



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

도시및지역계획학 석사 학위논문

# 도시형 농부시장 ‘마르쉐@’의 존재의 지도

-정동적 관점으로 대안먹거리네트워크 사유하기-

An Onto-cartography of “Marché @” Urban Farmer's  
Market: Thinking Alternative Food Networks within  
the Affective Perspective

2021년 8월

서울대학교 대학원

환경계획학과 도시및지역계획학 전공

최 하 니

# 도시형 농부시장 ‘마르쉐@’의 존재의 지도

-정동적 관점으로 대안먹거리네트워크 사유하기-

지도 교수 정 현 주

이 논문을 도시및지역계획학 석사 학위논문으로  
제출함

2021년 6월

서울대학교 대학원

환경계획학과 도시및지역계획전공

최 하 니

최하니의 도시및지역계획학 석사 학위논문을  
인준함

2021년 8월

위 원 장 \_\_\_\_\_ 신 혜 란 \_\_\_\_\_

부위원장 \_\_\_\_\_ 김 홍 중 \_\_\_\_\_

위 원 \_\_\_\_\_ 정 현 주 \_\_\_\_\_

## 초 록

본 연구는 서울시 곳곳에서 9년 간 지속되어온 ‘마르쉐’ 농부시장을 사례로 도시형 농부시장(farmer's market)의 발생과정을 정동 이론(affect theory)을 통해 분석하고, 먹거리 네트워크(food networks)로서 대안성을 탐색한다. ‘마르쉐’ 농부시장은 국내에서 처음으로 사회·문화적으로 도시형 농부시장을 정착시킨 사례로, 서울시 성동구 동승동 마로니에 공원에서 2012년 10월 처음 열린 이후로 9년간 많게는 회당 1만명 이상의 방문객을 모으며 고정된 장소 없이 약 200여 회 이상 성공적으로 개최되어왔다. 사례의 농부시장이 생기기 이전까지 한국의 농부시장은 ‘농민시장’, ‘농산물 직거래장터’ 등으로 불리며 농민들에게는 농작물을 소규모로 판매 할 수 있는 하나의 판로로써 시민사회와, 국가 및 지방정부들로부터 소급적으로 주목받고 기획되어왔다. 그러나 한국의 농부시장은 그동안 소비자들과 농민들의 적극적인 참여를 이끌어내는 데에는 많은 어려움이 있었다.

이러한 상황에서 ‘마르쉐’ 농부시장은 당시 점차 심각해지는 먹거리 위기를 해결하기 위해 시민들의 자발적인 실천을 결집하며 자생적으로 생겨났다. 뿐만 아니라 사례 농부시장은 현재까지 9년간 서울시민들과 지역의 농부들을 성공적으로 연결하였다. 이처럼 ‘마르쉐’ 농부시장은 국내 도시형 농부시장의 시초이자 대안먹거리네트워크(alternative food networks)를 선도하는 일례이다. 이러한 면에서 본 사례는 도시계획 분야의 연구의 필요성과 가치가 분명하다. 그러나 아직까지 도시계획 분야에서 농부시장에 대한 연구는 미흡하게 이루어져왔다. 특히 국내의 농부시장에 대한 도시계획적 연구는 전무한 실정이다. 이는 국내에서의 도시형 농부시장의 발생과 증가가 2012년 이후로 비교적 최근이기 때문이기도 하겠지만, 농부시장의 복합적인 성격과 다양한 이해관계자의 개입이 도시계획 분야에서의 접근을 까다롭게 만들고 있는 까닭일 것으로 짐작된다.

요컨대 도시형 농부시장 ‘마르쉐’는 “이름없는 대안 먹거리 계획가들(4장 4절)”의 일상의 먹거리 실천들에서부터 시작된 자생적 구성체이다. 그렇기 때문에 이것은 자와 각도기로 측량 될 수 있는 성격의 공간이 아니다. 이러한 주장은 농부시장을 주제로

이루어지지 않았을 뿐 기존의 여러 지리학적, 도시계획학적 연구들의 계보 위에서 구체화될 수 있다. 나아가 도시와 자연을 동시에 소유하는 공간 및 도시연구들은 그 동안 도시를 토지의 구획과 인구구성, 제도와 담론 만으로 구성된 것이 아님을 보이는 다양한 방법론들을 탐색해왔다.

본 연구는 이러한 방법론의 일환으로 도시와 농촌을 상생의 관점에서 연결하는 대안먹거리네트워크로서 농부시장을 정동이론을 통해 이해할 것을 제안한다. 정동적 관점을 통해 공간을 연결의 장치로 이해할 때 우리는 대안먹거리네트워크로서 농부시장의 본질에 더욱 가까이 갈 수 있기 때문이다. 농부시장은 먹거리의 생산과 소비를 마주치게 하고, 이러한 사건적 순간은 정동, 잠재력, 실천적 힘들을 만들어낸다. 즉, 농부시장에서의 강렬한 마주침의 경험들은 점차 먹거리 실천의 윤리를 구성한다. 본 연구의 사례인 ‘마르쉐’ 농부시장의 경우 논과 밭과 식탁에서의 경험을 상호간 풍부하게 공유하게 하는 다양한 전술들로 강렬한 마주침의 순간을 야기하고, 이는 지난 9년 간 점진적인 대안성을 (재)구축하게 하는 동력으로 작용하였다. 이처럼 먹거리 네트워크의 ‘대안성’은 선형적인 규범이 아니며, 경험적으로 (재)구성되는 것이다. 또한 정동적이고 강렬한 경험들을 통해 구성되는 것 이므로 이는 본질적으로 선형적일 수 없다.

뿐만 아니라 대안먹거리네트워크의 대안성은 ‘네트워크’의 거리가 절대적인 것이 아니며 상대적인 것을 이해할 때 구체화된다. 네트워크의 거리가 상대적임을 이해하는 것은 네트워크를 감각하는 몸들을 드러내기 때문이다. 먹거리 생산과 소비의 경험은 몸들의 일상에 따라 일 년 안에 같은 장소에서 일어날 수 있는 것이기도 하고, 지구 반 바퀴를 한 달의 시간을 건너야 가능한 것이기도 하기 때문이다. 이와 같은 네트워크의 성격은 ‘농부시장’에서 벌어지는 일련의 실천들을 통해 감각된다. 농작물을 새벽에 수확해 실어 나르고, 그것을 매개로 대화하고, 요리하며, 먹는 일련의 실천들은 시장 밖의 일상생활과 부딪히며 강렬함을 선사하고 추상화 되어있던 먹거리 네트워크와 그 대안성에 관한 감각을 자아낸다. 이를 통해 ‘농부시장’이라는 3차원 공간은 다양한 대안적 먹거리 실천에 관한 감각들을 연결하는 4차원의 ‘먹거리 네트워크’가 된다.

본 연구는 이와 같은 관점에서 ‘마르쉐’ 농부시장이라는 특정한 도시의 공간과 문화의 구조에 개입한 행위자들의 관계와 행위성들의 변이, 변용 그리고 이행의 과정을 탐색하였다. 특히 ‘마르쉐’ 농부시장이 먹거리 네트워크로서 대안성을 갖게 되는 과정과 그 정동적 특이성을 탐색하였다. 이를 위해 ‘마르쉐’ 농부시장에 대한 언표들이 어떠한 협의과정을 거치며 정식화 되어 왔는지를 탐색하고, 또한 이의 해체와 재구성 과정을 탐색하였다. 또한 이러한 작업에 선행하여 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동을 구성하는 물질들을 래비 R. 브라이언트의 ‘지도화’ 개념을 통해 구체화 한다.

**주요어 :** 농부시장(farmer's market), 정동, 존재의 지도(onto-cartography), 먹거리 실천, 대안먹거리네트워크(alternative food networks)

**학 번 :** 2018-20441

# 목 차

<b>제 1 장 서론.....</b>	<b>1</b>
제 1 절 연구배경 및 목적.....	1
제 2 절 연구방법.....	4
1. ‘마르쉐’ 농부시장의 현황 및 배경.....	4
2. 단일사례연구의 설계.....	10
제 3 절 연구의 흐름.....	17
<b>제 2 장 문헌검토.....</b>	<b>18</b>
제 1 절 공간이론의 물질적 전환.....	19
1. 정동.....	20
2. 정동과 도시.....	22
3. 정동의 궤적.....	24
제 2 절 농부시장의 물질과 담론.....	26
1. 대안먹거리네트워크로서 농부시장의 물질과 담론.....	28
2. 농부시장에 대한 도시계획연구에서 정동이론의 효용.....	31
제 3 절 잠재적 존재들을 지도에 그리기 위하여.....	36
<b>제 3 장 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동.....</b>	<b>41</b>
제 1 절 대화의 물질성.....	42
1. 설치물들의 배치.....	44
2. 대화의 플랫폼.....	46
제 2 절 땅과 몸: 몸들을 가로지르는 정동.....	52
1. 농(農)의 정동.....	53
2. 요리: 몸을 가로지르는 먹거리.....	58
제 3 절 다양성 배치하기.....	62
1. 몸들의 지도: 마르쉐 농부시장의 ‘벡터도’.....	62
2. 몸들의 미래: 마르쉐 농부시장의 ‘양상도’.....	66
제 4 절 소결: 먹거리 실천의 윤리.....	70

<b>제 4 장</b>	<b>대안먹거리네트워크 되어가기 .....</b>	<b>73</b>
제 1 절	도시형 농부시장 ‘마르쉐’의 발생 .....	74
1.	도시의 먹거리 안전과 농부시장 ‘마르쉐’ .....	74
2.	도시형 농부시장으로의 정식화.....	80
제 2 절	도시에서 ‘일상의 (농부)시장’ 되어가기(becoming).....	87
1.	우리는 일상의 시장이 하고 싶었어요 .....	87
2.	‘마르쉐’ 농부시장의 먹거리 실천들의 방향.....	90
제 3 절	‘마르쉐’ 농부시장과 일상의 연결.....	95
1.	일상의 시장의 소소함 .....	95
2.	농부시장의 사적 존재들.....	98
제 4 절	소결: 이름없는 먹거리 계획가들 .....	106
<b>제 5 장</b>	<b>결론.....</b>	<b>111</b>
<b>참고문헌</b>	<b>.....</b>	<b>114</b>
<b>Abstract</b>	<b>.....</b>	<b>125</b>

## 표 목차

[표 1-1]	현장답사 일시 및 장소.....	12
[표 1-2]	문헌연구 자료 목록 .....	12
[표 1-3]	연구참여자 기본 정보.....	15
[표 1-4]	연구참여자의 일반적 특성: A. 운영진 .....	15
[표 1-5]	연구참여자의 일반적 특성: B. 출품팀원 .....	15
[표 1-6]	연구참여자의 일반적 특성: C. 기타 운영 참여자.....	16



## 그림 목차

[그림 1] Mass-Rhine강의 쓰레기 흐름 .....	39
[그림 2] 태평양 제도 원주민들의 복잡-생태계에 대한 이해 .....	39
[그림 3] ‘마르쉐’ 농부시장의 첫 회 홍보물 삽화 .....	44
[그림 4] ‘마르쉐’ 농부시장 설치물들에 대한 설명 .....	46
[그림 5] 대화의 플랫폼들 .....	47
[그림 6] 2017년 동안 진행된 대화모임 및 공연 .....	49
[그림 7] 바질타고 온 사마귀 .....	55
[그림 8] 제각각 못생긴 흙 달고 온 무 .....	55
[그림 9] <우보농장>의 토종 쌀 품종 전시 .....	57
[그림 10] 파 꽃과 벌 .....	57
[그림 11] ‘마르쉐’ 농부시장의 음식들 .....	60
[그림 12] 연구참여자들이 생각하는 ‘마르쉐’ .....	64
[그림 13] ‘마르쉐’ 농부시장 .....	65
[그림 14] 다양한 몸들의 지도 .....	68
[그림 15] <농사 도시재생과 문화를 꿈꾸다> .....	77
[그림 16] 문래도시텃밭 홍보 포스터 .....	77
[그림 17] ‘마르쉐’의 지향 .....	83
[그림 18] 2014년도 ‘마르쉐’ 조직도 .....	85
[그림 19] 2018년도 ‘마르쉐’ 조직도 .....	85
[그림 20] ‘마르쉐’ 농부시장의 ‘반가움’ .....	101
[그림 21] 연구참여자가 공유해준 텃밭을 가꾸는 일상 .....	101
[그림 22] 연구참여자가 꾸민 동네 할머니들의 쉼터 .....	104
[그림 23] 클라인의 병 .....	110

# 제 I 장 서론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

넓은 보폭, 보폭에 맞춰 시원스레 벌어져 있는 팔. 입꼬리가 살짝 올라간 야무지게 다물어진 입. 시원하게 드러나 있는 이마. 초점이 뚜렷한 눈. 그녀는 걷는다. 갈색 앞치마를 두르고 어딘가를 향해 걸어가고 있다. 그 걸음이 딛는 공간의 전경으로 시야를 넓히면 ‘마르쉐@<sup>(at)</sup>①’으로 불리는 농부시장(farmer’s market)이 펼쳐진다. 세세하게 초점을 옮기면 넓은 공원에 둘러앉은 사람들, 작은 채반 위에 담긴 채소들, 노랗고 파란 천막,形形色색의 시장 바구니들, 무, 루꼴라, 꽃이 핀 파, 시금치, 버섯 그리고 공원을 가로지르는 비둘기, 뜬금없이 서 있는 동상, 줄넘기를 하는 아이 들이 눈에 들어온다. 이처럼 시끌벅적한 농부시장의 와중을 갈색 앞치마를 두른 이가 신중히 한 곳을 응시하며 공원 혹은 시장을 가로질러 걷는다.

이 걸음을 걷는 갈색 앞치마를 두른 이는 어느 날의 연구자 자신이기도 하다. 갈색 앞치마는 농부시장의 개최를 돕는 일일 봉사자임을 의미하는데, 어느 날의 연구자는 이 농부시장의 와중에 있는 산책자였으며, 봉사자였으며, 명함을 돌리고 인터뷰를 의뢰하는 연구자였다. ‘마르쉐’ 농부시장은 도심의 한 열린 공간으로 다양한 행위성(agency)들을 불러들인다. 그리고 시장을 산책하는, 농작물을 사는, 요리하는, 먹는 등의 행위성들은 도심 한 복판에서 마주하게 될 것이라 상상되지 않던 ‘자연으로서 몸들’을 상기시킨다. 농부시장은 이렇듯 먹거리 실천을 둘러싼 행위성들을 그러모으며 독특한 분위기를 자아내고, 마치 하나의 유기체적 존재인 듯 도심 속에 ‘낮설게’ 자리잡아왔다.

활력이 차오르는 농부시장은 농작물을 사고파는 경제적 기능만을 갖지않는다.

---

① 본 연구의 사례인 농부(민)시장의 정식 명칭은 ‘농부시장 마르쉐@’이다. @은 영어 at을 표현한 기호로, 어디에서든지 열릴 수 있는 시장이라는 의미를 담아 @을 함께 표기한다(2014 마르쉐 보고서). 이후 글에서는 서술상의 편의와 가독성을 위해 농부시장 ‘마르쉐’ 혹은 ‘마르쉐’로 통일한다.

농부시장은 또한 다양한 이해관계자들과 물질들에 의해 빈번히 개입되며 먹거리 생산과 소비에 관한 문화적, 정치적 긴장을 담는 공간이기도 하다. 그러므로 특히 도심 한 가운데 열린 농부시장은 다양한 이해관계자들과의 상호작용 과정에서 개입된 힘들에 의해 발생한 문화적 정치적 긴장을 담아내고, 그 긴장을 해소할 필요성에 맞닥뜨린다. 그리고 사례 농부시장의 경우 이러한 긴장과 해소의 과정을 거치며 점차 먹거리 네트워크의 대안적 가능성을 제시하고 그 정치적 성격을 언어화 해왔다. 즉, 다양한 행위자들의 개입과 변모의 과정은 농부시장을 추동하는 힘이며, 이는 용도지구제에 따라 구획된 재래시장, 도시의 친환경 농산물 매장, 정형화 된 대형마트 등과는 다른 고유한 분위기-정동(affect)을 만들어 내왔다.

본 연구는 이와 같은 도시의 열린공간에서 열리는 농부시장의 특이성에 주목한다. 도시의 농부시장은 시장의 원형이 물물교환을 위한 경제적 기능에 초점을 두고 있기 보다 활력 또는 시장마다의 고유한 ‘정동’을 기반으로 있음을 드러낸다. 그러므로 이러한 도시의 농부시장은 최근의 문화연구, 도시 및 공간 연구, 비인간 연구, 몸 페미니즘 이론, 과학기술학 등에서 많은 관심을 받고 있는 정동이론(affect theory)을 통해 탐색 될 필요가 있다. 이러한 점에 주목하여 본 연구는 ‘마르쉐’ 농부시장을 사례로 농부시장이 점차 대안적 실천의 양태를 자생적으로 발달시켜온 과정의 정치적 긴장과 다양한 행위성들, 그리고 행위성을 매개하는 물질들간의 마주침이 창발하는 역동을 정동적 관점에서 살펴본다. 나아가 도시의 농부시장을 도시계획 차원에서 다루기 위한 분석틀로 레비 R. 브라이언트 Levi R. Bryant의 ‘존재의 지도(Onto-cartography)’를 제안한다.

정동은 행위성의 매개가 되는 비인간 행위자들을 포함한 물질들이 어떻게 배치되어 있느냐에 따라 시시각각 변모하는 성질을 갖는다. 정동은 감정(emotion)과 혼동되기도 하지만, 감정이 한 개인의 것이라면, 정동은 초개체적이라는 점에서 다르다(Massumi, 2015). 정동의 초개체적 성격이란 정동이 경계들을 넘나드는 것으로, 단일한 몸이나 물질에 고정된 것이 아닌, 동적인 것으로써 힘(power)의 성질을 갖고 있다는 것을 의미한다(마수미, 2018: 25). 그러므로 특정 공간 혹은 장소의 정동이란 단일한 주체의 의도 및 계획에 의한 결과라기보다 무수한 계획 외적 요인들과의 관계 속에서 공간을

끊임없이 재구성하도록 하는 힘(power)<sup>②</sup>이다. 이 힘은 때로는 응집되어 상징이나 언어로 드러나고, 그렇지 않을 때에는 힘들의 원소(혹은 씨앗)로 잠재한다(김홍중, 2019 참조).

정동을 지도에 담는 작업은 시장에 가면 마주치는 무수한 몸들과 이들 간의 상호작용, ‘농부시장’이라는 공간, 그 공간에 일시적이면서도 연속적으로 담기는 행위성들을 통해 정동(affect)을 두껍게 기술하는 것에서 시작한다. 정동은 인간에 의해서만 감각되거나 발생하는 것이 아니며 비인간을 포함한 물질들의 교차, 접촉, 연결 상태의 에너지를 매개로 촉발된다. 이러한 면에서 정동이론은 기존에는 과소정치화되고, 대상화/타자화되거나 무음의 존재로 여겨졌던 몸들을 감각하고 그에 대해 보다 풍부히 논의하게 하는 강점을 갖는다. 정동이론은 농부시장을 만들어가는 행위들 간의 수직적 질서에 주목하기 보다, 행위들의 수평적이고 다방향으로 열려있는 접촉가능성을 주목하게 할 것이다. 이러한 맥락에서 본 논문이 던지는 질문은 다음과 같다.

도시형 농부시장 ‘마르쉐’의 고유한 정동은 무엇인가? 즉, 도시형 농부시장 ‘마르쉐’에서 펼쳐지는 먹거리 실천의 양태는 어떠하며, 그 잠재력은 어떤 대안을 제시하고 있거나 그렇지 못한가? 대안을 제시하고 있다면, 어떤 방향의 대안으로 나아가고 있는가?

위의 질문에 대한 분석적 기술이 본 논문의 내용을 구성하게 될 것이다. 나아가 이와 같은 분석의 도시계획적 함의를 밝히기 위해, 정동이론을 기반으로 ‘지리철학’을 발전시켜온 레비 R. 브라이언트가 제안한 지도화 기법들을 소개하고 사례에 적용할 것이다.

---

② 여기서 ‘힘’은 power의 번역어로 번역에 따라 ‘역능’으로 불리기도 한다. 폴 패튼은 들뢰즈와 가타리의 ‘힘’에 대한 사유를 정리하며, 이 개념이 “타인들의 행동하려는 역량에 적대적으로 작용하는 행동이라는 통상적인 생각보다는, 행동할 수 있는 역량(capacity)이라는 생각에 더 가깝”다고 설명한다. 또한 그는 이와 같은 ‘힘’은 ‘자기-극복’이라는 니체의 이상에 가”까운 자유로 나아가기 위한 것이기도 하다고 설명한다(패튼 2005: 19). 이러한 점에 근거할 때, 곧 ‘힘’은 ‘행위성/행위력(agency)’개념과도 가깝다.

## 제 2 절 연구의 방법

### 1. 도시형 농부시장 ‘마르쉐’의 현황 및 기획의 배경

#### 1) 한국의 먹거리 운동의 대두와 ‘도시형 농부시장’

농부시장(farmer’s market) 또는 농민시장<sup>③</sup>은 미국, 캐나다, 호주, 이탈리아, 영국, 독일, 일본 등의 도시나 도시 근교에서 선두적으로 시작되었다. 농부시장은 농산물의 유통거리를 줄여 보다 신뢰할 수 있는 먹거리를 확보하고 지역사회 내부의 농산물 생산/소비 네트워크를 활성화하고자 하는 목적을 가지고 시작되었으며, 지속적으로 확산되는 추세에 있다. 농부시장의 발생과 확산의 시기 및 정도는, 그 사회정치적 배경은 국가별로 각기 다르지만<sup>④</sup>, 대체적으로 초국적 먹거리체계에 대한 문제의식이 담론으로 결집된 1990년대 후반이나, 로컬푸드 운동이 확산되기 시작한 2000년대

---

③ 농민시장 또는 농부시장은 모두 ‘farmer’s market’의 번역어로 이해할 수 있다. 이는 농부와 도시 거주자들을 연결하는 농산물 직거래 시장을 일컫는 보편어로, 영미권에서는 farmer’s market, 일본에서는 영어나 프랑스어의 음을 따 파머스마켓, 또는 마르셰(マルシェ) 등으로 불린다. 국내 연구에서는 현재까지 대부분의 연구시장에서 ‘농민시장’이라는 표현이 채택되어 왔다. 본 연구 또한 농민시장에 대한 선행연구와 연속성 갖고 있다. 이러한 연속성에 근거할 때 본 연구에서도 ‘농민시장’이란 표현을 채택하는 것이 용이할 수 도 있다. 그러나 본 연구가 주목하는 사례, ‘마르쉐@’의 경우 ‘농부시장 마르쉐@’이라는 공식명칭을 갖고 있다. 그러므로 본 연구는 ‘농민시장’ 대신 혼동을 피하기 위해 ‘농부시장’으로 통일한다.

④ 농부시장(farmer’s market)의 발생에는 국가별로 각기 다른 배경이 있다. 이러한 농부시장의 발생과 발전, 정착은 각 국가의 도시 발달의 양태에 따라 분화되어왔다. 대표적으로 독일, 프랑스, 이탈리아 등의 서유럽의 경우 소규모 도시마다 지역의 재래시장을 기반으로 다양한 형태의 농부시장들이 실험적으로 증가하고 있으며(마르쉐 친구들, 2019), 미국의 경우에는 2000년대 이후 당시 미 농무부의 적극적인 장려 정책에 따라 농민과 생산자가 특정한 장소에서 지역의 농수산물을 정기적으로 직접 판매하는 공간으로 규정되며 급속한 증가추세에 있다(USDA, 2015c; 김원동, 2010, 2011, 2016, 2017: 52에서 재인용). 일본의 경우, 1970년대 발생 후 90년대 이후 쇠퇴 중이던 지산지소운동(지역생산 지역소비를 장려하는 운동)을 재촉진하고자 하는 계기로 2000년대 들어 「농협(JA) 파머스마켓 현장」을 제정, 적극적인 농부시장의 유치를 촉구한 바 있다(윤병선 외, 2013). 이후 일본의 농부시장은 도심지역에도 사회문화적으로 정착하여 본 연구가 주목하는 ‘마르쉐@’ 농부시장의 초기 모델이 되었다(마르쉐 친구들, 2017).

초반부터 발달해왔다(김원동, 2016; Hinrichs, 2000; Brown, 2001, 2002 참조). 한국의 경우 2000년대 초 정부차원에서 해외 농부시장을 모델로 국내에 도입하려는 시도가 있었으나 자발적이고 적극적인 참여를 이끌어내지 못하고, 아파트 단지내 요일장터와 농협 로컬푸드 매장의 발달로 이어져왔다(허남혁, 2018).

한편 시민사회 주도 농부시장은 원주, 춘천, 홍성 등 농촌지역을 중심으로 꾸려져 왔는데, 이는 1980년대를 기점으로 결집된 한국의 농민운동과 환경운동의 연장선에 있었다. 당시 한국은 급속한 도시화와 농업의 자본화, 증가하는 환경오염 등을 겪으며 농업인 수의 감소, 농업 정책에서의 소외, 종자와 씨앗, 유통을 담당하는 초국적 기업의 등장과 이윤의 독식 등의 문제를 해결할 필요가 대두되었기 때문이다. 이를 기점으로 한국의 농부시장은 도시 소비자와 농촌지역의 농업인들을 연결하는 대안먹거리네트워크(alternative food network)의 하나의 양태로서 꾸준히 발생했다.

이러한 흐름과 함께, 2000년대 후반 국내에 영미권을 중심으로 벌어진 로컬푸드 운동(local food movement)이 전파되었고, 지자체 차원에서의 농부시장에 대한 관심이 소폭 증가하기 시작한다. 그러나 여전히 농부시장은 지역의 시민사회의 개별 역량에 따른 특수 사례로 여겨지며 국가적 관심의 대상은 아니었다<sup>⑤</sup>. 서울시의 경우에도 2010년을 전후로 서울시민들의 먹거리 불안이 가중되는 일련의 사건들<sup>⑥</sup>이 발생함에 따라 먹거리 안전을 위한 정책을 지자체 자체 역량을 통해서라도 수립할 필요가 대두된다. 이는 이후 농부시장 및 대안먹거리네트워크에 대한 서울시의 정책변화로도 이어져, 여타 지자체들과 국가 차원의 관심을 촉구하는 계기가 된다(제 4장 1절에서 상술).

---

⑤ 국내의 농부시장의 현황, 증감 추이, 질적인 형태 변화, 국내 먹거리 유통량 대비 농부시장의 비중 등, 관련 공식 통계자료 조사가 이루어지지 않아왔다(김원동, 2010: 83).

⑥ 2008년을 전후로 심화된 먹거리에 관한 문제 인식은 미국산 소고기 수입 자율화 반대, 한미 FTA 체결 반대운동, 농민들의 WTO 반대운동 등으로 이어져왔다. 뿐만 아니라, 2011년 후쿠시마 원자력발전소 사고 이후에는 국내의 주부들을 중심으로 보다 안전하고 자주적인 먹거리 체계에 대한 열망이 확산되어, 탈핵운동 등으로도 이어져왔다. 이처럼 거리로 쏟아져나온 안전하고 자주적인 먹거리에 대한 열망들은 곧이어 ‘마르쉐’ 농부시장이라는 구심점을 만들고, 다양한 먹거리 실천들을 시장이 열리는 공원, 공터, 음식점들로 불러들였다.

요컨대 그동안 한국의 대안먹거리네트워크에 관한 지자체나 국가의 정책적 관심은 심화되는 먹거리 문제에 대한 해결의 의지를 선제적으로 보인 것이 아닌, 시민사회 전반에서 자생적으로 모색된 대안들을 포섭한 것에 그쳐왔다. 반면 국내외 환경운동, 먹거리운동, 농민운동의 담론과 실천들은 점진 발전해 다양한 대안먹거리네트워크의 발전 전략들을 축적해왔으며, 국내에서도 대안먹거리네트워크로서 CSA(community support agriculture, 꾸러미 사업<sup>⑦</sup>)나 생활협동조합에의 참여를 촉진하는 다양한 먹거리 운동들이 자리잡아왔다.

2012년 10월 ‘마르쉐’ 농부시장은 이러한 흐름을 반영한 국내 최초의 농부시장으로, 먹거리 안전의 문제에 대한 대중의—특히 도시 거주자들의 심화된 인식과 문제해결에의—열망이 결집된 공간으로 자생적으로 출범한다. ‘마르쉐’ 농부시장은 몇 개월 앞서 처음 기획된 ‘서울시 농부의 시장’에 비해 더욱 즉각적이고 열렬한 반응을 보이며, 이후 지속적으로 개최, 처음으로 국내의 ‘도시형 농부시장’을 자리매김하게 하였다.

‘마르쉐’ 농부시장이 보여준 도심에서의 농부시장의 가능성은 시민사회를 중심으로 결집되어왔던 농민운동과 환경운동, 먹거리 운동들을 도시 생활권자들이 일상적으로 마주칠 수 있는 ‘낯선’ 존재들—농산물, 농부들, 대안적인 먹거리 실천의 양상과 그에 관한 대화와 상상들—을 공원, 공터, 도시 숲 등의 한 가운데로 불러들였다는 것에서 시작되었다. 도시 거주자들에게 먹거리의 생산과 소비라는 일련의 과정은 눈과 발을 일상에서 마주하며 살아온 농어촌, 산촌 지역민들에 비해 더욱 낯선 것 이었으며 동시에 문제적인 것이기도 하였기 때문이다. ‘마르쉐’ 농부시장은 이러한 면에서 도시 생활에서의 일상성에 어떤 강렬함을 불러일으키는 독특한 공간이 되어왔다.

이러한 점에 견주어 본 연구는 ‘마르쉐’ 농부시장과 같이 ‘낯선’ 자연으로서의 몸들이 콘크리트, 8차선 도로, 수많은 인파로 덮인 도심에 놓여있는 양상의 농부시장을

---

⑦ 대표적으로 전국여성농민협의회 참여 농부들과 소비자를 연결하는 꾸러미 사업인 ‘언니네 텃밭’이 있다. 이는 정기적으로 채소를 직접 발송하는 사업으로, 농가의 농업 철학과 가치에 기반해 기른 제철 생산물을 생산자가 선택적으로 배송한다는 특징이 있다.

‘도시형 농부시장’으로 정의한다<sup>⑧</sup>. ‘도시형 농부시장’은 기존의 농촌과 농촌 근교 소도시에서 만들어낸 농부시장과는 다르게, 대도시 한 가운데에서 열리는 시장이다. 대도시에서 농부시장을 연다는 것은 시장을 열 수 있는 넓은 공간의 확보, 주차장이나 화장실 등 제반 시설의 문제를 시장화 된 공간 이용 질서에 따라 해결해야 하는 어려움이 수반된다. 또한 농촌지역이나 농촌 근교지역에서보다 이용가능한 녹지를 찾기 쉽지 않다는 어려움을 갖는다. 다른 한 편으로는, 인구 밀도의 집적을 기반으로, 보다 다양한 음악, 작품, 공간 디자인 등을 혼합하여 복합적인 문화공간으로 농부시장을 만들어 갈 가능성이 열려 있기도 하다. 뿐만 아니라, 인구 밀도의 집적은 다양한 먹거리 의제에 다양한 관점의 관심을 갖고 있는 행위자들을 시장에 불러 모으는 데에 용이하다. 도시형 농부시장은 이러한 장점을 기반으로 먹거리 실천의 대안성에 대한 다각적인 논의를 만들어 낼 수 있다.

이와 같이 도심 한 가운데에서 열리는 ‘도시형 농부시장’의 도시적 특이성은 제인 제이콥스 Jane Jacobs가 포착하는 1960년대의 뉴욕의 “놀랍도록 역동적인” 활력과(제이콥스, 2010), 리처드 세넷 Richard Sennett이 설명하는 이제는 사라져가는 접촉점들의 다양성(multiplicity of contact points, 세넷, 2014: 93)으로서 도시의 사회적 공간들<sup>⑨</sup>, 게오르크 지멜 Georg Simmel이 <이방인(the stranger, 2008)>에서 서술한 도시의 생활양식을 비추는 거울로서 낯선 존재들(이방인)의 존재들—농부시장에서는 농작물들이나 비인간 존재들, 혹은 자연으로서 몸과 도시—을 상기시킨다.

요약하자면 한국의 농부시장은 1980년대 이후 농촌지역을 중심으로 소수의

---

⑧ ‘도시형 농부시장’이란, 본 연구가 조작적으로 정의하고자 하는 조어이지만, 통용되어 쓰이기도 한다. 특히 이는 초기 ‘마르쉐’ 농부시장의 운영진들과 참여자들에 의해 이미 감각된 것이기도 하다. ‘마르쉐’ 농부시장은 초창기 기획에서부터 농부시장을 “도시형 농부시장 마르쉐@”이라고 지칭해왔다. 이는 ‘마르쉐’ 농부시장이 갖고 있는 독특한 활력과 공간 이용 양태의 특수성이 ‘도시’ 공간의 특수성으로 보편적으로 감각가능함을 의미한다.

⑨ 리처드 세넷이 서술하는 사회적 공간이란 ‘사라져가는’ 것으로, 온라인 공간이나 기계와 통신이 발달할수록 더욱 회복이 가능하지 않을 공간이다. 이러한 사회적 공간은 고대 그리스의 ‘아고라’와 자주 비유가 되는 “공공공간” 혹은 “공론장”보다 더욱 일상적이고 사소하거나 사적인 접촉이 자주 이루어질 법한 도시의 골목들, 마을의 정자나 평상, 우물들과 가까운 것이다(세넷, 2014; 임동근, 김종배, 2015 참조).



직판시장들로 시작되었으나 2010년대 이후 서울시를 중심으로 먹거리 문제가 심화, 대두되자 도심에서의 농부시장이 시민사회를 기반으로 자생적으로 기획되기 시작하며 발달해 온 배경적 특이성을 갖는다. 본 연구는 도심의 한 가운데에서 열리는 농부시장을 ‘도시형 농부시장’으로 정의하고, 2012년 초기 서울에서 농부시장을 사회문화적으로 정착시킨 초기 사례로 ‘마르쉐’ 농부시장에 주목한다<sup>⑩</sup>.

## 2) 농부시장 ‘마르쉐’의 발생

‘마르쉐’ 농부시장은 위와 같은 흐름에 더해 2011년 후쿠시마 원자력 발전 사고 이후 촉발된 먹거리에 대한 문제의식을 계기로 보다 믿을 수 있는 먹거리를 찾고자 자발적으로 나선 3인의 기획자들과 함께 시작되었다. 이 3인의 기획자들은 각각 생협운동(여성환경운동), 요식업 및 저널리즘, 예술인 운동진영에서 활동하고 있었고, 이를 통해 이미 한국과 일본에서 1980년대 이후 자리잡아왔던 생활협동조합이나, 여성환경운동을 비롯한 대안적인 먹거리 네트워크에 대한 경험을 축적해왔다. 특히 이들은 주부, 또는 여성 등 먹거리 실천을 통해 돌봄을 실현해온 행위자들을 연결하기 위한 조직화 방법과 역량을 발전시켜왔다. 구체적으로 이들은, 생협활동가, 여성환경운동 단체의 활동가 및 귀농한 소규모 농부와 네트워크, 농법 및 종자, 요리법에 대한 지식, 조직 내, 외에서의 민주적 의사소통을 위한 민감한 감수성 등을 갖춘 상태였다. 이는 ‘마르쉐’ 농부시장이 먹거리 생산-소비 체계에 대한 보다 뚜렷한

---

<sup>⑩</sup> 이후 ‘도시형 농부시장’은 2012년 ‘마르쉐’ 농부시장을 선두로 2010년 후반 이후 점차 서울 도심지역을 중심으로 확장되어왔는데, 2020년 기준으로 서울시 내에는 마들장, 서울시 농부의 시장, 우리농 명동 보름장, DDP 얼굴 있는 농부시장, 은평 꽃피는 장날, 화들장, 인드라망 농부시장 그리고 ‘마르쉐’ 농부시장까지 총 8개의 농산물 직거래 시장(농부시장)이 정기/비정기로 개최되고 있는 것으로 집계된다. 위에서 언급한 도시형 농부시장들은 ‘마르쉐’를 제외하고는 모두 중앙집권적 조직구조를 갖춘 종교단체나 지자체에 의해 주최되어온 것인데, 이는 들어찬 서울시내에서 일정 공간을 시장으로 자유롭게 전용할 수 있는 조건을 시민단체나, 시민/농부 개개인, 비영리 법인 등이 마련하기 어려운 현실을 반영한다. 반면 서울이 아닌 근교나 지방소도시에서는 유희공간을 찾는 것은 용이한 편으로 다양한 시민단체들이나 농부개인들이 ‘마르쉐’ 농부시장을 모델로 직거래 농부시장을 만들고 활성화하려는 시도가 이어졌다. (일례로, 양평 시시장, 지리산 목화장터, 의성 농부달장 등)

대안을 제시할 수 있도록 축적된 지식과 특화된 전략을 기반으로 시작될 수 있게 하였다.

특히 민주적 의사소통을 위한 민감한 감수성을 갖추었다는 점은 농부시장의 기획 및 운영에 디자이너, 예술가, 농부들, 요리사, 여성환경운동<sup>⑪</sup>에 참여해왔던 활동가들을 활발히 참여하게 하는 동력으로 작용했다. 나아가 이는 친밀하고 민주적인 의사소통을 통한 조직화<sup>⑫</sup>로 이어졌다. 그리고 이러한 의사소통을 통한 조직화는 도시의 열린 공간을 점유 또는 전용하는 과정에서의 협업을 용이하게 만드는 전략들로 자리매김한다. 민주적인 의사소통과 조직화 과정들은 ‘마르쉐’ 농부시장이 정동적 특이성을 강화하는 주요한 계기가 되었다. 이를테면, 농부시장에 대한 아이디어를 실현하기 위해서는 제일 먼저 적합한 공간이 필요했는데, 민주적 의사소통 구조는 적합한 공간을 찾는 과정에서 3인의 초기 기획자들의 의견뿐 아니라, 농부와 그들의

---

⑪ 1980년대 한국의 급속한 도시화 이후 심각해진 공해 등의 환경문제에 대한 환경보존주의, 생태주의 사회운동의 확산을 배경으로 한국의 여성환경운동은 태동하였다. 동시에 서구의 여성과 자연이 모두 착취의 대상인 점에 입각하여, 그 연대를 강조하는 여성과 환경문제를 둘러싼 담론과 실천들이 발달해 온 것도 한국의 여성환경운동의 태동의 배경이 되었다(문순홍, 2001; 구도완, 2006; 신필식, 2007). 80~90년대 한국의 여성환경운동의 확산은 주로 돌봄 노동을 전담해온 주부들을 중심으로 이루어졌으며, 그 사회문화적 계층에도 학력수준, 소득수준이 높은 뚜렷한 경향성이 있었다(문순홍, 2001). 그러나 2000년대 여성운동 진영의 변화에 따라, 여성환경운동의 중심 담론, 의제, 분위기 등 또한 다양한 양태로 분화된다. 서구의 여성환경운동은 여성과 환경을 둘러싼 담론들 간의 경합에 따라 분화된 측면이 있지만, 한국에서의 여성환경운동은 ‘여성환경연대’ 혹은 여성민우회, 전국여성농민위원회 등의 시민사회집단을 중심으로 결집했다. 특히 주부들을 중심으로 한 반핵운동, 미국 소고기 수입 반대 운동 등의 ‘안전’에 대한 문제의식은 비교적 결집된 구호로 들려왔으며, 이러한 결집된 구호와 주부들의 먹거리 구매력을 기반으로 하여 국내의 생활협동조합이 확산될 수 있었다(박영숙, 2008 참조). 위와 같은 흐름 위에서 ‘농부시장 마르쉐’는 “여성환경연대”의 지원으로 초기 참여자들을 안정적으로 확보할 수 있었으며, 초기 ‘마르쉐’ 농부시장은 국내의 생활협동조합 운동의 새로운 발현 형태로 이해될 수 있다.

⑫ ‘마르쉐’ 기획팀원들은 초기 확장의 기간 동안 한국의 여성과 환경문제 해결을 위한 공동의제로서 생태여성주의 관점을 표방한 비영리 시민단체인 ‘여성환경연대’의 사업팀으로 소속되어 행정 등 전반적인 사업에의 지원을 받다가(마르쉐친구들 2018, 13) 2017년 시장의 정체성을 구체화하며 독립, 법인화한다. 현재 ‘마르쉐’는 비영리 사단법인으로 독자적인 조직구조와 문화, 재정기반/수익구조를 논의하고 있다(4장 1절 참조).

가족구성원, 요리사들과 디자이너들의 의견이 적극적으로 반영할 수 있게 하였다. 그 결과 ‘마르쉐’ 농부시장은 “나무와 그늘이 있고, 도로변이 가깝지 않아 아이들이 뛰어다니기에 안전하면서도, 주거지와 연결된 장소(운영진 1)”여야 한다는 기준이 마련되었다. 그리고 이와 같은 녹지 공간과 농부시장의 결합은 독특한 경관과 축제적인 분위기를 양산하면서 ‘마르쉐’ 농부시장의 정체성을 확립하는 데에 결정적으로 기여하였다고 볼 수 있다. (본문 3장 3절, 4장 1절에서 상술)

이후 시장은 해를 거듭하며 규모의 증가를 경험하게 된다. 또한 시민들의 긍정적인 반응으로 시장의 지속과 확장, 보다 대안적인 방향으로 이끌어갈 의지를 가진 다양한 행위자들(농부들, 요리사들, 자원봉사자들—시민들, 활동가들, 기업인들—그리고 지자체 공무원들 등)을 불러들였다. 그러나 현재 ‘마르쉐’ 농부시장은 COVID-19 바이러스의 확산으로 강화된 방역수칙으로 인해 기존에 정기화 되어가던 공간의 사용이 요원해져 다시금 시장을 열 공간을 탐색해야하는 변화의 시기에 있다. 그럼에도 ‘마르쉐’는 여전히 140여팀의 출점팀과 함께 월 3회 이상 시장을 열기 위해 분투하고 있다. 시장은 평균적으로 월 1회의 농부팀, 요리팀, 수공예팀을 포함하는 60팀 이상의 출점팀과 회당 1만명 이상의 방문자들, 공연 및 전시, 대화모임 등의 행사를 포함하는 ‘도시형 농부시장’과 월 2회 이상의 농부 20여팀으로 꾸러진 채소시장으로 구성되어 도심 곳곳의 여러 공간들을 순환하며 개최된다<sup>⑬</sup>.

## 2. 단일 사례연구의 설계

### 1) 연구의 대상과 방법

‘마르쉐’ 농부시장과 같이 이해관계자들이 복합적이고 중첩된 조직의 실천적 성격을 분석하는 연구방법은 전형적이지 않지만, 방법론적으로 문화기술지와 가깝다. 본 연구는 사례가 가진 독특성(Yin, 2011)에 기반해 단일 사례연구로 본 연구를

---

<sup>⑬</sup> 현재 ‘마르쉐’ 농부시장에 대두된 문제는 시장을 정기적이고 지속적으로 열 수 있는 적합한 공간을 찾는 것이다. ‘도시형 농부시장’은 주로 농부시장을 처음 시작한 서울시 종로구 동숭동 마로니에 공원을 중심으로 개최되어왔고, 채소시장의 경우는 합정, 명동, 용산 등의 도심의 사유지를 대여하여 개최되어왔다.

설계하였다. 연구의 설계 단계에서는 사례의 독특성과 그 물질성에 대한 이해를 기반으로 하고 기존의 문화/자연, 도시/농촌, 여성/남성, 주체/객체 등의 이분적인 구분을 지양하였다.

먼저 연구의 대상을 설정하는 과정에서 본 연구는 ‘마르쉐’ 농부시장의 운영진들을 단일한 집단으로, 혹은 ‘농부시장’을 만들어낸 ‘주체’로 호명하게 될 것을 경계하였다. 이는 ‘마르쉐’ 운영진들은 연구자와의 인터뷰에서 ‘운영진’이나 ‘기획인’ 심지어는 ‘활동가’라는 말로 스스로를 호명하지 않는 경향을 보였을 뿐 아니라, 연구자의 관련 질문에 대해서 스스로 ‘활동가’라는 생각을 하지 않는 경우가 많다는 일관된 대답을 하였기 때문이다<sup>⑭</sup>. 뿐만 아니라 이들은 ‘마르쉐’를 지속하기 위해서는 자원봉사자들과 농부, 요리사, 수공예가등의 출점팀원들뿐 아니라 (단골) 손님들 등 제각각 구성원들의 역할이 필수적임을 꾸준히 강조하였다. 연구는 이러한 인터뷰 내용과 연구의 이론적 틀로서 정동 이론이 갖는 ‘수평적인 힘들’의 배열에 대한 탐색에의 용이성이 적합하게 조우한다고 보았다. 이러한 고찰에 따라 본 연구의 대상은 다음과 같다.

A. ‘마르쉐’ 농부시장: 정동이 펼쳐지는 시공

B. ‘마르쉐’ 농부시장의 기획, 형성과 변화 과정: 정동적 힘들의 총체

보다 구체적인 연구의 방법은 다음과 같다. 사례연구는 문헌연구, 현장답사, 심층면접으로 구성되었다. 연구자는 2016~2017년간 환경운동가로 활동한 경험이 있으며, 연구자의 경험을 계기로 알게 된 2인의 가까운 지인이 ‘마르쉐’의 전·현 운영진이었다(운영진2, 3). 이는 연구자가 연구를 시작함에 있어 예비 면접조사를 통한 정보 탐색과 연구참여자와의 신뢰관계 형성에 도움이 되었음을 밝힌다. 본격적인 연구에 앞서 2019년 봄부터 마르쉐 운영진들의 허가를 받아 부정기적으로 농부시장을 방문하여 현장조사를 수행하였고, 운영진을 대상으로 예비 면접조사를 수행하였다. 또한 이 기간 동안에는 ‘마르쉐’ 웹사이트, 여성환경연대, 소셜미디어에 올라온 보고서들을 토대로 문헌 연구를 병행하였다.

---

<sup>⑭</sup> 이들은 “마르쉐 친구들”이라는 공식 명칭을 가지고 적게는 4명에서 많게는 7명이 팀이 되어 상근 또는 반상근의 형태로 농부시장을 운영해왔다. 이하 연구에서는 독자의 편의를 위해 ‘친구들’보다는 ‘운영진’이라는 표현으로 통일하고자 한다.

이후 2019년 12월 서울대학교 IRB<sup>⑮</sup>의 허가를 받아 본격적으로 면접조사를 시작하여 2020년 10월까지 약 10개월간 면접조사와 현장조사를 진행하였다. 해당 기간 동안 연구자는 대체로 개최되는 모든 농부시장에 방문하여 현장조사를 실시했으며, 현장조사기간 동안에는 시장의 운영진들이 모집하는 봉사팀에 자원하여 봉사자로 활동하기도 하였다. 현장조사 동안 공간을 이용하는 다양한 사람들의 행동, 표정, 대화내용이 연구의 중심적 자료가 될 수 있을 것을 알고, 수기를 통해 현장기록을 작성하고, 사진자료를 수합하였다. 동영상 촬영이나 동의 없는 녹음은 일절 하지 않았으며, 사진 촬영 시 시장 방문자들의 얼굴이 사전동의 없이 나오지 않도록 유의하였다.

[표 1-1] 현장답사 일시 및 장소

연번	일시	장소	명칭
1	'19.05.12.	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화 <지구>
2	'19.06.09	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화 <여름채소>
3	'19.07.14	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화 <햇밀>
4	'19.09.08.	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화 <열매>
5	'19.10.13.	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화 <뿌리>
6	'19.11.10.	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화 <토종>
- 이후 COVID19확산으로 축소 개최 -			
7	'20.04.20.	서교동, 수카라	채소시장@수카라
8	'20.05.10.	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화
9	'20.05.16.	성수동, 성수연방	채소시장@성수
10	'20.05.26.	합정동, 무대륙	채소시장@성수
11	'20.06.14.	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화
12	'20.06.20.	성수동, 성수연방	채소시장@성수
13	'20.06.23.	합정동, 무대륙	채소시장@합정
14	'20.07.04.	신사동, 쿠킹라이브러리	현대카드 쿠킹 라이브러리 × 마르쉐
15	'20.08.09.	성수동, 에스팩토리	농부시장@성수 <햇밀장> + <햇밀 토크쇼>
16	'20.09.13.	동송동, 마로니에공원	농부시장@혜화 (사전주문 후 수령 방식)
17	'20.10.11	용산	농부시장@용산
18	'20.10.17.	성수	채소시장@성수

⑮ 승인번호 IRB No. 1912/002-015

[표 1-2] 문헌연구 자료 목록

자료 목록	자료의 특징
‘마르쉐’ 발간 보고서 www.marcheat.net	총 12건에 달하는 보고서는 연간 회계장부를 포함하며, 시장의 성격을 드러낼 수 있는 다양한 사진자료와 상징 수합
‘마르쉐’ 공식 홈페이지 www.marcheat.net	홈페이지기록 에서는 현 출점팀원들에 대한 지역, 출점계기, 판매물품 등의 일반 자료와 소개글들을 수합
‘마르쉐’ 페이스북 기록 www.facebook/marcheat	특히 초창기 ‘마르쉐’의 기획의도와 홍보 포스터 등의 사진자료를 위주로 수합
‘마르쉐’ 인스타그램 기록 www.instagram/marcheat	2017년 이후 ‘마르쉐’ 홍보자료와 마르쉐가 열린 공간들에 대한 기록을 수합하고, 간략한 시장별 후기를 참고하여 심층면접 사진자료로 활용

심층면접조사는 총 26명과 이뤄졌으며 2건의 인터뷰는 시장이 열리는 동안 시장의 한 켠에서 진행되었으나, 나머지는 모두 시장에서 면접조사를 의뢰한 후 약속을 잡아 연구참여자가 제안하는 공간—카페, 음식점이나, 거리 등 열린 공간, 농부들의 논과 밭 일대—에서 이루어졌다. 면접 시간은 평균적으로 2시간 30분간 진행되었으며, 최소 30분부터 최대 7시간까지도 이어지기도 하였다. 면접은 반 구조화된 질문지를 통해 이루어졌으며 질문지를 읽은 후 원하는 순서로 자유롭게 대답을 해줄 것을 미리 요청하였다. 주된 질문은 ‘마르쉐’ 농부시장에 참여한 계기와 감흥, ‘마르쉐’ 시장이 열리는 공간에 따른 느낌, 다른 농부시장들이나 유기농, 친환경 관련 활동에의 참여 경험과의 비교, ‘마르쉐’ 농부시장에 바라는 점, 참여에의 어려움, ‘마르쉐’ 시장에서의 기억나는 사건 및 대화, ‘마르쉐’ 농부시장 참여를 전후로 변화된 일상이 있다면 무엇인지였다.

## 2) 연구참여자의 일반적 특성

연구참여자는 크게 세 축으로 구분된다. 한 축은 6명의 농부시장 ‘마르쉐’의 전현직 운영진들이다. 두번째 축은 ‘마르쉐’에 소비자로서 관여하다가 더 긴밀하게 관여하고자 농사를 직접 짓거나, 자원봉사를 자원한 3명의 자원봉사자이다. 세번째 축은 ‘마르쉐’ 농부시장 출점팀원 17명으로 14명은 전업 혹은 반업 농부<sup>⑩</sup>이며, 요리사

<sup>⑩</sup> 이보은, 김송희, 김미현(2017)에 따르면 ‘마르쉐’ 시장에 출점하는 농부들의 경우 전업 농부들의 수와 반업 농부들의 수가 1:1의 비율을 띄고 있다. 연구자는 면접조사를 통해

2명과 수공예가 1명이다. 농부시장 ‘마르쉐’는 요리사, 수공예가, 그리고 농부들이 함께 만드는 시장(농부시장포럼 준비모임, 2019: 13, [www.marcheat.net](http://www.marcheat.net))이라고 이름 붙여져 있다.

총 26명의 연구참여자들은 크게 세 축으로 나뉘지만, 분류는 임의적인 것으로, 연구참여자들이 맡는 역할 간의 경계는 자주 넘나들어진다. 이를테면, ‘마르쉐’에 출점하는 요리사들 중에는 농부들과의 만남을 계기로 농사를 직접 짓기 시작하며 역할을 바꾸어 참여하는 사람이 있다. 또한 ‘마르쉐’에 출점하는 팀원들은 모두 ‘마르쉐’ 봉사자이기도 하다. 한편, 수공예가들은 농사짓기에 편한 작업복은 무엇인가를 고심하며 농부들과의 관계를 통해 새로운 상품을 만들어가기도 한다. 즉, ‘마르쉐’ 출점팀원들과 방문자들, 운영진들의 관계란 마주침이라는 사건에 따라 얽히어 함께 변화하는 것이다. 연구참여자 중 두 명의 자원봉사자들과의 인터뷰는 이를 극명히 드러내는데, 이 둘의 경우 처음에는 우연한 지인들의 추천으로 소비자로 농부시장을 알게 된다. 그러나 점차 참여 경험이 늘어남에 따라, 이들은 ‘마르쉐’에 대한 이해를 심화시키며 농부팀의 일원으로 작은 텃밭을 가꾸거나, 판매 도우미로 나오거나, 자원봉사자로서 일을 하는 등 그 역할을 늘어왔다. 이처럼 다양한 행위자들은 ‘마르쉐’ 농부시장과 그 결합의 방식을 상황에 따라 바꾸어가며 농부시장의 구성과 조직을 함께 만들어왔다.

---

소규모 다품종 농업인들이 전업 농부로 남을 경우 생계를 위한 벌이조차 하기 어려운 상황을 파악할 수 있었다. ‘마르쉐’ 출품농부들이 전업 농부가 많지 않은 이유는 “비료 없이”, “제초제 없이” “느리게” “자연스럽게” 작물을 키우기를 바라는 농부들은 주로 유기농법이나 풀을 메지않고, 작물들을 섞어 키우는 방식의 농법을 채택하기 때문에 충분한 속도와 양의 작물들을 기를 수 없기 때문이다. 이러한 농작법은 자연과 땅, 몸에 이로운 먹거리를 만들게 하지만, 쉬이 판로를 구하지는 못하게 한다. 이러한 상황에서 농부들은 농업을 생업으로 하기를 포기하고 다른 노동을 병행하여 생계를 마련하는 경우가 있는 것이다. 그러나 반농이 매우 적합한 대안이 되지 않는다. 손이 많이 가는 다품종 소량생산에, 자연친화적인 농법으로 작물을 기르는 것은 이미 노동의 강도가 높다. 이처럼 먹거리 생산과정에서의 자연과 몸에 대한 돌봄은 적절한 보상을 받기 어려운 그림자 노동이 되어왔다.

**[표 1-3]** 연구참여자 기본 정보

연구참여자의 분류	연구 참여자 수	성비 <sup>⑰</sup> (여 : 남)
A. 운영진	6	6 : 0
B-1. 농부	14	7 : 7
B-2. 요리사/수공예가	3	3 : 0
C. 봉사자	3	2 : 1
Total	26	

**[표 1-4]** 연구참여자의 일반적 특성: A. 운영진

분류	성별	연령대	특이점
운영진 1	여성	50	초기 기획자, 현 마르쉐 친구들
운영진 2	여성	20	전 마르쉐 친구들 ('15-'18)
운영진 3	여성	20	현 마르쉐 친구들
운영진 4	여성	30	현 마르쉐 친구들
운영진 5	여성	40	현 마르쉐 친구들
운영진 6	여성	30	현 마르쉐 친구들

**[표 1-5]** 연구참여자의 일반적 특성: B. 출품팀원

분류	성별	연령대	거주 지역	특이점
농부 1	남성	50	경기 광명	채소 가격을 되찾아왔어요
농부 2	여성	60	경기 양평	이 좋은 농사 일찍 시작할 걸 그랬죠
농부 3	여성	50	경기 양평	아이들을 데리고 텃밭 교육을 했어요
농부 4	남성	40	충남 홍성	아이들과 호흡할 수 있다는 장점이 있죠
농부 5	남성	30	경기 파주	다른 시장들과 '마르쉐'는 달라요
농부 6	남성	30	경기 파주	농부에 대한 이미지를 바꾸고 싶어요
농부 7	여성	30	경기 양평	자급자족 삶을 살고자 귀촌 했어요
농부 8	여성	40	충남 홍성	'삶'으로 돌아가고 싶었어요
농부 9	남성	30	서울 노원	부모님 일을 이어 제 디자인 기술을 더해요
농부 10	남성	50	경기 광명	서울 사람들을 대하는 건 어렵지만 활력 돼

⑰ 인터뷰는 운영진의 경우 업무 기간이 6개월 이상 된 현 운영진 전원과 전 운영진들을 눈덩이 표집방법으로 모집하였다. 공교롭게도 '마르쉐' 운영진들은 전원이 여성이었다. 이에 대해 운영진들은 특별한 선호를 갖지 않았으나 시장의 성격상 여성이 주로 지원을 한다는 사실을 구술하였다(운영진 1, 2, 3, 6). B군에 속하는 출점팀원들의 경우 연구자는 시장에서 무작위로 면접자를 모집하였고, 성별에 따른 선호를 갖지 않았다. 과거 마르쉐 농부시장의 출점팀원들의 성비는 여성이 월등히 높았으나 최근 시장이 널리 알려지면서부터는 점차 출점팀원의 성비가 동일해지고 있다. 출점 팀들은 가족농이 많은데 가족농의 경우 함께 출점하거나 판매를 여성이 전담함에도 불구하고 여성농부가 아닌 남성농부가 면접에 응대하는 경우도 많았다. C군에 속하는 봉사자의 경우에도 2년 이상 봉사를 이어온 참여자들을 성별에 관계없이 연구자가 시장에서 직접 모집하였다.



농부 11	남성	40	경기 광명	기후변화 때문에 다품종 재배 해야해요
농부 12	남성	30	경기 양평	노원에서 도시텃밭 동아리를 했어요
농부 13	여성	20	전북 익산	20대 페미니스트 농부로 산다는 건 말이죠
농부 14	여성	40	경기 양평	이제는 토양과 미생물에 대해 공부해요
수공예가 1	여성	50	강원 평창	환경단체에서 평생 자원봉사를 해왔어요
요리사 1	여성	50	서울 강동	천연효모 빵 위해 녹음 우거진 이곳에 왔죠
요리사 2	여성	40	서울 마포	좋은 채소가 있어야 좋은 요리가 있어요

표 1-6. 연구참여자의 일반적 특성: C. 기타 운영·참여자

분류	성별	연령대	참여 형태	특이점
사진가 1	남성	30	유급	첫 시장부터 9년간 시장을 기록했어요
봉사자 1	여성	40	무급	‘마르쉐’따라 동네 시장을 만들었어요
봉사자 2	여성	30	무급	소비자에서 판매 도우미가 되었어요

### 제 3 절 연구의 흐름

본 연구의 구성은 다음과 같다.

2장에서는 문헌연구를 통해 연구의 분석의 기틀이 되는 개념들을 정리한다. 특히 정동 이론과 도시 연구의 접점으로서 공간 연구의 물질 전환(material turn)의 흐름을 짚고, 도시계획 연구에의 적용을 위한 지도화 방법을 논의한다. 이를 위해 레비 R. 브라이언트가 제안한 ‘존재의 지도(onto-cartography)’ 개념을 살펴보고, 농부시장과 먹거리 네트워크의 대안성을 담을 수 있는 두 가지 지도의 종류 ‘벡터도’와 ‘양상도’를 소개한다.

3장에서는 마르쉐 농부시장에 놓인 다양한 물질들과 상호작용을 탐색한다. 특히 도시의 자연으로서 몸들을 상기시키는 행위성들을 포착한다. 논의의 중심이 되는 행위성은 농작물을 매개로 하는 ‘대화’ 그리고 ‘요리’와 ‘먹기’이다. 나아가 이러한 행위성들이 마주치며 ‘마르쉐’ 농부시장에서만 경험할 수 있는 강렬함: 고유한 정동으로 솟아오르는 순간들을 포착하고, 이를 ‘벡터도’로 지도화한다. 나가며, 이러한 실천들이 가리키는 먹거리 실천 윤리의 방향을 정리하고, 선형적이지 않은 먹거리 실천의 윤리의 형성과정을 보기 위해, 담론을 함께 논의할 것을—‘양상도’로 나아갈 것을—제안한다.

4장에서는 ‘마르쉐’ 농부시장을 둘러싼 담론에 주목한다. 특히, 먹거리 실천들이 가리키는 먹거리 네트워크의 대안적 방향이 제도화되며 변하는 과정을 탐색한다. 3장에서 기술한 농부시장의 물질성과 고유한 정동적 특징은 농부시장 공간을 벗어나 일상생활로 이어지고, 점차 언어화 되어왔다. 이러한 과정에서 제도의 개입 또는 협력은 농부시장의 대안성을 성급히 규명함으로써 축소한다. 그러므로 이 일련의 과정을 ‘마르쉐’가 되어가는(becoming) 과정으로 보고, 3장에서 탐색한 농부시장의 물질성이 제도가 제시하는 먹거리 정책-주류 담론에 의해 포섭, 탈각, 또는 결합되는지 ‘마르쉐’ 농부시장의 물질과 담론을 둘러싼 긴장들을 포착한다.

5장에서는 연구의 결과를 요약하고 연구의 의의를 밝힌다.

## 제 II 장 문헌 검토

본 장에서는 도시형 농부시장 ‘마르쉐@’의 사회문화적 정착 과정과 독특성, 여타 농부시장과의 공통점 등을 기존의 문헌연구들을 토대로 검토한다. 본 연구의 중심 이론은 정동이론(affect theory)이며, 정동이론이 공간 또는 도시연구와 마주하는 다음의 두 가지 흐름을 중점적으로 검토한다.

첫째, 공간이론의 물질적 전환의 흐름 전반을 정동 이론을 중심으로 검토한다. 정동이론은 실천들의 잠재적인 힘과 사건적 순간들의 강렬함을 동일한 것으로 둔다(마수미, 2011: 67). 정동이론은 수동성을 행위성과 경계짓지 않고 동시에 사유하므로, 공적인 것과 사적인 것, 남성중심적인 것과 여성적인 것을 구분하지 않는다. 그리고 나아가 주체성에 대한 강조가 아닌, 주체성 개념의 해체를 제안한다(권명아, 2012, 2019; Clough, 2008 등 참조). 바로 이 지점에서 정동이론을 통해 도시를 이해한다는 것은 페미니스트 도시 이해와 연대한다. 특히 비판지리학과 도시의 문화연구 등에서 주목되어 온 앙리 르페브르 Henri Lefevre의 리듬이론과 그에 대한 페미니스트 연구의 비판적 전유, 공간이론의 물질적 전환(material turn), 그리고 이러한 비판적 관점을 적용한 포스트모던 도시계획이론과 조우한다.

둘째, 공간이론의 물질적 전환이라는 사유의 흐름이 도시계획 연구와 만나는 접점을 탐색한다. 정동이론이 주목하는 ‘잠재력’ 또는 잠재적 존재들을 담아내기 위한 지도화 방법을 탐색하고자, 대안먹거리네트워크와 농부시장에 대한 선행연구를 정리하고, 래비 R. 브라이언트의 ‘지도화’ 개념을 소개한다. 특히 ‘정동’이라는 동적 관념을 담을 수 있는 두 가지 지도로 ‘벡터도’와 ‘양상도’를 소개한다. ‘정동’을 지도화 하는 작업은 도시계획으로서 농부시장을 기획하는 ‘주체’들을 호명하기보다, 이름없이 행해진 다양한 실천들과, 실천들의 연결, 이로부터 추동하는 힘들을 보게 할 것이다. 나아가 이는 실천들을 둘러싼 담론 형성의 과정을 드러낼 것이다. 이를 위해, 이후 3장과 4장에서는 이를 적용, ‘도시형 농부시장’의 정동을 지도화하는 작업으로 농부시장이 가진 잠재력과 실천들의 방향성, 그리고 이에 대한 담론들을 포착한다.

## 제 1 절 공간이론의 물질적 전환(material turn)

지난 20여년 간 공간이론은 여성학, 인류학, 환경학(또는 생태학), 문학 등과의 다양한 학제간 연구를 통해 ‘물질적 전환(material turn)’이라고 일컬을 수 있는 변화와 조우해왔다. 이는 페미니즘 연구를 비롯한 문화연구들을 중심으로 주류 정치와 주류담론에서 소외된 존재, 몸, 비인간 들에 대한 연구로 나아갈 것을 제안하며 공간 연구의 인식론적 지평을 넓혀왔다(하이모어, 2015: 207). 물질적 전환 흐름 위에 있는 공간연구들은 개략적으로 다음의 두 가지 비판을 적극적으로 수용하며 대안을 모색해왔다. 첫째로 이들은 기존의 데카르트의 형이상학 이후에 강조되어온 온전히 감각하거나, 언어화 하고, 측량 할 수 있는 시공간에 대한 절대적인 이해를 비판하고, 상대적 이해로 나아갈 것을 제안한다(관련 논의는 Barad, 2003; Bollnow, 1963; Soja, 1989; Massey, 2005 등을 참조). 둘째로, 이들은 기존의 역사적 사회 발달, 노동 공간의 분화의 구조 등을 기술 해온 맑시스트(Marxist) 공간/지리 연구의 유물론적 관심이 역사적 유물론(실천적 유물론)에만 경도되어 왔음을 비판하고, 사회 구성체들의 생태적, 물리적 물성들에 대한 논의(존재론적 유물론, 인식론적 유물론 접근)의 필요성을 제안한다 (포스터, [2000]2016; Barad, 2003; Alaimo, 2010).

특히 도나 해러웨이 Donna Haraway, 엘리자베스 그로스 Elizabeth A. Grosz, 캐런 배러드 Karen Barad, 스테이시 앨라이모 Stacy Alaimo 등의 유물론적 페미니즘(material feminism) 연구들은 특히 이러한 두 가지 비판점을 받아들이고 주체/객체에 대한 이분적 사유를 넘어 몸들의 다양한 위치성의 교차에 따른 경험과 실천에 관한 연구로 나아갈 것을 제안해왔다. 이러한 제안은 스피노자적 사유에서의 ‘정동’을 이론화하는 작업과 연결된다. 대표적으로 브라이언 마수미 Brian Massumi, 멜리사 그레그 Melissa Gregg와 그레고리 J. 시그워스 Geogrotry J. Seigworth 들은 ‘정동’ 개념을 계승하고 다양한 몸들의 다양한 경험들과 그 구체성들을 정동의 속성인 ‘운동성’으로, 또는 ‘육체의 변주’나 ‘신체적 능력의 기울기’ 등으로 정리한다(마수미, 2011; 그레그&시그워스, 2015 참조). 뿐만 아니라 이들은 ‘정동’의 힘으로서 동적인 성질에 주목하고, 이러한 힘들이 집합적으로 터져나오는 순간들, 이를테면 시위, 퍼레이드, 특정 온라인 집단에서

대두되는 사회문제에의 감정적 대응 등에 주목한다. 그러나 이들은 동시에 정동이 ‘힘’과 동의어라는 것에 오해가 없어야 한다고 말한다. 즉, 힘이 국가 권력과 같은 결집된 권력으로 힘의 세기가 클 때에만 ‘정동’이 감각될 수 있는 것이 아님을 지적한다(시그워스&그레그, 2015). 이들의 작업은 미시와 거시의 스케일을 오가며 사례연구를 축적해왔고, 이는 도시 연구, 경관 연구, 몸-문화 연구, 정치생태학, 과학학(science and technology studies, STS) 등의 분야에서 ‘정동’을 탐색할 수 있도록 하는 초석이 되어왔다.

일례로, 일련의 몸-문화 연구들은, 구체적인 사례들을 기반으로 인간/비인간 몸들이 일상에서 타자의 몸들과 마주치며 만들어내는 정치적 긴장과 역동성을 탐색해왔다(배넷, 2020; 김현철, 2014; 김홍중, 2016b; 한윤애, 2017; 허성원, 2019 등 참고). 이러한 맥락에서 공간이론의 물질적 전환은 ‘공간’ 또는 ‘도시’를 몸의 확장으로 이해한다. 도시를 몸의 확장으로 이해하는 관점의 연구들은 도시를 고정된 제도가 아닌 다양한 정체성과 감각, 정동들의 혼합으로 본질적으로 재현 불가능한 것으로 본다. 이러한 일련의 연구들은 최근들어 급속히 증가하는 추세에 있으며, ‘정동적 도시론’이라는 이름으로 종합되기도 한다. 이 연구들은 르페브르의 ‘공간의 생산’에 대한 통찰에서 시작되기도 하며, 대체로 ‘정동’에 대한 들뢰지안 관점의 철학적 연원을 두고 있다. 이들은 도시 또는 지역, 특정 공동체, 공간들을 정동적인(affective), 역동적인 혹은 리드미컬한(rhythmical) 성격으로 보고 도시/장소의 정체성들이 끊임없이 재구성되는 과정을 두껍게 기술한다(Kim Dovey, 2010; Rankin, 2011; Ruddick, Peake, & Patrick, 2017; Singh, 2013 등).

## 1. 정동

요컨대 정동은 “힘들의 마주침(forces of encounter)”, 그러나 특별히 강력할 필요는 없는 힘들의 마주침이다(시그워스&그레그, 2015: 15). 정동의 가장 단순한 발현 형태로 개인의 감정(emotion): 행복, 즐거움, 분노, 공포, 기쁨 등을 가정해보자. 감정이 그렇듯 정동은 움직이는 성질을 갖기 때문에, 개인의 몸에서 촉발된 감정은 이내 몸 밖으로

빠져나와 공기 중이나 타인에게 닿을 수 있다. 이 경로는 다음의 두 가지로 나뉠 것이다. 하나는 언어를 통해 표현하는 것, 두 번째는 함구하는 것이다. 그동안의 근대적 사회과학, 심리학 등의 연구에서 우리는 언어를 통해 표현되는 감정에 대해 담론 분석, 설문조사 등을 통해 접근해왔다. 그러나 함구된 감정에 대해서는 연구 가치가 없는 것, 또는 ‘과학적’ 연구가 불가능한 것으로 여겨 등한시해왔다.

반면 정동은 이 ‘함구’한다는 것의 의미를 탐색가능하게 한다. 표정으로 드러나거나, 혹은 짐짓 자세를 고쳐 상대방로부터 등지고 앉는다거나, 숨을 깊이 들이마시고는 쉽사리 내쉬지 않는 등의 언표를 통해 드러나지 않은 감정들도 정동으로 포착되기 때문이다. 이러한 점에서 정동의 힘은 잠재적이다. 그리고 동시에 감각가능한 정도로 ‘강렬’하다. 이처럼 정동의 ‘강렬함<sup>⑩</sup>’이라는 것은 감정의 표현이 극대화 되었다거나, 감정적 반응이 개인의 몸 안에서 극대화되어 뇌의 일부분에 화학물질이 결집되거나, 심장이 빠르게 뛰는 것과 꼭 같지 않다. 정동의 강렬함이란 감각되고, 또한 기억된다는 것이다. 특히 개인의 몸이 다른 몸들 또는 물질들과 연결되어 움직임의 궤적 또는 감정이 전달되거나 전달받았다는 사실이 기억된다는 것이다. 이것이 바로 정동의 초개체적인 성질이다.

이러한 점에서 정동은 감정의 전이를 감각할 때 촉발되는 것이자, 실천의 매개이다. 이와 같은 정동의 성질은 정동이 “정치의 차원을 내재(마수미, 2018: 12)”하고 있음을 보여준다. 몸들과 물질들 간의 마주침의 상황에서 정동은 촉발되고 잠재되어있던 힘들은 실천의 형태로 드러난다. 그러므로 정동은 실천적 힘을 촉발한다는 면에서 필연적으로 인간/비인간 매개들과의 연결과 긴장을, 즉 정치의 차원을 내재한다. 모이라 게이튼즈는 이러한 정동의 정치적인 성격이 몸들 간의 경계에 생긴 균열을

---

⑩ 마수미(2018)은 이미지의 효과의 세기나 지속을 강렬도로 정의하고 있다. 그리고 이러한 강렬함은 육체의 표면이나 깊은곳에서 일어나는 심층적인 반응들을 포함하기도 하지만 보다 형식/내용 (자질) 수준에 더 관계한다고 서술하고 있다. 마수미에 따르면 강렬함은 감정적 상태로서의 특질이기도 하고, 이것은 시간에 난 하나의 구멍이기도 하다, 그리고 그 구멍 안은 운동, 공명으로 차 있다고 서술한다(48-51). 본 연구는 이러한 서술에 주목해 정동과 강렬함의 관계를 “감각되고 기억되고, 나아가 실천을 야기하는” 관계로 정의한다.

감각하게 한다고 말한다. 또한 정동은 몸들이, 또는 하나의 물체, 집단/사회가 닫힌 계나 완결성을 가진 존재가 아님을 드러낸다고 설명한다(Moira Gatens, 2004: 115; 프로빈, 2015: 136에서 재인용), 다시 말해 정동은 ‘이방인’의 존재와 함께 드러난다. 그러므로 정동을 연구한다는 것 또한 정치적인 작업이며 급진적인 작업이다<sup>19</sup>. 나아가 정동연구는 필연적으로 촉발의 매개가 되는 마주침과 마주침의 무대라는 공간에 대한 상상과도 긴밀히 조우한다(김홍중, 2016a 참고). 바로 이 지점에서 정동연구는 인구가 밀집된, 그만큼 다양한 마주침이 발생할 수 있는 도시연구로도 이어져왔다.

## 2. 정동과 도시

도시를 정동의 무대로, 또는 도시가 정동적 힘들로 인해 구조되는 것으로 보는 일련의 도시연구들은 ‘정동적 도시론(affective urbanism)’을 제안한다. 이러한 일련의 도시연구들의 중심 의제에는 도시계획-또는 도시에서의 의사결정과정에서의 포용성을 핵심 의제로 둔다(Viderman and Knierbein, 2020). ‘정동적 도시론’은 그 개념적 연원으로 정동과 아상블라주에 대한 사유를 집적해온 들뢰지안 관점의 공간연구, 정동이론, 그리고 마르크스주의 비판정치지리를 연결하고, 문제시 되어온 도시에 존재함으로써 정치적 의사체로 개입하는 다양한 소수자적 존재들에 주목한다. 특히, 도시를 다수의 주체들에 의해 생성되어가는 과정적으로 서술하는 르페브르의 ‘리듬’ 개념은 비판정치지리와 들뢰지안 관점의 정동이론의 접점이 되어왔다(Nigel Thrift, 2008; Viderman and Knierbein, 2020; 김현철, 2015; 신진숙, 2018, 2019; 고민경 2020 참조). 본 소절에서는 정동적 도시론에서 르페브르의 논의가 정동 이론을 토대로 한 도시 이해와 어떤 유사성을 갖고 연결되는지를 탐색하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 ‘정동’ 개념과 르페브르의 ‘리듬’ 개념을 중심으로 두 이론에서 공간 인식에의 유사성을 탐색해보자.

---

<sup>19</sup> 한 개인의 몸이 아닌 타자들의 몸을 기억가능하게 하는 정동의 강렬함은 체계적으로 조직되지 않은 정치적 힘들의 경합을 탐색 가능한 것으로 만들어왔다(권명아, 2018; 김홍중, 2019; 신현준, 2016; 김현철 2020; 고민경, 2020; 김지혜&윤순진, 2021 등 참고).

“공간은 매개물인가? 환경인가? 중간자인가? 그렇다. 하지만 점점 덜 중성적이고, 점점 더 적극적이며, 도구인 동시에 목적이자 수단인 동시에 목표가 된다. 이 때문에 희한하게도 공간은 ‘매개’라고 하는 원래의 범주를 벗어난다”. (르페브르 2011: 577)

르페브르의 ‘공간’, 그리고 도시에 대한 통찰은 정동이론에서 공간과 도시를 보는 관점과 상당히 유사하다. 위의 르페브르의 서술에서처럼 공간이 ‘매개’라고 하는 원래의 범주를 벗어나고 도구인 동시에 목표가 된다는 것은, 이후 살펴볼 정동이론에서 ‘공간’을 정동을 담는 그릇이기보다 정동 그 자체에 가까운 것으로 운동과 변화의 성질을 갖는 것으로 보는 통찰과 유사하다(브라이언트, 2020: 220). 특히 르페브르의 후기 연구에 등장하는 ‘리듬’ 개념은 르페브르가 꾸준히 논의해온 도시의 역동성과 창발성, 그리고 도시를 만들어가는 과정의 비고정성과 힘들의 경합 전선에 대한 통찰을 정식화한 것으로 주목할 필요가 있다(르페브르, 2011; 2013). 이는 리듬의 정형화된 측면만이 아닌 운동성을 갖고 있는 유기적인 측면을 부각한다는 점에서 정동과 친화성을 갖는다<sup>20</sup>. 뿐만 아니라 정동이 정치를 내재하고 있다는 점은 리듬이 언제나 ‘울(mesure)’을 수반한다는 르페브르의 서술과도 연결된다. 풀어 설명하자면, 르페브르에게 리듬은 해가 뜨고 지고, 달이 지구를 공전하고, 행인이 거리를 걷는 리듬과도 같이 자연발생적인 것이기도 하지만, 동시에 그에 대한 예측된 의무와 계획을 갖는 것이다(르페브르 2013: 50-65). 그러므로 리듬은 법과 제도, 질서의 범주의 기계적인 것, 반복, 선형적인 것, 연속적인 것과 그 대립쌍인 유기적인 것, 차이, 순환적인 것, 불연속적인 것들 간의 긴장 속에서 그려진다.

---

<sup>20</sup> ‘리듬’은 일상어에서의 리듬과는 운동의 유기적인 측면을 강조한다는 점에서 다르다. 그는 또한 리듬의 운동성을 강조함과 동시에 - 그 운동성이 자연적인 것으로 보이지만 역설적으로 항상 ‘울(mesure)’이라는 계산되고 예측된 의무와 계획이 수반된다는 사실을 짚어낸다(르페브르 2013: 50-65). 해가 뜨고 지는 리듬, 달의 공전에 따른 썰물과 밀물의 리듬도 그러할 뿐 아니라 도시의 구성원들이 산책을 하거나 차들이 도로를 달리는 리듬도 그러하다(르페브르 2013: 63; Thrift 2008). “리듬의 일반적인 개념 …… 의미는 아직 불투명하다. 우리는 자주 리듬을 운동, 속도, 동작 혹은 사물들의 연쇄(가령, 기계 같은 것)와 혼동한다. 그래서 리듬을 따르는 운동의 유기적 측면을 외면하고 리듬의 기계적 측면에만 주목하는 것이다(르페브르 2013: 59)”. “리듬 개념의 전개를 위해서는 다음과 같은 체계화된 일련의 범주(개념)와 대립쌍들이 필요하다. 반복과 차이/기계적인 것과 유기적인 것/ 발견과 창조/ 순환적인 것과 선형적인 것/ 연속적인 것과 불연속적인 것/ 양적인 것과 질적인 것(르페브르, 2013: 67)”.



위와 같은 정동과 리듬 두 개념간의 친연성과, 철학적 계보, 도시 연구의 용태를 고려하면 정동과 리듬 두 개념은 점이 아닌 면을 공유하는 듯 보인다. 나아가 두 개념은 상보적으로 작동하며 도시의 일상을 기술하는 과정에서 쉬이 드러나지 않던 비인간, 여성, 퀴어, 유색인종 등의 행위성을 드러낼 수 있도록 한다. 다만 두 개념에 차이가 있다면 정동은 연결을 통한 힘의 촉발을 그린다면, 리듬은 대립이 있는 상태의 긴장을 그려낸다는 것이다. 즉 정동은 연결의 종류나 힘의 방향을 반드시 특정하지는 않지만 리듬은 체계적인 대립쌍을 그려내고 서로를 향한 힘들의 방향을 그린다. 그러므로 정치적 대립의 상황에서 저항의 대상을 그려내기에는 리듬이, 개별적인 것으로 흩어진 것으로 보이는 정치적 힘들의 방향을 그려내는 데에는 정동이 적합할 수 있다.

정동과 리듬, 두 개념의 친연성에 주목하는 ‘정동적 도시론’은 담론-권력을 중심으로 그려진 타자화되어온 존재들의 실천의 일상적 존재와 관계도, 나아가 그 잠재성을 파악하고자 하는 것을 목적으로 해왔다(Videman and Knierbein, 2020). 즉, 정동적 도시론은 존재들의 정치적 행위성이 주류 담론으로 규합되거나 언어화 되기 이전에 잠재력으로 존재해왔음에 주목한다. 이러한 잠재력은 일상적인 실천을 포함하고, 마주침으로 상호 영향을 주고 받고 나아가 도시를 변용시킨다.

### 3. 정동의 궤적

그렇다면 우리는 이러한 역동적인 도시 또는 공간으로서 ‘정동’을 어떻게 포착할 수 있을까? 정동의 동적인 성질을 고려할 때 우리는 이것을 과정적인 것, 궤적, 또는 벡터(vector)로 그려내 볼 수 있을 것이다. 우리가 가장 단일한 것으로 여길 수 있을 한 개인의 몸을 상상해보자. 앞서 살펴본 것처럼 개인의 차원에서 정동은 ‘감정(emotion)’으로 감각된다(김홍중, 2013: 8). 그렇다면 ‘화’, ‘울분’, ‘기쁨’, ‘한’, ‘즐거움’ 등의 감정, 즉 개인적 차원의 정동은 마음 또는 뇌에 있는 것일까? 이것을 분명하고 구체적으로 밝히는 것은 신경생리학, 심리학, 뇌·인지과학 연구의 영역일 것이지만, 우리는 직관적으로 뉴런과 뉴런 사이, 또는 심장과 뇌 사이를 오가며

전해지고, 증폭되고, 감소하고, 변모하는 근원적 에너지의 흐름을 상상해 볼 수 있을 것이다.

정동은 몸의 밖으로 말과 표정, 몸의 움직임의 모양과 형태, 질량 등을 통해 몸의 밖으로 전달될 수 있을 것이다. 즉, 정동은 방, 시장, 공원, 음식점 등과 같은 특정 물리적 공간과 온라인 커뮤니티와 같은 온라인 공간 등에 배태될 수 있다. 이러한 관점에서 정동이론을 정리한 대표적인 이론가인 브라이언 마수미, 레비 R. 브라이언트 등은 공통적으로 공간을 정동의 궤적 또는 정동이 배태된 사건-공간으로 설명한다. 아래 마수미의 설명을 보자.

“잠재는 선수의 활약 공간이다-또는 그것이 하나의 공간이라면, [활약 공간]일 것이다. 그것은 한 공간의 변형이다. 그 공간은 말 그대로 운동장이며, 골대 사이에 있는 지면이다. 선수나 공이 그 공간에서 하는 어떠한 그리고 모든 운동은 거기서 펼쳐지는 잠재적 운동의 분포를 형성시킨다. 그러한 변형 각각이 바로 하나의 사건이다. 경기는 뛰고 있는 실질적 항들이 물리적으로 뒤섞이는 경험적 사건—공간을 이중화하는 사건—차원이다(마수미 2011: 137)”

이렇듯 정동이 몸의 안팎에 어떤 질량을 가진 물질에 배태되어 존재하기 때문에 우리는 개인의 몸을 벗어난 정동 또한 감각할 수 있다. 바로 이러한 정동의 속성에서부터 정동이론은 다음의 강점을 갖는다. 정동은 담론과 주체를 중심으로 사유할 때에는 포착되지 않았던 잠재력들이나, 타자화되던 몸들의 존재 자체를 감각 가능한 것으로 드러낸다. 또한, 끊임없이 변형되는 과정 중에 있기 때문에 언표가 되거나, 설명하거나 표정으로 드러낼 수 있는 ‘감정’이 되지 못한 목음의 ‘잠재’들도 정동으로서 몸과 공간이라는 물질들을 통해 드러난다. 이러한 이점에 기반하여 정동을 이론적 배경으로 탐색한 선행 문화연구들과, 소수자 정치에 대한 탐색들은 그동안 구체적인 사례들에 적용되어왔다. 본 연구는 축적된 다양한 사례들을 기반으로 정동이론은 물질들의 잠재력과 그 실천의 궤적을 그려나갈 것을 제안한다.

## 제 2 절 농부시장의 물질과 담론

본 절의 목적은 정동의 지도화 가능성을 소개하고, 정동이론의 도시계획적 효용을 탐색하는 것이다. 먼저 정동의 궤적의 지도화 작업을 이해하기에 용이하도록 ‘물질-담론적 실천(material-discursive practices)’ 개념을 간략히 살펴보자. 이는 유물론적 페미니즘(material feminism)의 기틀이 된 해석을 제시한 캐런 배러드 Karen Barad가 제안한 개념이다. 배러드는 미셸 푸코 Michel Foucault의 ‘담론적 실천’ 개념이 사회구성주의적인 관점에 경도되어 전유되어 왔음을 비판하고, 담론적 구성과 물질적 속성을 함께 보아야 함을 주장한다(Barad, 2003: 808~822). 앞에서 살펴보았듯, 정동이 감정과 다른 것은, 표정, 언어 등으로 표현되기 이전-즉 담론 이전의 상태에 놓여있기도 하다는 점이다. 그러므로 정동을 탐색하는 과정에서는 사회과학에서 ‘담론’이라 이름 붙여왔던 이념, 가치, 언표, 상징, 사회정치적, 문화적 논쟁 뿐 아니라, 정동이 배태되어 있거나 경유하는 ‘몸’, 과 ‘공간’, ‘도시’를 구성하는 물질들의 존재와, 성질을 함께 보아야 한다. 이러한 점에서 배러드의 ‘물질-담론적 실천’ 개념은 본 연구에서 살펴볼 농부시장, 농작물, 다양한 이해관계자들, 나아가 ‘대안먹거리네트워크(alternative food networks)’ 개념을 이해하는 데에 필요한 존재론을 제시하고 있다<sup>21</sup>. 아래의 인용을 보자.

“문제는 담론적 요소만 중요한 것이 아니라 물질적 요소도 중요하다는 사실이 아니다. 문제는 제약과 조건, 실천이 결합된 물질적-담론적 성격이다(Barad 2003: 823; 앨러이모 2018: 107에서 재인용)”.

---

21 배러드는 이론 물리학을 전공한 과학철학자이자 페미니스트 이론가로서 닐 보어 Niels Bohr의 양자물리학이 담지하는 철학적 구상을 소개하며 보어의 과학철학과 미셸 푸코 Michel Foucault의 사회 철학을 함께 사유한다. 배러드는 그 동안의 데카르트적 존재인식이 인간중심적인 존재론으로 이어지게 하였음을 비판한다. 또한 언어와 기표에 대한 과도한 맹신에서 오는 설명이 불가능해진 기표의 한계로 재현이 불가능한 상황의 존재를 역설한다. 나아가 배러드는 재현이 불가능한 존재들을 탐색하기 위해서는 기존의 사회구성주의적인 접근으로는 부족함을 주장하면서, 행위-실재적 존재론 agential realist ontology을 제시한다. 행위-실재적 존재론은 존재들의 물질성과 동시에 담론적인 역동성이 함께 존재를 구성한다는 것이다.

위의 구절에서 배러드가 강조한 ‘물질적 요소들’이란 언어적, 문화적인 재현이 불가능한 범위에 (임시적이거나 영구적으로) 놓인 존재들에 대해 주목할 필요를 설명한다. 그 동안의 과학적 연구들은 모두 언어적, 문화적인 재현을 맹신하였는데, 이로 인해 ‘단어들(words)’과 ‘것들(things)’ 사이에는 간극이 생겨났다는 것이다. 배러드의 이러한 통찰은 정동이론이 해체하고자하는 주체/객체의 이분적 사유에 대한 비판을 부연한다. 또한, 배러드는 이러한 기존의 재현주의(representationalism) 사유가 데카르트주의 인식론의 삼항적 구조-단어들(words), 것들(things), 아는자들 (knowers)-를 기반으로 하며, 언어를 사용하는 인간 존재가 비인간 존재와 선형적으로 경계지어진 것으로 사유하게 하는 주역이 되어왔음을 비판한다(Barad, 2003: 813~818).

이러한 비판 위에서, 배러드는 담론적 구성과 물질적 구성의 부딪힘과 역동성을 볼 수 있게 하는 존재론의 필요성을 역설한다. 배러드는 존재와 실천들의 역량에 대해 사회과학적 탐색을 해왔던 몇 이론가들을 소개하며, 특히 푸코의 작업에 주목한다<sup>22</sup>. 배러드는 푸코가 계보학을 통해 탐색해온 특정 시대를 통섭하는 담론과 규범에 ‘따르거나’, ‘저항하는’ 몸들의 움직임은 “담론적 실천”일 뿐 아니라 “물질적 실천”인 것으로 포착할 필요성을 역설한다. 배러드는 푸코가 신체적 몸(physical body)을 부정하지 않고 몸과 섹슈얼리티, 규율과 통제의 힘에 관한 담론의 역사를 상술하였으나, 몸의 생물학적 부분과 역사적인 부분이 어떻게 연결되어 있는지를 보이지 않았음을 비판한다. 즉, 배러드는 푸코가 제시하는 몸들의 ‘담론적 실천’과 본질적으로 연결된 물질성을 강조한다.

본 연구는 배러드의 이러한 푸코에 대한 비판에서부터, 몸을 구성하는 물질-담론을 공간과 도시의 물질-담론에 대한 통찰로 확장할 것을 제안한다. 몸들이 가로지르는 공원이나 시장 또한 제도나 담론을 통해 규정된 기능만을 담당하는 것이 아니며, 공간에 배태된 정동-잠재적 존재들-이 ‘공원’이나 ‘시장’, ‘도시’를 유기적으로 끊임없이 변화하게 하기 때문이다. 즉, 대안먹거리네트워크로서 농부시장은 일반화나

---

22 배러드는 미셸 푸코의 담론적 실천 개념이 주디스 버틀러 Judith Butler의 ‘수행성(performativity)’ 개념과 조우할 때, 언어적 재현에 대한 수행적 이해를 가능하게 한다고 주장한다(Barad, 2003: 812).

안전한 재현이 가능하지 않은, 과정적이고 유기적인 공간이자 ‘물질-담론적 실천’ 그 자체이다.

## 1. 대안먹거리네트워크로서 농부시장의 물질과 담론

대안먹거리네트워크(AFNs), 또는 대안 먹거리 이니셔티브(alternative food initiatives, AFIs)<sup>23</sup>란, 먹거리를 생산하고 공급하는 체계의 사회적이고 생태적인 문제점을 고려하여 보다 대안적인 먹거리 공급-소비 체계를 구축하기 위한 일련의 시도들을 일컫는다. 이러한 대안 먹거리 계획의 대표적인 예시로는 먹거리 꾸러미 사업(community supportive agriculture, 이하 CSA), 생활협동조합, 그리고 농부시장(farmer's market) 등이 있다. 세계화 이후 점차 먹거리 체계가 초국적 기업의 독과점 등이 심화되자 대안먹거리네트워크의 양상 또한 지속적으로 증가했으며, 이에 대한 사회과학 및 도시계획 분야의 연구들 또한 증가해왔다. 가장 주된 연구는 대안먹거리네트워크가 먹거리 안전(food security) 또는 식량주권(food sovereignty)을 확보하는 데에 기여하는 정치경제적 효과에 대한 것이었다<sup>24</sup>.

---

23 대안먹거리네트워크는 종종 영미권의 연구에서 ‘alternative food initiatives’로 언급되기도 한다. 이니셔티브(initiative)는 국어사전에는 “주장이 되는 위치에서 이끌거나 지도할 수 있는 권리”로 등재되어 있는 개념으로, ‘계획’, ‘주도권’, ‘자주성’ 등으로 번역이되기도 하지만 대체로 그 의미를 포괄하기 어려워 발음에 따라 ‘이니셔티브’로 쓰인다. 본 연구는 혼동을 피하기 위해, 또한 농부시장의 네트워크로서의 공간적 성격을 드러내기 위해 ‘대안먹거리네트워크’ 개념을 사용하였지만, 여기서 이니셔티브 개념의 유용성을 함께 제시하고자 한다. 본 연구의 주 논지는 국내의 도시계획에서 대안먹거리네트워크 또는 대안먹거리이니셔티브를 시민주도의 관점에서 사유하는 것의 중요성에 관한 것이다. 이러한 점에서 이니셔티브는 ‘계획’을 이끌어가는 집단을 의미하기 때문에, ‘마르쉐’ 농부시장 사례에 적용했을 때, ‘마르쉐’ 농부시장에 관여하는 조직 전체를 대안먹거리이니셔티브로 일컬을 수 있을 것이다.

24 대안먹거리네트워크에 대한 사회과학 일반의 연구들은 주로 지역학, 지역지리학, 농촌사회학, 발전사회학을 중심으로 이뤄져왔으며, 정치경제적 배경과 효과에 대한 탐색이 주로 이루어져왔다. 이 연구들은 농부시장이 단순히 먹거리를 사고 파는 경제적 기능만이 아닌, 농부와 소비자의 마주침을 중시함에 따라 독특한 사회적이고 문화적인 양태를 보이는 점에 주목한다(김원동, 2011, 2016a, 2016b, 2020; 김철규, 1999, 2011, 2020;

농부시장에 대한 연구 또한 이러한 흐름 위에서 점진적으로 증가해왔는데, 2000년대 이후 영미권과 일본 등을 중심으로 부상하기 시작한 농부시장은 단연 독특한 공간적 특성과 먹거리 생산-소비 체계의 대안성을 드러내는 공간이었기 때문이다<sup>25</sup>. 농부시장에 대한 관심은 그동안 지리학, 농촌/환경 사회학, 지역학 등의 분야에서 점차 증가하였다. 농부시장이 대안먹거리네트워크의 하나의 양상으로 분류되는 만큼 그동안 세계 각지의 농부시장에 대한 연구들 또한 주로 식량안보 또는 식량주권에 기여하는 정치경제적 효과에 대한 분석이 주를 이루어왔다.

즉, 대안먹거리네트워크로서 농부시장에 관한 정치경제적 관점의 연구들은 식량안보, 먹거리 생산에 기여하는 농부들의 주권, 종자 주권(seed sovereignty) 등의 확보를 목적으로 하는 농부시장의 담론적인 측면에 주목해왔다. 그리고 이러한 담론적 측면에서 대안먹거리네트워크로서 농부시장은 영미권 국가에서는 적극적인 포섭정책으로도 이어져, 영미권에서 농부시장은 국가(state)의 식량안보 및 복지정책으로 자리잡아왔다(김원동, 2011). 그러나 다른 한 편, 농부시장은 국가별, 지역별로 각기 다른 사회문화적인 배경을 기반으로 자생적으로 생겨나는 경향을 갖는다. 그러므로 농부시장이 ‘식량안보’ 또는 ‘식량주권’에 대한 담론적인 실천의 한

---

김종덕, 2004, 2009; 이해진, 2012; Hinrichs, 2000; Alkon, 2008, 2009). 위의 연구들에 따르면 농부시장은 대안 먹거리 네트워크로서, 농부와 소비자간의 사회적, 물리적, 자연적 거리를 감소시키는 기능을 하며, 단순히 물건의 거래가 이루어지는 공간이 아닌 다양한 양태의 사회적 효용(예를 들면 신뢰와 상호배려의 판매인-소비자 공동체로서, 먹거리 교육의 공간으로서, 먹거리 불평등을 완화하는, 김원동, 2016)을 갖는 공간이다(Kneen, 1993; 김철규, 2011: 115에서 재인용).

25 각국의 다양한 양태로 퍼져 있는 농부시장의 공통된 역할은 도시 소비자들을 위한 먹거리 안전망을 형성하는 것이다. 그러나 농부시장의 규범적인 성격은 그 발생의 배경, 변화 및 지속의 각기 다른 과정에 따라 일정 부분 변화, 혹은 진화해왔다. 특히 도시형 농부시장은 다양한 인종, 문화, 젠더, 섹슈얼리티, 비인간존재들 사이의 마주침을 야기하며, 단일한 하나의 모델이 아닌, 다수의 모델을 만들어왔다. 농부시장은 시장을 만들어가는 행위자들 간의 문제인식, 가치지향, 윤리, 정동 등에 따라 그 성격이 지속적으로 변형되어가는 독특성을 갖는다. 이러한 상황에서 여러 선행연구들은 농부시장의 다양성을 비교연구하여 농부시장을 만들어가는 공공계획가를 비롯한 다양한 행위자들이 어떤 방식으로 농부시장을 인지, 조직, 기획, 모방하는가에 따라 여러 유형으로 분류하기도 하였다(김원동 2016, 2018; Alkon, 2008; Turner and Hope, 2014).

양태로 발생했을 지라도, 각 지역의 문화에 따라 그 발생의 양태가 세분화되어 나타나고, 고정된 규범보다도 실천의 영역에서 그 가치가 변화되며, 사례별로 농부시장의 담론이 재규정되는 성향을 갖는 것이다.

농부시장을 둘러싼 담론의 각 사례별 창발적 재조합은, 제도주의적 연구에서는 농부시장의 유형화를 통해 포착되지만<sup>26</sup>, 문화인류학적 방법론을 차용하는 연구들과, 일련의 (페미니스트) 정치생태학((feminist) political ecology) 연구에서는 사례의 독특성에 기반한 물질성에의 탐구로 이어져왔다(Slocum, 2008; Turner and Hope, 2014; Smithers, Lamarche, and Joseph, 2008). 이들은 농부시장을 만들어가는 행위성들과 농부시장에 놓인 인간 외적 존재들에 대해 탐색하고 있으므로, 정동 연구에서의 물질들 간의 리즘적 결합과 마주침으로부터의 정동 촉발에 대한 연구와 접점을 갖는다.

예를 들어, Slocum(2008)은 Minneapolis 농부시장을 사례로, 농부시장이 인종적으로 분화되어 있음에 주목한다. Slocum은 연구의 인식론적 배경으로 Grosz의 몸-페미니즘 이론(corporeal feminist theory)을 불러오는데, 이를 통해 주체/객체, 사회/자연, 남성/여성, 장애/비장애 등의 이분이 아닌, 관계성의 측면에서 농부시장을 이해할 것을 촉구한다. 그러므로 Slocum에 따르면 농부시장은 몸의 스케일에서 체현되는 곳이고, 인종간의 마주침의 장이라는 데에 그 중요성이 있다. 반면 Turner and Hope(2014)는 농부시장의 행위자로 비인간 행위자에 주목한다. 이들은 농부시장에서 인간과 비인간들의 다양한 마주침이, 농부시장이 대안 먹거리 계획의 주춧돌로 기능할 수 있는 가능성을 담지하는 것으로 주목한다.

이처럼 다양한 물질들이 놓인 대안먹거리네트워크로서 농부시장을 이해하기 위해 본 연구는 보다 적극적으로 농부시장을 오가는 물질들과 그 성질에 관해 탐색할 필요를 제기한다. 이는 특히 각 국가별, 지역별로 농부시장이 만들어가는 먹거리 네트워크로서의 대안성은 각기 다르기 때문에 필요한 작업이다. 먹거리 네트워크의

---

26 일레로 이해진(2012)은 AFN의 활성화를 위한 필요요건으로 ‘먹거리 시민’개념을 불러온다. 이해진의 조사에 따르면 한국의 먹거리 시민은 주로, 40~50대 여성 주부이며, 교육과 직업, 소득수준 및 먹거리 위험인식과 시민행동 성향이 일반소비자들보다 높다. 김원동(2018)의 미국 농부시장에 대한 사례연구도 농부시장 별 이용양태를 유형화 하고 있다는 점에서 농부시장에 대한 제도주의적 연구로 분류해볼 수 있다.

대안성이란 선형적으로 규범적인 것이 아니며 농부시장의 기획과 운영과정에서 각 지역의 사회문화적 배경에 따라 끊임없이 (재)조합되어왔다. 앞서 살펴보았듯, 한국의 농부시장의 경우, 농촌지역에서 농부시장 발생의 맥락과, 도심지역에서 농부시장의 발생 과정에 큰 차이가 있을 뿐 아니라, 지자체 주도의 농부시장과 시민들이 자발적으로 만들어낸 자생적 농부시장간에도 큰 차이가 있다. 그러므로 도시의 한 가운데 낯설게 놓여지는 감자, 파, 무, 버섯, 각종 토종 벼나 우리밀 등과 같은 농작물들의 물질성과 물질들의 조합으로 촉발되는 농부시장의 대안성은 개별 사례의 특이성 안에서 탐색될 필요가 있다. 또한 개별 농부시장에 개입한 담론들의 양상과, 담론의 기원을 함께 탐색해야 할 것이다.

그러므로 대안먹거리네트워크로서 한국의 농부시장에 접근하기 위해서는 농부시장에 개입하는 몸(인간/비인간)들의 물질들을 살펴볼 필요가 있다. 나아가 농부시장을 시시각각 구성하는 몸들의 배치와 그로부터 촉발되는 정동의 궤적을 그려볼 필요가 있을 것이다. 이러한 작업을 거치고 나면 농부시장이 어떠한 ‘담론’들을 만들어내거나, 기반으로 두었거나, 특정한 방향으로 견인하거나, 어떠한 ‘담론’ 안으로 포섭되는지를 살펴볼 수 있을 것이다.

## 2. 농부시장에 관한 도시계획 연구에서 정동이론의 효용

이와 같은 농부시장에 관한 여러 관점의 연구들에는 공통점이 있는데, 서술과정에서 농부시장이 갖고 있는 특유의 ‘분위기(atmosphere)’에 대한 서술이 빠지지 않고 등장한다는 것이다. 그러나, 농부시장의 ‘분위기’는 연구의 대상으로 전면적으로 탐색되지는 않는다. 그나마 최근 들어 관광학이나 조경학 분야의 연구에서 농부시장의 공간 디자인이나 입지현황에 대한 연구가 소수 이루어져왔지만, 국내의 경우 농부시장에 대한 도시계획분야의 연구는 전무하다<sup>27</sup>. 그러므로 농부시장의 정동을

---

27 농부시장의 장소성과 공간, 입지 등에 대한 도시계획적 차원의 연구는 다른 사회학적, 문화적, 지리적 연구들에 비해 미진한 실정이다. 농부시장의 공간 디자인이나 입지현황 분석 연구 등은 미국을 중심으로 1990년대 초부터 발간되었고, 최근 조경분야의 연구들 또한 소수 이루어지고있으나 미진한 실정이며, 국내 농부시장을 사례로 한 연구는



탐색하는 것은, 농부시장의 그 ‘분위기’와 사회문화적 효과를 전면적으로 탐색하는 것이며, 앞으로의 대안먹거리네트워크에 관한 도시계획 연구의 지평을 확장하는 작업이 될 것이다.

도시형 농부시장의 정동은 시장을 만들어가는 힘들의 잠재태이자 실천들이며, 일련의 궤적을 그리고있다. 즉, 정동은 잠재적이고 실천적인 것으로 공간을 만들어내는 행위인 것이다. 바로 이러한 점에서 정동은 공간을 감각하는 체현(embodiment)으로 이어진다. 그렇기 때문에 정동은 때로 상징이나 언어, 조직과 정책, 결집된 담론 등으로 드러나기도 한다. 이것이 도시를 만들어가는 과정적 힘을 뜻하기 때문에, 도시에서 정동적 실천에 대한 탐색은 도시계획이론에서 ‘과정’을 강조하고 또한 ‘시민(또는 주민)들의 참여’를 강조하는 이론과의 접점은 분명해 보인다. 그러나 2000년대 초반부터 지속되어온 정동 연구에 대한 인문학과 사회과학 분야의 관심의 고조에 비하면, 도시계획에 있어서의 정동적 전환에 대한 직접적인 관심은 소수의 계획가들만을 중심으로만 있어왔다(Anderson, 2006; Anderson and Holden, 2008; Wolfrum and Brandis, 2015; Wolfrum and Janson, 2019; Viderman and Knierbein, 2020 참조).

정동적 관점의 연구들은 주체가 아닌 ‘실천(practice)’을 행위의 단위로 사유한다(Thrift, 2007: 13). 이러한 사유의 단위를 도시계획에 적용하면 기존의 도시계획에서의 위계질서는 자연스럽게 해체된다. 도시계획에서의 시민참여 논의의 기초가 되어 온 시민참여의 단계를 구분하는 Arnstein의 사다리(1969)<sup>28</sup>는 ‘시민참여’ 개념과 함께 해체된다. 대신, 정동이론은 ‘실천’을 통한 사유를 제시하고 리즘적으로 연결된 행위자들을 펼쳐볼 수 있게 한다. 나아가 그 ‘연결’이 가리키는 잠재력의

---

전무하다(Francis and Griffith, 2011; 최승식·정우진·심우경, 2013; 허남혁, 2018 등 참조). 한국의 농부시장이 제시하는 도시와 농촌지역을 연결하는 대안적 먹거리 계획으로서의 기능에 대한 연구뿐 아니라, 그 사회문화적 효용가치에 대한 도시계획적 평가 및 농부시장의 지역별 입지조건 등에 대한 연구들이 필요함에도 현재까지 이에 대한 연구는 전무하다.

28 Sherry Arnstein은 도시계획에서의 시민참여의 정도를 1~8단계로 구분 도식화 한다, 그에 따르면 1~3단계는 시민적 권력의 부재상태, 4~5 단계는 시민참여의 수혜적 시행단계, 6단계~8단계는 시민적 권력이 작용하는 상태로 나뉜다(Arnstein, 1969).

방향성을 추적한다. 계층, 계급, 시행 권력 등의 위계를 넘어 우연적인 관계로 엮인 다양한 위치성을 가진 행위자들은 실천들을 통해 몸들을 연결지으며 도시를 만들어간다. 그리고 이러한 정동이론의 ‘실천’을 사유의 단위로 두는 점은 ‘연결’에 놓인 인간 외적 존재들: 이를테면 농작물이나 비인간들을 행위성을 지닌 존재들로 포함하게 한다.

그렇다면 정동적 관점에서 인간중심주의를 넘어 자연으로서 몸들을 숙고하는 도시계획으로 나아가기 위해 어떤 도시계획의 이론적 계보로부터 그 연원을 찾아볼 수 있을까? 본 연구는 개략적으로 두 가지 도시계획 및 지역 연구의 흐름에 주목한다. 첫째는 협력적/의사소통적 도시계획<sup>29</sup>, 시민 참여적 도시계획<sup>30</sup> 과 도시계획 실천(planning practices)의 다양성에 대한 논의의 필요성이 대두되고 있다는 점이다(김홍순 2021). 둘째로는 먹거리위기를 포함하는 기후 변화 등의 환경 위기에 발맞춰 도시의 회복탄력성과 자연친화성을 높일 필요성 또한 높아지며 지속가능 도시(planning sustainable cities, UN habitat, 2009), 친환경 도시(eco-city)나 뉴어바니즘(new urbanism), 경관 도시론(landscape urbanism)등에 대한 관심의 증대되고 있다는 점이다(대한국토 도시계획학회, 2009).

후자의 흐름에 따라 도시계획 분야에서도 자연 생태계를 중심에 두고 도시를 재해석하는 시도들은 점차 심화, 발전, 적용되고있다(Steiner, 2016). 대표적으로 제임스 코너James Corner는 생태학을 정치, 경제, 사회적인 영향력들과의 관계로 주어진 조건으로 이해하고 이를 경관 디자인 등에 포함할 것을 제안하고 이를 뉴욕시

---

29 도시계획에서의 시민참여에 대한 논의는 다소 기능주의적으로 오도된 하버마스의 합리적 의사소통이론에 기반한 논의들을 중심으로 흘러가며, 하버마스 스스로가 분리하여 기술한 ‘생활세계’와 그 외 공론장의 간극에 대한 논의가 미진하다. 이러한 비어있는 지점은 의사소통적 계획(communicative planning)이론에 대한 논의를 다시 시작하는 것에서부터 다시 연결점을 가져올 수 있을 것이다.

30 1960년대 도시계획가 제인 제이콥스는 대도시의 자치와 시민들이 도시 차원의 거대한 문제들에 대해 책임과 열정을 가지고 해결해나가기 위해서는 대도시의 정부가 비인격화되고 이해되기 힘들게 되는 것을 경계해야한다고 주장한다. 그러므로 도시를 잠재력들의 결합으로 이해하는 것은, 또한 그 잠재력들이 어떻게 산재하여 어떤 특정 도시문제를 해결하는지 주목하는 것은, 도시의 자치와 도시문제 해결에 밑거름이 될 수 있다(제이콥스, 2010: 550).

도시재생프로젝트로 알려져 있는 하이라인(Highline) 프로젝트등에서 지자체, 시민사회 등과의 협업을 통해 재현하는 역할을 하기도 한다(Corner, 1990; Reed, 2016: 328에서 재인용). 뿐만 아니라 크리스 리드 Chris Reed는 생태계의 투영도(projective ecologies)를 그리는 다양한 도시 디자인, 계획 요인들을 정리하며 도시계획분야에서 자연과 도시의 관계를 이분적으로 보는 관점을 벗어나, 도시를 생태계의 한 요소로 보아야 한다는 펠릭스 가타리(Felix Guattari)의 주장을 인용하기도 한다(Reed, 2016: 328).

이렇듯 도시의 환경적 지속가능성에 대한 논의는 필연적으로 협력적, 시민 참여적, 의사소통적 도시계획과 연결된다. 이 두 문제의식의 연결은 기존에는 의사결정과정에서 배제되었을 뿐 아니라, 통제의 대상이었던 비인간 물질들의 행위성 또한 의사소통의 매개로 적극적으로 포착하게 한다. 그러므로 협력적, 의사소통적, 시민 참여적 도시계획을 통해 도시의 지속가능성을 높이기 위해서는 자연으로서 도시를 이해해야 하며, 이를 위해 우리는 정동 연구의 효용을 탐색할 필요가 있다. 예를 들면, 농부시장에 빈번히 개입하는 다양한 비인간 물질들의 행위성 또한 정동적 관점에서 탐색할 필요가 있는 것이다.

도시계획에 있어 생태계의 안전, 회복탄력성, 지속가능성 및 비인간들의 생리와 습성을 적극적으로 반영하려는 다양한 시도들은 정치화되고 제도화되는 과정에서 과학 또는 사회과학, 행정학 등 특정 지식산업 분야의 ‘전문가들’과의 협업을 요청해왔다. 그러나 도시를 자연으로 혹은 자연의 일부로 이해하거나 돌보는 실천들의 전문성은 일상에서의 돌봄 실천에의 경험을 토대로 쌓이는 것으로 행위자가 어떤 업종에 종사하는지보다 어떤 일상적 실천을 해왔는지에 따라 그 집적의 정도가 다르다. 그러므로 자연으로서 도시를 상상하는 것은 기존의 ‘도시계획가’들이 호명해왔던 ‘전문가’들의 몫이 아니라 일상의 실천들과, 이러한 실천들이 결집되어 촉발한 정동의 몫이다.

그러므로 본 연구는 이러한 ‘정동의 촉발’을 가능한 두껍게 기술하는 것으로서 농부시장의 잠재력을 탐색할 필요성을 주장한다. 그리고 이를 위해 농부시장을

만들어온 다양한 몸들의 ‘물질-담론적 실천’들을 기술할 것을 제안한다. 나아가 이러한 작업을 브라이언트의 제안에 따라 ‘지도화’ 작업으로 부를 것이다(Bryant, 2014: 11).

### 제 3 절 잠재적 존재들을 지도에 그리기 위하여

본 장을 마치며, 기존의 공간에 대한 위상학적 인식의 한계를 넘어 ‘시장’이라고 하는 조합을 다시 상상할 것을 제안한다. 도시형 농부시장의 정동을 포착하고자 하는 것은 먹거리 네트워크로서 농부시장을 ‘되어가는(becoming)’ 과정으로 보는 것이다. 이는 수직적 관료제 질서 아래에서 공적 의사결정 과정에 활발히 참여하지 못했던 국적, 인종, 성별, 계층, 종(種) 등의 역할을 구체적으로 기록함으로써 대안먹거리네트워크로서 농부시장의 역학을 드러내는 작업이다. 이처럼 도시를 수직적인 질서에 의해 구성된 담론적 구성물이 아닌 ‘물질-담론적 실천’이자 자연의 일부로 보는 관점은 그동안 도시의 ‘사적’인 존재들로 묶여 무음의 존재로 치부되어왔던 소수자적 행위자들의 존재와 실천적 잠재력을 드러낸다(브라이언트, 2020: 362).

이를 드러내기 위해, 본 연구는 정동을 지도화하는 방법으로 레비 R. 브라이언트의 ‘존재의 지도(onto-cartography)’ 개념을 소개한다<sup>31</sup>. 브라이언트는 기존의 문화연구와 비판 이론이 사회적 관계를 비물질화하는 경향이 강하다고 비판하며 사회적 관계가 오로지 ‘믿음’, ‘이데올로기’, ‘기호’, ‘규범’, ‘법률’에서 생긴다는 믿음이 오히려 허구이거나 추상이라고 주장한다(브라이언트, 2021: 398). 브라이언트의 이러한 통찰은 도시 사회학자 리처드 세넷 Richard Sennett의 ‘공적 협의회’에 대한 통찰을 떠오르게 한다. 세넷은 지역사회의 건축 관련 협의 과정에서 발생하는 발표(presentation), 회의장의 물리적 배치 등에 의해 ‘전문가’의 고압적인 방식 없이도 제안은 비물질화 된다고 말한다. 이러한 협의의 과정에서 대중은 “(이 제안서를) 건드리지 말라”는 메시지를 받은 ‘관중’이 되어버린다는 것이다(세넷, 2020: 364).

---

31 브라이언트는 정동이론에 기반을 두고, 유물론적 지리철학을 재정립하고, 인간, 비인간, 마을, 사회 등의 다양한 집합체(集合體)들을 내재적 존재론으로 읽어낼 필요성을 주장한다. 그가 제안하는 내재적 존재론이란, 수직적 존재론과 반대된다. 수직적 존재론은 데카르트나 라이프니츠와 같은 초월성에 기반한 수직적 질서를 중심으로 존재를 위치하고 지각하는 반면, 내재적 존재론은 스피노자적 사유에 기반하여 유기체와 환경이 상호작용, 상호-배태되며 ‘되어가는(becoming)’ 관점에서 존재의 물질과 담론, 해체와 재구성을 구체적인 사건에 기반해 포착한다.

브라이언트와 세넷의 비판은 물질들 간의 관계성에 믿음, 이데올로기, 기호, 규범, 법률이 아닌 다른 것들이 있음을 떠올려보게 한다. 이로부터 우리는 인간의 언어를 사용하지 못하는 비인간들의 개입과 정동의 상관을 고찰해봄으로써 믿음, 이데올로기, 기호, 규범, 법률이 아닌 것들을 떠올려 볼 수 있다. 이를테면 브라이언트가 야생의 말과 (창을 든) 인간이 말을 타기 좋게 기획된 등자가 올려진 말을 구분하며 ‘인간-말-등자-창 기계’라고 이름 붙인 존재를 곱씹어 볼 수 있다. 이 기계는 이데올로기, 질서, 규범을 만들기를 목적으로 했을 법한 전쟁을 야기했을 것이다. 그러므로 기존의 사회과학은 전쟁과 말을 타고 창을 든 인간을 연구하는 과정에서 ‘전쟁’이라는 추상과 담론들 간의 결합을 연구하는 데에 많은 공을 들였다. 그러나 말이나, 창, 등자의 물질성에는 섭섭하리만큼 관심을 주지 않아왔다. 물질들을 낱낱이 뜯어보면 등자를 구성하는 등자의 ‘디자인’이나, ‘가족’, ‘실크’ 따위의 재질, 창을 구성하는 철이라는 원소들, 날카롭게 깎인 면과 그 성질 등이 끼어들어올 텐데도 말이다(브라이언트, 2021: 134).

이러한 관점에서 본 연구는 이러한 물질들의 끼어듦을 ‘지도’에 담고자, 브라이언트가 제안하는 존재들의 다양한 지도화 방식에 주목한다. 브라이언트의 지도화<sup>32</sup>란 정동과 같이 언어화 되기 이전의 것들, 즉 ‘물질-담론적 실천들’이 어떻게 배열되어 있고, 무엇을 매개로 행위성을 창발하는지를 탐색하는 것이며, 이를 그림으로 옮기거나, 두껍게 기술하는 것이다. 브라이언트에게 지도를 그리는 작업은 동시에 기존의 질서나 세계 이해를 해체하는 작업을 수반하고 나아가 세계에 건설적으로 개입하는 수단을 만들어내는 것을 목적으로 하는 것이다. 브라이언트는 이러한 작업의 목적이 “더 근본적으로 공정하고 공평하며 지속가능한 세계의 생산”임을 밝히고 그 작업의 시작이 될 수 있는 네 가지 종류의 지도 그리기를 소개한다(브라이언트, 2020: 390).

---

32 브라이언트는 지도학(cartography)을 “생태계나 아상블라주(assemblage)를 만들어내는 기계들간의 관계와 상호작용을 지도화 하는 것”으로 정의한다(Bryant, 2014: 11).

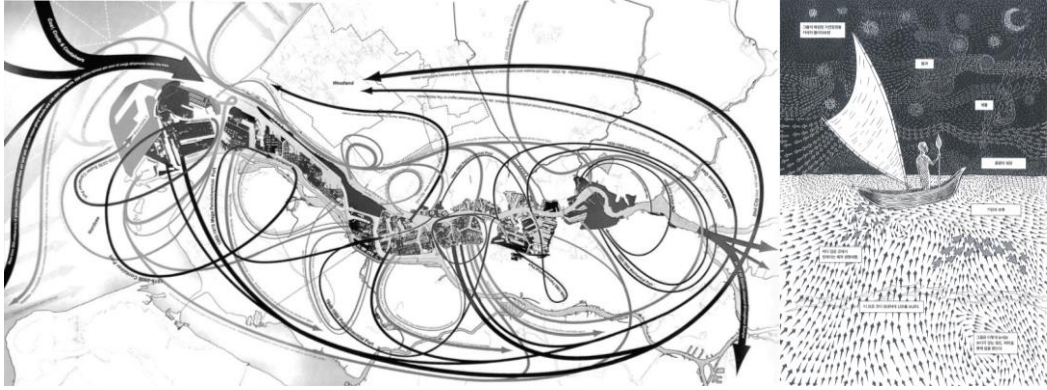
네 가지 종류의 지도란; 지형도(cartographical maps)<sup>33</sup>, 발생도(genetic maps)<sup>34</sup>, 벡터도(vector maps), 양상도(樣相圖, modal maps or maps of possible future)라고 이름 붙여진다. 그 중에서도 브라이언트는 벡터도와 양상도에 보다 많은 잠재력이 있는 것으로 서술한다(Bryant, 2014: 157). 본 연구 또한 이 두 가지 지도에 대해 주목하는데, 이는 앞선 두 지도에 비해서 보다 ‘미래’ 또는 ‘방향’에 대한 논의를 직접적으로 불러들이기 때문이다. 간략히 두 지도의 성격에 대해 살펴보자.

먼저, 벡터도(vector maps)란 특정 장소나 공간에서 발생하는 움직임들의 궤적의 지도이다. 이러한 지도는 지금까지는 해풍과 해류 등의 이동을 표기할 때, 쓰레기의 배출과 흐름을 표기할 때 등, 그 이동 궤적이 보여주는 정보가 분명할 때 주로 쓰여왔다. 본 연구가 주목하는 벡터도의 중요한 특징은 궤적을 그림으로써 이동의 방향뿐 아니라, 방향을 조정하는 다양한 접촉면들을 사유하게 한다는 것이다. 세계에서 벡터는 단일한 것일 수 없기 때문에, 벡터의 ‘방향’과 ‘힘’을 동시에 그려내기 위해서는 하나의 벡터가 마주하는 또 같거나 다른 방향과 힘을 가진 벡터들과의 마주침을 함께 그려 넣게 된다(Bryant, 2014: 250-268). 아래 [그림 1]과 [그림 2]는 벡터도의 예시들이다.

---

33 지형도(cartographical maps)는 “세계들에 관한 스냅사진의 일종”인데, 기존의 지리학, 도시계획에서 이해하는 지형을 담는 지도로서 지형도(topographic map)와는 다른 것이다. 이 지형도는 브라이언트가 이야기하는 지형도의 일부에 속할 수 있으나, 브라이언트는 재차 세계를 지나치게 단순화 하지 않도록 주의해야 할 것을 강조하고 있기 때문에 등고선이나 도로의 배치 뿐 아닌 다양한 실시간 정보를 함께 담을 수 있는 객체단위의 데이터베이스에 더욱 가깝다고 볼 수 있다(브라이언트, 2020: 393). 또한, 지형도(cartographical maps)가 반드시 지리적 정보를 포함하고 있을 필요가 있는 것은 아니다. 예를 들면 대한민국의 현재 정당을 그려내는 것 또한 지형도에 속할 것이다.

34 발생도(genetic maps)의 가장 큰 특징은 “현재의 우연성과 역사성”을 드러낸다는 것이다. 브라이언트는 발생도의 모범적인 제작자들로 맑스, 브로델, 프로이트, 다윈, 데란다를 꼽는다(브라이언트, 2020: 399). 발생도는 현재에 대한 판단을 중지하고, 역사를 분석하지만 동시에 미래를 지향한다(ibid, 401). 예를 들면 대한민국의 정당의 역사적 계보를 그려내는 것은 발생도에 속할 것이다.



(왼) [그림 1] Maas-Rhine강의 쓰레기 흐름(Béanger, 2009; Reed, 2016: 336에서 재인용)  
 (오) [그림 2] 태평양 제도 원주민들의 복잡-생태계에 대한 이해(수재니스, 2016: 145)

[그림 1]은 강의 흐름, 바람의 흐름, 그리고 이를 타고 흐르는 쓰레기의 흐름과 방향을 묘사한다. [그림 2]는 닉 수재니스 Nick Sousanis가 태평양 제도 원주민들의 벡터도를 다시 그린 것인데, 수재니스는 태평양 제도 원주민들은 유럽의 탐험가들이 “3차원 세상을 평평하 격차판에 축소해 그려넣은” 지도를 이용한 것과 달리 위치 정보가 아닌 해류와 조류의 흐름을 묘사하고 있음에 주목한다. 수재니스는 그와 같은 지도에 대한 인식에는 복잡한 자연환경들이 보내는 ‘신호’, ‘패턴’, ‘궤도’가 있고, 이는 길을 찾는 하나의 지표가 되어왔음을 설명한다(수재니스, 2016: 144-145). 위의 두 가지 벡터도에서도 알 수 있듯, 벡터도는 지리 정보나 지형에 대한 정보를 포함하는 것 보다, 환경 또는 세계의 힘들의 마주침, 휘어짐에 따른 궤도의 방향을 찾아내는 것에 우선적인 목적이 있다. 이러한 면에서 벡터도는 행위성들과 매개물, 그리고 정동을 담아내는 지도이다.

양상도(modal maps or maps of possible future)는 벡터도와 유사하지만, “벡터도는 현재 전개되고 있는 경향들에 기반을 두고 세계, 회집체, 또는 생태의 있을 법한 미래를 그리는 반면, 양상도는 우리가 특정 방식으로 생태에 개입한다면 현존할 수 있을 미래에 관한 지도”라는 차이가 있다(브라이언트, 2021: 404). 즉 벡터도가 행위들의 방향성을 그려내는 것 이라면 양상도는 행위들이 가진 실천적, 정치적 의미를 포함하며 기존의 질서를 어떻게 해체할 것인지에 대한 방법을 제안한다는 것이다. 즉, 양상도는 담론 간의 경합과 긴장을 포함하는 “활동가와 투사, 장군의



영역”이다(브라이언트, 2020: 404-405).

브라이언트는 네 가지 지도화 방식에 대한 설명을 끝으로 결국 지도화 작업의 목적은 양상도로 나아가는 것임을 주장한다. 벡터도가 우리가 현재 처해있는 문제 상황에서부터 새로이 발생하는 규범이라는 근 미래를 포착하게 한다면, 양상도는 재조정된 규범을 기존의 질서 위에서 실현하게 하는 설명서이다(ibid, 428). 즉, 벡터도가 정동을 포착하는 역할을 한다면, 양상도는 정동이 매개물로 두던 몸들과, 몸들을 둘러싼 규범, 담론, 질서들의 배열을 고려하고, 재조정된 규범을 적용할 방법을 설명한다. 그러므로 양상도를 그리는 작업은, 포착된 정동들의 잠재력을 설명하고, 잠재력의 효용을 논의하고, 그 잠재력이 가치 있는 것이라면 세계로의 개입을 안내하는 것이다(ibid, 404). 즉, 양상도 그리기는 대안을 만들어가는(making) 과정에 개입되는 다양한 ‘물질-담론적 실천’들을 두겹게 쌓으며 그려나가는 반복작업이 될 것이다. 결론적으로, 정동을 지도화 한다는 것은 의미가 단순히 기술(description)에 멈추지 않고 그 잠재적 힘들을 견인하는 방법에 대한 탐색이며, 벡터도와 양상도를 모두 그려볼 때 그 실천적 함의를 도출할 수 있는, 그 자체로 잠재적인 작업이다.

그렇다면 본 연구의 사례인 ‘마르쉐’라는 도시형 농부시장의 정동을 그려내는 작업, 나아가 먹거리 네트워크로서의 대안성을 포착하는 작업을 위해 어떤 ‘벡터도’와 ‘양상도’를 그려볼 수 있을까?

이어 3장과 4장에서는, 이 질문을 염두에 두고 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동을 포착하고, 정동을 매개하는 물질들을 탐색한다. 나아가, 정동의 매개가 되어 온 행위성들의 잠재적이고 실천적인 의의를 기술한다. 이와 같은 일련의 과정은 본 연구의 질문에 대한 대답이 될 것이다

### 제 III 장 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동

본 장은 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동을 포착한다. 정동이론을 통해 ‘마르쉐’ 농부시장을 탐색하며 연구자는 ‘마르쉐’ 농부시장 곳곳에서 솟아오르는 농사의 감흥의 전이와 그에 대한 현장의 사람들과 연구참여자들의 강렬한 경험들을 포착할 수 있었다. 농부시장의 정동은 개인의 비연속적인 흥미나 감정으로 일회성을 갖는 것이 아니며 물질들과의 연결을 토대로 반복되며 일정한 방향성을 갖고 있었다. 그러므로 본 장은 앞서 살펴본 정동의 지도화 작업을 통해 일정한 방향성을 그려보기 위해, ‘마르쉐’ 농부시장의 정동들이 촉발하는 지점들과 매개들을 탐색하고, 촉발된 정동들의 실천적 잠재력을 탐색한다.

## 제 1 절 대화의 물질성

농부시장에 우연한 발걸음을 던게 되었다거나 시장을 관찰하는 마음으로 두루 살펴보기 시작하면 곧 여러 흥미로운 차이점들이 오감에 포착될 것이다. 그리고 그 중 하나는 시장의 소리일 것이다.<sup>35</sup> 이를테면 시장에서 들려오는 노랫소리, 발걸음 소리, 비둘기나 나무들이 만들어내는 바람 소리, 새소리, 그리고 사람들의 말소리들이 귀에 들려올 것이다. 이중에서도 특히 말소리는 다른 소리보다 더 쉬이 식별되며 자신도 모르게 살며시 귀 기울이게 한다. 우리는 눈에는 천여 명은 넘어 보이는 사람들이 시장 곳곳에 삼삼오오 모여 자리잡고 앉아 담소를 나누거나, 시장을 누비며 모습을 담으며, 그들이 만들어내는 다양한 말소리를 귀에 담아볼 수 있다. 농부시장의 정동을 포착하기 위해 우리는 이러한 감각들에 집중하며 어떤 행위들이 시장에서 벌어지며, 어떤 감정이나 어떤 생각을 담고 있는지, 나아가 그 중 어떤 것을 입 밖으로 소리 내어 누군가에게 전달하는지를 주목해 볼 수 있다.

말소리들은 시장에서의 우연한 마주침들로부터 촉발되고 동시에 다른 사람들의 감각 속 시끌시끌한 혹은 조곤한 소리가 되어 감정이나 생각들을 촉발하는 매개가 되기도 한다. 즉 말소리, 대화들은 매개를 가지고 행해지며, 동시에 매개가 되어 감각을 자극하는 양방향성을 갖는다. 그러므로 소리들은 ‘마르쉐’ 농부시장을 감각할 수 있게 하는 하나의 물질적 요인으로서 파동 에너지이다. 본 절은 이러한 에너지를 대화의 정동적 성격이자 질량을 갖는 힘으로 포착한다. 특히 담론으로서 대화만이 아닌 대화의 물질성에도 주목하고, 대화가 농부시장을 역동적으로 구성하게 하는 힘이 되는 과정을 서술해보고자 한다. 본 절의 제목인 ‘대화의 물질성’은 그런 의미에서 대화가 갖고 있는 질량이나 힘 자체이며, 뿐만 아니라 대화를 야기하는 물질들과

---

35 지난 9년간 전담으로 ‘마르쉐’를 사진으로 찍어 담아내고 있는 사진가와 이야기를 나누었다. ‘마르쉐’ 농부시장의 역동적인 모습이 사진에 생각만큼 풍부하게 담기지 않는 것이 답답한 마음에 도움을 요청하고자 대화를 신청한 참이었다. 그러자 A는 가만히 한 지점에서 서서 시장을 관찰해 보면 도움이 될 거란 이야기를 건네주었다. 그 이야기를 듣고 시장의 귀통이에 가만히 서서 시장을 관찰하고 있으니 감각되는 것은 풍경 뿐 아니라 냄새, 바람, 그리고 말소리이기도 했다(2019년 10월 13일 현장 노트 중)

물질들의 배치를 포함한다.

대화를 물질성을 갖는 것으로 이해한다는 것은, 대화를 담론이나 언표로만 이해하는 것과는 다르다. 이는 대화를 단순히 음을 구성하는 파동으로서 소리와 의미소들의 조합으로 보는 것이 아니라, 대화를 나눌 장소, 몸짓, 소리의 크기나 높낮이, 대화 상대와의 눈맞춤 등이 또한 대화의 구성요소라고 보는 것이다. 즉, 대화의 내용뿐 아니라 그 대화로 인해 불러일으켜질 감정과 감정의 전이를 감각하는 것이다. 이러한 포착은 대화가 양방향적 성질을 가지고 있음을 상기하며 대화의 정동적 힘을 가시화한다. 그런 점에서 대화의 물성을 이해하는 것은 대화 속 언표나 상징에 집중하여 반복되는 의미소를 뽑아내는 과정에서 탈락된 뉘앙스들에 대한 고려 없이 상징화(이데올로기화)<sup>36</sup> 되는 것을 경계하게 하고, 대화가 발화만이 아닌 수용을 포함하는 것으로 양방향성을 갖고 있음을 강조한다.

요컨대 본 절은 ‘마르쉐’가 정동적인 특이성을 가질 수 있던 주요한 요인으로 시장을 기획하는 단계에서부터 지금까지 강조되어온 ‘대화’에 주목한다. 농부시장에서 ‘대화’는 초창기 시장의 기획 단계에서부터 중요한 것으로 인식되어 현재까지 그 중요성이 거듭 확인되는 행위성이다. 운영진들과 출점팀원들은 모두 대화의 중요성을 인식하고, 대화를 촉진할 수 있는 다양한 방법을 구상해왔다. 이들이 구상한 ‘대화를 촉진하는 방법’은 대화의 물질성을 고스란히 드러내고 있다.

---

36 브라이언트는 존재들을 지도에 그리는 작업의 시작은 “추상을 자제하는 것”에서 시작된다고 서술한 바 있다(Bryant, 2014: 257). 정동 연구에 대한 가장 흔한 오해는 정동을 다루는 것이 실재를 보다 추상적인 것으로 보이게 한다는 것이다. 그러나, 정동을 다루는 작업은 언표, 상징, 담론 등의 양태로 추상화 된 존재들을 더욱 구체적으로 드러내는 작업이다.

## 1. 설치물들의 배치



[그림 3] ‘마르쉐’ 농부시장의 첫 회 (2012년 10월 22일자) 홍보물 삽화

위의 그림 2는 ‘마르쉐’ 농부시장이 처음 열렸을 당시의 홍보 포스터에 삽입된 삽화이다. 삽화에서는 “즐거움 대화”가 포함되어 있다. 이처럼 ‘마르쉐’ 운영진들에게 대화는 부수적인 것이 아니라 기획에 포함된 주요한 요소였다. 이는 이들에게 대화는 ‘안전한’, ‘믿음직한’ 먹을거리의 필요조건이었기 때문이다<sup>37</sup>. 다음은 한 운영진과의 인터뷰에서 ‘마르쉐’의 기획의도에 대한 질문에 대한 대답이다.

“도시 텃밭을 하면서 만나게 된 농부, 음악가, 수공예하시는 분들이 함께 유기농 친환경 시장을 만들 거라는 구상을 시작했다고 들었어요. 시중에서 파는 채소들은 인증마크라는 것이 붙어있어서 그걸 보고 건강한 음식을 먹을 수 있다고 생각하지만, 사실 제도를 마냥 신뢰할 수 없는 상황<sup>38</sup>이라면 어떻게 믿고 먹을 수 있는 채소들을 만날 수 있을 것인가 하는 생각을 했고, ‘내 친구가 키운 것, 내가 아는 사람이 키운 것,

37 ‘마르쉐’ 농부시장은 2011년 후쿠시마 원자력 발전소 사고를 촉발요인으로 3인의 참여자들이 보다 신뢰할 수 있는 먹거리를 찾기 위해서 도심의 옥상에서 직접 작물을 기르기 시작한 것으로 시작되었다. 이후 농부시장을 기획하며 귀농/소규모 농부들과 도시 농부들을 새로이 모집하면서, 또 예술가들과 공간 디자이너들과 협업을 하는 과정 내내 농부시장에 대한 의견 중 “믿고 먹을 수 있는 채소들”을 만나는 관계를 기반으로, 대화를 기반으로 하자는 것은 다른 어느 아이디어들 보다도 우선되었다.

38 ‘마르쉐’ 농부시장 만들기는 친환경이나 유기농 인증에 대한 제도적 신뢰를 기반으로 하기 보다 먹거리 생산자들과의 물리적이고 심리적인 거리를 좁히는 것에 우선순위를 둔 것으로 보인다. 이는 후쿠시마 원자력 발전 사고로 가중된 먹거리에 대한 불안을 해결하기 위해 필요한 공적 실천들이 국가간, 국가내, 지자체간 등으로 다층적으로 연결되어 있음을 인식한 것일 뿐 아니라 개개인들이 그러한 공적 장(場)으로 진입하여, 대안적인 체계를 만들어 가는 방안이 요원하다는 것에 대한 인식이 반영된 것으로 보인다. 반면 사적인 관계 안에서 돌봄의 고리를 만들어가는 것은 다수가 여성이었던 기획자들에게는 익숙한 일이었다. 친구들이 키우거나 직접 키우는 것을 교환하는 것, 작물을 키우는 과정에 대해 눈을 맞추고 대화하는 것은 ‘마르쉐’ 농부시장에서 벌어지는 행위들 중 핵심에 놓였다.

관계를 기반으로 한 것이 가장 믿을 수 있는 것 아닌가?’해서 관계가 있는 시장. 아는 사람이 키운 것을 파는 시장. 그 모든걸 위해서 대화가 가능한 시장을 만들자는 얘기가 나왔었다고 했어요. ...(중략)... 관계가 있고, 대화하는 시장.” (운영진 4)

위의 구술에서도 알 수 있듯이, ‘농부시장’의 기획은 대화가 가능한 시장을 만드는 것에서 시작되었다. 그리고 대화가 가능한 시장을 만든다는 아이디어는 “대화를 방해하는 것들을 모두 치워보자”라는 다음과 같은 의견으로 구체화된다.

“시장을 구상하면서 제일 먼저 ‘대화를 방해하는 것들을 모두 치워보면 어떨까?’ 하는 생각이 나왔어요. 일회용품이나 플라스틱들처럼 눈에 띄면 마음을 불편하게 하는 것들도 모두 다 없애기 시작한 것도 그런 생각이 출발이었죠(운영진 1)”

이러한 구체화된 의견의 실현은 대화를 방해하는 물질들이 무엇이 있을지 의견을 공유하고, ‘마르쉐’의 운영진들뿐만 아니라 시장의 기획에 참여한 디자이너들, 시장을 이용하는 농부들과 협업을 통해 실천으로 이어졌다. 이들은 먼저 앞뒤로 넓은 플라스틱 테이블, 일회용 현수막 등을 없애고, 좌판과 식탁, 설거지대, 조리대, 안내판, 시장을 알리는 푸르고 노란 천막들을 “대화를 방해하지 않도록” 대화를 위한 시선의 교차를 방해하지 않을 크기와 무게, 재질로 새롭게 디자인한다. 한편 농부들은 작물이 시장이 끝나기 전에 다 팔리더라도 자리를 비우지 않고 대화를 이어가기로 약속을 하였으며, 운영자들과 봉사자들은 적극적으로 ‘친환경’의 의미를 고민하는 손님들의 신경을 앗아갈 일회용품들을 줄이는 데에 일조하게 된다. 이들은 비닐, 스티로폼, 일회용 식기를 대신해 다회용 용기, 종이 봉투, 신문지를 사용할 수 있도록 아이디어를 내고, 시장이 열리는 동안 한 편에서 설거지를 도맡는 등 제각기 역할을 찾아 수행해왔다.

아래의 그림은 농부시장을 개최한지 3년차가 되던 2015년 마르쉐 홍보물에 들어가있는 ‘마르쉐’의 설치물들에 대한 설명의 일부이다. “마주보기 적당한 높이와 크기”, “가벼운 합판”으로 되었다는 안내에서 설치물들의 배치의 목적이 시장의 기획 의도인 “대화하기”와 연관되어 있음을 알 수 있다. 이는 대화가 나누어지는 공간의 물질들의 질량과 재질, 배치 등과 ‘대화’는 분리된 것이 아니며, 공간과 대화가 서로 물질성을 토대로 관계하고 있음을 드러낸다. 즉, 공간은 대화를 구성하며 또한 대화 또한 공간을 구성한다.



[그림 4] ‘마르쉐’ 농부시장 설치물들에 대한 설명<sup>39</sup> © 고상석(마르쉐 보고서 2015)

“식사용 테이블과 판매대: 낮고 긴 테이블을 펼치면 식사와 대화를 위한 공간이 펼쳐지고, 높고 작은 테이블은 출점자들이 물품을 전시하고 판매하는 데 쓰이며 손님과 마주보기에 적당한 높이와 크기로 제작되었습니다. 모든 테이블은 접어서 수납할 수 있으며 이동하기 쉽도록 가벼운 합판을 사용했습니다.”(마르쉐 보고서, 2015: 25)

## 2. 대화의 플랫폼

이렇게 대화를 방해하는 것들은 모두 치운 시장은 실제로 다양한 대화를 야기했다. 사람들은 낮게 설치된 테이블에 앉아 시장에 드나드는 사람들과 물건들을 자유롭게 살펴보고 “나는 무얼 사갈까?”, “오늘은 무얼 먹을까?”를 논의하고, 도시의 빌딩들 사이에서는 평소 눈에 잘 띄지 않던 나무들과 하늘, 그리고 그것들이 설명하는 계절감을 누린다. 이런 대화들은 또한 다시금 공간을 구성하며 공간의 정체성을 덧입힌다. 즉 대화의 물질성이란, 대화가 이루어지는 공간에 놓인 물질들과 대화들 간의 접촉, 그리고 대화를 수용하는 사람과 이야기를 건네는 사람들간의 양방향성을 포함하는 것이다.

‘마르쉐’ 운영진들은 이와 같은 대화의 양방향적 성질을 알고, 적극적으로 운용한 것으로 보인다. 운영진들은 대화를 구성하는 단단한 물질들-식탁, 좌판, 현수막, 안내판 등을 시장 곳곳에 배치하는 것에 그치지 않고 이야기를 건네줄 농부들과 먹거리 실천가들(생활협동조합 활동가, 여성-환경운동가, 마을 공동체 활동가, 먹거리 연구자, 대안적인 먹거리 체계를 고민하는 요리사 등)을 불러모으거나, ‘농부시장’에

39 시장의 좌판, 조리대, 설거지대, 식탁 등의 디자인의 의도를 설명한다.

어울리는 노래를 불러줄 가수를 불러모으고, 그간의 대화-공간의 기록들을 전시하거나, 건네고 싶은 이야기를 하나의 단어로 또는 몇 개의 문장으로 서판에 적어두기를 반복한다. 그리고 이 반복은 ‘마르쉐’ 농부시장에 방문하는 사람들을 유사한 정서에 놓이게 하는 응집된 정동으로 피어 오른다.

다음의 사진자료들은 구체적으로 어떤 대화-공간이 시장에 놓여졌는지를 보여준다. 사진은 왼쪽 상단에서부터 시계방향으로 <햇밀 대화모임, 2020. 8. 9>, <마르쉐 자원봉사자들의 소감 및 간식 나눔, 2019. 9. 11>, <5주년 마르쉐@ 사진전, 고상석>, <농부/농부의 맛 워크숍>이다.



© 저자 촬영((왼) 2020.8.9, (오) 2019. 9.11)



© 고상석 (마르쉐 지속가능보고서 2017: 30)

[그림 5] 대화의 플랫폼들<sup>40</sup>

40 그동안 대화의 플랫폼이 되어온 프로그램들을 개략적으로 정리하면 아래 표와 같다.

프로그램	특징	시기
------	----	----



사진에서 볼 수 있는 플랫폼들은 개별적인 대화들로 채워진 시장 공간에 또 다른 “대화거리”를 가져와 시장을 더 많은 대화들로 차오르게 한다. 이런 활기를 경험한 ‘마르쉐’의 운영진들은 낮은 책상과 간이 의자를 실어 나르고, 전시를 준비하고, 그날의 시장에서 대화를 건네어줄 농부들과, 먹거리 실천가들을 모집하는 것의 중요성을 이해하며, 이를 반복, 변용(modification), 이행<sup>41</sup> 한다. 아래의 그림 5는 2017년 한 해 동안 만들어진 대화의 플랫폼들에 대한 설명이다.

농부/농부의 맛 워크숍	농사와 먹거리에 대한 이야기를 나눠줄 사람들을 초대해 시장 한 켠에 열린 공간을 마련해 이야기를 이어간다. 시장에 방문한 사람들은 지나가며 듣는다 (그림 III-4 참조)	도시형 농부시장이 열리는 날
제철 공연	대체로 환경이나 공동체에 대한 가사를 담은 노래를 만드는 음악가들이 초대된다. 혹은 시장에 활기를 가져다 줄 노래들이 운영진에 의해 엄선되어 공연된다. (그림 III-4 참조)	도시형 농부시장이 열리는 날
책 한 그릇	먹거리와 환경문제에 대한 도서 및 이야기 소개하는 (북)토크쇼이다. 흥미로운 점은 책의 내용에 맞춘 먹거리를 함께 맛볼 수 있는 이벤트가 함께 기획된다는 것이다.	도시형 농부시장이 열리는 날
농가행	농부들의 일손을 돕는 프로그램, 손님들과 운영진, 요리사, 수공예가들이 모여 일손이 필요한 농부님들을 돕는다. 이 과정에서 농사법 등에 대해서도 논의한다	농번기
씨앗밥상	시장이 열린 다음날 남은 채소를 소진하는 것을 목적으로 구성, 신청자들을 중심으로 같이 반찬을 만들어 나누는 프로그램	채소시장*이 열린 다음날
전시	‘마르쉐’ 농부시장의 대화모임의 결과, 폐기물 등 환경문제에 대한 대화 내용, 농부시장의 사진들, 토종 종자 및 작물들 등 계절과 필요에 맞춰 대화의 기록들을 전시한다	도시형 농부시장이 열리는 날

\* ‘채소시장’은 광의의 의미에서 도시형 농부시장의 일부이지만, 다양한 프로그램들을 제외하고 채소를 취급하는 농부님들을 위주로 보다 작은 규모로 열리는 시장이다. 운영진 1, 4에 의하면 이러한 변화는 시장에서의 대화와 마주침을 보다 긴밀하게 하기 위함이었다고 한다.

41 신현준(2016)은 “마주침을 따라 신체들이 변용, 변이, 이행하는 과정으로 이해할 수 있는”것을 정동을 정의하는 성질로 본다.

개최일	농부/농부의 맛 워크숍	제철공연
03.12.일	양인자, 김나희 농부의 씨앗을 이어가는 농사 이야기	성진영, 이종호 듀오의 발랄한 봄 공연
04.09.일	‘풀풀농장’ 남경숙 농부의 들풀밥상 이야기	스윙제리 듀오의 스윙을 부르는 핑크빛 달콤한 공연
05.14.일	‘자연의들’ 식구들의 함께 짓는 감농사 이야기	서투른 음악가 ‘크로크노트’의 잔잔하고 깊은 시간
06.11.일	‘인시즌’과 함께하는 초여름 과수원 이야기	최수진 듀오의 트럼본과 피아노의 조화로운 연주
07.09.일	<햇밀장> 2017년산 햇밀의 향, 맛, 이야기 ○아버지의 밀로 만들어 가는 ‘목월빵집’ 장종근의 구레 로컬 빵문화 이야기 ○토종 지킴이, 부여의 신지연 농부가 이어가는 토종 앳은뱅이밀 이야기 ○고향에서 키운 호밀로 우리 밀의 가능성을 실험하는 기술자 ‘더벨로’ 반영재 이야기	옛 정서 발굴 밴드 ‘푼돈들’의 한여름낮의 꿈
09.16.토		이대원 신상희 듀오의 제철공연
10.15.일	<5주년 시장> 대화하는 농부시장을 만들기까지의 이야기를 나눈 작은 포럼 ○마르쉐@을 말해줘 : 마르쉐친구들 이보은, 김수향, 서포터즈 김민재 ○대화하는 시장을 위한 디자인 : 디자이너 김건태, 이경화 ○내가 사는 곳에서 시장 만들기 : 김용자, 이은지 농부	성진영, 이종호 듀오가 노래하는 도란도란 가을
10.21.토	박영재, 박정자 도시농부의 이어가는 농사 이야기	‘트리오 리뉴’의 가을을 담은 재즈의 선율
11.11.토	<도시농업축제> ○도시농부와 토종쌀의 변신 토크&테이스팅 : 후보농장, 지새우고, 희음, 느린부엌, 수카라, 카카오다다 ○도시에서 이어가는 농사 이야기 : 박영재, 박정자	‘연희 크루 진대’의 제철공연
11.18.토		김목인, 세이수미(일렉트릭뮤즈의 공연 협업)

[그림 6] 2017년 동안 진행된 대화 모임 및 공연 (마르쉐 친구들 2017)

위의 목록에서 알 수 있듯 ‘마르쉐’가 1년간 만든 대화의 플랫폼에서 이야기로 되풀이되며 재현되는 행위성은 단연 ‘농사’와 ‘먹기’이다. 이들은 농부로서, 요리사로서, 손님으로서 농작물을 어떻게 대하고 먹고 있는지를 꾸준히 혹은 절기에 맞춰 순환적으로 이야기를 이어간다. 그렇다면 이렇듯 반복되며 이어져가는 ‘농사’와 ‘먹기’에 대한 대화는 ‘마르쉐’ 농부시장에 어떤 정동을 가져왔을까? 다음 절에서는 농부시장과 그 연장에 놓인 대화의 플랫폼들에서 어떻게 ‘농사’에 대한 관심이 지속되고 농사로부터 나오는 활력이 농부시장을 구성하는 정동이 되는지를 보다 구체적으로 살펴보고자 한다.

절을 끝맺으며, 지금까지 살펴본 ‘대화의 물질성’을 다음의 네 가지로 정리해보고자 한다. 이 네 가지 대화의 물질로서의 성질은 대화를 일회성이거나, 몹시 어색한 것으로 만들지 않고 반복해가며 어떤 사건적인 순간—솟아오르는 정동—을 경험하게 하는데 기여하였다.

가. 매개물의 재질: 자연환경과의 인간의 회복적 관계형성을 위해 폐기물의 최소화를 중요하게 여기는 시장 이용자들이 불편한 마음을 덜 수 있도록 시장에 놓는 식탁, 판매대, 안내문 등은 라탄, 우드, 칠판 등의 다회용 재질로 디자인 한다. 뿐만 아니라 시장에 놓이게 될 과채들과 채소를 포장하는 비닐봉지 혹은 종이가방, 신문지들도 모두 대화를 매개할 것이다. 매개가 되는 물질들의 재질에는 대화의 방향을 선도하는 힘이 있다.

나. 매개물의 질량: 공간에 놓인 단단한 무기물들의 크기와 무게는 대화를 방해할 수 있다. 대화가 오가는 거리에 놓일 장애물들의 질량을 최소화 하고 대화의 질량을 높이기 위해 넓고 높은 판매대와 식탁 보다는 “낮고 긴”, “높고 작은”, “가벼운” 판매대와 식탁을 사용한다. 이는 손님과 농부, 요리사, 수공예가들과의 물리적 거리를 좁혀 보다 편안한 목소리 크기로, 쉬이 눈을 맞추며 대화를 이어가게 한다.

다. 계절/절기/날씨(매개물의 온도와 습도): 대화는 계절을 지나며 거듭 심화되거나, 절기에 따른 순환적인 주제로 점차 좁혀진다. 이를테면 6월에는

공정무역, 7월에는 열매, 9월에는 햇밀에 대한 이야기를 하는 방식이다. 제철에 맞는 이야기는 이야기에 생동감과 활기를 더한다. 철에 맞는 행위성을 강조하기 위해—이를 테면 철에 따라 수확을 하거나, 제철을 맞아 풍작을 거둔 작물로 장아찌를 담그기 위해—이야기의 플랫폼은 때로 시장 밖을 벗어나기도 한다. 그것은 시장이 열린 동네의 주민들과 함께하는 반찬을 만드는 주방이 되기도 하고, 일손이 달리는 농부들의 논과 밭이 되기도 한다.

라. 입-출력 장치: 대화를 통해 수집된 이야기들과 촉발된 정동들은 다양한 방식으로 기록되고 전달된다. 밖으로 흘러나온 경험의 기억들이 분명히 타자들에게 전달될 것을 보장하는 것이 대화의 플랫폼의 기초일 것이다. 구체적으로 이러한 ‘입력된’ 대화의 기록들은 다음의 다양한 방식으로 전달된다. 농부들의 인터뷰가 마르쉐 보고서에 실리는 방식이다. 또는 계절을 건너 이전의 이야기를 심화시키며 같은 주제로 이야기를 순연하여 이어가거나, 사진전 등의 전시를 진행하거나, ‘마르쉐’의 역사에 대한 포럼을 여는 등의 구전이나 게시를 통해 재현된다.

## 제 2 절 땅과 몸: 몸들을 가로지르는 정동

닭: “농부님들에게 가장 먼저 마이크가 돌아가는” (운영진 2)

달걀: “농적 가치가 이전 되는” (운영진 1)

대화의 물질성을 이해하고, 농사를 행하는 몸들의 수행과 대화를 연결된 것으로 둔 덕분에 마르쉐는 점차로 농사의 경험, 농사를 하며 느끼는 감흥들이 배태된 집합체가 되어간다. 농부들에게 더 많은 대화의 플랫폼을 준 것이 먼저일지 농사의 가치를 배우고자 한 의도가 선행된 것일지를 구분할 수는 없지만, 마치 닭과 달걀의 관계처럼 이 둘은 서로를 계속 자라나게 하며 논과 밭의 시간과 풍경, 그리고 그 안에 놓인 몸들의 움직임을 농부시장으로 불러들인다.

정비된 조직체계, 고정된 일자와 장소도 없이 시작된 ‘마르쉐’는 반복되는 대화를 지나며 점차 “대화하는 농부시장<sup>42</sup>”이라는 일반의 언어를 갖는다. 대화는 각색되어 다양한 주제로 연이어졌으며, 때로는 새로운 주제를 자아냈고, 끊일 듯 끊이지 않고 계속되었다. 이러한 반복은 농부시장을 지속해갈 잠재력이 되어 ‘마르쉐’라는 이름 안으로 스며들었고, 그 결과 ‘마르쉐’ 농부시장은 여러 지역에서 살고 있던 자연과 인간의 회복적 관계형성에 관심이 많은 기업가, 공무원, 기자, 주부, 소규모 농부 등의 다양한 친환경 실천가들을 시장의 단골 손님, 봉사자, 운영자, 판매자로 불러들였다.

비록 어떤 대화가 오고 갈지, 그리고 그 대화의 결이 ‘마르쉐’ 농부시장의 기획의도에 맞게 농부와 도시의 살림꾼<sup>43</sup>들간의 먹거리에 대한 신뢰형성에 기여할 수 있을지는 기획의 단계에서 알 수는 없었지만, 1) 디자인을 통해 대화를 방해하지 않고 그 양을 늘이는 것, 2) 그때그때 나누어 줬던 이야기들을 놓치지 않고 다시 이어가는 것, 3) 대화의 무게중심을 보다 대안적인 먹거리 실천을 하는 농부와 실천가들에게

---

42 2014년 농부시장 포럼을 계기로 농부시장 ‘마르쉐’의 공식명칭은 ‘대화하는 농부시장 마르쉐@’으로 재정립된다.

43 ‘도시의 살림꾼’이라는 단어는 ‘마르쉐’ 농부시장에서 열리는 대화모임(책한 그릇, 농부 워크숍 등)에서 연구자가 종종 듣게 되는 말이다. 이는 ‘마르쉐’가 시장의 손님들을 재현하는 방식이다.

초점이 맞도록 미세하게 조정해가는 것은 점차로 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동을 일관되고 일반적인 것으로 이끌어냈다.

이는 주로 농부들의 일상과 관련된 감정이나 감흥들과 관련되어 있는 것이 되어갔다. ‘농사’를 면면히 알게 되는 것에는 농사를 지으면서 마주하는 제조제 성분, “땅이 토해내는 것만 같은(농부 15)” 5년 묵은 검은 비닐들에 대한 농부들의 속상함, 걱정, 한숨도 있었으며, “찬란한 밀밭에서 느끼던 환희(연구노트 중, 2020.08.02 햇밀 대화모임)”, 갓 따먹는 오이의 향이 주는 기쁨 등이 있었고, 이것은 서울시 종로구 동숭동 마로니에 공원이자, 성수역 2번 출구, 합정동 레스토랑이 많은 어느 골목 어귀에서는 쉬이 느끼기 어려운 것이므로 어떤 ‘강렬함<sup>44</sup>’으로 튀어 올랐다.

## 1. 농(農)의 정동

“소로의 야생(the wild) 개념은 들뢰즈의 잠재성 개념 및 푸코의 비자유 개념과 흥미로운 연관 관계에 놓여 있다고 말한 적 있다. 그들은 모두 매우 실제적이고 강력하지만 그 자체로 표상할 수 없는 힘에 대해 언급하고 있다(베넷, 2020: 23).”

본 절에서는 생동하는 물질들(vibrant matters, Bennet, 2010)에 관한 감각이 도시의 콘크리트가 덮인 바닥과 마주쳤을 때 튀어 오르는 정동을 ‘농의 정동’으로 이름 붙이고 연구자가 현장과 인터뷰에서 포착했던 농부들의 감각과 경험이 먹거리 실천을 야기하는 힘과 잠재력에 대해서 논의해보고자 한다. ‘마르쉐’ 농부시장의 대안 먹거리 계획으로서의 잠재력을 이해하기 위해 정동을 탐색하는 것이 적합해지는 것은 도시에서 쉬이 볼 수 없어져버린 다양한 생물들과 농작물들의 생김새 맛과 향이 우리의 일상에서 강렬함으로 남기 때문이다. 이러한 강렬함은 어쩌면 인간이 아닌 존재가 주는 이질감 혹은 새로움 때문일 것이다. 그리고 이 강렬함은 인간에게서 촉발된 것이 아니기 때문에 강렬함 자체에 대한 감정이나 생각을 인간 사고 내에서 정렬하는 것은 다양한 사고나 경험의 프로세스를 요한다. 이를테면 우리가 길가에서

---

44 "감각과의 연계와 아울러 주의해야 할 것은 강렬함의 변주는 느껴진다는 것이다. 이는 우리가 있었던 그곳, 자기-관계의 자리로 우리를 되돌린다. 즉 본질적으로 이행의 느낌은 연속하는 운동의 국면들 사이에 걸쳐 있다. 강렬함에서 감지된 측면은 순수 능력이라고 할 수 있는 정동을 배가한다. 즉 우리는 자기-증식으로 되돌아온다 (마수미, 2011: 36)."

고양이를 만났을 때 어떤 제스처로 인사를 건내야 하는지 뿐 아니라, 아파트 단지에서 마주한 유기견에 대해서 느끼는 공포심이 무엇을 향해 있는지 등을 서술하는 것에 어려움이 있다는 것이다.

그러나 이 어려움에 대해서 메타 인지할 때, 우리는 오히려 인간 외적 존재와 어떤 관계를 맺어야 하는지를 고민할 수 있는 단초들을 얻게 되기도 한다. ‘마르쉐’ 농부시장은 이러한 ‘낯섦’에 대해 경험하고, 사유하게 함으로써 보다 대안적인 먹거리 실천, 혹은 자연을 대하는 태도를 촉발한다. 본 절에서 포착하고자 하는 ‘농의 정동’은 이러한 낯섦을 마주하는 농부시장의 운영진들과 농부들, 봉사자들의 순간들과 기억들을 자료로 한다. 비인간 유기체들과의 만남에서 촉발되는 정동을 ‘생기적 유물론’으로 정리한 정치학자 제인 베넷 Jane Bennet은 인간이 ‘알 수 없는’ 외부로서 환경 혹은 자연(또는 야생)의 강렬함이 드러내는 관계성을 정동의 촉발로 서술한다.

“장갑, 꽃가루, 쥐, 병마개, 나뭇가지. 내가 이것들과 조우했을 때, 그것들은 잔해와 사물 사이에서 앞, 뒤로 흔들리고 있었다. 한편으로 그것들은 (노동자들의 노력, 쓰레기 투척, 쥐약의 성과 같은) 인간 활동의 조짐을 나타내는 경우를 제외하면 주의를 끌지 않는, 다른 한편으로 인간의 의미, 습관 혹은 기획과의 연합을 넘어서는 존재로서 고유한 권리를 갖는, 주의를 끄는 것 사이에서 앞, 뒤로 흔들리고 있었다. 두번째 순간에 그것들은 자신의 사물-권력을 드러냈다. 그것들은 심지어 내가 그들이 말하는 것을 완전히 이해하지 못했음에도 분명 내게 신호를 보내고 있었다. 적어도, 그것들은 나에게 **정동을 촉발했다.**”(베넷, 2020: 41-42)

‘마르쉐’ 농부시장에 있는 수많은 몸들 중 단연 많은 수를 차지하는 것은 농부들이 새벽부터 수확해 실어 나른 작물들일 것이다. 당근, 감자, 무등의 작황작물부터, 고수, 딜, 루꼴라 등의 허브, 토마토, 오이 등의 과채와 버섯. 같은 작물들과의 마주침은 주말 서울의 지하철역 근처에서 하게 되리라고는 미처 기대하지 못했던 것이어서 강렬할 뿐 아니라, 그것들의 유통과정이 생략되어 있기 때문에 가능한 ‘싱싱함’, 생동하는 듯한 느낌을 가지고 있기 때문에 또한 강렬하다. 농부들은 이러한 생동함을 전달하고자 새벽부터 움직인다(농부 1, 7, 8, 11). 그리고 이러한 농부의 감흥은 대화를 통해서 전해지기도 할 테지만, 작물에 붙은 사마귀를 타고 전해지기도 한다. 또는 농부들의 의도된 퍼포먼스나, 전시들로 전해지기도 한다. 아래의 사진은 위의 순간들을 담은 ‘작물’들을 마주침의 대상이자 주체인 생동하는 물질들로 이해하게 하는 장면들이다.

“전날 따 놓을 수도 있지만, ‘마르쉐’에 오는 날은 새벽 3시부터 일어나서 이거 저거 수확하고 담고 정신이 하나도 없죠....(중략)...싱싱함을 바로 전하고 싶으니까(농부 11)”



© 저자 촬영(원 2020.8.9, 오 2019. 9.11)

[그림 7] 바질 타고 온 사마귀<sup>45</sup>, [그림 8] 제각각 못생긴 흙 달고 온 무<sup>46</sup>

작물들을 생동하는 물질들로서 경험하는 것은 ‘마르쉐’ 농부시장이 대안적인 먹거리 체계를 만들어가는 데에 무엇보다 중요한 잠재력이 되어 작동한다. 흔히 먹거리 체계란 먹거리 생산과 소비까지 이어지는 정치경제적 순환구조로 다루어지지만, 먹거리가 갖고 있는 유기체적인 성격은 덜 강조되며 동시에 농학 및 생명과학 분야의 전문가들만이 이해하고 관여할 수 있는 것으로 간주되어왔다. 그러나 먹거리의 유기체적인 성격은 작물들이 인간뿐 아니라 사마귀 등의 작은 곤충들과, 물, 햇살, 바람과 어떻게 연결되어 있고 마주치는지를 생각하게 하고, 논의하게 한다. 이러한 논의는 앞서 살펴본 다양한 양태의 대화들을 통하며, 작고 못생기더라도 화학비료를 사용하지 않은 작물을 구입하는 실천부터, 농부의 일손을 돕는 프로그램에 참여하거나, 귀농을 하여 농부가 되어 시장에 판매자로 들어오는 등의 대안적인 먹거리 실천을 야기한다. 아래의 인터뷰 내용은 ‘마르쉐’ 농부시장이 매개하는 ‘자연’이 농부들과 봉사자들에게는 어떻게 감각되는지를 보여준다.

“저희는 (자연<sup>47</sup>을 지향하기 때문에) ‘마르쉐’(에서와) 같은 소비자를 만나야만 팔 수

45 이미 낫익은 봉사자 한 분과 살짝 눈 인사를 하곤 나란히 서서 바질을 구경한다. 그러다 앞사귀에 앉은 작은 사마귀를 발견했다. 어머 이거 사마귀인가봐요 라는 대화가 자연스럽게 이어졌고, 봉사자가 작디 작은 사마귀를 손으로 옮겨와 “모기를 닮아 금새 죽겠다”며 화단에 놓아준다(2020년 8월 9일 현장노트 중)

46 사진설명: 무들이 넓게 늘어져있고, “무 나눔 1개씩 가져가세요. 모양은 안 예뻐도 맛은 좋아요.” 라는 뜻말이 쓰여있다.



있는 농산물이라고 봐야 해요. ... 왜 채소가 이렇고; 색이 왜 진하지 않고, 조금 못생겼고 이런지, 뿌리가 왜 이렇게 긴지, 이런 것들을 (설명해야 해서) 그냥 택배로 보내서는 서로 실망할 수밖에 없어요. 저희도 소비자의 반응에 실망하고, 소비자도 온 농산물에 실망하고. 그런데 직접 얼굴을 보고, 어느 정도 신뢰관계 내지는 ‘아 이 농장이 이렇게 농사를 지어서 이런 것 이구나’를 이해해야만 그것을 제대로 활용하고. 또 이제, “아 이런걸 먹으면 좋겠다” 라는 이런 식의 판단이 가능해지기 때문에 저희는 ‘마르쉐’ 같은 (곳이 필요해요). 다른 일반 장터도 있지만 그런 데들은 또 저희가, 소비층이 오시는 분들이 다르지 않을까, 직거래로 저희 취지를 이해할 수 있는 소비자들을 만날 수 있는 유일한 공간이지 않았을까 합니다.”(농부 5)

“그냥 마트에 있는 물품들을 뭔가 농부의 애정이 느껴지지 않는 제품들 같은데. ‘마르쉐’ 장터에 가면, 아, 이 농부님이 이 농산물을 어떻게 키우셨겠구나 그런게 느껴져서, 애정이 담겨있는 농산물인 것 같아서. 그래서 뭔가 조금 더, 뭐라고 해야하지, 한 번 더 농산물에 대해서 생각하게 되는 것 같아요.”(봉사자 1)

비인간 존재들의 유기체적 성격에 대해 우리가 일상적으로 사고하는 것은 쉽지 않다. 특히 그들의 존재와 우리를 분리하는 단단한 구조물들과, 인간들의 사회체계로 둘러싸인 근대화, 도시화 이후의 우리에게는 더욱 그렇다. 그러나 농부로 살아간다는 것은 흙을 계속 만지고, 흙과 어떤 무기물이 만나 작물이라는 생동하는 물질들을 만들어내는지를 끊임없이 경험하게 하는 것이므로 도시민의 일상과 다르다. 그러므로 농부들이 농작물을 어떻게 대하고 있는지를 시장에서 경험하는 것은 도시민들의 곁을 묵음으로 스쳐지나가던 다양한 비인간들에 대한 사고와, 그들을 어떻게 받아들이거나, 그들에게 어떤 제스처를 취할지를 고민하게 한다. 이러한 사유하게 하는, 논의하게 하는 힘은 논의 정동이 가진 잠재력일 것이다. 이러한 잠재력은 나아가 농부들에게도 보다 나은 농법을 고민하고 실천하게 하는 힘으로도 작용한다(농부 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 11).

“채소를 소비해주는 분들과 대화를 하다 보면 채소를 어떻게 키워야 하는가를 알 수 있거든요....(중략)...저는 원래 관행농이었어요. 태어나자마자 친환경농사를 하는 사람이 또 어디 있을까요?”(농부 1)

---

47 자연농은 1950년대 일본의 농학자 후쿠오카 마사노부가 창시한 이후로, 국내에서도 생태적 가치에 관심을 보이는 소수의 농업인들에게도 전파되어왔다. 자연농은 인간과 비인간 자연을 대등한 존재로 보고, 자연적인 작물들의 상생의 원리, 작물과 인간의 상생의 원리를 파악하고자 다양한 작법을 실험하고 있다. 대표적으로는 함께심기 - 서로 필요한 영양분을 고르게 나누는 작물들끼리 심거나, 벌레에 강한 풀과 약한 풀을 함께 심는 등-, 땅에 비닐을 씌우지 않기, 화학비료와 농약을 치지 않기 등의 농작법이 있다.

농부들은 자신의 농법을 담은 이야기를 책으로 발간하여 좌판 한쪽에 전시하거나, 다양한 토종, 혹은 기후변화에 회복탄력성을 갖는 품종들이나, 논과 밭에서 발견한 소소한 기쁨들을 소개하고자 다양한 전시공간을 시장 한 편에 마련하기도 한다. 농부들의 감각과 경험을 전시하는 것은 농의 정동은 시장으로 가장 적극적으로 불려오는 계기가 되기도 한다. 다음의 사진은 농부들이 ‘마르쉐’ 농부시장으로 불려들인 논과 밭의 재현이다.



© 저자 촬영(왼 2020.8.9, 오 2019. 9.11)

[그림 9] <우보농장>의 토종 쌀 품종 전시 / [그림 10] 파 꽃과 벌

“F 농부님이 파 꽃을 잔뜩 가지고 오셨다. 파 꽃이야 논두렁에 지천으로 피어나는 것이겠지만, 사람들이 저마다 파 꽃을 풍선이라도 되는듯 손에 들고 지나다니는 모습을 보니 나도 한 다발 사볼까 싶어졌다. 파 꽃 세 대를 천원 한 장과 바뀔 손에 들고 시장 한 켠에 가만 앉아 시장을 다시 둘러보고 있으니, 벌 한 마리가 날아와 파 꽃에서 꿀을 뜬다. 그제야 손에 쥐고 있는 익숙한 파 향을 내고 있는 이 푸른 것이 어떤 생물학적 과정을 거쳐 생겨 났는지, 무엇과의 어떤 관계로 있던지 떠올려본다”. (2019년 6월 2일 현장노트 중)

## 2. 요리: 몸을 가로지르는 먹거리

본 소절은 ‘마르쉐’ 농부시장에 정동을 만들어내는 주요한 행위성으로 요리를 주목한다. ‘마르쉐’의 운영진들과 농부들, 요리사들은 각각 연구자와의 인터뷰에서 뿐 아니라, 현장에서도 요리의 중요성을 여러 번 구술해왔다. 이렇게 요리를 강조하는 것은 여타의 도시형 농부시장들과 지역의 직거래 농부시장과 ‘마르쉐’ 농부시장의 큰 차이이기도 하다. ‘마르쉐’ 농부시장은 기획의 단계에서부터 자연스러운 먹거리를 조리하는 요리사들과의 협업을 중요시 여겨왔는데, 이를 통해 점차 시장에 출품하는 요리사들 나아가 농부들까지도 농부시장에서 ‘요리하기’라는 행위가 발생하는 것의 중요성을 공유하게 된다.

‘마르쉐’의 운영진들은 그 기획 배경에 이미 축적된 먹거리 실천의 경험이 있었기 때문에 보다 쉽게 시장에서 요리의 중요성을 상호이해하고, 합의해왔다. 이러한 합의에 의해 대안적인 먹거리 실천을 하고 있는 식생활 교육가, 농업 교육가, 요식업자들은 자연히 ‘마르쉐’ 농부시장을 자주 오가게 되었다. 이러한 합의의 배경에는 ‘마르쉐’를 기획한 3인의 활동가들이 각각 여성환경운동, 친환경 요식업, 문화예술 및 농산물 시장 기획에 경험이 있었다는 사실이 있다. 이들은 경험에 기반해 농작물과 입안에 들어오는 ‘음식’의 연결을 몸으로 체험하는 것의 중요성을 공유해왔다. 다음의 운영진 1의 구술과 ‘마르쉐’ 보고서에 쓰인 <푸드토크> 프로그램에 대한 소개에는 이 같은 작물과 먹거리의 관계에 대한 인식이 드러난다.

“하나는 나의 생(生)을 포함해서 여성들이 어떻게 지속가능하고 존엄하게 자연과 더불어 사회와 더불어 지속가능 할까? 라는 문제 내 문제였어요. 똑같은 그 주제를 가지고 지속가능한 여성일자리 만들기라는 일본의 스터디 투어를 같이 가게 되었죠. 그렇게 보게 된 게 도쿄의 한 카페에서 도시 농사를 통해서 토종 콩을 기르고 토종 콩으로 동네의 유부를 만들고 그 유부를 만들고 유부로 유부초밥을 내는 것 이었어요. 그걸 보고 유부초밥을 하나 입에다 넣어주는 것이 도시가 어때야 한다 등등을 말해주는 것보다 더 강력하다는 생각을 했죠”(운영진 1)

“대안 식생활 교육과 음식 이벤트를 기획하는 노민영(푸드포체인지 대표)이 마르쉐@의 농부, 요리사들을 만나 음식이야기를 풀어냅니다. 마르쉐@을 통해 보다 많은 사람들이 먹을거리에 문제의식을 가지고 고민할 수 있게 되기를 바라며, 세상에 이야기가 있는 음식, 철학이 있는 음식이 점점 더 많아지기를 기대하고 있습니다.”(마르쉐 보고서 2013: 27)

‘마르쉐’ 운영진들을 시작으로 한 요리에 대한 대화의 지속 덕분에, 시장에서 이루어지는 여러 마주침들은 농사라는 낯선 주제보다도 먼저 작물의 맛과 향, 그리고 요리법에 대한 대화를 보다 자연스럽게 이어져갈 수 있었다. 운영진1과 요리사 2는 공통적으로 시장이 궤도에 진입하기 까지 요리사들의 역할이 매우 컸음을 구술한다. 초기 요리사들은 이미 이름이 널리 알려진 요리사들은 아니었지만, 건강하고 맛 좋은 먹거리를 만들고 가정경제를 잘 꾸리고 싶어하던 여성 요리사들이었다고 한다. 이 요리사들은 적극적으로 농부들과 협업하며, ‘마르쉐’ 시장에 나오는 농부들의 작물로 요리를 하고, 작물들을 손님들께 전달하는 매개자로서의 역할을 충실히 수행했다고 한다.

요리사들은 요리를 해가며 어떤 채소들이 얼마큼 필요한지, 또 어떤 맛이 조금 더 강했으면 좋겠는지를 농부들과 “성실히(운영인 1)” 상의하고, ‘마르쉐’ 농부시장의 농부들에게서 구매한 작물들로 농부시장에서 요리를 선보인다. 흥미로운 점은 이렇게 농부시장에 요리와 맛에 대한 대화가 열리자, 그만큼 더 이목이 집중된 것은 요리사들이 아니라 오히려 농부들이게 되었다는 것이다. 손님들 중 “어릴 때 먹던 오이의 맛”을 오랜 만에 맛본 40~70대 중·장년층이 단골이 되었고, 농부들은 이와 같은 반응에 힘입어 손님들과 요리사들이 찾는 맛을 더 건강한 농작법으로 내기 위해 분투한다. 이러한 일련의 과정은 시장의 활기를 구성하고 뿐만 아니라 시장을 벗어난 손님, 요리사, 농부들의 일상의 활기를 구성한다. 음식은 들뢰즈와 가타리가 이야기하던 물질들처럼 ‘방랑하는 성질(베넷, 2020: 137)<sup>48</sup>’을 갖고, 몸들을 연결한다.

“매개체가 되는 게 농산물이잖아요. 사람들이 그걸 먹어보고 농산물을 통해서 그 마음이 전달되는 거죠. 먹다보니 내가 건강해지더라 하는게 사실 결과니까. 먹던 분들이

---

48 “요컨대, 먹을 수 있는 것들은 들뢰즈와 가타리가 물질성의 ‘방랑하는’ 성질이라 말한 것을, “물질-형식에 대한 모든 이야기들”에 의해 무시되었던 연속적인 변화 성향을 드러낸다. 외부와 내부가 뒤섞이고 재결합하는 신진대사 활동은 생기적 물질성에 대한 보다 납득할 수 있는 아이디어를 떠올릴 수 있도록 한다. 그것은 형성된 신체들과 다루기 힘든 사물의 밑과 내부에 존속하고 있는 여러 무리의 활동을 그리고 세계를 유기적인 생명과 비-유기적인 물질로 나누는 우리의 개념적 습관에 의해 가려져왔던 생기를 드러낸다(베넷 2020: 137에서 재인용)”

아 농부가 일하는 것이 중요하고 농업이 이렇게 중요한 거였구나. 우리의 생명과 농업이 이렇게 맞닿아 있는 거였구나. 교육이 아니라 본인이 깨닫는. 계속 배워가는 것 같아요. (농부 16)”

작물들이 요리가 되어 몸들을 횡단한다는 생각은 지극히 당연한 것이지만 그러한 생각이 일상에서 특정한 실천을 이끌어내는 방향으로 구체화되는 것은 쉽지 않다. ‘마르쉐’ 농부시장에 나오는 농부들은 시장에서 자신들의 작물로 요리가 완성되는 것을 보고, 그 맛을 직접 경험하고, 또 손님들의 다양한 의견을 듣는다. 이 시장에서의 감각들은 그러나 일상에서의 실천을 끌어내는 잠재력으로 작동하는 것이다. 이러한 감각-경험들은 농부들을 지속해서 더 나은 농사를 고민하고 실행하게 하는 책임감이 되고, 다시 시장에 나오게 하는 활기가 된다.



© 저자 촬영(위, 왼 2020.8.9, 오 2019. 9.11)

[그림 11] ‘마르쉐’ 농부시장의 음식들

요리사들에게도 ‘마르쉐’에 나가는 것은 보다 특별한 의미이다. 요리사들은 농부들과 손님들의 이야기를 매개하는 과정에서 점차 안전한 먹거리의 관계적 성격을 구체화해간다. 이들은 점차로 농작물들과, 농사 그 자체, 혹은 농사를 가능하게 하는 미생물과 토양에 대한 농부들의 관심을 전달받고, 스스로 농사에 뛰어들기도 한다. 시장에 만연해진 ‘농의 정동’들은 요리사들의 조리대로 흘러들어갈 뿐 아니라 요리사들의 일상생활 전반으로 흘러들어간다<sup>49</sup>.

“마르쉐 시장에 가면 소풍 나온 느낌, 그냥 내가 오롯이 만들고 싶은 빵, 작품전시 하는 맘이라고 해서 나가요. 이번에 반응은 어떨까 어떻게 받아들여질까. 이런 거, 약간 이런 기대감이 있을 것. 긴장감이 있을 것이고. 갔다 오면 기분이 좋았기 때문에 긍정적인 기대도 있고”(요리사 1)

위의 구술은 천연 효모로 빵을 만들기 위해 어깨, 팔이 아프도록 반죽을 치대고, 우리밀 빵을 계속 구상하는 일련의 노동들이 비로소 작품이 되어 세상에 나오는 기쁨을 설명하고 있다. 천연 효모로 빵을 발효시키는 것의 목적은 ‘빵을 파는 것’만이 아닌 ‘우리밀과 천연 효모에 대해 알아가는 것’에 있는 것이다. 요리사들은 먹는 행위와 자신들의 작업을 이해하는 행위를 동시에 하는 몸들을 시장에서 마주치고, 이러한 마주침의 경험은 일상의 방향을 재정렬하게 하는 것이다.

---

49 뿐만 아니라, ‘마르쉐’ 요리사들 중 다수는 ‘마르쉐’ 농부시장에의 참여 이후, 직접 농사를 짓기 시작했다(요리사 1, 2, 농부 1,4,5).

## 제 3 절 다양성 배치하기

### 1. 몸들의 지도: ‘마르쉐’ 농부시장의 벡터도

연구를 시작할 무렵에는 ‘마르쉐’ 농부시장이 열리는 공간적 특이성을 건물들의 배치와 차도와의 거리, 공간의 용도 구역, 관련법률 등으로 정리하고 그 넓이와 시간을 절대적인 것으로 측정해보는 작업으로 사례를 기술하는 것이 ‘마르쉐’ 농부시장의 특징을 유의미하게 규명해줄 것이라고 생각하기도 했다. 그러나 그 생각은 이내 몇 차례의 현장연구에서 지워졌는데, 시장은 닫힌 계가 아니라 무수한 마주침의 결절점들이 점과 선으로 거미줄처럼 연결되어 있고, 새로운 행위자들이 손쉽게 포획되는 연결의 연결이었기 때문이다. 어느 하루는 연구자는 공원의 한 귀퉁이에서 서서 시장에 방문하는 사람들의 수를 세는 역할을 맡았다. 종일 공원의 여러 귀퉁이를 돌며 시장에 방문하는 사람의 수를 헤아리다, 이 시장의 경계를 어디로 두어야 하는가 하는 고민에 빠졌다.

“시장에는 어떤 명증한 경계선이 없이, 마치 그라데이션처럼 모호한 경계만이 있다. 시장이 들어선 마로니에 공원의 갓길에는 ‘대학로’를 상징하는 듯한 버스킹 집단들이 자리잡고 있었고, 그들도 때로는 심심하다는 듯이 발걸음을 시장 쪽으로 옮겨 잡았다. 수를 헤아리기 위해 임의로 설정한 단선의 경계를 넘어 들어오는 사람들이 모두 시장을 이용하는 사람들이라고 보아야 할지, 물건을 사는 사람들만을 이용객으로 보아야 할지, 눈빛에 시장에 대한 호기심이 담긴 사람이 이용객으로 보아야 할지, 시장의 한 가운데 벤치에 앉아 시장에서 흘러나오는 음악을 즐기는 노숙인을 시장 이용자로 보아야 할지 알 수 없을 만큼, 시장은 거대한 정동—모종의 즐거움과 환대, 자연과의 친밀함—그리고 이방인 등의 집합체였다”. (2019년 9월 8일 현장 노트 중)

경계가 없는 농부시장 ‘마르쉐’라 이름 붙은 임시의 공간, 그리고 끊임없이 오고 가는 이방인들. 이들이 시장 안에서 스쳐 지나가는 개인이 아니라 거미줄처럼 얽힌 하나의 집합체로 보이는 것은 왜일까? 그것은 ‘마르쉐’ 농부시장의 시공이 비고정적이지만 동시에 연속성을 갖고 있기 때문이다. ‘마르쉐’ 농부시장이란 특정 경위도 좌표 위에 놓인 것이기보다 농부시장을 오가는 몸들의 발걸음의 중첩 위에 놓여있다. ‘마르쉐’는 시장이 열리는 공간보다 시장에서 벌어지는 행위성을 중심으로 결집된 것으로 ‘마르쉐’의 공간은 전유되어 상점에서 ‘시장’으로 변모하기 때문이다.

그러므로 안전한 먹거리와 농부와와의 대화를 좇아 자생적으로 만들어진 시장 공간은 먹거리 실천을 행하는 몸들의 궤적 위에 있다. 그리고 이러한 몸들의 궤적은 중첩되며 공간을 매개로 개인의 차원에 머물던 정동을 주고받는다.

즉, ‘마르쉐’ 농부시장의 정동이 개인의 차원에 머무르지 않고 몸들의 사이를 오갈 수 있는 것은 매개가 있기 때문이다. 앞서 살펴보았듯, 농작물, 테이블, 배너, 나무 그늘, 바람, 빗방울, 음악과 대화 소리와 같은 다양한 물질들은 정동을 촉발하게 하는 매개가 된다. 그리고 앞서 살펴보았듯이 이렇게 촉발된 정동의 실천적 힘은 대화에의 촉진이고, 유기적 존재로서 몸과 흙, 그리고 그 관계를 상기하게 하는 것 이었다. 즉, 농부시장에 놓인 물질들은 기존의 재래시장들에 놓인 물질들과는 그 모양과 재질, 목소리의 크기, 냄새 등에서 어떤 차이를 보이고, 이는 ‘마르쉐’ 농부시장에서 촉발되는 정동이 지속적으로 재현되도록 유도해왔다.

이러하면 ‘마르쉐’ 농부시장의 풍경에는 사람들의 들뜬 목소리, 환하게 웃는 얼굴, 안부인사, 반가워하는 몸짓, 강아지, 새, 벌, 농작물과 같은 비인간들이 자주, 연속적으로 끼어들어온다(현장노트 중, 2019. 09. 02). 이제 이 각각의 존재들과의 마주침에서 촉발되었을 개별적인 정동들을 궤적으로 겹겹이 그려보자. 시장 귀퉁이에 선 연구자의 직관과 감각에 따라 각 정동들의 궤적을 그리면 겹선으로 두겹게 그려진 곳에는 ‘모종의 즐거움과 환대, 자연과의 친밀함’이 놓인다. 반면, 아주 드물게 포착되는 분노에 찬 목소리, 인상을 찌푸린 사람, 바닥에 쓰레기를 버리는 사람 등에서 솟아오르는 정동들은 얇은 선으로 희미하게 그려지고, 또 슬그머니 시장 밖을 향해 빠져나간다.

이처럼 ‘마르쉐’ 농부시장에 들어온 몸들은 제각각의 감흥을 가지고 있지만, 모든 개별의 감흥들이 농부시장에 배치된 또 다른 몸들과 상호작용하며 감흥을 공간이나 집단의 것으로 배태하는 것은 아니다. 농부시장에 놓인 물질들과 농부시장에서 반복적으로 재현되는 대화들과 상호작용들에 의해 몸들의 감흥은 서로를 오가고 상호 증폭되며 농부시장의 고유한 정동이 되어간다. 즉, 연구자가 현장에 가만히 서서 관찰하며 그려보았던 사람들의 표정, 말소리, 발걸음, 행위성들이 일정한 양태를 띠며 특정 지점에 겹쳐질 때, 바로 그 곳에서 집합으로서 농부시장의 정동은 고유하고



연속성을 가진 것으로 드러났다. 이렇듯 궤적을 쌓아보는 작업이 바로 농부시장의 ‘벡터도’를 그리는 것이다.

앞서 살펴보았듯, ‘벡터도’는 중첩되는 힘들의 궤적을 탐색함으로써 그려진다. 이는 정동의 실천적 힘들의 방향을 가리켜, 힘들이 갖고 있던 잠재력을 드러내어 앞으로의 근 거리의 미래를 예측하게 할 수 있게한다. 이러한 의미에서 다음의 [그림 11]과 [그림 12]는 ‘마르쉐’ 농부시장의 ‘벡터도’이다. 먼저 [그림 11]을 살펴보자. 연구자는 인터뷰를 하는 과정에서 4명의 적극적인 참여자들에게 ‘마르쉐’ 농부시장을 그려달라는 요청을 하였다. 연구자가 요청한 것은 ‘마르쉐’ 농부시장을 그리는 것이었음에도, 연구참여자들은 시장의 전경이나 배치 구조를 그리지 않고 다음과 같은 그림들을 그려주었다.



[그림 12] 연구참여자들이 생각하는 ‘마르쉐’ (운영진 2, 봉사자 2)

그림은 순서대로 시선의 마주침, 마이크를 잡은 농부, 시장에 나온 강아지와 사람, 그리고 자신의 일상과 농부시장의 연결상태를 설명한다. 연구자는 그림을 요청하며 연구참여자들이 버드아이뷰(bird eye view)에 가깝게 그려진 ‘지도(topographic map)’를 그려줄 것이라고 생각했다. 그러나 ‘마르쉐’ 농부시장과 일상이 긴밀하게 연결된 연구참여자들에게 ‘농부시장’은 특정 좌표계나 종이 위에 온전히 그려지는 것이 아닌, ‘연결’ 위에 그려지는 것이었다. 다음 [그림 12]를 함께 살펴보자.



[그림 13] ‘마르쉐’ 농부시장 (마르쉐 지속가능성 보고서, 2017)

[그림 12]는 2017년 <마르쉐 지속가능성 보고서>에 실린 ‘마르쉐’ 농부시장을 그린 그림이다. 멀리서 보기에 그림은 시장에 몰린 인파나, 시장의 구성, 전경을 담고 있는 것 같지만, 세세히 들여다 보면 그림은 농부시장을 오고가는 몸들의 행위성을 그려내고 있다. 뿐만 아니라 몸들이 매개로 하는 다른 몸들/물질들의 존재를 상기시킨다.

[그림 11]과 [그림 12]는 공통적으로 농부시장에서 벌어지는 행위성들을 ‘마르쉐’ 농부시장으로 그려낸다. 행위성이 ‘마르쉐’ 농부시장의 정체를 규정한다는 것은 앞서 이야기한 시장의 경계가 모호하다는 성격과도 이어진다. 다양한 행위성들은 ‘연결’을 통해 ‘마르쉐’ 농부시장이 된다. 그러므로 농부시장이 열리는 시공 밖에서도 이어질 수 있는 것이 된다. 즉, ‘마르쉐’ 농부시장은 행위자들의 먹거리 실천의 궤적을 따라 시장이 열리는 공간의 안팎으로 흩어지기도 다시 모이기도 하는 것이다. 이처럼 농부시장은 몸들을 연결하고, 연결을 느끼게 함으로써, ‘연결’의 정동이라는 고유한 잠재력 또는 실천적 힘을 갖고 있는 것으로 감각된다. 아래 농부 13의 구술은 이와 같은 ‘마르쉐’ 농부시장을 고유한 “정동”을 설명한다.

“처음 마르쉐 가서 즐겁다고 느낀 게 오감 플러스 알파가 느껴지는 공간이라고 해야할까? 음악도 있고, 다같이 어우러지는 느낌이었어요. 수공예가들 요리사들 농부들 가지고 있는 느낄 수 있는 감정들이 많잖아요. 추상적인 것인데 그런 걸로 처음으로 재미있다고 느꼈었고. 또 즐거움이라는 것은, 해 돌아가면서 유지해 나가면서 잘 먹고 살고 있구나. 이런 게 있었고. 오감 플러스 알파. 육감 (농부 13)”

농부시장에서 연결을 매개로 촉발되는 집합적 정동은 ‘재미있다’거나 ‘즐거운 것’이기도 하며 연구자가 현장연구에서 발견했듯 ‘환대’와, ‘자연과의 친밀함’이기도 하다. 그리고 또 한 가지 농부시장의 정동은 “다같이 어우러지는 느낌”이다. ‘어우러짐’의 정동이 촉발된다는 사실은 우리에게 ‘마르쉐’ 농부시장을 오가는 몸들의 궤적의 교차점에 연결이라는 강렬한 경험이 있음을 알 수 있게 한다. 눈과 귀, 마이크, 유모차, 시장의 가판대, 농부시장이 열리는 공간의 물질들을 매개로 다양한 몸들은 연결된다. 그리고 이러한 연결의 상태는 농부시장이 열리는 시간과 공간에 중첩되어 쌓이며, 연속성을 갖고 ‘마르쉐’ 농부시장의 벡터도에 가장 진하게 그려진 화살표로 드러난다.

## 2. 몸들의 미래: ‘마르쉐’ 농부시장의 양상도

벡터도를 그려봄으로써 우리는 농부시장의 정동이라는 실천적 힘이 농부시장을 가로지르는 손님들이나 산책자들과 농작물들의 고유한 성질이나 성격, 그리고 그 배열의 권력관계보다도, 몸들간의 ‘연결’에서부터 촉발됨을 알 수 있었다. 우리는 이로부터 ‘마르쉐’ 농부시장의 근거리의 미래를 예측해 볼 수 있게 된다. 예를 들면, ‘마르쉐’ 농부시장은 ‘다같이 어우러지는’ 정동이 촉발되는 공간이므로, ‘마르쉐’에 가면 다양한 몸들과 어우러지는 상호작용을 하게 될 것이 가능한 하나의 예측이다.

그렇다면 이 같은 근거리 미래의 이후에는 어떤 일이 벌어질까? 몸들과 몸들이 먹거리 실천들을 매개로 연결된다는 것은 장기적으로 어떤 의미를 갖는가? 특히 먹거리 실천과 긴밀하게 연결된 사회적 구성물로서 ‘먹거리 체계’에는 어떤 영향을 미치는가? 이에 대답하기 위해 이제는 브라이언트가 제안한 “양상도로 나아가라”는 주장을 기억하고 ‘마르쉐’ 농부시장의 양상도를 그려보고자 한다. 양상도는 ‘마르쉐’ 농부시장이 먹거리 네트워크로서 어떤 대안적 가능성을 제시하는지, 그리고 기존의 먹거리 체계와의 긴장을 이겨내고 이러한 대안성이 보다 대중화 또는 보편화되기 위해서는 어떤 작업들이 필요한지를 설명해 줄 것이다.

양상도로 나아가기 위해서는 ‘마르쉐’ 농부시장의 담론과 언표들을 함께 볼 필요가 있다. 앞서 살펴보았듯 ‘마르쉐’ 농부시장에 들어온 작고 못생긴 무들과 감자들,

외래종의 허브들과 토종의 씨앗들은 논과 밭의 감흥을 전달하는 매개이기도 하지만, 한 발짝 멀리서 시장을 바라보면 시장이 낯선 존재들로 뒤섞여있음을 느끼게 함으로써 강렬함을 선사하기도 한다. 뿐만 아니라 이러한 이질적인 존재들의 접시 하나에 조화롭게 담기는 ‘요리’의 과정과 그것을 먹는 ‘자신’ 혹은 타인들을 마주하면 시장이 선사하는 낯선 것을 설명과 함께 만나며 느끼는 다정한 긴장 혹은 이질감은 곧 인간과 비인간의 집합체로 ‘마르쉐’ 농부시장이 ‘연결’의 공간임을 감각하게 한다. 다음의 구술들은 ‘연결’과 ‘어우러짐’의 정동이 어떻게 드러나는지를 설명한다.

“제가 ‘마르쉐’에 셀러(판매자)로 참가하면서 느낀 것은 그냥 ‘마르쉐’라는 공간이 어떤 의미일까 생각해보면 거기는 그냥 되게 자연스러운 것 같아요. 그러니까 뭐 비도덕적이거나 불법적이지 않은 이상은 모든 게 다 있는 그대로 자연스럽게 받아들여지는 공간인 것 같아요. 왜냐하면 여자-여자 커플이 와도, 남자-남자 커플이 와도. 문신을 새기거나. 아니면 조금. 자기가 입고 싶은 대로 오고 나의 성 정체성을 굳이 숨기려고 하지 않고. 그냥 그런 게 되게 자연스럽고 멋있게 받아들여지는 것 같아요(봉사자 1).”

“비건을 지향하고 있고, 플라스틱 소비를 줄이려고 지향하고 있지만. 이게 일상생활에서는, 재 좀 까다로워, 너무 유별나다고 비취질 수 있는데, 거기에 가면 그런 게 되게 멋지게 받아들여지니까. 그 공간에서는. 뭔가 우리 사회에서 어떤 기준을, 사람들의 편견이나 기준같은 것이 있잖아요. 그러지 않아야 한다면에서도 자연스럽게 받아들이지 못하는 것이 있잖아요. 분명 이 꽃도 이쁘고, 이 나무도 이쁘고. 꽃에도 여러 종류가 있고 장미만 예쁜 것이 아닌데...(중략)...국화도 예쁘고, 할미꽃도 예쁘고, 호박꽃도 예쁘고, 너네 다 예뻐. 너네 다 다르게 예뻐. 이게 그냥 자연스럽게 받아들여지는 공간인 것 같아서. 그게 좋은 것 같아요. 저는(봉사자 1).”

봉사자들은 시장에 자주 나오는 단골들 중 보다 시장을 함께 가꿔갈 의지를 갖고 있는 사람들로 인터뷰에서 다음과 같은 ‘마르쉐’ 농부시장의 분위기를 “자연스러운”이란 표현으로 설명한다. 연구자는 이러한 연구참여자의 구술들을 다시 반복해 들으며 시장에서의 다양한 풍경들이 떠올랐다. 이를테면 토종작물들과 종자를 늘어 전시해놓은 시장의 한 복판이나, 종로구의 차 없는 거리 행사로 시장이 길거리까지 넓어져 나온 날 길의 한 복판에서 월경대 돛자리 위에서 월경대를 바느질해보던 현장 답사의 하루, 젠더중립적인 헤어와 의상뿐 아니라 서울에서는 쉬이 볼 수 없던 핑크룩으로 꾸민 각양 각색의 사람들과, 시장 한 켠에서 흘러나오는 노래에 맞춰 춤추던 노숙인, 뛰노는 어린 아이들과 유모차를 지팡이 삼아 장보러 나온 등이 굽은

노인들, 그리고 비인간 동물들: 강아지, 고양이, 비둘기, 벌. 이 모든 것들의 조화는 연구참여자의 표현에서처럼 ‘자연스러운’ 것으로 보였다.

이런 다채로운(혹은 이질적인) 것들의 뒤섞임이 자연스럽게 보인 이유는 앞서 서술했듯, 다양한 농작물들의 제각각 생김을 존중할 수 있게 만드는 대화들, 요리를 통해 먹거리들을 소화하며 ‘몸’이 가진 외피가 사실은 다공적인 것이고, 우리의 몸은 작물들과 붙은-구분할 수 없는 것이라는 것을 이해하게 하기 때문일 것이다. 도시의 갖춰진 기성복들 사이 낫부끄러울 수 있을 차림들이나, 유별나 보이는 친환경 실천들, 월경과 같은 몸에 대한 내밀한 이야기를 시장에서 꺼내는 것이 적절해지는 것은 도시의 규율과 질서를 따르는 경직된 몸들이 해체되며 몸들의 자연성이 시장 안에 불러들여지기 때문이다. 그리고 자연성을 알아채고 이를 재현하는 ‘몸들’은 도시라는 4차원 적인 시공의 그릇에 존재의 질량을 채우고 비로소 그 공간의 성격 또한 자연성을 지닌 것으로 드러난다.



[그림 14] 다양한 몸들의 지도 © 저자 촬영(원 2019.11.10. 오, 아래<sup>50</sup> 2019. 09. 08)

50 사진에는 작물들이 전시되어 있고 다음과 같은 문구가 쓰여있다. “감자+얇은뱅이

뿐만 아니라 ‘마르쉐’ 농부시장은 비단 인간뿐 아닌 다양한 작물들과의 연결에 대해서도 계속해서 대화를 통해 점점 심층적인 설명력을 갖춘다. 뿐만 아니라 ‘마르쉐’의 참여자들은 점차 인간-인간 물질들의 연결과 공통점으로서 자연성에 대한 논의를 심화해왔다. 이를테면 농부들은 플라스틱을 덜 쓰는 농사의 경험을 글로 쓰고, 시장에 관련 책을 농산물과 함께 전시하고, 농부 워크숍에서 점차 심화되는 농과 자연, 도시의 관계에 대한 이해를 전달한다. 이러한 실천들은 도시와 농촌을 가로지르고 작물과 몸들을 가로지르며, 자연과 도시의 이분을 깨트린다. 농부시장은 이처럼 자연으로서 도시를 보다 적합하게 이해할 수 있는 사건들을 만들어왔다.

---

강낭콩: 두가지 이상의 작물들이 함께 자라며 서로 돕고 땅을 건강하게 합니다. 농부와 도시소비자도 이처럼 ‘함께 짓기’를 하는 셈입니다 - 고운내 농장, 김혜영 농부”

## 제 4 절 소결: 먹거리 실천의 윤리

정동 이론에 기반해 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동을 탐색하며 연구자는 ‘마르쉐’ 농부시장 곳곳에서 솟아오르는 농사의 감흥의 전이와 그에 대한 현장에서의 사람들과 연구참여자들의 감각/기억을 읽어낼 수 있었다. 포착된 시장의 정동이 다만 개인의 비연속적인 흥미나 감정만으로 날아가는 것이라면 이를 포착하는 것에 기술의 나열 이상의 의미가 없을 수 있겠지만, ‘마르쉐’ 농부시장의 정동들은 물질들과의 연결을 토대로 반복되며 일정한 방향성을 갖는다. 그러므로 본 연구는 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동들이 촉발하는 먹거리 실천들의 방향을 대안적인 도시의 먹거리 계획을 만들어가는 것으로 주목한다. ‘마르쉐’ 농부시장에서 벌어지는 먹거리 실천들은 모종의 대안성을 갖는데, 이는 시장에서의 우연한 마주침에 의해 가중되고 반복되어 이행되는 와중에 미세하게 변형되거나 변이되는 실천들의 먹거리 정치로서의 힘이다. 장을 마치며, 농부시장을 매우는 감흥들이 어떠한 먹거리 실천의 윤리라는 궤적을 그려내는지 살펴보자.

### 가. 대화를 통한 신뢰

앞서 살펴보았듯, ‘마르쉐’ 농부시장을 지속하게 한 제1의 동력은 끊이지 않고 대화를 이행해왔다는 것이다. ‘마르쉐’ 부시장은 반복되며 조금 더 심화된 것으로, 혹은 최근의 농업에 대한 이슈나 사건들과 관련된 것으로, 계절에 따른 것으로 변화시켜가며 대화를 이어왔다. 이처럼 대화가 일회적인 것이 아닐 때, ‘마르쉐’ 농부시장을 찾는 사람들은 장기적인 계획으로서 대안적인 먹거리 실천을 고민할 수 있게 된다. 그리고 이 과정에서 손님과 농부, 요리사, 수공예가, 봉사자들은 상호 신뢰를 얻게 되는데, 여기서 신뢰란 과학적 검증이나 검증 제도를 통한 신뢰가 아닌 ‘서로가 더 나은 방향으로 변화될 것’이라는 감각을 다양한 몸들과의 연결 위에 두게 된다. 다음 운영인 5의 구술은 대화와 신뢰의 긴밀한 연결을 잘 보여준다.

“시장이어서 할 수 있는게 되게 중요한 게 이거라며 얘기 했던 것이, 시장이기 때문에 고맙다는 말을 자주 하고 자주 듣게 되는데 어떻게 노력을 안 할 수 있겠냐. 그런 말을 많이 들을 수 있는 공간이니까 그걸 꼭 짚어서 말은 못해도. 마르쉐 나가면 기분 좋지.

그런게 포함되는 게 아닐까? ...(중략)... 여러 세대와 다양한 층위의 사람들이 좋은 만남을 갖기 위해 노력하는 자세로 있게 되는 거잖아요. 그런 마음의 준비를 하고 오는 사람들이 많다고 느껴요. 그러다 보니 서로 조심하거나 변화되는 모습을 보이는 경우가 많지 않을까” (운영진 5)

#### 나. 먹거리에 대한 책임

이렇듯 대화를 통해 신뢰를 얻고, 인간의 몸들이 자연으로서 다른 행위체들과 연결되어 있다는 것을 시장에서 눈으로, 귀로 듣는 과정은 구성원들에게 먹거리에 대한 책임감을 고취하도록 하는 동력이 된다. 이러한 과정에서 먹거리 실천의 윤리는 점점 미세하게 조정되어간다. 신뢰하는, 상호작용하는 몸들과의 잦은 마주침은 특히, 먹거리를 생산하는 농부들에게 책임감을 고취시킨다. 농부들은 보다 환경에 미치는 영향을 고민하는 방향으로, 또한 보다 몸들을 건강하게 할 수 있는 방향으로 농사를 통해 ‘마주치게 될’ 몸들을 돌보기 시작한다. 농부 8은 이러한 책임감에 대해 다음과 같이 구술한다.

“책임감? 그런 거 아닐까요? 내가 그냥 키워놓고, 먹어 이게 아니라, 어떻게 먹으면 맛있는지, 내가 농사를 어떻게 지었기 때문에 ‘이 맛이 더 강하고 그래서 이 농작물은 이 요리하고 더 맞는 것 같아요’하고 이야기 할 수 있는 것은, 내가 이분들이 먹는 것까지 생각하는 거라고 생각하거든요. 그래서 그런 이야기 자체가 그런 좀 책임감?” (농부 8)

#### 다. 자연으로서 몸들 이해하기

끝으로, 이와 같은 책임감과 신뢰로 연결된 ‘몸들’에 대한 생각은, 몸에 대한 보다 긴밀한 이해로 이어진다. 더 건강한 먹거리를 생산하고 소비하려는 시도는 점차 몸들이 자연으로서 흙과 미생물, 농작물, 도시를 구성하는 콘크리트 등과 연결되어 있음을 상기시키기 때문이다. 즉, 농부시장의 “연결됨”의 정동은 인간뿐만 아니라 인간과 연결되어있는 다양한 물질들—농작물, 흙, 미생물들—을 인식하게 해왔다. 뿐만 아니라 이렇듯 자연으로서 몸들에 대한 이해가 깊어지는 경험은 자신의 몸뿐 아닌 타인 또는 비인간 생물들의 몸들의 다양성에 대한 상호이해도로 나아가게 한다. 이처럼 대화를 통한 신뢰의 확산, 먹거리에 대한 책임의 고취는 점차 몸들 간의 연결에 대한 인식을 향해간다. 그리고 이러한 이해는 몸들 간의 관계를 보다 상생하는



것으로 만들기 위한 실천들을 야기하는 힘이 되어왔다. 아래의 농부 4와 요리사 2의 구술은 이와 같은 몸에 대한, 작물에 대한 심화된 인식을 보여준다.

**“우리가 물건을 파는게 아니니까. 과정이 다 담겨있고 하니까”** (농부 4)

“‘마르쉐’를 하면서 확실하게 개념정리가 되더라고요. 우리가 생각해보던 ‘오가닉’은 한참 전에 벗어났어요. 유기농 무농약이 아니라, 그것도 물론 들어가지만, 유기적인 관계를 생각하는 거죠....(중략)...좋고 안 좋고를 가르는 단어와 무엇 무엇이 위험하다는 단어를 안 쓰려고 해요. 그러다 보니까 우리가 논의 할 때 자주 나오는 단어가. ‘미생물’이 되었어요. 음식은 미생물의 시체덩어리잖아요. 물과 시체들이 만나서 발효가 된 것이 미생물인 것이고 제대로 된 미생물이 키운 채소 일수도 있고. 미생물이 키워드인 거 같아요. ‘안전’이라는 단어 자체를 기피하는 것 있는 것 같아요. ‘안전’의 개념이 아니라 다양한 미생물이 사는 땅 흙. 미생물을 안 죽이고 지은 농사. 그것이 안전하면 떠오르는 단어이긴 한 것 같아요”. (요리사 2)

이처럼 ‘마르쉐’ 농부시장은 개개인들의 일상 속 먹거리 실천들을 농부시장으로 불러들이고, 제각각의 먹거리 실천들을 관찰하고, 모방하고, 변형하는 재현의 장으로 거듭나왔다. 그리고 이러한 재현의 반복은 ‘마르쉐’ 농부시장을 먹거리 네트워크의 대안성을 구체화하도록 이끌어왔다. 다음 장에서는 이러한 점에 주목해 농부시장의 정동이 어떤 과정을 거쳐 더욱 강조되며, 대안적인 실천을 독려하는 방향으로 작용해 왔는지를 살펴본다. 이를 통해 대안먹거리네트워크가 되어가는(becoming) 과정에 대한 상상도를 보다 세밀하게 그려볼 수 있을 것이다.

## 제 IV 장 대안먹거리네트워크 되어가기

본 장에서는 3장을 거쳐 포착한 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동적 특징들이 어떻게 시장을 ‘대안 먹거리 네트워크(alternative food networks)’로 나아가게 하는지를 탐색한다. 이를 위해 먼저, ‘마르쉐’ 농부시장의 기획의도와 조직화 방식이 2012년도 기획단계에서부터 2020년까지 8년간 어떻게 변화해왔는지를 살펴본다. 나아가 이 과정에서 ‘마르쉐’가 제도화 논의를 중심으로 어떤 긴장에 놓여왔는지, 또 어떠한 사건들을 계기로 해체되고 소소한 실천들을 중심으로 재구성되는지를 탐색한다. 이러한 ‘마르쉐’ 농부시장을 둘러싼 담론들과 정치적 긴장의 형성과 해체, 의미의 재조합 과정을 탐색하는 것은 먹거리 네트워크의 대안성이 단일한 계획과 이행을 통해 규범화되는 것이 아니며 되어가는(becoming) 과정적인 것임을 보여준다. 뿐만 아니라 이와 같은 대안성을 만들어 온 주역은 관(管)과 제도가 아니었으며, 그림자화 되어왔던 일상에서의 먹거리 실천들임을 보인다.

## 제 1 절 도시형 농부시장 ‘마르쉐’의 발생

### 1. 도시의 먹거리 안전과 농부시장 ‘마르쉐’

‘마르쉐’ 농부시장의 전신인 ‘문래동 옥상텃밭 다래’가 처음 기획되던 2011년은 도시의 먹거리 안전 문제가 다양한 방향에서 대두되던 시기였다. 먹거리 안전(food security)에 대한 논의가 세계적으로 대두되고 있었을 뿐 아니라, 국내에서는 2010년 구제역 파동과 2011년 후쿠시마 원자력 발전소 사고 등을 계기로 먹거리 안전에 대한 사회적인 관심이 보다 증가하는 때였다. 특히, 2010년 서울시에서는 친환경 무상급식 도입여부에 대해 전 시민적 관심이 대두되고 있었는데, 이 논쟁의 결과로 당시 서울시장이 자진사퇴하며, 보궐선거를 통한 서울시장의 교체를 야기하기도 하였다(임성은 2013: 204). 이와 같이 먹거리 문제를 둘러싼 사건들<sup>51</sup>은 먹거리 문제에 대한 세계적/지역적 정치적 의사결정의 필요가 대두되어왔음을 설명한다(마르쉐 보고서 2017). 위와 같은 배경에서 집권한 제 35·36·37대 박원순 서울시정은 보다 적극적으로 먹거리 정책을 정비하기 시작한다. 다음은 먹거리 정책의 방향성을 보이는 대표적인 사건들이다.

2012년 도시농업 원년 선포 및 도시농업육성 및 지원 조례 제정

2016년 밀라노 도시 먹거리 정책 협약 참여

2017년 서울 먹거리 마스터플랜 발표(6월) 및 먹거리 기본 조례 제정(9월)<sup>52</sup>

---

51 2017 마르쉐 지속가능보고서는 이 밖에도 ‘마르쉐’ 농부시장이 발생한 사회적 배경으로 다음을 함께 거론한다: 리우환경회의, 기후변화, 오일피크 의제화, 광우병 사태, 세계화와 먹거리 위협에 대한 관심 증폭, 종자 다양성 운동기구 토종씨드림 출범, 리먼브라더스 사태, 세계 금융위기, 도시농업, 기본소득 등 전 세계적인 대아 노색, 일본에서 정부 주도로 생산자가 직접 나오는 시장, ‘마르쉐 재팬’ 프로젝트 시작, 산업화가 된 먹거리 문제에 대한 관심 증폭

52 2017년 선언된 서울 먹거리 마스터 플랜의 내용에는 2012년 도시농업원년선포와 관련된 도시농업 정책에 대한 방향성 제안과, 도시와 농촌의 상생을 위한 먹거리 정책 제안이 포함된다. 그러나 이 두 정책은 사실상 서울시민들의 의사를 반영한 처방적 지원책으로 도시의 먹거리 정책을 선두적으로 개선해왔다고 보기는 어려운 면이 있다.

위의 세 사건은 도시의 먹거리 안전의 확보와 농업의 지속가능성을, 기후 변화 등 증가하는 환경오염의 문제를 연결된 것으로 이해하고 먹거리 생산과 소비 양단의 문제를 동시에 해결하기 위한 정책기조를 내세운다는 공통점을 갖는다. 2012년 제정된 [도시농업육성 및 지원조례]와 2017년 제정된 [먹거리 기본 조례]의 연속적인 성격을 간략히 살펴보면 다음과 같다. 2017년 제정된 [먹거리 기본 조례]는 “시민의 건강하고 안전한 먹거리 기본권 보장”을 목적으로 두고, 먹거리 안전 문제에 환경적 측면을 포함하는데, 이는 [도시농업 육성 및 지원 조례] 제 1조 목적<sup>53</sup>에서도 드러난다. 이처럼 지난 10여 년 간의 서울시의 먹거리 정책은 도시농업과 먹거리 안전, 지속가능성 등을 꾸준히 키워드로 두어왔다.

이처럼 도시농업 활성화 정책과 먹거리 정책이 연결되어있는 이유는 당시 서울시장의 시정운영 기조와 무관치 않다. 박원순 서울시장은 시민운동가 출신으로 당시 시민사회에서의 여러 움직임들을 빠르게 흡수, 정책화 해나갔는데, 이미 시민사회에서는 먹거리의 생산과 소비, 그리고 이러한 순환적 과정에서의 환경적 요인과 공동체에 미치는 정서적, 윤리적, 교육적 효과를 총체적인 것으로 이해하고 다양한 실천들을 해왔다. 이를테면 이러한 문제의식을 가지고 서울에서의 대안적인 먹거리 실천을 생활화 해온 도시-먹거리 실천가들은, 서울시 곳곳에서 먹거리를 직접 기르고, 이를 통해 지역 공동체의 회복탄력성과 지속가능성을 개선하고 이웃 간 정을 나누는 실천을 일상 속에서 생활화 하고 있었다. 그러므로 지난 9년간의 서울시의 먹거리 정책은 서울시민의 선두적인 실천들을 보충하는 수준에서 이루어진 것으로 이해할 수 있다.

시민사회에서의 먹거리 문제에 대한 논의와 그에 따른 먹거리 운동의 계보는 다음과 같다. 1980대 이후 확산된 국내의 환경운동의 흐름 안에서 먹거리 문제에 대한 시민의식은 점차 심화되었고, 주로 가정 내에서 먹거리 노동을 담당해왔던 주부들을 중심으로 다양한 실천들이 지속되어왔다. 이러한 일련의 흐름은 한국의

---

53 제1조(목적) 이 조례는 서울특별시민의 건강하고 안전한 먹거리를 안정적으로 확보할 수 있도록 기본적인 사항을 정함으로써 서울특별시의 지속가능한 먹거리체계를 확립하고 서울특별시민의 먹거리보장을 실현하는 것을 목적으로 한다.

여성환경운동<sup>54</sup>으로 일컬어지는데, 이는 1990년대 이후 서구의 다양한 계파의 생태여성주의(ecofeminism) 담론을 흡수하며 점차 시민사회 내에 조직화<sup>55</sup>되어갔다. 주된 여성환경운동의 실천들은 앞서 살펴본 시민사회 내부의 먹거리 실천들과 일맥상통하는 것으로, 실천의 차원에서 여성환경운동 진영과 시민사회 전반에서의 먹거리에 대한 문제의식이 활발히 공유되어왔음을 알 수 있다. 여성환경운동 진영에서 선두적으로 이끌어온 다양한 먹거리/친환경 실천은 다음과 같다. 먹거리 안전 확보 및 농업인 지원을 위한 생활협동조합운동, 생태교육, 공동 육아, 다회용 컵 활용 운동, 일회용쓰레기 줄이기 운동. 이러한 실천들은 점차 결집된 탈핵운동, 화장품 전성분표기운동 등으로 이어지며 다양한 일상생활 속 실천을 요하는 환경문제에 대해 논의하고 구체적인 실천전략을 짚게 된다(문순홍, 2001, 2006). 이러한 흐름에서 점차 각자의 가정에서 ‘사적’영역에 국한된 몸들로 간주되던 여성들의 환경문제에 대한 문제의식과, 대안적인 실천이 조직화되었고, 이는 ‘각자의 가정’에서 사적 존재로 흩어져 있던 환경문제와 먹거리 문제에 관심이 있던 여성들이 보다 결집력을 갖고 서로를 인지할 수 있는 계기로 작동하였다.

이와 같은 한국 여성환경운동의 계보 안에서 초기 ‘마르쉐’ 농부시장은 시작되었다. 위의 언급된 주제들을 포괄하며, 동시에 각 주제의 환경운동에 대한 경험들이 결집되며 ‘문래도시텃밭’은 공동체의 터전을 만드는 것을 목적으로 기획되었고, 이로 인해 시장에 대한 상상도 동네 주민들 간의 쉼터, 배움터, 삶터와 같은 소소한 것

---

54 80년대 중·후반을 기점으로 공해추반시민협의회에서는 여성환경 지도자 양성을 위한 교육프로그램 등이 생겨났으며, 여성 민우회 등의 여성단체에서는 단체 내 부문운동으로서 생활협동조합 운동이 조직되었고, 전국농민협회에서는 여성농민들을 중심으로한 전국여성농민회가 조직되었다. 이처럼 도시화의 심화로 발생하는 농민 소외, 공해, 먹거리 안전의 위협 등의 문제를 해결하고자 하는 여성들이 결집하였고, 환경오염과 먹거리 안전문제뿐 아니라 공동체 회복과 돌봄에 대한 문제를 조직적으로 제시하기 시작하였다(문순홍, 2001: 55-61).

55 1990년대에 이르면 이러한 여성단체 내 생활협동조합(구 여성민우회생협, 현, 행복중심생협)이 구성되고, 한살림 등의 기존의 생활협동조합에서는 지역의 지부들을 중심으로 여성조직들이 생겨났을 뿐 아니라 여성과 환경문제를 공통된 의제로 두는 비영리조직 ‘여성환경연대’가 발족한다. 이는 여성환경운동이 지역사회 내부로 뻗어나갈 수 있는 계기가 되었다.

이기도 했다<sup>56</sup>. 뿐만 아니라, 당시 일본, 유럽, 북미 지역에서는 이미 성행하던 도시의 농부시장(farmer's market)들은 먹거리 생산과 소비를 포괄하는 ‘먹거리 체계(food system)’를 보다 지속가능하게 할 수 있는 것을 목표로 하고 있었기 때문에, 지역의 농부시장은 그 지역이나 근교에서 생산된 먹거리를 판매하는 것을 규범으로 둔 경우가 많았다. 이러한 맥락에서 ‘마르쉐’ 농부시장도 자연스럽게 도시농부들이 판매자가 될 것으로 짐작하고 참여할 농부들을 모집하게 된다. 당시 도시농부들은 많은 수는 아니었지만, 지역의 마을만들기 사업, 환경운동진영의 네트워크 등의 시민사회에서의 농사와 자연에 대한 관심이 지속, 심화되어가는 상황이었기 때문에 가능한 것이기도 했다<sup>57</sup>. 그러나 도시농부들의 농작물은 다양하기는 어려웠고, 도시농업의 생태적 지속가능성 또한 불투명한 상황 속에서 우선적으로 근교로 귀농을 한 농부들을 함께 모집하며 초기 ‘마르쉐’ 농부시장은 생태적이고 공동체적인 삶을 지향하는 농부들과 도시민들의 만남의 장으로 기능하게 된다(운영자 1, 2, 4, 요리사 2, 그림 IV-2 참조).



[그림 15] <농사 도시재생과 문화를 꾸무다(13)> / [그림 16] 문래도시텃밭 홍보 포스터<sup>58</sup>

56 농부들의 모집에서도 도시농부들을 먼저 불러모다. 이는 ‘마르쉐’ 농부시장이 동네 주민들이 올 수 있는 작은 규모의 동네 시장에 대한 상상에서 출발하였기 때문이다.

57 당시 옥상텃밭 등의 도시농업의 필요성이 시민사회 내부에서 제기되고, 점차 지역마다 다양한 실험들이 이뤄지며 활성화되는 추세였다. 이는 귀농·귀촌에 대한 관심의 증가와도 연결되어 있었으며, 귀농·귀촌을 준비하는 20대 30대의 도시민들은 농작물을 기르는 경험을 쌓기 위해 보다 적극적으로 도시농업에 관심을 갖고 참여하고 있었다(농부 4, 10, 12, 13). 한편 여성환경운동 진영에서는 도시농업교육을 전담하는 시민도시농업교육가를 육성하고 이를 통해 아이들의 생태 교육을 진행해왔기 때문에, 도시에서 도시농업을 통해 마을의 터전을 가꾸는 것은 기존의 여성환경운동의 실천들과 연속성을 가진 것이었다(운영진 1, 요리사 2, 농부 4). 이러한 일련의 시도들은 또한 자연스럽게 도시텃밭을 마을 공동체의 터전으로 만드는 자주적 공동체의 회복 목적으로도 이어졌다.

58 다음과 같은 내용이 쓰여 있다: “옥상에서 함께 즐겁게 농사도 짓고 이웃도 돼요”,

위의 그림 IV-1은 ‘마르쉐’의 기획인 중 생활협동조합에 경험이 있던 운영진 1이 ‘여성환경연대’에서 농부시장의 전신이 된 문래동 옥상텃밭을 소개하기 위해 제작한 발표자료의 일부이다. ‘마르쉐’ 농부시장이 기획되는 시점에는 여성환경운동의 네트워크를 타고 시민사회 전반에 걸쳐 도시에서 텃밭이라는 마을공동체의 터전을 닦고, 이를 자주적으로 운영함으로써 마을 공동체가 안심하고 먹을 수 있는 먹거리를 공급받고, 아이들에게 생태교육을 제공할 수 있다는 인식이 확산되고 있었다. 이러한 현상에 대해 본 연구가 주목하는 바는 다음의 두 가지로 요약할 수 있다. 첫째는 도시의 텃밭이 마을공동체의 먹거리 안전과 이웃간의 신뢰관계 및 협력관계를 쌓을 수 있는 터전임이 시민사회 전반에서 공유되어 왔다는 것이다. 둘째는 공동체로서 자생할 수 있도록 조직화하려는 시도가 있어왔다는 것이다. 다음의 구술은 이러한 인식을 보여준다.

“스스로 마르쉐 기획자로 자처하는 세명의 사람들이 조직을 아무것도 만들지 않고 상의 할 공간도 갖지 않고 카페들을 전전하면서 했던 거예요. 위계나 그런 것들이 없는 상태에서 진행된 것이고, 한 개인들이 발신하는 메시지로 저희 소식을 발신 했었고. ‘마르쉐’가 조직화 되지 않았던 것이지요. 거대한 개인들의 의사소통들이 막 왔다갔다하는 덩어리인 것이지 이것이 한 줄로 안 세워지는 것이었어요. 이런 상태로 ‘마르쉐’의 아이덴티티가 만들어졌고. 되게 오랜 시간 그렇게 지속되어 왔었고. 한 명 한 명 다양한 회복들이 일어나고, 모두가 주인공인 것이지요. 기존의 한국사회에 많지 않았던, 요즘은 그런 형태 많이들 하려는 것 같은데 8년 전만 해도 아주 드문 형태였고. 그런데 정말 필요에 의해서. 협업자들과 도움을 받고 그러려면, 행정이나 그런 지원을 받으려면 공적 지위가 필요했어요. 그래서 비영리 옷을 입었고 의사결정 구조로서 이사회를 만들고 사단법인 ‘마르쉐’라는 조직을 만들었는데 시장을 운영하는 법인격은 농부시장 ‘마르쉐’이지만, 거기는 일년에 몇 번 모여서 큰, 흐름, 공공적인 지속가능성을 논의하는 자리죠. 우리사회에서 제대로 역할 하고 있는지. 가치들을 훼손하고 있지는 않은지를 살피고, 어떻게 하면 지속가능 할 수 있을지를 얘기하는 단위가 되었고. 실제로 이 시장을 기획하는 사람들은 마르쉐 친구들(운영진들)이고”(운영진 1)

이처럼 ‘마르쉐’ 운영진들은 그 시작에서부터 위계적이기보다 수평적인 관계 맺음을 통해 함께 옥상텃밭을 가꾸어 왔던 경험을 기억한다. 이는 ‘마르쉐’ 시장의 조직 구성에도 영향 미치는데, 마르쉐 운영진들을 ‘마르쉐 친구들’이라고 명하는 것이나

---

“문래 도시 텃밭 식구들: 직장인, 주부, 학생, 목수, 아티스트, 베타맨”, “서울의 태양 아래서 자란 로컬 채소들...”, “쌈채소, 민트, 당근을 가지고 나가요”.

업무를 하며 상호 존대, 또는 상호 반말을 하는 방식, 또 세대에 따른 차이를 대화로 풀어가고, “혼자 한다고 생각하지않”으며(운영진 1) 함께 문제들을 해결하는 방식이 이러한 영향을 설명한다(운영진1, 2, 3, 4, 5, 6, 7). 초반 4년 간 ‘마르쉐’는 행정적으로는 (사)여성환경연대 주관 사업으로 등록되어 운영과 행정 지원을 받았지만, ‘마르쉐’ 농부시장의 기획과 조직의 구성, 시장을 열고 닫는 일들은 누구라고 특정되기보다 일손을 거들고, 정보를 나누고, 시장 운영에 필요한 비용들을 후원하는 등의 다양한 실천들을 기반으로 이루어졌다.

이러한 행위자들은 기업가<sup>59</sup>이기도 하였고, ‘마르쉐’에 출점을 시작한 농부, 요리사, 예술가이기도 하였으며, 우연히 시장을 방문했거나, 이들의 기획을 듣게 된 손님들이기도 하였다. 다양한 사회경제적 지위와 경험을 가진 무작위적 행위자들의 조합은 단선으로 그어진 도시의 용도구역들을 가로지르며 건물들과 건물들 사이 거리나 주차장으로, 또 도시의 녹지를 찾아 공원으로 나가 시장을 열어볼 다양한 아이디어들을 만들어낸다. 다양한 아이디어들의 조합과 창발은 농부시장을 기획하는 데에 있어 보다 ‘마르쉐’ 다울 수 있게 하는 활기—보다 “농부들이 편안한”, “아이들을 안심하고 데려올 수 있는”, “수유 천막이 있는”, “일회용품을 쓰지 않을 수 있게 설거지대를 설치할 수 있는”, “눈을 마주보고 대화할 수 있”<sup>60</sup>—로 이어져왔다(운영진 1,3,4, 요리사 2, 농부 1).

요컨대 농부시장 ‘마르쉐’는 다양한 행위자들간의 수평적 관계로 만들어지는 창발적인 행위/실천들로 기획·운영되었다. 하나의 공동체로서 사적관계망의 힘을 염두에 두고 열려있는, 수평적인 조직의 형성은 ‘마르쉐’ 농부시장의 성격을 규정하는데에 큰 역할을 했다. 이는 앞서 3장에서 살펴보았던 “대화”의 필요성과, 상호 신뢰를 야기할 수 있는 대화로 이어가는 미세한 전략들을 정비하고 전달할 수 있는 계기가 되었다. 뿐만 아니라 이러한 조직의 성격은 ‘마르쉐’ 농부시장에서 행위성을 역할에 따라 제한하지 않을 수 있게 하였다. 운영진 1은 연구자가 인터뷰에서 역할 간에 경계가 없는 것 같다고 이야기하자 공감하며, 처음에는 그 경계없음에서 출발했다고

---

59 일례로, ‘마르쉐’ 농부시장은 마리 끌레르(Marie Claire)의 에디터의 도움으로 자금 후원과 디자인 지원을 받았다.



이야기한다. 구술에 따르면 생산자와 소비자, 요리사와 수공업가의 경계가 허물어지는 것은 서로 배우게 하고, 친밀한 관계로 이어지게 했다.

나아가 규정된 역할을 갖지 않고 누구나 ‘마르쉐’ 농부시장의 형성에 원하는 형태로 기여할 수 있게 한 것에는 ‘마르쉐’의 수평적 의사소통구조 방식이 있었다. 비록 ‘마르쉐’를 단일한 조직체로 견고하게 만들거나, 의사결정의 노고를 줄이는 것은 어렵게 만들 수 있으나, 서로의 경험에 대한 이해를 기반으로 서로의 존재에 대해 ‘고마워’하거나, 서로의 실천들에 동참하는 경험으로 이어질 수 있게 하였다. 이를테면 앞서 3장에서 서술한 농사, 요리, 수공업, 또는 시장에서의 먹거리 구입, 포장재 및 일회용 쓰레기 줄이기, 다회용 그릇을 설거지 하기 등의 경험은 이러한 수평적인 조직문화 안에서 공유된 것이다. 뿐만 아니라 이는 농부시장의 대화를 더욱 활발하게 만들거나, 상대방의 경험을 보다 귀 기울여 듣게 하였다. 그러므로 이는 나아가 도시에서는 알기 쉽지 않았던 도시에서 농사를 짓는 경험, 귀농·귀촌 이후의 삶에 대한 경험, 농촌 지역에서 농사를 짓는 경험 등을 나누며 도시와 농부의 밀접한 관계, 나아가 도시와 자연의 밀접한 관계를 이해하게 하는데 일조한다.

## 2. 도시형 농부시장으로의 정식화

앞서 살펴본 농부시장의 기획과 조직화 과정에서의 특성은 3장에서 살펴본 것과 같은 시장의 정동과 다양한 행위성들을 야기했지만 다른 한편으로는 ‘마르쉐’ 농부시장에 대한 공통된 인식을 나누는 의사결정의 과정에 많은 품이 들게 하기도 했다. 특히 의사결정을 통한 협업의 상대가 단단한 조직구조를 갖춘 기관이나 기업일 때에 이러한 어려움은 더 도드라졌다. ‘마르쉐’의 운영진들은 농부시장의 특이성과 중요성을 그 정동, 대화 역할의 교환 등을 통해 살갓으로 느끼면서도 그것을 일관된 언어로 설명하는 것은 쉽지 않음을 느꼈다. 이를테면 “요리”가 시장공간 내에서 이루어지는 것이 왜 중요한지, 번거롭더라도 다회용기를 설거지하는 공간이 필요한지, 왜 광장보다 공원이 시장을 열기에 더 적합한지, 왜 간단히 유기농 인증 여부를 확인하는 것보다 농사의 과정을 대화와 방문이라는 번거로운 과정을 거쳐 이해하는

것을 선호하는지, 심지어는 왜 시장에서 ‘대화’가 이루어져야 하는지를 관(管)에 설명할 언어가 필요함을 점차 느끼게 된다<sup>60</sup>.

“한동안 언어가 없다는 생각을 했어요. 우리는 이 시장을 왜 계속 해야하는지, 시장에서 요리가 왜 중요한지 다 너무 잘 알고 있는데, 이것 설명할 수가 없는 거예요”  
(운영진 6)

‘마르쉐’ 운영진들은 이러한 문제의식 하에서 보다 정제된 언어로 농부시장을 표현하기 위해 다양한 논의를 거치고, ‘마르쉐’ 농부시장을 정식화하게 된다. ‘마르쉐’에서 발간한 2017년 지속가능 보고서에 따르면 ‘마르쉐’가 걸어온 길은 2011년부터 현재까지 약 2번의 주요한 변곡점을 거치며 점차 조직화되는 과정을 거쳐왔는데 이러한 변곡점을 기점으로 ‘마르쉐’ 농부시장이 걸어온 길은 “1기: 학습하는 시장 공동체 실험”에서 “2기: 농의 다양성을 담는 농부시장 실험”으로, “3기: 시장의 지속가능 기반 구축 및 지역 모델 준비기”로 나뉜다(‘마르쉐’ 2017: 11-13)<sup>61</sup>.

60 특히 이러한 문제의식과 농부시장 개최의 의미를 전달하기 위해 ‘마르쉐’ 운영진들은 서울시 공원 관리를 담당하는 푸른도시국이나 ‘마르쉐’ 농부시장이 열리는 지역의 구청 등과 활발한 의사소통을 할 필요가 있었다. ‘마르쉐’는 농부시장을 열 수 있는 지속적이고 안전한, 녹지가 있는 공간을 필요로 했고, 서울시를 비롯해 기관의 공무원들은 ‘마르쉐’에 대한 시민들의 긍정적인 반응을 보며 관의 먹거리 정책과 연결할 필요성을 느꼈기 때문이다. 이러한 협의의 과정에서 관은 ‘마르쉐’의 성과를 인정하고, 서울시 농부의 시장 등 관이 주관하는 농부시장을 ‘마르쉐’ 운영진들에게 외주화 할 의사를 표현하거나, 서울시 소유의 광장 대여를 제안하는 등 ‘마르쉐’ 농부시장 모델을 적극적으로 포섭하려는 시도를 하게 된다. 그러나 이를 위해서는 ‘마르쉐’가 기존에 중요하게 생각하고 유지해왔던 조직운영의 방식, 공간의 형태(녹지와 그늘이 있고, 차도에서 떨어져 있어 육아를 함께하는 농부들이 편안하게 머물 수 있는 곳), 농부시장이 기획해온 노래나 요리 등의 시장의 정동을 자아내는 수행들에 대한 제한이 필요했다.

61 마르쉐가 2017년 발간한 지속가능성 보고서에 서술된 “걸어온 길”을 요약하면 다음과 같다(마르쉐 보고서, 2017:11-13).

농부시장 ‘마르쉐’의 변화	서울시 먹거리 정책의 흐름
▶ 준비기 (2012.4~2012.9) : 시장을 위한 대화모임	
“새로운 시장을 만들기 위해 농부, 요리사, 수공예가, 기획자, 디자이너, 미디어, NGO가 모임 수차례”	도시농업, 도농상생등의 정책 강화
▶ 1기 (2012.10~2014.6) : 학습하는 시장 공동체 실험	
양재 시민의 숲 등 서울의 공원 공간에서 시장 실험 전개, 농부 일손 돕기 프로그램 (농가행) 기획	’12 서울 도시농업 원년 선포 및 도시농업육성 지원조례 선포
▶ 2기 (2014.7~2017.1) : 농의 다양성을 담는 농부시장 실험	

이러한 분류에서 주목할 만한 변곡점이 되는 사건 두 가지는 첫째, ‘마르쉐’ 농부시장이 스스로를 정치화하는 과정에서 “대화하는 농부시장”이라는 정체성을 정립한 것이며, 둘째, 법인화를 통해 독립된 조직으로서 구조를 갖추기 시작한 것이다. 첫번째 변곡점인 ‘대화하는 농부시장’으로서의 정체성 정립은 이후 농부시장이 가진 대안적인 성격을 보다 정식화하고 언어화하는 시작이 되어간다. 그리고 이러한 정식화 과정에는 기존 ‘준비기’와 ‘학습하는 시장공동체 실험’이 이뤄지는 과정에서 ‘마르쉐’ 농부시장이 경험해왔던 농부들과의 이야기가 시장에 어떠한 활력으로 전달되는지를 언어화 하는 일의 중요성이 강조된다. 또한 ‘마르쉐’는 이를 통해 ‘마르쉐’가 단순히 교환가치나 화폐가치를 갖는 먹거리를 나누는 ‘시장’이 아니라 “삶”을 연결하는 시장으로 먹거리의 사용가치-몸을 가로지르는-에 주목함을 언어화 해간다. 뿐만 아니라 ‘마르쉐’는 3장 2절에서 서술한 ‘농의 정동’에 대해서도 “농의 다양성” “농적 가치”등으로 언어화 하는 작업을 지속해가고, 기존의 먹거리 체계 안에서 해결하기 어려웠던 토종 종자 지키기, 다양한 농법과 소농들의 작업을 지지하고, 건강한 먹거리를 소비할 권리뿐 아닌 건강한 먹거리를 생산할 권리 등에 대한 지식을 상호 교환하고 이 또한 다음과 같이 언어화 한다.

“농부들의 경험도 소중합니다. 농부는 흙과 씨앗에 대한 이야기, ‘農(농)’에 대한 이야기 등 포괄적인 내용과 정체성을 자신의 언어로 정리하여 다수에게 전달하는 기회가 거의 없기 때문에 사실 스스로 자신의 농사를 설명하는 게 쉽지 않습니다. 자신의 농사와 삶이 자신의 언어로 정리될 때, 농부의 정체성이 비로소 만들어진다고 생각합니다. 많은 사람이 농부의 이야기에 귀 기울이고 현장에서 함께 한 요리사가 농부의 작물로 멋진 음식을 만들어 내고 함께 즐겁게 나눌 때, 농부의 얼굴이 빛나고

'14 “대화하는 농부시장으로 정체성 재정립” '15 출점팀 운영위원회 구조 출범 '16 서울시의 민간농부시장 지원 '15 마들장, 앞장 등 마르쉐@ 출점팀과 직간접적으로 연결된 다양한 시민시장 생성 '16 토종쌀 네트워크 출범 토종 관련 활동 확대	'14 농산물 직거래 및 로컬푸드 활성화 법 시행, 전국에 로컬푸드 직매장 확대 '15 서울시 민간자율농부시장지원, 시민시장 지원조례 제정 '16 밀라노 도시 먹거리 정책 협약 '16 서울시민시장협의회 창립
▶ 3기 (2017.2~2019.01) : 시장의 지속가능기반 구축 및 지역 모델 준비기	
'17 법인화 : 시장 기획자 상근구조 확대 시민 교육프로그램 진화 - 씨앗 밥상, 시장 투어 등	'17 서울 먹거리 선언

그들의 의식과 의욕이 긍정적으로 바뀌는 것을 경험하게 됩니다. 한 회 한 회 작은 규모의 씨앗박상의 경험이 조용히 쌓이면서 농부시장 ‘마르쉐’ 전체에 큰 변화를 만들어 내고 있습니다”. (김수향, 『마르쉐 보고서』 2017: 85)

### 마르쉐@은 지향합니다



#### 먹거리를 통해 삶을 연결합니다

자연과 인간의 삶을 함께 배려하는 먹거리를 소개하고 이를 둘러싸고 있는 다양한 관계와 구조에 관심을 갖고 대화합니다.

관계를 맺으면서 서로의 삶이 변화하고 개인의 일상에서 지구를 생각하는 생활로 나아가고자 하며, 다양한 먹거리와 다양한 삶이 만나는 시장을 통해 생산자와 소비자의 삶을 지속 가능하게 합니다.



#### 대화하는 농부시장입니다

생산자가 직접 손님을 만나 대화하며, 생산물에 대한 책임을 집니다. 생산자와 손님이 서로 이야기하고 질문하며 얼굴을 익히고, 대화를 하고, 관계를 만들어 나갑니다.

대화가 즐거운 시장을 위해 다양한 시장 집기를 디자인하고, 쓰레기가 없는 시장 공간을 지향합니다. 대화를 돕기 위해 생산자들의 정보를 온라인으로 발신합니다.

물건이 다 팔려도 생산자들은 손님과의 대화를 위해 자리를 지킵니다.

생산자와 손님이 함께 나누는 대화는 시장 밖으로 이어져 씨앗박상, 농가방 프로그램 같은 특별한 만남이 됩니다.

### 농의 다양성을 담아갑니다



#### 농(農)

우리를 살의 길고 오래된 뿌리로서 농(農)을 다시 생각합니다. 이 땅에서는 5,000가지 이상의 콩과 1,400종 이상의 쌀을 길러 왔습니다. 그리고 수 천년간 농사짓는 삶을 이어가며 다양한 식문화 꽃피웠습니다.

이 땅은 농과 식문화 다양성의 보고입니다. 우리는 이 다양성을 주목하여 살으려의 농을 이어갑니다.

작은 것들이 모여면 아름답습니다. 그 아름다움은 다시 작은 것들을 지속가능하게 하는 힘이 됩니다.

마르쉐@에는 도시의 농부들과 귀농자들을 비롯한 소규모 자급농들, 가업을 잇는 청년농부들이 자신들이 단고선 명과 계절, 공동체와 어울리는 다양한 농사를 살림하여 저마다의 씨앗을 이어갑니다.

농부들의 다양한 농사와 그 이야기들을 모아 시장을 엮니다.  
→ 씨앗장, 풀장, 햇말장, 농가물, 도종장

요리사들이 협력하여 농의 다양하고 풍요로움을 맛으로 전달합니다.  
→ 농가 협업플레이트, 농부의 맛 워크숍

[그림 17] ‘마르쉐’의 지향 (마르쉐 친구들, 2018)

나아가 ‘마르쉐’ 농부시장이 법인화 되면서는 상당한 강도의 업무를 요하던 ‘마르쉐’ 운영진들의 근로조건을 개선하고, 그러기 위한 재정적 기반을 다질 필요성을 보다 실감하게 된다. 이는 ‘마르쉐’ 농부시장에 대한 소농들의 참여문의를 증가하고, 농부시장을 찾는 손님이 많아지면서 자연스럽게 필요해진 것이었다. 초기 3명~4명의 운영자를 두고 있던 ‘마르쉐’는 업무가 과중해지면서 서울시 등의 지자체에서 다양한 이벤트 시장, 혹은 정기 농부시장의 관리 운영 요청을 거절하였고, 서울시 이외의 다른 지역에서의 개최를 원하는 지역의 소농들의 요청 또한 거절해야 하는 상황이었다. 업무가 과중 되는 상황에서 법인화는 한편으로는 시장을 열 수 있는 공간의 신청과 대여를 위한 행정 처리 등을 여성환경연대를 거쳐야 하는 등 번거로움을 줄이고, 시장의 개최 규모와 빈도, 지역을 안정화 시켜 농부들에게 보다 안정적인 판로를 제공하고자 하는 목적에서 시도된 것이기도 했다.

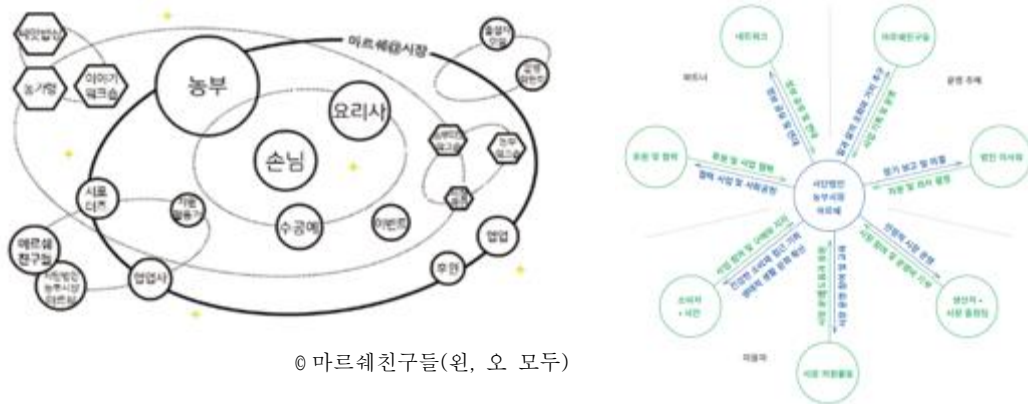
그러나 법인화 이후 재정구조의 안정을 위한 다양한 시도들은 역으로 농부시장이 가지고 있던 기존의 역동적이고 활기찬 성격을 제한하는 것이 되어왔다. ‘마르쉐’ 농부시장을 설명하는 풍부한 언어들을 갖추기 위해 노력한 덕분에 서울시를 포함한 지자체들은 농부시장과 도시농업의 필요성을 인지하고, 지원할 수 있는 방안(이를테면 [시민시장지원 조례] 제정, ‘시민시장협의회’ 구성, ‘청년뉴딜일자리지원’을 통한 인력지원 등)을 갖췄지만, 관의 지원을 받기 위해 필요한 ‘기준점’들은 기존의 ‘마르쉐’가 가지고 있던 역동을 다음과 같은 면에서 제한해 갔다.

- 1) ‘마르쉐’ 농부시장을 정체화하는 언어들에 정제되면서 점차 기존에 갖고있던 다양한 실천들의 연결에서 비롯된 정동: 활기와 잠재력이 감소된다.
- 2) 농부시장의 제도화 자체를 위한 업무-실천들이 개입된다. 지자체와의 협업, 제도에 맞는 규격을 갖추기 위한 추가적인 노력이 요구되고, 인력이 제한된 상황에서 ‘마르쉐’ 농부시장을 둘러싼 실천들의 방향이 제도가 전인하는 방향으로 재조정된다.

위와 같은 현상은 ‘마르쉐’가 발간한 자료들과 연구참여자들과의 인터뷰를 통해 확인해 볼 수 있었다. ‘마르쉐’는 지난 8년간 12건의 공식 보고서를 발행하였는데, 실험기(2014년도)의 ‘마르쉐’가 설명한 ‘마르쉐’의 이해관계자들과 구성은 아래 [그림 19]와 같이 우주와 같은 모양으로 다양한 행성들의 궤도가 중첩된 것이었다. 이러한 궤도들의 중첩에는 보다 질량이 큰 행성으로 ‘농부’, ‘요리사’가 존재하거나 보다 중심에 ‘손님’이 존재하고 있는 것으로 읽히기도 하지만, 어느 방향에서 읽는지에 따라 다양한 해석이 가능해진다. 이는 여러 관계성들의 중첩, 그리고 궤도가 전재하고 있는 방향성과 그 벡터들의 합을 상상해 볼 수 있게 한다. 이러한 조직에 대한 이해는 다양한 이해관계자들의 개입에의 여지를 남기며, 풍부한 해석이 가능하게 한다. 이와 같은 궤도들의 중첩으로 농부시장을 이해하는 것은 창발적인 마주침들을 허용하고 사건적 정동을 시장의 구성요소로도 놓게 할 수 있다.

2017년 법인화 이후, 조직도는 [그림 20]와 같은 모양으로 변화한다. [그림 20]에는 “법인 이사회”라던가 “운영주체”, “이용자”와 같은 낯선 단어들이 등장하고, 그 역할이

공유하는 영역에 대한 상상보다는 일정 구역만을 담당하는 것으로 이해하게 한다. 이러한 단단한 언어는 ‘마르쉐’가 보여온 고유한 정동에 배치된다. ‘마르쉐’ 농부시장의 정동을 매개해온 다양한 연결의 양상을 단선화하기 때문이다. 그럼에도 여전히 ‘마르쉐’ 농부시장은 가능한 더 많은 역할을 공유하고, 서로의 행위성들을 되짚어보며 반추하고, 모방을 통해 새로운 실천들을 기획해내는 것을 목표로 하기 때문에, 이와 같은 조직도는 ‘마르쉐’ 농부시장을 충분히 설명하지 않는다.



© 마르쉐친구들(원, 오 모두)

[그림 18] 2014년도 ‘마르쉐’ 조직도 / [그림 19] 2018년도 ‘마르쉐’ 조직도

그림 IV-3의 위에 궤도를 따라 행성들 간의 관계가 흐르는 방향, 중력 자기장을 작은 화살표들로 그려보자. 그림의 결과는 개인마다 조금씩 다르겠지만 그려진 화살표들의 흐름을 관찰해보면 궤도들이 가장 두텁게 중첩되는 연결점이 ‘농부’임이 드러난다<sup>62</sup>. 즉 농부들은 ‘마르쉐’ 농부시장의 몸들간의 연결, 관계, 의사소통의 중심점이 되어온 것이다. 반면 [그림 20]의 조직도에서 관계들 간의 중심점이 되는 것은 ‘사단법인 농부시장 마르쉐’이다. 이러한 조직구성도는 자칫 도시형 농부시장이 지속가능하기 위해서 가장 중요한 행위성이 법인체를 구성하는 것이라는 인상을 주게

62 연구참여자와의 인터뷰에서 흥미로운 지점은 운영진들은 농부시장에서 제일 먼저 고려되는 것이 도시의 살림꾼(손님들)이라고 구술하는 반면 출점팀원들은 일관되게 농부시장에서 가장 중요시 여겨지는 것이 ‘농부들’이라고 구술한다는 점이다. 이는 ‘마르쉐’ 농부시장이 갖고 있는 규범적 질서로서 ‘소비자의 먹거리 안전을 위함’ 보다 농부시장에서 벌어지는 실천들과 사건적 장면들의 종합이 알려주는 방향성/무계중심이 농부들에게 가 있음을 드러낸다(운영진 1, 2, 4, 5, 6, 농부 1, 2, 3, 5, 6, 8, 11, 12, 13).

될 수 있다. 그러나 앞서 살펴보았듯 다양한 마주침들과 역할의 뒤섞임, 뿐만 아니라 시장과 일상의 공간의 시공간적 뒤섞임을 중요한 특징으로 하는 ‘마르쉐’ 농부시장의 성격은 이러한 조직도에서 소거된다.

‘마르쉐’는 이처럼 점차 규모가 늘어나며 그 필요성이 확실해지자 농부시장을 제도 안으로 들일 필요성을 느끼며 그 정치화를 위해 제도적인 언어를 구상하기 시작한다. 이러한 제도화와 정치화의 필요성은 보다 출점 농부들에게 정기적이고 안정적인 판로를 제공해야한다는 책임감이 고취되어왔기 때문인데, 제도화를 통해 농부시장을 설명하는 언어가 변화한 것은 역설적이게도 기존에 옹호하고자 하였던 농부들의 참여를 제한하는 역할을 하기도 한다. 뿐만 아니라 기존의 창발적이고 정동적인 특이성은 이러한 설명에서 소거된다.

## 제 2 절 도시에서 ‘일상의 (농부)시장’ 되어가기(becoming)

### 1. 우리는 일상의 시장이 하고싶었어요.

그러므로 우리는 이러한 불일치를 제거하고 ‘마르쉐’가 성공적으로 그려온 실천들의 발자취 위에서 그 대안성을 이해하고 양상도를 그려가야 할 것이다. ‘마르쉐’ 농부시장의 기획 단계로 되돌아가보면, ‘마르쉐’ 농부시장은 한국 여성환경운동의 계보 위에서 도시 공동체 만들기와 농업의 연결 등 시민사회 전반에 축적된 경험들을 토대로 기획되었다. 또한 이러한 경험을 토대로 자율적, 수평적, 자치적인 참여를 독려하는 조직의 문화를 갖춘 채 시작하였다. 이들은 서로 신뢰할 수 있는 공동체를 만드는 데에 제 일의 목적을 두고, ‘마르쉐’ 농부시장을 열고 닫으며 보다 신뢰할 수 있는 먹거리를 교환하는 실재적 플랫폼이 되어갔다. 반면 ‘마르쉐’ 농부시장은 시간이 흐르며 점차 그 규모가 커짐에 따라 관의 규제와 관리의 대상이 되고, 제도에 맞추어 정렬되어갔다.

그러므로 ‘마르쉐’를 정식화, 제도화 하는 과정에 대해 이해함에 있어 ‘마르쉐’가 초기에 갖고 있던 의도와 색깔, ‘마르쉐’를 그려낼 수 있는 적합한 지도를 담은 공간감을 잃지 않고, ‘마르쉐’가 그려오던 몸들의 지도를 토대로, 몸들의 실천이 가지던 잠재력, 정동, 그리고 그것이 안내하는 미래를 향한 방향성을 이해할 필요가 있다. 그러므로 본 연구는 기존의 도시계획에서 축적된 평면의 정지된 지도와, 법률들의 나열, 구획된 땅을 다시 움직이는(과정적인) 지도에 대한 이해로 나아가도록 기존의 곧은 경향을 흐트러트릴 필요성을 다시금 제기하며, ‘마르쉐’ 농부시장에 실천의 다양한 궤도들을 그리던 이해관계자들의 목적과 실천의 방향성을 다시금 탐색하고자 한다. 이러한 초기적 방향성은 특히 다음과 같이 ‘마르쉐’ 농부시장을 제도화 하는 과정에서의 부대낌에서 드러난다.

‘마르쉐’의 운영진들은 법인화 이후 업무의 성격 변화와 그에 따른 어려움이 있음을 감각한다. ‘마르쉐’는 꾸준히 지자체를 비롯한 공무원들과의 언어를 개발해 협의해 나감에도 불구하고 자신들이 상상하던 ‘마르쉐’ 농부시장을 서울이라는 도시 안에서



재현하는 것에는 다음의 두 가지 어려움이 있었다. 첫째로 조리가 허락되고, 농부들과 손님들이 편안한 공간에서 대화를 나눌 시장을 열 수 있는 공간을 찾는 어려움, 둘째로 기존에 농부시장에서 활발히 역할을 하던 농부들, 운영진들, 요리사들, 수공예가들의 농부시장에 대한 상상을 토대로 농부시장을 만들어 갈 수 없도록 제도와 ‘울(measure)’이 수직적인 권력의 구조 아래로 농부시장이 포섭되어간다는 것이다. 아래의 구술은 이러한 수직적인 힘들과 ‘마르쉐’ 농부시장이 만들어온 본연의 실천들 간의 긴장을 드러낸다.

“(이후에 생긴 다른 시장의 운영진들이) “농부시장 포럼”이라는 사업명을 바로 만들고, 굉장히 속도감 있게 형식을 만들어가더라고요. 관료사회와 네트워크가 좋으니까 빠르게 가는 것 같아요. 그렇지만 우리 시장은 자립 지향의 스토포크를 하면서 굉장히 느리게 성장해왔잖아요. 관계의 밀도도 다르고, 그 꼼꼼함이 중요한데 ... 이렇게 마이너 해서 세상을 어떻게 바꾸나 하는 생각 예전에 안했는데, 요즘에 조금 했어요.”(운영진 1)

이러한 감각은 ‘마르쉐’ 운영진들이 제도화와 자율성/자치적 조직으로 남을 필요성 간의 긴장 위에서 다시금 밸런스를 조정할 필요를 일깨운 것으로 보인다. 이들은 ‘마르쉐’ 농부시장이 협의해온 제도화의 필요성이 보다 지속가능한 농부시장을 만듦으로써 ‘마르쉐’ 농부시장을 통해 생계에 필요한 별이를 하는 농부들을 안정적으로 보조할 필요성과 연결되어 있다는 사실을 (재)정돈한다. 또한 동시에 자율적이고 자치적인 조직으로서 존재할 필요성이 농부시장의 정동적 성격을 상기하며 보다 편안한 ‘대화’의 분위기와, 다양한 참여자들을 시장 안과 밖으로 불러들이는 것에 있었음을 강조한다. 그리고 이러한 인식은 ‘마르쉐’ 농부시장의 처음 기획에서 거론되던 다음의 세 가지 키워드들로 압축된다: “사람, 시장, “동네”(마르쉐 보고서, 2018).

“행사한다고 안하고. 이런 것이 아니고 우리는 이게 일상의 장보기를 자리잡기를 원하는데. 모든 것이 일상적인 거예요. 문화행사한다고 수확이 멈춰지지는 않잖아요. 기다리시는 분들이 있는데. 일상의 장보기가 중요하구나 그런 생각을 했는데. 하다 보니까 혜화 시장은 너무 규모가 커지고 너무 축제같은 느낌인 거예요. 아무리 일상의 장보기를 하고 싶어도, 대화하는 농부시장인데 대화 하기는 쉽지 않고. 그래서 좀 더 동네에 그런 시장을 만들어보자 싶었고. 다들 왜 온라인 시장을 하지 않냐고 했지만 더 구석진 곳으로 작은 규모로 시작하게 된 것이 채소시장이예요.”(운영진 6)

운영진들은 마르쉐 농부시장의 공간이 비 고정적이고, 시장을 열 때마다 공간을 탐색 해야하고, 사용에 대한 협의를 거쳐야 한다는 어려움을 실감하며 여러 번 토로한다. 초기 ‘마르쉐’ 농부시장은 이러한 상황에서 장기적으로 사용가능한 공간을 탐색하였고, 서울시는 광화문 광장 이용 등을 제안하기도 한다. 그러나 ‘마르쉐’ 운영진들과 농부들은 그들이 합의해온 공간에 대한 언급한 기준들과, 기존의 다양한 실험적 공간이용 경험을 통해 이해한 농부시장이 가진 정동적 성격을 해치지 않기 위해 “나무와 그늘이 있고 쉴 수 있는 공원에서 열고 싶은 (운영진 1)” 자신들의 기준을 분명히 제안한다.

그러나 이러한 공간을 이용가능한 형태로 합의하는 것은 9년간 꾸준히 시민들의 긍정적인 반응을 야기한 성과 위에서도 쉽지 않았다. 그나마 「시민시장지원 조례」가 제정된 이후에는 종로구청에 공간 이용을 신청할 수 있는 공적 절차가 확립되었으나, 이 또한 매 회 신청을 하고 허가를 기다려야했다<sup>63</sup>. 그러나 농작물은 농부시장이 열리지 않는다고 자라기를 멈추지 않았으며, 농부들은 여전히 안정적인 판로가 필요했다. 이러한 상황을 맞닥뜨리며 ‘마르쉐’ 농부시장은 다시금 자생할 수 있어야 함을 깨달으며 제도화나 법인화를 통해 ‘마르쉐’를 공적인 장으로 끌어내는 문제에 몰두하는 것이 소모적이라는 의견을 공유한 듯 보인다. 이들은 다시금 본연의 목적으로 돌아가, “일상의 시장”을 열기로 하고, 기존의 축제적인 방식과 규모의 ‘도시형 농부시장’과 요리나 수공예가 아닌 채소가 중심이 되는 동네 귀퉁이 어디서라도 열 수 있을 시장을 상상하며 ‘채소시장’을 기획한다.

---

63 다른 축제들과의 일정 조율을 거쳐야 하며, 시장의 관리와 규제의 책임이 종로구청에도 전가되므로 모든 면에서 보다 조심스럽게 진행되어왔다. 그럼에도 최근 COVID-19 바이러스의 확산 이후에는 ‘마르쉐’ 농부시장이 9년간 지속해왔던 ‘마르쉐@혜화’ 농부시장은 점차 개최에 더욱 어려움을 갖게 되었다. 지속적인 판로를 보장할 수 있는 경로가 빠르게 차단됨에서 농부시장의 필요성이 제도적으로 대변되지 않고 있음을 알 수 있다.

## 2. ‘마르쉐’ 농부시장의 먹거리 실천들의 방향

“향후 마르쉐에 기대하는 점은 살아남아야 된다. 네. 생존해야 된다. 그 느낌이예요. 앞으로 다음 세대가 계속 이어갈 수 있는 그런 시장이 되어야 한다고 생각해요. 정부와 국가에게 바라는 점은, 재래시장처럼 혜택을 줬으면 좋겠어요. 그 의미는 재래시장에는 먹거리들이 많이 있잖아요? 아마 허가가 많이 완화되어 있을 거예요. 요리도 그렇고. 불사용도 그렇고. 네. 그런 제약조건들이 많이 공원에서 완화되었으면. 그리고 꾸준히 활성화 됐으면. 지속가능하게. 어떤 날은 하고 어떤 날은 못하고 뭐 이런 데에서 오는 불안이 있어요”. (농부 2)

이처럼 ‘마르쉐’ 농부시장은 제도화 과정에서 단선이 되어가던 농부시장의 관계도를 다시 풀어헤치고 다시 농부시장의 다양한 이해관계자들이 중심이 되어 함께 만들어가는 “일상의” 동네 시장을 만들어가기로 하였지만, 여전히 제도화를 목적으로 했던 이유가 사라진 것은 아니었다. 특히 ‘마르쉐’의 규모가 커지며 재정 구조와 시장 개최의 빈도를 안정시켜 농부들에게 안정적인 판로를 제공할 필요가 점차 증대되었기 때문이다. ‘마르쉐’는 2013년 1월 계절모임에서 출점자들이 스스로 지속가능기금을 모아 다음 시장의 개최비용을 모금하기로 한 약속에 따라 2018년까지 시장 출점자들이 모으는 기금<sup>64</sup> 30%, 서울시 등의 지자체가 발주한 지원 및 공모사업 30%, 기업 및 개인 후원 30%, 용역사업 10%의 비율로 재정을 유지해오고 있었다(이보는 2018: 256). 그러나 점차 ‘마르쉐’ 농부시장의 특이성과 입지가 알려지면서 보다 많은 전국의 소농들이 시장으로 유입되며 시장의 규모가 커져, ‘마르쉐’는 보다 많은 일손이 필요하게 되었다<sup>65</sup>. 이러한 상황에서 ‘마르쉐’는 사실상 상근 인력을 추가로 필요로

---

64 출점팀은 시장 판매액의 10%를 지속가능기금으로 모금하고 있는데, 이는 사실상 자율로 이루어지고 있으며 시장에서의 농산물, 요리, 수공예품 판매 액 또한 자율로 설정하게 되어 있어 평균 소매가로 채소를 판매하는 농부들의 지속가능 기금으로 시장을 유지하는 것은 불가능에 가깝다. 농부들의 시장 1회 평균 판매액은 약 40만원이다(이보는 2018: 256)

65 규모가 커지기 이전부터도 ‘마르쉐’ 농부시장은 일손이 정말 많이 필요한 시장으로 시작되었다. 이는 ‘마르쉐’가 농부시장의 기능적인 측면에 주목하기 보다 정동적인 측면과 일상의 실천을 이끌어 내고, 시장공동체를 신뢰관계를 기반으로 만들고자 하기 때문에 두드러지는 특징이라고 볼 수 있다. 이러한 상황에서 재정이 한정되어 있기 때문에 ‘마르쉐’ 농부시장은 다수의 필요 인력을 자원봉사자들의 일손을 빌려야 할 필요에 놓여 있다. 뿐만 아니라 상근/반상근 활동가들은 사실상 개인의 일상을 내려놓다시피 하고 논과 밭, 시장과 사무실을 뛰어다녀야 한다. 그러나 이러한 고강도의 노동에 비해 급료의

하지만, 이를 자체적으로 부담할 수 있는 여건이 되지 않는 실정이다. 이러한 상황에서 ‘마르쉐’ 운영진들은 적자 금액을 용역사업을 통해 메우고 있었으며, 이는 COVID 19 바이러스의 확산 이후 대규모 관광/문화 이벤트가 기획되지 않을 뿐 아니라 가장 큰 규모로 ‘도시형 농부시장’이 진행되었던 혜화 마로니에 공원의 이용이 요원해지면서 재정난은 더욱 심각해지고 있다.

“항상 어떤 프로그램을 구상할 때 쓰레기를 줄이려는 노력이 있는 거야. 어떻게 하면 분리수거를 잘 해서 시스템 안에서 자연에 덜 해가 되게 처리가 될지를 고민하고. 농부님들이 팔다가 남은 채소가 있는데, 그 채소를 최대한 팔도록 떨이로 경매하듯이 해보고, 남은 걸 다시 (농부님들이) 가져가는게 안타까우니까 왕창 사서 상하지 않게 빨리 밥을 해 먹자는 것도 (제안)하고. 이게 채소반이라고 시장 다음날 남은 채소로 반찬 만들기를 하고 있더라고 (성수는 아직 불안정해서, 합정만 먼저). **이게 품도 많이 들고 돈도 안되는 일이란 말이야. 그런데 버려지게 되는 것에 대한 안타까움 같은 것 쓰레기가 되지 않았으면 하는 마음. 그런 것들이 만들어내는 프로그램이지. 무조건 돈이 되는지 생각하면 ‘마르쉐’ 자체도, 우리가 하는 모든 프로그램들은 할 수 가 (없지).**”(운영진 3)

위의 구술은 ‘마르쉐’ 운영진들이 그동안 해오던 일들은 그동안 사소한 것으로 여겨졌거나 ‘사적’인 것으로 여겨지는 것들이었지만, 실재로는 공적인 성격을 갖는다는 것을 보여준다. 남은 채소로 반찬을 만든다거나, 폐기물을 줄이고, 농부들과 적극적으로 나서서 대화를 하는 등의 실천은 그동안 집안에서 이루어지는 것으로 생각되며 ‘공적’인 활동에 포함되지 않아왔다. 그러나 ‘마르쉐’ 농부시장은 사적이거나 공적이라고 그어져 있던 경계를 넘나들며 ‘사적’ 실천들을 정치화하는 작업을 꾸준히 지속해왔다. 그리고 이는 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동적 특이성을 만들어 내는 데에 주요하게 일조해왔다. 다음의 구술들 또한 농부시장의 대안성을 드러낸다.

---

수준은 낮아 서울의 1인가구 평균 생활비에 못 미치는 수준이다. 이들이 수행하는 일들은 다음과 같은데, 농부들과 세세하게 연락을 주고받으며 (주로 날씨, 농부의 근황과 작황 상황 등에 대해), 한 달에 4번 이상 시장을 열고 닫고, 주제가 있는 대화모임을 기획하고, 시장이 열릴 공간과 일정을 조율하고, 홍보하며, 자원봉사자들을 모집하고 관리하고, 동네에서 요리프로그램을 진행하거나, 사람을 모아 농부들의 일손을 거들러 발로 가고, 농부들의 이야기를 수집해 글로 발간하고, 시장이 끝나고 난 후에는 길고 긴 피드백 회의를 할 뿐 아니라, 다회용 식기를 일일이 실어 나르고 소독하는 등의 업무 등이 그것이다.

“생산자를 직접 만날 수 있는 기회 자체가 드물잖아요. 농산물들의 유통과정이 너무 기니까. 근데 생산자랑 직접 만나면서, 이 생산자에게 그 농산물이 어떻게 길러지고 이 빵이 어떻게 만들어고, 그런 이야기를 듣는 것, 어떻게 보면 사회화 교육화 계몽화(?)가 되는 것. 왜냐면 그냥 마트에서 사면 아 싸고 예쁜 것. 뭐라고 해야하지 저는 가성비라는 말을 그렇게 좋아하지 않는데, 마르쉐 장터는 가성비라는 단어에 대해서 좀 더 생각해보게 되는 것 같아요. 그냥 제 값을 받는 것, 그 정도의 가치의 제값을 받는 것, 그리고 그냥 내가 마트에서 아무 생각 없이 그냥 크고 예쁘고 싸면 좋지라고 생각했던 농산물들이 실제로 그렇게 길러지려면 되게 많은 화학적인 비료나 농약이나 그런걸 사용해야 하고. 이 가격이 실제로 농부한테는 어떻게 돌아가는지”. (봉사자 1)

“안부를 묻고, 감정의 교류가 있고. 생산자와 소비자는 서로 알죠. 생활공간이 조금 다르니까 오일장과같은 친밀감은 아니겠지만, 더 긍정적인 것은 자기가 생산한 것은 지역에서 난 것을 가져오는 경우는 별로 없어요. 떼다가 팔고 그런 것이지. 그런데 ‘마르쉐’는 자기가 생산한 것을 가지고 나오기 때문에 오히려 원형을 복원해낸 것이 아닌가 하는 생각이 들어요”. (농부 5)

이러한 세세한 노력들은 ‘마르쉐’ 농부시장을 지탱가능한 적절히 가볍고 탄탄한 재정구조를 가진 비영리단체가 되는 데에는 어려움으로 작용할 수도 있다. 그러나 이는 대안적인 먹거리 체계를 만드는 연속적이고 점진적인 힘으로 결정적인 역할을 해왔다. 뿐만 아니라 이와 같은 세세한 노력들은 3장 2절에서 기술하였듯 먹거리를 통해 몸들을 연결하면서, 그동안 무심히 지나쳤던 일상의 많은 부분들이 몸과 연결되어 있음을 깨닫게 하는 계기로 작동해왔다. 이를 통해 ‘마르쉐’의 일원들은 먹거리를 생산하고 소비하는 데에서 오는 폐기물들을 같이 고려하고, 그를 줄이기 위한 실천을 기꺼이 하게 된다. 뿐만 아니라 농부들의 노고에 대해 이해하고 농부들이 가진 자연에 대한 경험과, 기후 변화에 따른 어려움 등의 문제의식을 나누며, 하나의 체계 위에서 그 부담을 나눈다.

‘마르쉐’ 농부시장의 대안성은 이렇듯 회를 거듭하며 분명해지고, 조금씩 더 농부들- 특히 ‘마르쉐’가 아니면 적합한 판로를 찾기 어려운 농부들과 요리사, 수공업가의 지속가능한 농산물, 먹거리, (환경적 지속가능성에 대한 고민을 담은) 공예품 등의 생산을 지지하는 방향으로 초점을 좁혀왔다.

“이것저것 들고 갔는데 너무 충격이었어요. 농산물의 가격을 ... 정말 저는 뭐라고 해야하지. 농산물의 가치를 알아주셔야 한다고 할까? 하나하나 잘 알아주시고. 토마토를 사셔서 상추를 드리면 ‘힘들게 기르시는 건데 안주셔도 된다’. 하시고. 건강한 식문화에 대해서 많이 생각하시는 분들이 이렇게나 많구나. 이걸 정말 처음으로 느꼈어요.

손님들이랑 대화를 많이 하면서 판매를 했던 적이 없던 것 같거든요. 얼마예요? 이견 뭐예요? 이런 대화만 하는 수준 이었거든요. (마르쉐 와서) 어떤 방식으로 먹는지, 어떤 어떻게 먹는지 어떻게 먹는지 가장 맛있게 먹는지 정말 다양하게 먹거리에 관심이 많구나 하고 정말 느꼈어요. ‘뭔가 되게 멋지다. 손님들이 멋있다고, 정말 멋있는 손님들이다’하고”. (농부 12)

“마르쉐에 다녀오면 힘들지만, 몸은 자꾸자꾸 관절은 무너지고 힘들지만, 내가 왜 이걸 하는지를 지킬 수가 있는 거죠. 그 어려운 걸 왜 자꾸 하려고 하냐고 물어요. 그걸 할 수 있어야지 좋은 사람들이 될 수 있어요. 이스트 베이킹파우더, 수입 밀 쓰지 않고 계속 할 수가 있는 거고. 가게 유지하려다보면 빵이 변하고 그러거든요. 그거를 마르쉐가 그(막는) 역할을 많이 해줘요.” (요리사 1)

나아가 ‘마르쉐’ 출품팀원들은 농부시장 참여를 거듭하며 보다 자연에 이로운 방향으로 먹거리 생산을 지속하는 것(소규모 유기농업인으로서, 땅이 없어 등록조차 하지 못한 농부로서, 토종 종자 재배자로서, 혹은 우리밀로 빵을 만드는 제빵사로서 등)의 어려움을 입 밖으로 내어보고, 해결방안을 함께 모색해 줄 필요성을 구술하게 된다. 뿐만 아니라 이러한 과정에서 이들은 먹거리 체계라는 연결 위에서 보다 지속가능한 방법으로 샅터를 꾸려갈 방향에 대해 재고하고, 스스로에 대한 효능감을 고취해간다. 아래 농부들의 구술은 이러한 상황을 고스란히 반영한다.

“스스로가 이 시장에 참가하기 전에는 농사꾼이었어요. 지금은 농부라고 칭해요. 엄청난 차이인 것 같아요. 꾀이라는게, 장사꾼. 비하시키는 의미이거든요. 아마 가장 최악체여서 스스로를 비하하는 입장이었던 것 같아요. 반면에, 이제 저는 ‘농부’. 농부로서 스스로를 존중하는 그런 삶이 된 것 같아요. ‘저 농부입니다.’를 자신 있게 얘기할 수 있는 그 계기가 이 시장이었던 것 같아요.” (농부 3)

“마을에 막걸리 양조장이 세 개 있어요. 쌀농사도 유기농업 특구라고 해서 많이 짓고 하니까, 쌀로 만든 맥주 양조장 있으면 참 좋겠다 생각했죠. 관광자원도 있고. 그런데 법적 제약이 너무 많아서 주저주저 하고 있어요. ... 마르쉐 친구들이 OEM 쪽으로 가공한 번 해보라고 해서 알아 보는데 ... 진입장벽을 만들어 놓았더라고요. 농민들이 농산물 가공을 하지 않고 일차농산물만 팔아서는 정말 어려워요. ... 다른 일반적인 식품 가공의 경우, 햇썰 인증을 받아야하는데 그것도 엄청 어렵다고 하네요. 솔직히 어떻게 살라고 하는 것인지 모르겠어요. 지금 농촌 상황은 어떻게 살라는 건지 모르겠어요. (농부 5)”

“현실적이고 되게 중요한 건데, 닭을 키우고 어느정도 고정 소득이 들어오잖아요. 그러니까 새로운걸 해 볼 수가 있는거예요. ... 그러다 보니까 생계에 대한 고민을 일차 접고. 농사를 고민해볼 수 있는. 그때에 당장 먹고살문제에 급급하면. 사실상 오늘 먹고 오늘 재배해서 이게 나의 생계가 되어야 하는데 하고 생각을 하면 이런 고민을 하는게 어렵잖아요. 정말 공부를 하게 되는...” (농부 17)

위의 구술들에서 본 연구가 주목하는 것은, 농부들이 스스로 농업인으로서 효능감을 얻어가는 과정과, 소농으로 살아가는 것의 제도적 어려움을 이해해가는 과정에서 ‘마르쉐’ 농부시장이 주요한 역할을 하고 있다는 것이다. 이는 3장에서 살펴보았듯, 시장의 손님들과의 대화, 운영진들과의 대화, 역할을 바꾸어가며 농사에 참여 해보고, 맥주를 만들어보는 경험의 공유, 그리고 먹거리 문제를 도시민들과 농업인들, 요리사들이 함께 책임지며 해결해나갈 수 있다는 신뢰의 공유를 기반으로 하고 있는 것이다. 이를 통해 ‘마르쉐’ 운영진들과 요리사들 또한 소농의 어려움에 대해 점차로 깊이 이해해가고 있다. 운영진 1은 농부시장에서의 경험이 귀농귀촌을 장려하게 되는 힘이 있음을 구술한다. 기계를 가져다 놓고 설비를 투자하는 것보다 어떤 음식이 되는 작물을 키울것인지를 고민하게 하는 것이 진정 귀농귀촌을 장려할 수 있다는 것이다. 또한 아래 요리사 2의 구술 또한 이러한 ‘마르쉐’와 한국의 다품종 소량생산 농부의 상보적 관계에 대한 이해를 보여준다.

“지금 정말 중요한 시기인 것 같아요. 잘 생계를 유지할 수 있는 플랫폼, 네트워크, 관계를 잘 유지하거나 조금 더 키워가야지. 한국의 다품종 소량생산 농부가 없었는데, 참 잘하거든요. 텃밭하고 자기 먹을 것 키우는 농부들이 있었지. 이걸 늘려오는 것 정말 잘하고 있는 것이거든요. 몇 년 더 이 사람들이 안정적으로 되어야지. 한반도에 다품종 소량생산 농부가 존재할 수 있을 것이고. 그래야지만 씨앗이 지켜질 것이며. 있어야지만 아마 앞으로는 재철 채소를 먹을 수 있을 것이며. 다 하우스로 바뀌니까. 대량생산은. 다품종 소량생산 농부가 있어야지만, 정말 다양한 품종의 채소를 먹을 수 있는 것이지요. 그건 확실해요. 다품종 소량생산 농부가 사라지면 우리는 정말 재미없게 요리를 해야 하는 상황에 놓이게 되어요”(요리사 2)

### 제 3 절 ‘마르쉐’ 농부시장과 일상의 연결

#### 1. 일상의 시장의 소소함

“초창기에는 좀더 친숙하고 생동감 넘치는 분위기였어요. 가지고 오시는 품목도 김치, 장아찌, 집 앞 과일가게에서 무른 과일 사다가 잼 만들어 파시는 분들 다양 했죠. 요즘은 그분들이 시장에 잘 못 나오세요(농부 12).”

‘마르쉐’ 농부시장이 처음 공간을 점유하는 방식으로 시장을 열었던 시절을 회상하는 봉사자들, 농부들, 운영진들은 공통적으로 “이전에는 좀 더 친밀한/활기찬” 분위기였다는 것을 구술한다 (운영진 1, 2, 3, 4, 5, 농부 1, 12, 14, 15, 요리사 2, 봉사자 3). 초기 ‘마르쉐’ 농부시장은 지금보다 문턱이 낮은 곳이었는데, 이를테면 “아이를 혼자 키우는 여성 뮤지션이 동네 슈퍼에서 팔리지 않고 남는 과일이 아까우니 사다가 잼으로 만들어 나오기 시작하는” 등의 소소한 먹거리 실천이 가능했기 때문이라고 한다(운영진1). 이러한 소소한 먹거리 실천들을 토대로 만들어져 온 초기 ‘농부시장’은 보다 많은 잠재력을 갖고 있었다. 소소하고 일상적인 실천들이 시장에 펼쳐지는 것이 가져온 참여적 분위기는 보다 자연스럽게 ‘대화’의 상황으로 이어졌을 것이다. 즉, 이러한 소소한 일상을 공유하는 행위가 채워지는 농부시장은 마치 19세기 영국의 커피하우스처럼 친밀함을 기반으로 정치적 잠재력이 펼쳐지는 공간이었던 것이다.

그러나 ‘마르쉐’ 농부시장이 보다 좋은 사례이자 도시형 농부시장의 모델로 이해되어가면서는 보다 많은 규제의 대상이 되어, 기존의 소소한 먹거리 실천들은 농부시장 밖으로 탈각되게 된다. 이러한 탈각은 일면 ‘마르쉐’ 농부시장의 성격에 대한 지자체의 자체적인 해석과 포섭에의 시도에서 비롯된 것이다. 앞서 살펴보았듯 ‘마르쉐’는 정치화 되는 과정에서 기존의 제도의 틀 안에서 해석될 수 있는 언어를 탐색하며 “일상의 시장”, “대화하는 시장”, “삶을 연결하는 시장”, “농부들에게 제일 먼저 마이크가 가는 시장”, “신뢰할 수 있는 먹거리”와 같은 실천적이고 구체적인 물질들을 담은 표현뿐 아닌 “친환경”, “직거래”, “유기농”과 같은 이미 인증 제도를 기반으로 둔 표현을 함께 쓸 수 밖에 없었다. 지자체들은 법률적인 틀 안에서 ‘도시형 농부시장’을 정의할 것을 요구해왔기 때문이다.



그러나 ‘마르쉐’가 가진 활력을 유지하기 위해서는 대안적인 먹거리 체계를 위한 담론적 차원의 명분만이 아닌 그것의 물질적인 차원에 대한 이해가 선행되어야 한다. 도시형 농부시장은 도시의 먹거리 안전을 확보하는 마스터 플랜의 일환일 뿐 아니라, 농부시장을 구성하는 몸들의 배치이기 때문에, 이러한 몸들이 건강과 활력을 스스로 유지할 수 있게 하고, 시장에 대한 의견을 개진할 수 있게 하고, 농부시장으로 들어올 수 있게 할 필요가 분명해 보인다.

농부시장은 이러한 문제의식을 점차 심화시키며, ‘마르쉐’ 농부시장이 해결해나가야 할 과제를 도시의 먹거리 안전 확보에 국한시키지 않기 위한 노력을 지속해나간다. 이들은 먼저 기존의 시장에서 있던 일들을 되짚어 보며, 시장을 제도 안으로 들이거나 정식화 하는 것 보다도 ‘원래 하려고 했던’ 방향성에 대해 지속적으로 고민하며 실천들을 수정해간다. 이처럼 시장이 지금까지 가지고 있는 잠재력들과 정동, 그 활기는 ‘마르쉐’ 운영진들이 가진 소소함, 세세함에 대한 감각들이 시장의 안과 밖에서 끊임없이 재현되고 있기 때문에 가능해진 것이다. 연구참여자들의 아래와 같은 구술은 이러한 인식을 보여주며, 여전히 유지되고 있는 ‘마르쉐’ 시장의 소소함을 설명한다.

“‘마르쉐’가 하고자 하는 방향에 대해서 잊지 말아야겠다. 고민을 해온 결과. 트렌드에 휩쓸렸다면 더 확장하거나, 온라인으로 가거나 했을 것 같아요. 우리가 **이렇게 고된 일을 즐겁게 할 수 있는 것에** 대해서 잊지 말자고 이야기를 하는 것은 그래서 채소시장이 생기게 되고. 혹하는게 있어도. ‘하려고 했던 것이 무엇이었지?’를 되뇌어보고. 이거 하면서 그거라도 없으면 내가 이걸 왜 하지 하는 생각이 들것 같아요.”(운영진 5)

“지나가는 말로 너무 바빠서 깻잎이 지천으로 자라도 딸 시간이 없다고 했는데, 그걸 기억하고 **운영진들이 그새 <농가행>으로 ... 밭에 일손을 도우러 오셨더라고요. 그래서 다같이 깻잎을 따서 깻잎페스트를 만들었죠.** 그렇게 지나가는 말 하나하나를 기억하시는 게 정말 신기해요. 감사하죠.”(농부 2)

“‘마르쉐’가 없었으면 우리도 채식요리로 이렇게 빨리 오지는 못했을 것 같아요. 좋은 채소가 있으면 그것만으로도 충분하다는 것을 우리는 정말 느끼는 것 같아요. 그런데 그 좋은 채소를 구하기가 너무 쉽지 않았으니까. 이제 다품종 소량생산 농부가 정말 ‘마르쉐’ 주변 밖에 없어요. 그런데 엄청나게 활동을 하고 있잖아요. 그런 사람들이 식구들에게 납품하기 시작하고. 그들 재료로 시작하는 것이니까. 정말 처음에 꿈꿨던 상황이 현실이 되는 것이지요. 정말 사라졌던 다품종 소량생산 농부가 ‘마르쉐’를 통해서 돌아왔으니까.”(요리사 2(초기 기획자))

본 절을 나서며, 마르쉐 시장의 소소함을 다음의 세 가지 소소함으로 정리한다.

- 1) 일상의 소소함: ‘마르쉐’ 농부시장은 축제적인 형태로 열리며 다양한 전시나, 비일상적인 순간들—강렬도를 포함한다. 그리고 ‘마르쉐’ 시장이 지향하는 것은 이러한 강렬함들의 힘이 세기가 커지는 것이 아닌 일상의 면면으로 스며드는 것이다.
- 2) 작물들의 소소함: ‘마르쉐’ 농부시장은 다양한 품종의 채소들을 들여오지만 동시에 ‘토종씨앗’이나 밭에 지천으로 널린 깻잎, 파 꽃 등을 중요하게 여긴다. 깻잎이 버려지는 것을 아까워하는 마음, 그리고 그 마음을 나누며 같이 깻잎을 따고, 페스토(pesto)를 만드는 작업을 공유하는 것은 ‘마르쉐’ 농부시장이 보여주는 메시지, 작은 것들의 잠재력을 무시하지 않고 마주치게 하는 것의 힘을 공유하게 한다.
- 3) 규모의 소소함: ‘마르쉐’ 농부시장은 이러한 면에서 일상의 농사를 중요하게 여겨왔다. ‘마르쉐’ 운영진들이 농부를 모집하는 데에 중요한 기준은 3천평 미만을 경작하는 소농인지 여부이다. ‘마르쉐’ 농부시장은 초기에는 10평에 작물을 키우는 도시농부들도 얼마든지 함께 하던 곳이었다. 이는 ‘유기농’ 등의 제도의 인증의 한계를 보완할 수 있도록 한다. 이를테면 ‘마르쉐’ 농부시장이 흡수하는 소농들은 땅을 소유하지 않고, 빌린 채마 밭에서 농사를 짓고 있는 경우가 많은데, 이들은 화학비료나 제초제를 쓰지 않고, 심지어는 풀베기를 하지 않는 자연농법으로 땅과 작물들을 동시에 위하며 농사를 짓더라도 등록된 땅이 없어 ‘유기농’ 인증을 받을 수 없다. 이처럼 제도에 포섭되지 않은 ‘소소한’ 농부들은 ‘마르쉐’에서만 작물을 팔 수 있는 상황이다.

## 2. 농부시장의 ‘사적’ 존재들

이렇게 ‘마르쉐’ 농부시장은 시장의 소소함을 지켜나가는 것에 빠르게 제도 안으로 들어가는 것보다 더욱 무게를 두어왔다. 이렇듯 ‘마르쉐’가 소소함을 지켜올 수 있었던 결정적인 이유는 ‘마르쉐’ 농부시장에 모여든 몸들이 주로 ‘사적’인 존재들로 분류되는 것이 익숙했기 때문이다. ‘마르쉐’ 농부시장은 초기 발생 당시부터 지금까지 전통적인 성역할 규범으로 인해 남성 손님들이나, 남성 출점 팀원들보다 여성 행위자들이 보다 많이 참여해 왔다. 실제로 운영진 1은 이러한 차이에 전통적인 성역할 규범이 작용해왔음을 인지하고 있는 것으로 보인다. 구술에 따르면 ‘마르쉐’ 농부시장이 생긴 초기 농부들을 모집하며 시장에 오시라고 권하면 여성 농부들은 관심을 보이던 반면, 남성 농부들은 ‘소소한’ 판매를 위해 시장에까지 갈 시간은 없다고 응답하는 경향을 보였다고 한다.

‘마르쉐’의 인지도와 규모가 커지면서 이러한 성비의 불균형은 조금씩 해소되어 왔다. 그럼에도 여전히 ‘마르쉐’가 시장의 소소함을 유지하고, 몸들에 대한 이야기를 풍부하게 나눌 수 있던 것은 여성들이 많이 방문하는 공간이기 때문이었다. 전통적인 성역할 규범에 따라 여성들이 주로 해왔던 실천들로서 요리와 대화가 벌어지는 공간인 농부시장은 자연히 보다 여성들의 고충이 반영되어, 여성 행위자들이 편안함을 느낄 수 있는 분위기가 되어왔기 때문이다. 이러한 분위기는 여성들의 일상적인 경험을 보다 활발히 이야기할 수 있게 하였을 뿐 아니라, 시장을 보다 민주적인 의사결정이 가능한 분위기로 만들고, 의사결정에 있어 시간이 할애된다는 것을, 느리게 나아가는 시장일 수 있음을 용인할 수 있게 해왔다. 아래의 구술들은 여성 농부들의 경험이 농부시장에서 어떻게 펼쳐지고, 농부들은 여성으로서의 경험이 어떤 정동으로 촉발되는지를 설명한다.

“시장에서 오가는 대화의 종류가 달라요. 다른 시장에 나가면 저는 꼭 며느리감이라는 소리를 엄청 많이 들어요. 칭찬으로 하시는 것은 알지만 너무 많이 들으면 피곤하죠. 하루는 손님 중에서 굳이 굳이 아들을 소개시켜주고 싶다고 하셔서 아들의 나이를 여쭙더니 저랑 15살 차이가 나는 거예요. 저는 제 나이도 이미 말씀드렸었는데, 정말 당황스러웠어요. ... ‘마르쉐’에서는 그런 어려움은 절대 없었죠. 신기하게 손님들도 단 한 분도 그런 이야기를 하신 적이 없으세요.” (농부 13)

“‘마르쉐’가 안전하다고 느꼈던 이유는 ... 보통의 대화는, 늘 자주하는 대화는 “어떻게 먹어요?” “어, 이거 뭐예요?” 기본적인 질문들을 많이 하시는데, 보통 농부들은 한가지 작물만 해서 먹지, 나머지는 나하고 관련 없는, 내가 농사 짓지 않은 것들을 많이 먹잖아요. 저희도 물론 사먹는 농작물도 있지만 대부분의 것들을 다 해서 먹는단 말이죠? 농사 지어서. 그러면 이제 낫선 농산물을 가지고 왔을 때, “이거 어떻게 먹어요? 하면. 내가 직접 해먹지 않으면 할 수 있는 얘기도 없거든요. 그 부분에 있어서는 여성분들이 많이, 특히 여성농업인들이 할말이 되게 많죠.”(농부 13)

위의 구술들에서 알 수 있듯이 ‘마르쉐’ 농부시장은 여성들이 더 많았기 때문에 다른 여타 도시 농부시장들과는 다른 대화의 분위기를 자아낼 수 있었다. 이들은 대화의 어조, 목소리 톤, 말투, 그리고 대화의 종류를 고르며 상대를 불편하게 하는 대화를 꺼리고, 신뢰를 쌓아가기 위해 필요한 대화들을 시장으로 불러들였다. ‘마르쉐’ 운영진들은 이러한 시장의 성격에 대해 각기 다른 입장을 가지고 있었으나, ‘마르쉐’의 정동적 잠재력을 키우는 중요한 요인에 ‘말’들이 있음을 알고 ‘말’들을 시장 안에 배치하는 역할을 맡기도 했다. 아래의 구술은 운영진 6과의 인터뷰에서 드러난 것으로, ‘농부시장’에서 농부들 간에 인종적 차별로 들릴 수 있을 불편한 대화가 오가던 걸 목격한 당시 ‘마르쉐’ 운영진들의 미세한 상황 조정을 설명한다.

“... 상황을 다같이 공유하고, 아무래도 연배가 크게 차이 안나는 운영진 1이 전달하는게 좋지 않나 해서, 그런 이야기는 하지 않으시는 편이 좋다는 이야기, 따로 찾아 뵙고 전달했다고 하더라고요.”(운영진 6)

이처럼 농부시장을 운영한다는 것은 시장에서 벌어질 수 있는 비단 시장의 규범적 성격을 규명하는 것만의 문제는 아니며, 대화의 물질성과, 대화가 오고 가는 몸들의 다양성에 대한 이해를 심화시켜야 하는 것이다. ‘마르쉐’ 운영진들과 봉사자들, 단골 손님들, 오랫동안 출점해온 팀원들은 이러한 미세한 차이들을 감각하며, 보다 서로를 포용할 수 있는 대화나 실천을 모방하고 반복하게 된다. 이는 점차로 시장에 다양한 몸들이 존재 하는 것을 ‘자연스러운’ 것으로 만드는 데에 기여했다. 아래의 구술들은 앞서 서술해온 ‘마르쉐’ 농부시장을 만들어가는 소소한 실천들이 어떻게 농부시장의 온도와 분위기를 가꾸어 왔는지를 보여준다.

“시장마다 온도가 너무 달라요. 같이 만들어 가는 시장이 있는 반면. 던져놓고 온다는 (느낌이 드는) 시장도 있었고. 참여자나 소비자도 다 느낄 것 같아요.”(농부 8)

“처음에는 남성 농부님들이 시장에 오시면 눈 둘 곳을 찾기 어려워하는 경우도 많았어요. 젊은 여성들의 옷차림이 낯설거나, ..... 그런데 나중에 적응하면서는 개의치 않게 되시는 것 같아요.”(운영진 6)

“‘마르쉐’가 제가 아니니까 ‘마르쉐’를 이렇게 볼 때. 진짜 대단한 부분이 있어요. G 농부님이 그런 이야기를 한 적이 있거든요. 농사를 짓고 ‘마르쉐’에 나오면서 변한 게 간지러운 걸 할 수 있게 되었대요. 전에는 그런걸 못했는데. 마르쉐 나오면서 약간 간지러운 말을 하게 될 수 있다고. 너무 감동하고 되게 좋았거든요. 굉장히 한 사람이 삶의 전체가 변한 대표적인 말인 것 같았어요. 그 때 우리가 사람들이랑 같이 눈에 손모내기하고. 눈에 일년 농사를 네 번 인가 다섯 번인가 가면서 G 농부님이랑 같이 한적이 있었는데. 눈 힘내라고 눈을 한번 보고 하늘을 한 번 보고. 약간 그런 얘기를 했었거든요. 그때 간지러운 말, ‘사랑스럽다는 말. 아름답다 라던가’ 하는 말을 입 밖으로 내는 사람을 처음 만났다는 거예요. 운영진 1이 진짜 존경스러운 부분이 그런 것 이거든요. ‘아유 이 꽃이 너무 아름다워요’. 그런 말을 들려주고 듣고. 그런 말이 오가는 환경에 있을 때 뭔가 내가 작심하지 않아도 내가 변화된 뿐이 분명히 있는 것 같아요. 욕설이 난무하는 환경에 있을 때의 나와 간지러운 말들이 오가는 곳에 있던 나. 그제 나에게 습이 들게 되고. 그런 말을 할 수 있게 되고. 그런 부분에서 ‘마르쉐’가 참 대단한, 엄청난 공간이다. 그런 부분이 아까 처음에 얘기했던 어떤 운동이나 작업으로 만들어 낼 수 없는, ‘시장’이기 때문에 가능할 수도 있겠다는 생각을 하죠.”(운영진 6)

본 소절이 서술하고 있는 농부시장에 대한 젠더 관점의 분석은 사실 그 자체로 하나의 논문으로 서술될 수도 있을 많은 이야기들을 담고 있다. 그러나 본 연구는 젠더와 먹거리 실천을 보는 것을 목적으로 하지는 않는다. 그럼에도 본 소절에서 이러한 특이성에 주목하는 것은 ‘마르쉐’가 소소한 시장을 만들고, 자연으로서 몸들을 연결하는 과정에서 시장을 닫힌 공간이 아닌 관계들을 매개로 접촉된, 혹은 ‘열린’ 공간으로 이해하게 하기 때문이다. 각자의 주방 어귀로 흩어져있던 일상적인, 소소한 먹거리 실천들은 “시장”을 만들어가는 행위성의 궤적을 타고 연결된다. ‘마르쉐’ 시장을 만들어가는 행위성들은 시장이 열리는 주말의 9시~15시, 시장이 열리는 경위도와표계 위에만 존재하는 것만이 아니며, 각자의 일상으로 흩어져 들어간 이후에도 존재한다. 나아가 이러한 연결의 ‘강렬한’ 경험은 시장 안 몸들이 감각해내는 미래적 상상으로도 이어진다.



[그림 20] 토종 작물 전시가 열리고 있는 ‘마르쉐’ 농부시장의 ‘반가움’

“A 농부님처럼 살고 싶어요. 제가 지금 20대니까, 여성으로서, 농부로서, 사람으로서 50대의 나를 상상하면 ‘아 저렇게 살면 되겠다. 최고의 모습이다.’ 했어요. 나중에도 농사를 지으면 먹을 거를 나눌 수도 있고, 마음에 부족한 것 없이, 저렇게. 물도 따로 더 안쓰고, 자연의 비만 받아서 쓰고. 자연을 해하지 않고 그렇게 농사를 짓는 모습을 보면서 닮고 싶다는 생각을 해요”. (농부 13)



[그림 21] 연구참여자 운영진 6이 연구자에게 공유해 준 텃밭을 가꾸는 일상

연구참여자와의 면접에서 ‘미래’에 대한 이야기는 많이 발화되었다. 연구자는 ‘마르쉐’가 나아가야 할 방향에 대해 질문을 했음에도 이들이 대답한 ‘미래’는 조직으로서 ‘마르쉐’의 것이 아니라 ‘마르쉐’에 모인 다양한 몸들의 것 이었다. 앞선 대화에서 “‘마르쉐’가 제가 아니니까”라고 답한 운영진 6의 말은 ‘마르쉐’와 농부시장을 구성하는 몸들을 분리된 것으로 메타적으로 이해하고 있음을 보여준다. 이처럼 연구참여자들은 스스로를 ‘마르쉐’와 명백히 분리된 것으로 이해하지만, 동시에 이들은 ‘마르쉐’와 구성원들이 공동의 미래를 공유하는 것으로도 이해하고 있다. 다음의 구술은 이를 설명한다.

“작은 단체이지만 고용 복지 이런 걸 다 지킬 수는 없지만 다 납득할 정도의 합의가 필요하다고 생각하고. 일하는 시간이 힘들 수는 있지만 즐거웠으면 좋겠어요. 즐겁게 일을 하고 급여가 아닌 다른 거로 풍요로움을 느낄 수 있는 일터면 좋겠다고 생각을 했어요. 안에 업무가 되게 많은데 자기한테 맞는 일을 잘 찾을 수 있으면 좋겠다. 운영진 F가 저보다 한 살 언니인데 향후 어떻게 할건지. 그런 이야기도 많이 하고. 어쨌든 우리가 살아가는 이야기를 하는 곳이니깐. 우리부터 하고 싶어하는 이야기의 모순되지 않는 시간을 보내고 싶어요”. (운영진 5)

“지금은 사실 앞으로 나오는 메뉴들은 개인적으로 100프로 비건으로 가야 한다기보다는 채소로만, 식물로만 요리하는 쪽으로 갔으면 좋겠다는 생각이 드는 이유는. 고기 넣고 해산물을 넣으면 쉬워요. 그런데 이렇게 채소로만 요리를 하는 경험이 요리사들을 엄청 키워요. 그런데 여기서 앞으로 요리사들이 자라려면 나 도같이 자라려면 채식적으로 기술을 익혀놓는 것이 훨씬 유리하더라고요. 그냥 여기에서 몇 년 일했다. 좀 대접을 받으려면 그 기술을 가지고 있느냐 아니냐가 굉장히 큰 것이고. 여기서 일했던 친구들이. 여기는 그냥 카페인데, 밖에서 대접받기는 쉽지 않잖아요. 다음 세대들에게 경쟁력을 넘기려면, 채식적으로 기술을 내는. 그걸 연구하다보니까. 저 손님하고 나누다 보니까”. (요리사 2)

이러한 태도는 흥미롭게도 ‘마르쉐’에게 일반적이고 꾸준한 성격을 덧입혀간다. 즉, 유사하지만 상황에 따라 조금씩 변화되는 실천들을 ‘마르쉐’ 농부시장의 내부로 불러들이고 다시 그것을 개인들의 일상실천으로 이어진다. 이처럼 ‘마르쉐’의 역할은 결코 “물건을 파는” 것만은 아니다.

“우리는 공동체 관계의 장이었던 본래 시장의 모습에 주목합니다. 삶의 토대를 이루는 ‘먹거리’를 통해 관계 맺고 대화하면서 단절되어 있던 삶을 다시 ‘연결’ 합니다. 우리의 다른 삶은 그곳에서부터 시작합니다.” (마르쉐 지속가능 보고서 2017: 59)

여러 번 서술했듯이, ‘마르쉐’는 그 기획의 배경으로 공동체로서 도시에 대한 상상을 갖는다. 이러한 상상은 ‘마르쉐’ 농부시장이 열리는 공간에서 물질들을 배열함으로써 실재가 되기도 하지만, 각자의 삶터에서 다시 재현되기도 한다. 이를테면 시장을 거쳐간 농부들의 손 끝에서, 운영진들의 손 끝에서, 요리사들의 손 끝에서, 그들의 일상에서 말이다. ‘마르쉐’ 농부시장의 운영진들은 유사한 농부시장이 다른 지역에 자연스럽게 만들어지기를 기대했는데, 이는 실제로 ‘마르쉐’에 출점하는 농부 팀원이 자신의 지역에서 장터를 만든다거나, 자칭 “마르쉐 매니아”라는 봉사자들의 손에 의해 각자의 동네에서 소소하게 먹거리를 나누는 시장을 만드는 등으로 이어져왔다. 이처럼 ‘마르쉐’는 서울시이전 농부들의 터인 경기도 남양주시 양평군이전, 도시이전 농촌이전 관계없이 공간들을 잇고, 먹거리 실천의 윤리를 보다 대안적인 것으로 나아가게 하는 힘을 갖는다. 서울시는 ‘마르쉐’ 농부시장을 통해 지역의 농부들이 전달하는 ‘먹거리 실천’의 경험과 농의 정동, “둥글둥글해지”는 마음<sup>66</sup>을 공유받고, 농부들은 ‘마르쉐’시장이 전달하는 공동체적 가치를 다시 지역에 공유한다(반대 방향으로의 전이도 물론 이뤄진다). 이렇듯 ‘먹거리 실천’ 정동은 도심과 밭의 60km의 거리를 넘나든다. 아래의 그림은 ‘마르쉐’ 농부시장에서 벌어지던 ‘연결’이 한 농부의 밭 어귀에서 재현될 수 있음을 보여준다.

---

66 농부 4는 이에 대해 다음과 같이 구술한다. “땀 흘려서 일하고 잠깐 앉아있을 때 시원한 바람이 불어오면 아 이걸 너무 시원하고, 딱 하늘을 봤는데 구름이 너무 멋있는 거예요. 가족들하고 교감, 아이들하고, 교류하면서 생활할 수 있다는 것. 그런 것들을 다 할 수 있게 해주니까. 좋은 것 같아요. 그리고 그야말로 아름답다고 해야하나. 어떻게 표현해야 할까? 많이 성격이 둥글둥글해져가고 있어요. 그나마 원칙적이고 약간 개인적이고 그런 스타일인데 농사를 짓고 하다 보니까, 꽃도 많이 보고 그러다 보니까. 성격도 변화되고. 좋아요. 빠르지는 않지만 그 속도가 몇 십년 살아온 게 빨리 바뀌지는 않지만, 자연스럽게 조금씩, 조금씩”.





[그림 22] 연구참여자(농부 8)가 밭 근처에 꾸민 동네쉼터<sup>67</sup>

본 절을 마치며, ‘마르쉐’ 농부시장이 점차 대안적인 먹거리 계획이 되어가는 과정을 요약해보면 다음과 같다.

첫째, ‘마르쉐’ 농부시장은 도시민들을 위한 시장에서 점차 지역의 소농들을 위한 시장으로 진화해왔다. ‘마르쉐’ 농부시장은 초기 실험기를 거치며 규모의 증가를 경험하며 제도화되어 ‘유기농’인증을 받은 농부들이나, 농지를 소유하고 있어 지자체 지원을 받을 수 있는 ‘채소시장’을 여는 데에 등록이 가능한 농부들을 모집하게 된다. 지속가능성을 목적으로 한 제도화의 시도는 이를 통해 역설적이게도 기존에 활발히 출점하던 미등록 농부들을 밀어내는 계기가 된다. 이는 시장이 본래 가지고 있던 친밀감과 신뢰에 기반한 활기를 감소시킨다. 이러한 상황에서 ‘마르쉐’ 농부시장은 제도화의 경험을 반추하고 다시 논의를 이어가며 ‘마르쉐’ 농부시장의 초기 기획의 의도와 방향성을 제고한다. 이러한 면에서 제도화의 경험은 다시 해체하고 재구성할 동력이 되기도 한 것이다. ‘마르쉐’는 이처럼 해체와 재구성을 반복하면서 점차 지역의 소농들을 지원할 필요성을 이해하고 적극적으로 다양한 방법을 모색한다. 즉 ‘마르쉐’는 대안먹거리네트워크가 되어가는(becoming) 과정 위에 있다.

67 ‘마르쉐’ 출점팀원들은 ‘마르쉐’를 만나기 이전에도 각자의 일상에서 여성운동이나 환경운동을 경험해 본 경우가 많다(농부2, 3, 5, 6, 11, 수공예가 1, 요리사 1). 그리고 이러한 경험들은 대안적인 공동체를 만드는 실천으로 각자의 삶터에서 위의 사진과 같이 현실화된 경우가 있다. ‘마르쉐’는 이러한 일상에서의 경험을 먹거리를 통해 공유하고 인정받는 삶의 장터이기도 하다.

둘째, ‘마르쉐’ 농부시장은 지역의 농부들과 도시거주민들의 일상들 간의 거리를 좁힌다. ‘마르쉐’가 도시민에게 전달하는 농의 정동과, ‘마르쉐’가 농부들에게 전달하는 도시 공동체의 활력과 ‘감사’의 마음 등은 도시와 지역의 거리를 좁힌다. 뿐만 아니라 ‘마르쉐’ 운영진들이 경험하는 일상은 재정적인 보상이 충분하지 않아왔다는 한계는 분명하지만 ‘마르쉐’를 통해 벌어지는 실천들이 자신들의 몸을 구성하는 일임을 명확히 한다. 즉 운영진들의 일상과 ‘마르쉐’ 농부시장에서의 경험 간의 거리 또한 점차로 좁아든다. 이는 ‘마르쉐’ 농부시장의 시공이 2차원의 납작한 시공 위에 있는 것이 아니라, 일상의 먹거리 실천들의 “연결”이라는 상대성을 가진 시공의 궤도 위에 있음을 보여준다.

셋째, ‘마르쉐’ 농부시장을 만들어온 핵심 행위성들은 전통적으로 성역할 규범에 따라 여성들이 담당해온 실천들을 ‘연결’해 공식화 한다. 먹거리 노동, 폐기물 처리, 씨앗 나눔, 일상과 먹거리 몸의 관계들에 대한 대화들은 기존에는 너무 세세하고 소소한 것, 공익적 가치를 끌어내기에는 부족한 것들로 여겨지며 제도적 언어에서 탈각되고, 그러나 이러한 행위성은 기존의 제도가 선호하는 언어들과의 긴장을 만들어냈다. 이러한 실천들은 너무 세세하고 소소한 것, 공익적 가치를 끌어내기에는 부족한 것들로 여겨지며 제도적 언어에서 탈각되고, 그 중요성(중심성)은 과소 정치화 되었다.

## 제 4 절 소결: 이름없는 대안 먹거리 계획가들

본 장에서는 농부시장 ‘마르쉐’가 어떠한 과정을 거쳐 도시에서의 삶과 (대안적 실천이 보다 용이한 소규모) 농부들의 삶의 균형을 다시 생각해보게 하는 매개적 공간으로 자리잡아 왔는지를 탐색하였다. 위에서 서술한 도시에서의 ‘일상의 농부시장’이 갖는 잠재력을 고려할 때, 대안 먹거리 네트워크로서 ‘일상의 농부시장’은 향후 서울 뿐 아닌 국내 여러 도심지에서 재현 될 필요가 있다.

“자연스럽게 생길 거라고 생각을 9년째 하고 있는데 지역에 농부시장은 많이 생기기는 했는데 ‘마르쉐’와 같은 역할을 하는 시장은 잘 생기지 않는 것 같아요. 야외공간에서 먹거리를 먹는 것- 그 리스크가 좀 무서워지고, 먹거리를 그리워하시는 분들도 있으니 상설공간에서 음식을 할 수 있게 되어야 가능한데. 병조립같은 것도 허가된 시설에서 만들어야만 하니까. 그런 공간 이려면 직영을 하지 않는 이상 어려운 거예요”.(운영진 5)

그러나 ‘마르쉐’ 농부시장의 운영은 앞서 살펴본 것처럼 섬세하고 농밀한 노동과 작업들을 요구한다. 이러한 소소한 실천들이 행위자들의 일상생활 속에서 지속되는 것이 ‘마르쉐’ 농부시장을 만들어온 동력이기 때문이다. 그러므로 ‘마르쉐’와 같은 ‘일상의 농부시장’이 다양한 행위자들의 일상, 특히 농부들과 주부 등의 먹거리 실천가들과 어떻게 연결되어 있는지를 이해하는 것은 필수적이다. 또한 도시에서 일상의 농부시장이 제도화 되기 위해서는 일상의 먹거리 실천들을 단순히 ‘사적’인 것으로 치부하여 과소화해서는 안될 것이다. 농부시장이 도시에서의 삶과 논과 밭에서의 삶을 연결하기 위해서는 농작물의 생산과 소비의 경험의 물리적인 거리뿐 아니라 심리적인 거리를 함께 좁혀야 하기 때문이다.

먹거리의 생산과 소비의 심리적 거리를 좁히기 위해서는 생산과 소비의 경험을 활발히 교환할 수 있는 분위기를 만들어 주어야 한다. 이러한 역할을 하는 것은 ‘마르쉐’ 농부시장에서 꾸준히 강조되어온 대화일 것이다. 3장에서 살펴보았듯 대화는 물질성을 갖고 있으므로 시장을 구성하는 물질들을 디자인 하고 적합하게 배치하는 것이 첫째로 대화를 촉진 할 수 있는 방법일 것이다. 그러나 이것만으로는 낮값으로 가득 차 있는 도시공간에서 서로의 삶의 소소하면서도 일상적인—그러나 먹거리를 생산하고 소비하는 데 있어 결정적인 경제적 상황이나, 몸의 내밀한 반응들에

대한—이야기를 이끌어 낼 수는 없다.

그러므로 ‘마르쉐’ 농부시장은 대화를 이끌어내기 위해서는 지속적이고 공동체적인 관계가 형성되어야 한다는 생각을 시작으로 두고, 이러한 방향성을 잃지 않기 위해 노력한 것이다. ‘마르쉐’ 농부시장이 제시하는 그 본연의 잠재력은 비단 도시민들이 안전한 먹거리를 소비하도록 하는 데에 있지 않다. ‘마르쉐’ 농부시장은 시장이 공동체의 삶터가 되고, 행위자들의 자주적인 실천을 통해 도시의 회복탄력성을 높일 수 있기를 바랐던 것으로 보인다. 그리고 이를 위해 도시를 콘크리트와 제도, 그리고 인간만으로 구성된 것이 아닌 몸들을 가로지르는 먹거리가 함께함을 다양한 방식으로 드러내왔다. 뿐만 아니라 이러한 먹거리를 생산한다는 낯선 행위를 이해하기 위해, ‘농부들에게 제일 먼저 마이크를 주’고, 출점 농부들과 장기적인 관계를 쌓으며 “직접 농사짓기”를 권장한다.

이러한 과정에서 ‘마르쉐’ 운영진들은 도시형 농부시장을 제도화 하는 것 자체가 그동안의 소소한 실천들을 견인할 수 없다는 것을 이해하게 된다. 이들은 ‘마르쉐’의 비전이 경험을 공유하고, 일상의 먹거리 실천들을 보다 대안적인 것으로 바꾸어 가는 것에 있음을 이해한다. 뿐만 아니라 ‘마르쉐’의 운영진들은 농부시장이 제도화되기 어려운 데에는 근본적인 소농들에 대한 정책의 부재가 있음을, 또한 도시에서의 토지 사용의 규제와 높은 지대의 문제와 연결되어 있음을 이해하게 되어왔다고 한다.

위의 구술은 점차 깊어지는 도시에서 일상의 농부시장 열기의 어려움에 대한 이해를 표현한다. 우리가 주목해야 할 것은 이러한 이해가 ‘농부시장’의 성격에 대한 접근만이 아닌 시장과 연결된 일상의 실천들을 넘나드는 과정에서 심화되어왔다는 것이다. 그러므로 도시형 농부시장에 대한 이해나 재현은 도시와 농업이 이루어지 논과 밭, 그리고 시장에 대한 분리적 접근을 통해 알 수 있는 것이 아니다. 이는 오히려 일상의 먹거리 실천들과 농부시장에서 넘나들어지는 사건적 순간들-현장의 대화들, 음식을 먹는 행위가 감각하는 것들과 같은 정동의 촉발에 대한 이해를 토대로 할 필요를 설명한다.

이러한 정동적 이해는 연구를 통해, 또는 서술의 과정과 읽기의 주고받음을 통해 가능할 수 있는 것이기도 하다. 보다 쉽게는 ‘마르쉐’ 농부시장의 한 가운데에 서 본다면 곧 직감적으로 이해할 수 있는 것이기도 하다. 그러므로 우리는 앞으로 도시에서 일상의 시장 혹은 ‘도시형 농부시장’을 사유하고, 재현해가기 위해서는 감각들을 적극적으로 활용해야 할 것이다. 이러한 작업은 비단 ‘도시계획가’나 지자체 공무원들, 혹은 협치를 위해 구성된 ‘시민 전문가’들만 할 수 있는 것이 아니다. 이러한 접근과 이해는 시민 일반들에 의해 이루어질 수 있는 것이며, 무엇보다 중요한 자질은 농부시장을 만들어가는 자치의 과정에 대해 이해할 수 있는가 하는 것이다.

본 장에서 끝에서 연구자는 ‘마르쉐’ 농부시장을 만들어온 자생적 힘의 실체를 다음과 “묵묵히 소박하게 실천하는” 힘으로 구체화 해보고자 한다. 연구자는 면접에서 연구참여자들에게 ‘여성환경운동가’라거나 활동가라고 스스로 생각해본 적이 있는가를 물었고, 봉사자 1을 포함해 거의 모든 연구참여자들이 “그렇지 않다”고 대답했다(운영진 2, 3, 4, 5, 6, 봉사자 1, 2, 3, 요리사 2). 이들은 적극적으로 자신이 ‘페미니스트’거나, ‘에코 페미니스트’이거나 ‘생태주의자’나 심지어 ‘활동가’로 호명되는 것을 거부하였다. 이들은 대신 그럼에도 불구하고 귀찮음이나 어려움을 감소하고 꾸준히 ‘마르쉐’ 농부시장 만들기에 참여하는 이유를 “조금의 변화”를 만들길 바라는 마음과 “환경에 대한 관심이” 생겨난 계기를 통해 구술하였다. 그리고 덧붙이며 ‘생태주의자’ 혹은 ‘페미니스트’로 자신들을 호명하는 것이 오히려 다양한 대안적인 먹거리 실천의 잠재력을 제한하게 될 것을 우려하는 마음을 표현하기도 한다. 이에 대해 ‘마르쉐’ 농부시장에서 자연효모 빵 판매를 돕고 있는 봉사자 1은 다음과 같은 글을 보내주며 설명을 덧붙였다. 봉사자 1의 이야기에서 드러난 “자연스럽게”, “묵묵히 소박하게 실천” 하는 행위성들은 그동안 ‘마르쉐’ 농부시장이 자생할 수 있게 하던 원동력이었다.

“어떤 ‘-스트’, ‘-주의자’ 라고 명명되려면 그것에 관한 굉장한 학문적 지식과 전문성이 필요할 것 같은데 저는 그렇질 못하고요. 혹시라도 그렇게 제 자신을 명명하게 되면 나의 행동 하나하나가 내가 -스트, -주의자라고 불리는 집단에 피해를 주면 어찌지 하는 염려도 있어서 더 조심스러운 것 같기도 해요. 재는 비건 지향한다면서 고기를 먹네 역시 어쩔 수 없어~하는 반응들이 무서운? 것도 사실이거든요. 어떤 깊은 지식이나

학력보다 -스트, -주의자를 마음으로 일상에서 자연스럽게 자신도 모르게 추구하고 계신 분들도 많은 것 같은데 마르쉐 장터가 그런 분들이 모인 장터인 것 같아요. 거창하지 않게 그냥 자연스럽게 묵묵히 소박하게 실천하는 분들이요. 그게 당연한 거라고 마음으로 생각이 드니까요.” (봉사자 1)

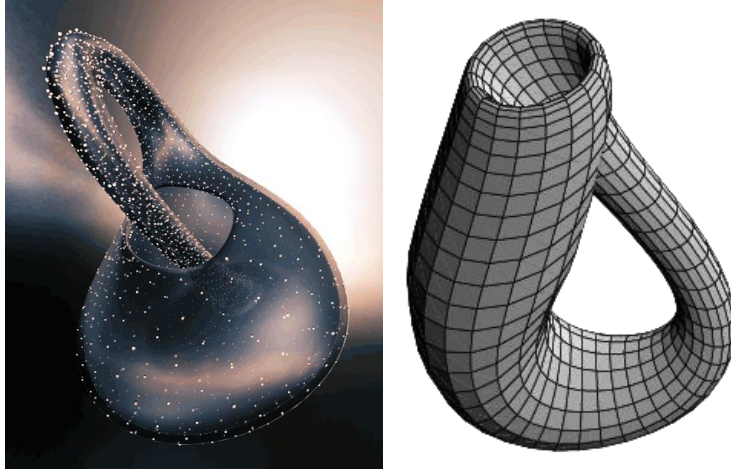
지금까지의 제도와 정책들은 사실상 이러한 자주적 실천들의 집합체로서 ‘농부시장’ 혹은 대안먹거리네트워크의 형성을 막아왔다. 이는 일면 조례나 지원 정책들이 미흡하게 설계되었거나, 도시에서의 농부시장에 대한 정책이 농업정책으로 이어지지 못하는 구조적 문제, 지자체 간 소통의 문제 등의 정책적 미비 때문이다. 그러나 보다 근원적으로는 ‘도시형 농부시장’을 계획하고 제도화되는 것이 단일한 ‘전문가’집단에 의해서 가능한 것으로 보았기 때문이다. 이는 이름없는 행위자들의 소소한 실천과 참여들을 추상화하고, 소거한다. 또한 이러한 ‘전문가’집단은 농부시장의 네트워크, 매개, 장치로서의 공감각을 2차원의 지도로 납작하게 그려내려고 하였는데, 이는 농부시장과 연결되는 몸들의 일상, 즉 농부시장의 물질성을 사유불가능의 영역으로 밀어 넣었다.

본 장을 나가며, 농부시장에서의 실천이라는 벡터의 전위적인 성격에 따라 농부시장의 정동의 궤적, 즉 대안먹거리네트워크가 ‘클라인의 병(Kline’s Bottle)<sup>68</sup>’의 모양을 띠고 있음을 상상해본다<sup>69</sup>. ‘클라인의 병’은 안과 밖의 면이 이어진 피비우스의 띠를 한 차원 높여 긴 호리병의 안과 밖을 이어 붙인 위상수학적 상상이다. 피비우스의 띠가 안과 밖이 연결되어 있듯 ‘클라인의 병’은 한쪽 끝 공간의 안과 다른 쪽 끝 공간의 밖이 4차원의 공간을 통해 이어져있다. 이 병의 옆면을 따라 물을 흘리면 물은 끝없이 안에서 밖으로, 밖에서 안으로 흘러내릴 수 있는 것이다.

---

68 또는 클라인의 면(Kleinsche Fläche)

69 벡터의 전위적인 성격과 ‘클라인의 병’에 대한 구체적인 설명은 마수미를 참조하라(마수미, 2011: 319-322).



[그림 23] 클라인의 병

클라인의 병의 벽면을 따라 흐르는 물과 같이 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동의 궤적은 몸들간의 “연결”이라는 매개를 따라 농부시장의 안에서 밖으로, 밖에서 안으로 흐른다. 농부시장 밖 일상의 공간(먹거리 생산과 소비의 공간)과 농부시장 내부의 공간(먹거리 실천을 재현하는 공간)은 이렇듯 이어진 것이다. 그러므로, 농부시장의 안과 밖을 흐르며 만들어지는 정동의 궤적은 ‘클라인의 병’처럼 종이 위나 3차원의 현실 공간에도 그려지지 않는 4차원의 공간을 포함하는 것이다. 예컨대, 4차원의 공간은 농부시장에서 정동된 개개의 몸들의 영역일 수 있다. 그 공간 안에서 몸들은 정동이라는 잠재력을 품고, 시장에서 경험한 대안적인 먹거리 실천의 의미와 가능성을 가능해보고, 자신의 일상을 돌아보다, 다시 시장이나 주방을 향해 이동할 것이다. 이처럼 먹거리 실천들은 정동에 의해 촉발되고, 반복되고, 새로이 변모하며 점차 ‘대안적인 먹거리 실천의 윤리’라는 ‘클라인의 병’ 모양의 궤적을 그려가고 있다.

## 제 V 장 결론

본 연구가 밝힌 것은 다음과 같이 요약된다. 도시형 농부시장 ‘마르쉐’는 이름없는 계획가들의 먹거리 실천과 일상의 구성체이며, 그렇기 때문에 이것은 자와 각도기로 재어질 수 있는 것이 아니라는 것이다. 이러한 주장은 농부시장을 주제로 이루어지지 않았을 뿐 기존의 여러 지리학적, 도시계획학적 연구들의 계보 위에 있다. 특히 도시와 자연을 동시에 소유하는 공간 및 도시연구들은 그 동안 도시를 토지의 구획과 인구구성, 제도와 담론 만으로 구성된 것이 아님을 드러낼 수 있을 다양한 방법론들을 탐색해왔다.

본 연구는 이러한 방법론의 일환으로 도시와 농촌을 상생의 관점에서 연결하는 ‘대안먹거리네트워크’를 정동 이론을 통해 이해할 것을 제안한다. 정동 이론을 통해 공간을 연결의 장치로 이해할 때, 우리는 대안먹거리네트워크의 본질에 더욱 가까이 갈 수 있기 때문이다. 농부시장은 먹거리의 생산과 소비를 마주치게 하고, 이러한 사건적 순간은 정동, 잠재력, 실천적 힘들을 만들어낸다. 이처럼 대안먹거리네트워크의 대안성은 ‘네트워크’의 거리가 절대적인 것이 아니며 상대적인 것을 이해할 때 구체화된다.

네트워크의 거리가 상대적임을 이해할 때 이는 또한 네트워크를 감각하는 몸들을 드러낸다. 먹거리 생산과 소비의 경험은 몸들의 일상에 따라 일 년 안에 같은 장소에서 일어날 수 있는 것이기도 하고, 지구 반 바퀴를 한 달의 시간을 건너야 가능한 것이기도 하기 때문이다. 이와 같은 네트워크의 성격은 ‘농부시장’에서 벌어지는 일련의 실천들을 통해 감각된다. 농작물을 새벽에 수확해 실어 나르고, 그것을 매개로 대화하고, 요리하며, 먹는 일련의 실천들은 시장 밖의 일상생활과 부딪히며 ‘강렬한’먹거리 네트워크에의 감각을 자아내는 것이다. 이를 통해 ‘농부시장’이라는 3차원 공간은 한 차원을 높인 4차원의 ‘먹거리 네트워크’가 된다.

뿐만 아니라 강렬한 경험은 먹거리 실천의 윤리를 구성하는데, ‘마르쉐’ 농부시장의 경우 논과 밭과 식탁에서의 경험을 상호간 풍부하게 공유하게 하는 다양한 전술들로



지난 9년 간 점진적인 대안성을 (재)구축해 가고있다. 이처럼 먹거리 네트워크의 ‘대안성’은 선형적인 규범이 아니며, 경험적으로 (재)구성되는 것이다. 또한 정동적이고 강렬한 경험들을 통해 구성되는 것 이므로 이는 본질적으로 선형적일 수 없다.

이처럼 대안먹거리네트워크는 다음의 두 가지 특징을 갖는다. 첫째, 이는 담론이나 제도만으로 존재하는 것이 아니라 인간과 비인간 몸들을 포함하고 또한 모든 물질들 간의 관계성과, 그에 따른 행위성들을 포함한다. 둘째, 첫번째 특성에 의해 대안먹거리네트워크는 물질들을 매개하는데, 도시 농부시장의 경우에는 도시민과 농부, 인간과 농작물 간의 마주침을 매개한다. 이러한 마주침의 경험은 정동으로 몸들과 일상에 배치된다. 또한 이렇듯 정동을 기억하는 몸들은 대안적인 먹거리 실천을 잠재한다. 마주침의 경험이 모방적 실천을 야기할 수 있기 때문이다.

다시 이러한 ‘실천’들은 ‘마르쉐’ 농부시장의 대안성을 만들어내는데, 그렇기 때문에 대안먹거리네트워크란 마주침을 매개함으로써 정동을 전이하고 대안성을 만들어가는 과정 위에 있다. 이렇듯 전이되어가는 정동은 시민, 지자체, 국가 등의 위계적 질서에 맞춰 선형적으로 전이되지 않는다. 정동은 마주침에 따라 창발적이고 우연적으로 전이된다. 또한 지자체 조례나 법률의 제정에서부터 개인의 일상경험에까지 넓은 범위에 걸쳐 영향을 미치는 것이다. 그러므로 정동은 수직적인 제도와 ‘울(measure)’들을 흐트러트린다. 또한 정동적 힘을 가진 대안먹거리네트워크는 미래를 가리키는데 이는 정동에 의해 야기된 실천들과, 제도나 담론 등에 의해 야기된 실천들이라는 벡터들의 합이 가리키는 방향을 향한다.

본 연구는 이와 같은 관점에서 ‘마르쉐’ 농부시장이라는 특정한 도시의 공간과 문화의 주조에 개입한 행위자들의 관계와 행위성들의 변이, 변용 그리고 이행의 과정을 탐색하였다. 특히 ‘마르쉐’ 농부시장이 먹거리 네트워크로서 대안성을 갖게 되는 과정과 그 정동적 특이성을 탐색하였다. 이를 위해 ‘마르쉐’ 농부시장에 대한 언표들이 어떠한 협의과정을 거치며 정식화되어 왔는지를 탐색하고, 또한 이의 해체와 재구성 과정을 탐색하였다. 또한 이러한 작업에 선행하여 ‘마르쉐’ 농부시장의 정동을 구성하는 물질들을 래비 R. 브라이언트의 ‘지도화’ 개념을 통해 구체화하였다.

이와 같은 정동적 잠재력을 가진 도시형 농부시장이 확산되기 위해서는 향후 보다 많은 후속 연구와 농부시장에 대한 사회적 관심이 필요하다. 다양한 분야의 연구자들의 관심을 요청하며, 본 연구에서 탐색한 농부시장의 정동과 대안먹거리네트워크가 되어가는 과정에 대한 구술이 부족하나마 향후 자치적으로 발생하는 도시형 농부시장에 접근 할 수 있는 참여적 도시계획 연구, 도시농업과 도-농 상생을 증진하기 위한 도시 및 지역계획 연구들의 단초가 될 수 있기를 바란다.

## 참고 문헌

### 〈국내 문헌〉

- 고민경. 2020. “공유 퍼스널 모빌리티 이용에 따른 도시 경험: 정동적 플랫폼 도시론 (affective platform urbanism)을 위한 시론적 연구”, 한국도시지리학회지, 23(3), 35~47.
- 구도완. 2006. “한국 환경운동의 담론: 낭만주의와 합리주의”. 경제와사회, 128-153.
- 권명아. 2013. 무한히 정치적인 외로움: 한국 사회의 정동을 묻다. 서울: 책세상.
- 권명아. 2019. 여자때 공포, 젠더 어펙트: 부대낌과 상호작용의 정치, 서울: 갈무리.
- 김신효정. 2018. 씨앗, 할머니의 비밀: 할머니가 차린 토종씨앗 밥상과 달큰한 삶의 이야기, 소나무
- 김원동. 2010. “춘천 농민시장의 현실과 과제: 춘천 소양로”. 농촌사회, 20(2), 81-115.
- 김원동. 2011. “도농통합형 생활공동체 형성과 지속가능성의 매개 공간으로서의 농민시장: 미국 오리건주 포틀랜드지역의 ‘농민시장’ 사례를 중심으로”, *Nongch'on Sahoe*, 21(2), 173-222.
- 김원동. 2016. “미국의 농민시장과 공동체지원농업: 배태성의 관점에서 본 특징과 활성화 방안 탐색”, 한국사회학, 50(1), 75-117.
- 김원동. 2017. 농민시장의 사회학: 미국 사례를 중심으로. 서울: 따비
- 김원동. 2018. 미국의 농민시장과 공동체지원농업, 서울: 따비
- 김원동. 2020. “미국의 팜 스프링스 농민시장과 영국의 바쓰 농민시장 비교 연구”, 농촌사회, 30(1), 145-197.
- 김종덕. 2004. “미국의 공동체 지원농업 (CSA)”, 지역사회학, 153-176.
- 김종덕. 2009. “한국의 대안 농업과 농촌의 미래. 쌀. 삶”, 문명 연구, 3, 161-181.
- 김지혜·윤순진. 2021. “줄줄이 매달아 굴 기르기 굴-도구-열망-자본-위험의 집합체, 굴양식”, 공간과사회, 75, 15-59.

- 김철규. 1999. “현대 미국 농업 구조의 특징과 변화의 동학”, 농촌사회, 9, 194-218.
- 김철규. 2011. “한국 로컬푸드 운동의 현황과 과제: 농민장터와 CSA 를 중심으로”, 한국사회, 12(1), 111-133.
- 김철규. 2020. “세계체계의 변화와 한국의 농식품체계: 식량체제론을 중심으로”, 아시아리뷰, 10(2), 85-112.
- 김현철. 2015. “성적 반체제자와 도시공간의 공공성: 2014 신촌 쿠퍼퍼레이드를 중심으로”, 공간과사회, 51, 12-62.
- 김현철. 2020. “도시의 감금회로망적 상상: 유동하는 수용시설의 경계와 그 사이의 몸들을 언어화하기 위하여”, 시설사회: 시설화된 장소, 저항하는 몸들, 장애여성공감 엮음
- 김홍중. 2013. “사회적인 것의 합정성(合情性)을 찾아서: 사회 이론의 감정적 전환”, 사회와이론, 7-48.
- 김홍중. 2016a. 사회학적 파상력. 문학동네.
- 김홍중. 2016b. “청년 여성 프레카리아트의 얼굴-웹툰 미지의 세계를 중심으로”, 한국문화연구, 30, 31-66.
- 김홍중. 2019. “인류세의 사회이론 1: 파국과 페이션시(patency)”, 과학기술학연구, 19(3), 1-49.
- 김효정. 2011. '토종씨앗 지키기'운동을 통해 본 여성농민의 토착지식에 대한 연구 (국내석사학위논문). 이화여자대학교 대학원, 서울.
- 김흥순. 2021. 도시계획가를 위한 계획이론, 박영사
- 마르쉐친구들. 2013. 브로셔, 사단법인 농부시장 마르쉐 자체발간 보고서
- 마르쉐친구들. 2014. 브로셔, 사단법인 농부시장 마르쉐 자체발간 보고서
- 마르쉐친구들. 2017. 지속가능 보고서, 사단법인 농부시장 마르쉐 자체발간 보고서
- 마르쉐친구들. 2018. 농부시장 아카이브, 사람, 시장, 동네. 사단법인 농부시장 마르쉐 자체발간 보고서
- 마르쉐친구들. 2018. 브로셔, 사단법인 농부시장 마르쉐 자체발간 보고서

- 마르쉐친구들. 2019. 2019 환경가이드, 사단법인 농부시장 마르쉐 자체발간보고서
- 마르쉐친구들. 2019. 한국 농부시장, 농부시장포럼 준비모임 엮음
- 문순홍. 2001. 한국의 여성환경운동: 그 역사, 주체 그리고 운동유형들 / 문순홍 편저.  
서울: 아르케.
- 문순홍. 2006. 생태학의 담론. 서울: 아르케.
- 박덕병. 2004. “미국의 농민시장에서 농촌지도요원의 역할”, 한국농촌지도학회지,  
11(2), 279-290.
- 박영숙. 2008. “생활협동조합: 여성의 힘으로 만든 대안적 생산과 소비시스템”,  
여성운동 새로 쓰기, 한국여성민우회 20년 운동사 연구위원회 엮음. 파주:  
한울.
- 신진숙. 2018. “동아시아 에코페미니즘 글쓰기와 ‘자연-정동’의 구조화”, 문학과환경,  
17(4), 103-143.
- 신진숙. 2019. “조선산업을 통해 본 산업도시의 정동 정치: 정동적 도시론을  
중심으로”, 대한지리학회지, 54(2), 177-198.
- 신필식. 2007. 환경농업 도입지역 여성농업인의 농업 양상과 성평등 의식 변화에  
관한 성 분석 (gender analysis) 및 생태여성주의적 분석. 국내석사학위논문  
서울대학교 환경대학원
- 신현준. 2016. “아시아 도시의 대안적 공간화 실천을 위한 서설(序說) - 정동, 공간,  
정치 -”, 사이間SAI, 21(0), 287-325.
- 오현석. 2002. “영국의 농민시장 (Farmers' Market) 동향”, 세계농업, 27, 65-69.
- 윤병선·김철규·송원규. 2013. “한국과 일본의 지역먹거리운동 비교”, 농촌사회, 23(1),  
49-86
- 이보은·김송희·김미현. 2017. “농부시장(Farmers' Market) 마르쉐@의 지역 확산 모델  
연구”, 지역자원을 활용한 농업기술과 농민 가공 및 유통, (2017), 235-292
- 이보은. 2018. “행복을 교환하는 시장: 농부와 요리사, 수공예가들의 마르쉐@”, 덜  
소비하고 더 존재하라: 에코페미니스트의 행복혁명, 여성환경연대기획, 서울:

## 도서출판 시금치

- 이혜진. 2012. “소비자에서 먹거리 시민으로”, *경제와사회*, 43-76.
- 최승식·정우진·심우경. 2013. “미국 농부시장(Farmers` Market)의 입지현황 분석”, *한국조경학회 학술발표논문집*, 2013(1), 13.
- 한윤애. 2015. “‘축제적 전유’를 통한 공공공간의 재구성 핀란드 ‘레스토랑 데이’를 사례로”, *공간과 사회*, 51, 63-94.
- 허남혁, 2018. “현황과 과제: 농부시장과 먹거리혁명”, *농부시장 아카이브*, 사람, 시장, 동네, 마르쉐친구들 엮음. 2018.
- 허성원. 2019a. “정치를 새롭게 읽어내는 퀴어정동정치: 한국 퀴어퍼레이드를 중심으로”, *문화와 사회*, 27(3), 7-48.
- 허성원. 2019b. “페미니즘의 퀴어정동정치를 향하여: 독해실천으로서의 퀴어정동이론”, *한국여성학*, 35(2), 75-98.

## 〈국외 문헌〉

- Alaimo, S. 2010. *Bodily natures: Science, environment, and the material self*. Indiana University Press.
- Alaimo, S. 2018. Material feminism in the Anthropocene. *In A feminist companion to the posthumanities* (pp. 45-54). Springer, Cham.
- Alkon, A. 2008. Paradise or pavement: the social constructions of the environment in two urban farmers' markets and their implications for environmental justice and sustainability. *Local Environment*, 13(3), 271-289.
- Alkon, A. H., & McCullen, C. G. 2011. Whiteness and farmers markets: Performances, perpetuations... contestations?. *Antipode*, 43(4), 937-959.
- Anderson, B., & Holden, A. 2008. Affective urbanism and the event of hope. *Space and Culture*, 11(2), 142-159.

- Anderson, L. 2006. Analytic autoethnography. *Journal of contemporary ethnography*, 35(4), 373-395.
- Arnstein, S. R. 1969. A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of planners*, 35(4), 216-224.
- Barad, K. 2003. Posthumanist performativity: Toward an understanding of how matter comes to matter. *Signs: Journal of women in culture and society*, 28(3), 801-831.
- Bethaney Turner & Cathy Hope 2014. Ecological connections: Reimagining the role of farmers' markets, *Rural Society*, 23:2, 175-187, DOI: 10.5172/rsj.2014.23.2.175
- Bollnow, O. 1963. *Mensch und Raum (Man and space)*. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Brown, A. 2001. Counting farmer's markets. *Geographical Review*, 91(4), 655-674.
- Brown, A. 2002. Farmers' market research 1940-2000: An inventory and review. *American journal of alternative agriculture*, 17(4), 167-176.
- Brown, C., & Miller, S. 2008. The impacts of local markets: a review of research on farmers markets and community supported agriculture (CSA). *American journal of agricultural economics*, 90(5), 1298-1302.
- 브라이언 마수미. 2011. 가상계: 운동, 정동, 감각의 아쌍블라주, 갈무리 (조성훈 역), Brian Massumi, *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*, [2002]. Duke University Press.
- Bryant, L. R. 2014. *Onto-cartography*. Edinburgh University Press. 김효진 옮김, [2011]. 존재의 지도: 기계와 매체의 존재론, 갈무리
- Cairns, K., & Johnston, J. 2015. *Food and femininity*. Bloomsbury Publishing.
- Chen, Y. J., & Tang, C. S. 2015. The economic value of market information for farmers in developing economies. *Production and Operations Management*,

24(9), 1441-1452.

- Cheryl Brown, Stacy Miller, 2008. The Impacts of Local Markets: A Review of Research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA), *American Journal of Agricultural Economics*, 90(5), 1298-1302, <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01220.x>
- Choe, S. S., & Yang, J. Y. 2012. 한국형 농부시장 (Farmers' Market) 의 계획 방안. *In Proceedings of the Korean Institute of Landscape Architecture Conference* (pp. 38-44). Korean Institute of Landscape Architecture.
- Chris Reed. 2016. Projective Ecologies in Urban Design and Planning, *Nature and cities. The ecological imperative in urban design and planning*. Cambridge: Lincoln Institute of Land Policy. (F. R. Steiner & Carbonell, edit).
- Clough, P. T. 2008. The affective turn: Political economy, biomedicine and bodies. *Theory, Culture & Society*, 25(1), 1-22.
- Colasanti, K. J., Conner, D. S., & Smalley, S. B. 2010. Understanding barriers to farmers' market patronage in Michigan: perspectives from marginalized populations. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 5(3), 316-338.
- Crespi-Vallbona, M., & Dimitrovski, D. 2016. Food markets visitors: a typology proposal. *British Food Journal*.
- Deleuze, G & Guattari, F. 1987. *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*, trans. Brian Massumi. University of Minnesota Press.
- Deleuze, G & Parnet, C. 1987. *Dialogue II*, trans. Hugh Tomlinson and Barbara Habberjam. Columbia University Press.
- Dimitri, C., Oberholtzer, L., Zive, M., & Sandolo, C. 2015. Enhancing food security of low-income consumers: An investigation of financial incentives for use at farmer's markets. *Food Policy*, 52, 64-70.
- Dixon, J., & Richards, C. 2016. On food security and alternative food networks:



- understanding and performing food security in the context of urban bias. *Agriculture and human values*, 33(1), 191-202.
- 도린 매시. 2015. 공간, 장소, 젠더, 정현주 옮김. 서울대학교 출판문화원, Massey, D. [1994]. *Space, place and gender*. John Wiley & Sons.
- Dovey, K. 2011. Uprooting Critical Urbanism, *City*, 15(3-4), pp. 347~354.
- Dovey, K. 2009. *Becoming places: Urbanism/architecture/identity/power*. Routledge.
- Foster, J. B. 2000. *Marx's ecology: Materialism and nature*. NYU Press,  
김민정·황정규 옮김, 마르크스의 생태학: 유물론과 자연, 인간사랑, 2016.
- Francis, M., & Griffith, L. 2011. The meaning and design of farmers' markets as public space an issue-based case study. *Landscape Journal*, 30(2), 261-279.
- G. Deleuze and Félix Guattari, *Mille Plateaux: capitalism et schizophrénie 2, É d. minuit*, 1980, 김재인 옮김, 천개의고원: 자본주의와 정신분열증 2, 새물결, 2003.
- Gillespie, G., Hilchey, D. L., Hinrichs, C. C., & Feenstra, G. 2007. Farmers' markets as keystones in rebuilding local and regional food systems. *Remaking the North American food system: Strategies for sustainability*, 65-83.
- Guattari, F. 2005. *The three ecologies*. Bloomsbury Publishing.
- 앙리 르페브르, 2011. 공간의 생산, 에코리브르 (양영란 역), Lefebvre, H., & Nicholson-Smith, D. (1991, [1974]). *The production of space* (Vol. 142). Blackwell: Oxford.
- 앙리 르페브르, 2013. 리듬분석: 공간, 시간, 그리고 도시의 일상생활, 갈무리 (정기현 역), Lefebvre, H. (2004, [1992]). *Rhythmanalysis: Space, time and everyday life*. A&C Black
- Hayden, J., & Buck, D. 2012. Doing community supported agriculture: Tactile space, affect and effects of membership. *Geoforum*, 43(2), 332-341.

- Hinrichs, C. C. 2000. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of rural studies*, 16(3), 295-303.
- Holloway, L., & Kneafsey, M. 2000. Reading the space of the farmers' market: a preliminary investigation from the UK. *Sociologia ruralis*, 40(3), 285-299
- 제인 배넷. 2020. 생동하는 물질: 사물에 대한 정치생태학, 문성재 역, 현실문화, Jane Bennett, [2010]. *Vibrant Matter: A Political Ecology of Things*, Duke University Press
- 제인 제이콥스. 2010. 미국 대도시의 죽음과 삶, 유강은 역, 그린비. Jane Jacobs, [1961]. *Death And Life of Great American Cities*, Random House
- Jarosz, L. 2008. The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of rural studies*, 24(3), 231-244.
- John Friedmann 2010. Place and Place-Making in Cities: A Global Perspective, *Planning Theory & Practice*, 11:2, 149-165, DOI: 10.1080/14649351003759573
- Kathryn J. A. Colasanti, David S. Conner & Susan B. Smalley 2010. Understanding Barriers to Farmers' Market Patronage in Michigan: Perspectives From Marginalized Populations, *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 5:3, 316-338, DOI: 0.1080/19320248.2010.504097
- Massey, D. 2005. *For space*. Sage.
- Massumi, B. 2015. *Politics of affect*. John Wiley & Sons. 조성훈 옮김, 정동정치. [2018], 갈무리
- 멜리사 그레고리, 그레고리 시그워스 편저. 2015. 정동 이론: 몸과 문화·윤리·정치  
의 마주침에서 생겨나는 것들에 대한 연구, 최성희·김지영·박혜정 역, 갈무리,  
Gregg, M., Seigworth, G. J., & Ahmed, S. (Eds.). [2010]. *The affect theory reader*. Duke University Press.
- McCormack, L. A., Laska, M. N., Larson, N. I., & Story, M. 2010. Review of the nutritional implications of farmers' markets and community gardens: a call

for evaluation and research efforts. *Journal of the American Dietetic Association*, 110(3), 399-408.

Newman, P., & Jennings, I. 2012. *Cities as sustainable ecosystems: principles and practices*. Island press.

닉 수재니스, 2016. 언플래트닝, 생각의 형태, 배충호 옮김, 서울: 책세상, Sousanis, N. [2015]. *Unflattening*. Harvard University Press

폴 패튼, 2005. 들뢰즈와 정치: 앙티외디푸스와 천의 고원들의 정치철학, 백민정 역, 태학사, Patton, P. [2002]. *Deleuze and the Political*. Routledge.

Racine, E. F., Vaughn, A. S., & Laditka, S. B. 2010. Farmers' market use among African-American women participating in the special supplemental nutrition program for women, infants, and children. *Journal of the American Dietetic Association*, 110(3), 441-446.

Rankin, K. 2011. "Assemblage and the Politics of Thick Description," *City*, 15(5), pp. 563~569.

Ruddick S., L. Peake, G. S Tanyildiz, D. Patrick 2017. Planetary urbanization: An urban theory for our time? *Environment and Planning D: Society and Space* <https://doi.org/10.1177/0263775817721489> | First Published July 25, 2017.

Ruddick, S. 2015. "Situating the Anthropocene: Planetary Urbanization and the Anthropological Machine," *Urban Geography* 36(8), pp. 1113~1130.

Ruelas, V., Iverson, E., Kiekel, P., & Peters, A. 2012. The role of farmers' markets in two low income, urban communities. *Journal of Community Health*, 37(3), 554-562.

Sennett, R. 1992. *The uses of disorder: Personal identity and city life*. WW Norton & Company. 리처드 세넷, 무질서의 효용: 개인의 정체성과 도시 생활, [2014], 유강은 옮김, 서울: 다시 봄

Sennett, R. 2018. *Building and dwelling: ethics for the city*. Farrar, Straus and

- Giroux. 리처드 세넷, 짓기와 거주하기: 도시를 위한 윤리, [2020], 김병화 옮김, 파주: 김영사
- Shakow, D. 1981. The municipal farmer's market as an urban service. *Economic geography*, 57(1), 68-77.
- Simmel, G. 2008. *The stranger* (pp. 323-327). Routledge.
- Singh, N. M. 2013. The affective labor of growing forests and the becoming of environmental subjects: Rethinking environmentality in Odisha, India. *Geoforum*, 47, 189-198.
- Slocum, R. 2008. Thinking race through corporeal feminist theory: divisions and intimacies at the Minneapolis Farmers' Market. *Social & Cultural Geography*, 9(8), 849-869. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01220.x>
- Smithers, J., Lamarche, J., & Joseph, A. E. 2008. Unpacking the terms of engagement with local food at the farmers' market: Insights from Ontario. *Journal of Rural Studies*, 24(3), 337-350.
- Soja, E. W. 1989. *Postmodern geographies: The reassertion of space in critical social theory*. Verso.
- Spilková, J., Fendrychová, L., & Syrovátková, M. 2013. Farmers' markets in Prague: a new challenge within the urban shopping landscape. *Agriculture and human values*, 30(2), 179-191.
- Steiner, F. R., Thompson, G. F., & Carbonell, A. 2016. *Nature and cities. The ecological imperative in urban design and planning*. Cambridge: Lincoln Institute of Land Policy.
- Thrift, N. 2008. *Non-representational theory: Space, politics, affect*. Routledge.
- Tijani, S. A., & Yano, I. 2007. The direct farmer's market: A tool for rural female empowerment. *Direct Marketing: An International Journal*.
- Trobe, H. L. 2001. Farmers' markets: consuming local rural produce. *International*

*journal of consumer studies*, 25(3), 181-192.

United Nations Human Settlements Programme. 2009. *Planning Sustainable Cities:*

*Policy Directions: Global Report on Human Settlements 2009*. UN-HABITAT.

Viderman, T., & Knierbein, S. 2020. Affective urbanism: towards inclusive design praxis. *Urban Design International*, 25(1), 53-62.

Wolfrum, S., & Janson, A. 2019. 5. Architecture as Event-On Performativity. *In The City as Architecture* (pp. 35-40). Birkhäuser.

Yin, R. K. 2011. *Applications of case study research*. sage.

## Abstract

# An Onto-cartography of “Marché@” Urban Farmer's Market

: Thinking Alternative Food Networks within the Affective Perspective

CHOI, Haneec

Urban and Regional Planning

Department of Environmental Planning

The Graduate School of Environmental Studies

Seoul National University

This study aims to explore the case of urban farmer's market, Marché (마르쉐), in Seoul Metropolitan City, South Korea. Marché farmer's market emerged as a part of social movement to consolidate people's everyday food practices of growing trustworthy greens amidst the food crisis in the early 2010's. After the Fukushima Daiichi nuclear disaster in Japan, three women activists started sharing their clear common needs for trustworthy food for their friends and family members. While their collective action started from a small-scale attempt to find their autonomous spaces for urban farming and sharing greens, it has now become a full-fledged success case which connects more than ten thousand visitors to hundred small/peasant farmers who owns less than 1 ha of lands. In short, Marché farmer's market is becoming a successful case of alternative food networks that facilitate face-to-face interactions among farmers and citizen-consumers who aspire for safe and trustworthy food practices.

This paper is a single case study, which attempts to capture the unique alternative nature of the case. The research applies theoretical insights of the affect theory—Ravi R. Bryant's conceptual framework of “onto-cartography” especially—as an attempt to explore the participants' diverse set of everyday food practices and their relationship with the affect in the farmer's market: emotions, vitality, feeling, and its “intensity” (Massumi, 2002: 84). Specifically, the study attempts to answer the following

research questions through the analytic lens of affect theory:

- 1) What is the prevalent affect that is shared within the urban farmer's market Marché?
- 2) What are the patterns of everyday food practices within Marché?
- 3) How was Marché able to serve as a sustainable case of alternative food network?  
And which particular sort of affect within the case were crucial to its viability?

First, Chapter 3 sheds light on various convivial aspects of the Marché farmer's market, which served as one of critical factors for its successful establishment. The conviviality here does not simply refer to the size and density of crowds or the boisterous sounds. The conviviality is based on specific food practices that bring about alternative ways of producing or consuming food in everyday life for the urbanites. For example, designing a market as a space that enables an active and passionate conversations about food, promising not to use disposable products, placing dishwashers within the market, and displaying native crops all reflect the convivial nature of this farmer's market.

Second, Chapter 4 zoomed into the cooperative relationships among various actors that facilitated the collective planning and expanding of the market. When searching for alternative paths, they did not fix their relationships with a priori norms. Instead, they actively and collectively discussed and coordinated their actions. In this process, they found a collective need for institutionalization and shared this vision among local government officials, entrepreneurs, and citizens. However, the institutionalization process generated an unintended consequence of limiting the convivial food practices within the farmer's market. In response to this side effect, the activists have selectively coupled with the predominant institutions; while seeking incorporation of the organization to gain legitimacy, it also did not give up on its core practices that sustained the market's conviviality, such as small and intimate conversations about food, small spaces that enable in-person meetings, and small scale of the markets.

**Keywords :** farmer's market, affect, onto-cartography, food practices, alternative food networks

**Student Number :** 2018-20441