

기억과 향수를 통한 골목재생 연구*

- 전주시 고물자골목을 중심으로 -

김다희**

목 차

- | | |
|--------------------|--------------------|
| 1. 머리말 | 5. 고물자골목의 재구성과 활성화 |
| 2. 전주의 도시재생 | 6. 맺음말 |
| 3. 고물자골목의 역사와 재생과정 | 참고문헌 |
| 4. 고물자골목의 기억과 향수 | <Abstract> |

국문초록

본 연구는 전주시 고물자골목에서 2016년부터 2021년까지 진행된 도시재생 뉴딜사업에서 골목의 주민, 상인, 건물주의 기억과 향수가 재생사업 추진과정에서 어떻게 의미 재구성되어 재생사업의 중요한 로컬 콘텐츠로 작동하는지 분석하였다.

이를 위해 현지조사를 통한 심층인터뷰 및 참여관찰을 진행하여 연구를 수행하였다. 골목의 주민, 상인, 건물주에게 골목의 과거의 기억과 향수적 측면을 수집하기 위해 골목에서 상가를 운영하거나, 건물을 보유하고 있거나, 거주하고 있는 주민을 심층인터뷰 하였다. 또한 이들의 기억과 향수가 재생사업 프로그램으로 기획되고 실행되면서 어떻게 의미가 재구성되는지 파악하기 위하여 전주시원도심도시재생현장지원센터 관계자에게 심층인터뷰를 진행하여 의미를 분석하였다. 재구성된 골목의 이미지와 골목 구성원들의 이미지를 방문객들은 어떤 형태로 소비하고

* 본 논문은 필자의 전북대학교 석사학위논문 『기억과 향수를 통한 골목재생 연구』 일부를 발췌하여 정리하였다.

** 전북대학교 일반대학원 고고문화인류학과 박사과정, E-mail: hui_daily@naver.com

있는지 분석하기 위하여 골목 방문객, 재생사업 프로그램 참여자를 참여관찰 및 심층인터뷰를 진행하여 의미를 분석하였다.

본 연구는 도시재생 사업 추진과정에서 사람과 사람간의 구체적 소통과정, 의견 합의와 수렴과정을 통해 재생사업 프로그램으로 기획되는 과정이 골목에 어떠한 영향을 미치는지 등을 세밀하게 사람들의 상호작용 과정으로 살펴보았다는 점에서 의의가 있다. 또한 원도심 골목형 도시재생 사업 추진에 있어 골목에 현존하는 사람들의 기억과 향수가 중요한 콘텐츠로 작동되는 과정을 밝혔다는 점에서 의의가 있다.

주제어 : 기억, 향수, 집단기억, 도시재생, 골목재생, 고물자골목

1. 머리말

본 연구는 다양한 유형과 장소를 대상으로 이루어지는 도시재생 사업지 중 ‘골목’을 대상으로 한 도시재생 사업의 사례를 중심으로 연구하였다. 골목 구성원들의 개인적인 기억과 향수가 도시재생 사업 과정에서 어떻게 활용되고 의미가 재구성되는지를 살펴보고자 한다. 특히 재구성된 기억과 향수가 도시재생 사업의 콘텐츠로서 활용되어 프로그램으로 기획되는지 등을 살펴보고자 하였다. 나아가 골목의 방문객들은 골목을 어떤 방식으로 소비하는지 살펴보고자 하였으며, 일련의 고물자골목 재생사업이 골목활성화에 미친 영향은 무엇인지 등을 이해하고자 하였다.

전주시의 쇠락한 원도심에 위치하고 있는 고물자골목은 한국전쟁 이후 구호물자가 보급되고 유통되던 골목이라는 역사적 배경이 담긴 장소이다. 골목은 1950년대~2000년대 초반까지 골목을 기억하는 60대 이상의 연령층에게 강한 기억을 남긴 골목이다. 누군가에게는 구호물자골목으로 다른 누군가에게는 오꼬시(전통강정)골목, 한복골목, 교복골목, 배차장골목, 바느질골목 등 여러 가지의 이름으로 불리며 존재한다. 현재는 골목의 가로경관과 간판 등의 낙후와 더불어 사람들의 발길이 점차 뜸해진 곳으로 ‘고물자골목 재생사업’의 이름으로 도시재생 뉴딜사업이 추진된 장소이다. 국내에는 다양한 형태의 도시재생 사업이 이루어지고 있다. 재생사업을 분류해보면 역사·문화중심, 지역축제 중심, 예술중심, 지역특성중심, 폐·노후 시설의 재활용 등 크게 6가지로 분류할 수 있다(최지인 2016; 조환기 2020: 11). 특히 역사·문화중심 도시재생은 도시

가 가지고 있는 고유한 정체성을 상실하는 개발방식을 뒤로하고, 역사와 문화의 특성을 고려하고 활용하는 방식을 취하며 도시의 정체성을 만들기 위한 방식이다(조환기 2020: 13). 역사문화자원은 시간이 흐르면서 자연스럽게 스토리가 생성되어 콘텐츠화가 된다는 특징이 있다. 또한 지역경제상황의 조건에 관계없이 어떤 도시든지 간에 그 도시에 존재하는 자원을 활용하여 “도시에 활력을 줄 수 있다는 점에서 큰 의미가 있다”(조환기 2020: 13). 실제로 여러 도시에서 역사적 배경을 토대로 형성된 장소는 특정적 문화요소 자체로서 기능하며 도시의 경쟁력이 되고 있다. 그렇기 때문에 각 도시가 지닌 역사와 전통 등에 대한 발굴과 보존에 관하여 점차 필요성이 커지고 있다. 넓은 관점으로 보면 도시 자체가 지니고 있는 모든 콘텐츠가 곧 도시의 활성화의 기본적인 요인이라고 할 수 있다(김준 2016: 30). 역사와 문화를 매개로하는 도시재생 개념의 변화는 도시재생의 도구로서 문화, 예술의 중요성을 확인시켜주고 있다(김준 2016: 30). 이 관점은 본 연구에서 골목의 역사적 배경이 담긴 공간에서 골목 구성원들의 기억이 도시재생의 주요 콘텐츠로 활용되는 양상을 살펴본다는 측면에서 유의미하게 적용해볼 수 있다.

본 연구에서 주로 다루고 있는 ‘기억(Memory)’의 사전적 의미는 “이전의 인상이나 경험을 의식 속에 간직하거나 도로 생각해낸다.”이다. 골목 구성원들의 기억은 재생사업 추진 과정에서 인터뷰를 통해 그들에게서 다시 꺼내어진 경험의 의식이 재구성되어 진다는 점에서 연결지어 해석해볼 수 있다. 이러한 기억은 개인의 기억과 집단의 기억으로 구분할 수 있다. 이에 대해 프랑스 사회학자인 Maurice Halbwachs는 기억의 인식은 사회적으로 구성이 되고 집단에 따라 다양해질 수 있으며, 집단을 구성할 때 중요한 역할을 한다고 하였다(이동후 2013; 정찬영; 2018). Halbwachs는 개인이 가지고 있는 기억이 어떻게 사회에 작동하게 되는지, 작동이 사회의 목적에 맞도록 어떤 식으로 구성되는지를 주목하였다(정찬영, 2018). 개인이 가진 기억이 사회로 확장되어 사회적 상황 및 요구에 맞으면 기억은 이미지가 되고 보존될 수 있으며, 많은 사람들에게 지속적으로 활용가능한 것이 된다(정찬영, 2018). 기억은 보통 개인이 갖고 있는 것이지만, 개인이 소유한 기억도 결국 사회적 관계에 의해서 발생한다는 개념(정찬영, 2018)으로 이해할 수 있다. 또한 사회의 다양한 집단들은 사회적 틀 속에서 다양한 매개물을 통해 집단의 정체성을 생성, 유지 및 강화하기 위해 노력한다. 즉 사회 내 개인들은 사회를 구성하는 공동체의 구성원

1) 국립국어원 홈페이지(<https://stdict.korean.go.kr/search/searchResult.do>, 검색 2021.10.20.)

으로서 다양한 기억과 정체성을 유지하게 된다(김명훈, 2013). 즉 한 지역의 역사적 배경과 이야기가 있는 공간은 현재를 살아가는 사람들에게 공간에 대한 집단기억을 형성시켜주며, 이는 다시 현재 공간을 경험하는 사람들로 하여금 정체감을 재형성시킨다. 이렇게 재형성된 정체감은 개인과 집단에게 새로운 기억의 층위를 쌓이게 하며, 시간의 흐름에 따라 향수를 일으키는 요소로서 작동하기도 한다. 즉 집단기억은 향수를 일으키는 하나의 매커니즘으로 도시에서 작동하게 된다.

향수(Nostalgia)는 기억과 연관성이 있다. 기억은 개인에게 긍정적인 감정을 불러일으키는 기억으로 남게 되는 경우도 있는데 이를 향수라고 칭한다. 기억과 유사한 특징을 지니고 있는 향수는 과거에 대한 회상과 결부된다는 점에서 서로 유사하다. 하지만 주로 과거의 긍정적인 감정을 담고 있다는 점에서 다르며, 향수는 과거를 기억하는 또 하나의 감정이라고 할 수 있다(이수영, 2015). 기억을 회상하는 중 긍정적 감정으로 나타나는 향수적 기억은 다양한 소재를 통해 개인에게 발현된다. 또한 어떤 매개물을 통해 개인의 정서에 밀접한 영향을 주며, 개인 및 집단의 정체성·정체감 형성에도 큰 영향을 미친다. 나아가 집단에서의 소속감에도 영향을 준다. 그동안 향수를 활용하여 연구된 분야는 관광, 소비마케팅, 산업디자인, 음식, 심리, 패션, 미술, 교육, 문화인류, 사회학 등 다양한 학문에 영향을 미치고 있으며, 향수를 느끼는 개인의 감정이 각 분야에서 어떤 효과와 영향을 미치는지에 관한 연구분석이 주를 이룬다. 특히 향수와 관련한 도시재생 연구를 한 이수영(2015)은 기억이 가지고 있는 인지적·정서적·문화적 가치를 고려한 공간의 재생이 새로운 사회적 관계와 사람들의 소비를 일으키며, 거리의 변화를 주도하고 도심활성화를 만들어간다고 분석하였다. 본 연구에서도 도시 속 오래된 공간이 가지는 예스러움이 사람들로 하여금 향수를 불러일으켜 공간의 이미지를 소비하게 되는 현상을 확인할 수 있었기에 이론적 틀이 유사하다. 하지만 본 연구는 연구의 대상으로 정하는 공간적 범위가 다르며, 한 공간이 아니라 골목이라는 전체적 공간에서 작동되는 구성원들의 상호작용을 다루었다는 점에서 차별점을 둔다.

고물자골목은 전주시라는 도시 안에서 역사적인 장소성을 지닌 공간이다. 박종희(2017)에 따르면 도시만이 가지고 있는 장소성, 역사성의 가치 발견을 통해 문화적 가치를 유지할 수 있는 이벤트를 행함으로써 도시공간의 매력을 살려 관광객의 증가를 불러오는 등의 지역경제를 활성화시킬 수 있다. 고물자골목은 골목 구성원들이 골목의 사람들과 함께 지내온 곳으로 공동체성이 잘 나타나는 곳이다. 골목은 시간의 흐름에 따라 소멸되어가고 있지만 일종의 노

스텔지어 공간으로서 사람의 기억과 삶의 이야기가 담긴 공간으로 문화자원으로서 기능할 수 있다(허준영·이병민 2017: 136). 특히 골목은 역사적 배경을 지니고 있을수록 장소화 된다(허준영, 2017). 최근 도시재생 뉴딜사업이 국내 여러 지역에서 추진되면서 골목이라는 공간은 그 자체가 문화적·역사적 자산으로서 인식되기 시작하였다. 인식이 전환되면서 도시재생 사업에서 골목이 지닌 가치가 인정되기 시작하였고 골목에 담긴 스토리를 발굴하고, 스토리를 활용하여 골목의 장소성을 부여하는 등 골목이 지닌 가치를 더욱 부각하고 있음을 알 수 있다(강형철, 2021). 더 이상 도시를 재개발형식의 개선사업으로 추진되기 보다, 기존 골목공간을 활용하여 재생사업의 콘텐츠를 개발하고 활용하는 양상을 보이고 있음을 알 수 있다.

선행연구 검토를 통해 도출한 시사점을 정리하면 다음과 같다. 하나, 도시의 장소가 역사적 배경 및 사건을 통해 형성되어 온 장소라면 도시의 경쟁력이 될 수 있다는 점이다. 둘, 공간은 사람들의 기억을 통하여 장소성을 지니게 되며, 장소성은 다시 사람들에게 새로운 정체성 형성을 구축하는 것에 영향을 미친다는 점이다. 셋, 향수는 과거의 기억이 개인에게 긍정적인 감정을 불러일으키며, 개인마다 다르게 작동될 수 있다는 점이다. 넷, 골목은 역사적 배경을 지닐수록 장소화 되며, 이는 곧 장소 정체성으로 작용되기 때문에 커뮤니티의 장으로써 활용이 가능하다는 점이다.

본 연구에서는 도시의 역사적 사건이나 상황을 통해 형성되어온 장소가 문화요소로 작동하여 도시 활성화의 요인으로 작동한다는 연구, 개인의 기억도 결국 사회적 관계에서 발생한다는 점을 집중적으로 착안하여 분석해보고자 하였다. 이를 위해 연구방법으로는 인류학 현지조사 방법인 참여관찰과 심층인터뷰를 중심으로 진행하였다. 골목에서 현존하는 상인, 건물주, 주민에게 골목의 과거 기억과 향수적 측면에 대한 이야기 수집을 위해 짧게는 8년간 길게는 약 57년간 골목에서 상가를 운영하거나, 건물을 보유하고 있거나, 거주하고 있는 일반주민 12명을 만나 심층인터뷰를 진행하였고, 고물자골목 도시재생 정책과 재생사업 추진과정에 대한 정보를 수집하기 위하여 전주시원도심도시재생현장지원센터(이하 ‘센터’)의 관계자와 재생사업 프로그램에 참여한 참여연구원 7명을 대상으로 심층인터뷰를 진행하여 정보를 수집하였다. 또한 2019년 센터에서 발주한 연구용역 ‘2019년 전주 원도심 고물자골목 도시재생사업 아카이빙 조사’의 참여연구원으로 본 연구자가 직접 참여한 바 있어, 당시 사업에 직접 참여하여 수집한 인터뷰 조사 기초자료를 본 연구에 활용 및 참고하였다. 일련의 고물자골목 도시재생 사업 추진과정을 통해 재구성된 골목의 이

미지와 정체성을 골목에 방문하는 방문객들은 어떻게 소비하고 있는지를 파악하기 위해서 골목 방문객 3명의 인터뷰를 진행하여 내용을 분석하였다. 또한 고물자골목 재생사업 추진 전, 후 시기로 골목과 골목 인근의 상권변화 및 새로운 예술문화 향유 공간의 입점 등을 분석하기 위하여 골목 인근에 새로 유입된 휴게음식점을 운영하는 젊은 층 상인 2명을 인터뷰하였다.

2. 전주의 도시재생

1) 전주시 도시재생의 시작

전주시 고물자골목 재생사업에 살펴보기 위해 전주시의 도시재생사업의 흐름을 살펴보고자 한다. 고물자골목이 속해있는 전주시 구도심의 경우 1960년대 이후 지역경계가 낙후되었다는 이데올로기가 지배적이었으며, 이를 극복하기 위해 지역개발전략을 통해 도시화를 진행하였다(이경은, 2011: 72). 도시화가 시작되면서 구도심 주변으로부터 도시개발이 진행되기 시작했다(송일섭, 2018). 1970년대에 들어 구도심에 위치하던 주요 공공기관이 하나 둘씩 이전하기 시작하였다. 구도심 지역은 1980년대까지 전주시의 중심 시가지 역할을 하였으나 공공기관 및 상업시설의 대규모 이전에 대처하지 못하여 1990년대에 들어 쇠퇴되기 시작하였다. 그 사이 전주시에는 1980년대 전국체전을 유치하여 동서로(관통로)와 팔달로 등 8개 노선의 정비공사를 시행하였다. 당시 낙후된 지역을 지원하는 유일한 SOC²⁾ 지원 프로젝트였다. 환경을 정비하고 시가지를 확장하면서 본격 도시화다운 도시화가 이루어지기 시작했다(이경은, 2011).

1990년대에는 지방에 대한 중앙정부의 통제가 점차 줄어들면서 지방자치제가 실시되어 지자체의 자율성이 높아지게 된다. 지방자치제가 실시된 이후 전주시뿐만 아니라 각 지역마다 도시정체성을 내세운 각양각색의 지역발전 정책을 내세우기 시작했다. 전주시는 도시의 정체성을 역사와 문화자원을 중심으로 설정하여 예향, 천년의 고도, 문화예술의 고장 등 다양한 이미지를 모색하였다. 다양한 도시 이미지 중 전주시는 ‘예향’의 이미지를 구축하기 시작하였

2) 생산(경제)의 기반이 되는 시설로 도로, 철도, 공항, 항만, 댐 등을 예로 들 수 있으며, 시설 효율 증진 및 이용자 편의시설 등 지능형 교통체계, 복합터미널을 예로 들 수 있다. (국무조정실 생활SOC추진단 홈페이지, <https://www.lifesoc.go.kr/etc/whatIsSoc>, 검색 2021.10.21.)

고 예향의 이미지를 대표할 수 있는 정책을 내세우기 위해 판소리를 중심으로 여러 정책을 시행하기 시작한다. 하지만 예향의 도시 이미지는 타 도시 강릉, 광주, 목포 등에서도 강조하던 이미지였기에 전주시만의 차별화를 두기에는 어려웠다. 1990년대 중반 정부의 문화정책의 흐름이 바뀌기 시작하면서, 기존 공업화를 중심으로 한 개발전략에서 문화와 환경 그리고 신산업 등을 고려한 발전전략이 수립되었다(이경은, 2011: 75).

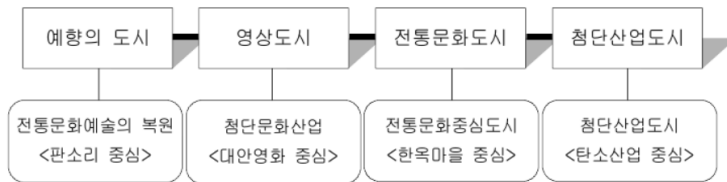


그림 1. 전주시 지역발전담론의 변화 (이경은, 2011: 76)

그러면서 전주시의 도시 정책의 방향은 첨단문화산업 육성으로 옮겨지게 된다. 이는 도시마다 특정한 분야의 산업을 집적해서 육성한다는 정책으로 전주시는 핵심정책으로 영상산업을 중심으로 진행하게 된다. 하지만 당시 부산시는 이미 국제영화제로 굳건히 이미지를 구축하고 있었기에 전주시는 사실상 예향에 이어 영상도시로의 이미지 또한 자리매김하기 어려웠다. 이에 전주시는 1998년부터 자체적으로 도심활성화정책을 마련하고 본격 시행하였다. 시기 별 총 3기로 구분할 수 있다.

제1기는 1998~2005년까지로 ‘전통문화 중심의 도시재생 기반조성’ 단계, 제2기는 2006~2012년까지 시행한 ‘도시재생 거점전략사업 및 시민참여 촉진사업 추진’ 단계 그리고 제3기는 2013년~현재까지 추진하고 있는 ‘원도심 내 거점시설정비’, ‘도시재생전략계획과 도시재생활성화계획에 따른 도시재생사업 준비 및 추진’으로 볼 수 있다. 1기까지의 정책 방향과 내용은 본 절에서 다루고, 2기 부터의 내용은 다음 절에서 다루고자 한다. 이 같은 흐름 안에서 2000년대 들어서면서 중앙정부는 도시 재편을 위한 새로운 정책을 시행하였다. 전주시도 새로운 도시 이미지를 굳히기 위해 한옥마을을 통한 전통문화도시 이미지 구축을 추진하기 시작하였다. 전주시에서 전통문화도시의 이미지를 구축하고자 하는 시도는 추후 고물자골목 재생사업에도 깊은 영향을 끼친다. 전통문화도시 이미지 구축을 위해 제일 먼저 추진된 전주한옥마을은 2002년 전주시 한옥보전지원조례가 제정되면서, 2002년 개최된 한일월드컵 당시 국내

개최 10개 도시 중 하나로 선정되어 전주의 전통적 도시 이미지를 보여주는데 성공하게 된다.

2) 전주시 구도심 도시재생 : 도시재생 뉴딜사업 이전과 이후

전주시에서 도시 이미지를 구축하여 지자체 활성화를 목표로 여러 시도를 행함에도 불구하고 구도심³⁾ 지역은 1990년대에도 여전히 쇠락의 길을 걷고 있었다. 기반시설의 미비 및 노후화, 높은 건폐율과 낮은 용적률의 저층·고밀 구조, 좁은 도로와 주차시설의 부족 등으로 인해 주거지로서의 매력 또한 상실되고 업무·상업 시설에 대한 이용도 제한되며 점차 쇠락의 길을 걷게 된 것이다. 뿐만 아니라, 신도시 개발 위주의 도시정책 등을 이유로 구도심의 상주 인구가 지속적으로 감소되었고, 업무와 행정기능이 쇠퇴함에 따라 상권이 약화되었다.

이에 대응하기 위해 당시 전주시는 2003년 구도심활성화지원조례를 제정하였다. 당시 전주시 도시재생 정책은 크게 한옥마을 지구와 도심상가 지구에 관한 정책으로 나누어 볼 수 있다. 특히 2003년도에 한옥보전을 위한 지원조례가 제정되면서 민간건축의 활성화를 피하게 되었으며, 구도심활성화지원조례가 제정되면서 구도심을 중심으로 걷고싶은거리 조성사업이 대표적으로 시행되어 총 7개의 거리(공구거리, 영화의거리, 걷고싶은거리, 웨딩거리, 동문거리, 차이나거리, 약전거리)가 보행환경개선이 되었다.

표 1. 전주시 구도심 구역 구분
(전주시구도심활성화지원조례를 참고하여 연구자 재정리)

구	행정동명	법정동명
완산구	중앙동	중앙동, 다가동, 고사동, 태평동
	풍남동*	경원동, 풍남동, 전동, 교동
	노송동	중노송동, 남노송동, 서노송동
	완산동	동완산동, 서완산동
	동서학동	동서학동
	서서학동	서서학동
덕진구	진북동	진북동

*고물자골목이 속해있는 행정동임을 밝힌다.

3) 과거 도심기능을 했던 곳이 사회적 여건의 변화, 도시 기능의 이전으로 인하여 쇠퇴하고 중심지의 기능을 상실하여 활력을 잃은 지역을 말한다(이수영, 2015).

2009년 이후 민선4기가 시작되면서 본격적인 도시재생 프로그램이 시작된 다. 전주시에서는 도심부 활성화 종합대책을 발표하고, 도시재생추진단을 구성 하는데, 이 시기 전주시 도시재생정책은 크게 도심활성화기와 도시재생기로 구분할 수 있다(채용훈, 2013). 도심활성화기 사업의 특성은 앞서 설명한 특화 거리를 중심으로 한 외형적 정비사업이 주된 사업이었기에 실질적인 재생의 효과가 드러나지는 않았다. 그렇기에 2009년부터는 기존의 재생전략을 수정하여 민간참여 촉진을 위한 다양한 프로그램(도시대학, 마을만들기포럼, 동별 마을만들기컨설팅 등)이 계획되었다. 이 시기를 민관거버넌스 조직구성을 통해 네트워크를 강화하고 실천력을 높이려는 체계구축을 하였던 시기로 도시재생기의 특징을 잘 드러낸다(채용훈, 2013).

전주의 구도심은 급속한 쇠퇴의 시기를 겪다가 전주시의 시기별 도시재생 정책과 더불어 최근 다시 재활성화의 시기를 맞이하고 있다. 『도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 시행, 이하 도시재생 (2013.12.5., 특별법)』에 근거하여 구도심의 특성을 고려한 새로운 도시재생활성화계획을 수립되었기 때문이다. 전주시 도시재생활성화계획(이하 ‘활성화계획’)은 이전까지 도시 재개발 사업 중심 대규모 철거방식의 부작용, 실질적으로 주민들이 체감할 수 있는 성과의 미약, 지원의 수준 미흡 등으로 인해 2017년 국가적으로 추진된 도시 재생 뉴딜사업 정책(이하 ‘뉴딜사업’)이 시행되면서 계획되었다.

정부는 재개발 방식의 문제점을 해결하기 위한 방안으로 뉴딜사업을 통해 물리적 환경개선(하드웨어)과 주민들의 역량강화(소프트웨어)를 통한 “종합재생”을 지향하였다(국토교통부, 2017). 이전 도시재생 계획과 달리 뉴딜사업의 비전은 ‘지역 공동체가 주도하여 지속적으로 혁신하는 도시’를 지향하였고, 주민이 체감할 수 있는 도시재생사업을 추진하는 것을 목표로 한다는 점이 뉴딜사업의 주요골자라 할 수 있다(국토교통부, 2017).

전라북도는 2014년부터 40개의 ‘뉴딜사업’을 진행하고 있으며, 30개의 ‘도시재생예비사업’을 진행하고 있고, ‘전북형 뉴딜사업’은 총 3건이 진행되고 있다. 전주시는 2016년도에 도시재생전략계획을 수립하여 현재 총 14개 도시재생 사업을 진행 중에 있다. 그 중 뉴딜사업으로는 총 6개의 사업이 진행 중이다. 뉴딜사업 중 고물자골목 재생사업이 포함되어 있는 ‘전통문화중심의 도시 재생 뉴딜사업(중심시가지형)’은 2017년 3월 활성화계획이 승인된 중심시가지형 ‘전주, 전통문화중심의 도시재생(중앙동)’으로 2021년 사업이 종료되었다.

해당 뉴딜사업은 뉴딜사업이 본래 지향하는 목표처럼 주민참여와 민관협력을 통해 추진된 재생사업이라 할 수 있다. 고물자골목 재생사업 추진에 있어

프로그램 기획과 실행 단계에서 골목에 거주하는 주민, 상인, 청년활동가가 주체가 되어 의견을 내고, 사업을 기획하고, 실행의 주체적 역할을 하였기 때문이다. 주민과 상인, 청년활동가 등이 사업에 주체적으로 기획하고 참여하는 구체적인 과정에 대해서는 ‘3장 고물자골목의 역사와 재생과정’ 부분에서 자세히 살펴보고자 한다.

3. 고물자골목의 역사와 재생과정

1) 고물자골목의 역사

고물자골목은 현재 전주 남부시장 북문과 에코르빌라까지 약 260m 정도 되는 길으로 형성된 구도심 골목이다. 고물자골목은 고지도에서도 확인되는 전주시의 옛길로 조선시대에는 부유층의 혼수용품을 판매하던 은방점포들이 몰려 있어 은방골목이라고도 불렸다.

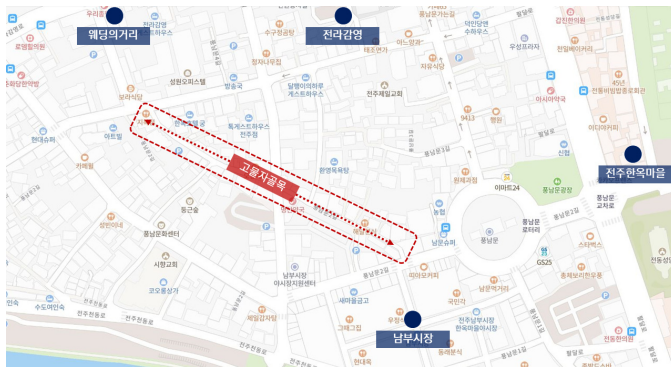


그림 2. 고물자골목 위치도

이후 일제강점기시대 전주성벽이 허물어지면서 골목의 외형이 바뀌었다. 골목의 명칭 또한 1950년대부터 2000년대까지 유행, 산업구조의 변화에 따라 시대별 골목에서 취급한 물품과 상점들의 분포가 달라지며, 사람들의 입에서 입으로 골목의 명칭이 다양하게 변형되며 구전되어 왔다.

시대별로 골목에 주를 이룬 상가와 풍경에 따라 골목명칭이 변형된 흐름은 다음과 같다. 한국전쟁 직후인 1950년대에는 미군부대에서 흘러나온 구호물자와 각종 미제물건들이 이 골목을 통해 유통되고 거래되면서 사람들은 통이 넓

은 군복과 청바지 등 군복용품, 헌옷, 신발, 화장품 등을 구입했다. 당시 골목에는 팔지 않는 것이 없을 정도로 잡화좌판이 즐비해있었다. 그래서 당시 골목의 명칭은 구호물자골목, 양키골목, 청바지골목 등으로 불리었다. 구호물자 물품을 다루는 상점도 두 곳 남짓 있었는데, 현재 남부시장과 명산약국 사이에 위치한 주차장이 그 위치이다. 이 시기 골목에는 구호물자 물품으로 들어온 군복이나 청바지를 한국인 체형에 맞게 수선하고 염색을 다루는 수선집이 많았다. 그래서 일명 ‘전주의 멧쟁이’들이 주로 찾는 골목이 되었다.

골목의 끄트머리에는 약 1973년까지 남부공동배차장(이하 ‘배차장’)이 있었다. 전주시외를 오갈 수 있는 배차장이 있었기에 배차장과 남부시장을 오가는 길목에 위치한 고물자골목은 사람들의 왕래가 많았다. 당시 좁은 골목에는 보따리 상인들, 길거리 음식, 대포집이 즐지어 있었다. 뿐만 아니라 소위 야바위꾼과 약장수라 불리는 사람들도 많아서 골목의 볼거리 중 하나였다. 골목은 지나가는 사람들끼리 서로 어깨가 부딪히며 지나가야 할 만큼 사람들의 통행이 많았고, 상권이 활발하였다. 이 시기에는 골목이 ‘배차장골목’이라고 불리었다. 당시 점차적으로 구호물자의 보급에 대한 단속이 심해지면서 물자의 유통이 어려워지자 골목을 채웠던 구호물자 판매점들이 점차 사라져갔다. 기존에 있던 수선업 상가들은 서서히 업종을 전환해야 했다. 더 이상 군복을 수선하고, 염색하는 수요가 줄어들었기 때문이다. 당시 구호물자 보급품 수선에 뒤이어 대체된 주력상품은 교복이었다. 중고등학교로의 진학률이 높아지면서 교복, 교련복 등을 맞춤 혹은 수선해서 입는 학생들이 증가하여 골목은 교복의 물결로 바뀌어나갔다. 당시 수선상가들은 서울에서 중고로 떼어온 교복이나 코트 등을 수선해 팔기도 하고 맞춤으로 제작하기도 하여 많은 학생들이 오갔던 골목이었기에 ‘교복골목’이라고 불리었다. 이후 1982년 당시 문교부(현 ‘교육부’)는 두발자율화를 시작으로 교복자율화 방침을 발표하여, 교복 대신 자유복을 착용하자는 방침을 발표했다. 이후 교복에 대한 수요가 점차 줄면서 수선집은 주력으로 다뤘던 교복을 회사의 단체복, 유니폼 등으로 다시 업종변환을 하였다. 현재 고물자골목에 수선집은 약 3곳 정도 남아있다.

고물자골목은 1980년대~1990년대에 오꼬시⁴⁾골목, 한복골목으로 불리었다. 그도 그럴것이 1973년 배차장의 이전, 교복자율화, 중앙극장의 폐관 등으로 인해 골목을 둘러싼 주변환경이 변하기 시작하였고, 골목에는 한복집이 늘어나

4) ‘오꼬시’는 일어 おこし(粗粉)로, 밥풀과자, 찌서 말린 쌀 따위를 볶아 깨, 콩, 김 등을 넣고 물엿 등으로 굳힌 과자를 의미한다. (<https://ja.dict.naver.com/#/entry/jako/0c14e1e695264931a971bc6f4f23257b>)

기 시작했다. 당시 결혼식, 환갑잔치 등 집안의 대소사에 한복은 빠질 수 없었고 수요는 상당하였다. 이와 더불어 당시 골목 안쪽으로 요정(고급 요릿집)이 많이 위치해있던 영향도 있었다. 약 1977년 이전부터 골목 인근으로 행원, 금수당, 초원 등의 요정들이 있었는데 이곳에 종사하던 사람들은 한복을 착용하였기 때문에 각 요정마다 한복을 맞추거나, 수선해야하는 일이 많았다. 현 명산약국 골목 주변으로 일명 비단집, 주단집, 한복집이 우후죽순 생기기 시작하였다. 한복집이 한, 두 집씩 돈을 잘 번다는 입소문이 난 후부터 골목 안쪽으로 차츰 한복수선, 한복맞춤제작 상가가 많아졌다. 현재는 골목에 5곳 정도의 한복집이 남아있으며, 현 고물자골목의 중간지점인 명산약국 사거리에서 전주천변방향으로도 3곳의 주단집이 남아있다. 반면 1980년대 골목에는 3~4곳 정도의 오꼬시 강정 상점이 존재했다. 명절이 되면 남부시장을 방문하는 많은 사람들이 골목을 오가며 강정의 고소한 냄새를 기억하여 이 골목을 ‘오꼬시골목’으로 부르기도 했다. 현재는 골목 내 2곳의 오꼬시 강정가게가 존재하고 있다. 2000년대 이후로는 골목 인근의 요정집이 점차 사라지고, 한복의 소비방식이 개량한복, 대여한복으로 전환되면서 맞춤한복에 대한 수요가 줄어들기 시작했다. 한복의 소비 수요가 줄어들면서 골목의 맞춤한복집, 주단집은 점차 사라지기 시작하였다. 하지만 여전히 수의, 모시, 삼베, 공연복, 두루마기 등 다양한 맞춤 제작할 수 있는 상가가 골목에 자리하고 있다.

고물자골목은 1973년 배차장이 사라지고, 2000년 초반부터 맞춤제작 한복, 교복의 수선 등 사람들의 수요가 줄어들어 따라 골목에 점차 사람들의 발길이 끊겨가는 골목으로 전락하였다. 다른 원도심 지역과 마찬가지로 쇠퇴기를 맞은 골목으로 점차 변하게 된 것이다. 아직까지 골목에는 1970년대 이전 건축물이 많이 남아있어 다소 노후화되었고, 공실이 많이 생기게 되었다. 또한 가로가 정비되지 않고, 골목과 외부로의 접근성이 저하되어 있어 2017년 도시재생 활성화지역 중 한 곳으로 선정되어 골목에 변화의 바람이 불기 시작하였다. 더불어 골목 인근에 위치한 전주한옥마을이 2015년 문화체육관광부와 한국관광공사에서 시행한 ‘2015년 대한민국 대표 관광명소’에 선정되어 골목에도 영향을 미치고 있다. 이로 인해 고물자골목 주변에 호텔도 2곳 생겨나는 등 골목 안쪽과 주변을 구성하는 상가의 변화, 상인들의 연령대가 낮아지고 골목인근이 점차 변화하기 시작하였다. 뿐만 아니라 2017년부터 시행된 고물자골목 도시재생 사업을 통해 점차 청년 활동가들이 움직이기 시작하면서 변화를 맞

5) 전주시청 홈페이지 문화관광 페이지 (<http://hanok.jeonju.go.kr/contents/info>)

이하고 있다.

현재 고물자골목은 과거 구호물자 골목이라고 불리었던 명칭의 발음을 토대로 변형시킨 ‘고물자골목’으로 불리게 되었다. 이렇게 변형된 골목의 명칭은 전주시에서 공식 명칭으로 사용하고 있다.

2) 고물자골목의 초기 재생과정

고물자골목 재생사업이 본격적으로 추진된 것은 2017년부터이다. 전주시 원도심 도시재생 거버넌스 주체인 센터는 본격적으로 재생사업을 추진하기 위해 2017년 주민상인협의체간담회(이하 ‘간담회’), 원도심공동체학교(이하 ‘공동체학교’)를 진행하였다. 도시재생 관련하여 관심 있는 일반시민과 골목 구성원을 대상으로 진행된 간담회와 프로그램이었다. 이때 고물자골목에 약 3명의 청년이 고물자골목에 거주하며 골목, 골목인근에서 상가를 운영하며 간담회와 공동체학교 프로그램을 참여하였다. 이들 중 현재까지도 고물자골목에서 청년활동가로 활동하고, 골목에서 거주 및 상가를 운영하고 있는 윤슬기는 골목의 청년활동가 중 한명으로 초기 고물자골목의 재생과정에 적극 참여하며, 초기 재생조직 형태인 청년모임에서 핵심역할을 하였다. 그는 2014년 고물자골목에 자신의 생계의 터이자 거주 터를 잡고 센터에서 진행하는 재생사업의 활동에 적극적으로 참여하였다. 그가 처음 간담회에 참여한 이유는 고물자골목 재생사업 계획의 초점이 하드웨어적 개선방향에 치우쳐있다는 점에 반대하기 위해서였다.

골목에 거주하고 상가를 운영하는 상인 대부분의 연령층은 60대~70대로 구성되어 있는데, 그들이 원하는 재생사업의 방향은 도로정비, 간판의 획일화, 노후화된 건물 정비 등 하드웨어적 개선사업이었다고 한다. 총 간담회는 2017년에 약 11회차로 진행되었는데 회차가 진행될수록 주민과 상인 참여자의 수가 줄어들었고, 결국 활동가 윤슬기를 포함한 청년 2명 정도만이 꾸준히 참여하게 된다. 그렇기 때문에 이들을 중심으로 고물자골목의 재생사업 방향에 대해 의견이 나누어지게 되었다. 청년활동가들은 골목의 재생방향을 하드웨어 중심으로 개선되어서는 안된다고 주민들을 설득하는 과정을 보냈다.

(중략) 저는 그와 반대이야기를 하고 싶어요, 여기 골목의 분위기가 너무 좋고, 세월이 쌓인 풍경은 다른 사람들이 따라할 수 없는 뭔가가 매력이 있다고 느꼈고 오히려 어르신들이 말씀하시는 방향(하드웨어적 개선)으로 도시재생방향이 진행된다면 여기 상인 분들은

대부분 본인건물이 아니고, 세를 내고 가게를 운영하는 사람들이 많은데.. 이 골목이 ‘금방 소비되고 버려진다.’ 라는 한옥마을에서 겪은 제 경험을 골목 어르신들에게 이야기하곤 했어요. 그렇게.. (골목주민들을) 설득하는 과정이 있었어요. (윤슬기 활동가 인터뷰, 청년활동가-골목주민, 30대)

청년활동가들은 기존 골목의 상인들과 주민 어르신들을 만나며 고물자골목의 재생방향이 외관정비를 중심으로 진행된다면 한옥마을에서 나타난 것과 같은 젠트리피케이션 현상을 피할 수 없다는 것을 강조하며 골목이 가지는 색깔을 잃을 수도 있다는 점을 지적하였다. 이에 활동가 윤슬기는 고물자골목 재생방향과 활동을 적극적으로 함께할 ‘고물자골목재생주민위원회’와 같은 주민조직을 조직하고 싶었다.

고물자골목활성화위원회, 운영위원회는 따로 없고, 활동하는 청년주체들과 얘기를 나누고 (재생사업을) 진행하는 상황이에요. 거기(고물자골목) 거주하시는 바늘소녀공작소 윤슬기 선생님이나, 카페 카△△ 선생님이랑... (익명, 전주시원도심도시재생현장지원센터 코디네이터 인터뷰)

하지만 간담회 등 재생사업에서 주민과의 논의가 필요한 자리에 지속적으로 참여하는 골목 구성원은 적었기에 흐지부지 되었다. 연령대가 높은 골목 상인, 주민과의 조직구성은 어려워졌지만, 꾸준히 재생사업 프로그램을 참여하며 청년을 중심으로 활동조직이 구축되기 시작하면서 골목재생의 방향에 대한 논의와 재생사업 프로그램이 기획되어 갔다. 이 과정에서 활동가 윤슬기와 골목 인근 카페 운영상인 그리고 2명의 청년활동가 등 약 4명이 중점적으로 재생사업 프로그램에 참여하며 센터와 주민들의 가교역할을 하며 프로그램 아이디어를 제안하는 등 활동이 시작되었다.

재생사업 실행 초반에는 골목 구성원들의 높은 연령대와 골목에서 생업을 이어나가는 특징으로 인해 다 같이 얼굴을 마주할 기회를 마련하는 것이 중요하였다. 그래서 기획된 프로그램 중 하나는 조각보잔치(골목잔치)이다. 잔치형태의 자리를 마련하여 골목 주민, 상인, 건물주들과 소통의 기회를 가졌는데, 이 과정에서 청년활동가들과 센터는 잔치에 필요한 공간을 모색하고 홍보를 하는 것 등을 함께 진행하였고, 어느 골목 상인은 본인의 소유 공간을 장소로

제공하기도 하며 점차 사업활동에 참여하는 모습을 보였다.

조각보잔치는 고물자골목이 ‘조각 천을 주재료로 활용하여 생업을 삼고 있는 골목 구성원들이 많다’라는 점을 착안하여 조각보를 소재로 사용하였고, ‘오래된 골목에 담긴 서로가 지니고 있는 이야기를 이어 붙여서 새로운 것을 만든다.’는 의도를 담아내어 골목의 정체성과 골목 구성원 그들 스스로도 골목을 새로운 시각으로 보는 계기가 되었으며, 앞으로 재생과정을 통해 새로운 것을 함께 만들어 나간다는 의미를 새기는 계기가 되었다.



그림 3. 조각보잔치 (네이버블로그 ‘바늘소녀공작소’ 사진 중 일부)

조각보잔치에는 평균 20~30명의 골목 주민, 상인, 건물주들이 모였다. 이전까지 서로 교류가 없던 주민, 상인, 건물주들이 잔치를 통해 골목주민들과 상인들의 골목재생에 대한 생각과 과거 골목의 모습에 대한 이야기를 센터와 청년활동가들과 함께 논의하였다. 평소 각자의 공간에서 묵묵히 본인의 수공업 활동을 이어온 상인과 주민들은 ‘골목 재생 사업이 뭐야’, ‘저 청년들은 이 골목에 와서 무엇을 하려고 하는 거야.’라는 인식에서 점차 ‘청년들이 골목을 돌아다니면서 하고자 했던 것들이 무엇인지 조금은 알겠다.’라는 인식으로 전환되는 계기가 되었다.

골목재생 초기 과정에서 센터, 활동가, 골목 구성원들에게 골목에 대한 인식 변화와 골목에 정체성이 또 한 번 부여된 계기가 되는 재생사업 프로그램이 있다. 바로 ‘장인교실 프로그램’이다. 장인교실은 사업 초반 간담회에 참여하였던 청년활동가들과 한복집 상인에 의해 기획된 프로그램이다. 간담회에 참여한 이들은 ‘골목의 정취’와 ‘정체성’을 고민하였고, 고민을 통해 골목을 구성하는 주민과 상인들과 함께 살아가는 방법을 고안하며 재생사업 프로그램도 구상하기 시작하였다. 청년활동가들이 그간 마주해 온 골목의 주민, 상인, 건물주에게 접한 과거 골목의 풍경과 기억은 ‘오랜 세월 장인들에 의해 지켜진

골목'이라는 고물자골목의 정체성이 형성되는 계기가 되었다. 이에 센터와 청년활동가는 골목재생 사업 프로그램에 골목의 정체성을 내세워 정당성을 부여하는 모습을 보였다. 주민, 상인, 건물주들의 기억을 기반으로 기획된 프로그램은 대표적으로 '장인교실' 프로그램과 '골목 아카이브 전시'가 있다.



그림 4. '장인교실' 수강생 모집 홍보물



그림 5. 고물자골목 아카이브 전시 포스터 (전주시도시재생현장지원센터)

더 이상 골목 구성원들에게도 골목의 '오래된 것'들이 개선되고 바뀌어야 할 대상으로 인식되지 않고 골목의 '정체성'이자 '매력'으로 인식하게 되는 전환점이 되었다. 일련의 이런 과정을 통해 골목 주민, 상인, 건물주 등 기존 골목 구성원이 지니고 있는 집단기억이 재생 프로그램의 자원으로써 활용되고, 이들의 존재 자체가 장인으로 이미지가 재구성되면서 도시재생 초기 과정에 중요한 영향을 미치게 되었다.

4. 고물자골목의 기억과 향수

1) 고물자골목 상인

고물자골목에서 상가를 운영하는 상인들의 연령층은 60대 이상이 대부분이며, 평균 운영기간이 30년 이상된 상인들이 다수이다. 과거와 현재 골목에 존재하는 상가들의 업종은 대부분 바뀌지 않아, 손바느질 한복수선집, 옷수선집, 수제 강정

집, 손바느질 침구 제작집 등으로 구성되어있다. 현재 골목에는 남부배차장도 사라지면서 골목을 이용하는 사람들의 통행이 줄어들고, 수공업을 활용하여 제작된 물품을 소비하려는 소비자가 줄어들어 따라 사람들의 발길이 예전에 비해 끊겨가는 골목으로 변화했다. 하지만 고물자골목에서 본인의 업을 꾸준히 이어오고 있는 상인들에게는 과거 골목의 모습이 아직까지 생생히 기억되고 있다. 상인들의 과거 골목에 대한 기억은 골목재생사업 추진과정에서 콘텐츠로 활용되기에 중요한 자료로, 골목에서 상가를 운영하였던 기억, 당시 골목을 추억하게 하는 풍경을 말로서 당시의 모습을 재현함을 보여준다.

여기가 아주 전주시내에서는 최고로 큰 골목이야. 말하자면은 저쪽 끝에 가보면 배차장 있어 배차장. 남부배차장 그게 그 골목이란 말이야. 남부배차장 골목 여기에 없는 것이 없었어. (중략) 여러 가지 잡화상도 쪽- 있고 그랬어. 엄청 여기가 말하자면 큰 골목이지 쉽게 얘기해서 서울로 말하자면 여기가 ‘명동거리’라고 보면 돼. (약 1981년~현재, 골목 내 제과점 운영상인 인터뷰)

배차장이 있던 구도심 지역은 전주 교통의 중심지 역할을 했다. 과거 전북도청과 남부시장이 배차장 인근에 자리하고 있어서 교통의 중심지로서 기능을 한 것이다. 뿐만 아니라, 전주와 호남의 교통 중심지로 전북, 전남, 충청, 경상 지역의 물산들도 집결되는 곳이었기에 상업의 중심지 역할도 하였다(전주시사회적경제도시재생지원센터, 2020: 33-34). 1974년 남부배차장은 폐쇄되었지만, 특히나 ‘전주에서 가장 활력 넘치는 상업의 중심지’로 기억될 만큼 사람들의 왕래가 잦고, 시끌벅적하게 사람들이 붐비었던 곳이다.

상인들은 주로 골목을 이용했던 목적성에 따라, 개인의 경험에 따라서 과거 공간을 기억해낼 때 각기 다른 모습으로 기억해냄을 알 수 있었다. 골목의 명칭이나 풍경을 회상하며 재현해내는 주된 소재는 다르지만 이들에게 공통적으로 묘사되는 과거의 골목은 ‘변화가’였던 모습들을 표현하고 있음을 알 수 있다. “쉽게 얘기해서 서울로 말하자면 여기가 ‘명동거리’라고 보면 돼” 등 변화가였던 과거의 골목을 묘사하는가 하면 과거 상점을 운영하고 있을 때의 기억 또한 알 수 있었다.

(고물자골목에서) 헌옷으로 판매를 하다가 그 다음에 시대가 올라가면 ‘교복골목’으로 변했어 여기가. 학생 교복. 그게 인자 한. 내가

20세 때 들어왔을 때가 언제지? 60년대. 70년대부터 교복으로 바뀌었어.. 구호물자가 빠지고 그 골목이 ‘학생교복 전문’으로 바뀌었어. 그것도 교복을 새것을 파는 게 아니라 처음에는 서울서 헌 것들을 중고로 받아다가. (“배차장이 없어지면서 골목이 많이 바뀌었나요?”) 바뀌었지. 그때 힘들었지. 사람들이 다 바뀌고. 교복자율화되던 시기에 세대교체가 된거야. 세대교체가 되고, 이제 이 골목이 드디어 뿔로 변했나. 이제 그 교복에서 이제 회사복으로 변했어. 회사 단체복. 그때부터 이제 건설계통이 붐이 일어났잖아. 공계 여기는 이 골목은 작업복으로 변하고. 그 다음에 ‘한복골목’으로 이름이 나기 시작했지. (약 1969년~현재, 골목 내 수선집 운영상인⁶⁾)

1969년부터 고물자골목에서 수선집을 운영한 상인은 약 1980년대 들어서 골목을 찾는 학생들의 발길이 줄어들기 시작했다고 회상하였다. 그리고 1980년대 산업화로 인해 건설업이 부흥하면서 수선집 상인들은 취급물품을 교복에서 회사작업복, 단체복으로 바꾸게 된다. 골목의 이런 변화는 당시 골목 상가의 분포와 방문객의 연령과 성별을 자연스럽게 변화시켰고, 상인들의 기억 속 과거 골목의 풍경을 각인시켰다.

골목에는 수선집 외에도 한복집과 미용실이 있었다. 한국 사회 전반은 약 2000년대 초반까지만 하더라도 결혼식, 나들이를 가기 위해서라도 한복을 맞추어 입고, 한복에 걸 맞는 올림머리를 미용실에 들러서 매만지는 사람들이 많았다⁷⁾.

옛날에는 일요일 날 (결혼을) 많이 했잖아 (중략) (놀러 가실 때 한복입고 많이 가셨나요?) 응. 한복입고 많이 갔어. 그럼 지금같이 이렇게 막 촌같이 하고 안다녔어. 한복 다 입고 땡겼지. 맞춰서 사 입지. 비단 집에서 이제 떠다가 다 맞춰지. 맞춰서 그렇게 했어. 그랬더니 이제 그런 것이 없어지고 이제 다 빌려다 입잖아. (후략) (약 1964년~현재, 골목 내 미용실 운영상인 인터뷰)

옛날에는 새벽 3시까지 일을 했어. 일이 많았지. (약 1968년~현재, 골목 내 침구수선집 운영상인 인터뷰)

6) 전주시도시재생현장지원센터(2019)의 보고서 일부 구술내용 인용

7) 네이버 포스트 (<https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=14617072>)

하지만 IMF사태 이후 제조업이 주춤하게 되고 사람들의 생활패턴과 소비성향이 변화됨에 따라 한복제작업에서 대여업으로 시장의 흐름 또한 바뀌었다(김영미, 2016: 7). 유행의 흐름이 바뀌어가고 주요 산업의 구조가 변화함에 따라서 수공업이 점차 쇠퇴하게 되었다. 각종 시대의 변화에 따라 현재 수공업을 업으로 삼으며 골목을 지키는 상인들은 공통적으로 현재의 골목풍경을 ‘텅 빈 거리’로 묘사하고 있음을 알 수 있다. 이제는 과거 번성하였던 전성기의 골목에 대한 기억이 향수처럼 남아있게 된 것이다.

(현재) 빈 상가가 전부 늘었어. 여기도 바느질집이 3개나 있었는데 집을 고쳐버리면서 없어지고. 저쪽에도 전부 다 비어있고 그래. 궁계내가 일요일에 가게를 쉬면 (골목이) 전부 다 비어있어서 사람이 없대. (약 1964년~현재, 골목 내 미용실 운영상인 인터뷰)

뿐만 아니라 점차 고물자골목을 구성하던 수공업 상점의 수, 사람들이 제품을 찾는 수요가 줄어들면서 현재 상인들은 그저 “리듬을 깨지 않으려고” 매일 출근하며 고물자골목을 지키는 상인도 있다. 약 50년간 수선집을 운영하는 한 상인은 한복집과 수선집이 “잊혀져 간다고 생각”한다고 하였다. 보통 ‘기억 속에서 사라져간다.’ 또는 ‘없어졌다.’ 등의 문장으로 말할 것으로 기대되지만, “잊혀져 간다.”라고 과거를 회상한 그에게서 현재 골목이 예전같이 활발하지는 않은 상황에 대해 큰 아쉬움이 녹아져 있는 것으로 파악할 수 있다. 뿐만 아니라, 과거 번영하였던 골목의 모습과 과거 옛 시절을 그리워하는 향수어린 말로 표현하고 있음을 알 수 있다.



그림 6. 1967년 고물자골목 모습
(전주시도시재생현장지원센터)



그림 7. 2021년 고물자골목 모습
(연구자 직접 촬영 2021.10.11.)

2) 고물자골목 건물주

본 연구에서 심층인터뷰를 진행한 건물주의 경우는 각기 서로 골목에서 건물을 매입한 시기는 다르다. 그럼에도 몇 가지 공통기억이 있었다. 하나는 골목의 경관·모습을 기억하는 것과 다른 하나는 골목의 명칭이 여러 가지 존재했다는 것을 기억하는 것이었다.

(중략) 요쪽 뒤에가 시외버스정류장이 있었어.. 지금 호텔 지어진 곳(현 라운무인호텔)에. 남부배차장. 시외버스가 있어가지고 이쪽 골목이 전-부 머리카락 장사, 뺨디기 장사, 뭐.. 뺨디기 볶아서 팔고, 쌀, 빗장사. 하여간 뭐 안파는 장사 없고 양쪽으로 짹-늘어져 있었어.. 그런 거. 요상시런 거. 야바위도 있었고. 노름쟁이들, 야바위꾼도 있었고 막 굉장했어 이 골목. 걸어가는데 어깨가 딱! 닿았어. 사람이 그렇게 뚫고 나갈 길이 없었어. (후략) (건물주, 79세, 1966년~2000년 동안 고물자골목 한복집 운영)

이들이 고물자골목에서 건물을 매입하기 전 상인으로서 골목에 약 10년간 지켜봐온 1970년대 후반 1980년대 초반의 골목풍경은 미군부대에서 보급된 물품으로 가득찬 골목, 골목 양 옆 길로 쪽 즐비해있는 갖가지 장사꾼들의 모습이었다. 옛 골목의 기억을 “굉장했어”, “양키들 (중략) 중요한 키포인트지 여그(여기 골목이)가 상징적으로” 라고 당시를 회상하며 골목의 화려했던 과거 풍경을 강조하고 있는 것을 알 수 있다.

오꼬시가 전주가 유명했어. 과자 만드는 거 있잖아. 오꼬시 골목이 2, 3군데가 있었어. (중략) 그 오꼬시가 전주에서 아주 명절 되면 즐겼었어.. 오꼬시 골목이라고 했었어. 여그가. (건물주, 77세, 1970년~현재 고물자골목 내 상가운영)

다른 건물주는 고물자골목이 과거 오꼬시골목이라고 불릴 만큼 전통강정이 유명했던 골목으로 회상하기도 한다. 이 기억을 회상한 건물주는 당시 오꼬시 가게 인근에서 상가를 운영하고, 건물주로서 방문하였을 때 보아온 모습을 묘사하였다. 건물주에게는 당시 고물자골목이 오꼬시 골목으로 유명한 곳이며, 명절이 되면 줄을 서서 강정을 구입하는 사람들의 모습을 보았다며 지금은 향

수로서 떠올러지는 기억임을 알 수 있다.

여기가 한복하기에는 적합했어 자리가. 한복을 하려면 비단집을 켜어야 돼. (남부)시장이랑 가깝고 해서. 남부시장이 그전에 포목집, 비단집이 많았잖아? 그래서 그 사람들. 그 비단집을 켜고 일을 해야 만이 일하기가 수월했어. (중략) 우리는 옛날에 한복할 때 요쪽 골목에 술집이 많아가지고, ‘행원’, ‘금수당’, ‘초원’.. 뭐 술집이 기생들이 한 30명씩 두고 술장사를 했는데. 한 3, 40년 전에 그렇게 술집들이 썩- 금수당, 행원. 지금도 행원 있잖아? (중략) 한복들을 썩- 입고. 사람들을 맞이하는 거야. 그래가지고 아줌마는 가정 옷을 못했어. 술집 애들, 요정 애들 일하느라구. 한 자리서 5, 6명 일을 하느니 개인 옷을 못 받았어. 술집 옷이 밀려가지고. (중략) 그래서 그때 노다지로 내가 돈 벌어가지고 이 집도 사고 애들 4남매 다 가르치고. 대학원까지 다 가르치고. (건물주, 79세, 1966년~2000년 동안 고물자골목 한복집 운영)

과거 고물자골목에서 한복집을 운영하던 건물주는 한복집을 운영하기 위해 필요한 비단, 주단을 수월하게 얻기 위해 남부시장 바로 인근에 위치한 고물자골목 안에 상가를 두었다. 근처 요정에서 종사하던 한복바느질을 하기에는 고물자골목의 위치가 최적의 입지였다. 당시 건물주에게는 골목에서 밤낮없이 일만 했던 기억을 안겨주고 있지만, 본인의 4남매 자녀를 양육할 수 있도록 해주었다는 것에 긍정적 감정을 일으키는 기억으로 남아있기도 하는 것을 알 수 있다.

(당시) 내가 여기 집을 사서 이사를 오니까 (주변에서) 깜짝 놀라더라고. ‘돈을 얼마나 벌었으면 그 비싼 집을 샀을까’ 하고. 그 당시에는 이 골목이 엄청나게 변화했은게. 그러드니 요쪽으로 (보따리)장사들이 없어지고. 한복집이 썩- 생기기 시작했어. (건물주, 79세, 1966년~2000년 동안 고물자골목 한복집 운영)

건물주의 기억이 상인들의 기억과 향수와 조금 다른 지점이 있다면, 건물주는 당시 골목이 번성하였던 풍경만을 회고하는 것에서 그치는 것이 아니라, 그 때문에 그만큼 당시에는 “먹고 살기 바빴다.”, “아이를 내손으로 키워본 기

억이 없다.” 등의 과거를 후회섞인 감정으로 표현했다는 점이다. 이는 건물주의 개인적 감정이 뒤섞여 작동된 것으로 이해할 수 있다. 한편으로는 과거 고물자골목에서 처음에는 세입자로 들어와 고생해서 벌어들인 수입으로 건물을 마련했다는 것에 대한 자부심도 표현하고 있다.

그리운 것도 없어. 왜냐면 애기들 가르치고 앞만 보고 살고. 열심히 일만하고 살아가지고. 어떻게 살았는가를 몰라. 애들 키우면서 내 젖도 한 번도 먹이지 못하고. 식구들 대여섯명 모여서 일하고 우리 식구들이 우리 애기들 우유먹여서 키워주고, 나는 애기들 키워주질 못했어. 그때는 힘들고 바쁘게 살았어. (건물주, 79세, 1966년~2000년 동안 고물자골목 한복집 운영)

뿐만 아니라 그저 과거 골목의 전성기를 회고하는 것을 중점으로 구술해준 상인들과 달리, 당시 먹고 살기 바빠 자식도 제 손으로 기르지 못하였다는 구체적 당시 상황을 자조적으로 회상하면서 동시에 당시 건물을 매입한 것에 대해 당시 주변인들에게 “부자됐다.” 라는 말을 들은 것에 대해 현재까지도 자부심을 느끼며 기억에 강하게 남아있는 것으로 알 수 있다.

3) 고물자골목 주민

그러니까 이제 거기가 버스정류장(남부배차장) 있었을 때니까 아주 어 활성화가 되고 거기가 아주 가장. 그리고 골목을 사람 비켜서 다닐 정도로 사람도 많았고. (중략) 그런 걸로 유명했었는데 구호물자 말 그대로 구호물자 지금은 그런 게 거의 다 없어졌어. (익명 주민, 72세, 남(1))

고물자골목의 주민 역시 상인, 건물주와 같이 과거 골목에 대해 공통된 기억을 가지고 있었다. 과거 활발하게 사람들이 골목을 통행하였던 기억이다. 어떤 주민은 어린시절 고물자골목을 이용했던 기억은 명절에 방문했던 골목의 기억이 짙게 남아 있었다. 약 1970년대부터 1980년대 골목에는 오프시 가게가 4~5곳 정도 있었는데, 어른들의 손에 이끌려 남부시장에서 명절 장을 보고, 고물자골목을 지나가면 강정의 고소한 냄새를 지나치지 못해 어른들에게 강정을 사달라고 조르기도 했다고 한다. 당시 갓 만든 강정을 신문지나 종이봉투에

답아서 주던 기억은 지금까지도 잊지 못하는 추억이라 회상한다. 뿐만 아니라, 골목 양쪽을 늘어선 아바위꾼, 약장수들이 빼곡하게 서 있는 모습은 볼거리가 많았다고 회상한다.

어렸을 적에 명절이 되면 어른들 손 붙잡고 남부시장을 갔어요. 장을 다보면 오꼬시골목으로 갔는데 가면 막 볼거리 천지야. 오꼬시 냄새도 기쁘고. 하튼 그때 골목에 사람 무진 많았어. (익명 주민, 72세, 여)

하지만 현재는 상가운영을 하는 것도, 건물주도 아닌 일반주민에게 과거 골목의 부흥기 시절부터 골목에서 오랜 기간 거주하면서 지켜본 입장으로 상대적으로 ‘폐허가 된 골목’이라고 표현한다.

내가 고물자 있을 때 산 것은 아니고 나는 한 20년 쯤 내가 안 살았으니까 뭔지. 그러니까 전에는 몰랐는데. 옛날에는 여기 아주 유명했다고 그래. 고물자골목 뭐.. 청바지 같은 거. 없는 거 없이 다 받았다고 그러더라고. (중략) 다 옮겨져버리고 그게 이제 여기가 완전 폐허가 돼. 벌써 폐가 되어가지고 유과 골목으로 팔았었는데 유과 골목도 이제 다 없어지고.. (익명 주민, 72세, 남(2))

약 2003년부터 고물자골목에 거주하기 시작한 주민은 고물자골목의 일명 전성기였던 골목의 풍경을 직접 경험하진 못하였다. “옛날에는 여기 아주 유명했다고 해.”라고 말하는 그는 다른 주민들과 상인들에게 전해듣기만 했을 뿐이다. 그는 주변인들에게 전해들은 내용으로 골목의 변화가었던 모습을 상상되어진 기억을 통해 향수를 느끼곤 한다.

옛날에는 여기 우리 집이 여관 같은 거 했다고 하더라고. 옛날에 우리 뒤가 전부 다 버스 정류장이 이거 전부 식당 그런 골목이었거든... 옛날에는 막 저 버글버글했지 그냥. 술집도 막 그런 것이. 그렇지 술 팔고 대포집이 많이 있었겠지. 그거야 버스 정류장 옆에는. 옛날에는 다 그랬잖아.. (익명 주민, 72세, 남(2))

주민 본인은 2000년대 초반에 골목에서 살기 시작하여 고물자골목의 과거

호황을 누렸던 직접적 경험과 기억은 없다. 하지만 ‘예전에는 정류장이 있었더라.’, ‘술 팔고 대포집이 많았겠지.’ 라며 본인이 다른 주민들을 통해 전해 들었던 호황기 시절의 골목 풍경과 전해들은 이야기를 통해 상상되어진 기억을 통해 기억에서 꾸며진 골목의 풍경에 대해서 기억한다.

본 장에서 상인과 건물주 그리고 주민의 고물자골목에 대한 기억과 그들이 느끼는 향수에 대해 살펴보았다. 그들이 고물자골목을 회상하며 기억할 때 어떻게 묘사를 하는지, 과거기억을 회상하는 요소와 매개는 무엇인지를 파악할 수 있었다. 그 결과 과거에 대해 제일 많이 언급되는 것은 ‘장소에 대한 풍경’ 및 ‘경관’과 관련된 기억과 향수였다. 골목의 풍경은 이들에게 골목의 과거를 떠올리고 추억하게 하는 주된 기억의 매개물이었다. 그리고 각자의 기억에서 향수를 불러일으키는 요소는 개인이 골목에서 직접 경험을 통한 기억, 간접적으로 접한 기억에 따라 달라지는 것으로 나타났다. 그리고 본인이 골목에서 상가를 운영했는지, 건물을 매입하였는지, 단순히 일반주민인지 등 골목에서의 본인이 처한 조건에 따라 기억과 향수적 기억이 달라짐을 알 수 있었다.

먼저, ‘골목에 대한 풍경’ 및 ‘경관’은 상인, 건물주, 주민 모두에게 공통적으로 남아있는 골목에 대한 집단기억이다. 좁은 골목에 왕래하는 사람들이 많았던 모습, 골목에 대부분을 차지했던 한복집과 오꼬시가게, 골목 양쪽에 가득 늘어선 좌판 노점들 등 이다. 과거 골목에 대한 기억과 현재의 골목 풍경은 세월이 흐르며 달라졌다. 하지만 아직까지 골목에 남아 있는 건물의 경관과 상가들의 품목이 크게 달라지지 않았다는 점은 그들에게 다소 오래전의 기억도 선명하게 회상하는 것을 가능하게 만든다. 그래서 과거 골목이 사람들로 북적였던 모습은 현재 골목 경관의 유지된 형태를 봄으로써 이들에게 다시금 기억되고 향수를 느끼게 하는 것이다.

개인들의 과거의 기억은 각 개인들이 직접 경험한 것에 의해서 장소에 의미가 더해지며 변형되기도 한다. 각자가 골목에서 직접적으로 경험한 기억을 통해서 장소에 대한 기억이 변형되는 양상을 보인다. 예를 들면, 오꼬시가게를 운영해온 상인에게는 골목이 본인의 어린시절 오꼬시를 먹던 추억이 담긴 장소이다. 이 상인은 어린시절 골목에 대한 추억과 더불어 본인이 10대에 골목에 와서 오꼬시를 배워 현재까지 업으로 삼아 오꼬시 상가를 운영하고 있다. 이 상인에게는 현재 고물자골목이 자신의 어린시절부터 함께한 터 같은 느낌을 준다고 한다. 현재는 명절시기에만 강정판매가 활발한 편이지만 그 사실과는 별개로 본인에게 현재의 골목은 여전히 향수를 불러일으키는 장소로 작동되고 있다. 다른 주민 또한 본인이 어린시절 보아 온 골목에 대한 기억은 골목

의 활기찼던 모습이며, 골목에서 향수를 느끼게 하는 것은 지금까지 현존해있는 오꼬시 가게를 봄으로써 회상된다. 골목과 관련하여 생계를 유지하는 목적이 골목에 직접적으로 있거나, 건물을 매입하지 않은 일반주민에게 고물자골목은 ‘그때 골목은 그랬지.’ 정도로 회상되는 공간이다. 이렇듯 개인의 직접적 경험에 따라 고물자골목의 과거를 회상하며 떠올리는 지점과 본인이 향수로 느끼는 요소가 다름을 알 수 있었다. 이는 각 개인이 고물자골목을 어떤 명칭으로 기억하는지에 대해서도 적용되어 나타났다. 즉 과거의 기억과 현실에서 향수를 느끼는 지점에 대해 사뭇 다른 지점이 있었다.

‘골목의 명칭’을 기억하고 주로 언급하는 단어에서 그들 간의 차이가 발견되었다. 이들은 몇 가지 요인에 의해서 기억을 달리 한다는 점이 심층인터뷰 분석 결과 나타났는데, 요인을 살펴보면 다음과 같다. 인터뷰 대상 주체 본인 운영(또는 소유)하고 있는 상점(또는 건물)과 업종의 연관성, 건물의 소유여부, 운영(또는 소유)하고 있는 상점(또는 건물)이 위치한 물리적 공간의 인접한 상점 분포도가 그 요인으로 파악되었다. 즉 상인, 건물주, 주민 모두 고물자골목을 기억하는 명칭은 비슷한 양상으로 여러 이름으로 부르고 기억하고 추억된다. 누군가는 구호물자골목, 양키골목, 한복골목, 교복골목, 오꼬시골목, 바느질골목 등으로 말이다. 하지만 각 개인이 과거 경험하였던 기억에 따라 본인에게 향수를 불러일으키는 요인이 각기 다르기 때문에 골목의 명칭을 어떤 것으로 기억하느냐에 따라서 기억이 향수로 작동하는 요인이 각기 다르다고 볼 수 있다.

위 같은 상인, 건물주, 주민의 기억과 향수가 골목 도시재생 사업 추진과정에서 어떤 기억이 선택되어지고 재구성되어 프로그램으로 추진되는지 5장에서 살펴보고자 한다.

5. 고물자골목의 재구성과 활성화

1) 상인, 건물주, 주민의 집단기억의 재구성

이번 절에서는 현재 고물자골목을 구성하는 상인, 건물주, 주민들의 기억과 향수가 어떻게 재생사업 프로그램 기획 과정에서 재구성되고, 중요한 콘텐츠로서 활용되는지 그 과정을 살펴보고자 한다.

(도시재생사업이 진행되면) 골목활성화가.. 세입자로서 언제 쫓겨 날지 모르는 상황에서 얼마나 도움이 되나 모르겠다. (익명, 당시 간담회 참석주민1⁸⁾)

임대료가 많이 오르고 프랜차이즈 대기업만 골목에 들어선다던지.. 간판정비 등을 통해서 골목이 획일화 되는 것은 바라지 않아요. (중략) 공간의 획일화가 아니라 ‘골목의 문화’를 살렸으면 하다는 의견으로 건물을 하나 매입하여 영구적 지원이 보장되어야 해요. (윤슬기, 당시 간담회 참석주민2 인터뷰)

재생사업 초반 간담회에 참여한 청년활동가들은 자칫 골목 재생 사업으로 골목이 활성화가 된다면 골목에 세를 들어 거주하거나 생업을 이어가는 기존 상인들과 주민들에게 큰 타격을 입힐 것이라고 의견을 내었다. 재생사업으로 골목 상인과 주민에게 지원되는 것은 너무 일시적인 것들이기에, 일정 기간이 지나 더 이상 지원이 끊기게 되면 지원을 받던 기존 상인과 주민에게는 추후 굉장한 부담으로 다가올 것이라고 의견을 좁혔다. 이들은 이를 미연에 방지하기 위해 ‘골목의 문화’를 매개로 재생사업을 진행하자는 의견을 내었고, 골목을 살리는 지속가능한 방향에 대한 구체적 대안을 모색하기 위해 현재 골목이 처한 상황과 참여자 본인이 구상하고 있는 대안을 논의하였다.

또한 여러 차례 간담회 과정을 거치며 점차 ‘골목재생’이라는 큰 주제에서 논의가 세분화되고 구체화되기 시작함에 따라 이들은 골목재생에서 소프트웨어적인 프로그램만을 집중적으로 논의하기 위한 새로운 협의체를 조직하게 되면서 골목의 청년활동가였던 인물들을 중심으로 2018년 ‘고물자골목 청년모임’이라는 이름으로 재생프로그램에 대한 세부적인 논의를 이어가기 시작한다. 청년모임은 먼저 프로그램 아이템을 논의하기 앞서, 골목이 지닌 자원을 파악하기 위하여 ‘자원발굴 워크숍’을 가졌다. 이들은 골목을 대표하는 키워드로 ‘사람’, ‘추억’, ‘골목’, ‘젠트리피케이션’, ‘청년주거’, ‘청년유입’, ‘골목사진’, ‘아카이브’, ‘골목이야기’, ‘쓰레기문제’, ‘발전’ 등을 뽑았다. 또한, 골목의 분위기와 인상에 대해 ‘세월을 느끼게 되는 골목 분위기’, ‘수제화 장인’, ‘장인문화’, ‘제봉기술’, ‘오래된 원단’, ‘오래된 건물’, ‘청년’ 등을 키워드로 뽑았다. 이에 센터와 동근숲 청년활동가들은 고물자골목의 정취를 지키는 것이 중

8) 전주시도시재생현장지원센터(2017)의 ‘고물자골목 주민·상인협의체 1차 간담회’ 회의록을 참조하여 일부 인용하였음

요하다는 판단을 하였고, 이를 바탕으로 골목의 정취의 정체성에 대해 논의하기 시작하였다.

표 2. 고물자골목 정취와 정체성 키워드 정리자료
(전주시도시재생현장지원센터, 2019. 연구자 재정리)

고물자골목의 정취와 정체성 키워드 정리자료
낙후됨, 낡음, 거친느낌, 오래됨, 따뜻함, 편안함, 도시 속 시골느낌, 현대적이지 않은 느낌, 오래계신 상인 주민
위의 느낌을 주는 건물외관, 도로, 간판 등 물리적 환경이 지켜지고 오래계신 주민과 상인들이 떠나지 않기를 원함
어울리지 않는 세련된 건물, 간판 등이 들어서면 돌이킬 수 없고 분위기를 해침

이들은 골목의 정체성을 ‘오래된 골목’에서 ‘따뜻하고 편안함을 느끼는 곳’이라고 의견을 내었다. 이러한 일련의 회의와 모임을 거쳐 센터와 청년활동가들은 고물자골목의 정체성에는 곧 골목에서 오랜 세월을 보내온 주민과 상인이 중심에 있음을 확인하였다.

이에 센터와 청년활동가는 골목의 상인, 주민, 건물주를 직접 만나 인터뷰를 하였다. 당시 고물자골목의 역사에 대한 기록이 담긴 자료가 없었기에 골목에 있는 주민, 상인, 건물주의 기억에 의존하여 자료를 수집할 수밖에 없었다. 상인과 주민들의 입을 통해 수집한 골목의 역사와 변화 그리고 현재에 대한 이야기는 센터와 청년활동가에게 고물자골목의 역사적 배경과 골목의 옛 모습을 상상할 수 있도록 해주었다. 특히 고물자골목이 시대별 어떤 이름으로 불리었는지, 골목이 얼마나 사람들로 북적였던 골목이었는지 등에 대한 기억을 상상하게 되었다. 즉 골목 구성원에게는 공통적으로 기억되는 집단기억이 형성되어 있음을 알게 되었고, 골목 구성원 개인마다 향수적 기억이 존재함을 알게 된다.

센터 관계자와 활동가들은 골목 주민, 상인, 건물주에게서 수집한 일련의 기억이 담긴 자료를 정리하여 고물자골목과 골목 구성원들의 정체성을 ‘손기술을 통해 오랜 세월 골목을 지켜온 장인이 있는 곳’으로 축약하여 정리하게 된다. 이 과정을 통해 새롭게 형성된 골목의 정체성을 중심으로 골목공간에는 새로운 장소성이 부여되었고, 상인 그리고 골목에는 새로운 의미가 더해지게 되었다. 이는 재생 프로그램으로 기획하는 단계에서 아주 중요한 콘텐츠로 활용되는데, 그에 대한 내용은 다음 절에서 다루도록 한다.

2) 집단기억 재구성에 따른 재생 프로그램 운영

2018년부터 진행된 「장인교실」은 고물자골목의 한 한복집 상인이 한복기술의 ‘장인’으로서 한복기술을 배우고 싶은 사람들에게 한복짓는 기술을 전수하는 프로그램이다. 한복집 상인이 ‘장인’으로서 의미가 더해지고 재구성되어지는 과정과 그에 기반하여 프로그램이 기획되고 운영되는 과정을 살펴보면 다음과 같다.

장인교실에 운영하던 한복집 상인은 2016~2017년 주민상인협의체 간담회에 참여하게 되면서, 청년활동가와 함께 골목 재생의 방향을 모색하기 시작하였다. 이 과정에서 기존에 낡고 허름하다고 치부되었던 골목이 그 자체로서 하나의 활용가능한 자원으로 바라보게 되는 계기가 된다. 그래서 간담회에 참여한 한복집 상인의 한복기술을 전수하는 교육 프로그램을 진행하고자 하는 여론이 형성되면서 본격 프로그램 기획논의가 이루어졌다. 프로그램의 이름을 정하는 과정에서 일반적으로 사용되는 ‘원데이클래스’ 라는 이름이 붙여지지 않았고, 오랜 세월 한 가지 기술로 골목을 묵묵히 지켜온 예술가적 성격을 띠는 ‘장인’으로서 새롭게 의미 재구성이 되며 프로그램이 구상되어 ‘장인교실’이라는 작명을 하게 된다.

첫째, 고물자골목에서 10년 이상 제조업으로 가게를 운영하셨거나 현재도 운영하시는 분

둘째, 자신이 가진 기술을 청년들에게 전하고 싶은 분

셋째, 수업에 관심이 있지만 어떻게 시작하고 홍보해야 할지 고민이신 분 (「장인교실」 선생님 모집 홍보 웹자보 문구)

장인교실 프로그램과 더불어 「2018 루비한복 아카이빙 조사용역」, 「2018 ‘기억의 서술전’ 첫 번째 <루비한복> : 깨끼저고리에 홀-딱 반해서」가 기획되었다. 기획 당시, 골목에 대한 역사적 자료나 이야기를 문헌자료에서 흔적을 찾기 힘들었기 때문에 골목을 구성하는 상인, 건물주, 주민을 통해 이들의 살아있는 증언이 필요하였다. 센터와 청년활동가 그리고 용역수행 연구원은 골목의 자료를 수집하는 과정에서 고물자골목의 이름이 여러 가지 명칭으로 불리고 있다는 사실을 알게 되어 골목의 역사를 기록해야겠다는 방향으로 함께 고민하기 시작하였고, 골목의 역사를 자세히 이야기해줄 주체를 찾기 시작했

다. 그들은 간담회에 적극 참여하였던 한복집 상인의 구술생애사 인터뷰진행 을 통해 골목의 역사적 흐름과 변화를 파악할 수 있었다. 수집된 자료의 분석 을 통해 전시의 제목을 다음과 같이 정하였다. 「전주 고물자골목 재생사업 골 목장인 아카이브 - 2018 ‘기억의 서술展’ 첫 번째 <루비한복> “깨끼저고리에 훌-딱 반해서”」.

아카이브 및 전시의 기획과정에서 골목에 오랜 시간 머물며 생활을 이어가 고 있는 사람들에 대해 새로운 시각으로 보게 되었다. 골목에 존재하는 상인 들은 손수 바느질 작업 등을 통해 꾸준히 몇 십 년간 본인의 생업을 이어왔다 는 점을 착안하여 골목의 상인들은 단순한 상인보다는 장인의 가깝다는 느낌 을 받게 된 것이다. 이를 통해, 고물자골목의 상인은 ‘장인’으로 새로운 의미를 획득하며 이미지가 재구성되었다. 당시 전시의 대상은 한 명의 한복집 상인이 었지만, 사실 골목에는 오랫동안 수공업을 생업으로 하여 골목에서 지내온 모 든 사람들을 통칭하는 단어로 쓰였음을 알 수 있다.

(중략) 그의 ‘장인 정신’이 알려지면서 전주시재생현장지원센터 는 2018년 ‘고물자골목 재생사업 골목 장인 아카이브 프로그램’의 첫 번째 대상으로 오 대표를 선정했다. (최수학, 2021)

위 과정들을 통해 과거의 기억이 모여 골목에 정체성이 부여되었으며, 고물 자골목의 상인들은 ‘장인’으로서 새롭게 의미가 재구성되어 도시재생 콘텐츠 로서 활용되었음을 확인할 수 있다. 2019년에는 「전주 원도심 고물자골목 도 시재생사업 아카이빙 조사용역」이 진행되었다. 2018년 아카이브 대상의 범위 와 내용적 범위가 한 인물을 집중적으로 조사가 되었다면 2019년에는 ‘고물자 골목’ 아카이브 대상과 범위를 확장시켜 골목을 구성하는 다양한 사람들의 기 억을 기록하고자 한 것이다. 골목의 다양한 주체들의 기억을 수집하는 과정을 통해 골목의 특징, 골목의 구성원을 관통하는 주 소재가 ‘손’이라는 것으로 의 견이 모였다. 주로 수공업을 통해 생계를 이어온 상인들의 특징, 시대별 골목 을 구성해온 상가의 분포를 관통하는 것이 ‘손’이라는 주제로 연결된 것이다.

일련의 이런 과정들은 골목의 상인, 주민, 건물주의 집단기억과 향수적 기억 이 도시재생사업 프로그램의 중요한 콘텐츠로서 하나의 자원으로 활용되었음을 보여준다.

3) 방문객의 향수소비

고물자골목 방문객들은 재생사업의 다양한 프로그램을 참여하여 골목에 새로 부여되고 재구성된 장인의 이미지를 소비하는가 하면, 인근 남부시장과 객리단길, 한옥마을을 방문하다가 골목을 들러 옛 골목의 정취를 통해 상상되어진 향수를 소비하는 모습을 보이기도 한다.

전자의 경우 대표적으로 ‘장인’으로 재구성된 골목상인들의 이미지는 고물자골목이라는 장소를 방문하여 장인교실 프로그램을 수강하는 등의 소비행위로 나타남을 알 수 있다. 수강생들은 ‘장인교실’ 프로그램에 참여함으로써, 고물자골목의 ‘상상되어진 이미지’와 상인들의 기술을 ‘장인에게 배우는 손기술’라는 재구성된 이미지를 통해 소비하는 것으로 볼 수 있다. 뿐만 아니라 재생사업 프로그램 중 고물자골목이 과거 전성기 때와 같이 사람들로 북적거리는 골목이 되기를 희망하는 골목 구성원들의 바람에 힘입어 기획된 ‘숲이 될 마켓’은 그 의도에 맞추어 마켓을 구성하는 품목을 젊은 층이 모이고, 좋아할만한 것으로 구성하여 플리마켓 형태로 진행된 프로그램이다. 본 마켓 프로그램을 통해 주 참여층 20대와 30대는 골목 상인이 직접 만든 오피시 강정을 구입하는 행위를 통해서 골목에서 옛 느낌과 감성을 구입한다. 본인 세대에서 직접 경험하지 못하였고, 접하지 않았지만 골목 마켓에서 ‘옛날 과자’를 구입함으로써 상상되어진 향수를 작동시켜 구입까지 이어지는 것으로 행위를 보인 것으로 이해할 수 있다. 마켓을 기획하고 실행하는 센터와 청년활동가, 판매자들은 마켓이 마치면 마켓을 방문한 방문객들에게 설문조사를 진행하고 피드백을 받는다. 마켓 이용 시 좋았던 점과 아쉬운 점, 마켓 진행시간의 적정성 등 방문객들에게 피드백을 받아 마켓 운영에 반영하기도 하며 상호작용하는 모습을 보인다.

고물자골목은 약 2010년부터 전주한옥마을이 한국의 대표 관광지로 급부상하면서 영향을 받았다. 이런 영향으로 남부시장, 웨딩거리와 인접한 고물자골목을 지나가는 사람들도 증가하였으며, 고물자골목의 구 배차장골목 방면 끝자락으로 빌라가 신축되어 빌라의 젊은 층 거주자들의 골목 통행이 많아졌다. 이들에게는 어린시절 본인이 살던 동네에서 보던 골목으로 또는 TV매체를 통해 접한 드라마에서 보던 옛 골목의 이미지를 떠올리게 한다.

(고물자골목은) 일반적인 전주시 여느 개발이 안된 곳에서 볼 수 있는 골목의 모습 같아요. 전주에서 살면서 (고물자)골목에 대한 개

인적인 기억은 전혀 없어요. 그냥 어르신들 통해서 들었던거나.. 시대극드라마를 통해서 봤던 길로 상상하면서 ‘아, 이 골목이 북적거렸겠네’ 라고 상상한 것이지 제 개인적인 기억은 없어요. (익명, 전주거주시민1, 40대)

최근 TV매체에서 1980년대~1990년대를 배경으로 당시 골목과 시대상을 재현한 ‘응답하라1997’ 과 같은 드라마가 인기를 끌었다. 그러면서 레트로(Retro) 감성이 음식, 패션, 음악, 광고, 각종 미디어 등 다양한 분야에서 사람들의 향수를 자극하는 아이템을 통해 일상에 레트로 문화를 자리하도록 만들었다. 골목 방문객들은 본인이 경험하진 않았던 것에 대한 과거를 TV매체에서 접한 이미지를 통해 그것을 장소방문, 물질적 소비 등 실천을 통해서 본인의 기억으로 만들어가며 향수를 느끼면서 이미지를 소비하는 양상을 보인다.



그림 8. 고물자골목 현재 경관
(연구자 직접 촬영_2021.10.23.)

어느 방문객은 본인의 어린시절 집 앞에서 보던 골목길 정취를 기억에서 떠올렸다. 그에게 골목에 대한 감상이 향수적 요인으로 다가온 고물자골목의 요소는 ‘노후된 간판’, ‘셔터로 닫힌 가게’, ‘길 중앙에 위치한 맨홀’이었다. 고물자골목을 걷고, 사진으로 남기는 행위로 공간을 소비하는 모습을 보이기도 하고, 본인의 SNS에 이를 업로드하는 행위로 이어지는 양상도 보인다. 골목 방문객들은 다양한 행위를 통해 골목의 과거에 대한 상상되어진 향수를 작동시키며 골목을 소비하고 있음을 알 수 있다.

4) 새로운 투자와 골목활성화

고물자골목은 세대를 거치며 오랜 세월 골목을 지켜온 건물주와 상인, 주민들이 골목에 존재하고, 신생 주민이자 상인으로서 청년활동가들이 하나 둘 유입되면서 변화가 일렁이기 시작하였다. 2019년 재생사업의 일환으로 골목 내 조성된 공유공간 ‘등근숲’을 중심으로 청년활동가가 확장되면서 2000년 초반 이후 멈춰진 골목에, 약 2014년부터 현재까지 골목활성화를 위한 움직임이 진행되고 있음을 살펴 볼 수 있다.

특히 공유공간 ‘등근숲’은 커뮤니티 거점 플랫폼으로서 골목에 거주하는 주민들과 지역 청년들이 네트워크하며 함께 성장하는 공간으로 발돋움될 수 있을 것이라 생각되며, 청년활동가들이 모여 공유공간 ‘등근숲’을 거점으로 고물자골목의 정체성을 기반한 활동을 이어가는 것이 기대된다. 이들은 앞으로의 고물자골목의 긍정적 변화를 일으킬 수 있는 주체로써 역할을 할 가능성이 있다고 보여진다. 상인의 경우 센터와 청년활동가들, 상인이 협업하여 기획한 ‘장인교실’에 교육을 하는 주체로서 참여하며 상인으로서의 기억을 간직한 채, 새롭게 ‘장인’이라는 재구성된 이미지를 확보하기도 하며 골목의 정체성이 담긴 살아있는 콘텐츠로서 새로운 방문자를 유인하고 있다.

골목은 약 2020년까지 골목을 오가는 사람이 적었다. 특히 저녁 5시 이후로는 골목의 상가들도 영업을 종료하기 때문에 전혀 사람들이 오가지 않는 골목이었다. 지금도 빈 점포는 여전히 존재하지만 최근 주민들과 건물주가 바라던 대로 ‘사람이 다니는 골목’으로 변하고 있다.

골목이 최근 음식점이 생겨서 새로운 사람들. 특히 2-30대들이 많이 늘었다고 느껴요. 가장 큰 거는 2-30대가 늘은 것도 늘어난 거지만, 여기 골목이 저녁되면 가게들이 일찍 문을 닫잖아요? 근데 요즘에 저녁에 사람이 다녀요. 그동안에는 정말 저밖에 없었거든요….
(윤슬기 활동가, 청년활동가·골목주민, 30대)

최근 고물자골목을 중심으로 골목 내외의 새로운 변화도 나타나고 있다. 2018년 2월에는 골목에 전주현대미술관이 오픈하였다. 덕분에 골목 내부로 예술문화를 향유할 수 있는 매력요소가 더해져 고물자골목의 사람들을 유인할 매력요소가 늘어난 셈이다. 2019년 전후로는 골목 인근으로 젊은 상인들이 운영하는 휴게음식점이 약 3곳 정도 새로 생겼다. 뿐만 아니라, 2016년부터 2021

년 현재까지 골목 끝으로 2개의 호텔도 새로 생겨면서 어두웠던 골목이 환해졌고, 호텔과 휴게음식점을 방문하는 방문객들의 발길도 점차 골목 안으로까지 이어지기 시작하였다.



그림 9. 골목 인근 상가-1
(좌: 신생 카페, 우: 호텔,
연구자 직접 촬영_2021.11.07.)



그림 10. 골목 인근 상가-2
(좌: 골목의 끝자락, 우: 신생 카페,
연구자 직접 촬영_2021.11.07.)

특히 약 2019년부터 새로 생긴 젊은 상인들이 운영하는 음식점과 카페는 고물자골목의 청년활동가들의 활동과 협업하여 협력업체로 참여하기도 했다. 등근숲 공간 청년활동가들이 진행하는 ‘숲이 될 마켓(폴리마켓)’의 공간으로 젊은 상인들의 공간을 내어주어 셀러(Seller)들이 판매를 할 수 있는 공간으로 협력한 사례가 그것이다(한훈, 2019). 이들의 연계 및 협업과정을 시작으로 앞으로의 고물자골목의 활성화를 기대해볼 수 있음으로 보여진다.

6. 맺음말

본 연구는 고물자골목 재생사업에서 골목의 상인, 주민, 건물주의 과거 기억과 향수적 기억이 고물자골목 재생사업 과정에서 어떻게 의미가 재구성되는지 분석하였다. 분석을 통하여 골목을 구성하는 다양한 주체들이 기억하는 골목의 모습과 재생사업의 과정에 주민, 상인들의 기억이 재구성되는 과정, 골목의 주민과 상인에게 새로운 정체성이 부여되는 과정, 골목의 방문객이 매체를 통해 접한 간접경험이 고물자골목에 방문하여 ‘상상되어진 향수’를 경험하고, 골목을 사진촬영 및 SNS 업로드를 하는 등 재생사업 프로그램 ‘장인교실’, ‘숲이 될 마켓’에 참여하며 향수소비를 하는 행위까지 심도있게 살펴볼 수 있었다.

본 연구가 가지는 한계는 골목을 구성하는 전체 구성원과 다양한 연령의 방문객을 바탕으로 분석이 되지 않았기에, 골목에 대한 기억과 현재 재구성되는 기억과 향수의 분석결과를 일반화 시킬 수는 없다는 것이다. 또한 ‘기억’이라는 소재가 갖는 한계성도 분명 존재한다. 기억이라는 것은 고정되는 것이 아니고 현재에 의해 영향을 받고 재생산되고 재구성되며 계속적으로 변할 수 있기 때문이다. 그렇기 때문에 향후 분석된 연구결과를 바탕으로 양적연구와 질적연구를 추가적으로 진행하여 보완과 검증을 거칠 필요가 있다.

그럼에도 본 연구가 가지는 의의는 ‘기억’이라는 소재를 중심으로 원도심에서 오랜 기간 거주하거나 상점을 운영하고 있는 사람들에게 어떤 공통의 기억 즉 집단기억이 존재하는지, 각 개인이 중점적으로 기억하는 측면은 왜 다른지 그리고 이런 현상이 의미하는 것은 무엇인지를 세밀하게 분석하였다는 것이다. 또 하나는 도시재생 사업과정에서 대상지에서 현존하는 사람들의 ‘기억’이 도시재생사업 추진과정에서 어떻게 의미가 새로 부여되고 재구성되어 재생사업 프로그램으로 활용되는지를 재생사업 추진 참여자들의 소통과 협의과정 분석을 통해 세밀하게 살펴보았다는 점이다. 이를 통해 골목공간을 대상으로 한 도시재생과정에서 현존하는 사람들의 기억과 향수가 갖는 중요성에 대해 파악할 수 있었으며, 이를 활용하여 문화적 재생 프로그램으로 재구성해나가는 과정을 세세하게 파악할 수 있었다. 그동안 도시재생과 관련하여 추진과정을 기억과 향수로 다룬 연구는 다양한 학문분야에서 접근해왔다. 본 연구는 도시재생 과정에서 이루어지는 사람과 사람간의 구체적 소통과정, 의견의 합의와 수렴과정, 이를 통해 프로그램으로 기획되는 과정, 그로 인해 골목에 어떠한 영향을 미치는지 등을 세밀한 사람들의 이야기를 통하여 다뤘다는 것에 그 의의가 있다.

즉 본 연구를 통해 원도심 골목형 도시재생사업 추진에 있어서 골목의 거주하고 현존하는 구성원들의 ‘기억’과 ‘향수’가 중요한 로컬 콘텐츠로서 재구성되고 활용되는 과정을 밝혔다는 것에 그 의의가 있다. 도시재생사업 추진 과정에서 문화적 프로그램을 형성하는 과정과 추진과정에서 사업 관계자와 지역민이 함께하는 과정을 분석함으로써 지역민과 함께하는 문화적 도시재생의 사례를 보여주었다.

참고문헌

- 강형철, 2021, 「포천시 도시재생 골목길 조성 연구-포천시 스토리텔링 콘텐츠 활용을 바탕으로-」, 『브랜드디자인학연구』 19권 2호, 187-196쪽.
- 김명훈, 2014, 「기억과 기록-사회적 기억 구축을 위한 기록학의 역할」, 『기록학연구』 42호, 3-35쪽.
- 김영미, 2016, 「한복대여점에 관한 연구: 한복대여점 황금바늘 중심」, 석사학위논문, 건국대학교.
- 김준, 2016, 「역사-문화재를 매개로 한 도시재생에 관한 연구-전주한옥마을의 지역성을 중심으로-」, 석사학위논문, 전주대학교.
- 박종희, 2017, 「공공디자인 개념의 도입을 통한 도시재생방안 연구: 의왕시 도시재생사업을 중심으로」, 석사학위논문, 한양대학교.
- 송일섭, 2018, 「전주시 역사도심의 도시재생사업과 지구단위계획」, 『(사)한국도시계획가협회』 5권 1호, 22-25쪽.
- 이경은, 2011, 「지역 도시레짐의 형성과 변화에 관한 연구-전주시 도시개발사례의 비교분석-」, 박사학위논문, 전북대학교.
- 이선희, 2008, 「전통문화구역 정책이 주민사회에 미친 영향: ‘전주한옥마을’을 사례로」, 석사학위논문, 전북대학교.
- 이수영, 2015, 「장소의 기억과 향수 그리고 도시재생: 전주 삼양다방을 중심으로」, 석사학위논문, 전북대학교.
- 정다울, 2021, 「한국 Z세대에 나타나는 레트로 패션 문화」, 박사학위논문, 서울대학교.
- 정찬영, 2018, 「관광객의 집단기억을 통한 장소정체성 형성: 근대문화유산을 중심으로」, 박사학위논문, 한양대학교.
- 조환기, 2020, 「도시재생의 매력성이 방문 의도에 미치는 영향」, 박사학위논문, 청주대학교.
- 채용훈, 2013, 「전주 한옥마을 주변지역의 변화특성에 관한 연구: 전주 동문거리를 중심으로」, 석사학위논문, 전북대학교.
- 허준영, 이병민, 2017, 「문화적 도시재생으로서 골목문화 형성에 나타난 주요 특성 연구」, 『문화콘텐츠연구』 9호, 133-157쪽.

<참고자료>

국토교통부, 2017, 『도시재생 뉴딜 추진 방안』.

- 국토교통부, 2020, 『한국판 뉴딜 종합계획-선도국가로 도약하는 대한민국으로 대전환-』.
- 전주문화재단, 2018, 『문화벚담: 문화적 도시재생 (고물자골목 사례)』, 12-13쪽.
- 전주시 도시재생현장지원센터, 2017, 『고물자골목 주민·상인협의체 1차 간담회 회의록』.
- 전주시 도시재생현장지원센터, 2018, 『[도록] 고물자골목 아카이브展 루비한복』.
- 전주시 도시재생현장지원센터, 2019a, 『2019 전주 원도심 고물자골목 도시재생 사업 아카이빙 조사결과보고서』.
- 전주시 도시재생현장지원센터, 2019b, 『고물자골목 청년모임 정기회의 회의록』.
- 전주시 사회적경제도시재생지원센터, 2020, 『전주 원도심 문화탐방 자원기록 사업 결과보고서-전주 원도심의 문화자원과 공간 기억 결과보고서-』.
- 전주시, 2017a, 『전주시 도시재생활성화 계획-전통문화 중심의 도시재생, 전주-』.
- 전주시, 2017b, 『전주시 도시재생활성화계획-전통문화 중심의 도시재생, 전주- 요약보고서』.
- 전주시, 2020, 『2035년 전주시기본계획보고서』.

<신문기사>

- 이재봉, 2019.12.02., 『전주문화재단, 전주시 마을술사와 함께하는 마을 탐방 마무리』, 『전민일보』.
- 최수학, 2021.06.19., 『30년 양장 제작 거쳐 ‘한복 최고봉’ 깨끼저고리 명장으로 우뚝』, 『한국일보』.
- 한훈, 2019.05.03., 『구도심된 전주고물자골목에 청년들 ‘숲이 될 마켓’열어』, 『파이낸셜뉴스』.

<참고사이트>

- 국립국어원 표준국어대사전, <https://stdict.korean.go.kr/main/main.do>
- 국토교통부, www.molit.go.kr
- 네이버 블로그, 2017.12.20., 바늘소녀, <https://blog.naver.com/ysknr/221167146875>
- 인스타그램, www.instagram.com
- 전주시청, www.jeonju.go.kr

<Abstract>

A Study on an Alley Regeneration through Memory and Nostalgia

- A Case Study of Jeonju City Gomulja Alley -

Kim, Da-hui*

This study examines the urban regeneration New Deal project that was conducted from 2016 to 2021 in the Gomulja alley in Jeonju city. In the process of promoting the urban regeneration of Gomulja alleys, the memories and nostalgia of residents, merchants, and building owners of alleys were reconstructed to analyze how they function as important local resources for urban regeneration projects.

In order to analyze this, a study was conducted by conducting in-depth interviews and participatory observations based on on-site investigations. In order to collect the memories and nostalgia of the alley from residents, merchants, and building owners of the alley, in-depth interviews were conducted with residents who operated shopping malls, owned buildings, or lived in the alley. In addition, in order to understand how their memories and nostalgia are reorganized as urban regeneration project programs, in-depth interviews were conducted and analyzed. In addition, in order to analyze in what form visitors are consuming the reconstructed image of the alley, participation observation and in-depth interviews were conducted with alley visitors and participants in urban regeneration programs.

This study examined the process in which a specific communication process between people that appears in the process of promoting urban regeneration projects is planned as a program for urban regeneration projects. In addition, it is significant in that it carefully analyzed the interaction process of people to see how urban regeneration projects affect alleys. In addition, it is meaningful in that it revealed the process of operating the memories and nostalgia of existing people in the alley as important content in promoting the old town alley-type

* Ph. D. student of the department of archaeology and cultural anthropology, Jeonbuk National University

urban regeneration project.

Key Words : Memory, Nostalgia, Collective Memory, Urban Regeneration,
Alley Regeneration, Gomulja Alley