

2024-CR-01

작은연구 좋은서울 24-07

서울 내 시각예술지구 활성화를 위한 연구: 을지로를 중심으로

김강리



**서울 내 시각예술지구 활성화를 위한 연구 :
을지로를 중심으로**



연구책임

김강리 이화여자대학교 일반대학원 예술학전공 석사과정

연구진

강혜연 이화여자대학교 일반대학원 예술학전공 석사과정

김현정 이화여자대학교 일반대학원 예술학전공 석사과정

신지원 이화여자대학교 일반대학원 예술학전공 석사과정

안수빈 이화여자대학교 일반대학원 예술학전공 석사과정

이유민 이화여자대학교 일반대학원 예술학전공 석사과정

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
서울특별시 정책과는 다를 수도 있습니다.

목차

01 서론	1
1_연구 배경 및 목적	1
2_연구 구성 및 방법	4
3_기대효과	6
02 독립미술공간의 범주와 특성	7
1_독립미술공간의 개념과 정의	7
2_독립미술공간의 역사와 특징	9
3_독립미술공간과 젠트리피케이션	14
03 서울 내 시각예술지구의 형성과 소멸	22
1_시각예술지구의 개념과 특징	22
2_서울 내 시각예술지구의 형성과 이동	23
3_서울 내 시각예술지구의 현황 및 문제점	28
04 서울 내 시각예술지구 활성화 방안	38
1_지역 이미지 브랜드 개발 및 장소마케팅 전략 수립	38
2_지역 주체 간의 네트워크 구축	47
05 결론	58
참고문헌	60
부록	64

표 목차

[표 1-1] 심층인터뷰 대상자 목록	6
----------------------	---

6

그림 목차

[그림 1-1] 예술가의 청계천-을지로 사회적 자본(Social Capital) 이용 패턴	2
[그림 1-2] 서울시, 을지로의 매장용 빌딩 임대료 추이(2013년 이후)	3
[그림 2-1] 조지 트라카스의 작품 설치 중 사진	10
[그림 2-2] 개관 전 설치 중 사진	10
[그림 2-3] 국내 문화 주도 젠트리피케이션(Art-led-Gentrification)의 전개 과정	15
[그림 3-1] 서울 자치구별 독립미술공간의 현황	28
[그림 3-2] 서울 서북권 독립미술공간 분포도	29
[그림 3-3] 서울 서남권 독립미술공간 분포도	31
[그림 3-4] 서울 동북권 독립미술공간 분포도	32
[그림 3-5] 서울 동남권 독립미술공간 분포도	33
[그림 3-6] 서울 도심권 독립미술공간 분포도	34

01. 서론

1_연구 배경 및 목적

올해 을지로가 서울의 갤러리 밀집 지역으로 잘 알려진 삼청, 한남, 청담과 더불어 프리즈 위크(Frieze Week)의 ‘갤러리 나잇’에 새롭게 추가되며 이목을 사로잡았다. 프리즈(Frieze)는 2003년 영국 런던에서 동명의 현대미술잡지 발행인이었던 어맨다 샤프(Amanda Sharp, 1969-)와 매슈 슬로토브(Matthew Slotover, 1968-)가 설립 하여, 현재 프랑스의 피아크(FIAC), 스위스의 아트 바젤(Art Basel)과 함께 세계 3대 아트 페어로 불리는 행사이다.

지난 2022년부터는 프리즈 서울(Frieze Seoul)이라는 명칭으로 한국국제아트페어(Kiaf)와 함께 서울 삼성동 코엑스 전관에서 매년 9월마다 한국화랑협회와의 공동 개최로 열리고 있다. 2021년에 프리즈가 아시아권에서는 처음으로 서울에 진출한다는 협약을 발표했을 때, 연간 총매출액이 5,000억 원대였던 국내 미술시장이 1-2조 원 대로 급증할 것으로 예상되었다.¹⁾ 실제로 2022년에는 코로나19와 세계 경제 위축에도 불구하고 최초로 미술품 유통액이 1조 377억을 달성하여 ‘2021년 미술시장 실태 조사’의 결과와 대비해 37.2% 성장한 결과를 보여주었다.²⁾

이처럼 빠른 속도로 한국의 미술계에 중요한 위치를 차지한 프리즈가 2024년 “을지로 일대에 밀집되어 있는 주요 젊은 갤러리와 독립미술공간, 비영리 예술공간들을 다채롭게 조명”³⁾하기 위하여 ‘을지로 나잇’을 신설했다는 점은 의미심장하다. 을지로는

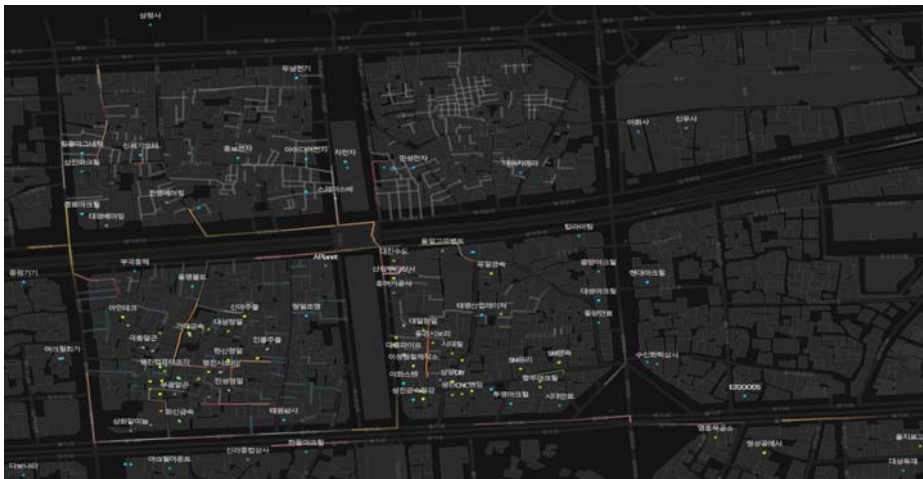
1) 노형석, 2021년 5월 19일, “세계 3대 미술장터 ‘프리즈’ 내년부터 서울에도 펼친다”, 한겨레, hani.co.kr/arti/culture/music/995767.html

2) 전성민, 2023년 1월 4일, “한국 미술시장, 사상 첫 1조 원 돌파··화랑·아트페어↑경매↓”, 아주경제, ajunews.com/view/20230104111340193

3) frieze.com/ko/article/neighbourhood-nights-during-frieze-week-seoul-2024 (Freize)

‘신생공간’으로 요약되는 2010년 이후 한국 동시대미술의 동향을 보여주는 지역이라는 점이 미술제도(Art Regime)에 의해 공인된 셈이기 때문이다.

2010년 이후 작가, 기획자, 컬렉티브 등 미술계 구성원이 조직하고 운영하는 공간을 일컫는 신생공간(New Space)은, 여전히 그 정의와 기준이 합의되지 않았으나, 갤러리 등 기성미술공간이 밀집한 지역이 아닌 미개발 지역·재래시장·낡은 상가 등 월세가 저렴한 곳에 위치했다는 특징이 있다.⁴⁾ 을지로는 단순히 저렴한 지가뿐만이 아니라, 제조업 및 인쇄업이 발달한 장소라는 점에서 미술인에게 다양한 상상을 가능케 하는 산업생태계의 기술과 자원을 만날 수 있는 중요한 공간으로 인식되어 왔으며, 이는 2010년 이후 세운상가와 그 인근을 중심으로 다수의 신생공간이 들어서는 배경이 되었다.



자료: social-capital.cheongyecheon.com/#social-capital-part(청계천, 을지로, 산업 유통 생태계)

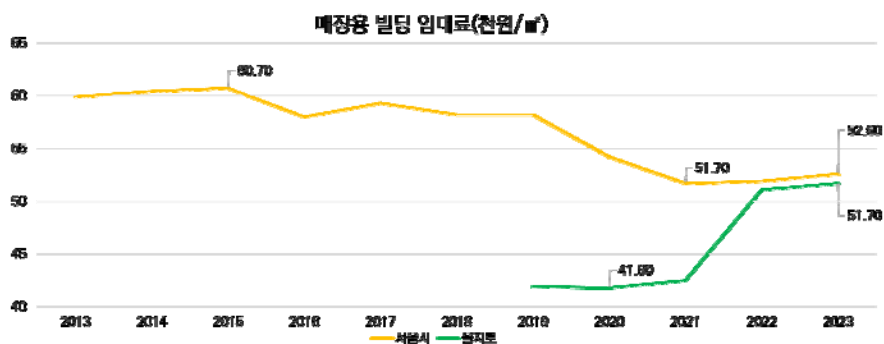
[그림 1-1] 예술가의 청계천-을지로 사회적 자본(Social Capital) 이용 패턴

[그림 1-1]은 청계천을지로보존연대와 (사)문화사회연구소에서 예술가들의 청계천-을지로 이용 패턴을 시각화한 것으로, 작품 제작을 위해 거래하는 업체와 이동 경로를 표시한 것이다. 점으로 제조(초록), 유통(파랑), 기타(회색)에 해당하는 업체의 위치가 표시되어 있으며, 개별 예술가의 이동 경로가 색이 다른 선으로 표시되어 있다. 코로

⁴⁾ 최정윤, 2021년 3월 11일, “2021년 그리고 신생공간”, 예술경영, gokams.or.kr/webzine/mobile/plan/view.asp?idx=2435&page=10&c_idx=85&searchString=

나 이전까지 일부 미술대학에서는 을지로에서 재료를 구입하고 기술자에게 작업을 의뢰하는 일도 배움의 한 과정으로 여겨지기도 했었는데, 이처럼 을지로는 미술계 종사자와 밀접한 공간이었다.

이러한 을지로가 소재한 증구는, 자체적으로 조사한 결과 2024년 7월을 기준으로 서울 내에서 운영 중인 독립미술공간 83곳 중 20곳이 소재하여 있으며, 이는 서울 내 자치구 중에서 가장 많은 수이다. 그러나 800/40, 케이크갤러리, 가삼로지을 등 2010년대 초중반에 발생한 독립미술공간 중 다수가 이미 폐관하였고, 2020년 이후 등장한 스페이스 미라주 등도 폐관을 계획하고 있다. 이는 갑작스러운 임대료 상승으로 을지로 내에서 한 차례 이주를 경험한 을지로of의 사례에서 알 수 있듯, 서울시 전체의 추이와는 다르게 급격한 임대료 상승을 경험하고 있는 을지로의 상황과도 맞물려 있다(그림 1-2).



자료: 한국감정원부동산통계정보, 2024, “상업용부동산 임대동향조사”, 공공데이터포털.

[그림 1-2] 서울시, 을지로의 매장용 빌딩 임대료 추이(2013년 이후)

또한, 을지로는 2024년 4월 서울시가 제4차 도시계획위원회를 개최해 ‘수표 도시정비형 재개발사업 정비계획 결정 변경안’을 수정가결하는 등 국가주도 재개발을 통한 도시 미화를 앞두고 있을 뿐만 아니라, ‘을지 OB 베어 투쟁’으로 대표되는 젠트리피케이션(Gentrification)으로 몸살을 앓고 있다. 이에 본 연구는 공공운영주체 없이도 지역민과 예술가의 자발적인 움직임을 통해 형성된 을지로 시각예술지구에 관하여 기록하고, 젠트리피케이션으로 위협받는 을지로 예술생태계의 지속가능성을 모색하고자 한다.

2_연구 구성 및 방법

1) 연구의 구성

본 연구의 2장에서는 기존에 비영리미술공간으로 통칭되어 왔던 대안공간 및 신생공간을 독립미술공간으로 재정의하고 그 역사와 특징을 살펴보았으며, 이를 토대로 독립미술공간이 젠트리피케이션과 맺고 있는 관계를 살펴보았다. 3장에서는 선행연구를 토대로 심층인터뷰를 참고하여 서울 내 시각예술지구의 형성과 소멸에 관하여 되짚어봄과 동시에 서울 내 독립미술공간의 소재 및 현황을 알아보았다. 4장에서는 유관 제도 및 사례 분석을 토대로 시각예술지구의 활성화 방안을 제안하고자 했다.

2) 연구의 방법

(1) 독립미술공간과 시각예술지구에 관한 선행 연구 분석

본 연구는 대안공간과 신생공간 등 민간 주체의 소규모 전시공간을 포괄하는 독립미술공간을 대상으로 한다. 「한국의 대안공간 실태 연구」(문화사회연구소, 2007)에서 2000년 전후 설립된 대안공간을 규정하고 정책적 제언을 한 바 있으며, 「비영리 전시공간 실태조사 및 현황분석 연구」(한국문화예술위원회, 2019)에서는 대안공간과 신생공간을 비영리 전시공간으로 정의하고 지원 정책 개선을 위한 제언을 한 바 있다. 그러나 이러한 명명은 자구적인 동기에 기초하는 동시대미술생산장의 실천을 정의하기에 한계가 있으며, 이에 대안공간과 신생공간에 관한 연구를 폭넓게 검토하여 이들을 독립미술공간으로 재정의하고 개념과 범위를 정립하고자 한다.

또한, 본 연구는 창조지구의 맥락 위에서 독립미술공간이 밀집된 구역에서 동시대미술생산장에서 혁신적 발전이 가능하다고 가정한다. 이에 서울 내 시각예술지구의 이동에 관한 연구를 검토하고 심층인터뷰를 참고하여, 서울 내 시각예술지구의 형성과 이동의 원인을 파악하고자 한다.

(2) 서울 내 독립미술공간의 소재 및 현황 조사

서울 내 독립미술공간을 파악함에 있어, 작가 엮는자(본명: 장영주, 1986-)가 2015-2016년에 신생공간을 조사하고 구글 마이맵스(Google My Maps)를 활용하여 공유한 'WEAVER-MAP'을 기초로 하였다.⁵⁾ 그리고 작가 김망고(본명: 김윤범, 1995-)가

네이버 지도를 통해 배포한 ‘한국의 전시장들’을 참고하여, 2016년 이후 새롭게 문을 연 독립미술공간의 소재를 보충하였다.⁵⁾

독립미술공간의 웹사이트와 페이스북, X(구 트위터), 인스타그램 등 SNS를 통해 공개된 예술 활동이 이루어지고 있는지 확인하였다. 독립미술공간이 문을 닫은 이후 웹사이트의 도메인이 만료되거나 SNS 계정이 소실된 경우에는 아트맵, 아트바바, 아키비스트 코리아, 서울아트가이드와 같은 전시 홍보 사이트를 참고하여 정확한 운영 기간을 파악하고자 하였다.

본고에는 이렇게 조사한 서울 내 독립미술공간을 지도의 형태로 시각화하여 수록하였으며, 현재의 운영 상태에 관한 정보가 담긴 표는 부록으로 덧붙였다.

(3) 사례 연구를 위한 심층인터뷰

본 연구는 을지로 내 전시공간을 대상으로 구체적인 사례 연구를 수행하고, 한국 도시 문화와 시각예술지구의 변화에 있어 중요한 사례를 제공하는 홍대 앞 및 문래의 상황과 견주어보고자 하였다. 이에 2024년 6-7월에 을지로, 문래, 홍대 앞에서 독립미술공간을 운영하는 10명을 대상으로 심층인터뷰를 진행하였다.

심층인터뷰의 참여자는 시각예술지구 형성과 소멸의 사이클에서 다양한 시점의 경험을 표집하기 위하여, 시각예술지구 형성 당시 진입자는 물론 후발주자로 거론되는 독립미술공간의 운영자까지 권역별로 3-4인을 섭외하였다. 주로 해당 독립미술공간에 인터뷰를 진행하였고, 불가피한 경우에만 화상회의 프로그램 Zoom을 활용하여 온라인으로 진행하였다.

각 인터뷰는 90분 내외로 일정하게 진행되었으며, 사적인 경험을 포함하여 민감한 정보가 다수 포함되어 있어 이름을 익명화하고 인터뷰 대상자를 특정할 수 있는 정보에 한하여 일부 삭제하였다. 인터뷰의 질문은 1) 해당 독립미술공간의 설립 목적 및 과정, 2) 해당 독립미술공간의 소재지에 대한 인식, 3) 시각예술지구의 지속가능한 발전을 위한 방안 모색 경험(젠트리피케이션에 대한 태도, 대응 전략 등)이 포함되었다.

⁵⁾ detach.space(엠티스페이스)

⁶⁾ naver.me/Fm2BbSiV(한국의 전시장들)

[표 1-1] 심층인터뷰 대상자 목록

공간명	지역	인터뷰 일시
A	문래	2024. 7. 1. 11:00~12:30
B	을지로	2024. 7. 1. 17:00~18:30
C	문래	2024. 7. 1. 18:00~19:30
D	을지로	2024. 6. 23. 14:00~15:30
E	을지로	2024. 7. 5. 11:30~13:00
F	홍대 앞	2024. 7. 5. 14:00~15:30
G	을지로	2024. 7. 6. 19:00~21:30
H	홍대 앞	2024. 7. 7. 13:00~14:30
I	문래	2024. 7. 8. 10:00~11:30
J	홍대 앞	2024. 7. 8. 14:00~15:30

3_기대효과

본 연구는 현장의 목소리를 토대로 정책적 시사점을 제공하고자 기획되었다. 올바른 제도와 정책의 정립은 공동의 목표에 대해 사회 인식의 전환을 신속하게 하고, 각 주체에 적절한 동기부여를 통해 혁신을 가속할 수 있다.⁷⁾ 이와 같은 관점에서 상업문화적 특수성이 지역적 특색으로 자리 잡으면서 새로운 문화 체계를 형성한 을지로가 한국의 역동하는 동시대미술을 보여주는 장(場)으로서 지속될 수 있도록, 서울 내 시각 예술지구 활성화를 위한 정책적 근거를 마련하고자 한다.

7) 정진섭, 김은영, 2012, “국가혁신체계의 요소들이 혁신클러스터의 성과에 미치는 영향: 사회적 자본의 조절 효과를 중심으로”, “국제지역연구”, 21:2, 47, 국제학연구소.

02. 독립미술공간의 범주와 특성

1_독립미술공간의 개념과 정의

민간 주체의 소규모 전시공간을 대상으로 하는 본 연구는, 일반적으로 사용되는 ‘비영리전시공간’을 대신하여 독립기획자 안소현이 제시한 ‘독립미술공간’의 개념과 정의를 따른다. 한국미학회가 주최한 《제1회 미학 비엔날레: 문학과 미술의 동시대적 모색》에서 안소현은, 《굿-즈》(세종문화회관, 2015)나 《더 스크랩》(2016-2019)과 같이 판매를 전제로 한 행사들이 신생공간의 정체성과 담론을 형성하는 데 많은 영향을 끼쳤다는 사실을 지적하며, 비영리전시공간이라는 단어로 대안공간과 신생공간의 성격과 방향성을 포괄하지 못한다는 문제의식에서 ‘독립미술공간’이라는 단어를 제시했다.⁸⁾

《굿-즈》는 “동시대 미술의 환경/조건에 대해 고민하는 시각예술작가들이 자신의 작업/‘굿-즈’, 소량 제작된 에디션, 작업의 파생물 등을 직접 판매하는 행사”로, 기존의 아트페어에서 다루지 않았던 작가와 작업을 만날 수 있었다.⁹⁾ 이를테면, 노상호(1986-)는 대형 평면 회화 작업에서 소비자가 선택한 부분을 원하는 크기로 잘라서 판매하였다.¹⁰⁾ 총 80여 명의 작가가 총 250여 종, 1,500여 점의 작품 및 작업 파생물을 선보인 이 행사는, 닷새간 총 5,800여 명의 관람객수와 총 1억 3천여만 원의 수익을 성취하며 미술계 안팎에서 뜻밖의 호응을 얻었다. 작가마다 판매 금액에 차이가 있을 뿐만 아니라 9개월간의 준비기간을 고려한다면 실질적인 수익이 났다고 할

8) 안소현, 2024, “동시대 한국 미술의 동시대성: 독립미술공간의 분화와 자생을 중심으로”, “미학이 필요한 순간: 문학과 미술의 동시대적 모색”, 1, 62-68, 한국미학회.

9) goods2015.com/goods_01.html (굿-즈)

10) 오진희, 2015년 10월 16일, “회화작품, 필요한 만큼만 잘라주세요”, 아시아경제, asiae.co.kr/article/2015101509180029652

수 없지만, 금전적 이익 이상의 성과가 있었다고 볼 수 있다. 현대미술과 관련된 다양한 형태의 판매가 이어질 수 있다는 가능성을 타진하고 기존 갤러리나 아트페어를 방문하는 소비자층과 다른 또 다른 소비자층이 존재함을 확인하는 기회가 되었기 때문이다.¹¹⁾

2016년부터 2019년까지 매년 개최된 《더 스크랩》은 사진 전시하고 판매하는 일시적인 플랫폼으로 작동한 행사이다. 매회 1,000여 점의 이미지를 동일한 인화 방식(C-print)과 크기(A4)로 선보였으며, 이미지에는 제목이나 작가의 이름 등 작품과 관련한 어떠한 정보도 표기하지 않았다. 관람객이 구매권 뒷면에 인쇄된 체크리스트에 사진의 번호를 적어 제출하면, 해당 사진과 정보(작가명, 스테이트먼트, 캡션 등)이 담긴 스크랩팩을 제공했다. 가격을 유지하기 위하여 복제를 제한해 수량을 한정하였던 기존의 에디션(Edition)의 제약에서 벗어나 새로운 유통 방식을 취했으며, 사진 판매 수익금을 모든 참여작가 모두가 균등하게 나누어 가졌다는 특징이 있다.¹²⁾

《더 스크랩》을 기획한 홍진현(1980-)은 종로구 창신동에서 전시공간 ‘지금여기(nowhere)’(2014-2017)와 ‘docs’(2018)을 공동운영하기도 했는데, 당시를 회고하며 “제도(기관이나 시장)에 대해 거부감은 없었고 작품을 팔 수 있으면 팔려고 했다. 당시 서로 ‘자립’이라는 말을 많이 했고, 사진계 내에는 ‘더 이상 손 벌릴 곳이 없다’는 인식이 있었다. ‘우리끼리 하면 기성제도보다 더 잘할 수 있다’고 생각했고, 그 와중에 어떻게 먹고 살 것인가를 논의했다. ‘지금 여기’를 열기 전 사전 좌담회 제목이 ‘밥벌이로 이어지는 작업, 작업으로 이어지는 밥벌이-접속유지’였고 그걸 보면서 공간의 정체성을 잡아나갔다.”¹³⁾고 밝히기도 했다.

이외에도 《취미관》(2017-2019), 《퍼폼》(2016-2019), 《PACK F/W 2017》 등 판매를 전제로 한 행사들이 이어졌으며, 이들은 신생공간으로 압축되는 2010년대 한국 미술계의 분위기를 잘 보여준다. 이에 본 연구는 기존에 비영리전시공간으로 통칭되던 대안공간과 신생공간을 독립미술공간으로 명명하여, 이들이 추구해 온 자생성에 주목해 보고자 한다.

11) 신혜영, 2016, “스스로 움직이는 미술가들: 자립적 미술 신생공간 주체들의 생활 경험과 예술 실천 연구”, “언론정보학보”, 202-203, 언론정보학회.

12) jinhwon.com/107(홍진현)

13) 안소현, 앞의 글, 70.

2_독립미술공간의 역사와 특징

1) 대안공간의 역사와 특징

미술비평가 마이클 아처(Michael Archer, 1954-)는 『1960년 이후의 현대미술(Art since 1960)』에서 “처음은 물론, 보면 볼수록 도무지 어떤 작품을 ‘미술’이라고 말할 수 있을지 점점 확신할 수 없게 된다.”¹⁴⁾고 했다. 1960년 이후 반문화운동과 맞물려 미술계에서는 양식, 형태, 실행방식, 주제 등에 있어 근대성을 전복하기 위한 다양한 시도가 이루어졌고, 장소 특정적 미술, 퍼포먼스 아트, 비디오 아트 등 다양한 매체를 통한 혁신적인 시도가 전통적 미술 규범을 확장해 왔기 때문이다. 이러한 배경에는 실험적 시도를 가능하게 했던 대안공간(Alternative Space)이 있었다.

대안공간은 미국 뉴욕의 소호(SoHo)에서 발생했다. 1950년대부터 뉴욕의 소호에는 저렴한 임대료와 넓은 작업공간을 찾아 예술가들이 모여들기 시작했는데, 빈 채로 방치된 빌딩, 해체 직전의 학교 등 일종의 로프트(loft)가 즐비했기 때문이다. 주거와 작업을 위한 예술가의 로프트 중 몇몇은 대안공간으로 전환되어 새로운 미술 생산과 유통의 공간으로 변모했으며, 이후 대안공간은 미술 제도의 주변부에서 예술적 자유를 실험할 수 있는 작업실 및 전시 서비스 조직으로 자리 잡았다. 이들은 미술계에 진입하고자 하는 젊은 예술인은 물론 주류에서 소외된 예술인에게 전시의 기회를 제공하였으며, 주류 미술관과 상업 갤러리가 수용하기 꺼리는 새로운 형식과 매체를 실험할 수 있는 기술적 기반은 물론 전시 및 작업공간을 제공했다.¹⁵⁾ 대안공간에서는 개념미술, 퍼포먼스, 비디오 아트, 설치미술 등을 비롯한 다원적 실험이 이루어졌을 뿐만 아니라, 마이너리티의 다종다양한 언어가 예술적으로 수용될 수 있었기에, 이 시기를 포스트모더니즘의 태동기로 간주하기도 한다.¹⁶⁾

줄리 알트(Julie Ault, 1957-)에 따르면, 1968년에서 1985년 사이에 뉴욕에는 50여 곳의 대안공간이 등장했다고 한다.¹⁷⁾ 이들 대안공간은 미국국립예술기금(National Endowment for the Arts)이 미술가 워크숍이라는 항목으로 지원금을 제공했던

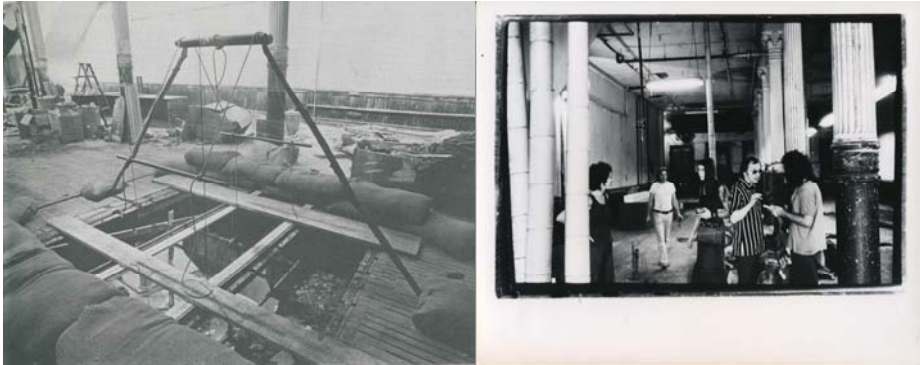
¹⁴⁾ 마이클 아처, 2007, 『1960년 이후의 현대미술』, 7, 시공사.

¹⁵⁾ 이임수, 2014, “1970년대 미술의 확장과 대안공간”, 『현대미술사연구』 제35권, 149-150, 현대미술사학회.

¹⁶⁾ 김찬동, 2001, “한국미술에 있어 대안적 전시기획의 과제”, 115, “예술경영연구”, 한국예술경영학회.

¹⁷⁾ Cristelle Terroni, 2011년 10월 7일, “The Rise and Fall of Alternative Spaces”, Books & Ideas, booksandideas.net/The-Rise-and-Fall-of-Alternative#nb4

1972년을 기점으로 설립 주체의 성격을 구분할 수 있다. 그 이전까지 APPLE, Gain Ground, 112 Greene Street¹⁸⁾, The Kitchen 등 미술가가 설립하고 운영하는 아티스트 런 스페이스(Artist-Run Space)가 대부분을 이루었다면, 1973년경부터는 전문 큐레이터와 미술행정가가 주도한 Clocktower, P.S. 1, Artists Space 등이 설립되기 시작하였다.¹⁹⁾



자료: Richard Landry, 1970, White Columns. 자료: Cosmos, 1970, White Columns.

[그림 2-1] 조지 트라카스의 작품 설치 중 사진

[그림 2-2] 개관 전 설치 중 사진

제프리 류(Jeffrey Lew, 1946-)가 1970년에 설립한 112 그린 스트리트는 대안공간의 성격을 잘 보여준다. 류가 자신이 소유한 건물의 1층과 지하를 친구들에게 개방하면서 이 장소를 중심으로 한 느슨한 공동체가 형성되었고, 그는 조직된 인력이나 행정적 체계 없이 이 공간을 운영하였다. [그림 2-1]과 [그림 2-2]는 112 그린 스트리트의 개관 전시 설치 중에 촬영된 사진으로, 이 전시는 작가들이 선착순으로 자신의 작품을 전시한 결과였다. 112 그린 스트리트가 자리 잡은 오래된 건축물과 소호의 장소성은 공간의 물질성을 강조하고 건축 구조를 적극적으로 활용하는 설치 작업에 적합했고, 이에 퍼포먼스와 결합된 실내외 설치 프로젝트가 활발히 이루어질 수 있었다.²⁰⁾

한국에서 대안공간은 1990년대 말엽에 세계화의 흐름, 대중문화와 소비문화의 확산, IMF 경제 위기 등의 다양한 정치·경제·사회적 요인이 복합적으로 작동하며 출현했다. 1990년대는 민중미술이나 제도화된 모더니즘 미술에 대한 반감 속에서 새로운 미술

18) 1979년에 'White Columns'으로 개칭하였다.

19) 이임수, 앞의 글, 149-150.

20) 이임수, 앞의 글, 152-153.

실천을 모색하는 흐름이 본격화되는 시기였고, 1995년 광주비엔날레가 개최되면서 당대 미술의 흐름이 직접적으로 한국에 소개되었다. 동시에 홍대 앞에서 형성되기 시작한 언더그라운드 문화는 전시공간 이외에서 실험적인 미술 실천을 가능하게 했다. 클럽에서 열린 《바이오 인스톨레이션 오존전》(1991)과 홍대 인근의 주택을 활용한 전시 《뼈》(1995)가 대표적인 사례이다.²¹⁾

그러나 1997년 말경에 발생한 IMF 경제 위기가 대안공간이 등장하게 된 직접적인 계기로 꼽힌다. 장기적인 불황으로 인해 심각한 경영난을 겪은 상업 갤러리에서 자체 기획 행사를 줄이고 대관의 비중을 높이면서 작품을 선보일 기회가 줄어든 한편, 해외 유학으로 서구의 미학과 성과를 체험한 예술인들이 다수 귀국하면서 실험적 작품과 작가들을 지원할 수 있는 공간의 필요성이 두드러졌기 때문이다.²²⁾

이러한 맥락에서 1999년 국내 최초로 대안공간을 표방한 ‘대안공간 루프’가 홍대 앞에 등장했으며, 이를 시작으로 동년 ‘대안공간 풀’이 종로구 관훈동에, ‘프로젝트 스페이스 사루비아 다방’이 종로구 인사동에 문을 열었다. 2000년에는 썸지의 후원으로 1998년부터 실험적인 작가들에게 스튜디오를 제공했던 ‘썸지 스페이스’가 홍대 앞에, 한국문화예술위원회 산하의 ‘인사미술공간’이 종로구 원서동에 개관했다. 부산에서도 1999년에 ‘대안공간 썸’²³⁾과 ‘아트인오리’²⁴⁾가 문을 열며, 대안공간 1세대가 형성되었다.

한국의 대안공간은 설립 주체, 운영 방식, 소재지, 미술장에서의 역할 등에 있어서 미국과 차이를 보인다. 시카고에서 유학을 마치고 돌아온 서진석이 설립한 루프를 제외하고, 대다수가 국가나 기업 혹은 복수의 매개자가 설립의 주축이 되었다. 2000년 미술진흥정책의 일환으로 인사미술공간이 개관하고 대안공간의 운영비를 지원하는 등 IMF 경제 위기 이후 위축된 문화예술 분야에 적극적으로 개입했던 국가의 영향력 하에서 대안공간이 형성되었기에 공적 자금에 의존하는 양상을 보였다. 또한, 미술관이나 상업 갤러리와 별반 다를 바 없는 화이트큐브의 중성적 전시공간을 조성하였으며, 문화예술에 특화된 홍대 인근 혹은 기성 상업 갤러리가 밀집되어 있는 인사동에 위치했다.²⁵⁾

21) 이동연 외 4인, 2007, “한국의 대안공간 실태 연구” 33-34, (사)문화사회연구소.

22) 백송민, 2019, “한국 대안공간의 실태와 발전 방향에 관한 연구”, 59-62, 이화여자대학교 조형예술학부 석사학위 논문.

23) 2002년에 ‘대안공간 반디’로 재개관하였다.

24) 2005년에 ‘오픈스페이스 배’로 재개관하였다.

대안공간은 주류 미술계로 작가를 배출하는 등용문의 역할을 하며 미술 제도로 기능하기도 했다. 장영혜, 강홍구, 박찬경, 송상희, 정연두 등 1세대 대안공간 출신의 작가 중 일부는 로댕갤러리와 같은 주요 미술관에 초대되거나 에르미스 코리아 미술상을 받았고, 미술시장이 호황이던 2000년대 중엽에는 국제갤러리, 아라리오, PKM 등 상업 갤러리의 전속작가로 주목받기도 했다.²⁶⁾ 그러나 2008년 미국발 금융위기로 인해 미술시장 전반이 크게 위축되고, 기업과 개인 주체의 사적 후원이 줄었을 뿐만 아니라, 이명박 정부가 들어서면서 공적 자금도 삭감되면서 침체기를 맞았다.²⁷⁾

2) 신생공간의 등장과 확산

미술관과 상업 갤러리의 지배구조에 관한 문제의식에서 시작한 대안공간이 빠르게 기성세대로 편입되자, 현실적인 제약을 극복하고자 2010년대 초중반에 신생공간이 등장했다. 한국 동시대 미술장에서 최고 인정의 심급이라 할 수 있는 플라토미술관이 폐관하고 아트선재센터가 휴관했으며, 에르메스 코리아 미술상을 비롯한 다수의 미술상의 성격이 바뀌며 지원이 감축되었고, 신진작가에게 유일한 창구였던 문예진흥금금이 고갈되는 등 2010년대는 금융위기로 인해 미술시장이 침체되었을 뿐만 아니라 상징자본의 중심이 되는 생산장이 크게 위축되었던 시기이다.²⁸⁾

이러한 시기에 신생공간을 설립한 주체는 대체로 개인전 경력 3회 미만의 신진작가로 분류되는 1980년대생이었다. 이들은 대체로 ‘미술을 계속하고 싶어서’ 혹은 ‘미술계에 진입하고 싶어서’ 등 개인적인 니즈를 충족하기 위해서 신생공간을 설립하였는데, 이는 2016년 미술전문월간지 『미술세계』가 20곳의 신생공간 운영자와 진행한 인터뷰에서 확인할 수 있다. 반지하는 “자신이 예술가로서 살아가기 위해, 포트폴리오 사진 촬영을 하고, 전시할 기회가 필요해서 공간을 만들었다.”고 증언했으며, Sidework는 “공간을 운영하기 위한 목적보다는 각자의 작업실이 필요한 상황에서 만났다. 공간에 이름을 붙이고 이벤트를 준비하면서 자연스럽게 공간 운영으로 이어졌다.”고 밝혔다. 기고자 역시 “꾸준히 활동하고 있으나 작업을 선보이는 기회가 적어 상대적으로

25) 신혜영, 2017, “한국미술생산장의 구조 변동과 행위자 전략 연구: 2000년대 후반 이후 신참자들의 진입과 전략 변화를 중심으로”, 112-113, 연세대학교 커뮤니케이션대학원 영상커뮤니케이션전공 박사학위논문.

26) 반이정, 2008, “1999-2008 한국 1세대 대안공간 연구 - ‘중립적’ 공간에서 ‘송배적’ 공간까지”, 『왜 대안공간을 묻는가』, 23-28, 미디어버스.

27) 신혜영, 앞의 글, 115.

28) 신혜영, 앞의 글, 139-143.

로 가시화가 어려운 신진작가 및 큐레이터를 위해 독립적으로 자생할 수 있는 예술공간의 가능성을 실험 중에 있다.”며 설립 및 운영 목적을 분명히 했다.²⁹⁾

또한, 운영자에게 주어진 물리적·경제적 제약이 신생공간의 존재방식을 결정했다. 이들의 등장과 쇠퇴는 임대 계약 기간의 주기와 맞물려 있었는데, 상대적으로 임대료가 낮은 지역을 한시적으로 점유하는 방식을 취했기 때문이다.³⁰⁾ 개인 후원이나 기금의 도움을 받아 공간 운영비용을 충당하는 경우도 소수 존재하나, 대체로 운영자 스스로 부담했다. 이러한 까닭에 여러 동료 작가들과 임대료를 공동 부담하며 공간을 함께 운영하는 경우도 다수 있었다.³¹⁾ 자본의 한계로 지속을 보장할 수 없는 현실에서 젊은 예술인들은 느슨한 공동체와 자연스러운 연대를 지향했으며, 외부의 선택과 원조를 기다리기보다는 삶과 예술을 병행하며 자립하고자 했다.³²⁾ 때문에 신생공간에 연루된 사람들은 공간의 존속에 대한 강박을 갖고 있지 않으며 “오로지 곧 휘발해 버릴 현재 속에서 잠시나마 동료와 즐거움을 나누는 것에 의미를 두며 딱 이러한 즐거움을 누릴 수 있을 최소한의 선까지만 힘을 쓴다.”³³⁾

이러한 신생공간을 배경으로 벌어진 전시는 다음과 같은 세 가지의 특징을 가진다. 첫째, 온·오프라인이 연동되어 있다. 이들은 SNS를 적극적으로 활용하여 지리·공간적 난점을 극복하고, 웹데이터베이스 아카이브와 인터넷 스트리밍 서비스 등을 활용하여 기동성을 확보하였다. 둘째, 소셜 미디어에서 즉각적인 피드백을 나누고, 더 나아가 수평적이고 열린 형태의 프로젝트를 기획·홍보·참여하는 등 네트워킹에 주안점을 두었다. 셋째, 유통에 용이하도록 작품을 압축·경량화하여 판매하였다. 이는 원룸이나 고시원과 같이 청년들의 좁은 주거공간을 고려한 유통 방법이었다.³⁴⁾

29) 미술세계 편집부, “Interview: 신생공간에 묻다”, “미술세계” 50, 79-81, 미술세계.

30) frieze.com/ko/article/frieze-week-seoul-2023-non-profits-guide (프리즈)

31) 신혜영, 앞의 글, 185.

32) 권한아, 2018, “한국 청년세대의 전술적 발화공간으로서의 신생공간 연구”, 52, 국민대학교 미술학과 석사학위논문.

33) 홍태림, 2017년 1월 12일, “신생공간, 휘발되지 않는 것”, 크리틱-칼, critic-al.org/?p=4200.

34) 노아영, 2019, “신생공간에 나타난 전시의 유동적 특성 연구”, “기초조형학연구”, 20“2, 85-90, 한국기초조형학회.

3_독립미술공간과 젠트리피케이션

1) 해외의 젠트리피케이션 전개 과정

미국의 사회학자 샤론 주킨(Sharon Zukin, 1946-)은 『로프트 생활: 도회변화에서의 문화와 자본(Loft Living Culture and Capital in Urban Change)』(1982)에서 로프트 생활을 젠트리피케이션의 한 형태로서 바라보고 예술가적 생산양식(artistic mode of production)이라 명명했다. 로프트(loft)는 사전적으로 ‘어떤 건물의 지붕 아래 공간’을 의미하지만, 실제로 주거용이 아닌 공업용 건물의 내부공간을 가리킨다. 영미권 대도시 구도심에서 예술가들이 임대료가 저렴한 로프트를 개조하여 직주공간(live-work space)으로 사용하기 시작했고, 이를 로프트 생활이라 부른다.³⁵⁾

이러한 로프트는 탈구조화, 역동성, 다용도성의 특징을 가진다. 첫째, 공업적 건축물이었기에 공간의 면적이 넓고 고정적인 벽체와 칸막이가 없는 등 공간의 분리가 분명하지 않다는 점에서 탈구조화된 특성을 가진다. 둘째, 층고가 높고 고정적인 벽면이 적기에 사용자의 아이디어에 따라 공간을 역동적으로 디자인할 수 있다. 셋째, 거주와 작업을 위한 공간일 뿐만 아니라, 전시와 사무 등 다양한 용도로 활용될 수 있다는 점에서 다용도성을 갖는다.³⁶⁾

로프트가 활성화되면서 노후화된 지역이 특별한 장소로 재생(regeneration) 또는 소생(rehabilitation)되는 현상이 나타나며, 이를 공간의 미학화(aestheticization)이라 부른다. 그에 이어 예술가적 환경을 상품화하고 소비하는 실천이 벌어지고, 종래에는 특수한 형태의 자본이 진입하게 된다. 데이비드 레이(David Ley)는 피에르 부르디외(Pierre Bourdieu, 1930-2002)의 문화자본과 경제자본 개념을 원용하여 이를 높은 문화 자본과 낮은 경제자본을 가진 행위자로부터 높은 경제자본과 낮은 문화자본을 가진 행위자로 바뀌는 과정으로 파악하였으며, 그 단계를 표현하자면 ‘예술가 → 사회문화적 전문직 → 경제 자본이 많은 전문직 → 사업가와 자본가’와 같다.³⁷⁾

아시아에서는 국가가 주도한 대규모 철거 및 건축, 도시경관 미화의 형태로 젠트리피케이션이 나타나기도 한다. 일본 도쿄의 무코지마는 도심 주변부의 공업 지역이었으

35) 신현준 외 7인, 2016, 「서울, 젠트리피케이션을 말하다」, 36-37, 푸른숲.

36) 장조, 이정교, 이영주, 2013, “로프트 공간문화 특성에 관한 연구”, “한국공간디자인학회 논문집”, 8:3, 83, 한국공간디자인학회.

37) 신현준 외 7인, 앞의 글, 37-38.

나 1980년 이후 탈공업사회로의 이행이 본격화되면서 장기적인 지역경제 침체와 커뮤니티 붕괴를 경험한 지역이다. 그러나 ‘무코지마 디자인 워크숍’(1998)과 ‘무코지마 박람회’(2000) 등 1990년대 후반부터 시작된 아트 프로젝트를 계기로 젊은 예술가들이 무코지마에 자리 잡기 시작했을 뿐만 아니라, 2000년 이후 문화예술 활성화를 통해 도시재생을 꾀하려는 도시정책의 흐름과 맞물려 정부와 지방자치단체, 대기업 등의 후원을 받으며 본격적으로 도시공간의 상품화와 재개발에 앞서 지역 이미지를 탈바꿈하는 장치로 기능했다. 이후 ‘쇼와 노스텔지어’라는 새로운 소비문화의 유행을 배경으로 무코지마는 일종의 관광지가 되었고, 저소득층 거주민의 불안과 불만이 누적되어 신·구주민 간의 대립 양상이 나타나기도 하였다.³⁸⁾

2) 한국의 젠트리피케이션 전개과정과 문화지구



자료: 김연진, 2016, “문화예술분야 젠트리피케이션 대응을 위한 기초 연구”, 117, 한국문화관광연구원.

[그림 2-3] 국내 문화 주도 젠트리피케이션(Art-led-Gentrification)의 전개 과정

앞서 살펴본 로프트 문화는 “예술가가 젠트리파이어 역할을 하거나 젠트리피케이션 과정에 주요하게 개입하는” 문화 주도 젠트리피케이션(Art-led-Gentrification)을 설명하는 대표적 사례이며, 국내의 문화 주도 젠트리피케이션의 전개 과정을 일반화하자면 [그림 2-3]과 같다. 먼저, 저렴한 임대료가 유인으로 작동하여 예술가를 끌어 모으면 이들의 활동으로 인해 지역의 특성이 형성된다. 이러한 장소성이 미디어와 SNS에 의해 사회적 관심을 받게 되면, 유동인구가 증가함에 따라 상권이 본격적으로 형성된다. 이후 공공부문과 상업자본의 진입이 시작되면 임대료의 상승을 감당하지

38) 신현준 외 7인, 2016, 「아시아, 젠트리피케이션을 말하다」, 159-193, 푸른숲.

못하는 예술가 및 원주민이 이탈하게 되면서, 지역의 정체성이 소실되고 상권이 쇠퇴한다.³⁹⁾ 서울 내 문화지구로 지정되었던 인사동과 대학로에서도 문화예술공간과 관련한 젠트리피케이션이 발생하였다. 본 절에서는 문화지구를 중심으로 서울 내 문화적 젠트리피케이션을 살펴보고자 한다.

(1) 문화지구 개념과 제도의 특성

국내에서 ‘문화지구’, ‘예술지구’라는 개념은 1990년대 중반 이후부터 사용되기 시작하였으며, ‘문화 예술자원이 밀집되어 그 지역의 독특한 문화적 특성과 다양한 가치를 창출하는 지역’을 지칭한다.⁴⁰⁾ 문화지구란 역사문화 자원의 관리·보호와 문화환경 조성을 위하여 필요한 지구로서 특별시장·광역시장 또는 도지사가 “문화예술진흥법”과 “국토의 계획 및 이용에 관한 법률”에 따라 조례에 의하여 지정·고시한 지구를 말하며, 다음의 어느 하나에 해당하는 지역을 대상으로 특별시장·광역시장 또는 도지사가 “국토의 계획 및 이용에 관한 법률”에 따라 조례에 의하여 지정한다.

- ① 문화시설과 민속공예품점, 골동품점, 필방, 표구점, 도자기점 등의 영업시설이 밀집되어 있거나 이를 계획적으로 조성하려는 지역
- ② 문화예술 행사·축제 등 문화예술 활동이 지속적으로 이루어지는 지역
- ③ 그밖에 국민의 문화적 삶의 질을 향상시키기 위하여 문화환경 조성이 특히 필요하다고 특별시장·광역시장 또는 도지사가 인정하는 지역

2000년에 문화지구 제도를 도입 및 시행한 이래, 인사동(서울)을 시작으로 대학로(서울), 파주 헤이리마을(경기)이 문화지구로 순차 지정되었으며 2010년 인천 개항장(인천), 제주 예술인마을(제주)의 지정 이후, 2018년 서초음악문화지구가 지정되었다. 문화예술에 대한 대중의 소비 형태가 달라지고 문화예술 자원의 범위가 확대됨에 따라 다양한 예술 분야의 문화지구가 생겨날 것으로 보인다.

국내의 문화지구 제도는 인사동을 초기 모델로 시행되었다. 과거 인사동의 과도한 지역개발과 지나친 상업화로 문제가 제기됨에 따라 서울시는 인사동의 기존 상권과 문

39) 김연진, 2016, “문화예술분야 젠트리피케이션 대응을 위한 기초 연구”, 117, 한국문화관광연구원.

40) 김연진, 2012, “문화지구의 문제점과 개선 방향”, “환경논총”, 51, 117, 한국문화관광연구원; 박혁, 2010, “문화지구의 유형별 계획특성 및 개선방안에 관한 연구”, 6-7, 한양대학교 공학대학원 석사학위 논문.

화를 보호 및 지원하기 위한 제도적 방안을 모색하였다. 그러한 계기로 지역 내 문화지구 제도를 도입 및 지정하여 운영하게 되며 문화지구(인사동) 내 건물주에게는 전통 문화 보전에 따른 조세 감면 등의 혜택을 부여, 운영자들에게도 용자 지원 등의 운영에 맞춘 지원을 시행하였다. 이는 제도의 개입을 통해 보다 적극적인 관리 방안의 도입으로 문화에 초점을 맞춘 지역 환경을 조성하자는 취지로 읽을 수 있다.

도시 내 문화 특화 지역이라 부를 만한 지표의 확인이 가능하거나, 사회적인 차원에서 특별히 관리해야 할 필요성이 있는, 또는 괄목할 만한 문화적·예술적 성장이 두드러지는 지역을 대상으로 문화지구가 지정되는 것이라면 문화지구 제도의 우선적 목표는 해당 지역에서 이어져 오고 있는 특수한 문화의 가치를 살피고 지역의 역사를 보존하기 위함과 더불어 그곳을 거점으로 삼아 점차 예술 활동의 반경을 넓혀가고 있는 현 예술가들의 생활과 예술 창작 활동을 지원하기 위함에 있을 것이다.

따라서 문화지구라는 제도를 유지하고 또 안정적으로 운영하기 위해서 문화지구에 특화된, 예술지구에 필요한 제도의 실현을 선행하는 것이 곧 예술가들의 현실에서 실질적으로 안전한 삶을 보장할 것이라 예측하는 것은 자연스럽다. 그러므로 적절한 제도의 시행을 통한 예술 창작 환경의 개선이 예술가들의 삶의 질을 높일 수 있음과 동시에 앞으로의 더욱 풍족한 예술 자원을 생산하고 이를 소비하는 대중의 문화적 삶의 실현가능성에 영향을 주지 않는다고 혹은 인과관계가 전혀 성립하지 않는다고 말할 수는 없다. 문화지구의 운영 및 활성화를 위한 전범위적인 제도의 점점이나 실질적 제도 도입에 앞서 문화 실현의 주체를 위한 사회적 인식의 개선이 선행되어야 더욱 적극적인 지원과 활발한 논의가 필요하다.

(2) 서울 내 문화지구의 지정 및 운영 현황

서울시는 고유한 문화적 자산을 보존하고, 문화예술 활동을 장려하기 위해 인사동과 대학로를 문화지구로 지정하였다. 2000년 <문화예술진흥법> 개정을 통해 도입된 문화지구 제도는 특정 지역의 다양한 문화적 특성을 보호하는 것을 목적으로 한다. 인사동은 전통 고미술과 공예 문화의 중심지로, 대학로는 공연예술의 거점으로 각각 지정되었다. 그러나 문화지구 지정 후 20여 년이 지난 현재, 지정 당시 기대했던 효과를 충분히 달성하지 못하고 있다는 비판이 지속적으로 제기되고 있다.⁴¹⁾

41) 김연진, 앞의 글, 123-124.

인사동과 대학로는 젠트리피케이션과 상업화의 영향으로 인해 전통 문화적 특색이 약화되었으며, 소규모 예술공간들이 사라지고 대형 프랜차이즈나 상업적 시설들이 증가하는 등의 문제를 겪고 있다. 특히, 최근 젠트리피케이션 문제는 서울 내 다른 문화지구뿐만 아니라 예술공간이 밀집한 지역 전반에 걸쳐 큰 사회적 이슈로 거론되고 있다. 한국의 젠트리피케이션 문제는 서구와 달리 주거공간보다 상업공간을 중심으로 진행된다는 특징이 있으며, 이는 문화지구뿐만 아니라 을지로와 같은 예술공간이 밀집한 지역에서도 깊이 관련 있는 사례로 볼 수 있다.⁴²⁾ 따라서 서울 내 문화지구의 지정 및 운영 현황을 분석하는 본 절에서는 서울 내 문화지구인 인사동과 대학로의 젠트리피케이션과 상업화 문제를 분석함으로써, 을지로와 같은 지역에서 벌어지고 있는 유사한 현상을 폭넓게 이해하고자 한다.

① 인사동

2000년, 인사동의 문화지구 지정은 전통문화를 보존하고 지역 경제를 활성화하기 위한 중요한 정책적 시도였다. 그 배경은 인사동이 골동품점, 표구점, 공예품점, 필방 및 지업사, 화랑 등 다양한 전통문화 자원이 밀집되어 있어 한국 전통문화의 중심지로써 상징적 가치를 가지고 있음에도 불구하고, 상업화와 도시 개발로 인해 이러한 전통적인 가치를 잃어갈 우려가 있었기 때문이다. 당시 인사동은 관광지로서 상업적 이익을 극대화하려는 움직임과 전통을 보존하려는 노력이 동시에 진행되는 상황이었고, 전통 문화업소 보호를 위한 체계적인 지원이 필요했다. 따라서 문화지구라는 새로운 지구 제도를 도입하여 전통 업종에 대한 보호와 육성을 위한, 보다 직접적인 지원과 규제 조치를 하고자 했다.⁴³⁾

그러나 문화지구 지정 이후 임대료 상승과 같은 경제적 압박으로 인해 많은 보호 업종이 폐업하거나 다른 지역으로 이전하고 그 자리에는 대형 프랜차이즈, 상업적 시설이 들어서면서 전통문화의 특색이 약화되었다. 특히 미술공간을 중심으로 보면, 2000년대 전후로 인사동에는 화랑을 비롯한 다양한 미술공간이 밀집하여 고유한 문화를 형성해 왔으나 문화지구 지정 이후, 상권이 활성화되어 젠트리피케이션이 가속화되었다. 이로 인해 상당수의 미술공간이 인사동을 떠나 다른 지역으로 이동하거나

42) 최중석 외 2명, 2018, “서울시 젠트리피케이션에 관한 시문적 연구”, “지방정부연구” 22:2, 12, 한국지방정부학회.

43) 김경애, 2007, “서울시 문화지구 정책의 효과성 연구 : 인사동과 대학로 문화지구의 비교”, 47, 국민대학교 행정대학원 석사학위논문.

폐업하는 결과를 초래했는데, 이러한 미술공간의 이동은 다른 예술지구에도 이어지고 있다. 이처럼 예술지구의 형성이 초기에는 지역 활성화에 기여할 수 있으나, 젠트리피케이션이 가속화되면서 결국 예술공간이 안정적으로 자리 잡기 어려운 구조가 반복되고 있음을 보여준다.

더욱이 최근에는 전통문화와 관련한 업종 외에도 식당 등의 상업시설들도 높은 임대료와 상업화의 압박 속에서 운영난을 겪고 있다. 이는 인사동 전반적인 상권의 안정적인 운영이 어려워지고 있음을 보여주는 사례로 볼 수 있다. 이 배경에는 매출액에 비해 높은 인사동 상권의 임대료를 원인으로 찾을 수 있다. 2022년 서울시 상가임대차 실태조사에 따르면 서울 시내 구중 종로구가 매출액 대비 임대료 비율이 21.7%로 가장 높다. 종로구 내에서는 인사동의 매출액 대비 통상임대료 비율은 26.7%로 가장 높았다.⁴⁴⁾ 이러한 높은 임대료는 인사동에서 전통문화를 보존하려는 권장 업종이 보호받지 못하게 하는 주요 원인이 되고 있다. 인사동의 문화적 정체성의 한 축을 담당하는 전통 고미술 및 공예 관련 업종이 증가하는 임대료 부담을 감당하지 못하고 그 자리를 상업적 성격이 강한 시설들이 대체하고 있으며, 전통문화와 관련된 듯한 간판을 달고 있지만 전통문화와는 관련 없어 보이는 기념품, 의류를 판매하는 상점도 쉽게 발견할 수 있다.

② 대학로

대학로는 공연예술의 중심지로 발전해 온 지역으로, 2004년에 서울시는 인사동에 이어 두 번째 문화지구로 지정했다. 공연예술과 소극장이 늘어나며 공연예술의 중심지로 자리 잡았지만, 상업화가 빠르게 진행되면서 대학로의 소극장 중심 문화는 경제적 압박을 받기 시작했다. 임대료 상승과 대형 상업시설들의 확장은 공연 예술 환경을 위축시키고, 창의적이고 실험적인 예술공간(소극장)이 상업적 공연(외설적 공연, 코미디 공연 등)에 밀려나게 만드는 결과를 초래했다. 이를 방지하고자 서울시는 공연예술의 보호를 목표로 대학로를 문화지구로 지정하게 되었으며, 이러한 지정은 문화적 자산을 보호하고, 공연예술의 지속적인 성장을 도모하려는 계획의 일환이었다.

서울시는 대학로를 문화지구로 지정하면서, 소극장과 공연장을 보호하고 이를 통해 공연예술을 활성화하기 위한 다양한 정책을 제공했다. 그 예로 공연장 시설 개선 사

44) 에이원감정평가법인, 2023, “2022년 서울시 상가임대차 실태조사”, 55, 서울특별시.

업, 재정적 지원 등을 통해 공연예술의 질적 성장을 도모하고, 공연예술 관련 시설들이 상업적 개발로 인해 사라지지 않도록 법적 보호장치를 마련함으로써, 예술적 공간의 지속 가능성을 확보하려는 목표가 있었다.

그러나 서울에 지정된 인사동과 대학로 모두 지정 목적을 달성했다고 보기는 어려운 상태라는 비판이 있다. 두 지역 모두 문화지구 지정 목적인 문화시설 및 관련 업소의 보호에 실패했고, 실효성 있는 제도로 활성화하기 위해서는 전면 개선이 필요하다고 지적된 바 있다.⁴⁵⁾ 이러한 지적 이후에 인사동과 대학로의 문화지구 운영 현황을 구체적인 사례로 살펴보고, 지정 목적이 어떻게 이루어지지 않았는지, 또한 다른 정책을 함께 파악하고자 한다.

서울시는 대학로의 젠트리피케이션을 방지하고 예술가들의 창작 활동을 지원하기 위해 ‘공연장 임차료 지원 사업’을 도입하는 등 다양한 노력을 기울였다. 그 중 대표적인 사업이 ‘서울형 창작극장’ 사업으로, 이는 소극장 운영자들이 임대료 상승에 따른 경제적 부담을 줄이고, 예술가들이 지속적으로 창작활동을 이어갈 수 있도록 지원하는 것을 목표로 한다. 이를 통해, 대학로의 소규모 극장이 상업화의 압박에서 벗어나 독립적으로 운영될 수 있는 환경을 조성하고자 했다. 또한, 서울문화재단은 공연예술인의 창작활동을 돕기 위해 여러 시설을 마련했다. 그중 하나는 2021년, (구)동승아트센터 건물을 매입하여 리모델링한 복합문화공간 ‘예술청’이다. 예술청은 대학로의 예술생태계를 보다 체계적으로 지원하기 위해 마련된 공간으로, 서울문화재단이 이곳으로 청사를 이전하면서 더욱 적극적인 예술인 지원 체계를 구축하고자 했다.

그럼에도 불구하고 임대료의 상승으로 많은 소극장이 문을 닫았는데, 2024년에는 학전블루소극장이 33년 만에 운영난으로 폐관하였다. 이는 대학로가 문화지구로 지정되었음에도 불구하고, 소규모 예술공간이 상업화에 밀려 보호받지 못하는 현실을 보여준다. 이에 대해 권상희 평론가는 “한국 문화예술의 지속가능성을 위해서라도 정부 차원에서 소극장 극단에 대한 지원책이 적극적으로 마련되어야 한다”고 강조하며, 공연 예술을 위한 보다 강력한 정책적 개입의 필요성을 언급했다.⁴⁶⁾

45) 라도삼, 2017, “문화지구 활성화를 위한 서울시 제도 개선방안”, “정책리포트”, 240, 5, 서울연구원.

46) 강홍민, 2024년 3월 12일, “학전, 마지막 현장을 다녀오다”, “매거진한경”, magazine.hankyung.com/job-joy/article/202403125023d

③ 인사동 및 대학로 활성화를 위한 ‘종로모던’

종로구가 추진하는 ‘종로모던’ 사업은 종로구의 새로운 정책적 방향을 제시하며, 지역의 문화적 정체성을 강화하고 이를 기반으로 한 관광자원을 개발하는 데 중점을 두고 있다. 이 사업은 종로구의 전통적 문화 자산을 현대적으로 재해석하고, 도시브랜드로서의 가치를 높이려는 목적으로 기획되었다. 인사동과 대학로는 이미 문화지구로 지정된 바 있으나, 종로모던 사업을 통해 다시 한번 지역 활성화의 기회를 맞이하고 있다. 종로모던 로컬브랜드화 연구 결과 보고서에 따르면, 인사동은 종로모던의 중요한 자원으로 평가되며, 대학로와 함께 ‘종로 문화관광벨트’사업의 일환으로 종로둘레길에 포함되어 관광코스로 개발이 추진되고 있다. 이는 종로의 문화 자산을 보다 체계적으로 연결하여, 관광객에게 종로의 다양한 역사와 문화를 경험할 수 있는 기회를 제공하기 위한 전략이다.⁴⁷⁾

정문헌 서울 종로구청장은 인터뷰에서 대학로 활성화의 필요성을 강조하며, 공연예술을 위한 1,500석 규모의 중대형극장이 필수적이라고 언급했다. 이는 대학로의 기존 소규모 공연장과 예술공간을 보호하는 문화지구 정책과는 다른 지향점을 보여준다. 대형 공연장을 통한 문화시설 확충은 대학로를 보다 대중적이고 상업적인 문화관광지로 발전시키려는 새로운 전략의 일환으로 볼 수 있다.

종로모던 사업은 전통적인 문화지구 정책과는 차별화된 방향성을 제시하고 있으며, 종로의 전통과 현대를 아우르는 복합적인 문화관광지로의 발전을 목표로 하고 있지만, 이 과정에서 문화지구의 상업화가 더욱 가속화될 가능성이 있다. 관광객을 유치하고 지역 경제를 활성화하려는 목적은 긍정적일 수 있으나, 상업적 개발이 우선시되면 인사동과 대학로의 고유한 문화적 정체성이 희석될 수 있다는 우려가 생긴다. 종로모던 사업이 지역의 문화적 자산을 기반으로 관광과 상업적 개발을 추진하는 만큼, 문화보존과 상업적 개발 간의 균형을 맞추는 것이 필수적으로 보인다.

47) 이한호 외 3인, 2024, “종로모던 로컬브랜드화 사업 연구용역 결과보고”, 34-44, 종로문화재단.

03. 서울 내 시각예술지구의 형성과 소멸

1_시각예술지구의 개념과 특징

본 연구는 시각예술지구를 정의함에 있어서, 창조지구의 개념과 특징을 참고한다. 창조지구란 창조적인 인력들이 모여 창조와 창의성을 발휘하는 연구 개발이나 창작 활동을 하는 온·오프라인상의 일정 지역으로서, 상업화하기 이전 혹은 상업적인 목적이 아닌 연구개발과 순수 예술 활동이나 취미 활동으로 모여 실험적인 개발, 창작, 공연 등을 하는 집적지를 의미한다.

이러한 창조지구는 네 가지 특징을 갖고 있다. 첫째, 창조지구에서는 아이디어 생성, 자기만족적 실험, 소수의 소비자를 대상으로 한 유통 등 비상업적 성격의 가치사슬이 집적화된다. 둘째, 창의적 인력을 산업계에 제공하고, 새로운 시도와 실험을 상업화와 연결하는 등 산업 클러스터를 인큐베이팅 하는 역할을 한다. 셋째, 상업적 커뮤니티와 달리 까다로운 진입 절차가 없어 문화 다양성이 존중되며 활발한 네트워킹이 일어난다. 마지막으로 창조지구는 일반적인 산업 클러스터에 비하여 비교적 빠르게 지리적 이전과 진화의 과정을 거친다.⁴⁸⁾

상업 갤러리와 달리 독립미술공간에서 벌어지는 공개된 예술 활동의 경우에는 비상업적 가치사슬이 집적되는 배경이 될 뿐만 아니라 향후 상업화와 연결하는 등의 시도로 이어진다는 점에서, 독립미술공간이 집적된 지역을 창조지구로 비춰볼 수 있다. 2024 프리즈 서울의 ‘을지로 나잇’에서도 알 수 있듯이 독립미술공간에서 일어나는 다양한 시도와 실험이 동시대미술생산장에서 혁신을 주도할 뿐만 아니라, 시장성이 잠재되어 있기도 하다. 이에 본 장에서는 시각예술지구를 독립미술공간의 집적지로 정의하고, 시각예술지구의 형성과 소멸을 살펴보고자 한다.

48) 고정민, 2009, 「창조지구, 문화 생산의 전위」, 77-87, 커뮤니케이션북스.

2_서울 내 시각예술지구의 형성과 이동

1) 서울 내 상업 갤러리 밀집 지역 형성과 이동 경로

1960년대 이후 서울 내에서 미술시장의 중심지는 크게 도심권에서 동남권, 다시 도심권으로 이동하는 양상을 보였다. 인사동은 조선말 일본인이 운영하는 골동품상이 들어서면서 고미술 거리가 조성된 지역이며, 1970년대에 한국 최초의 근대적 상업 갤러리인 ‘현대화랑’이 입점하면서 현대미술로의 확장이 이루어졌다.⁴⁹⁾ 상업 갤러리가 집적되어 있어 당시 미술생산장의 중심으로 여겨졌던 인사동에 1999년에 대안공간 풀이 개관하기도 하였다.

1980년대에 들어서면서 미술품을 거래하는 부유층이 강남으로 이동하자, 인사동의 화랑들이 강남으로 이전하기 시작했다. 화랑을 중심으로 관련 업종이 상대적으로 저렴한 지가가 형성되어 있던 신사동 가로수길에 화랑이 자리 잡았으면서 가로수길의 문화적 브랜드를 강화했고 새로운 상업가로를 탄생시키는 계기가 되었다.⁵⁰⁾ 2005년부터 2006년 7월까지 18곳의 갤러리가 새롭게 문을 열고 갤러리현대와 학교재가 공동 설립한 ‘K옥션’ 등 경매회사가 자리 잡으면서, 삼청동 일대가 2000년대 한국 미술시장의 중심으로 급부상하기도 했다.⁵¹⁾

2) 홍대의 시각예술지구 형성 과정과 특징

앞서 살펴본 바와 같이 서울 내에서 미술시장이 이동했다면, 독립미술공간을 중심으로 한 시각예술지구는 서북권에서 서남권으로, 다시 도심권으로 이동하는 양상을 보였다. 앞서 2장 2절에서 1990년대 마포구의 홍대 앞에 형성되어 있던 언더그라운드 문화에 관하여 짧게 언급한 바 있는데, 다음의 인터뷰 참여자의 말이 이를 뒷받침한다.

49) 박현정, 김기호, 2012, “인사동 정체성 요소로서 용도의 변화와 관리방향에 관한 연구”, “서울도시연구” 13:2, 127-128, 서울연구원.

50) 이상훈, 신근창, 양승우, 2011, “상업가로서 신사동 가로수길의 형성과정 및 활성화 요인 연구”, “한국도시설계학회지”, 12:6, 81-82, 한국도시설계학회.

51) 김학희, 2007, “문화소비공간으로서 삼청동의 부상: 갤러리 호황과 서울시 도심 재활성화 전략에 대한 비판적 성찰”, “한국도시지리학회지”, 10:2, 131-, 한국도시지리학회.

그때만 해도 다 홍대 쪽에 예술씬이 몰려 있었고 아니면은 삼청동이었어요. 지금처럼 이렇게 온라인이 활성화된 시기가 아니라 자연스럽게 홍대 앞에 이제 동지를 틀었고, 금전적 문제로 지하에 문을 열었습니다. 이제는 '홍대 앞'이라는 지역성 자체가 공간의 상징이 되어버려서 이사 가기 힘들어요. (F)

1세대 대안공간이 자리를 잡았던 지역이기도 한 홍대 앞은 2000년대 후반부터 상업 자본의 침투로 인한 젠트리피케이션을 경험하였으며 씨어터제로, 두리반, 성미산 사건을 배경으로 문화생산자들이 수행한 문화적 실천은 정부와 자본의 개발 담론에 대한 저항의 맥락에서 읽을 수 있다. 행위예술가 심철종이 설립한 1998년에 씨어터제로가 재개발의 여파로 2004년 폐관될 위기에 처하자, '홍대 앞 문화 어디로 가나?'를 주제로 모임이 동년 1월에 개최되었고, 대안공간 루프와 씬스페이스 등이 포함된 홍대 앞 문화예술협동조합(이하 '홍문협')이 결성되었다. 홍문협을 중심으로 '씨어터제로'를 위한 입춘대길 파티, '거리미술전,' '공연예술제' 등이 이어졌다. 특히 2009년에 칼국수가게 '두리반'이 철거 분쟁에 휩싸이자, 점거농성을 하는 등 문화예술인들 사이에서 저항적인 연대가 형성되기도 하였다.⁵²⁾

홍대 앞이 이전에는 대안, 실험, 인디와 같은 이미지가 있었지만, 사실 지금의 홍대 앞은 완전히 상업화가 되었지 않았나? 우리가 기억하는 다문화, 다매체 등을 담당했던 공간도 다 없어지고 예전 홍대 앞의 그것이 모두 사라졌다. 다만 상업화가 많이 진행된 지역인 홍대 앞에서 자본만을 좇지 않기 위해 스스로 다짐하는 편이다. (J)

그러나 위의 인터뷰 참여자의 말에서 알 수 있듯, 젠트리피케이션으로 인하여 문화생산자가 이탈한 자리에 소비 중심의 공간이 들어서는 문화백화(文化白化) 현상이 발생하면서 홍대 앞의 성격이 변화하였음을 알 수 있다. 또한, 홍대 앞이라는 공간의 성격이 질적으로 변화하였을 뿐만 아니라, 그 과정에서 '미술의 중심'이었던 홍대 앞의 위상이 크게 변화하였음을 다음의 인터뷰 참여자의 말에서 알 수 있다.

요즘 젊은 작가들은 을지로에 전시 더 많이 보러 간다. 물리적으로도 심적으로도 (홍대 앞이 미술의 중심과) 멀어진 것 같다. (F)

52) 고동연, 2017, "홍대 앞 2세대 대안공간과 '대안공간'의 확장: '자기 조직화(Self-Organization)'의 사례", "현대미술학 논문집", 21:1, 10-20, 현대미술학회.

3) 문래의 시각예술지구 형성 과정과 특징

영등포구의 문래동은 2000년대부터 철재상가 밀집 지역 내 공실들에 예술가들이 집적하기 시작하면서 시각예술지구가 형성된 장소이다. 심층인터뷰를 통해 문래에 자리잡은 독립미술공간이 홍대 앞에 닥친 젠트리피케이션과 직간접적으로 영향이 있었음을 확인할 수 있었다.

홍대 쪽에서 젠트리피케이션 때문에 건너왔고, 작업을 하기 위해서 함께 공간을 빌렸다가 자연스럽게 정착하게 되었습니다. 전시할 기회가 많지 않았던 작가들에게 전시할 기회를 나누고, 같이 전시를 기획하며 성장했어요. (문래동에 자리 잡았을 무렵에는) 당시에는 화랑에 속하지 않으면 관람객, 소비자랑 만나기 어려웠는데, 그런 작가들을 위한 아트페어도 만들었어요. (A)

문래 시각예술지구의 특징은 초기부터 예술가 사이에는 문래예술공단, 문래마을예술인회의, 문래전시공간네트워크 등 다양한 성격의 네트워크가 형성되어 있었다는 점이다. 이러한 특징은 문래 시각예술지구가 형성될 당시 진입자의 성향과 맞물려 발생한 것임을 다음의 인터뷰 참여자의 말을 통해 확인하였다.

당시에 사진이나 영화 영상 이런 기록을 기반으로 한 미디어 작가로서 주로 사라져가고 위기에 처한 공간을 기록하는 일을 하고 있었는데, 문래동이 사라질 위기에 처한 공간이고 이 공간에 대해서 먼저 고민하던 작가들이 있다는 사실을 알게 되었죠. 마을의 생태계에 오랫동안 축적된 삶의 지체들, 그 안에서 재개발의 위기에 흔들리며 살고 있는 마을에 관해 기록을 하면서 시작했고, 그러다 보니까 거기에서 마을과 이웃이 같이 나눌 수 있는 예술 행동들이 생겨났어요. (C)

또한, 다음의 인터뷰 참여자의 발언을 통해 문래 앞의 독립미술공간은 대안공간과 신생공간의 중간자적 성격을 갖고 있음을 알 수 있었다.

2000년대는 대안공간이 자리 잡고, 한국문화예술위원회나 서울문화재단이 설립되기도 하고, 미술시장이 활발하던 때였어요. 그런데 2009년도쯤에 미국발 금융위기로 미술시장이 크게 움츠러들었고요. 그때가 대학을 졸업하고 작가로 활동하려고 시작하던 시기였는데, 어디서 무엇을 해야 할지 종잡을 수 없어서 불안했죠. 그런데 문래동에서 지역 주민과 함께하는 커뮤니티 예술 활동을 비롯한 여러 시도가 있는 것을 알게 되었고, 그것이 흥미로

워서 빈 공간을 얻어 (문래동에) 들어오게 되었어요. 처음에는 공동작업실로 사용하다가, 전시할 곳이 없어 전시도 하게 되다 보니 공간 운영을 시작하게 되었습니다. 창작자를 중심으로 우리에게 필요한 것, 우리가 재밌다고 생각한 것, 기존 생태계에서 수용하지 못하는 대안적인 것을 중심으로 공간을 운영하고 있어요. (I)

그러나 2010년대 중반부터 문래사거리를 중심으로 카페와 주점이 증가하고 관광지화가 이루어지는 등 몸살을 앓고 있으며, 문래캠퍼스 등 도시재생을 위시한 자본의 침투로 인하여 예술가 간의 네트워크가 훼손되었고, 이로 인하여 일부 예술인은 인접 지역으로 거처를 옮기기도 하였다.

4) 을지로의 시각예술지구 형성 과정과 특징

을지로의 대다수 신생공간은 대체로 작가의 작업실로 사용되다가, 전시를 위한 공간으로 용도가 전환된 경우가 많다. 을지로에 자리 잡게 된 배경에는 뛰어난 교통접근성과 낮은 지가를 이유로 꼽는 경우가 대다수였으며, 이는 신현준이 신생공간의 입지 선정 요인으로 도출한 경제적 입수 가능성(affordability)와 지리적 접근성(accessibility)을 모두 충족한다.⁵³⁾

친구와 함께 쓰던 공간이었는데, 공간이 재미있어서 덜컥 전시를 열었다가 시작하게 되었어요. 대중교통으로 오기 편한데, 월세가 저렴해서 얻었죠. (D)

작가가 을지로에 개인 작업실을 열었어요. 당시 주변의 몇몇 작가가 특정 담론에 관해 이야기하는 전시를 열었는데, 그 멤버가 확장되고 더해져서 운영진이 결성되었습니다. (G)

처음에는 작업실을 전시공간으로 만들고 싶다는 생각을 품었지만 혼자 하기에는 지식이 부족하고 동료가 있으면 더 즐거울 것 같다는 생각을 해서 여러 작가들에게 함께 운영하자는 제안을 보냈지만, 답이 안 왔다. 그런 와중에 인스타그램을 통해 (현재 공간은 함께 운영하고 있는 작가의) 졸업작품을 접하고, 문제의식을 공유하고 있다고 느껴 공간 운영을 제안하게 됐다. (B)

53) 신현준 외 10인, 2017, 「안티 젠트리피케이션: 무엇을 할 것인가」, 116-117, 동녘.

원래 공동으로 사용하던 작업실이었어요. 대학원을 졸업한 이후, 을지로에 가면 동시대미술을 볼 수 있다는 생각에 우선 을지로에 작업실을 얻었습니다. (E)

E의 답변은 한국 동시대 미술장에서 을지로의 위치를 상징적으로 보여준다. 이 인터뷰는 청계천·을지로의 사회적 자본과는 또 다른 한국 동시대 미술의 맥락에서 을지로가 독립미술공간이 집적되어 있다는 점에서 예술인에게 매력적으로 작동했다는 사실을 확인했을 뿐만 아니라, 청계천·을지로의 상공업 클러스터만으로 독립미술공간의 밀집을 설명할 수 없다는 다음의 인터뷰 참여자의 말과도 이어진다.

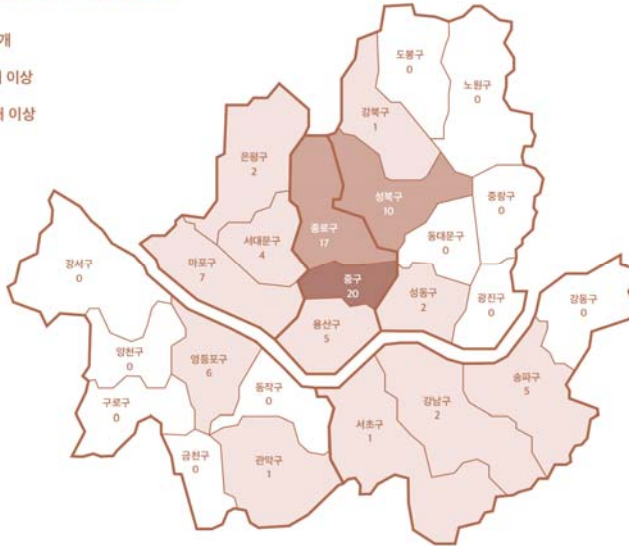
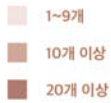
(현재 운영하고 있는 전시공간은) 그런 서사에만 기대어 있지 않거든요. 근현대사적으로 대단한 텍스처가 있는 동네이지만, 작품을 제작하기 위한 프로세스나 젠트리피케이션 같이 을지로를 조망하려는 전형적인 시선에서만 작가들의 전시가 진행되지 않아요. (D)

그러나 최근 을지로의 독립미술공간의 수는 감소하는 추세이며, “바로 눈앞까지 건물이 부서지고 있음을 마주하고 있을 때 느끼는 재개발에 대한 불안감”(B)을 호소한 심층인터뷰 참여자의 말에서 원인을 유추할 수 있듯이 홍대 앞, 문래가 이미 경험한 시각예술지구의 형성과 쇠락의 양상과 유사하다.

또한, 심층인터뷰를 통하여 을지로에 소재하고 있는 독립미술공간은 문래와 홍대 앞과 달리 예술인 간의 공적인 네트워크 및 공동의 대응 경험이 부재한 상황이며, 지역 민과도 교류가 거의 발생하지 않음을 확인하였다. 문래와 홍대 앞의 사례를 참고할 때 이러한 지점에서 젠트리피케이션에 더욱 취약한 상태라는 점을 알 수 있었다.

3_서울 내 시각예술지구의 현황 및 문제점

서울 권역별 독립미술공간 수



자료: 자체조사.

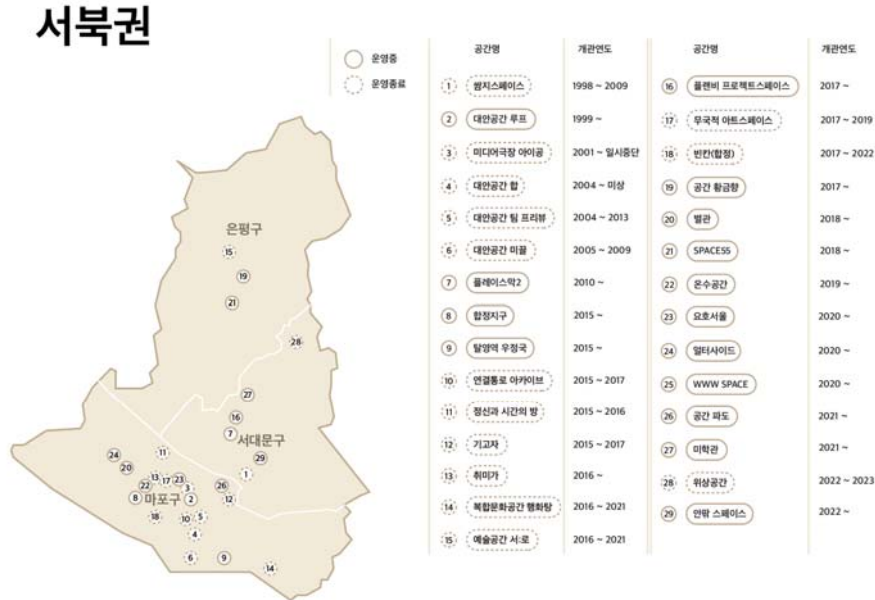
[그림 3-1] 서울 자치구별 독립미술공간의 현황

[그림 3-1]은 2024년 7월 현재 서울 내 위치한 독립미술공간 중 운영이 확인된 공간을 조사하여, 그 수를 자치구별로 표시한 것이다. 자체적으로 기획·운영하지 않고 대관만 진행하는 경우, 자구적 행위를 토대로 한 독립미술공간의 개념과 정의에 맞지 않아 제외하였다. 그리고 카페 등 영리적 목적을 취하기 위한 사업을 병행하는 경우라도 전시, 퍼포먼스, 워크숍 등 그 내용을 분명히 파악할 수 있는 프로젝트를 자체적으로 기획·운영하는 경우에는 포함하였다.

현재 서울 내 독립미술공간은 총 83곳으로 중구(20곳), 종로구(17곳), 성북구(10곳)에 주로 소재하고 있었으며, 25개의 자치구 중 11개의 자치구에서는 현재 운영 중인 독립미술공간이 파악되지 않았다. 서울 자치구별 독립미술공간 운영 현황 및 권역별 분포도를 제작하는 데에 사용된 데이터는 표의 형태로 정리하여 부록에 수록하였다. 또한, 업무·상업 등 경제활동이 이루어지는 대권역 5개로 서울을 구분한 ‘2030 서울 플랜’을 바탕으로, 권역별 독립미술공간의 특징을 알아보려고 하였다. 권역별 분포도에는 운영 중인 공간과 운영이 중단된 공간의 위치를 모두 표시하였고, 각각 실선과

점선으로 구분하였다. 또한, 개관 시점이 빠른 순서대로 번호를 매겨 공간명과 개관년도를 기재하였다. 이를 토대로 서울 내 시각예술지구의 현황과 문제점을 살펴보고자 한다.

1) 서울 서북권 독립미술공간의 현황과 특징



자료: 자체조사.

[그림 3-2] 서울 서북권 독립미술공간 분포도

서북권은 1세대 대안공간으로 불리는 싹지스페이스와 루프가 위치한 권역이다. 현재 서북권에는 15곳의 독립미술공간이 운영 중에 있으며, 이 중 7곳이 마포구에 소재하고 있다. 2000년 전후 홍대 앞에 자리 잡은 독립미술공간은 2000년대 후반 ‘두리반 투쟁’으로 상징되는 젠트리피케이션의 영향으로 그 수가 크게 감소하였으나, 2010년대 중반 유희공간을 활용한 행화탕, 탈영역우정국 등이 들어서면서 잠시 활기를 띠기도 하였다.

마포구는 여전히 젠트리피케이션의 영향이 강하게 작용하는 공간이다. 플레이스막2는 2016년 7월 마포구 연남동에서 서대문구 연희동으로 이전한 이유에 관하여 홈페이지에 “젠트리피케이션의 피해”⁵⁴⁾를 입었기 때문이라고 밝히고 있다. 2024년 상반기

기에는 공간 파도가 연남동 동진시장에서 노고산동의 주택가로 이전했는데, 마포구가 랜드마크 상업시설을 건립하기 위하여 추진한 동진시장의 재개발이 주된 이유였다. 2016년에 서대문구로 이전한 플레이스막2에 이어, 2020년 이후 4곳의 독립미술공간이 새롭게 문을 열었다. 위상공간이 인스타그램을 통해 2023년 말 일시적인 운영 중단을 알렸으나 2024년 10월 현재까지도 공개된 예술 활동이 없는 상태로, 본 연구에서는 위상공간을 제외하고 서대문구에서 총 4곳의 독립미술공간이 운영 중인 상태로 표시하였다. 그리고 플랜비 프로젝트스페이스를 포함하여 서대문구의 독립미술공간은 대체로 오래된 주택가에 자리 잡은 까닭에 재개발사업으로 인한 운영상의 어려움이 예상된다. 안팍스페이스는 북아현뉴타운 재개발로 인한 철거를 앞두고 있고, 플레이스막2 또한 인근 연희동 721-6번지 일대의 연희2구역에 대한 '주택정비형 공공재개발 사업 정비계획 결정 및 정비구역 지정(안)'이 2023년 12월에 결정고시됨에 따라 장기적인 운영이 불투명한 상황이다.

은평구에는 현재 2곳의 독립미술공간이 운영되고 있다. 공간 황금향은 별도의 전시 공모를 하지 않고 '선착순 검토제'로 작가를 선정하며 주된 작품이 아닌 미공개작, 습작, 실험작만을 전시할 수 있으며, Space 55는 NFT, 메타버스, AI 등 신기술을 적극적으로 활용한 프로젝트를 중심으로 운영한다는 점에서 특징을 찾을 수 있다.

서북권에 위치한 독립미술공간의 경우 홍익대학교, 이화여자대학교 등 유수의 미술대학과 밀접해 있어 미술대학 혹은 미술대학생과의 교류가 잦은 편이며, 특히 온수공간은 졸업전시를 비롯하여 소속대학을 중심으로 모인 단체전이 자주 열리는 전시공간으로 인식되기도 하다.

2) 서울 서남권 독립미술공간의 현황과 특징

서남권은 총 7곳(강서구, 구로구, 금천구, 동작구, 양천구, 영등포구, 관악구)의 자치구로 구성되어 있으나, 강서구, 영등포구, 관악구에서만 독립미술공간이 운영되었거나 운영되고 있다는 기록이 확인되었다. 2024년 7월을 기준으로 서남권에서 운영을 지속하고 있는 독립미술공간은 총 7곳으로, 영등포구(6곳)와 관악구(1곳)에 소재하고 있다.

⁵⁴⁾ placemak.com/page_cNCz84 (PALACEMAK BKK)

서남권



자료: 자체조사.

[그림 3-3] 서울 서남권 독립미술공간 분포도

서남권에 위치한 독립미술공간의 대다수가 문래동과 그 인근에 소재하고 있는데, 앞서 3장 2절에서 확인하였듯 문래동은 2000년대 후반 젠트리피케이션의 영향으로 인하여 홍대 앞의 예술인들이 이전해 온 곳이기도 하다. 당시에 설립된 이포와 413 BETA 등이 지역 내 예술인 커뮤니티의 중심지로 기능하고 있으며, 2020년 설립된 영등포구의 Hall 1과 관악구의 실린더를 통해 서남권에 젊은 예술인들이 유입되고 있다.

서남권은 신생공간의 시작점에서 청년 담론을 주도한 《청춘과 잉여》(2014)가 개최된 커먼센터와 신생공간을 배경으로 등장한 젊은 비평가들이 형해화된 미술비평을 비판하고 대안을 모색하고자 했던 《비평실천》(2017)이 열렸던 산수문화 등이 위치한 권역이었으나, 현재는 모두 문을 닫은 상황이다. 커먼센터의 자리에 위켄드 + 2/W가 들어서면서 90년대생 시각예술 작업자를 소개하는 90ART의 기획전 《호버링》(2018)을 선보이고, 권시우 비평가의 기획으로 신생공간을 배경으로 탄생한 비평 콜렉티브이자 플랫폼인 와우산 타이핑 클럽, 옐로우 펜 클럽, 집단오찬이 함께 '신생공간 이후 플랫폼을 가설하기 위해선 무엇을/어떻게 해야 될까'를 제목으로 삼은 프로그램을 진행하며 이목을 집중시켰으나, 운영 기간이 짧아 충분한 담론을 형성하지는 못했다. 처음부터 운영 기간의 정함을 두고 시작한 일년만미술관을 제외하고 서남권에 위치했던 독립미술공간들이 운영을 중단하게 된 계기는 분명치 않다. 위켄드 + 2/W, MRGG,

산수문화, Space Union 등은 일정 기간 이상 공개된 예술 활동이 확인되지 않았으나 공식적으로 운영 중단을 알리지 않았고, 쇼앤티엘은 일시적으로 운영을 중단한다고 공지하였으나 장기화된 상태이다. 그러나 앞서 살펴본 신생공간의 자구적 성격과 운영 주체의 금전적 한계 등을 고려하였을 때, 경제적 어려움이 운영 중단의 가장 큰 원인이었을 것으로 추측된다.

3) 서울 동북권 독립미술공간의 현황과 특징

동북권은 신생공간이 태동하던 2010년대 초중반에 중요한 역할을 했던 반지하, 교역소, 가변크기 등이 2010년대 초중반에 자리했던 곳이다. 그러나 동대문구와 중랑구에 문을 열었던 독립미술공간은 모두 운영을 중단했으며, 현재는 강북구(1곳), 성동구(2곳), 성북구(10곳)에서만 독립미술공간의 운영이 확인된다.

강북구와 성동구는 독립미술공간의 수가 적어 지역적 특징을 도출하기 어려우나, 성북구의 경우에는 작가보다는 기획자, 비평가 등 미술계에서 매개 인력으로 불리는 이들이 운영 주체인 곳이 대다수이며, 복수의 운영진 체제를 갖추고 있다는 특징을 확인할 수 있었다. 신생공간으로 포섭하기에는 늦은 시기인 2019년 이후 설립된 경우가 대다수라는 점 또한 특징적이다.

동북권



공간명	개관연도
1. 17717	2011 ~
2. 스페이스 오뉴월	2011 ~
3. 반지하	2012 ~ 2017
4. 교역소	2014 ~ 2016
5. 노트 달팽	2015 ~ 2016
6. 청담엑스포	2015 ~ 2016
7. 가변크기	2015 ~ 2020
8. 웬스클라!	2015 ~
9. 오디션	2019 ~
10. WESS	2019 ~
11. 공간철학	2019 ~
12. 유영공간	2020 ~
13. TINC	2020 ~
14. 새공간	2020 ~
15. 액션	2021 ~
16. 수건과 회화	2021 ~
17. OOR의 OO	2022 ~
18. 행버1965	2022 ~
19. G.U.C	2024 ~

자료: 자체조사.

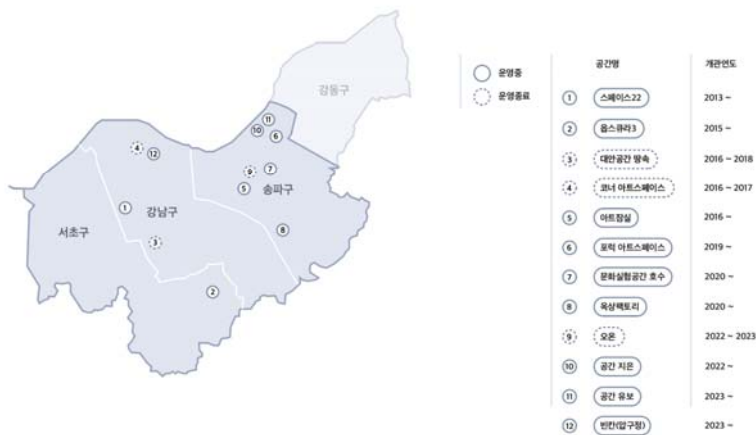
[그림 3-4] 서울 동북권 독립미술공간 분포도

11명의 큐레이터가 공동 운영하는 WESS는 “각자가 원하는 활동을 위한 물리적 공간의 확보와 주체적이고 지속적인 큐레토리얼 실천의 가능성에 대한 고민으로 기획”된 프로젝트이자 공간이다.⁵⁵⁾ 팩션은 전시를 비롯하여 공연, 상영, 워크숍, 출판 등의 큐레토리얼 프로그램을 기획할 뿐만 아니라, 비평 웹 페이지 ‘Factionary Text’를 운영하고 있다.⁵⁶⁾ 가변크기가 위치했던 자리에 2020년 3월에 문을 연 새공간은 기획자, 작가가 공동 운영하고 디자이너, 출판인과 함께하고 있다.

4) 서울 동남권 독립미술공간의 현황과 특징

동남권에서는 현재 강남구(2곳), 서초구(1곳), 송파구(5곳)에서 독립미술공간이 운영 중인 사실을 확인하였다. 독립미술공간의 수가 여타의 권역에 비하여 적은 편이며, 이는 상대적으로 높은 임대료 때문으로 추측된다. 스페이스22의 경우 서울문화재단과의 인터뷰에서 설립 과정을 밝히며 오해런 대표가 건물의 최대 주주였던 데다가 다른 주주들을 설득하여, 공사비를 건물주 측에 부담하고 보증금 및 월임대료가 없다는 점을 강조한 것을 참고하였을 때에 이는 더욱 분명해진다.⁵⁷⁾

동남권



자료: 자체조사.

[그림 3-5] 서울 동남권 독립미술공간 분포도

55) wess.kr/about (WESS)

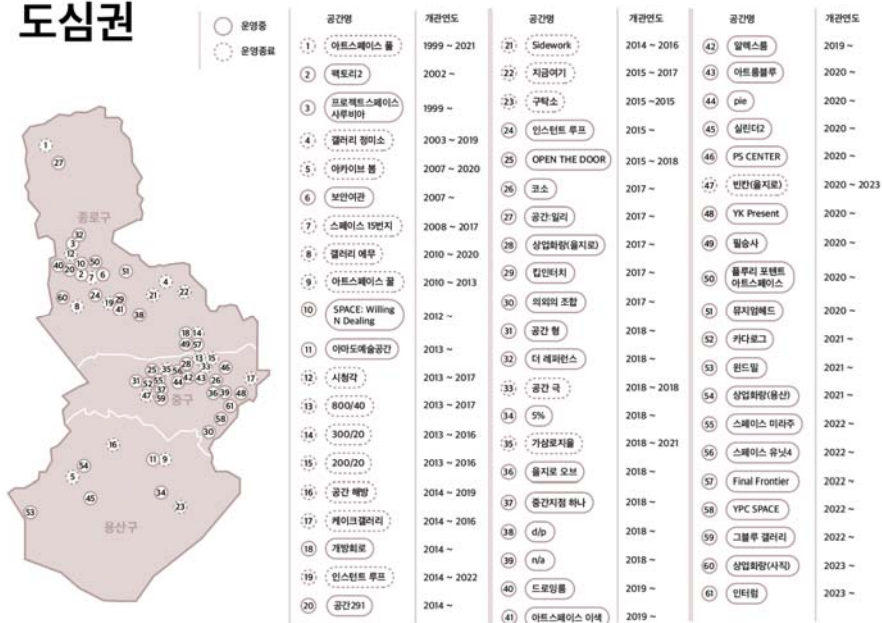
56) factionseoul.com/FACTIONARY-TEXT (팩션)

57) 이아림, 2015년 10월, “사진·미술을 위한 대안공간 ‘SPACE22’: 가장 현실적이고 이상적인 대안”을 제시하다”, 문화서울, magazine.sfac.or.kr/html/view.asp?PubDate=201510&CateMasterCd=300&CateSubCd=723

동남권의 독립미술공간은 공간의 정체성을 수립하는 데에 있어서 전문성을 강조한다는 점이 특징적이다. 22명의 운영위원이 함께하는 스페이스22는 “국내의 수준 높은 작가들의 작품 전시를 기획하고 신진 작가를 발굴하여 지원하며 매년 공간이 필요한 작가들과 전시공간을 공유”⁵⁸⁾하는 것을 목적으로 하며, 옵스큐라는 “예술 전문학위를 가진 전문가들로 구성”⁵⁹⁾되었다는 사실을 강조한다. 타 권역의 독립미술공간이 다소 투박하고 거친 공간성을 숨기지 않고 드러내는 것에 반해, 동남권의 독립미술공간은 대체로 화이트큐브의 형태를 갖추고 있다.

5) 서울 도심권 독립미술공간의 현황과 특징

도심권



자료: 자체조사.

[그림 3-6] 서울 도심권 독립미술공간 분포도

도심권에는 서울 내 독립미술공간의 과반이 위치하여 있으며, 2024년 7월을 기준으로 공개된 예술 활동을 통해 운영 중이라는 사실이 확인한 곳은 중구 20곳, 종로구 17곳, 용산구 5곳이다.

⁵⁸⁾ space22.co.kr/about/info (SPACE22)

⁵⁹⁾ obscura.or.kr/about.html (옵스큐라)

종로구는 1999년 개관한 1세대 대안공간인 아트스페이스 풀, 프로젝트스페이스 사루비아의 사례처럼 다른 자치구와 비교했을 때 독립미술공간의 설립 시기가 다소 이른 편에 속하며, 이는 1970년대부터 상업 갤러리가 밀집되어 있어 미술과 관련한 지역적 맥락이 이미 형성되어 있었기 때문이다. 중구의 경우에는 신생공간이 대두되던 2010년대 초중반부터 급격히 독립미술공간의 수가 증가하였다. 2010년대에 설립된 14곳의 독립미술공간 중 현재 운영 중인 공간은 7곳이며, 2020년대에 11곳이 추가적으로 설립되어 현재 운영 중에 있다.

도심권을 이루는 종로구, 중구, 용산구에 소재한 독립미술공간은 그 성격이 각기 다르다. 전통적으로 상업 갤러리가 다수 위치했던 종로구에는 Space: Willing N Dealing과 같이 아트 컨설팅 기관에서 출발한 곳부터 아트숍으로 시작한 팩토리2, 카페·책방·전시장·게스트하우스를 모두 갖춘 보안여관까지 상업적 기능에 공간의 기반을 둔 곳이 다수 있다.

용산구는 아마도예술공간, 윈드밀 등 실험적인 미술 실천이 이루어지는 공간이 자리 잡고 있으나, 최근 해외의 주요 갤러리의 아시아지점이 용산구에 문을 열기 시작하면서 지역적 특성에도 변화가 발생할 것으로 기대된다.

도심권에서도 을지로가 위치한 중구에 다수의 독립미술공간이 밀집되어 있다. 보증금과 월세를 나타내는 이름을 가지고 있었던 800/40처럼 을지로 시각예술지구의 초기 단계에 설립된 독립미술공간의 경우에는 자구적 실천을 위한 공간을 마련하고자 하는 성격이 강했다면, 을지로가 젊은 예술인 사이에서 한국 동시대미술의 동향을 만날 수 있는 공간으로 인식되기 시작한 2020년 전후부터는 특색이 뚜렷한 독립미술공간이 생기기 시작했다. 퀴어-페미니즘을 전면에 내세운 스페이스 미라주, 서브컬처를 테마로 운영하는 Pie, 신생공간을 배경으로 등장한 비평 컬렉티브 옐로우 펜 클럽이 배움의 공동체를 지향하며 문을 연 YPC Space 등이 그러한 예시들이다.

6) 서울 내 독립미술공간이 당면한 문제

심층인터뷰를 통해 도출한 서울 내 독립미술공간이 당면한 문제는 크게 셋으로 구분할 수 있다. 첫째, 안정적인 수익 구조가 없어 공공기금에 의존한다. 둘째, 자원의 부족으로 자기착취적 운영방식이 계속되고 있다. 셋째, 이들의 역사가 공공의 영역에서 포집되지 못하여 소모적인 행정이 반복되고 있다.

우리는 거의 99%가 기금에 의존하여 운영하고 있다. 영리 활동을 하지 않으니까 만약에 기금을 받지 못하게 된다면 이런 두려움이 항상 있다. (...) 1년에 4개 정도 대관을 받는데, 돈을 벌려고 대관을 받는 게 아니라 정말 최소한의 운영을 위해 받고 있는 상황이다. 현실적으로 공간 운영을 통해 운영자에게 충분한 페이를 줄 수 있는 상황이 아니기 때문에 좀 지치기도 하고 에너지가 쉽게 고갈되기도 하는 상황인 것 같다. 그렇다고 상업 활동을 열심히 하는 것과 이쪽에서 일을 하는 것은 좀 결이 다르다. 더프리뷰에 나가기도 했지만, 상업선과 감성이 잘 맞지 않아 성과를 잘 내기가 어려웠다. 다들 그런 상황을 맞닥뜨리고 2년 정도 운영 후 재계약을 하지 않고 그만두는 것이 아닌가 생각한다. (H)

기금 없이 운영하는 방안을 생각해 보지만, 어쩔 수 없이 의존하게 된다. 매년 철탑처럼 돌아가는 기금 제도가 너무 힘들지만, 자생적인 수익 구조를 만들기도 어렵다. 예전에는 비영리 공간에서 그림 판다거나 대관을 하는 것에 대해 굉장히 부정적이었는데, 요즘에는 열려있다. (F)

심층인터뷰의 참여한 독립미술공간 중 대다수가 대관, 작품 판매, 아트페어 등을 포함하여 자립적 수익 구조를 만들기 위해 노력하고 있지만, 여전히 상당 부분 공공재원에 기대고 있었음을 확인할 수 있었다. 이들이 고민하는 '자생적 시스템'은 단순히 재정적 문제뿐만 아니라, 한정적인 재원으로 인하여 자기착취적인 운영 방식을 택할 수밖에 없는 상황에서 운영자가 예술노동자로서 경험하는 노동 환경의 문제에 이르기까지 광범위한 영역에 걸쳐있었다.

결국에는 공간 자체로 꾸려나갈 수 있는 자생적인 시스템이 중요한데 그런 시스템이 어디까지가 연대고 어디까지가 착취인지 불분명하다는 게 딜레마인 것 같다. 자본적인 이슈는 늘 괴롭고 불가능한 상상력을 요하는 지점이 있다. 그렇기 때문에 큰 규모가 될 수 없더라도 발화하고 싶어 하는 분들에게 문턱이 낮은 공간으로 작동하길 바란다. 물리적인 지점에 너무 천착하지 않은 상태에서 같이 의견을 나누고, 종 다양에 근거한 이야기들을 나누는 환경이 되길 바란다. (G)

(다수의 신생공간은) 운영 주체의 사적인 공간인 데다 백업이 없이 운영이 되는 경우가 많아서 여행을 다녀온다든지, 장기간 비우는 일은 하기 어렵다. (D)

공공기금부터 노동 환경에 이르는 '자생적인 시스템'의 문제가 위와 같다면, 외부와

맺는 관계에서 가장 크게 두드러지는 것은 문화재단으로 대표되는 행정의 영역에서 이들에 관한 정보를 축적하지 못하고 있으며, 이해도 부족하다는 점이다.

연초가 되면 00문화재단에서 (운영하는 공간에 관한) 소개를 보내달라는 이메일이 온다. 벌써 몇 차례 반복되었는데, 행정에서는 (독립미술공간과) 관련한 정보가 전혀 쌓이지 않는 것 같다. 자료가 구축되어 있지 않기 때문에 매해 유사한 사업이 반복되는 것이라 생각한다. (E)

이에 서울 내 독립미술공간이 당면한 문제를 해결하기 위한 방법으로, 다음 장에서는 지역 이미지 브랜드 개발 및 장소마케팅 전략 수립과 지역 주체 간의 네트워크 구축 방안을 제시하고자 한다.

04. 서울 내 시각예술지구 활성화 방안

1_지역 이미지 브랜드 개발 및 장소마케팅 전략 수립

시각예술지구는 문화지구의 한 유형이며, 문화를 기반으로 하는 기초적인 공간 개념이라고 할 수 있다. 이는 문화예술자원이 밀집되어 그 지역의 독특한 문화적 특성과 다양한 가치를 창출하기에 계획적이고 전략적인 보호와 육성이 필요하다.⁶⁰⁾ 시각예술지구는 지역적 특성과 전통, 역사와 맞물려 그 색깔을 갖게 되는데, 이때 지역마다의 다양성과 다른 지역과는 차별화되는 정체성을 보유하게 된다. 지역 문화는 그곳에서 살아가는 사람들의 정서와 삶의 역사에 토대를 두고 있으므로 지역 정체성과 그 문화야말로 시각예술지구 개발의 핵심이라고 할 수 있다. 그로 인한 관광적 효과, 지역 경제 파급효과 등의 시너지 창출을 기대할 수 있기 때문에 지역의 시각예술지구를 활성화하기 위해서는 지역 정체성을 우선으로 브랜드 개발 및 마케팅 전략을 수립해야 한다.

1) 도시재생

(1) 문화적 도시재생과 도시브랜딩

서울은 역사적 맥락을 보존해 온 현실적인 공간이자, 낡은 것과 새로운 것, 과거와 현재와 같이 모든 종류의 요소가 뒤섞여 있는 다층적 공간으로서 다양한 모습을 가진 도시이다. 도시의 정체성은 문화성·장소성·역사성 등의 결합을 통해 발생하며, 도심은 도시의 정체성을 가장 잘 표현하는 공간이다. 그러나 압축적 근대화의 과정을 겪으며 급진적으로 개발 및 성장됨에 따라 낙후된 지역은 전면 철거의 방식으로 재개발하게

⁶⁰⁾ 박은실, 2002, “문화활동의 유형에 따른 문화지구 형성과 장소마케팅”, “공간과 사회” 17, 35, 한국공간환경연구회.

되었다. 이는 기존의 지역 맥락이 완전히 단절되는 결과가 도출되며 지역 정체성이 소멸할 우려가 있다. 따라서 지역의 역사 및 정체성을 훼손하지 않고 점진적으로 도시를 정비하는 방안을 고려해야 하는데, 이에 대한 대안으로 도시재생이 제시된다. 도시재생(urban regeneration)이란 경제적, 환경적, 사회문화적인 쇠퇴로 수반되는 환경이 낙후된 시가지의 재생 프로세스를 말한다.⁶¹⁾

80년대 전후에는 물리적 재건, 낙후 지역의 재개발, 지역 공동체 활성화 등의 의미로 통용되었으나, 점차 90년대 이후로는 사회적, 문화적인 도시재생에 관한 관심이 증가하며 그 범위가 넓어졌다. 특히 문화적 도시재생(cultural urban regeneration)은 도시가 가진 낡은 요소들을 소거 대상으로 보지 않고 가치를 지닌 문화로 간주하여 활용 및 재생하는 방식으로, 지역 고유의 매력을 높이고 지역 정체성을 보존하여 궁극적으로는 지역민의 정주성을 회복하는 것을 주된 목적으로 한다.⁶²⁾

성공적인 문화적 도시재생을 위해서는 물리적인 환경, 사회적인 맥락, 경제적인 기반과 동시에 문화적인 영역의 계획과 더불어 도시 구조에 대한 상세한 해석이 요구된다. 다시 말해, 재생 사업을 추진하는 도시의 지역민과 연계된 환경, 관습, 문화 등의 사회적 맥락 요소를 활용하는 것을 통해 지역민의 삶의 질을 향상하려는 시도가 동반되어야 한다.

문화적 도시재생은 곧 도시에 내재되어 있는 문화와 정체성을 이용하기에 ‘도시브랜딩’이 수반된다. 도시브랜딩은 다른 도시와 구별되어 그 도시만이 가지는 독특한 상품으로 인해 경쟁력을 갖게 하는 마케팅 활동이다. 도시브랜딩은 곧 도시의 경쟁력을 의미하는 표현 방법이 되었으며, 성공적인 도시브랜딩은 국가의 브랜드 가치를 넘어 서기도 한다.

대표적인 예시로 1977년 나온 미국 뉴욕의 ‘아이 러브 뉴욕(I♥NY)’이 있다. 1970년대 경제 불황을 해결하기 위한 관광 활성화 방안으로 나온 이 캠페인과 마케팅 활동은 외부인의 방문을 제고하고 시민들의 자부심과 공동체 의식을 고양시켜 도시 정체성을 강화했다. ‘아이 러브 뉴욕(I♥NY)’이라는 슬로건과 디자인을 활용해 도시브랜딩에 성공한 사례이다.

이렇듯 주로 현대 도시의 브랜드 가치는 산업시대의 도시경쟁력과 다른 도시의 문

61) 천정락, 2015, “문화지구를 이용한 도시브랜딩 전략”, 21, 대구가톨릭대학교 음악대학원 음악학과 문화예술경영 석사학위논문.

62) 김선영, 2024, “을지로의 레트로적 장소성 형성 요인 및 특징- 문화적 도시재생의 관점에서”, “지역과 문화”, 11:1, 67, 한국지역문화학회.

화와 예술, 디자인, 환경을 필요로 한다.⁶³⁾ 도시 내 시각예술지구가 가지는 문화·예술적 특성은 곧 도시의 문화 정체성이자 콘텐츠라고 할 수 있으므로, 시각예술지구 활성화와 이를 뒷받침하는 정책, 제도적 지원은 도시브랜딩과 긴밀하게 연관 지을 수 있다. 효율적인 도시브랜드 정체성을 구축하기 위해서는 다음과 같은 시도를 요한다. 우선, 도시마케팅으로 이미지를 개선하기 위해서는 도시의 과거와 현재, 미래 발전에 대한 온전한 파악에 입각한 도시브랜드 정체성에 대한 정의가 선행되어야 한다. 다음으로 도시브랜드 정체성은 없는 것을 만들어내는 과정 역시 필요하며, 도시브랜드를 실행할 수 있는 관리 및 조직 체계를 갖추어야 한다. 도시브랜드의 정체성은 거버넌스와 많은 영향을 주고받을 수 있기 때문이다. 넷째, 도시브랜드 정체성을 도출하고, 브랜드 요소(슬로건, 로고 등)의 개발, 브랜딩 실천(마케팅, 도시개발, 축제 및 이벤트 등)을 통해 변화하는 도시의 이미지는 하나의 자산으로서 주기적으로 관리되어야 한다.⁶⁴⁾ 서울의 시각예술지구는 도시라는 장소성을 기반으로 밀집경제적 속성을 갖는다. 시각예술지구를 활성화하는 것을 통해 서울은 창의성, 자발성, 다양성을 지닌 창조도시로서 경쟁력을 확보할 수 있고 도시의 정체성을 재창조할 수 있다. 이는 곧 앞서 언급했던 문화적 도시재생의 모습으로서 문화·예술이 지역의 브랜드가 되어 마케팅 가능한 요소로 자리 잡는 과정이 될 것이다.

(2) 을지로의 사례와 전략적 브랜딩 필요성

을지로는 서울시 중구에 위치한 세운상가를 중심으로 서울 도심제조업이 집중된 지역이다. 이 지역은 1960년대 말부터 인쇄업체 및 철물 제작 업체와 같은 소규모 제조 공장이 집적해 현재까지 대표적인 도심 속 철공소와 기계 공구 지역으로 자리 잡았으나 산업구조 변화에 따라 그 기능이 점차 쇠락했다. 이후 2015년부터 상대적으로 낙후된 시설과 저렴한 월세로 인해 젊은 예술가들이 모여들며 자연스럽게 시각예술지구를 형성하게 되었다. 이들은 독특한 개성을 가진 작업실을 만들고 생경한 분위기를 가진 전 시공간과 식당으로 전환되었는데, 도심제조업의 현장을 그대로 보여주는 고유한 장소로서 재조명되어 젊은 세대를 중심으로 ‘힙지로 열풍’이 일어났다. 서울시는 2020년 3월에 세운상가 일대 도심 산업 보전 및 활성화를 위한 ‘도심제조산업 허브’ 공약을 발표를

63) 천정락, 앞의 글, 26.

64) 이정훈, 한현숙, 좌승희, 2007, 「도시 브랜드 정체성 개발방법론연구: 경기도 주요 도시 사례」, 208-209, 경기개발연구원

통해 극단적인 개발과 정비가 아닌 ‘보전과 재생’에 초점을 맞추었음을 공표했다.⁶⁵⁾ 을지로 철공단지 내 오래된 공장 건물을 재생하여 만들어진 ‘을지예술센터’는 산발적으로 분포된 시각예술지구의 거점 역할을 했다. 이를 통해 대표적인 공구 업체 집적지였던 세운상가 일대의 좁은 골목길에 생겨난 젊은 예술인들의 창작물을 지속적으로 전시, 유통, 창작함에 따라 을지로 자체를 하나의 랜드마크화했다. 을지예술센터의 사례는 무리한 도시개발보다는 시각예술지구가 위치한 지역의 경관을 보존하고, 시각예술을 매체로 하는 물리적 환경을 조성·유지하는 것이 효율적인 전략이 될 수 있음을 시사한다. 지역을 브랜드화하는 것은 궁극적으로 지역의 이미지와 정체성을 구축하는 과정이다. 을지로가 가지는 정체성을 유지하며 해당 지역 주민뿐 아니라 을지로를 찾는 사람들에게 여가, 휴식, 자아실현, 예술공간, 볼거리, 먹거리, 놀거리 등의 여러 요소들이 인식되어지고 경험할 수 있는 장소로서 지역 이미지를 브랜딩 하는 것이 성공적인 브랜딩 방향이 될 수 있다.

시각예술지구를 활성화하기 위해서는 예술지구에 대한 피상적 이해를 바탕으로 접근하는 일시적 활성화 방안보다, 시각예술지구의 생태계와 지역 정체성을 반영하여 예술지구의 자생력을 키워줄 수 있는 브랜딩 전략이 필요하다. 전술한 바와 같이 시각예술지구는 그 자체로 문화예술을 향유할 수 있는 공간을 조성해 도시의 이미지와 가치, 정체성 확립에 큰 영향을 미친다. 예술적 인프라, 프로그램, 인적 자원 등이 집적해 있는 시각예술지구의 고유한 특성을 전략적으로 활용한다면, 해당 지역은 타지역과 비교했을 때 충분한 자생적 경쟁력을 갖출 수 있다. 더 나아가 서울 내 시각예술지구를 방문하는 관광객들은 새로운 형태의 예술적 체험을 통해 해당 지역을 재발견하게 되며, 이는 서울의 정체성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 지역과 시각예술지구를 이루는 다양한 주체 간 꾸준한 소통을 통해 그 브랜딩 목표 및 방향을 정립하고 개선할 필요가 있다.

2) 시각예술지구 유형에 따른 장소마케팅

(1) 장소마케팅의 개념과 선행연구

장소마케팅에 대한 연구는 해외에서는 1980년대 이후, 한국에서는 1990년대 말부터 본격적으로 이루어지기 시작했다. 외국의 연구들은 사례 중점적으로 논의되었을 뿐,

⁶⁵⁾ news.seoul.go.kr/citybuild/archives/507407 (서울특별시)

구체적인 방법론이나 모델에 대한 논의는 거의 이루어지지 않았다는 점에서 그 한계가 지적되었다. 국내에서는 2000년대 이후 지리학, 도시계획학, 경영학, 사회학 등 다양한 분야로 급속히 확산되어 장소마케팅에 대한 비판적 고찰과 더불어 도시문화전략으로서의 가능성에 대한 다양한 사례가 연구되기 시작했다.⁶⁶⁾

기존 선행연구에서 이무용은 장소마케팅이 지역의 발전을 이끌어 내는 유효한 전략이 되기 위해서는 그 추진 과정에서 ‘지속성’, ‘진정성’, ‘통합성’, ‘연계성’, ‘경제성’의 다섯 가지 핵심요소가 필요하다는 분석 틀을 도출했다. 이 다섯 가지의 핵심 요소는 순서대로 중요성을 띠며, 분석 틀을 통해 해당 요소들을 적절히 고려했을 때 성공적인 장소마케팅 실천으로 나아갈 수 있다. 무엇보다 중요한 것은 ‘지속성’으로, 장소마케팅은 일회성의 정치적 이벤트가 아닌 지역의 장기비전 수립 속에서 이루어져야 한다. 이를 위해서는 지역이 어떤 상황에 처해 있고, 어떤 방향으로 나아가야 하는지 구체적이고 체계적인 연구와 조사가 선행되어야 한다.⁶⁷⁾

장소마케팅 전략은 장소, 마케팅, 전략계획 개념이 결합된 도시문화발전 전략이다. 따라서 이 세 개의 개념 요소를 통해 장소마케팅 전략의 전반적인 개념을 파악할 수 있다. 장소는 물리적인 공간 환경과 달리, 그 속에서 살아가는 사람들과 그들의 활동, 사람과 환경 간의 오랜 상호작용 속에서 문화적으로 형성된 고유성, 역사성, 정체성, 다중성을 띤 총체적 실체이다.⁶⁸⁾ 장소에 부여된 복잡한 맥락을 기반으로 마케팅과 전략계획을 세우는 것이 장소마케팅 전략의 근본적인 의미가 될 수 있다. 그렇기에 장소마케팅 전략은 단순히 공간을 홍보하는 것이 아닌, 장소성을 기반으로 그 전략에 대한 이해와 실천 방식을 둘러싼 다양한 논의를 필요로 한다. 이때 지역 구성원들의 공통된 합의가 필요할 뿐만 아니라, 관의 적절한 지원과 이를 뒷받침할 제도 및 체제의 구축이 필수적으로 요청된다.

(2) 장소마케팅 사례와 시사점

서울시의 ‘예술 활동 거점 지역 활성화 사업’은 젠트리피케이션을 예방하고, 지역 기반 예술생태를 형성하고자 추진되었다. 예술 활동 거점 지역 활성화 사업을 함에 있어 서울시가 제시한 사업 대상은 ‘예술인 클러스터(밀집지역)’가 형성되거나 형성 중인

66) 이무용, 2006, “장소마케팅 전략의 문화적 개념과 방법론에 관한 고찰”, 『대한지리학회지』 41:1, 40, 대한지리학회.

67) 이무용, 2003, 「장소마케팅 전략에 관한 문화정치론적 연구: 서울 홍대지역 클럽문화를 사례로」, 83, 대학교국토문제연구소.

68) 이무용, 2006, “장소마케팅 전략의 문화적 개념과 방법론에 관한 고찰”, 『대한지리학회지』 41:1, 43, 대한지리학회.

지역으로서, 2019년 4월 자치구 대상 공모 실시를 통해 총 4개 자치구(마포구, 성북구, 영등포구, 중구)를 사업대상 지역으로 선정했다. 본 연구에서는 예술 활동 거점 지역 활성화 사업을 장소마케팅 전략 관점에서 살펴보았다.

① 성북구

성북구의 경우, 월곡1동, 월곡2동, 석관동 등을 대상으로 사업이 진행되었다. 성북구에는 한국예술종합학교와 동덕여자대학교 예술대학의 젊은 예술가들이 학교를 중심으로 거주하며 지역 예술생태계를 형성하고 있다. 성북구는 지역 예술생태계를 활성화하기 위해 <성북구 창조문화도시 기본 계획 2020>에서 7개의 실행과제를 설정하였는데, 1) 문화예술의 활성화를 위한 거점 조성, 2) 도시재생과 문화유산 관련 문화적 자원 연계: 돌곶이 예술마을 만들기, 3) 문화예술인 참여와 복지를 위한 환경 조성: 예술인 공공임대 공간 확대, 4) 창조적 문화 활동을 위한 지역 문화 기반 시설 연계: 4호선 예술역+문화예술동사무소, 5) 성북구민들의 생활예술 활성화: 성북동네문화공간 네트워크 구축 및 지원 6) 성북구 축제 활성화를 위한 기반 조성: 성북축제지원센터 설립, 7) 성북 문화예술 인력의 역량 강화: 성북문화예술생태계 협치와 자생으로 이루어진다.⁶⁹⁾ 특히 성북구 미아리고개 일대의 역사·문화적 가치를 활용해 역사 문화의 지역 자산화 및 문화 다양성 확산 전략으로 장소마케팅을 실천하는 것을 확인할 수 있다.

또한 장소성에 대한 조사 및 연구 성과 축적을 통해 성북 지역의 인문학 작업을 진행하고 있다. <성북동 역사문화지구 지구단위계획 수립 연구>(성북구청·희망제작소, 2013), <성북동, 만남의 역사, 꿈의 공간>(성북문화원, 2015), <성북친구들>(성북문화재단, 공유성북원탁의회, 2016), <성북동 역사문화자원 기초자료 조사 연구>(서울특별시, 2016), <성북동 역사문화자원 심층조사 연구>(성북문화원, 2016)와 같이 지역에 부여된 역사적 맥락을 인식하고 그에 맞는 적절한 연구 방법론을 꾸준히 개발해 왔다.⁷⁰⁾ 이에 2020년 성북마을아카이브가 구축되었으며, 이러한 마을아카이브는 지역에 거주하는 구민들이 기록하고 싶은 이야기를 스스로 기록하고 서로 소통하며 연대하는 살아있는 아카이브를 지향한다.⁷¹⁾

69) 정기황 외 4명, 2020, 「성북 지역학 연구 활동을 위한 방법론 및 계획 수립」, 59, 성북문화재단.

70) 정기황 외 4명, 앞의 글, 78.

71) archive.sb.go.kr (성북마을아카이브)

성북구는 연차별 추진 전략을 다르게 해, 장소마케팅 전략의 다각화를 꾀했다. 2020년에는 성북 예술공생 플랫폼을 구축하기 위해 지역협의체이자 라운드테이블인 ‘성북 예술 공생’을 운영하고, ‘By Local-성북의 오래된 미래’ 캠페인을 추진했다. 또한 지역청년예술가들이 정주하며 활동할 수 있도록 ‘월·석 예술제-우리는 예술공생주의자’를 개최했다. 2021년의 목표는 지속 가능한 예술 활동 거점 생태계로서의 ‘예술 활동 공동체’를 구축하는 것으로, 2020년 진행된 ‘월·석 예술제-우리는 예술공생주의자’ 2회를 개최했다. 2022년에는 그간의 성과를 바탕으로 ‘예술공생주의자들의 마을’을 구축하였으며, 이를 통해 지역의 문화예술생태계를 강화할 뿐 아니라 ‘Made in 성북아트’라는 마케팅 모델을 구축하였다. 성북구의 예술 활동 거점 지역 활성화 사업은 장소마케팅 측면에서 바라보았을 때, 해당 지역이 가지고 있는 문화적인 속성과 가치자원을 파악했으며, 사업 운영을 위한 민관 협력체계와 더불어 지역 주민들의 자발적인 참여를 이끌어 냈다는 점에서 성공적인 사례이다.

② 영등포구

영등포구는 문래동과 영등포동, 당산1동을 중심으로 예술 활동 거점 지역 활성화 사업이 추진되었다. 이 지역은 영등포구가 주도적으로 형성한 시각예술지구인 ‘문래창작촌’과 더불어 제조업과 예술공간이 혼재되어 갖는 독특한 분위기 때문에 트렌디한 장소로 주목받았는데, 전형적인 젠트리피케이션 현상으로 인해 지역의 예술가와 기술인들이 떠나게 되는 등 지속가능성에 대한 의문이 제기되고 있다.

따라서 영등포구는 예술 활동 거점 지역 활성화 사업을 통해 문래창작촌을 중심으로 예술가 안전망 구축이라는 명확한 목표를 설정했으며, 타 지역과는 달리 비즈니스 모델을 만들거나 지역 내 행사 개최 등의 장소마케팅 전략으로 접근 시 오히려 젠트리피케이션을 촉진할 수 있음을 인지하는 것이 필요하다는 지적이 있었다. 이에 따라 영등포문화재단은 20219년 예술 활동 거점 지역 활성화 사업의 예비 사업 추진 단계에서 예술인 환경 조사를 통해 사업대상지 내 예술가, 단체, 문화공간에 대한 기초적인 자료를 구축했다.

또한 ‘모두의 지향을 위한 공론회’를 열어, 지역 주체들의 목소리를 직접 듣고 지역의 문화예술생태계 활성화를 위한 구체적인 지향과 목표를 설정했다. 문래창작촌의 지역 가치에 대해 ‘모든 것을 실험해 볼 수 있는 공간으로 예술가들의 활동이 활발할 수 있는 공간’, ‘생산과 예술 활동이 함께하여 무한한 가능성을 가진 곳’ 등 자유로운 작업 환경과 예술가-마을 공동체에 대한 긍정적 의견이 있었지만, 영등포구나 서울시의

문래창작촌에 대한 가치 이해 부족 등 사업 실행에 예상되는 어려움도 함께 지적했다. 본격적인 사업 실행 단계에서는 영등포 예술가들의 예술 현장을 인터넷 방송을 통해 전달하는 <문래예술특급>(꼭핏 스튜디오, 2020), 작품을 소개하고 판매하는 지역 예술 아트페어 <예술나눔 “폼”>(예술밥, 2020-2021), 연장(공구)을 매개로 창작자와 지역민이 교류하는 <메이커스 연-장 도서관>(피스오브피스, 2020-2021), 미술시장의 ‘대안’을 제시하는 <로프트갤러리>(LOFT, 2021) 등의 프로젝트로 지역에 필요한 예술적 시도나 실험에 초점을 맞추어 ‘문래예술창작촌’의 브랜드 가치를 제고했다. 우리나라 산업사 안에서 문래 지역 금속가공 공장들의 위치를 짓고 의미를 해석한 <문래공술사>(강수경, 2021), 문래동을 이루는 예술공간, 상업시설, 철공소, 창작자, 방문객 모두를 지도의 형태로 아카이빙한 <문래일지도>(코-(김보배), 2022), 문래의 새로운 지도 <문래어스>(박상현, 성희선, 이한주, 2022)와 같은 일련의 예술 프로젝트 및 예술가 활동은 영등포의 문화예술생태계를 활성화하고자 한 시도였음과 동시에 지역의 고유한 환경과 자원을 활용해 장소의 가치를 높이고 타 지역의 관광객들을 끌고 온 효과적인 장소마케팅 전략이라고 할 수 있다. 또한 2022년에는 술술센터를 거점으로 예술가, 기술가, 주민이 모여 예술·기술 협력/융합 프로젝트라는 주제로 다양한 활동과 네트워킹을 이어갔다. 재개발과 상업화라는 지역의 변화 속에서 예술가와 기술인을 비롯한 지역 주체와 지자체 간의 긴밀한 협력과 소통을 통해 장소에 활력을 부여하려는 자발적 도시재생 사례라고 볼 수 있다.

③ 중구 을지로

중구의 을지로동과 광희동은 도심제조업을 기반으로 제작자(maker)들과 예술가들이 복합적으로 분포된 지역이다. 노후화된 물리적 환경에 따른 저렴한 월세로 예술가들이 모여들고, 이후 예술적 자유와 실험의 산실이 된 을지로는 특유의 공업상과 인쇄소로 이어진 골목이 조성하는 레트로한 장소성을 형성하게 되었다. 을지로의 레트로적 장소성은 오래된 골목과 현대적인 건물이 조화를 이루며 생경한 감각을 느끼게 하는 다층적 체험을 방문객에게 제공한다. 레트로는 실천적 차원에서 ‘과거의 것을 그리워하는 데서 더 나아가 과거를 모방하거나 복제하는 등 적극적 향유 과정에서 과거의 것을 현재 맥락에 맞게 재해석하고 새로운 가치와 의미를 부여하는 태도’를 의미한다.⁷²⁾

72) 김선영, 2024, “을지로의 레트로적 장소성 형성 요인 및 특징- 문화적 도시재생의 관점에서”, “지역과 문화”, 11:1, 68, 한국지역문화학회.

을지로뿐만 아니라 도심재개발이 아직 진행되기 전의 낙후된 건물과 도로의 풍경을 그대로 보존하고 있는 서울 성동구 성수동, 영등포구 문래동 또한 레트로적 경향을 보여준다. 이들 지역은 레트로성이 포인트를 목표 집단에게 실질적으로 전달하는 커뮤니케이션 수단 혹은 방법을 수립하는 장소마케팅 전략으로 작동한 사례이다.⁷³⁾ 또한, 을지로는 지역 내의 자원을 활용하여 주변과의 연결이나 지역 내 관광코스 개발 등 적극적인 장소마케팅을 실행해 왔다. <2020년 중구 예술 활동 거점 지역 활성화 사업>에 따르면 중구문화재단 및 중구 지자체는 을지로를 서울의 대표 예술 활동 장소로서 제조 산업 클러스터였던 을지로의 시각예술 잠재력을 확인하고 14개의 세부 사업을 통해 을지로 시각예술활동을 집적하고자 밝히고 있다.

2016년 4월부터 을지로 골목 곳곳을 문화유산 해설을 들으며 투어하는 ‘을지유람’ 프로그램을 기획해 낙후된 을지로 일대의 문화적·역사적 가치를 재발견하고 활기를 불어넣었다. 공구거리, 철공소 밀집거리, 조명거리, 포장인쇄골목을 함께 걸으며 서울의 산업화 흔적을 마주하고 을지로 예술가의 작업공간을 직접 방문하는 과정을 통해 젊은 예술인들의 활동과 공간이 을지로를 중심으로 늘어나고 있다는 것을 알렸다. 을지로를 예술 활동 거점으로 만들기 위해 ‘지역이 예술을 도구화하는 것이 아닌, 예술이 장소를 사용하는 것’을 사업 방향으로 삼고 있는 것이다. 을지로의 재료, 제조 산업 배경과 문화공간의 증가라는 도시적 맥락 속에서 장소성과 지역적 맥락을 활용한 효과적인 장소마케팅임을 알 수 있다.

박은실은 “장소마케팅의 출발은 쇠퇴하는 도시의 희생과 변모하는 도시의 정체성 구축으로 비롯되며 산업화를 기반으로 한 공업도시나 신생도시 그리고 역사적으로 우월한 문화도시에도 예외 없이 적용되었다. 이런 측면에서 문화는 매우 중요한 장소마케팅의 전략으로 활용되는데, 문화적인 활동을 도시재생을 위한 전략과 이윤추구를 위한 경제적인 관점으로만 본다면 지역 주민의 생활이나 질적 향상이나 문화적 환경과는 무관한 외형적인 성과에 치중할 수 있다”⁷⁴⁾라고 언급하기도 하였다. 따라서 시각예술지구의 활성화 방안으로 장소마케팅 전략을 활용할 경우, 시각예술지구의 형성 요인과 그 과정, 특징을 고려할 필요가 있다. 더 나아가 적절한 장소마케팅은 지역 공동체의 정체성과 환경에 긍정적인 영향력을 행사할 수 있음을 유념하고, 단순 상품

73) 이무용, 2006, “장소마케팅 전략의 문화적 개념과 방법론에 관한 고찰”, “대한지리학회지”, 41권:1, 51, 2006, 대한지리학회.

74) 박은실, 2002, “문화활동의 유형에 따른 문화지구 형성과 장소마케팅”, “공간과 사회” 17, 42, 한국공간환경연구회.

화의 수단으로 활용하는 것이 아닌 시각예술지구의 장소적 맥락을 적극적으로 활용하는 것이 필요하다.

또한, 장소마케팅 전략을 통해 서울 내 시각예술지구를 활성화하기 위해서는 행정기관과 시각예술지구 주체 간의 이해와 협력이 중요하다. 또한 단순히 지역 경제의 활성화와 경쟁력 제고보다는 지역의 고유한 자산을 통한 문화적 발전이 필요하기에 주민과 지역 예술가의 참여가 무엇보다 중요하다. 그러나 이윤 추구와 같은 경제적인 관점으로만 장소마케팅하는 경우 시각예술지구의 자생력과 정체성을 상실할 수 있기에 지역 내 시각예술지구의 정체성을 지키며 상호 밀접한 관계를 가지는, 상호보완적인 관계정립이 필요하다. 이를 기반으로 지역의 정체성에 핵심을 둔 예술 콘텐츠 제작 및 개발을 통해 예술자원을 공유하는 시스템을 구축하고 활용해 시각예술지구의 브랜드 개성을 관리, 마케팅할 수 있어야 한다.

시각예술지구는 도시 정체성을 상징적으로 보여주는 ‘문화적 랜드마크’로서 자연스럽게 장소마케팅의 근거와 공간의 지속적인 경쟁력을 담보해 준다.⁷⁵⁾ 시각예술지구에 유효한 장소마케팅 전략이 더해지면 자연스레 주변 지역의 경제도 견인하는 효과를 기대할 수 있다. 예술지구가 위치한 지역이 지속적으로 발전하고 재생성될 가능성을 열어두며 부가가치를 창출하는 경제적 가치 이상의 결과를 가져올 수 있을 것이다.

2_지역 주체 간의 네트워크 구축

시각예술지구의 효과적인 운영을 위해서는 각 주체들의 협력 네트워크가 필수적이다. 네트워크를 통해 지역의 주체들이 문화생태계를 자율적으로 운영하고 발전할 수 있는 구조를 만들어갈 수 있기 때문이다. 지역 주체 간의 네트워크가 구축되었을 때에, 외부의 지원에 의존하지 않고 지역 내부의 협력과 연대를 바탕으로 자생력을 키워나갈 수 있다. 이러한 자생적 생태계는 외부의 변화, 예를 들어 젠트리피케이션과 같은 상황에서 보다 유연하게 대응할 수 있는 기반이 될 것이다.

네트워크 구축의 필요성에 관해서는 각 주체들이 꾸준히 언급해 왔다. 특히 “공무원의 순환보직제의 특성과 2년 단위로 변경되는 이사회와 이사진과 지속적인 유기 체계

75) 박은실, 앞의 글, 44.

를 유지하기 어려움이 있으므로 보다 안정된 문화지구를 통합하여 관리하는 기구가 조직되기를 희망한다. 그리고 문화지구 관리에 대한 네트워크 구성하여 정보를 교류할 수 있는 창구가 필요하다.”⁷⁶⁾는 지적처럼 크고 작은 문제들로 인해 유지에 어려움을 겪고 있다.

예를 들어, 영등포문화재단은 2019년부터 2022년까지 ‘예술활동 거점지역 활성화 사업’을 통해 문래동을 중심으로 지역 예술가와 지역 주민, 공공기관이 긴밀하게 협력하며 창작 환경을 개선해 왔다. 특히, 지역 예술가 협의체와 예술안심도시협동조합을 통해 거버넌스 체계 구축은 창작자들이 안정적인 직업 환경을 유지할 수 있도록 지원했으며, 이는 예술 활동과 지역 경제 활성화에 기여했다. 하지만 지역 예술 거버넌스 구조의 불안정성으로 인해 안정적인 협력 체계를 유지하기 어려운 문제가 지속되었다.⁷⁷⁾ 따라서 각 주체의 역할을 명확히 구분하고, 장기적으로 정보를 교류할 수 있는 새로운 네트워크 창구의 구축이 필요하다는 결과가 도출된다. 이를 위해서는 실질적인 방안의 제시가 필요하다.

1) 네트워크 구축 사례와 시사점

서울 내 시각예술지구 활성화를 위해서는 예술가들과 지역 사회 간의 네트워크 구축이 필수적이다. 예술가들이 안정적으로 창작 활동을 이어갈 수 있는 환경을 마련하고, 예술과 지역 사회가 상호 이익을 추구하며 지속 가능한 발전을 도모할 수 있는 기반이 필요하다. 이러한 네트워크는 예술 생태계의 자생력을 강화하고, 예술가들이 창작 활동을 지속할 수 있도록 지원하며, 예술과 지역 경제, 문화적 자산이 함께 성장할 수 있는 발판을 제공한다.

이와 같은 관점에서 성북 예술순환로 프로젝트와 문래마을예술인회의는 각각 지역 예술 생태계를 활성화하기 위한 모범 사례로 주목받고 있다. 성공적인 사례를 통해 효과적인 방안을 도출하고, 각 지역의 특성에 맞는 맞춤형 접근을 구체화하고자 한다. 기존의 모범 사례를 기반으로 예술가와 지역 사회 간의 협력이 어떤 방식으로 촉진되었고, 그로 인해 어떠한 결과가 도출되었는지 명확히 파악하고자 한다. 이를 통해 시각 예술지구 활성화 방안은 단순한 이론적 제안이 아닌, 실질적인 성과를 도출할 수 있는

76) 이수영, 2016, “지역문화진흥을 위한 문화지구의 활성화 방안에 대한 연구”, 77, 이화여자대학교 정책과학대학원 공공정책학전공 석사학위논문.

77) 귀기울, 2022, 「영등포문화재단, 예술 활동 거점 지역 활성화사업 사업요약집」, 53, (재)영등포문화재단.

전략으로 발전할 수 있을 것이다. 다음에 살펴볼 두 사례는 특히 서울 내 시각예술지구가 직면한 여러 문제들을 해결하기 위한 실질적인 해법을 제시하고 있다.

(1) 성북 예술순환로 프로젝트

성북 예술순환로 프로젝트는 성북구 월곡동과 석관동을 중심으로 성북문화재단과 지역 예술가들이 협력하여 2019년부터 2022년까지 3년간 지속된 예술 생태계 활성화 사업이다. 이 프로젝트의 목적은 예술가들이 창작과 교류를 안정적으로 이어갈 수 있는 환경을 조성하는 동시에, 지역 주민과의 협력을 통해 예술 생태계를 활성화하는 것이었다. 프로젝트는 초기에는 공공기관의 지원으로 시작되었으나, 점차 민간 주도 체제로 전환되면서 자율적이고 지속 가능한 예술 커뮤니티로 발전하는 것을 목표로 하였다.

특히, 젠트리피케이션 문제를 극복하고 예술가들이 안정적인 창작 환경을 유지할 수 있도록 물리적 공간을 제공하는 데 중점을 두었다. 서울의 여러 예술 밀집 지역은 높은 임대료와 젠트리피케이션으로 인해 예술가들이 창작공간을 잃는 문제를 겪고 있다. 이 문제를 해결하기 위해 성북 예술순환로 프로젝트는 예술램프와 오리랩하우스라는 공유 작업공간을 마련하여 예술가들이 경제적 부담을 덜고 지속적으로 창작 활동을 이어갈 수 있는 물리적 기반을 제공했다. 이러한 공유공간은 단순히 작업실로서의 기능을 넘어, 예술가들 간의 교류와 협업을 촉진하는 장으로도 작용했다.

또한 이 프로젝트에서는 예술가와 지역 사회 간의 상생을 중요한 목표로 삼았다. 예술가들이 지역 주민과 긴밀히 협력하고 소통할 수 있는 다양한 프로그램을 통해 예술과 지역 사회가 함께 성장할 수 있는 모델을 구축하고자 하였다. 대표적인 프로그램인 동네살롱제는 소규모 예술 축제로, 지역 주민들이 직접 참여하여 예술가들과 소통할 수 있는 기회를 제공했다. 이 같은 행사를 통해 예술은 단순한 창작 활동을 넘어서 지역 사회의 중요한 문화적 자산으로 자리 잡게 되었으며, 예술가들은 자신의 작품을 지역 주민들과 공유하고, 주민들은 예술에 대한 관심과 이해를 넓힐 수 있었다.

성북 예술순환로 프로젝트는 2021년부터 민간 주도 체제로 전환되었으며, 이는 공공 지원에 의존하지 않고 예술가들이 스스로 기획하고 운영하는 구조로 변화한 중요한 전환점이었다. 이를 통해 장기적으로 지속 가능한 예술 생태계를 유지하기 위한 독립적인 운영 구조가 마련되었으며, 프로젝트 종료 후에도 지속 가능한 모델을 구축하기 위해 협동조합이나 주식회사 형태의 독립적 조직 모델이 제안되었다. 이러한 독립 모

텔을 통해 예술가들은 자율적이고 안정적인 창작 활동을 이어갈 수 있는 경제적 기반을 마련하게 되었으며, 민간 주도의 자생력 강화는 예술 생태계의 지속 가능성을 보장하는 중요한 요소로 작용했다.

더불어, 예술순환로 프로젝트는 디지털 플랫폼을 적극 활용하여 예술가들이 창작물을 공유하고, 지역 주민들과 외부 예술계 간의 소통을 촉진하였다. 온라인 플랫폼과 웹진 ‘밈미’를 통해 예술가들은 자신의 작품을 홍보하고, 물리적 공간의 한계를 넘어 예술 커뮤니티를 확장할 수 있었다. 디지털 플랫폼은 예술가들이 더 많은 사람들과 연결되고, 외부와 교류할 수 있는 중요한 수단으로 자리 잡았다.

(2) 문래마을 예술인 회의

기관과 협업하는 다른 사례와는 달리, 문래마을 예술인 회의는 서울 문래동에 위치한 문래창작촌 내 예술가들이 자율적으로 결성한 자치 조직으로 지역 예술가들이 안정적인 창작 환경을 확보한다. 지역 사회와 상생할 수 있는 지속 가능한 예술생태계를 구축하는 것을 목표로 하는 것이다. 문래창작촌은 오랜 기간 예술가들이 활동해 온 지역이지만, 최근 젠트리피케이션과 임대료 상승 등으로 인해 예술가들이 창작공간을 잃을 위기에 처했다. 이에 대응하여 문래마을 예술인 회의는 예술가들이 지속적으로 활동할 수 있도록 자율적 운영과 지역 사회와의 협력을 강화하여 문제를 해결하고자 하였다. 또 예술가와 지역 사회 간의 상생을 촉진하는 다양한 활동을 통해 예술 생태계를 활성화해 왔는데, 그중 하나는 팝업 스토어와 플리마켓 같은 이벤트를 통해 예술가들이 자신의 작품을 지역 주민들과 공유하고, 경제적 기회를 창출하는 것이다. 2023년 5월에 열린 “얼음과 불의 노래: 바비큐 & 하이볼 팝업 스토어”는 문래마을 예술인 회의와 지역 상인들이 협력한 사례이다. 이 행사는 예술가들이 자신들의 창작물과 요리, 음료를 결합하여 지역 주민들에게 새로운 경험을 제공하며, 예술가와 상인이 상호 협력하는 상생의 모델을 구현하였다.

또한 송년회, 봄꽃 축제 전시, 애장품 벼룩시장 등 지역 사회와의 협력을 기반으로 한 행사를 주최하며, 예술가들이 창작 활동의 성과를 지역 주민들과 공유하고 소통할 수 있는 기회를 확대하였다. 이러한 행사들은 지역 주민들이 예술 활동에 적극적으로 참여하고, 예술가들과 자연스럽게 교류할 수 있는 장을 제공하였으며, 이를 통해 예술가와 지역 주민들 간의 유대가 강화되었다.

중요한 점은 문래마을 예술인 회의는 자율성과 민주성을 기반으로 운영된다는 것이다. 임원 선거를 통해 조직의 주요 의사결정이 이루어지며, 예술가들이 자발적으로

공동체의 운영에 참여하는 민주적 운영 체제를 유지하고 있다. 이는 예술가들이 주체적으로 활동할 수 있는 환경을 제공하며, 다양한 예술가들의 목소리를 반영하는 데 기여한다. 문래마을 예술인 회의는 또한 공공기관의 지원에 의존하지 않고 자립적 운영을 추구하며, 예술가들이 경제적 어려움 속에서도 창작 활동을 이어갈 수 있는 기반을 마련하고 있다.

(3) 네트워크 구축과 예술생태계의 지속가능성

문래마을 예술인 회의와 성북 예술순환로 프로젝트는 서울 내 시각예술지구 활성화를 위한 중요한 시사점을 제공한다. 첫째, 예술가들이 창작 활동을 지속할 수 있는 안정적인 물리적 공간 확보의 중요성을 강조한다. 젠트리피케이션 문제를 해결하기 위한 공유 작업공간의 마련은 예술 생태계의 지속 가능성을 보장하는 핵심 요소로 작용한다. 둘째, 예술가와 지역 사회 간의 협력적 네트워크 구축의 필요성을 보여준다. 예술가들이 지역 주민들과 적극적으로 소통하고 협력함으로써 예술은 지역 경제와 문화적 자산으로 자리 잡고, 지역 사회와 예술가들이 상생할 수 있는 모델을 구현할 수 있다. 셋째, 민간 주도 자립적 운영 체제의 중요성을 제시한다. 공공 지원에 의존하지 않고 예술가들이 자율적으로 운영하는 구조는 예술 생태계의 자생력을 강화하고, 장기적으로 지속 가능한 예술 활동을 가능하게 한다. 마지막으로, 디지털 플랫폼의 활용을 통해 예술 생태계가 물리적 한계를 넘어 확장될 수 있음을 보여준다. 이러한 사례들을 통해 서울의 다른 시각예술지구에서도 안정적인 창작 환경 조성, 지역 주민과의 협력, 자립적 운영 체제를 구축하는 것이 시각예술지구의 지속 가능성을 확보하는 데 필수적인 요소임을 알 수 있다.

위의 사례들은 시각예술지구가 직면한 문제를 해결하고, 예술가와 지역 사회가 함께 성장할 수 있는 환경을 조성하는 데 중요한 시사점을 제공한다. 이를 통해 서울 내 시각예술지구의 활성화를 위해서는 안정적인 물리적 창작공간 제공, 지역 사회와의 협력, 자립적 운영 체제 구축, 디지털 플랫폼을 통한 확장이 필수적임을 확인할 수 있다. 이러한 네트워크 구축을 통해 시각예술지구는 단순한 창작공간을 넘어, 예술이 지역 사회의 핵심적인 문화 자산으로 자리 잡고, 예술과 지역 경제, 문화가 함께 발전할 수 있는 지속 가능한 생태계를 만들어 나갈 수 있을 것이다.

2) 시각예술지구 활성화를 위한 네트워크 구축 방안

네트워크의 성공적인 구축을 위해서는 지역 내 다양한 주체들이 상호 협력하여 공동의 목표를 추구하는 과정이 필요하다. 시각예술지구의 발전을 위해 지역 예술가와 전시공간, 지역 커뮤니티 그리고 정부 및 기업 간의 네트워크를 구축하는 방안을 제시하고자 한다. 이를 통해 서울 내 시각예술지구가 지속 가능한 예술 생태계를 형성하고, 지역 사회와의 연계를 강화할 수 있도록 하는 방향성을 살펴볼 수 있겠다.

(1) 주체별 역할의 정의

주요 참여 주체 및 역할은 다음의 다섯 가지로 구분된다. 전시공간, 작가, 지역 커뮤니티 및 주민, 정부 기관, 기업이다. 이러한 주요 참여 주체들은 자신의 역할에 맞는 책임을 수행해야 한다. 전시공간과 작가는 장소를 제공하는 것을 넘어 예술적 가치를 전달하며 창작물을 선보이고, 지역 커뮤니티와 주민들은 프로젝트 참여를 통해 지역 사회의 지지를 이끌어낼 수 있다. 이들은 시각예술지구의 정체성을 가지고 있다고 볼 수 있다.

정부 기관은 행정적 지원과 예산 지원을 통해 안정적인 운영을 뒷받침한다. 또한, 기업은 재정적 후원과 협력을 통해 예술과 지역 사회의 동반 성장을 도모할 수 있다. 이러한 주체들이 명확한 역할을 가지고 협력하여 네트워크를 구성할 때, 시각예술지구는 지속 가능한 문화생태계를 조성하며 지역 경제와 문화적 자산이 함께 발전할 수 있는 거점으로 성장할 수 있을 것이다.

시각예술지구의 활성화를 위해 지역 주체 간 네트워크 구축은 필수적이거나 하나의 공동체라는 인식이 상충할 여지가 있다. 그러나 각 주체의 역할을 명확히 하고, 이를 바탕으로 협력의 기회를 확대하여 서울 내 시각예술지구가 지속적인 발전을 이끌어 나갈 수 있으리라 기대된다.

(2) 네트워크 구축을 위한 세부 방안

참여 주체들의 네트워크 구축을 위한 구체적인 방안으로는 크게 정기회의 및 워크숍 개최, 온라인 플랫폼 구축, 공동 프로젝트 및 이벤트 기획, 제도 개편 등이 있다.

① 정기회의 및 워크숍 개최

참여 주체 간의 정기회의 및 워크숍을 통해 협력 방안을 논의하고, 주제별 워크숍을

통해 전문성 향상 도모 및 공동 프로젝트를 계획할 수 있게 한다. 이는 다양한 참여 주체들이 협력 방안을 논의하고 전문성을 높일 수 있는 기회를 제공한다. 이를 성공적으로 운영하기 위해서는 회의와 워크숍의 목적에 맞는 체계적 계획과 실행이 필요하다. 우선, 정기 회의는 예술가, 지역 주민, 상인, 그리고 지방 자치단체의 대표들이 정기적으로 만나 협력 방안을 논의하는 자리로 마련된다. 회의는 분기별 혹은 월별로 진행될 수 있으며, 주요 의제는 프로젝트 기획, 예산 활용, 네트워크 구축, 그리고 행사 일정 조율 등이 포함될 것이다. 각 주체의 역할 분담과 진행 상황 점검을 통해 실질적인 협력 방안을 지속적으로 도출할 수 있다. 또한 오프라인 회의뿐만 아니라 온라인 회의 플랫폼을 병행하여 운영함으로써 참여가 어려운 주체들도 적극적으로 참여할 수 있도록 유연하게 진행한다.

워크숍은 전문성을 높이고 공동 프로젝트를 기획하기 위한 중요한 장으로 기능한다. 워크숍은 크게 주제별 워크숍과 협업을 위한 공동 기획 워크숍으로 나눌 수 있다. 예를 들어 주제별 워크숍에서는 특정 예술 장르, 기술, 또는 트렌드를 중심으로 전문가 초청 강연이나 실습 세션이 진행되며, 이를 통해 예술가들이 자신의 전문성을 강화할 수 있다. 공동 기획 워크숍은 공동 프로젝트를 구상하고 계획하는 자리로 활용된다. 지역 예술가와 주민, 상인들이 함께 참여하여 지역 맞춤형 프로젝트를 기획하거나, 상호 협력할 수 있는 새로운 아이디어를 구상하고, 구체적인 계획을 수립할 수 있다. 또한, 정기회의에 있어 참여자 간의 원활한 소통을 위한 사전 의제 배포와 후속 보고서 작성이 필수적이다. 사전에 논의할 의제를 참가자들에게 공유하고, 회의 후에는 결과와 향후 계획을 정리하여 각 주체들이 참고할 수 있도록 한다. 이를 통해 정기 회의는 단순한 의견 교환을 넘어서 실질적인 성과를 내게 될 것이다. 또 각 주체의 참여도를 높이기 위해 공식적인 논의 외에도 비공식적인 소통과 협력 관계를 강화하면서 주체들 간의 유대를 더욱 돈독히 한다.

② 온라인 플랫폼 구축

다음은 주체 간 소통을 위한 온라인 플랫폼 구축이다. 정보를 공유하고, 의견 및 피드백을 교환할 수 있는 공간을 제공한다. 이 온라인 플랫폼은 단순한 정보 공유를 넘어서, 실시간으로 피드백을 주고받고, 다양한 주체들이 협업할 수 있는 장을 마련함으로써 시각예술지구의 활성화에 기여할 수 있다.

우선, 온라인 플랫폼은 다양한 기능을 갖춘 종합 소통 허브로 구축되어야 한다. 이 플랫폼은 예술가와 전시공간 등 주체들의 프로젝트와 전시정보를 게시할 수 있는 공

간을 제공하고, 이에 대한 피드백을 남기거나 서로 지원할 수 있는 물품 혹은 인력 등 참여 여부를 실시간으로 알 수 있게 한다.

또한, 상인들은 이 플랫폼을 통해 자신들의 가게 혹은 이벤트를 홍보할 수 있고, 지방 자치단체는 공식적인 공지 사항이나 지원 프로그램에 대한 정보를 제공하여 지역 내 협업을 촉진 시킬 수 있다. 이러한 방식으로 모든 주체들이 참여하는 개방형 커뮤니케이션 공간이 마련된다면, 지역 사회의 실질적인 소통 구조가 형성될 것이다.

성북 예술순환로 프로젝트에서 사용된 웹진 ‘민미’는 온라인 소통의 중요성을 간접적으로 보여주는 사례이다. 예술가들이 자신의 창작물을 온라인에서 홍보하고, 지역 주민들과 예술계 외부 인사들이 이를 접할 수 있는 디지털 플랫폼이었다. 이러한 온라인 기반 홍보는 물리적 공간의 한계를 넘어 더 많은 사람들에게 예술 활동을 알릴 수 있었으며, 예술가와 관객 간의 소통을 촉진했다. 문래마을예술인회의에서도 페이스북과 같은 소셜 미디어를 통해 이벤트 정보를 실시간으로 공유하고, 주민들이 참여할 수 있는 기회를 제공함으로써 상호 간의 소통이 이루어졌다.

앞서 제시한 을지로 네트워크 플랫폼은 이러한 디지털 소통의 중요성을 반영하여, 인쇄 및 제작업체와 예술가들 간의 협업을 촉진하는 기능을 포함할 수 있다. 특히 정기적인 기술 워크숍을 통해 예술가들이 지역 자원과 직접적으로 연결될 기회를 제공하여, 예술 생태계와 지역 경제의 상생을 도모할 수 있다.

더 나아가, 지원 프로그램 및 관리 시스템을 온라인 플랫폼에 적용하여 자치단체가 제공하는 예술 지원 프로그램, 전시 지원금, 공공 예술 프로젝트 신청 등을 간편하게 처리할 수 있도록 한다. 이를 통해 예술가와 전시공간은 지원서를 작성하고, 결과를 확인하며 피드백을 받을 수 있는 과정을 효율적으로 관리할 수 있다. 이러한 시스템은 행정 절차를 간소화하고 지원 과정을 투명성을 높이는데 기여하는 등으로, 온라인 플랫폼을 활성화 시킬 수 있다.

③ 공동 프로젝트 및 이벤트 기획

시각예술지구 활성화를 위한 공동 프로젝트와 이벤트를 기획하는 것은 여러 주체들이 함께 참여하여 지역 사회의 예술적 역동성을 강화하는 데 중요한 역할을 한다. 다양한 형태의 공동 프로젝트는 예술가뿐만 아니라 시각예술지구의 각 주체들이 상생할 수 있는 좋은 기회이며 네트워크 결속의 도움이 되는 대표적인 방안 중 하나이다.

앞서 언급한 성북 예술순환로 프로젝트와 문래마을 예술인 회의는 이러한 공동 프로젝트의 성공적인 사례로 꼽을 수 있다. 예를 들어 예술가와 주민이 함께 참여한 동네

쌀롱제와 같은 프로그램과 지역 상인들과 협력하여 팝업 스토어를 운영하는 등 상호이익을 도모할 수 있었다. 이처럼 공동으로 기획된 프로젝트는 예술이 지역의 중요한 문화적 자산으로 자리 잡고, 지역 경제와 예술이 상생할 수 있는 장을 형성한다.

프로젝트 및 이벤트 기획에서 중요한 요소는 지역 사회의 다양한 주체들이 기획 단계부터 실행 단계까지 적극적으로 참여할 수 있는 구조를 만드는 것이다. 이를 위해서는 각 주체들이 기획 초기 단계부터 투명하게 역할을 나누고 함께 참여하는 것이 중요하다. 이를 위해 운영위원회를 구성하고 역할을 분배한 후, 업무분장표를 작성하고 공개하는 방안을 제시한다. 초기 단계에서 각 주체들이 포함된 운영위원회를 구성한다. 이 위원회는 각자의 역할을 명확히 나눠 계획을 수립하며, 기획과 운영, 홍보 및 자금 관리 등을 세부적으로 책임진다. 예를 들어 역할을 분배한 후에는 업무분장표를 작성하여 각 주체의 역할과 책임을 문서화하고, 이를 모든 참여자에게 공개한다. 이는 참여자들이 자신의 역할을 명확히 알고 일정과 진행 상황을 관리하는 데 도움이 된다. 또한, 모든 참여자들이 열람할 수 있도록 공개함으로써 투명한 운영이 가능하다. 축제나 전시회와 같은 대규모 프로젝트 및 이벤트는 지역의 예술가들이 작품을 노출시키는 기회를 제공함과 동시에, 지역 주민들에게는 예술을 접하고 즐길 수 있는 기회를 만들어준다. 이는 예술가들의 전시 및 창작 활동에 도움이 될 것이며, 지역 주민들과 상인들은 행사 운영, 상업적 활동 등에 참여하여 서로 협력하는 구조가 마련된다. 이를 통해 예술이 지역 사회의 일부로 자리 잡고, 지속 가능한 형태로 성장하길 기대할 수 있다.

특히 공공 예술 프로젝트는 지역 내 주체들이 협업하여 벽화 그리기와 같은 활동을 통해 지역의 가치를 높일 뿐만 아니라, 주민들의 적극적인 참여를 유도하여 지역의 고유한 예술 생태계에 대한 자부심과 소속감을 증진 시킬 수 있다. 그러나 각각의 이해관계의 차이로 인해 갈등이 발생할 수 있다는 사실을 인지하고 적극적인 소통이 필요할 것이다. 예상되는 갈등으로는 커뮤니티 라이프(Community Life domain)의 훼손과 젠트리피케이션이 있다.

우은주는 “연구를 통해 드러난 투어리스트피케이션으로 인해 커뮤니티 삶에 부정적 영향은 주거환경 훼손, 지역 편의 시설 부족, 지역 정부에 대한 불만의 하위 요소로 분류”⁷⁸⁾했다. 이는 지역 주민의 주거 환경이 관광지화되면서 겪는 혼란 갈등 중 하나

78) 우은주 외 2명, 2017, “투어리스트피케이션 현상이 지역 주민의 삶에 미치는 영향에 대한 정성적 연구”, “관광레저연구”, 29:11, 431, 한국관광레저학회.

이다. 또한 모순되게도 벽화와 같은 공공 예술 프로젝트가 되려 젠트리피케이션을 촉진할 위험이 있다. 벽화로 인해 지역의 이미지가 개선되고, 외부에서 많은 방문객이 유입되기 시작하면, 그 지역의 부동산 가치가 상승할 가능성이 커진다. 부동산 가치의 상승은 상업적인 투자를 유도하며, 결과적으로 기존의 상인들과 주민들이 임대료 상승을 감당하지 못하고 지역을 떠나야 하는 상황으로 이어질 수 있다. 이러한 현상이 젠트리피케이션의 본질이다. 예술가들이 지역의 활력을 위해 기여했지만, 그로 인해 발생한 경제적 변화가 결국 기존의 예술가들과 주민들을 그 지역에서 내몰게 만드는 역설적인 상황이 발생할 수도 있다는 것이다. 이는 지역이 예술적 정체성을 기반으로 성장했지만, 그 정체성의 혜택을 오히려 원주민들이 누리지 못하게 되는 아이러니한 결과를 초래한다. 이를 촉발시키는 것은 벽화뿐만이 아닐 것이다.

이러한 상황들을 해결하거나 완화할 방법으로는 지역 주민들과의 협의를 강화하고, 주민 보호 정책을 함께 마련하는 것이다. 공공 예술 프로젝트와 관련된 경제적 이익이 지역 내 소규모 상인들에게도 돌아갈 수 있도록 하는 방안을 고민할 수 있다. 또한 지방 자치단체는 예술가들이나 기존 주민들이 임대료 상승으로 인해 쫓겨나지 않도록 임대료 상한선 규제와 주거 안정 보조금 같은 정책을 도입할 수 있다. 이러한 정책은 프로젝트로 인한 젠트리피케이션의 부작용을 줄여줄 수 있다.

따라서 프로젝트 같은 경우에는 사전에 이러한 가능성을 인지하고, 지역 사회와 긴밀히 협력하여 지속 가능한 지역 발전을 도모하는 것이 필수적이다. 프로젝트 및 이벤트의 궁극적 목적은 예술을 통해 각 주체들이 지역 사회와 더욱 깊이 연결되고, 주민들이 예술에 대한 접근성을 높여 예술이 지역 내에서 지속 가능한 발전을 이루는 데 있다는 것을 명심한다. 이를 위해 각 주체는 자신이 맡은 역할에 최선을 다해 협력하는 것이 이상적일 것이다.

④ 제도 개편

시각예술지구의 네트워크 활성화를 위해서는 각 주체들의 지속적이고 안정된 네트워크 구축이 필요하다. 특히, 지방자치단체와 정부의 역할은 이러한 협력 구조의 기반을 다지는 데 중요한 역할을 한다. 그러나 현행 공무원 순환보직제는 핵심적인 문제점으로, 지속 가능한 네트워크 형성을 저해하고 있다. 이에 따라, 공무원 순환보직제의 제도 개편을 제안하고자 한다.

공무원 순환보직제로 인해 담당자가 2-3년마다 변경되면서, 시각예술지구의 특성과 필요성을 깊이 이해하기가 어렵다. 그 결과, 지역 예술인들과 지속적이고 신뢰 기반의

관계 형성이 어려워진다. 또한 기존 업무의 인수인계 과정에서 중요한 정보와 지식이 누락될 수 있다. 이는 기존 프로젝트의 연속성을 저해하고, 새로운 담당자가 업무를 파악하는 데 많은 시간이 소요된다. 시각예술지구의 활성화는 단기적인 성과보다 중장기적인 관점에서의 전략 수립이 필요하다. 때문에 잦은 순환으로 교체될 경우, 장기적인 계획의 추진력이 떨어질 수 있다.

이를 해결하기 위해서는 장기 근무 인력을 배치하는 방안이 있다. 시각예술지구 관련 업무에 일정 기간 이상 지속적으로 근무할 수 있는 전문 인력을 배치하고, 이를 통해 지역 예술 활동과 관련한 깊이 있는 이해를 바탕으로 네트워크를 관리할 수 있도록 한다. 이를 위해 전문직 공무원의 채용 또는 파견 제도를 도입할 필요가 있다. 협의체 및 거버넌스의 강화, 즉 네트워크의 활성화 또한 필요하다. 협동조합이나 민간 협의체가 일관된 운영을 담당하도록 하여, 공공기관의 지원과 민간의 자율적인 운영이 균형을 이룰 수 있도록 한다. 마지막으로 정기적인 교육 프로그램 운영하여 새로운 담당자를 대상으로 시각예술지구의 특성과 요구사항을 공유하고 교육할 수 있는 워크숍을 개최한다. 이를 통해 업무에 대한 이해도를 높이고, 지역 사회와의 연속적인 협력을 유지할 수 있을 것이다.

이처럼 서울 내 시각예술지구의 활성화를 위해 네트워크 구축은 필수적이다. 각 주체들이 긴밀히 협력할 수 있는 체계를 마련함으로써, 상호 보완적인 역할을 수행할 수 있는 기회를 제공한다. 이는 단순히 예술가들의 창작 환경을 개선하는 것을 넘어, 예술과 지역 경제, 문화적 자산이 함께 성장할 수 있는 지속 가능한 생태계를 조성하는데 기여한다. 또한, 네트워크를 통해 예술가들은 창작 활동을 더욱 안정적으로 이어갈 수 있는 지원을 받게 되며, 지역 주민들은 예술적 경험을 풍부하게 누리며, 상인들은 지역의 경제 활성화를 도모할 수 있는 기회를 얻게 된다. 이와 같은 협력적 네트워크는 시각예술지구의 장기적인 발전과 지속 가능성을 보장하는 중요한 토대가 된다. 여러 방안을 실현함으로써 함께 성장할 수 있는 환경을 마련하는 것이야말로 시각예술지구의 진정한 활성화의 발걸음이라고 할 수 있겠다.

05. 결론

제조업 및 인쇄업이 발달한 지역인 을지로는 한국의 2차 산업 발달에 중요한 역할을 해온 역사적 장소이자, 세운상가 인근에 독립미술공간이 들어서기 시작한 2010년대 중반부터 한국 동시대미술의 흐름을 보여주는 대표적인 장소였다. 그러나 최근 을지로에 소재한 독립미술공간의 수는 감소하는 추세이며, 그 원인은 2022년을 기점으로 가속화된 젠트리피케이션에 있다.

젠트리피케이션으로 인한 시각예술지구의 쇠락은 이미 홍대 앞, 문래에서 관찰되었던 현상이기도 하다. 이에 서울 내 시각예술지구의 이동을 추적하고 그 형성과 소멸의 과정을 분석하여 서울 내 독립미술공간이 당면한 문제를 파악함으로써, 시각예술지구의 활성화 방안을 도출하고자 하였다.

본 연구는 기존에 ‘비영리전시공간’으로 통칭되던 대안공간과 신생공간을 ‘독립미술공간’으로 재정의하였다. 이는 대안공간과 신생공간이 예술인의 자구적 노력에서 발생했다는 지점을 환기하는 동시에, 《굿-즈》와 《더 스크랩》 등 영리적 목적의 행사가 신생공간의 작동 원리에 큰 영향을 끼쳤던 배경을 조망하고자 함이었다.

독립미술공간을 중심으로 살펴본 서울 내 시각예술지구는, 크게 서북권에서 서남권으로 다시 도심권으로 이동하는 양상을 보였다. 지역적인 대명사를 사용하여 그 범위를 좁힌다면 ‘홍대 앞-문래-을지로’로 축약된다. 언더그라운드 문화를 기반으로 형성된 홍대 앞의 시각예술지구가 젠트리피케이션으로 쇠락했고, 그 이후 문래에 독립미술공간이 생겨나기 시작했으나 현재는 도시재생을 위시한 자본의 침투로 인한 고층을 겪고 있다. 그 이후 교통접근성이 좋고 지가가 낮은 을지로에 예술가들이 자리를 잡기 시작하였으나, 젠트리피케이션으로 인하여 이주하거나 폐관하는 상황이 반복되고 있다.

이와 같은 서울 내 시각예술지구의 이동을 살펴보기에 앞서, 인사동과 대학로의 문화지구 지정 사례를 중심으로 예술 기반 젠트리피케이션의 전개 양상을 살펴보았다. 문화지구는 인사동의 과도한 지역 개발과 상업화의 문제가 제기됨에 따라, 기존 상권

및 문화 보호를 위한 제도적 방안으로서 시작되었으나, 오히려 젠트리피케이션을 가속화하는 결과를 낳았다. 이에 정부 주도의 대책에 한계를 넘어, 서울 내 독립미술공간과 시각예술지구가 젠트리피케이션에 대항할 수 있는 자생적 시스템을 모색하기 위한 방안으로 지역 이미지 브랜드 개발 및 장소마케팅 전략 수립과 지역 주체 간의 네트워크 구축을 제시했다.

특히 을지로는 역사적으로 인쇄업과 청공소를 중심으로 도심제조업이 발전해 온 지역인 동시에, 현재 동시대미술생산장에서 이목을 끌고 있는 다층적 공간이다. 이러한 을지로의 지역적 정체성을 유지하기 위해서는, 다른 지역과 차별화되는 경험을 제공하는 지역의 경관과 문화예술 자원을 보존할 필요가 있다. 이에 지역 공동체 구성원의 정주와 참여를 통한 적절한 지역 이미지 브랜드 개발 및 장소마케팅 전략 수립이 을지로 시각예술지구가 지속적으로 발전하고 재생성할 수 있는 가능성을 타진할 수 있으리라 진단하였다.

앞서 지역 이미지 브랜드 개발 및 장소마케팅 전략 수립 과정에서 지역 공동체 구성원의 정주와 참여가 필수적인 요소로 보인바, 지역 주체 간의 네트워크를 구축한 사례를 살펴보고 네트워크 구축 방안을 고안하였다. ‘성북 예술순환로 프로젝트’와 ‘문래마을 예술인 회의’를 모범 사례로 보고, 예술인의 자율성과 주체성을 확보할 뿐만 아니라 의사결정과정에서의 민주성을 확보할 수 있는 세부 실행 방안을 고민하였다. 이를 토대로 정기 회의와 같이 직접적인 네트워크 운영 방법부터 공무원 순환보직제 등 민관 협력 구조를 저해하는 제도 개선까지 다양한 층위에서 세부 실행 방안을 제안하였다. 그러나 본 연구는 공공 지원을 중심으로 한 독립미술공간의 운영에 있어서 새로운 제안을 고안하지는 못하였다는 점에서 한계가 있다. 현재 서울 내 독립미술공간은 재정적 독립성과 자생적 시스템을 구축하고 스스로 황폐화하지 않는 운영 방식을 모색해야 함은 물론 공공의 영역과 새로운 관계 맺기의 방법을 모색해야 하는 시점에 당도했다. 을지로가 역동하는 한국동시대미술을 보여주는 장(場)으로서 지속될 수 있도록 서울 내 시각예술지구 활성화를 위한 방안을 고안하기 위해서는, 소규모로 운영되는 독립미술공간에 관한 지원 정책과 차별화된 수익 구조 설계 등이 추가적으로 이뤄져야 할 것으로 보인다.

그럼에도 본 연구는 서울 내 독립미술공간을 목록화하고 권역별로 그 성격을 해설하였을 뿐만 아니라, 서울 내 시각예술지구가 이동한 궤적을 현장예술인의 증언으로 확인하였다는 점에서 의의가 있다. 본고가 향후 서울 내 문화예술생태계의 지속 가능한 발전을 위한 토대가 되길 바란다.

참고문헌

국문논문

- 고동연, 2017, “홍대 앞 2세대 대안공간과 ‘대안공간’의 확장: ‘자기 조직화(Self-Organization)’의 사례”, “현대미술학 논문집”, 21:1, 7-51, 현대미술학회.
- 권한아, 2018, “한국 청년세대의 전술적 발화공간으로서의 신생공간 연구”, 국민대학교 미술학과 석사 학위논문.
- 김연진, 2012, “문화지구의 문제점과 개선 방향”, “환경논총”, 51, 한국문화관광연구원.
- 김연진, 2016, “문화예술분야 젠트리피케이션 대응을 위한 기초 연구”, 한국문화관광연구원.
- 김찬동, 2001, “한국미술에 있어 대안적 전시기획의 과제”, “예술경영연구”, 1, 113-127, 한국예술경영학회.
- 김학희, 2007, “문화소비공간으로서 삼청동의 부상: 갤러리 호황과 서울시 도심 재활성화 전략에 대한 비판적 성찰”, “한국도시지리학회지”, 10:2, 127-144, 한국도시지리학회.
- 노아영, 2019, “신생공간에 나타난 전시의 유동적 특성 연구”, “기초조형학연구”, 20:2, 81-92, 한국 기초조형학회.
- 라도삼, 2017, “문화지구 활성화를 위한 서울시 제도 개선방안”, “정책리포트”, 240, 3-20, 서울연구원.
- 미술세계 편집부, “Interview: 신생공간에 묻다”, “미술세계” 50, 78-87, 미술세계.
- 박은실, 2002, “문화활동의 유형에 따른 문화지구 형성과 장소마케팅”, “공간과 사회” 17, 30-61, 한국공간환경연구회.
- 박지원, 김선영, 2024, “을지로의 레트로적 장소성 형성 요인 및 특징- 문화적 도시재생의 관점에서”, “지역과 문화” 11:1, 65-84, 한국지역문화학회.
- 박혁, 2010, “문화지구의 유형별 계획특성 및 개선방안에 관한 연구”, 한양대학교 공학대학원.
- 박현정, 김기호, 2012, “인사동 정체성 요소로서 용도의 변화와 관리방향에 관한 연구”, “서울도시연구” 13:2, 123-139, 서울연구원.
- 백송민, 2019, “한국 대안공간의 실태와 발전 방향에 관한 연구”, 이화여자대학교 조형예술학부 석사학

위논문.

송울현, 2019, “장소마케팅 전략으로서 의도성과 자발성에 의한 도시재생 사례연구”, 한밭대학교 건축학과 석사학위논문.

신지원, 2018, “문화를 통한 도시재생에 대한 지역주민 인식조사:성수동을 중심으로”, 경희대학교 경영대학원 문화예술경영학과 석사학위논문.

신혜영, 2016, “스스로 움직이는 미술가들: 자립적 미술 신생공간 주체들의 생활 경험과 예술 실천 연구”, “언론정보학보”, 183-219, 언론정보학회.

신혜영, 2017, “한국미술생산장의 구조 변동과 행위자 전략 연구: 2000년대 후반 이후 신참자들의 진입과 전략 변화를 중심으로”, 연세대학교 커뮤니케이션대학원 영상커뮤니케이션전공 박사학위논문.

안소현, 2024, “동시대 한국 미술의 동시대성: 독립미술공간의 분화와 자생을 중심으로”, “미학이 필요한 순간: 문학과 미술의 동시대적 모색”, 1, 61-72, 한국미학회.

양수지, 이건원, 2014, “텍스트 마이닝을 활용한 공간적 특성 변화와 구역에 따른 생존분석”, “KIEAE journal”. 24, 17-29, 한국생태환경건축학회.

양정무, 고용수, 2019, “비영리 전시공간 실태조사 및 현황분석 연구”. “[ARKO] 예술정책연구자료”, 한국문화예술위원회.

에이원감정평가법인, 2023, “2022년 서울시 상가임대차 실태조사”, 서울특별시.

우은주 외 2명, 2017, “투어리스트피케이션 현상이 지역주민의 삶에 미치는 영향에 대한 정성적 연구”, “관광레저연구”, 29:11, 417-436, 한국관광레저학회.

이동연 외 4인, 2007, “한국의 대안공간 실태 연구”, (사)문화사회연구소.

이무용, 2005, “장소마케팅 전략의 해외사례”, “자치발전” 2005:2, 24-34, 한국자치발전연구원.

이무용, 2006, “장소마케팅 전략의 문화적 개념과 방법론에 관한 고찰”, “대한지리학회지” 41:1, 39-57, 대한지리학회.

이상훈, 신근창, 양승우, 2011, “상업가로로서 신사동 가로수길의 형성과정 및 활성화 요인 연구”, “한국도시설계학회지”, 12:6, 77-88, 한국도시설계학회.

이수영, 2016, “지역문화진흥을 위한 문화지구의 활성화 방안에 대한 연구”, 이화여자대학교 정책과학대학원 공공정책학전공 석사학위논문.

이임수, 2014, “1970년대 미술의 확장과 대안공간: 112 Greene Street, The Kitchen, Artists Space를 중심으로”, “현대미술사연구” 35, 149 - 180, 현대미술사학회.

이한호 외 3인, 2024, “종로모던 로컬 브랜드화 사업 연구용역 결과보고”, 종로문화재단.

장조, 이정교, 이영주, 2013, “로프트 공간문화 특성에 관한 연구”, “한국공간디자인학회 논문집”, 8:3, 81-91, 한국공간디자인학회.

정진섭, 김은영, 2012, “국가혁신체계의 요소들이 혁신클러스터의 성과에 미치는 영향: 사회적 자본의 조절 효과를 중심으로”, “국제지역연구”, 21:2, 31-67, 국제학연구소.

천정락, 2015, “문화지구를 이용한 도시브랜딩 전략”, 대구가톨릭대학교 음악대학원 음악학과 문화예술경영 석사학위논문.

최종석 외 2명, 2018, “서울시 젠트리피케이션에 관한 시론적 연구”, “지방정부연구” 22:2, 341-360, 한국지방정부학회.

단행본(연구보고서 포함)

고정민, 2009, 「창조지구, 문화 생산의 전위」, 커뮤니케이션북스.

귀기울, 2022, 「영등포문화재단, 예술활동 거점지역 활성화사업 사업요약집」, 영등포문화재단.

마이클 아처, 2007, 「1960년 이후의 현대미술」, 시공사.

반이정, 2008, “1999-2008 한국 1세대 대안공간 연구 - '중립적' 공간에서 '송배적' 공간까지”, 「왜 대안공간을 묻는가」, 8-33, 미디어버스.

신현준 외 10인, 2017, 「안티 젠트리피케이션: 무엇을 할 것인가」, 동녘.

신현준 외 7인, 2016, 「아시아, 젠트리피케이션을 말하다」, 푸른숲.

이기웅 외 7인, 2016, 「서울, 젠트리피케이션을 말하다」, 푸른숲.

이무용, 2003, 「장소마케팅 전략에 관한 문화정치론적 연구: 서울 홍대지역 클럽문화를 사례로」, 서울대학교 국토문제연구소.

이정훈, 한현숙, 좌승희, 2007, 「도시 브랜드 정체성 개발방법론연구: 경기도 주요 도시 사례」, 경기개발연구원.

정기황 외 4인, 2020, 「성북 지역학 연구 활동을 위한 방법론 및 계획 수립」, 성북문화재단.

언론 기사

Cristelle Terroni, 2011년 10월 7일, “The Rise and Fall of Alternative Spaces”, Books & Ideas, booksandideas.net/The-Rise-and-Fall-of-Alternative#nb4

강홍민, 2024년 3월 12일, “학전, 마지막 현장을 다녀오다”, “매거진한경”, magazine.hankyung.com/job-joy/article/202403125023d

노형석, 2021년 5월 19일, “세계 3대 미술장터 ‘프리즈’ 내년부터 서울에도 펼친다”, 한겨레, hani.co.kr/arti/culture/music/995767.html

오진희, 2015년 10월 16일, “회화작품, 필요한 만큼만 잘라주세요”, 아시아경제, asiae.co.kr/article/

2015101509180029652

이아림, 2015년 10월, “사진·미술을 위한 대안공간 ‘SPACE22’: 가장 현실적이고 이상적인 대안”을 제시하다”, 문화서울, magazine.sfac.or.kr/html/view.asp?PubDate=201510&CateMasterCd=300&CateSubCd=723

전성민, 2023년 1월 4일, “한국 미술시장, 사상 첫 1조원 돌파…화랑·아트페어 ↑경매 ↓”, 아주경제, ajunews.com/view/20230104111340193

최정윤, 2021년 3월 11일, “2021년 그리고 신생공간”, 예술경영, gokams.or.kr/webzine/mobile/plan/view.asp?idx=2435&page=10&c_idx=85&searchString=

홍태림, 2017년 1월 12일, “신생공간, 휘발되지 않는 것”, 크리틱-칼, critic-al.org/?p=4200.

인터넷사이트

archive.sb.go.kr (성북마을아카이브)

artsoonhwanro.com (예술순환로)

detach.space (여는자)

facebook.com/groups/1106879322818953 (문래예술인회의 페이스북)

factionseoul.com/FACTIONARY-TEXT (팩션)

frieze.com (프리즈)

goods2015.com/goods_01.html (굿-즈)

jinhwon.com/107 (홍진훤)

naver.me/Fm2BbSiV (한국의 전시장들)

news.seoul.go.kr/citybuild/archives/507407 (서울특별시)

obscura.or.kr/about.html (옵스큐라)

placemak.com/page_cNCz84 (PALACEMAK BKK)

space22.co.kr/about/info (SPACE22)

wess.kr/about (WESS)

부록

1_서울 내 권역별 독립미술공간 목록

[표 1] 서울 서남권 독립미술공간 목록

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
이포(IPO)	서울 영등포구 도림로126길 9	2009	운영 중	
413 BETA	서울 영등포구 도림로141다길 15-4	2009	운영 중	(구) 공간 사일삼
갤러리 정다방	서울 영등포구 도림로 475 지하1층	2011	운영 중단	운영 종료: 2015
예술공간 세이	서울 영등포구 도림로 417 2층	2013	운영 중	
커먼센터	서울 영등포구 경인로 823-2	2013. 11. 1.	운영 중단	운영 종료: 2016. 1. 31.
MRGG	서울 영등포구 도림로 218-5	2015. 1. 21.	운영 중단	운영 종료: 2017. 1. 21.
일년만미술관	서울 강서구 등촌 1동 643-712 2층	2015. 12.	운영 중단	운영 종료: 2017. 1. 26.
space xx	서울 영등포구 문래동 도림로128가길 1, 지하1층	2016	운영 중	
산수문화	서울 관악구 신림동 481-5 대성빌딩 1층,	2016. 4. 26.	운영 중단	운영 종료: 2021. 8. 22.
Space Union	서울 영등포구 도림로126길 7-1 3층	2016. 10. 29.	운영 중단	운영 종료: 2019. 11. 24.
위캔드 + 2/W	서울 영등포구 경인로 823-3	2017. 10. 14.	운영 중단	운영 종료: 2018. 12. 16.
쇼애텔 (Show and tell)	서울 영등포구 양평로 18길 8 지하1층	2017. 12. 9.	운영 중단	운영 종료: 2023. 12. 31.
프로젝트스페이스 영등포	서울 영등포구 영신로 22-4	2018. 12. 26.	운영 중	
실린더	서울시 관악구 양녕로 1길 48	2020	운영 중	
빈칸(문래)	서울 영등포구 도림로 128가길 11 403호	2020. 9.	운영 중단	운영 종료: 2021. 6.
Hall 1	서울 영등포구 양평로22마길 8	2020. 9. 24.	운영 중	

[표 2] 서울 서북권 독립미술공간 목록

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
쌔지 스페이스	서울 서대문구 창천동 5-129	1998. 3.	운영 중단	운영 종료: 2009. 3.
대안공간 루프	서울 마포구 와우산로29나길 20	1999. 2. 6.	운영 중	
미디어극장 아이공	서울특별시 마포구 서교동 330-8	2001	운영 중단	일시 중단
대안공간 팀 프리뷰	서울 마포구 서교동 332-1 지하	2004	운영 중단	
대안공간 합	서울 마포구 서교동 367-11	2004	운영 중단	미상
대안공간 미끌	서울 마포구 합정동 360-17 우남빌딩 2F	2005. 12.	운영 중단	운영종료: 2009
플레이스막2	서울 서대문구 홍제천로4길 39-26	2010. 6.	운영 중	2016년 7월 연남동에서 연희동으로 이전
합정지구	서울 마포구 서교동 444-9	2015. 2.	운영 중	
탈영역 우정국	서울 마포구 독막로20길 42	2015. 6. 20	운영 중	
연결통로 아카이브	서울특별시 마포구 와우산로 94 (홍익대학교 문헌관 연결통로 505-1호)	2015. 4.	운영 중단	운영 종료: 2017. 2.
정신과 시간의 방	서울 마포구 성산동 606-4	2015. 4. 1.	운영 중단	운영 종료: 2016. 4. 1.
기고자	서울 마포구 대흥로28길 28, 2층	2015. 4.	운영 중단	
취미가	서울 마포구 동교로 17길 96 101호	2016	운영 중	
복합문화공간 행화당	서울시 마포구 마포대로19길 12	2016. 5. 15.	운영 중단	운영 종료: 2021. 5. 15.
예술공간 서:로	서울시 은평구 갈현동 273-8, 1층	2016	운영 중단	2019년에 용산 후암동에서 은평구로 이전
공간 황금향	서울시 은평구 서오릉로 8길 13 B101	2017	운영 중	
빈칸(합정)	서울 마포구 합정동 410-21	2017. 12.	운영 중단	운영 종료: 2022.4..
무국적 아트스페이스	서울 마포구 서교동 347-19	2017	운영 중단	운영 종료: 2019
별관	서울 마포구 망원동 414-62, 2층	2018	운영 중	
SPACE55	서울시 은평구 증산로 19길 9-3	2018	운영 중	
온수공간	서울 마포구 서교동 376-7	2019. 6. 10.	운영 중	
요호서울	서울 마포구 동교로125 3층	2020. 5. 22.	운영 중	
얼터사이드	마포구 방울내로 59 3층	2020. 3. 21.	운영 중	
WWW SPACE	서울 마포구 망원로 6길 37, 지하1층	2020. 7. 8.	운영 중	
공간 파도	서울 마포구 노고산동 고산 7길 23, 1층 상가	2021. 1. 14	운영 중	2024년에 연남동에서 노고산동으로 이전
미학관	서울 서대문구 홍제천로158 1층	2021. 9. 3	운영 중	
위상공간	서울 서대문구 통일로36나길 3, 1층	2022	운영 중단	
안팎 스페이스	서울 서대문구 북아현로 96-1, 2층	2022	운영 중	

[표 3] 서울 동남권 독립미술공간 목록

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
스페이스22	서울시 강남구 강남대로 390번지 미진프라자빌딩 22층	2013.12	운영 중	
웍스큐라3	서울 서초구 강남대로 8길 46	2015	운영 중	
코너 아트스페이스	서울시 강남구 압구정로 168 1F	2016. 3. 19	운영 중단	운영종료: 2017.1.14
포력 아트스페이스	서울 강동구 풍성로 161 B1	2016. 6. 22.	운영 중	
대안공간 땅속	서울시 강남대로 62길 33	2016.11	운영 중단	운영종료: 2018.8.15
문화실험공간 호수	서울특별시 송파구 송파나루길 256	2020.05.18	운영 중	
옥상팩토리	서울 특별시 송파구 법원로4길 5 지하1층 B111호, B112호, B113호	2020.08.08.	운영 중	
아트잠실	서울 송파구 삼전로13길 22	2019.06.14	운영 중	(구) 스페이스공존, 다시온체험실
오온	서울특별시 송파구 백제고분로7길 16-16 4층	2022.01.12	운영 중단	마포에 갤러리카페로 재오픈 예정
공간지은	서울 특별시 송파구 풍성로22, 1층	2022.03.23	운영 중	
빈칸(압구정)	서울 강남구 언주로165길 13	2023. 4.	운영 중	
공간유보	서울특별시 송파구 풍납동 130-3 B1	2023.12	운영 중	

[표 4] 서울 동북권 독립미술공간 목록

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
17717	서울 성북구 성북로8길 11 지하	2011	운영 중	2013년 이태원에서 성북동으로 이전
스페이스 오뉴월	서울 성북구 성북동 21-2	2011. 6.	운영 중	
반지하	서울 종랑구 상봉중앙로6길 26-12, 반지하	2012. 6. 1.	운영 중단	운영 종료: 2017. 7.
교역소	서울 종랑구 봉우재로 103	2014. 10.	운영 중단	운영 종료: 2016. 2.
노토일렛	서울 종랑구 망우동 용마산로118길 58 2층	2015. 1. 16.	운영 중단	운영 종료: 2016. 1. 1.
웍스큐라1	서울 성북구 성북로 23길 164	2015	운영 중	
청량엑스포	서울시 동대문구 왕산로43나길6	2015. 5. 9.	운영 중단	운영 종료: 2016. 6. 17.
가변크기	서울 성북구 삼선교로 2길 11	2015. 6. 5.	운영 중단	운영 종료: 2020. 5. 10.
오시선	서울 성동구 성수2가 575-1	2019. 4. 26.	운영 중	
WESS	서울 성북구 창경궁로 320, 2층	2019	운영 중	
공간칠일	서울 성동구 광나루로238, 2층	2019	운영 중	

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
유영공간	서울 성북구 성북로16가길 1	2020. 3.	운영 중	2021년 10월, 용산구에서 성북동으로 이전
TINC	서울 성북구 삼선동4가 37 (구)명성교회	2020. 8. 21.	운영 중	
새공간	서울 성북구 삼선교로2길 11	2020. 3.	운영 중	
수건과 화환	서울 성북동 선암로 12-11 운우미술관 3층	2021. 5	운영 중	2024년, 후암동에서 운우미술관으로 이전
팩션	서울 성북구 삼선동5가 4	2021	운영 중	
00의 00	서울 성북구 성북로2길 8	2022. 1. 15	운영 중	
챔버1965	서울 성북구 동소문로 26-6, 1층	2022. 7. 23.	운영 중	
G.U.C	서울 강북구 수유동 39-55 지하 1층	2024. 4. 15.	운영 중	

[표 5] 서울 도심권 독립미술공간 목록

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
아트스페이스 풀	서울 종로구 세검정로9길 91-5	1999. 4.	운영 중단	운영 종료: 2021. 1. 4.
프로젝트스페이스 사루비아	서울 종로구 자하문로16길 4	1999. 10. 20.	운영 중	
팩토리2	서울 종로구 자하문로10길 15	2002. 12. 21.	운영 중	2005년 팔판동에서 창성동으로 이전
갤러리 정미소	서울 종로구 이화장길 66 객석빌딩 2층	2003	운영 중단	운영 종료: 2019. 6. 22.
아카이브 봄	서울 용산구 백범로77길 24	2007	운영 중단	1) 2007년 삼청동에 설립 2) 돈화문로에서 2013-2015년 동안 운영 3) 2016년 백범로로 이전 4) 2020년 폐관
보안여관	서울 종로구 효자로 33	2007. 3. 9.	운영 중	
스페이스 15번지	서울 종로구 통의동 15	2008	운영 중단	운영 종료: 2017
아트스페이스 풀	서울 용산구 한남동 683-31	2010. 8. 30.	운영 중단	운영 종료: 2013. 5. 31.
갤러리 예무	서울시 종로구 경희궁1가길 7	2010	운영 중단	운영 종료: 2020
SPACE:Willing N Dealing	서울 종로구 청운효자동 자하문로 48-1	2012. 6. 7.	운영 중	
시청각	서울 종로구 자하문로57-6	2013. 11. 28	운영 중단	운영 종료: 2019. 10.
800/40	서울 중구 을지로157 대림상가 3층 열 358호	2013. 1. 3.	운영 중단	운영 종료: 2017. 1. 18.

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
300/20	서울 종로구 장사동 116-4 세운상가 3층	2013. 11. 2	운영 중단	운영 종료: 2016. 11. 24.
200/20	서울 중구 산림동 청계상가 가열 311호	2013	운영 중단	운영 종료: 2016. 10. 23.
아마도예술공간	서울 용산구 이태원로 54길8	2013. 6	운영 중	
Sidwork	서울시 종로구 창경궁로21길 7-18	2014. 2. 16.	운영 중단	운영 종료: 2016. 2. 16.
개방회로	서울 종로구 장사동 세운상가 가열 327호	2014. 5.	운영 중	
인스턴트 루프	서울 종로구 윤보선길 19-6	2014. 6.	운영 중단	
공간해방	서울 용산구 신흥로 80 B101	2014. 5. 16.	운영 중단	운영 종료: 2019. 4. 29.
케이크 갤러리	서울 중구 마장로3길 28	2014.10.15	운영 중단	운영 종료: 2016. 12. 11.
공간291	서울시 종로구 자하문로11길 10-4	2014. 11.	운영 중	2017년 11월에 부암동에서 통인동으로 이전
개방회로	서울 종로구 장사동 세운상가 가열 327호	2014. 5.	운영 중	
지금여기	서울 종로구 창신동 23-617	2015. 1. 17.	운영 중단	운영 종료: 2017. 4. 16.
OPEN THE DOOR	서울 중구 을지로3가 65-14 301호	2015. 7. 25.	운영 중단	운영 종료: 2018. 1. 31.
구탁소	서울 용산구 장문로 49길 90	2015. 1. 28.	운영 중단	운영 종료: 2015. 12. 17.
상업화랑(을지로)	서울 중구 을지로 143 4층	2017	운영 중	
코소	서울 중구 창경궁로5길 32 3층	2017	운영 중	
공간:일리	서울 종로구 세검정로9길 19 안채	2017. 6.	운영 중	2019년 7월에 통의동에서 구기동으로 이전
킵인터치	서울 종로구 북촌로1길 13	2017. 7. 22.	운영 중	
의외의조합	서울 중구 동호로17길 121	2017	운영 중	
공간 형	서울 중구 을지로 105 이화빌딩 301호	2018. 9. 8.	운영 중	
더 레퍼런스	서울시 종로구 자하문로 24길 44 B1/2F	2018. 3. 16	운영 중	
공간극	서울 중구 세운 청계상가 다/라열 301호	2018. 3. 26.	운영 중단	운영 종료: 2018. 12. 1.
5%	서울 용산구 우사단로10길 90	2018. 12. 21.	운영 중	
가삼로지을	서울 중구 을지로15길 5-6 305호	2018. 12. 21.	운영 중단	운영 종료: 2021. 12. 19
을지로 오브	서울 중구 창경궁로5길 31 3층	2018. 2. 23.	운영 중	
중간지점 하나	서울 중구 을지로14길 15 장양빌딩	2018. 3. 2.	운영 중	

이름	주소	개관 시기	운영 여부	비고
	703호			
d/p	서울 종로구 삼일대로 418, 417	2018. 3. 31.	운영 중	
n/a	서울 중구 창경궁로5길 27	2018. 11. 23	운영 중	
드로잉룸	서울 종로구 자하문로7길 68-4 2층	2019. 4. 26.	운영 중	
아트스페이스 이색	서울 종로구 율곡로49-4 1층, 2층	2019. 4. 5.	운영 중	
알렉스룸	중구 을지로 18길 8	2019. 06. 16.	운영 중	
아트룸 블루	서울 중구 을지로20길 16 502호	2020. 5. 15.	운영 중	
pie	서울 중구 을지로3가 271-3 4층	2020. 11. 25.	운영 중	
ps센터	서울 중구 창경궁로5다길 18, 3F	2020	운영 중	
YK Present	서울시 중구 을지로43길 13 대화빌딩 지하1층	2020	운영 중	
필승사	서울 종로구 청계천로 159, 세운상가 라열 435호	2020	운영 중	
플루리 포텐트 아트스페이스	서울특별시 종로구 효자로9길 30	2020	운영 중	
빈칸(을지로)	서울 중구 수표로 48-12, 202호	2020. 1. 8.	운영 중단	운영 종료: 2023. 12. 28.
뮤지엄헤드	서울 종로구 계동길 84-3, 1층	2020. 12.	운영 중	
카다로그	서울 중구 수표로 58-1 3층	2021. 5. 28.	운영 중	
원드밀	서울시 용산구 원효로 13, 지하 2층	2021.2	운영 중	
상업화랑(용산)	서울 용산구 청파동3가 130-13	2021. 7.	운영 중	
스페이스 미라주	서울 중구 을지로 130-1 401호	2022. 11. 24.	운영 중	
스페이스 유닛4	서울 중구 을지로 143 4층	2022. 10.12.	운영 중	
YPC SPACE	서울특별시 중구 퇴계로 258 4층	2022	운영 중	
FinalFrontier	서울 종로구 청계천로 159, 세운상가 바열 325호	2022	운영 중	
그블루 갤러리	서울 중구 충무로5길 2 3층 302호,	2022. 6.	운영 중	
실린더2	서울시 용산구 한강대로 48길 24	2023. 5. 20.	운영 중	
인터럼	서울시 중구 퇴계로 263, 2층	2023. 9.	운영 중	

작은연구 좋은서울 2024-07

서울 내 시각예술지구 활성화를 위한 연구 :
을지로를 중심으로

발행인 오 균

발행일 2024년 12월 20일

발행처 서울연구원

비매품

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

이 출판물의 판권은 서울연구원에 속합니다.

비매품