



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

도시계획학석사 학위논문

일회용품 없는 카페의 생태시민성
함양가능성에 대한 질적 사례 연구
- 서울시 연희동 카페 ‘보틀라운지’ 를
중심으로 -

2021년 8월

서울대학교 대학원
환경계획학과 환경관리학
남 궁 혜 진

일회용품 없는 카페의 생태시민성
함양가능성에 대한 질적 사례 연구
- 서울시 연희동 카페 ‘보틀라운지’ 를
중심으로 -

지도교수 윤 순 진

이 논문을 도시계획학 석사 학위논문으로 제출함
2021년 8월

서울대학교 대학원
환경계획학과 환경관리전공
남 궁 혜 진

남궁혜진의 도시계획학 석사학위논문을 인준함
2021년 8월

위 원 장 정 현 주

부위원장 김 남 수

위 원 윤 순 진

국문초록

2020년 코로나19 확산 및 장기화로 인해 생활 속에서 발생하는 일회용품 폐기물 발생이 늘어나면서 다양한 환경 문제와 매립지 선정과 같은 문제를 둘러싸고 사회적 갈등이 대두되고 있다. 이에 따라 정부와 기업 및 시민 사회 차원의 폐기물 관리와 자원순환을 위한 정책 및 캠페인들이 눈에 띄는 증가 추세에 있다.

이런 상황에서 사회 전반에서는 대체 플라스틱 사용에 안주할 것이 아니라 실질적으로 일회용품 폐기물 발생 총량을 줄여야 할 필요성이 제기되고 있다. 무엇보다 이 연구에서는 한국의 길거리에서 쉽게 발견되는 카페에 주목한다. 연간 커피 소비량이 전 세계에서 세 번째 안에 드는 한국의 커피소비량을 고려하면 카페 한 곳에서 하루에 발생하는 일회용품 폐기물량은 방대하다. 하루에 한 번씩은 꼭 커피를 사 마시기 위해 들르는 카페가 일회용품 없는 카페라면 어떨까? 특히 이러한 일회용품 없는 카페가 동네마다 위치해 있다면 개인 소비자들이 어렵지 않게 쉬운 방법으로 생태시민성을 발현시키거나 제고할 수 있지 않을까?

이 연구는 이와 같은 질문에서 시작되어 서울 시내의 대표적인 일회용품 없는 카페 ‘보틀라운지’를 연구 현장으로 선정해 이곳을 지속적으로 방문하고 경험하는 단골손님이자 연구 참여자인 17명에 대한 면담, 연구자의 적극적 참여관찰 그리고 현지 자료 조사를 통해 수집된 자료들을 종합적으로 분석한 질적 연구이자 구체적이고 실증적 증거를 바탕으로 한 경험적 연구다.

구체적으로 연구의 질문은 다음과 같다. 첫째, 일회용품 없는 카페는 어떤 공간적 특성을 갖는가? 둘째, 단골손님은 일회용품 없는 카페에서 어떻게 장소감을 형성하는가? 셋째, 단골손님은 일회용품 없는 카페에서 어떻게 생태시민성이 함양 및 제고되는가? 마

지막으로, 일회용품 없는 카페가 사회적으로 갖는 함의는 무엇인가? 이 연구에서는 이상의 4가지 연구 질문에 답하고자 시민성 학습의 일상화, 생태시민성, 장소감이라는 이론적 자원을 활용하여 현상을 이해하고자 하였다.

생태시민성은 다양한 경로를 통해 학습될 수 있는데 이 연구에서의 생태시민성 함양은 정규 교육과정을 통해서가 아닌 개인의 일상 안에서 자연스럽게 이루어지는데 초점을 맞춘다. 일상적 공간인 카페에서의 직·간접적 경험과 노출을 통한 생태시민성 함양 및 제고 가능성에 대해 탐구한다. 이를 위해 연구 현장인 보틀라운지 카페 자체의 공간적 특성을 생태시민성의 특징 세 가지를 활용하여 분석한다. 그 결과, 이 공간은 일회용품 없는 카페로서 공적 영역과 사적 영역을 무단히 넘나드는 공간이다. 또, 차별 없는 가게로서 미래세대와 비인간생물종 등을 차별 없이 모두를 환영한다. 채우장, 유어보틀워크와 같은 주기적이며 네트워크성에 기반을 둔 행사도 진행한다. 다수의 연구 참여자들은 이 행사를 통해 생태시민으로서 실천을 할 수 있는 계기를 마련하기도 했다. 마지막으로 이 공간은 심리적 접근성이 높은 공간이다. 이 특성으로 인해 연구 참여자들은 공간에 대한 심리적 편안함과 안정감을 느끼며 카페를 구체적이고 특별한 장소로서 인식하게 되었다. 이러한 높은 심리적 접근성은 생태시민성 발현에도 도움이 되는 특성인 것으로 나타났다.

단골손님들은 자신이 일상적으로 찾는 공간인 보틀라운지 카페에 대해 정서적 유대감을 의미하는 장소감이 형성되며 이는 이들의 생태시민성 발현과 제고에 필수조건은 아니지만 충분조건으로서 작동하고 있는 것을 확인했다. 연구 참여자들로부터 발견된 장소감으로는 다음의 여섯 가지가 있다. ①마음의 안식처/동네 사랑방, ②일상적 실천의 길잡이/배움의 장, ③환경문제 진입장벽을 낮추는 곳, ④선한 영향력을 확산하는 리더, ⑤모든 가능성을 열어

둔 곳, ⑥동네마다 하나씩 있길 바라는 곳이다.

장소감 형성을 기반으로 한 정서적 유대감은 연구 참여자들의 생태시민으로서의 인식 제고뿐 아니라 실천의 측면으로까지 긍정적인 변화를 일으키고 있는 것으로 나타났다. 이를 바탕으로 이 연구에서는 카페와 단골손님 사이의 관계성을 기반으로 우리 동네 카페에서 시작되는 실천의 씨앗에 주목했다. 자신이 매일같이 드나드는 생활반경 안에 위치한 일회용품 없는 카페에서 커피를 사마시는 것을 통해 누구나 어려움 없이 일상과 맞닿은 공간을 통해 생태시민성이 발현 및 제고될 수 있음을 경험적 자료를 기초로 입증했다는 점에 이 연구의 의의가 있다. 하지만, 이러한 개인의 실천들만으로는 일회용품 폐기물 총량을 줄이는데 분명 한계가 있기에 제도적 뒷받침과 기업에 대한 규제가 필요하다.

이 연구는 단일사례연구로서 일반화에 어려움이 있다. 또, 수적으로 더 다양한 연령대의 손님들이나 더 다양한 손님들과의 면담이 이뤄지지 못했다는 점에 있어서 한계가 있다. 특히 의미 있는 ‘장소’로서의 카페에 주목했기 때문에 공간이나 비-장소로 카페를 인식하는 이용자들에 대한 생태시민성 함양 가능성에 대한 연구가 충분히 이루어지지 못했기에 이런 부분을 후속 연구로 제안한다. 더불어, 다른 성격의 일회용품 없는 카페들과의 비교분석 또는 환경경제학 측면에서 일회용품 없는 카페의 수익성 분석이 이뤄진다면 일회용품 없는 카페에서 발현되는 생태시민성 가능성을 더욱 뒷받침해줄 수 있을 것으로 기대한다.

주요어 : 카페, 일회용품, 폐기물 관리, 생태시민성, 장소감

학 번 : 2018-24774

목 차

I. 서론	1
1. 문제제기와 연구 질문	1
1) 연구의 배경과 필요성	1
2) 연구목적과 연구 질문	5
2. 연구의 사례 선정	7
3. 논문의 구성	9
II. 이론적 고찰과 선행연구 검토	12
1. 이론적 고찰	12
1) 시민성과 시민성 학습의 일상화	12
2) 생태시민성	15
3) 장소감	19
2. 선행연구 검토	21
1) 일상적 시민성 관련 선행연구	21
2) 생태시민성 관련 선행연구	22
3) 장소감 관련 선행연구	25
III. 연구방법 및 분석틀	28
1. 연구방법	28
1) 연구방법	28
2) 연구 참여자	30
3) 자료 수집방법	33
2. 연구의 분석틀	36
IV. 보틀라운지의 공간적 특성	37

1. 일회용품 없는 카페	37
2. 차별 없는 가게	44
3. 지속가능한 일상을 제안하고 실험하는 공간	50
4. 심리적 접근성이 높은 공간	57
V. 장소에 대한 인식과 장소감	60
1. 장소로서의 인식 과정	60
1) 단골손님의 지속적 방문 이유와 공간적 특성	60
2) 연구 참여자 유형 별 장소인식 분석	64
2. 단골손님의 장소감 발현 결과	65
VI. 단골손님의 생태시민성	75
1. 단골손님의 생태시민성 발현과정	75
1) 생태시민성 형성 정도의 변화	75
2) 생태시민성 형성 및 제고 결과	79
2. 카페와 단골손님의 관계성	84
1) 우리 동네 카페에서 시작되는 실천의 씨앗	84
2) 개인을 넘어선 공동체로	87
3) 그들만의 리그가 되지 않기 위하여	90
VII. 결론	93
1. 연구 요약과 함의	93
2. 연구의 한계와 후속 연구 제언	95
● 참고문헌	97
● 부록	102
1. 연구 참여자 면담질문지	102

2. 연구 참여자 면담예시	104
● Abstract	119

표 목 차

[표 2-1] 시민성 학습 일상화의 교육 내적 조건	15
[표 2-2] 생태시민성 특징 요약	18
[표 3-1] 연구 참여자의 목록 및 특성	32
[표 3-2] 연구 참여자의 면담 진행결과	35
[표 5-1] 연구 참여자별 지속적 방문 이유	61

그 립 목 차

[그림 1-1] 서울숲역 5번 출구 앞	2
[그림 1-2] 서울의 브랜드별 커피숍 수	4
[그림 1-3] 연구호름도	11
[그림 3-1] 연구의 분석틀	36
[그림 4-1] 카페 입구와 공유 컵 반납함	38
[그림 4-2] 카페 내부 공유 컵 진열 모습	39
[그림 4-3] 연희동 일대 보틀클럽 참여카페	41
[그림 4-4] 카페 내부에 놓여있는 책 일부	43
[그림 4-5] 카페에서 발견되는 ‘WELCOME ALL’	44
[그림 4-6] 사람과 반려동물이 공존하는 카페 공간	46
[그림 4-7] 어린이 손님이 카페에 기증한 책	48
[그림 4-8] 채우장에서 장을 보는 모습	51
[그림 4-9] 다회용기에 담은 음식과 제로클럽 앱	55

I. 서론

1. 문제제기와 연구 질문

1) 연구의 배경과 필요성

2020년을 한마디로 표현한다면 대다수의 사람들은 무엇이라고 답할까? 코로나19(Covid-19) 혹은 코로나19 대유행(pandemic)이라고 답할 것이다. 코로나19로 인해 2021년인 현재도 우리나라뿐 아니라 전 세계적으로 의료진 및 방역관계자들의 노고가 계속됨은 말할 것도 없거니와 많은 사람들이 육체적·정신적 고통을 겪고 있으며 제한된 일상 속에서 살아가고 있다.

코로나19의 대유행과 더불어 더욱더 가시화된 문제가 있다. 바로 쓰레기다. 사회적 거리두기로 인해 대부분의 사람들이 집 안에서 생활하거나 온라인을 통한 소비생활이 늘어남에 따라 이는 곧 쓰레기양의 폭발적인 증가라는 결과를 가져왔다. 환경부에 따르면 2019년과 2020년을 비교했을 때 발포수지(스티로폼 등), 플라스틱(페트병, 배달용기 등), 종이(택배상자 등), 비닐(각종 포장용), 종량제(생활폐기물) 등 모든 부문에서 배출량이 늘었다. 택배상자와 같은 종이상자가 대부분인 종이 폐기물은 2019년 대비 2020년 24.8% 증가했다. 각종 음료 페트병과 배달음식 용기가 대부분인 플라스틱 역시 2019년 대비 18.9% 증가했다. 또, 배달 시 완충재 역할을 하는 스티로폼과 같은 발포수지는 14.4% 증가했다. 이는 전국 지자체가 주택에서 수거한 재활용품을 처리하는 공공선별시설에서 종합한 폐기물의 수치다(동아일보, 2021.03.23). 따라서 이렇게 증가한 폐기물 발생량 수치조차 과소평가되었을 가능성이 높다.

그럼에도 불구하고 코로나19 팬데믹으로 인해 각국은 일회용품 및 플라스틱 사용 규제를 다시 완화하거나 유예했다(고재경 외, 2020). 우리나라



[그림 1-1] 서울숲역 5번 출구 앞
(2020.12.10 촬영)

라 역시 코로나19 대유행으로 인해 2018년 여름 시행되었던 카페에서의 일회용 컵 사용규제는 감염 우려와 위생을 이유로 다시 완화되었다. 대부분의 카페들은 매장을 이용하는 손님과 포장하는 손님의 구분 없이 일률적으로 일회용 컵에 음료를 제공하며, 심지어 텀블러를 지참한 손님의 개인 텀블러를 받지 않고 일회용 컵에 음료를 담아주는 모습도 쉽게 목격할 수 있었다. [그림1-1]에서와 같이 사람들이 많이 지나다니는 역 주변이나 길거리에서는 다양한 브랜드의 일회용 컵이 버려져 있는 모

습은 적잖게 발견된다. 연간 발생하는 일회용 컵¹⁾의 사용량은 84억 개에 달하는데 재활용률은 5%에 그친다. 또한, 일회용 컵의 실질적 사용시간은 5분에 그치지만 정작 버려진 뒤 분해되는 데는 조선왕조 500년보다도 긴 시간이 걸린다고 표현하고 있다(환경부, 2021.03.31).

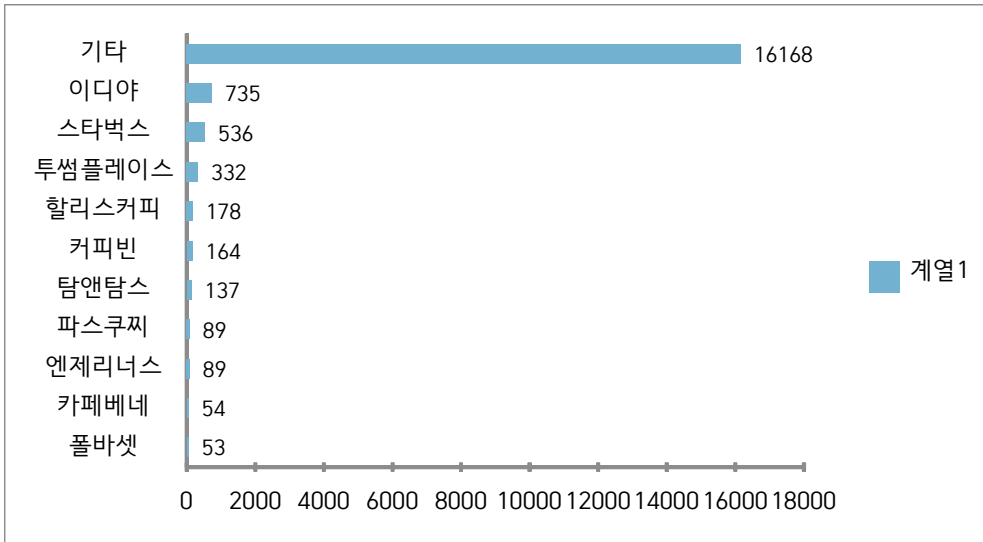
물론 과거에 비하여 일회용품 쓰레기에 대한 문제인식이 사회 전반에

1) 대부분의 사람들은 뜨거운 음료를 담은 종이컵의 경우 재활용될 것이라 인지하고 있는데, 일회용 종이컵은 그 내부가 음료를 담아도 물에 젖지 않도록 하기 위해 플라스틱의 한 종류인 폴리에틸렌(PE)으로 코팅되어 있다. 이 때문에 사실상 재활용률이 낮고 대부분 소각된다. 재활용하려면 셀룰로오스 섬유를 풀어 결합하는 과정을 거치기 위해 물에 풀어야 하는데 소요되는 시간이 코팅되지 않은 일반 종이에 비해 길다(그린포스트코리아, 2021.08.04.). 차가운 음료용 플라스틱 컵 역시 마찬가지다. 재활용선별장에 보내진 플라스틱 컵은 현실적으로 컵을 구성하는 플라스틱 소재가 다양하고 그 무게가 가벼워 재활용 선별장에서 선별되지 못한 채 소각장 혹은 매립지로 보내진다.

결쳐 제고되는 추세에 있으며 정부와 기업, 시민단체 등 사회 각지에서 주목하고 있는 이슈다. 그린피스는 2020년 4월 대형마트의 과도한 일회용 플라스틱 포장재에 대한 문제를 제기하고 자신의 용기를 직접 가져가 포장해오는 일명 ‘용기내’ 캠페인을 시작했다. 이마트는 특정 브랜드 세탁세제와 섬유유연제에 한해 리필 스테이션을 설치했다. 또, 아모레퍼시픽은 화장품 업계 최초로 리필 스테이션을 열어 운영 중에 있다. 정부 차원에서 환경부는 올해 1월 생활 속 탈(脫)플라스틱 실천 운동으로 (하지 말아야 할 한 가지를 거부하)고, (해야 할 한 가지 실천을 하)고에서 따온 말로 ‘고고 챌린지’를 시작했다. 생활 속에서 불필요한 플라스틱을 줄이기 위한 실천 한가지와 하지 않을 일 한가지를 약속하는 내용을 개인의 SNS에 공유하고 후속 주자를 지목하는 방식으로 이어진다(환경부, 2021.03.29).

이처럼 일회용품 폐기물은 가정, 학교, 직장, 대형마트 등 우리가 먹고, 입고, 사용하는 등 소비활동 전반에서 동시다발적으로 발생하지만 특히 연구자는 대중들에게 너무나 ‘일상적인 공간’이 된 카페에서 발생하는 일회용품 쓰레기에 주목했다. 카페는 연령대와 직업군을 불문하고 사람들이 가장 자주 그리고 지속적으로 찾는 공간이다. 우리나라는 커피공화국이라고도 불릴 만큼 1인당 연간 커피 소비량도 높고²⁾, 외식문화에 카페가 일상적인 공간으로 깊이 자리 잡고 있다. 특히 행정안전부 식품 업종 인허가 데이터 분석에 따르면, 서울시내 카페는 2017년 15,814곳에서 2020년 6월 기준으로 18,535곳으로 증가했다. 지역별로 나뉘었을 때 서울·경기 지역에만 34,977곳(전국의 41.8%)이 밀집해 있다. 이렇듯 카페는 매년 증가하는 추세인데 이중 10대 프랜차이즈(소위 브랜드) 카페가 서울에서 13.6% 증가하는 동안 ‘개인(독립)카페’ 비중은 23.4% 늘어났다(한국경제, 2020.07.13). [그림 1-2]에서 보는 바와 같이 서울의 커피숍 수는 기타가 16,168곳으로 서울 전체의 87.2%를 차지하는 것으로 나타났다. 여기에서의 기타란 동네에서 볼 수 있는 중소브랜드

2) KB금융그룹이 2019년 발간한 ‘KB 자영업 분석보고서-커피 전문점 현황과 시장여건’ 자료에 따르면 1인당 연간 커피 소비량은 353잔(2018년 기준), 커피 관련 소비 지출액은 가구당 15,815원(월평균)이다(그린포스트코리아, 2020.10.02.).



[그림 1-2] 서울의 브랜드별 커피숍 수(한국경제, 2020.07.13. 재편집)

(예를 들어, 뽕다방, 메가커피 등) 그리고 개인사업자가 운영하는 카페들이 이에 속한다(한국경제, 2020.07.13).

다시 말해, 기업형/대형 프랜차이즈 카페보다 개인이 운영하는 카페 또는 중소브랜드 카페의 수가 전국적으로 더 많다. 그런데 문제는 정부에서 일회용 컵 사용 규제와 같은 정책을 시행한다고 했을 때, 개인카페들은 기업형 프랜차이즈 카페에 비해 즉각적인 대응이 어려운 것이 현실이다. 개인이 운영하는 영세업체 카페들은 프랜차이즈와의 가격 경쟁을 위해 플라스틱 컵 사용이 불가피하다며 플라스틱 컵 사용규제의 실효성을 꼬집기도 했다(스카이데일리, 2019.09.04). 특히 개인이 운영하는 카페들은 카페마다 그 특성이나 운영방법이 모두 제각각이고 정부가 일일이 관리·감독하는 것에도 한계가 있어 일회용 컵 사용을 규제하기 어려운 측면이 많다. 요즘은 많은 수의 개인카페들에서 각 카페만의 개성 및 정체성을 보여주기 위한 마케팅 수단으로 디자인된 일회용 컵에 음료를 제공하거나 심지어 일회용 컵을 두 겹으로 겹쳐 음료를 제공하기도 한다.

그런데 정부의 카페 내 일회용 컵 사용 규제가 실시되기 이전부터, 또 그린피스의 용기내 챌린지가 주목을 받기 이전부터, 자발적으로 제로웨스트를 실천하고 자원 순환을 고민하며 다양한 실험을 하는 카페가

있다. 바로 서울시 서대문구 연희동에 위치한 카페 ‘보틀라운지(Bottle Lounge)’ 다. 많은 사람들이 일상적으로 찾는 카페 공간에서 환경을 생각하고 일회용품 사용을 사용하지 않는 방법으로 운영하는 카페는 그 존재만으로 유의미할 수 있다. 넘쳐나는 쓰레기들로 인해 이미 지구도, 사람도 감당할 수 있는 수준을 넘어서버린 현실 속에서 이곳이 우후죽순 생겨나고 있는 여타의 카페들과는 다르다는 점은 주목할 만하다. 단순히 음료나 디저트를 즐기는 것에서 나아가 일회용품 없는 카페 공간이 지속적으로 방문하는 손님들의 생태시민성을 함양 및 제고시키는 역할을 할 수 있지는 않을까를 탐구해보고자 한다.

2) 연구 목적과 연구 질문

카페는 현대인들에게 떼려야 뗄 수 없는 너무나 일상적인 공간이 되었다. 식사를 한 후 자연스럽게 카페에 들러 일회용 컵에 담긴 커피를 손에 쥐고 일터나 강의실로 돌아가는 직장인들과 학생들, 아이들을 유치원이나 학교에 보내놓고 자연스럽게 카페로 모이는 학부모들, 일이나 공부를 하기 위해 노트북과 책을 들고 카페에서 긴 시간을 보내는 사람들, 지인들과의 가벼운 만남부터 공적인 회의나 업무를 진행하는 등 카페는 정말 다양한 목적을 가진 다양한 사람들이 찾는 다중적인 공간이다.

카페에서 커피 한잔을 포장(take-away)하려면 음료를 담은 일회용 컵뿐 아니라 뜨거운 음료는 뜨겁다는 이유로, 차가운 음료는 차갑다는 이유로 컵 홀더와 컵 뚜껑, 플라스틱 빨대가 마치 당연하듯 한 몸처럼 따라온다. 사실 과거 우리나라의 커피 문화를 되짚어보면, 차나 커피를 마시는 공간은 다방에서 유리창잔에 담겨져 나와 앉은 자리에서 마시고 떠나는 것뿐이었다. 하지만 프랜차이즈 카페가 기하급수적으로 늘어나면서 음료를 일회용 컵에 담아 손에 쥐고 어딘가로 이동하며 마시는 현상 혹은 카페 내부에서 마심에도 불구하고 다회용 잔이 아닌 일회용 컵에 담긴 음료를 마시는 현상이 너무나 당연해졌다. 이로 인해 매일 발생하는 일회용 컵, 플라스틱 빨대, 컵 뚜껑 폐기물은 어디로 버려지는지, 재활용

은 되고 있는 것인지에 대한 고려는 전혀 없는 채로 쉽게 받고 쉽게 버려진다.

그런데 연희동에 위치한 일회용품 없는 카페 ‘보틀라운지’는 일회용품을 사용하지 않고도 음료를 마시던 과거의 모습으로 회귀하게 만드는 운영방법을 고수한다. 일회용품 없는 일상에 대해 다양한 가능성을 실험하고 검증하는 공간으로 연희동 홍제천 옆 조용한 주택가에 자리 잡고 있다. 이 공간만의 방법으로 이곳을 찾는 손님으로 하여금 공간을 방문하거나 접했을 때 무겁지 않되 재밌고 긍정적인 메시지를 담은 다양한 프로젝트를 이어가며 일회용품 없는 카페라는 정체성을 우직하게 유지하고 있다. 이 공간을 찾는 손님들은 이런 일회용품 없는 카페를 찾으면 어떤 생각을 하는지를 알아보려고 했다. 또 ‘보틀라운지’ 공간이 어떤 특성을 가지는지, 어떤 특성이 지속적으로 찾는 단골손님으로 하여금 생태시민성을 함양시킬 수 있는 요인으로 작용하는지를 살펴봄으로써 이 공간이 단골손님들의 생태시민성을 함양시키거나 제고시킬 수 있는 공간인지를 보고자 한다. 나아가 이 공간이 사회적으로 갖는 함의는 무엇인지에 대한 물음에 답하고자 하는 것이 이 연구의 목적이다.

즉 이 연구는 일회용품 없는 카페 ‘보틀라운지’가 어떻게 손님들에게 생태시민성을 함양시킬 수 있는지 먼저 공간 자체가 갖는 특성에 대해 자세히 들여다보고자 한다. 그리고 해당 카페를 지속적으로 방문하는 단골손님들은 이 공간을 왜 지속적으로 방문하는지, 방문하고 경험하면서 이 공간에 정서적 유대감을 가짐으로써 공간을 넘어 장소로 인지하고 있는지, 이와 같은 장소감이 카페 공간을 벗어나 자신의 일상생활에서도 친환경적 인식을 갖게 하고 실천적 행위 등의 변화가 있는지를 생태시민성의 관점에서 살펴보고자 한다. 최종적으로 일회용품 없는 카페 공간이 생태시민성의 관점에서 사회적으로 갖는 함의가 무엇인지를 규명하는 것이다.

이에 따라, 이 연구의 질문은 다음과 같다.

첫째, 일회용품 없는 카페는 어떤 공간적 특성을 갖는가?

둘째, 단골손님은 일회용품 없는 카페에서 어떻게 장소감을 형성하는가?

셋째, 단골손님은 일회용품 없는 카페에서 어떻게 생태시민성이 함양 및 제고되는가?

넷째, 일회용품 없는 카페가 사회적으로 갖는 함의는 무엇인가?

다음의 네 가지 연구 질문을 바탕으로 이 연구는 연역적이자 귀납적인 특성을 모두 갖는다. 연역적 연구로서 연구자는 일회용품 없는 카페가 단골손님들의 생태시민성 형성하거나 제고할 수 있을 것이라는 가설이 성립하는지를 살펴본다. 이와 동시에 귀납적·질적 연구로서 이 연구의 사례이자 현장인 보틀라운지 카페공간의 어떤 특성들이 장소감을 형성하게 하는지, 장소감이 어떻게 생태시민성의 형성에 영향을 주는지를 개방된 상태에서 귀납적으로 탐구한다.

2. 연구의 사례선정

이 연구는 현대를 살아가는 시민들에게 너무나 일상적인 공간이 된 카페에서 발생하는 일회용품 쓰레기에 대한 문제의식을 바탕으로 반대로 일회용품 없이 제로웨이스트를 지향하고 실천하는 카페 공간이 카페를 지속적으로 찾는 손님의 생태시민성을 함양시킬 수 있는가에 대한 논의를 담고 있다. 이에 따라 서울시의 대표적인 일회용품 없는 카페 ‘보틀라운지’를 연구 사례로 선정했다.

2018년 봄 지금의 연희동 끝자락에 문을 연 보틀라운지는 소위 연남동과 연희동의 주된 상권과는 다소 떨어진 한적한 주택가 안에 자리 잡고 있다. 서울시내에는 환경을 고민해 생분해 소재의 일회용 컵이나 빨대를 사용하는 카페들이 많지는 않지만 군데군데 존재하고 있다. 그 중에서도 연구자가 보고자 하는 보틀라운지는 개인이 운영하는 카페이며 처음 문을 열 때부터 일회용품을 사용하지 않는 카페로 운영을 시작했

다. 대다수의 대중들에게 깊게 심어져있는 ‘카페=일회용 컵+플라스틱 빨대’ 라는 일반적인 공식을 철저하게 벗어난 곳이다. 초기에는 ‘보틀팩토리(Bottle Factory)’ 라는 이름으로 문을 열었으나 현재는 기존과 마찬가지로 동네 주민들의 사랑방이자 동물, 자연의 공존을 고민하는 카페 공간은 ‘보틀라운지(Bottle Lounge)’ 로 이름이 바뀌었다. 이와 더불어 세계 리필 스테이션, 밀랍 랩, 대나무 칫솔 등 제로웨이스트 물건을 판매하는 가게이자 지속가능한 일상을 위한 다양한 실험이 구상되는 공간은 카페 바로 아래 지층에 위치한 ‘보틀팩토리’ 로 공간의 역할이 분리됐다. 일회용품 없는 카페이자 나아가 지속가능한 일상으로의 전환을 위한 지역 커뮤니티 안에서의 다른 상점과의 협력과 동참을 이끌어내는 행사 ‘채우장’, ‘유어보틀워크’ 등을 통해 선한 영향력을 주변으로까지 확산시키는 데 중추적인 역할을 하는 공간으로 다양한 매체와 지자체의 관심을 받아왔다. 하지만 연구자는 단순히 일회용품 없는 카페가 신기해 서라든지, 언론에서 기사거리로 회자되고 마는 일회성의 관심에서 비롯한 것이 아닌 보틀라운지와 같이 시민들에게 일상적인 공간인 카페가 동네마다 한 개씩 있으면 시민들이 어렵지 않게, 부담 없이 생태시민성을 함양시킬 수 있지는 않을까라는 상심과 고민에서 연구가 시작되었다.

더불어 연구자는 보틀라운지 공간 자체의 특성에 대해 깊이 들여다보고, 이 공간을 주기적으로 찾는 단골손님들의 장소감을 살펴봄으로써 이들의 생태시민성 함양 및 제고에 영향을 미칠 수 있는지를 깊이 탐구해보고자 보틀라운지를 연구 사례로 선정했다. 다시 말해, 보틀라운지는 단순히 일회용 컵과 플라스틱 빨대가 없는 환경을 생각하는 카페를 넘어서서 이 공간을 찾는 사람들로 하여금 일상 속에서 쓰레기를 줄이고 자원을 순환하는 실천을 할 수 있을지 함께 가능성을 실험하고 검증하는 공간으로 여타의 환경을 고민하는 카페들 중 대표적인 사례라고 볼 수 있다. 더불어 채우장, 유어보틀워크와 같은 주기적인 행사를 통해 지역 커뮤니티 안에서 단골손님들의 생태시민성에 어떻게 영향을 주는 공간인지, 나아가 그들의 생태시민성에 영향을 주고 함양시키는 공간이라면 어떻게 생태시민성이 형성되는지 그 과정을 살펴보고자 보틀라운지를 연구

사례로 선정하게 되었다.

이를 바탕으로 이 연구는 일회용품 없는 카페 بوت클라운지 공간을 주기적으로 찾는 단골손님들을 주요 연구 참여자로 삼았다. 일회용품 없는 카페 بوت클라운지가 갖는 공간적 특성을 먼저 파악한 뒤 단골손님들은 왜 이 공간을 통해 어떻게 생태시민성이 함양되었는지 그 연결 과정을 살펴볼 예정이다. 단순히 이 공간에 대한 궁금증으로 찾은 손님이거나 우연히 일회성으로 방문한 손님을 대신해 주기적으로 공간을 방문하는 단골손님을 중점적으로 살펴봄으로써 이들이 이 공간을 처음에 찾는 이유는 모두 제각각이지만 이 공간이 갖는 특성과 맞물려 이 공간에 직·간접적으로 노출되고 영향을 받음으로써 주기적으로 방문하는 단골손님이 되는 과정에서 장소에 대한 정서적 유대감과 함께 생태시민성에도 변화가 있는지를 볼 수 있기 때문이다. 따라서 이 연구는 بوت클라운지의 공간적 특성을 분석하고 이 공간을 주기적으로 방문하는 단골손님들이 이 공간에서 어떤 경험을 통해 장소감이 형성되어 생태시민성이 변화하는지에 대하여 살펴보고자 한다.

3. 논문의 구성

이 논문의 내용구성은 다음과 같다. 1장에서는 이제까지 기술한 것처럼 연구의 배경과 목적, 연구 질문에 대해 기술하였다. 특히 이 연구의 현장이 되는 연구대상지의 선정 이유와 특성에 대해 기술하였다. 코로나 19 대유행과 이로 인해 급증한 일회용품 및 플라스틱 쓰레기 문제를 언급했다. 동시에 현대인들에게 일상적인 공간으로 자리 잡은 카페에서 흔하게 사용되고 너무나 쉽게 버려지는 일회용품에 대해 문제를 제기하며 전국에서 개인카페가 가장 많이 위치해 있는 서울 내에 위치한 일회용품 없는 카페 존재의 유의미함을 강조했다. 그중에서도 일회용품 없는 카페로 대표적인 ‘보트클라운지’를 연구현장이자 사례로 선정하고 해당 카페 공간 자체가 갖는 특성을 살펴보고 더불어 지속적으로 방문하는 단골손님은 이 공간을 어떻게 인식하고 있는지 어떻게 장소감을 갖게 되어 생

태시민성의 변화를 가져왔는지 기술한다.

2장에서는 생태시민성에 대한 이론적 고찰을 통해 생태시민성과 공간의 관계성에 대한 이론적 자원을 정리한 뒤 관련 선행연구를 검토함으로써 이 연구와 어떤 차별점이 있는지를 정리한다.

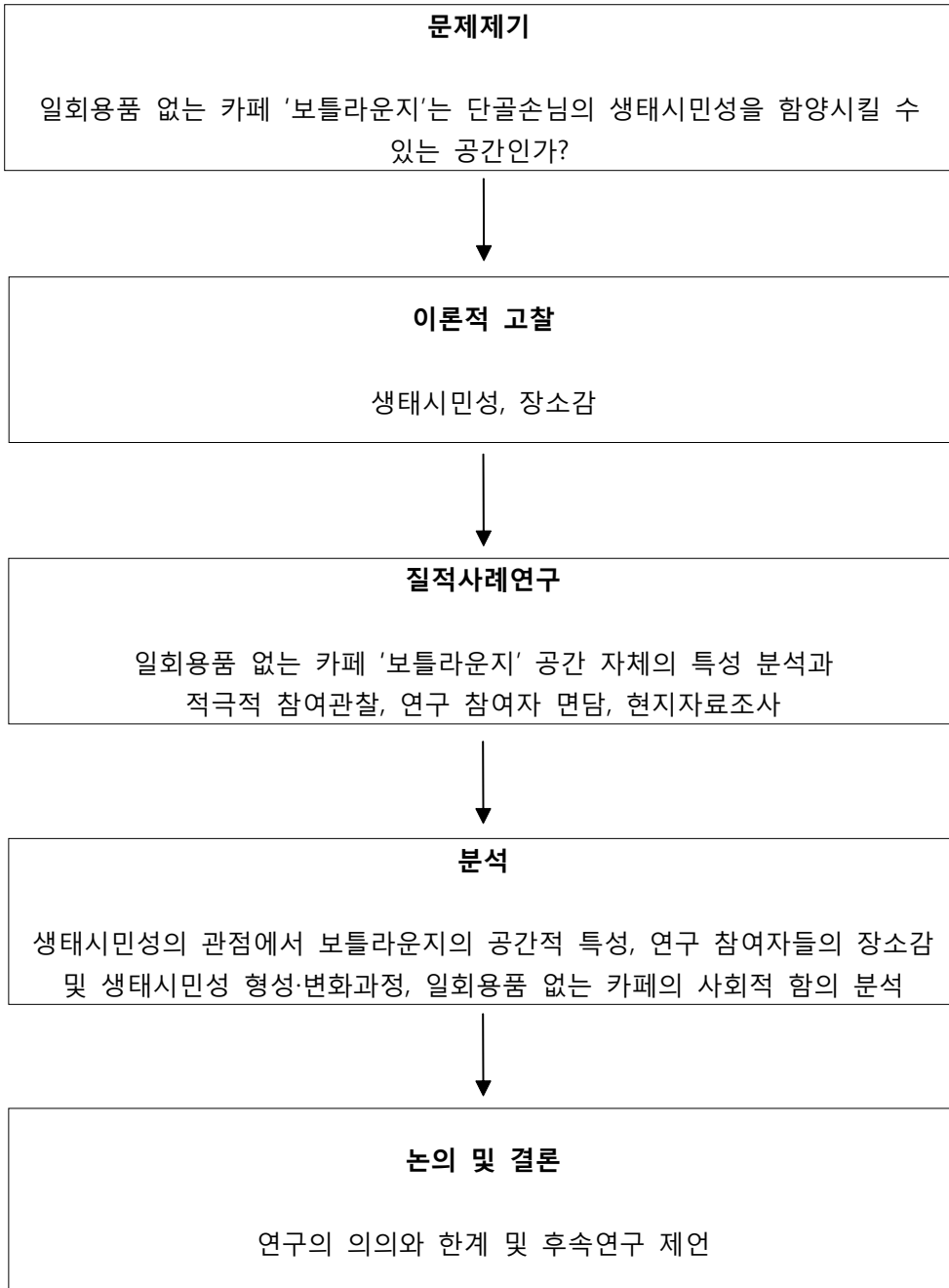
3장에서는 연구의 사례를 분석하기 위해 질적 연구 방법론을 활용했으며 참여관찰, 심층면담, 현지자료조사의 과정을 통해 자료를 수집했음을 기술하고 연구의 분석틀을 도식화하여 나타낸다.

4장에서는 연구 사례이자 연구 현장인 ‘보틀라운지’의 공간적 특성을 생태시민성의 관점에서 상세히 기술한다.

5장에서는 보틀라운지 카페 공간을 주기적으로 찾는 단골손님들이 어떻게 이 공간을 주기적으로 찾게 되었는지 더불어 지속된 방문을 통해 생태시민성의 정도에 변화가 있었는지, 있었다면 어떤 요인이 이들의 생태시민성 정도에 영향을 미쳤는지를 분석한다. 더불어, 단골손님들의 생활 반경 안에 위치한 보틀라운지 카페에서 어떻게 실천적 행위로까지 발현될 수 있었는지를 분석한다.

6장에서는 이상에서 논의되고 분석된 결과를 종합적으로 기술하고 요약 및 정리해 연구의 함의와 연구가 갖는 한계 및 후속연구를 위한 제언으로 논문을 마무리한다.

연구의 주된 흐름은 다음의 [그림1-3]와 같다.



[그림 1-3] 연구흐름도

II. 이론적 고찰과 선행연구 검토

1. 이론적 고찰

1) 시민성과 시민성 학습의 일상화

(1) 시민성(Citizenship)

시민성³⁾에 대한 연원을 살펴보면 고대 그리스의 도시국가로 거슬러 올라간다. 이때의 시민성은 도시국가에서 시민권자로 인정받은 사람들이 자신의 권리를 행사함으로써 폴리스를 민주주의에 입각하여 통치하고자 했던 것이다. 이후 근대국가 구성원들의 보편적 권리를 의미하는 것으로서의 자유주의적 시민권으로 발전되어 오다가 자본주의 체제하에서 소외된 노동계급의 권리를 반영시켜야 할 필요성이 제기됐다. 이에 따라 토마스 마셜(T. H. Marshall, 1950)의 고전인 『시민권과 사회계급(Citizenship and Social Class)』에서 기존의 자유주의적 시민권을 넘어선 노동자의 권리를 인식하고 보장해야 한다는 필요성에 입각하여 정치적 민주주의를 지향하는 시민권으로의 확대를 주장했다(장미경, 2001).

하지만 1990년대에 이르러서는 시민권 개념이 과거의 국민국가 안에서 단일하고 동일한 권리 및 의무를 가리키는 것에서 나아가 세계화 담론에 발맞추어 그 범위가 탈국가적(trans-national) 또는 초국적 시민성으

3) 최현(2003)은 주로 시민권이라는 표현이 시민으로서의 권리만을 의미하기 때문에 시티즌십(citizenship) 단어 자체가 지니는 중요한 사회과학적 함의를 놓칠 수 있음을 언급하며 citizenship을 번역하는 표현으로 시민권이 적절하지 않다는 이병천(2003)의 의견에 동의하고 있다. 대부분의 생태시민성 관련 연구를 보면, 박순열(2010a, 2010b, 2019)의 연구를 제외하고는 보편적으로 시민성으로 번역한 점과 공동체와 시민 간의 관계에서 시민이 갖추어야 할 자질이 자격과 권리 및 의무를 규정하는 방식(조철기, 2020)임을 미루어 볼 때, 이 논문에서는 citizenship을 포괄적 의미로서 ‘시민성’으로 번역해 사용하고자 한다.

로서 ‘같은 국민’이라는 의식보다는 ‘같은 인간’을 강조하는 개념으로서의 시민성에 대한 논의로 확장됐다(김왕근, 1995; 조철기, 2020).

이렇듯 시민성에 대한 논의는 굉장히 오랜 시간 다양한 학자들에 의해 논의되고 그 의미나 범위가 시대적 흐름과 요구에 따라 끊임없이 확장되어 온 개념이다. 한편으론 굉장히 전통적인 개념으로 비춰질 수 있지만 최근 일회용품 및 플라스틱 쓰레기문제와 관련하여 문제의 심각성을 인식하고 더 나아가 시민 한 명, 한 명이 주체적인 객체로서 그들이 일상생활의 가능한 범위 안에서 실천적 행위로서 기하급수적으로 발생하는 쓰레기를 줄이려는 활동을 하고자 노력하는 개인이 늘어나고 있다. 또, 사회 전반에서 제도적 뒷받침과 더불어 시민 개개인의 실천적 행위를 중요하게 생각하는 문화적 현상이 다시 대두되고 있다. 따라서 이 논문에서는 각 개인 또는 시민이 일상과 굉장히 맞닿아 있는 공간을 주기적으로 방문하고 경험함에 따라 자발적으로 그들에게 요구되는 책임과 의무를 실천하는 시민이자 객체가 되어 발현되는 시민성에 초점을 맞추고자 한다. 이때의 시민성은 다양한 공동체 안에서 참여를 가능하게 하는 소속감과 더불어 개개인들 혹은 사회 내 집단이 권리, 책임 및 의무를 협상하고 실천하는 사회적 과정을 가리킨다(Desforges, 2004; 김병연, 2011 재인용).

(2) 시민성 학습의 일상화

시민성은 역동적인 개념으로서 다양한 경로를 통해 함양되거나 학습될 수 있다. 이때의 시민성 함양은 대개 학교 정규 교육과정을 통해서라든지 또는 별도의 특정 프로젝트를 수행하거나 프로그램을 수강하는 방식과 같이 다양한 형태로 이루어진다. 이때 시민성 함양이 개인의 일상 안에서 자연스럽게 이루어지거나 또는 일상이 시민성 학습 안에 존재하는 것을 ‘시민성 학습의 일상화’라고 일컫는다(김민호, 2016). McGivney(1999)는 시민성 학습의 모습이 형식적인 것이 아닌 비형식적(informal)인 학습을 바탕으로 이루어지며 이때의 학습 경로(learning

pathway)는 학습자 개인의 주관적인 경험과 외부적인 요인 모두가 포함된 것이라고 언급한다. Lave&Wenger(2010)에 따르면 시민성 학습이 정형화되고 형식적인 지식전달이 아닌 일상 속 다양한 형태의 실천공동체 안에서 합법적 주변 참여라는 개념을 통해 시민성을 학습할 수 있는 것이라고 보았다. 학습의 공간을 생활세계로 확장시킴으로써 제도화된 교육체계 내에서 이뤄지는 거창하고 일 방향적인 교육 혹은 정보전달을 통해 함양되는 것이 아닌 자신이 일상에서 매일 마주하고 경험하는 구체적 경험을 바탕으로 자기 성찰과 실천적 행위를 통하여 시민성을 함양시키는 것을 상정한다. 특히 일상에서 시민성을 학습하거나 함양하는 경우 그 주체도 청소년이나 학생들만으로 한정되는 것이 아니라 모든 시민들을 대상으로 확대할 수 있으며 또한 직·간접적인 경험이 이뤄지는 공간 역시 딱딱한 강의실이나 일부러 시간을 들여 찾아야 하는 공간이 아닌 매일의 일상과 맞닿아있는 생활공간(이유진, 2010)이 될 수 있기 때문에 훨씬 진입장벽이 낮고 자연스럽게 시민성 함양이 가능하다는 장점이 존재할 수 있다.

다음의 표 [2-1]에서 보듯, 시민성 학습의 일상화는 세 가지 내적 조건을 가진다. 시민성 학습은 개인이 혼자 체화하고 학습하는 것을 넘어서 관계성에 의거해 각 개인이 서로 경험을 나누고 공유하는 등의 상호관계 속에 놓여있을 때 각자의 시민성이 더욱 발전될 수 있다. 또, 시민성 학습의 일상화는 한 번의 일회적 교육의 경험을 통한 학습에 대해 회의적이다. 시민성을 함양하는 것에 있어서 일회성이 아닌 지속성을 강조함으로써 배움이나 경험을 일상으로까지 확장시켜 지속하게 하는 데 그 의의가 있다. 마지막으로 학습의 결과가 경제적·정치적 가치로 귀결되는 것이 아닌 한 개인이 사회 내에서 다양한 존재자들과 함께 살아간다는 점을 고려하며 자신의 책임과 의무를 다 하는 주체적인 시민으로 성장할 수 있다는 가치에 주목한다(김민호, 2016).

따라서 시민성 학습의 일상화는 시민 누구나 학습이 가능할 수 있어야 한다는 점이 고려되어야 하며 일회성이 아닌 지속적으로 경험하고 직·간접적인 배움이 있어야 한다. 이렇게 학습된 시민성의 의의를 돈이

나 명예와 같은 물질적이고 세속적인 가치에 두는 것이 아니라 개인이 타인이나 소외된 이웃과 연대하며 함께 삶의 문제를 공론화한다는 데 의의를 두어야 한다.

[표 2-1] 시민성 학습 일상화의 교육 내적 조건

조 건	내 용
보편성과 상호의존성	학습의 주체는 일상을 살아가는 누구나 시민성 학습이 가능하다고 전제하며, 나 홀로 학습이 아닌 학습자 간의 상호교류를 통해 발전된다.
자율성과 지속성	의무적이거나 강요된 학습이 아닌 개인의 경험을 기반으로 한 자율성을 중요하게 여기며, 한 번 가르치고 중단되는 일회적 교육을 경계한다.
존재론적 가치	학습의 결과를 돈, 명성, 자격, 권력에서 찾지 않고 학습자의 생활세계 안에서 주체적인 시민으로서의 존재 의미를 발견하는 것에 가치를 둔다.

출처: 김민호(2016) 재구성

이러한 점을 고려하여 이 연구에서는 폐기물 문제의 심각성에 대한 인식이나 생태시민성은 결코 하루아침에 만들어지는 것이 아니라고 보고 시민성을 함양할 수 있는 일상적 공간, 특히 일회용품 없는 카페에 초점을 맞추으로써 해당 공간에 지속적으로 노출되고 공간을 경험하는 단골 손님들을 대상으로 시민성이 함양될 수 있는지 그리고 어떤 변화가 나타나는지에 대한 분석을 진행하고자 한다.

2) 생태시민성(Ecological citizenship)

최근 전 지구적으로 기후위기에서 기인하는 대부분의 환경문제는 그 책임이 국가단위의 정책 실패 혹은 기업의 지속가능하지 않은 산업 활동

에만 있다고 인식되지는 않는다. 오히려 환경문제는 시민이자, 소비자이자, 사회의 구성원으로서의 개인이 각자의 일상생활 속에서 자행된 선택의 결과물이라는 인식이 함께 두드러지게 나타나고 있다. 다시 말해, 전 지구적 기후위기로 인한 환경문제에 대한 책임이 각 개인의 생활방식(lifestyle)에서 비롯된다는 인식의 전환이 함께 나타나고 있다(김병연, 2011).

특히 최근 더욱 이슈가 되고 있는 일회용품 및 플라스틱 쓰레기문제의 심각성은 각 개인들의 일상적인 소비행동과 더욱 긴밀하게 연관되어 있는 문제다. 지속가능한 사회를 달성하기 위해서는 제도적인 뒷받침과 기업의 ESG 경영이 우선시되어야 함은 분명하지만 이와 동시에 생태적 가치를 고려하는 각 개인의 삶의 양식의 변화 역시 필요한 것이다(Carter, 2001; 김병연, 2011 재인용). Beck(1996)은 작금의 환경문제의 유발요인과 해결책이 모두 개인에게 있음을 밝히며 책임의 개인화 시대의 도래를 언급하기도 했다. 이를 바탕으로 기후위기를 포함한 생태적 위험을 보다 넓은 세계주의적 관점을 지니면서 민주적인 지향을 함께 고민하는 새로운 유형의 시민의 필요성이 제기됐다(박순열, 2019). 이러한 필요성에 따라 환경문제의 해결을 실천적 차원에서 바라보고 책임의 개인화라는 새로운 흐름을 적용시켜 새로이 재구성된 개념이 생태시민성(ecological citizenship)이다(김병연, 2011).

Dobson(2003)은 후기세계시민주의(post-cosmopolitanism)와 생태적(ecological)이라는 새로운 프레임을 바탕으로 시민성을 보고 책임감과 의무를 강조한 개념으로서 생태시민성을 주장했다(조미성·윤순진, 2016). 이는 기존의 시민성의 개념에서 탈피한 것으로 기존의 논의에서 부분적인 변화를 가리키는 것이 아닌 새롭게 재구성된 형태의 개념으로서 생태시민성이 등장한 것임을 강조했다. 이에 대해 김병연(2011)은 생태시민성을 다음의 세 가지 특성으로 크게 구분했다.

첫째, 생태시민성의 주요한 특징은 비영역성(non-territoriality)이다. 이는 기후변화와 같은 전 지구적 성격을 가진 환경문제와 생태시민성을 연계시키는 주요한 특징이 되며 상호 연계성과 상호 의존성에 기반하고 있

다. 특히 이때의 시민성의 공간은 개개인들의 생태적 발자국이 되는 것으로 각 개인의 일상생활 속에서 행해지는 활동 가운데 환경에 대한 악영향과 부정적인 결과를 설명하는 지표로 활용된다. Jager(2009)은 생태시민성의 공간은 전통적 시민성처럼 특정한 국가의 경계 내에 머무는 것이 아닌 시민들 개개인의 행위가 타인에게 어느 정도로 부정적인 영향을 미치는지에 의해 규정되는 책임의 공간이라고도 언급했다.

둘째, 생태시민성은 권리보다는 책임과 의무를 강조하며 생태시민에게 요구되는 책임과 의무는 비호혜성을 기반으로 한다. 이때의 생태시민은 능동적인 주체자로 자신의 권리를 사용하는데 수동적이며 권리보다는 더 많은 의무를 가지는 개개인을 추구하는 특징을 보인다(김병연, 2011). 더불어, 생태시민이 가지는 의무는 시·공간을 넘어 확장되어 인간과 비인간생물종, 지역과 세계적 스케일, 현재와 미래를 모두 포함한다(Dobson, 2003).

셋째, 생태시민성은 공적영역과 사적영역 모두에서 발생하는 환경문제를 중요하게 고려한다. 환경문제를 유발함과 동시에 이 문제를 해결할 주체적인 행위자로서 책임의 개인화 시대가 도래함에 따라 시민의 활동장소가 공적 영역에 국한된 것이 아니라 사적 영역으로도 침투하게 된 것이다. 이때의 사적 영역은 시민들의 삶이 생산되거나 재생산되는 물리적 공간으로 생태시민들의 중요한 활동 장소가 된다(김병연, 2011). 이와 같은 맥락에서 Barry(1999)는 생태시민의 의무가 공적인 정치 영역을 넘어서야 함을 주장하고 사적 영역에서 이루어지는 쓰레기 재활용이나 환경적·윤리적으로 책임 있는 소비와 같은 행위들이 생태시민으로서의 행위라고 언급한다.

이러한 생태시민성의 특징을 표로 정리하면 다음의 [표2-2]과 같다.

[표 2-2] 생태시민성 특징 요약

	자유주의적 시민성	시민-공화주의적 시민성	생태시민성
활동 영역	공적 영역	공적 영역	공적/사적 영역
행위 동기	계약 (권리 주장)	계약 (의무, 책임수행)	관계성 (의무, 책임 수행)
동기적 가치	자유, 상호 호혜성	공동선, 상호 호혜성	배려, 동정, 정의, 비상호 호혜성
스케일	영역적 (국민-국가) 차별적	영역적 (국민-국가) 차별적	비영역적(생태적 발자국) 비차별적
배려와 책임의 범위	현세대	현세대	과거/현재/미래 세대, 비인간

출처: Dobson, 2003; 김병연, 2011 재편집

이때, 생태시민은 누구나 될 수 있으며 특별한 사람만이 생태시민으로서의 자격(status)을 부여받는 것이 결코 아니다. Dobson(2006)에 따르면 생태시민성을 특권으로 바라볼 것이 아니라 되어야 하는 상태로서 바라보아야 한다고 언급했으며 생태시민은 시민 개인 스스로가 생태계에 대한 부채의식을 가지고 있거나 역사적 책임감을 가지고 있는 사람으로 인식함으로써 자신을 생태시민으로 규정할 수밖에 없다는 점을 고려해야 한다(조미성 · 윤순진, 2016).

Dobson(2003)이 제시한 특성에 기반을 두어 이 연구에서는 일회용품 없는 카페 ‘보틀라운지’가 갖는 공간적 특성을 생태시민성의 관점에서 바라보고자 기존의 특징들 중 세 가지 특징을 활용한다. 먼저, 이 공간은 사적 영역에서 발생하는 환경 문제(특히, 일회용품 폐기물 및 자원순환)를 고려한다는 점에서 사적이라고 볼 수 있으며 미래세대와 비인간생물종 모두를 배려와 책임의 범위로 고려하기 때문에 비차별적 공간이다. 또, 이 공간은 일회용품 쓰레기를 만들지 않고도 일상이 가능하다는 경험을 제공하는 행사(채우장, 유어보틀워크)를 주기적으로 진행한다. 이때 행사를 찾는 사람들 사이에서 발생되거나 인근 상점과 상점 사이에서 형

성되는 관계성을 갖는다.

이와 더불어, 생태시민성의 관점에서 본 보틀라운지의 공간적 특성들을 바탕으로 단골손님인 연구 참여자들이 어떻게 공간을 넘어서 장소로서 일회용품 없는 카페 보틀라운지에 장소감을 형성하게 되는지를 살펴본다. 생태시민성의 관점에서 본 공간에의 지속적인 방문 및 경험과 형성된 장소감이 결론적으로 그들의 생태시민성 함양 및 제고에 어떤 영향을 주는지를 연계하여 살펴본다. 단골손님들이 생태시민으로서 규범적으로 혹은 윤리적으로 바람직한 인식을 지닌다는 것이 곧 바람직한 실천을 의미하는 것은 아니기 때문에(박순열, 2010b) 인식과 실천이라는 두 차원으로 나누어 이들의 변화양상을 분석한다.

3) 장소감(Sense of place)

인간주의 지리학에서는 ‘공간’과 ‘장소’를 구분하여 개념 짓는다. 공간은 장소에 비해 상대적으로 포괄적인 개념으로서 과학적 법칙에 근거를 두는 보편적이고 추상적인 현상으로 본다. 이에 반해 장소는 공간에 비해 경험적이며 독특한(구체적) 현상으로 한 개인의 경험과 활동에 의미를 부여해 주관적으로 규정되는 현상을 가리킨다(이희연, 1991). 다음의 예로 드는 두 문장을 보면 이해가 쉬울 것이다.

- ① 사람들이 위도 37도 45분, 경도 126도 45분으로 몰려들었다.
- ② 사람들이 인천국제공항으로 몰려들었다.

첫 번째 문장은 글자 그대로 지리적인 위치 정보이자 근대 과학을 기반으로 한 수학적 공간이다. 반면, 두 번째 문장은 개별 인간이 가지는 공간에 대한 개념과 경험을 바탕으로 여겨지는 특별한 장소로서의 인천국제공항을 고려한 것이다(김성환, 2019). 인천국제공항이 누군가에게는 매일 출퇴근이 이루어지는 일터일 수 있으며, 누군가에게는 만남의 장소이자 헤어짐의 장소일 수 있고, 또 다른 누군가에게는 해외/국외활동의 대명사일 수 있다. 특히 이 연구에서는 커피 음료나 디저트를 구매할 수

있는 일반적인 카페 공간에 대한 인식을 넘어서 카페 공간이 개인의 경험을 통해 특별하게 의미 부여되는 ‘장소’로서 인식되는 것에 초점을 맞춘다. 이 푸 투안(1975)은 개인의 경험에 의해서 구성되는 것이 장소라고 했으며, 렐프(1976)는 ‘일상적 생활공간’의 관점에서 개인이 갖는 의미 있는 경험이 중심이 되는 것을 장소라고 보았다.

이를 바탕으로 한 개인이 특정한 장소에 대한 느낌을 가지고 있는 것을 장소감(Sense of place)이라고 하며 특히 일정한 그룹 안에 속해있는 사람들이 장소에 대해서 집단적으로 형성된 인식을 가지고 있을 때 이를 문화적 형태로 표현하는 곳에서 특히 뚜렷하게 나타난다(이석환·황기원, 1997). 장소감이 형성되는 것은 두 가지 경우를 통하여 가능한데 첫 번째는 어떤 특정한 장소 자체가 실재적·신화적으로 의미 있는 사건과 결합되어 상징적 의미를 갖게 되는 경우이며, 두 번째는 일상생활 속에서 개인 혹은 집단이 특정 장소의 경험을 통해 장소애착, 친숙함과 같은 감정을 갖게 되는 경우다(김덕현, 1996). 하지만 공간과 장소를 추상적인 것과 구체적인 것으로 구별 짓는 것 역시 부족하다고 본 도린 매시(Massey, D.)는 장소를 다양한 삶의 궤도(trajectories)가 교차하는 교점(nodes)이며 서로 다른 개인 혹은 집단들이 관계를 형성하고, 사랑하고, 갈등하는 권력의 형태들이 장소에 투영됨을 언급했다(Massey, 2016; 김성환, 2019 재인용).

따라서 이 연구에서는 장소감을 다음의 의미로서 활용하고자 한다. 단골손님인 연구 참여자들이 일회용품 없는 카페를 지속적으로 방문하고 경험함에 따라, 공간의 차원을 넘어서서 “어떻게” 장소의 의미로 구체화되어 장소로서 인식을 하며 장소감이 형성됐는지를 보고자 한다. 이때의 장소감은 매시(Massey, D.)가 언급했던 것처럼 한 장소에서 다수의 정체와 장소감이 동시에 존재할 수 있다는 전제 하에(김성환, 2019), 17명의 연구 참여자들로부터 수집된 6가지의 장소감을 6가지로 나타내 각 6개의 장소감에 대한 특성과 이러한 장소감이 형성된 유인이 무엇인지에 대해 분석하고자 한다. 생태시민성의 관점에서 본 카페의 공간적 특성 중 어느 요인과 연계되어 장소감이 형성됐는지를 보고 카페의 공간적 특

성과 장소감 형성이 결과적으로 어떻게 연구 참여자들의 생태시민성 함양 및 제고에 영향을 주었는지를 본다.

이러한 맥락에서 이 연구는 일상적 공간인 일회용품 없는 카페에서의 생태시민성 함양 및 발현 여부를 공간을 지속적으로 찾는 단골손님을 통해 살펴보고자 한다. 특히 생태시민성을 발현시킬 수 있는 기제로 일회용품 없는 카페라는 공간에 초점을 맞춘 연구라는 점에서 의의가 있으며 공간적 특성과 공간을 구성하는 단골손님 사이의 관계성을 살펴보는 경험적이고 탐색적인 연구다. 특히 자신이 거주하는 혹은 매일같이 생활하는 반경 안에 위치해있어 일상과 굉장히 맞닿아있는 일회용품 없는 카페 공간을 지속적으로 방문하면서 단순히 공간이 아닌 장소로서 인식을 하게 되어 장소에 대한 연구 참여자 개인의 정서적 유대감이 어떻게 형성되는지를 살펴보고 나아가 일회용품 없는 카페를 주기적으로 경험함으로써 생태시민성 함양가능성을 탐색하는데 이 연구의 의의가 있다.

2. 선행연구 검토

1) 일상적 시민성 관련 선행연구

조철기(2016)는 세계화로 인하여 글로벌 시민성과 문화적 시민성과 같은 새로운 시민성의 공간에 대한 필요성을 제기하며 세계화 물결에 따라 시민성에 대한 스케일이 정치적 영역뿐 아니라 나아가 사회·문화적인 영역으로도 확장하고 있음을 이유로 들었다. 이와 더불어 개인의 일상적 측면을 강조하면서 좀 더 미시적인 일상적 공간에서의 포함과 배제로의 확장을 언급했다. 이에 따라 기존의 국가 시민성에서 벗어나 각 개인의 권리와 특성을 강조한 문화적 시민성에 더불어 ‘일상적 시민성’이라는 새로운 시민성의 공간을 인식할 필요가 있음을 언급했다.

김미운(2015)은 지역참여의 경험을 통해 지역 주민들이 어떤 변화를 겪는기 변화가 시민 개개인이나 공동체에게 어떤 의미를 갖는지를 경험적 연구로 살펴보았다. 일상에서의 학습과 참여가 순환적인 경험으로 누

적되어 지역 내에서 다양한 구성원들과 네트워크를 형성하는 관계성에 대해 언급하고 지역사회를 학습과 성장을 이룩할 수 있는 중요한 일상적 공간임을 강조하고 이는 곧 ‘시민-되기’의 과정이라고 볼 수 있음을 언급했다.

Seyfang(2005)은 각 개인 또는 사정에서 매일 일상적으로 찾는 슈퍼마켓이나 변화가에서의 지속가능한 소비가 시민들의 생태시민성을 실현시킬 수 있는 중요한 도구라고 보았으며 이는 곧 소비자들의 패턴과 생활양식을 지속가능한 소비 패턴으로 바꾸는 것에서 기인한다. 이러한 맥락에서 지역 안에서 유기농 식품을 구매하는 소비자의 지속가능한 소비 행위를 통해 푸드마일(food miles)을 줄이는 일련의 과정이 생태시민성을 함양시키는 원동력이 될 수 있다고 보았다.

일상적 시민성이라는 개념 혹은 시민성 학습의 일상화 개념은 역사가 오래 되지 않은 개념으로 이와 관련하여 선행된 연구들이 많지 않다. 특히 이 연구에서는 생태시민성 학습 및 함양에 있어서 일상적 공간이 활용됨에 주목하여 생태시민성과 특정 일상적 공간인 카페를 연결시킨 연구로 이전에 이를 주제로 선행된 연구가 없다는 점에서 이 연구의 의의가 있다.

2) 생태시민성 관련 선행연구

생태시민성과 관련하여 국내에서는 꽤 다양한 연구들이 선행되어졌다. 박순열(2010a)은 생태시티즌십이 어떻게 출현하게 됐는지 그 배경을 살펴보고 생태시티즌십을 둘러싼 논의를 기존 시티즌십에 환경관련 항목을 추가한 환경시티즌십과의 관계, 생태시티즌십으로 담아낼 수 있는 정체의 성격, 생태시티즌십의 주체, 생태시티즌십의 핵심적인 덕성을 순서로 정리했다. 이를 바탕으로 한 한국 상황에서의 녹색시민 상(象)을 분석함으로써 한국의 맥락에서 녹색시민은 경제적 효율성에 입각해 녹색상품을 소비하지만 관련 의사결정과정에서 참여는 보장되지 않는 한계점을 드러낸 연구다. 이와 비슷한 맥락으로 생태시민성의 개념적·이론적

논의를 다룬 박순열(2019)은 기후위기와 같은 환경문제 해결을 함에 있어서 새로운 유형의 시민이 필요함을 역설하며 생태시티즌십 개념을 활용했다. 생태시티즌십의 가치지향을 민주적, 세계적, 생태적 가치로 분류해 분석하고 이 가치들이 동시적, 개별적으로 고양되거나 훼손되는 생태시티즌십의 변이를 설명했다. 더불어 생태시티즌십이 시민들의 보다 나은 삶을 위한 자유와 다른 생명에 의존하는 좋은 삶으로서 생명이 구현됨을 드러냈다.

김병연(2011)은 새롭게 전개되고 있는 생태시민성 논의를 고찰하고 지리과 환경교육적 함의를 찾고자 했다. 생태시민성이 가지는 다층적 특성들을 관계성, 성찰성, 윤리성 세 가지로 분류함으로써 이러한 특성을 가지는 생태시민성은 지리적 자아의 생태적 구성을 위한 지리과 환경교육의 존재론적 차원, 인식론적 차원, 실천적 차원에서의 방향 설정에 토대를 제공한다는 함의를 도출했다.

김소영·남상준(2012)은 환경문제의 해결을 위한 교육적 역할로서 생태시민성을 본 뒤, 생태주의와 환경정의, 생태공동체와 같은 개념들에서 생태시민성의 덕목, 기능, 합의기체로서 합당한 요소들을 추출하는 과정을 거쳤다. 환경교육을 연구하고 실천함에 있어서 기존의 환경소양에 대한 개념적 접근이 가지는 한계점을 보완하고자 시민의 자질에서부터 접근하는 방법이 용이할 것이라고 판단해 시민성의 가능한 구도를 탐색하고자 했다.

김찬국(2013)은 생태시민성의 의미를 탐색하고 우리 사회가 직면한 지구기후변화와 이에 대한 대응이라는 과제를 성찰적으로 바라보는데 있어 생태시민성이 갖는 가능성을 확인하고자 했다. 더불어 이를 바탕으로 생태시민성이 환경(기후변화)교육에 주는 시사점을 함께 도출해내고자 했다. 생태시민성이 갖는 개념 자체에 대한 논의에 더불어 기후변화 등과 같이 생태시민성을 적용하여 해석할 수 있는 현실의 문제를 다룸으로써 현실 상황에 적용할 수 있는 가능성을 제시했다.

2010년 이전까지 생태시민성 관련한 선행연구는 대부분 생태시민성의 개념 및 이론만을 고찰하는 연구가 대부분 수행되었다. 생태시민성을 이

론적 측면에서 탐구하는 것을 넘어서 실제 생활세계에서 생태시민성이 어떤 양상으로 발현되는지와 같은 경험적 연구에 대한 필요성이 제기됐는데, 박순열(2010b)은 한국 시민들의 환경관련 인식을 생태시티즌십 논의를 이론적 자원으로 하고, Q방법론을 활용해 경험적 연구를 진행했다. 생태시티즌십과 관련된 58개의 진술문에 대한 46명의 응답을 토대로 한국사회에 존재하는 5가지 인식유형(생태적 세계시민주의, 낭만적 풍요주의, 동정저거 소비주의, 영토적 개발주의, 피상적 보수주의)을 추출했다. 그 결과 우리 사회에 존재하는 여러 유형의 복합적이면서도 이질적인 환경인식이 어떻게 존재하는지를 드러냄으로써 한국적 생태시민과 생태민주주의 논의를 구체화했다.

김희경(2012)은 생활세계 내에 존재하는 에코맘에 초점을 맞추어 생태주의 가치를 주부, 엄마, 시민의 정체에 적용하여 친환경행동으로 구현하는 존재로서 적용해 생태시민성을 검토했다. 이를 바탕으로 에코맘의 생태시민성이 갖는 특성을 파악하고 교육에의 함의 및 제언을 도출했다. 또, 김희경(2018)은 경험적 연구를 바탕으로 우리나라 생태시민성의 특성을 파악하고자 했으며 이를 위해 세 명의 제보자를 선정해 면담하고 면담결과를 분석 및 해석하는 과정을 거쳤다. 그 결과 우리나라의 생태시민은 정의감과 책임감이 강하고, 생각한 것을 실제 구현하는 실천력이 높은 것으로 나타났다. 또, 관계성에 기반을 둔 공동체에 높은 가치를 두며 자기 자신의 즐거움과 만족감이 주요한 동기와 결과가 됨을 발견함으로써 생태시민성을 환경교육과 지속가능발전교육으로의 접목을 시도했다.

조미성·윤순진(2016)은 지역 주민들이 에너지자립마을 운동에 참여하는 동기가 무엇이며 어떠한 변화와 성장을 겪는지 살펴보고 이를 생태시민성의 관점에서 이해하는 것을 연구의 목적으로 삼았다. 주민들이 시민성을 형성하는 과정을 살펴봄으로써 전통적 학습에서 벗어나 참여와 실천을 통한 사회적 학습의 양상을 보였다. 이를 바탕으로 생태시민성을 개인 차원의 접근에 머무르기보다 사회적으로 접근해야 할 필요성을 제기하며 과정적이고 학습적인 관점에서 해석해야 함을 시사했다.

하지만, 여전히 필요를 충족시킬 만큼 생태시민성에 대한 연구의 층이나 범위가 세밀하지 않으며 실제 현장 연구를 통한 경험적 연구가 부족하다는 점이 한계로 지적되어왔다(김희경, 2018). 지금까지 여러 연구자들을 통해 확립되어 온 생태시민성 이론이나 개념을 실질적으로 현실에서 적용시키기 위해 미시적 연구가 진행되어야 할 필요성 역시 제기되었다(조미성·윤순진, 2016). 이와 같은 선행연구들의 한계를 보완하고자 이 연구는 실제 일상에서 마주하는 일회용품 없는 카페 공간에서 직접 현장연구를 진행하며 생활세계 공간에서 함양 및 제고되는 생태시민성에 대한 실증적이고 경험적인 연구라는 점에서 유의미하다. 김희경(2018) 연구는 우리나라 생태시민성의 특성이 어떻게 나타나는지를 나열한 연구라면 이 연구는 연구 참여자들의 생태시민성을 인식과 실천이라는 두 차원으로 나누어 카페 방문 이전과 이후에 어떻게 변화하는지 그 양상을 살펴보았다는 점에서 연구의 차별성이 있다.

3) 장소감 관련 선행연구

박명화·남상준(2017)은 Mental map 조사와 심층면담의 연구방법을 활용하여 어린이들이 생활 세계에서의 경험을 바탕으로 공간과의 상호작용을 통해 어떻게 장소감이 형성되는지를 탐색했다. 이를 통해 어린이 자신과 정서적으로 연계되어있으며 장소감을 가진 샵터를 바탕으로 어린이들을 이해하는 방향으로의 지리교육이 이뤄져야 함을 언급했다. 또, 지리교육의 방향성이 실증적인 지식 전달에서 어린이들이 장소감을 기르기 위한 교육으로 바뀌어야 함을 지적했다.

김민성·윤옥경(2013)은 초등학생을 대상으로 하여 장소감을 측정할 수 있는 측정도구를 개발하고 이를 바탕으로 장소감에 있어서 성별 차이를 알아보는 데 활용했다. 각 영역을 측정할 수 있도록 문항을 개발하여 측정도구의 신뢰도와 타당도를 검증했으며 우리나라 지리교육에서는 거의 선행되지 않았던 장소감을 측정할 수 있는 검사 도구를 개발했다는 데 연구의 의의가 있다.

김혜진(2018)은 장소감을 학문적 관점과 교육적 관점으로 나누어 살펴봄으로써 이 둘을 비교하여 교수학적 변환이 어떻게 나타나는지를 살펴 보았다. 학문 영역에서 장소감에 대한 의미를 고찰하고 실제 초등 교육 과정과 교과서 내에서 장소감이 어떻게 적용되는지를 봄으로써 초등 교육에서의 장소 및 장소감 교육이 가야 할 방향과 시사점을 도출했다.

박니은(2017)은 글로벌 스케일의 시작을 개인의 생활세계, 구체적으로는 마을이라는 생활공간을 바탕으로 초등 저학년 학생들이 마을에 대해 갖는 장소감이 어떻게 발달되는지 그 과정을 살펴보는 연구를 진행했다. 이를 위해 장소감 측정 도구로서 연구자가 직접 장소감 발달 프로그램을 학생들에게 적용해 학생들의 장소감 이해 정도가 향상되었는지, 장소감이 학생들의 발달과정에 있어서 어떠한 변화의 양상을 가져다주었는지를 분석했다는데 의의가 있다.

특히 권영락·황만익(2005)은 경험과 의미를 통해서 형성된 개인 또는 집단이 장소에 대해 정서적 유대감을 가지게 됨을 장소감이라고 보았다. 이렇게 형성된 장소감은 개인으로 하여금 환경감수성과 환경 친화적인 행위를 형성하는 기반이 되는 것으로 능동적인 환경 행동을 유발할 수 있음을 언급했다. 이를 환경교육과 연결 지어 일상생활에서의 경험을 통한 학습자의 장소감 회복이 필요함을 역설했다.

위 연구들과는 다르게 박소람·김영기(2020)의 연구는 현대 도시에서의 비-장소에 주목했으며 프랜차이즈 카페 공간을 비-장소로 보고 타인과 연결이 아예 부재한 것이 아닌 일시적으로 공간을 공유한다는 전제 하에 ‘약한 연결’의 개념을 활용했다. 이는 곧 기존의 장소감이 장소에 대한 강한 연결 및 소속감에 초점을 맞추어 연구가 진행된 것과는 달리 비-장소에서 개인이 선택적으로 관계를 형성하기도, 분리하기도 하는 새로운 방향성을 제시했다는데 의의가 있다. 박소람·김영기(2020)의 연구를 미루어 볼 때, 본 연구에서 펼치는 논리에 대한 한계를 지적할 수 있다. 물론 이 연구는 프랜차이즈 카페가 아닌 개인이 운영하는 카페에 초점을 맞췄으며 전국적으로 개인이 운영하는 카페의 수가 더 많기 때문에 개인 운영 카페에서 발생하는 플라스틱 폐기물 총량을 실질적으로 줄

이고 지속가능한 대안을 모색하고자 개인이 운영하는 일회용품 없는 카페 공간 자체와 공간을 찾는 연구 참여자들의 공간에 대한 강한 연결 및 정서적 유대감을 가리키는 장소감과 생태시민성 발현가능성에 주목했다. 하지만 이 연구는 단일 사례 연구이기 때문에 박소람·김영기(2020)의 연구에서 언급한 바와 같이 현대 도시에 실존하는 비-장소로서의 카페와 분리 및 관계를 넘나들고 있는 이용자에 대한 약한 연결에 근거한 장소감 분석이 이루어지지 못했다는 점에 있어서는 추후 이 공간이 갖는 한계와 연구의 한계에서 다루고자 한다. 이러한 한계에도 불구하고, 특히 장소감과 관련하여, 이 연구에서는 장소감 논의와 생태시민성 논의를 연결 지어 일상적 공간인 일회용품 없는 카페에서 연구 참여자들이 갖는 장소감이 어떻게, 어떤 유형으로 나타나는지를 구체적으로 살펴보고 이를 이들의 생태시민성 발현 및 제고에 어떻게 영향을 주었는지 그 맥락을 살펴보는 데 연구의 차별성이 있다.

Ⅲ. 연구방법 및 분석틀

1. 연구방법

1) 연구방법

이 연구는 일회용품 없는 카페 ‘보틀라운지’가 공간을 지속적으로 찾는 단골손님으로 하여금 생태시민성의 함양에 영향을 줄 수 있는지를 보틀라운지 그 자체의 공간적 특성을 생태시민성의 관점에서 보고 이 공간을 방문하는 단골손님들의 생태시민성 함양의 발현과정에 대한 질적 연구이자 단일사례연구다.

조용환(2012)은 전통적 방식에서의 질적 연구라 함은 quantitative research(양적 연구)의 대비되는 연구방법으로서의 qualitative research(질적 연구)를 가리켜왔다고 말한다. 하지만 질적인 것과 양적인 것을 대비하는 것에 앞서서 ‘문(文)’과 ‘질(質)’을 대비하는 개념으로 이해하는 것이 우선되어야 함을 가리키며 질적 연구는 ‘문질彬彬(文質彬彬)’의 끊임없는 순환의 과정이며 이를 추구해야 함을 언급한다. 다시 말해, 질적 연구는 질이자 바탕으로 돌아가는 것으로 연구자가 탐구하고자 하는 현상 그 자체를 환원하는 태도가 전제되어야 함을 강조한다. 다시 말해, ‘현상의 이름’이라는 프레임에 갇히지 않은 채 질적 연구는 연구를 진행하는 중에도 끊임없이 연구자가 수집하는 현장 자료를 바탕으로 새로운 가설을 찾고 해당 가설의 타당성을 확인해 나가는 해석학적 순환의 작업이다(조용환, 2011). 월코트(Wolcott, 1992)는 질적 연구를 함에 있어서 현지조사를 수행해 온 인류학자들이 공통적으로 세 가지의 작업(3Es)을 바탕으로 질적 연구가 진행되었다고 한다. 구체적으로 참여관찰(Experiencing), 심층면담(Enquiring), 현지자료조사(Examining)가 이에 해당된다(조용환, 2012).

이에 따라 이 연구는 ‘연구의 맥락’을 인위적으로 설계하지 않고

현상이 전개되는 일상적인 맥락에 연구자가 연구현장에 적극적 참여하여 (조용환, 1999) 관찰하고 현장노트(field note)를 적어 나갔다. 연구자의 현장노트는 연구자가 그 날 그 날 현장에서 관찰되는 현상 그 자체에 대한 질적인 기록과 더불어 연구자가 그 현상을 어떻게 바라보고 있는지에 대한 문적인 기록을 함께 작성해 해석학적 순환의 작업을 기록해나갔다. 더불어 이 현장노트는 연구현장에서 수집한 문헌자료, 연구현장 카페의 공식 SNS 게시물, 카페 대표의 인터뷰 언론보도 자료와 함께 현지자료조사의 한 갈래로 연구에 활용되었다.

또한, 이 연구는 질적 연구의 한 방법인 단일사례연구다. Yin(2011)은 ①개인의 생애주기, ②소규모 그룹 행동, ③조직적/관리적 프로세스, ④지역 공동체의 변화, ⑤교육성과 등과 같이 현실세계의 현상 및 사건들에 대한 전체적이고 의미 있는 특징들을 담아내는 것이 가능한 연구방법이라고 언급한다. 특히, 사례연구는 현실세계에서 벌어지는 현상을 주로 선정하며 현상이나 사건과 관련된 행동들을 통제할 수 없을 때 선호되는 연구방법으로서 연구 현장에서 벌어지는 현상에 대해 직접적으로 관찰할 수 있다는 점과 현장에서 관련된 다양한 인물들과 직접 인터뷰를 할 수 있다는 점이 장점이며 역사연구와는 다른 지점이다(Yin, 2011). 특히 표본 연구의 경우 A라는 표본이 B라는 표본과 얼마나 유사한가를 드러내는 것이 주된 목적이지만 사례 연구의 경우는 반대로 A라는 사례가 B라는 사례와 얼마나 다른지, 다시 말해 해당 사례가 갖고 있는 특수성과 특징이 무엇인가를 밝히는 게 중요한 차이점이다(윤건수, 2008). 비판적 실재론자들의 관점에서도 사례연구는 실재하는 것이 겉으로 드러난 인과 관계를 벗어나 어떻게 실제로 발현되는가를 밝히는 것이 중요하기 때문에 사례 연구는 경험을 이해하는 좋은 연구 전략이라고 밝힌다(이영철, 2006; 윤건수, 2008 재인용).

이 연구는 일회용품 없는 카페 ‘보틀라운지’ 라는 현실세계의 단일 사례를 바탕으로 카페 공간이 갖는 공간적 특성과 카페에서 나타나는 다양한 현상들을 생태시민성의 관점에서 종합적으로 살펴보고자 했다. 나아가 어떤 요인이나 지점에서 단골손님들로 하여금 생태시민성의 함양을

발현시키는지 그 과정적, 맥락적 조건들을 중점적으로 분석하는 연구로서 사례연구방법을 택했다. 어떠한 맥락에서 단골손님들의 생태시민성이 함양되거나 변화될 수 있었는지 연구 참여자들의 공통된 특징과 차별성을 보이는 특징 모두를 빈틈없이 서술함으로써 보틀라운지 카페 공간이 갖는 사회적 함의를 도출해내고자 했다.

2) 연구 참여자

조용환(1999)은 질적 접근에서 ‘연구대상(research subject)’이라는 표현보다는 ‘참여자(participant)’, ‘현지인(the native)’, 또는 그 사람들(the people)’이라는 표현을 주로 사용한다고 언급한다. 그 이유로는 연구대상이라는 표현이 마치 연구에 도움을 주는 사람들로서 능동적인 ‘삶의 주체’가 아니라 수동적인 ‘연구의 객체’로 전락시키는ニュ앙스를 갖고 있기 때문이라고 한다. 연구 참여자라는 표현을 사용하는 것의 중요성은 연구자가 연구 참여자를 동등한 객체로 보겠다는 것을 의미함과 동시에 연구자가 연구 참여자보다 우위에 있는 듯 연구를 일방적으로 계획하고 실행할 우를 범하는 것을 막는 데 있다.

이를 바탕으로 이 연구에서는 연구 참여자라는 표현을 사용하고자 하며 주된 참여자는 보틀라운지를 주기적으로 찾는 ‘단골손님’이다. 이때의 단골손님⁴⁾이란 카페를 방문하는 빈도에서는 각각이 차이를 보이지만 주기적으로 카페를 찾는 손님을 가리킨다. 특히 카페를 일회성으로 찾는 손님들보다는 여타의 카페들이 많이 있음에도 불구하고 보틀라운지를 지속적으로 찾는 단골손님에 더욱 초점을 맞추고자 했다. 연구 참여자를 선정하는 기준은 ①연구자가 카페 현장에서 적극적 참여관찰을 진행하면서 두, 세 번 얼굴을 마주했거나 주문을 받은 적이 있는 손님, ②카페 대표/카페 직원들이 단골손님으로 추천해준 손님을 기준으로 선정

4) 박홍주(2013)는 상인과 손님 혹은 소비자 사이에서의 단일한 거래관계가 지속적으로 이뤄질 때를 단골손님이라고 하며, 경제적 이윤을 넘어서서 서로 인정을 나누는 행위를 통해 인간적 교류가 형성되며 커뮤니티를 형성하는 문화가 현대에도 여전히 그대로임을 주목해야 한다고 언급한다.

되었다. 특히 연구자는 얼굴을 마주한 적이 없거나 얘기를 나눠본 적이 없는 손님에게 연구 참여를 요청하는 것은 손님에 대한 실례라고 생각해 연구자만의 기준으로 적어도 카페에서 2, 3번 마주친 적이 있거나 주문을 받으며 얼굴을 익힌 손님들을 대상으로 연구자가 조심스럽게 연구의 참여를 제안했다.

모든 연구 참여자는 사전에 연구자로부터 연구 참여에 대한 동의서를 받았으며 연구 설명서를 통해 연구에 대한 설명을 받은 사람들로 이들이 원할 경우 연구에 자료로서 활용할 때 본명 대신 별명이나 가명을 사용해도 됨을 알리고 일부 참여자는 아래 [표 3-1]와 같이 직접 원하는 가명을 설정했다.

카페를 처음 방문한 시기는 보틀라운지가 처음 문을 연 2018년부터 2021년까지 다양하게 분포하고 있으며 방문 빈도 역시 다양하게 나타났다. 하지만 연구 참여자들의 연령대에서 볼 수 있듯 연희동이라는 점을 미루어 볼 때 중장년층 또는 노년층 역시 많이 거주하는 지역임에도 불구하고 카페라는 공간의 특성상 5,60대 또는 그 이상의 연령층에서의 단골손님은 만나볼 수 없었다. 보틀라운지는 반려동물을 동반할 수 있는 공간으로 연구 참여자들 중 7명이 카페에 반려견을 거의 항상 동반하는 손님들이다. 실제로 단골손님 중에는 반려견을 동반하는 손님들이 다수인 것도 주목할 만하다. 그 정도에는 차이가 있지만 연구 참여자 중 7명이 채식을 한다. 아이의 부모인 연구 참여자는 4명으로 아이와 함께 카페를 방문한다. 연구 참여자들의 공통된 특징은 이들 모두가 보틀라운지에서 멀지 않은 곳에 거주를 하고 있는 주민이거나 작업실이 있다는 점이다. 물론 보틀라운지가 일회용품 없는 카페라는 정체성 혹은 지향성을 사전에 알고 온 연구 참여자도 있었지만, 연구 참여자들의 다수가 이곳을 처음 찾게 된 이유로 집 앞이어서 지나가다가 공간에 대한 궁금증을 품고 찾게 된 경우였고 이 공간을 자주 찾게 되는 이유 중 하나로 집에서 가깝기 때문이라고 답하는 연구 참여자들 역시 다수였다. 이는 곧 이와 같은 일회용품 없는 카페가 동네마다 혹은 자신의 생활반경과 가까운 곳에 위치해야 할 필요성을 제기할 수 있다. 총 18명의 연구 참여자는

이 공간을 지속적으로 찾으면서 그들의 생태시민성이 함양되는데 영향을 미쳤는지, 영향을 미쳤다면 어떤 요인이 크게 작용했는지, 생태시민성의 정도가 어떻게 변화했는지, 일상에서의 실천적 행위로까지 이어졌는지 등을 종합적으로 분석하고자 했다.

[표 3-1] 연구참여자 목록 및 특성

	연구참여자	연령대	채식	반려동물 동반	아이동반	카페 첫 방문
1	복실엄마	30대 후반	.	○	.	2018년
2	두부엄마	30대 초반	.	○	.	2018년
3	로건누나	20대 후반	○	○	.	2019년
4	슬기	30대 후반	.	.	○	2019년
5	보리하미누나	20대 중반	○	○	.	2020년
6	하람	30대 초반	.	.	.	2020년
7	영아	30대 초반	.	○	.	2018년
8	Abby	30대 후반	○	○	.	2019년
9	미정	40대 초반	○	.	.	2020년
10	혜민	30대 후반	.	.	.	2018년
11	한나	30대 중반	.	.	.	2019년
12	소라	40대 초반	○	.	.	2018년
13	다복엄마	20대 후반	○	○	.	2018년
14	승욱	30대 후반	.	○	.	2018년
15	이화	30대 초반	.	.	.	2020년
16	지구	30대 중반	.	.	○	2019년
17	미래	30대 중반	.	.	○	2019년
18	Cearth	40대 초반	○	.	.	2020년

3) 자료 수집방법

질적 연구에서 자료를 수집하는 방식은 일반적으로 상호작용 방법과 비상호작용 방법 두 가지로 분류된다. 상호작용 방법에는 참여관찰과 면담이 해당되며, 비상호작용 방법으로는 인공물과 문서 수집, 비참여관찰 등이 해당된다(조영남, 2001). 이에 더해 앞서도 언급했던 Wolcott(1992)의 질적 연구의 공통된 작업인 세 가지 작업(3Es)에서 참여관찰, 현지자료조사 그리고 심층면담을 꼽았다. 이를 바탕으로 연구자는 먼저 2020년 9월 12일 처음 보틀라운지를 찾아 카페 대표와 연구 현장으로서 적극적 참여관찰 및 단골손님 인터뷰를 진행하는 것에 대한 논의를 드렸다. 2주 뒤 카페 대표로부터 동의를 받고 연구자는 2020년 10월 3일부터 2021년 2월 28일까지 주로 월요일부터 금요일까지 평일에 카페 현장에 갔으며 2021년 2월 한 달 동안은 주말에도 연구현장에 나갔다. 평균적으로 8시간 내외의 시간동안 연구 현장에 머물렀다. 다만, 11월 말부터 코로나19 상황이 다시 악화되고 카페 내에서의 취식이 불가해짐에 따라 연구현장이 1월 중순까지 문을 열지 못해 연구자의 참여관찰 역시 부득이하게 잠시 중단되었다. 1월 셋째 주부터 사회적 거리두기 단계 완화로 카페 내에서의 취식이 가능해짐에 따라 연구현장은 다시 운영을 재개했고 연구자도 다시 현장에 와 적극적 참여관찰을 2월 28일까지 이어갔다. 연구자는 정식 보틀라운지의 스태프는 아니지만 대표의 동의 아래 무보수로 카페 일(설거지, 주문 받기, 테이블 정리 등)을 조금씩 도와드리는 형식으로 내부자이자 외부자를 무단히 넘나들며 카페 대표, 직원들, 더불어 손님들과의 라포(rapport)를 형성해 나가며 연구를 진행하고 자료를 수집하기 시작했다.

우선, 연구자는 Spradley(2006)의 구분에 따르면 적극적 참여 관찰의 형태를 취했다. 적극적 참여자는 연구 현장의 사람들이 하는 것을 직접적으로 행하는 동시에 연구 현장에서 나타나는 행동의 문화적 규칙을 배우는 것을 중요하게 생각한다(Spradley, 2006; 조미성·윤순진, 2016 재인용). 적극적 참여관찰이 진행되는 동안 연구자는 보틀라운지 공간 안에

서 다양한 역할을 수행했다. 연구자로서 객관적인 입장과 시각을 가지고 카페 현장에서 관찰되는 다양한 현상들을 기록했으며, 카페 일을 돕는 사람으로서 보틀라운지의 운영방법, 규칙을 최대한으로 익혀 카페 스태프들의 일을 도왔으며, 마지막으로 손님 중 한명으로서 보틀라운지에서 진행되는 다양한 행사들에 직접 손님으로 참여하기도 했다.

다음으로, 주된 자료 수집 방법으로 면담을 진행했다. 다만, 이 연구는 사전에 연구 현장으로서 참여관찰과 더불어 단골손님과의 인터뷰를 진행할 것을 카페 대표에게 동의를 받는 과정에서 단골손님들이 불편함을 느끼지 않는 선에서 하는 것으로 얘기가 이뤄졌다. 이에 따라 여러 차례 긴 시간동안 진행되는 심층면담(in-depth interview)이 아닌 반구조화 면담(semi-structured interview)의 방식을 취해 사전에 연구자가 구조화 해 놓은 질문지를 바탕으로 연구 참여자가 카페에 왔을 때 연구 참여자의 자리에서 1회 면담(interview)하는 방식을 채택했다. 면담 시간은 사전에 구조화된 질문 외에도 연구 참여자로부터 흥미로운 답변이나 연구자의 궁금증을 유발하는 답변이 나올 경우 그와 관련하여 추가적인 질문을 함께 물음으로써 연구 참여자별로 소요된 시간이 굉장히 상이하게 나타났다. 이때 중요한 것은 면담이 결코 딱딱하고 엄중한 분위기가 아닌 최대한 연구 참여자와 연구자가 카페에서 만나 대화를 나누듯 최대한 개방적이고 유연한 분위기 안에서 진행했다는 것이다.

면담은 크게 3가지 부분으로 나누어 진행됐는데 첫 번째는 카페에 대한 인식으로 카페를 어떻게 찾게 됐는지, 왜 지속적으로 방문하게 됐는지, 카페의 운영방법에 대해서 어떻게 생각하는지, 카페에서 주기적으로 진행되는 행사들에 참여해 본 경험이 있는지를 물었다. 두 번째는 카페를 지속적으로 방문하면서 카페에 대한 관심이나 애착의 정도가 변화했는지를 물었다. 마지막으로 생태시민성의 변화에 대한 질문으로 카페를 지속적으로 방문한 이후에 환경문제에 대한 인식이 변화했는지, 더 나아가 일상생활에서의 실천적 행위의 변화도 일어났는지를 물었다.⁵⁾ 모든 면담은 사전에 연구 참여자의 동의를 받고 연구자의 휴대폰으로 녹음을

5) 구체적인 면담 질문지와 면담 전사 예시는 이 논문의 부록을 참고하기 바란다.

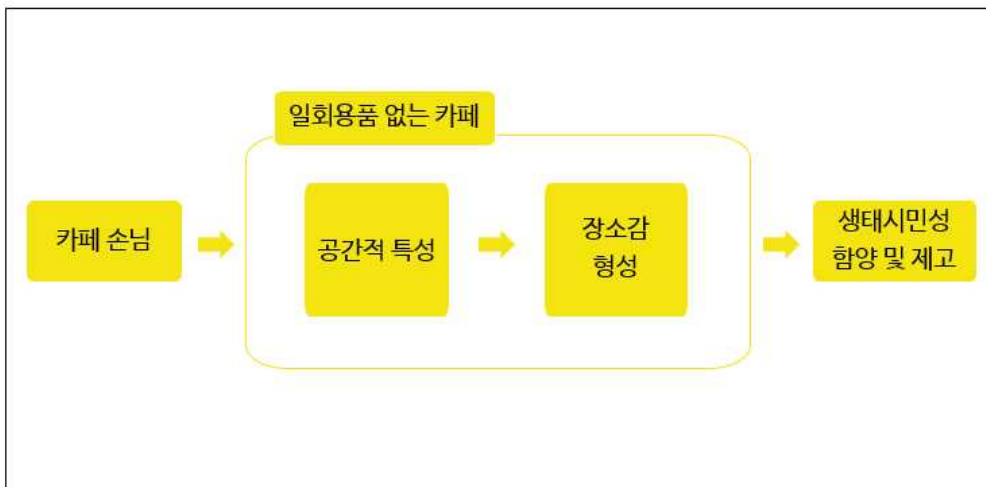
진행했으며, 녹취록을 풀어 연구자와 연구 참여자의 면담내용을 모두 빠짐없이 전사하여 텍스트화 하는 작업을 거쳤다. 다음 전사록을 바탕으로 전사록에서 추출된 각 연구 참여자들의 자료들을 연구자의 연구 질문을 바탕으로 질적 개방코딩을 실시해 분석하고 이를 해석하는 과정을 거쳤다. 다음의 [표 3-2]는 연구 참여자의 면담 진행결과다.

[표 3-2] 연구 참여자의 면담 진행결과

	연구 참여자	면담날짜	면담횟수 및 시간
1	복실엄마	2020년 10월 27일	1회, 30분
2	두부엄마	2020년 10월 28일	1회, 40분
3	로건누나	2020년 11월 04일	1회, 30분
4	슬기	2020년 11월 05일	1회, 30분
5	보리하미누나	2020년 11월 11일	1회, 45분
6	하람	2020년 11월 17일	1회, 33분
7	영아	2021년 01월 20일	1회, 40분
8	Abby	2021년 01월 21일	1회, 1시간 10분
9	미정	2021년 01월 22일	1회, 40분
10	혜민	2021년 02월 02일	1회, 40분
11	한나	2021년 02월 02일	1회, 1시간 50분
12	소라	2021년 02월 04일	1회, 1시간 10분
13	다복엄마	2021년 02월 10일	1회, 55분
14	승욱	2021년 02월 16일	1회, 30분
15	이화	2021년 02월 18일	1회, 50분
16	지구	2021년 02월 27일	1회, 1시간
17	미래	2021년 02월 27일	1회, 1시간
18	Cearth	2021년 02월 28일	1회, 1시간

마지막으로 현지자료조사는 연구자의 현장기록노트(field note)가 주로 활용되었다. 현장연구가 진행되는 기간 동안 연구자가 직접 작성한 것으로 연구현장 안팎에서 관찰되는 다양한 현상들, 공간을 구성하는 다양한 사람들에 대한 모습을 문질빈빈하여 남겨둔 기록물이다. 이밖에 카페에서 진행하는 행사 ‘유어보틀위크’의 안내 브로셔와 ‘보틀클럽’에 대한 안내 브로셔가 포함됐다. 더불어, 카페의 공식 SNS(인스타그램) 계정의 게시물 또한 현지자료로 활용되었으며 카페 대표의 매체를 통한 인터뷰 역시 여기에 포함된다. 마지막으로 연구자가 현장에서 참여관찰을 하며 남겨둔 사진을 현지자료로 활용해 현장의 생생한 분위기를 전달하며 연구 현장에 대한 독자의 이해를 조금이나마 돕고자 한다.

2. 연구의 분석틀



[그림 3-1] 연구의 분석틀

IV. 보틀라운지의 공간적 특성

이 장에서는 보틀라운지 카페 공간에 초점을 맞추어 이 공간이 어떤 특성을 가지는지에 대해 구체적으로 살펴본 결과 크게 다음의 네 가지 특성으로 나뉠 수 있다. ①일회용품 없는 카페, ②차별 없는 가게, ③채우장/유어보틀워크 행사, ④심리적 접근성이 높은 공간이 그 특성이다. 각 특성을 바탕으로 이 공간이 무엇을 의미하는지 세부적으로 살펴보고 카페 공간을 찾는 손님들의 생태시민성을 함양시킬 수 있는지를 생태시민성의 특성 중 세 가지 특성을 바탕으로 살펴보고자 한다.

1. 일회용품 없는 카페

생태시민성의 관점에서 보면 ‘보틀라운지’는 일회용품 없는 카페로서 개인이 운영하는 사적 공간인 동시에 환경을 생각하는 공간이다. 공적 영역이 아닌 사적 영역에서 카페 대표 개인이 카페에서 발생하는 일회용품 쓰레기의 양과 재활용되지 않는 것에 대한 문제의식을 바탕으로 일회용품을 사용하지 않으면서 카페를 운영할 수는 없을지에 대한 문제의식을 바탕으로 문을 열게 된 공간이다. 단순히 일회용 컵이나 플라스틱 빨대를 사용하지 않는 것을 넘어서서 카페 내/외부 손님의 시선이 닿는 곳곳에 카페의 정체성을 드러내는 지점들이 존재한다. [그림 4-1]에서와 같이 카페 입구에는 일회용품 없는 카페라는 정체성을 드러내는 문구가 적혀있으며 외관 한편에는 카페의 운영시간 외에도 손님들이 빌려간 공유 컵을 반납할 수 있도록 공유 컵 반납함이 설치되어있다.

일회용 컵이 존재하지 않는 대신 이 카페에는 공유 컵이 마련되어 있다는 것이 주목할 만한 지점이다. 일회용 컵을 대신해 카페 공간 한편에 ‘리턴 미(Return Me)’ 라고 불리는 공유 컵이 진열되어 있다. 이 컵은 BPA(비스페놀 A)와 프탈레이트가 없는 에코젠 소재로 만들어진 컵으로 내열온도가 100도이기 때문에 뜨거운 커피를 담아도 유해물질이 발생하지 않는다. 뚜껑 역시 식품용 PE(폴리에틸렌)로 만들어졌다. 일반 카페와



[그림 4-1] 카페 입구와 공유 컵 반납함

는 다르게 일회용 컵 대신 깨끗하게 세척된 공유 컵을 대여해 음료를 포장해 가지고 나갈 수 있다. 이 시스템의 이름은 ‘보틀클럽’이다.

[그림 4-2]에서와 같이 보틀팩토리에서 기획한 우리 동네 컵 공유 시스템으로서 음료 포장손님 중 개인 텀블러를 지참하지 않았거나 일회용 컵이 없는 카페임을 사전에 인지하지 못한 채 방문하는 손님들을 위해 아주 간단한 회원가입 절차를 거쳐 ‘리턴 미’ 컵에 음료를 포장해가는 시스템이다. 2020년 11월 이전에는 리턴 미 공유 컵이 진열되어있던 자리에 손님들로부터 기부 받은 가지각색의 텀블러가 놓여있었다. 대여/반납 시스템 역시 도서관에서 책을 빌릴 때 사용되던 대출/반납 종이 카드에서 아이디어를 착안해 손님의 고유 번호와 대여/반납 날짜를 직접 기입하는 형식이였다. 지금은 조금 더 디자인적인 면이나 기능적인 면에서 이 공유 컵을 사용함에 있어 불편함이 없도록 고안된 것이며 카페 내부 공간 한 편에 크게 진열되어 있는 모습만으로도 손님으로 하여금 친환경적인 분위기를 조성하는 요인임을 발견할 수 있었다.



[그림 4-2] 카페 내부 공유 컵 진열 모습 (출처: 보틀팩토리)

또, 이러한 공유 컵 대여 시스템은 일회용 컵이나 플라스틱 빨대를 사용하지 않고도 카페에서 음료를 포장해 가는 행위가 결코 어렵거나 불편하지 않은 경험임을 알려주기 위함이다.

“저처럼 관심 있어서 온 사람도 있지만 관심 없는 사람들도 여기에 와 있으면 한 번씩은 이런 생각을 할 수 있잖아요. ... 리턴 미 컵뿐만 아니라 곳곳에서 찾아볼 수 있는 친환경적인 분위기들이 있으니까요.” (Abby)

“제가 예전에 알던 비건 카페에서는 다회용품이 없으면 테이크아웃을 안 해줬거든요. 그런데 그렇게 되면 결국 다른 비슷한 옆 가게 가서 일회용품에 포장하게 되는 거잖아요. 그러면 첫 번째 비건 카페에서만 안 썼을 뿐이지 결국 쓰인 일회용품의 총량은 변하지 않는 거니까. 그런데 여기는 아예 공유 컵을 빌려줌으로써 다회용 컵을 써 보는 경험을 하게 하는 것 자체가 그렇게 불편하지 않다는 경험을 하면 다음부터 그 사람의 생활에서도 조금씩 변화를 만들 수 있잖아요. 이 카페에서 내 가치관을 고수하겠다는 걸 넘어서서 다른 사람도 조금씩 참여할 수 있게 하는 느낌이어서 되게 똑똑한 방법이라고 생각했어요.” (보리하미누나)

이처럼 공유 컵을 사용하는 시스템은 이곳을 찾고 경험하는 손님으로 하여금 생태시민성 함양에 긍정적인 역할을 할 수 있지만 한편으로는 공유 컵 사용에 대해 회의적으로 보는 손님들도 참여관찰 중에 목격할 수 있었다. 코로나19로 인해 다수가 사용하는 공유 컵을 쓰는 게 꺼려진다는 의견을 연구 참여자를 통해 그리고 손님의 대화를 통해 확인되었다.⁶⁾ 또, 이 카페를 처음 찾은 손님들 경우 일회용 컵이 없다는 안내와 함께 공유 컵 대여를 통해 테이크아웃이 가능하다는 안내를 받을 때 자신이 동네에 살지 않아서 반납이 어렵다는 반응을 보이거나 그냥 빈손으로 카페를 나가는 손님들을 참여관찰 기간 동안 꽤 여러 차례 확인할 수 있었다.

반납에 대한 기한이 따로 정해져있지 않고 직원들은 손님에게 안내할 때 반납의 부담을 갖지 않아도 됨을 강조함에도 불구하고 특히 일회용 컵을 사용하지 않는다는 취지에는 동감하고 얼마든지 받아들일 준비가 되어있지만 무엇보다도 ‘반납’에 대한 부담감을 갖는 손님들이 많았던 것을 미루어 볼 때 보틀라운지와 같이 일회용 컵이 아닌 공유 컵 시스템을 갖춘 카페가 자치구마다 혹은 더 작은 스케일로 동마다 개인이 운영하는 카페 중 최소 한 곳만이라도 존재한다면 자신의 생활환경 안에서 어렵지 않게 공유 컵을 사용하고 반납에 대한 한계를 극복할 수 있을 것으로 보인다. 특히 연구 참여자 18명 중 7명이 자신의 지인에게 이 카페를 소개하거나 함께 방문했을 때 지인들은 자신의 ‘집’ 근처에도 혹은 자신의 ‘동네’에도 이런 카페가 있었으면 좋겠다는 반응을 보였다고 답했다. 이는 일회용 컵에 길들여진 다수의 소비자/이용자들로 하여금 다회용 컵 ‘대여’와 ‘반납’이 부담스러운 요소로 인식되지 않기 위해서 더욱이 큰 시/도 단위가 아닌 작은 자치구 및 동네의 단위에서 다회용 컵 대여서비스가 이뤄져야 함을 반증한다.

6) 일회용 컵과 다회용 컵 중 어떤 것을 선택하느냐는 개인에게 달린 문제다. 하지만 실제로 공유 컵은 깨끗하게 세척되어 사용되고 있으며, 코로나19 시대에도 다회용기를 세척해 사용하는 것이 안전함을 전 세계 의사와 과학자 등 공중보건 전문가 119명에 의해 확인되었다. 또한 식당에서는 코로나19 이후에도 여러 사람이 사용하는 수저와 물 컵은 거리낌 없이 사용 중인 것을 생각해보자(출처: 보틀클럽 안내 책자, 2020).

다음으로 보틀클럽 공유 컵 서비스와 관련하여 주목할 점은 이 시스템이 보틀라운지뿐 아니라 연희동 일대 및 근처 북가좌동 내에 위치한 카페 8곳 어디에서든 ‘리턴 미’ 컵을 대여해 음료를 담아가고 또 참여 카페 어디에서든 반납이 가능하도록 시범 운영을 했다는 점이다. 생태시민성의 관점에서 봤을 때 행위의 동기가 관계성에 근거한다는 것을 이 시스템을 통해 확인할 수 있다. 첫 실험이자 시범운영 기간은 2020년 11월부터 2021년 4월까지였으며 연희동과 홍제천 근처 카페뿐 아니라 서대문구를 벗어나 조금 멀리까지 은평구 혁신파크에 위치한 창문카페 별꼴과 달냥, 성북구에 위치한 인포숍카페 별꼴도 보틀클럽 참여카페로 해당 공유 컵을 자유롭게 대여하고 반납할 수 있도록 시범 운영했다. 보틀라운지를 기점으로 연희동 근처 보틀클럽 참여카페의 상호명과 지도상의 위치는 다음의 [그림 4-3]을 통해 확인할 수 있다.



[그림 4-3] 연희동 일대 보틀클럽 참여카페

7) 첫 실험이자 시범운영으로 2021년 4월까지 진행되었던 연희동 일대 보틀클럽 참여카페는 2021년 8월 기준으로 참여 여부의 변화가 있는 점을 참고하기 바란다.

이를 통해 일회용 컵을 사용하지 않아도 음료를 담아갈 수 있다는 경험을 손님에게 제공하는 것뿐만 아니라 동네의 다른 카페를 운영하는 사장님들의 생태시민성을 함양시키거나 변화시키는 것에도 일조하고 있는 모습을 발견할 수 있다.

“보틀이 좋았던 게 자기네만 그런 게 아니라 주변 카페들까지도 그렇게 만들고 있는 게 영향력 있다고 생각해요.” (Abby)

“여기(보틀라운지)가 이렇게 운영하면서 근방의 카페가 생분해 컵도 도입하고 빨대도 사탕수수 빨대로 변하고요. ... 다른 카페들도 동참하려고 하는 것 같아요. 환경문제 알고는 있지만 매출로 직결이 되니까 이런 운영방법을 불편해하는 손님들이 늘어나면 매출이 떨어지잖아요. 그래서 실천을 못 하고 있다가 이제 보틀에서 본보기를 보여주니까 다른 카페에서도 용기를 얻고 한 거겠죠.” (영아)

더불어, 서대문구청 사회적 경제과에서 근무하는 직원으로부터 보틀라운지의 사례가 다른 사업장으로 확대된 것을 확인할 수 있었다. 남가좌2동에서 생활상권기반사업의 일환으로 주민들로 구성된 서대문구 가좌지역 생활상권 기반사업 추진위원회는 보틀팩토리에서 개발하고 디자인한 ‘리턴 미’ 공유 컵을 매입하여 남가좌2동의 카페들과의 연합을 통해 직접 기획을 해 일회용품 사용 줄이기 실행에 앞장서고 있다.

위와 같은 보틀클럽 우리 동네 공유 컵 대여시스템 외에도 이 공간은 일회용품 없는 카페로서 다음의 특징들을 갖는다. 개인 텀블러를 지참할 시에는 원래의 음료가격에서 500원 할인받을 수 있다. 대게 카페에서는 원두를 로스팅 업체에서 납품받을 때 비닐합성수지 팩에 개별 포장되어 받게 된다. 보틀라운지는 개별 포장된 원두대신 카페 근처에 위치해있는 다른 동네 카페에서 볶은 원두를 공급받는데 이때 큰 통에 원두 알갱이만 받아온다. 에이드(ade) 음료를 만들 때 필요한 탄산수 역시 페트병 쓰레기 배출을 없애고자 탄산수 제조기를 따로 구비했다. 음료를 주문하고 결제할 때 불필요한 영수증 출력 방지를 위해 원하는 손님에게만 영수증을 따로 발행한다. 특히 또 다수의 연구 참여자들로부터 회자된 환경을 생각하는 공간의 특성으로 카페 곳곳에 놓여있는 책이다([그림 4-4]).



[그림 4-4] 카페 내부에 놓여있는 책 일부

환경관련 도서부터 채식 등 다양한 주제를 담은 책들은 이 공간을 구성하는 중요한 요소 중 하나이자 많은 손님들로 하여금 언급되는 요소다.

“여기에 배치된 책들도 있잖아요. 책도 조성된 게 그런 환경과 관련된 부분에 집중이 많이 되어있어서 제 책 안 들고 와도 여기에 있는 책들 읽으면 되더라고요.” (슬기)

“카페에 놓여있는 책들도 그냥 구색 맞추기 용 책이 아니라 이곳의 정체성이 보이는 책들이 많아서 온 김에 그런 책을 보게 되고 그랬던 것 같아요. ... 그래서 여기 오면 마음에 드는 책을 골라서 다 읽고 가는 경우가 많았어요.” (혜민)

“되게 인상적이었던 건데 ... 어린이 친구가 책을 여기에 갖다놓고 친구들이랑 같이 보고 싶다고 써 놨더라고요. 그래서 읽어봤는데 책 내용 너무 좋더라고요. 어떻게 하면 환경을 덜 괴롭힐까. 계속해서 지속가능할 수 있을까에 대한 고민을 계속 해야 한다고 그 책이 생각을 하게 했어요.” (소라)

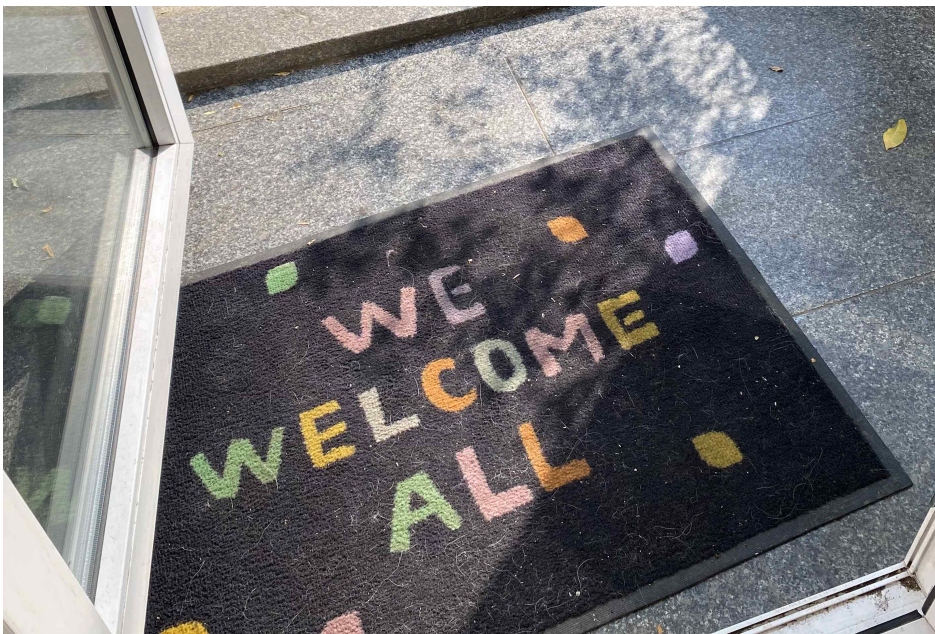
“처음 오거나 한 번 오면 그냥 음료 중심으로만 생각했을 텐데 몇 번 오면서는

저는 책 읽는 거 되게 좋아해서요. 여기 책도 환경 주제들도 많고 그렇잖아요. 여기에 무슨 책이 있는지가 이제 약간 다 입력이 됐고 보틀 가서 그 책을 읽어야 겠다 하면서 온다든지.” (지구)

이처럼 보틀라운지 카페가 일회용품 없는 카페이자 환경을 생각하는 공간으로서 이곳을 찾는 손님들의 생태시민성을 자극할 수 있는 요인들에는 공간의 구성원(대표, 직원들, 손님 등) 즉, 사람이 하는 활동뿐 아니라 가만히 놓여있는 사물이자 공간의 정체성을 드러내는 책 역시 큰 역할을 한다.

2. 차별 없는 가게

보틀라운지는 ‘차별 없는 가게’ 중 한 곳이다. 생태시민성의 관점에서 보면 이 공간은 미래세대와 비인간생물종을 고려한다는 점과 연결되며 비차별적 스케일을 가진다. 구체적으로 보틀라운지는 반려동물, 채식



[그림 4-5] 카페에서 쉽게 발견되는 'WELCOME ALL'

주의자, 어린 아이, 장애인 등 모두를 환영한다는 의미에서 [그림 4-5]에서 보듯 ‘WELCOME ALL’ 문구가 쓰인 발판과 포스터를 볼 수 있다. 카페를 들어서면 입구에는 휠체어를 탄 손님을 고려해 고정식 경사로가 놓여있다.

특히 이 공간은 반려동물과 사람이 조화롭게 공존하는 모습을 일상적으로 볼 수 있다. 반려견들이 산책하다가 들리는 산책코스 중 한 곳이 보틀라운지이며 카페로 들어와 자연스럽게 목을 축이고 카페 내부를 한 바퀴 돌고 다시 산책을 나가는 모습이 자주 목격된다. 반려동물을 동반하는 연구 참여자들은 입을 모아 반려견이 있어서 이곳으로 자신을 끌고 들어온다는 얘기를 한다. 또, 지나가다가 카페 안에 반려견들이 앉아있는 모습을 보고 자신의 반려견과 카페를 방문하게 됐다며 반려동물 친화적이라는 특성을 통해 새로운 손님이 유입되기도 한다. 카페 내부에는 반려동물을 위한 물그릇과 밥그릇, 사료 및 간식이 구비되어있다. 사료와 간식은 반려견을 동반하는 단골손님들이 카페를 찾는 다른 반려견들과 자유롭게 나눠먹으러 가져온 것들이다. 카페에 머무르다보면 리드 줄을 착용한 반려견들이 반려인 손님과 함께 자유롭게 카페를 드나들거나 다른 반려견들과 인사를 나누는 모습, 편한 자세로 바닥에 누워있는 모습을 쉽게 볼 수 있다. 특히 주요 단골손님들 중에는 반려동물(특히, 반려견)을 동반하는 손님들이 많다. 휴무일인 월요일을 제외하고 거의 매일 카페를 찾는 고정 손님들은 반려견을 동반한 손님들이며 반려견을 동반한 손님들끼리 서로 익숙한 듯 인사하는 모습 역시 쉽게 볼 수 있다.

[그림 4-6]에서 보듯 이 공간은 사람과 반려동물이 조화롭게 공존하며 반려견들은 자신의 친구들을 만나는 공간이자, 반려견을 동반하는 손님들은 또 다른 반려견 동반 손님을 만나 반려동물에 대한 정보, 동네에서 발견된 유기견에 대한 정보, 동물권에 대한 정보 등을 교류하는 공간으로 역할을 하고 있다. 반려견들의 모임이 이루어지는 아지트와 같다. 특히 반려동물과 동반할 수 있는 상점이 많지 않은데 보틀라운지로 인해 반려동물 동반이 가능한 가게들로 근방의 동네 가게들로까지 분위기가 확산되고 있는 것을 참여관찰 중에 발견할 수 있었다.

“저희 강아지가 다른 강아지 친구들 만나고, 견주 분들하고 정보도 교환하고 여기 공간 자체가 약간 커뮤니티 적인 게 있으니까..” (승욱)

“이 동네에서 장사하면서 강아지 동반 안 되면 장사 못 하지 않아요?” (카페 근처 식당 A 사장님)

보틀라운지는 반려동물뿐 아니라 채식주의자들을 위한 대안들이 마련 되어있다. 라테(Latte)류 커피를 주문할 때 우유 대신 식물성 두유와 귀 리음료를 대신 선택할 수 있으며 디저트 메뉴 역시 두유 스콘, 템페 및 후무스(hummus)가 들어간 랩(wrap) 샌드위치, 채소 라자냐와 같이 채식 주의자들을 고려한 조리법을 바탕으로 만들어진다. 이처럼 보틀라운지는 비차별적이라는 공간적 특성을 통해 채식에 관심을 가지고 있던 손님을 폐기물 문제에도 관심을 갖고 관련 환경문제에 대한 인식을 제고시킬 가능성을 내포하고 있다. 특히 연구 참여자들 중 채식주의자인 연구 참여 자들은 채식을 계기로 환경문제에도 관심을 가지게 되었다는 답변을 공



[그림 4-6] 사람과 반려동물이 공존하는 카페 공간
(출처: 연구 참여자 Abby의 SNS)

통적으로 들을 수 있었다.

“저는 비건 시작이 먼저였는데 채식을 시작하면서 채식을 하면 좋은 것 중에 하나가 환경에 대해서도 좋구나 생각하게 된 거죠. ... 그리고 채식을 시작하면서 관련 모임이나 관련 페스티벌을 가보면 다 환경을 생각하는 분들이 오시니까 저도 그거에 따라가게 되더라고요.” (로건누나)

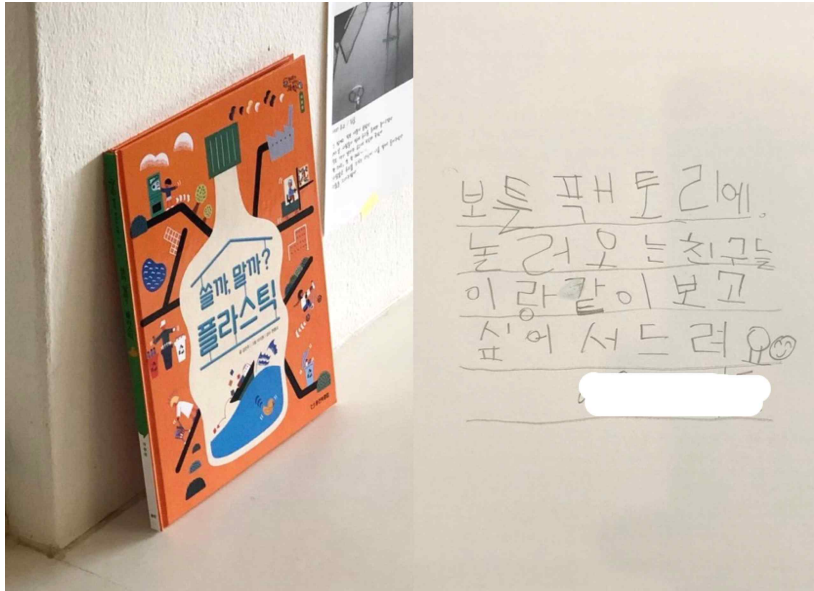
“제가 원래도 미니멀한 라이프스타일을 되게 추구하고 있었고 게다가 채식까지 하다 보니 자연스럽게 뭔가 환경으로 다 연결이 되더라고요.” (미정)

“채식주의자들의 소수자성에 좀 관심이 있어서 관련 프로젝트를 한 적 있어요. 그 때 막 굿즈 만드는 거 했었는데 그걸 하면서 채식이 환경이랑 연관이 있다는 걸 알아서 좀 관심을 가지게 됐다가 어쩌다 업사이클 관련 일도 했어요.” (다복엄마)

“보틀처럼 환경을 생각한다거나 채식 대안이 있다고 하면 그 공간에 갔을 때 내가 소외되지 않겠다는 믿음이 생기더라고요. ... 환경이랑 채식이랑 다 연결된 거니까요. 그래서 더 이런 움직임을 하는 곳에 더 많이 찾아가게 되는 것 같아요. 거기에 가면 내가 소외될 일이 없고 내가 생각하는 게 소수의 생각이 아니라는 느낌을 받으니까.” (보리하미누나)

나아가 이 공간은 미래세대인 아이들도 환영하는 공간이다. 요즘 아이를 키우는 부모들 사이에서는 아이를 데리고 어떤 공간을 방문하기 전에 ‘노 키즈 존’ 여부를 확인해두는 것이 가장 중요하다고 한다. 그만큼 아이의 출입을 제한하는 공간이 많아졌기 때문이다. 아이를 가진 부모 입장에서는 마음 편히 아이와 방문을 하려해도 아이가 걷기 이전의 나이에 아이는 아이가 울까봐 또 걷기 시작한 이후에는 공간 여기저기를 휘젓고 다닐까봐 노심초사, 전전공공한다. 이러한 이유로 아예 아이들은 아이들끼리, 어른들은 어른들끼리라는 이분법적 사고와 세대 간 단절을 가속화시키는 키즈 카페가 많이 생겨난 것으로 보인다.

하지만 보틀라운지 공간은 부모가 아이와 함께 부담 없이 찾을 수 있는 공간이다. 카페를 자주 찾는 단골 아이손님이 있는데 이 손님은 [그림 4-7]에서 보듯 플라스틱 관련한 내용을 담고 있는 책 한권을 카페에 기증하기도 했다. 이 책은 아이들을 대상으로 출판된 도서이긴 하지만



[그림 4-7] 어린이 손님이 카페에 기증한 책
(출처: 보틀라운지 SNS)

결코 아이들만을 위한 책은 아니다. 이 책은 카페 내에서 잘 보이는 자리에 놓여있는데 실제로 연구 참여자들뿐 아니라 이곳을 찾는 많은 손님들이 한 번씩은 꼭 읽는 책으로 참여관찰 기간 동안 연구자에 의해 발견되었다. 실제로 방문했던 부모님과 아이 둘로 구성된 가족을 예로 들어 보면, 부모는 아이들에게 이 책을 자리로 가져다가 읽어주며 일회용품 쓰레기와 재활용에 대한 이야기를 아이들과 하는 모습을 관찰할 수 있었다. 가족 구성원 모두가 다 함께 일회용품 없는 카페에 와서 아이들에게 직접적으로 환경교육을 하고 있는 모습을 관찰할 수 있었다. 물론 아이들의 부모가 이미 높은 생태시민성을 가지고 있었지만 보틀라운지가 실질적으로 아이와 함께 방문해 아이들에게 환경교육의 장으로 활용되는 가장 이상적인 모습 또한 발견할 수 있었다.

이처럼 아이들이 두고 간 책을 통해 아이 손님들과 어른 손님들이 직접 마주하거나 만나는 것은 아니지만 책이라는 매개체를 통해 세대 간의 연결이 이루어진 것으로 볼 수 있다. 다양한 세대가 이 공간에 모임으로써 환경문제라는 하나의 주된 문제의식에 대해 공감하고 인식을 확장하

며 직·간접적으로 정보를 교류하는 모습이다. 이러한 부분이 차별 없는 가게라는 공간적 특성으로 인해 공간을 찾는 손님들의 생태시민성을 변화시킬 수 있는 요인으로 볼 수 있다.

“아이랑 와도 크게 배척당하거나 사람들이 쳐다보거나 하지 않는 분위기인 것 같아요. 반려동물들도 다 용인되고 다양한 구성원들이 있으니까 제 아이도 받아들여지는 느낌이 들어서 더 편하게 오게 되더라고요.” (미래)

“여기 취지도 지난번에 아이랑 뉴락(New Rock)⁸⁾ 전시할 때 같이 왔었거든요. 이거 보고 많이 배우고 학교에서도 발표하고 싶다고 하더라고요. 공간 자체는 되게 아이를 데리고 와서 이런 걸 가르쳐주고, 그냥 가르쳐줄 것도 없이 같이 와서 보게 하는 것만으로도 공부가 되니까요.” (미정)

“제가 어디 가서 애들을 만나겠어요. 평소에 아이들을 접할 일이 없는데 그러다 보면 미래세대에 대한 생각이나 고민을 안 하게 되거든요. 그런데 동네 카페에서 자주 보는 아이가 있다는 것만으로도 미래세대에 대한 것에 조금이라도 관심을 가지게 하죠.” (다복엄마)

물론 일부 사람들은 카페는 원래 차별을 느끼기 어려운 공간이 아니라든지, 보틀라운지의 공간적 특성으로 꼽은 ‘차별 없는 가게’가 크게 와 닿지 않는다면 의문을 제기할 수 있다. 개인마다 생각하는 차별의 개념이 모두 다를 뿐 아니라 프랜차이즈 카페들의 경우는 아이와 동반이 원래 가능하거나 점점 두유나 비건을 위한 디저트도 최근에 들어서는 마련해두는 추세이기 때문이다. 이 부분 역시 앞서 서론과 장소감 관련 선행연구에서 언급한 바와 같이 대형 프랜차이즈 카페와 개인이 운영하는 카페에서의 장소감이 다르게 인식되어야 할 필요성이 제기된다. 개인이 운영하는 카페를 찾는 반려동물 동반 손님, 모든 유제품 섭취를 제한하

8) 뉴락(New Rock)은 암석화 된 플라스틱의 채집과 관찰 프로젝트다. 장한나 작가의 작품으로 일정 기간 동안 보틀라운지 카페 내부에서 전시를 진행했다. 언뜻 보면 수석처럼 보일만큼 색깔이 다채롭지만 가까이에서 보면 모두 오랜 시간 해안가에서 부유하던 플라스틱과 스티로폼 등이 썩지 않고 또 다른 생물들의 서식지가 되거나 굳어져 생성된 이 시대의 새로운 돌이다. 보다 자세한 뉴락의 모습과 내용은 장한나 작가의 인스타그램 계정(@new__rock)을 통해 확인할 수 있다.

는 채식주의자 손님, 아이를 낳고 기르는 부모 손님들의 카페에서 마주할 수 있는 제약 및 차별에 대한 견해는 얼마든지 다양할 수 있다는 점을 위와 같이 연구 참여자들을 통해 확인할 수 있기 때문이다.

3. 지속가능한 일상을 제안하고 실험하는 공간

보틀라운지의 또 다른 공간적 특성으로는 지속가능한 일상을 제안하고 이를 직접 경험해볼 수 있는 행사를 주기적으로 진행한다는 것이다. 구체적으로 이 행사들은 보틀팩토리에서 기획하고 진행하는 것이며 진행은 카페 보틀라운지 공간과 지하 보틀팩토리 공간을 모두 활용하여 열린다. 보틀팩토리는 실질적으로 지속가능한 일상을 제안하고 실험 및 다양한 관련 프로젝트를 기획하는 주체로 행사를 진행할 뿐만 아니라 최근에는 제로웨이스트 물건을 판매하고 세제 등을 소분해서 사갈 수 있는 리필스테이션을 함께 운영 중이다. 보틀팩토리에서는 우리 동네 쓰레기 문제해결을 위해 주민들과 관심 있는 사람들이 함께 모여 이야기를 나누는 자리인 N개의 공론장 등 다양한 활동들이 있지만 특히 이 연구에서는 대표적인 채우장과 유어보틀워크 행사에 초점을 맞추고자 한다. 이 행사들은 생태시민성의 관점에서 보면 사적 영역에서 행위가 이루어진다는 점과 더불어 관계성(네트워크성)에 기반을 두어 동네에 인접한 다른 가계들 혹은 다양한 사람들과 네트워크를 맺을 수 있음으로써 일회용품 폐기물 문제에 대한 인식을 제고시키거나 일상에서 어렵지 않게 자원 재순환을 할 수 있는 방법들을 제안한다.

1) 채우장

채우장은 한 달에 한 번씩⁹⁾ 보틀팩토리에서 여는 행사로 손님이 직

9) 코로나19 이전에는 한 달에 한 번씩 주기적으로 열리는 장터였으나 코로나19 이후에는 집합금지로 인해 매달 열리지 못 하고 2020년 11월 7일과 2021년 5월 1일에 사회적 거리두기 수칙을 지키며 열렸다.

집 집에서 가져온 통이나 용기에 구매한 물건을 담아가는 버릴 것 없이 채우는 장터다. 즉, 쓰레기 없는 장터다. 다양한 채소, 곡물, 원두, 그래놀라, 참기름, 페스토 소스와 같은 먹거리와 세탁세제, 베이킹소다 씻을 거리 등을 판매하는데 판매자도 불필요한 일회용 쓰레기나 포장재 없이 판매하며 구매자 역시 집에서 직접 다회용기나 담아갈 빈병과 장바구니를 가져와 물건을 구매한다. 판매자 역시 마찬가지다. 판매할 음식이나 먹거리를 다회용이 가능한 곳에 담아와 구매자가 원하는 양만큼 용기에 소분하여 판매함으로써 불필요한 일회용품 쓰레기 발생 없이 물품을 판매한다([그림 4-8]).



[그림 4-8] 채우장에서 장을 보는 모습

이 장터는 상당히 많은 소비자들이 찾는다. 연구자가 참여 관찰하는 기간 동안 채우장이 언제 다시 열리냐며 전화로 문의를 하는 손님들도 간간히 볼 수 있었다. 물론 채우장과 같은 장터를 경험하기 이전부터 자신의 용기를 챙겨 장을 보는 생활을 해 오던 연구 참여자도 있었지만 대

부분은 채우장을 통해 자신의 용기에 장을 보는 경험을 처음 해 본 손님들이었다. 요즘은 ‘용기내 챌린지’와 같은 캠페인으로 인해 자신의 다회용기를 직접 챙겨 와 음식과 식재료를 구매하는 소비자들이 늘어나는 추세지만 이러한 용기내 챌린지가 알려지기 이전부터 보틀라운지에서는 보틀팩토리 정다운 대표가 자신의 동네에서 쓰레기 없이 장보기를 하고 싶었던 개인의 필요에 의해 없는 장터 채우장이 열리기 시작했다.

특히 채우장을 여러 번 이용한 경험이 있는 손님들은 모두 큰 가방에 자신이 장 볼 품목을 미리 정해 와 어떤 용기에 어떤 음식 혹은 식재료를 담을지 정해온다. 또, 판매자 중 사전에 아이스 팩¹⁰⁾을 기부 받는다는 공지를 한 판매자에게 집에서 놓고 있는 아이스 팩을 가져와 자원 재순환이 이루어지는 현상이기도 하다. 판매자들은 동네에 기반을 둔 상점들이 대부분이며 판매자들도 모두 일회용품을 사용하지 않은 채 대량으로 음식 및 식재료를 준비해온다. 물론 원치 않게 발생한 플라스틱 용기를 재활용 해 음식이나 식재료를 담아가는 것은 볼 수 있지만, 일반 대형마트에 가면 식재료를 사는 것인지 쓰레기를 사는 것인지 모를 플라스틱 용기, 비닐봉투, 과대포장지, 비닐 랩, 스티로폼은 발견할 수 없는 장터다. 자신이 직접 집에서 준비해 온 다양한 다회용기, 재사용 되는 종이봉투, 천 주머니, 신문지에 직접 장을 보는 행위를 배움으로써 채우장에서만이 아니라 자신의 일상에서도 활용하는 등 생태시민으로 성장하는 자신의 모습을 발견할 수 있다.

“동네 분들도 많이 오시고 외지 분들도 많이 오시고 그래요. 저희 단골 중에 부천에서 오시는 분도 계시요. 채우장 하는 날이면 SNS로 자기 오늘 몇 시에 갈 거니까 자기 것 남겨달라고 메시지 보내놓기도 해요. ... 다들 장난 아니에요. 뭐를 몇

10) 아이스 팩은 폐기물 분류가 굉장히 까다로운 것 중 하나로 보통 냉동식품이 배송된 스티로폼 박스에 아이스 팩을 그대로 다시 넣어 폐기해버리는 사람들이 다수다. 최근에는 환경을 생각하며 종이로 된 포장지에 물을 담아 얼리는 아이스 팩을 사용하는 업체가 늘고는 있지만, 여전히 기존의 아이스 팩을 시중에서 더 많이 발견할 수 있다. 기존의 아이스 팩을 구성하는 주된 원료는 고흡수성 폴리머다. 이 원료는 불에 타지 않으며 땅에 매립해도 분해되는데 500년 이상 걸리는 것으로 하천과 바다로 흘러들어가 미세플라스틱이 되어 해양을 오염시킨다(중앙일보, 2021.05.24).

그램 살지 까지도 다 정해오세요.” (다복엄마)

“채우장을 경험하기 이전의 삶과 이후의 삶이 다르듯이 일반 다른 사람들도 알지 못 하는 상태라고 생각하거든요. ... 이고지고 와야 되는 유리병은 무겁지만 마음이 가벼운 쇼핑을 할 수 있는 것 같아요. 특히 장 보고 왔는데 뒤처리나 쓰레기가 없으니까 오히려 이게 더 편리한 거죠.” (슬기)

“일회용기에 담겨 있는 어떤 걸 사온다고 해도 어차피 일회용기는 이동수단일 뿐이지 집에 오면 분명히 락앤락이나 다른 반찬 통에 옮겨 담는단 말이에요. 아예 옮겨 담을 용기를 현장에 가져오는 것 자체가 불편하다고 생각했는데 어차피 집에 가면 옮겨 담는 거나 마찬가지로라는 생각이 드니까 별로 어렵지 않더라고요.” (영아)

“채우장에서 장을 보니까 비닐이나 플라스틱이 하나도 안 나와서 좋고, 대부분 마트 가면 다 묶음 판매가 많은데 ... 가지 같은 채소도 하나씩 판매하니까 좋더라고요.” (이화)

이처럼 채우장은 생각보다 동네 사람뿐 아니라 외지 또는 거리가 먼 곳에서 오는 손님들도 많다는 사실을 발견할 수 있었다. 특히 채우장은 동네에 위치한 다른 가게들과 함께 관계를 맺고 진행하는 것인 만큼 인근 가게들의 사장님들까지 일회용품이나 플라스틱 없이 소비하고 싶어하는 소비자들이 많다는 것을 눈으로 확인하는 아주 좋은 기회가 된다. 또, 채우장은 다양한 사람들을 만나 네트워크를 형성할 수 있는 장이 된다. 동네 사람들이 다수 찾는 만큼 채우장에서 만난 동네 이웃들과 같이 선생님을 보틀팩토리 공간으로 섭외 해 기타를 배우는 그룹을 형성하기도 한다. 채식주의자들을 위한 식재료나 음식도 판매하는 장터인 만큼 맛있고 질 좋은 채식주의자들을 위한 음식과 식재료를 사러 채식주의자 손님들도 많이 찾게 되는데 이때 새롭게 채식 관련 정보를 공유하게 되거나 새로운 사람을 만나 네트워크를 형성하는 공간으로 역할을 한다.

2) 유어보틀위크(Your Bottle Week)

유어보틀위크는 1년에 한 번씩 보틀팩토리에서 기획하고 보틀팩토리 공간과 보틀라운지 공간 즉, 1층과 지층 두 개 공간을 모두 활용해 열리는 행사 또는 페스티벌이다. 2018년 첫 번째 유어보틀위크 페스티벌은 ‘일회용품 없는 일주일’이라는 슬로건으로 일주일 동안 합정, 상수, 연남, 연희동에 있는 7개 카페에서 텀블러에 음료를 포장하도록 하고 만일 반납해야 할 경우 7개의 카페 중 어느 곳에서든 반납이 가능토록 했다. 유동인구가 많은 홍대입구역 3번 출구 앞에 텀블러 세척소를 설치해 두기도 하며, 부대행사로 ‘플라스틱 차이나’ 상영회를 했다. 2019년 ‘유어보틀위크’는 ‘우리 동네에서 시작되는 변화’라는 슬로건을 가지고 진행됐다. 기간을 2주로 늘리고 지역을 분산시키기보다 동네 단위로 주변 떡 가게, 빵가게, 김밥가게, 참기름 가게들도 함께 이 행사에 참여해 일회용품 및 쓰레기가 발생하지 않도록 판매와 구매가 이루어지도록 행사를 진행했다.

연구자의 참여관찰 기간 중에 진행된 2020년 세 번째 유어보틀위크는 가장 오랜 기간인 약 한 달 동안 ‘버릴 것 없이 채우는 일상’을 주제로 열렸다. 지역 기반의 제로웨이스트 페스티벌로서 2020년 11월 한 달간 연희동 일대의 마트, 베이커리, 떡집, 쌀 상회, 카페, 반찬가게, 식당 등 50여 개의 지역 가게들에서 일회용품 없이 개인 용기에 음식을 사서 담는 경험을 제공하는 행사다. 참여한 지역 가게들은 모두 보틀팩토리/보틀라운지 대표와 직원들이 동네에서 자주 이용해오던 가게들로 맛과 질이 보장되며 직접 섭외한 가게들이다. 특히 새롭게 만들어진 ‘제로클럽’ 앱(app)을 통해 참여 가게들에서 음식을 구매해 개인 용기에 담은 뒤 QR코드 인식을 하면 구매한 품목에 따라 무포장 포인트가 쌓이며 앱 속의 가상의 나무를 기르는 경험을 할 수 있다([그림 4-9]).

약 한 달간의 유어보틀위크 기간 동안 직접 용기를 가져가 포장 해오거나 세제를 리필하거나 자원을 재순환하는 경험을 함으로써 일회용품 없는 경험이 결코 어렵거나 불편하지 않음을 알게 하고, 나아가 사용자

로 하여금 유어보틀위크 기간이 끝나도 일회용품 없는 일상을 꾸준히 습관화 하는 데 목표가 있다. 유어보틀위크 기간 동안에는 다양한 소행사도 진행된다. 공론장, 환경다큐 상영회, 음식물쓰레기 퇴비화 워크숍 등 환경 이슈에 대해 자유롭게 이야기를 나누는 다양한 프로그램도 마련되어 자유롭게 신청한 후 참여할 수 있다.



[그림 4-9] 다회용기에 담은 음식과 제로클럽 앱(app)

“유어보틀기간에 자기 텀블러에다가 생맥주 담아가는 사진을 SNS에 게시물로 공유한 걸 봤거든요. 와, 이렇게도 할 수 있구나 싶더라고요. 그래서 계속 여기에서 뭔가를 배워가는 것 같아요. 어떻게 하면 일상에서도 환경 친화적이게 할 수 있는 지를.” (로건누나)

“일회용품 사용하는 것에 대해서 한 번쯤은 더 생각해 보게 됐죠. 배달 같은 걸 아예 안 시키는 건 아니지만 시켜도 ‘아, 일회용품이 많이 나오구나.’하는 생각도 들고 ‘왜 포장하려는데 일회용기가 안 되지?’ 그렇게 생각은 안 하게 된 것 같아요. ... 한 번쯤 더 생각해보게 되는 게 있는 것 같아요.” (승욱)

채우장과 마찬가지로 유어보틀위크 행사 역시 생태시민성의 관점에서

보면 관계성이 행위의 동기로 나타나며 유어보틀워크 기간 중에 동네의 다른 가게에 가서 다회용기에 음식을 담아오는 경험을 한 손님들이 자신의 경험을 SNS에 게시물로 공유하면서 다른 손님 혹은 다수의 사람들에게 다양한 방법을 통해 햄버거, 김밥, 어묵 국물, 국수, 떡볶이, 아이스크림 등을 담아올 수 있음을 알릴 수 있다. 온라인을 통한 사회적 관계망 서비스를 이용하는 다른 소비자들은 타인이 담아오는 모습을 보고 자연스럽게 자신의 일상에도 실천적 행위를 적용시킬 수 있는 배움의 장으로 활용된다. 뿐만 아니라, 앞서 언급했듯 유어보틀워크 기간에 보틀팩토리 공간에서 진행되는 다양한 소행사 역시 관계성에 기반을 둔다. 사전에 신청한 사람들이 모여 전문가를 초빙해 음식물 쓰레기를 퇴비화 하는 과정을 함께 배우기도 하고, 뉴락(New Rock) 전시를 했던 작가와의 만남 시간을 통해 다양한 배경을 가진 사람들이 함께 모여 각자가 생각하는 지역 안에서의 폐기물 문제나 자원 재순환에 대한 의견을 공유하는 자리도 갖는다. 이 행사를 통해 비슷한 관심사나 문제의식을 가진 사람들끼리 만나 새롭게 인연을 맺기도 하는 등 새로운 네트워크가 형성되는 장이 된다.

“내가 이미 이런 커뮤니티 안에 들어와서 혜택을 받고 있는 거구나라고 생각이 들더라고요. 이 동네에 살고 있고, 내 주변에 이런 사람들이 있고 ... 저는 이미 커뮤니티가 형성되어있다고 생각해요. 이번에 유어보틀워크 하면서 보니까 여기 서로 아시는 분들이 대부분이더라고요. 어떻게 보면 제로웨이스트 시작하기에 훨씬 수월할 수 있는 있겠다는 생각이 들었어요.” (미정)

“유어보틀워크 서포터즈도 하고 그러면서 약간 보틀라운지에 소속감을 가지게 되고 동네에 아는 이웃들이 되게 많이 생긴 것 같아요.” (다복엄마)

비단 소비자뿐 아니라 동네 인근 가게의 사장님들의 인식에도 변화를 가져다 줄 수 있다. 앞서 살펴보았던 우리 동네 컵 공유 서비스인 보틀클럽을 동네의 다른 카페들과 함께 시범 운영함으로써 카페 사장님들의 인식이 전환되는 계기를 마련했던 것처럼 채우장과 유어보틀워크를 통해 취지에 동참한 가게의 사장님들은 음식 장사를 하면서 일회용품이 꼭 우

선시되거나 꼭 필요하지 않아도 된다는 경험을 몸소 할 수 있으며 이를 원하는 소비자들이 자신이 생각한 것보다 많다는 사실을 알게 되기도 한다.

하지만 유어보틀워크 기간이 끝나면 기존의 가게들은 원래의 포장방법으로 되돌아갈 수밖에 없는 한계도 존재한다. 예를 들어, 반찬 가게의 경우 유어보틀워크 기간이 끝난 지 2개월 후에 다시 다회용기를 들고 참여했던 반찬 가게를 찾았는데 기존과 같이 스티로폼 혹은 플라스틱 용기에 반찬을 소분 포장한 채 판매 중이었다. 또, 다회용기를 가지고 반찬을 구매하러 간 연구자를 보며 사장님은 유어보틀워크 끝나고 용기를 들고 온 사람이 두 달 만에 연구자가 처음이었다고 한다. 아무래도 시장 안에 위치한 반찬 가게와는 달리 동네 반찬 가게로 손님이 많지는 않은 가게다 보니 여러 가지 반찬을 대량으로 펼쳐놓고 판매하는 게 현실적으로 힘들다고 한다. 더불어 지속가능한 방향을 찾아서 했으면 좋겠다는 말씀을 함께 해주셨다. 떡 가게도 마찬가지다. 참여했던 떡 가게 역시 남자 사장님께서 비닐 폐기물과 같은 환경문제에 관심은 많이 가지고 계시지만, 현실적으로 모든 종류의 떡을 펼쳐놓고 팔기 어려우며 위생을 이유로 들며 사전에 스티로폼과 비닐 랩을 사용해 포장해놓을 수밖에 없음을 언급했다. 물론 해당 떡 가게는 원하는 떡 종류를 하루 전에만 얘기해 놓으면 일회용품에 포장해 놓지 않은 채 떡을 빼놓을 수 있으며 해당 가게의 사장님 또한 지속가능한 방법을 찾으면 좋겠다는 답변을 덧붙였다.

이를 바탕으로 사적 영역에서 개인이 일회용품 쓰레기를 줄이기 위한 실천이나 노력은 분명 필요하고 유의미하지만 이와 동시에 제도적인 부분이나 사회 구조적인 부분에서의 변화도 함께 이뤄질 필요성이 제기된다.

4. 심리적 접근성이 높은 공간

보틀라운지의 마지막 공간적 특성은 이곳이 심리적 접근성이 높은 공

간이라는 것이다. 기존의 Dobson(2003)이 제안했던 생태시민성의 특성에는 없지만 물리적 접근성뿐 아니라 심리적 접근성이 높은 공간인 일회용품 없는 카페를 통해 공간을 찾는 사람들이 생태시민으로서의 책임과 의무를 하게 이 공간 자체가 갖는 편안한 분위기를 통해 손님들의 심리적 접근성을 높일 수도 있고 또 다른 하나는 이 공간의 구성원들의 태도를 통해 손님들의 심리적 접근성을 높일 수도 있음이 발견됐다. 해당 특성은 이후의 장에서 논의되었듯이 연구 참여자들의 장소감과 생태시민성에 영향을 주는 요인 중 하나이기도 하다.

먼저, 연구 참여자들의 면담을 통해 단골손님들이 이 공간 자체에 대한 공통점 중 하나는 마음이 편한 공간임을 알 수 있다. 마음이 편한 이유에는 카페가 자신이 살고 있는 동네에 가깝게 위치해있다는 점, 내부공간이 갖는 따뜻하고 편안한 분위기가 있다는 점, 공간이 상대적으로 넓어 밀도가 낮다는 점을 들었다. 이와 동시에 앞에서 살펴봤듯 이 공간이 생태시민성의 관점에서 비차별적이며 미래 세대와 비인간생물종 등 차별 없이 모든 존재를 아우르는 ‘WELCOME ALL’ 을 지향해 자신의 강아지나 자신의 아이와 와도 마음이 편하다는 답변을 들을 수 있었다.

“자취하면서 매일 카페에 가니까 이게 계속 쌓이다보면 몇 개월이 될 수 있고, 몇 년이 될 수도 있는 건데 이 소비가 나한테 되게 큰 부분인 거잖아요. 그래서 보틀 같이 내 마음 편한 곳, 내가 앞으로 가고 싶은 방향이 있는 곳, 내 가치관을 도와주는 곳에 돈을 쓰고 싶다는 마음이 들더라고요.” (보리하미누나)

“집에서도 가깝고 해서 편하게 이용하게 된 것 같아요. ... 편안한 분위기를 주는 것도 있었고 동네 카페라는 특성 때문에 또 다른 편안함도 있고요. ... 진짜 교육이 되려고 하면 그게 교육대상자한테까지도 들어와야 되는 거여서 이렇게 일상적인 공간에 놔두면 호기심이 생기는 부분들이 있거든요. 딱히 누가 여길 설명해주려고 기다리고 계시는 게 아니기 때문에 훨씬 편한 마음으로 ‘어, 뭐가 달라졌네?’ 하면서 다음에 와서 보게 되더라고요.” (하람)

다음으로, 무엇보다도 찾는 손님으로 하여금 심리적 접근성을 높이는 데 대표와 직원들이 손님을 대하는 태도를 꼽을 수 있다. 이들의 친절하고 편견 없는 태도가 단골손님들로 하여금 이 공간이 편안하고 부담 없

이 올 수 있는 공간으로 인식하게 하는데 또 다른 큰 역할을 했다.

“여기 일하시는 분들이 너무 친절하고 강아지 좋아하시고 진짜 뭔가 여기의 슬로 건처럼 ‘Welcome All’ 이라고 있잖아요. 모두가 다 딱 저런 분들이신 거예요. ... 여기 오면 마음이 편해져서 ... 원래는 항상 테이크아웃을 해 가는 사람인데 유일하게 자리에 앉아서 먹는 게 여기거든요.” (복실엄마)

“아이 데리고 와도 약간 눈치 안 볼 수 있고 오면 이제 알고 배려도 해주시고, 인사도 해주시고 마음이 편해서 그래서 편하게 오고 있었어요. ... 아기 손님이 많지는 않아도 강아지 손님이 많은 것에서 이게 어떻게 보면 약간 비슷한 문제잖아요. 그런 부분에서 마음이 편한 것 같아요.” (지구)

“스텝의 친절함이 큰 것 같은데요. ... 손님을 고객으로 보기보다 친구같이 봐주는 그런 곳들을 위주로 가게 된 것 같아요. 사람을 잘 맞이해주고, 허투루 물건을 소비하지 않는, ... 그리고 동물을 좋아하고 모두를 환영해주는 히피(hippie)의 문화가 보틀에 있다고 저는 생각해요.” (Abby)

V. 장소에 대한 인식과 장소감

이 장에서는 연구 참여자인 단골손님들이 이 공간을 지속적으로 방문하는 이유를 살펴봄으로써 바로 이전 장에서 분석한 보틀라운지 카페의 공간적 특성 중 어떤 특성과 연결되어 카페를 장소로서 인식하게 되었는지를 함께 본다. 이를 바탕으로 연구 참여자들이 보틀라운지 카페를 공간을 넘어선 구체적이고 특별한 장소로 인식하고 어떠한 장소감이 형성되었는지를 연구 참여자들과의 면담 내용에 근거하여 질적 코딩 과정을 거쳐 분석한 내용을 담는다. 이때의 장소감은 보틀라운지를 지속적으로 방문하고 경험하면서 자신이 이 카페와 강한 연결성을 갖게 되어 장소가 더욱 잘 됐으면 하는 마음 또는 이 장소가 오랜 시간 없어지지 않고 지금의 자리에 있어줬으면 하는 마음과 같은 정서적 유대감(권영락·황만익, 2005)을 의미한다. 하지만, 이때 17명의 연구 참여자들이 보틀라운지에 느끼는 장소감의 정도는 모두 다를 수 있으며 단골손님으로서 상대적으로 강한 관계성과 유대감을 갖는 손님이 있는 동시에 단골손님이지만 상대적으로 약한 관계성을 갖고 공간과 장소의 경계에 있는 곳으로 인식하는 손님도 있음을 전제로 한다.

1. 장소로서의 인식 과정

1) 단골손님의 지속적 방문 이유와 공간적 특성

연구 참여자들과의 면담 중 카페를 지속적 방문 이유가 무엇인지를 묻은 결과, 이들이 보틀라운지를 지속적으로 찾게 되는 이유는 앞서 살펴 본 공간적 특성과 맞닿아있음이 발견되었다. 이들이 어떤 이유로 보틀라운지를 단순한 공간으로 인식하는 것을 넘어서서 구체적이고 특별한 장소로서 인식을 하게 되었는지에 대해서는 연구 참여자들의 유형에 따라 그 특징을 구분할 수 있었다. 연구 참여자들을 크게 구분하면 다음의 네 유형으로 나뉘며 이들이 이 공간을 지속적으로 방문하는 이유가 어떤

공간적 특성에 근거하는지를 정리한 것이 다음의 [표 5-1]과 같다.

[표 5-1] 연구 참여자별 지속적 방문 이유

	연구 참여자	일회용품 없는 카페	차별 없는 가게	심리적 접근성이 높은 공간	채우장과 유어보틀위크 (네트워크성)
1	복실엄마		○	○	
2	두부엄마	○	○		
3	로건누나	○	○		○
4	슬기	○			
5	보리하미누나	○	○		
6	하람	○		○	
7	영아		○	○	
8	Abby		○	○	
9	미정			○	
10	혜민	○			○
11	한나	○			
12	소라			○	○
13	다복엄마	○	○	○	
14	승욱		○	○	
15	이화	○			
16	지구		○	○	○
17	미래		○		
18	Chearth			○	
	합계	9명	10명	11명	3명

① 반려동물 동반 손님

반려동물 동반 손님으로는 복실엄마, 두부엄마, 로건누나, 영아, Abby, 다복엄마, 승욱 7명이다. 7명 모두 동일하게 보틀라운지를 지속적으로 찾는 이유 중 하나로 이 공간이 차별 없는 가게이기 때문이라고 답했다.

구체적으로 자신의 반려동물과 함께 올 수 있으며 다른 강아지 친구들이 많아서 그리고 공간의 구성원들이 반려동물도 좋아해주고 반겨주는 공간이기 때문임을 이유로 들었다. 다음으로 3명이 일회용품 없는 카페로서 이 공간이 포괄적으로 환경을 생각하는 카페이기 때문임을 이유로 들었다. 구체적으로 보틀라운지는 텀블러를 따로 챙기지 않아도 된다는 점, 세제를 리필 할 수 있다는 점을 언급했다. 다음으로 카페를 지속적으로 방문하는 이유 중 심리적 접근성이 높은 공간을 이유로 든 사람은 5명이었다. 심리적 접근성이 높은 구체적 이유로는 대표와 직원들의 친절함, 공간이 넓음, 손님을 친구처럼 대하는 편안한 분위기, 집에서 가까우며 마음이 편함, 음식과 커피가 맛있음이 답변이었다. 마지막으로, 네트워크성을 이유로 들었던 반려동물 동반 손님은 1명이었다. 그 이유로는 환경에 관심 있거나, 동물권 및 장애인 권리에 관심 있는 즉, 자신과 비슷한 관심사를 가진 사람들이 오는 게 좋기 때문이라고 답했다.

② 채식주의자 손님

두 번째 연구 참여자 유형으로는 채식주의자 손님들이다. 로건누나, 보리하미누나, Abby, 미정, 소라, 다복엄마, Chearth 총 7명이 이 유형에 해당되며 각자 채식의 단계나 정도의 차이는 존재한다. 먼저 채식주의자 연구 참여자들 중 보틀라운지를 지속적으로 찾는 이유로 일회용품 없는 카페를 들었던 연구 참여자는 3명이다. 구체적으로는 보틀라운지가 환경을 생각하는 카페인 점, 일회용품 없는 삶을 경험할 수 있다는 점, 윤리적 소비를 할 수 있다는 점, 실제로 실천하고 있는 사람들을 만날 수 있는 점을 이유로 들었다. 다음으로 채식주의자 연구 참여자 중, 차별 없는 가게를 이유로 들었던 연구 참여자는 4명이다. 이유로는 표현 그대로 차별이 없이 채식 메뉴가 있다는 것과 강아지와 함께 올 수 있음을 이유로 들었다. 심리적 접근성이 높은 공간을 지속적으로 방문하는 이유로 꼽은 연구 참여자는 3명이다. 이들은 직원들의 친절함, 공간이 넓은 점, 집에서 가깝고 마음이 편하다는 답변을 이유로 들었다. 마지막으로 네트

워크성을 이유로 든 연구 참여자는 1명인데 비슷한 관심사를 가진 사람들을 직·간접적으로 만날 수 있으며 나와 비슷한 생각을 하는 사람도 있다는 생각을 들게 함을 구체적 이유로 들었다.

③ 아이 동반 손님

세 번째 연구 참여자 유형으로는 아이를 동반하는 손님들이다. 슬기, 지구, 미래 총 3명이 이 유형에 해당된다. 먼저, 일회용품 없는 카페를 지속적인 방문 이유로 든 연구 참여자는 1명이다. 이유로는 주변 골목상권에 다른 카페들도 많지만 실천적 행위를 배울 수 있는 공간으로 약간 학습이 되었다며 계속 여기를 오게 된다고 답했다. 특히 비치된 책들이 환경적인 부분에 집중이 많이 되어있는 점을 언급했다. 다음으로, 보틀라운지가 차별 없는 가게이기 때문에 지속적으로 방문하고 있다고 답한 연구 참여자는 2명이다. 이들은 아이랑 같이 와도 마음이 편하고, 아이랑 같이 와도 배척당하지 않으며 받아들여지는 분위기가 보틀라운지에 존재한다고 구체적인 이유를 답했다. 이와 비슷한 이유로 심리적 접근성이 높은 공간이라고 답한 연구 참여자는 1명이다. 이와 더불어 해당 연구 참여자는 보틀라운지의 운영방법에 있어서 일회용품을 쓰지 않기 때문에 자신이 여기에 와서 소비를 해도 일회용품 폐기물이 발생하지 않고 빨대도 스테인리스 빨대를 쓸 수 있는 것이 마음을 편하게 하는 이유 중 하나로 언급했다. 마지막으로 네트워크성을 이유로 꼽은 연구 참여자는 1명이다. 이 연구 참여자는 구체적으로 채우장을 이유로 들며 채우장에서 만나는 사람들, 판매하는 물건과 음식이 좋기 때문이라고 답했다.

④ 개별 손님

위 세 유형의 손님 유형에 모두 속하지 않는 마지막 유형은 개별 손님으로 분류되었다. 이 유형에는 하람, 혜민, 한나, 이화 총 4명의 연구 참여자가 속한다. 마지막 유형군의 손님들은 반려동물을 동반하기도, 채

식을 하고 있지도, 아이가 있지도 않은 손님들로 연구자가 더 많이 만나 보길 희망했던 유형의 손님이기도 하다. 이들 4명은 모두 보틀라운지 카페를 지속적으로 방문하는 이유 중 하나로 일회용품 없는 카페 특성을 꼽았다. 이에 대한 구체적인 이유로는 플라스틱을 사용하지 않는 생활을 경험할 수 있다는 점, 환경 관련 도서들이 많다는 점, 윤리적 소비를 할 수 있다는 점을 언급했다. 특히 이 중 한 연구 참여자는 보틀라운지가 문을 닫는 날이면 아예 그 날 하루는 커피를 마시지 말 것을 다짐하며 비록 커피 한잔일지라도 일회용품을 써 가면서까지 자신의 욕망을 채우고 싶지 않다고 답했다. 다음으로, 심리적 접근성이 높은 공간이기 때문에 카페를 지속적으로 방문한다고 답한 연구 참여자는 1명이다. 그 이유는 집에서 가까우며 편안한 분위기를 꼽았다. 마지막으로 네트워크성을 이유로 든 연구 참여자는 1명인데 자신과 비슷한 관심사를 가진 손님들이 많이 오기 때문이라고 답했다.

2) 연구 참여자 유형 별 장소인식 분석

위의 연구 참여자들의 지속적 방문 이유가 공간적 특성과 연계되어 있음을 살펴본 결과, 연구 참여자의 유형 별로 보틀라운지의 공간적 특성들 중에서 특히 집중적으로 주목한 특성이 있는 것으로 나타났다. 첫째로, 반려동물을 동반하는 연구 참여자와 아이를 동반하는 연구 참여자는 이 카페를 공간을 넘어서서 장소로서 인식하게 하는 주된 요인으로 비차별적 특성에 주목하고 있음을 발견할 수 있었다.

반려동물을 동반하는 연구 참여자와 개별 연구 참여자는 이곳이 일회용품 없는 카페인 점과 심리적 접근성이 높은 점에 주목해 카페를 지속적으로 방문하고 장소로서 인식하고 있음이 나타났다.

반려동물을 동반하는 연구 참여자와 채식주의자 연구 참여자는 공간적 특성 중 네트워크성에 주목함을 알 수 있다. 특히 자신들과 비슷한 관심사(예를 들어, 반려동물과 채식)를 가지고 있는 사람들을 쉽게 만날 수 있고 자신이 몰랐던 반려동물 및 채식 정보를 공유하고 이야기 나눌

수 있음을 이유로 들었다.

반려동물을 동반하는 연구 참여자들은 단골손님 유형 중 가장 이 카페와의 관계성이 강하게 나타나는 손님들이며 카페를 찾았을 때 단골손님으로서의 정체성이 가장 강하게 드러나는 유형이기도 하다. 이들은 모두 반려견과 함께 카페를 드나들기 때문에 상대적으로 다른 단골손님들에 비해 반려견이라는 공통점을 이미 가진 채로 카페를 방문하게 되어 다른 손님들 혹은 카페 직원들과의 유대관계가 빠르게 형성된다. 자신과 반려동물이라는 관계성이 이미 형성되어 있던 손님을 일정한 장소에서 지속적으로 만나 안부를 묻고 일상을 공유하는 것은 이들로 하여금 보틀라운지에 더욱 두터운 정서적 유대감을 갖게 했다고 볼 수 있다. 하지만 다른 한편으로 반려동물, 채식, 아이 부모라는 관계성을 맺기에 용이한 지점이 없는 개별 손님들은 관계정보다는 오히려 자신의 생활반경 가까이 있는 이 공간이 갖는 편안한 분위기와 같은 심리적 접근성을 높이는 요인들 혹은 윤리적 소비를 하고 싶어 하는 손님들이 이곳을 지속적으로 방문하고 장소로서 인식하는 양상이었다.

2. 단골손님의 장소감 발현 결과

연구 참여자들은 보틀라운지의 공간적 특성을 바탕으로 공간을 지속적으로 방문하며 카페를 처음 방문했을 때는 단순히 카페 공간으로 인식했지만 지속적인 방문 이후 구체화된 장소로 인식하고 있으며 정서적 유대감과 자신과 장소 사이의 강한 연결이 형성되어 장소감이 형성됨을 발견할 수 있었다. 따라서 이 절에서는 각각의 연구 참여자들의 보틀라운지 카페에 대한 장소감이 어떻게 발현되었는지를 6가지 유형으로 나누어 살펴보고자 한다.

1) 마음의 안식처/동네 사랑방

첫 번째로 연구 참여자들이 보틀라운지에 갖는 장소감의 유형으로는

이곳을 마음의 안식처이자 동네 사랑방 같은 곳으로 인식한다는 것이다. ‘마음’의 안식처라고 표현을 하거나 동네의 ‘사랑방’이라고 표현을 하는 것을 통해 연구 참여자들이 이 카페가 단순히 음료나 음식이 맛있어서 온다기보다는 이 장소에 대해 굉장히 높은 정서적 유대감을 가지고 있음을 알 수 있었다. 다시 말해 이 공간이 굉장히 심리적 접근성이 높은 공간임이 가장 잘 드러나는 표현이었다. 연구 참여자 중에는 직접적으로 이곳이 카페 이상의 공간이라고 표현하며 장소에 대한 애착을 드러내기도 했다. 이를 통해 연구 참여자에게는 앞서 살펴 본 보틀라운지의 공간적 특성 중 심리적 접근성이 높은 공간인 것이 다시 한 번 확인되는 지점이며 카페 자체가 갖는 편안한 분위기도 있지만 직원들 또는 대표의 태도, 비슷한 관심사를 가진 사람들을 만날 수 있다는 점이 이들의 심리적 접근성을 높이고 장소감을 갖게 하는 요소다.

특히 이 카페는 연희동의 주된 상권과는 조금 거리가 떨어진 한적한 주택가 안에 위치해있고 교통편이 아주 용이한 곳에 위치해있지는 않다. 이러한 이유에서 동네 주민들이 많이 찾는 공간이자 지역 커뮤니티가 형성되기에 좋은 조건을 가질 수 있었다. 나아가 마치 제2의 동 주민센터 혹은 커뮤니티센터와 같은 역할을 하고 있는 것이 참여관찰 중에 발견됐다. 예를 들어, 단골손님들 중에는 코로나19로 인해 함께 모이지는 못하지만 각자의 집에서 오전 9시마다 온라인으로 자신의 집에서 요가를 한 뒤 이를 인증하고 공유하는 모임을 형성하기도 했다.

“밖에서 다른 사람한테 받은 상처를 여기에서 치유, 힐링하게 되는 것 같아요. 저 맨날 여기가 제 안식처라고 하고 그래요. 뭔가 편안해지고요. 도시 생활하면서 사람들이 단절된 삶을 살잖아요. 같은 동네 사람들끼리도. 그런데 여기는 진짜 사람들이 그동안 꿈꿔왔던 예전의 시골에서의 정을 느낄 수 있다고 해야 하나? 그래서 정말 도시에서 느끼기 힘든 그런 걸 느끼니까 좋은 것 같아요. ... 공간 자체가 되게 소중하게 되던데요?” (로건누나)

“여기가 좀 마음의 안식처 같은 느낌이에요. ... 같이 이렇게 서로 챙겨주고 챙김 받고, 저도 집에서 뭔가 부모님이 고구마나 사과 이런 것 보내주시면 여기 갖고 와서 같이 드시라고 나누기도 하고. 그런 장소예요. 되게 사랑방 같은 느낌이에요. 옛날로 치면.” (복실엄마)

“내가 집을 비웠을 때 서로 돌봄을 해줄 사람들이 있다는 생각이 드니까 강아지 데려올 생각을 한 거죠. 안 그랬으면 저도 독립해서 살고 있기 때문에 전혀 엄두도 못 냈을 것 같은데 그런 걸 할 수 있다는 안정감을 심리적으로 많이 준 것 같아요. ... 그래서 저한테는 진짜 주민 센터예요.” (다복엄마)

2) 일상적 실천의 길잡이/배움의 장

연구 참여자들이 보틀라운지에 갖는 두 번째 장소감의 유형은 바로 이곳이 길잡이이자 배움의 장이라는 것이다. 이 유형은 특히 앞서 살펴 보았던 보틀라운지의 공간적 특성 중 일회용품 없는 카페로 환경을 생각하는 공간이라는 특성과 채우장/유어보틀위크 같은 주기적인 네트워크성 행사가 있는 공간이라는 특성이 해당 유형의 장소감을 갖게 하는 주된 요인이었다. 특히 이곳에서 하고 있는 활동들을 통해 자신의 일상 속에서, 자신이 할 수 있는 범위 안에서 환경을 위한 실천적 행위와 방법을 배웠다는 것이다.

“일단은 카페 이상이죠. ... 어떤 길잡이 같은 느낌? 원래 생각은 해왔지만 뭔가 나 혼자라는 생각에 실천하지 않았던 것들. ... 그런데 여기 오면 아니잖아요. 만약 여기가 없고 나 혼자 언론이나 이런 것에서 보고 혼자 실천하려고 하다보면 글썽 모르겠어요. 나랑 비슷한 사람을 막 찾으려 다닐 성격도 아니고, 더디게 혼자서 막 너무 힘들었을 것 같아요. 그래서 길잡이와 같은 것 같아요.” (두부엄마)

“여기는 되게 내가 고민했던 모든 걸 다 같이 고민하는 곳이라는 생각이 드니까 여기에 더 힘을 실어주고 싶더라고요. ... 여기에 있으면서 배우는 것도 많고 제가 속으로 생각하던 걸 공부할 수 있고 실제로 실천하는 사람들을 보는 공간이니까 되게 자주 오는 것 같아요. 다른 데 가고 싶은 생각이 별로 안 들어요. 내 작은 몇 천원이지만 다른 데 쓰고 싶지 않은 거 있잖아요.” (보리하미누나)

“저 같은 경우는 애착이 생기는 것 같아요. ... 저는 here를 통해서 거의 삶이 많이 바뀌었다고 볼 수 있거든요. 다양한 프로그램들도 있잖아요. 그런 것들 통해서 여기에서만뿐만 아니라 제 삶에 있어서 다른 데 가서도 할 수 있겠다는 걸 되게 많이 여기에서 배웠어요. ... 여기가 저한테는 그런 삶의 변화를 접하게 된 것 같아요

요.” (슬기)

“방법을 몰랐던 것 있었는데 그걸 좀 알게 된 건 있죠. 다회용기를 들고 나가는 건 사실 안 해봤거든요. 이번에 유어보틀워크 하면서 지금은 자연스럽게 들고 나가요. ... 그런 건 배웠어요. 방법을 몰랐는데 실천하는 방법에 대해서는 구체적으로 알게 된 것 같아요.” (미정)

특히 주목할 만한 사실은 다수의 사람들이 일회용품 및 플라스틱 남용과 이로 인한 폐기물 문제를 이미 인식하고 있다는 것이다. 주로 이 문제에 대해 정보를 접하게 되는 경로는 SNS, 다큐멘터리 영상, 다양한 언론매체에서 내보내는 뉴스 기사를 통해서다. 하지만 문제는 인식하는 수준에서 그친다는 것이다. 대부분의 사람들은 환경을 위해 무엇을 어떻게 시작해야 할지 모르거나, 현실적으로 매일 일어나 바쁜 일상에 치여 환경문제에 신경을 쓰거나 환경을 위한 실천적 행위를 할 겨를이 없다는 것을 실천에 이르지 못하는 주된 장애물로 꼽았다. 그런데 일상적으로 찾는 동네의 일회용품 없는 카페를 통해 실천할 수 있는 구체적이고 실질적인 방법을 어렵지 않게 체득하고 배울 수 있다는 점이 연구 참여자들로 하여금 장소에 대한 유대감을 더욱 공고하게 만들었다.

이 외에도 채우장이나 유어보틀워크 같이 동네의 주변 이웃 혹은 가게들과 하는 행사들이 쓰레기를 만들지 않고도 일상생활이 가능하다는 것을 눈으로 확인하고 직접 실천하게 하는 중요한 계기로 작용하고 있었다. 두 행사를 참여해본 연구 참여자들은 지금의 채우장과 유어보틀워크는 주로 이미 접해봤거나 SNS를 통해 알고 있는 사람들에게 일상 속에서 특별하게 찾아오는 행사로 여겨지지만, 이러한 행사에서 지향하는 방법이나 방향들이 딱히 특별할 게 없는 마치 당연한 일상처럼 보편화되었으면 좋겠다는 희망을 내비추기도 했다.

3) 환경문제 진입장벽을 낮추는 곳

연구 참여자들은 보틀라운지를 통해 환경문제 자체에 대한 인식의 변화가 일어나며 환경문제라는 것을 어렵게 느끼지 않게 하는 소위 긍정적

인 변화를 줌으로써 이 카페에 대한 장소감이 형성됨을 발견할 수 있다. 기존에 연구 참여자들에게 ‘환경문제’라 하면 어려운 문제, 지금 당장 자신에게 영향을 끼치지 않는 문제, 자신이 어찌할 도리가 없는 문제, 또 이미 미래가 보이지 않는 문제 그래서 심각성은 알지만 외면해버리고 마는 문제였던 것이다. 하지만 연구 참여자들 중 일부는 카페를 지속적으로 방문하면서 멀게만 느껴졌던 환경문제를 조금 더 가깝게, 자신과 좀 더 연결성이 있는 것으로 인식이 변화했다. 따로 시간을 들여 어딜 가야되는 것도 아니며, 과정이 복잡하지 않고 어렵지 않게 매일 찾는 카페에서 일회용품을 사용하지 않았다는 것만으로도 자신이 환경을 위해 좋은 일에 동참한 듯한 기분을 들게 함을 언급했다. 또, 자신이 환경을 위해 대단한 것을 하지 않아도 자신이 할 수 있는 작은 것부터 조금씩 실천할 수 있게끔 방문할 때마다 환기가 되는 계기를 마련해준다는 것이었다. 구체적인 예로 한 연구 참여자는 매일 매일 텀블러를 가지고 올 순 없지만 적어도 보틀라운지에 와서 ‘리턴 미’ 공유 컵을 사용함으로써 조금은 환경을 위해 간접적인 노력을 하게 된다는 것이다.

“내가 뭔가를 환경을 위해 할 수 있는 것들을 분리된 공간에서 하는 거라고 생각 하는 게 아니라 일상 안에서 찾는 카페가 환경과 관련되어 있다 보니까 무언가 제가 환경을 위해 좋은 일을 하고 있다는 생각을 줄 수 있는 것 같아요.” (하람)

“결국에는 사람이 겪는 거니까. 그것도 사실 물리적인 거리에 관한 거잖아요. 이 위험이 나한테 가까이 있는 것이냐. 그래서 가까이에 이런 곳이 있는 게 되게 좋은 것 같아요. 환경문제를 가까이에서 일상에서 인식하고 체감할 수 있는 공간이요. ... 처음에는 그냥 신기한 카페였는데 지금은 더 애정이 생긴 것 같아요. 여기에서 하는 활동에 더 적극적으로 참여하게 됐고요. ... 없어도 안 돼요. 더 잘 됐으면 좋겠어요.” (보리하미누나)

“예전에는 환경문제 하나를 거대한 덤프트럭에 막 쏟아내고, 지구가 어찌고 하는 식의 너무 내 손 안에서 해볼 수 있는 게 없는 것처럼 느껴졌다면 여기에서는 거대한 환경 문제가 아니더라도 우리가 일상에서 편리한 것에 의존하지 않고 습관을 일상 속에서 바꾸게 되는 ... 내가 너무 편리하려고 생각 없이 쓰는 것에서 자립하는 습관을 기르게 해준 곳? 환경문제 그 자체에 대해서도 생각이 좀 바뀐 것

같아요.” (다복엄마)

이처럼 하루에 커피 한잔이 비싸도 5천원 안팎인데 다른 상품 파는 가게에 가면 5만원, 6만원을 써야 하고 매일 가기도 쉽지 않다는 것이다. 그런데 카페는 매일같이 올 수 있고 큰 액수를 지불하지 않고도 일상에서 긍정적인 영향을 받을 수 있는 부분이 좋은 점이라고 언급하며 보틀라운지라는 장소가 환경문제를 어렵게 받아들이는 것이 아닌 쉽게 다가갈 수 있고 실천에까지 이르게 만들어주는 매개체로서 역할을 하고 있음을 발견할 수 있다.

4) 선한 영향력을 확산하는 리더

대부분의 연구 참여자들은 카페에서 굉장히 가까운 곳에 거주하고 있는 주민들로서 자신이 살고 있는 동네에 환경을 생각하고, 반려동물 동반 가능 등 좋은 취지를 가진 가게들이 많아지는 것을 일종의 자부심 이러한 점에서 동네의 가게들로 선한 영향력을 확산시키는데 보틀라운지가 선두주자처럼 이끌고 있어 이곳을 더욱 응원하고 싶은 마음과 함께 자주 찾게 하는 요인으로 작동했다. 특히 동네의 다른 가게들이랑 파트너십을 맺는 활동들이 많아지면서 기존의 가게들이 가지고 있던 장벽을 허무는데 큰 역할을 한 곳으로 고마운 감정을 느끼는 연구 참여자도 있다. 반려견이 허용된다는지, 개인 용기를 들고 가서 사오는 것도 다른 가게들의 사장님들이 기본 값은 아니더라도 옵션으로 인식할 수 있는 수준으로 끌어올리는 역할을 했다는 것이다.

“이 근방 카페들 원래 다 일회용품 썼거든요. OO카페도 그렇고 다른 데도 다요. ... 여기가 영향력이 큰 것 같아요. 여기가 이렇게 하면서 근방의 카페가 생분해 컵도 도입하고 빨대도 사탕수수 빨대로 변하고요. 다른 카페들도 동참하려고 하는 것 같아요. 처음부터 그러진 않았었으니까. 불과 3, 4년 전만 해도 플라스틱 빨대 쓰고 그랬는데.” (영아)

“그래서 여기 보틀 운영하시는 분이 되게 대단한 것 같아요. 주변 카페들까지 영

향을 미친다는 게 그게 되게 대단하신 거죠.” (이화)

“그리고 보틀 좋았던 게 자기네만 그런 게 아니라 주변 카페들까지도 그렇게 만 들고 있는 게 영향력 있다고 생각해요.” (Abby)

“보틀라운지가 가지고 있는 장점도 있지만 그 장점이 사실 이 커뮤니티 안에서 자리 잡은 거라면 그게 되게 중요하다고 생각해요. 여기 비건 베이커리도 있잖아요. 포포브레드. 그런 것도 있고 그게 영향을 주변 가게들에 미치기도 하더라고요. ... 되게 중요한 역할을 여기가 하고 계신 것 같아서 응원을 하고 싶은 마음이 들 죠.” (미정)

5) 모든 가능성을 열어둔 곳

연구 참여자들로 하여금 보틀라운지 카페에 대해 장소감이 들게 하는 또 다른 요인으로서는 차별 없는 가게로 인한 것이다. 이 공간을 지속적으로 찾고 경험하는 것에서 발생하는 긍정적인 인식과 감정을 유발시키는데 차별 없는 가게로서 카페가 가진 공간적 특성이 중요한 역할을 하고 있다. 공간 자체가 가지는 편안한 분위기와 느낌 때문에 이곳을 차별 없이 모든 가능성이 열려있는 곳으로 인식하게도 하지만, 앞서도 언급했듯이 공간을 통해 만나는 사람들 역시 이곳이 모든 가능성이 열려있는 곳으로서 인식하게 했다. 대표와 직원들이 손님에게 보이는 자연스러운 환대, 웃음, 태도 등은 이곳이 가진 정체성을 드러내 보이기에 충분했으며 강아지들이 서로 인사하는 모습, 반려동물과 사람들이 조화롭게 공존하는 모습 등 이 공간의 구성원들로 하여금 카페에서 머무는 시간동안만큼은 심리적으로 긍정적인 감정을 갖게끔 만들고 있었다.

“다른 카페들은 색깔이 좀 분명한데 ... 색깔이 확 있는 게 아니고 약간 비어있는 느낌이랄까요. ... 가능성 얘기인 것 같아요. 뭐라도 할 수 있을 것 같은. 다른 사람들이 쓸 수 있을 공간 같이 뭔가가 열려있다는 느낌이 들더라고요. 뭔가 강제하지 않는, 열려있는 태도가 있는 것 같다는 생각이 들었어요.” (소라)

“여기가 차별 없는 가게잖아요. 이 공간에서만큼은 어떤 차별도 없는 것 같고 강아지들이 오는 것도 너무 좋아요. 제가 강아지를 만지진 못하지만 그냥 여기는 약

간 아무 차별이 없는 것 같아서 좋아요. 현실은 차별이 많은 것 같은데. ... 여기 오면 그 누구라도 마음이 누그러질 것 같은 힘을 가진 곳이라는 생각이 들어요.” (이화)

“뭐랄까 몸이 편하더라고요. ... 그런 시간이 좀 필요한데 아기를 데리고 그럴만한 공간이 얼마 없고, 차별 없는 가게가 얼마 없고, 여기는 차별 없는 가게고 어쨌든 서비스를 받을 수 있으니까 뭔가 오아시스 같은.” (지구)

6) 동네마다 하나씩 있길 바라는 곳

연구 참여자들은 보틀라운지와 같은 일회용품 없는 카페가 동네마다 하나씩 있길 바라며 동시에 그래서 보틀라운지가 더욱 잘 되어야 한다면, 2호점 3호점이 생겼으면 한도와 같이 이곳이 지켜지고 더 활성화됐으면 좋겠다며 카페에 대한 애정을 드러냈다. 또한, 연구 참여자들 중 일부는 일회용품 없는 카페이자 환경을 생각하는 카페나 가게들이 자신의 생활반경 안에 다시 말해, 매일같이 오고가는 길목에 위치해 있음으로 인해 환경문제에 신경 쓸 수 있는 자극제가 되어준다고 한다. 이 때문에 장소에 대한 유대감이 형성됨을 언급하기도 했다. 예를 들어, 카페에서 공부하느라 몇 시간을 앉아 있다가 갑자기 집에 돌아가서 일회용품이 많이 발생하는 배달음식을 시킬 수가 없다는 것이다. 카페를 드나들면서 자신의 눈앞에 공유 컵 같은 것들이 계속 보이게 됨으로써 다회용 컵 사용에 대한 자각이 되게끔 만들 수 있다. 비단 카페에서만 아니라, 다시 집에 돌아갔을 때에도 물티슈 같은 것들이 집에 돌아다니고 있는 걸 보면 불편하고 싫어지는 경험을 연구 참여자들로부터 공유받기도 했다. 매일 출퇴근길에 항상 카페 앞을 지나다니면서 각성을 하게 되는 힘이 있는 장소로서 이 카페가 지금의 자리를 지켜줬으면 하길 바라기도 하고, 트리거(trigger)라는 표현을 사용하며 자신의 관심의 범위 안에 들어와 있어야 계속 노출이 되면서 생활적인 실천도 가능하도록 만들 수 있는 것임을 다수의 연구 참여자들은 중요하게 생각했다. 즉, 누군가가 자신의 옆에서 일회용품 사용을 줄이기 위해 신경 쓰는 모습을 지속적으로 보는 게 중요하며 이를 위해 보틀라운지와 같은 일회용품 없는 카페

가 동네마다 있기를 희망한 것이다.

“저 혼자 항상 애착을 갖고 있죠. 여기는 지켜져야 되는 공간이고, 여기는 절대로 있어야 되는 공간인 것 같아요. ... 이런 곳이 정말 더 많이 생겼으면 좋겠고요. 왜냐하면 사실은 의외로 되게 많이들 환경에 대해서 일회용품 안 써야지라고 많은 사람들이 생각은 갖고 있잖아요. 그런데 본인이 실천을 못 하고 자꾸 일회용품을 쓰는 이유는 상점들이 이미 다 일회용기를 사용하고 그게 너무 당연하고 너무 편하기 때문에 사실 물드는 거거든요. 그런데 이런 곳이 동네마다 더 많이 생기면 아예 그런 문화가 점점 없어지지 않을까 해요.” (이화)

“이런 카페가 동네마다 있으면 너무 좋을 것 같아요. 편의점처럼 약간 있으면 좋을 것 같은. 리필 스테이션도 약간 많이 분포되어 있으면 사람들 잘 사용할 것 같은데 그렇지 못해가지고. 거리적인 접근성이 떨어지다 보니까 많이 사용을 못 하는 것 같은데 접근성만 어느 정도 개선되면 충분히 잘 활용할 것 같아요.” (Chearth)

“아기 가지면서 운전을 하기 시작해서 운전을 하니깐 여길 더 자주 올 수 있게 됐는데 확실히 동네에도 이런 게 있으면 더 많이 이용하고, 더 많이 참여할 수 있고, 비슷한 관심을 가진 사람과 만나질 텐데 하는 생각이 들더라고요. 확실히 영향을 미치는 것 같아요.” (지구)

“이게 또 어디 멀리 가고 일부러 시간을 내서 찾아가는 게 아니라 우리 지역사회 안에 있으니까요. 제가 갈려고 마음먹으면 갈 수 있는 거리 내에 있는 거잖아요. 그게 정말 좋더라고요. ... 제가 지금 이사를 가긴 해야 돼서 동네를 떠날 것 같은데 사실 너무 아쉬워요.”(혜민)

연구 참여자는 보틀라운지 같은 일회용품 없는 카페뿐 아니라 세제를 다시 채울 수 있는 가게들이 동네마다 있기를 희망했다. 실질적으로 물리적 접근성이 높아야 많은 소비자들이 찾는다는 이유에서였다. 특히 세제를 리필하기 위해 배우자와 아기와 함께 이 공간을 들렀던 남자 손님을 참여 관찰 중에 잠시 이야기를 나눌 기회가 있었는데 이 손님은 보틀팩토리를 처음 방문한 손님이었다. 아기 때문에 ‘에코스토어 (Ecostore)¹¹⁾’ 라는 브랜드의 세제를 베이비페어에서 구매하게 되었고 세제를 다시 채워가는 경험도 이때가 처음이라고 했다. 해당 브랜드의 공

식 홈페이지에 들어가면 이 브랜드의 세제를 리필 할 수 있는 상점과 위치가 쪽 나열되어있는데 자신이 살고 있는 거주지에서 보틀라운지 카페/보틀팩토리가 세제를 리필 할 수 있는 가게로는 그나마 가장 가까운 곳 이어서 이곳으로 오게 되었다고 한다. 이 손님을 통해서도 발견할 수 있듯 리필이 가능한 세제를 처음 사용하게 된 계기는 이용자들마다 모두 다양하고 다르겠지만, 이들이 지속적으로 세제를 리필 해 사용하도록 하기 위해서는 이러한 리필 스테이션 역시 동네마다 위치해 있어야 함을 다시 한 번 확인할 수 있다. 환경에 덜 위해를 가하는 윤리적 소비를 하는 소비자들의 꾸준한 실천적 행위를 위해서는 이들이 윤리적 소비를 할 수 있도록 그러한 환경이 조성되어야 한다. 카페의 경우, 기존에 동네마다 위치해있는 카페들을 다회용 컵으로 전환하는 방식을 취할 수 있겠지만, 이러한 세제 리필의 경우에는 각 자치구 혹은 동마다 위치한 동 주민센터/행정복지센터와 같은 공기관이 충분히 그 역할을 겸할 수 있을 것이라고 생각한다.

11) 뉴질랜드의 친환경 세제 브랜드로 제로웨이스트 활동을 하는 브랜드다. 특히, 아이를 키우는 가정에서 대중적으로 알려진 세제이기도 한데 대량 통으로 판매하여 소비자가 필요한 만큼 소분 및 리필을 할 수 있다. 제로웨이스트 가게나 세제 리필 스테이션에 방문하면 일반적으로 가장 쉽게 만나볼 수 있는 세제 브랜드 중 하나다.

Ⅵ. 단골손님의 생태시민성

이 장에서는 단골손님인 연구 참여자들이 보틀라운지에 갖는 장소감을 바탕으로 이들의 생태시민성이 형성되었는지, 형성되었다면 그 정도가 어떻게 나타났는지를 이 연구에서는 0, 1, 2, 3 네 단계로 조작적으로 구분한다. 이와 더불어 생태시민성의 측면에서 연구 참여자들의 인식 또는 실천의 측면에서 변화가 일어났는지, 변화가 일어났다면 구체적으로 어떻게 변화했는지를 인식적인 부분과 실천적 행위에 대한 부분으로 나누어 살펴보고자 한다.

1. 단골손님의 생태시민성 발현과정

1) 생태시민성 형성 정도의 변화

각 연구 참여자와의 면담을 통해 보틀라운지를 방문하기 이전과 이후에 이들의 생태시민성 정도에 변화가 있었는지를 살펴보았는데 구체적으로 인식의 변화와 더 나아가 실천적 행위에 대한 부분을 나누어 살펴보았다. 이 연구에서는 연구 참여자들의 생태시민성이 형성된 정도를 조작적으로 네 단계인 0, 1, 2, 3으로 나누었다.

먼저, 0은 환경문제에 대해 전혀 관심이나 인식을 하지 않는 단계다. 1은 환경문제에 대해 평소 인식은 하고 있으며 일상 속에서 아주 약한 실천적 행위(대표적인 예로, 텀블러 사용)를 하기 시작했거나 하고자 하는 의지를 가지는 그 사이의 경계에 있는 단계다. 1의 단계에서는 일회용품 쓰레기를 불편하게 여기며 신경 쓰이기 시작하는 단계, 이제 막 실천적 행위를 한 가지만이라도 하기 시작한 단계로도 볼 수 있다. 다음으로 2는 환경문제에 대해 관심과 인식을 하고 있으며 일상에서 일정 수준의 실천적 행위(대표적인 예로, 채식)를 의식적으로 하고 있는 단계다. 마지막으로 3은 환경문제에 대해 관심이나 인식의 정도가 높으며 실천적 행위도 가장 두드러지게 나타나고 있는 단계다. 이를 바탕으로 다음의 6

가지 유형의 생태시민성 정도 변화가 연구 참여자들로부터 나타나는 것으로 도출됐다.

① 0 → 1

생태시민성 정도가 0에서 1로 변화한 연구 참여자는 1명이다. 일회용품 쓰레기 발생이나 환경문제에 전혀 관심이 없었고 생각을 안 하고 살아왔으나 자신의 생활반경 안에 있던 일회용품 없는 카페 بوت클라운지를 방문하게 되면서부터 플라스틱 폐기물문제에 대해 자신의 일상에서 한번쯤은 더 생각해보게 되는 지점들이 생겨난 연구 참여자다. 하지만 그 이상으로는 확장되지 못하는 특징을 보인 유형이다. 즉, 일회용품 폐기물 문제에 대해 인식은 갖게 되었고 만일 다회용기가 필요한 가게라면 얼마든지 다회용기나 텀블러를 들고 갈 의향은 있지만 실천적 행위로 더 확대되지 못한 주된 장애물로 연구 참여자는 시간적 여유가 없음을 꼽았다. 사실 이 연구 참여자뿐 아니라 대다수의 모든 사람들이 비슷한 생각을 가지고 환경문제를 어렵게 생각하거나 실천적 행위를 하지 못하고 있는 것이 현실이다.

② 1 → 2

생태시민성의 정도가 1에서 2로 변화한 연구 참여자는 총 4명이다. 이 유형에 속해있는 연구 참여자들은 카페를 방문하기 이전부터 일상에서 발생하는 일회용품 폐기물 문제를 비롯해 환경문제에 대해 인식은 하고 있었으나 실천적 행위로까지는 이어지지 않았던 연구 참여자들이다. 카페를 방문한 이후 환경문제를 위해 자신의 자리에서 노력하는 사람들이 더 생겨나고 있음을 인식하게 되었고 실천적 행위가 생각보다 어렵게 아니며 굉장히 소소하고 극히 일부분일지라도 자신이 할 수 있는 걸 하자는 쪽으로 생각이 변화한 유형이기도 하다. 실제로 자신의 집 내부에 버려져 배출될 날만을 기다리고 있는 일회용품 폐기물 양이 보기 불

편해졌으며 이로 인해 텀블러를 늘 지참하고 사용하려는 실천적 행위부터 나타나기 시작한 그룹이다. 일회용품 없는 카페에 지속적으로 방문하면서 장소로서 인식을 하게 되었거나 장소감이 형성된 것을 바탕으로 환경문제에 대해 더 높은 관심을 보이며 실천적 행위가 미약하게나마 시작된 그룹으로 볼 수 있다.

하지만 이와 동시에 이 유형에 속하는 연구 참여자들 역시 각 개인의 바쁜 일상으로 인해 실천적 행위를 다양하게 하고 있지는 않고 엄격한 기준을 가지고 있기보다는 일회용품 사용에 있어서 피치 못할 시에는 타협을 보기도 하는 것으로 나타났다.

③ 1 → 3

보틀라운지를 방문하기 이전과 이후에 생태시민성 정도의 변화가 가장 뚜렷하게 나타난 그룹이다. 이 유형에 속한 연구 참여자는 총 4명이다. 이들은 카페를 방문하기 이전에 환경문제나 일회용품 쓰레기 문제에 대해 알고 있고 인식해오던 그룹으로 장소감을 갖게 된 카페를 지속적으로 방문하게 된 이후 인식뿐 아니라 실천적 행위가 일상생활 전반에 굉장히 강하게 나타난 그룹이다. 다시 말해 생태시민으로서의 의무를 다하고자 하며 자신이 일상에서 실천할 수 있는 것들을 최대한으로 실천에 옮기고 그 실천을 유지하고 있는 그룹이다. 그 예로, 이 그룹에 속한 연구 참여자 중 한명은 카페에서뿐만 아니라 자신의 직장까지 실천적 행위를 확대했으며 카페를 경험하기 이전과 이후의 삶의 모습이 가장 확연하게 변화된 유형이다. 실천을 가능케 하고 유지하게 할 수 있었던 요인으로는 보틀라운지 카페에서 일회용품 없는 삶을 간접적으로 체험한 것이었다. 일회용 컵이 아닌 다회용 컵에 음료를 마시는 행위, 채우장/유어 보틀워크와 같은 행사를 직접 참여해 비닐봉투, 스티로폼과 같은 일회용품이 아닌 자신이 직접 집에서 챙겨온 용기에 장을 보고 음식을 포장하는 행위를 행사 날에 경험을 함으로써 이러한 실천이 결코 불편하거나 어려운 것이 아니라 자신의 일상생활에서도 충분히 녹여내고 확장시킬

수 있게끔 만들었다. 또 다른 요인으로는 이곳을 드나들며 만나는 다른 손님들이다. 이미 자신보다 일찌감치 환경문제에 관심을 가져오고, 진지하나 자세로 대안적 삶을 고민해오던 사람들을 만나고 교류하고 관계를 형성함으로써 혼자라면 결코 시작할 수 없었던 실천의 물꼬를 트이게 해준 공간과 뜻을 같이 하는 사람들 이 두 요인이 큰 기폭제로 작용했다.

④ 2 → 3

카페를 방문하기 이전부터 동물권을 고려하여 채식은 해오고 있던 손님 유형으로 채식은 하고 있지만 실질적으로 환경문제를 해결하기 위해 채식 이외의 다른 실천적 행위는 해오고 있지 않았던 그룹이다. 하지만, 카페를 방문한 이후 채식이 환경을 위해서도 필요한 식습관이라는 것을 알게 됨으로 인해 채식과 더불어 제로웨이스트를 위한 실천적 행위로까지 확장된 유형의 연구 참여자들이 이에 속한다. 카페에서 직접 다회용 컵이나 텀블러를 이용하는 경험과 주기적인 행사를 경험함으로써 어떻게 하면 일상에서 쉽게 일회용품 사용을 줄일 수 있는지를 배웠으며 이를 카페에서만 아님 일상에까지 자연스럽게 활용하고 있는 모습이 발견된다. 또, 해당 그룹의 손님들은 카페를 자주 찾으며 다른 손님들 혹은 카페 사장과 직원들과의 네트워크가 강하게 형성됨으로 인해 더욱 실천의 강도 역시 높게 나타날 수 있었다.

⑤ 3 → 3

이 유형은 카페를 방문하기 이전부터 환경문제에 대한 관심과 인식의 정도가 굉장히 높았던 연구 참여자들이며 총 5명이 여기에 속한다. 이들은 카페 방문 이전과 이후에 생태시민성의 정도에 있어서 큰 변화가 나타나지 않은 그룹이지만, 제로웨이스트 실천을 하게 된 실질적 계기를 제공하거나 실천을 위한 방법적인 부분을 이 카페를 방문함으로써 배우게 된 그룹이다. 따라서, 이 카페를 경험하기 이전부터 이미 환경의식이

나 생태의식이 높았고 일상에서 실천적 행위를 해오던 이용자들은 이 카페의 방문이 생태시민성의 변화를 주는 요인은 아닌 것으로 보인다.

⑥ 3 → 1 → 2

해당 유형은 이 연구에 한해 두 명의 연구 참여자에게서 두드러지게 나타난 유형이었으나 분명 이 유형에 속하는 연구 참여자들이 실제 생활 세계에 굉장히 많이 분포하고 있을 것이기에 주목할 만하다. 이 그룹의 연구 참여자들은 기존에는 굉장히 높은 생태시민성의 형성 정도를 보이는 사람들이었으나 ‘육아’라는 삶의 변곡점을 지나면서 생태시민성의 정도가 1의 단계로 급격하게 낮아진 유형이다. 육아를 하기 이전에는 굉장히 환경문제에 대해 민감하게 생각하고 플라스틱 어택에도 직접 참여하고 매일 쓰레기 일기를 작성하는 등 적극적으로 실천적 행위를 해왔으나 육아가 시작되면서부터 해오던 모든 실천적 행위를 중단하게 된 연구 참여자들이다. 이들은 여전히 환경문제에 대한 인식을 하고 있으며 아이를 낳기 이전처럼 실천적 행위를 하지 못하고 있는 것에 대해 일종의 죄책감을 느끼고 있었다. 특히 보틀라운지를 지속적으로 방문한 이후부터 이곳에서 계속 실천하는 사람들을 보다보니 다시금 이들도 일상에서 일회용품 쓰레기를 줄이려는 실천적 행위를 해나가려는 계획이나 의지를 보인 것이 주목할 만하다.

2) 생태시민성 형성 및 제고 결과

다음으로, 연구 참여자들의 생태시민성 형성 정도의 변화로 나누는 그룹에 따라 생태시민성 발현 및 제고의 결과를 앞서 2장에서 언급했듯 인식과 실천으로 나누어 보고자 한다(박순열, 2010b). 특히 실천적 행위 면에서 이들은 공통적으로 일상생활 속에서 ‘작고 소소하게’ 그리고 ‘자신이 할 수 있는 선에서’ 실천적 행위를 하고 있음을 강조했다. 자신이 하고 있는 실천이 결코 대단하거나 특별한 것이 아니라 충분히 누

구나 할 수 있는 것들이며 내 선에서 할 수 있는 것들, 두루두루 눈에 보이는 것들을 실천하고 있는 모습이었다. 특히 또 다른 흥미로운 발견으로는 이러한 실천적 행위가 뭔가 새롭게 고안해서 하는 행위라기보다는 단순히 과거의 옛 어른들이 했던 방식으로 돌아가는 것이라고 생각해 결코 실천을 어렵게 생각할 필요성이 없다는 게 연구 참여자들의 의견이었다. 옛 어른들 혹은 부모님 세대에서는 당연하게 해오던 방식으로의 회귀인 것이다.

① 0 → 1 & 1 → 2

이 그룹에 속해있는 연구 참여자들은 주로 인식의 측면에서 변화가 일어난 그룹이다. 이들은 아무래도 카페라는 공간을 통해 일회용품 남용에 대한 문제를 직접적으로 체감했기 때문에 이 그룹에 속한 연구 참여자들은 주로 텀블러 사용을 주된 실천적 행위로 꼽았다. 또, 이전에는 문제로 인식되지 않았던 자신의 일상에서의 일회용품 및 플라스틱 사용이 보기에 불편해지기 시작했다는 것이 주된 인식의 변화로 나타났다. 또, 이전에는 음식점에 집에서 용기를 직접 챙겨가 돌아오는 것이 가능할까라고 의문을 품었다면 이제는 방문하려는 가게가 다회용기 사용이 필요한 곳이라면 적극적으로 다회용기를 가지고 다닐 의향도 생겼다는 변화도 주목할 만하다. 특히 정도가 1 → 2로 변화된 연구 참여자들은 나아가 분리배출을 대충 했었는데 조금 더 철저하게 하기 시작했다는 것과 텀블러와 함께 장바구니를 가지고 다니기 시작했다는 것이 눈에 띄는 실천의 변화다. 하지만, 이들은 출퇴근과 같이 바쁜 일상으로 인해 일일이 일회용품 발생의 모든 면을 신경 쓸 시간적 여유가 없기 때문에 그 이상의 실천을 행하고 있지는 않는 모습이었다. 보통의 시민들 대부분이 이 그룹에 속해있을 것으로 보이지만 이 그룹에 속해있는 다수를 결코 간과해서는 안 된다. 바쁜 일상을 살아가는 대부분의 시민들에게 일회용품 사용을 줄일 수 있는 유인을 고려해야하는데 그 시작이 매일같이 하루에 한 번씩 소비하는 커피가 실천의 물꼬를 틀 수도 있다는 것이다.

② 1 → 3 & 2 → 3

이 연구에서 가장 두드러지게 인식뿐 아니라 실천의 측면에서 생태시민성의 정도가 변화한 그룹이다. 이들은 이 카페를 방문하기 이전에 다양한 미디어를 통해 일회용품 폐기물 문제를 접해오기는 했지만 크게 문제로 인식해오지 않았던 그룹이다. 하지만 카페를 지속적으로 방문한 이후, 환경을 위해 자신이 할 수 있는 걸 안하는 것보다는 실천하면 그래도 조금은 도움이 되지 않을까라는 생각으로 실천적 행위를 시작해 그 범위가 확대된 그룹이다. 이들은 주로, 일회용품 자체를 최대한 쓰지 않으려고 하며, 배달음식을 시켜먹는 대신 집에서 주로 해 먹는 방식을 택하고 있었다. 택배도 최소화하거나 아예 이용하지 않는 쪽으로 노력하고 있었다. 또, 페트병에 담긴 생수를 사 먹어오던 것에서 물을 끓여 마시는 쪽을 선택하기 시작했다. 특히 흥미로운 지점은 연구 참여자 자신의 일터에서까지 실천의 범위를 확장시켰다는 것이다. 일터에서 사용되던 빨대를 과감하게 없애고 다회용이 가능한 작은 손가락으로 바꾸며, 음식을 배달 보낼 때 최대한 일회용품 개수를 제한해서 배달 보내는 것이 그 예다. 플라스틱 용기에 담긴 세제 대신 비누로 대체하고 플라스틱 칫솔 대신 대나무 칫솔을 이용하는 모습도 보였다. 또, 아이들 엄마인 연구 참여자는 아이들의 장난감을 보관하기 위해 양과 망을 재사용한다고도 답했다. 특히 이 연구 참여자의 경우에는 양과 망과 같이 일상에서 재사용되는 부분들을 찾는 재미가 쏠쏠하다고도 답해왔다. 또, 기존에 채식을 하던 손님들 그룹에서는 카페를 방문하기 이전에도 환경문제에 대한 인식은 있었지만 실천하는 건 텀블러를 가지고 다니는 것과 빨대를 받지 않는 것에서 그쳤는데 카페 방문 이후 실천의 폭이 훨씬 늘어났다는 점을 언급했다. 병뚜껑이나 음료가 담긴 종이팩과 테트라 팩을 잘라서 모아두었다가 자원 재순환이 가능한 곳에 가져가 휴지나 치약짜개로 바뀌오는 실천도 행하고 있었다. 한 연구 참여자는 자동차를 구매할 때 디젤 자동차가 아닌 다른 자동차를 고려한다고도 답하는 것을 통해 단순히 폐기물 문제에만 관심을 가지고 있는 것이 아님이 드러났다.

③ 3 → 3

이들은 카페를 방문하기 이전부터 인식의 정도와 실천의 정도가 뚜렷하게 나타났던 그룹이다. 실천의 측면에 있어서 이들은 기존에 환경을 위한다기 보다는 어렸을 때부터 교육받아온 혹은 자연스럽게 체화된 것들을 함으로써 미니멀한 삶의 방식을 택해온 연구 참여자들도 이에 속해 있다. 하지만, 진행하는 주기적인 행사(유어보틀워크)를 계기로 제로웨이스트와 관련한 실천방법을 많이 배울 수 있다는 점을 실천의 변화로 꼽았다. 특히 이 그룹에 속해있는 연구 참여자들은 모두 이미 동물성 식재료를 멀리하며 채식을 실천하고 있는 연구 참여자들이었다. 더불어, 새것을 소비하거나 환경에 무리가 많은 상품을 소비하기 보다는 당근마켓과 같은 중고거래를 이용하는 등 윤리적 소비를 하는 모습 역시 나타났다. 마지막으로, 이 그룹에 속한 연구 참여자 중 한명은 자신이 거주하는 집에 배란다형 미니태양광을 설치하는 모습도 발견되었다.

⑤ 3 → 1 → 2

이 그룹의 연구 참여자들은 본 연구에서 발견된 가장 독특한 유형이라고 할 수 있다. 생태시민성의 측면에서 인식과 실천의 정도가 육아라는 변곡점을 기준으로 많은 변화를 보인 연구 참여자들이다. 이들은 아이 부모가 되기 이전에는 인식의 정도와 실천의 정도가 상당히 강하게 나타났지만 육아를 하면서부터 실천의 정도가 급격하게 약해진 모습이었다. 플라스틱 컵 어택과 같은 활동을 한 적이 있으며 한 달 동안 쓰레기 관찰일기를 쓰는 등의 실천행위들을 보였지만 육아를 하면서 급격하게 실천의 정도가 약해지며 배달과 택배의 편리성에 취하는 생활을 이어왔다고 말했다. 하지만, 이들의 인식과 실천의 정도가 다시 2의 수준으로 변화될 수 있었던 계기는 아이와 보틀라운지 카페를 주기적으로 방문하게 되면서부터다. 이들은 비닐봉투를 재사용하는 실천적 행위는 꾸준히 해왔지만 아이와 카페를 방문하면서부터는 당근마켓을 적극 활용한다거

나 불필요한 과시 소비 같은 것을 줄이는 쪽으로 다시 되돌아가려는 계획을 가지고 있었다. 특히 아이가 태어나기 이전 소위 육아선배들로부터 들은 여러 가지 조언들로 인해 겁을 먹고 필요 이상으로 과도하게 육아용품(대표적인 예로, 물티슈)들을 구매했던 것을 후회하는 모습도 보였다. 카페를 방문하면서부터 다시 예전처럼 환경문제에 대해 다시 한 번 생각을 하게 되었으며 특히 어린 아기의 부모로서 이동의 제약이 있기에 일회용품 없는 카페가 동네마다 있으면 아이 부모들에게는 집을 벗어나 육아 스트레스로부터 해방할 수 있는 공간인 동시에 지속가능한 환경에도 일조할 수 있는 공간이기에 더할 나위 없이 좋을 것이라는 점도 언급했다.

위와 같이 인식하는 것을 넘어서서 실천적 행위를 하는 연구 참여자들은 모든 것을 완벽하게 실천하는 한 명이 아니라 작은 것을 실천하는 다수의 사람들이 일회용품 및 플라스틱 폐기물 문제를 해결 할 수 있을 것이라고 생각하고 있었다. 이러한 사고방식은 이들 자신이 실천할 수 있는 선에서 실천함과 동시에 어떻게 하면 지속가능한 삶을 살 수 있을지, 어떻게 하면 지구가 좀 더 지속가능할 수 있을지에 대해 고민하고 있는 모습을 발견할 수 있었다. 이를 통해, 일상에서 쉽게 마주할 수 있는 카페 공간이 한 개인을 생태시민으로서의 개인으로 변화시킬 수 있다는 유의미한 결과를 발견할 수 있다. 연구 참여자들 각자가 모두 유의미한 변화를 보인 것은 아니고 각자 단순히 이 카페를 방문하기만 한다고 해서 실천적 행위를 하게 된 것은 아니다. 하지만, 카페와 같은 일상적 공간에서 일회용 컵이 아닌 다회용 컵을 이용하는 경험만으로도 인식의 변화를 이끌어낼 수 있다. 또한 자신의 생활환경이나 자신이 거주하는 동네에 위치해있어 매일같이 오며가며 눈에 띄는 곳에 이와 같은 카페가 위치해있는 것만으로도 소비자들에게는 비록 일회용 컵 한 개일지라도 훨씬 편리하고 용이한 방법으로 일회용품 사용을 줄이는 실천을 시작할 수 있는 자극제가 된다는 점을 주목할 필요가 있다.

2. 카페와 단골손님의 관계성

1) 우리 동네 카페에서 시작되는 실천의 씨앗

Giddens(2009)는 그의 저서 『기후변화의 정치학』에서 다음과 같이 말한다. 기후위기와 같은 위험은 직접 사람의 손으로 만져지거나 피부에 닿는 것이 아니고 각자의 일상생활에서 거의 인지할 수 없는 것이기 때문에 아무리 거대하고 위협적인 위험이 닥쳐와도 대부분의 사람들은 그저 아무런 조치를 취하지 않은 채 가만히 기다리는 관망적인 자세를 취한다는 점을 지적하며 기든스의 역설(Giddens' s paradox)에 빠져있다고 말한다. 기든스의 역설은 오늘날 사회 전반에 퍼져있는데 일반 대중들은 기후위기 문제가 범지구적인 위험임을 인지하고는 있지만 이것 때문에 자신의 생활태도나 양식을 실질적으로 바꾸고 싶어 하지는 않는다는 것이다.

이러한 주장을 바탕으로 Giddens(2009)는 정치 지도자들에게 다음의 해결방안을 제시한다. 바로 사람들의 일상생활 속에서 기후위기로 인한 환경문제에 대해 관심과 주의를 이끌어내는 것에 초점을 맞춰야 한다는 것이다. 때론 직접적으로 문제의 심각성에 노출되는 것보다 간접적인 접근방법이 최상의 대안일 수 있음을 지적함에 따라 시민들로 하여금 엄격하고 딱딱한 형식의 경고나 제재보다는 일상생활에서 수도 없이 마주치는 카페 공간을 활용하여 일회용품 및 플라스틱 쓰레기 문제를 간접적으로 노출됨으로 인하여 효과적으로 생태시민성이 발현되는 매개체일 수 있다. 일상에서 매일같이 마주하는 일회용품 없는 카페 공간이 일회성으로 방문한 공간에 비해 심리적 접근성이 높을 수 있고 더불어 우리 동네에 위치해있다는 것이 물리적 접근성 또한 높일 수 있다. 이처럼 물리적 접근성 뿐 아니라 심리적 접근성도 높아야 소위 ‘그들만의 리그’에서 그치는 것이 아닌 더 많은 손님들이 이 공간을 찾고 일회용품 없는 일상을 경험함으로써 다수의 생태시민성을 함양시킬 수 있는 공간으로 발전될 수 있다.

또, 연구 참여자들로 하여금 그들의 지인에게 이 공간에 함께 방문해 이곳의 특성에 대해 소개했을 때 돌아오는 답변으로는 1차적으로 이런 카페가 집 근처에 있는 연구 참여자가 부럽다는 것이었다. 더불어 지인 자신의 동네에도 보틀라운지 같은 일회용품 없는 카페가 있었으면 좋겠다는 작은 소회를 밝히기도 했다고 한다. 이는 곧 일회용품 없는 카페가 자신의 생활환경 안에 위치하기를, 자신이 오고가는 길목에 위치해서 쉽게 이용할 수 있고 접근성이 높기를 바란다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 이러한 점을 미루어봤을 때, 소비자들은 오히려 이와 같은 가게들이 자신의 일상과 맞닿아있는 곳에 있길 바라고 있으며 일회용품을 사용하지 않는 실천적 행위를 기꺼이 시작할 의지를 가지고 있음에도 불구하고, 정책이나 개인 카페 사업자들은 이런 소비자들의 니즈를 따라가고 있지 못하고 있다. 물론 정부에서 내놓은 카페에서의 일회용 컵 보증금 제도 부활로 인해 단계적으로 카페에서 배출되는 일회용품 쓰레기양을 줄이거나 재활용을 더 용이하게 하려는 방향으로서의 시도는 분명 필요하다. 하지만 과연 이것이 실질적으로 얼마나 소비자들로 하여금 일회용 컵 사용 자체를 줄이는데 얼마나 효과적일지는 의문이다. 왜냐하면, 카페에서 단계적으로 일회용 컵을 줄여나가는 것도 중요하지만 다른 한편으로는 이미 각 자치구 혹은 동네마다 존재하고 있는 다수의 개인 카페 공간을 활용해 아예 일회용 컵을 사용하지 않는 방향으로 바뀌어나가는 방향도 함께 제안할 수 있다. 물론 개인이 운영하는 사업장인 카페는 개인 사업자가 자유로이 공간을 운영할 권리가 있다. 하지만 적어도 일회용 컵 사용을 지양하고자 하는 의지를 가진 개인사업자에 한해서는 각 자치구에서 수요를 파악한 후, 이들 개인 카페에서 다회용 컵/공유 컵으로 운영방법을 바뀌어나가도록 절차적/경제적 지원을 해주는 것이 장기적인 관점에서 비용과 환경을 위하는 방법일 수 있다.

보틀라운지와 같은 일회용품 없는 카페를 방문하고 이용하는 손님들 모두가 무조건적으로 생태시민성이 제고되고 그들의 일상 속에서 또 다른 실천적 행위로까지 확장된다는 건 결코 불가능하다. 다만, 카페를 지속적으로 찾던 이용자들이 다시 말해 연구 참여자들은 일회용품 없는 카페

를 경험함으로써 다음과 같이 환경문제 자체에 대한 인식의 변화가 일어났다. 자신과는 별개의 것으로 대하고 어렵게 느끼며 내 손을 이미 떠난 것과 같이 환경문제를 인식해왔다면 적어도 이 공간에서만큼은 자신의 일상과 맞닿아있고, 일상적으로 어차피 커피를 사 마시기 위해 찾는 공간이기 때문에 환경을 위해 자신이 무언가 따로 추가적인 시간을 들여 활동을 할 필요가 없다는 것이다. 일상적으로 찾는 카페에서 일회용 컵을 사용하지 않고 플라스틱 빨대를 사용하지 않는 작은 행위이지만 자신이 환경을 위해 일조하고 있다는 생각이 들게 하며 일회용품 폐기물 문제가 더 이상 나와 동떨어진 문제가 아닌 자신의 손 안에 들어와 있고 당장 자신의 피부에 체감이 되는 문제로 인식이 되기 때문에 일상에서 쉽게 실천을 할 수 있다는 점을 가장 큰 장점으로 꼽았다는 점이 주목할 만하다.

비단 카페를 이용하는 단골손님들의 변화만 일어난 것이 아니다. 동네에서 시작된 변화와 실천의 씨앗은 해당 카페를 넘어서서 주변의 다른 가게들로까지 긍정적인 영향을 주고 있음이 발견되었다. 앞서도 살펴봤듯 동네의 개인 카페에는 일회용 컵이 아닌 다회용 컵을 사용하는 쪽으로, 음식점에는 손님이 다회용기를 가져오는 문화가 자연스럽게 받아들여지는 쪽으로 변화하고 있다. 커피 한 잔도 배달이 가능한 한국의 배달 문화는 여전히 일회용품 사용량을 줄이지 못 하게 하는 큰 장애물로 남아있다. 하지만 앞선 연구 참여자들의 장소감 형성 결과를 바탕으로 ‘일상적 실천’, ‘동네’, ‘어렵거나 불편하지 않은 방법’에 초점을 맞추어 자치구 혹은 더 작은 단위의 동네를 기반으로 일회용품 사용을 줄여가거나 아예 다회용기를 이용하는 것이 기본인 가게들이 늘어난다면 이것이 새로운 문화로 형성될 가능성은 얼마든지 내포하고 있는 것으로 기대한다. 이러한 개인 사업자들의 변화를 이끌어내기 위한 것은 소비자의 자발적인 실천도 중요하지만 분명 제도적인 뒷받침이 함께 수반되어야 한다. 이미 발생한 일회용품 폐기물을 잘 분리배출 했고, 분리수거를 해서 어느 정도의 재활용을 했다고 내세우는 것은 이미 시대에 뒤떨어진 사고방식이다. 개인 시민이 혹은 개인 사업자가 자치구로 일회용품 사용

자체를 줄일 수 있는 아이디어나 사업을 공모해줄 때까지 기다리는 방법만으로는 부족하다. 일회용품 사용을 줄이고 싶어 하는 개인 소비자 혹은 개인 사업자들을 위해 먼저 선제적으로 관련 정책을 수립하거나 예산을 책정하는 것이 필요한 시점이다.

2) 개인을 넘어선 공동체로: 공동체의식(companionship)

앞서 살펴보았듯 연구 참여자들은 이 카페를 단순한 카페 공간으로 인식하는 것을 넘어서서 개인적으로 그리고 사회적으로 유의미한 장소로 인식하며 장소에 대한 정서적인 유대감을 가지고 있음을 발견할 수 있다. 이들에게 일회용품 없는 카페 بوت클라운지는 일상적 실천의 길잡이이자 배움의 장이며, 주변 가게들로 선한 영향력을 확산시키고 있는 일종의 리더이며, 연희동뿐만 아니라 동네마다 하나씩 있기를 바라는 곳이다. 하지만 앞선 박소람·김영기(2020)의 연구에서처럼 특히 프랜차이즈 카페를 장소가 아닌 약한 연결성을 가진 비-장소로 인식하는 손님도 분명 존재한다. 이들은 카페를 방문하면서 카페 공간과 단지 계약적 관계로만 연결되어있을 뿐 다른 이용자들이나 공간과 관계성을 갖지 않고 개인의 정체성을 확보한 채 지역 또는 사회와 약한 연결을 형성하는 장소로 인식한다(박소람·김영기, 2020). 앞서 연구에서 살펴 본 손님 유형 중 개별 손님들 중에서는 충분히 위와 같이 카페 공간과 약한 연결성을 가진 손님들도 존재할 수 있다. 하지만 생태시민성을 이론적 논의에 그치는 것이 아닌 생활세계에서 적극 활용되기 위해서는 집단에의 참여 그리고 생태시민성의 사회적 관점을 고려하지 않을 수 없다(조미성·윤순진, 2016). 특히 생태시민성은 개인 단위의 실천적 행위에서보다는 집단에서의 상호작용 및 네트워크 형성과 참여를 통해 발휘되기 쉽기 때문이다(Latta, 2007; 조미성·윤순진, 2016 재인용). 또, 박희제·허주영(2010)의 연구에 따르면 개인의 환경의식이 집합적 환경행동으로는 전환되지 못하고 있는 점을 지적했는데 집합적 환경행동으로의 전환을 위해서는 일회용품 없는 카페와 같은 일상적 공간이 그 역할을 할 수 있을 것으로

보인다. 개인이 운영하는 카페가 일종의 직·간접적인 공론장으로 활용되는 것이다.

이러한 관점에서 보틀라운지 카페는 차별 없는 가게로서 반려동물 동반 손님, 채식주의자 손님, 아이 동반 손님 등 다양한 손님을 한 공간 안에 모이게 함으로써 자신과 비슷한 관심사를 가지거나 비슷한 생활패턴을 가지고 있는 손님들끼리 대화를 나누고, 네트워크를 형성하는데 훨씬 용이하게 만들었다. 비슷한 관심사를 가진 손님들끼리의 상호작용은 자연스럽게 공동체를 형성해 이들의 생태시민성을 더욱 굳건하게 만들고 공동체 활동을 이끌어낼 수 있다는 가능성을 보여주었다.

특히, 반려동물이라는 공통점을 가진 손님들 사이에서는 더욱 강한 공동체의식이라는 연결성을 발견할 수 있었다. 보틀라운지 카페가 반려동물도 함께할 수 있는 차별 없는 가게였기 때문에 인근에 거주하는 주민들 중 반려동물과 함께 살고 있는 손님들은 이곳으로 자연스럽게 모였다. 앞선 이 연구의 연구 참여자 목록 및 특성에서도 볼 수 있듯 카페를 상대적으로 빈번하게 찾는 손님들은 반려동물과 함께 이 공간을 찾는 손님들이다. 이들은 반려견과 함께 동네를 산책하다가 자연스럽게 카페로 들어온다. 반려견들의 산책경로에 보틀라운지는 늘 기본값으로 포함되어 있기 때문이다. 반려인 손님들이 데리고 들어오는 경우도 있지만 반려견들이 이곳으로 이끄는 경우가 많다. 반려견이라는 공통점을 가진 반려인 손님들은 자연스럽게 대화의 물꼬가 트고 반려견에 대한 이야기로 대화가 이어진다. 그렇게 반려견과 함께 이 공간을 찾는 반려인 손님들은 이 공간에 자주 모이게 되고 반려견을 동반하지 않은 손님들에 비해 더 끈끈한 유대관계를 맺게 된다. 반려견을 동반하는 손님들의 표현에 따르면 이 공간이 ‘동네의 사랑방’ 역할을 한다는 것이 주목할 만하다. 동네의 사랑방이자 그들의 안식처가 되는 이 공간은 그들로 하여금 더 자주 이 공간을 찾게 하고, 더 자주 다른 반려인 손님들과 만나고 일상적인 대화를 나누며 자연스럽게 카페를 자주 찾는 단골손님이 된다.

더불어 그들은 ‘공동쓰줍’이라는 쓰레기 줍기 모임을 일주일에 한번씩 갖는다. 보틀라운지 카페 인근이자 동네의 뒷산 중 하나인 공동공

원은 반려견의 산책코스로도 유명하다. 반려인인 동시에 이 동네의 주민이기도 한 그들은 자발적으로 함께 공원에 일주일에 한 번씩 모여 반려견을 데리고 공원에 버려진 쓰레기 줍기를 한다.

이 공간을 찾는 손님은 누구나 생태시민성이 함양될 수 있는 가능성을 가지고 있으며 일상 안에서 자신이 할 수 있는 것부터 실천해 나가는 개인이 될 수 있다. 나아가 반려동물과 함께 살아가거나 채식을 하거나 아이를 키우는 부모와 같이 특정한 공통점을 가진 사람들과 만남으로써나 혼자가 아닌 여럿이서 함께 이 문제를 직시하고 함께 해결책을 찾고자 일상에서 일회용품 사용을 지양하는 동료의식 또는 공동체의식(companionship)을 갖게 된다.

여기에서 연구자가 강조하고 싶은 것은 이 공간을 찾는 모든 손님들이 공동체의식을 가질 필요도, 그럴 수 있는 가능성도 현저히 낮다. 다만 비슷한 공통점이나 성향을 가진 손님들이 자신의 일상과 맞닿아 있는 공간에서 모이고 만나며 정보를 공유하는 장으로서의 역할을 보틀라운지가 하고 있으며 할 수 있다는 것이다. 반려동물을 동반한다는 공통점을 가진 손님들이 반려동물이라는 1차적 공통점을 바탕으로 보틀라운지에 한데 모임으로써 그들의 2차적 공통의 관심사는 일상에서 발생하는 쓰레기로도 확대되는 양상이었다.

또 다른 공동체의식을 가지는 손님 유형으로는 채식하는 손님들이다. 연구 참여자 목록 및 특성에서도 발견할 수 있듯 연구 참여자 중 채식의 단계나 정도는 조금씩 다르지만 채식주의자 손님들은 7명에 이른다. 위에서도 언급했듯 이 카페는 차별 없는 가게로서 채식주의자 손님들을 위한 대안이 준비되어 있는 공간이다. 채식하는 손님들은 대부분 채식은 시작으로 환경문제로까지 관심이 이어지는 경험을 한다. 이들에게는 채식이 마련된 음식점이나 카페는 당연히 환경도 함께 고려하며, 반려동물도 배려하는 공간일 것이라는 기본적 인식을 가지고 있다. 서로 채식에 대한 정보를 공유함에 따라 보틀라운지 장소에 높은 정서적 유대감이 형성되다 보니 이들은 자연스럽게 환경문제에 대한 정보에 대해서도 접하고 또 다른 채식주의자들과 정보를 교류한다. 이처럼 공통의 관

심사를 가진 손님들이 한 공간에서 지속적인 만남을 통해 환경문제를 함께 고민하고 실천할 수 있는 동기부여, 또 실천하는 데서 오는 무기력감을 극복할 수 있는 자극제로서 네트워크성에 기반 한 공동체의식이 발현된다.

3) 그들만의 리그가 되지 않기 위하여

일회용품 사용 총량 자체를 줄이기 위해 개인 소비자들의 실천에만 기대는 것은 안이한 생각이다. 보틀라운지는 일회용품 없는 카페를 지향함으로써 당연히 카페를 찾기 이전부터 환경의식이나 생태의식이 높았던 소비자들이 찾을 가능성이 높다. 환경문제의 심각성을 인지하고 이를 위해 생활 속에서 자신이 할 수 있는 선에서 실천적 행위를 하고 있는 시민들도 점차 늘어가고 있는 추세지만 여전히 그렇지 않은 개인들의 수가 훨씬 많다. 이는 다시 말해, 자발적으로 실천적 행위를 하고 있는 개인들만의 리그로 전락할 수도 있다는 얘기다. 하지만, 더 이상 일회용품 및 플라스틱 폐기물을 감당할 수 있는 매립지는 현실적으로 확보가 어려워지고 있는 상황에서 일회용품 사용을 줄이자는 공익성 캠페인만으로 과연 이 상황을 대처할 수 있을지 의문이다. 특히 연구 참여자들 중, 개인의 실천을 넘어서서 제도적·정책적 변화가 수반되어야 함을 꼽는 연구 참여자들이 있었다. 사회구조적 변화가 필요한 부분이 분명히 있으며 개인의 실천만으로는 지금의 일회용품 폐기물 문제를 해결하는 데 한계가 있음을 지적했다. 생태시민성의 관점에서든 단순히 개인의 실천만이 아니라 기업이나 정부의 정책적 책임과 의무가 뒷받침되어야 한다. 규제의 필요성에 대해서는 연구 참여자들의 면담 과정에서도 다음과 같이 제기되었다.

“닷페이스(face)영상 보고 든 생각인데 저유가시대 때문에 재활용하는 것보다 새로 석유에서 추출한 원재료로 그런 플라스틱 용기를 만들어내는 게 더 싸다고 들었어요. 저런 경제적 이유로 따질 게 아니라 정부에서 기업에다가 무조건 강제적으로 재활용 한 용기를 쓰게끔 하면 문제될 게 없을 것 같은데 그런 걸 하지 않

“으니까 그런 일이 발생하는 거죠. 제가 아는 범위에서는 그래요. 그래서 좀 더 강력하게 기업한테 그런 역할을 어느 정도 부여해야 되지 않을까 생각해요.”
(Chearth)

“관련된 캠페인 같은 것 참여했던 적도 있으니까요. 인스타그램 보면서 요즘 화장품용기 어택 같은 것도 하던데. 그런 식으로 좀 빨리 제도적·구조적으로 바뀌어 나가는 게 중요하지 않을까 해요. 저희도 원래 실천하던 사람들인데 한 번에 실천이 무너지는 걸 보면 그런 게 확실히 필요하지 않나 생각이 다시 들더라고요.”
(지구)

“진짜 현실적으로 요식업 하는 가게에서 배달 나갈 때 일회용기 수를 제한하는 거죠. 그거라도 차라리 조금씩이라도 하면 많이 줄일 수 있잖아요. 불필요한 것 안 나가게 되고, 꼭 필요한 것만 주문하게 되고. ... 그게 제도적으로 바뀌어야 하고 제도적으로 규제를 딱 해야지 안 그러면 그걸 스스로 지킬 수 있는 가게가 몇이나 되고, 스스로 지킬 수 있는 사람이 몇이나 되겠어요.” (이화)

“이게 나 혼자 하는 게 아니라 정치인 누군가가 정말로 뉴딜정책에 관심이 있고 이거를 정치적·제도적으로 바꾸는 데 관심 있는 사람을 지지해줘야겠다. 그렇지 않으면 개인으로 하긴 힘들다고 생각했어요. ... 왜 자꾸 개발도상국처럼 굴지? 이미 사람들의 교육환경이나 생활습관이나 이런 생각하는 부분들은 선진국 반열에 거의 왔는데 왜 선진국으로 가지 못하지? 이런 느낌이 계속 있어요.” (Abby)

“내가 혼자 바꾸려고 해서 되는 것도 아니고 그런 시스템이랑 제도적인 부분 이런 것들이 사회가 같이 가져야 하는 게 있잖아요. 그래서 이런 보틀라운지 같은 곳에서 하는 활동들도 공공에서 좀 같이 밀어줬으면 좋을 텐데 하는 생각도 들고요.” (소라)

물론, 동네 단위의 주민들이 자발적으로 선한 영향력을 이어 받아 실천으로 옮기는 사례도 존재한다. 앞서 4장에서 언급했듯 서대문구 가좌 지역 생활상권 기반사업 추진위원회는 주민들로 구성된 위원회인데 이들은 가좌지역의 생활상권 기반사업 중 하나로 남가좌2동 길을 중심으로 한 카페들로 하여금 연합하여 보틀팩토리에서 제작한 ‘리턴 미’ 공유 컵을 매입해 일회용 컵 대신 다회용 컵에 음료를 제공하고, 연합한 카페 어디에서든 대여와 반납이 가능하도록 했다. 이 사업은 주민들이 주도적

으로 모이고 기획을 해 실행한 것으로 지역의 좋은 사례가 다른 사업장으로 확산된 모습이다. 이처럼 동네의 주민 혹은 개인 사업자들이 자발적으로 다회용 컵 사용으로 전환시키기 위해 직접 사업을 고안하는 사례도 있다. 남가좌2동의 사례처럼 시민들이 먼저 직접 문을 두드리고 실천을 행하기도 하지만, 지역구별로 선제적으로 다회용 컵/공유 컵으로 전환하려는 개인 사업자가 있지는 않은지 수요조사를 할 필요가 있다. 일회용 컵 사용을 지양하고 싶은 개인 사업자가 분명 존재하지만 당장의 수익적인 부분에 대한 걱정이나 다회용 컵으로 전환하기 위한 비용부담으로 인해 실천으로 옮기고 있지 못할 수 있기 때문이다. 이러한 개인 사업자들을 지원하기 위한 제도적 뒷받침이 이루어진다면 훨씬 많은 가게들에서 다회용 컵을 대여하고 반납하는 문화가 신속하게 정착될 수 있을 것으로 보인다. 환경부에서 진행하는 일회용 컵 보증금 제도의 부활에만 기댈 것이 아니라 낮은 단위의 행정지역 단위에서의 일회용품 폐기물을 줄이는 제도적 뒷받침이 필요한 것이다. 이와 더불어 정부 단위에서는 계속해서 새롭게 만들어지고 있는 일회용품 제조업과 다른 국가에 비해 상대적으로 많은 수의 음식점 자영업 배달에서 발생하는 일회용품을 대응하기 위해 다회용기 세척 서비스의 이용을 적극 권장하는 것이 필요한 시점이다.

VII. 결론

1. 연구 요약과 함의

2020년 코로나19 대유행으로 인한 사회적 거리두기로 인해 집에서 주로 생활하거나 온라인을 통한 소비생활이 급격하게 늘어남에 따라 일회용품 및 플라스틱 폐기물 문제가 사회적으로 뜨거운 감자다. 지구도 사람도 관리할 수 있고 감당할 수 있는 수준을 이미 넘어서버린 폐기물 양으로 인해 정부나 기업, 시민단체 각계에서는 일회용품 사용을 줄이기 위한 다양한 시도들이 이뤄지고 있다. 예를 들어, 환경부에서 진행하고 있는 고고챌린지와 그린피스의 용기내 캠페인이 그 예다. 이마트와 아모레퍼시픽은 내용물을 소분해서 구매할 수 있게끔 일부 지역과 지점에 리필스테이션을 설치했다. ‘포장재 없는 가게’ 인프라 및 제도를 마련하기 위한 국회토론회가 열리기도 했다. 이처럼 당장 눈앞에 닥친 쌓여만 가는 폐기물 문제의 심각성을 인지하고 사회 전반에서는 다양한 논의와 시도가 오가고 있지만 폐기물 양에는 큰 변화가 없다.

실질적으로 폐기물의 총량을 줄이기 위해서는 시민들의 일상과 굉장히 가까이에 있으며 맞닿아있는 부분들에서부터 시작되어야 한다. 한국은 연간 커피 소비량이 세계에서 다섯 손가락 안에 꼽힐 만큼 방대하다. 그만큼 길거리를 걸어 다니다 보면 쉽게 발견할 수 있는 쓰레기 중 하나가 다 마신 일회용 컵이다. 특히 여름이면 투명한 일회용 컵에 플라스틱 빨대가 꽂힌 채 버려진 컵이 더 쉽게 목격된다. 하루에 서울 소재 카페에서만 버려지는 일회용 컵의 양을 얼마나 될까. 추산을 하고 있지도 않을뿐더러 추산할 수도 없을 만큼 재활용 선별장으로 쏟아져 내린다. 문제는 일회용 컵이 재활용되지 않는다는 것이다. 따라서 단순히 일회용 컵 사용에 대한 보증금 제도를 통해 사용을 억제할 것이 아닌 이제는 사용량 자체를 절대적으로 줄여야 할 때이기에 이 연구에서는 일회용품 없는 카페에 주목했다. 다회용 컵을 사용하며 일회용품 없는 카페 공간을

지속적으로 방문하는 손님들로 하여금 이들의 생태시민성 발현에 긍정적인 영향을 줄 수 있지는 않을지, 영향을 준다면 어떤 변화가 나타나는지를 구체적·실증적·경험적 증거를 바탕으로 한 질적 연구를 진행했다.

특히 연구현장으로 선정된 보틀라운지는 우리 동네 쓰레기 문제를 다양한 사람들과 논의할 수 있는 N개의 공론장, 일회용 포장재 없이 식료품 등을 구매할 수 있는 채우장, 동네의 주변 가게들이 동참하는 유어보틀워크를 통해 일회용품 사용을 줄이는 게 왜 필요한지, 그리고 일회용품 없는 일상이 결코 불편하지 않은 경험으로 인식하게 했다. 사회적으로 굉장히 뜨거운 감자로 떠오른 일회용품 쓰레기 문제 해결을 위해 공공이 할 기능을 사적 공간인 보틀라운지에서 이미 굉장히 적극적으로 실행하고 있는 점을 미루어 볼 때 기존 서울 시내에 운영 중인 개인 카페들을 공공부문에서는 어떻게 하면 환경을 생각하는 카페로 운영방법을 전환시킬 수 있을지, 이들을 어떤 형식으로 지원해줄 수 있을지를 고민해 봐야 할 시점이다.

개인사업장에서 어떤 운영방법을 취할지는 각 가게의 사장님들이 결정할 문제이지만 적어도 기존의 개인이 운영하는 카페들 중 보틀라운지 처럼 일회용품 없는 카페로 변화시킬 의도가 있는 카페들을 대상으로 그 시작을 함에 있어 홍보할 수 있는 비용이나 ‘리턴 미’ 공유 컵 마련을 위한 비용을 지원해주는 역할을 한다면 서울 시내 곳곳에 널려있는 개인 카페들로 하여금 일회용품 사용을 지양하는 카페로 운영방법을 바꾸는데 진입 장벽을 낮출 수 있을 것이다. 또, 공공에서는 비용을 들여 일회용품 사용을 하지 않는 새로운 공간을 만드는 것보다 이미 기존에 있는 개인 카페 공간을 활용하는 편이 시민들의 물리적·심리적 접근성을 높이는 동시에 따로 공간 마련을 하지 않아도 된다는 점에서 공공부문에서는 비용을 훨씬 절약할 수 있어 긍정적으로 작동할 것이라 기대된다.

이 연구는 이전에 선행된 연구에서와 같이 일부러 별도의 시간을 투자해 생태관련 프로그램이나 양성과정을 참여함으로써 형성되는 장소감이나 생태시민성이 아니라 누구나 어려움 없이 일상과 맞아있는 공간을 통해 생태시민성의 발현 및 제고될 수 있음을 관련 행위자들과의 만

남을 통해 자료를 수집하고 분석한 경험적 연구를 통해 입증했다는 점에서 이 연구의 의의가 있다. 물론 연구 참여자들마다 변화된 생태시민성의 정도나, 실천적 행위의 정도에는 차이가 있었지만 이들이 보틀라운지에 지속적으로 노출됨으로써 직·간접적으로 생태시민성 형성에 영향을 받고 있음이 드러났다. 매일 바쁜 일상으로 인해 환경을 위한 실천적 행위를 하는 것은 현실적으로 어렵다는 대중들이 굳이 시간을 따로 들이거나 정해진 장소에 찾아가는 추가적인 노력을 들일 필요 없이 일상적으로 찾는 동네 카페 공간을 지속적으로 방문함으로써 장소감이 형성되어 한 명의 생태시민으로서 환경문제에 대한 인식을 제고하고 나아가 일회용품 사용을 지양하는 실천적 행위로 이어질 수 있음을 보여주었다는 데 이 연구의 의의가 있다.

2. 연구의 한계와 후속연구 제언

이 연구는 수적으로 더 다양한 연령대의 손님들이나 더 다양한 손님들과 면담을 진행하지 못한 것에 한계가 있다. 카페의 특성 상 주로 20대와 3,40대에 이르는 손님들이 지속적으로 카페를 찾는 현상을 발견할 수 있었는데 이 때문에 상대적으로 5,60대 혹은 그 이상의 연령층의 손님들이 연구 참여자에서 누락되어 다양한 연령대를 다루지 못한 측면이 있다. 물론 연구자가 연구현장에서 적극적 참여관찰을 하는 동안 더 높은 연령대의 손님들도 간혹 보이기는 했으나 그들이 이 카페를 지속적으로 방문하고 있지는 않은 것으로 보여 다양한 연령대의 손님들의 이야기를 들어보지 못한 것이 이 연구의 한계라고 볼 수 있다.

이와 더불어 더 다양한 유형의 손님들 예를 들어, 단골손님이지만 단골손님으로서의 정체성을 강하게 드러내지 않는 손님들을 많이 만나보지 못한 것 또한 한계라 할 수 있다. 앞서도 언급했듯 이 연구는 장소로서의 카페에 주목을 했으며, 단골손님들이 일회용품 없는 카페와 자신 사이에 강한 관계성을 가진 점을 주목해 이것이 이들의 생태시민성 형성에도 정의 관계에 놓여있을 것이라는 가정에서 연구하였다. 하지만 현대

도시에서의 카페를 찾는 이용자들 중에는 카페를 공간 또는 비-장소로서 카페와 자유롭게 관계 맺기도 하고 단절하기도 하는 이용자들이 분명 존재하기에 이처럼 카페를 비-장소로서 인식하고 이용하는 손님들도 생태시민성 형성 및 함양이 가능할지에 대해서는 연구가 충분히 이루어지지 못해 후속 연구가 이루어질 필요가 있다.

또, 이 연구는 보틀라운지 카페 한 곳을 대상으로 한 단일사례연구다. 보틀라운지처럼 일회용품을 사용하지 않는 카페는 서울 시내에 많지는 않지만 몇 곳이 존재한다. 이처럼 일회용품을 사용하지 않는 카페임은 동일하지만 조금씩 결이 다른 여타의 일회용품 없는 카페들을 다루지 못해 비교분석이 이루어지지 못한 점과 단일사례 연구 결과가 보편성을 확보하기 어렵다는 점이 한계다. 이러한 한계들을 바탕으로 전국적으로 위치하고 있는 일회용품 없는 카페 또는 제로웨이스트 카페를 대상으로 카페를 찾는 손님들 특성 및 생태시민성의 발현 정도에 대한 비교연구가 후속연구로 이루어진다면 일회용품 없는 카페가 수적으로 더 보편화되는 데 기여할 것으로 기대한다. 이와 더불어, 일회용품 없는 카페에 대한 환경경제학 분야에서의 수익성을 분석하는 연구가 후속연구로 이뤄진다면 일회용품을 사용하지 않고도 충분히 사업성/수익성 측면에서 일반 다른 카페들과 다를 바 없이 운영이 어렵지 않을 수 있음을 확인할 수 있을 것으로 기대한다.

참 고 문 헌

[논문 및 자료집]

- 고재경, 김동영, 예민지, 최민애(2020), “코로나19 위기, 기후위기 해결의 새로운 기회”, 「이슈&진단」, 1-25.
- 권영락·황만익(2005), “장소감의 환경교육적 의의”, 「환경교육」, 18(2), 55-65.
- 김덕현(1996), “제4장 장소성과 장소구축”, 「사회과학연구」, 14(1), 61-83.
- 김미윤(2015), “어떻게 시민이 되는가: 은평의 경험”, 수원시평행학습관 (편). 패러다임의 전환: 일상에 만나는 시민교육 (2015 시민교육 심포지엄 자료집, pp. 45-63). 수원: 수원시평생학습관.
- 김민성·윤옥경(2013), “장소감 측정도구의 개발과 적용: 초등학생의 성별 차이를 사례로”, 「한국지리환경교육학회지」, 21(2), 17-28.
- 김민호(2016), “시민성 학습의 일상화”, 「평생학습사회」, 12(3), 1-28.
- 김병연(2011), “생태 시민성 논의의 지리과 환경 교육적 함의”, 「한국지리환경교육학회지」, 19(2), 221-234.
- 김성환(2019), “공간에서 다시 장소로: 근현대 공간론의 한 가지 흐름”, 「철학탐구」, 56, 29-54.
- 김소영·남상준(2012), “생태시민성 개념의 탐색적 논의”, 「환경교육」, 25(1), 105-116.
- 김찬국(2013), “특집논문: 생태시민성 논의와 기후변화교육”, 「환경철학」, (16), 35-60.
- 김혜진(2018), “초등 지리교육에서 재현된 장소감 내용 분석”, 「한국지리학회지」, 7(3), 275-287.
- 김희경(2012), “생태시민성 관점에서 본 에코맘과 교육적 함의”, 「시민교육연구」, 44(4), 55-75.
- _____ (2018), “우리나라 생태시민성의 특성 탐색을 위한 경험적 연

- 구” , 「 환경교육 」, 31(1), 23-34.
- 박순열(2010a), “생태시티즌십(ecological citizenship) 논의의 쟁점과 한국적 함의” , 「 환경사회학연구 ECO 」, 14(1), 167-194.
- _____(2010b), “한국 생태시티즌십(ecological citizenship) 인식유형에 관한 경험적 연구” , 「 환경사회학연구 ECO 」, 14(2), 7-52.
- _____(2019), “생태시티즌십: 생명과 자유를 구현하는 새로운 시민의 모색” , 「 환경사회학연구 ECO 」, 23(2), 67-98.
- 박명화·남상준(2017), “일상공간에서의 어린이의 장소감: 정서적 측면을 중심으로” , 「 한국지리환경교육학회지 」, 25(2), 41-57.
- 박홍주(2013), “지역민의 삶과 곳, 그리고 새로운 단골관계 형성에 기여할 예술과의 접점 찾기” , 「 비교민속학 」, 51, 171-206.
- 박희제·허주영(2010), “친환경행동의 결정요인과 구조” , 「 환경정책 」, 18(1), 1-26.
- 윤건수(2008), “질적 연구의 다양성과 공공조직 연구의 확장” , 「 한국조직학회보 」, 5(3), 163-198.
- 이병천(2003), “상탈 무폐, 시티즌십이란 무엇인가” , 「 시민과세계 」, (3), 374-378.
- 이석환·황기원(1997), “장소와 장소성의 다의적 개념에 관한 연구” , 「 국토계획 」, 32(5), 169-184.
- 이영철(2006), “사회과학에서 사례연구의 이론적 지위: 비판적 실재론을 바탕으로” , 「 한국행정학보 」, 40(1), 71-90.
- 이유진(2010), “함께하는 녹색생활: 살아 움직이는 우리 동네 환경교육 공간” , 「 도시문제 」, 45(496), 48-51.
- 조미성·윤순진(2016), “에너지전환운동 과정에서의 생태시민성 학습: 서울시 관악구 에너지자립마을에 대한 질적 사례 연구를 바탕으로” , 「 공간과사회 」, 26(4), 190-228.
- 조영남(2001), “질적 연구와 양적 연구” , 「 초등교육연구논총 」, 17(2), 307-329.
- 조용환(2011), “질적 연구논문의 작성과 평가” , 서울: 서울대학교 교수

학습개발센터.

- _____ (2012), “교육인류학과 질적 연구”, 「교육인류학연구」, 15(2), 1-21.
- 조철기(2016), “새로운 시민성의 공간 등장: 국가 시민성에서 문화적 시민성으로”, 「한국지역지리학회지」, 22(3), 714-729.
- 최현(2003), “시민권, 민주주의, 국민-국가 그리고 한국사회”, 「시민과 세계」, (4), 347-367.
- Dobson, A.(2006), “Ecological citizenship: a defence”, *Environmental Politics*, 15(3), 447-451.
- Gill Seyfang(2005), “Shopping for sustainability: Can sustainable consumption promote ecological citizenship?”, *Environmental Politics*, 14(2), 290-306.
- Jagers, Sverker C.(2009), “In search of the ecological citizen”, *Environmental Politics*, 18(1), 18-36.
- Latta, P.A.(2007), “Locating democratic politics in ecological citizenship”, *Environmental Politics*, 16(3), 377-393.

[단행본]

- 조용환(1999), 「질적연구: 방법과 사례」, 서울: 교육과학사.
- 조철기(2020), 「시민성의 공간과 지리교육」, 서울: 푸른길.
- Barry, J.(1999), *Rethinking Green Politics*, Sage, London, New Delhi.
- Beck, U.(1996), *The Reinvention of Politics: Rethinking Modernity in the Global Social Order*, Blackwell Press, 문승홍 역, 1998, 정치의 재발견, 서울: 거름
- Carter, N.(2001), *The politics of the Environment: Ideas, Activism, Policy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Dobson, A.(2003), *Citizenship and the Environment*, Oxford University

Press.

- Giddens, A.(2009), *The Politics of Climate Change*, 홍유희 역, 서울: 에코리브르
- Massey, D.(2016), *For space*, 박경환, 이영민, 이용균 공역, 서울: 심산
- Relph, E. C.(1976), *Place and Placelessness*, London, Pion.
- Stake, Rober E.(2006), *Multiple case study analysis*, New York, NY: The Guilford Press.
- Tuan, Yi-fu.(1975), Space and Place: Humanistic Perspective, In *Progress in Geography* 6. London: Edward Arnold.
- Wolcott, H.(1992), Posturing in qualitative Inquiry. In M. LeCompte. W. Millroy & J. Preissle (Eds). *The Handbook of Qualitative Research in Education* (pp. 3-52). New York: Academic Press.
- _____ (1994), *Transforming qualitative data: Description, analysis, and interpretation*. London: Sage
- Yin, Robert K.(2005), 「 사례연구방법 」, 3rd ed., 신경식, 서아영 공역, 서울: 한경사.

[인터넷 뉴스기사]

- 그린포스트코리아, “플라스틱 더 줄일 수 있나? ‘스벅’에서 본 카페 환경학” , 2020.10.02.,
<http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=121972>
- 그린포스트코리아, “[줄여야 산다 #일회용컵 ②] 일회용컵은 재활용 잘 될까?” , 2021.08.04.,
<http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=129704>
- 동아일보, “[단독] ‘집콕 쓰레기’ 산더미... 작년 택배상자 사용량 21% 늘어 33억개” , 2021.03.23.,

<https://www.donga.com/news/article/all/20210323/106026482/1>

스카이데일리, “채찍뿐인 일회용 컵 사용 규제... 영세업체 곡소리”,
2019.09.04.,

https://www.skyedaily.com/news/news_view.html?ID=88186

중앙일보, “씩는데 500년 골칫덩이 아이스팩 6만개 재활용한 제천시”,
2021.05.24., <https://mnews.joins.com/article/24064951#home>

한국경제, “대한민국 커피점 90%, 7만5520곳이 ‘동네 카페’”,
2020.07.13.,

<http://newslabit.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=202007099677G>

[온라인]

환경부, “불필요한 플라스틱 줄이기 다짐, 열기를 더하다” 보도자료,
2021.03.29.,

<http://me.go.kr/home/web/board/read.do?boardMasterId=1&boardId=1441790&menuId=286>

환경부, “[#일회용컵보증금제도#공익광고] 일회용컵 다시 써! 프라이즈” 홍보영상, 2021.03.31.,

<http://www.me.go.kr/home/web/board/read.do?menuId=10173&boardMasterId=53&boardCategoryId=&boardId=1442290>

부 록

[연구 참여자 면담질문지]

I. 카페에 대한 질문

1. 이 카페를 얼마나 자주 방문하는지? 카페 단골손님이 된지는 얼마나 되었는지?
2. 이 카페를 어떻게 처음 방문하게 되었는지? (방문하게 된 동기)
3. 왜 이 카페를 지속적으로 방문하게 되었는지? 왜 여타의 다른 많은 카페 대신 이 곳을 계속 찾는지?(단골손님이 된 이유)
4. 이 카페의 운영방식(노웨이스트)을 처음 접했을 때 어떠했는지?
5. 이 카페의 운영방식에 대해 어떻게 생각하는지?
6. 누군가를 만나야 할 일이 있으면 이 카페를 방문하는지? 함께 동반한 손님에게도 영향을 준 적이 있는지?
7. 이 카페를 다른 사람(주변 지인, 가족, 친척)에게 소개해줬는지? 대화의 소재가 된 적이 있는지?
8. 카페에서 진행하는 채우장, 유어보틀워크, N개의 공론장 등 특별한 행사가 있을 때 직접 참여해 본 경험이 있는지? 있다면 어떻게 생각하는지?

II. 장소감의 변화

1. 이 카페에 지속적으로 방문한 이후 이 카페에 대한 이미지나 생각이 변화된 부분이 있는가?
2. 이 카페에 지속적으로 방문한 후에 이 카페에 대한 관심이나 애착이 바뀌었다고 생각하는가?

III. 환경인식과 행위의 변화

1. 카페를 방문한 후에 환경에 대한 생각에 변화가 있었는지?
2. 카페를 방문한 후에 일상생활에서 자신의 친환경적 행위에 변화가 있었는지? 있었다면 구체적으로 어떤 변화가 있는지? 그렇지 않다면, 그 이유는 무엇인지?
3. 이 카페에서만 아니라 다른 곳에 갔을 때도 노웨이스트를 실천하고 있는지?
4. 환경인식이 제고되고 행위의 변화가 생긴 것이 구체적으로 어떤 게 계기

로 작용했는지? (e.g. 단순히 이 카페를 방문해서인지? 아니면 카페에서
진행하는 특별한 행사를 경험해서인지? 아니면 카페를 방문하면서 자연스
럽게 카페 사장님의 운영방법을 경험하게 되면서부터인지?)

[연구 참여자 면담예시]

2020년 11월 11일 오후 2시 32분 ~ 오후 3시 15분

(중략)

연구자: 여쭙보고 싶었던 거는 처음에 보틀라운지에 어떻게 방문하시게 됐는지
요.

보리하미누나: 제가 비건 시작하고 나서 여기 홍대 근처 살면서 망원동, 연희,
합정에 갈 때마다 비건 카페 검색해서 가거든요. 그런데 여기는
두유 변경한 카페가 있다고 해서 갔는데 그 날이 휴무였던 거예
요. 그래서 그 자리에서 근처 카페를 검색하는데 보틀라운지가
플라스틱 없는 가게, 일회용품 없는 가게로 같이 검색되더라고요.

연구자: 아, 슬로건이.

보리하미누나: 네네. 여기 두유 가능한지 모르겠지만 웬지 환경 생각하는 곳은
꼭 비건 선택이 가능한 것으로 이어지는 것처럼 비건 하는 곳에
서 일회용품 신경 써서 쓰듯이 여기 카페도 두유 선택이 가능할
것 같다고 생각하고 왔는데 비건 디저트도 있고 두유 변경도 되
어서 그렇게 처음 오게 된 것 같아요.

연구자: 아, 두유 옵션을 찾다가. 혹시 저 포스터 보셨나요?

보리하미누나: 아, 저게 뭐예요?

연구자: 저거 두유 지도 그리는데 프로젝트거든요. 저거 참여해보시면 좋을 것 같
아요.

보리하미누나: 아, 두유 변경이 가능한 카페를.

연구자: 네, 만약에 카페를 갔는데 두유 옵션이 없다면 챌린지 형식으로 두유
옵션 추가해주실 수 있는지 한번 씩 말하면 그걸 인증하고 인스타그램
에 해시태그 기입해서 올리는 거예요. 두유 선택이 가능한 곳은 두유
지도로 QR코드를 찍어서 등록하는 거거든요.

보리하미누나: 저거 진짜 필요한 것 같아요. 저도 어디 갈 때마다 항상 찾아가
지고 네이버에 검색하고 그랬는데.

연구자: 보틀라운지 직원 분 중에 (중략) 평일에 계셔서 많이 보셨을 거예요. 머
리 짧으시고 숏컷 하신 분. 그 분께서 하시는 거예요.

보리하미누나: 아, 진짜요?

연구자: 저거 해보시면 진짜 좋을 것 같아요.

보리하미누나: 저거 진짜 필요하거든요.

연구자: 두유 옵션 있는 카페가 많지는 않잖아요. 프랜차이즈는 있을 수 있는데 개인카페는 거의 잘 없으니까. 그래서 저도 저 프로젝트가 되게 유익하다는 생각이 들더라고요. 유하님은 보틀라운지 보통 일주일에 몇 번 정도 방문하세요?

보리하미누나: 처음에 방문했을 때는 일주일에 세 네 번, 요즘에는 두 세 번씩은 오는 것 같아요.

연구자: 혹시 사시는 곳이 연남동 쪽이라고 하셨죠? 버스타고 항상 이 앞에서 내려가지고.

보리하미누나: 가끔 날 좋으면 걸어서 오기도 해요. 그렇게 멀지 않아서.

연구자: 아, 걸어서 올 수 있겠네요. 그거 슬세권이라고 하잖아요. 슬세권에 보틀라운지가 있다니 너무 부러워요.

보리하미누나: 진짜 여기는 보틀라운지 때문에 오게 되는 것 같아요.

연구자: 혹시 그러면 여기 오시게 된지는 얼마 정도 되셨어요?

보리하미누나: 올해 자취 시작하면서 왔으니까 몇 년은 아니고 한 6개월 정도 된 것 같아요.

연구자: 음, 연남동에 자취 시작하시면서 오시게 됐구나. 6개월이면 벌써 반년이네요.

보리하미누나: 네, 말하면서 놀랐어요.

연구자: 6개월이면 올해 봄 부터해서 벌써 봄, 여름, 가을을 보틀라운지와 함께 하셨네요.

보리하미누나: 아, 진짜 그러네요? 그렇게 오래 된지 몰랐어요(웃음).

연구자: (웃음) 이 질문 드리면 다들 그제야 이렇게 오래 됐구나 하고 느끼시더라고요.

보리하미누나: 그렇죠. 이렇게 오래 됐구나.

연구자: 햇수가 더 오래 되신 분들은 아예 카운팅이 안 되는 분들도 계시고요. 단골손님이라는 게 참 의미가 있다는 생각이 들더라고요.

보리하미누나: 맞아요.

연구자: 그럼 유하님은 여기 처음에 오셨을 때 여기가 일회용품 없는 카페라는 운영취지나 방식이 있잖아요. 그걸 처음에 딱 마주하셨을 때 어떠셨어요?

보리하미누나: 비건 시작하게 된 게 환경 때문은 아니었는데 비건 카페나 음식점 운영하시는 분들이 환경 신경 쓰는 모습을 보면서 ‘아, 이것도 동물을 보호하는 방법 중 하나구나.’ 해서 조금씩 관심이 가지던 차에 제가 카페에서 알바를 하니깐 내가 노력하면서 줄이는

거에 비해서 가게 한 공간에서 하루에 쓰이는 게 너무 많은 거예요. 그게 너무 안타깝기도 하고 일하는 직원들이 마감할 때 청소/설거지하기 귀찮아서 안에서 드시는 분들인데도 다 일회용 컵으로 내주잖아요.

연구자: 아, 뭔지 알 것 같아요.

보리하미누나: 그냥 빨리 설거지 끝내고 집에 가야하니까요. 내가 하나하나 줄이겠다고 마음먹은 순간부터 그렇게 버려지는 게 하나하나 카운팅이 되니까 이것도 되게 답답함을 가지던 차에 여기(카페) 오니까 이게 진짜 되게 신기하면서도 딱 답답한 게 풀리는 느낌이었어요. 이런 공간이 있고 이런 공간이 계속 운영될 수 있구나 싶더라고요. 제가 예전에 알았던 비건 카페에서는 다회용품이 없으면 테이크아웃을 안 해줬거든요. 그런데 그렇게 되면 결국 다른 옆집 카페에 가서 일회용품에 포장해 갈 수도 있는 거잖아요. 그러면 단지 내 가게에서 안 썼을 뿐이지 결국 쓰인 일회용품 총량은 변하지 않는 거니까. 여기는 보틀을 빌려주면서 이 사람이 그 경험도 할 수 있게 해주고 결국은 다른 일반 카페에서 소비할 필요가 없어지는 거니까 되게 제가 카페 일하면서 방법이 없을까 답답했던 마음이 여기 오면서 이미 예전부터 고민하고, 실천하고 있어왔다는 사실에 되게 신기하고 답답함을 나 혼자 느낀 게 아니구나, 많은 사람들이 느끼니까 여기가 이런 방식을 고수해도 계속 운영될 수 있는 거잖아요. 그게 너무 신기했어요.

연구자: 그 말씀 되게 좋은 것 같아요. 총량 자체는 변하지 않으니까.

보리하미누나: 아, 맞아요.

연구자: 다른 카페에서 결국은 일회용 컵 소비를 할 테니까.

보리하미누나: 세상에 널린 게 카페인데 여기에서 안 판다고 해도 옆집 카페 가서 일회용 컵에 사서 먹으면 되는 거잖아요. 그런데 빌려줌으로써 다회용 컵을 써보는 경험을 하게 하는 것 자체가 그렇게 불편하지 않다는 경험을 하면 다음부터 그 사람의 생활에서도 조금씩 변화가 생길 수 있잖아요. 이 카페에서 내 가치관을 고수하겠다는 걸 넘어서서 다른 사람도 조금씩 참여할 수 있게 하는 느낌 있어서 되게 똑똑한 방법이라고 생각했어요.

연구자: 그렇죠. 다회용 컵을 빌려주는 시스템은 사실 없었으니까.

보리하미누나: 맞아요.

연구자: 유하님께서 보틀라운지를 일주일에 두, 세 번 계속 지속적으로 방문하

시게 된 이유도 관련되어있을까요?

보리하미누나: 저는 처음에 여기 왔을 때 제가 자취하면서 거의 매일 나가서 책 읽거나 공부하느라 카페에 갔거든요. 이게 합치면 적은 돈이 아닌데 처음에는 그랬어요. 서울에 공간 예쁜 데나 분위기 좋은 데 와서 자취 방 월세 빵을 뽑아야지 하면서 분위기 좋은 데만 찾아다니고 그랬거든요. 가서 아메리카노 마시면 되니까. 그런데 이게 계속 쌓이다보니까 몇 개월이 될 수 있고, 1년이 될 수도 있는 건데 이 소비가 나한테 되게 큰 부분인데 내 마음 편한 곳, 내가 앞으로 가고 싶은 방향이 있는 곳, 내 가치관을 도와주는 곳에 돈을 쓰고 싶다는 마음이 들더라고요. 그리고 내가 고민하던 거를 누군가 여기에서 이렇게 열심히 실천하고 있는 걸 보면 약간 도와주고 싶은 마음 있잖아요. 이 가게가 안 없어졌으면 좋겠고, 이 가게가 엄청 잘 돼서 돈을 벌려는 목적이든 이슈가 되려는 목적이든 이 가게의 운영방식이나 방향성을 다른 가게에서도 따라했으면 좋겠더라고요. 여기에 왔을 때 제 마음에 드는 게 플라스틱 없는 거, 비건 옵션 있는 것도 좋은데 화장실에 ‘성 평등 화장실’ 스티커 붙어 있잖아요. 그것도 올해 초 트랜스젠더 문제가 한창 기사 나고 이슈화됐을 때 입학 취소되고 그랬을 때 페미니즘을 하는 사람도 트랜스젠더에 대해서는 또 다른 차별을 하는 경우 되게 많더라고요. 페미니스트나 트랜스젠더는 여성으로 안 본다든지 하는 것들이 답답하고 해외 사례도 찾아봤더니 해외에서는 화장실부터 배려를 해주더라고요. 성 평등 화장실이라든지, 트랜스젠더가 사용할 수 있는 화장실을 따로 만든다든지 하는 식으로. 어떻게 보면 화장실은 인간의 기본적인 것을 해결하려는 곳인데 한 번도 생각해본 적이 없었거든요. 남녀로 나뉘어져 있는 거 때문에 누군가 힘들 거라는 걸. 여기 와서 화장실 갔을 때 그 스티커를 보고 여기는 되게 내가 고민했던 모든 걸 다 같이 고민하는 곳이라는 생각이 드니까 여기에 더 힘을 실어주고 싶더라고요. 제가 관심 갖는 것에 대해서 더 전문적인 것들이 눈에 닿는 곳에 있으니까 여기에 있으면서 배우는 것도 많고 제가 속으로 생각하던 거를 공부할 수 있고 실제로 실천하는 사람들을 보는 공간이니까 되게 자주 오는 것 같아요. 다른데 가고 싶은 생각이 별로 안 들어요. 내 작은 몇 천원이지만 다른 데 쓰고 싶지 않은 거 있잖아요.

연구자: 그게 사실 되게 멋있는데요. 윤리적 소비나 스마트한 소비니까요.
 보리하미누나: 진짜 공감돼요. 매일 매일 나가는 돈인데.
 연구자: 맞아요. 어차피 쓸 돈이고 어차피 마실 커피인데.
 보리하미누나: 맞아요. 너무 예쁜 카페여도 거기에서 일회용품을 남용하면.
 연구자: 일회용 컵 두 겹으로 겹쳐서 음료 제공하는 거 보고 저도 너무 경악스러워가지고.
 보리하미누나: 거기가 아무리 좋은 노래 틀고, 아무리 예쁘게 해놓아도 싫어요.
 내가 이 카페가 일회용 컵 더 쓰고 만들게끔 그런 카페에 돈을 내고 싶지 않더라고요.
 연구자: 사실 저도 카페 알바를 되게 오래했거든요. 그러면서 저도 이게 더 문제의식이 반영된 것 같아요. 다 너무 으레 일회용 컵에 음료를 마시니까. 텀블러 가져오시는 분들 거의 없죠.
 보리하미누나: 네, 거의 찾아보기 힘들니까. 너무 짜증나는 게 카페에서 잠깐 마시고 가는 거니까 일회용 컵에 달라는 분들 계시거든요. 그런데 결국 다 드시고 여기에 두고 가지거든요. 결국 귀찮음 때문에 버려지는 게 너무 많으니까요.
 연구자: 카페 알바 했을 때 뜨거운 음료 시키는 분들은 위에 뚜껑 있잖아요. 아예 뚜껑을 제공 안하고 드릴 때도 있었어요. 사실 입에 대지도 않을 건데 대부분 열고 드시더라고요. 그렇게 제공을 안 한 적도 있었어요. 만약 손님이 찾을 때만 제공하고 아예 제공을 안 한 적도 있었어요. 잠깐 몇 초 쓰고 마는 건데 버려지는 것 생각하면.
 보리하미누나: 한명 한명이 아끼는 것보다 한 공간이나 기업에서 아끼는 거랑 너무 차이나 크니까요. 내가 노력한 것에 비해서 여기에서 나는 게 너무 많으니까 되게 내 노력이 너무 무기력해지더라고요. 너무 작아 보이고 게임이 안 되는 듯 답답함이 있는 것 같아요.
 연구자: 유하님이 혼자서 고민하고 생각해 오던 것들이 여기에서는 발현이 되고 있고 실천하고 있는 공간이다 보니 더 애착이 생기셨을 것 같아요.
 보리하미누나: 더 여기가 넓어졌으면 좋겠고 더 잘됐으면 좋겠는.
 연구자: 네, 다른 참여자분들도 그 말씀을 많이 해주시더라고요. 더 잘됐으면 좋겠다는.
 보리하미누나: 네, 잘 됐으면 좋겠어요. 없어지면 안 돼요. 더 잘 되어야 하는
 (웃음).
 연구자: (웃음) 맞아요. 더 흥하고 더 잘 되어야 하는. 그러면 유하님은 여기 카페 운영 방식에 대해서는 어떻게 생각하세요?

보리하미누나: 저는 진짜 똑똑한 방법이라고 생각했어요. 사실 저런 보틀을 빌려준다는 것 자체도 그냥 사업의 마음으로 생각하고 일반 일회용 컵보다 몇 배 비싼 건데 안 돌려주면 어떡하지 라는 생각하면 시작 못 할 수도 있잖아요. 그런데 그냥 이름이나 휴대폰 적는 것도 아니고 그냥 빌려주고 처음에 일회용품 안 쓴다고 했을 때 짜증내는 분이 있을 수도 있는데 믿으면서 빌려줌으로써 이 사람이 운영방식에 열린 마음으로, 좋은 마음으로 참여하게 되면서 아예 일회용품 문제에 생각 없던 사람도 다시 한 번 생각해 볼 수 있을 것 같아요.

연구자: 제공해주니까.

보리하미누나: 네, 이 빌려주는 시스템이 진짜 좋은 것 같아요. 왜냐하면 한 번 쓰면 계속 쓴다고 하면 처음이었거든요. 그냥 뭔가 여기에서 아예 생각 없던 사람도 빌려주는 시스템을 써 보고 반납해보고 쓰레기 버릴 것도 없는 그 경험이 진짜 중요하잖아요. 그 경험이 그 사람한테 큰 영향을 줄지 안 줄지는 모르지만 최대한 많은 사람이 한 번이라도 경험해 보게 하는 게 제일 중요한 것 같아요.

연구자: 대여해주는 시스템이.

보리하미누나: 왜냐하면 이미 환경을 생각하고 있는 사람들끼리 더 애쓰는 것도 좋지만 그 너머의 아예 관심 없던 사람들에게 조금이라도 닿는 게 좋으니까요. 여기에서 더 물론 깊은 활동을 하는 것도 좋지만 더 많은 사람들이 알게 알게 실천을 해도 그게 다수가 되는 게 지금은 더 필요하지 않나 싶어요.

연구자: 맞아요. 그 말씀을 저도 되게 많이 들었는데 이미 고민을 하고 있거나 실천을 하고 있는 분들끼리 서로 노력하는 것도 좋지만 그게 더 확산이 되는 게 더 중요하니까요. 그리고 이미 알고 있는 사람들끼리 얘기하면 했던 얘기 또 하는 반복의 일환일 텐데 이걸 몰랐던 사람에게 전파하고 확산시키면서 그 사람을 변화시키기까지 할 수 있다면 최고의 시나리오가 아닐까 해요.

보리하미누나: 그래서 여기가 일반 카페인데 그런 걸 하는 게 좋은 것 같아요. 환경단체 이런 게 아니라 사람들이 그냥 매일매일 가는 카페잖아요. 거기에서 아주 작은 부분에서 텀블러에 한해서 그런 경험을 제공한다는 게 되게 좋은 것 같아요.

연구자: 맞아요. 매일매일 찾는 카페라는 일상적인 장소로서. 그럼 혹시 유하님은 친구, 지인, 가족 분들에게 여기를 소개해주거나 하신 적 있으신가

요? 또 여기 오셔서 일회용품이나 폐기물에 대해 대화의 소재가 된 적이 있거나 하신가요?

보리하미누나: 저 친구 두 명 데리고 왔었거든요. 한명도 이거(대여/반납해주는 보틀클럽 시스템) 되게 좋다고 했어요. 개도 회사 다니면서 텀블러 갖고 왔다가 회사에 두고 와서 어쩔 수 없이 그냥 일회용 컵 쓰게 되고. 밥 먹으러 갈 때 텀블러 안 챙기고 나와서 또 사먹을 때.

연구자: 안 챙긴 날 꼭 일회용 컵이나 일회용품 쓸 일이 생기더라고요.

보리하미누나: 아니면 가지고 나왔는데도 회사 책상에 두고 나올 때도 있잖아요. 그러면 귀찮아서 그냥 일회용 컵에 사먹게 되는데 이 시스템이 되게 좋은 것 같다고 얘기해줬어요. 제가 가족들한테도 여기 소개해줬거든요. 이런데 있는데 되게 좋다고 했더니 우리 집 근처에도 있으면 좋겠다는 반응이에요.

연구자: 아, 그렇구나. 항상 저도 드는 생각이 우리 집 앞에 있었으면 좋겠다는 생각이.

보리하미누나: 맞아요. 이게 좀 여러 군데 있으면 좋겠다는. 여기에서 이렇게 살고 제 자취집에서 제 나름대로 일회용품 안 쓴다고 살다가 주말에 본가에 내려가면 너무 답답한 거죠. 플라스틱이 온 군데에 다 널려있고 제가 그렇게 말하고 가족 단체 독방에 말해도 이게 제가 떨어져서 살고 있고 이렇게 플라스틱 없애는 활동을 저 혼자 하고 있다 보니 가족들이 사실 지켜보질 못 하잖아요. 그런데 무언가 그 옆에서 가까이 지내는 사람이 아끼려고 노력하는 걸 보는 게 되게 중요하다고 생각하거든요. 말로 이런 거 줄이라고 이런 거 환경에 안 좋아라고 얘기하는 것보다 내가 옆에서 하나라도 줄이려고 노력하는 모습을 보면 가족들도 자연스럽게 더 신경 쓸 것 같아요. 그런데 제가 지금 떨어져서 살고 있다 보니 아무리 제가 여기 좋고 실천을 하고 있다고 해도 사실 여길 와볼 기회도 없다보니 가족 일상에는 별로 변화가 없는 것 같아서 안타까워요.

연구자: 맞아요. 가족을 변화시키려고 하는 것 자체가 되게 어렵죠.

보리하미누나: 집에서 보다보면 너무 마음이 답답해요. 플라스틱 통도 너무 많고요.

연구자: 그렇죠. 정말 단적인 예로 요즘 집에서 배달음식 많이 시켜 먹잖아요.

보리하미누나: 그래서 제가 가족들 쿠팡을 다 탈퇴시켰거든요(웃음).

연구자: (웃음) 어머 진짜요?

보리하미누나: 네, 이마트에서 다 사오라고 탈퇴시켰어요. 아, 물론 이마트에 가서도 플라스틱에 포장된 걸로 사오겠지만 하나라도 없었어지않아요. 그래서 다 탈퇴시켰어요.

연구자: 저도 제 지도교수님이 항상 우스갯소리로 말씀하시는 건데 집 안에 들어가면 본인이 독재자가 된다고 하세요(웃음).

보리하미누나: 맞아요. 너무 안타까워요 (웃음).

연구자: 그렇게 되는 것 같아요. 저도 집에서 제가 막 B사감이나 독재자처럼 제 발 드라이기 켜면 코드 좀 뽑으라고 잔소리 엄청 하거든요. 제가 막 메모지에 붙여놓거든요. 외출 할 때 불 다 끄기. 제 남동생이 있는데 그걸 그렇게 신경을 못 써요. 답답해 죽겠는 거죠.

보리하미누나: 저도 본가에 갔을 때 보이는 것마다 사진 찍어서 가족 단체 토크방에 이런 거 굳이 플라스틱 아니어도 있는데 하면서 잔소리해요. 쌀통을 플라스틱 통에다 담는 걸 사오는 거예요. 종이포장이나 포대자루도 있는데. 포대자루 한번 뜯으면 다시 묶어 놓거나 포장하기가 힘든데 플라스틱 통에 쌀이 있으면 열고 닫고 하는 게 편하니까

연구자: 그렇죠. 용이하니까.

보리하미누나: 그런 걸 다 사진 찍어서 이런저런 이유로 안 좋다고 얘기를 해요. 그런데 가족들을 설득하려면 약간 환경에 안 좋다는 것 보다 사람한테 안 좋다고 하는 게 더 효과가 좋은 것 같아요. 이런 게 쌓이고 쌓여서 결국 미세플라스틱이 쌓이고 결국 사람 몸에 들어와서 사람 몸에 안 좋다고 해야 좀 귀담아 듣는 것 같아요.

연구자: 저도 그 부분이 공감이 되는 게 자신의 건강에 해를 끼치고 미세먼지처럼 눈앞에 보여야 인식을 하는 것 같아요.

보리하미누나: 맞아요. 경각심을 가지고.

연구자: 네, 경각심을 가지게 되고요. 그래서 환경문제에 대한 인식을 제고할 때 전혀 생각이 없던 분들한테는 그 방법이 최고의 방법인 것 같아요.

보리하미누나: 그렇죠. 결국에는 사람이 겪는 거니까. 그것도 사실 물리적인 거리에 관한 거잖아요. 이 위험이 나한테 가까이 있는 것이냐. 그래서 가까이에 이런 공간(보틀라운지)이 있는 게 되게 좋은 것 같아요. 환경문제를 가까이에서 일상에서 인식하고 체감할 수 있는 공간이요.

연구자: 맞아요. 보틀라운지가 그 역할을 하고 있죠. 아, 유어보틀워크 때 이미

락앤락커로 참여를 하셨죠. 채우장이 코로나19 때문에 열리질 못하다가
혹시 채우장, 유어보틀워크 이전에도 참여해 보신 적 있을까요?

보리하미누나: 저 이번에 처음이었거든요. 그런데 너무 좋았어요. 너무 아쉬웠던
게 통 더 많이 가져올걸. 제 생각보다 되게 담아가고 싶은 게 더
많더라고요.

연구자: 아, 채우장에서요?

보리하미누나: 네. 저는 간단하게 반찬통, 두부 담아갈 용기만 챙겼는데 생각보
다 너무 담아가고 싶은 게 많더라고요. 정말 눈물을 머금고 자주
했으면 좋겠다는 생각이 들더라고요.

연구자: 원래 한 달에 한 번씩 열리던 건데.

보리하미누나: 그러니까요. 그런 장(market) 같은 거 열리는 거나 보통 다들 다
같이 모여서 무언가를 할 때 제가 채식하면서부터 소외될 때가
진짜 많았거든요. 특히 음식 장(market) 같은 게 열리거나 페스티
벌 열리면 보통 먹을 수 있는 게 너무 없거든요. 채우장도 반찬
이나 몇 가지 있겠지 했는데 생각보다 제가 담아갈 수 있는 게
너무 많은 거예요. 환경 생각한다거나 채식한다거나 하면 그 공
간에 갔을 때 내가 소외되지 않겠다는 믿음이 생기더라고요. 채
우장 다녀오고 나서 한 번 더 느꼈어요. 환경이랑 채식이랑 다
연결된 거니까요. 그래서 더 이런 움직임을 하는 곳에 더 많이
찾아가게 되는 것 같아요. 거기에 가면 내가 소외될 일이 없고
내가 생각하는 게 소수의 생각이 아니라는 느낌을 받으니까. 그
래서 채우장 하면서도 되게 좋았어요. 그리고 그런 모습을 보는
것도 신기했어요. 다들 통 가지고 와서.

연구자: 맞아요. 다들.

보리하미누나: 다들 익숙하게 고수같이 이 통에는 이것 담고 저 통에는 저것 담
고 하는 모습이.

연구자: 이미 어떤 통에 뭘 담을지가 다 계산이 되어있는 분들인 거죠.

보리하미누나: 이게 저한테는 되게 특별한 이벤트고 신기한 이벤트인데 누군가
에게는 익숙한 장 보는 풍경일 수 있겠다 싶더라고요. 많은 사람
들이 와서 참여하고 담아가고 이런 걸 보는 것 자체가 신기하고
또 힘이 된다고 해야 하나? 이런 방식으로 사는 사람들이 있구나
또는 나 혼자 하는 게 아니구나 하는.

연구자: 그 날 혹시 어떤 거 장보셨어요?

보리하미누나: 두부랑 버섯 페스토랑 주먹밥이요. 진짜 맛있었어요. 그 페스토

진짜 맛있어서 페스토 만드신 분들 SNS에 혹시 다른 데서 판매하시는지 너무 맛있다고 메시지 보냈어요. 그럴 정도로 정기적으로 사먹고 싶다는 생각이 들더라고요. 아쉽게도 채우장에서만 하시고 따로 판매하는 데는 없다고 하시더라고요. 이외에도 먹을 수 있는 비건 요리가 되게 많더라고요.

연구자: 저는 순무 하나랑 무말랭이 사갔는데 무말랭이도 맛있더라고요.

보리하미누나: 채식하면서 밖에서 먹는 일이 좀 많아졌어요. 왜냐하면 김치에도 젓갈 들어가고 하니까 간단한 게 사먹을 수 있는 게 없어서. 시중에 파는 스파게티 소스에는 이미 다 들어가 있으니까 비건 음식점 맛있는 음식 사 먹고 집에서 많이 못 해먹어서 아쉬웠는데 채우장처럼 집에서 해 먹을 수 있는 소스를 정기적으로 판매하는 곳이 있으면 되게 좋을 것 같아요.

연구자: 그렇죠. 그러면 집에서도 해 먹을 수 있으니까. 굳이 밖에서 안 사먹어요.

보리하미누나: 그리고 쓰레기가 안 나오니까 너무 좋은 거죠. 설거지해서 얹어 놓으면 되고 분리배출 안 해도 되니까. 두부의 경우에는 항상 플라스틱 통에 담겨 있잖아요.

연구자: 맞아요. 마트가면 풀무원 이런 데에서 이미 플라스틱에 포장된 채로 판매하니까요. 판 두부를 팔긴 하는데 요즘은 진짜 판 두부 보기가 힘든 것 같아요.

보리하미누나: 맞아요. 망원시장이나 가야 볼 수 있는.

연구자: 그러면 이번에 채우장이랑 유어보틀워크도 한 달 정도 진행했는데 행사에 참여하신 것 있어요?

보리하미누나: 저 쓰레기 플라스틱 다크 상영회랑 천연 염색하는 거 두 개 신청해봤어요.

연구자: 다크상영회도 내일인데 여기에 와서 사람들이랑 같이 영화보고 기대하시는 부분이 있을까요?

보리하미누나: 저는 요즘 쓰레기 관련 다크나 영화들이 많은데 안 봐왔던 게 약간 무섭다고 해야 하나요. 현실을 마주하면 지구가 멸망하기 직전인 것 같은 영상들이니까요. 물론 이걸 봐야 경각심이 더 생길 것 같지만 감당하기 힘들 거 있잖아요. 그래서 안 봤었는데 이번에는 제가 익숙한 공간에서 같이 보는 거니까 웬지 볼 수 있을 것 같아서 신청했어요.

연구자: 아, 맞아요. 같이 보는 거니까 혼자서 마주하는 게 아니라.

보리하미누나: 이게 대단한 환경단체, 환경동호회는 사실 못 들어가겠는 게 제가 그분들에 비해 너무 부족한 것 같아서. 현실에서 아직 플라스틱 쓰니까요. 그리고 뭔가 되게 거창할 것 같고 굳은 마음을 먹어야 될 것 같은 느낌인 거예요. 이래서 저는 못 들어가겠더라고요.

연구자: 그렇죠. 선뜻 시작하기가.

보리하미누나: 네, 그냥 내가 익숙한 공간, 커피 마시는 가운데에서 여기에 나처럼 커피 마시러 오는 사람들이 같이 하는 거니까 저도 가도 될 것 같고, 가서 잘 참여할 수 있을 것 같더라고요.

연구자: 아, 그런 면에서 접근성이 용이하죠. 그럼 여기 처음에 오셨을 때랑 지금이랑 보틀 라운지의 이미지가 변화된 부분이 있을까요?

보리하미누나: 처음에는 그냥 신기한 카페였는데 지금도 그 마음이 맞는데 더 애정이 생긴 것 같아요. 여기에서 하는 활동에 더 적극적으로 참여하게 됐고요. 저 원래 신청하고, SNS에 게시물 공개적으로 올리고 하는 거 잘 안하거든요. 제 개인적인 계정이니깐. 그런데 여기(보틀 라운지)에서 하는 건 진짜 좀 열심히 하고 싶어요.

연구자: 아, 뭔가 열린 마음이.

보리하미누나: 그것도 그렇고 약간 여기에서 준비하는 모습을 계속 봐서 그런 것도 있는 것 같아요. 전날에도 애써서 포스터 준비하시고 여기에서 회의하시고 하는 것도 어깨 너머로 보고 듣다보니까 준비하는 과정이 제 눈앞에 보이잖아요. ‘아, 이렇게 되게 고민 많이 하고 진행하시는 거구나. 이렇게 열심히 생각하고 하시는 거구나.’ 생각이 들더라고요. 그래서 옆에서 보다보니까 많이 고민하신 만큼 많은 사람들이 참여했으면 좋겠다는 생각이 들면서 저도 애정을 가지고 참여하게 되는 것 같아요.

연구자: 뭔가 제 3의 직원이자 엄마 마음으로(웃음)

보리하미누나: (웃음) 맞아요. 맞아요.

연구자: 진짜 그런 게 생기는 것 같아요.

보리하미누나: 그게 진짜 단골이 되는 것 같아요. 공간에 대한 애정이 생기니까요.

연구자: 아, 잘 됐으면 좋겠고, 내가 도와줄 수 있는 부분은 하나라도 더 도와주고 싶은 마음이 들죠. 그런 게 진짜 단골손님이 되어가는 것 같아요. 혹시 그러면 이전부터 채식을 하고 계시긴 했지만 보틀 라운지 찾게 된 이후에 환경문제에 대한 인식이나 생각이 변화하신 게 있을까요?

보리하미누나: 일단 확실히 저는 동물권 때문에 채식을 시작한 거예요. 환경에 그렇게 관심이 많지는 않았거든요. 그렇게 동물권이나 환경문제를 생각하는 장소를 찾으면 좋은 거고 포장할 때 일회용품 안 쓰고 딱 거기까지였는데 이제 여기 있고 나서부터 일상에서 더 많이 줄이려고 노력하는 게 확실히 있는 것 같아요. 장 볼 때도 최대한 플라스틱 포장 안 된 걸로 구매한다든지, 아니면 뭘 하나 더 사려고 하다가도 구매를 자제한다든지. 배달음식도 비건 배달 음식 되는 곳 꽤 있어서 처음에는 꽤 시켜먹었는데 이제 시킬 때 초기의 고민은 칼로리 걱정엔 시킬까 말까로 고민했었거든요. 이제는 포장지 때문에 시킬까 말까 고민하게 되는 거죠. 비건도 처음에는 몇 번 시켜먹다가 시켜 먹고 싶은데 포인트가 살쩍 것 같고 지금 먹으면 안 된다는 거였는데 지금은 그런 것 다 고민 안 하고 포장지 때문에 못 시키는 경우들인 거죠. 다 플라스틱 용기에 담아서 오니까. 이런 방식으로 더 고민하게 된 것 같아요. 일상에서 소비하는 쓰레기들에 대해서.

연구자: 그러면 유하님은 여기에서뿐만이 아니라 일상생활에서도 행위의 변화가 일어나고 있네요?

보리하미누나: 어, 맞아요. 채식을 하는 건 처음이랑 똑같은데 플라스틱이나 쓰레기에 대한 생각은 확실히 더 많아진 것 같아요.

연구자: 장 보러 갔을 때 포장재를 최대한 줄여서 장을 본다든지.

보리하미누나: 시켜먹고 싶은데 너무 먹고 싶으면 진짜 귀찮는데 옷 입고 가서 먹기도 하고요.

연구자: 변화가 일어나는 것 자체가 되게 큰 부분인 것 같아요.

보리하미누나: 저도 되게 신기해요. 과거에 제가 찍어놓은 사진들 보면 플라스틱 컵 들고 있고 어디 놀러가서도 다 시켜서 먹고 쓰레기 되는 것들 아무렇지 않게 썼거든요. 그래서 누가 내 옆에서 무언가 신경 쓰는 모습을 계속 보는 게 중요한 것 같아요. 그러면 그 마음에 저도 같이 좀 따라가게 된다고 해야 하나? 제가 여기(카페)에서 공부하느라 몇 시간을 앉아 있다가 갑자기 집에 가서 일회용품 많이 드는 배달음식을 시킬 수가 없는 거죠. 여기에서 다 같이 노력하는 곳에서 있다가 갑자기 집에 가서 일회용품 막 쓰고 이런 게 안 되는 거예요. 마음이 불편한 거죠.

연구자: 아, 맞아요. 불일치가 일어나니까.

보리하미누나: 그래서 여기에 머무르는 시간이 길어질수록 이게 좀 일상으로 오

는 것 같아요.

연구자: 아, 일상에서도 자연스럽게 전이가 되는군요.

보리하미누나: 네, 제가 느끼기에는 그래요. 일상에서도 신경 쓰게 되는 것 같아요.

연구자: 그러면 유하님이 환경인식이 좀 더 제고되고 행위 변화가 생기기까지 하는 데 구체적으로 어떤 계기가 보틀 라운지였을까요?

보리하미누나: 어, 그런 것 같아요. 왜냐하면 저도 처음에 채식 시작할 때 환경에 대한 얘기를 많이 듣고 해왔기 때문에 물론 인식이 개선된 건 이전일수 있지만 제 행동이 개선된 건 여기가 되게 영향이 큰 것 같아요. 왜냐하면 생각을 바꾼 다음에 행동으로 옮겨가기까지 시간이 좀 걸릴 수도 있잖아요. 저도 환경문제는 처음부터 생각하긴 했는데 약간 이런 마음이었던 것 같아요. ‘자취하면서 어떻게 일회용품 안 써. 혼자 사는데 빨리 먹고 빨리 힘내서 자야지.’ 이런 것 있잖아요. 그래서 생각은 있었어도 행동까지 안 했는데 확실히 여기 와서 시간 보내면서 그렇게 된 것 같아요.

연구자: 혹시 그러면 카페 알바 지금도 계속 하고 계신 거예요?

보리하미누나: 네.

연구자: 아, 그러시구나. 지금 일하고 계신 카페에서는 일회용품을 안 쓴다거나 일반적인 카페인거죠?

보리하미누나: 제가 일하는 곳이 채식 식당 겸 카페여서 되게 나름 기쁜 마음으로 일하는데 안타까운 게 포장재는 다 플라스틱으로 쓰더라고요. 배달 시켜도 플라스틱 통에 채소 따로 담고, 소스 플라스틱 통에 따로 담고 하는 식. 있어 보이니까 그렇게 하겠죠. 좀 더 많아 보이거나. 그래서 포장 주문 들어올 때마다 너무 싫어요.

연구자: 그러시겠다.

보리하미누나: 저희도 채식카페니까 채식 하시는 분들 많이 오시고 그러다보면 환경 생각하시는 분들도 많이 오셔서 주문할 때 빨대 빼달라고 하시는 분들도 계시거든요. 제 바람으로는 그런 분들이 많이 여기에 와서 많이 요구하면서 사장님이 바꾸셨으면 좋겠다는 마음이 들어요. 아니면 누가 배달 앱(app) 리뷰에 그런 내용을 남겨준 다든지. 사실 사장님이 듣는 얘기는 그런 거잖아요. 채식하시는 분들도 많이 오시니까 저희가 일회용품 쓰는 걸 불편해하시는 분들도 분명히 계실 텐데. 그런데 다만 그냥 아쉽다고 하고 돌아가시겠죠. 많이 말씀해주셨으면 제가 다 사장님한테 전달해 드릴

텐데. 예를 들어, ‘사장님 오늘 누가 오셨는데 일회용품 쓰는 게 너무 안타깝다고 하시더라고요.’ 하는 식으로.

연구자: 그런 손님 안 계셨어도 그냥 말씀드리면(웃음).

보리하미누나: 그럴까 봐요. (웃음) 요즘 채식하시는 분들은 다 일회용품 사용 신경 쓰신다고 얘기를 해야 하나 싶어요. 종이빨대라고 하긴 하는데 코팅되고 이런 거잖아요. 그냥 너무 안타까워요. 일부러 손님들 음료 제공할 때 빨대 안 꽂아주고 싶을 때도 있어요. 휘휘 저어먹어야 하는 음료 시키신 거면 그냥 빨대 없이 드리고 싶더라고요.

연구자: 너무 기본적으로 제공되어 왔다보니까.

보리하미누나: 맞아요. 기본적으로 진짜.

연구자: 없으면 무언가 허전한 거죠.

보리하미누나: 그렇죠. 그게 편해왔으니까.

연구자: 맞아요. 빨대 있는 채로 먹는 게 익숙해졌으니까. 어떤 분이 말씀해주시기로는 프랜차이즈 카페들이 성행하면서 폐기물 양도 늘어난 것 같다고 하시더라고요. 카페가 폐기물 양이 느는데 크게 일조를 했다고 말씀하시더라고요.

보리하미누나: 아 진짜 그런 것 같아요. 테이크아웃 컵, 빨대.

연구자: 네, 너무 자연스럽게 커피 한 잔 들고 어딘가로 이동하는 게 익숙해진 시대가 되어버려서. 그걸 카페가 많이 일조를 했을 거라고 말씀하시더라고요.

보리하미누나: 되게 저렴하게 커피 판매하는 카페들 있잖아요. 소위 백다방이나 메가커피 같은 곳들은 출근하면서 들고 출근하시는 거잖아요. 거기에서 나오는 쓰레기가 어마어마할 텐데. 가격도 저렴하고 먹고 그냥 버리면 되니까요.

연구자: 맞아요. 자리가 있는 카페 말고 테이크아웃 전문으로 하는 카페들은 말 그대로 테이크아웃 컵만 계속 쓰는 곳이잖아요. 그런 데에서 하루에 몇 잔씩 팔 것 생각하면 까마득한 거죠. 강남 같은 곳에도 프랜차이즈 카페 모여 있는데 있잖아요. 하루에 몇 천잔 씩 팔아야 임대료를 감당할 텐데. 그만큼 일회용 컵이 쓰인다는 얘기고요.

보리하미누나: 그런 거 생각하면 되게 답답하지 않아요? 갈 길이 먼 느낌.

연구자: 네, 그래서 무기력해지기도 하고요.

보리하미누나: 네, 진짜 그래서 요즘 그런 것도 많다고 하잖아요. 환경운동하시는 분들 중에 무기력함이나 우울감 느끼시는 분들 많다는 게 저

도 되게 이해가 되더라고요.

연구자: 저의 경우에는 환경을 공부하고 있는 사람의 입장에서 답이 안 보이는 거예요. 결국은 사람이 변해야 하고 사람이 좀 더 불편함을 감수해야 하다보니까. 이게 결국은 사람의 편리와 편의에서 비롯된 문제다보니까요. 비단 쓰레기 문제뿐만이 아니라 다 그렇잖아요. 그 불편함을 과연 몇 명이나 감수하려고 할까 싶은 거죠. 그런 거 보면 제가 연구하고 공부하고 있는데도 답이 없는 문제 같고 생각하면 생각할수록 무기력해지기도 하는데.. 그래서 이런 장소가 너무나 필요하고 저는 너무 소중한 거죠.

보리하미누나: 맞아요. 그런 마음이 진짜 들더라고요.

(이후 중략)

Abstract

Qualitative analysis on a zero-waste cafe from the perspective of ecological citizenship: focusing on the cafe 'Bottle Lounge'

Hyejin Namgung

Dept. of Environmental Planning

The Graduate School of Environmental Studies

Seoul National University

Due to the spread of Covid-19 in 2020, various environmental issues and social conflicts such as the selection of landfill sites have been emerging over the management of disposable waste in life. As a result, policies and campaigns for waste management and resource circulation at the government, business and civil society levels are on a noticeable rise.

Nevertheless, there is a need for society to not settle for the use of biodegradable plastic, but actually reduce the total amount of disposable waste generated. Above all, the study focuses on cafes that are easily found on the streets. Considering Korea's

coffee consumption, which ranks as the third largest annual coffee consumption in the world, the amount of disposable waste generated per day at a cafe is enormous. How about a cafe without disposable items that you visit to buy coffee once a day? In particular, if these disposable cafes are located in each neighbourhood, wouldn't individual consumers be able to cultivate and enhance their ecological citizenship in an easy way?

This study is based on a comprehensive analysis of the data collected through interviews with 17 regulars/research participants, actively participative observation of researchers, and on-site data research by selecting the representative disposable cafe "Bottle Lounge" in city centre Seoul as the research site.

Specifically, the questions in the study are as follows. First, what spatial characteristics does a cafe without disposable items have? Second, how does a regular customer form a sense of place in a cafe without disposable items? Third, how is ecological citizenship cultivated and enhanced by regular customers in cafes without disposable items? Finally, what is the social implication of a cafe without disposables? In this study, to answer the above four research questions, we utilize theoretical resources called the routinisation of citizenship learning, ecological citizenship, and a sense of place.

Citizenship can be learned through a variety of channels, in which the study focuses on fostering citizenship naturally within the individual's daily lives, not through regular curriculum. It explores the possibility of fostering and enhancing ecological citizenship through direct and indirect experience and exposure in cafes, which are daily spaces.

To this end, the spatial characteristics of the Bottle Lounge

Cafe itself, a research site, are analyzed using three characteristics of ecological citizenship. This is a disposable cafe that constantly crosses public and private areas. In addition, as a non-discriminatory store, future generations and non-human species are welcomed without discrimination. It also hosts periodic, network-based events such as Flea Market without waste and Your Bottle Week. Many participants in the study also paved the way for them to practice as ecological citizens through this event. Finally, this space is a space with high psychological accessibility. As a result of this characteristic, the participants could feel a sense of psychological comfort and stability about the space and recognize the cafe as a specific and special place, which further helped to cultivate ecological citizenship.

Regular customers have confirmed that a sense of place, which means emotional bonding to the Bottle Lounge Cafe, a space they routinely visit, is not a prerequisite for their ecological citizenship and enhancement, but is working as a sufficient condition. There are six sense of place found in the study participants: a) Resting place/Neighbourhood's common place; b) A guide to daily practice/learning; c) A place to lower barriers to entry into environmental issues; d) A leader to spread good influence; e) A place where all possibilities are open; and f) A place to locate in every single village.

Emotional ties based on the formation of a sense of place have been shown to be creating positive changes in terms of practice as well as raising the perception of participants as ecological citizens. Based on this, the research focused on the seeds of practice that begin at cafes in our neighbourhood based on the relationship between cafe and regular customers. This

study is meaningful in that it qualitatively and empirically proved that anyone can develop and enhance their ecological citizenship through a space that meets their daily lives without difficulty by buying coffee at a disposable cafe located within the radius of their daily lives. However, these individual practices alone clearly limit the total amount of disposable waste, requiring institutional support and regulation of businesses.

This study is a single case study with difficulties in generalization. In addition, there are limitations in that there have been no interviews with guests of more diverse ages or with more diverse customers. In particular, it can be proposed this part as a follow-up study because there has not been enough research on the possibility of fostering ecological citizenship for users who recognize cafes as non-places because this study has paid attention to cafes as places. Also, it is expected that comparative analysis with cafes without disposables of different characteristics or profitability analysis of cafes without disposables in terms of environmental economics will further support the possibility of ecological citizenship fostered in cafes without disposables.

keywords : Cafe, Disposables, Waste management, Ecological citizenship, Sense of place

Student Number : 2018-24774