

2016-CR-06-03
작은연구 좋은 서울 16-03

핫 플레이스를 만드는 사람들: 연남동 사례

윤희수



핫 플레이스를
만드는 사람들:
연남동 사례

연구책임

윤혜수

서울대학교 사회학과 석사과정



이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
서울특별시의 정책과는 다를 수도 있습니다.

요약

새로운 소상공인 집단의 사회·문화자본 특성 고려한 젠트리피케이션 대책 필요

젠트리피케이션 발생 원인 ‘젠트리파이어’ 집단에 주목

2000년대 후반부터 2010년대 중반에 이르기까지 서울의 이른바 ‘핫 플레이스’로 부상한 지역들을 대상으로 젠트리피케이션에 관한 논의가 활발하게 진행되고 있다. 서울의 젠트리피케이션에 대한 기존 연구들은 대체로 젠트리피케이션을 계급현상이라기보다 도시현상으로 이해한다. 선행연구 대다수가 젠트리피케이션을 지역활성화, 도시재생, 그리고 상업화와 연관 지어 이해하며, 개념상 구분을 짓지 않기도 한다. 젠트리피케이션을 발생시키는 주요 원인으로 탈산업적 직업과 라이프스타일을 가진 신중간계급 젠트리파이어(젠트리피를 발생시키는 행위자, gentrifier) 역할이 서구의 맥락에서는 크게 강조되었던 반면, 유사한 행위자 집단이나 출현 계급을 중심으로 젠트리피케이션을 설명하려는 시도는 서울의 맥락에서 상당히 제한적이었다.

이 연구는 젠트리피케이션의 발생원인인 계급구성과 젠트리피케이션의 발생결과인 계급대체가 젠트리피케이션 현상 개념의 핵심이라고 주장한다. 그중에서도 젠트리피케이션을 발생시키는 주요 행위자 집단인 젠트리파이어에 주목해 서울의 맥락에서 이들은 누구인지, 이들의 공간적 실천은 어떻게 나타나는지 규명하였다. 이들은 물리적·상징적 차원에서 특정 공간을 실질적으로 변화시키며 새로운 지역의 정체성을 만들어내는 핵심 집단이기 때문이다. 이러한 행위자 집단에 대한 정확한 이해가 있을 때, 이들이 발생시키는 도심의 공간변화 현상에 대한 진단과 대응이 가능할 것이다.

새로운 소상공인 집단, 경제자본 부족하나 문화·사회자본은 풍부

이 연구는 연남동의 새로운 소상공인 집단을 주요 젠트리피어로 간주하고 이들의 사회적 위치, 즉 계급을 프랑스 사회학자 피에르 부르디외의 경제자본·문화자본·사회자본이라는 분석틀을 활용하여 종합적으로 분석했다. 경제자본은 공간소유형태, 창업자본금, 자본금 마련방법, 권리금 지불 여부, 주관적 계층의식 등 총 6가지 지표로 조사하였고, 문화자본은 교육수준과 전공, 그리고 해외경험으로 확인했다. 사회자본은 손님들과의 관계, 다른 업주들과의 관계, 사회문화적으로 높은 지위집단과의 인맥이라는 세 가지 차원을 종합하여 살펴보았다. 분석 결과 연남동 소상공인들은 제한된 경제자본과 높은 문화자본, 그리고 풍부한 사회자본을 가진 것으로 나타났다. 다음으로 새로운 소상공인이 연남동 진입 여부를 결정할 때 어떤 요인들을 고려하는지를 경제적·문화적·사회적 요인으로 나누어 살펴보았고, 특히 이때 그들이 가진 다양한 자본이 어떻게 동원되는지 확인했다. 새로운 소상공인이 가진 높은 문화자본과 사회자본은 제한된 경제자본을 극복할 수 있는 중요한 자원으로 기능했다.

마지막으로 이들이 지역에서 어떤 사회관계를 맺고 있는지 구체적으로 살펴보았다. 새로운 상인들이 맺고 있는 사회관계는 공간에서의 실천에 어떤 영향을 미치는지, 그리고 사회적 네트워크의 특성을 통해 유추할 수 있는 젠트리피어의 특성은 무엇인지 알아보았다. 이런 점은 젠트리피어의 존재와 행위를 이해하는 데 도움이 될뿐더러, 특히 젠트리피케이션 종합대책을 구상하고 있는 서울시 정책 중에서 공론화와 민관협력을 중시하는 차원에 유의미한 정보를 제공한다. 연남동의 새로운 소상공인들은 대부분 자리적으로 인접한 가게들끼리 자연스럽고 친밀한 비공식적인 사회적 네트워크를 형성하고 있는 것으로 확인되었다. 반면 대부분의 업주가 공식적인 사회적 모임에는 참여하지 않았고, 소규모의 친밀한 사회적 관계가 공식적인 형태로 발전하는 데에도 소극적인 태도를 보이고 있었다.

서울시, SNS 등 비공식 네트워크 활용해 소상공인과 소통 바람직

2015년 서울시가 발표한 젠트리피케이션 종합대책의 핵심 중 하나는 민관 협력을 이용한 의제 공론화 및 협의체 구성을 통한 협약 체결이다. 젠트리피케이션이 한국 사회에서 짧은 기간 내에 급부상한 이슈인 만큼 공적인 논의의 장을 마련한다는 취지는 적절한 것으로 보인다. 그러나 서울시의 총괄대책이 실제로 젠트리피케이션이 발생하는 지역에서 중추적인 역할을 맡고 있는 행위자들의 실태를 이해하고 이들의 관점을 효과적으로 반영할 수 있는 구체적인 방안을 포함하고 있는지는 비판적으로 검토해볼 여지가 있다.

왜냐하면 연남동 내 새로운 소상공인들의 사회적 위치, 그리고 그들이 맺고 있는 사회적 네트워크에 대한 분석을 통해 이들은 연합회나 조직 등의 공식적인 단체에 참여하기보다 개인주의적인 성향을 가지고 친목 중심적인 소규모 네트워크에 속해있다는 점이 발견되었기 때문이다. 더군다나 이들은 각기 풍부한 문화자본과 사회자본을 가지고 있기 때문에 사업과 관련된 어려움에 직면했을 때 여럿이 연대하여 집단행동을 취하기보다 개별적인 역량을 발휘하여 문제를 해결하려는 경향을 보인다. 무엇보다도 공식적인 모임활동을 지속하기에는 소상공인들은 시간적 여유가 별로 없다는 점도 들 수 있다. 그렇기 때문에 관이 주도하여 각종 협의회를 구성한다고 해도 실질적으로 젠트리피케이션 현상을 주도하는 행위자들을 대변하여 참여할 만한 주체가 포함되기에는 어려움이 많다. 이 연구는 미시적 수준에서 현장 중심의 행정가나 지역활동가를 통해 지역의 사회적 행위자들과 소통하고, 특히 그 과정에서 기존에 형성되어 있는 비공식적 친목 네트워크를 활용하고 지원하는 데 초점을 맞출 것을 제안한다. 이때 새로운 소상공인들이 친숙하게 활용하는 소셜네트워크서비스는 유용한 정보제공 및 소통의 창구가 될 수 있을 것이다.

목차

01 연구개요	2
1_연구배경 및 목적	2
2_연구과정과 방법	5
02 선행연구 검토	12
1_국내 젠트리피케이션 연구 동향	12
2_국내 젠트리파이어 연구 현황	18
03 핫 플레이스가 된 골목길	30
1_젠트리피케이션 지역의 물리적 특징	30
2_마포구 연남동 사례	32
04 젠트리파이어: 새로운 독립소상공인	42
1_새로운 독립소상공인은 누구인가?	42
2_그들이 연남동에 온 까닭	51
3_업주들의 사회적 네트워크 특성	54
05 정책제언	66
1_젠트리피케이션 대상지 선정	66
2_공론화 프로세스	68
3_도시계획적 수단을 통한 관리	73
참고문헌	77

표

[표 1-1] 설문응답자의 특성	8
[표 1-2] 면담 대상자 목록	9
[표 4-1] 새로운 독립소상공인의 사업 특성	42
[표 4-2] 새로운 독립소상공인의 경제자본	45
[표 4-3] 새로운 독립소상공인의 문화자본	47
[표 4-4] 새로운 독립소상공인의 사회자본	51
[표 4-5] 새로운 독립소상공인들의 사회적 네트워크 유형과 참여	63
[표 5-1] 젠트리피케이션 발생 지역 및 정책 대상 지역	67
[표 5-2] 서울시 젠트리피케이션 총괄대책 ①	69
[표 5-3] 서울시 젠트리피케이션 종합대책에 대한 이해도	70

그림

[그림 2-1] 젠트리피케이션 연구 동향(1998~2016년)	16
[그림 3-1] 연남동의 필지 규모(2012년)	33
[그림 3-2] 연남동 영업 음식점의 창업연도 추이(2016년 9월 기준)	34
[그림 3-3] 연남동 동진시장 구역 대표가로의 경관	37
[그림 3-4] 경의선 숲길공원 연남동 구간의 전경	38
[그림 4-1] 새로운 독립소상공인과 손님과의 사회관계	49
[그림 4-2] 새로운 독립소상공인과 다른 업주들과의 사회관계	50
[그림 4-3] 연남동의 친목 중심 사회적 네트워크 모형	59

01

연구개요

1_연구의 배경과 목적

2_연구과정과 방법

01 | 연구개요

1_연구의 배경과 목적

젠트리피케이션이란 ‘도심의 노동계급 지역 또는 비어 있던 지역을 중간계급이 거주용도 및 상업용도로 변환시킨 것’을 의미한다(Lees, Slater, and Wyly, 2008: xv). 오늘날 서울의 젠트리피케이션은 상업적 기능을 중심으로 발생하고 있기에 일견 상업화 과정과 동일한 것으로 보일 수도 있으나, 젠트리피케이션 현상의 핵심적인 특징은 공간변화와 함께 관찰되는 뚜렷한 인구구성의 변화라는 점에서 단순한 상업화와는 구별된다. 즉, 젠트리피케이션은 도심 내의 노동계급 및 저소득 계층이 점유하던 노후 주거지와 근린상업시설이 중상류층의 거주민과 소비자를 위한 고급주택지 및 여가상업시설로 변모하는 과정을 가리킨다. 여기에서 중요한 것은 주거지역이 상업화된다는 사실 뿐만 아니라 공간을 점유하는 주체가 바뀐다는 사실이다. 그렇기에 젠트리피케이션은 도시현상이자 무엇보다도 계급구성 및 계급대체라는 계급현상으로 이해되어야 한다.

젠트리피케이션은 한편으로는 ‘문화주도 도시재생’이라고 지칭되며 도심재활성화에 기여하는 긍정적인 현상으로 묘사되는 반면, 다른 한편에서는 이를 두고 ‘계급 전쟁’이라며 반발한다. 서울에서도 2010년 무렵을 전후하여 삼청동이나 가로수길, 홍대와 같이 소위 핫 플레이스로 떠올랐던 공간들을 중심으로 도심재활성화 내지는 젠트리피케이션에 관한 논의가 주목받기 시작했으며, 2015년 11월에는 서울시가 ‘젠트리피케이션 방지 대책’을 내놓으며 임차인 문제 해결에 나섰다. 젠트리피케이션은 단순히 도시의 물리적 환경 및 경관의 변화를 의미할 뿐만 아니라, 도시에서 살아가는 사람들과 그들의 일상생활의 변화에 밀접하게 닿아있기에 더욱 유의미하다.

2016년 현재 젠트리피케이션은 언론, 정책, 학계 모두에서 주목받고 있는 뜨거운 이슈다. 그러나 기존의 연구들은 대부분 건축물의 용도변화나 임대료 상승, 원주

민과 젠트리파이어들의 면담을 통해 서울의 곳곳에서 젠트리피케이션이 발생하고 있다는 현상을 확인하는 데 그쳤다. 왜 젠트리피케이션이 발생하는지, 이를 주도하는 사회적 집단은 누구인지, 그들의 열망과 행위는 어떠한지에 대한 어렵פות한 인상은 존재했지만, 분석적인 대답은 부재하거나 극소수에 지나지 않는다. 이는 젠트리피케이션이 하나의 고전적인 도시문제로 다루어져온 서구와 달리, 서울에 서는 비교적 최근에 등장한 현상이라는 데서 기인한다. 젠트리피케이션에 적절히 대응하기 위해서는 그 원인과 과정에 대한 학술적 접근과 면밀한 조사가 필요하다.

서울시는 2015년 젠트리피케이션 종합대책을 발표했다. 서울의 주요 상업공간을 중심으로 발생하는 젠트리피케이션 과정에서 ‘급격한 상업화에 따른 임대료 상승으로, 초기에 지역의 독창적인 문화를 형성하는 데 기여했던 예술가/제작자 집단, 영세지역업자, 나아가 원주민들이 불합리적으로 이주해야만 하는 현상’에 대한 조치라 한다. 이러한 사회집단의 이주는 결국 공간의 매력요인으로 작용했던 지역정체성을 백지화하고, 활성화되었던 지역경제마저도 쇠퇴하게 된다는 점에서 사회적 문제일 뿐만 아니라 경제적 문제이기도 하다.

서울의 마포구는 젠트리피케이션이 가장 심각한 문제로 대두되고 있는 대표적인 지역 중 하나이다. 홍익대학교가 위치한 홍대 앞 (서교동·합정동·상수동 일대)을 중심으로 지리적으로 인접한 연남동·망원동까지 그 범위로 지칭되곤 한다. 이 연구의 구체적 대상자인 연남동은 오래된 건축물이 다수 남아있는 전통적인 주거지역이었다. 또한 대중교통의 접근성이 상대적으로 낮아 2010년 초 무렵까지 홍대 앞의 급격한 변화로부터 제외되었다. 그러나 공항철도 홍대입구역이 신설되면서 연남동과 연결되는 3번 출구가 생기고, 경의선 숲길 사업이 2015년에 완공되면서 비로소 조명받기 시작했다. 연남동은 공간과 구성원의 변화가 매우 급격한 지역 중 하나로, 젠트리피케이션의 어느 단계에 있다고 명확하게 규정하기 어렵고 시기각각 변화하고 있다. 하지만 2016년 6월에 상징적인 사건이 있었다. 2010년, 연남동 동진시장 구역에 생겼던 독립 갤러리 ‘플레이스막’이 없어진 것이다. 플레이

스막이 있던 자리에는 주점이 생겼다. 이 사건은 연남동에 젠트리피아가 유입되었다가 이탈하기까지의 과정이 한 주기 순환했다는 것을 보여준다. 그럼에도 불구하고 연남동은 젠트리피케이션을 겪은 다른 지역과 비해, 공간변화의 초기단계에 진입한 영세한 자영업자들의 사업장이 상당수 남아있다는 점에서 계속되는 변화를 포착할 수 있는 중요한 연구 대상지이다.

젠트리피케이션은 그동안 국가 주도로 이루어졌던 도시재개발과 다르게, 개별적인 사회적 행위자들, 즉 시민들이 주도한다는 점이 특징적이다. 이때 두드러지는 행위자들은 지역예술가, 제작자집단, 그리고 소상공인들이다. 이들은 낙후되었던 도심공간에 활력을 불어넣고 독특한 문화를 형성하지만, 이와 동시에 그들 대부분이 세입자라는 점에서 임대료 상승으로 인해 결국에는 이주를 해야 하는 취약한 존재이기도 하다. 따라서 이들의 모순적 위치에 주목하면서, 이들의 정체성과 행위에 대해 심도 있는 이해를 도모할 필요가 있다.

특히 서울의 맥락에서 핫 플레이스로 인지도를 얻게 되는 젠트리피케이션 공간들은 ‘맛집’이나 ‘먹방’과 같은 새로운 식문화의 유행, 라이프스타일의 확산과 연결되어 있기에 새로운 소상공인들에 각별히 주목해야 한다. 이러한 맛집, 즉 개성 있는 메뉴와 콘셉트를 가진 카페나 레스토랑, 소매점을 운영하는 소상공인들의 역할은 해당 지역의 정체성과 분위기를 형성하는 데 결정적이기 때문이다. 젠트리피케이션의 부정적 영향에 가장 적극적으로 대응하는 집단 역시, 예술가들뿐만 아니라 ‘맘 편히 장사하고픈 상인 모임’ 같은 소상공인들이다. 따라서 이 연구는 젠트리피케이션 공간의 소상공인들에 초점을 맞춘다.

이 연구는 크게 세 가지 측면에서 소상공인들의 존재와 행위를 이해할 것이다. 첫째, 부르디외의 다양한 자본 개념, 다시 말해 경제자본·문화자본·사회자본이라는 분석틀을 활용하여 새로운 소상공인들의 사회적 위치를 검토한다. 둘째, 소상공인들이 상업적 이점이 크지 않음에도 불구하고 저개발된 지역에 입주하는 이유를 확인한다. 셋째, 그들이 지역에서 구성하고 있는 사회적 네트워크(소상공인들

의 느슨하게 연결된 공동체)의 특성을 밝힌다.

기존의 선행연구들이 젠트리파이어의 특성이나 행위를 설명할 때 주로 경제적 요인(저렴한 임대료, 기대수익)이나 문화적 요인(취향, 선호)에 주목했다면, 이 연구는 두 가지 요인을 함께 고려하되 기존의 연구들에서 간과되었던 사회적 요인 역시 동등하게 중요하며, 이를 중점적으로 살펴보고자 한다. 특히 이 연구는 현장조사를 통해 소상공인들의 사회적 네트워크를 분석하기 때문에, 실질적으로 그들의 네트워크에서 중추적인 역할을 담당하는 행위자 및 그들의 행위패턴을 파악하는 데 용이하다. 실제로 젠트리피케이션 지역에는 공식적인 집단이나 조직체에 소속되지 않았지만 커뮤니티 내에서 중요한 영향력을 행사하는 소상공인들이 존재한다. 따라서 정부의 거버넌스나 지역별 민관협업체 구성 및 상생협약 체결을 진행하는 데 좀처럼 포섭되기 어려운 이들의 다양하고 실제적인 관점을 발굴하고, 이를 정책에 반영하는 데 도움을 줄 것이다. 이처럼 도시공간의 변화를 이끄는 주체로서 새롭게 부각되고 있는 새로운 소상공인들의 특성을 밝혀냄으로써 이들의 관점을 이해하고, 서울시가 목표하고 있는 젠트리피케이션의 정확한 진단과 대응에 기여하고자 한다.

2_연구과정과 방법

연구대상지인 연남동을 내가 처음 방문한 것은 2012년 12월이며, 방문의 목적은 연구조사가 아닌 사적인 모임 때문이었다. 서대문구에 위치한 대학교를 다니던 나는 그 무렵, “요즘 연남동이 재밌었다”는 이야기를 친구들로부터 전해 들었다. 이후 2014년까지 여러 차례 연남동을 사적으로 방문했지만, 동네가 급격하게 변화하는 것을 실감한 것은 2015년에 들어서이다. 이 연구는 2015년 11월, 3차례의 현장답사와 6명의 업주를 대상으로 한 비공식 면담을 진행한 후, 2016년 5월부터 10월까지 본격적으로 수행되었다. 주된 방법으로 업주 설문조사와 대면조사를 사용했다.

이 연구를 처음 기획했던 4월에는 연남동 동진시장 인근 구역의 지리적 범위를 정해서, 그 안에 포함되는 모든 가게들의 업주 전수조사를 목표로 했다. 업주 전수조사를 통해 지역 내 상인들의 전체 네트워크를 시각화해보려는 목적이 있었던 것이다. 이런 작업을 통해 연남동 상인들의 유의미한 하위집단과 주요 행위자들을 포착해낼 수 있으리라고 기대했다. 마포구 일반음식점·휴게음식점·제과점 통계자료를 모아 음식점 정보를 수집했고, 이 통계에 포착되지 않는 다른 업종을 망라하기 위해 2016년 4월 두 차례의 현장답사를 통해 모든 가게정보가 수록된 마을지도와 리스트를 제작했다. 목표한 대상지에 위치한 가게들은 총 161개 업소였고, 약 한 달에 걸쳐 직접 가게에 방문하여 업주들에게 자기기입식 설문지 작성을 요청했다.

결론부터 말하자면, 업주들을 대상으로 한 전수조사는 불가능한 기획이었고, 최종적으로 30개의 설문지만을 수거할 수 있었다. 설문지 작성을 요청한 161개 업소 중 설문지를 거부한 업소가 83개소, 설문지를 배부 받은 업소가 78개소였다. 설문지를 수령한 업주들 중에서도 48명은 변심, 분실, 시간이 없다는 이유 등으로 응답을 거절했다. 이처럼 높은 거부 비율 때문에 유독 힘들었던 설문조사 과정을 통해 알아낸 사실은 다음과 같다.

먼저 연남동의 업주들은 면담이나 설문조사에 강한 피로도와 불신을 가지고 있었다. 이것은 연남동이 유명세를 타면서 각종 기사나 잡지 등 언론에 노출되는 과정 뿐만 아니라 젠트리피케이션이 사회적으로 중요한 이슈로 주목받으면서 상당수의 연구자들이 동일한 연구대상지로 몰렸기 때문이라고 생각된다. 실제로 연남동의 업주들 중 많은 이들이 언론 인터뷰 경험이 있었으며, 적지 않은 사람들이 학부생들부터 석·박사, 전문 연구자들까지 학술적인 연구에 참여해본 경험이 있었다. 특히 초창기에 연남동에 진입한 젠트리파이어는 학술 및 정책 연구 참여경험이 많은 것으로 나타났다. 처음에는 이들 역시 연구 참여에 협조적이었으나, 지난 2~4년 간 동네변화를 몸소 겪으며 피로도가 누적된 것으로 보였다. 예컨대 어떤 업주는 설문조사를 위해 찾아가 연구자에게 “이전에도 비슷한 학술연구에 참여

한 적이 있는데, 그 뒤로 연남동에서 일어나는 변화에는 어떤 영향도 없었다.”며 불신을 표시하기도 했다.

더욱이 젠트리파이어로서 새로운 독립소상공인이 아니라, 연남동에서 10년 남짓 또는 그 이상 오랫동안 장사를 해온 기존의 상인들은 설문조사는 물론 면담도 어려운 상황임을 알 수 있었다. 연남동에는 실질적으로 영향력을 행사하는 상인회가 존재하지 않아 조직적인 접근이 불가능하고 개별적으로 조사 협조를 구할 수밖에 없는 구조인데, 크게 기존 상인들은 중국집을 운영하는 화교집단, 기사식당을 운영하는 업주들, 그리고 철물점이나 미용실 등 근린생활시설을 운영하는 업주들로 범주화할 수 있다. 그러나 대체로 이들은 바쁘다는 시간상 문제, 학술 연구에는 무관심하다는 이유 등으로 조사 협조를 거부했다.

그렇기 때문에 설문조사에 참여한 응답자들의 특성을 살펴보면 연남동에서 오랫동안 장사를 한 소상공인 집단이 체계적으로 누락된 것을 알 수 있다. 설문조사에 가장 협조적이었던 것은 2015년 이후 새롭게 가게를 차린 업주들이었고, 이들은 언론의 인터뷰나 학술연구에 참여해본 경험이 상대적으로 적었다. 또한 이들은 이미 연남동이 급격한 변화를 겪고 있는 시기에 유입되었으므로, 향후 동네의 변화가 예측 가능한 수준에서 경험될 수 있다. 그렇기에 더 오래된 상인들에 비해 흥미로운 또는 긍정적인 태도로 연구에 참여했던 것이라 생각된다. 이처럼 설문조사 과정에서 어떤 응답 패턴을 보이는지에 따라서도, 이미 연남동의 소상공인 내부에서 인식과 태도의 차이가 나타나고 있음을 확인할 수 있다. 그렇기에 응답자들에게 수집한 정보뿐만 아니라, 설문조사 과정에서 업주가 보이는 반응 및 특성에 대해서도 당시의 현장 기록을 모아두었다.

[표 1-1] 설문응답자의 특성

(단위: 명, %)

구분		빈도		구분		빈도	
성별	남자	18	(60)	연령	20대	7	(23)
	여자	12	(40)		30대	18	(60)
			40대		3	(10)	
			50대		2	(7)	
업종	음식점	10	(33)	창업연도	2013	2	(7)
	카페	6	(20)		2014	9	(30)
	주점	8	(27)		2015	11	(37)
	소매	4	(13)		2016	8	(26)
	기타	2	(7)				
총계		30	(100)			30	(100)

위 표는 설문응답자의 특성을 보여준다. 창업연도를 살펴보면 2014년 이후 창업한 업주가 93%이며, 2013년 이전에 연남동에 유입된 업주는 포함되지 않았다¹⁾. 연남동의 초기 공간변화를 견인한 업주들은 주로 2010년에서 2013년 사이에 유입된 것으로 생각되지만, 이들은 절대적으로 숫자가 적을 뿐만 아니라 그 중에서도 폐업한 가게들이 있고, 2016년 현재까지 영업 중인 가게들은 이미 유명세를 떨치고 있기 때문에 업주가 매우 바쁘거나 학술 연구 참여에 피로감을 갖고 있는 경우가 많으므로 조사가 쉽지 않았다.

남성과 여성의 비율은 6:4로 고른 수준이고, 연령은 20대부터 50대까지 다양했으나 30대가 60%로 가장 많고, 20대와 합산하면 83%로 업주들의 평균 연령이 매우 젊다는 사실이 확인된다. 업종은 음식점, 카페, 주점, 소매점 등이 고루 포함되었는데, 사실 이런 전통적인 업종분류로는 젠트리피케이션 지역의 새로운 소상공인들이 운영하는 가게의 특징을 포착하기 어렵다. 왜냐하면 이들이 운영하는 가게의 콘셉트는 복합적이라 음식과 주류 판매가 혼합되거나, 커피와 주류 판매가

1) 연남동의 젠트리피케이션이 시작된 것으로 생각되는 2010년 전후 시기와 무관하게 2000년대 중반부터 동네에서 장사를 하던 기존의 상인 두 분이 설문조사에 참여했으나, 그 숫자가 유의미하지 않아 결과 값에는 제외하였다. 여기에서는 연남동의 젠트리피케이션에 영향을 미쳤을 것으로 생각되는 젠트리파이어 집단, 즉 2010년 이후부터 유입된 새로운 소상공인에 초점을 맞춘다.

혼합되는 식이 많기 때문이다. 또 어떤 가게는 단순히 상품 판매를 위한 공간이 라기보다는 수업이나 쇼룸의 성격을 동시에 갖기도 한다. 음식점은 일본음식, 남미음식, 이탈리아 음식 등 이국적 레스토랑이 주류를 이루며, 주점도 소주나 맥주를 파는 일반적인 호프집과는 다르게 수제맥주, 와인, 위스키 등을 다루는 펍(pub)이나 바(bar)를 컨셉트로 운영된다. 소매점에서 판매하는 품목은 주얼리, 의류, 케이크 등 있으며, 기타에는 독립출판물 서점과 만화방이 포함되었다.

이에 더해 설문조사로는 포착할 수 없었던 연남동이 변화하기 시작한 초기에 진입한 업주들과, 특별히 연남동에서 사회적 네트워크에 활발히 참여하고 있는 두 명의 업주를 대상으로 추가적인 면담을 진행했다.

[표 1-2] 면담 대상자 목록

No.	가명	주요업무	업종	성별	연령	창업연도
1	A	아트 디렉터	독립갤러리	남	40대	2010
2	B	바리스타	카페	남	50대	2010
3	C	요리, 매니저	음식점	남	30대	2011
4	D	바리스타	카페	남	40대	2012
5	E	바텐더, 매니저	주점	남	30대	2012
6	F	비누제작, 수업	공방	여	30대	2012
7	G	바리스타	카페	남	30대	2012
8	H	매니저, 서빙	음식점	남	30대	2013
9	I-1	매니저	음식점	남	30대	2014
10	I-2	매니저, 요리	음식점	남	50대	2014
11	J	요리, 매니저	주점	남	40대	2015
12	K	요리, 매니저	주점	남	40대	2015
13	L	투자자문, 중개	부동산	남	-	-
14	M	지역활동가	사회적기업	여	-	-

면담은 총 14명을 대상으로 실시했으며, 창업연도가 2010년부터 2014년 사이인 대상자들을 대상으로 의도적 표집과 눈덩이표집을 활용했다. 이 면담에는 2015년 11월 비공식 면담을 통해 만났던 참여자들과 설문조사에 참여한 일부가 포함되었으며, 본격적인 면담조사는 2016년 7월에서 9월 사이, 약 1시간에서 1시간 반 동안 연남동에 위치한 업주의 가게 또는 인근 장소에서 이루어졌다. 면담 대상

자 A, B, D, E, F, H, J의 경우, 최소 2번에서 많게는 4번 이상 공식적, 비공식적 면담이 이루어졌다. 새로운 독립소상공인으로서 핵심 면담 대상자에 해당하는 것은 1번부터 12번까지이며, 이중에서 11번과 12번은 2015년 진입한 업주들이지만 연남동에서 활발하게 사회적 네트워크에 참여하고 있는 것으로 나타나 면담조사를 진행했다. 13번 면담 대상자 L은 부동산중개업자로서 연남동의 상권 특성, 임대료 변화 및 건축주, 세입자의 특징에 관해 설명해줄 수 있는 주요정보제공자로, 12번 면담 대상자 M은 홍대지역과 연남동을 기반으로 문화기획 및 지역활동을 펼치고 있는 주요정보제공자로 연구에 참여했다. 9번과 10번 면담 대상자는 동업 관계로, 이를 표식하기 위해 알파벳은 'I'로 동일하게 지정하고 숫자를 각각 '1'과 '2'로 달리하였다.

면담조사에서는 2010년부터 2012년 사이에 진입한 업주 7명이 새롭게 포함되어 설문조사에서 확보하기 어려웠던 초기 진입자의 특징과 관점을 확인할 수 있었다. 면담 대상자의 기본적 특성을 설문조사 응답자 특성과 비교하여 살펴봤을 때 흥미로운 특징은, 성별에서 남성의 비율이 높다는 것과 업주들의 평균연령이 상대적으로 높다는 것이다. 그럼에도 30대 업주들이 가장 많이 분포해있는 것은 공통적이다. 또한 초기에 진입한 가게의 업종을 살펴봤을 때, 카페와 음식점이 많고 그에 비해 주점이 적다는 사실을 눈여겨 볼만하다.

설문조사와 면담조사의 내용은 최대한 중복되게 설계하였으며, 주로 업주의 인구사회학적 특성, 사업의 성격과 형태, 왜 연남동에 진입했는지, 업주의 취향 및 지역에서 맺고 있는 사회관계의 특징에 대해 자세하게 물었다. 설문조사의 결과는 STATA로 기초통계분석에 활용했으며, 면담조사는 공식적인 경우 모두 녹음한 후 전사했다. 비공식적으로 업주와의 대화가 이루어진 경우에는, 만남 이후 연구자가 48시간 이내로 기억을 복구하여 내용을 현장노트에 기록했다.

02

선행연구 검토

- 1_국내 젠트리케이션 연구 동향
- 2_국내 젠트리파이어 연구 현황

02 | 선행연구 검토

1_국내 젠트리피케이션 연구 동향

국내에서 젠트리피케이션 연구가 활성화된 것은 2000년대 후반에서 2010년 무렵으로, 이전까지 대중담론에서는 물론 학술적인 담론에서도 젠트리피케이션에 관한 논의는 매우 제한된 수준이었다(이선영, 2015; 신현준·이기웅, 2016). 오늘날 젠트리피케이션은 “글로벌(global)”한 현상, 나아가 일부에서는 “행성적(planetary)”인 현상이라는 주장까지도 제기되지만(Smith, 2002; Atkinson and Bridge, 2004; Lees, Shin and Lopez-Morales, 2016), 기존 젠트리피케이션 연구의 성과를 살펴보면, 젠트리피케이션은 국제적이기보다는 서구 선진자본주의 국가들의 일부 주요 도시들에 한정된 것으로 나타났다. 그렇기에 한국의 도시뿐만 아니라 동아시아를 비롯한 비서구 도시들의 경험은 젠트리피케이션 연구의 이론적, 경험적 논의로부터 상대적으로 주변적인 위치를 점해왔다(Lees, Shin, and Lopez-Morales, 2016).

그 까닭은 젠트리피케이션이 종종 서구 선진자본주의 국가들의 주요 도시에서 발생했던 탈산업화 과정과 연관된 것(Ley, 1980; Smith and Williams, 1986)으로 이해되어왔기 때문이라고 생각해 볼 수 있다. 1970년대 이후부터 선진 자본주의 국가들은 제조업 중심의 산업 동력이 위축되고 지식정보와 문화를 기반으로 하는 새로운 서비스 산업이 부상하는 탈산업화 과정을 경험했고, 이러한 산업구조의 변동은 전통적인 블루칼라 노동계급의 쇠퇴와 화이트칼라 사무직, 전문직 직종으로 구성된 신중간계급의 출현이라는 계급구조의 변동을 수반했다. 젠트리피케이션이라는 도시현상은 이러한 거시적인 사회변동의 맥락 속에서 출현했으며 논의되어왔다.

반면 서구의 일부 거대도시를 제외한 많은 비서구 도시들은 여전히 제조업을 중심으로 하는 산업경제를 유지했고, 그렇기에 눈에 띄는 신중간계급의 존재와 역할

도, 젠트리피케이션이라는 도시공간의 변화도 크게 연구 대상으로 부상하지 못했다. 지구적 노동 분업 체계가 명시하듯, 선진 자본주의 국가들의 도시가 지식정보 산업, 창조(문화)산업과 같은 새로운 경제성장의 동력을 다지며 후기산업사회로 이행하는 동안, 제조업 생산기반은 다른 국가들로 이전해갔다.

그러나 1990년대 이후, 경제적·문화적 글로벌라이제이션의 결과로 전 세계 주요 도시들의 시당국은 새로운 경제성장의 돌파구를 모색하기 위해 신성장동력에 기반을 둔 도시경쟁력을 확보하고 새로운 도시브랜드를 구축하는 데 역점을 두기 시작했다. 이 과정에서 중요하게 등장한 것이 리처드 플로리다의 창조도시에 관한 논의인데, 그의 창조도시 논제는 수많은 행정당국으로부터 열렬한 지지를 받으며 수용되었으며(Lees, Slater, Wylie, 2008), 2000년대 이후 서울 역시 이러한 흐름에서 예외는 아니었다(김수아, 2015b). 이러한 거시적인 맥락 속에서 젠트리피케이션 현상을 이해하는 것이 중요하며, 그렇기에 젠트리피케이션에 관한 담론이 2010년대 중반에 비로소 한국사회에 대두했다는 사실은 그 자체로 주목할 만한 사실이다.

그 이전에 한국을 사례로 젠트리피케이션을 연구한 일군의 학자들은 서구의 맥락과의 대조 속에서 넓게는 동아시아, 좁게는 한국의 특수성을 주장하며 행위자인 젠트리파이어 대신 정치경제적 구조로서 발전 국가를 젠트리피케이션의 중점적인 발생요인으로 내세웠다(Ha, 2004; Kyung and Kim, 2011; Shin and Kim, 2016). 이들 연구는 주로 한국에서 도시(재)개발이라고 불린 현상을 ‘한국적’ 젠트리피케이션이라고 주장하며, 그 사례로 반포동, 목동 등 대규모 단지아파트 개발을 든다.²⁾

젠트리피케이션의 핵심을 계급의 전치 class displacement 로 본다면, 서울의 젠

²⁾ 이 연구의 흐름에 대해서는 이선영 (2015)을 참조. 이러한 주장을 하는 학자들은 2010년 대 중반에 화두가 되고 있는 젠트리피케이션이 한국사회에서 ‘새로운’ 현상이 아니라고 주장한다. 반면, 이 연구에서는 2010년 대 중반에 거론되는 젠트리피케이션은 2000년 대 이전까지 벌어졌던 도시(재)개발과는 구분해서 분석하고 이해해야 할 현상이라고 주장한다.

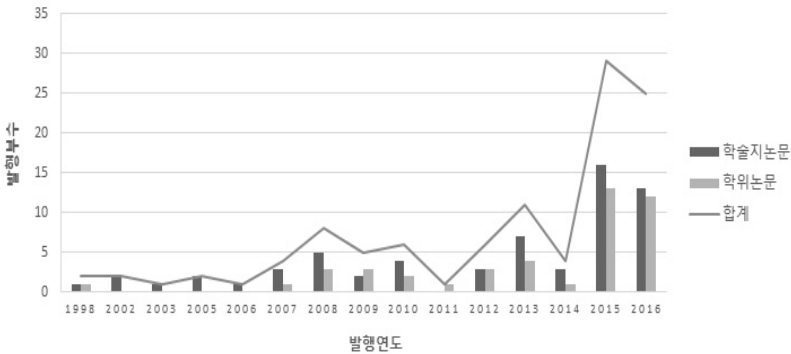
트리피케이션은 2010년대 중반 새롭게 나타난 현상이 아니라 그전부터 있어온 (재)개발과 철거민 문제의 연장선에 있다는 주장이 가능하다. 하지만 그런 논점에는 한계가 있다. 젠트리피케이션 개념의 핵심에는 계급의 전치만큼이나 중요한 계급 구성의 문제가 포함되기 때문이다(Smith and Williams, 1986). 또한 신현준·이기웅(2016)이 적절하게 지적했듯이, ‘젠트리피케이션 개념을 엄밀하게 정의하는 것도 중요하지만, 특정한 시공간에 놓인 행위자들이 이를 어떻게 감각하고, 경험하고, 수행하는지’의 문제 역시 중요하기 때문이다.

젠트리피케이션은 특정한 시공간에서 특정한 행위자에 의해 감각되고, 경험되기 시작했다(신현준·이기웅, 2016: 51). 그것이 언제, 어디서인가를 정확하게 규명하는 데는 조금씩 이견이 있을 수 있으나, 사례연구를 중심으로 진행된 선행연구를 살펴보면 시기의 문제에 관해서는 대체로 2000년대 후반에서 2010년대로 넘어가는 때라는 공동의 이해가 있고, 공간의 문제에 관해서는 서울에서 문화적이고 상업적인 기능을 하면서 소위 핫 플레이스라고 불리는 공간들이라고 확인된다. 이 연구 역시 이러한 경험적 가정을 공유한다.

2010년대 중반 젠트리피케이션 담론에서 압도적으로 언급되는 장소들은 서울의 대규모 단지아파트나 뉴타운이 아니라, 마포구의 홍대 앞 인근, 용산구의 이태원 일대, 종로구의 삼청동, 서촌 등 주거와 상업이 혼합된 곳이다. 이들 지역에서 목격되는 역동적인 변화는 대규모 재개발이 아닌 소규모 리모델링을 통한 개조이며, 이는 서울의 젠트리피케이션이 도시의 정치경제학적 구조뿐만 아니라, 유사한 계급적 배경과 사회문화적 정체성을 공유하는 일군의 젠트리파이어들에 의해 추동되고 있음을 보여준다. 이를 테면 오늘날 연남동이나 경리단길, 서촌의 공간변화를 주도적으로 이끌어내는 이들은 정부의 행정 관료나 도시계획가라기보다는 비교적 젊고, 교육수준이 높으며, 일련의 취향과 사회적 성향을 공유하는 개인들처럼 보이기 때문이다. 이들은 자신들이 삶의 현장에서 겪고 있는 변화를 ‘젠트리피케이션’이라는 언어로 이해하고, 감각하고, 경험하고 있는 세대이다.

이때 젠트리피케이션 과정은 국가주도의 (재)개발에서 관찰되었던 것과는 구분되는 양상을 보인다. 그 양상의 특성은 세 단계로 요약할 수 있다. 첫째, 주로 노동계급 및 저소득층, 고령 인구의 거주지로 기능하던 임대료가 저렴한 구도심에 공방, 갤러리 등 예술가들의 거점과 함께 독특하고 소규모인 카페, 식당이 자리 잡아 해당 지역의 독창적인 문화가 형성된다. 둘째, 유동인구 급증으로 대형 프랜차이즈를 기반으로 하는 카페전문점, 음식점 등 상업시설이 증가하고, 기존 건축물을 용도변경하면서 자가, 임대료가 급등한다. 셋째, 비싼 자가와 임대료로 인해 이전에 유입되었던 문화, 예술가 집단 및 영세자영업자, 그리고 원주민까지 외부지역으로 이주하게 된다. 이러한 특성은 젠트리피케이션 양상의 전형을 파악하기 위한 아념형에 의한 구분이며, 실제에서는 이 단계가 선형적으로 일어나지도 않고, 이 모든 특성을 갖추어 완전 젠트리피케이션인 것도 아닐 수 있다. 그럼에도 이러한 공간변화 과정의 단계적 구분은 2010년대 서울에서 발생하는 젠트리피케이션의 특성을 포착하는 데 도움을 준다.

이러한 과정이 관찰되는 지역을 대상으로 삼는 젠트리피케이션 연구는 젊은 연구자들을 중심으로 주로 석·박사 학위논문을 통해 2000년대 후반부터 등장하기 시작했으며, 2010년 이후부터는 전문 연구자들에 의한 학술 연구논문도 대폭 증가하는 양상을 보인다.



자료: RISS “젠트리피케이션” 키워드 검색결과

[그림 2-1] 젠트리피케이션 연구 동향(1998~2016년)

서울을 중심으로 살펴보면 삼청동, 서촌, 창신동, 황학동, 문래동, 홍대, 연남동, 이태원(경리단길), 신사동 등이 사례연구의 대상지로 선정되었으며, 그중에서도 삼청동은 젠트리피케이션 연구 초기부터 주목의 대상이 되었다(김학희, 2007; 정지희, 2007; 송미경, 2008; 이찬, 2008; 김봉원·권니아·길지혜, 2010; 한정훈, 2010; 김희진, 2015, 하종성, 2016). 그밖에도 홍대(진창종, 2013; 김수아, 2015a, 2015b; 박재은, 2015; 이기웅, 2015; 이한울, 2016)와 이태원(양희은·손용훈, 2013; 허자연, 2015; 김민정, 2016; 신현준, 2016; 허자연·정창무·김상일, 2016)은 삼청동과 함께 가장 큰 주목을 꾸준히 받고 있는 대상지이다.

기존 연구들은 주된 연구목적에 따라 크게 세 종류로 나누어 볼 수 있다.³⁾ 첫째, 주로 도시설계 및 도시공학적 관점에서 제출된 젠트리피케이션에 따른 물리환경적 변화에 관심을 갖는 연구(이찬, 2008; 김신성, 2013; 김민정, 2016; 이민성, 배재흠, 2013; 이한울, 2016; 진창종, 2013; 하종성, 2016), 둘째, 도시정책, 행정, 경영적 관점에 제출된 젠트리피케이션에 관련된 정책적 관심을 갖는 연구(장재일, 2013;

3) 선행연구 검토에서는 동일한 대상지에서 동일한 공간변화 과정을 연구했으나, 젠트리피케이션 개념을 직접적으로 사용하지 않은 연구들도 일부 포함했다. 이 연구들은 공간변화를 주도하는 사회집단을 “젠트리파이어” 대신 “창조계급” 개념을 가지고 접근했다(양희은·손용훈, 2013; 박은실, 2014).

박태원·최병현, 2013; 정남지, 2013; 박재은, 2015), 셋째, 사회학, 인류학, 인문지리학적 관점에서 제출된 젠트리피케이션과 관련된 사회적 주체들의 행위와 인식에 관심을 갖는 연구(양희은·손용훈, 2013; 김승환, 2013; 김수아, 2015a, 2015b; 이동연, 2015; 김수진, 2015; 조혜진, 2016; 박규아, 2014; 신현준·이기용, 2016)이다. 위의 세 가지 관점을 전체적으로 또는 부분적으로 종합한 연구들(정지희, 2007; 한정훈, 2010; 박은실, 2014; 허자연, 2016) 역시 소수이지만 제출된 바 있다.

이들 연구는 대체로 젠트리피케이션을 계급현상이라기보다는 도시현상으로 이해한다. 그렇기 때문에 선행연구 대다수가 젠트리피케이션을 지역활성화, 도시재생, 그리고 상업화와 연관 지어 이해하며, 개념상 구분을 짓지 않기도 한다. 그러나 이 연구는 지역활성화, 도시재생, 그리고 상업화와 중첩되는 양상이 분명히 있으면서도, 젠트리피케이션은 무엇보다도 계급적인 현상이라는 점에서 구분되어야 함을 주장한다. 더군다나 젠트리피케이션을 분석적으로 연구하고자 할 때는 그 원인과 결과, 그에 따른 정확한 진단과 대응방안을 도출해야하기 때문에 엄밀한 개념의 사용이 반드시 필요하다.

지역활성화, 도시재생, 상업화는 도시공간의 경제적이고 물리적인 측면은 설명할 수 있으나, 사회적 측면은 포괄하지 못하거나 부수적으로만 고려할 수밖에 없다는 한계를 갖는 개념들이다. 특히 ‘활성화’ 또는 ‘재생’이라는 단어에서 알 수 있듯, 이들 개념에는 공간변화에 대한 가치판단이 전제되어있다. 활성화된다는 것의 이면에는 기존의 공간이 침체되었다는 판단이, 재생한다는 것의 이면에는 기존의 공간이 죽어있었다는 판단이 내재되어 있기 때문이다. 상업화는 말 그대로 공간의 물리적이고 기능적인 용도변화만을 가리키는 개념이기 때문에, 역시나 젠트리피케이션과는 구분된다.⁴⁾ 이 연구는 젠트리피케이션을 도시현상이자 계급현상으로 이해하

4) 서울연구원에서 발간하는 “작은연구 좋은서울” 연구보고서에도 서춘과 성수동의 젠트리피케이션을 주제로 한 기존의 보고서가 3편 존재한다(음성원, 2014; 남가범, 2015; 김상현, 2015). 이 연구들 역시 주요 관심은 공간의 물리·환경적 변화 양상에 있으며, 방법론적으로 인터뷰나 담론분석을 활용한 경우에도 사회적 행위자 집단 자체에 대한 관심보다는 공간변화를 둘러싼 그들의 태도나 판단, 갈등양상을 파악하는 데 그치고 있다.

며, 따라서 일차적으로 젠트리피케이션의 주체인 젠트리파이어의 존재를 규명하고 공간에서 관찰되는 그들의 행위를 이해하는 데 관심을 갖는다.

2_ 국내 젠트리파이어 연구 현황

젠트리피케이션을 발생시키는 주요 원인으로 탈산업적인 직업과 라이프스타일을 가진 젠트리파이어의 역할이 서구의 맥락에서는 크게 강조되었던 반면, 유사한 행위자 집단이나 출현하는 계급을 중심으로 비서구 도시들의 젠트리피케이션을 설명하려는 시도는 상당히 제한적이었다. 앞서 언급했던 것처럼, 2000년대 이전까지는 개별 행위자집단보다는 도시의 정치경제학적 구조에 집중하면서 국가의 역할을 강조하는 젠트리피케이션 연구의 흐름이 지배적이었기 때문이며, 실제로 도심의 공간변화를 직접적으로 주도하는 개별적인 사회집단이 출현하지 않았기 때문일 수도 있다. 국내 연구 중에서는 용산구의 신축 아파트 단지 주민을 대상으로 한 사례연구를 통해 서구와 같은 신중간계급 젠트리파이어가 서울에도 존재하는지를 검증한 연구가 있었으나, 그러한 사회집단은 아직까지 발견되지 않는다고 보고되었다(이선영·주경식, 2008).

그러나 앞선 절에서도 언급하였듯, 2000년 대 후반 이후, 특히 2015년 무렵을 기점으로 젠트리피케이션에 관련된 기사, 자료집, 토론회, 학술연구는 급격하게 증가했는데, 그중에서도 눈에 띄는 학술적인 성과는 「도시연구 - 역사, 사회, 문화」(2015) 14호의 “젠트리피케이션인가? 도시재생인가?” 특집논문과 저자들의 다른 논문 및 글들을 종합하여 2016년에 출간된 단행본 「서울, 젠트리피케이션을 말하다」이다. 이 연구는 젠트리피케이션을 재개발과 다른 것으로 분명히 구분지음으로써, 그 차이를 만들어내는 핵심적인 요인이 집합적인 공간적 실천을 통해 특정한 심미적 성향과 취향을 드러내는 젠트리파이어의 존재에 있다고 주장한다. 그러면서 “서울의 젠트리피케이션이라는 장의 주요 행위자”(56)에 대한 탐구를 본격적인 연구문제로 부각시켰다는 데 의의가 있다.

이 연구에서는 젠트리파이어의 두 가지 특징을 들어 특정한 세대의 특정한 집단으로 규명하고 있다. 첫째, 이들은 ‘1970년대 중반부터 1980년대 중반에 태어난 세대 가운데 1990년대 중반 이후 독립이나 대안이라는 수사를 동반한 문화를 향유했던 경험이 있는 집단’이다. 둘째, 이들은 ‘2010년대에 접어들면서 성인 세대로 진입하는 생애주기의 한 국면을 맞이’하는데, 이들에게는 ‘4인 가족을 꾸려 신도시 30평형 아파트에서 사는 것’이나, 대기업에 취직해 ‘노예처럼 일하다가 50대 전후에 버려지는 삶’이 현실적으로 가능하지도 않고 이상적으로 원하는 바도 아니라고 한다. 저자에 따르면 이 두 가지 특징에서 공통적으로 드러나는 사실은 비록 서로 다른 직업에 종사한다고 할지라도 이들이 ‘문화적 취향과 미학적 성향을 공유’(57) 한다는 것이다. 나아가, 저자는 이들을 그저 중간계급 젠트리파이어라고 규정하는 것에서 논의를 끝내는 것은 ‘공허한 일’이고, 이들이 어떻게 ‘다르게 살아가기를 실천하면서 특정 장소에 들어가 어떤 도회문화를 창조하고, 나아가 어떤 도시 공간정치를 수행하는가를 주목해야 한다’(58)고 주장한다.

여기에서 저자는 젠트리파이어를 하나의 ‘세대’라는 사회집단으로 묶어내고자 하며, 그중에서도 이 특수한 집단을 하나에게끔 묶어주는 것은 ‘취향’이라는 점을 분명히 밝히고 있다.

「서울, 젠트리피케이션을 말하다」 프로젝트가 내걸었던 젠트리파이어가 갖는 ‘양극적 지위를 표현하고’, ‘이들의 실천을 낭만적으로 찬양할 필요도 없지만, 냉소적으로 경시할 필요도 없다’(58)는 문제의식에는 적극 공감하면서도, 이 연구는 다음과 같은 몇 가지 지점에서 차별화된다. 첫째, 이 연구에서 젠트리파이어, 즉 행위자는 도시공간의 변화를 이해하기 위한 맥락으로 등장하는 것이 아니라 그 자체가 중점적인 연구의 대상이 된다. 둘째, 그렇기에 이 연구에서는 젠트리피케이션 과정에 참여하는 다양한 행위 주체들과 젠트리파이어 집단을 구분해서, 젠트리파이어의 존재, 행위, 역할에 뚜렷한 초점을 맞춘다. 셋째, 이 연구는 하나의 사회집단으로서 젠트리파이어를 탐색할 때, 이들이 공유하는 속성으로서 세대와 취향에 주목하기 보다는 이들의 계급적 특성에 주목한다. 이 연구에서 사용하는 계급 개념은 생산수

단의 소유여부에 중점을 두는 맑스적 구분이나 직업에 중점을 두는 베버적 구분을 의미하기보다는, 부르디외적인 의미에서 ‘동일한 사회적 위치를 공유하는 집단’을 의미하며, 이러한 집단을 포착하기 위한 분석틀로서 경제자본·문화자본·사회자본이라는 다양한 자본의 구조와 양을 살펴보는 전통을 따른다. 취향과 실천의 문제는 이 연구에서도 중요하게 간주하지만, 그것은 계급과의 연관 속에서 중요하다.

서구에서 젠트리피어에 관한 연구는 신중간계급에 관한 논의와 밀접한 연관을 가지고 진행됐다. 고소득을 올리는 전문직이나 화이트칼라 관리직에 종사하는 신중간계급은 후기산업사회로 이행함에 따라 발생한 산업구조 및 노동시장의 변화와 맞물려 대거 양산되었으며, 대중화된 고등교육, 여성 노동력의 증가, 1/2인 가구로의 가족구조 변화, 심미적인 라이프스타일의 추구하고 같은 사회문화적 맥락과 함께 이해되었다. 계급에 초점을 맞추어 수행된 젠트리피케이션 연구의 대다수는 ‘중간계급의 성장과 행동을 분석했으며, 특히 그들이 왜 (새롭게 생겨나는 교외지역이 아니라) 그동안 저개발되었던 지역에 입지하는지’에 주목했다(Slater, 2011: 576). 또한 젠트리피어가 어떻게 공간적 실천을 수행하고 그 실천에는 어떤 자원이 동원되는지도 중요한 연구의 지점이었다. 예컨대 기존의 버려졌던 또는 낙후된 공간을 변화시키기 위해 젠트리피어는 단순히 경제적 자본뿐만 아니라 문화자본과 사회자본을 투입했다는 사실이 강조되었다.

이와 같은 연구관심을 공유할 때, 젠트리피어 행위자 연구에서 답해야 할 중요한 질문은 세 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 젠트리피어는 누구인가, 즉 그들의 사회적 위치(계급)는 무엇인가? 둘째, 젠트리피어는 왜 특정 지역에 입지하는가, 즉 그 공간에 진입하는 행위자들의 동기와 열망은 무엇인가? 셋째, 젠트리피어들은 어떤 구체적인 실천을 통해 공간을 변화시키고, 그러한 실천의 의미는 무엇인가? 이러한 질문을 통해 공간을 주도적으로 변화시켜나가는 사회적 행위자 집단의 정체

5) “The overwhelming research response has been to investigate the growth and behavior of the middle classes, and particularly, why they are seeking to locate in previously disinvested neighborhoods”를 연구자가 번역.

성과 행위를 포괄적으로 이해할 수 있다.

그렇다면 서울의 젠트리파이어는 누구인가? 이때 젠트리피케이션 과정, 또는 젠트리피케이션 장(場)에 참여하는 행위자와 젠트리파이어를 구분해서 살펴볼 필요가 있다. 이를테면 젠트리피케이션 과정에 참여하는 행위자는 젠트리파이어뿐만 아니라, 거시적인 차원에서 도시의 구조와 제도를 만들어내는 주체로서 도시계획가 및 도시정책 담당자부터, 미시적 차원으로는 기존에 공간을 점유하던 원주민, 공간 변화의 중개자 및 촉매 역할을 수행하는 부동산업자 및 신문이나 잡지의 기자와 같은 문화매개자, 소비자 등 다양한 주체들이 포함될 수 있다. 이들 중 원주민을 제외한 모두가 공간의 변화에 참여한다는 넓은 의미에서 젠트리파이어로 규정될 수도 있지만, 이 연구에서는 젠트리파이어를 그보다 협소하게 정의한다.

서울의 젠트리파이어에 대한 협소한 정의는 언론이나 정책과 같은 대중담론에서 초창기 젠트리피케이션을 견인하는 것으로 조명되는 지역 예술가나 영세한 자영업자라는 상식적인 사실에 근거를 둔다. 2015년 11월에 서울시에서 발간한 서울시 젠트리피케이션 종합대책 자료집에는 젠트리피케이션 발생 대상지역을 지정하는 대목에서, ‘임대료 급등지역이라 할지라도 젠트리파이어(문화예술가집단, 영세자영업자 등)의 특별한 노력 없이 자연스럽게 개발된 지역은 제외’(서울시, 2015:4)라는 조항을 명시하였다. 여기에서 눈여겨봐야 하는 것은 ‘젠트리파이어(문화예술가집단, 영세자영업자 등)의 특별한 노력’이라는 구절이다. 이 구절은 젠트리피케이션이라는 공간 변화는 어떤 사회집단의 ‘특별한 노력’을 통해서 촉발된 것이라는 점을 강조하고, 이러한 노력을 투입한 이들을 ‘젠트리파이어’라고 규정하며 구체적으로 서울에서 이들은 ‘문화예술가집단’과 ‘영세자영업자’임을 밝히고 있다.

먼저, 젠트리파이어의 ‘특별한 노력’이라는 부분에 주목해야 한다. 즉 자신의 노력을 투입하여 공간에 직접적인 변화를 만들어냈는가 그렇지 않은가가 젠트리파이어를 규명할 수 있는 주요 요건으로 이해되고 있으며, 이는 서구의 고전적 젠트리파이어들이 오래된 노동계급의 주택을 직접 개보수하여 이전 건축물과는 구별되

는 외관과 내부 인테리어를 갖춘 중간계급의 거주공간으로 탈바꿈시켰다는 맥락과도 맞닿아있다. 이때 공간은 자신이 살 집일 수도 있고, 자신이 운영하는 가게일 수도 있다. 즉, 주거의 목적인지 상업의 목적인지는 크게 중요하지 않다. 이보다 더 중요한 것은, 자신의 담과 열정을 투입해서 공간을 새롭게 만들어낸다는 사실이다. 이때 젠트리파이어의 공간적 실천에는 여러 가지 자원과 행위가 포함될 수 있다. 공간을 바꾸는 데 드는 경제자본뿐만 아니라, 어떻게 공간을 꾸밀지를 구상하는 데 활용되는 지식과 취향, 그리고 실질적인 시간과 노동력 등이 이에 해당한다. 그리고 바로 이런 점 때문에 초기 공간의 정체성 형성에 기여하는 젠트리파이어 집단은 공간에 대한 권리를 주장할 때 이후 단계에 유입되는 더 부유한 중상류층 집단 또는 프랜차이즈와 같은 거대자본과 구별되는 지위를 갖는다.

이 연구는 서울의 젠트리파이어 중 핵심적인 역할을 하는 집단을 새로운 소상공인으로 가정하고 주목한다. 소상공인은 전통적으로 구중간계급으로 분류되었던 영세자영업자에 속하는 사회집단이지만, 젠트리피케이션 과정에서 핵심적인 역할을 하는 소상공인은 기존의 영세자영업자와는 다르다는 점에서 ‘새로운’ 소상공인으로 볼 수 있다. 이 연구가 새로운 소상공인에 주목하는 이유는 세 가지이다.

첫째, 소상공인 집단은 경험적인 현실에 비추어 봤을 때 지역의 정체성 변화에 가장 결정적인 기여를 한다. 새로운 소상공인은 가게라는 자신의 공간을 창출하여 젠트리피케이션의 물리적 경관을 만드는 데 직접적인 역할을 할 뿐만 아니라 그의 독창적인 가게는 지역의 랜드마크 역할을 하며, 동네 전체를 핫 플레이스로 떠오르게 만든다.⁶⁾ 둘째, 새로운 소상공인은 특정 공간을 기반으로 사업을 하는 사

6) 예컨대 지역예술가 집단 역시 중요한 젠트리파이어로 생각되는 경우가 있지만, 단순히 예술가가 그 지역의 어떤 건물, 어느 원룸에 산다고 지역이 정체성을 갖추는 것은 아니다. 사회적 행위자가 동네변화에 직접적인 영향을 미치는 것은, 그의 존재와 행위가 가시적이고 물리적인 공간의 변화로 이어지는 경우이다. 가령 예술가의 경우에도 자신의 작업실이나 스튜디오를 가지고 공간을 변화시키면 단순히 어떤 공간에 거주하는 것보다 젠트리파이어로서의 역할을 수행한다고 볼 수 있다. 만약 예술가가 특정 공간에서 작업만 하는 것이 아니라, 자신의 저작물을 판매하기 위한 쇼룸으로 활용하거나 수업을 진행하는 등 수입을 목적으로 하는 행위가 겹쳐질 경우, 그를 새로운 소상공인의 범주에 포함시킨다.

람들로, 공간을 이용하고 떠나는 일시적인 소비자들과 다르게 지역에 비교적 오래 정착하는 ‘주민’ 또는 지역을 기반으로 가치를 생산해내는 ‘생산자’로서의 위치를 점한다. 그렇기에 이들은 새롭게 생겨나는 서비스계급 및 자영업자 집단을 조망하는 데 유용한 창구가 되어준다. 셋째, 새로운 소상공인들의 정체성과 행위는 경제적인 동기와 문화적인 동기의 중간에서 끊임없는 협상과 조정을 거친다. 이들은 예술가와 달리 완전히 문화적이지도 않고, 상인/기업가와 달리 완전히 상업적이지도 않다. 이러한 이중적 성격은 젠트리파이어의 모순적인 위치를 드러내어 주는 데 적격이다.

기존의 국내 연구자들은 대다수가 새로운 소상공인이 젠트리파이어로서 지역변화를 초기에 주도하는 중요한 행위자라는 점을 지적하면서도, 이들을 본격적인 연구의 대상으로 삼는 경우는 드물었다.

새로운 소상공인을 부분적으로 조명한 연구들은 사회적 행위자 집단 자체에 대한 관심보다는 주로 그들이 경험한 공간변화의 양상을 파악하기 위한 맥락에서 접근했고, 그렇기에 공간변화에 대한 행위자의 입장이나 태도를 기술하는 데 그쳤다. 오히려 젠트리파이어의 계급적 특성에 주목한 연구들은 신중관계급이 아니라, 창조계급 개념을 유연하게 서울의 맥락에 맞게 수정하여 새로운 소상공인을 포착했다(양희은·손용훈, 2013; 박은실, 2014). 젠트리피케이션의 초창기 과정에서 나타나는 예술가집단이나 독특한 감각을 지닌 소상공인들의 역할을 강조하면서, 이들을 창조(문화)산업 내지는 창조적일 일에 종사하는 직업인으로서만 보는 시각이 그것이다. 그러나 창조계급 개념으로 젠트리파이어를 포착하는 데는 두 가지 한계가 있다. 첫째, 젠트리파이어를 창조계급으로 개념화하면 젠트리피케이션 과정에서 발생하는 계급대체 현상을 단순히 창조적 변화로 기술하게 됨으로써 정치적으로 온건화하는 기능이 있다. 둘째, 창조계급 자체를 하나의 집단으로 정의하는 데에도 문제가 발생한다. 신현준(2016)이 적절하게 지적했듯, 창조계급 내에서도 엘리트 그룹과 노동자(하층계급) 그룹으로 분화가 뚜렷하기에 이들의 사회적 위치를 하나로 범주화하는 것은 문제가 있다. 더군다나 창조계급 연구가 수행된 사

레들을 살펴보면, 그 안에 누가 포함될 것인가, 예컨대 같은 소상공인인데 누구는 ‘창조적’ 소상공인이고 누구는 그렇지 않은가의 분류가 자의적이라는 점 또한 알 수 있다.

젠트리피어라는 공간의 행위자에 비교적 분석적인 접근을 시도한 것으로는 정지희(2007)와 김수아(2015a, 2015b), 그리고 이기웅(2016)의 연구가 있다. 정지희(2007)는 상점의 업주를 중심으로 그들의 중간계급적 위치를 파악했고, 김수아(2015a, 2015b)는 공간이용자 특히 문화예술가 집단을 중심으로 공간과 연관된 정체성 형성을, 이기웅(2016)은 문화기업가를 중심으로 그들의 문화자본, 사회자본을 살피고 이러한 자원이 어떠한 공간적 실천으로 이어지는지 살펴보았다.

정지희(2007)는 삼청동길 상가형성과정과 입지요인을 시기별로 물리환경적 변화를 중심으로 살펴본 뒤, 상점을 중심으로 경관변화는 물론 업주 및 소비자들의 계급 및 사회문화적 특성에 대한 조사를 수행하였다. 특히 업주와 소비자들의 사회적 위치를 연령, 학력, 직업, 거주지, 해외경험 등의 척도를 활용하여 파악했으며, 그들이 타집단과 구별 짓기라는 동기에서 삼청동길의 가치소비를 하고 있음을 주장하였다.

정지희(2007)는 공간의 변화 양상을 파악할 때, 이를 주도하는 사회집단의 계급적 성격을 부분적으로 밝힘으로써 공간을 이용하는 사회집단의 계층 상향화라는 젠트리피케이션의 핵심적 특성을 드러냈다는 점에서 의의를 갖는다. 그러나 그는 계급과 공간의 관계를 전면적으로 분석했다기보다는 맥락적인 수준에서 제시하는 데 그쳤고, 그렇기에 삼청동의 공간변화를 가치 지향적 “상업화”로 정리하면서, 이러한 변화가 문화예술시설의 입지라는 주요 요인 때문에 발생했다는 비교적 단순한 설명으로 결론지었다. 이런 분석으로는 미술관이나 갤러리 등의 문화예술시설의 입지가 두드러지지 않는 다른 공간들, 이를테면 경리단길, 서촌, 연남동, 성수동 등에서 발생하는 유사한 변화 과정을 설명하지 못한다.

김수아(2015a; 2015b)의 연구는 초창기 젠트리피케이션을 주도하는 문화예술생

산자들과 후기 젠트리피케이션을 주도하는 상업자본 간 갈등을 공간소비의 진정성이나 공간이용자의 정체성을 중심으로 조명한 것이 특징적이다. 그는 공간을 이용하는 행위자를 중심으로 홍대공간을 둘러싼 정체성 형성을 경험적으로 연구했으나, 여기에선 젠트리피케이션과 연관된 계급과 실천의 문제에 주목하기보다는 행위자들의 기억이나 담론에 초점을 맞추었다. 한편 홍대를 비롯한 서울의 다양한 문화소비공간의 변화양상을 젠트리피케이션으로 설명한 연구에서는 그 과정에서 발생하는 계급전치에 주목해야 한다는 점을 강조했으나 이 논문은 젠트리피케이션 연구의 시론적인 성격을 갖는 것으로, 경험적인 분석으로는 나아가지 못했다.

젠트리파이어의 정체성 및 실천과 관련해서 문화적인 차원은 젠트리피케이션 미학에서 물리적이고 가시적인 환경을 통해 쉽게 관찰가능하기 때문에 심층적인 분석으로 나아가진 못하더라도, 연구자들의 꾸준한 관심을 끌었고 그 중요성에 대한 인식도 공유되었다. 그러나 사회적인 차원에 관심을 가지고 젠트리파이어들이 어떤 사회자본을 가지고 있는지, 그들이 지역에서 어떤 사회관계를 맺고, 자신의 실천에 어떤 사회자본 즉 인맥을 동원하는지를 탐색하는 연구는 매우 제한적인 수준에 머물렀다.

젠트리파이어의 사회자본을 부분적으로 다룬 것으로는 이기웅(2016)의 연구가 있다. 그는 홍대지역을 기반으로 활동하던 ‘문화유민’의 이동경로를 추적하면서 그들이 홍대에서 전치를 겪은 이후 왜 지역을 떠나지 못하고 주변 지역인 상수동과 연남동으로 이주하며, 그곳에서 어떻게 새로운 장소 만들기를 통해 활동을 지속하는지 설명한다. 이기웅(2016)에 따르면, 전치를 겪은 행위자는 특정한 지향을 갖는 욕망, 윤리, 태도를 공유하며, 전치와 장소애착 사이에서 자신이 쓸 수 있는 자원, 구체적으로 문화자본과 사회자본을 전략적으로 배치한다. 그는 지역에 대한 장소애착은 물론, 홍대를 기반으로 다져놓은 사회관계가 이들이 주변 지역에서 새로운 장소 만들기를 수행하는 데 정서적인 지지와 경제적인 협력 기반이 된다고 주장한다. 이기웅(2016)의 연구는 행위자를 중심으로 젠트리피케이션의 주

관적 경험을 이해하고, 이에 대처하는 구체적인 실천 양상을 살펴봤다는 점에서 의미가 있다. 더욱이 행위자의 실천에 영향을 주는 요인으로서 그들의 문화자본과 사회자본을 분석했다는 점에서 이 연구의 목적과 큰 틀에서 문제의식을 공유한다고 수 있다.

그러나 이 연구는 다음과 같은 측면에서 그의 연구와 차별된다. 첫째, 그는 전치, 즉 젠트리피케이션의 결과에 주목한 데 반해 이 연구는 젠트리피케이션의 원인에 주목한다. 중간계급 젠트리파이어가 젠트리피케이션을 발생시키는 주체인 동시에 그 피해자가 된다는 모순적 위치는 잘 알려진 사실이지만, 이기웅의 연구가 그들을 ‘전치 피해자’로 조명하는 것과 달리, 이 연구는 ‘젠트리파이어’로서 그들을 검토한다. 둘째, 그는 행위자의 문화자본과 사회자본에 대해서는 언급하지만 그들의 경제자본에 대해서는 침묵한다. 즉 행위자의 공간적 실천에 활용되는 자본으로서 문화자본과 사회자본을 다루지만, 이를 종합하여 그들의 계급적 위치를 탐색하지는 않는 것이다. 그는 행위자 집단의 계급적 특징에 주목하기보다는, 그들의 연령, 주류 사회와는 다른 인생관 내지는 개인주의적, 공동체주의적 성향 등의 ‘문화’적 특징으로 정체화를 시도한다. 그렇기에 그의 연구대상에는 젠트리피케이션 지역에 가장 핵심적인 구성원들이라고 볼 수 있는 소상공인이 포함되기보다는 문화기획자, 디자이너, 건축가, 언론인 등 예술적 성격이 강한 직업군으로 구성되어있다.

요컨대, 기존의 젠트리피케이션, 젠트리파이어에 관련된 선행연구를 검토해보면, 공간변화를 주도하는 핵심적 행위자로서 젠트리파이어가 누구인지, 이들을 (신)중간계급으로서 경제적, 사회적, 문화적 차원을 종합적으로 검토하여 규명하려는 시도가 부재했다는 것을 알 수 있다. 젠트리파이어라는 사회적 주체는 공간변화를 견인하는 중요한 역할을 수행한다는 인식이 존재함에도 불구하고 이들을 분석적으로 살펴보는 연구가 드물었던 까닭은 이들을 ‘문화·예술가’ 라거나 ‘디자이너’, ‘영세상인’ 등 직업집단으로 단순화한 뒤, 행위자에 대한 더 이상의 심층적인 분석으로 나아가지 못했기 때문이다. 서울의 젠트리파이어는 예술가 또는 영세상

인, 창의적인 어떤 사회집단으로 마치 명료한 것처럼 논의되지만, 정작 그들이 구체적으로 어떤 사회적 위치를 점하고 있는지, 어떤 자원을 동원하여 행위 하는지, 그들의 정체성은 어떻게 구성되는지 등에 대해서는 알려진 바가 적다.

서구에서 신중간계급으로 젠트리파이어 집단에 대한 경험연구를 수행한 가장 정교한 연구들은 부르디외의 계급이론에 기대어 그들의 존재와 행위를 설명하고자 했다(Slater, 2011). 이 연구도 젠트리피케이션 지역의 소상공인 집단을 대상으로 부르디외의 경제자본·문화자본·사회자본이라는 분석틀을 활용하여 그들의 사회적 위치를 다차원적으로 조명해볼 것이다. 또한 기존의 연구에서 가장 제한되었던 젠트리파이어의 사회자본, 다시 말해 사회적 네트워크에 집중해 그들이 지역에서 어떤 사회관계를 맺고 있는지 구체적으로 살핀다. 이들이 맺고 있는 사회관계에 따라 어떻게 다른 사회적 집단과 구별될 수 있는지, 이들의 사회관계는 공간에서의 실천에 어떤 영향을 미치는지, 그리고 이들의 사회적 네트워크의 특성을 통해 유추할 수 있는 젠트리파이어의 사회적 특성은 무엇인지 알아보하고자 한다.

03

핫 플레이스가 된 골목길

1_젠트리피케이션 지역의 물리적 특징

2_마포구 연남동 사례

03 | 핫 플레이스가 된 골목길

1_젠트리피케이션 지역의 물리적 특징

서울의 젠트리피케이션이 ‘산뜻하게 새로 지어진 뉴타운이 아니라 구질구질하고 오래된 올드타운에서 나타나고 있다’는 사실은 특별히 주목할 만하다(신현준·이기웅, 2016). 서울 구시가지의 물리적 특징은 두 가지로 나누어 생각해볼 수 있다. 하나는 20세기 초반부터 형성된 구시가지로 한옥이 밀집한 지역이다. 다른 하나는 1970~1980년대에 형성된 구시가지로, 갈색 벽돌로 지어진 반지하와 지상 2-3층 규모의 단독, 다세대·다가구 주택이 밀집한 지역이다. 전자는 일부 지역(종로구)에 한정된 반면, 후자는 서울 시내 곳곳에 조성된 물리적 환경이라고 볼 수 있다. 이 두 구시가지의 물리적 공통점은 자동차가 지나가기 어려울 정도의 작은 골목길이 동네의 구석구석까지 혈관처럼 뻗어있다는 점이다.

젠트리피케이션 미학에서 서구 도시들은 ‘빅토리아나 건축물’(Jager, 1986)이나 ‘로프트(옥상)’(Zukin, 1989; Podmore, 1998) 등 물리환경적 특징은 젠트리피어의 취향에 부합하여 상징적인 의미변화를 겪은 것으로 잘 알려졌다. 서울의 경우 ‘골목길’이 비슷한 예에 해당할 수 있다. 건축가 로버트 파우저(2015)에 따르면, 골목은 19세기까지 도시의 소통, 흐름의 기능을 담당하는 중요한 역할을 했다. 그러나 자동차라는 교통수단이 생기고 20세기부터 도로가 도시 흐름의 중심이 되고 난 이후에는 더 이상 골목을 만들지 않았기 때문에, 골목은 그 이전에 생긴 오래된 역사적인 공간이다. 세계적으로 골목이 많은 곳은 대부분 오래된 문명이 있는 도시인 까닭이다. 자동차 보급이 확산되면서 골목은 자동차가 다닐 수 없으니 그 가치가 절하되었다. 이전에는 골목을 중심으로 도시의 공동체가 형성되었으나, 20세기, 21세기의 도시 공동체의 모습에서 골목은 배제되기 시작했다. 오히려 골목은 20세기 말부터 가치가 떨어져서 미개발의 상징이 됐다. 그는 기존에 골목이 상징하는 의미가 무엇이었는지 명확하게 서술한다.

골목은 어떤 면에서 개발되지 않은 것이고, 자동차가 없으며, 옛날 사람들의 생활방식을 상징하죠. 주류는 아파트에 살면서 토요일엔 마트에서 쇼핑을 하며 시간을 보내는 거예요. 비주류는 시장에 가고 골목에 사는 거죠. (파우저, 2015: 174쪽)

그의 설명에서도 나타나듯이 골목의 상징은 부정적인 의미가 지배적이었으며, 특히 주류 라이프스타일을 대변하는 아파트라는 건축물과 대비되는 의미에서 다세대·다가구 주택은 전형적인 미개발의 또 다른 상징으로 자리 잡았다. 지하1층, 지상 1, 2층 다세대주택 시리즈가 집중적으로 서울 시내에 조성되기 시작한 것은 다세대·다가구 주택의 양성화 정책이 시행된 1984년 즈음으로, 전형적인 도시형 서민 주거지의 이미지를 갖게 되었으며, 다세대, 다가구 주택의 부정적인 이미지는 오래되었다는 사실 뿐만 아니라, 부실시공에 의한 빗물 누수 문제 등으로 인기가 낮아지기도 했다(임동근·김종배, 2015:238-258). 다세대·다가구주택은 명백하게 가난, 빈곤이라는 의미를 함축하는 상징으로 기능해왔으며, 이러한 사실은 아래 두 인용구에서 확인할 수 있다.

주택시장 실수요자 입장에서는 다세대, 다가구주택에 살다가 돈 좀 모아서 아파트 전세로 들어갔다가, 아파트 분양 받고 소형 평수로 시작을 했다가, 대형, 중대형으로 갈아타는 사이클이 있었잖아요. 정점에는 입지가 좋은 중대형 아파트가 있었고요(임동근·김종배, 2015: 213).

해방촌은 언제나 꿈의 동네였어. 6.25 피란을 온 이북 사람들에게겐 언젠간 자그마치 못한 가난에서 벗어날 수 있다는 희망의 터전이었고, (...) 밤낮없이 일하고 돈 좀 먼저 이곳을 나가게 되면 우리끼리는 이렇게 불렀어. 이제 '해방됐다'고⁷⁾. - 해방촌에서 54년 간 정착, 국수가게 운영. 박성일 대표(73)

7) 조선닷컴, 뉴스Q, 최보운 기자. “소박한 골목 사이 찾은 맛의 천국, 해방촌과 경리단길”. (2015.8.8.)에 실린 업주 인터뷰 중 발췌

해방촌은 다세대·다가구 주택의 밀집도가 매우 높은 동네 중 하나인데, 두 인터뷰에서 확인할 수 있는 사실은 이런 물리환경을 갖춘 동네가 이상적인 지향점이 아니라, ‘지긋지긋한 가난’이 있는 곳, 그러니 ‘돈 좀 모아서’, 또는 ‘밤낮없이 일하고 돈 좀 만져’ 벗어나고 싶은 곳으로, ‘해방’되어야 하는 공간으로 여겨진다는 점이다. 그곳으로부터 해방되어 향하는 곳은 바로 아파트이다.

하지만 흥미롭게도 서울의 젠트리피케이션은 바로 이런 구시가지에서 활발하게 진행된다. 이제 오래된 다세대·다가구주택, 복잡한 골목길은 가난이나 빈곤을 의미하기보다는, ‘추억’, ‘낭만’, ‘여유’, ‘느림’ 등을 의미하는 상징으로 변화하고 있다. 이를 두고 골목길이 ‘재발견’되고 있다는 진단이 터져 나온다(김홍중, 2008; 모종린, 2015; 김난도, 2015). 그렇다고 해서 구시가지의 물리환경적 특징을 그저 낭만적으로만 이해할 수는 없다. 여전히 ‘위험하다’, ‘넓었다’, ‘불편하다’ 등의 부정적인 인식이 혼재되어 있으며, 행위자들이 공간을 선택할 때 이런 부분을 고려하지 않는 것도 아니다. 다만 분명한 것은 같은 물리환경적 특징을 두고도 그 상징적 의미가 변화하고 있다는 사실이며, 그 의미 변화를 주도하는 것은 다름 아닌 그 공간을 긍정하며 장소화시키는 일군의 행위자들, 즉 젠트리피어라는 점이다.

2_마포구 연남동 사례

서울의 마포구에 위치한 연남동은 제2종 일반주거지역으로 1960년대 후반부터 2010년대 중반까지 지속적으로 건축된 다양한 주거유형들이 혼재되어 있지만, 일반적으로는 1970년대의 토지구획정리사업으로 개발된 서울의 대표적인 저층부 주거지의 모습을 하고 있다. 이 사업은 1960년대에서 1980년대에 걸쳐 도시서민의 주거지인 불량주거지와 저층주거지를 대상으로 실시되었으며, 주로 단독주택지의 필지 내에서 다세대, 다가구 주택으로 변화하면서 거주 지역으로 조성되었다(박은실, 2014).

2011년 기준, 연남동의 건축물 중 절반 이상인 53% 가량이 1980년대 이전에 지어진 것으로 확인되었으며 63%가 1, 2층의 저층 규모이고, 소규모 필지의 공간감이 특징이다 (박은실, 2014). 특히 경의선숲길 공원을 기준으로 오른쪽, 동교로를 기준으로 아래쪽 구역은 비정형적이고 좁은 가로가 특징적이다. 이 구역에는 연남동의 랜드마크 중 하나인 동진시장이 위치해있어 편의상 “동진시장 구역”으로 일컬어지며, 다른 연남동 내의 구역보다 촘촘한 골목길이 형성되어있는 것을 확인할 수 있다. 이로써 연남동의 물리환경적 특징은 젠트리피케이션이 발생하는 전형적인 구시가지의 성격을 가진 것으로 보인다.



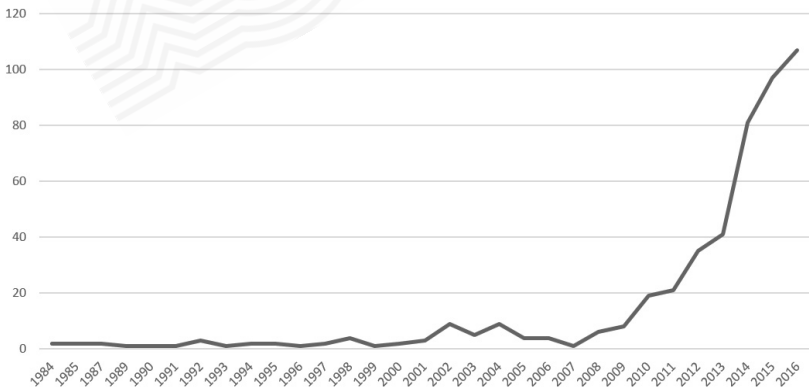
자료: 김신성(2013: 81)

[그림 3-1] 연남동의 필지 규모(2012년)

2011년 기준, 연남동 건축물의 용도를 살펴보면 약 84%가 주거시설이며, 14% 가량만이 상업시설로 주택가의 면모를 강하게 가지고 있었다. 연남동의 원주민은 1970년대 중반 단독주택 분양 시기 이주해온 이들과 볼 수 있으며, 이들은 전면철거 방식의 아파트 건립에 주민들이 자발적으로 반대하는 등, 조용한 주거 지역 특성을 고수하고 지역공동체 의식이 강한 것으로 나타났다(박은실, 2014).

연남동의 거주자 특성은 주목할 만하다. 연남동에는 임대 위주의 주거형식인 다가구, 다세대 주택의 비율이 높고, 단독주택도 다가구 단독의 형태로 가옥주와 세입자가 한 건물 안에 함께 거주하고 있는 경우가 많아 전체 거주자의 절대다수인 75%가 세입자에 해당한다. 대상지 전체의 가구구성은 연령에 관계없이 1인가구가 가장 많은 47%를 차지하고, 그다음은 2인가구가 32%를 차지한다(김신성, 2013). 또한 연남동은 전통적인 화교마을에 해당하는데, 1970년대 무렵부터 중국인 인구가 유입되기 시작하여 연남동 주민의 1/5인 4,500명의 중국인이 거주하고 있다(박은실, 2014).

2000년대 중반까지 동네의 상업적인 기능은 미용실, 세탁소, 꽃집 등의 전통적인 근린생활시설로 제한되어있었다. 음식점이 있는 경우에도 백반, 보신탕, 중국집 등 한식과 분식, 중식이 다수를 이루었다. 기존 가게의 업주들의 연령은 평균 50대 이상으로, 대다수가 동네에 오랫동안 거주해온 원주민 및 화교집단으로 추정된다. 그러나 2010년 무렵부터 연남동에서 분명한 변화가 일어나기 시작했다. 이 변화는 음식점의 변화를 지표로 살펴봤을 때 두드러지게 확인된다.



자료: 마포구 일반, 휴게, 제과음식점 현황 통계를 종합하여 재구성

[그림 3-2] 연남동 영업 음식점의 창업연도 추이(2016년 9월 기준)

[그림 3-2]는 2016년 9월 영업 중인 가게를 기준으로 일반, 휴게, 제과 음식점의 창업연도를 조사한 것이다. 그림에서 확연하게 알 수 있듯이, 연남동의 음식점은 2010년부터 점진적으로 증가하다가, 2014년을 기점으로 폭발적 늘어났다. 이 지표를 통해 2014년에서 2015년을 전후로 동네가 급변했다는 사실을 짐작해볼 수 있다. 그 이전까지 연남동의 변화와 이후의 변화양상은 조금 다른 국면으로 접어들었다고 판단할 수도 있겠다. 흥미롭게도 이 시점은 설문조사를 수행할 때 조사에의 참여를 완고하게 거절하거나 흔쾌히 수락한 집단이 갈리는 때이기도 하다. 연남동에 무슨 일이 있었던 것일까?

연남동의 변화를 이해하기 위해서는 대상지가 위치한 마포구라는 더 넓은 지리적 범위에서 발생하는 공간변화 양상을 살펴보는 것이 중요하다. 마포구는 종로구, 용산구와 함께 서울의 젠트리피케이션이 발생하는 중요한 지역구 중 하나로, 서교동을 중심으로 시작해 합정동, 상수동, 그리고 최근에는 연남동, 망원동으로 확장되고 있는 ‘홍대 앞’이라는 공간적 권역을 포함하고 있다. ‘홍대’ 또는 ‘홍대 앞’이라 일컬어지는 지역은 서교동을 중심으로 미술대학으로 유명한 홍익대학교의 존재와 밀접한 연관을 갖고 있다. 이 지역을 홍대 ‘상권’이 아니라, 홍대 ‘문화’로 말할 때의 핵심에는 독립적인 음악과 미술 씬(scene)을 만들어내는 장소라는 역사성에 근거를 두고 있다. 1970년대부터 일군의 언더그라운드 음악인들과 예술가들의 스튜디오가 홍대에 자리 잡았고, 이후 주변 대학가의 청년문화와 접목되면서 홍대지역은 서울의 독립문화, 대안문화, 반문화가 형성되는 중심지로 성장했다. 특히 그 성장세는 1990년대에 두드러졌는데, 클럽, 소극장, 그리고 대안공간이 급격하게 증가했고, 더 많은 인디, 언더그라운드 음악인들과 예술인들이 홍대로 모여들었다. 이들은 지역 기반의 끈끈한 사회적 네트워크를 바탕으로 독창적인 홍대문화를 꾸려나가는 데 기여했다. 2000년대에 접어들면서는 다양한 지역 기반 축제들이 펼쳐졌고, 대중매체에서도 홍대의 문화적 가치에 주목하기 시작하면서 일반적인 인구가 소비를 목적으로 홍대지역에 유입되기 시작했다. 이 무렵부터 홍대의 상업화가 본격화되었으며, 2000년대 후반이 되면 홍대가 가지고 있던

고유한 특징은 상업적인 획일화 때문에 사라져간다는 진단이 등장하기도 했다(진창종, 2012; 김수아, 2015b).

연남동의 변화는 이러한 홍대의 상업화와 밀접한 연관을 갖는다. 상업화된 홍대의 높은 임대료를 감당할 수 없게 된 음악인, 예술가, 그리고 영세한 자영업자들은 더 저렴한 지역을 찾아 이동했다. 그 시기는 2008년에서 2010년경으로, 연남동의 변화가 시작된 무렵과 맞물린다(김신성, 2013; 박은실, 2014; 이기웅, 2016). 연남동은 서교동의 북동쪽에 위치해있는데, 홍대 앞의 문화적 발전과 상업화의 흐름에서 상당 기간 배제된 채 오래된 주택가의 모습을 2010년대 중반까지 유지하고 있었다. 서교동과 인접한 합정동이나 상수동이 홍대 앞의 변화에 직접적이고 즉각적인 영향을 받았던 것과 달리, 연남동의 변화가 더디었던 까닭은 여러 가지 요인 가운데 접근성 문제를 들 수 있다. 2호선과 6호선이 지나는 다른 지역과 달리, 연남동에는 2010년 신공향철도 홍대입구역이 개설되기 전까지 대중교통 이용이 상대적으로 제한적이었던 것이다. 2016년 기준, 신공향철도 홍대입구역 3번 출구가 연남동 경의선철도공원과 바로 연결되는 것에 반해, 이전까지는 연남동에 접근하기 위해서는 거리가 떨어진 2번 출구를 이용해야했고, 2015년 봄까지는 경의선공원 공사를 위한 펜스가 설치되어있었기 때문에 연남동에 유입되는 외부인은 제한적이었다.

실제로 오늘날 연남동이 홍대와 인접해서 접근성이 좋다는 인식으로 개선된 것과 달리, 2010년대 초반까지만 하더라도 연남동은 ‘접근이 어려운 지역’, ‘홍대에서 멀리 떨어진 지역’으로 인식되었다는 점을 여러 면담 대상자들로부터 공통적으로 확인할 수 있었다. 이로써 행위자들의 공간경험이 단순히 물리적인 거리로 ‘멀다’, ‘가깝다’, ‘불편하다’, ‘편리하다’로 인식되는 것이 아니라 주관적 경험에 의해 다르게 느껴진다는 사실을 알 수 있었다. 연남동의 제한된 접근성은 두 가지 변화로 크게 개선되었다. 하나는 2010년 홍대입구역에 공항철도가 신설되면서 연남동과 가까운 도로에 3번 출구가 개설된 것이고, 다른 하나는 2015년에 경의선 숲길 공원이 완공되면서 기존에 있던 펜스가 걷히고 연남동의 중심을 가로지르는 공원이 개방된 것이다. 이로써 연남동은 더 이상 숨겨진, 또는 멀리 동떨어진 지역이 아니게 되었으며, 대중매체에서도 연남동이 지속적으로 ‘가 볼 만한 곳’으로 소개되며 외부인구 유입이 증가했다.



자료: 서경리 (2015.10)

[그림 3-4] 경의선 숲길공원 연남동 구간의 전경

음식점을 지표로 알아본 연남동의 변화는 그 개수가 폭발적으로 증가했다는 점에서도 알 수 있지만, 음식점의 유형이 다양화되었다는 점을 통해서도 확인할 수 있다. 2010년 이전, 연남동에 있는 음식점은 대부분 한식이나 분식, 그리고 화교 인구의 영향을 받아 중식으로 구성되어 있었다. 그러나 2000년대 후반 연남동에 최초로 카페가 유입되었으며, 이후 2013년까지 창업하는 음식점 중 카페가 가장 많은 수를 차지했다. 음식점의 경우에도 한식보다는 태국음식, 베트남음식, 남미 음식 등 이국적인 콘셉트를 가진 음식점들이 생겨났으며, 이탈리아, 아메리칸, 프

렌치 등 서구적인 레스토랑이 눈에 띄게 늘어났다. 주점의 경우도 기존에는 소주와 맥주를 주로 팔면서 호프/통닭으로 분류될 만한 전통적인 주점이 다수였다면, 2010년 대 이후 생겨나는 주점은 칵테일, 위스키, 샴페인, 와인, 수제맥주, 사케 등을 취급하며 바, 펍, 비스트로, 이자카야 등 이국적 스타일을 추구한다.

이러한 음식점의 변화는 동네 구성원의 변화를 반영하는 것이라 볼 수 있다. 기령 예전 연남동(에 살던) 사람들이 분식집에서 김치찌개를 먹고, 2차로 소주를 마셨다면, 요즘 연남동(에 오는) 사람들은 태국음식전문점에서 팟타이를 먹고, 2차로 페일 에일을 마시는 것이다. 이런 변화는 가게를 운영하는 업주들뿐만 아니라 그 곳에 찾아오는 손님들의 취향과 문화자본을 반영한다.

음식점뿐만 아니라 흥대를 찾는 외국인 관광객 인구가 증가함에 따라, 이들을 위한 숙박시설인 게스트하우스가 2011년 무렵부터 연남동에 생겨났다. 게스트하우스의 주사용자는 유럽이나 미국의 배낭여행자, 중국과 일본의 유학생, 주말에 서울에 올라오는 지방의 영어강사들로, 이들은 화교 인구와 뒤섞여 연남동의 문화적 다양성을 만들어내는 데 일조한다(이에 대해서는 박은실, 2014 참조). 2010년대 이전까지 연남동의 문화적 다양성이 화교집단이라는 단일한 특색에 기반하고 있었다면, 2010년대 이후부터는 그 폭이 다양화되고 있다.

04

젠트리파이어: 새로운 독립소상공인

- 1_새로운 독립소상공인은 누구인가?
- 2_그들이 연남동에 온 까닭
- 3_업주들의 사회적 네트워크 특성

04 | 젠트리파이어: 새로운 독립소상공인

1_새로운 독립소상공인은 누구인가?

새로운 독립소상공인은 연남동에서 무슨 사업을 어떻게 펼치고 있으며, 그들의 사회적 위치는 어떻게 파악할 수 있을까? 여기에서는 새로운 독립소상공인들의 사업유형과 스타일을 살펴보고, 부르디외의 경제자본·문화자본·사회자본이라는 분석틀을 활용하여 이들의 사회적 위치를 탐색해보고자 한다.

[표 4-1] 새로운 독립소상공인의 사업 특성

(단위: 명, %)

구분		빈도	
사업형태	독립	28	(93.3)
	가맹점	1	(3.3)
	본점	1	(3.3)
종업원 수 (비정규직 포함)	1인 가게	14	(46.7)
	2명	11	(36.7)
	3명	3	(10)
	4명	1	(3.3)
	8명	1	(3.3)
총계		30	(100)

먼저 새로운 독립소상공인의 사업특성을 사업형태와 가게규모(종업원 수)를 통하여 알아보았다. 사업형태의 경우 자체적으로 독립된 사업을 하는 경우, 프랜차이즈 가입을 통하여 가맹점을 내어 운영하는 경우, 가맹점을 보유한 프랜차이즈 본점을 운영하는 경우 총 3가지의 경우로 나누어 분류 하였다. 조사결과는 독립 가게가 28군데로 전체의 93.3%를 차지했다. 뒤이어 가맹점과 가맹주가 각각 한군데씩 있었다. 종업원 수를 기준으로 봤을 때, 1인 가게의 경우 14개, 2인 가게의 경우 11개, 3인 가게의 경우 3개, 4인 또는 8인이 각각 1개로 조사되어, 1인 또는 2인 가게의 경우가 전체에서 83.4%를 차지하고 있었다. 이를 통해 업주들의 사업

이 대부분 독립적인 것이며, 가게를 본인 혼자 운영하거나 아르바이트 혹은 동업자와 알하는 2인 가게로 사업규모가 영세함을 알 수 있다. 이들은 자기소유의 가게를 가지고 운영하는 ‘사장님’이지만 일주일 기준 평균 6.1일 가게에 출근하고, 하루 기준 11시간을 노동하는 ‘노동자’이기도 하다. 이들의 주당 평균근로시간을 합계 내어보면 일주일에 약 66시간에서 67시간가량 노동하는 것인데, 이는 서비스업 자영업자들의 주당 평균근로시간이 51시간(김복순, 2013)인 것과 비교했을 때 매우 장시간 노동이라 볼 수 있다. 특히 종업원 아예 없거나 있는 경우에도 소수의 파트타임을 주로 고용하는 사업특성상, 업주들은 높은 노동시간과 노동강도를 감수한다고 볼 수 있다. 새로운 독립소상공인의 연령대가 20대 후반에서 30대로 비교적 젊다는 점, 사업형태가 독립적이며 종업원 수로 측정한 가게의 규모가 영세하다는 점은 이들이 경제적으로 제한적인 위치에 있음을 말해준다. 이들의 경제자본을 직접적으로 조사해보면 그 실태가 명확하게 드러난다.

새로운 독립소상공인의 경제자본을 살펴보기 위해 총 여섯 가지의 지표를 활용했다. 경제자본은 가장 일반적으로 월소득, 연소득을 통해 측정되는데, 서비스 자영업의 특성상 이들의 소득은 날씨, 주중/주말별, 월별, 계절별 편차가 매우 높은 것으로 조사됐다. 그렇기에 임금근로자와 다르게 자영업자의 경제자본을 측정하기 위해 월소득은 그다지 유용하지 않은 기준으로 생각된다. 따라서 소득보다 현실을 더 잘 반영할 수 있는 경제적 지표를 다양하게 적용해보았다(표 4-2 참조).

우선 가게를 운영하는 공간을 기준으로 2016년 기준 현재 사용하고 있는 가게의 공간이 매입인지 임대인지를 알아보는 것과, 임대인 경우 매달 지불하는 임대료는 얼마인지를 알아봤다. 공간소유의 형태의 경우 매입하여 가게를 운영하는 경우 1건을 제외하고 나머지 29개의 가게들은 모두 임대를 통하여 가게를 운영하고 있었다. 임대료의 경우 200만 원 이하를 지불하는 가게가 전체의 80%로 과반수를 차지하고 있으나 그 이상을 지불하는 가게도 8군데 존재함을 확인 할 수 있다. 그럼에도 연남동은 아직까지 변화한 기성 상권의 임대료보다는 저렴한 수준을 유지하고 있는 것으로 보이는데, 예컨대 인접한 홍대·합정 지역과 비교했을

때 이번 조사를 통해 연남동의 평당 임대료는 3만 원대 중후반 수준으로 확인된 반면, 홍대·합정 지역의 경우 2015년 기준 평당 임대료가 6만 원대 후반에 이르렀고, 같은 시기 마포구 지역의 평당 임대료는 5만 원대 중반으로 조사되었기 때문이다(국토교통부, 2015).

다음으로는 창업자본금의 액수와 마련 방법, 권리금을 통해 개인이 보유한 경제자본을 측정해보았다. 창업 자본금의 경우 3천만 원 이상·8천만 원 미만이 들었다고 답한 업주는 20명으로, 전체 응답자 중 67%의 과반수를 차지하고 그 이하 또는 그 이상이 각각 4명이 해당된다고 응답하였다. 한국 자영업자들의 평균 창업자본규모를 살펴보면, 2012년 기준 2천만 원 미만인 응답자가 54%, 2천만 원 이상 1억 원 미만인 응답자가 38%를 차지했다. 창업자본금으로 미루어본다면, 연남동의 업주들 중 다수가 비교적 많은 금액을 가지고 사업을 시작한다고 볼 수 있다. 그러나 이들이 어떻게 창업자본금을 마련했는지 조사해보면, 소위 가족으로부터 경제적 지원을 받아 사업을 시작하는 ‘금수저’와는 거리가 있는 것으로 나타났다. 가족이나 친지로부터 자본금을 지원받았느냐는 질문에, 23개의 가게가 지원을 받지 않았다고 답했으며 스스로 다른 일을 통해 번 자금 또는 대출금을 통해 자본금을 마련했다고 응답했다. 한편 연남동에서 사업을 시작할 때 권리금을 지불하는 경우는 기성 상권들과 비교했을 때 적은 것으로 확인되었는데, 총 20개 가게가 권리금을 지불하지 않고 사업을 시작한 반면 8개의 가게는 권리금을 지불하였다고 응답하였다. 이때 권리금을 지불한 가게들은 비교적 뒤늦게 연남동에서 사업을 시작한 경우였다.

[표 4-2] 새로운 독립소상공인의 경제자본

(단위: 만 원, 명, %)

구분		빈도	
공간소유형태	매입	1	(3)
	임대	29	(97)
임대료	100이하	5	(17)
	100-200	16	(53)
	200-300	8	(27)
	무응답	1	(3)
창업자본금	600-3000	4	(13)
	3001-8000	20	(67)
	8000 이상	4	(13)
	무응답	2	(7)
자본금지원	있었다	5	(17)
	없었다	23	(76)
	무응답	2	(7)
권리금	지불했다	8	(27)
	지불하지 않았다	20	(67)
	무응답	2	(6)
계층의식	중상위계층	2	(6.7)
	중산층	13	(43.4)
	중하위계층	12	(40)
	하위계층	2	(6.7)
	무응답	1	(3.3)
총계		30	(100)

객관적인 지표로 확인한 경제자본에 대해서, 주관적으로 새로운 소상공인들이 자신이 어떤 계층에 속한다고 느끼는지를 질문해보았다. 이때 자신이 중산층에 속한다고 느끼는 사람이 13명으로 43.4%를 차지했고, 중하위계층에 속한다고 느끼는 사람이 12명으로 40%를 차지했다. 이를 합쳐보면 새로운 소상공인 중 80% 이상이 자신을 중산층 또는 중하위계층으로 정체화하고 있음을 알 수 있다. 이는 기존의 자영업자 계층의식을 분석한 연구에서 이들의 계층 정체성이 정규직 노동자와 비정규직 노동자 중간 정도에 위치한다는 점을 보여준 것(이병훈·신재열, 2011)과 일정 부분 일치하는 결과라고 볼 수 있다.

요컨대 새로운 소상공인들은 독립적인 생산수단을 가지고 사업을 운영하는 소규

모 자본가 또는 중간계급이지만, 불황과 같은 경제상황에 가장 즉각적인 영향을 받아 소득이 불안정하다는 점, 생산수단에서 가장 핵심적이라고 할 수 있는 매장 공간을 소유하는 것이 아니라 대부분 임대한다는 점, 그리고 사업규모가 영세해진 노동시간과 노동강도를 감수한다는 점에서 경제적으로 제한된 위치에 놓여있으며, 이러한 점으로 말미암아 자신의 경제적 지위를 주관적으로 낮게 평가하는 경향이 있음을 알 수 있다.

반면 제한된 경제자본에 비해 새로운 소상공인의 문화자본은 높은 것으로 나타났다. 젠트리파이어에게 두드러지는 문화자본으로 선행연구에서도 공통적으로 지적된 바 있던 교육수준과 해외경험 변수를 이 연구에서도 중점적으로 조사했다(정지희, 2007; 강유기람 외, 2014; 신현준·이기웅, 2016). 교육수준은 최종 학력 기관을 조사하는 것에 더해, 대학 재학 및 졸업자의 경우 어떤 전공을 공부했는지도 조사했다. 해외경험은 중단기 여행과 6개월 이상 체류로 나누어 조사했다.

새로운 소상공인들이 높은 교육수준을 가진다는 점은 국내 선행연구 뿐만 아니라 해외에서 수행된 젠트리파이어 연구에서도 꾸준히 지목되었던 부분이다. 삼청동에 가게를 운영하는 업주들을 상대로 설문조사를 실시한 정지희(2007)는 그중 80% 이상이 대학 및 대학원 이상을 졸업했다고 보고했고, 강유기람 외(2014), 신현준·이기웅(2016)이 수행한 질적 인터뷰에서도 새로운 자영업자들의 고학력이 중요한 특징으로 드러났다. 새로운 소상공인들은 단순히 높은 학력을 가졌을 뿐만 아니라, 전공에 있어서도 주로 실용음악, 시각디자인, 호텔조리, 영어영문, 언론홍보영상, 의상(디자인), 미술, 금속공예, 건축 등 인문사회과학 및 예술·서비스업과 관련된 공부를 한 것으로 밝혀졌다. 이러한 학력자본은 새로운 소상공인의 높은 문화자본과 사회자본으로 전환되는 바탕으로 기능할 수 있다.

[표 4-3] 새로운 독립소상공인의 문화자본

(단위: 명, %)

구분		빈도	
교육수준	고등학교 이상	3	(10)
	대학교 이상	25	(83.4)
	대학원 이상	1	(3.3)
	무응답	1	(3.3)
해외여행경험	있다	26	(86.7)
	없다	4	(13.3)
해외체류경험 (6개월이상)	있다	9	(30)
	없다	21	(70)
총계		30	(100)

한편 새로운 소상공인들이 해외경험이 많다는 것 역시 이들의 높은 문화자본을 보여주었다. 여기에서는 해외경험을 여행경험과 체류경험으로 분류한 뒤, 단순히 경험이 있는지 없는지 여부나 빈도를 양적으로 파악하는 것에 더해 어떤 해외경험을 선호하는지 조사함으로써 질적인 특징을 확인하였다.

먼저 해외여행의 경우를 양적으로 살펴보면, 전체 중 87%를 차지하는 26명의 응답자가 해외여행을 다녀온 경험이 있다고 답했다. 더욱이 얼마나 자주 해외로 여행하는지를 묻자, 17명이 일 년에 한 번 이상 여행한다고 답했다. ‘몇 년에 한 번’이라고 답한 사람이 7명, ‘평생에 한두 번’이라고 답한 이는 1명에 그쳤다. 또한 해외여행의 질적인 측면을 살펴보기 위해 어떤 유형의 여행을 다녀왔는지도 물어보았다. 그러자 응답자 중 대형 여행사에서 패키지여행으로 다녀온 이들은 2명에 불과했고, 74%에 해당하는 22명이 자유여행을 다녀왔다고 답했다. 여행을 다니는 동안 주로 어떤 식사를 했는지 묻는 문항에서도 17명이 현지식 위주의 식사를 한다고 응답했으며, “한식, 체인레스토랑 등 익숙한 식사”를 한다고 답한 사람은 아무도 없었다.

이를 통해 대부분의 업주들이 해외여행을 자주 다니며 대형 여행사에서 기획하는 패키지여행보다는 자유여행을 선호하고, 현지의 문화를 적극적으로 수용하는 경향이 있음을 알 수 있다. 여기에서는 해외여행 경험의 양뿐만 아니라 질적인 측면

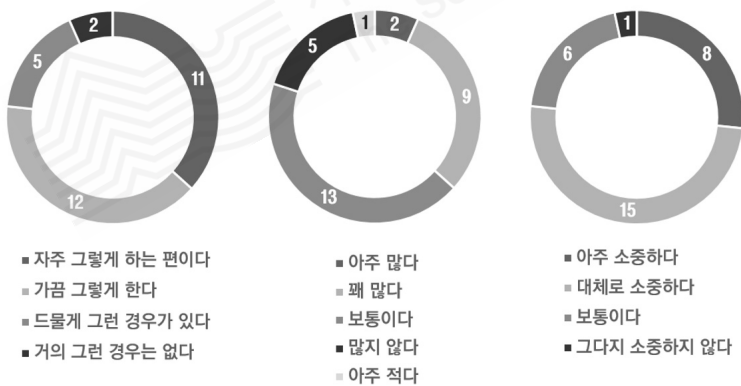
을 조사함으로써, 이들이 진정성 있는 이국적인 문화를 추구한다는 것을 간접적으로 확인할 수 있었다. 또한 실제로 적극적, 독립적으로 활동하며 자유여행을 다니는 것을 통해 이들의 외국어 구사 능력이 상대적으로 높은 편에 속하거나 자유여행에 필요한 다양한 디지털 기술 활용 능력이 뛰어난 것으로 유추해볼 수도 있다.

더욱이 해외에서 6개월 이상 체류한 경험이 있는 응답자들도 30명 중 9명으로, 약 30%에 해당했다. 면담조사 참여자들 중에서도 5명이 해외체류 경험이 있는 것으로 파악됐다. 해외에 체류한 사람들의 경우, 체류지가 북미(미국, 캐나다), 호주, 뉴질랜드 등 서구권이 압도적으로 많았고, 아시아의 경우에는 일본이 포함되었다. 해외체류경험이 자신이 지향하는 라이프스타일에 의미 있는 영향을 미쳤는지 묻자, 6명이 '매우 그렇다'고 답했고 4명이 '다소 그렇다'고 대답했다. 그들의 현재 사업에 의미 있는 영향을 미쳤는지 묻는 질문에는 5명이 '매우 그렇다', 4명이 '다소 그렇다', 1명은 '별로 그렇지 않다'고 답했다. 이를 통해 새로운 소상공인들은 (서구)선진국에 비교적 장기간 체류하며 그곳의 라이프스타일과 가치, 문화를 함양했다고 볼 수 있으며, 그중 상당수가 한국에 돌아와 사업을 통해 선구적으로 이를 전파하는 역할을 수행한다고 이해할 수 있다. 이들의 해외경험은 새로운 소상공인들이 기존의 전통적인 소상공인들과 다르게 이국적이고 혼종적인 가게의 콘셉트를 추구하는 이유를 부분적으로 설명해준다고 하겠다.

지금까지 업주들의 사업특성, 이들의 경제자본과 문화자본에 대해 알아보았다. 아래에서는 새로운 소상공인의 사회자본을 살펴보고자 한다. 사회자본은 가게를 이용하는 손님들과의 사회관계, 지역 업주들과의 사회관계, 그리고 사회(문화)적으로 높은 지위집단과의 연결망이라는 세 가지 유형으로 분류하여 측정해보았다.

자신의 가게를 이용한 손님과의 사회관계의 경우 총 3가지의 설문을 진행하였다. '일반적으로 손님들과 가볍고 친밀한 대화를 나누거나 교류를 하십니까'라는 질문에 '그렇다'라고 답한 인원이 23명으로, 과반을 차지한다. '가게를 찾아오시는

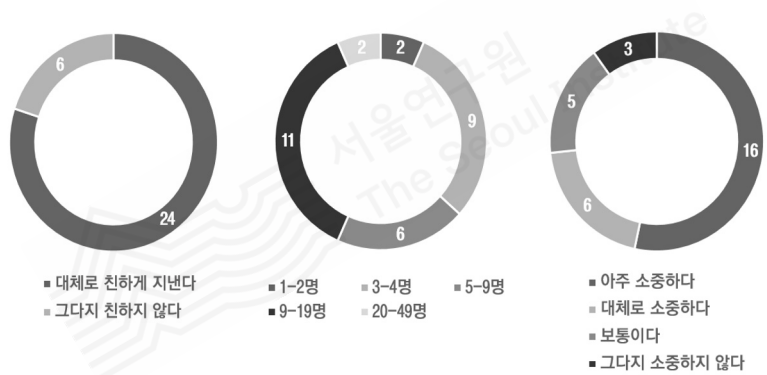
단골손님은 대략 얼마나 됩니까?’라는 질문에는 ‘아주 많다’가 13명, ‘꽤 많다’가 9명으로, 단골손님의 비중을 높게 인식하고 있음을 확인 할 수 있다. 업주들이 손님들과 자주 교류하며, 단골손님이 많다는 점은 유동인구가 대체로 많은 대로 변에 가게를 오픈하지 않고, 임대료가 저렴한 골목 상권에 자리를 잡을 수 있는 요소가 되었다고도 볼 수 있다. 일반적인 가게들의 경우 변화거나 유동인구가 많은 지역에 위치하기를 선호할 수밖에 없는데, 새로운 소상공인들의 가게는 주로 단골 또는 입소문을 통해서 알려지고 방문하는 손님들의 비중이 높기 때문에 이런 특징이 나타난다고 해석할 수 있기 때문이다. 이러한 손님들과의 정서적이고 사회적 교류는 얼마나 소중한지 묻는 질문에도, 8명이 아주 소중하다고 대답했고 15명이 대체로 소중하다고 답변하였다. 이는 이들과 손님과의 관계가 단순하고 형식적인 일회성 관계라기보다는 정서적 교류가 오가는 비교적 친밀한 관계임을 유추할 수 있게 한다.



[그림 4-1] 새로운 독립소상공인과 손님과의 사회관계

다음으로 지역의 다른 업주들과의 관계를 총 3가지 질문을 통하여 확인하였다. 먼저 다른 업주들과 친하게 지내는지에 대한 질문에 30명 중 24명이 대체로 친하게 지낸다고 응답하였다. 친하게 지내는 다른 업주의 수의 경우 10명에서 19명 사이라고 답한 응답자가 11명으로 가장 많았고, 3-4명이 9명, 5-9명이 6명으로

대체로 다양한 업주들과의 활발한 교류가 있음을 확인했다. 이들과의 관계의 중요성을 묻는 질문에서는 16명이 아주 소중하다고 응답하였다. 6명이 대체로 소중하다고 응답하였고 보통이라고 응답한 인원은 5명 그리고 나머지 3명은 그다지 소중하지 않다고 설문에 답하였다. 이들은 주로 업주들 간 사회관계로부터 비슷한 직업종사자로서 정서적 지지를 얻으며 사업과 관련된 정보를 교환하기도 한다고 답했다. 비슷한 업종들이 인접한 지역에 밀집되어 있으면 업주들 간 경쟁관계나 갈등이 생길 수도 있는 상황에서 비교적 친밀하고 협력적인 교류가 일어나고 있는 상황은 주목할 만하다. 이러한 업주들 간의 사회관계에 대해서는 다음 절에서 더욱 자세히 살펴보도록 하겠다.



[그림 4-2] 새로운 독립소상공인과 다른 업주들과의 사회관계

마지막으로 소상공인의 사회연결망에 얼마만큼의 사회문화적으로 높은 지위집단에 있는 이들이 포함되어있는지를 통해 이들의 사회자본을 살펴보았다. 눈에 띄는 점은 변호사/검사/판사로 대변되는 일반적으로 사회적 지위가 높은 직업군과의 연결망을 가진 사람은 26.7%에 그쳤으나, 대학교수와 강사로 대변되는 지식인 집단이나 편집인, 큐레이터와 같은 지식인과 예술가의 사이에 있는 집단, 그리고 명백하게 예술가 집단에 인맥을 가진 사람은 과반수에 조금 못 미치거나 상회하는 수준으로 매우 풍부한 것으로 드러났다. 이는 이들의 문화자본과 사회자본

이 높은 가능성으로 전환된다는 사실을 시사하는 대목이다.

[표 4-4] 새로운 독립소상공인의 사회자본

구분	빈도		총계
	있다	없다	
대학교수/강사	14 (46.7)	16 (53.3)	30 (100)
변호사/검사/판사	8 (26.7)	22 (73.3)	30 (100)
큐레이터, 편집인	14 (46.7)	16 (53.3)	30 (100)
벤처 기업가	8 (26.7)	22 (73.3)	30 (100)
기자, 평론가	11 (36.7)	19 (63.3)	30 (100)
유명 작가, 예술가, 뮤지션	15 (50)	15 (50)	30 (100)
인디/언더 작가, 예술가, 뮤지션	17 (56.7)	13 (43.3)	30 (100)
방송국 PD, 영화/영상감독	9 (30)	21 (70)	30 (100)
연예인, 연습생	11 (36.7)	19 (63.3)	30 (100)

2_그들이 연남동에 온 까닭

새로운 독립소상공인이 가진 자본의 양과 구조는 이들의 행위를 조건 짓는 한편, 행위자들은 자신의 열망에 비추어 이를 전략적으로 활용하거나 타협하기도 한다. 이런 역동적인 과정의 결과로 새로운 독립소상공인들은 제각기 다른 이유로 연남동에 유입된다. 그러나 그들의 행위에는 유사한 사고의 패턴이 발견되며, 이는 경제적·문화적·사회적 요인 세 가지 차원으로 살펴볼 수 있다.

앞선 절에서 살펴보았듯이, 창업을 계획하는 젊은 상인은 제한적인 경제자본만을 가지고 있기 때문에 경제적인 요인을 중요하게 고려한다. 연남동의 경우에는 상대적으로 낮은 임대료, 기대수익, 그리고 권리금이 중요한 요인으로 꼽혔다. 연남동은 기존 건축물 중 대다수가 주거용이었다는 점에서 아직 권리금이 형성되지 않은 빈 공간이 많다는 점이 특징적이다. 따라서 창업자의 입장에서 연남동은 권리금의 부담 없이 자신의 사업을 시작할 수 있는 동네다.

더욱이 2010년에서 2013년 사이에 연남동에 유입된 이들에게 낮은 임대료는 결

정적인 이유 중 하나로 작용했다. 당시까지만 해도 연남동은 외부에 상대적으로 덜 알려진 조용한 거주지였고, 오래된 건축물을 소유한 나이 많은 건축주들은 임대료를 낮게 책정해둔 상태였기 때문이다. 임대료는 건물이 어느 가로에 위치했는지, 공간이 몇 층인지에 따라 개별적으로 차이가 나지만, 대체로 골목보다 대로변이, 2,3층보단 1층이 더 비싸다. 연남동은 좁고 복잡한 골목길이 많기 때문에 이런 골목 안쪽에 위치한 공간들의 임대료는 100만 원을 넘지 않는 저렴한 수준이었다. 실제로 연남동 동진시장 구역의 골목에 위치한 어떤 공간의 경우, 2010년에 계약할 때 임대료가 한 달에 60만 원이었던 것이, 2016년에는 100만 원대 후반에서 200만 원대 초반 선까지 올라간 경우도 있었다. 초창기에 연남동에 진입한 소상공인들은 저렴한 임대료를 지불한 한편 기대수익에 대한 위험은 감수한 것인데, 이는 연남동에 가게를 연다고 하자 주변인들로부터 ‘미쳤다’는 소리를 듣거나, ‘하루에 음식을 한 그릇도 못 판 적이 있다’, ‘순수익을 내기까지 최소 2년 반이 걸렸다’는 면담 대상자들의 공통적인 회고내용에서 확인할 수 있다.

연남동의 임대료가 본격적으로 상승하기 시작한 2014, 2015년 이후에 진입한 가게들은 저렴한 임대료보다도 활성화된 상권과 기대수익에 유인되는 경우가 많은 것으로 보인다. 이 시기부터는 연남동이 매력적인 골목상권으로서 대중적 인지도가 높아졌고, 임대료 상승으로 인해 주변 지역과의 시세차이가 상당히 좁혀졌기 때문이다.⁸⁾ 또한 그중에서는 미래의 권리금 형성을 계산하고 그에 대한 기대로 연남동에 발 빠르게 진입하는 소상공인들도 있다.

하지만 임대료가 저렴하다고 해서, 또는 상권이 활성화되었다고 해서 그것만으로 소상공인이 연남동에 창업하기를 결정하는 것은 아니다. 경제적 요인에 더해 중요한 것은 문화적인 요인, 즉 동네의 느낌과 분위기이다. 그렇다면 연남동의 어떤 느낌과 분위기를 의미하는가? 첫째, 아직 새로운 가게들이 많지 않았을 때 연남

8) 그러나 여전히 연남동 골목 안쪽의 일부 지역은 경쟁지역이라 할 수 있는 합정동, 상수동이나 이태원의 경리단길, 한남동보다는 임대료가 싸다는 공통된 인식이 있었다. 실제로 업주들이 창업을 염두에 두고 부동산을 돌아다녀보며 상담해본 결과 그런 느낌을 받았다고 한다.

동에 진입한 소상공인들은 동네가 ‘마을 같아서’, ‘사람 사는 곳 같아서’ 좋았다는 진술을 반복했다. 이들은 연남동의 미로 같은 골목길과 저층 단독/다세대주택, 그리고 자연스러운 근린생활시설이 어우러진 모습에서 ‘자연스러운 일상’, ‘켜켜이 쌓인 시간’을 느꼈고 이를 정감 가는 것으로 묘사했다. 둘째, ‘작고’, ‘소소한’, ‘아기자기한’ 가게들이 모여 있는 느낌이 좋았다는 내용 또한 공통적으로 도출되었다. 이런 느낌은 연남동에 새로운 소상공인들이 조금씩 밀집하면서 형성된 것으로, 이곳에 진입하려는 창업자는 자신이 구상하고 있는 가게의 콘셉트가 이 지역에 어울린다거나 수용될 만하다는 매력을 느끼게 된다. 이때 가게들의 공통점은 각기 ‘개성’이 있다는 점인데, 이 개성 있는 가게들은 또 다른 개성을 추구하는 업주들을 유인한다.

마지막으로 새로운 소상공인이 맺고 있는 사회관계는 공간 진입을 결정하는 데 영향을 미친다. 소상공인이 가지고 있는 사회적 네트워크가 연남동 진입에 결정적인 영향을 미치는 메커니즘은, 홍대로부터 연남동으로 이주해온 경우에 가장 뚜렷하게 관찰된다. 이기웅(2016)이 홍대에서 활동하던 문화기획자들이 멀리 다른 곳으로 떠나지 않고 주변지역으로 확장되는 까닭을 홍대지역에 기반을 둔 사회적 네트워크 때문이라고 설명한 데서도 잘 드러나듯이, 연남동 초기변화 과정에 진입한 새로운 소상공인들 중 다수가 홍대지역에서 장사 또는 공간운영 경험을 가지고 있었다. 홍대에서 이주를 결심했을 때 그들은 자신들이 맺고 있는 사회관계 때문에 쉽게 홍대 권역을 벗어나지 못했다. 독립소상공인의 경우, 초창기 연남동에 진입한 이들은 기대수익에 대한 위험을 감수해야 했는데, 이때 이들을 자탱해 주었던 것이 홍대를 기반으로 형성해두었던 단골손님 또는 지역 상인들과의 사회관계였다. 홍대에서 두터운 네트워크를 가졌던 업주 중 한 명이 연남동으로 이주하면, 그와 연결된 다른 업주들이 연남동에 방문할 기회를 갖게 되고, 그런 경험 이 축적되면 인근 공간으로의 이주를 감행하는 것이다. 홍대 네트워크가 없는 업주의 경우에도, 연남동에서 거주하거나 일을 하는 친구나 지인의 소개로 처음 방문하였다가 동네사람들과 어울리며 단골손님이 되고, 결국 자신의 가게를 차리는

것으로 이어지는 경우도 더러 있었다.

3_업주들의 사회적 네트워크 특성

연남동의 새로운 독립소상공인들은 맺고 있는 사회적 네트워크의 기본적 특성은 두 가지이다. 첫째, 업주들 간 사회관계는 좁다란 골목길에 가게가 위치해있다는 물리적인 환경에 의해 영향을 받는다. 연남동의 골목길들의 폭은 5미터 이내로, 차가 진입할 수 없거나 차 한 대가 어렵게 들어올 수 있는 좁은 길이다. 이 길 양 옆으로 저층 건물들이 줄지어있는데, 각 건물의 1층, 또는 2, 3층까지 소상공인들의 가게가 입주해있다. 그렇기에 소상공인들의 사회적 네트워크는 일차적으로는 지리적으로 인접한 가게끼리 형성되어 있으며 이들은 같은 건물에 입주해있거나, 옆 또는 앞 건물에 입주해있거나, 같은 도로(길)에 위치해있다.

소상공인들이 맺고 있는 사회적 네트워크의 두 번째 특징은 비교적 알고 지낸 기간이 짧다는 것이다. 이것은 기존에 거주용도로만 쓰였던 건물들 중 대부분이 2014년 이후 상업으로 용도변환을 꾀하면서 새롭게 입주한 가게들이 많기 때문이며, 가게들의 평균 영업기간이 짧다는 데서 기인한다. 홍대지역에서 이전부터 장사를 하다가 연남동으로 이전해온 업주들의 경우에는 5년에서 10년가량 지속되는 네트워크를 유지하기도 했으나, 대부분의 업주들이 연남동에 유입된 이후 새롭게 사회관계를 형성했으며 이들의 알고 지낸 기간은 대체로 2년 이하였다. 이러한 기본적인 특징에 더해, 여기에서는 사회적 네트워크가 형성되는 메커니즘을 기준으로 연남동에 존재하는 두 가지 주목할 만한 네트워크를 살펴볼 것이다.

1) 업종 중심 네트워크

소상공인들의 업종 중심 네트워크는 연남동의 상업유형 중 가장 큰 비중을 차지하는 요식업을 제외한 기타 소수 업종의 경우에 두드러졌다. 예컨대 금속, 가죽,

비누 등을 활용하여 제품을 제작하고 판매하는 판매점(공방)이나, 소수지만 존재하는 독립서점(책방)이 그러했다. 이러한 가게를 운영하는 업주들은 요식업 운영자들에 비해 지역에서 친목을 위한 네트워킹에 대한 적극성이 상대적으로 낮았다. 이들은 동네에서 다른 가게를 이용하는 경우에도 자신이 주변에서 공방 또는 판매점을 운영하고 있다는 사실을 굳이 밝히지 않았고, 조용히 가게 안에서 자내는 것을 선호했다. 연남동에서 서점을 운영하는 응답자는 다른 업주들과의 사회관계는 없지만 인접한 또 다른 독립서점과 복디자인 작업실과의 교류가 있는 것으로 확인되었다. 이들은 동일한 업종, 즉 도서/출판과 관련된 일을 하고 있다는 공통점을 중심으로 친밀한 관계가 형성된 것이라고 볼 수 있다.

또 다른 경우는 연남동 공방 운영자들의 네트워크인데, 이 네트워크는 지리적 인접성보다는 업종을 중심으로 형성되었다는 점이 특징적이다. 이는 개별 업주들에 의해 자연발생적으로 형성된 네트워크라기보다는 연남동에 위치한 사회적 기업이 추진하는 각종 프로젝트의 일환으로서 형성되었다는 점 때문에 그러하다. 특히 홍대에서 시작해 연남동으로 그 기반을 옮긴 사회적 기업 일상예술창작센터(이하 일상)의 역할이 중요하다. 일상에서는 연남동의 대표적인 문화프로그램이라고 할 수 있는 ‘마을시장 따뜻한 남쪽’을 개최하고, 제작자들의 작품을 소개하고 판매하는 오프라인 매장인 ‘생활창작가게KEY’를 연남동에서 운영하는 등 다양한 지역기반 활동을 펼친다. 2016년에는 연남동이 도시재생 희망지로 선정되는 데 중추적인 역할을 담당하여 이 사업을 이끌고 있기도 하다.

일상이 주도하는 사업 중 공방운영자들의 네트워크 형성에 직간접적으로 영향이 있는 것은 ‘마을시장, 따뜻한 남쪽’과 정기적인 공방모임이라고 생각된다. ‘마을시장, 따뜻한 남쪽’ 사업은 공방 작업자들이 자신의 작품을 내놓고 인근 주민들과 함께 ‘마을시장’을 운영하는 것을 목표로 시작되었는데, 이 시장은 공방 운영자들 뿐만 아니라 다른 업종의 가게를 운영하는 다양한 소상공인들에게도 개방되어있다. 그렇기에 여러 유형의 소상공인들, 특히 판매점을 운영하는 업주들은 이 사업에 참여함으로써 일상이라는 사회적 기업의 존재를 알게 되기도 하고 다른 소상공

공인들과 친분을 쌓는 기회로 연결되기도 했다.

연남동에 있는 다양한 소상공인 중에서도 공방운영자들은 특히 일상과의 연계가 높은데, 이 사회적 기업이 표방하는 가치가 ‘시민과 창작자가 주체가 되는 문화공동체를 일구는’ 데 있기 때문이다. 즉 이들이 기획하는 다양한 사업의 목적은 작가, 제작자 (예술가), 그리고 시민이 만날 수 있는 기회, 그들 사이의 접점을 넓히는 데 있다. 그렇기에 공방운영자들은 ‘제작자’라는 차원에서 포함될 수 있는 반면, 기타 요식업에 종사하는 ‘상인’들은 포함되기가 어렵다. 이들이 연남동의 도시 재생 활동을 펼쳐나갈 때에도 표방하는 것이 ‘공공연한 연남동’인데 이때 ‘공’이 공원, 공방, 공동체를 의미한다는 점에서 일상이 사업을 펼치는 데 공방이 중요한 행위자로 인식되고 있음을 알 수 있다. 그렇기에 공방 운영자 및 창작 활동가들을 일상이 기획하는 활동에 적극적으로 포함시키는 과정에서 일종의 업종 중심 네트워크가 형성된 것이다.

일상의 주도로 형성된 연남동의 공방 네트워크에 참여하는 한 면담 대상자에 따르면, 공방운영자들은 정기적으로 모임을 가지고 공방 소식을 공유하거나 일반 소비자분들이나 잠재적 수요자들에게 제공할 수 있는 서비스를 함께 고민하기도 한다. 또 창작 활동 및 공방 운영에 필요한 일부 재정적 도움을 받을 수도 있다고 밝혔다. 이 면담 대상자는 공방모임에 참여함으로써 일상이 진행하고 있는 다른 기획이나 자원에 대한 정보도 얻고 일을 할 수 있는 기회로 연결되는 경우도 있기에 꾸준히 참여한다고 말했다.

(일상 관련된 활동에) 가급적 많이 참여하려고 노력하죠, 저도 그쪽에서 도움을 많이 받으니까요. 일상에서 공방모임뿐만 아니라 다른 기획도 많이 하시더라고요. 여성 창업지원 같은 일도 같이 해요. 거기가 잘되니까, 저도 같이 여러 가지 하게 되네요.

한편 이와 같은 업종 중심 네트워크는 적극적으로 참여하는 경우의 만족도가 높은 데 반해 업주들의 실질적인 참여 비중은 높지 않은 것으로 나타났다. 이 모

임에 정기적으로 참여하는 인원은 10명 남짓인 것으로 확인되었는데, 연남동에 꽃, 가죽, 금속, 의상, 스케이트보드 등 다양한 판매점이 다수 존재하는 것에 비추어보면 그리 많지 않은 숫자라고 생각된다. 이는 대부분 개인적 취향과 욕구를 바탕으로 사업을 운영하는 연남동 업주들의 특성상 어떤 목적성이나 지향점을 가진 네트워크에 참여 욕구가 낮기 때문인 것으로 보인다.

여기 연남동에 자리 잡으신 분들의 욕구도 다양해요. (...) (이런) 모임은 소모적이라고 생각하실 수도 있죠. 어떤 분들은 초반에 공방모임 꾸릴 때도 큰 협조가 없었어요. 어쨌든 저희는 모임을 만들고 같이 얘기하자는 건데 이런 활동을 굳이 필요 없다고 생각하시는 분들이 있을 수 있죠.

한 번 모임이 있으면 보통 10명 내외로 오시거든요. 크게 막 이렇게 하는 건 아니고 소규모 반모임처럼 모여서 하는 편이에요.

또한 공방 네트워크의 경우 다른 업종, 특히 연남동에서 가장 많은 비중을 차지하는 요식업계의 소상공인들과 교류가 많지 않은 것은 물론, 같은 네트워크 안의 업주들끼리도 함께 작업을 하는 교류 이외의 사적인 관계에서는 ‘거리를 두는’ 경향이 존재하는 것으로 나타났다.

공방 쪽이랑은 좀 친하지만 요식업이랑은 교류가 없어요. 그쪽은 손님들이랑 대화도 하고 그래야하는데 저희는 묵묵히 일하니까. 그런 데서 나오는 차이일까. (...) 그 분들과는 공통점이랄 게 연남동 말고는 없으니까. (...) 성격이 저희와 목적이 다를 수 있으니까요.

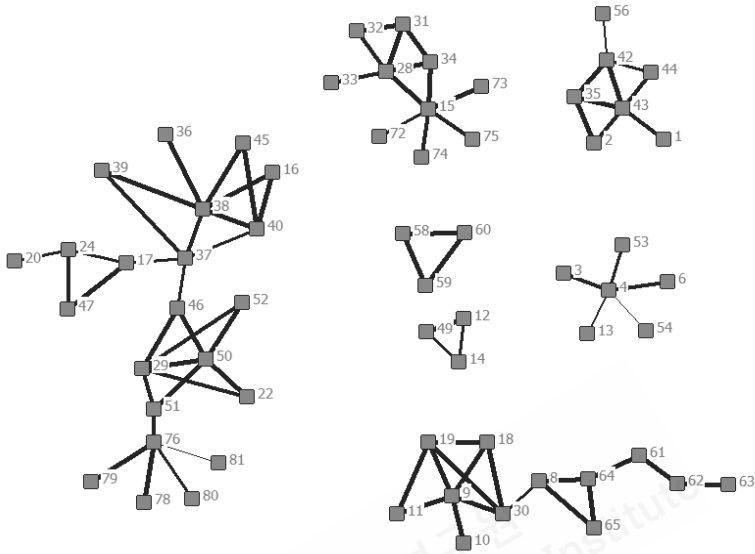
조금 친하게 지내면 약간 도래거나, 같이 작업하려고 회의를 하거나 하던 교류하는 정도? 어느 정도 적당한 거리를 유지해야지 너무 가까우면 서로 일에 방해가 될까봐 깊숙하게는 침투 안 하려고해요.

이처럼 연남동에서 관찰되는 업종 중심 네트워크는 사회적 기업과 문화 활동가들의 사업을 기반으로 한다는 점에서 조직화될 수 있는 동력을 얻었지만, 동시에

이를 주도하는 세력이 추구하는 지향점에 공감하지 않거나, 이에 어울리지 않는다고 생각하는 업주들의 경우에는 네트워크에 참여하지 않게 된다는 한계를 갖는다. 또한 사회적 기업 자체도 공방 운영자들과 주민들을 중심으로 하는 도시재생을 표방하고 있기 때문에, 주점과 같은 특정 업종은 사업의 대상에 포함하지 않는 등 현 시점 연남동에서 다수를 차지하는 요식업 종사자들의 사회적 네트워크에는 접근하기 어렵다. 그러므로 폭넓게 연남동의 소상공인들이 형성하고 있는 사회적 네트워크를 알아보기 위해서는 다른 접근이 필요하다.

2) 친목 중심 네트워크

연남동의 소상공인들은 대부분 친목 중심의 비공식 사회적 네트워크를 형성하고 있었고, 이는 업주 개인에게 ‘누구와 친하게 지내시는지’를 네트워크 설문지와 인터뷰를 통해 물어서 알아낼 수 있었다. [그림 4-3]은 총 16명의 업주를 대상으로 조사한 친목 중심 사회적 네트워크의 모형도이다. 연남동의 친목 중심 네트워크는 창업 시기를 기점으로 두 가지 부류가 관찰되었는데, 이들은 사실상 유사한 특징을 공유한다. 하나는 2014년 이전에 유입된, 소위 1세대 업주들의 네트워크 유형이며, 다른 하나는 2014년 이후에 유입된 업주들의 네트워크 유형이다.



[그림 4-3] 연남동의 친목 중심 사회적 네트워크 모형

먼저 1세대 업주들은 2010년에서 2014년 사이에 유입된 이들로 상권으로서의 연남동의 가치가 형성되며 소상공인들의 입주가 가속화되기 이전에 연남동에 진입하여 어떤 의미에서 시장을 ‘개척한’ 업주들이다. 이들 중 상당수는 근린생활지구로서의 특성이 강했던 시기 연남동이 가지고 있던 자연스러운 분위기와 인근 홍대, 합정, 상수 등의 상권에서 찾기 힘든 낮은 임대료에 이끌려 연남동에 자리 잡게 되었다.

허름한 건 상관없고요. 낙후되고 허름했어도 그 분위기를 지키고 있느냐. 그 동진시장 뒤 벽돌집처럼 개성 없느냐. 그런 거는 저도 싫어요. 근데 그 골목이 괜찮았던 거죠. 돼지갈비 있고, 미용실 있고, 그때 그 분위기가 좋았던 거죠.

그들 사이에 친밀한 유대가 형성되는 과정을 살펴보면, 처음에는 손님-사장 관계로 시작하여 지역 소상공인들과 알고 지내게 된다고 한다. 소상공인들은 연남동

에서 장사를 하는 생산자일 뿐만 아니라, 그 지역의 소비자 역할을 겸하고 있는 셈이다. 특히 연남동 변화의 초기 단계에는 해당 지역에 유사한 연령대와 업종을 갖고 일을 하는 사람이 극소수였기 때문에, 그들 간의 공동체적이고 친밀한 관계가 형성되기가 비교적 용이했다고 한다.

처음에는 일단 와있는 분들도 정말 소수였고, 그러다보니 서로 알게 됐고, 소수인 상태에서 술 마시고 종종 어울리다 보니 친해지죠. 공통점도 있고, 문화예술에 대한 가치를 알고, 그런 걸 즐길 수 있는 역량이 있는 사람들이요. 지성이 존재하는 거죠, 철학이 있는 거고. (...) 이곳에 먼저 자리 잡았던 사장님들 보면, 다들 말은 안 하지만, 편안한 걸 추구하는 코드가, 자연스러운 걸 좋아하는 코드가 있어요.

새로 생긴 가게가 있으면 저희가 먼저 가 봐요. 그때는 가게 많지 않았거든요. 저희가 오픈한지 2년 정도 됐거든요. 그때 오픈하고 당시 비슷한 시기에 오픈했던 가게들은 저희가 다 가봤어요, 그분들도 저희 가게에 오시고, 자기들도 이 근처에 가게 열었다고. 그런 식으로 했는데 요즘엔 가게가 너무 많이 생겨서 갈 수가 없어요.

우연치 않게 어떤 가게에 손님으로 방문했다가 지역의 새로운 소상공인들이 한 자리에 모이게 되고, 이를 계기로 각별히 친한 사이로 발전하기도 했다. 연령, 성별, 직업이 유사하니 공통점이 생기고, 그 중에선 장사가 제일 안 된 집에 함께 찾아가 팔아주기도 하는 식의 공동체적인 면모를 나타내기도 했다. 상대적으로 저렴한 임대료, 편안함과 자연스러움이라는 연남동의 분위기에 이끌린 초기 업주들은 비슷한 연령대와 성별뿐만 아니라 가치관과 라이프스타일을 공유하며 자연스럽게 가까워졌다.

따라서 1세대 업주들 사이의 친목 중심 네트워크는 문화적 코드를 공유하고 있다는 업주들 간의 동질감에 바탕을 둔 경우가 많으며 3-5인을 넘기지 않는 소규모의 인원으로 형성되는 경우가 많다. 즉 문화적, 예술적으로 공통된 코드를 가진 사람들 중 소수가 비슷한 시기에 연남동으로 입주해 오며 자연스럽게 형성된 네

트위크인 것이다. 이들은 젠트리피케이션의 초기 단계에서 기존의 동네 환경과 이질적인 업종의 가게들을 운영하는 극소수의 인원이었기에 공동체 내에서 서로를 손쉽게 인식하며 자연스럽게 친목을 다져 나갈 수 있었다.

한편 연남동 변화의 초기에 정착한 업주들은 2014년 말 이후에 유입된 상인들과는 사회적 교류가 드문 것으로 확인되었다. 특히 2015년 이후부터 연남동에 창업하는 가게가 급증했는데, 이때 새롭게 생겨난 가게의 업주들은 그들끼리의 친밀한 네트워크를 나름대로 형성해 나가고 있었다. 이들의 사회관계가 형성되는 메커니즘은 1세대 업주들의 경우와 유사한 것으로 보인다. 비록 시기적으로는 연남동 일대의 임대료가 상승하고 상권으로서의 모습을 갖추어 나가기 시작한 이후에 입주하였으나, 연남동의 아지자기한 분위기를 마음에 들어 했으며 인문 및 예술 계열 전공자이거나 관련 업계에서의 활동 경험이 풍부한 30대 집단이라는 점에서 1세대 업주들과의 인구사회학적 공통성을 갖는다.

이들이 맺고 있는 네트워크의 특징 역시 1세대 업주들과 유사하게 친목 중심이다. 다만 2세대 업주들의 경우 수적인 면에서 1세대 업주들보다 더 많은 업주들이 참여하는 네트워크를 형성하는 경향을 보이는데, 이는 연남동 상권의 급성장으로 인해 비슷한 시기 같은 장소 혹은 같은 골목에 다수의 업주들이 동시다발적으로 진입한 경우가 많아진 것의 영향으로 보인다.

연남동은 워낙 붙어있어서 사장님들이랑 다 친해요. 뭐 궁금한 거 있으면 가서 물어보고, 장사 끝나면 같이 술 먹기도 하고.

다만 1세대 업주들이 맺었던 사회적 네트워크와 다른 점이 있다면, 이들은 친목 중심이라고 하더라도 비공식적으로 ‘상가 번영회’와 같은 별명을 붙여 10여명의 업주들이 참여하는 네트워크를 만들어 활동하는 경우가 있는 것으로 나타났다.

그냥 상가들끼리 어울리다가 재밌는 좋은 이웃들이라서 술 한 잔씩들 하고. 그러다가 우리 계 같은 거 하자. 만 원씩 내서 하자. 일주일예. 그래서 맛있는 것도 먹고 놀러 가기도 하고. 그리고 상가 번영을 위해 회의도 하

고 그러죠.

이게 약간 저희 골목 상인회 느낌이에요. 상가 번영회인데, 그게 말이 상가 번영회지 아는 사람 모여서 술 마시고 그런 거죠. 여기 상가 번영회 할 게 없어요. 상가 번영회라는 거 자체가 제가 알기로는 나 이거 팔면 년 이거 팔지 마라, 품목 겹치는 걸 피하려고 만든 거예요. 상도에 어긋나는 걸 방지하기 위해 만든 게 상가번영회죠. 저희도 그런 걸 하는 거예요.

그렇지만 이러한 상가 번영회 역시 그 본질에 있어서는 조금 더 큰 규모의 사적 네트워크에 가까웠다. 명칭에 있어서는 인근 상가의 이익을 위한 대표집단인 듯 보이나 실질적으로는 업주들이 종종 만나서 친목을 도모하고, 동종 업종의 업주들끼리 서로의 영업에 방해가 되지 않기 위한 합의를 하는 장 정도로 활용되고 있었다. 그러나 이러한 네트워크를 적극적으로 조직하고 이끌고자 하는 적극적인 행위자가 있는 경우에는, 그들끼리 협력해서 골목을 중심으로 거리 미화 사업을 펼치거나 한 달에 한 번 길거리에서 마켓을 여는 등 자발적으로 공적인 성격을 갖는 소규모 행사를 기획하는 움직임도 보였다.

전반적으로 친목 중심의 비공식적 네트워크를 가진 연남동의 새로운 소상공인들은 공식적인 모임이나 집단적인 단체 행위를 하는 데에는 대체로 소극적인 자세를 취하거나 경우에 따라서는 불편함을 보이기도 했다. 예컨대 타 지역에서의 젠트리피케이션과 그에 반발해 일어난 운동, 예를 들면 테이크아웃 드로잉 사태에서 일어났던 것과 같은 형태의 연대와 집단행동에 대해서 거리를 두는 편이다.

상업적으로 관계가 도구화되거나 어떤 목적을 가지고 사람 만나고 그런 게 불편해요. 집단행동 같은 것도 결국 이익집단화 되고 그런 건데, 딱히 그런 게 의미 있게 느껴지진 않아요. 그게 의미 있다고 생각되면 할 수도 있겠지만. 장사하는 사람들이랑 조직을 만들고 하느니, 그 시간에 차라리 친구들을 만나는 걸 선호하죠.

업주들 간의 네트워크가 있다면 서로 가까운 곳에 자리한 소수의 업주들끼리 자연스럽게 친목을 다질 뿐, 그 범위 외의 업주들을 애써 네트워크에 포함시키려는 의식적인 노력은 부재했고 이를 발전시켜 공식적인 단체로 만들려는 의도는 더욱 찾기 어려웠다. 대부분이 철저하게 ‘친한 형, 동생’ 등의 사적인 친목관계에 기반한 것이다. 더욱이 이러한 친목기능 이상의 어떤 조직을 기획하고 운영하고 참여하기에는 업주들에게 현실적으로 시간적 제약이 있다는 사실을 이해해야 한다. 앞서 새로운 소상공인들의 사업특성에서 언급했듯, 이들은 노동시간이 매우 길어 다른 활동을 펼치기에는 여유시간이 부족하다. 이들의 사업 특성상, 손님들이 몰리는 특정 시간대에는 매우 바쁘고, 그 사이에 짬짬이 시간적 여유가 생기는데 이 시간은 소소한 사회적 교류를 이어가기에는 충분하지만 공식적인 모임을 갖기에는 역부족이라고 할 수 있다.

[표 4-5] 새로운 독립소상공인들의 사회적 네트워크 유형과 참여

(단위: 명, %)

사회적 네트워크 분류	빈도			
	참여한다		참여하지 않는다	
소상공인 이익단체, 연합, 협회, 조직	0	(0)	30	(100)
소상공인 협동조합, 네트워크	0	(0)	30	(100)
동네 친한 사장님들끼리 친목모임	9	(30)	21	(70)
단골손님들과 친목모임	5	(16.7)	25	(83.3)
동네, 지역기반 기타 모임	0	(0)	30	(100)
직역관련 단체, 연합, 협회, 조직	0	(0)	30	(100)

실제로 연남동의 새로운 소상공인들을 상대로 사회적 네트워크의 유형별 참여를 조사해본 결과, 친목모임을 제외한 다른 유형의 사회적 모임에 참여하는 경우는 총 30명의 응답자 중 한 명도 없었다. 이는 ‘우장창창’이나 ‘테이크아웃 드로잉’ 사태 등 근래의 젠트리피케이션 지역에서 나타나는 조직적이고 적극적인 연대와 운동의 가능성이 연남동의 소상공인 집단에서는 잘 관찰되지 않는다는 점을 보여 준다. 이처럼 개인주의적 성향이 강한 자율적인 개인들은 친목 중심의 네트워크를 형성하는 데에는 역량이 뛰어나지만, 그 이상의 공식적인 집단을 조직하거나 단체

행위를 취하지는 않을 가능성이 높다. 다른 젠트리피케이션 지역의 소상공인들이 이러한 성향을 공유한다면, 어쩌면 위 두 사례는 매우 예외적인 경우에 해당하는 것일 수도 있다는 점을 인지해야 한다.



05

정책제언

- 1_젠트리피케이션 대상지 선정
- 2_공론화 프로세스
- 3_도시계획적 수단을 통한 관리

05 | 정책제언

2015년 12월, 서울시에서는 서울시 젠트리피케이션 종합대책을 발표했다(서울시, 2015). 여기에서 서울시는 총괄대책, 지역별 대응방안, 도시계획적 수단을 통한 관리, 법령 등 제도 개선으로 나누어 대응방안을 제시했다. 젠트리피케이션을 예방하고, 또 이에 대응하기 위해 다각도의 전략을 동원했다는 점에서 의의가 있지만, 아직 정책 구상의 초기 단계인 만큼 각 대응전략별 구체적인 방안을 살펴보면 현실적으로 어떻게 가능하게 만들 것인가 하는 실효성에 의문이 남는다. 특히 이 연구는 젠트리피케이션이 발생하는 지역의 행위자, 그중에서도 젠트리파이어로서 새로운 소상공인들에 초점을 맞춘 연구였기에, 서울시에서 강조하는 대응전략 중에서도 ‘거버넌스를 통한 젠트리피케이션 공론화’, 그리고 ‘지역별 민관협업체 구성 및 상생협약 체결 유도’, 특히 신촌·홍대·합정 지역의 지역별 대응방안에 포함된 “신촌·홍대·합정 창조밸리 민관협력 자문위원단 구성과 운영”이라는 차원을 비판적으로 검토하고 개선방안을 제언하고자 한다. 또한 젠트리피케이션을 사전에 예방하기 위해서는 무엇보다도 도시계획적 수단을 통한 관리와 법령, 제도 개선이 최우선시 되어야 함을 주장한다. 하지만 이러한 논의를 시작하기 이전에, 가장 먼저 지적하고 싶은 것은 젠트리피케이션 대상지 선정에 관한 것이다.

1_젠트리피케이션 대상지 선정

서울시 젠트리피케이션 종합대책(2015)에서는 젠트리피케이션을 ‘도시 환경이 변하면서 중상류층이 도심의 낙후된 지역으로 유입되고 이로 인해 지가, 임대료 등이 상승하면서 비싼 월세 등을 감당할 수 없는 원주민 등이 다른 곳으로 밀려나는 현상(주거공간, 상업공간 모두에서 발생)’으로 개념을 정의하고 있다. 그리고 그 정의에 따라서 서울 시내의 젠트리피케이션을 [표 5-1]과 같이 시기 및 정책적 목적에 따라 분류하였다. 시기에 따라서는 이미 젠트리피케이션이 발생한 지역과,

현재 발생하고 있는 지역, 그리고 미래에 발생할 것으로 예상되는 지역을 나누어 제시했으며, 정책적 목적은 문화자산, 전통전승, 마을공동체, 도시재생으로 나누어 분류했음을 확인할 수 있다. 이 중에서도 특히 서울시가 ‘사회적으로 보호할 가치가 있는 문화자산, 전통전승, 마을공동체 관련 지역과 시 역점사업인 도시재생 지역에 대해서는 시 자원을 우선 투입’한다고 밝힌 점이 중요하므로, 정책적 목적에 따른 분류에 포함된 대상지들을 유의해서 살펴봐야 한다. 흥미로운 점은 현재 서울시에서 ‘문화지구’로 지정한 대학로, 인사동, (문화지구로 지정되려는 논의가 있었던) 신촌·홍대·합정 지역, 그리고 ‘마을공동체’인 성미산마을 사례, 그리고 ‘도시재생’에 해당하는 해방촌, 세운상가, 성수동까지 모두 “젠트리피케이션” 대상지로 묶여있다는 사실이다.

[표 5-1] 젠트리피케이션 발생 지역 및 정책 대상 지역

		발생지역
시기에 따른 분류	과거	신촌(서대문), 이대 앞(서대문), 압구정로데오(강남)
	현재	홍대 지역(마포), 연남동(마포), 가로수길(강남), 삼청동(종로), 경리단길(용산), 북촌(종로), 서촌(종로), 인사동(종로), 대학로(종로), 성수동(성동구), 성미산마을(마포) 등 마을공동체
	미래/예상	해방촌(용산), 문래동(영등포), 재생사업 지역(성곽마을 등)
정책적 목적에 따른 분류	문화자산	대학로, 인사동, 신촌·홍대·합정 지역
	전통전승	북촌, 서촌
	마을공동체	성미산 마을 등
	도시재생	해방촌, 세운상가, 성수동 등

자료: 서울시 젠트리피케이션 종합대책(2015)

이 지역들은 이미 젠트리피케이션이 아닌 다른 개념으로 정책적 관리의 대상이 되어온 곳들로, 젠트리피케이션보다는 상업화, 명소화 등에 더욱 적합한 변화로 이해되어야 마땅한 지역들이 상당수이다. 이중에서 ‘도시재생’에 해당되는 지역들을 제외하고는 젠트리피케이션을 예방하는 차원에서 접근할 수 있는 곳이 어디인지

불분명하다. 더군다나 젠트리피케이션 정의의 핵심에 부합하는 젠트리피어라는 행위자의 존재와 역할, 그리고 공간 구성원의 성격이 변한다는 지점에 대한 고려가 대상지 선정에서 얼마나 고려되었는지 불분명하다. 그러므로 문화지구, 도시재생, 젠트리피케이션 등 여러 가지 개념을 혼재해서 쓰기보다는 각 지역별 특수한 맥락을 고려해서, 현실적인 정황에 알맞은 분석적 개념을 적용하여 현상을 진단하고 그에 맞는 대응전략을 세워야 할 것이다. 가령 인사동, 대학로, 성미산마을 등은 젠트리피케이션의 사례로는 분류하기 어렵다는 것이 필자의 주장이다. 다른 지역 역시 젠트리피케이션의 발생지역 및 발생예상지역으로 규명하고 대응하기 위해서는 정확한 실태조사를 기반으로 전문가들의 분석이 선행되어야 한다.

정책을 세울 때 분명히 인지해야하는 점은, 젠트리피케이션은 단순히 개발의 한 종류, 특히 도시재생과 동일한 차원에서 이해되어서는 안 된다는 것이다. 젠트리피케이션은 분명한 계급현상으로, 도시문제이자 계급 및 산업구조의 변동, 노동의 문제와 밀접한 연관을 갖는다. 그렇기에 거시적인 맥락에서 서울시의 중산층이 어떻게 변화하고 분화하고 있는지, 그들의 직업과 라이프스타일이 어떻게 변동하고 있는지에 대한 분석이 함께 곁들여져야 한다. 가령 1인 가구의 증가, 여성경제활동인구의 증가와 같은 사회문화적 구조변동은 젠트리피케이션과 밀접한 연관이 있다. 따라서 젠트리피케이션 문제에 대처하기 위해서는 도시계획적 관리와 함께, 산업 및 노동에 관련된 부처들과의 긴밀한 협조가 요구된다.

2_ 공론화 프로세스

이 연구는 젠트리피어인 소상공인들을 중점적인 주요 연구대상으로 삼고 있기에, 젠트리피케이션의 주도자이자 피해자인 상가임차인들의 관점을 명확하게 전달함으로써, 서울시의 젠트리피케이션 종합대책 구상에 기여하고자 한다. 서울시가 제안한 총괄대책 7가지 중 가장 상위에 놓인 (1) 거버넌스를 통한 젠트리피케이션 공론화, (2) 지역별 민관협의체 구성 및 상생협약 체결 유도에는 민간의 참여

를 반드시 필요로 한다는 점에서, 여기에서 집중적으로 살펴보고자 한다. 사실 (1)과 (2)는 동일하게 ‘민관협업체 구성’이라는 점을 강조하는 대응방안이라고 할 수 있는데, ‘거버넌스를 통한 공론화’라는 것에서 ‘거버넌스’ 부분이 민관협업체를 의미하기 때문이다.

[표 5-2] 서울시 젠트리피케이션 총괄대책 ①

공론화 프로세스
각 지역별 민관협업체 구성 → 공청화·토론회 개최 → 지역상생협약 체결 → 주민 등의 제안의견을 검토하여 각 지역별 대책에 반영

자료: 서울시(2015)

위의 <표5-2>는 서울시에서 공론화를 위한 과정을 구체적으로 제시한 것인데, 그 내용 안에 민관협업체 구성과 지역상생협약 체결에 관한 내용이 중복적으로 포함 되어있음을 볼 수 있다. 민간이 협력을 해서 젠트리피케이션 문제를 공론화하고 해법을 모색해보겠다는 의지가 엿보이는 대목이다. 이외에는 컨퍼런스, 강연회, 공청회 개최 등을 통해 공론화를 복돋겠다는 일반적인 내용도 포함되어있다. 그렇다면 이 협업체에 누가 포함되는지가 중요한 문제일 것이다.

서울시가 제시한 구성(안)을 보면, ‘외부전문가 및 관련 기관, 서울시, 자치구 관계자 등’(6)이 포함된다고 한다. 이때 민간에 해당되는 것은 ‘외부전문가’라는 부분일 것이다. 외부전문가를 살펴보면, 변호사, 사회주택협회 사무국장, 사회적 경제지원센터 본부장, 그리고 맘상모 전 공동대표가 포함되어있다. 이때 사실상 젠트리피케이션 지역의 실질적인 행위자는 맘상모 전 공동대표 정도로 보인다. 즉 맘상모 전 공동대표를 민관협업체의 구성에 포함시킴으로써 지역의 영세 상인들의 입장을 대변할 것으로 기대하고 있다. 더 구체적으로 지역별 수준으로 내려가 살펴보면, 이 연구의 대상지였던 연남동과 연관된 지역으로 신촌·홍대·합정 지역의 대응 방안이 마련되어있다. 여기에서 민관협업체와 관련된 내용은 ‘신촌·홍대·합정 창조밸리 민관협력 자문위원단 구성·운영’이라는 대목이다. 이때 구성원에는 ‘서울시, 자치구, 지역 내 대학, 인근 사업자 등 총 14명’(32)이 포함되어있다. ‘신

촌·흥대·합정 대상지역을 위한 협력적 네트워크 구성 및 활성화'와 '대상지역의 주요 현안 사항에 대한 논의 및 협의 조정 등'을 목적으로 구성되는 협의체라는 설명이다. 여기에서 '인근 사업자'라는 부분이 젠트리피어로서 중요한데, 이들은 누구를 지칭하는지, 어떻게 모집할 것인지에 대한 내용은 명시되어있지 않다.

실제로 젠트리피케이션이 한국 사회에서 짧은 기간 내에 급부상한 이슈인 만큼 공적인 논의의 장을 마련한다는 취지는 자체는 매우 중요하고 적절한 것으로 보인다. 또한 여기에서 관이 일방적으로 정책방향을 결정하기보다는, 민의 참여를 북돋음으로써 민관 '협의'를 강조하는 부분도 큰 의미가 있다. 그러나 과연 서울시의 대책이 실효성이 있는 구체적 방안을 가졌는가에 대해서는 의문이 남는다. 이 연구의 연구대상들에게 서울시의 젠트리피케이션 종합대책에 대한 이해도를 물어보았다. 이르면 2015년 8월, 늦어도 11월 무렵 이후부터 민관협의체 구성과 공론화와 관련된 정책들이 시행되었으니, 약 반 년 후의 반응인 것이다.

[표 5-3] 서울시 젠트리피케이션 종합대책에 대한 이해도

(단위: 명, %)

서울시 젠트리피케이션 종합대책에 대해 얼마나 알고 계신가요?		
전혀 모른다	18	(60)
들어는 봤다	8	(26.7)
그 내용을 대략적으로 알고 있다	2	(10)
그 내용에 대해 잘 알고 있다	1	(3.3)
총계	30	(100)

이때 젠트리피케이션 종합대책을 '알고 있다'고 답한 사람은 13.3%로 소수이며, 86.7%가 매우 낮은 이해도를 가지고 있는 것으로 확인되었는데, 그중 60%는 '전혀 모른다'고 답했다. 새로운 소상공인들은 자기가 스스로 인상되는 임대료를 감당하고, 주변 상인들이 장사를 접고 떠나가는 일들을 일상적으로 목격함으로써 젠트리피케이션 현상에 대한 문제의식은 대체로 공유하고 있었으나, 이와 관련해서 정부 차원의 대책이 마련되고 있다는 사실은 모르고 있었다. 또한 이런 상황을 '어쩔 수 없는 것'으로 수용하고 있는 경우가 대다수였다.

서울시가 다양한 논의를 위해 서울시 민관협의체를 구성·운영한다고 했을 때 그 구성원이 사실상 여전히 관 또는 전문가 집단에 치중해있고, ‘민’에 해당하는 젠트리피케이션 지역의 주요 구성원들은 제외되어 있다. 정책마련을 위한 현실적인 논의가 이루어지기 위해서는 실제 구성원들의 목소리를 대변할 수 있는 목소리가 필요한데, 젠트리파이어들이 협의체나 단체를 구성하여 활동하는 경우가 극히 드물다는 점을 고려하면 서울시가 구성한 민관협의체에 젠트리파이어들의 실질적 참여가 극도로 제한될 수밖에 없다는 한계를 갖는다. 이는 서울시가 제안하는 컨퍼런스나 지역별 공청회를 통한 공론화 방안에도 해당되는 내용으로, 이런 행사들을 기획한다고 해도 이와 같은 공식 행사에 당사자들이 참여할 가능성은 매우 낮다. 왜냐하면 앞서 언급했듯, 젠트리파이어들은 긴 노동시간과 높은 노동강도로 인해 이런 공적 행사에 참여할 만한 현실적인 여유시간이 많지 않고, 시간이 있다고 하더라도 공식적이고 조직적인 활동을 선호하지 않는 개인주의적 성향이 강하기 때문이다. 이들은 비공식적이고 친목을 목적으로 하는 사회적 모임을 선호한다.

지역 단위로 내려가 상생협약체결을 위한 민관협의체의 구성을 살펴봐도 마찬가지이다. 여기엔 상인(임차인)-건물소유자(임대인)-지자체(시·구)가 포함된다. 하지만 이 협의체에 어떻게 임차인들을 포함할 수 있을지 의문이다. 상생협약 등 자율적 협력체계 운영사례를 보면, 협약의 주체에 ‘상인회’가 포함된 것을 알 수 있다. 하지만 이 상인회 조직이 젠트리피케이션 지역에서 얼마나 실질적인 세력과 공공성을 갖는 조직인지 점검해 보아야 한다. 젠트리파이어 집단에 대한 연구 결과에 따르면 이들은 젠트리피케이션 지역에 존재하는 기존의 공식 협의체 등에 참여하는 경우가 거의 없으며 공유하는 취향을 기반으로 한 친목 중심 네트워크를 형성하고 있는 경우가 대부분이기 때문이다. 기존의 상인회 등 공식 협의체의 구성원은 젠트리피케이션이 발생하기 이전부터 해당 지역에서 오랫동안 거주하며 장사를 해 온 사람들로 이루어져 있기 때문에, 이들의 관점은 지역에 새롭게 유입되어 변화를 일으키는 젠트리파이어들의 관점과 상이할 가능성이 높다.

지역의 거버넌스를 강화한다는 것은 단순히 어떤 협정을 체결하는 것이 아니라, 얼마나 지역을 구성하고 있는 다양한 주체들의 실질적인 목소리를 포섭할 수 있는지의 문제에 달려있다. 그렇다면 어떻게 젠트리피어들의 관점을 민관협약체에 반영하고, 이들에게 서울시에서 추진하고 있는 젠트리피케이션 종합대책에 대해 공론화시킬 수 있을까? 이 연구를 통해 제시할 수 있는 방안 중 하나는 기존에 젠트리피어들이 형성하고 있는 친목기반의 비공식적 네트워크를 적극적으로 활용해야 한다는 것이다. 관에서는 젠트리피케이션 대책 중 하나로, 이들의 비공식적 네트워크가 더욱 활성화되고, 기존에 포함되지 않았던 더 넓은 범위의 행위자들이 포함될 수 있도록 재정적, 행정적 지원을 할 수도 있다. 이런 비공식적 네트워크는 처음에는 친목을 중심으로 형성되었다고 해도, 그들 가운데 중요한 정보와 의견이 교류될 수 있는 창구가 되기 때문이다. 그러기 위해서는 현재 지역에서 기반하고 있는 미시적인 지역활동가 집단, 또는 주민센터 차원에서 이러한 비공식적 네트워크에 부분적으로 관여할 수 있는 현장 중심의 행정 인력이 필요하다. 이런 제언은 현재 도시재생사업의 일환으로 지역 내 거점공간을 운영하고 공동체 형성을 위한 친목도모를 장려하는 정책들과도 연관 지어 생각해볼 수 있다. 또한 이들에게 정책을 홍보하고 알릴 수 있는 수단으로 소셜네트워크서비스(이하 SNS) 활용을 적극 고려해봐야 할 것이다. 연구를 통해 알아낸 점 중 하나는 젠트리피어들이 SNS를 통해 사회적 네트워크를 활발하게 형성하고, 그들 내부에서 소통을 할 때에도 인스타그램이나 카카오톡 단체카톡방 등을 적극적으로 이용한다는 점이다. 예컨대 젠트리피케이션 종합대책 관련 주요 정보를 SNS를 통해 받아볼 수 있도록 하고, 주민의견 역시 이를 통해 수렴하는 등의 방안을 생각해볼 수 있다.

3_도시계획적 수단을 통한 관리

마지막으로 젠트리피케이션 종합대책에서 무엇보다도 중요한 것은 도시계획적 수단을 통한 관리라고 할 수 있다. 특히 사후적 대응이 아닌, 예방을 위해서는 가장 핵심적인 부분이라고 생각된다. 젠트리피케이션 현상에 대한 정부개입 여부에 대해서는 소상공인들의 입장이 상이했으나, 개입이 필요하다고 한다면 도시계획적 수단이 가장 필요하다고 답했다. 특히 (1) 건축물 용도 변경 제한에 관한 규제, (2) 대규모 판매시설, 프랜차이즈 입지 규제, (3) 임대료 상한 규제 등이 중요하다는 인식이 확인되었다. 이러한 규제 방안은 해외사례연구를 통해서 그 중요성과 실질적 효력이 조사된 바 있으므로 여기에서 긴 설명은 생략한다.

다만 정책상 규제가 얼마나 실질적인 구속력을 가지는가를 고려해 볼 필요가 있다. 즉 규제가 존재하더라도 그 내용이 건물주가 얼마든지 거부할 수 있는 권고의 수준에 그친다면 결국 임차인의 입장에서는 건물주의 요구를 들을 수밖에 없으며 정책의 실질적 효과를 느낄 수가 없다. 이에 관련된 한 공방운영자의 말을 들어보자.

그런 거 (임대료, 용도변경, 프랜차이즈 입지 규제 등) 해주시면 개인은 힘이 없기 때문에 제도적인 도움 있으면 안정적인 것 같긴 해요. 근데 실질적으로 와 닿지 않거든요? 엄청 강력한 제도가 아니면 건물주가 거부하면 땡이니까.

‘힘이 없는 개인’의 입장에서는 법적, 제도적 뒷받침이 있다면 안정이 생길 것으로 기대하지만, 실효성은 떨어진다고 보는 것이다. 특히 건물주의 입장에서도 재산권의 문제가 침해하게 갈리는 부분으로 자신 소유인 부동산에 대해 지나친 규제가 따른다면 이에 대한 반발이 생길 수 있기 때문에 현실적 구속력을 가지면서도 건물주들의 반발을 최소화할 수 있는 규제 및 가이드라인의 제정을 고심해 보아야 한다.

도시계획적 정책을 고안할 때, 특히 젠트리피케이션의 맥락에서 유념해야 하는 것은 이전과 같은 ‘개발주의’ 로는 문제를 해결할 수 없다는 것이다. 어떤 지역을 경제적·문화적·사회적으로 활성화하는 것은 정책이 지향해야 하는 바이지만, 그것을 정책적 차원에서 ‘계획’한다는 것은 재고의 여지가 있다. 오히려 그런 활성화는 주민 또는 상인들의 자발적인 노력으로 ‘자생적’으로 ‘자연스럽게’ 이루어졌을 때 진정한 의미가 있다. 정책은 그러한 자발적이고 자생적인 노력이 지속가능할 수 있게, 그러한 노력의 대가를 정당하게 받을 수 있게 지원하고 보호해주는 데 근본적인 목적이 있다. 이때 도시재생을 계획가의 관점이 아닌 시민의 관점에서 옹호했던 미국의 도시사회학자 제인 제이콥스의 시각은 여전히 큰 중요성을 갖는다. 그는 도시의 다양성을 옹호하면서 다양성이 생겨나기 위한 몇 가지 조건들을 나열한 바 있다(제이콥스, 2010). 1970년대 미국의 도시들을 대상으로 제안한 이러한 조건을 문자 그대로 서울에서 받아들이자는 주장은 아니다. 그렇지만 그의 몇몇 통찰은 여전히 그 가치가 빛을 발하며, 특히 젠트리피케이션 지역에 관한 대응 방안을 세울 때 유의미한 참조점이 될 수 있다.

먼저 도시가 활기참을 유지하기 위해서는, 주거 또는 상업 어느 한 쪽으로 용도가 치우치면 안 된다. 대부분 젠트리피케이션이 일어나는 지역에서 주거와 상업의 혼합이 균형을 잡으면 지역정체성이 유지되는 반면, 극도의 상업화로 치닫는 순간 지역이 쇠락한다. 도시계획적 관리수단에서 용도제한이 중요한 이유이다. 둘째, 작은 블록의 필요성이다. 즉 모퉁이를 돌 기회와 거리가 많이 있어야 한다. 이때 연남동의 젠트리파이어들이 골목을 찾아다니며 ‘재미’를 느낀 점을 상기해보자. 어떤 지역을 활기차게 만들기 위해서는 대규모 복합문화시설보다는, 촘촘한 골목과 소규모 필지가 다양성을 만들어내는 중요한 조건이 될 수 있다. 셋째, 지역에는 상당한 비중의 오래된 건물을 비롯하여 햇수와 상태가 각기 다른 여러 건물이 섞여 있어야 한다. 연남동에 1970년대부터 2000년대까지 지어진 다양한 건축물이 혼재되어 있었고, 1980년대 이전에 지어진 오래된 건물이 상당히 남아있었다. 이런 오래된 건물에 위험을 감수하고 젠트리파이어들이 입지할 수 있었고, 거기에

서부터 창의적이고 실험적인 사업이 시도될 수 있었다. 높은 임대료를 감수해야 하는 신축 건물에서는 경제적 부담으로 인해 실험적이고 기발한 활동을 전개하기 어렵다. 이런 점을 떠올린다면, 역사적이고 문화적인 가치가 있어야 반드시 보호의 대상이 된다고보다는, (상대적으로) 오래된 건물 그 자체가 소중한 자원이 될 수 있다는 점을 기억해야 한다.



참고문헌

- 강유가람·김혜정·김현경·홍혜미, 2014, 「청년예술가창업가들의 골목길 고군분투기」, 서울시 청년일자리허브.
- 김난도·전미영·이향은·이준영·김서영·최지혜, 2015, 「트렌드 코리아 2016 : 서울대 소비트렌드 분석센터의 2016 전망」, 미래의창.
- 김민정, 2016, “서울 경리단길 젠트리피케이션 과정에서 물리적 환경변화에 관한 연구”, 국내석사학위논문, 서울시립대학교 일반대학원.
- 김복순, 2013, “자영업자의 고용구조 변화와 특징”, 「노동리뷰」 79~86.
- 김봉원·권니아·길지혜, 2010, “삼청동길의 젠트리피케이션 현상에 대한 상업화 특성분석.” 「한국지리경제연구」 15: 83~102.
- 김수아, 2015a, “서울시 문화공간의 담론적 구성”, 서울연구원 정책과제연구보고서.
- _____, 2015b, “신개발주의와 젠트리피케이션”, 「황해문화」 43~59.
- 김승환, 2013, “신자유주의시대의 공공성 위기와 '새로운 운동주체'의 도래”, 국내석사학위논문, 성공회대학교 일반대학원.
- 김신성, 2013, “문화소비공간의 확산에 따른 저층주거지의 변화 특성연구.” 서울대학교 환경대학원. 국내석사학위논문.
- 김학희, 2007, “문화소비공간으로서 삼청동의 부상: 갤러리 호황과 서울시 도심 재활성화 전략에 대한 비판적 성찰”, 「한국도시지리학회지」, 10(2), 127.
- 김홍중, 2008, “골목길 풍경과 노스텔지어”, 「경제와사회」 139~168.
- 김희진, 2015, “문화지역의 상업화 과정과 장소성 인식 변화 - 삼청동과 인사동의 가로를 사례로”, 국내박사학위논문, 서울대학교 환경대학원.
- 모종린, 2016, 「라이프스타일 도시」, 조선비즈.
- 박규아, 2014, “도시재생에서 문화예술 지역공동체 역할에 관한 연구-창신동사례연구”, 국내석사학위논문, 홍익대학교 경영대학원.

- 박은실, 2014, “창조인력의 지역 선호요인에 관한 연구”, 서울대학교 대학원. 국내석사학위논문.
- 박재은, 2015, “문화주도적 젠트리피케이션 현상 분석을 통한 도시재생정책 연구”, 중앙대학교 예술대학원. 국내석사학위논문.
- 박태원·최병현, 2013, “도시재생의 시대에 젠트리피케이션의 쟁점과 함의”, 도시정책학회 학술대회 2013(1): 40~59.
- 부르디외(Bourdieu, Pierre), 2005, 「구별 짓기」 (상), (하), 최종철 옮김, 새물결.
- 서울시 기획조정실, 2015, “서울시 젠트리피케이션 종합대책”
- 송미경, 2008, “도심 구시가지 소조직의 문화소비장소로의 변화 요인에 관한 연구”. 서울, 서울립대학교 일반대학원. 국내석사학위논문.
- 신현준·이기용, 2016, 「서울, 젠트리피케이션을 말하다」. 푸른숲.
- 양희은·손용훈, 2013, “경리단길 창조계급의 유입과정과 문화경관 형성요인.” 「한국조경학회지」 41(6): 158~170.
- 이동연, 2015, “예술노동의 권리와 사회적 자본 형성을 위한 예술행동”, 「문화과학」(84): 62-104.
- 이인성·배재흠, 2013, “문화상업가로 활성화 과정에서의 건축물 용도변화.” 「도시설계」 14(5): 127~140.
- 이병훈·신재열, 2011, “자영자의 계층의식에 관한 연구”, 「경제와사회」, 247~274.
- 이선영, 2015, “왜 지금 젠트리피케이션인가? 국내 젠트리피케이션 논의의 유행에 대한 진단과 전망”, 제7회 서울시 창작공간 국제 심포지엄: 예술가, 젠트리피케이션, 그리고 도시재생 발표논문.
- 이선영·주경식, 2008, “젠트리피케이션 과정으로서 용산 재개발 지구의 근린 변화”, 「한국도시지역학회지」, 11(3), 113~123.
- 이찬, 2008, “삼청동길 젠트리피케이션에 있어서 갤러리의 역할에 관한 연구”, 서울시립대학교 일반대학원, 국내석사학위논문.
- 이한울, 2016, “홍대 문화소비공간의 확장과 경계부 주거지역의 변화특성”, 국내박사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 임동근·김종배, 2015, 「메트로폴리스 서울의 탄생」. 반비.
- 장재일, 2013, “젠트리피케이션과 대안으로서의 도시재생정책.” 도시정책학회 학술대회 2013(1): 28~39.
- 정남지, 2013, “(정책적 함의 도출을 위한) 상업지역 젠트리피케이션 연구에 대한 비판적 검토와

재언." 도시정책학회 학술대회 2013(1): 60~65.

정지희, 2007, "문화·예술시설 입지에 기반한 서울시 삼청동길의 가치상향적 상업화", 서울, 서울대학교 대학원, 국내석사학위논문.

제인 제이콥스, 2010, 「미국 대도시의 죽음과 삶」, 유강은 옮김, 그린비

조혜진, 2016, "문화적 실천으로서의 예술운동 연구", 국내석사학위논문, 한국외국어대학교 대학원.

진창중, 2013, "홍대 앞 주거지의 상업화 과정 및 특성에 관한 분석", 홍익대학교 대학원, 국내석사학위논문.

파우저, 2015, "서울의 오래된 골목이야기", 「서울의 재발견 제6강에 수록, 페이퍼스토리.

하종성, 2016, "2010년 이후 삼청동 상업화 과정에 따른 입면 변화 연구", 국내석사학위논문, 서울대학교 대학원.

한정훈, 2010, "도심재활성화와 소비공간의 사회적 생산에 관한 연구", 중앙대학교 대학원, 국내석사학위논문.

하지연, 2015, "서울시 상업가로의 변천과정에 관한 연구", 서울대학교 대학원, 국내박사학위논문.

하지연·정연주·정창무, 2015, "상업공간의 젠트리피케이션 과정 및 사업자 변화에 관한 연구: 경리단길 사례", 「서울도시연구」, 16(2), 19~33.

Atkinson, Rowland, and Gary Bridge, eds, 2004, *Gentrification in a global context*. Routledge.

Ha, Seong-Kyu, 2004, "Housing renewal and neighborhood change as a gentrification process in Seoul." *Cities* 21.5: 381-389.

Jager, Michael, 1986, "Class definition and the aesthetics of gentrification: Victoriana in Melbourne", in: Neil. Smith & Peter. Williams (Eds) *Gentrification of the City*: 78-91. Winchester: Allen & Unwin.

Kyung, Shinwon, and Kwang-Joong Kim, 2011, "'State-facilitated Gentrification' in Seoul, South Korea: for Whom, by Whom and with What Result? The struggle to belong Dealing with diversity in 21st century urban settings." Paper presented at the International RC21 conference 2011 Session: 2. Social Consequences of Gentrification.

Lees, Loretta, Hyun Bang Shin, and Ernesto López-Morales, 2016, *Planetary gentrification*. John Wiley & Sons.

Lees, Loretta, Tom Slater, and Elvin Wyly, 2008, *Gentrification*. Routledge.

Ley, David, 1980, LIBERAL IDEOLOGY AND THE POSTINDUSTRIAL CITY. *Annals of the Association of American Geographers*, 70(2), pp.238-258.

_____, 1996, *The New Middle Classes and the Remaking of the Central City*. Oxford: Oxford University

_____, 2003, Artists, aestheticisation and the field of gentrification, *Urban Studies*, 40(12), pp. 2527-2544.

Podmore, Julie, 1998, "(Re) reading the 'loft living'habitus in Montreal's inner city." *International Journal of Urban and Regional Research* 22,2: 283-302.

Shin, Hyun Bang, and Soo-Hyun Kim, 2016, "The developmental state, speculative urbanisation and the politics of displacement in gentrifying Seoul." *Urban Studies* 53,3: 540-559.

Slater, Tom, 2011, Gentrification of the city. *The New Blackwell companion to the city*, 571-585.

Smith, Neil, 1986, Gentrification, the frontier, and the restructuring of urban space. *Gentrification of the City* 15: 17.

_____, 2002, New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode* 34,3: 427-450.

Zukin, Sharon, 1987, "Gentrification: culture and capital in the urban core." *Annual Review of Sociology*:129-147.

_____, 1989, *Loft living: culture and capital in urban change*. Rutgers University Press.

_____, 2009, *Naked city: The death and life of authentic urban places*. Oxford University Press.

최보윤, 2015, "소박한 골목 사이 찾은 맛의 천국, 해방촌과 경리단길", 「월간조선」 (2015/08/08)
http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2015/08/06/2015080602160.html?Dep0=twitter&d=2015080602160

서경리, 2015, "폐철로에 깔린 초록 용단, 경의선 숲길." 「월간조선」(10월호)

<http://monthly.chosun.com/client/news/viw.asp?ctcd=J&nNewsNumb=201510100047>

<http://yeonnamzari.com/> (연남동자리)

<http://data.seoul.go.kr/> (서울 열린 데이터 광장)



작은연구 좋은서울 16-03

햇 플레이스를 만드는 사람들:
연남동 사례

발행인 _ 김수현

발행일 _ 2016년 10월 31일

발행처 _ 서울연구원

비매품

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

본 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.