걸로 보기에 매력적인 먹거리에 대한 선호”, “유기 농산물에 대해 10% 추가로 지불할 의지의 결여”, “지속가능한 식량체계의 이점에 대한 지식의 결여” 등이다. 소비자 교육은 이러한 장애요인을 해소함으로써 지역식량체계의 발전에 기여할 수 있다.

셋째, 지역식량체계에 소비자들의 참여를 제고하려면 의식이 바뀌어야 하는데, 소비자들의 의식을 바꾸기 위해서는 소비자 교육이 필요하다. 문제의 올바른 인식은 변화의 출발점이기 때문이다(프란시스 라페 등 2005). 세계식량체계 소비자들은 가공, 미리 준비된 식품에 의존함으로써 요리 대안을 가지고 있지 못하다(Tansey et al. 1995). 또 이들은 요리 기술을 상실하고 있다. 이러한 소비자들의 상태는 소비자 주권을 약화시키는 반면에 기호와 욕구의 조작이 가능한 먹거리 제조업체와 유통업자의 힘을 강화시킨다(브라이언 헬웨이 2006). 소비자 교육은 소비자들이 이러한 현실에서 벗어나 지역식량체계에서 능동적인 소비자가 되도록 하는데 기여한다.

2) 소비자 교육의 목표와 내용

소비자 교육의 목표는 음식문맹자(food illiterate)를 음식시민(food citizen)이 되도록 하는 것이다. 윌킨스에 의하면, 음식시민은 다차원적으로 식량체계에 개입, 민주적이고, 사회적, 경제적으로 정의롭고, 환경적으로 지속가능한 식량체계의 발전을 지지하는 먹거리 관련행위에 동참하는 소비자를 지칭한다(Wilkins 2005).

소비자 교육의 내용으로 농업과 음식에 대한 관점, 요리 기술, 세계식량체계의 문제점과 부작용, 지역식량체계의 이점, 지역식량체계에서 소비자의 역할 등이 포함되어야 한다. 농업과 음식에 대한 관점과 관련하여 소비자들이 농업과 음식을 기계론적 관점이 아니라 전체론적 관점으로 파악할 수 있도록 해야 한다(Petrini 2007). 현대 농업과 먹거리에 생겨난 문제점은 농업과 먹거리에 기계론적 관점을 적용했기 때문이다. 농업을 단지 먹거리의 생산현장, 먹거리를 배고픔을 채우는 것으로 보는 것이 아니라 생명, 환경, 사회,

문화 등과 관련하여 보도록 가르쳐야 한다.

세계식량체계에서 점점 더 요리 기술이 덜 중요해지고, 소비자들이 요리기술을 배울 기회를 갖지 못하기 때문에, 요리기술에 대한 교육은 중요하다. 한 연구는 소비자가 음식시민이 되는데 장애요인 중의 하나로 요리기술의 결여를 지적하고 있다(Tansey et al. 1995). 요리기술은 그 자체가 중요하며, 또 요리기술을 갖게 되면, 패스트푸드나 인스턴트식품의 유혹으로부터 벗어날 수 있다. 요리기술의 보유는 소비자가 음식과 관련하여 보다 많은 선택권을 갖게 한다.

세계식량체계의 문제점과 부작용과 관련해서는 글로벌 푸드가 가축농의 소멸을 가져오고, 지역의 환경과 생물다양성에 부정적으로 작용하며, 지역 음식과 음식문화의 소멸을 가져온다는 것을 다루어야 한다. 지역식량체계의 이점과 관련해서는 지역식량체계가 생산자인 농민, 소비자, 지역 사회, 지역경제에 미치는 긍정적 결과를 다룬다.

지역식량체계의 소비자의 역할에 대해서는 지역식량체계의 등장과 관련된 역할, 지역식량체계의 운용과 관련된 역할을 포함한다. 또 지역식량체계에서 소비자의 실천지침에 대해서도 다룬다.

3) 소비자 교육의 매체

소비자 교육에서 다양한 매체의 활용이 바람직하다. 각각의 매체는 보완적이어서 교육의 효과에 긍정적으로 작용하기 때문이다. 여기서는 소비자 교육에 도움이 되는 매체를 제시한다.

소비자 교육의 매체로 우선 현장방문(field trip)을 들 수 있다. 이것은 소비자가 강사와 더불어 먹거리가 생산되고 유통되는 현장을 방문하는 것이다. 현장방문은 소비자가 생산자와 대화하는 것을 가능하게 하고, 현대 영농과 유통, 그것의 문제점을 파악하는데 도움을 줄 수 있다.

다음으로 영농체험(인턴, 농촌봉사, 농촌활동)을 들 수 있다(요시다 타로 2004). 소비자들의 영농체험은 소비자가 농업, 영농, 먹거리, 환경 등에 대해 새롭게 인식하는 계기가 될 수 있다. 소비자가 생산자의 처지를 이해하는데 도움이 된다. 소비자가 생산자와 관계를 맺을 수도 있다. 영농체험은 소비자가 장래 귀농을 할 경우 유용

한 경험이 될 수 있다.

셋째, 귀농교육을 들 수 있다(전국귀농운동본부 2006). 귀농교육에서는 영농, 농촌생활과 관련된 여러 사항을 다루기 때문에, 그것은 소비자들이 농업, 농촌에 대한 이해를 하도록 하는데 유용하다. 또 소비자가 귀농을 한다고 할 때 미리 준비하도록 함으로써 귀농의 성공을 높이는데 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.

끝으로 농업 및 음식교육을 들 수 있다(김종덕 2003; 김종덕 등 2007). 학교, 공공기관이나 시민단체 등이 소비자 농업 및 음식 교육프로그램을 마련하고, 이러한 프로그램에 관심을 갖는 학생 및 소비자들을 대상으로 가르쳐야 한다. 농업 및 음식교육은 소비자들의 의식을 바꾸어 농업과 먹거리에 관심을 갖게 할 수 있다는 점에서 중요하다.

V. 결론

세계식량체계의 문제점과 부작용이 드러나면서 그 대안으로 지역식량체계에 관심이 모아지고 있다. 세계의 여러 나라에서 먹거리의 지역생산, 지역소비를 특징으로 하는 지역식량체계의 발전이 목격되고 있다. 지역식량체계는 세계식량체계와는 달리 생산자, 소비자는 말할 것도 없고, 지역사회, 환경에도 이로움을 가져다준다. 지역식량체계는 어려움에 처해 있는 우리나라 농업문제, 먹거리 문제의 해결 방안으로 제시되고 있다(김종덕 2007).

세계식량체계에서 소비자는 식량체계의 객체이지만, 지역식량체계에서 소비자는 식량체계의 주체이다. 지역식량체계 소비자는 지역식량체계의 등장과 운용에 중요한 역할을 수행하고 있다. 지역식량체계 소비자는 지역 먹거리의 구매자이며, 지역 먹거리의 생산과 유통에 능동적 참여자이다. 또 지역먹거리 운동의 참여자이며 차세대 소비자의 양성자이다.

우리나라의 농업문제, 먹거리 문제의 해결을 위해 세계식량체계에서 지역식량체계로의 전환이 필요하지만, 그 전환이 쉽지 않다(김종덕 2005a). 가장 큰 장애요인은 세계식량체계의 주요 행위자

인 농기업과 식품산업이 소비자의 식량체계의 참여를 가로막고 있다. 세계식량체계를 주도하는 농기업과 식품산업은 광고와 홍보, 전문가의 지식 등을 활용하여 소비자들이 먹거리 문제에 관심을 기울이지 못하도록 하고 있다. 또 명예훼손법, SLAPP, 먹거리비방법 등을 이용하여 시민단체의 먹거리에 대한 문제제기를 하지 못하도록 하고 있다(김종덕 2005b). 즉 농기업과 식품산업은 먹거리의 탈정치화를 꾀하고 있다.

이러한 현실에서 지역식량체계의 전환을 위해서는 소비자들의 변화가 가장 급선무다. 소비자들의 생각이 바뀌어 소비자들이 식량체계에 적극적으로 참여해야 한다. 소비자들의 의식변화를 위해서는 소비자 교육이 필요하다. 지역식량체계의 발전과 관련된 소비자 교육으로 현장방문, 영농체험, 귀농교육, 농업 및 음식 교육 등이 있는데, 이들 교육은 상호보완적으로 시행되어야 한다.

참고문헌

- 김종덕(2002) 농업의 세계화와 대안 농업 운동, 농촌사회 12(1), 133-159.
- 김종덕(2003) 슬로푸드 슬로라이프. 서울: 한문화.
- 김종덕(2004a) 미국의 공동체지원농업(CSA). 지역사회학 5(2), 153-176.
- 김종덕(2004b) 미국의 농민시장. 사회연구 (15), 213-238.
- 김종덕(2005a) 지역식량체계 전환의 필요성과 과제. 농정연구(5), 101-124.
- 김종덕(2005b) 미국의 먹거리 비방법 연구. 농촌사회 15(2), 133-160.
- 김종덕(2005c) 식량정책협의회의 필요성과 설치과제. 농촌경제 28(3), 1-11.
- 김종덕(2007) 지역식량체계 농업회생방안과 과제. 농촌사회 17(1), 5-32.
- 김종덕 등(2007) 차세대 식문화 교육프로그램: 균형된 음식과 식사를 위한 농업-농촌의 이해. 농촌진흥청.
- 박덕병(2005) 미국의 local food system과 공동체지원농업(CSA)의 현황과 전망. 농촌사회 15(1), 133-174.
- 브라이언 헬웨이(2006) 로컬푸드. 서울: 시울.
- 시드니 민츠(1998) 음식의 맛, 자유의 맛. 서울: 지호.
- 요시다 타로(2004) 생태도시 아바나의 탄생. 서울: 들녘.
- 전국귀농운동본부(2006) 귀농길잡이. 서울: 소나무.
- 조계 보베 등(2002) 세계는 상품이 아니다. 서울: 울력.
- 조지 리처(2003) 맥도날드 그리고 맥도날드화. 서울: 시유시.
- 크렉 크리처(2004) 비만의 제국. 서울: 한스미디어.
- 프란시스 라페 등(2005) 희망의 경제. 서울: 이후.
- Allen Patrica(2004) Together at the table: Sustainability and Sustenance in the American Agrifood System. University Park: The Pennsylvania State University Press.
- Barham Elizabeth(2002) Towards a Theory of Value-based Labeling. Agriculture and Human Value 19(4), 349-360.
- Delind L. B(2002) Place, work, and civic agriculture: Common fields for cultivation. Agriculture and Human Value 19(3), 217-224.
- Giddens A(1991) Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age, Palo Alto: Stanford University Press.
- Goodman D(2002) Rethinking food production-consumption? Integrative perspectives. Sociologia Ruralis 42(4), 271-277.
- Guthaman J(2002) Commodified meanings, meaningful commodities: re-thinking production-consumption links through the organic system of provision. Sociologia Ruralis 42(4), 295-311.
- Henderson E(2000) Rebuilding local food systems from the grass up. In Magdoff F, Foster J, Buttel F(eds), Hungry for Profit: The Agribusiness Threat to Farmers, Food and Environment. Monthly Review Press, 175-188.
- Henderson E, Robyn VE(1999) Sharing the Harvest. Chelsea Green Publishing Company.
- Hendrickson MK(1997) The Kansas City Food Circle: Challenging the Global Food System. Ph.D. Dissertation, University of Missouri-Columbia.
- Hinriches CC(2000) Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural markets. Journal of Rural Studies 16(3), 295-303.
- Ikerd J(2001) The High Cost of Cheap Food. Small Farm Today, July/August, 2001.
- International Society for Ecology and Culture(2007) The Global Food Index: Food for Thought. [http://www.isec.org.uk/toolkit/gfindex.html\(2007.5.7\)](http://www.isec.org.uk/toolkit/gfindex.html(2007.5.7)).
- Levokoe CZ(2006) Learning Democracy Through Food Justice Movements. Agriculture and Human Values 23, 89-98.
- Lockie S, Kitto S(2000) Beyond the farm gate: production-consumption networks and agri-food research. Sociologia Ruralis 40(1), 3-19.
- Lyson TA(2004) Civic Agriculture. Medford: Tufts University Press.
- Lyson TA(2005) Civic Agriculture and Community Problem Solving, Culture and Agriculture 27(2), 92-98.
- Lyson TA, Judy G(1999) The agricultural marketscape: A framework for sustaining agriculture and communities in the Northeast. Journal of Sustainable

- Agriculture 15, 133-150.
- Nestle M(2002) Food Politics: How The Food Industry Influences Nutrition and Health. Berkeley: University of California Press.
- Noberg-Hodge H, Todd M, Stecen G(2002) Bringing the Food Economy Home. Kumarian Press Inc.
- Petrini C(2007) Slow Food Nation. New York: Rizoli Ex Libris.
- Pretty J(2002) Agri-Culture: Reconnecting People, Land and Nature. London: EARTHSCAN.
- Rampton S, John S(2002) Trust Us We're Experts: How Industry Manipulates Science and Gambles with Your Future. Jeremy P. Tracher/ Putnam.
- Riches G(1999) Reaffirming the right to food in Canada: The Role of community based food security. In Koc M, McRae R, Mougeot L, Welsh J(eds), For Hunger Proof Cities, Sustainable Urban Food Systems. IDRC Books, 203-207.
- Reynold L(2002) Consumer-producer links in Fair Trade coffee networks. Sociologia Ruralis 42(4), 404-424.
- Selfa T, Joan Q(2005) Place, taste, or face to face? Understanding producer-consumer networks in "local" food system in Washington State. Agriculture and Human Value 22, 451-464.
- Seyfang G(2004) Local Organic Food: The Social Implications of Sustainable Consumption. Centre for Social Economic Research on the Global Environment(CSERG), University of East Anglia, Norwich, NR4 7TJ, UK. CSERGE Working Paper EDM 04-09.
- Spector R(2002) Fully Integrated Food System: Regaining Connection between Farmers and Consumers. In Kimbrell Andrew(ed) Fatal Harvest: The Tragedy of Industrial Agriculture. Island Press, 351-356.
- Stofferahn C, Gary G(2004) Sustainable Community Food System: Case Studies. A project of the Center for Rural Studies funded by SARE Grant to NDSU Extension Service. <http://www.und.nodak.edu/misc/ndrural/Case%20Studies.pdf>(2007. 5.9).
- Sundkvist A(2005) On the importance of tightening feedback loops for sustainable development of food systems, Food Policy 30, 224-239.
- Tallontire A, Rentsendorj E, Blowfield M(2001) Ethical Consumer and Ethical Trade: A Review of Current Literature. Policy Series 12, Natural Resources Institute, Kent.
- Tansey G, Tony W(2000) The Food System: A Guide. London; Earth Scan Publications Ltd.
- Waters A(2002) The Ethics of Eating: Why Environmentalism Starts at the Breakfast Table. In Kimbrell Andrew(ed) Fatal Harvest: The Tragedy of Industrial Agriculture. Island Press, 347-350.
- Wilkins JL(2005) Eating right here: Moving from consumer to food citizen. Agriculture and Human Values 22, 269-273.
- Witkowski TH(2006) Understanding the Cultural Footprint of Global Food Marketing in Developing Countries. presented as a poster at the 2006 Conference on Corporate Responsibility and Global Business, July 13-14, London Business School.