

서울시 문화공간의 담론적 구성 : 홍대 공간을 중심으로

김수아

2013-PR-21

서울시 문화공간의 담론적 구성 :
홍대 공간을 중심으로

연구진

연구책임	김수아	서울대학교 기초교육원 전임대우 강의교수
연구원	백미숙	서울대학교 기초교육원 전임대우 강의교수

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
서울특별시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

차례

I	연구 배경 및 목적	10
1	연구 배경	10
2	연구 목적	11
II	이론적 논의	14
1	공간과 장소, 경험과 기억	14
1 1	하비의 공간 이론	14
1 2	르페브르의 공간 이론	15
1 3	앨프의 현상학적 장소론	16
1 4	공간과 기억, 경험	16
2	도심 재활성화(Gentrification, 젠트리피케이션)	17
2 1	도심 재활성화(Gentrification)의 정의	17
2 2	젠트리피케이션의 조건과 사례	18
3	소비 문화와 소비 사회	19
3 1	소비 문화와 문화 소비	19
3 2	공간 소비와 여가 문화	20
4	문화 소비의 젠더적 차원	21
5	국내의 공간 연구 동향	22
III	연구 방법	24
1	문헌 연구	24
2	심층 인터뷰	24
2 1	인터뷰 대상자의 선정	24

2 2	연구 대상 지역	25
IV	홍대 문화공간에 대한 담론의 변화(1980년대~현재)	28
1	개요	28
2	1990년대 초반	29
2 1	1980년대까지 홍대 공간의 특성	29
2 2	1990년대 초반	29
3	1990년대 후반	33
3 1	댄스 클럽 문화 형성	33
3 2	걷고 싶은 거리 조성과의 따른 공간 변화	35
4	2000년대 초반	35
4 1	홍대 인디 문화의 형성	35
4 2	클럽데이와 2002년 월드컵	36
4 3	걷고 싶은 거리 조성과의 지대 상승으로 인한 논란	38
5	2000년대 후반	39
5 1	상업지구로의 변화	39
5 2	두리반 투쟁	40
5 3	카우치 사건과 인디 문화에 대한 반감	41
5 4	현재 홍대 인근의 문화 지역과의 상권	42
V	홍대 공간 이용자들의 경험과의 기억	46
1	생산과의 소비의 이분법	46
1 1	생산과의 소비의 이분법적 사고	46
1 2	문화 백수 대 문화 생산자의 이분법	52
1 3	“나쁜” 소비 공간 담론의 형성	56
2	누구나 알고 있는 ‘홍대 망했다’는 이야기	57
3	거주와의 관광의 이분법	62

4	걷고 싶은 거리를 걷는 방법	66
5	문화의 여성화와 홍대 문화의 변화	70
5 1	홍대에 오는 소비자의 젠더 문제	70
6	대안적 공간과 문화 만들기에 대한 관심	73
VI	결론	78
	참고문헌	82

표차례

표 2-1	르페브르의 공간 개념	15
표 3-1	심층 인터뷰 대상자의 특성	25
표 4-1	홍대 문화공간의 주요 변화	28

그림차례

그림 3-1	연구 대상 지역	26
그림 4-1	홍대 앞 라이브 클럽 분포도	31
그림 4-2	프린지 페스티벌 2002년 프로그램	36
그림 4-3	2000년대 홍대 댄스 클럽 분포도	38
그림 4-4	2005년 당시 서교 365번지 인근 사진	39
그림 4-5	두리반 철거에 반대하는 음악가	41
그림 4-6	홍대 인근 상권과 문화 지역	42
그림 4-7	홍대 걷고 싶은 거리 조감도	43
그림 5-1	김디지가 공개한 클럽 마스터플랜의 티켓과 1998년 마스터플랜의 공연 장면	48
그림 5-2	라이브 클럽 〈빵〉 공연장의 모습	49
그림 5-3	댄스 클럽 nb2 전경과 프랜차이즈 브런치 카페 커피 스미스	52
그림 5-4	이리카페 내부	55
그림 5-5	무대룩 내부	55
그림 5-6	대형 상업자본 진출의 상징으로 언급되는 상점	56
그림 5-7	홍대입구 공항철도역 인근	57
그림 5-8	곳곳에서 재개발이 이루어지고 있는 서교 365번지 인근	57
그림 5-9	놀이터 바로 앞의 가판대	58
그림 5-10	놀이터 전경	58
그림 5-11	힙합 뮤지션 제리 케이의 발언	65
그림 5-12	연남동으로 내려가는 길	66
그림 5-13	편집숍/복합문화공간 1984	66
그림 5-14	마포구에서 세운 걷고 싶은 거리 안내판	67
그림 5-15	걷고 싶은 거리 전경	67

그림 5-16	홍대 앞 골목 풍경	68
그림 5-17	야간의 걷고 싶은 거리 주변	68
그림 5-18	홍대 앞 골목 풍경	69
그림 5-19	스프레이아티스트가 거리 공연을 금지당했다는 내용의 페이스북 메시지	74
그림 5-20	서교예술실험센터	75
그림 5-21	길거리 공연 모습	75

I 연구 배경 및 목적

1 연구 배경

2 연구 목적

I 연구 배경 및 목적

1 연구 배경

도시공간에서 살아가는 사람들의 정체성과 문화는 도시공간 자체를 통해서 구성되기 때문에 서울시 문화공간과 관련된 정책적 관심은 이러한 문화적 정체성의 구성과도 관련지어 수행될 필요가 있다.

문화공간으로서 홍대는 1990년대부터 다양한 학제(건축학, 문화 연구, 정책학)의 관심사가 되어 왔으며, 다양한 문화 공연 공간이 존재하고 서교예술실험센터가 설립되어 운영되는 등 서울시내의 예술 문화공간으로 의미있는 지역이다.

인디 뮤지션을 중심으로 하는 자생적 하위 문화의 중심지임은 물론, 클럽을 중심으로 하는 한국 내 거주 외국인의 문화 중심지로 알려져 왔으며, 2000년대에 들어서서는 한류를 중심으로 하여 외국 관광객 유치를 위한 정부 주도 문화정책이 시행되어 온 지역이기도 하다. 또한 기초단체장들은 문화특구 지정이나 특성화, 관광 개발을 위한 각종 공약을 내세우는 등 서울시 문화공간의 중심지로서 중요성을 갖고 있는 지역이다. 홍대 공간에 대한 연구는 도시계획(이무용, 2007; 백경민, 2010; 강도원, 2012 등), 하위문화 및 문화연구(이동연, 2004; 이기형, 2007; 안영라, 2009; 옥은실, 2009 등), 마케팅 및 관광 분야(고경모, 2005 등)에서 다수 이루어졌다.

이러한 연구들은 현재의 정책적 필요에 부응하는 역할을 했으며, 합리적 도시정책에 기여하였으나 당대 이용자들의 공간 경험과 관련된 문화 정체성 및 그 기억을 기록하는 데에는 관심이 부족하였다. 특히 공간의 역사적 구성 과정과 관련된 학술적 접근이 부족한 형편이다.

이러한 연구 경향을 비판적으로 검토하면서, 홍대 문화에 대한 역사/문

화 연구적 접근을 통해 일상 생활 속에서 홍대라는 공간에 대해 어떤 기억이 있는지를 기록하고, 관련된 기억들과 이미지들을 당대의 입장에서 분석하고 담아내는 것이 필요하다.

2

연구 목적

이 연구는 홍대 공간이 어떻게 구성되어 왔으며 이 공간에서 살아가는 사람들의 문화 정체성과 어떻게 연결되어 있는지를 기록하는 데 일차적인 목적을 두고 있다.

홍대 공간에 대한 사회적 담론, 연구 담론을 비판적으로 조망하면서 미시적인 실제 공간의 지도 그리기를 수행하고, 해당 공간이 현재와 같은 구성을 보이게 된 것을 실제 공간 이용자들의 기억을 통해 재구성하고자 한다.

이태원과 같은 특수한 문화공간의 정체성을 탐구하는 이나영·정민우(2011)의 접근과 같이, 홍대라는 문화공간이 갖는 역사성을 탐구하기 위한 기초자료 수집을 시도한다.

장기적으로 서울 시내 문화공간의 역사적 구성과 그 변천을 보는 기초 작업으로, 대안 문화의 공간이 어떻게 신촌에서 홍대, 혹은 상수동 일원까지 이동해왔고 그 변화의 요인들이 어떻게 작동했는지를 파악하기 위해 홍대 문화공간의 역사적 변화를 중점적으로 기록하고자 한다.

II 이론적 논의

- 1 공간과 장소, 경험과 기억
- 2 도심 재활성화(Gentrification, 젠트리피케이션)
- 3 소비 문화와 소비 사회
- 4 문화 소비의 젠더적 차원
- 5 국내의 공간 연구 동향

II 이론적 논의

1 공간과 장소, 경험과 기억

1.1 하비의 공간 이론

하비(Harvey)는 자본주의사회에서 도시는 시공간적 압축에 의해 점점 지배 또는 소멸되어가고 있다고 주장한다.

정치경제학 입장에서 하비는 신자유주의가 본격화된 시점부터 공간의 생산 과정, 생산된 공간의 의미화, 사람들의 인식과 경험을 구성하는 과정 등에 주목하여 공간 이론을 전개하였다.

자본주의의 침투에 따른 공간의 변형을 논하면서, 자본주의 개발업자들은 부지의 상대적 입지를 꼼꼼히 따져 보고 교환 관계의 논리에 따라 부지의 상업적 전망을 판단하고 있다고 지적하였다. 그리고 하비는 공간을 절대적 공간, 상대적 공간, 관계적 공간으로 나누는데, 이 중 기억과 체험의 공간인 관계적 공간은 자본에 의한 도시화의 포섭 과정과 여기에서 도주할 수 있는 저항의 가능성을 보여준다는 점에서 중시하였다(초의수(역), 1996; 임동근 외(역), 2008).

하비의 이론은 이처럼 공간을 연구함에 있어 자본주의의 발달 과정과 연결지어 논하면서 공간이 갖는, 역사적 발달 과정에서의 구체적 실천 장소로서의 의미를 탐구했다는 점에서 의의가 있다. 특히 하비가 2000년대 이후 논의하기 시작한 “유토피아적 공간”과 “도시에 대한 권리” 개념은 신자유주의에 의해 위협받고 있는 도시 정체성과 도시에 대한 권리를 주장하는 기반이 되고 있으며, 축적에 의한 공간 개발을 반대하는 논리적 근거가 되고 있다(최병두, 2011).

르페브르(Lefevre) 역시 주요한 공간 이론가로서, 저서 〈공간의 생산〉에서 공간을 사회적으로 생산하는 과정에 주목하고 자본주의와 기술관료적 지식구조 때문에 발생한 공간화가 개인의 공간에 대한 권리를 침해하고 있다는 관점을 제시하였다(양영란(역), 2011).

르페브르는 공간을 분류하고 각각의 공간이 갖는 의미를 세밀하게 서술하여 제시하였는데, 표 2-1은 이를 정리한 것이다.

표 2-1 르페브르의 공간 개념

A	공간의 재현 representations of space	상상된 공간 conceived space 혹은 질서 지워진 공간 ordered space	개념화된 공간, 선별된 전문가들과 기술관료들이 구축한 공간
B	재현적인 공간 representational space	체험된 공간 lived space	일상적인 경험의 공간
C	공간적 실천 spatial practices	지각된 공간 perceived space 물질적 공간 material space	사회의 비밀스러운 공간, 세상에 대한 사람들의 지각과 유사성을 가짐

출처 : 이득재(2011), 258쪽

이와 같은 르페브르의 공간 구분에서 중요한 것은 일상 생활에서 은행, 비즈니스 센터, 정보 네트워크 등으로 이미 구축된 “상상된 공간”이 경험, 정동, 지각, 느낌 등의 생생한 공간들 즉 체험된 공간과 지각된 공간을 약탈하고 있다는 것이다. 자본주의 지배공간에서 자본가들의 패권은 공간의 분리와 공간디자인을 구조화하며 국가의 개입을 정상화한다. 르페브르는 자본주의와 소비를 비판하면서 적극적으로 사회공간과 지배적 생산양식을 결합시켜 공간이론을 사회이론화한다. 소비사회 이후 끊임없이 소비의 욕망을 자극하는 것은 빌딩과 같은 자본주의 도시공간으로 욕망의 방향을 정해지면서 투자-생산-소비로 이루어지는 순환 구조를 만들어낸다(양영란(역), 2011; 이득재, 2011).

렐프의 현상학적 장소론

렐프(Relph)는 <장소와 장소 상실>이라는 저서에서 장소, 장소의 정체성과 관련된 진정성의 문제(authenticity), 경관연구, 장소 이미지, 소비, 관광을 둘러싼 논쟁적 주제를 제기했다(김덕현 외(역), 2005).

그가 제시한 장소는 ‘공식적 지리학의 지식으로 가공되기 이전에 실재하는, 지식보다 우선하는 생활 세계’를 의미하며, 본질적으로 장소가 인간 실존의 근원적 중심이라고 주장하였다.

장소의 정체성은 장소와 장소 경험의 주체인 사람의 상호작용을 통해 만들어지는 장소라는 고유한 특성을 말하고, 장소 연구는 바로 이 장소의 정체성을 연구하는 것이다. 장소 정체성의 세 요소는 물리적 환경, 인간 활동, 의미이다. 장소를 내부인으로서 무의식적으로 경험하게 되면 진정한 장소 정체성이고, 매스미디어 등에 의해 일방적으로 주입된 장소 경험은 비진정한 장소 정체성이다.

장소는 진정한 장소감을 일으키는 장소와 비진정한 장소감을 일으키는 장소의 두 가지로 구분이 가능하다. 또한 무장소성이란 의도적인 깊이가 결여되고 평범하고 평균적인 경험의 가능성만을 제공하는 경관을 지칭하는 것으로 장소가 이러한 진정성을 상실했거나, 심각하게 훼손된 상태를 말한다. 렐프는 현대 산업사회에 다양한 경관과 의미 있는 장소가 결핍된 일종의 무장소의 지리가 나타났다고 주장한다(김덕현 외(역), 2005; 심승희, 2005).

공간과 기억, 경험

도시는 집합적 기억의 장소로, 기억은 비가시적이며 공적 정책담론에서는 등장하지 않지만, 기억은 도시를 보통 사람의 입장에서 아래로부터 구성하게 해주는 힘이 된다.

도시공간의 일상에서는 실천적 행위들이 매 순간 일어나고 있고 그 찰나

의 잠재성에 사회적 변화에 대한 기대를 걸 수 있으며 도시는 단순한 물리적 장치의 집합이 아닌 다양한 경험이나 해석의 실천의 장이다(이기형, 2008).

벤야민은 특히 기억과 경험을 공간 문제와 결부시켜 심도 있게 논했다. 그가 제시한 ‘산보자(flâneur)’는 도시의 거리를 소요하는 신사로 볼거리를 즐기면서 아스팔트 위에서 채집·조사하는, 즉 ‘산보하기(flânerie)’를 하는 사람이다. 그에 따르면 도시는 관찰자들에게 보여지고 경험되는 것으로, 도시경관이 어떻게 해석되고, 그 의미가 어떻게 개인의 일상적인 경험 속에서 각인되는가가 중요하다.

벤야민은 “살아가는 건 흔적을 남기는 것이다.”라고 말했으며, 인간은 도시의 건물, 건물의 내부 환경과 같은 틀 속에 인간 실존 양식의 실마리이자 지나온 경과와 표시인 ‘흔적’을 남기고 도시가 이 흔적을 기억의 저장고로서 보전한다고 보았다. 이 흔적을 읽는 것은 도시를 연구하는 주요 방법론이며, 이 흔적들은 문화적 기억들과 긴밀하게 연결되어 있다(노명우(역), 2005).

2 도시 재활성화(Gentrification, 젠트리피케이션)

2.1 도시 재활성화(Gentrification)의 정의

젠트리피케이션은 빈민가와 낙후지역의 재개발을 통해 도시를 개선하고 복구한다는 목적 하에 진행된 개발정책이 결과적으로 낙후한 빈민주거생활 구역이었던 곳을 중상류층 주거지 및 상업지구로 탈바꿈하게 만드는 현상을 의미한다(박진빈, 2009).

이 개념은 영국의 사회학자인 루스 글라스(1964)가 런던 내 특정 구역에서 발생한 “노동계급의 주거지로 중상계급이 침입하는” 현상을 비판한 데서 비롯되었는데, 전 산업화 시기 젠트리(gentry)에 의한 토지 사유화로 무산 계급이 토지를 소유하지 못하게 된 것을 비유하여 젠트리피케이

현(Gentrification)이라고 불렀다. 재개발 지역은 지대와 임대료가 상승하기 때문에 원 거주자들이 재진입하기 어려워진다.

젠트리피케이션의 조건과 사례

레이(Ley)는 후기 산업사회의 도래에 따른 전통적 노동계층의 감소, 심미적 문화생활을 추구하는 여가계층의 출현이 젠트리피케이션 현상의 원인이 되고 있다고 밝혔다. 현대 사회의 문화적 소비 차원을 강조한 시각으로 도시환경의 변화를 수요의 변화 차원에서 설명하려는 시도이다(Ley, 1980).

햄넛(Hamnett)과 랜돌프(Randolph)는 젠트리피케이션이 일어나는 조건을 다음과 같이 정리하였다. 첫째는 임대료 격차로 젠트리피케이션이 일어나는 공간의 공공적 조건이다. 둘째는 젠트리피케이션을 발생시키는 주체가 생성되는 것이다. 셋째는 매력 있는 도심과 도시 내부환경이 조성되는 것이고, 마지막으로 도심 주변 주거를 선호하는 계층의 형성이다. 젠트리피케이션은 물리적, 경제적, 사회적, 문화적 현상이 동시에 일어나는 것이다(Hamnett and Randolph, 1984).

뉴욕, 런던과 같은 대도시를 중심으로 전개된 젠트리피케이션 현상에 대한 사례는 다수 연구를 통해 다루어졌다. 또한 사회적 담론상으로는 모든 도시인에게 더 나은 환경을 제공하는 운동인 것처럼 긍정적 의미로 받아들여지기도 한다. 그러나 애초 계급과 자본주의에 대한 비판적 시각으로 만들어진 개념으로 뉴욕의 사례는 이와 같은 문제점들을 잘 보여준다. 뉴욕 로어이스트사이드(로이사이다) 지역의 1970년대부터 현재에 이르는 변화들은 젠트리피케이션의 전형을 보여주고 있다. 젊은 투자자들의 등장, 은행과 제 금융권의 적극적인 개입, 시정부의 협조와 같은 조건 속에서 로이사이다 문화의 특수성이 결합되었다. 로이사이다는 이민문화가 녹아 있는 특이한 음식점과 소품가게들, 동시대에 가장 옛지한 껍

러리와 바, 클럽, 극장 등으로 소호를 대체할 예술의 거리라는 명성과 함께 특별한 문화적 소비를 가능하게 하는 공간이었고, 이러한 문화적 정체성을 자본이 ‘사들이는’ 현상이 발생한 것이다(박진빈, 2009).

국내의 경우 삼청동의 젠트리피케이션 현상에 대해 연구가 진행된 바 있다. 삼청동이 소비공간으로 변모하는 과정을 살펴보다 보면, 신진 작가·신진 디자이너들과 같은 젠트리파이어(gentrifier)들이 존재한다. 이들은 정부와 매체가 주목하기 이전에 삼청동의 문화적 변화를 주도했으나, 삼청동의 지대 상승으로 인해 다시 다른 곳으로 이동해야 하는 피해자가 되었다(한정훈, 2010).

3 소비 문화와 소비 사회

3.1 소비 문화와 문화 소비

소비사회에서 소비는 가치 기호의 교환, 사회적 의미 생산 과정의 하나로, 욕망과 권력을 표현하는 보편적인 언어이다. 소비는 통상 생산과 대비되어, 개인의 진정한 자유 추구를 막는 것으로 간주되기도 한다. 그러나 산업사회가 고도화되면서, 소비가 오히려 미덕으로 간주되고 자본주의에 의해 소비 욕구가 창출되는 상황에 이르게 되었다.

현대 사회에서 소비주의란 개념은 다양하게 이해될 수 있다. 첫째는, 경제성장을 위해 소비 진작이 필수적이라고 믿게 하고 소비에 몰입하는 생활양식을 예찬하는 이념을 가리킨다. 한편 주류 마케팅과 소비자행동이론에서처럼 소비자의 이해관심을 촉진시키는 소비자중심주의나 소비자 권리 보호운동 등에서 사용되기도 한다. 한편 소비주의는 ‘소비에 과도하게 몰두하는’ 삶을 의미하기도 한다. 이 경우 소비주의는 과소비나 낭비적 소비와 동일시된다(김진석, 2007).

보드리야르에 따르면, 소비란 상징적 기호를 소비하는 것이다. 소비는 인간의 기본적인 욕구를 해소하기 위해 이루어지는 것이 아니라, 능동적

소비를 통해 정체성의 창출을 시도하려는 의도에서 발생한다. 소비를 향한 욕구의 체계는 생산체계의 산물이 되는 것이다. 생산체계는 하나의 욕구로부터 또 다른 욕구를 불러오는 방식으로 욕구체계를 만들어 내고, 이 과정에서 소비는 생존을 위한 것이 아니라 생산체계를 보장해주는 역할을 하게 된다(이상률(역), 1993).

마일스(Miles, 2006)는 소비주의가 이데올로기가 아닌 ‘하나의 삶의 방식’으로서 일상생활을 구조화하는 문화적 표현과 경험으로 자리 잡고 있고, 개인의 삶의 향상을 꾀하는 문화적 실천으로 받아들이는 주체들의 창출전략으로 소비를 간주하게 되었다는 점을 지적하고 있다. 소비자본주의는 소비주의를 하나의 생활방식으로 순화시킨다는 점에서 이데올로기적이다.

한국 소비사회의 변곡점 중 하나는 1993년 외환위기와 1998년 IMF사태의 경험으로, 불균형 성장이 가속화되면서 미디어 담론에서의 “소비에 대한 불안”이 끊임없이 재현되었다.

3.2 공간 소비와 여가 문화

공간의 소비 현상이란, 어느 지역이 가지고 있는 이미지가 상품화되면서 공간이 단순히 상품의 소비를 촉진시키는 단계를 벗어나 공간 자체가 직접 소비되는 것을 일컫는다(한정훈, 2010). 이는 관광의 일상화 혹은 관광의 소비화와 관련되어 있다. 관광은 문화적 의미가 부여되는 경험소비의 한 양상으로 사회적 지위, 사회적 정체성에 대한 상징적 소비의 한 형태가 된다.

소비는 사회문화적인 맥락 속에 존재하며 문화적인 고려에 의해 이루어지고 다양한 사회적 요인들과 끊임없이 상호작용하기 때문에, 소비에 대해서 다루기 위해서는 이러한 사회적 맥락을 살피는 것에 주의해야 한다(이상률(역), 1997). 문화의 소비를 살피는 데 있어서는 더더욱 사회적

요인을 함께 고려하는 것이 중요하다.

예컨대 한국의 여가 소비 문화의 특성을 밝히고자 한다면 과소비 담론, 향락 퇴폐라는 담론의 영향력, 한국 사회의 압축적 근대화에 따른 부작용 등을 종합적으로 고려할 필요가 있다. 예컨대 최원기(1998)는 1990년대까지의 한국 소비 문화가 거품에 의한 여가 소비라면서 자극적이고 물질적이고 외형중심적인 소비가 중심이 되었고 이는 한국의 집단 정서, 한국의 경제성장 상황 등이 복합적으로 작용한 결과라고 보고 있다. 또한 소비사회에서 여가가 곧 소비라는 일종의 강요는 매체 환경의 변화와 더불어 사회적으로 큰 영향력을 미치고 있어, 로맨스, 효도, 행복, 성공, 자기 정체성의 추구 등의 가치를 모두 소비와 연관시키고 있다(인태정, 2004).

4

문화 소비의 젠더적 차원

부르디외의 구별짓기 연구 이후로 계급과 관련된 문화 소비의 분화에 대한 논의는 다양한 반면, 젠더나 연령과 같은 변수들은 상대적으로 주목받지 못하였다. 대체로 소비는 여성의 영역과 연결되지만, 그럼에도 불구하고 문화 소비 영역의 젠더적 차원은 깊이 논의되지 못하고 있다.

크리스틴(Christin, 2012)에 따르면, 여성이 어린 시절부터 남성보다 더 많은 문화 교육을 받으며 사회화되고, 교육이나 문화와 관련된 노동 영역에 더 많이 참여하고 있기 때문에 문화 소비에서 성별 차이가 나타난다고 한다. 여성의 고급 문화 소비가 사회경제적 요인과는 독립적으로 나타나는데, 여성들은 남성보다 예술과 박물관, 클래식음악, 오페라, 연극 등의 고급 예술에 더 많이 참여하는 것으로 나타난다고 한다.

국내의 경우 이러한 젠더에 따른 소비의 차이나, 문화적 요인에 대해서 깊이 있게 탐구되지는 못하고 있다. 소비 욕구의 차이 등을 실제 공연 기획에 반영하는 정도이며 이론적으로 탐구되지는 못하였다. 또한 대중문

화 영역에 대해서는 조사 연구가 드물다(강윤주 외, 2008).

국내의 공간 연구 동향

공간 연구를 주요 연구 대상으로 삼는 것은 건축학, 경영학, 도시학 분야
이나, 문화 연구 등에서도 공간 연구를 연구 주제로 삼고 있다. 대표적으
로 강내희(1997), 이진경(1997), 김왕배(2000), 심승희(2004) 등이 있
는데 이들은 도시공간과 문화적 실천양식의 형성, 근대성과 공간의 문
제, 정치경제학적 공간 연구 등을 중심으로 연구성과를 제출하고 있다.
미디어 분야에서는 김형찬·원용진(2007)이 1960년대 대중음악에 반영
된 도시화의 양태를 살펴보았으며, 백로라(2012)는 홍상수 영화에 재현
된 ‘서울’의 장소적 정체성과 문화 지형을 분석하는 등 주로 대중문화물
에 나타난 도시화의 형상이나 도시 문제들을 재현 연구의 관점에서 다루
는 경향이 두드러졌다.

III 연구 방법

1 문헌 연구

2 심층 인터뷰

III 연구 방법

1 문헌 연구

이 연구에서는 신문, 잡지 및 학술연구를 검토하여 홍대 문화공간의 역사적 변화가 어떠한 방식으로 사회에 재현되었는지 탐구하였다.

신문기사의 경우, ‘홍대 문화’를 키워드로 하여 1990~2012년까지의 한국언론진흥재단(www.kinds.or.kr) 데이터베이스 검색 결과를 바탕으로 주요 사건에 대한 사실 확인 용도로 활용하였다.

학술연구의 경우, 홍대 문화, 홍대 공간을 키워드로 하는 국내 학술연구를 검토하였으며, 검토에 사용한 논문은 참고문헌 목록에 제시하였다.

2 심층 인터뷰

2.1 인터뷰 대상자의 선정

홍대 문화공간/장소가 어떠한 방식으로 변화해 왔는지에 대한 기억과 경험을 수집하기 위하여 심층 인터뷰를 실시하였다.

대상자 선정 : 20~40대에 이르는 다양한 홍대 문화 경험자/생산자를 선정하여 심층 인터뷰를 실시하였다. 대상자 선정 방식은 스노우볼링 샘플링을 사용하였다. 스노우볼링 샘플링이란 연구주제와 부합되는 특성의 표본을 의도적으로 선정한 후, 그 표본으로부터 다시 다른 사람을 추천받는 것이다. 눈덩이를 굴러나가는 방법처럼 표본을 불러가는 방식이라 스노우볼링이라고 표현한다. 이 방법의 장점은 연구주제에 적합한 사람을 선정할 수 있다는 것이고, 단점은 초기의 특정 표본 선정 이후 표본에 일정한 편파가 발생할 수 있다는 것이다(Lindlof, 1995).

인터뷰 시간 및 장소 : 인터뷰는 홍대 인근의 카페와 홍대 인근 근무자의

경우 사무실 등을 이용하여 진행되었다. 심층 인터뷰 대상자에 따라 1~3시간가량이 소요되었다.

인터뷰 대상자의 간략한 정보는 다음 표에 제시되어 있다.

표 3-1 심층 인터뷰 대상자의 특성

	성별	연령대	거주 여부	홍대 거주/활동 기간	직업
A	남성	30대	거주	19년	음악가
B	여성	30대	거주	19년	음악가
C	여성	20대	거주	8년	디자이너
D	남성	40대	거주	20년 이상	음악가, 카페 운영자
E	남성	30대	(인근 거주)	10년 이상	음악평론가
F	남성	30대	.	10년 이상	음악평론가
G	남성	20대	.	3년	학생(공학전공)
H	남성	20대	.	4년	학생(미술전공)
I	남성	20대	.	3년	학생(인문학전공, 스트리트 댄서)
J	여성	30대	.	3년	대학원생(인문학전공)
K	남성	30대	.	5년 이상	대학원생(인문학전공), 음악가
L	남성	30대	거주	20년 이상	음악평론가
M	남성	40대	거주	20년 이상	클럽 운영자
N	여성	20대	.	5년 내외	학생(인문학전공)
O	여성	20대	.	5년 내외	학생(공연예술전공)
P	남성	30대	.	15년 이상	음악평론가

2.2 연구 대상 지역

1990년대 초까지는 홍익대학교 앞-극동방송국까지(피카소 거리)를 의미했으며, 1990년대 초반부터 의미가 확장되었다. 현재는 서교동, 동교동 일부, 상수동과 연남동 일부까지 모두 포함하는 넓은 의미로 사용되고 있다. 그림 3-1은 이 연구에서 다룬 지역의 범위를 표시한 것으로, 통상은 홍대입구역의 오른쪽을 포함하는 데 비해 왼쪽의 연남동에 이르는 거리 역시 포괄하여 표시하고 있다. 이는 연구자가 인터뷰한 홍대 공간 이용자의 일부가 해당 지역에 거주하고 있기 때문이다.



그림 3-1 연구 대상 지역

출처 : 네이버 지도(map.naver.com) 검색

IV 홍대 문화공간에 대한 담론의 변화(1980년대~현재)

- 1 개요
- 2 1990년대 초반
- 3 1990년대 후반
- 4 2000년대 초반
- 5 2000년대 후반

IV 홍대 문화공간에 대한 담론의 변화(1980년대~현재)

1 개요

1990년대부터 현재에 이르기까지 홍대 문화공간과 관련된 주요 사건 및 특성을 간략하게 정리하면 다음 표 4-1과 같다.

1990년대 초반 홍대 앞은 성수대교 붕괴 이후 압구정과 더불어 신세대의 유흥 문화공간으로 떠올랐다.

언론은 초반 신세대론, 오렌지족 논란 당시 “지나친 향락 문화공간”으로 경계의 시선을, 견고 싶은 거리 조성 시기를 전후하여서는 “새롭고 신선한 문화공간”으로 긍정적 시선을 보여 왔다.

2002년 월드컵 전후 및 클럽데이 등을 기점으로 홍대 앞은 젊은이들의 유흥공간으로 자리 잡게 되었고, 신흥상업지구로 위상 역시 높아졌다.

임대료 상승에 따른 카페 이전, 두리반 투쟁 등 공간 문제에 대한 주목이 2000년대 후반 일어나게 되었다.

표 4-1 홍대 문화공간의 주요 변화

시기	주요 사건	홍대 지역 특성	문화적 특성
1980년대까지	1961. 홍익대학교 미술대학 설립	주거지역	작업실문화 소규모 작업실과 갤러리 108작업실
1990년대 초반	1992. 서울시의 대학가 정비	준주거지역 신흥 유흥가로 부상	고급화된 카페 룩카페 부상 및 단속
1994년~1990년대 말	1994. 성수대교 붕괴 1996. 상암지구 포함 마포일대 도시개발계획 시작 1998. 라이브 클럽 합법화활동	홍대입구역 부근 상업지역 확대(근린상업지구)	라이브 클럽 댄스 클럽 견고 싶은 거리 조성
2000년대 초반	2002. 이태원 단속 2005. 카우치 논란	상업지역과 준주거지역 분화	클럽데이 2002년 월드컵 문화특구 지정(실패)
2000년대 후반	도심 재개발사업 활성화		두리반 투쟁 자립음악생산자조합

2.1 1980년대까지 홍대 공간의 특성

홍익대학교가 현재 서교동에서 터를 잡은 것은 1955년이나, 홍대 지역의 문화적 특성에 영향을 준 미술대학의 설립은 1961년에 이루어졌다. 그러나 당시 홍대 인근 지역은 주거지역이었기 때문에 상가지역이 형성되지는 않았다. 주거지역 외에 주요한 공간은 미술학원과 갤러리들이었다. 홍대 공간의 변화는 1984년 지하철 2호선이 들어서고 홍대입구역 부근이 상업지구가 되면서 본격적으로 나타나기 시작했다. 즉, 1980년대 말까지 이 지역은 미술대학 고유의 특성이 가장 강하게 남은 공간이었다. 상권의 형성은 지하철 2호선의 도입과 포화상태에 이른 신촌으로부터의 상가 이주로 인해 일어났다.

당시 홍대 인근은 임대료가 낮았고, 주거 건물 역시 아파트보다는 단독 주택이나 빌라 형태가 많아 옥탑방과 반지하 건물이 많았다. 미대생과 젊은 작가들은 이러한 공간을 작업실로 활용했고, 이 때문에 홍대 인근에서는 108작업실(100만원 보증금 월세 8만원), 208화실(200만원 보증금 월세 8만원)이라는 말이 유행했다(한겨레21, 2002.11.7일자). 이러한 작업실들은 대체로 상권이 이루어진 지하철 근처가 아닌, 현재 상수동 카페 골목 근처나 미술학원 거리를 중심으로 형성되었다.

2.2 1990년대 초반

2.2.1 소비공간의 분화

이 시점을 전후로 홍대 정문부터 극동 방송국까지 이르는 인근 공간을 피카소 거리라고 부르게 되었다. 이때 대중적인 담론 내에서 홍대 공간은 신세대들의 문화공간으로, 특히 카페 골목이 주목을 받고 있었다. 임성희(1994)는 당시 형성된 홍대의 카페 골목에 대해 다른 지역에서도 전

면 유리로 된 카페나 로바다야키, 커피전문점 문화가 퍼져있었음에도 불구하고 홍대를 독특한 문화공간으로 인식하게 만든 것은 건축학적으로 예술적인 건물들이 모여 있다는 인식과, 그로 인해 형성된 고급문화 분위기라고 분석하였다.

그러나 동시에 ‘떡자 골목’이라고 불리던 공간은 서민성을 기치로 하여 민속주점과 분식집, 주점이 중심이 된 유흥공간으로 구성되었다. 단층 서민가옥 중심의 주거지역이 재개발되면서 생겨난 지역으로, 소비문화의 계급적 양극화를 보여준다고 하였다.

중요한 것은 언론을 중심으로 1990년대 초반(1993년까지) 홍대 공간이 비추어질 때에는 카페 골목을 중심으로 하는 신흥 고급문화 소비공간이 주목받았다는 것이다. 홍대 미대라는 특성이 부여하는 예술적 분위기와 이국적 건물들이 형성하는 공간적 특성을 “홍대 앞”에 전체적으로 부여한 것이다.

2.2.2 정책적·환경적 영향

한편 1994년 성수대교의 붕괴는 지리적으로 홍대 문화공간을 활성화시킨 계기가 된다. 성수대교의 붕괴로 인해 한강의 교량에 대한 안전점검이 시행되면서 당산 철교가 보수에 들어가 지하철 2호선이 강남과 강북을 잇는 기능을 상실하게 되었다. 강북의 종점이 홍대입구역(2호선)이 되면서 사실상 유흥공간의 종점 역할을 하게 되었다. 동시에, 압구정 소비문화가 홍대입구역 부근으로 옮겨 오게 되는데, 이는 교통 상황과 더불어 당시 소비문화에 대한 대대적 단속이 시행되었기 때문이기도 하다. 1994년 말 역세권 개발정책이 본격화되면서 마포 인근 지역이 큰 부동산 변화를 겪게 된다. 역세권 개발이 진행되면 주거지역은 준주거지역으로 용도 변경이 되고 상업지역이 확대된다. 이러한 맥락에서 홍대 부근에서도 용도 변경이 진행되었고 상가지역이 확대될 수 있는 가능성이 높아졌다.

라이브 클럽과 신흥 유흥 문화 형성

홍대 입구에 라이브 클럽들이 생기고 융성하게 된 것에는 신촌 지역의 쇠퇴가 직접적인 영향을 주었다. 당시 라이브 클럽은 신촌 지역의 문화였다. 록카페로 통칭되던 라이브 클럽은 신촌 일대에서 1990년대 초반 성업하였다. 1992년 서울시는 대학가를 “건전문화의 거리”로 조성한다는 방침 하에 대대적인 향락 문화 단속을 벌였다. 서울시는 신촌지역 5개 대학 총장들과 함께 「신촌지역의 대학문화 중심지역화 공동위원회」를 구성하기도 하였다. 이에 신촌지역의 록카페와 같은 라이브 클럽들이 1992년 단속 이후 절반 이하로 줄어들었는데, 이 라이브 클럽들이 상대적으로 단속이 덜했던 홍대 인근지역으로 이전하게 되었다(동아일보, 1992. 11.10일자).

신촌에서 이전하는 과정에서 생긴 라이브 클럽은 1993년 락월드가 최초인 것으로 알려져 있지만, 흔히 1994년 드럭에서부터 역사를 정리한다. 1994년부터 생긴 라이브 클럽들은 1990년대 후반까지 홍대 공간의 문화적 특징을 담당하는 공간이 된다.



그림 4-1 홍대 앞 라이브 클럽 분포도

출처 : 이해수(2012)

홍대 인디 문화로 통칭되는 음악 문화권이 형성된 것이다. 드럭에서 시작한 인디밴드 크라잉넛, 노브레인(1995)은 홍대 지역의 미술 중심 문화가 음악 중심으로 이동하는 데 큰 영향을 미쳤다. 펑크 록의 산실로도 불리는 <드럭>은 원래 바였는데, 1995년 4월 5일 커트코베인 사망 1주년 추모 공연을 자생적으로 개최하면서 라이브 클럽의 성격을 갖게 되었다. <드럭>의 성공 이후, <프리버드>, <롤링스톤즈>, <마스터플랜> 등의 언더그라운드 공연장들이 홍대 지역에 속속 들어서기 시작했다. 이러한 변화에는 1990년 ‘공동주택 지하층 건축기준 완화’ 정책에 따른 지하공간의 저렴한 임대조건이 영향을 미쳤다(이무용, 2003). 공연장이 형성되었을 뿐 아니라, 공연을 담당하는 문화 생산자들이 홍대 인근으로 이주하는 변화가 발생한 것이다.

224

라이브 클럽에 대한 반발과 반(反) 향락 소비 문화 담론 형성

이러한 라이브 클럽 문화에 대해 정부와 대학가의 반발은 상당했던 것으로 보인다. 정부는 신촌지역에 대하여 향락 문화 단속을 지속적으로 강화하였다. 또한 라이브 클럽은 불법 문화공간이기도 했다. 1999년 11월 식품위생법이 개정되기 이전까지 대중음식점에서 가수가 노래를 부르는 것은 불법이었고, 라이브 클럽은 당시 홍대 주거지역의 특성상 상업지역이 아닌 주거지역이나 준상업지역 내에 위치해 있어서 유흥주점이 아닌 일반음식점에 해당했기 때문이다.

대학가에서도 라이브 클럽 문화를 신흥 유흥 문화로 규정하였고 특히 당시 유행하던 신세대/압구정 오렌지 문화의 침병으로 간주하였다. 1995년 홍익대 학생회가 벌인 <인간띠잇기 행사>나, 동광빌딩 재건축을 둘러싸고 생긴 논란들은 대학이 학문의 전당이어야 한다는 담론 및 서구 향락 문화를 배척하는 소위 운동권 문화의 담론이 새로 생긴 홍대 문화를 소비 문화로 배척 대상으로 생각하고 있음을 알 수 있다(경향신문, 1995.4.14 일자). 대학가 위락 문화로 표현되는 홍익대 부근의 라이브 클럽, 카페 문

화는 신세대 문화와 향락 문화라는 이중적 조명을 한꺼번에 받았다(참고로 1995년 홍익대 주최로 교육환경 진단 세미나가 열렸음).

오렌지족에 빠진 대학/“우리손으로 되찾자”

[동아일보] 1993-06-05

◎ 홍대생 18명 자비로 스티커 제작/학교변 고급 카페, 술집 정화운동 『오렌지족을 추방하자』
방배동 카페촌, 압구정동을 무대로 형성됐던 이른바 오렌지족들이 고급 카페와 음식점이 밀집해 있는 홍익대 주변으로 이동하면서 대학생들이 스스로 「정화운동」에 나섰다.
산업미술대학원에서 이번 학기에 광고디자인 과목을 수강하고 있는 18명의 수강생들은 「홍익나라 오렌지 비상」이라는 슬로건을 내걸고 이같은 운동을 벌이고 있다. (하략)

3

1990년대 후반

3 1

댄스 클럽 문화 형성

1990년대 후반의 변화를 추동한 것은 댄스 클럽의 형성이었다. 인디 밴드의 공연을 중심으로 이루어지는 라이브 클럽과 달리 댄스 클럽은 DJ의 음악을 중심으로 춤을 추려는 사람들이 모이는 공간이다. 그러나 이태원과 강남 등지에 형성된 클럽과 홍대에 형성된 댄스 클럽은 그 성격이 다르다. 이무용(2003)은 홍대 인근에 형성된 댄스 클럽이 그 연원을 미술 작업실에 두고 있고, 인테리어 역시 작업실과 유사했으며, 처음부터 춤을 위한 것이 아니라 작업, 술, 춤이 어우러지는 형태로 발전해 왔다고 진단하고 있다.

‘발전소’에 대한 다양한 기사, 기록은 이러한 댄스 클럽의 특성을 잘 보여준다. “92년 말에 문을 연 발전소는 철근, 콘크리트를 그대로 노출시킨 대담한 인테리어에 외국 영화에서나 보던 끈적끈적한 음악이 흐르고, 5천원만 있으면 내키는 대로 춤출 수 있는 획기적인 공간이었다”(한겨레21, 2002.11.7일자).

이러한 초기 댄스 클럽은 1997년 외환 위기 이후 다시 한국으로 들어온

유학생들과 자본의 유입 등으로 인해 성격이 다소 변하게 되었다. 일렉트로닉과 테크노 음악 중심의 클럽에서 힙합 음악 클럽으로의 변화도 1990년대 말부터 진행되기 시작했다. 대다수의 댄스 클럽이 1990년대 중반 이후 생겨났다(대표적으로, 1995년 엠아이, 1996년 언더그라운드, 1997년 명월관·마트마타·사브, 1999년 클럽101·엔비아이엔비·호치포차 등).

라이브 클럽보다 댄스 클럽에 대한 사회적 담론이 더욱 비판적이었다고 할 수 있다. 댄스 클럽의 춤 문화는 대표적 향락 문화로 간주되었다. 남녀가 불건전한 만남을 갖는다는 등의 시각이 대표적이며, 환각 테크노파티 등의 표현으로 마약류 유통이나 불법적 행위들이 일어나는 공간으로 묘사되는 것도 다수였다(한국일보, 2001.7.30일자). 한편으로 인디 문화와의 갈등도 존재했다. 댄스 클럽이 인디 문화의 성격과 매우 상이한 유흥 문화의 성격에 가깝기 때문에 인디 문화의 정체성을 훼손하는 것으로 논의되기도 하였다(유수진, 2005).

라이브 클럽과 댄스 클럽에 대한 비판적 시각은 1996년 발생한 신촌 화재사고의 영향도 있다. 록카페로 불렸던 당시의 클럽에서 화재로 인한 사망사고가 일어난 것이다.

「소방 안전 불감증」 참사 불러/신촌 록카페 화재 문제점

[경향신문] 1996-10-01

◎ 법규 느슨...당국점검 형식에 그쳐/좁은 비상구 아예 막고 영업 예사
서울 신촌 록카페 「롤링스톤즈」 화재는 우리 사회의 「소방안전 불감증」을 그대로 반영한 사고라 할 수 있다. 사고 장소가 지하에 위치한데다 출입구가 좁아 화재로 인한 대형사고 가능성이 상존했지만 소방시설이나 안전점검은 형식조차 갖춰져 있지 않았다. (중략) 화재가 난 카페는 15평의 좁은 내부에 탁자 8개가 뺨뺨이 들어차 있었다. 출입구는 좌우 폭이 1m도 안 되는데다 비상구는 아예 폐쇄돼 있었다. 화재가 나면 대형사고로 이어질 요인을 골고루 갖춘 셈이다. 신촌·홍대·성신여대 부근 등 서울시내 대학가에서 영업중인 지하카페 대부분도 사정은 마찬가지. 「비상구」 없는 죽음의 카페인 셈이다. (하략)

이러한 결과로 1990년대 후반부터 인디 문화, 대안 문화의 개념이 홍대

공간에서 중요하게 취급되기 시작하며, 향락 소비 문화와의 대항 지점에서 담론 공동체를 형성하는 움직임이 나타나게 된다.

3 2 걷고 싶은 거리 조성과 그에 따른 공간 변화

1998년 11월 마포구와 서울시는 ‘걷고 싶은 거리’ 사업 대상지로 옛 홍대입구역 5번 출구에서 서교365의 시장골목을 포함한 약 1.2km의 거리를 선정했다. 폐선로 위에 늘어서 있던 건물들을 철거하고 넓은 보도를 만들어 보행환경을 개선하고 문화환경을 조성하기 위함이었다. 2000년대 초반 완성된 이 사업은 향후 홍대 문화의 공간 변화에 큰 영향을 미치게 되었다.

4 2000년대 초반

4 1 홍대 인디 문화의 형성

2000년대 초반은 향락 소비 문화 대 인디 문화 그리고 정부의 (관광) 문화 조성 정책 간의 다양한 경쟁이 있는 시기라고 볼 수 있다.

인디 문화 형성은 대안공간의 형성, 인디 문화의 축제 등을 중심으로 이루어졌다.

1999년 순수 비영리 갤러리 루프의 개관을 기점으로 하여 연이은 풀, 사루비아, 인사미술공간의 오픈과 같은 대안 문화공간의 형성이 활발해졌다. 2002년부터 매년 홍대 앞에서 열리고 있는 ‘서울 프린지 페스티벌’과 같은 행사는 인디 문화의 축제이다. 원래 ‘프린지(Fringe)’의 사전적 의미는 변방 혹은 주변부를 뜻하지만 프린지 페스티벌에서 프린지는 주류에서 벗어난 인디 예술가, 젊은 예술가들을 말하고 있다. 홍대에서 개최되는 서울 프린지 페스티벌은 1998년 시작된 독립예술제를 모태로 하고 있고, 국내와 아시아권을 포괄하는 큰 규모의 인디 문화 축제로 운영해 왔다.

다음의 2002년 프린지 페스티벌 프로그램을 보면, 페스티벌의 성격을 파악할 수 있다. ‘고성방가’와 같은 인디 밴드 음악 중심의 축제와, ‘이구동성’과 같은 아시아 네트워크를 꾸린 공연 예술제와 같은 것들이다.

부 분	프로그램	기 간	장 소	참여작가
개막공연	개막선언 및 축하공연	5. 26	홍대앞 놀이터 야외무대	서명숙, 춤추는 언니들, 사다리 올릭일연구 소 등
고성방가	인디 릴레이 콘서트	6. 4 ~ 6. 6	미디어시어터 바랍	블랙 테트라, 빨간 구두, 스파카 등
	시네마 페러디 콘서트	6. 6 ~ 6. 9		크라잉넛, 레이지본, 허벌베리핀, 3호선 버 터플라이, 워더버드, 루시드폴, 노브레인 등
내부공사	테마기획전	6. 1 ~ 6. 31	대안공간 루프	장우석, 윤아진
	오픈이그전	5. 26 ~ 6. 10	스튜디오 소리	노승복 등 18명
	만화방 프로젝트	6. 11 ~ 6. 30	스튜디오 소리	이학준 등 14명
	아티스트 베희시장 & 퍼포먼스	5. 1 ~ 6. 2	홍대앞 놀이터	노석미 등
이구동성	자유참가각	5. 26 ~ 6. 16	새어터제로 장두포스트 극장 살지스페이스 메아뜨르주	극단 노틀(연극), On&Off 무용단(무용), 야단벌석(퍼포먼스) 등 26팀
	해외 초청공연	5. 26 ~ 6. 16		기가 히즈메, 오시모토 다이스케+ 사승아, 극단 안+랜드 자바닥(이상 일본) 슈투티 무용단(인도) Y-Space(홍콩)
중구난방	스트리트 개그 페스티벌 & 언플러그드 콘서트	5. 28 ~ 6. 31	홍대앞 놀이터 야외무대	판도라, Milan4, 동각그만, 이우장 악덕, 갈 대정, 김현정, 보이처, 김삼미, 정종화 등
	오픈 스테이지	6. 5 ~ 6. 6		춤추는 난쟁이, 이태진, 창강출집단 木 등
	거리영화제	6. 11 ~ 6. 12		윤형민, 김삼혁, 백인현, 아이비 픽처스, 김 수진 등
폐막행사	폐막행사	6. 16	살지스페이스	축하공연(크라잉넛, 스키즈), 폐막선언

그림 4-2 프린지 페스티벌 2002년 프로그램

출처 : 프린지네트워크 홈페이지

그 외 홍대 미술대학 학생회 기획의 거리미술전, 일상예술창작센터 주최의 프리마켓, 젊은 예술가들이 손수 만든 공예품을 판매하는 희망 시장 등이 홍대의 인디 문화와 장소성을 형성하는 데 영향을 미쳤다(이세진, 2011).

한편 2000년대 초반 홍대 공간의 문화적 특성을 결정지는 중요한 사건

은 클럽데이라고 할 수 있다. 클럽데이는 “매월 마지막 주 금요일에 최초 방문한 클럽에서 티켓을 구매하면 20여 곳의 클럽을 입장료 없이 즐길 수 있는 행사”를 말하는데, 2001년 3월 30일 4개의 테크노 클럽이 “홍대 클럽 하나 되는 날(Clubber's Harmony)”이라는 슬로건 아래 첫 행사를 시작한 것이 시초이다. 향락 소비 문화라는 곱지 않은 시선 속에서 존재하던 댄스 클럽들이 인기를 누리게 된 것은 2002년 월드컵의 영향이 컸다. 월드컵 이후 거리응원 문화를 비롯한 젊은이들의 문화에 대한 관용성이 높아지면서 클럽데이는 2010년대에 이르기까지 크게 흥행하였다. 2011년 수익배분의 문제로 잠정 중단되었다가 부활하는 등의 부침을 겪기도 하였다(캠퍼스라이프, 2011.4.15일자).

이러한 클럽 문화의 부침에는 내부 갈등이 존재한다. 인디 밴드를 중심으로 하는 라이브 클럽은 1999년 합법화 운동의 결과로 식품위생법 개정을 끌어냈다. 그러나 댄스 클럽은 여전히 불법이다. 두 클럽의 문화적 속성 역시 매우 다르며, 일각에서는 2000년대 이후 홍대의 댄스 클럽 문화를 강남의 문화가 이식되거나 대자본이 유입된 결과로 본다. 대표적으로 이동연은 “양현석이라는 메이저 엔터테인먼트 사장이 힙합음악으로 홍대에서 뭔가를 해 보겠다는 취지로 힙합, 레이드를 출수 있는 클럽 할렘을 만들어 대형자본이 홍대에 들어오게 되었다”고 서술하고, 이로 인해 “강남의 부비부비 클럽이 홍대에 등장하게 된 것이다”라고 진단하고 있다(이동연, 2012).

2002년 월드컵 이후 거리응원 문화에 고무된 서울시가 홍대 인근을 문화지구로 지정하려는 움직임을 보였으나, 역시 댄스 클럽 측과 라이브 클럽 측의 이해 관계가 대립하고 사회적으로 댄스 클럽 문화에 대한 부정적 인식이 강하게 대두됨에 따라 결과적으로는 실패하게 되었다.

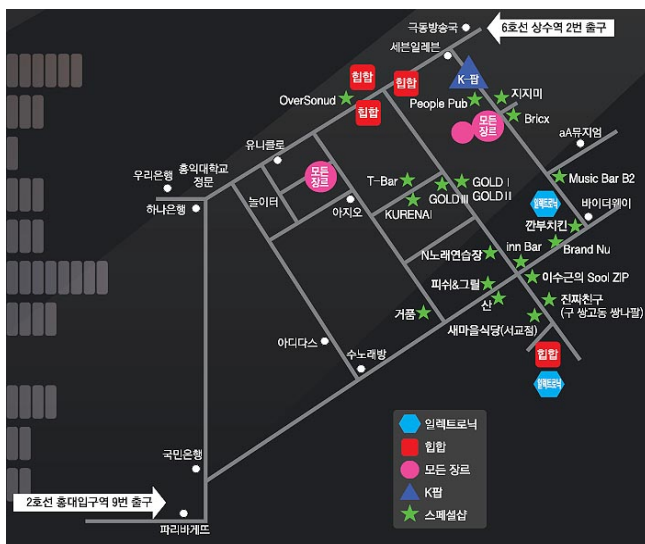


그림 4-3 2000년대 홍대 댄스 클럽 분포도

출처 : 서울신문, 2011-06-25일자 14면

4.3

건고 싶은 거리 조성과 지대 상승으로 인한 논란

1998년 시작된 건고 싶은 거리 사업은 2000년 기본 설계를 마친 뒤 2002년 홍대입구 전철역 부근에 1차로 완료되었다. 거리를 넓히기 위해 기존 건물들은 철거되고 보도와 차도가 정비되었다. 이 과정에서 홍대 인근의 지대가 대폭 상승하는 결과가 생겼다.

‘씨어터제로’의 폐관 역시 이 시기의 상징적 사건이다. 1998년 개관한 실험예술전용극장으로 2002년에도 서울 프린지 페스티벌의 주요 공간으로 활용되기도 하였다. 그러나 홍대 앞 재개발 바람이 불어닥친 2003년 바뀐 건물주가 퇴거명령을 내리면서 2004년 폐관되었고, 가수 강산에, 신해철 등 문화예술인 100명이 성명을 내는 등 대항운동을 벌였다(한겨레, 2004.2.6일자). 해당 공간은 KT&G가 들어와 상상마당을 개관하게 되었고, 씨어터제로는 2008년 우여곡절 끝에 홍대 인근에 재개관하였으나 결국 2011년 다시 폐관된다.

상업지구로의 변화

2000년대 초반부터 시작된 홍대 인근의 지대 상승과 상업화 논란은 2000년대 후반 가속화된다. 지역 개발의 속도도 확연히 빨라지게 되었다.

서교동 365번지를 중심으로 형성된 모임 <서교365>는 “마포구 서교동 365번지는, 홍대 앞이 한국의 문화예술 분야에서 대안 문화, 인디(Indie) 문화, 또는 다원적 예술로 분류되는 독특한 문화활동의 생산지로 형성되어오는 과정에서 중요한 공간적 배경으로 간주”하고, “365번지 건물의 역사적 가치와 현재적 의미를 조명하고 해체가 아닌 재생의 발전적 모델을 모색하고자” 구성되었고, 2005~2007년간의 서교 365번지 인근 공간에 대한 기록을 남겨왔다(서교365, <http://cafe.daum.net/seokyo365>). 서교365에서 공개한 2005년 당시 서교 365번지 인근의 사진과 현재 홍대 주차장 거리로 이르는 지역을 비교해 보면 대형 상업시설의 확연한 성장과 변화를 한눈에 확인할 수 있다.



그림 4-4 2005년 당시 서교 365번지 인근 사진

출처 : 서교365, <http://cafe.daum.net/seokyo365>

특히 대형 체인 상업시설의 등장과 성장이 두드러진다. 커피숍의 경우 전국 체인점을 갖고 있는 대형 커피숍들이 들어섰으며, A-LAND를 비롯해 유니클로, ZARA 등의 대형 의류점 역시 홍대 인근에 입주하게 되었다.

두리반 투쟁

상업자본의 홍대 공간 점유에 대한 저항이 부분적으로 지속되었는데, 가장 극적인 사례는 2009년 ‘두리반 투쟁’이라고 할 수 있다. 동교동에 위치한 칼국수 가게인 <두리반>은 마포구청이 동교동 일대를 ‘지구단위계획지역’으로 지정한 이후, GS건설이 <두리반> 일대를 매입, 재개발을 이유로 음식점 및 판매시설을 철거하는 작업을 시작하면서 철거 위기에 처하게 되었다. 당시 홍대 인디 문화의 주체들은 이 사건을 일종의 상징적 사건으로 받아들여, 두리반 철거를 막기 위한 문화 투쟁을 시작하게 되었다. 대표적으로 2010년 두리반 철거 현장에서는 5월 1일 세계노동절 120주년을 맞아 <뉴타운 철거 재개발 파티 51+>라는 공연이 열렸다. 두리반은 2011년 6월 8일 주관건설사와 합의하여 인근에 다시 칼국수 집을 열게 되었다(경향신문, 2011.6.8일자).

이러한 투쟁은 홍대 인디 음악 씬(Scene)의 축소와도 긴밀한 관련이 있는데, 이동연(2012)은 아이돌 음악 분야의 성장으로 인해 한국 음악시장이 단일화되고, 홍대 인디 씬의 경우 임대료를 감당하지 못하고 다수의 라이브 클럽이 문을 닫게 됨에 따라 인디 음악 문화 자체가 축소되고 있다고 진단하였다. 이러한 위기 의식 속에서 두리반 철거 시도는 임대료 상승과 거대 자본의 유입이라는 상징적 의미를 갖게 되어 자립음악가생산자조합을 중심으로 하는 광범위한 연대활동이 벌어지게 된 것이다. 자립음악가생산자조합은 2012년에도 전국자립음악가대회 : 2012 뉴타운철거파티 51+라는 행사를 진행하였다(<https://www.facebook.com/51plus2012>).

그 외에도 미술가, 영화감독 등 다양한 홍대 지역의 예술가 진영에서 두리반 투쟁에 동참하였고, 독립영화 <두리반 발전기>가 2012년 서울독립영화제에서 상영되기도 하였다.



그림 4-5 두리반 철거에 반대하는 음악가

출처 : <http://www.youtube.com/watch?v=iFidz0pobZs>(뉴타운컬쳐파티 티저 영상 중)

53

카우치 사건과 인디 문화에 대한 반감

홍대 인디 문화에 대한 관심이 높아가던 2005년 MBC는 음악방송 프로그램 <음악캠프>에서 “이 노래 좋은가요”라는 코너를 만들어서 다양한 음악 장르를 생방송으로 소개하고 있었다. 같은 해 7월 30일 소개된 카우치는 인디 펑크 밴드였는데 7초간 생방송 중에 하의를 벗고 노출하는 사고가 발생하게 된다. 이로 인해 당시 인디 밴드들이 방송에 진출하거나 공연을 할 수 있는 기회가 축소되어 자연스럽게 홍대 인디 밴드 씬의 활성화 기회를 잃게 되었다.

또한 당시 경찰이 이들을 마약 사범으로 수사하는 등, 기존의 홍대 인디 문화에 대한 향락, 위락적 문화 담론이 다시 한번 활성화되는 계기가 되고 말았다. 공연음란과 업무방해로 처벌을 받았으나 여론은 홍대 인디 문화 자체를 심각하게 비난했기 때문이다(성기완, 2009).



그림 4-6 홍대 인근 상권과 문화 지역

54

현재 홍대 인근의 문화 지역과 상권

이와 같은 변화 속에서 현재 홍대 인근의 문화 지역과 상권을 나누어 보자면 그림 4-6과 같다.

가 지역은 홍익대학교 정문에서 홍익대학교 2호선 전철역 입구에 이르는 거리로, 대형 프랜차이즈 상점이 주로 입점해 있는 변화가이다. 나 지역은 전통적인 미술학원 거리이면서 소규모의 음식점과 카페가 자리하고 있다. 다 지역은 서교 365번지를 중심으로 하여 주차장 거리에 이르는 길로, 현재는 옷가게 거리라고 불리기도 한다. 라 지역은 대형 프랜차이즈 음식점, 주점, 클럽 등이 분포하는 편이며, 마 지역은 상수동 일대에 새롭게 카페, 음식점 등이 늘어나고 있는 지역을 말한다. 바 지역은 걷고 싶은 거리를 중심으로 음식점들이 밀집해 있는 지역이고, 사 지역

은 과거 대안 문화공간들이 주로 있었지만 지금은 작은 규모의 카페, 음식점, 주점이 주종을 이루고 있다.

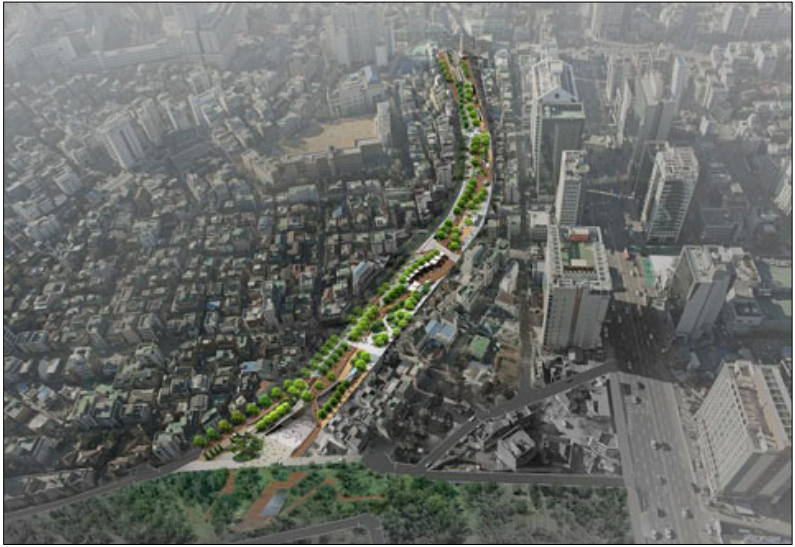


그림 4-7 홍대 걷고 싶은 거리 조감도

출처 : 마포구 2010년 주요 업무 계획

〈그림 4-7〉은 마포구가 장기적으로 개발하고자 하는 홍대 공간의 조감도로, 서교 365번지를 지나 한강에 이르기까지 전 구역을 녹지공원으로 조성하는 계획을 담고 있다. 이를 위해 현재 상가지역을 모두 철거하고 지하 주차장으로 변경할 계획이며, 이 때문에 현재 상가지구와 마찰을 빚고 있다.

V 홍대 공간 이용자들의 경험과 기억

- 1 생산과 소비의 이분법
- 2 누구나 알고 있는 ‘홍대 망했다’는 이야기
- 3 거주와 관광의 이분법
- 4 걷고 싶은 거리를 걷는 방법
- 5 문화의 여성화와 홍대 문화의 변화
- 6 대안적 공간과 문화 만들기에 대한 관심

V 홍대 공간 이용자들의 경험과 기억

1 생산과 소비의 이분법

1.1 생산과 소비의 이분법적 사고

생산과 소비의 이분법적 사고는 소비자본주의 사회 이후 중요한 쟁점이 되어 오고 있다. 통상 소비자본주의 이전 소비는 무조건적인 악으로 간주되었지만, 생산력이 향상되고 소비가 장려되어야 하는 소비자본주의 사회에서 소비는 오히려 덕목으로 간주되기도 한다.

특히 이러한 소비자본주의 사회에서 문화의 소비는 생존을 위한 의, 식, 주를 벗어나 문화, 예술과 같은 정체성 구성 상품으로 확장되어 나타나는 것이다. 명품에 부가되는 가치, 맛집 탐방과 같은 여가생활이 발생하는 것은 이 때문이다.

그러나 동시에 불건전한 혹은 향락적 소비에 대한 비판 담론 역시 꾸준히 하게 생산된다. 과소비, 퇴폐, 향락, 위락 등으로 표현되는 주류 소비나 성애 관련 소비들에 대한 것들이 주요 비판의 대상이 된다. 클럽 문화는 주류와 성애가 모두 관련된다는 점에서 앞서 논의된 바와 같이 정부의 주요한 비판 대상이자 규제 대상이었다. 또한 ‘대학 문화’를 추구하는 측에서도 역시 홍대 앞에 생겨난 라이브 클럽 문화를 향락 문화로 규정하였다.

이는 당대 “신세대” 담론이 유행하였던 것과 무관하지 않다. 압구정 오렌지족으로 대표되는 신세대에 대한 담론은 한국일보가 “오렌지족의 세계”라는 제목의 기획 기사를 총 4회 연재(1992년 10월 18~21일)한 것을 필두로 1970년대에 태어난 젊은이들의 향락, 과소비, 무분별한 성애를 비난하는 담론을 구성하였다.

이러한 오렌지족에 대한 비난 담론은 1993년 서태지와 아이들의 성공

으로 힙합, 댄스를 중심으로 하는 새로운 청소년 문화로 그 프레임을 변화시키게 되었다. 학계에서 신세대는 소비적이지만 자율적이고 과거의 이념과 운동권 문화를 거부하는 주체로 논의되기 시작했다. 그러나 이들의 놀이 문화에 대한 시선은 여전히 차가웠다(이재원, 2010).

인터뷰에 응한 참여자 16명 중 50%인 8명이 30대, 즉 이 신세대/오렌지족 담론의 자장 안에 있었던 사람들이었다. 이들은 동시에 오렌지족으로 비난받던 압구정의 유흥 주체들이 홍대로 옮겨왔다고 이야기될 때 홍대 인근에 진입한 이들이었다. 그러나 이들은 자신의 1990년대 초중반 홍대 경험을 유흥이나 소비가 아닌 “문화 생산”으로 기억하고 있었다. 예를 들어 P는 힙합 음악과 관련된 <마스터플랜>의 공연 경험을 묘사함에 있어 현재와 다르다는 점을 강조하였다. <마스터플랜>은 1997년 엄밀히 말하면 신촌과 홍대 사이에 있었던 공간으로 신촌의 클럽이 홍대로 옮겨오던 시기에 생겨난 클럽이다.

현재의 홍대 인근 클럽 공연의 형태는 아이돌 스타와 팬의 관계를 닮아서, 스타가 공연을 하고 팬들이 공연장 아래에서 관람을 하는 형태이며, 팬들은 스타의 공연을 영상으로 담아 이미지로서 소비한다고 한다.

그러나 <마스터플랜>에서의 공연은 객석과 공연하는 자리의 관계가 좀 더 밀착적이었고, 공연자들 역시 전문 가수라기보다는 아마추어적 성격이 아직 남아 있었다. 당시 활동하던 힙합 가수 김디지는 최근 힙합플레이아(hiphopplaya.com)에 <마스터플랜>에서의 공연 경험을 회고하는 글을 연재하면서 “이름 만들기 귀찮아서 몇 달간 팀명 없이 활동하다가 어느 기자가 팀명이 뭐냐고 물어봐서 “강..PDPB요”라고 대답하고 한참 활동”했다고 말할 정도로 가수명조차도 분명하지 않은 형태로 공연과 음반 제작이 이루어졌었다.

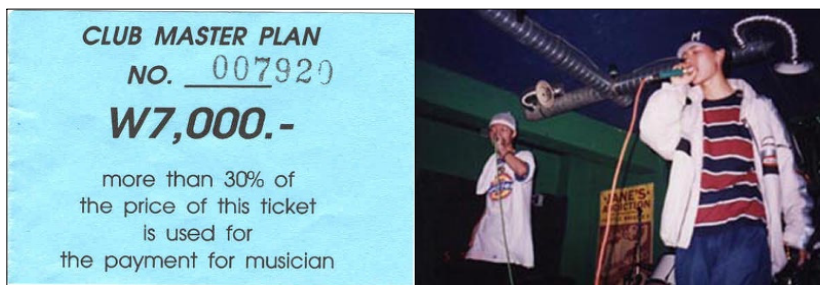


그림 5-1 김디지가 공개한 클럽 마스터플랜의 티켓(왼쪽)과 1998년 마스터플랜의 공연 장면(오른쪽)

출처 : 김디지 한국 힙합 칼럼(<http://hiphopplaya.com/magazine/12141>)

또한 <마스터플랜>에서 공연하는 MC 혹은 공연을 보러 오는 소비자들 대부분이 PC 통신상의 특정 흑인음악동호회(나우누리 SNP, Dope Soundz/하이텔 검은 소리 등) 회원이었다. P는 MC의 공연을 감상한 후 마무리 시점에 이르러서는 관객으로 온 사람들 중 원하는 사람이 무대에 나가 함께 프리스타일 랩을 하는 것으로 공연을 마무리하곤 했다고 술회했다. 생산과 소비의 경계, 가수와 관객의 경계가 분명하지 않은 상황에서 수동적 소비 혹은 감상에 그치지 않은 문화 공동체적 즐거움을 구성하는 시간이었다는 것이다.

인디 밴드 음악가 A 역시 라이브 클럽 <드릭>에서의 경험을 이와 유사하게 회고하였다. <드릭>은 당시 100명이 들어갈 수 있을 정도의 작은 클럽이었음에도 폭발적인 인기를 누려 주 5회 공연을 했고 200명까지 입장하기도 하는 등 성황을 누렸다.

A가 기억하는 <드릭>의 내부는 깨끗하거나 정리된 곳이 아니라 늘 혼잡하고 더러운 공간이었으며, 지하공간의 특성상 쾌적함과 거리가 멀었다고 기억하고 있었다. 악기와 공연을 위한 여건 역시 좋지 않아서 앰프 등의 시설이 매우 열악했고 시설 확충은 2001년 이후에나 이루어졌다고 술회하였다.

그러나 공연이 끝난 후에도 그 공간에서 관객과 함께 술을 마시거나 대

화를 나누는 경우가 잦았고 공연을 하는 가수 본인들 역시 <드럭>에 공연을 보러 오는 사람들을 단순한 소비자로 생각하지 않았다고 하였다. A는 <드럭>에 대해서 “아지트”라는 개념을 썼으며, 이 아지트에서 거주하는 사람들은 본인을 포함한 아티스트뿐 아니라 공연장을 자주 찾는 관객(단골)들을 아우르고 있다고 하였다.

이처럼 1990년대 말~2000년대 초반의 홍대 클럽 문화의 참여자들(공연자와 관객)은 일종의 공동체성을 형성하고 있었으며 유대 관계를 맺고 있었던 것으로 회고되었다. 이러한 상황은 2002년 클럽데이 이후 홍대의 공연시장이 커지면서 아이러니하게도 공연자/음악가들에게는 단절의 경험을 갖게 하는데, 단골이 사라지고 홍대 클럽이 유명해져 단발적으로 찾아오는 사람들이 늘어나면서 관계가 변화하고 그에 따른 문화 정체성도 변화하였다고 한다. A 스스로는 자신이 이제 뮤지션이 되었다고 표현하였다. 스타와 관객의 관계가 형성되었으며 생산자와 소비자가 분리되었다는 것이다.



그림 5-2 라이브 클럽 <뽕> 공연장의 모습. 객석과 공연자의 거리가 대형 공연장에 비해 매우 가까움을 확인할 수 있다.

출처 : https://twitter.com/club_bbang(2013.11.17.)

이러한 기억과 달리 당대의 언론보도와 사회적 담론은 이 클럽 문화를 위험한 것으로 간주하고 있었다. 앞서 4장에서 논의한 바와 같이 라이브

클럽은 1999년까지 불법이었고 따라서 항상 단속의 위협에 노출되어 있었다. 불법공간에서 이루어지는 문화적 행위에 대한 담론 역시 불법적인 것, 위험한 것으로 구성되었다. 특히 대학가와 클럽, 카페와 같은 소비문화는 건전함과 퇴폐로 대비되는 문화적 대척점이었다. 언론은 “대학가”와 “퇴폐업소”를 대비하는 구성을 통해 홍대 앞에 새롭게 생겨난 소비문화가 대학의 교양과 지성을 해치는 것으로 간주하였다.

현란한 네온불빛 춤추는 대학가

[한겨레] | 1995-05-14 | 16면

◎ 신촌·신림동 고급카페 등 유흥업소 뻘뻘... '향락' 부추겨/책방 쇠퇴일로 대조적... 최근

“건전문화 회복” 고개들어

대학가의 밤은 화려하다. 현란한 색깔의 네온사인들이 빛난다. 소박한 막걸리집이나 소줏집은 찾기 힘들다. 서점들은 아예 설자리가 없다.

이제 대학가엔 대학생뿐 아니라 직장인, 고등학생까지 몰려들어 버젓한 유흥가를 형성한다.

업소에서는 더 많은 손님을 끌어 모으기 위해 호객행위도 서슴지 않는다.

'제2의 압구정동', '강북의 오렌지 거리'라고 불리는 홍대 앞 '피카소 거리'에는 일식집과 로바다야키, 고급 카페, 원샷바, 단란주점 따위가 뻘뻘이 늘어서 있다. (하락)

대학가 망하는 장사가 없다

[한국일보] | 1997-04-29 | 19면

◎ 서점 사라진 자리에 카페·술집·옷가게.../골목마다 인파와 차량, 삐끼들로 넘실

지난 25일 밤 10시경의 신촌. 다른 곳 같으면 하루 일과를 마무리할 시간인 이때쯤 신촌은 뜨겁게 달아 오른다. (중략)

다른 대학가도 사정은 마찬가지다. 서울대 앞 「녹두거리」, 「10대들의 해방구」 돈암동 성신여대 앞, 홍대 앞 「피카소 거리」, 「패션의 메카」 이대 앞... 대학가 주변은 이미 오래전에 소비·향락 문화의 본거지가 됐다. 골목마다 빼곡히 들어 찬 술집, 옷가게. 천정부지로 치솟는 보증금 때문에 서점이 하나 둘 문을 닫은 자리에 술집과 옷가게만 늘어나는 악순환이 거듭되고 있다. (중략) 밤이 깊어갈수록 활기를 띠는 이상한 공간, 상업문화에 겹겹이 포위된 우리 시대 대학가의 현주소다. 어디에서고 우리 사회의 교양과 문화를 이끌고 가는 대학문화의 참모습을 찾아볼 수 없다. (하락)

이 맥락에서 클럽 문화를 구성한 인디 밴드들과 주점 및 카페를 연 주체들은 향락 소비 문화의 주체였고 대학가를 대학가답지 않게 만드는 존재

들이다. 사실상 이들이 홍대 출신의 미술, 혹은 예술비평 전공자인 경우가 많았다는 데에서 이러한 언론의 보도들은 피상적인 소비 문화에 대한 반감과 신세대 문화에 대한 비판적 시선이 드러난 경우라고 평가할 수 있다.

홍대 출신의 미술가이면서 음악을 하는 B의 경우 댄스 클럽을 중심으로 활동한 20대를 회고하면서 분명 당시의 부정적인 사회적 담론들을 알고 있었음을 밝힌다. 댄스 클럽의 문화는 새벽에 시작하는 것이 통상적이고, 해서 댄스 클럽을 경험한다는 것은 “밤새워 논다”는 것이므로 기성 세대의 눈에 부정적으로 비칠 수밖에 없었다는 것이다. 놀이 문화이면서 야심한 시각에 젊은이들 다수가 몰려다니는 형식의 댄스 클럽 문화는 향락적이고 무절제하게 보였다는 것이다. 이는 한편으로는 청년 세대의 문화가 어떤 형식인가와 상관없이 항상 향락적이라는 언론의 진단을 받았다는 점과도 관련이 있다(주창윤, 2006).

그럼에도 불구하고 B가 당시의 댄스 클럽 문화를 단순한 소비 경험이 아닌 것으로 묘사하거나 회고하는 이유는 역시 공동체성에 있다고 한다. 당시의 댄스 클럽은 현대화되고 대형화된 현재와 달리, 규모도 작고 음악 장르에서도 확실한 분화가 있었다고 말했다. 플로어와 테이블 사이의 거리는 가까웠고 전체적으로 테이블도 개수가 적었다. 새벽시간에 움직이게 되는 클럽에서는 DJ와 참여자들이 대체로 안면이 있었고, ‘단골’의 개념이 있는 공동체성이 존재했다는 것이다. 이러한 관점에서, B는 “문화의 수준은 소비의 수준과는 거꾸로 간다”는 한탄을 하는데, 소비의 양적 성장과 팽창이 과거의 공동체 문화 형성을 불가능하게 하기 때문이라는 의미로 풀이된다.

A, B, P의 회고에는 공통적으로 소규모의 공동체적 공간에 대한 향수가 드러난다. 소규모 공간 대 대규모 공간의 대립은 공동체와 상업자본주의에 의한 소비공간의 대립으로 이어지고, 공동체 내에서의 소비는 단순한 향락적 소비가 아닌, 문화의 생산을 이끌어내는 건전한 것으로 간주되고

있었다. 그러나 대형 자본의 침투 이후 발생한 공간은 이러한 생산의 기능을 하지 못한다.



그림 5-3 댄스 클럽 nb2 전경(왼쪽)과 프랜차이즈 브런치 카페 커피 스미스(오른쪽)

이들은 상업주의적 자본이 기획한 공간, 대형 프랜차이즈 카페는 홍대의 이러한 정체성과는 다른 곳이며, 홍대 인디 문화의 주체들이 일군 문화적 정체성을 자본을 통해 흉내내고 전유하려는 시도로 읽고 있었다. 젠트리피케이션 중 공간의 정체성을 자본이 훔쳐내는 한 사례가 되는 것이다. nb2가 있는 거리를 YG 거리로 부른다거나, 해당 거리를 멀리 돌아다니려는 시도는 이와 같은 반감을 보여주고, 초기 젠트리파이어로서 이 공간의 문화를 일구었다고 자부하는 이들이 상업자본에 의한 젠트리피케이션을 거부하는 모습을 보여준다.

이러한 생산과 소비의 문제는 현재 홍대 공간에서 활동하는 사람들을 구

분하려는 인터뷰이의 태도에서도 드러났다. B는 현재 홍대 라이브 인디 클럽 문화는 1990년대 말의 그것과는 다르다는 진단을 내리면서 그 이유로 공동체적 공연 참여자가 아닌 문화상품의 취향 소비자의 등장에서 찾았다. 이들은 특정한 취향의 소비자이기 때문에 특정한 밴드의 공연만을 찾는 경우가 많고 기존의 인디 밴드 공연 문화에 익숙하지 못한 모습을 보인다. 라이브 클럽을 운영하고 있는 M 역시 〈탐밴드〉와 같은 공중파 방송 프로그램 이후 특정 밴드의 공연을 소비하려는 30대 이상 여성 관객층이 늘었다고 하면서, 이들은 일회적이거나 아니면 특정 밴드의 공연에만 참여하는 소비자로 기존의 라이브 클럽 공연 관객과는 다른 속성을 갖는다고 말하였다.

이처럼 성격이 다른 소비자의 등장은 과거보다 훨씬 더 인디 클럽 공연자들의 생태계를 복잡하게 만들고 있는데, 공연자들의 수는 늘어난 반면 소비자의 절대 수는 줄어든 상황에서 소수의 인지도 있는 밴드가 아니면 제대로 공연의 대가를 챙기기 어려운 상황이 되었다는 것이다. 물론 이러한 진술이 과거 1990년대에는 인디 밴드나 인디 문화의 주체들이 충분한 물질적 대가를 받았다는 뜻은 아니다. 한국 대중음악의 전반적인 아이돌 집중 현상 및 과도하게 저렴한 음원 유통구조와 관련되어 있는 홍대 인디 문화의 경제적 위기는, 열정 노동의 구조를 심화시키고 소위 문화 백수들을 양산할 수도 있다(B). 문화 백수는 단지 생산하지 않거나 돈을 벌지 않는다는 의미에서만이 아니라, 해당 문화의 발전에 기여하지 않는다는 점에서 문제적 주체로 이야기될 수 있다.

한편으로 이러한 문화 백수에 대응하는 문화생산자로 공간을 점유하는 능력에 대해서 이야기하는 경우도 있었다. E는 홍대 문화공간의 다양한 이용자 중에서 특히 카페공간을 일터 삼아 일하는 사람들의 정체성을 이야기한다. 홍대 공간을 스쳐 지나가는 소비자가 아닌, 홍대 공간의 거주자들은 실제로 거주공간 자체가 홍대 부근인 사람도 있지만 대부분은 ‘일하는 공간이 홍대 인근인 사람’이라고 정의할 수 있다고 하였다. 마포

구 인근에 거주하는 E는 의식적으로 상수동 일대 거리를 일하는 공간으로 구성하였다. 정해진 시간에 정해진 공간에 가는 것, 정해진 시간에 집으로 돌아오는 것과 같은 시간 행위가 해당 카페를 전유하는 방식이 된다. 이러한 행위자들은 E의 주변에 다수 존재하며, 그렇기 때문에 E가 일하는 방식은 해당 공간에서 자연스럽게 결합하거나 새로운 아이디어를 창출하는 방식으로 이루어진다.

따라서 이러한 행위자들에게 카페는 단순히 차를 마시거나 친구를 만나는 소비의 공간이 아니라, 생산의 공간이 된다. 이들은 주로 문화와 관련된 직업에 종사하고 있기 때문에 이러한 카페공간들은 문화 생산의 공간으로 기능한다. 흔히 볼 수 있는 대형 프랜차이즈 카페에서도 노트북을 사용해 공부하거나 작업을 하는 대학생들이 많지만, 홍대 인근의 거주자들이 활용하는 카페공간이나 식당 등과의 차이점은 공통의 관심사 혹은 비슷한 분야의 직장에서 일하는 사람들과의 교류를 자연스럽게 이루어낸다는 것이다. 대형 프랜차이즈 카페가 홀로 있는 공간이라면, 홍대 인근의 작업 가능한 카페들은 다 함께 쓰는 공간으로 의미화된다.

이는 부분적으로 카페공간 자체가 이러한 생산 기능을 염두에 두고 디자인되기 때문에 가능한 일이기도 하다. 홍대 인근의 카페 문화를 이끈 유명 카페의 운영자인 D는 본인의 카페공간이 애초부터 살롱 문화를 염두에 두고 구성되었음을 밝힌다.

해당 카페공간은 획일화되지 않은 테이블과 의자, 대형 프랜차이즈 카페에 비해 넓은 테이블 간의 간격, 그리고 카페의 한 면을 차지하는 서가, 다른 한 면을 차지하는 공연 가능한 악기와 앰프 등의 배치는 홍대에서 “홍대다움”을 표방하는 카페의 한 특징이기도 하다. 커피를 마시는 곳만이 아닌 모임, 독서, 연구, 공연이 모두 가능하다고 밝힌 D는 자신의 카페가 홍대의 인디 문화 생산자들에게 일종의 공동체공간이자 작업공간, 다시 말해 살롱이라고 자부한다고 말한다. 특히 자신의 카페는 영화 특화, 특정 장르 특화가 아닌 모든 종류의 예술 장르를 포괄하기 때문에 더

욱 특별한 의미가 있다고 밝혔다. 해당 카페에서는 낭독회와 공연, 미술 전 등이 열리고 서가에 배치된 도서는 미술전문 수입 도서와 잡지로 대형 프랜차이즈 카페와는 다른 특성을 갖는다.



그림 5-4 이리카페 내부. 서가와 음반꽂이, 약기가 전시되어 있음

출처 : <http://oouniv.org/256>

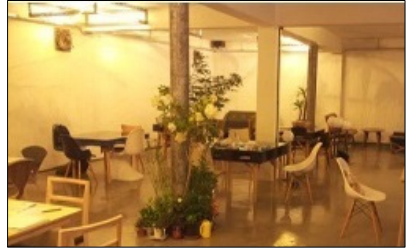


그림 5-5 무대룩 내부. 테이블 간 간격이 넓고 공간이 넓은 편임

출처 : 무대룩 홈페이지(www.mudaeruk.com)

또한 이 카페에 오는 사람들 역시 이러한 살롱 문화를 이해하는 사람들 이라고 밝혔다. 언론에 보도됨에 따라 “여기가 유명한 카페”라고 찾아오는 관광객들이 전혀 없는 것은 아니지만, 특별하지 않은 인테리어나 특별하지 않은 음료의 맛에 크게 매력을 느끼지 못하고 다시 오지 않는 경우가 더 많다고 한다. 다시 말해 이러한 카페공간들은 여전히 ‘단골’의 문화로, 문화 생산자들이 이용하는 공간이며 단순한 소비문화의 공간과는 확실하게 차별화되었다는 주장이라고 할 수 있다.

이런 홍대 인디 문화의 특성은 1990년대 말~2000년대 초반 언론에 의해서 찬양되었던 바이기도 하다. 댄스 클럽과 주점을 향락, 위락 문화로 정의한 것과 달리 홍대의 카페 문화는 새로운 문화공간이자 신세대 문화공간, 독특한 문화공간으로 각광받아 왔다. 경향신문이 연재한 X-POINT 라는 연재물은 신세대 문화공간(X세대의 문화공간)을 소개한다는 취지를 담고 있었는데, 이 연재물이 자주 다룬 지역이 홍대 인근 지역의 음악, 디자인 카페들이었다.

홍대 앞 'DMZ'(X포인트)

[경향신문] | 1996-09-05 | 29면

◎ 디자인 작업기기 완비한 신세대 카페/탄약통·위장그물 등 참호 분위기 눈길
매킨토시로 무장한 디자이너들의 비무장지대. 서울 마포구 서교동 홍대입구에 위치한 「DMZ」는 주식회사 형태의 카페다. 디자인 사무실에서 고객들을 위한 서비스 차원으로 카페를 함께 운영하고 있기 때문이다. 이곳은 대중성과 전문성을 겸비한 독특한 문화공간이다. 디자인 작업구상부터 출력까지 모든 것을 해결할 수 있다. 또 사무실 한쪽은 모든 사람들을 위한 휴식공간으로 제공하고 있다. 이곳에서 DMZ는 비무장지대를 뜻하는 단어가 아니라 디자인과 멀티미디어의 공간(Design Multimedia Zone)으로 통한다. (하락)



그림 5-6 대형 상업자본 진출의 상징으로 언급되는 상점

13

“나쁜” 소비 공간 담론의 형성

결론적으로, 생산과 소비에 대하여 특히 대형 상업자본에 의한 소비공간의 구성과 그 소비에 대하여 “나쁜 것”으로 간주하려는 시도는, 외부의 담론 변화와 상관없이 홍대 공간의 실제 이용자들에게는 매우 중요한 해석적 레퍼토리로 자리하고 있음을 확인할 수 있었다. 홍대 공간의 이용자들은 대형 상업자본주의가 제공하는 것과는 다른 공동체적 공간, 문화생산의 공간을 바랐던 것으로 간주하고 대형 프랜차이즈 카페나 주점과 같은 소비공간이 홍대 공간의 정체성에 위배된다고 주장하였다.



그림 5-7 홍대입구 공향철도역 인근.
홍대입구역(공향철도)의 건설과 그에
따른 분쟁이 계속되고 있다



그림 5-8 곳곳에서 재개발이 이루어지고
있는 서교 365번지 인근

2

누구나 알고 있는 ‘홍대 망했다’는 이야기

홍대 공간을 문화 생산지로 정체성화하는 이들에게 과거의 회고는 현재의 홍대 문화와 공간에 대한 실망과 한탄으로 이어지는데, 이들은 현재의 홍대를 “망했다”고 표현하는 것이 특징적이다. 이러한 ‘홍대의 몰락’에 대한 이야기는 사실상 새로운 것이 아니다. 두리반 투쟁을 비롯하여 홍대 인근에 대형 상업자본이 들어오게 되면서 생긴 공간의 변화는 소비자본주의의 침투에 대한 저항, 반감 및 분노로 여러 계기를 통해 표현되었다. 다음과 같은 기사는 이러한 홍대의 몰락 이야기에 대한 대표적인 서술방식이다.

“홍대 앞에는 왜 ‘부비부비 클럽’만 남게 됐나”

프레시안 2011-07-21

(전략)

“홍대 앞은 이제 끝났어요”

우중독보행 대표는 홍대 상업화가 이미 ‘예술 공동화’를 낳고 있다고 주장했다. 이른바 ‘홍대 신(scene)’을 일군 주역들의 공통된 지적이기도 하다. 수익을 내기 힘든 갤러리가 사라졌고, 미술가들의 작업실은 홍대 외지에 새 동지를 텃다. 스펠글, 피드백, 발전소, 언더그라운드 등 상당수 클럽이 문을 닫았다. 마스터플랜이 사라지면서 힙합 음악인들이 설 자리가 좁아졌다. 최근에는 씬지 부도의 여파로 뽕(ssam)마저 문을 닫았다. 이곳에서 활동하는 음악인 상당수가 망원동, 상수동 등 인근 지역은 물론 일산, 은평구 등지로 이동했다. (하락)

이러한 홍대의 몰락 이야기는 홍대 공간 이용자들에게는 일종의 전설과도 같은 해석적 레퍼토리¹가 되고 있었다. 심지어, 1990년대와 2000년대 초반 홍대 문화를 경험하지 못한 사람들에게도 이 이야기는 반복/재생산되는 레퍼토리였다. 이러한 반복 재생산에 영향을 주는 것은 언론, 선배들은 물론 이곳에서 생산되는 문화양식들 자체였다.

“홍대 놀이터. 어릴 적 꿈을 꾸며 같이 뭇을 노리던 형제여, 가끔 혀로 밤을 놀리던 내 옆의 니가 없어. 난 또 어디로. 이제 난 뭘 믿어. 수 노래방 사거리. 막걸리 형님께 주저없이 사버린 한 잔의 풍경. 낭만도 싸그리 죽친 뽕끼와 장사꾼. 싹 들이키고 발길을 돌려, 사뿐히. 그 어느 뜨거운 여름. 차갑듯 식어버린 꿈의 여운. 〈Joy Rain, 달재의 “어느 여름”(2010)의 가사 중 일부〉

위의 사례는 홍대 인디 음악에서 가사로 홍대 놀이터의 변화를 묘사한 사례이다. 이외에도 다양한 예술 형태와 연극, 다큐멘터리, 미술 작품 등을 통해서 홍대의 변화에 대한 담론들이 만들어졌다. 그리고 이러한 담론들을 다양한 주체들이 습득하는 것 역시 광범위하게 이루어졌다.



그림 5-9 놀이터 바로 앞의 가판대.
마포구에서 허가를 받아야
한다



그림 5-10 놀이터 전경. 행사가 진행 중이지만
아직 시간이 일러서 관객들이 많이
참여하지 않고 있다

1 담론 심리학에서 사용하는 개념으로, 해석적 레퍼토리란 발화자의 정체성을 구성하기 위해서 사용하는 일종의 이야기 구조, 담론을 말한다.

예컨대 홍익대학교를 졸업한 20대 여성인 C는 본인이 학교에 들어왔을 때는 이미 ‘홍대의 상업화’가 상당 수준 진행되었던 이후라고 기억하고 있었다. 이미 갤러리 형태의 문화 카페나 대안공간은 힘을 잃고 있었고, 대형 프랜차이즈 카페 및 대형 상점이 홍대 앞과 인근 지역에 대다수 입점한 다음이었으며, YG 엔터테인먼트가 진출한 대형 클럽과 주점이 성황리에 영업을 하던 중이었다는 것이다.

특히 그가 중요하게 기억하는 것은 <커피 프린스 1호점>의 방영이었다. 그 전에도 이미 카페들은 부침을 거듭하고 있어서, 소규모의 디자인 카페, 음악 카페들이 생겼다가 없어졌다가를 반복하고 있었지만, 그의 기억에 <커피 프린스 1호점> 방영 이후로는 대형 카페들이 더 늘어나고 소규모 카페들은 큰 거리에서 점점 더 안쪽으로 들어가게 되었다고 한다. 또한 <커피 프린스 1호점> 방영 이후 해당 카페를 방문하기 위해서 찾아오는 외지인과 외국인 관광객들이 늘어났다고 기억하였다.

C는 사람들이 너무 늘어나서 길이 붐비는 것은 불편하지만 전체적으로 아름다운 카페, 맛있는 음식점 등의 소비공간이 늘어난 것에 대해서는 부정적으로 생각하지 않고 있었다. 편리함이 늘어났고 새롭고 신기한 것이 생겼다는 점에서 긍정적이라는 의견이다.

그럼에도 C는 원주민의 불만과 향수를 잘 알고 있으며, 본인 역시 홍대 다움의 사라짐에 대해 아쉬움을 느낀다고 말했다. 문화 생산지로서의 홍대가 더 이상 없다는 주장에 동의하고 있었다. C가 기억하는 ‘문화 공동체적 성격의 문화공간’은 사실상 30대 이상의 세대들이 기억하는 공간에 대한 기억을 전수받은 것이라고 할 수 있다. 이미 상당히 변화한 이후에 홍대 앞에 거주하게 된 C는 ‘홍대다운 카페’들이 이미 상수동 인근으로 이주하게 된 다음에야 해당 카페를 방문하였다. 라이브 클럽 공연에 대한 기억 역시 달랐다. 2000년대 중반 이후로 라이브 클럽 공연의 활성화 정도가 달라졌고 상당수의 라이브 클럽이 문을 닫거나 성격을 달리하게 되었기 때문이다.

즉 C가 직접적으로 경험한 것은 놀이 문화였고, 대학생 생활도 홍대 인근의 주점과 카페를 주요 활동공간으로 삼는 놀이 문화였다고 말했다. 그러면서 이러한 놀이 중심의 생활을 과거의 ‘홍대스러움’과는 대비되는 것으로 자연스럽게 표현하고 있었고, 상업화가 가속화되면서 카페와 가게들이 너무 자주 바뀌어서 도시의 추억이 없다고 이야기하였다.

이러한 이야기들은 본인의 경험 세계와 ‘전수’받은 이야기 구조를 결합한 결과로 해석할 수 있다. 이러한 홍대다움에 대한 이야기 구조는 주로 선배들과 만나는 예술가들을 통해서 전수되고 있고, 두리반 투쟁에 대해서는 언론을 통해서도 습득하고 있는 이야기 구조였다. C는 두리반 투쟁 전후로 홍대 인근의 임대료에 대한 이야기를 많이 들었고, 그로 인해 많은 카페나 갤러리들이 문을 닫았다는 ‘사실’을 알고 있다고 답했다.

‘이야기’는 홍대에 장기간 거주하거나 생활하지 않은 인터뷰이의 경우에도 널리 퍼져 있어서 이미 알고 있는 것이었다. 원래 다른 대학교에서 학부를 나왔지만 홍익대학교 대학원을 다니게 되면서 홍대 인근을 경험하게 되었다는 J는 자신의 학부 시절에 ‘홍대’는 뭔가 다르다는 이야기를 들었다고 술회했다. 자신의 학부 수학 대학과는 다른 문화적 공간이라는 이야기가 널리 퍼져 있었다는 것이다. 그러나 본인이 직접 홍대 인근에서 보게 된 문화는 일본식 문화가 유행한다는 것과, 대기업과 프랜차이즈 상점들이 들어선 이후의 소비 문화 양상이었다.

전공 공부의 필요에 의해 J는 2000년대 초중반 대안 문화공간이라고 언론에 자주 소개되었던 갤러리나 카페를 가본 적이 있었다고 기억했다. 그러나 특별한 인상을 받았다고보다는 “망할 것 같았다”는 생각을 했다고 표현했다. 특별하게 대중에게 매력을 끌 만한 것 같지는 않았다는 것이다. 그리고 그러한 공간들이 일종의 ‘홍대 스타일’을 만들었고 그 스타일이 확연하게 구분되는 문화 정체성의 하나라는 것에 동의한다고 하였다. 또한 홍대 공간의 변화가 술과 댄스 클럽, 그리고 외국인들의 등장에서 극명하게 드러나고 있다는 인상을 받았으며, 이전의 문화 양식과 확실히

다른 것이라고 알고 있다고 진술했다. 그러한 앎은 이 공간의 주변에서 거주하면 자연스럽게 습득되는 것으로, 학교 선후배, 언론보도, 가끔씩 찾는 공연장이나 카페, 스트리트 무가지 등을 통한 것이라고 했다.

F는 이러한 점에서 홍대 인디 문화의 형성 시점과 활성화된 장소성을 직접적으로 경험하지 못한 젊은 세대들에게도 ‘홍대는 망했다’는 이야기가 어떻게 진실담론으로 전파되었는지에 대해 주목할 필요가 있다고 말한다.

F는, 홍대 공간의 변화는 1980년대 서울 도시정비계획이 정립되고, 상암지역의 개발과 마포구를 글로벌 허브로 만들겠다는 계획 등이 시작될 때 이미 예견된 것이었다고 한다. 1990년대 말 이미 부동산 투자자들은 인천공항으로 이르는 공항철도의 계획과 관련하여 정보를 입수하고 홍대 인근의 지대를 올리기 시작하였으며, 지대 상승이 홍대 상업지역의 건물 임대료 상승과 대자본 침투에 의한 상업화로 반영되기 직전에 어떻게 보면 우연하게 신촌에서 이주한 음악가들과 홍대에 자생적으로 발생했던 미술과 대안 예술의 문화들이 활성화되었던 시기가 존재했다고 보고 있었다. 그 이후의 홍대 문화와 공간의 변화는 서울이라는 공간의 특수성, 한국에서의 부동산과 재개발 계획이 갖는 절대적인 위치 때문에 예견된 것이었다.

그 특정한 시기에 대해서 홍대다움의 문화, 대안적 문화 생산의 공간과 같이 묘사하고 기억하는 것은 일종의 향수이자 회고이다. 이러한 향수담론들이 할 수 있는 것은 홍대 공간의 문화적 정체성을 역사적으로 기록하고 기억하는 것이다.

이러한 입장에서 M은 최근 홍대의 상업주의화, 소비문화공간화에 대한 비판 담론들이 생산적이지 않다고 보고 있기도 하였다. 그가 보기에 이미 진행되어버린 지대 및 임대료의 상승에 대한 대응은 홍대가 소비공간화되었다고 비판하는 것을 통해서 건강하게 이루어질 수는 없는 것이다. 이미 수차례 반복되어 온 이야기이며, 비단 홍대뿐 아니라 대학로나 삼청동 같은 서울시내의 문화공간에서도 이미 진행되어 끝난

이야기이기도 하다는 것이다. 다만 홍대 인근 지역은 아직 완전히 끝나지 않았기 때문에 대안을 모색해야 하는데, 이는 단순히 “상업화에 대한 비판”을 반복하여 이야기하고 “향수”를 생산한다고 만들어지지 않는다는 것이다.

결론적으로, ‘홍대가 망했다’는 이야기는 실질적으로 2000년대 후반부터 광범위하게 누구나 알고 있는 담론이 되었으며, 그 문화의 실제적인 담지자가 아님에도 의식적, 혹은 무의식적으로 재생산하는 내용이 되었다. 음악평론가 김작가는 이러한 향수에 대해서 다음과 같이 서술한 바 있다. “역시 옛날이 좋았다며 회상에 잠길 것이다. 그 대화 안에서 이리 카페와 바다, 코스모스는 천국의 반열에 오르리라. 혹은 변질된 공간을 아쉬워하며 그때의 그곳이야말로 사람냄새가 넘쳐 흘렀다는 착각에 빠지리라”(김작가, 2005).

3

거주와 관광의 이분법

홍대가 망했다는 이야기 구조, 그리고 대형 상업자본에 의한 소비 문화에 대한 극심한 반감은 홍대 공간의 이용자를 구분하는 것을 통해서도 잘 드러났다. 거주자와 관광자로 대표되는 홍대 공간의 이용자 정체성은 홍대라는 공간의 장소성을 어떻게 규정하는가와 밀접하게 관련되어 있다. 랐프가 말한 장소성의 개념에서 중요한 것 중 하나가 공유된 기억과 가치라면, 홍대 거주자들은 그들이 막 거주하던 시기에 형성된 홍대의 문화적 경관들이 당대 상업적이지 않은 순수한 예술가들의 정서와 경험을 담은, 그리고 한국 인디 문화의 발전 역사를 담은 경험과 기록을 그 장소성의 핵심으로 정의한다(대표적으로, 성기완, 2009). 그러나 현재의 홍대 문화는 인위적으로 조성되어, 카페가 인기 있는 지역이기 때문에 자연발생적 카페 자리를 프랜차이즈 카페가 대체하고, 예술적이고 실험적 디자이너들의 작품을 판매하던 소규모 공간들이 대형 숍으로 변화된 상

황으로 장소성의 표피만을 취한 것이고, 장소성이 상실된 무장소성의 상태이다. 이러한 무장소성의 상태는 관광객들에 의해 촉발되고, 심화되고, 지속되고 있다는 지적이다.

B는 관광객들이 지속적으로 홍대를 찾는 이유는 어떤 공간을 점유함으로써 ‘잘나가는 사람’이라는 정체성을 획득하고자 함이라고 분석하였다. 홍대 문화가 제공하는 공간자본을 소비를 통해 획득하려는 시도이다. 그가 관찰하기에, 2002년 이후 홍대 댄스 클럽의 주요 소비자들은 지방이나 서울의 타 지역에서 관광 온 사람들이다. 홍대 클럽에 갔다 온 경험이 있어야 소위 ‘핫한 사람’이기 때문에 몰려든 사람들이라는 것이다. 그는 당시 새벽 시간대 홍대 인근에는 지방 번호판을 달고 있는 차량이 많았다고 기억하고 있었다.

문제는 이들이 몰려들어 댄스 클럽들이 지나치게 사람들로 붐비기 때문에 실제로 댄스를 출 수 없는 경우가 많다는 데에 있다. 그는 이렇게 각 지역에서 홍대의 댄스 클럽을 소비하러 온 사람들이 진짜 춤을 춰 보지도 못하고 가지만 홍대에서 춤을 춰 봤기 때문에 핫한 사람이라는 자기 정체성을 형성해 간다고 이야기한다. 진짜 경험과 가짜 경험을 구분하려는 시도로 해석할 수 있으며, 관광객이 피상적인 경험을 관광지에서 누리고 가는 것처럼 홍대 댄스 클럽의 주요 소비자층이 누리는 것은 관광지의 피상적 경험에 불과하다.

실제로 홍대 댄스 클럽을 좋아하고 자주 찾아다닌다고 말한 20대의 대학생 G는 홍대의 다른 지역을 찾거나 들러본 적이 없다고 했다. 홍대의 <nb2>와 같은 유명 클럽을 자주 찾는 G는 홍대에 가는 이유가 댄스 클럽에 가기 위해서이기 때문에 이곳 말고 자주 가는 클럽은 없다고 이야기했다. B와 같은 입장에서 보면, G는 관광지의 관광 가이드에 나온 명소를 찾는 여행자와 같다. 관광지의 주변에는 무엇이 있는지 알지 못하지만 그에 대해 관심을 갖지도 않으며, 유명 관광지에서 사진을 찍어 자신이 그곳에 다녀왔음을 증명하려는 관광객들의 정체성이다.

물론 이러한 관광객들의 정체성은 거주자가 보기에는 부정적이지만 댄스 클럽을 찾는 G의 입장에서는 중요한 문화적 경험으로 기록되어 있다. 모범생으로 살아온 G에게, 흔히 향락적이고 성애적일 것으로 예상되는 댄스 클럽은 거리가 먼 문화였지만, 세상에 대한 경험을 넓히려는 시도로 참여하게 된 댄스 클럽 문화는 언론에 묘사되는 것만큼 향락적이지 않았고, 몸을 쓰는 새로운 경험으로 생각하고 있다고 말했다.

홍대 맛집을 주로 찾는 H의 경우에도, 홍대 공간은 새로운 것의 실험이 많고, 널리 알려진 것과 나만 아는 것이 섞여 있는 신기하고 즐거운 소비 공간이었다. 홍대 공간이 주는 즐거움은 내가 선호하는 맛집을 발견하고 이를 소개하는 것에 있었다. 인터넷에서 블로그 등을 통해서 소개되는 홍대 맛집은 자신에게 맞는 경우도 있었지만 대부분의 경우 특별하게 매력을 느끼지 못하고 있으며, 자신이 찾아낸 맛집을 남이 추천해달라고 해 추천해줄 때 보람을 느끼고 있었다. 이는 남과 다르고 특별한 것을 찾아 소비하는 현대 사회의 소비 취향 문화의 일부로 음식이 들어온 부분을 정확하게 반영한 사례라고 할 수 있다.

한편 이들 방문·관광자 외에도 주요한 관광 주체는 외국인들이다. 홍대 공간은 외국인을 쉽게 만날 수 있는 곳으로, 클럽과 바는 외국인들이 찾는 문화적 공간이 되고 있었다. G의 경우 외국인 이성 친구를 클럽에서 만났다고 하였고 클럽에서 외국인과 댄스 배틀을 벌인 경험을 가지고 있었다. 이는 스트리트 댄서인 I의 경우에도 마찬가지였다.

그러나 최근의 외국인들은 대규모 단체 관광객들이 많이 늘어났다는 것이 이들의 관찰이며, 이에 대해서 불편함을 호소하기도 하였다. 대규모의 단체 관광객은 길을 혼잡하게 하고 클럽과 상점을 붐비게 하기 때문이다. 상가에는 좋겠지만 조용해서, 혹은 자신만의 시간을 가질 수 있어서 특정한 카페나 맛집, 바를 선호하던 이들에게는 그다지 반갑지 않은 일이다. 이러한 외국인 관광객들은 한류 관광객이거나, 쇼핑을 하기 위해 홍대 인근에 오는 관광객들로 이러한 단체 관광객을 태운 관광 버스가

합정역 후편으로 늘어서 있는 것을 자주 목격할 수 있다고 하였다. 거주자들은 스스로를 이러한 관광자들과 구분하며, 자신들은 홍대의 정체성을 만들어가는 주체로 생각하고 있었다. 이들은 자신들이 홍대 공간자본을 구성했다고 주장한다. 이러한 주장들은 홍대 인디 뮤지션들에게도 흔히 나타나는 것으로, 지난 2013년 8월 15일 홍대 거리에서 길거리 공연(버스킹)이 금지되었다는 루머가 퍼졌을 때 수많은 인디 뮤지션들이 관련 내용을 트위터에 올리면서 언급한 내용들과 같다.

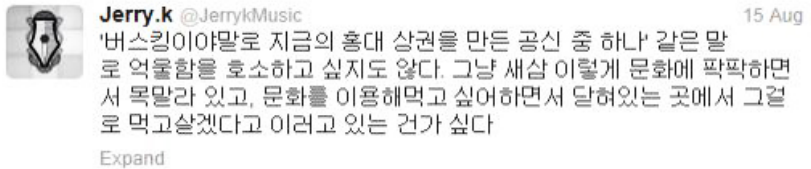


그림 5-11 힙합 뮤지션 제리 케이의 발언

출처 : <https://twitter.com/JerrykMusic>

인터뷰에 참여한 A, B, D, M의 경우에도 모두 이처럼 홍대 상권, 다시 말해 홍대의 문화 정체성과 장소성을 형성한 것은 인디 문화의 주체들이라고 주장하였다. 이들은 콘텐츠를 형성하는 것은 공간에 늘어난 건물이 아니라 사람들이라고 주장하면서, 콘텐츠는 그곳에 오는 사람들과 거주하는 사람들이 함께 만들어가는 것이라는 의견을 피력하였다.

도심 내에 새롭게 문화적 장소와 정체성이 만들어지는 과정은 분명히 인디 문화의 주체들에 의해 이루어졌으며, 이들은 홍대에 거대 자본이 들어오기 전에 길거리 공연과 다양한 대안 문화공간을 만들어내어 이러한 문화적 정체성을 구성하였다. 지대와 임대료가 오르면서 이러한 공간에서 물러나야 하는 시기가 되었을 때 원래 홍대 지역의 건너편인 서교동 일부와 상수동, 연남동 지역은 홍대에서 일군 장소의 정체성을 유지하면서 새롭게 공간자본을 개척하는 장소가 되었다(김신성, 2013 참고).



그림 5-12 연남동으로 내려가는 길. 카페,
주점들이 들어서고 있다



그림 5-13 편집숍/북함문화공간 1984.
홍대입구역 1번 출구로 나와 갈 수
있는 카페로 전통적 '홍대 앞'(8번
출구)의 반대편에 있는 카페

D는 투기 자본의 움직임에 따라 거주자들이 만들어낸 문화적 장소와 가치들이 전유되는 일은 세계의 도시 어느 곳에서나 일어나는 일이라는 의견을 제시하였다. 다만 서울의 경우 그 전유 과정이 지나치게 짧기 때문에 오는 혼란과 고통이 극심하다는 것이다. 그러나 예술가들은 다시 새로운 장소를 발견하고 문화적 장소화하는 능력을 가지고 있기 때문에, 홍대의 문화 정체성이 연결되는 새로운 공간자본의 형성이 가능한 새로운 지역이 생겨날 수 있으리라는 긍정적 전망을 제시하기도 하였다. 한편으로 이러한 공간자본의 형성과 관련해서는 서울시에서 직접 이러한 공간들을 운영하여 운영 원칙과 원리를 배워가는 것이 도움이 되리라는 제안 역시 남겼다.

4

걷고 싶은 거리를 걷는 방법

1998년부터 서울시와 마포구가 추진한 걷고 싶은 거리 사업은 2000년대에 본격적으로 시작되어 현재 진행형인 사업이다. 앞서 4장에서 언급하였던 바와 같이, 서울시와 마포구의 궁극적인 비전은 걷고 싶은 거리에서부터 주차장 거리를 지나 한강에 이르기까지 녹지 공원을 조성하는 것이다. 걷고 싶은 거리에 대한 공식적인 안내문은 다음과 같다.

‘걷고 싶은 거리’는 2002년 월드컵경기 및 새 서울타운 조성에 따라 상수동 318번지에서 서교동 329번지 사이에 도로를 개설하고 도시경관을 정비하여 홍대를 거점으로 형성한 거리이다. 총연장 1,280m, 폭 15~45m로 홍대 앞을 관통하고 있다.

걷고 싶은 거리는 지역 특유의 잠재력을 활용하여 자연스럽게 청년문화공간으로 연결시키고, 서울의 다른 지역에서 찾아볼 수 없는 연극·미술·음악·만화 및 영상 중심의 밀레니엄 청년문화의 장으로 조성하고자 마련되었다. 인디 또는 언더 계열의 자생 청년문화를 양성적으로, 그리고 긍정적으로 수용하여 마포구의 옛 역사를 자연스럽게 청년문화공간으로 연결하고자 하는 공간으로, 인접 주민들뿐만 아니라 서울시민, 외국인 관광객들에게도 볼거리를 제공하는 다양한 보행환경을 갖추고 있다.

그러나 실제로 홍대 인근에서 거주하거나 활동하는 사람들의 걷고 싶은 거리에 대한 반감은 상당했다. 2002년 월드컵 이후 상가가 늘어나고 사람들이 자주 찾게 되면서 그 이후 생긴 이 거리의 별명은 “굽고 싶은 거리”인데, 이는 그림 5-18에서 드러나듯 거리의 양편으로 고기를 파는 음식점들이 주로 늘어서 있기 때문이었다. 이는, 이 연구에서의 인터뷰는 물론이고 홍대 인디 문화 관련자들을 인터뷰한 기사나 자료에서 자주 등장하는 일종의 해석적 레퍼토리라고 할 수 있다(대표적으로, 박은미, 최재혁, 손새나, 장은선 인터뷰, 2010).



그림 5-14 마포구에서 세운 걷고 싶은 거리 안내판



그림 5-15 걷고 싶은 거리 전경. 걷고 싶은 거리가 아닌 굽고 싶은 거리라고 불리는 이유는 주로 고기류를 파는 음식점들이 늘어서 있기 때문이다

A는 걷고 싶은 거리에 씨끼가 있기 때문에 걷고 싶지 않다고 말한다. 2005년에 나온 홍대 인디 문화에 대한 책자는 홍대를 씨끼와 조폭, 여관 그리고 룸살롱이 없는 동네라고 묘사하지만, 지금 현재 씨끼도 룸살롱도 존재한다(류재현, 2005). 여관의 경우 초등학교 인근이라 법적 허가가 되지 않는다.

씨끼가 있다는 것은 거리가 더럽다는 것을 의미한다고 A는 규정하였다. 나누어 주는 전단지가 쓰레기가 되기 때문이다. 홍대에서 장기간 거주했던 A는 걷고 싶은 거리가 조성되기 전에는 그 부근과 그에 이어진 골목 길을 장시간 친구들과 함께 걷곤 했지만 현재는 걸을 만한 곳이 없다는 불만을 제기하였다. 대부분의 골목까지도 모두 상권으로 개발되어 주거 지역과 상가지역의 구분이 많이 사라졌고 그에 따라 어디에도 사람들이 넘쳐나기 때문이라는 것이다.



그림 5-16 홍대 앞 골목 풍경. 주거지역 바로 옆에 상가가 있다



그림 5-17 야간의 걷고 싶은 거리 주변

인터뷰 대상자들은 걷고 싶은 거리를 어떻게 피해서 걸을 것인가에 대해서 늘 고민하게 된다고 말했다. J와 K는 모두 걷고 싶은 거리는 홍대가 어떤 곳인지 모르는 사람들이 일단 와서 처음 찾는 곳이라면서, 관광 안내도에 제시된 관광지 개념일 뿐 실제로 홍대 인근에서 살거나 공부하는

사람들, 일하는 사람들은 걷고 싶어 하지 않는다고 말했다. F 역시 홍대 인근에서 일하는 사람들의 가장 큰 고민은 어떻게 하면 걷고 싶은 거리를 지나지 않고 집에 돌아갈 것인가 하는 고민이라고 하였다.

맛집을 찾기 위해 홍대 앞에 오는 H의 경우에도 걷고 싶은 거리는 그렇게 반기는 장소는 아니었다. 특히 걷고 싶은 거리의 주변에는 특별한 맛집이 없다고 한다. 걷고 싶은 거리와 그 주변은 대형 음식점이나 프랜차이즈류가 많고, 사람이 많고 시끄러운 고깃집 중심이기 때문에 자주 가지 않게 된다고 말했다. 맛집은 큰 거리보다는 골목 안에 깊숙이 존재하며, 걷고 싶은 거리에서는 사람들에게 너무 치이기 때문에 특히 밤에는 그 거리를 걷는 것을 피하게 된다고 말했다.



그림 5-18 홍대 앞 골목 풍경. 걷고 싶은 거리가 아닌 골목에도 상당한 수준의 상권이 형성되어 있으며, 이러한 골목길들이 오히려 걷고 싶은 거리가 되고 있다고 말한다

스트리트 댄서로 활동한 경력이 있는 I의 경우도 골목을 찾아 다니는 경험을 가지고 있다. 힙합을 좋아하고 힙합 댄스를 추는 그에게 홍대입구역부터의 상가지역이나 걷고 싶은 거리의 상점들은 크게 의미가 없다. 힙합 문화는 눈에 잘 띄지 않는 곳에 숨어 있기 때문이다. 대중화가 아직은 되지 못한 스트리트 댄스 문화이기 때문에 대로변에서는 지대나 임대료를 감당하지 못하고 외부 공간으로 숨어들게 된다.

인터넷에서 검색도 잘 되지 않는 공연을 보러 다니고, 상업화된 대형 클럽에서는 출 수 없는 춤을 추기 때문에 방문하게 되는 클럽의 종류도 달라졌다. 현재 많은 사람들이 기존의 인디 문화공간이 사라져 가는 것에 대한 아쉬움을 표현하는데, 힙합 문화의 경우는 워낙에 매우 적었기 때문에 현재 있는 곳을 골목을 돌아 찾아다니는 것에 I는 보람을 느끼고 있었다. 그리고 이렇게 골목을 돌아 찾는 가게들은 아직도 단골들로 유지되며, 취향 공동체로서 유지되는 편이라고 이야기하였다. I가 판단하기에, 걷고 싶은 거리나 사람들이 많이 아는 큰 카페와 음식점들을 텔레비전과 같은 대중 문화로 비유한다면 자신이 즐기고 찾는 장소는 하위문화적 장소들이고, 절대 대중화될 수 없는 곳이며, 대중화될 필요 역시 없는 곳이다. 그래피티로 가득한 막다른 골목에서 춤추는 것은 사람들이 다니는 대로변과는 다른 문화적 정체성을 형성하게 한다.

이러한 문화적 실천 양상들은 이론적으로는 벤야민의 산보자들을 떠올리게 하며, 홍대 공간의 소비 공간화에 대한 비판에도 불구하고 여전히 새롭게 공간자본을 형성하는 홍대 인디 문화 생산 주체들의 힘을 확인할 수 있게 하는 부분이다.

결론적으로, 정책적으로 조성되었고 현재도 다양한 서울 안내 및 관광 책자에 등록된 ‘걷고 싶은 거리’는 거주자들에게 환영받지 못하는 거리가 되어 있었다. 상업적 공간의 대표적 상징이자, 자생적으로 형성되어 있던 공간에 정부가 개입하여 기존의 장소성마저 잃게 한 대표적 사례처럼 이야기된다. 또한 이러한 정책 개입에 대항하는 ‘산보자’의 정체성과 실천을 확인할 수 있었다.

5 문화의 여성화와 홍대 문화의 변화

5.1 홍대에 오는 소비자의 젠더 문제

문화 소비자의 젠더 이슈는 앞서 언급한 바와 같이 이론적으로 크게 관

심의 대상은 아니었다. 그러나 문화산업 업계에서는 여성의 소비에 대해서 오랜 관심을 보여왔다. 특히, 홍대 인디 문화의 주요한 한 축이 되고 있는 음악 산업의 경우는 더더욱 그러하다. 밴드 동물원의 이름을 ‘이대생을 위한 발라드’로 지으려고 했다는 일화에서도 드러나듯이 음악 산업의 오랜 소비자는 여성이었다.

홍대의 인디 정체성을 1990년대 라이브 클럽과 댄스 클럽 문화 그리고 소규모 갤러리에서 찾은 인터뷰 대상자들은 이때의 문화를 남성적이었던 것으로 회고한다. L은 1990년대 초반부터 중반까지 현재 홍대 문화의 정체성과 장소성을 형성한 대부분의 공간이 음악적으로는 락과 펑크, 힙합이라는 하위 문화 텍스트들이었고, 미술 분야에서는 전위 예술과 조각, 공간 설치 미술 같은 것들이 주를 이루었다고 회고하였으며, 이러한 문화는 기본적으로 남성적인 특성을 갖는다고 하였다. 락과 힙합은 장르 내에서 남성성을 강조하는 것이 분명하고, 따라서 현재보다는 남성 소비자가 훨씬 더 자주, 그리고 많이 눈에 띄었다. 여성 소비자가 전혀 없었다는 의미라기보다는, 현재보다 남성 관객층이나 남성 소비자가 훨씬 더 많았다는 의미에서 그러하다.

L의 진단에 따르면 이렇게 홍대 문화의 성격에서 여성성이 두드러지게 된 것은 카페 문화의 발전과 관계가 깊다고 하였다. 브런치 카페를 비롯한 카페 문화는 현재 한국 사회의 문화적 풍토 내에서 남성이 편하게 소비하기 어려운 문화적 양상이다. 1990년대 라이브 클럽과 댄스 클럽을 중심으로 한 홍대 문화는 클럽 문화였기 때문에 남성 소비층이 많았고 밤의 문화적 성격이 있었다면, 2000년대 이후 홍대 인근이 카페 중심으로 발전하면서부터는 낮의 문화이자 여성의 문화로 변화하게 되었다는 설명이다.

또한 L은 홍대 카페의 발전에 소셜 네트워크 서비스 및 디지털 카메라 테크놀로지의 발전이 영향을 미쳤을 것이라 추측하였다.

이러한 추측은 실증되지는 않았지만, 여성의 카메라 이용에 대한 연구(이동후, 2004)에서 미루어보면 이 추측의 의미를 짐작할 수 있다. 디지

털 카메라로 사진을 찍고, 이를 소셜 네트워크 서비스에 올려서 인증을 하는 문화는 2000년대 싸이월드와 블로그 붐을 타고 한국 사회에 대유행했는데, 이 문화의 향유 주체들이 주로 여성들이었다. 그리고 이들은 홍대와 같은 다른 지역과는 구별된 문화 정체성을 가진 곳을 사진으로 담아 이를 자신의 소셜 네트워크 서비스에 저장함으로써 일상 문화를 만들어내는 실천을 해왔다.

그러나 한편으로는 홍대 문화가 카페 문화로 낮의 문화가 되면서 자연스럽게 홍대 인디 문화 주체들이 추억하는 클럽과 공동체 문화 역시 변화한 것이다. 이제 홍대 앞은 여성 소비자들이 낮에 카페를 중심으로 시간을 보내다가 오후 늦게 열리는 공연 표를 사는 패턴으로 움직이는 곳이 되었다. M은 자신의 공연장에 자주 찾아오던 단골 개념도, 공연장이 하나의 브랜드가 되는 하우스 밴드 개념도 이제 없기 때문에 공연장의 관객들은 대체로 일회적이며 스타를 보러 오는 여성 관객들이 주를 이룬다고 말한다. 스타와 팬 관계로 변화한 공연 문화는 남성 스타와 여성 팬의 공식을 따라 점점 더 여성화될 수밖에 없다.

대체로 홍대 인디 문화 생산자들은 이러한 문화의 여성화 현상에 대해서 비판적인 시각을 보였다. 이는 비단 홍대 앞의 문화 경관이나 장소성을 변화게 하는 데에서 문제라는 것이 아니라, 인디 문화에서 유행하거나 인기 있는 콘텐츠의 속성이 특정한 방향으로 정해지기 때문이라는 것이다. 공부를 하면서 실제로 작곡과 밴드 활동을 하고 있는 K는 “모두 어떤 음악이 통하는지 알고 있다”면서 여성의 취향에 맞춘 인디 음악의 변화에 대해서 설명하기도 하였다.

또한 이러한 소비자로서의 여성 세대들은 점차로 확장되고 있었다. 사회 전반적으로 결혼연령이 늦어지고 여성들의 사회 활동 참여가 활발해짐에 따라, 전통적으로 10대나 20대의 문화로 생각되는 공연 문화 역시 30대, 드물게는 40대까지 확장되고 있다고 이들은 설명했다. 40대의 경우 방송의 영향으로 인디 밴드에 관심을 갖고 특정 밴드의 공연을 찾아

오는 경우들이 있다고 한다.

그러나 여성화된 홍대 앞 소비 문화 패턴에 대해서 비판적으로 논의되는 이와 같은 일련의 흐름들에 대해서 적극적 여성 소비자, 문화 수용자를 자처하는 N과 O는 다소 부당함을 느끼고 있는 것 같았다. 이들은 여성 수용자들의 적극성을 옹호하였고, 현재 홍대 공연 문화의 상당 부분을 여성들이 떠받치고 있음을 지적하였다.

실제로 클럽 관계자나 복합문화공간 운영자인 인터뷰 대상자들 역시 동의한 사실이지만, 남성 주체들이 이로 인해 홍대 문화의 정체성이 변화하였다는 차원으로 접근하고 있는 반면 여성 수용자 본인들은 홍대 인디 문화의 서포터로서 여성의 역할을 강조하면서 남성들이 공연에 참여하지 않는 것을 오히려 문제로 지적했다. 남성들이 오히려 생산-남성/소비-여성의 구도에 빠져 있고, 인디 문화에 관심을 갖는 남성들이 문화를 즐기는 방향으로 참여할 수도 있음에도 불구하고 생산자가 되려는 의도로 접근하기 때문에 다른 남성 문화 생산자의 공연을 즐기거나 문화공간에 참여하는 빈도가 줄어들고 있다는 것이다. 이들은 남성들이 문화 생산자 혹은 스타여야 하고 팬은 여성이 하는 것이라는 이분법적 사고에서 벗어나는 것이 오히려 필요하다고 주장하였다.

결론적으로, 홍대 문화의 변화 과정에 젠더에 따른 소비 패턴의 변화와, 그에 따른 공간 변화 과정이 관련되어 있음은 분명하다. 그러나 이에 대한 해석은 남성 주체와 여성 주체 간에 엇갈리는 점이 발견되고 있다. 해석의 타당성을 확보하고 문화 현상의 실천성을 검토하기 위해서는 먼저 상대적으로 소홀히 다루어져 온 문화 소비 패턴과 젠더의 문제를 실증적으로 검증하면서 그 함의를 이론적, 실천적으로 점검하는 작업들이 필요할 것이다.

대안적 공간과 문화 만들기에 대한 관심

홍대 거주자의 정체성을 가진 이들에게는 여전히 공간이 가장 큰 관심사

였다. 애초 홍대 공간에 홍대 공간의 이미지와 문화를 만들었던 젠트리파이어들인 거주자들이 더 이상 거주하기 어려울 것이라는 전망은 불안 증으로 나타난다.

2013년 8월 15일을 전후로 트위터와 페이스북을 중심으로 홍대 거리 공연 금지 피담이 돌았던 것은 이러한 공간 변화에 대한 불안감이 SNS 피담으로 퍼져나간 사례이기도 하다. 실제로 정부가 직접 나서서 공연을 규제하는 일은 없는 것으로 최종적으로 밝혀졌지만 상가의 집단 민원에 의해서는 거리 공연이 금지될 수 있다. 상가의 경우 거리 공연이 영업에 방해된다는 입장을 갖고 있어 거리 공연 금지를 신청하려는 의도가 강하고, 홍대 문화 생산자들은 그 상가의 상권을 만들어낸 젠트리파이어가 자신들임을 자부하면서 상가의 이러한 시도를 단기적이고 이기적인 시도로 비난하는 일이 반복되어 왔다(A도 유사한 경험을 보고하였다).

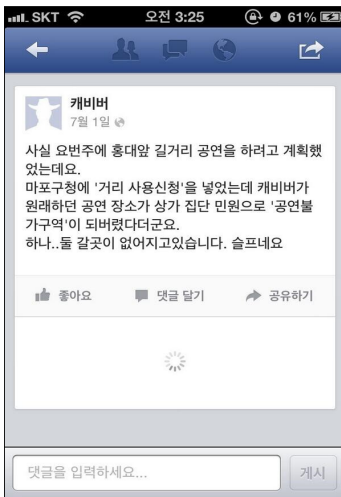


그림 5-19 스프레이아티스트가 거리 공연을 금지당했다는 내용의 페이스북 메시지

한국예술인복지재단 온라인 포럼에서 임대료 문제를 주요 의제 중 하나로 설정한 것은 이러한 위기감에 대해서 예술가의 연대를 촉구하기 위함

이라고 볼 수 있다. 서울시장과의 대화, 정책토론회 참여 등을 촉구하는 그룹 구성은 적극적인 문화예술가의 생존 모색을 위한 실천적 활동의 한 예시이다(<https://www.facebook.com/kawf486#!/groups/kawf-zine/permalink/565968043463835/>).

그러나 인터뷰 대상자 중 일부는 “임대료에 대해서 논의하는 것은 부질 없는 일이다. 언제나 있어왔던 일이고 예술가들은 다시 새로운 장소를 개척하려고 노력해야 한다”는 의견을 제시하기도 하였다. “정부의 단기적 정책으로 이 문제를 해결하는 것이 어렵기 때문이다. 어떤 문제가 있는지를 서울시에서 직접 카페를 운영하여 보면 잘 알 수 있겠지만, 문제를 파악한다고 해서 바로 대책을 내놓기도 어려울 만큼 이 문제는 복잡하다”고 주장하기도 하였다.

분명한 것은 현재 홍대 공간은 서교예술실험센터와 같은 공간과, 대형 기획사에서 운영하는 댄스 클럽, 홍대생을 위해 특별할인을 하는 대형 음식점과, 테이블이 3개 정도밖에 되지 않는 소규모 음식점이 모두 공존하는 공간이며, 이 내부의 거주자들은 다양한 방식을 통해 대안적 생활 양식을 여전히 개발하거나 담론화하고자 노력하는 중이라는 것이다.



그림 5-20 서교예술실험센터.
서교예술실험센터 앞에서 1인용
개인 재배 농산물을 판매하는
중이다



그림 5-21 길거리 공연 모습. 길거리 공연에
대한 논란이 지속되지만 견고 싶은
거리 내 공연장에서는 많은 사람들이
모여 공연을 관람하고 있다

VI 결론

VI 결론

이 연구는 홍대 공간이 어떻게 구성되어 왔으며 이러한 공간 구성과 재편 과정이 이 공간에서 살아가는 사람들의 문화 정체성과는 어떠한 관련이 있는지를 기록하였다.

홍대 공간은 젠트리피케이션 이론으로 설명되고 있으며, 문화예술 생산자들의 공간자본 형성 능력과, 이를 전유하려는 상업자본 간의 갈등을 첨예하게 드러내는 공간이었다.

총 16명의 다양한 홍대 문화공간 이용자와 홍대 공간과 관련된 학술자료 및 언론보도를 다양한 방법으로 수집하여 분석한 결과, 소비 문화와 문화 생산 간의 이분법적 구도가 발견되었으며, 이때 소비 문화의 정의를 둘러싼 긴장이 존재하는 것 역시 확인하였다. 과거 정부와 사회에 의해 단속되어야 할 향락 소비 문화로 거론되었던 문화들은 홍대 공간 거주자들에 의해서 생산으로 재개념화되었고, 이에 대한 향수들이 발견되었으며, 이 향수가 홍대에 대한 이야기 구조를 형성하고 있었다. 이들의 이야기 구조 내에서, 정부의 담론상 향락 소비 문화였던 클럽과 인디 문화는 젊음과 대안의 문화였으며, 현재 홍대 문화이자 관광자원으로 소개되는 화려한 상점과 쇼핑 그리고 공연들은 자본주의적 상업화의 결과에 따른 의미 없는 소비 문화였다.

이러한 소비 문화에 대한 거부는 관광자에 대한 거부감과도 연결된다. 홍대 지역의 소비자들은 1990년대 말, 2000년대 초 등장한 타 지역에서 홍대로 관광을 오는 사람들, 즉 관광자로 개념화되었다. 2000년대 중반 이후로는 한류 관광자들이 주요한 비중을 차지하고 있다. 관광자는 거주자와 대비되고, 이는 생산자와 소비자로 다시 대비된다. 관광자들은 어떤 공간을 점유하여 ‘잘나가는 사람’이라는 정체성을 획득하기 위해 소비를 하는 사람들이다. 거주자는 공간자본이 대형 상업자본에 의해

점유되고 있음에 대하여 새로운 공간자본을 구성하는 사람들로 이제까지 홍대 문화공간의 전경을 만들어낸 사람들로 의미화되었다. 이들은, 콘텐츠를 그곳에 오는 사람들과 거주하는 사람들이 만들어가는 것이지만, 2000년대 이후 홍대에 오는 관광객들은 콘텐츠를 만들지 않고 단순히 소비만 할 뿐이라고 비판하고 있다.

한편 전통적으로 걷기를 통해서 도시를 재편성한다는 이론들은 홍대 문화공간의 거주자에게도 동일하게 나타나고 있음이 확인되었다. 정책적으로 조성된 ‘걷고 싶은 거리’를 ‘굽고 싶은 거리’라고 부르는 거주자들은 가능하면 걷고 싶은 거리를 피해 걸을 수 있는 길들을 찾아내고 있었다. 자기만의 장소를 찾고, 인터넷에 뜨지 않는 곳을 선호하는 경향이 강하게 드러났다. 큰 거리는 브랜드와 프랜차이즈의 것이지만, 골목은 소수자의 것이라는 생각이 인터뷰 대상자들이 갖고 있는 개념이었다.

임대료의 상승에 대한 불만은 예술가의 문화공간 구성의 가치가 퇴색된다는 것에 근거를 두고 있었다. 이들은 향락적 소비 문화가 아닌 대안문화공간을 만들어왔다고 주장하며, 이러한 문화적 공간의 구성은 정부정책으로는 이루어지지 않는다고 한목소리로 지적하고 있었다.

또한 이들이 주목하는 것은 공간과 문화적 소비의 여성화 현상이었다. 인터뷰 대상자들은, 1990년대 클럽 문화는 남성적이고 밤의 문화였다면, 2000년대 본격화된 홍대 카페 문화는 여성적이고 낮의 문화로 변모하였다고 지적한다. 이는 사회 전반적인 소비 문화의 활성화가 젠더 차원에서 여성과 관련되어 있어, 맛집 순례, 공연 관람 등의 문화 소비 활동의 주요 주체가 여성이기 때문인 것으로 나타났다.

인터뷰 대상자들은 거주자와 관광객으로 그 정체성을 구분할 수 있었으며, 거주자의 목소리는 인디 문화 생산자이자 문화 예술가의 목소리로 기존 언론보도를 통해서도 여러 차례 전달되기도 했던 이야기 구조를 가지고 있었다. 거주자들은 홍대 공간의 문화 생산이 정책과 건물에 의한 것이 아니라 거주자들에 의한 것이며 이러한 문화 생산 양식들이 가능한 한

보존되기를 원한다.

그러나 동시에 이들은 그러한 작업이 정책적으로 지원되기는 어렵다는 것과, 도시화의 결과로 진행되는 것으로 홍대 지역만의 특수한 상황이 아니라는 점 역시 인지하고 있었다.

따라서 거주자들이 요구하는 것은 도시화 과정에서 일어나는 문화공간의 재편에 대한 정책 담당자의 세심한 관심이었다. 문화공간의 재편 과정은 서울시 전체의 부동산 동향과 관련되어 있고 이는 입시, 계층 갈등 등 한국 사회의 거대 구조와 관련된 것으로 단순하게 분리하여 바라보기 어렵다. 홍대 문화의 형성 과정에서도 인디 문화 자체의 발생과 정체에는 다양한 사회 구조적 요인이 숨어 있었다. 따라서 이러한 변화에 대해서 단기적인 혹은 즉각적인 대처를 준비하기보다는 거시적인 시각에서 문화공간의 재편 과정을 주의 깊게 관찰하고 그 과정에 관련된 주체들의 목소리를 수집하려는 노력이 필요하다는 것을 제안하고 있었다.

거주자들의 목소리에서 다양성이 발견되는 만큼, 외부 시민단체나 예술가 연대들의 활동 역시 다양하게 나타나고 있다. 인터뷰 대상자들 중에서는 이러한 예술가 연대들에 대한 강한 거부감을 표현한 경우도 있었다. 따라서 정책적으로 다양한 주체들의 목소리를 폭넓게 수집하는 것과, 그것에 대한 조율 과정이 함께 가야 하는 어려운 과제가 남아 있다고 하겠다.

참고문헌

참고문헌

- 강내희, 1997, 「공간, 육체, 권력: 낯선 거리의 일상」, 문화과학사.
- 강내희, 2000, “재현체계와 근대성 - 재현의 탈근대적 배치를 위하여”, 「문화과학」, 24: 15~38.
- 강도원, 2012, “방문자 특성에 따른 장소성 인식과 행동의도와의 관련성 분석: 홍대지역을 대상으로”, 한양대학교 도시대학원 석사논문.
- 강윤주·이용관·양성희·오세곤·정윤아, 2008, 「한국의 예술 소비자」, 서울: 룩스문디.
- 고경모, 2005, “문화도시의 장소마케팅 관점으로 본 홍대지역 클럽문화에 관한 연구”, 홍익대학교 광고홍보대학원 석사논문.
- 김덕현·김현주·심승희(공역), 2005, 「장소와 장소상실」, 서울: 논형(Relph, E. C., 1976, **Place and placelessness**, London: Pion).
- 김신성, 2013, “문화소비공간의 확산에 따른 저층주거지의 변화 특성연구”, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문.
- 김왕배, 2000, 「도시, 공간, 생활세계」, 서울: 한울.
- 김작가, 2005, “내 아지트의 역사”, 이동준 엮음, 「홍대앞으로 와」, 서울: 바이북스.
- 김진석, 2007, “소비주의의 이중적 성격 - 이데올로기인가, 생활양식인가”, 「사회과학연구」, 46(1): 31~63.
- 김형찬·원용진, 2007, “1960년대 대중음악에 반영된 도시화의 양태”, 「낭만음악」, 20(1): 115~151.
- 노명우(역), 2005, 「발터벤야민과 메트로폴리스」, 서울: 효형출판(Gilloch, G., 1996, **Myth and metropolis: Walter Benajamin and the city**, Cambridge: Polity Press).
- 류재현, 2005, “홍대앞 에피소드”, 이동준 엮음, 「홍대앞으로 와」, 서울: 바이북스.
- 박은미·최재혁·손세나·장은선, 2010, “홍대다움, 젊음 문화의 캐릭터, 홍대가 지니는 공간”, 「Urban Review」, 22: 16~20.
- 박진빈, 2009, “1970년대 이후 뉴욕의 젠트리피케이션”, 「역사비평」, 89: 333~364.
- 백경민, 2010, “문화예술 클러스터를 통한 지역변화 고찰: 홍대지역과 대학로를 중심으로”, 고려대학교 정책대학원 석사논문.
- 백로라, 2012, “홍상수 영화에 재현된 ‘서울’의 공간적 의미”, 「한국문화이론과 비평」, 56: 225~243.
- 성기완, 2009, 「홍대앞 새벽 세시」, 서울: 사문난적.
- 심승희, 2004, 「서울 시간을 기억하는 공간」, 서울: 나노미디어.

- 심승희, 2005, “에드워드 켈프의 현상학적 장소론”, 『현대 공간 이론의 사상가들』, 서울: 한울.
- 안영라, 2009, “문화적 텍스트로서의 클럽문화 - 홍대 클럽문화의 텍스트적 구조와 문화적 실천성”, 『영상문화』, 14: 287~335.
- 양영란(역), 2011, 『공간의 생산』, 서울: 에코리브르(Lefevre, Henri, 1974, *The Production of Space*, trans. Donald Nicholson Smith, London: Blackwell).
- 옥은실, 2009, “홍대앞 문화들의 변화에 대한 고찰: 1990년대 후반 이후 홍대앞 다시 보기”, 한국외국어대학교 신문방송학과 석사학위논문.
- 유수진, 2005, “홍대인디문화에 관한 연구”, 인하대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이기형, 2007, “홍대 앞 ‘인디음악 문화’에 대한 문화연구적인 분석: 홍대 썬과 클럽문화를 자기기술기와 참여관찰로 접근하기”, 『언론과사회』, 15(1): 41~85.
- 이기형, 2008, “문화연구와 공간”, 『언론과사회』, 16(3): 2~49.
- 이나영·정민우, 2011, “탈/식민성의 공간, 이태원과 한국의 대중음악”, 『사회와 역사』, 87: 191~229.
- 이동연, 2004, “공간의 역설과 진화: 홍대에서 배우기”, 『문화과학』, 39: 180~193.
- 이동연, 2012, 자립음악생산조합: 진정한 독립을 꿈꾸는 ‘어소시에이션’, 2012 제5회 미래문화포럼 ‘불안한 미래의 예술창작자, 자립에서 길을 찾다’ 발표문, 2012. 7. 26.
- 이동후, 2004, “카메라폰을 통한 여성의 문화적 의미 만들기”, 『미디어, 젠더&문화』, 1: 7~38.
- 이득재, 2011, “공간, 계급, 그리고 로컬리티의 문화”, 『로컬리티 인문학』, 6: 205~244.
- 이무용, 2003, 『장소마케팅 전략에 관한 문화정치론적 연구』, 서울: 서울대학교 국토문제연구소.
- 이무용, 2007, “도시브랜드: 장소마케팅을 통한 도시브랜드 만들기 - 서울 홍대지역 클럽문화 브랜드 개발을 사례로”, 『도시문제』, 42(460): 36~45.
- 이상률(역), 1993, 『소비의 사회』, 서울: 문예출판사(Baudrillard, Jean, 1970, *La société de consommation: ses mythes ses structures*, Paris: Editions Denoel).
- 이상률(역), 1997, 『문화와 소비』, 서울: 문예출판사(McCracken, G., 1990, *Culture and consumption: new approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*, Bloomington: Indiana University Press).
- 이세진, 2011, “홍대앞 문화경관 패턴 해석”, 서울대학교 환경대학원 석사학위논문.
- 이재원, 2010, “1996년 그들이 세상을 지배했을 때 - 신세대, 서태지, X세대”, 『문화과학』, 62: 92~112.
- 이진경, 1997, 『근대적 시공간의 탄생』, 서울: 푸른숲.
- 이해수, 2012, 1990년대~2010년 인디음악 가사를 통해 재현된 홍대앞 장소성, 제10회 문화연구캠프 발표문, 2012. 8. 23.
- 인태정, 2004, “관광이 넘쳐나는 사회”, 『현대 한국 사회의 일상 문화 코드』, 서울: 한울 아카데미.

임동근 외(역), 2008, 「신자유주의 세계화의 공간들」, 서울: 문화과학사(Harvey, D., 2005, **Spaces of neoliberalization: towards a theory of uneven geographical development**, Stuttgart: Steiner).

임성희, 1994, “90년대 새로운 소비주의문화의 성격: 홍대앞 문화 사례분석”, 서울대학교 언론정보대학원 석사학위논문.

주창윤, 2006, “1970년대 청년문화 세대담론의 정치학”, 「언론과사회」, 14(3): 73~105.

초의수(역), 1996, 「도시의 정치경제학」, 서울: 한울(Harvey, D., 1989, **The Urban Experience**, London: Blackwell).

최병두, 2011, “데이비드 하비의 지리학과 신자유주의 세계화의 공간들”, 「한국학논집」, 42: 7~38.

최원기, 1998, “스트레스성 여가와 미학적 여가”, 「일상속의 한국문화」, 서울: 나남.

한정훈, 2010, “삼청동 소비공간의 형성과 도시 경험”, 「도시연구: 역사·사회·문화」, 4: 133~183.

Christin, A., 2012, “Gender and highbrow cultural participation in the United States”, **Poetics**, 40(5): 423~443.

Hamnett, C., and Randolph, W., 1984, “The Role of Landlord Disinvestment in Housing Market Transformation: An Analysis of the Flat Break-up Market in Central London”, **Transactions of the Institute of British Geographers**, 9(3): 259~279.

Ley, D., 1980, “Liberal Ideology and the Postindustrial City”, **Annals of the Association of American Geographers**, 70(2): 238~258.

Lindlof, T. R., 1995, **Qualitative communication research methods**, Thousand Oaks, CA: Sage.

Miles, Steven, 2006, **Consumerism. As a Way of Life**, London: SAGE.

“대화가 망하는 장사가 없다”, 한국일보, 1997-04-29, 19면.

“모든 대학가 퇴폐업소 추방/서울시 대대적 정비작업 추진”, 동아일보, 1992-11-10, 22면.

“[소방 안전 불감증] 참사 불러/신촌 록카페 화재 문제점”, 경향신문, 1996-10-01.

“오렌지족에 빼앗긴 대학/우리손으로 되찾자”, 동아일보, 1993-06-05.

“칼국수집 두리반, 다시 문 엽니다”, 경향신문, 2011-06-08.

“[클럽데이의 부활] 경쟁력 있는 문화아이콘 vs 포장된 유흥…그들만의 퇴폐”, 서울신문, 2011-06-25, 14면.

“폐관위기 ‘씨어터 제로’ 살리기 나섰다”, 한겨레, 2004-02-06.

“향락가를 대학가로”, 경향신문, 1995-04-14, 03면.

“현란한 네온불빛 춤추는 대학가”, 한겨레, 1995-05-14, 16면.

“홍대앞 20년, 그 문화적 실험들”, 한겨레21, 2002-11-07.

“홍대 앞에는 왜 ‘부비부비 클럽’만 남게 됐나”, 프레시안, 2011-07-21.

“홍대앞, 이태원을 따라가나”, 한겨레21, 2002-11-07.

“홍대의 상징 ‘Club Day’ 10년만에 폐지”, 캠퍼스라이프(<http://campuslife.co.kr>), 2011-04-15.

“환각 테크노파티’ 급속 확산”, 한국일보, 2001-07-30, 31면.

http://cafe.daum.net/cafebbang	라이브 클럽 빵
http://cafe.daum.net/seokyo365	서교365모임
http://hiphopplaya.com/magazine/12141	김디지 한국 힙합 칼럼
http://oouniv.org/256	OO은대학 네트워크
https://www.facebook.com/51plus2012	전국자립음악가대회
https://www.facebook.com/kawf486	한국예술인복지재단
http://www.seoulartspace.or.kr/G01_seogyo/main.asp	서교예술실험센터
http://www.youtube.com/watch?v=iFidz0pobZs	뉴타운컬쳐파티 티저영상
www.kind.or.kr	한국언론재단 뉴스종합검색 서비스
www.mudaeruk.com	무대룩 홈페이지

작은 연구 좋은 서울

2012

01	특화거리조성사업의 성과와 과제 : 종로노점거리를 중심으로	홍인옥
02	도시의 빈 공간을 활용한 지역 공동체 활동거점 만들기	남지현
03	서울의 새로운 문화정책 의제 발굴을 위한 연구	이원재
04	커뮤니티디자인이 마을공동체 형성과 변화에 미치는 영향 연구	정문수
05	마을공동체사업에 따른 마을형 주거복지연계방안 연구	이주원
06	지역상권 활성화를 위한 우수 해외사례 연구	임화진
07	문래예술공단 환경조형물 제작 생태계 조사 연구	김 강
08	사회혁신채권(Social Impact Bond)의 서울시 사회경제정책 적용가능성에 대한 연구	문진수
09	개미이웃	이유정

2013

01	노숙인 문화예술창작공간 설립의 타당성 연구	김지연
02	의료기관 CCTV 운영 및 오남용 실태조사	김준현
03	서울 학교 햇빛발전소 실태조사와 개선방향 연구	박규섭
04	서울시 문화공간의 담론적 구성 : 홍대 공간을 중심으로	김수아
05	서울시 사대문 안 ‘주차 전용 건축물’에 대한 기초 연구	이윤희
06	을지로 인쇄 제조업 집적의 구조와 생활세계 연구	김봉렬
07	‘강북형’ 하자센터 설립을 위한 사전 연구	이부영
08	일본인 관광객 유치를 위한 일본인의 서울관광동향 분석	백리나
09	전통시장의 사업기반 안정화를 위한 토지협동조합 모델 연구 : 광진구 중곡제일시장 사례를 중심으로	조성찬
10	도쿄는 어떻게 원전 하나 줄이기에 성공했는가?	이현석

서울연 2013-PR-21

서울시 문화공간의 담론적 구성 : 홍대 공간을 중심으로

발행인 이창현

발행일 2013년 8월 25일

발행처 서울연구원

137-071

서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

전화 (02)2149-1234 팩스 (02)2149-1019

비매품 ISBN 978-89-8052-559-1 93300

본 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.