

문화소비공간으로서 삼청동의 부상: 갤러리 호황과 서울시 도심 재활성화 전략에 대한 비판적 성찰

김 학 희*

The Rise of Samcheong-dong as a Cultural Consumption Space: Critical Reflections on Art Gallery Boom and Urban Regeneration Strategy of Seoul

Hakhee Kim*

요약: 본 논문은 최근 강북의 새로운 관광 명소로 부상하고 있는 삼청동을 사례 지역으로 하여 낙후된 도심 지역이 복합적 문화소비공간으로 새로운 정체성을 형성해가는 과정을 살펴보고, 삼청동 지역의 변화를 아트 갤러리 호황과 서울시 도심 재활성화 정책과 관련시켜 설명하였다. 또한 서울의 도심 재활성화 전략을 지속가능성 측면에서 비판적으로 고찰하고, 갤러리 입지 및 현대 미술의 특성을 중심으로 외국의 사례와 비교함으로써 보다 입체적인 분석을 시도하였다. 삼청동 일대의 갤러리들은 집적의 효과, 도시개발 정책, 미술시장의 특성, 언론 및 관련 기관과의 접근성을 고려하여 입지를 결정하는 경향이 있으며, 외식 산업 및 창의적 소매업의 활성화에 기여하였다. 소비 트렌드의 변화, 언론 및 인터넷 매체의 홍보로 인해 삼청동 지역의 상업화가 급속하게 진행되면서 삼청동 일대의 영세한 갤러리들은 임대료의 급격한 상승으로 운영에 어려움을 겪게 되고 폐업, 이전하거나 복합 문화소비공간으로 변모하게 된다. 서울시의 도심 재창조 프로젝트에서도 삼청동 지역의 갤러리와 음식, 패션, 카페 등의 문화소비공간은 중요한 관광자원으로 인식되고 있지만, 다양한 성격의 방문자들이 삼청동의 이미지와 장소성을 소비하는 가운데 갤러리, 한옥 같은 핵심적인 문화관광자원은 그 진정성이 소실되어 가고 있다.

주요어: 문화소비공간, 갤러리, 도심 재활성화, 서울, 관광.

Abstract: This paper investigates the process of creating a new identity out of a derelict and old urban centre called Samcheong-dong, and turning it into an emerging cultural consumption space focusing on the recent art gallery boom and urban regeneration strategy of Seoul. The locational characteristics of art galleries in Samcheong-dong and its neighbourhood reflect the importance of several factors including, an agglomeration effect, urban cultural policy, art market trends and accessibility to the media and art-related organizations. Art galleries, the frontier of such urban regenerations, seem to face severe challenges due to rapid commercialization and succeeding high rents. As a result, small galleries have no choice of being priced out or being transformed into multi-consumption spaces such as cafés or art craft shops. The Metropolitan Seoul government's attempts to develop art galleries, restaurants, cafés and fashion shops in Samcheong-dong as main attractions to entertain various visitors from home and abroad are examined. Further, the ways in which the 'placeness' and the image of Samcheong-dong are consumed by domestic and international tourists are considered. However, critical reflections of recent changes in Samcheong-dong reveal that the authenticity of cultural/touristic assets such as art galleries and Korean traditional houses called Hanok in Samcheong-dong are deteriorating.

Key Words: Cultural Consumption Space, Art Gallery, Urban Regeneration, Seoul, Tourism.

1. 서론: 도시와 미술

21세기 '문화와 감성의 시대'를 맞아 기업의 가치 창출과 국가경쟁력의 결정 요소로 디자인과 예술은

새로운 화두로 부상하고 있다(Rantisi and Leslie, 2006; Venkatesh and Meamber, 2006). 또한 상징 경제에서 기업들은 디자인과 브랜드 가치를 마케팅에서 중요한 요소로 인식하고 제품 디자인과 매장 인테리어

* 런던대학교 교육대학원 지리교육과 전임연구원(Research Associate, Department of Geography Education, Institute of Education, University of London, h.kim@ioe.ac.uk)

리어에 예술적 가치를 도입함으로써 차별화를 시도하고 있다(이규현, 2006; 홍성용, 2007; Twitchell, 2002). 도시 및 지방정부에서도 도시 간 치열한 경쟁에서 생존하기 위해 문화와 예술의 역할에 주목하고 있는데, 특히 미술 분야는 구체적인 장소 및 도시 공간과의 관련성이 매우 높다는 점에서 음악, 연극, 무용 등 다른 예술 장르와 차별화된다. 즉, 예술가는 자신이 거주하고 활동하는 지역의 특성에 주목하여 그림이나 조각, 미디어 아트 등 다양한 작품을 창작하고 자신의 예술 작품 전시를 위해 미술관과 갤러리 등의 구체적인 공간을 필요로 한다. 나아가 현대 미술 작품에서는 전시 장소의 맥락이 중요하게 작용하고 특히 공공미술의 경우 기존 전시 공간을 벗어나 도시의 일상생활공간에 설치되기도 한다(박상미, 2004). 뉴욕, 런던, 파리와 같은 기존 상위계층의 세계 문화 도시뿐 아니라 빌바오(Bilbao), 리버풀(Liverpool)과 같은 서구의 지방 중소도시에서도 미술관 건립과 공공미술을 통해 도시 이미지 제고, 관광 및 문화 산업 성장, 낙후된 도시의 재생 등 다양한 효과를 창출하고 있으며(Evans, 1996; Plaza, 2006; Vicario and Monje, 2003), 현대 미술 전시는 단순한 시각적 볼거리를 넘어 사회, 역사적으로 중요한 사건들을 해석하고, 이를 바탕으로 대중의 사회적 인식이나 미의식을 재구성하는 역할까지 담당하기도 한다(Deutsche, 1996; Venkatesh and Meamber, 2006).

뉴욕에서도 미술 관련 산업은 도시의 경제적 부흥에 기여하고 뉴욕 시민의 정체성을 고양하는 중요한 수단으로 인정받고 있으며, 맨해튼에만 메트로폴리탄 미술관, 뉴욕현대미술관, 구겐하임미술관, 휘트니미술관 등 100여 개의 미술관과 박물관, 500개 이상의 상업 갤러리들이 존재한다(박파랑, 2003; 이규현, 2006). 특히 상업 갤러리로 시작한 뉴욕 구겐하임 미술관은 제2차 세계 대전 이후 세계 미술의 주도권이 파리에서 뉴욕으로 이전하는데 주도적인 역할을 담당했으며, 도시의 이미지를 제고하고 시민들의 문화적 수준을 높이는 데 기여하고 있다는 평가이다(Grosenick and Stange, 2005). 런던에서도 미술관과 갤러리는 도시 경제와 문화에 중요한 역할을 담당하고 있으며, 'yBa(Young British Artists)'와 같은 혁신적이고 창조적인 젊은 영국의 아티스트들은 런던을 세계 미술 시장의 중심지로 부상하는데 큰 기여를 하였고, 'yBa'의 성공과 영국 현대 미술의 활황으로 런던의

갤러리 숫자도 급격하게 증가하였다.¹⁾ 실제로 'yBa'는 혁신적인 아이디어와 아방가르드 예술가들의 작품을 통해 뉴욕, 파리, 베를린, 뒤셀도르프와 같은 도시에 밀려 침체되어 있던 영국 미술계에 활기를 주었고, 영국 미술 비즈니스의 보수적인 분위기와 부유한 컬렉터의 무관심을 반전시키고 미술사의 새로운 장르를 개척하였다(While, 2003; Grosenick and Stange, 2005). 특히, 연예인과 같이 언론의 주목을 받는 신진 예술가들과 이를 지원하는 갤러리들의 활약은 런던 동부의 낙후된 Hoxton/Shoreditch 지역의 도심 재 활성화, 젠트리피케이션에도 영향을 끼쳤다(Artfield, 1999; While, 2003).

최근 세계 미술시장은 빠르게 성장하고 있는 미술관이나 갤러리와 같은 물리적 전시 공간 외에도 비엔날레나 아트페어(Art Fair) 같은 미술 관련 이벤트는 도시 경제에 새로운 활력을 부여한다. 세계 3대 아트페어로 꼽히는 바젤·뮌헨·시카고 아트페어를 비롯해 베를린·프랑크푸르트·피아(FIAC:파리)·샌프란시스코·스톡홀름·밀라노·멜버른 아트페어, 아트마이애미, 아트 팜비치, 아르코(Arco: 마드리드) 등은 세계 각국의 도시에서 경쟁적으로 개최되고 있다(박파랑, 2003; 최병식, 1999). 아트페어는 국제적 초월한 판매망 확충과 새로운 시장의 개척을 위해 한 장소에서 세계 각국의 다양한 갤러리들이 모여 4,5일간의 집단 전시를 통해 작품을 판매하는 방식으로 운영되는 대규모 전시회인데, 미술 애호가를 위한 다양한 볼거리와 미술전문인들을 위한 파티가 풍부하게 제공되는 일종의 미술 축제이기도 하다. 아트페어를 통해 유명 미술관의 관장, 큐레이터를 비롯한 미술관 및 갤러리 관계자, 아트 딜러, 기업 및 개인 컬렉터, 언론인 등 미술과 관련된 다양한 계층의 사람들이 최신 정보를 교환하고 국제적인 네트워크를 구축할 뿐 아니라 개최 도시에는 주최 측의 기본 인력부터 통역, 물류, 국내외 운송에 관련된 업체, 숙박업체, 중장비 업체 등이 연계되어 다양한 고용 창출 효과를 발생시킨다(박파랑, 2003).

한편 쇼핑몰, 브랜드 스토어, 바와 레스토랑과 같이 최신의 생활양식(lifestyle)을 반영하는 도시 내부의 세련된 소비공간, 극장, 박물관, 미술관과 갤러리를 비롯한 문화·예술공간, 호텔, 야외공원, 테마파크 같은 체험·여가공간은 글로벌 경쟁에서 도시경제·문화를 상징하는 아이콘이 될 뿐 아니라 창조경제의 원동력,

즐거움과 편의성을 제공하는 복합 문화소비공간, 재충전의 휴식공간으로 주목 받고 있다(Mikunda, 2004; Zukin, 1998). 특히, 갤러리는 공공 미술관보다 규모와 영향력은 적지만, 역동적인 미술 시장에서 주도적인 역할을 담당하고 제3의 공간으로서 트렌드의 변화에 민감하게 반응하며 세련된 건축물로 도시 미관을 향상시키는 기능이 있다(Grosenick and Stange, 2005; Mikunda, 2004). 또한 시장 경제체제에서 예술 작품의 생산자와 소비자를 연결시키고 작품의 의미를 소통시키기 위한 전시를 기획하고 미술 관련자들이 모여 작품에 대한 담론을 생성하는 공간을 제공할 뿐 아니라 대중에게 문화 및 휴식 공간을 제공하는 공적인 기능도 담당한다(Fopp, 1997).

본 논문에서는 최근 서울 도심의 새로운 문화 소비 공간으로 급부상하고 있는 삼청동을 사례 지역으로 하여²⁾ 창조·체험 경제에서 한 지역이 문화소비공간으로 새로운 정체성을 형성해가는 과정을 살펴보고, 특히 이 지역의 변화를 갤러리 호황과 서울시 도심 재활성화 전략과 관련시켜 설명하고자 한다. '특정 장소나 공간에 부여된 의미가 시간의 흐름에 따라 어떤 모습으로 변화하는가, 그리고 상이한 의미가 어떤 방식으로 서로 경합하는가' 하는 문제는 공간의 사회적 생산과 문화 소비의 관점을 통해 구체화될 수 있으며, 2000년대 들어 급증한 삼청동 일대의 갤러리의 입지 요인을 규명하고 지역 변화에 끼친 영향을 살펴보는 것은 그 동안 주목 받지 못했던 우리나라의 예술 공간의 특성을 이해하는데 도움이 될 수 있을 것이다. 또한 서울시의 도심 재활성화 전략을 지속가능성 측면에서 비판적으로 성찰하고, 갤러리 입지 및 현대 미술의 특성을 중심으로 외국의 사례와 비교함으로써 보다 입체적인 분석을 시도하고자 한다.

2. 사례 지역 및 연구 방법

중장년층에게 '삼청각', '수제비집', '총리공관', '삼청 교육대' 등 정적이고 보수적인 이미지로 기억되던 삼청동은 젊은 세대와 트렌드에 민감한 사람들에게는 갤러리, 패션 숍, 와인바, 퓨전 레스토랑이 밀집된 '강북의 청담동'으로 인식되고 있다. 서울의 도시에 인접한 낙후된 전통 주거 지역이었던 종로구 삼청동 일대에 미술관과 갤러리가 입지하고 카페나 레스

토랑, 패션 숍이 급속도로 증가하면서 삼청동은 새로운 문화소비공간, 집처럼 편안하게 연출된 '제3의 공간'으로 변모하고 있는 것이다(Mikunda, 2004). 실제로 2006년 이후 유명 연예인들이나 문화계 인사들은 언론 매체와의 인터뷰 장소로 삼청동의 카페를 주로 이용하고 있으며, 방송사들이나 영상 매체들은 각종 뮤직 비디오나 드라마, 영화의 촬영 장소로 삼청동을 선택하고 있다. 하지만, 삼청동을 포함한 북촌 일대는 거리에서 조금만 골목으로 들어서면 수십 년 전으로 거슬러 올라가 있는 착각을 불러일으키는 낡은 한옥이 밀집된 주거보존지구이기도 하다.

박삼옥(2006)은 지식정보사회에서 통합적·통시적 사고의 중요성을 강조하고 지리학 연구에서 지역 변화를 단순히 경제 환경 또는 문화와 같은 별개의 관점으로 접근하기 보다는 자연환경, 문화, 경제, 정치, 사회적 관계 등이 상호 진화하는 과정에서 나타나는 변화로 이해하고 지역·국가·세계적 차원의 다양한 지역규모의 연구를 수행할 것을 제안하였다. 또한 신경계공간의 역동성을 효과적으로 포착하기 위하여 단순히 통계자료에 의존하기 보다는 심층 면담조사와 참여관찰법을 적극적으로 도입할 뿐 아니라 신경계공간의 형성 과정에 주목하고 상호진화과정에 대한 분석을 강화할 필요가 있다고 역설하였다(박삼옥, 2006, 650-651). 다양한 역사·문화·상징적 공간들이 중첩된 삼청동의 변화 과정을 이해하기 위해서는 기존 도시 지리의 양적인 접근 방식, 경제 중심 사고에서 벗어나 다양한 관점과 스케일에서 바라볼 필요가 있다. 수치화할 수 있고 객관화할 수 있는 실증 자료에 의존하여 삼청동 지역의 변화를 규명하는 것은 이 지역의 풍부하고 다양한 문화적 의미를 희석시킬 우려가 있다. 이경옥·이금숙의 연구(2006)는 삼청동 인근의 창의적 소매점 입지 요인을 북촌의 장소성과 문화 경제의 특성과 관련시켜 설명하였으나, 이 지역의 문화 자본으로서 한옥과 미술관을 평면적으로 기술하고 공급자 중심의 분석에 치중하였다는 한계를 지닌다. 본 연구에서는 갤러리의 집적 요인을 사업체 규모 및 종사자수, 매출·거래액, 지가·임대료 등과 같은 통계 자료나 경제 수치에 초점을 맞춰 분석하기보다는 미술 비즈니스의 특성, 소비문화 트렌드와 같은 문화적 관점을 통해 해석해 보고자 한다. 특히 갤러리의 집적 현상과 연계된 패션 숍이나 카페, 레스토랑과 같은 새로운 문화소비공간의 확산 현상에 주목함으로써

포스트모던 사회에서 이미지, 상징, 감성, 사치, 욕망, 소비자의 취향이 장소의 정체성을 형성하고 변화시키는 과정을 탐색하고자 한다. 참여관찰을 통한 미시적 분석과 함께 서울시 도시 정책의 변화, 세계화로 인한 도시 간 경쟁의 관점으로 스케일을 확장한다면, 특정 지역의 변화를 보다 입체적으로 규명할 수 있을 것으로 기대한다.

창의적 수제품을 생산·판매하는 소매점들이 삼청동을 포함한 북촌 일대에서 독특한 문화경제 경관을 형성해가는 현상에 주목하고 그 입지요인을 분석한 이경옥·이금숙의 연구(2006)에 의하면, 이들 소매업주들은 고학력으로 일부는 외국에서 디자인을 공부한 경험이 있으며, 조선왕조의 고궁·전통 한옥 등 다양한 역사적 문화재 뿐 아니라 미술관·갤러리 같은 현대 문화·예술 시설을 이 지역의 장소성에 기여하는 중요한 문화자본으로 인식하였다. 특히, 창의적 문화 상품을 소량 생산하여 부가가치를 창출하는 과정에서 미술관이 중요한 역할을 하고 있다고 보았는데, 그 증거로 1995년 현대갤러리가 사간동에 이전하면서 부티크(boutique)가 처음 생겨났고 삼청동 인근 지역에 미술관과 관련 산업체가 등장하면서 수공예(craft) 상점과 부티크 관련 상점이 2003년 이후 급속하게 증가한 사례를 들고 있다(이경옥·이금숙, 2006). 즉, 창의적 소매업자들이 북촌 지역을 문화적 자산이 풍부한 곳으로 인식하는데 미술관과 갤러리가 긍정적으로 작용하였다는 해석이다. 그렇다면, 창의적 소매업의 확산을 촉진한 미술관과 갤러리가 처음 삼청동에 입지한 요인은 무엇일까? 또한 삼청동 지역이 카페, 음식점, 패션 상점이 밀집된 문화 소비 공간으로 부상하는 과정에서 미술관과 갤러리는 구체적으로 어떤 역할을 담당하였을까?

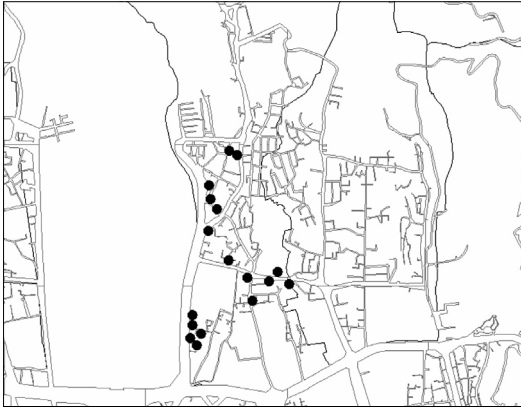
본 연구를 위해 삼청동 지역에 대한 기존 문헌과 연구 자료를 중심으로 역사적 변천 과정을 고찰하고, 2005년부터 2006년 7월까지 삼청동의 변화와 방문자의 특성을 참여 관찰하였다. 특히 삼청동 일대 갤러리 집적 현상을 분석하기 위해 미술관 및 갤러리 관장·큐레이터를 대상으로 설문 조사와 심층 면담을 실시하였으며, 삼청동 주민, 레스토랑이나 와인바 경영자, 패션·액세서리숍 운영자, 부동산업 종사자와 반구조화된 심층 면담을 실시하였다. 이외에도 서울시 도시 개발 정책과 관련된 연구와 언론 보도 자료를 분석하였고, 외국의 갤러리 밀집 지역 및 도시 예술·

문화 정책 사례를 수집하였다. 한편, 1990년대 초반 미술계의 활황이 강남 일대를 배경으로 확산되면서 청담동 일대에 상업 갤러리가 폭발적으로 증가한 시기가 있었으나 이러한 청담동 지역의 갤러리 호황은 지속되지 못했으며, '갤러리 입지 주기 순환 이론'의 가능성을 모색해 볼 수 있을 정도로 특정 지역의 갤러리 호황은 주기적이고 휘발성이 매우 강하다(Kim, 2007). 청담동의 갤러리들이 전성기를 누렸던 1990년대 초반 그 집적 요인이나 배경에 대한 자료나 연구가 부재하기 때문에 당시 상황은 면담 자료를 통해 유추할 수밖에 없지만, 분명한 것은 '청담동 시대'라고 불릴 만큼 당시 청담동 지역의 특성이 갤러리가 급증하는 데 있어 결정적인 영향을 끼쳤다는 것은 분명해 보인다. 이러한 맥락에서 2000대 중반 삼청동의 갤러리 호황과 집적 요인에 대한 미시적 연구는 문화 경제의 발현 조건과 문화소비공간의 확산 과정을 이해하는데 실증적인 자료로 활용될 수 있을 것이다.

3. 미술 중심지 삼청동의 형성: 갤러리 입지 요인 분석

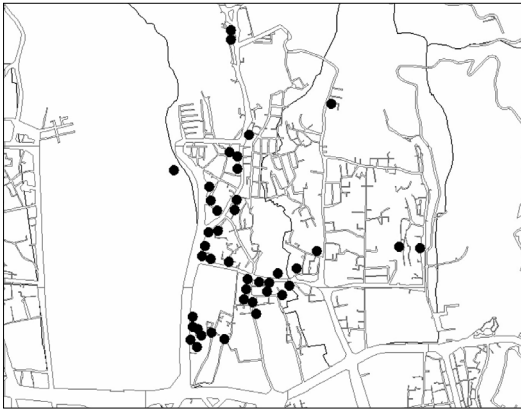
1) 갤러리 집적지역의 형성

미술관은 정식 기관으로 법적 요건이 충족되어야 개관할 수 있지만, 갤러리는 누구나 쉽게 시작할 수 있다.³⁾ 진입장벽이 낮기 때문에 개관이 쉽지만, 또한 언제라도 쉽게 폐관할 수 있기 때문에 특정 시점에서 정확한 갤러리의 수를 파악하는 것은 매우 어렵다(2006년 여름 김달진 소장과의 인터뷰). 또한 갤러리가 아트샵, 레스토랑, 카페, 공예점의 기능을 겸하게 되면 아트 갤러리로서 정체성을 명확하게 구별하기가 더욱 어려워진다. 현재 2006년 7월을 기준으로 사간동, 화동, 가회동을 포함한 삼청동 일대에는 44개의 미술관과 갤러리가 입지하고 있다. 삼청동 일대에 미술관이나 갤러리가 이전·개관한 시기를 분석해 보면 국제갤러리가 1982년 처음 개관한 이후, 1990년대 월전미술관, 한국불교미술박물관, 국립민속박물관이 들어섰다. 1995년 갤러리현대가 인사동에서 이 곳으로 이전하였고, 2000년대 전후하여 많은 미술관과 갤러리가 본격적으로 입지하기 시작하였다. 2006년 서울시내 전시 공간 변화 현황을 조사한 결과에 따르면 신



출처: 서울아트가이드 2002년 7월호 자료에 근거하여 작성한 것임.

그림 1. 2002년 삼청동 미술관 및 갤러리 분포



출처: 서울아트가이드 2006년 7월호 자료와 실제 조사결과에 근거하여 작성한 것임.

그림 2. 2006년 삼청동 미술관 및 갤러리 분포

설된 미술관, 화랑, 대안공간, 카페갤러리는 모두 63 곳으로 최근 8년간 가장 많았으며⁴⁾ 이 중 종로구가 32곳으로 신설 공간의 절반 이상을 차지하고 있다. 특히 주민 4500명에 불과한 삼청동과 인근 지역에만 2006년 9곳의 미술관과 갤러리가 개관하여 삼청동 일대가 서울의 핵심 화랑가로 부상하고 있음을 보여 준다(김달진미술연구소, 2006).

특히 2005년부터 2006년 7월까지 1년 7개월 동안 18개 갤러리가 문을 열고 갤러리현대와 학교재가 공동 설립한 'K옥션' 등 경매회사가 위치하면서 삼청동 일대가 새로운 미술 시장의 중심지로 급격하게 부상하고 있음을 확인할 수 있다. 2005년 강남구 삼성동에 있던 라틴 미술 전문화랑 갤러리베아르페가 사간동으로, 인사동에서 있던 이화익갤러리가 감고당길로 이전하였고, 인사동의 선화랑은 갤러리선컨템포리를 사간동 분점 형태로 신설했다. 또한 기존 가모갤러리 자리에 김현주갤러리가 새로 개관하고 공근혜갤러리는 논현동 갤러리더블유에서 이름을 바꿔 팔판동으로 이전하였으며, 천안 아라리오 갤러리가 사간동 옛 목욕탕 자리에 지상 2층 80여평 규모의 서울점을 개관하는 등 삼청동 일대에 갤러리가 급증하기 시작한다. 수치상으로는 아직도 인사동에 가장 많은 갤러리 및 전시공간이 존재하지만, 인사동 갤러리들이 카페와 같은 상업 공간을 겸하거나 대관 위주로 운영하면서 미술 시장에 이들의 영향력이 축소되고 있는 반면 사간동·삼청동 일대의 갤러리들은 다양한 기획 전시로 미술계 흐름을 주도하는 가운데 서울의 새로운 아트 클러스터로 부상하고 있다고 해석할 수 있다.

표 1. 설립 및 이전시기로 구분한 삼청동 미술관 및 갤러리(2006년 7월 현재)

설립 및 이전년도	미술관 및 갤러리	수(비율)
1990년대 이전	국제갤러리, 예맥화랑	2 (4.5%)
1991-1995년	월전미술관, 한국불교미술박물관, 국립민속박물관, 갤러리현대	4 (9.1%)
1996-2000년	인사미술공간, 학교재, 아트선재센터, 빛갤러리, 금호미술관, 갤러리인, 갤러리울, 갤러리사간	8 (18.2%)
2001-2002년	가진화랑, 갤러리대아, 갤러리도올, 갤러리빔, 드루아트스페이스, 스페이스아침, PKM갤러리	7 (15.9%)
2003-2004년	갤러리마노, 갤러리조선, 갤러리진선, 아트파크, 운보갤러리	5 (11.4%)
2005-2006년	갤러리다다, 갤러리베아르페, 이화익갤러리, 갤러리선컨템포러리, 갤러리안, 갤러리온, 갤러리피프틴, 김현주갤러리, 람아트바자, 북촌미술관, 원앤제이, 공근혜갤러리, 아라리오서울, 갤러리락, 갤러리담, 갤러리안단테, 갤러리주, 갤러리영	18 (40.9%)
총 계		44 (100%)

출처: 설문조사 자료와 문헌 자료에 근거하여 작성.

2) 갤러리 입지 요인: 미술시장, 언론, 개발정책

그렇다면 비교적 짧은 기간에 삼청동 일대에 많은 미술관과 갤러리가 밀집하게 된 요인이 무엇일까? 갤러리 입지 요인을 파악하기 위한 설문지는 갤러리 평수, 위치, 건물 소유 관계, 임대료, 운영 방식, 개관 시기, 삼청동에 입지를 결정한 이유, 삼청동 지역에 대한 만족도 및 향후 이전 계획, 갤러리의 성공적 운영을 위한 요인 등의 문항으로 구성되었다. 하지만 대부분의 갤러리 관계자들은 갤러리 평수나 임대료, 건물 소유주 등의 문항에 대해 민감한 반응을 보였고 기타 항목에서도 정확한 답변을 거부하는 경우가 많았다. 미술품 양도세 부과에 대한 미술계의 집단적인 대응에서 보듯 갤러리의 거래 금액이나 정확한 운영비용 등은 외부에 공개하기 어렵다는 입장이었고, 특히 대형화랑 일수록 건물소유 관계나 임대료를 공개하는데 강한 거부감을 나타내었다. 따라서 설문지 조사 외에 심층 면담 자료를 통해 얻은 정보를 통해 보완할 수밖에 없었다.

갤러리는 운영 방식에 따라 순수기획화랑, 즉 인기 작가나 유망작가를 발굴해 전시하고 컬렉터를 중심으로 비즈니스 거래를 하는 화랑, 전시 장소를 빌려주지만 하는 대관 위주의 화랑, 컬렉터나 순수화랑과 거래를 취하는 화랑, 출입처를 알 수 없는 그림을 파는 숨개념의 화랑, 카페나 액세서리 판매를 겸하는 복합문화공간 등 다양한 양상을 띤다. 극소수의 기획 화랑이 국내 미술계를 이끌어가고 있으며, 새로운 작가를 발굴해 기획전을 열어주고 이들 작가와 전속계약을 맺는데, 전속 작가에게는 일정 수준의 생활 유지비를 제공하기도 한다(최병식, 1999). 작품판매 수익은 보통 신진 작가의 경우 5:5, 중진 작가의 경우 6:4, 인기있는 원로 작가의 경우 7:3으로 작품 판매 수입을 배분한다(2006년 K갤러리 관장과의 인터뷰).

“우리나라에 전속작가 개념이 없다고 봐요. 화랑이란 작가는 공생관계여야 하는데... 키워놓아서 좀 유명해진다 싶으면 대형화랑으로 바로 옮겨 버리고, 인쇄물 찍고 언론사에 홍보하고 투자 많이 했는데... 배신감 느끼죠. (K갤러리 관장).”

갤러리는 외양은 화려해 보이지만 컬렉터·비평가·언론과의 네트워크, 신인작가 발굴, 예술에 대한 안목, 판단력을 비롯하여 고도의 비즈니스 감각이 필

요한 업종으로, 특히 불황을 견디기 위해서는 탄탄한 자본력을 갖춰야 한다(최병식, 1999). 기업 총수의 부인이 갤러리 운영에 관여하는 경우가 많은 것도 세금 혜택을 받기 쉬고 문화적 안목을 높일 수 있다는 현실적인 계산 외에 높은 초기 투자비와 운영비로 인해 갤러리 운영을 일종의 사회 환원 차원으로 보는 인식 때문이라고 해석할 수 있다. 전반적으로 삼청동 일대에 입지한 갤러리들은 2002년을 기준으로 갤러리의 성격과 입지 요인이 변화하는 양상을 보인다. 우선 갤러리의 규모를 보면, 2002년 이전에 개관하거나 이전한 전시 공간은 국제갤러리, 갤러리현대, 금호미술관, 아트선재센터, 갤러리 사간, PKM갤러리 등 비교적 규모가 크고 기획 전시위주의 운영으로 미술계에서 주도적인 영향력을 행사하는 경우가 많았다. 반면, 2005년 이후 삼청동 일대에 개관한 갤러리의 경우 갤러리선컨템포러리와 아라리오서울을 제외하면 상대적으로 규모가 작고 영세한 신진 갤러리들로 대관 위주의 운영을 하거나 복합 문화 공간을 표방하는 경우가 많았다. 물론 부침이 심한 미술계에서 생존하기 위해서는 막강한 자본력과 특별한 기획력이 필요하다는 현실을 고려할 때 기업의 지원을 받거나 건물을 소유한 대형 갤러리들은 소형 갤러리보다 오랜 역사를 보유하기에 보다 유리한 입장일 수밖에 없다.

기획전시 위주의 갤러리는 기본적으로 작품을 보관하고 전시하기 위해 여유로운 공간을 필요로 한다(양형모·김용승, 2005). 또한 독특한 간판과 기존 건물과는 차별화된 디자인, 세련되고 깔끔한 인테리어와 개방감을 느낄 수 있는 공간 구성이 추가적으로 요구된다. 높은 초기 투자비용에 비해 단기간에 수익이 창출되기 어려운 구조로 갤러리 관장이 건물을 소유하지 않았을 경우에는 임대료의 상승에 취약할 수밖에 없다. 따라서 뉴욕과 런던과 같은 대도시에서 갤러리는 넓은 전시 공간을 확보하기 위해 지대가 높은 상업 공간에 위치하기 보다는 예술가촌이나 허름한 공업지대에 위치하는 경우가 많다(Grosenick and Stange, 2005; Wedd, 2001). 낮은 임대료는 젊고 창의성이 풍부한 예술가가 자신만의 공간에서 다양한 실험을 수행할 수 있는 기반이 되고 예술가들과의 관계를 증시하는 갤러리들도 이들을 좇아 낙후된 지역에 입지하게 된다(Kostelanetz, 2003). 넓은 창고와 높은 천장을 가진 작업 공간, 다용도의 넓은 가옥 등은 예술가들에게 활기찬 실험과 인큐베이션 지대(incubation

zone)를 제공하고, 예술가의 활약으로 어둡고 지저분한 도시의 슬럼가는 문화적, 예술적 활기를 띠게 된다(Zukin, 1982). 2000년대 초반 이전에 개관하여 현재까지 살아남은 메이저 갤러리의 경우 넓은 전시실과 수장고·주차장 등의 부대 공간을 확보하고 한적한 분위기에서 갤러리를 운영하기 위해 삼청동을 선택한 경우가 많았다. 1995년 인사동에서 이전한 현대 갤러리의 경우에도 작품을 보관하고 전시하기 위한 보다 넓은 공간을 찾아 사간동에 입지를 결정했고, 종로구 인사동에 있던 학교재나 종로구 관훈동에 있던 금호미술관도 이 지역으로 이전하면서 전시 및 다양한 용도로 활용될 수 있는 공간을 추가로 확보하였다(2006년 여름 관계자 인터뷰 자료).

이외에도 우리나라 미술시장의 역사와 함께 성장한 메이저 화랑인 국제갤러리와 1990년대 중반 설립된 국립민속박물관이 인접해 있다는 점도 2000년대 초반 기획전시 위주의 갤러리들이 삼청동 일대에 입지를 결정하고 갤러리 클러스터를 형성하는 요인으로 작용하였을 것으로 추측된다. 집적의 효과는 미술계의 관행이나 비즈니스 특성과 관련시켜 해석해 볼 수 있는데, 휘발성이 강한 미술 시장에서 생존하기 위해서는 갤러리들이 집적을 통해 정보를 공유하고 트렌드 변화에 대응하는 전략을 구사하게 된다(Kim, 2007). 또한, 영국의 yBa 성공의 배경에는 작품의 참신성과 더불어 언론 및 시장과 적극적으로 소통하는 전략이 주효했다는 점이 부각되면서 작품 및 전시의도를 홍보하고 갤러리의 위상을 높이는 언론 매체의 역할이 더욱 중요해지고 있다(While, 2003). 우리나라에서도 언론의 홍보 기사나 미술 잡지의 평론이 잘 팔리는 작품의 경향이나 작가의 위상을 결정하는 경우가 많다는 것이 업계의 분석이다(박파랑, 2003, 142-144). 미술관이나 갤러리의 큐레이터들은 카탈로그를 제작·발송하고 전시장에 작품을 디스플레이하고 작품을 판매하는 역할을 수행하지만 무엇보다 중요한 것은 기자 간담회를 위해 보도 자료를 작성하고 미술관련 잡지나 언론 문화부 기자들과 좋은 관계를 유지하여 호의적인 기사나 평론이 실리도록 하는 일이라고 인식하고 있었다. 삼청동이 주요 일간신문의 본사와 가까운 거리에 위치하고 있다는 점, 또 인근에 화랑 협회가 입지하고 있다는 점이 갤러리 관계자들에게는 입지 선정 과정에서 긍정적으로 작용하고 있음을 설문조사와 인터뷰를 통해 확인할 수 있었다.

“언론에서 어떻게 다뤄주느냐가 중요해요. 문화부 기자들에게 잘 보여야 기사가 좋게 나가니까. 이 동네에서는 언론 매체의 영향력이 절대적이에요. 강남의 청담동보다 여기는 바른 기자들 부르기가 더 미안하죠(여, 20대 큐레이터)”.

예술 관련 협회나 기관, 문화관광부, 신문·잡지사 같은 언론 매체와 가까운 곳에 입지해 있는 것은 갤러리의 위상을 제공하고 예술 작품의 판매를 촉진하는데 도움이 될 것이라는 인식과 함께 서울의 도심 재활성화 전략의 일환으로 국립 현대 미술관 분관이 예전 국군기무사 자리에 설립될지도 모른다는 소문이 확산되면서, 갤러리 관계자들에게 삼청동 지역은 더욱 매력적인 투자 지역으로 부각된 듯 하다. 특히, 2005년 이후 개관한 갤러리들은 한옥이나 복촌의 독특한 경관 외에도 국립현대미술관의 서울 분관 건립 소문이나 서울시의 문화벨트 조성 계획 등 향후 정부나 공공기관의 지원에 대한 기대가 중요한 입지 결정 요인으로 작용하였다고 응답했다. 특히 2006년 이후 집중된 언론 매체의 미술 중심지로서 삼청동 지역에 대한 호의적인 소개 기사도 삼청동의 활성화에 긍정적으로 작용했음을 확인할 수 있었다. 삼청동의 독특한 관광 문화 자원에 대한 언론 매체의 보도는 삼청동을 미술 중심지, 독특한 문화소비공간으로 지역 이미지를 구축하는데 도움이 되었다는 것이다.

4. 문화소비공간 삼청동의 부상

1) 언론이 기획한 대중적 복합문화상품

2006년 이후 삼청동은 대대적인 언론의 홍보와 인터넷, 블로그 등 개인 매체의 호응에 의해 갤러리가 밀집된 미술 동네에서 쇼핑, 외식, 레저를 즐길 수 있는 문화소비공간으로 의미가 급속히 확장되기 시작했다(국민일보, 2006년 4월 2일자; 동아일보 2006년 12월 15일자; 매일경제 2006년 3월 10일자; 이코노미리뷰 2007년 2월 1일자; 중앙일보 2006년 5월 11일자; 헤럴드경제 2006년 10월 30일자). 온라인·오프라인 문화 커뮤니티에서 삼청동은 번잡한 시내와는 차별되는 ‘도심 속의 섬’, ‘청담동의 세련됨과 인사동의 전통 그리고 홍대의 독특한 개성이 공존하는 휴식 공간’으로 급부상하게 된다. LG경제연구소는 ‘2007년도 트렌드 예측 보고서’에서 국민소득 2만불 시대

에 접어들면서 '장거리 여행 보다는 도시의 아기자기한 문화를 탐색하는 생활형 여가 상품이 주목 받고, 서울의 홍대 앞, 삼청동, 안국동, 이태원 등 다양한 볼거리와 먹거리를 제공할 수 있는 장소가 도시 탐험가들의 발걸음을 끌 것'으로 전망하였다(김상일·이연수, 2006). 일본에서도 '도쿄 미드타운', '긴자 2번지' 등 도심 관광 상품이 부상하고 도심에서 다양한 이벤트와 체험을 소비하는 새로운 여가 문화가 확산되고 있는 가운데 서울에서도 갤러리와 쇼핑 공간이 밀집된 삼청동 일대가 주요한 도심 관광 코스로 부상하게 된 것이다.

'화랑 거리' '갤러리 거리'. 이것도 옛말입니다. 골목 안으로 한 번 꺾어 들어가 보세요. 세 평, 네 평, 다섯 평짜리 자투리 공간마다 예쁘장한 공방, 개성 만점 레스토랑, 적 봐도 범상찮은 모자가게, 가방가게, 신발가게, 깨물어 주고픈 감쪽한 카페들이 다닥다닥 숨어 있습니다. '강북의 청담동' '나만의 쇼핑거리' '인사동보다 한국적인 인사동' '문화계 인사들의 아지트'. 삼청동의 어깨엔 어느새 이런 다채로운 계급장들이 주루룩 달려 있습니다. 그러니 잠시 짬을 내보세요. 몰라보게 달라진 삼청동이 걷는 재미, 보는 재미, 먹는 재미를 안겨 드립니다. (중앙일보 2006년 11월 16일자)

언론 매체에 의한 삼청동의 갤러리와 문화소비공간에 대한 보도는 매우 호의적이었다(동아일보 2005년 12월 30일자; 매일경제 2006년 3월 10일자; 서울신문 2005년 10월 21일자; 중앙일보 2006년 11월 16일자). 청담동이 넓고 세련된 공간에서 인지도 높은 해외 명품, 고가의 최고급 음식이나 퓨전 음식, 국제 감각의 유명 브랜드로 대표되는 국적없는 고급 소비 공간이라면 삼청동은 작지만 갤러리가 밀집되어 있으며 독특한 개성으로 품격과 분위기를 연출한다며 삼청동의 차별화를 시도한다. 즉, 언론과 인터넷 매체에 의해 '주인이 직접 만든 가정식(home-made) 음식이나 전통을 강조하는 음식, 독특한 인테리어를 갖춘 레스토랑이 주를 이루며 초미니 패션 숍일지라도 디자이너의 독창성을 반영하는 다품종 소량 제품, 수공예 니트, 천연섬유제품, 빈티지 패션 등 개성을 우선시 하는 전략을 추구한다'고 홍보되었다.⁵⁾ 한편, 고가 임대료에 대한 부담과 점포의 대형화 추세로 인해 업종 믹싱 현상이 가속화되는 추세를 반영하여(박중대역, 2001), 삼청동 일대의 디자이너 숍은 단순히 의류만 판매하는 것이 아니라 의상 컨셉과 연계된 각종 액세

서리, 가방, 모자, 신발까지 판매함으로써 통일된 스타일을 창조하여 원스톱(One-stop) 쇼핑 경험을 제공하는 전략을 구사하기도 한다. 이러한 과정을 통해 '갤러리, 패션 숍, 레스토랑, 카페, 골목길'이 어우러진 삼청동은 기념비적 랜드마크(landmark)와 주제가 되는 개념(concept line)을 갖추고 매혹적인 핵심 유인물(core attraction)을 통해 사람들이 계속 움직이도록 하는 전형적인 '제3의 공간'으로서 기능하게 된다(Mikunda, 2004). 삼청동은 단순히 갤러리가 집적된 미술전시 공간, 레스토랑 및 상점이 밀집된 상업 공간이라는 물리적 의미를 넘어 골목길·한옥이 주는 독특한 분위기를 포함한 장소 자체가 소비 대상이 되는 새로운 차원의 '복합문화상품'으로 전환된다.⁶⁾

한편, 삼청동의 정체성의 형성과 변화는 갤러리, 카페, 레스토랑, 패션관련 소매업을 운영하는 사업자뿐 아니라 이 곳을 찾는 다양한 계층의 소비자에 의해서도 이루어진다. 현대사회의 소비는 상품을 구입할 때 그 상품이 갖고 있는 기능적 측면과 사용 가치적 측면만을 구입하는 것이 아니라 그 상품이 갖는 이미지를 소비하는 것이다(Twitchell, 2002). 유사한 방식으로 사람들은 특정 지역의 경관과 장소에 상징과 의미를 주입하며, 공간에 진열된 상품만이 아니라 공간 자체를 소비하게 되고, 그 결과 다양한 사회 계층과 개인은 소비와 생활양식(lifestyle)을 통해 특정 지역의 정체성과 연결될 수 있다(Zukin, 1998). 삼청동에 패밀리 레스토랑이 없다는 사실은 이 곳을 찾는 소비자의 정체성과 취향을 반영한다고 볼 수 있다. 삼청동이 청담동과 마찬가지로 대중교통이 발달되지 않아 패밀리 레스토랑의 주요 입지 조건인 접근성이 낮다는 점과 함께 삼청동을 찾는 고객의 경제적 수준은 'TGIF' 및 'Outback Steak House'와 같은 패밀리 레스토랑의 주요 소비자 계층과 겹치지만 고급 레스토랑과 독특한 카페를 이용함으로써 사생활을 보호받고자 하는 욕망으로 차별화된다. 한편, 구매력 있는 20대 중반-30대 중반의 직장 여성들은 여유롭고 조용한 분위기, 한국적인 전통을 지닌 삼청동 레스토랑과 카페에서 외식을 하고 삼청동의 분위기를 체험함으로써 신촌이나 종로를 근거지로 소비하는 가난한 대학생들과 '구별 짓기(distinction)' 할 수 있다고 언론에 의해 소개된다(한경비즈니스, 2007년 1월 15일자). 실제로 외국 생활을 경험하고 미술관 및 갤러리를 통한 문화생활에 대한 욕구가 강한 직장 여성들을 중심으로 퇴근 후

나 주말의 짧은 휴식 시간을 이용하여 갤러리를 방문하고 근처의 레스토랑이나 카페에서 직장 또는 업계의 동료들을 만나 식사를 함께 하는 생활방식은 삼청동이라는 소비 공간과 잘 어울린다.

삼청동의 좁은 도로와 낮은 건물은 낯설고 위압감이 느껴지는 강남의 청담동과는 달리 '인간이 가장 편안하게 생각하는 규모(human scale)'을 가장 잘 보여주는 장소이기도 하다(홍성용, 2007). 공연, 영화, 패션, 음식, 레저 등 문화 전방에서 우리나라 최대 소비 계층으로 부상한 1950년대-70년대 사이에 태어난 중·장년층에게 삼청동의 수제비집, 곰탕집, 팔죽을 파는 전통 찻집은 오래된 한옥과 골목길, 재래식 목욕탕, 쌀집, 연탄가게를 겸한 복덕방과 함께 이들의 어린 시절을 추억하게 하는 정서적 공간으로 언론에 의해 소개된다(중앙일보 2006년 5월 11일자). 실제로 이곳을 방문한 평범한 중·장년층에게 삼청동은 추억을 되새길 수 있는 편안한 장소로 인식되며, 주말이나 휴일에는 어린이를 동반한 가족 단위의 방문객도 증가한다. 또한, 주말 시내 미술관에서 명화를 감상하고 인근 고궁을 산책하거나 삼청동의 갤러리를 방문하고 카페에서 커피를 마시는 데이트 코스가 인기를 끌고(헤럴드경제 2007년 3월 26일자), 20-30대 여성이 대부분을 차지하는 미술 애호가 집단은 미술 작품을 공동으로 구매하거나 동호회 회원들과 함께 삼청동 일대의 갤러리를 함께 순회하며 삼청동의 장소성을 소비하기도 한다.⁷⁾ 나아가 삼청동 인근 종로와 광화문 일대에 대기업주도로 '광화문시대', '용비어천가', '경희궁의 아침'과 같은 주상복합건물이 2000년대 중반 등장하면서, 삼청동 인근은 이 곳에 거주하는 도심 중 상류층 주민들의 생활 방식을 충족시켜 줄 수 있는 소비 공간으로 기능할 수 있다.⁸⁾ 언론의 적극적인 홍보와 함께 고급 소비 성향의 직장 여성, 복고풍을 선호하는 중·장년층 및 가족 단위 방문객, 젊은 미술 애호가 등 다양한 소비자 계층을 만족시킬 수 있는 삼청동의 장소성은 이 지역을 대중적인 복합문화 상품으로 부상하게 하였으며, 특히 삼청동 일대의 미술관과 갤러리는 이러한 과정에서 촉매제 역할을 담당하였다.

2) 매력적인 촬영지 · 국제 관광지

서울시의 청계천 프로젝트가 도심 상권 활성화와 관광객 유치에 성공하게 되면서 인근의 삼청동 역시

청계천과 연계된 서울의 주요한 도심 관광지로 급부상하게 된다. 특기할만한 점은 삼청동이 신문, 잡지 같은 대중 매체 뿐 아니라 드라마 · 영화 등 영상 매체, 블로그 · 홈페이지 등 개인 인터넷 매체 속의 이미지를 통해 급속하게 확대 · 재생산되고 이러한 이미지들은 현실 세계에서 삼청동에 대한 새로운 수요를 창출하는데 기여하고 있다는 사실이다. 실제로 2006년 '닥터 갱'을 비롯한 드라마들이 삼청 공원과 인근 삼청동 지역을 배경으로 촬영되었고, 이 전에도 삼청동 일대는 '겨울연가', '사랑니'를 비롯한 많은 영화와 드라마, CF의 로케이션 장소로 이용되기도 하였다(서울영상위원회, 2006; 심승희, 2004). 삼청동이 청담동을 대신해 최신 트렌드를 대표하는 '쿨한' 장소로 인식되기 시작하면서 유명 탤런트, 영화배우, 가수들이 언론과의 인터뷰 장소로 삼청동의 카페를 이용하고, 각종 드라마, 영화, CF, 뮤직 비디오의 촬영 배경으로 삼청동의 갤러리와 거리 풍경이 더욱 자주 등장한다. 일본에서 온 한류 관광객도 삼청동 거리에서 자



출처: Travel and Leisure (Dec. 2005)

그림 3. 삼청동을 소개한 외국의 여행 잡지

신이 좋아하는 남자 탤런트의 흔적을 느끼고 이를 배경으로 사진을 찍으면서 드라마에 등장하는 한국의 이미지를 소비한다.⁹⁾ 한국의 신세대들은 소비하는 이미지에 만족하지 않고, 삼청동을 배경으로 자신만의 이미지를 생산하여 사이버 공간에 공개하기도 한다. 좁은 골목길, 계단, 간판, 나무, 갤러리 같은 카페, 카페 같은 갤러리, 유럽풍의 상점, 오래된 쌀가게, 한옥 가정집, 교회, 도서관, 시멘트 담장에서 쇼핑하는 세련된 여성들, 거리를 걷는 연인들까지 존재하는 모든 것이 작품의 소재가 되는 삼청동은 어떤 앵글에서 잡아도 예쁜, 분명 '사진 찍기 좋은 장소(photogenic place)'로 인식되고 있다(중앙일보 2006년 11월 16일자).

외국인에게도 삼청동의 이미지는 갤러리나 카페가 집적된 소비 공간 뿐 아니라 오래된 전통 가옥과 독특한 아우라를 지닌 한국의 대표적인 예술촌으로 각인되기 시작하였다. 미국 여행전문잡지 '트래블+레저(Travel+Leisure)'는 2005년 12월 특집호에서 삼청동을 우리나라를 대표하는 문화소비공간으로 소개하였는데, '근사한 이웃 동네, 아시아' 편에서 '예술가와 컬렉터가 속속 모여드는 삼청동엔 갤러리와 현대식 카페, 무너질 듯한 국수집이 공존하고 녹차 라떼 등을 훌쩍거리며 공책에 글을 끄적이거나 노트북을 두드리며 작가, 사색에 잠긴 예술가, 한국인과 일본 관광객을 볼 수 있다'고 소개하고 있다.

서울시가 외국인을 위해 개발한 서울 관광 코스에서도 '미술관·화랑 코스', 도보 관광을 위한 '골목탐험 코스', 갤러리와 공예점을 체험해 보는 '퓨전 삼청동 코스', 스캔들 및 드라마 촬영지를 연계한 '서울은 지금 촬영 중 코스' 등에 삼청동이 등장하며(www.visitseoul.net), 같은 아시아 문화권의 일본인들에게도 필수 관광 코스로 인식된다(세계일보 2007년 6월 7일자). 겨울 연가의 배경이 되었던 중앙고등학교가 일본인 관광객의 순례 코스로 자리매김하고, 치과로 리모델링한 가회동의 한옥은 또 다른 명소로 각광을 받는다(중앙일보 2006년 9월 21일자). '일본의 교토에도 전통 가옥은 있지만 갤러리나 카페 같은 현대적인 문화 시설을 모두 즐길 수는 없다. 한국 드라마의 배경으로 나왔던 곳을 직접 볼 수 있어서 더욱 좋았다(2006년 4월 인터뷰 자료)'는 일본 50대 여성의 평가처럼 현대와 전통이 공존하는 삼청동은 아시아 관광객들에게도 매력적인 관광상품이다. 실제로 한옥은 외국인 관광객에게 삼청동을 독특한 장소로 인식하도록 하는

요인으로 작용하고 있는데, 특히 한옥 전통문화 체험 공간 '탁고재'에서 따뜻한 온돌마루 생활을 직접 경험할 수 있는 '아궁이 집찐방'이 외국인 관광객에게 크게 어필하고 있다(주간한국 2007년 2월 14일자)는 사실은 서울시의 한옥 보존 정책이 나름대로 성과를 나타내고 있으며 이제 외국인들도 '만들어진 전통'이나 한옥 등 한국문화의 이미지를 소비하는데 만족하지 않고 진정성(authenticity)을 갖춘 전통 생활문화 체험을 선호하는 경향이 증대되고 있음을 확인해 준다.

5. 서울시 도심 재활성화 전략에 대한 비판적 성찰

서울을 대표하는 문화소비공간으로서 삼청동의 급부상은 박물관·미술관·갤러리의 집적, 디자이너 부티크나 액세서리 숍 등 창의적 소매업의 활성화, 레스토랑·카페·와인바 등 다양한 외식문화 공간의 확산과 함께 한옥과 골목길 같은 독특한 삼청동의 경관, 소비 트렌드의 변화가 복합적으로 작용하였고, 특히 언론 및 인터넷 매체의 홍보에 의해 순식간에 증폭된 것으로 보인다. 세계 대전 이후 뉴욕, 런던, 파리, 도쿄, 싱가포르와 같은 세계 도시들은 예술과 역사·문화유산을 통해 도시의 이미지를 제고하고 도시 관광 경쟁력을 유지하는 수단으로 적극 활용해 왔다(Chang, 2000; Landry, 2000). 서울은 최상위 세계 도시인 런던, 뉴욕, 파리, 도쿄뿐 아니라 아시아 다른 도시들과 치열한 국제간 도시 경쟁에 이미 노출되어 있으며, 삼청동 거리는 싱가포르의 차이나타운, 도쿄의 하라주쿠, 홍콩의 Causeway bay, 방콕의 Thonglor, 대만의 Da-an Road, 상하이의 Julu Road와 함께 아시아 도시의 대표적 문화역사 관광 거리, 트렌드를 반영하는 세련된 문화소비공간으로 거론되고 있다(동아일보 2007년 6월 29일자; Travel and Leisure, 2005). 이번 장에서는 서울의 대표적 문화관광지로 부상한 삼청동 일대의 주요한 관광자원인 한옥과 갤러리의 진정성과 지속가능성을 중심으로 서울의 도심 재활성화 전략과 최근의 변화를 비판적으로 성찰해 보고자 한다.

1) 서울시 도심 재개발과 복촌 가꾸기 사업

역사적으로 삼청동을 포함한 북촌 일대는 조선의

고관들과 팔도 출신 양반들이 집중 거주하는 지역이었고, 일제시대를 거쳐 1960년대까지만 해도 서울에서 손꼽히는 고급 주거지로 자부심 강한 사회 지배층의 한옥마을이었다(심승희, 2004). 하지만 1970년대 들어 지역의 전통적 특성을 고려하지 않은 무질서한 도시개발이 이루어지면서 이전 한옥지역이 갖는 쾌적한 분위기와 도심 접근성, 계층의 동질성 등 가치 요인이 퇴색하기 시작하였고 이곳에 거주하던 부유층들은 마포, 여의도, 강남 신 개발지역으로 이주하게 되었다(윤일성, 2001). 서울시는 1999년 이후 본격적인 '북촌 가꾸기 사업'을 추진하였는데, 낡은 건물들은 철거되고 가치가 있다고 여겨지는 가옥들에 대해서는 서울시가 직접 나서서 매입하는 등 적극적으로 관리하기 시작했으며, 민간인들이 한옥을 구입하여 보수할 때 서울시의 기준에 맞춰 외양을 유지할 경우 보수비용을 지원하였다. 그 결과 이전에는 한 번도 오르지 않았던 북촌 일대의 주택가격이 상승하고 거래가 성사되면서 주민들은 불편하고 낙후된 거주 공간으로서가 아니라 '돈이 되는' 주거 및 문화 공간으로서 한옥을 재인식하게 된다(김근영, 2003). 또한, 건강과 환경에 대한 관심, 한옥의 장점에 대한 재발견 등 우리 사회의 새로운 트렌드는 한옥에 적극적인 의미를 부여하는 중·상류층 사람들로 하여금 전면 개 보수를 거쳐 삼청동에 정착하도록 유도하는 계기가 되었다(박정선 외, 2005).

한편, 노후한 삼청동 일대가 한옥 밀집지구로서 정부의 특별한 관심을 받게 된 계기는 '서울이 빠른 속도로 팽창하고 개발되면서 겪게 된 자기 상실의 위기감'에서 비롯되었다고 본다(송도영, 2005). 1970년대 시작된 서울시의 도심 재개발은 민간 사업자 주도의 전면 철거 재개발 방식을 중심으로 진행되어 왔고 서울의 도심 공간을 대기업 중심의 현대적이고 효율적인 업무 공간으로 전환하는데 결정적인 역할을 수행하였다(윤일성, 2001) 하지만 1990년 들어 서울시의 도심 재개발 사업이 정체기에 들어서고 도심 공동화 현상, 역사유산·문화경관 보존 문제, 관광 산업의 중요성에 대한 인식이 제고되면서, '수복 재개발'과 '보존 재개발' 등 대안적 방식을 적극적으로 도입해야 한다는 주장이 설득력을 얻게 되었다(서울시정개발연구원, 2000; 윤일성, 2001). 특히 서울시에 의해 2001년부터 추진된 북촌가꾸기 사업은 지역 주민들에게 한옥의 외관을 원형대로 보존하면서 내부 구조만 현대 생활에

맞게 재보수하도록 비용을 지원하는 대신 한옥의 임의적 철거 금지 및 한옥 수선기준 준수의 의무를 부여하는 '한옥등록제'를 도입하거나 시당국이 직접 기존 한옥을 매입·개보수하여 전통문화공간으로 위탁·관리함으로써 서울의 역사성·정체성을 복원하려는 새로운 방식의 도심 재개발 전략으로 볼 수 있다(박정선 외, 2005; 서울시정개발연구원, 2001).

실제로 삼청동이 내국인 뿐 아니라 외국인에게도 어필하는 매력적인 도심 관광 상품으로 부상하는 데에는 북촌 일대의 한옥과 골목길이 큰 역할을 했다고 본다. 특히 '한옥의 재발견'이라는 전통 문화에 대한 새로운 가치 인식뿐 아니라 외국인들의 시선으로 보았을 때 한국적인 것이 아직 남아 있는 곳이라는 차별화된 이미지가 삼청동이라는 공간의 가치를 높이는데 복합적으로 작용했을 가능성이 높다. 외국에서 생활하거나 공부한 경험이 있어 외국인의 시선으로 삼청동을 볼 수 있었던 디자이너들이나 와인바·레스토랑 창업주들 역시 전통 한옥의 가치와 아름다움을 높게 평가하는 경향이 있고(2005년 12월 인터뷰 자료), 외국의 관광전문가들이나 비즈니스 중역들도 한국의 전통 문화를 체험하기에 가장 좋은 지역으로 삼청동을 추천하고 있다(이데일리 2006년 12월 12일자). 북촌 가꾸기 사업으로 인해 삼청동을 포함한 북촌 일대의 한옥의 경제적 가치가 급등하고 문화 관광이 활성화되는 등 가시적인 성과를 거두기도 하였지만, 주거지역인 북촌의 역사문화적 장소성과 주거 공간을 통합할 수 있는 지역발전 전략이 되지 못하였다는 비판도 있다(최정환, 2003). 즉, 급상승한 지가로 인해 한옥 매입과 지역 정비 사업이 지지부진한 가운데, 북촌에 대한 공공 투자와 행정 지원이 주거 환경보다는 문화관광적 측면에 초점을 맞추으로써 이 지역의 상업화와 주민 내부의 갈등과 불신을 조장하였다는 것이다.

그렇다면 최근 삼청동 일대의 갤러리 호황과 급격한 상업화는 이 곳에 거주하는 주민들의 생태계에 실제로 어떤 영향을 끼치고 있을까? 일단 매매 가격의 상승은 이 지역 주민들에게는 자산가치 상승이라는 측면에서 긍정적으로 받아들여지고 있지만, 삼청동이 인기 있는 도심 레저용 문화소비공간으로 급부상하면서 삼청동 주민들의 삶의 질은 급격하게 저하되고 있다.¹⁰⁾ 주말이면 교통 정체가 심해져 그나마 애용하던 마을버스도 소용이 없고, 쓰레기, 소음 공해와 프라이버시 침해를 감내해야 한다. 불편한 교통으로 인해 외

예정이다(중앙일보 2007년 6월 15일자). 또한, 서울을 문화·예술의 도시, 밀라노·런던과 같은 세계 5대 패션도시로 성장시키기 위해 디자인 산업을 서울의 주력산업으로 지원하고, 동대문 지역은 중저가 중심의 디자인 메카로, 청담동은 고급 브랜드 중심 거리로, 홍익대 주변은 젊음의 거리로, 삼청동은 신진 디자이너 패션 지역으로 특화시킬 예정이다(내일신문 2007년 2월 20일자). 서울시의 개발 계획에서 삼청동 일대는 '전통적인 한옥마을' 뿐 아니라 '갤러리·카페 등이 밀집해 독특하고 세련된 문화를 지닌 지역', '패션과 디자인의 중심지'로 인식되고 있으며, '이 같은 특성을 활성화하고 난개발 및 대규모 개발을 방지'하는 것이 도심 재활성화를 위한 구체적인 전략으로 제시되고 있다. 그렇다면 삼청동 일대를 국내외 관광객에게 가장 가보고 싶은 명소로 부상하게 한 미술관과 갤러리, 독특한 레스토랑·카페·패션 숍과 전통 한옥은 '난개발이나 대규모 개발을 제한'하기만 하면 그 본연의 기능과 특성이 유지되는 문화·관광 자원일까? 특히 삼청동이 트렌드를 선도하는 세련된 문화소비공간으로 변모하는 과정에서 촉매제가 된 갤러리의 성장은 새로운 서울시의 개발 계획 하에서 지속될 수 있을까?

삼청동 일대의 미술관과 갤러리는 2007년 8월 현재 작년과 비슷한 수준인 46개를 유지하고 있으며(서울아트가이드 2007년 8월호), 최근 미술품이 주요 투자 대상으로 각광을 받고 미술 시장이 폭발적으로 성장하면서 우리나라 미술계와 미술동네 삼청동 일대는 최고의 전성기를 구가하고 있는 듯 하다. 대형 갤러리들의 해외 지점과 파악되지 않은 지방의 화랑까지 포함하면 2007년 상반기에만 갤러리가 전국에 40여 곳 이상 생겼다고 김달진미술연구소(2007)는 파악하고 있으며, 경매 회사가 신설되고 대규모 아트펀드가 각광을 받고 있다(매일경제 2007년 5월 18일자; 매일경제 2007년 7월 1일자). 하지만, 이러한 외형적인 미술계의 호황에도 불구하고 삼청동의 활성화에 기여했던 갤러리들이 소리없이 사라지거나 다른 지역으로 이전을 고민하고 있는 역설적인 상황이 발생하고 있다. 삼청동에서 카페, 레스토랑을 비롯한 각종 상업 공간이 영토를 확장하면서 특유의 아기자기한 모습과 색채를 잃어가는 가운데, 이 지역의 변화를 주도한 갤러리들이 변신을 모색하거나 밀려나고 있는 것이다.

우리나라의 갤러리 집적 지역은 1970년대 이후 인

사동에서 청담동, 평창동, 삼청동으로 변화하여 왔는데, 세부적으로는 외국의 사례와 다른 양상으로 전개되었지만 갤러리 공간의 형성 과정은 외국의 예술가 거주지역, 아틀리에 및 갤러리 집적 지역의 변천 과정과 유사하게 나타나고 있다(Kim, 2007). 뉴욕의 소호도, 첼시도, 윌리엄스버그도 처음에는 공장 지대나 생활이 불편한 주거지였으나, 예술가들이 거주하며 현대 미술의 새로운 실험을 하고 이를 전시하는 갤러리가 입지하면 이 지역의 임대료가 급속히 상승한다. 임대료를 감당할 수 있는 고급 부티크나 레스토랑, 카페 같은 상업 시설이 늘어나면 가난한 예술가들이 먼저 쫓겨나고 곧 갤러리도 문을 닫거나 임대료가 싼 지역을 찾아 떠나게 된다(박상미, 2004; Kostelanetz, 2003; Zukin, 1982). 정부나 시 당국의 문화·예술 정책이 부재한 경우 낙후된 도시 공간을 재창조하고 예술 활동을 통해 환경을 미화한 예술가와 갤러리들이 상업화가 진행되기 시작하면 높아진 임대료를 견디지 못하고 쫓겨나는 역설적 상황이 주기적으로 발생하게 되는 것이다. 실제로 2000년대 초반까지 인사동이나 청담동에 비해 상대적으로 낮은 임대료로 갤러리 운영이 가능했던 삼청동 일대가 빠르게 상업화되면서 임대료는 가파르게 상승하였고 2000년대 초반 낮은 임대료를 지불하고 이 곳에 정착한 갤러리들은 심각한 운영난에 직면할 수 밖에 없다. 갤러리 운영자가 건물 소유주로서 경제적 여유가 있거나 예술에 대한 확고한 신념을 보유한 경우가 아니라면 화랑 본연의 기능에 충실한 운영을 지속하기 어려운 상황이 되어가고 있는 것이다.

“집주인이 자꾸 월세를 올리려고 하네요. 보다시피 같은 건물의 커피집이 장사가 너무 잘되니까. 확장하고 싶은 것 같아요. 화랑이 자리잡으려면 최소 몇 년은 걸리는데... 이제 1년 되었는데 버티기가 너무 힘드네요. (2005년 개관 갤러리 관장, 2006년 여름 인터뷰)”

급격한 임대료 상승으로 부담을 느낀 인사동과 삼청동 일대의 갤러리 관장들은 통인동, 통의동 일대, 북악산 기슭의 부암동, 인근의 효자동 또는 해이리 같은 수도권 외곽 지역으로의 이전을 이미 고려하고 있었다(2006년 갤러리 관계자 인터뷰 자료). 실제로 2006년 여름 삼청동의 상업 시설 매매가는 평당 5000만원을 호가하고 있으며, 임대료는 갤러리의 위치나 상태에 따라 차이가 크지만 20평 정도의 신설 화

랑의 경우 임대료만 월 600만원~1000만원을 지불해야 한다(2006년 갤러리 관계자 및 부동산 중개업자 인터뷰 자료). 운영 적자를 보전하기 위해 대부분의 신설 갤러리들은 작품 전시 공간을 공예품이나 액세서리 판매가 가능한 공예(craft) 상점 형태로 구성하거나 부대사업으로 티룸(tea room)이나 와인바를 겸하는 복합문화공간으로 운용하거나, 아예 카페나 와인바로 전업하게 된다. 별도의 인테리어 작업 없이도 식탁과 의자만 들어오면 갤러리는 쉽게 카페와 숍 같은 상업공간으로 전환된다. 물론 현대의 미술관은 예술품 전시 외에도 다양한 볼거리와 교육 커리큘럼을 제공하고 음료와 디저트를 판매하며 아트 숍 쇼핑백마저도 럭셔리 브랜드를 추구하는 추세이지만(양형모 · 김용승, 2005; Twitchell, 2002), 미술관이나 대형 갤러리가 복합 문화 공간으로 진화하는 것과 소형 갤러리들이 카페나 레스토랑, 와인바로 전환하는 것은 전혀 다른 의미를 지닌다. 기획 전시에 필요한 최소한의 공간을 상업 공간으로 전용하는 것은 예술가를 육성하고 미술계의 담론을 형성하는 갤러리의 본질적인 기능을 상실할 우려가 있는 것이다.

한편 미술관과 갤러리는 창의 경제에서 한 도시의 역동성을 보여주는 대표적인 문화 · 예술 공간으로 기능하고, 런던이나 뉴욕과 같은 최상위 예술 도시뿐 아니라 베이징과 같은 아시아 도시에서도 예술가들은 낙후된 슬럼 지역에 거주하고 작업하면서 도시 생활의 모순을 드러내고 예술 작품을 통해 공간과 삶에 대한 다양한 시선을 유도하고 있다.¹⁵⁾ 특히 현대 미술에서는 지역 특성에 밀착된 작품 활동이 주목을 받고 있으며, 갤러리도 기존의 정형화된 상업공간보다는 새로운 느낌을 주고 상대적으로 입지가 저렴한 지역을 개척하여 입지하는 경향이 증가하고 있다. 실제로 런던 동부 지역의 갤러리들은 예술가들이 작품 활동을 하는 쇠락한 공업 지대에 입지하여 세계 미술의 첨단을 주도할 뿐 아니라 예술가들에게 소통의 장을 마련하고 도심 재활성화에 견인차 역할을 하고 있다(While, 2003). 그러나 아쉽게도 우리나라 갤러리 밀집 지역은 예술가의 거주지와 연계성이 미약하며, 실제로 삼청동 일대 갤러리 관계자와의 설문조사와 면담에서도 갤러리 입지를 결정할 때 예술가의 거주 및 작업 공간과의 근접성은 거의 영향을 끼치지 않았음을 확인할 수 있었다.¹⁶⁾ 또한, 삼청동 일대의 갤러리들은 삼청동 주변의 장소성을 충분히 반영하지 못

하고 있을 뿐 아니라 급속한 상업화에 의해 미술전시 공간으로서 본연의 기능을 상실하고 나아가 그 존재마저 위협받고 있는 상황이다. 치열한 세계 미술 시장의 경쟁 구조와 지역의 특성에 밀착된 현대 미술의 추세를 감안한다면, 갤러리의 역할을 경제적 관점이 아닌 도시의 장소성을 고려한 문화 · 예술적 관점으로 전환할 필요가 있으며 도시 재활성화 과정에서 예술가의 거주 및 작업 공간과 갤러리의 역할에 주목할 필요가 있다.

6. 소 결

서울시는 공공디자인 정책의 획기적인 패러다임 전환과 전면적인 도시디자인 개조사업을 통해 서울을 세계적인 고품격 디자인 도시로 육성하기 위해 이를 총괄하는 '디자인서울총괄본부'를 시장 직속으로 설치 · 발족하였다(중앙일보 2007년 4월 24일자). 즉, 도시경관에 디자인 개념을 도입하고 서울의 건축 · 주택분야의 외관 등 도시경관관리, 문화 분야의 도시갤러리 프로젝트, 건축물에 대한 미술장식 업무 등 그동안 여러 조직으로 분산되었던 디자인 관련 기능을 통합하고 강화시킬 예정이다. 서울의 역사 · 문화자원 및 자연환경의 지속적인 복원을 통해 도심 특유의 역사성과 정체성을 회복하고 600년 고도로서의 서울의 문화적 품격을 높이기 위한 '도심 재창조 프로젝트'가 성공적으로 진행될 경우 2010년경에는 서울이 런던, 뉴욕, 도쿄, 두바이와 어깨를 나란히 하는 명품 도시로 재탄생할 수 있을 것으로 서울시는 홍보하고 있다. 또한, 삼청동 일대의 대형 갤러리들은 지방 분점 개설, 경매 회사 설립, 아트 펀드를 조성하여 국내 미술 시장 규모 확대를 도모하고 국제 아트 페어 참가, 중국 미술시장 진출 등을 추진하고 있다(매일경제 2007년 5월 18일자). 미술계가 염원하는 대로 삼청동 인근에 국립현대미술관 분관이 들어서고 서울시의 관광 문화 벨트 조성 프로젝트가 본격적으로 진행되면, 삼청동 · 삼청동 일대의 대형 미술관과 갤러리 클러스터가 계속 성장하고 삼청동은 우리나라 미술문화의 중심지, 서울을 대표하는 문화 관광지로서의 위상을 유지할 수 있을지 모른다.

하지만 삼청동 일대의 상업화가 급속도로 진행되면서 서울 도심의 독특한 문화소비공간으로서 삼청동의

명성이 조금씩 흔들리고 있다. 일부 언론이나 잡지들은 이미 '너무 떠버린' 또는 '웬지 진부한' 삼청동을 대신할 새로운 문화소비공간을 소개하기 시작했고(서울신문 2007년 5월 15일자; 조선일보 2007년 1월 16일자) 지나친 상업화로 인해 삼청동만의 독특한 매력이 사라졌다고 아쉬워하는 예민한 문화 소비자들이 늘어나고 있다.¹⁷⁾ 무엇보다 삼청동이 독특한 문화소비공간으로 부상하는데 결정적으로 기여했던 갤러리들이 상승하는 임대료를 견디지 못하고 폐업하거나 새로운 전시 공간을 찾아 삼청동을 떠나고 있으며, 기획 전시 위주의 갤러리들도 대관 위주의 갤러리로 전환하거나 카페나 와인바를 겸하는 상업 공간으로 변질되어 가고 있다. '갤러리 입지 주기 순환' 가설을 적용해 본다면 현재 호황을 누리고 있는 미술 시장이 침체에 들어서면 이미 정점에 도달한 삼청동 갤러리들은 이전 인사동, 청담동에서 발생했던 과정을 그대로 답습하면서 아트 클러스터로서 기능을 상실할 가능성이 높다(윤정섭·황희연, 1986; Kim, 2007).

서울시가 경쟁상대 또는 개발모델로 생각하는 런던, 파리, 뉴욕과 같은 세계적인 문화 도시에서 도심 재활성화 정책은 관광객 증대와 지역 경제의 가시적 성장을 염두에 둔 거창한 마스터플랜(master plan)보다는 지역 주민의 삶의 질에 대한 관심, 역사적·문화적 의미에 대한 세심한 배려에서 시작하고 있다. 특히 런던의 경우 템즈강 남쪽의 오래된 발전소를 개보수하여 개관한 테이트 모던(Tate Modern) 미술관이 관광객 유치에 성공을 거두면서 낙후된 인근 지역에 대한 상업 자본의 개발 압력이 거세었지만, Southwark 지역의 코인 스트리트(Coin Street) 사례에서 보듯 그 지역의 역사성과 주민의 생활을 존중하는 방식으로 서서히 진행되고 있다. 또한 연일 예술 작품의 최고가가 경신되고 세계 미술 시장이 최대의 호황을 맞이하고 있지만, yBa의 대표 주자, 데미안 허스트의 최신작품이 화려한 런던 서부의 메이저 고급 갤러리가 아닌 낙후된 런던 동부의 갤러리에서 전시되고 있으며, 세계적 예술가 안토니 고퍼의 조각품은 미술관의 경계를 넘어 헤이워드 갤러리(Hayward Gallery) 근처의 워털루 다리 위나 인근의 건물 옥상에 전시되어 예술에 대한 대중의 호기심을 불러일으키고 있다. 20-30대 젊은 층만 주로 관람하는 우리나라 미술전시와는 달리 영국의 미술관과 갤러리는 모든 시민에게 무료로 평등하게 개방되며, 미술관을 더욱 친숙한 공간으

로 느끼게 하기 위해 내셔널 갤러리 건물 외벽에 시대를 대표하는 명화 복사본을 걸어 놓는 등 다양한 노력으로 일상생활에서 런던시민의 예술에 대한 관심과 애정은 자연스럽게 경험되고 확산된다. 경제, 문화, 창조적 환경의 결합은 구체적인 공간 위에서 일어나며, 특정 공간의 문화적, 역사적 가치를 살려 매력적인 장소로 변화시켰을 때 그 효과는 더욱 증대될 수 있다(이영민, 2001; 주영하, 2006). 세계적인 문화 도시, 예술 도시의 명성은 미술관을 신축하고 카페·패션 숍의 영업을 지원하고 관광 코스를 개발하는 것만으로 유지되는 것이 아니며, 미술관 및 갤러리가 본연의 기능에 충실하게 운영되고 지역의 장소성과 유기적으로 연계되어 지역 주민의 삶과 유리되지 않을 때 지속가능한 것이 된다. 서울을 대표하는 도심 관광 상품, 전통 한옥과 갤러리가 공존하는 독특한 문화소비공간으로 부상한 삼청동이 그 가치를 유지하기 위해서는 관광객의 증가나 상권의 활성화와 같은 외형적 성장에 치중하기 보다는 휘발성이 강한 미술 비즈니스의 특성을 고려하고 지역 주민의 생태계를 세심하게 배려할 필요가 있으며, 이러한 관점의 전환은 우리나라 도심 재활성화 정책의 새로운 도전이 될 것이다.

사 사

한국에서 최신 자료를 보내주신 김달진소장님, 김위경·정숙자님과 지도를 그려준 김효진군, 갤러리 설문조사를 도와준 류수지·정희희양에게 감사의 뜻을 전합니다. 점심시간 삼청동 답사길에 동행해 주신 정강정원장님과 평가원 식구들께도 감사드립니다.

註

- 1) 런던은 세계 예술 시장의 핵심 도시로서 런던 서부의 코크 거리(Cork Street)의 아트 갤러리와 중개상을 중심으로 이미 탄탄한 기반을 쌓아놓고 있었는데, yBa는 1990년대 초 불경기를 견뎌 갤러리, 컬렉터를 연결하는 런던 서부의 정교한 네트워크를 충분히 활용하였을 뿐 아니라 1990년대 말에는 런던 동부지역에 많은 갤러리가 생기도록 하는 촉진제가 되었다(Wedd, 2001, 484-485). 또한, 찰스 사치(Charles Saatchi)와 같은 광고업계의 거물은 보수적인 투자가들로 하여금 yBa의 작품에 투자하도록 설득하였고 화이트큐브(White Cube) 아트 갤러리는 번성하는 영국

- 경제에서 새로운 예술품의 가치를 상승시키고 런던이 세계 미술 시장의 중심으로 부상하는데 주도적인 역할을 담당하였다(While, 2003).
- 2) 삼청동은 종로구 가회동과 함께 복촌 한옥밀집 지역에 속하며 7개 법정동인 삼청동, 팔판동, 화동, 소격동, 안국동, 송현동, 사간동으로 이루어져 있다.
 - 3) 2003년 개장된 박물관 및 미술관 진흥법 시행령에 의하면 국내 미술관은 2종의 경우 82m²이상의 전시실, 수장고와 사무실, 연구 자료실, 도서실, 강당 중 1개의 시설을 갖추어야 등록 가능한 반면, 갤러리는 정확한 등록 요건이 없는 가운데 미술관의 의미와 혼용되어 사용되고 있는 실정이다(양형모·김용승, 2005). 본 연구에서는 미술관과 갤러리를 모두 미술 전시·문화 관련 공간으로서 역할을 수행하고 있다고 보고 일단 개념의 큰 구분 없이 사용하고자 한다.
 - 4) 김달진미술연구소(2006)에 의하면 신설 전시 공간은 1999년 25개, 2000년 32개, 2001년 23개, 2002년 26개, 2003년 38개, 2004년 49개, 2005년 51개로 집계되었다.
 - 5) 중앙일보(2006년 11월 16일자)는 '삼청동 일대에서는 프랑스에서 공부했다는 주인이 직접 디자인해 판매하는 개성 있는 모자가 전시된 샵, 통유리에 비친 흰색의 갤러리 공간에 예술작품 전시하듯 수제 구두를 진열하고 있는 신발가게, 독특한 인테리어의 북카페, 공예품 전문점, 엔틱 가구 전문점이 다양한 볼거리와 체험을 제공한다'고 특집 기사로 다루고 있다.
 - 6) 홍성용(2007)은 낮은 가격, 높은 품질, 친절한 서비스만으로 부가가치를 창출할 수 있는 시대는 지나갔고, 상업 행위를 둘러싼 공간에 주목할 필요가 있다고 역설한다. '대대자본이 투입된 상업 공간, 온라인 쇼핑몰의 급증하는 상황에서 오프라인 매장이 생존하고 부가가치를 창출하려면, 매장의 분위기와 주변 환경을 섬세하게 구성하고 스토리를 연출하여 새로운 감성과 문화적 체험을 선사해야 한다'는 주장이다. 실제로 삼청동과 가회동 골목길에 위치한 고급 레스토랑은 외국 바이어 접대나 중요한 비즈니스 모임에 적합한 조용하고 단아한 분위기를 연출한다. 또한 입구에서부터 풍기는 이국적인 분위기, 벽에 걸린 그림과 은은한 조명 때문에 갤러리 같다는 느낌을 주는 카페 또는 갤러리와 카페를 겸하는 복합 공간이 시내의 복잡하고 시끄러운 공간과 차별화되는 것이다. 삼청동에서 유행하는 와인바 역시 편안한 분위기, 차별화된 이미지를 형성하기 위해 점포의 장소성이 중시되는 대표적인 업종이며 갤러리와 같은 미술 전시공간은 이러한 업종으로 전환되기에 유리하다. 무엇보다 삼청동은 사람들의 정서에 호소하며 다양한 스토리를 들려주며 아파트에 사는 사람들이 경험하기 힘든 골목길을 걷는 체험과 즐거움을 선사하고 있다.
 - 7) 2006년 열린 '루브르박물관전'은 하루 평균 6000명의 관람객이 방문하였고 개시 80일 만에 45만 명을 돌파하는 기록을 세웠다. '사갈전' 역시 관람객 70만 명으로 '국내 전시회 사상 최대관람객'을 기록하였다. 무한 복제되는 영화와 달리 미술 전시회가 제한된 시공간에서 이뤄지는 점을 감안하면 미술 문화에 대한 젊은 층의 열기가 얼마나 급속도로 상승하고 있는지를 잘 보여준다. 서울시립미술관 전시팀 관계자에 따르면 최근 인기를 끈 대형기획전의 관람객 평균연령은 20대 후반에서 30대 초반, 전체 관람객의 90%가 여성, 40%가량이 20대로 분석되고 있다(헤럴드경제 2007년 3월 26일자). 삼청동 일대의 미술관과 갤러리를 방문하는 주요 계층도 20-30대 여성으로 추산할 수 있으며, 실제로 주말이나 휴일의 삼청동 거리에서는 여성 방문객이나 연인들을 쉽게 발견할 수 있다.
 - 8) 종로구 내수동에 위치한 주상복합건물인 '경희궁의 아침'의 경우 2004년 5월 완공될 당시에도 조경이나 내부 인테리어가 최상급 수준으로 이루어졌고, 방 5개(면적 208.26 m²)가 있는 세대의 매매가는 2007년 7월 현재 약 15억 가량으로 추산되어 중·상류층 주거 공간으로 기능하고 있다. 경희궁의 아침의 성공적인 사업으로 평가되면서 대기업 주도로 도심형 주상복합아파트의 건축이 확산되고 있는 추세이다.
 - 9) 삼청동 인근에 드라마 촬영지임을 설명하는 일본어 낱말이 세워지고 문방구에서는 일본어로 가격을 표시한 유명 연예인의 브로마이드가 판매되고 있다. 실제로 평일 삼청동 일대에서 기념촬영을 하고 있는 일본 여성들을 쉽게 만날 수 있다.
 - 10) 2005년 겨울과 2006년 여름 사이에 수행된 주민들과의 비공식적 인터뷰 자료에 의하면 삼청동 일대에 오래 거주한 주민일수록 최근 삼청동의 변화에 대해 부정적이었다. 특히 주말의 교통 혼잡과 주거 환경의 악화, 지나친 상업화에 대해 불만이 높았다. 하지만 자신의 주택을 팔고 다른 지역으로 이주하는 것에 대해서는 소극적이었는데, 부동산 세제 변화로 인해 급상승한 양도세 및 거래 비용 외에도 우리나라의 전반적인 부동산 가격 상승으로 인해 삼청동 일대 주택을 팔더라도 마땅히 이사갈 곳이 없다는 인식에 기인하였다.
 - 11) 시정개발연구원의 '서울시 한옥주거지 보전' 정책토론자료(2006)에 의하면 한옥이 사라지는 이유로 국가적 차원에서 한옥에 대한 정책적 배려나 법 제도가 미흡한 점을 꼽고 국가 차원에서 건축법 개정이나 한옥 건축법 제정을 통해 한옥 건축을 배려하는 법적 기반을 마련하고 문화재보호법상 한옥 주거지를 '생활문화재'로 개념화해 이를 보호·지원할 수 있는 근거를 만들어야 한다고 제안하고 있다.
 - 12) 이 일대 부동산 중개업소에 따르면 5년 전에 평당 600-700만원 하던 한옥의 가격은 접근성이 좋은 차로변의 한옥의 경우 2006년 현재 평당 3000-5000만 원선으로 급격히 상승하였다(2006년 6월 가회동의 부동산 공인중개사와의 인터뷰 자료).
 - 13) 한옥을 구입해 수리할 때 정부에서 무상으로 3000만원을 지원해 주고, 저리로 2000만원도 추가로 빌려주고 있지만, 주민들은 수리비가 평형대별로 차등없이 정액으로 지급되는 데 대해 불만을 갖고 있다(2005년 12월 삼청동 주민 인터뷰 자료). 일반적으로 개조비용은 기본 평당 700만~800만원이 소요되지만 고급 마감재를 사용하고 옵션을 추가하면 비용은 급격히 상승하며, 설계를 미리 제출해 심의를 받아야 하고 구조변경이 자유롭지 못하다는 제약이 있다.
 - 14) 도심 재창조 프로젝트는 '서울의 궁궐 등 역사 문화자원 및 자연환경의 지속적인 복원을 통해 도심 특유의 역사성과 정체성을 회복함으로써 600년 고도(古都)로서의 서울의 문화적 품격을 높이자'는 취지에서 기획되었고, 고부가가치 산업인 디자인, 패션과 관광, 금융·보험, 문화산업 등을

- 도심의 경제 활력을 강화할 신성장 동력산업으로 육성할 계획이다(중앙일보 2007년 6월 16일자).
- 15) 중국 현대미술은 최근 몇 년간 세계 미술 시장에서 괄목할 만한 성장을 보이고 있으며, 홍콩은 아시아 제일의 미술 도시로 부상하고 있다. 우리나라의 아라리오갤러리, 표화당 등도 베이징에 지점을 개관하고 중국 미술시장에 진출하였다. 예술가들이 밀집한 베이징의 예술촌은 북동부 왕징 지역으로 원래 전기부품 공장지역이었던 '따산즈798'과 술 공장이었던 '지우창'이 대표적이다. 중국 정부가 베이징에 있던 공단을 도시 외곽으로 이전하면서 대형 건물이 비워졌고, 2002년부터 임대료가 싼 건물에 예술가들이 모여들기 시작했다. '따산즈798'에는 우리나라 갤러리 '이음'을 비롯해 세계 각국에서 온 갤러리가 100여개, 작가들의 작업실이 200여개 들어 있다. 공장처럼 생긴 건물에 예술 전문서점과 갤러리, 유럽풍 카페가 집적되어 있는 예술촌이다(이규현, 2006, 208-211).
- 16) 예술가의 거주·작업 환경과 유리된 우리나라 갤러리의 입지 특성은 우리나라 미술계의 척박한 예술 풍토와 경직된 예술 교육, 왜곡된 예술가-갤러리의 관계, 창조적 실험정신의 결여를 총체적으로 반영한다고도 볼 수 있다(Kim, 2007). 홍익대학교 인근에 대안 전시 공간이 활성화되어 있는 편이나 미술 시장에서의 영향력은 매우 미약해 보이며, 대부분의 갤러리가 미술전시공간으로서 본질적인 기능과 역할을 수행하지 못했다는 미술계 내부의 자성의 목소리도 높다(오광수, 2006).
- 17) 삼청동 일대의 카페, 레스토랑, 와인바의 분위기는 강남의 청담동과 유사해지고 삼청동에서 판매되는 패션 상품도 디자인의 독특한 개성을 상실하고 있으며(한겨레 2007년 7월 20일자), 드라마나 CF의 촬영 장소도 삼청동에서 인근의 성북동이나 평창동 주택가의 카페나 레스토랑으로 이동하고 있다(조선일보 2007년 1월 25일자). 한편, 인근 효자동과 부암동 일대의 주택 매매 가격과 상업 건물 임대료는 지속적인 상승세이다.
- 2007년 7월 1일자.
- 박삼옥, 2006, "지식정보사회의 신경제공간과 지리학 연구의 방향," 대한지리학회지, 41(6), 639-656.
- 박상미, 2004, 뉴욕커, 마음산책.
- 박정선·이원호·김용기, 2005, "북촌 한옥마을 정원에 관한 기초 연구," 한국전통환경학회지, 23(3), 37-49.
- 박종대(역), 2001, 소비의 미래, 생각의 나무, 서울 (Bosshart, D., 1997, Die Zukunft des Konsums).
- 박파랑, 2003, 어떤 그림 좋아하세요?: 어느 불량 큐레이터의 고백, 아트북스.
- 서울시정개발연구원, 2000, 서울시도심재개발 기본계획, 서울특별시.
- 서울시정개발연구원, 2001, 북촌가꾸기 기본계획, 서울특별시.
- 서울시정개발연구원, 2006, '서울시 한옥주거지 보전' 정책토론자료, 서울특별시.
- 서울영상위원회, 2006, 서울은 지금 촬영중, 도서출판 북인.
- 송도영, 2004, 인류학자 송도영의 서울 읽기, 소화.
- 서울신문, 2005년 10월 21일자, 2007년 5월 15일자.
- 세계일보 2007년 6월 7일자.
- 심승희, 2004, 서울 시간을 기억하는 공간, 나노미디어.
- 양형모·김용승, 2005, "국내 갤러리의 공간 구성적 특성에 관한 연구," 대한건축학회논문집, 21(1), 77-84.
- 오광수, "경매의 기능과 화랑의 역할", 서울아트가이드, 2006년 5월호, 김달진 미술 연구소, 서울.
- 윤일성, 2001, "서울시 도심재개발 30년: 특성과 전개과정," 사회조사연구, 16, 1-28.
- 윤정섭·황희연, 1986, "서울 인사동 일대의 상업기능 침투과정에 대한 도시생태학적 분석," 대한국토계획학회지, 국토계획, 21(3), 129-149.
- 이경옥·이금숙, 2006, "문화경제의 발현과 확산의 공간적 특징: 북촌의 창의적 소매업을 중심으로," 한국경제지리학회지, 9(1), 23-38.
- 이규현, 2006, 그림쇼핑, 공간사, 서울.
- 이데일리 2006년 12월 12일자.
- 이영민, 2001, "구도심 활성화를 위한 장소의 역사? 지리적 의미의 재구성," 한국도시지리학회지,

文 獻

국민일보, 2006년 4월 2일자.

김근영, 2003, 현대 도시에서 한옥의 의미: 서울 북촌의 사례 연구, 서울대학교 인류학과 석사논문.

김달진미술연구소, 서울아트가이드, 2002년 7월호 - 2007년 8월호.

김상일·이연수, 2006, 소비 트렌드로 보는 2007년 히트상품 예측, LG경제연구소.

내일신문 2007년 2월 20일자.

동아일보 2005년 12월 30일자, 2006년 12월 15일자, 2007년 6월 29일자.

매일경제 2006년 3월 10일자, 2007년 5월 18일자,

- 4(2), 1-13.
- 이코노믹리뷰 2007년 2월 1일자.
- 조선일보 2007년 1월 16일자, 2007년 1월 25일자.
- 주간한국 2007년 2월 14일자.
- 주영하, 2006, “문화도시와 지역 활성화,” 도시문제, 1, 53-62.
- 중앙일보 2006년 5월 11일자, 2006년 9월 21일자, 2006년 11월 16일자, 2007년 4월 24일자, 2007년 6월 15일자.
- 최병식, 1999, 미술시장과 경영: 한국미술품 유통구조의 현황과 개선방향, 동문선, 서울.
- 최정환, 2003, “행정주도에서 주민주도의 북촌마을만들기로,” 국토, 국토연구원, 60-68.
- 한경비즈니스 2007년 1월 15일자.
- 한겨레 2007년 7월 20일자.
- 홍성용, 2007, 스페이스마케팅, 삼성경제연구소, 서울.
- 헤럴드경제 2006년 10월 30일자, 2007년 3월 26일자.
- Artfield, A., 1999, Brad and circues? The making of Hoxton's cultural quarter and its impact on urban regeneration in Hackney, *Rising East: The Journal of East London Studies*, 1(3), 133-154.
- Chang, T. C., 2000, Renaissance Revisited: Singapore as a 'Global City for the Arts', *International Journal of Urban and Regional Research*, 24(4), 818-831.
- Deutsche, R., 1996, *Evictions: Art and Spatial Politics*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Evans, R., 1996, Liverpool's urban regeneration initiative and the arts: a review of policy development and strategic issues, in P. Lorente (eds.), *The Role of Museums and the Arts in the Urban Regeneration of Liverpool*, Centre for Urban History, University of Leicester, 17-22.
- Fopp, M., 1997, *Managing Museums and Galleries*, London: Routledge.
- Grosenick, U. and Stange R. (eds.), 2005, *International Art Galleries: Post-War to Post-Millennium*, Thames & Hudson, London.
- Kim, H., 2007, Creative Economy and Urban Art Clusters: Locational Characteristics of Art Galleries in Seoul, *Journal of the Korean Geographical Society*, 42(2), 258-279.
- Kostelanetz, R., 2003, *SoHo: The Rise and Fall of an Artists' Colony*, Routledge, London.
- Landry, C., 2000, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, London.
- Mikunda, C., 2004, *Brand Lands, Hot Spots & Cool Spaces: Welcome to the Third Place and the Total Marketing Experience*, Kogan Page, London.
- Miller, T., 2004, A view from a fossil: The new economy, creativity and consumption, *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 55-65.
- Plaza, B., 2006, The Return on Investment of the Guggenheim Museum Bilbao, *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(2), 452-467.
- Rantisi, N. M. and Leslie, D., 2006, Branding the Design Metropole: The Case of Montreal, Canada, *Area*, 38(4), 364-376.
- Travel and Leisure, 2005 December.
- Twitchell, J. B., 2002, *Living It Up: Our Love Affair With Luxury*, Columbia University Press, New York.
- Venkatesh, A. and Meamber, L. A., 2006, Arts and aesthetics: Marketing and cultural production, *Marketing Theory*, 6(1), 11-39.
- Vicario, L. and Monje, M. M., 2003, Another 'Guggenheim Effect'? The Generation of a Potentially Gentrification Neighbourhood in Bilbao, *Urban Studies*, 40(12), 2383-2400.
- Wedd, K., 2001, *Artists' London: Holbein to Hirst*, Merrell Publishers, London.
- While, A., 2003, Locating Art Worlds: London and the Making of Young British art, *Area*, 35(3), 251-263.
- Zukin, S., 1982, *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- _____, 1998, Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption, *Urban Studies*, 35(5-6), 825-839.

원 고 접 수 일 2007. 07. 11.

최종원고접수일 2007. 08. 16.