

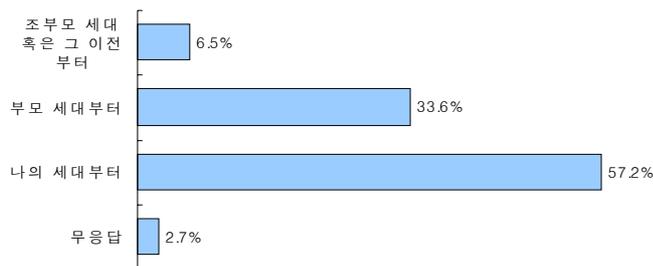
서울시민이 생각하는 서울 정체성¹⁾

- 서울시민의 서울거주 현황
- 서울의 상징공간에 대한 인식
- 서울시민의 고향의식
- 서울 축제에 대한 인식과 참여

서울시민의 서울거주 현황

○ 서울에서의 거주 현황

- 서울시민들이 언제부터 서울에 살아왔는지를 알아본 결과, 서울시민의 10명 중 5~6명 정도인 57.2%가 본인 세대 때부터 서울에 거주한 것으로 나타났으며, 부모 세대 때부터 서울에 거주했다는 비율은 33.6%, 조부모 혹은 그 이전 세대 때부터 서울에 살아왔다는 비율은 6.5%였음.
- 대개 조부모 세대부터 서울에 살아온 사람들을 서울 토박이라고 한다면 서울시민 중 토박이의 비율은 6.5% 정도로 낮으며, 과반수 이상의 많은 시민들이 직장을 위해 혹은 교육을 위해 서울로 이주해 왔음을 추론할 수 있음.



<그림 1> 서울에 처음 정착한 시기

1) 본고의 내용은 2003년 서울형 서베이 결과를 토대로 작성한 것임. 서울형 서베이는 서울시 20,000가구, 47,631명 가구를 대상으로 서울시민의 일상생활과 사회문화생활, 가구상태 등을 포괄하는 서울시의 도시사회정책지표에 관한 조사임. 서울형 서베이는 2003년 처음 실시되었으며, 서울시에서는 앞으로 매년 서울형 서베이를 실시할 계획임. 서울형 서베이의 서울시 주관부서는 정보화기획단임.

○ 구별 서울에서의 거주 현황

- 조부모 세대부터 서울에서 살아왔다는 소위 서울 토박이의 비율이 높은 지역은 종로구 (11.0%), 용산구와 강남구(9.2%), 서대문구(9.0%) 등으로 나타났음. 나의 세대 때부터 서울에 거주했다는 비율이 높은 지역은 구로구가 64.7%로 가장 높고, 금천구 64.1%, 중랑구 63.5%, 동대문구 61.2%의 순임.

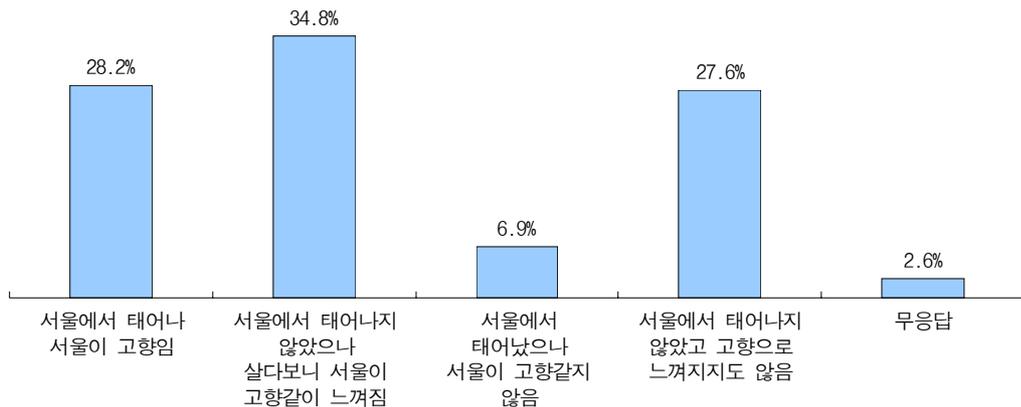
<표 1> 구별 서울 거주시기 현황

	응답자수	처음 서울에서 살게 된 시기 (%)			
		조부모 세대나 그 이전	부모 세대부터	나의 세대부터	무응답
전 체	47,631	6.5	33.6	57.3	2.6
도심권 전체	2,899	9.0	35.4	52.8	2.8
종로	825	11.0	38.9	47.6	2.4
중	808	6.8	33.2	56.7	3.3
용산	1,266	9.2	34.4	53.7	2.7
동북권 전체	15,332	5.8	32.0	59.8	2.4
성동	1,815	5.5	33.9	57.5	3.2
광진	1,771	6.7	30.7	60.5	2.2
대문	1,945	5.3	30.8	61.2	2.7
중랑	2,058	3.8	30.5	63.5	2.2
성북	1,980	5.3	32.8	59.3	2.6
강북	1,533	6.5	33.7	58.0	1.8
도봉	1,635	7.2	32.2	57.7	2.9
노원	2,595	6.3	32.1	59.6	2.0
서북권 전체	5,821	8.5	35.5	52.6	3.4
은평	2,059	8.5	36.1	51.5	3.9
서대문	1,969	9.0	33.9	53.6	3.5
마포	1,793	7.9	36.6	52.8	2.7
서남권 전체	14,248	5.1	32.8	59.3	2.9
양천	2,084	6.8	36.2	53.4	3.6
강서	2,396	6.6	33.1	57.3	3.1
구로	1,838	3.7	29.3	64.7	2.2
금천	1,297	4.2	29.1	64.1	2.5
영등포	1,887	4.2	34.1	58.8	2.9
동작	1,893	5.7	33.6	59.0	1.8
관악	2,853	4.0	32.5	60.2	3.3
동남권 전체	9,331	7.8	35.8	54.2	2.2
서초	1,800	8.6	37.3	52.0	2.1
강남	2,576	9.2	37.2	51.2	2.3
송파	2,832	7.4	34.9	56.1	1.7
강동	2,123	5.8	34.2	57.3	2.7

서울시민의 고향의식

○ 서울에 대한 고향의식

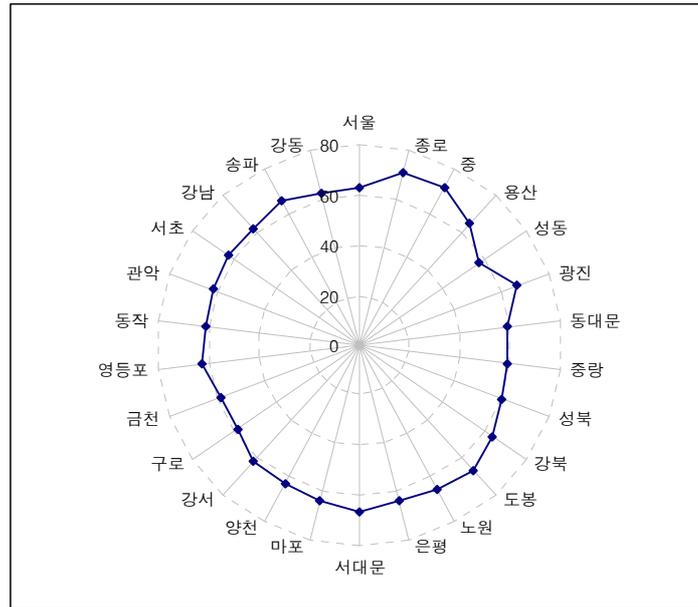
- 도시민이 도시공간에 뿌리 내리기 위해서는 소속감으로 대표되는 지역 정체성이 중요한 역할을 함. 이를 파악할 수 있는 지표로 '서울을 고향으로 느끼는 정도'를 설정하여 서울 서베이를 통해 파악하여 보았음.
- 그 결과, 서울시민 10명 중 6~7명 정도인 63%는 서울을 고향으로 생각하고 있는 것으로 나타남. 즉, 전체 서울 시민 중 '서울에서 태어나 서울이 고향이며 고향으로 인식한다'는 비율은 28.2%이며, '서울에서 태어나지는 않았으나 살다보니 서울이 고향같이 느껴진다'는 비율은 34.8%로 나타남.



<그림 2> 서울시민의 서울에 대한 고향의식

○ 서울에 대한 고향의식의 구별, 세대별 차이

- 서울을 고향으로 인지하는 정도가 높은 지역은 전통적인 도심지역인 것으로 나타났는데, 종로구와 중구민의 71%가 서울을 자신의 고향으로 생각하고 있었음. 한편, 성동구, 구로구와 금천구, 성동구 등에서는 서울을 고향으로 인지하는 비율이 다른 지역에 비해 상대적으로 낮게 나타남.



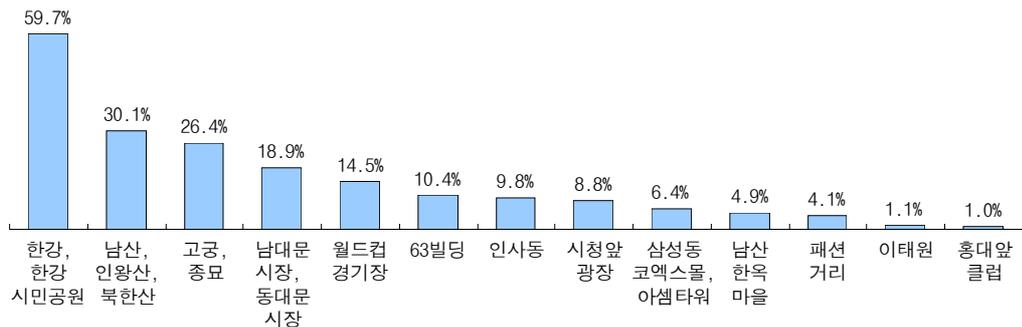
<그림 3> 구별 서울에 대한 고향 인식도

- 한편, 서울시민으로서의 정체감이나 소속감은 세대별로도 약간씩 차이를 보이고 있는 가운데 50대의 48%, 그리고 40대의 40%는 서울에서 태어나지 않았으나 살다보니 서울이 고향같이 느껴진다고 생각하고 있었음. 그러나 30대의 경우, 서울에 태어나지 않았으나 서울을 고향으로 느낀다고 응답한 비율(28%)에 비해 서울에서 태어나지 않았고 서울이 고향으로 느껴지지도 않는다고 응답한 비율(31%)이 좀 더 높게 나타났음.
- 이러한 조사결과로 볼 때 서울의 인구구성의 중심부인 30대 장년층들이 서울에 대한 소속감으로서의 고향의식을 느낄 수 있도록 하는 정책대안 마련이 필요한 것으로 판단됨.
- 서울시에서는 서울정도 600년 행사, 서울시민의 날 행사, 월드컵 개최 등으로 서울시민으로서의 자긍심과 소속감을 높일 수 있는 계기를 제공하고 있으나, 향후에도 이러한 서울시민의 정체성 제고를 위한 다양한 이벤트를 지속할 필요가 있음.

서울의 상징 공간에 대한 인식

○ 서울을 대표하는 공간

- 서울시민들 10명 중 6명 정도는 서울을 대표하는 공간이 한강이라고 생각하는 것으로 나타남(중복응답 기준). 그 다음으로 남산(인왕산, 북한산)이 30.1%로 높으며, 고궁이 서울을 대표한다고 생각하는 비율은 26.4%였음.
- 이 결과를 통해 한강과 남산 등 자연 환경적 요소가 서울을 특징짓는 요소임을 확인할 수 있었으며, 동시에 남대문시장, 월드컵 경기장, 63빌딩, 인사동 등 최근 서울을 마케팅 할 수 있는 장소로서 부각되는 곳 역시 서울의 상징 공간, 또는 이미지 형성에 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있음.



<그림 4> 서울의 상징 공간에 대한 설문조사 결과 (중복응답 가능)

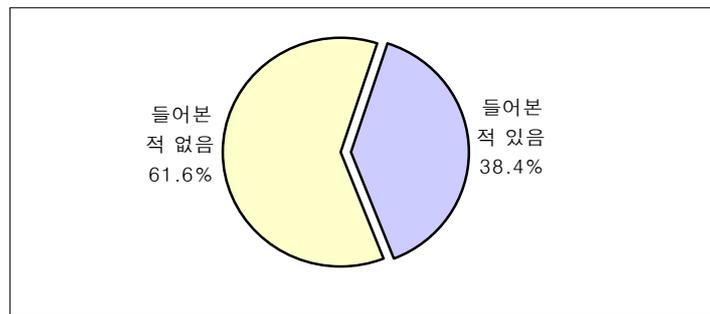
○ 세대별 서울 상징공간의 차이

- 한편, 이러한 서울의 상징공간에 대한 인식은 세대별로 차이를 보이고 있었음. 10대의 경우, 서울의 상징공간을 한강으로 생각하는 비율은 44%로 다른 세대에 비해 낮은 반면, 월드컵 경기장(21%), 패션거리(19%), 코엑스몰(15%) 등이 서울을 상징한다고 인지하는 비율이 다른 세대에 비해 높게 나타남. 20, 30대의 경우 한강, 남산, 고궁 등 자연환경적 장소를 서울의 상징공간으로 인지하면서도 남대문시장을 서울의 대표적인 장소로 인지하는 비율이 다른 집단에 비해 높았음.
- 서울시에서는 이러한 젊은 세대들의 서울의 상징공간에 대한 인식의 변화를 반영하여 도시마케팅에 적극적으로 활용하고, 향후 새롭게 부각될 가능성이 있는 청계천 등을 서울의 랜드마크로 개발하는 방안도 추진할 필요가 있음.

서울 축제에 대한 인식과 참여

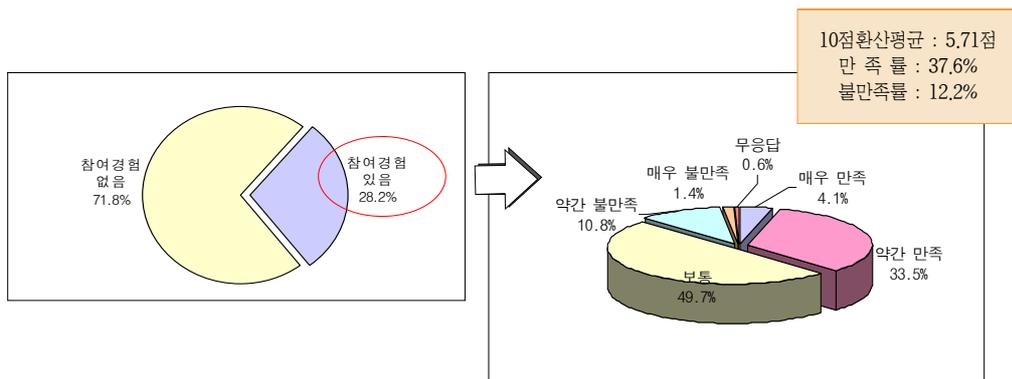
○ 하이 서울(Hi Seoul) 페스티벌에 대한 인지도

- 2003년부터 시작된 서울의 대표적 축제인 하이 서울(Hi Seoul) 축제에 대한 인지도는 아직은 낮은 것으로 나타남. 서울시민 10명 중 3~4명만(38.4%)이 이 축제를 인지하고 있는 것으로 나타남.



<그림 5> 서울축제에 대한 인지정도

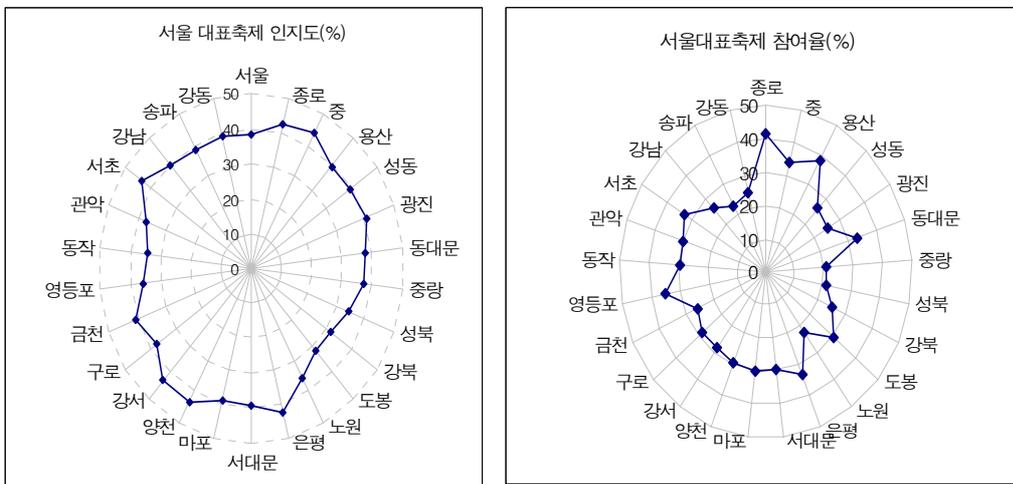
- 한편 서울시민의 28%는 하이서울 페스티벌에 참여한 경험이 있으며, 이들 참여자들이 느끼는 축제에 대한 만족도는 10점 만점에 5.71점으로 보통 정도의 만족도를 나타냄.



<그림 6> 서울축제 참여율과 만족도

○ 하이 서울(Hi Seoul) 페스티벌 참여자 구성과 시사점

- 먼저 하이 서울 축제에 대한 인지도는 지역별로 큰 차이를 보이고 있지 않음. 반면, 이러한 인지도의 차이에 비해 참여도의 차이는 약간 더 크게 나타남을 알 수 있음.
- 따라서 이러한 서울축제에 대한 인지도를 높이는 정책과 함께, 서울축제 인지자들을 축제의 광장으로 끌어들이 참여율을 높일 수 있는 방안이 함께 강구되어야 함. 이를 위해서는 하이 서울페스티벌이 많은 서울시민이 함께 즐길 수 있는 놀이공간으로서의 종합축제가 될 수 있도록 다양한 테마 개발이 필요함.



<그림 7> 구별 서울 대표축제 인지도와 참여율

변미리 | 서울시정개발연구원 부연구위원
02-2149-1303
miree21@sdi.re.kr

강영옥 | 서울시정개발연구원 연구위원
02-2149-1291
ykang@sdi.re.kr