

## 전통시장의 쇠락과정, 대응양상, 그리고 미래:

전주 남부시장의 민족지적 사례

채수홍\* · 구혜경\*\*

### 1. 문제제기

전주의 남부시장을 방문하는 소비자는 노후화 된 시설, 진열된 품목의 영세성, 고령화 된 상인의 일상이 자아내는 활기 없는 풍경을 접하게 된다. 재래시장에 대한 향수를 기대하며 남부시장을 찾은 소비자는 이곳이 “60~70년대 호남최대의 물류집산 시장”(허헌희 2011: 95)이었다는 것을 상기해내기 쉽지 않을 것이다. 또한 남부시장의 현재의 모습이 쇠락을 막으려는 여러 주체(상인, 지자체, 관련 기관, 시민단체 등)의 다양한 시도와 노고의 결과물이라는 사실을 읽어내기 어려울 것이다. 실제로 남부시장을 찾는 대다수는 전통시장의 향수를 느끼며 시장의 주요 물품을 놓고 흥정하는 소비자라기보다 시장을 휩 돌아보고 시장 내 유명음식점을 찾는 여행객에 가깝다.

---

\* 전북대학교 고고문화인류학과 교수

\*\* 전북대학교 고고문화인류학과 박사수로

본 연구는 남부시장이 어떠한 정치경제적 그리고 사회문화적인 과정을 거쳐 현재의 모습을 가지게 되었는지에 대한 보다 면밀한 민족지적 연구가 필요하다는 문제의식에서 작성되었다. 연구자는 이러한 민족지적 연구가 뒷받침 될 때 남부시장의 쇠락의 원인을 규명할 수 있을 뿐 아니라 현실성이 없는 희망의 수사(修辭)에서 벗어나 가능한 미래를 모색할 수 있다고 믿는다.

전통시장의 쇠락을 역사적으로 설명하고, 원인을 규명하고, 다각적인 처방을 내놓은 기존 연구는 상당히 축적되어 있다(예를 들어, 김진영 2010; 박재수·김응규 2012; 이장환 2001; 한국문화관광연구원 2008; 홍성흡 2002). 또한 본 연구의 대상인 전주남부시장의 역사(예를 들어, 박선희 1994, 2003), 사회경제적 특성(예를 들어, 구혜경 2013; 유대근 1994), 활성화 방안(허헌희 2011; 황선미 2006)을 연구한 논문도 존재한다. 이러한 연구들은 각 시장의 역사적 그리고 사회경제적 특성을 설명하고 쇠락의 원인과 이에 맞는 처방을 나름대로 제시하며 본 연구에 유익한 정보와 함의를 제공하고 있다.

그럼에도 불구하고 필자들이 남부시장의 현재모습을 만들어낸 쇠락의 과정과 주체의 실천에 초점을 맞춘 보다 면밀한 민족지적 연구가 필요하다고 생각하는 이유가 있다. 첫째, 기존의 연구는 거의 대부분 활성화를 당위로 그리고 가능한 것으로 상정한 채 쇠락의 원인을 다각도로 진단하고 대책을 제시하고 있다. 자본주의의 운동법칙에 의해 거대자본의 축적과 집중(concentration)이 가속화되고 있는 현실에서 소규모 자본으로 이루어진 개별 전통시장의 쇠락에 대한 다각적인 대책이 과연 소기의 효과를 거둘 수 있는 것인가? 이러한 근본적인 질문에 대하여 많은 학자들이 전지구화(globalization)와 근대화의 부작용(Ferguson 2002), 소자산가 계급의 운명(Steinmetz and Wright 1989), 신자유주의의 폐해(Harvey 2005) 등 구조적인 문제를 거론하며 비판적 전망을 내놓고 있는 반면, 한국의 전통시장에 대한 연구들은 개별적인 행위자

(agency)의 실천에 의하여 개선될 수 있다는 전제 하에 여러 대응책을 제안하고 있다. 본 연구는 전통시장의 쇠락과정을 민족지적으로 탐색함으로써 이러한 대응책이 자본주의의 운동법칙에 대응하여 과연 활성화될 이끌어낼 수 있는지에 관하여 성찰할 기회를 갖고자 한다.

둘째, 대부분의 기존연구는 한국 전통시장의 쇠락원인에 대한 응급처치를 제안하면서 만병통치의 대책을 만물상처럼 늘어놓고 있다. 건물이 낙후되었으니 현대화하고, 상인의 경영방식이 낙후했으니 교육하고, 상인의 조직이 부족하니 이를 활성화하고, 시장의 문화가 죽어가니 이를 되살리자는 식이다. 시장이 처해 있는 특수한 지리적, 사회문화적 특성에 대한 면밀한 검토에 기반 한 대책이 아쉬운 것이다. 가령 서울도심에 있는 전통시장과 농촌에 둘러싸인 도시에 있는 전통시장은 여러모로 다른 사회경제적 특성을 가지고 있을 것이다.

본 연구는 남부시장의 쇠락과정에 초점을 맞춘 민족지적 연구를 통하여 남부시장이 전주라는 도시 속에서 역사적 맥락에 따라 어떤 정치경제적 조건 하에 성장과 쇠락을 경험했으며 여러 주체의 개입을 통하여 어떤 의미를 갖는 ‘사회문화적 공간으로 구성’(Low 2000: 128)되어 온 것인지 살펴보고자 한다. 또한 남부시장을 지키는 주체인 상인이 자신의 삶터이자 일터인 시장의 쇠락을 어떻게 경험하고, 기억하고, 해석하고 있는지를 탐구한다. 그럼으로써 남부시장에서 어떤 부분이 시장상인의 주체적 노력에 의하여, 소비자에게 외면당하지 않고, 현대적 시장과의 경쟁 속에서 살아남을 수 있을지 검토할 여지를 남기고자 한다.

이러한 문제의식 하에 본 논문은 다음과 같이 구성되어 있다. 첫째, 남부시장이 어떻게 쇠락해 왔는지를 설명하기 위하여 남부시장 쇠락의 역사적 과정을 살펴본다(4절). 둘째, 남부시장의 쇠락을 막기 위하여 시장 내부와 외부에서 어떤 노력이 있었는지를 서술한다(5절). 셋째, 남부시장이 쇠락의 역사적 과정과 이에 대한 결과로서 현재 어떤 모습을 하고 있는지 기술한다(6절). 마지막으로, 이상의 논의를 토대로 남부시

장이 미래에 어떤 모습을 가질 수 있을지에 대하여 전망하고 의견을 제시해보고자 한다(7절).

## 2. 연구과정

이 연구는 문헌조사, 참여관찰, 심층인터뷰 등 인류학의 전통적인 질적 조사방법을 주로 활용하였다. 먼저, 남부시장 쇠락의 역사적 과정은 문헌조사를 기반으로 인터뷰 대상자의 기억을 교차하여 비교하는 방식으로 진행하였다. 또한 점차 쇠락하는 남부시장을 재활성화하기 위한 내외부의 노력을 파악하기 위하여 상인, 관련단체, 지자체 등의 활동에 대한 참여관찰과 심층인터뷰를 진행하였다. 이와 함께 남부시장의 상인의 일상적인 삶을 관찰하기 위하여 시장을 지속적으로 방문하고 이들의 생애사를 채록하였다(〈표 1〉 참조).

연구 조사기간은 크게 2차에 걸쳐 진행되었다. 1차 조사는 2009년 9월부터 11월까지 남부시장의 역사적 배경을 현존하는 상인의 기억을 통해 얻는 데 집중하였다. 특히 연령이 60대 이상, 상업기간 30년 이상인 상인이 시대별로 어떤 경험을 기억하고 있는지를 파악하여 최근 30~40년간 남부시장의 역사를 재구성하고자 하였다. 이와 동시에 남부시장 내에서도 활동 근거지가 되는 공간을 분류하여 입점상가, 천변가 설점포, 노점에 있는 상인이 각각 차지하고 있는 상가 규모와 위치에 따른 다양한 활동을 조사하였다.

2차 조사는 2011년 8월부터 2014년 3월까지 비정기적으로 대상지를 방문하여 상인 전체를 대상으로 경제적 재생산과 내적, 외적 요인에 의해 발생하는 정치적 관계, 이를 극복하기 위한 행정적 지원과 내부적 노력, 현재의 활동현황에 대해 심층 인터뷰하였다. 다시 말해, 현재 남부시장 상인의 삶이 정치경제적으로 어떻게 조건 지워져 있으며, 이들이

〈표 1〉 면접 대상자 특성

순번	나이	성별	취급품목	상업기간	상업인력	비고
1	84	남	속옷, 옷	1955년(59년)	본인, 부인, 딸1	입점상가
2	74	여	생선	1968년(46년)	본인	입점상가
3	83	남	건어물	1945년(69년)	본인, 아들1	입점상가
4	77	남	미곡	1963년(51년)	본인	입점상가
5	55	남	밀가루, 설탕	1985년(29년)	본인	입점상가
6	63	남	미곡	1995년(19년)	본인	입점상가
7	67	남	그릇	1968년(46년)	본인, 부인	입점상가
8	68	여	채소, 생선	1976년(38년)	본인	입점상가
9	64	남	그릇	1975년(39년)	본인, 부인, 아들1	입점상가
10	64	여	미곡	1999년(15년)	본인	입점상가
11	64	여	젓갈	1993년(21년)	본인	입점상가
12	67	남	버섯, 마늘	1976년(38년)	본인	입점상가
13	73	여	미곡	1974년(40년)	본인, 아들1	입점상가
14	61	여	음식점	1981년(33년)	남편(74세),본인,을 케	입점상가
15	75	여	고추, 잡화	1967년(47년)	본인	입점상가
16	61	여	튀밥	1981년(33년)	본인	입점상가
17	76	남	채소	1985년(28년)	본인	입점상가
18	74	여	음식점	1965년(48년)	본인	입점상가
19	72	남	철학관	1973년(41년)	본인, 2011년사망	입점상가
20	76	남	건어물	1980년(34년)	본인, 부인	입점상가
21	60대	여	과일	1976년(38년)	본인	천변가설노점
22	56	여	과일	1988년(26년)	본인	천변가설노점
23	60대 중반	남	채소	2005년(9년)	본인	천변가설노점
24	70대 중반	여	채소, 약재	1988년(26년)	본인	천변가설노점
25	74	여	생선	1969년(45년)	본인	천변가설노점
26	58	여	씨앗	1988년(26년)	본인	천변가설노점
27	60대	여	채소	1985년(29년)	본인	천변가설노점

순번	나이	성별	취급품목	상업기간	상업인력	비고
28	70	여	생선	1976년(38년)	본인	천변가설노점
29	60대	여	생선	1986년(28년)	본인	천변가설노점
30	79	여	채소	1972년(42년)	본인	천변가설노점
31	78	남	채소	1976년(38년)	본인	천변가설노점
32	82	남	그릇	1956년(58년)	본인	입점상가
33	75	여	채소	2003년(11년)	본인 (1986년~2003년 타지역에서 영업)	새벽시장 (도깨비시장)
34	64	남	젓갈, 반찬	1999년(15년)	본인	입점상가
35	43	남	채소	1999년(15년)	본인, 부인	입점상가
36	73	여	음식점	1966년(52년)	본인, 단기 종업원	입점상가

시장을 어떤 사회문화적 공간으로 구성하고 있는지, 그리고 이들이 시장 내에서 서로 어떻게 상호작용하며 때로는 협력하고 때로는 갈등하고 있는지를 파악하고자 하였다. 이러한 현지연구를 통하여 남부시장의 상인이 현재 어떤 삶을 살아가는지에 대하여 구체적으로 이해하고자 시도하였다.

### 3. 전통시장의 쇠락에 대한 이론과 민족지 쓰기

경제발전이라는 이름으로 알려진 창조적 파괴의 격렬한 역사 내내 지루하게 반복된 진단 속에서 단지 혐의를 받는 범인과 장래의 피고인들의 이름만 달라졌을 뿐이다. (바우만의 “쓰레기가 되는 삶들” 중에서)

오늘날의 세계에 대하여 비판하기는 쉽지만 빠져나갈 길을 찾아내는 것은 어렵다. (오토너의 “신자유주의에 대하여” 중에서)

이 연구는 상인의 기억과 해석을 중심으로 전주의 한 전통시장의 쇠락과정과 현재의 모습을 민족지적으로 기술하고 이를 토대로 미래의

모습을 그려보는 데 목적을 두고 있다. 사실 전통시장 쇠락의 원인을 분석하고, 과정을 기술하고, 처방을 시도한 여러 학문분야의 국내외 연구는 (많다고 할 수는 없지만) 어느 정도 축적되어 있다. 그렇다면 전통 시장을 인류학적으로 탐구한다는 것은 다른 학문과 비교할 때 어떻게 달라야 하는 것일까? 인류학에서 민족지적 기술을 시도한다는 것은 전통 시장 쇠락의 원인, 과정, 처방을 어떻게 다루어야 하며, 어떤 수준의 함의를 도출하는 것일까? 이 연구의 어려움은 이 질문에 대한 대답이 쉽지 않다는 데 있다.

전통시장에 대한 고전적인 연구는 인류학이 전통시장을 경제활동이 이루어지는 사회문화적 공간으로 이해하고 있다는 점을 분명하게 보여주고 있다. 대표적인 연구인 스킨너(Skinner 1964)의 중국 스완지방 시장권에 대한 분석은 공동체의 사회구조와 문화적 규칙을 밝히는데 궁극적인 목표를 두고 있으며, 민츠(Mintz 1967)의 아이티 전통시장에 대한 민족지도 경제활동을 규정짓는 사회적 관계와 규범에 주목하고 있다. 이들의 연구는 경제사회학자 폴라니(Polanyi 1957)가 자본주의적 시장사회로의 대전환 이전에 존재했다고 주장한 전자본주의적 전통사회의 사회문화적 특징을 찾아 온 경제인류학의 전통과 맥을 같이 하고 있다 (Cook 1973: 799-801). 인류학에서 전통시장은 “호혜성”(Sahlins 1972: 181-196)을 중심으로 자본주의와는 다른 사회적 관계를 맺고 있는 경제활동공간으로 인식되어 온 것이다.

역설적으로 전통시장에 대한 인류학의 이러한 관점이 ‘시장 공간 (marketplace)’에 대한 후속연구를 단절시킨 원인이 되었다. 자본주의화와 도시화가 확산되면서 전통시장을 더 이상 전자본주의적 특성을 지닌 사회문화적 공간으로서 간주할 수 없게 되자 전통시장에 대한 관심이 사그라진 것이다. 또한 “자본의 도시화”(하비 1996: 37-85)가 전통시장이 지닌 공동체 내의 기능과 역할을 축소시키면서 사회적 관계를 형성하고 문화적 규범을 표출하는 대표적인 공간으로서 전통시장을 연

구할 필요성이 감소한 것이다.

이와 같이 인류학에서 전통시장에 초점을 맞춘 연구가 사라지고 있는 것은 안타까운 현상이 아닐 수 없다. 무엇보다 세계 대부분의 나라에서 수많은 전통시장이 ‘소상공인 계급(*petite bourgeoisie*)’의 일터로서 계속 생존하고 있다(Bechhofer and Elliott 1985). 전통시장은 무한경쟁과 집중화(*concentration*)에 의해 대자본의 독점력이 날로 커지고 있는 후기자본주의에서도 많은 사람들에게 일거리를 제공하고 자본주의를 직접 경험하게 만드는 사회문화적 공간으로서 생명력을 잃지 않고 있다. 또한 전통시장의 존재양태와 기능이 각 나라의 자본주의 발전정도, 정치경제적 조건, 사회문화적 전통에 따라 다양하여 인류학적인 비교연구의 대상으로서 충분한 가치를 지니고 있다. 전통시장이 각 나라와 지방의 정치경제적, 사회문화적 맥락에 따라 ‘자본의 도시화’를 경험하고 이에 대응하는 상이한 과정을 민족지적으로 기술하고 이해하는 것은 흥미롭고 유의미한 인류학적 작업이 될 수 있을 것이다.

이러한 인류학적 의미에도 불구하고 곤잘레스와 웨일리(Gonzalez and Waley 2013: 967-968)가 탄식하고 있듯이 전통시장에 대한 기존 연구는 많지 않으며, 논쟁점에 대한 체계적인 정리도 되어 있지 않다. 다만 전통시장에 대한 기존연구를 검토해보면, 개발도상국이 몰려 있는 남반구의 사례가 주를 이루고 있고, 세계경제체제 내의 위치 그리고 이에 상응하는 ‘자본의 도시화’의 진척 정도에 따라 연구의 초점에 상당한 차이가 있다는 특징을 찾아볼 수 있다.

먼저, 개발도상국 또는 주변부 국가에서는 전통시장에서 나타나는 비공식성(*informality*)과 전근대성을 합리적으로 근대화하는 것을 모색하는 연구가 주를 이루고 있다. 예를 들어, 인도네시아(Setyowati and Gunawan 2013), 태국(Schipmann and Qaim 2011), 방글라데시(Murshid 2011), 가나(Angmor 2012) 등의 개발도상국에서는 농산물 위주의 전통시장이 도로와 시설의 개선, 상인공동체의 강화, 가격 제고



등을 통하여 경쟁력 있는 근대적 상업공간으로 변모하는 방안에 대한 연구가 여전히 진행되고 있다.

이와는 대조적으로, 선진자본주의 혹은 중심부(core) 국가의 전통시장에 대한 연구는 ‘자본의 도시화’ 그리고 신자유주의 정책에 의한 도시의 재구조화와 관련하여 전통시장을 이해하는 데 초점이 집중되어 있다 (Gonzalez and Waley 2013: 966). 슈퍼마켓과 대형유통업체와의 경쟁, 소비자 취향의 변화, 도시개발 계획, 지역정부의 정책, 소상공인의 재생산 등 전통시장의 쇠락을 만들어내고 있는 요인들이(House of Commons 2009; Johns, Hiller, and Comfort 2007) 근본적으로는 사유화되고 상품화된 도심공간을 창출하기 위한 국가와 시장의 조율된 전략의 소산이라는 관점을 가지고 있는 것이다.

이러한 관점은 향후 전통시장의 운명이 ‘자본의 도시화’를 가속화시키는 신자유주의의 기획에 어떻게 맞서는지에 달려 있다는 정치적 함의를 담고 있다. 쇠락과 재활성화의 연결 사이에 끼어 있는 전통시장의 이러한 운명은 뉴욕의 소매업의 재활성화(Zukin 2008), 바르셀로나의 규제정책과 전통시장의 재생(Pascual-Molinás and Ribera-Fumaz 2009), 웨일즈의 소규모 쇼핑타운의 몰락과 재생(Bromley and Thomas 1995), 영국 리즈(Leeds)의 도심 재활성화와 전통소매시장 재생 운동 (Gonzalez and Waley 2013) 등의 사례연구에서 다루어진 바 있다.

흥미로운 것은 외국과 비교해볼 때 한국에서 경제, 경영, 행정학, 도시계획의 분야를 중심으로 전통시장에 관한 연구가 상당히 많이 이루어졌다는 사실이다. 이들의 연구는 전통시장의 쇠락과 활성화를 문제점, 방안, 전략, 제안 등의 실용적인 용어를 사용하여 진단하고 처방하고 있다는 공통점이 있다(예를 들어, 박명호·김상우 1997; 양지에 2010; 이장환 2001; 이철규 2007; 황선미 2006). 또한 전통시장의 쇠락 원인을 진단할 때는 중심부 국가의 전통시장 연구와 궤를 같이하며 (물론 동일한 용어와 개념을 사용하고 있지는 않지만) ‘자본의 도시화’와 신자

유주의적 정책에 따른 도심 재구조화의 효과와 부작용을 언급하는 반면, 이에 대한 대응책을 제시할 때는 주변부 국가의 전통시장 연구에서 보이고 있는 효율적인 근대적 시장으로의 변모를 주문하는 논리전개방식을 공유하고 있다.

한국의 전통시장 연구에서 보이는 진단과 처방 사이의 이러한 간극은 전통시장의 쇠락을 구조적인 문제로 인식하면서도 대중적인 요법만을 제시함으로써 궁극적인 효과에 대한 의문을 낳고 있다. 또한 시장공간을 재구조화하여 활성화하는 것과 시장의 주체가 되는 상인의 삶의 제반 조건을 개선하는 것의 구분을 모호하게 만들고 있다. 그 결과 급속하게 진행되고 있는 ‘자본의 도시화’와 신자유주의의 도심 재구조화에 대응하기 위하여 이들이 내놓은 처방이 시장상인의 삶을 어떻게 개선시킬 수 있을지에 대하여 의구심을 품게 만든다.

본 연구가 시도하고 있는 전주의 한 전통시장의 쇠락에 관한 민족지 쓰기는 전통시장 쇠락의 구조적 조건과 처방에 대한 기존의 연구가 가진 이러한 간극과 한계를 보완하는데 어떤 도움을 줄 수 있을까? “창조적 파괴”(Schumpeter 1912)를 끊임없이 진행하면서 생존해 온 자본주의의 역사 속에서 전통시장은 폐기되어야 할 낡은 것일 뿐이라면 집중화, 소상공인의 계급적 운명, 신자유주의의 부작용을 쇠락의 주범으로 지목하는 민족지 쓰기는 무슨 의미가 있을까? 비관을 넘어서서 빠져나갈 길을 찾는 데 도움을 주는 민족지 쓰기란 무엇일까? 본 연구는 이러한 의문을 가지고 진행되었으며 이에 대한 대답을 추구하는 시론적인 성격을 갖고 있다.

오트너(Ortner 2011)는 신자유주의를 인류학적으로 정의하고자 시도한 논문에서 신자유주의에 관한 민족지적 기술의 장점을 두 가지로 설명하고 있다. 하나는 신자유주의의 효과인 경제적 구조조정이나 부의 양극화 등에 관한 추상적 설명에 풍부함, 복합성, 인간성을 더할 수 있다는 점이다. 신자유주의가 만들어내는 정치경제적 조건이 인간에게 영향

을 미치는 구체적 맥락을 살펴보고 이것이 인간의 삶에 어떻게 영향을 주는지를 이해시킬 수 있다는 것이다. 다른 하나는 인간이 물질적 조건 뿐 아니라 의미의 세계에 살고 있다는 것을 보여줄 수 있다는 점이다. 인간은 신자유주의가 만들어 놓은 조건을 경험하는 과정에서도 나름의 의미를 추구하며 자신의 삶과 세상을 만들어가는 주체라는 것을 이해시킬 수 있다는 것이다.

본 연구도 이러한 민족지적 연구의 장점을 살려 전주의 한 전통시장의 상인이 구조적인 요인에 의하여 쇠락하는 시장과 자신의 삶의 조건을 어떻게 경험해오고 있으며, 이 과정에서 어떤 의미를 추구하며 살아가고 있는지를 기술하고자 한다.<sup>1)</sup> 그럼으로써, 이들이 쇠락하는 조건에 대응할 수 있는 정치적인 주체로서의 가능성이 있는지 그리고 전통시장의 미래가 어떠한 것인지에 대한 함의를 얻을 수 있을 것으로 기대해본다.

#### 4. 남부시장 쇠락의 역사와 상인의 기억

남부시장의 역사는 조선후기까지 거슬러 올라간다. 당시만 해도 전주도읍의 장은 조선의 3대 시장으로 불리었고, 이 가운데 현재의 남부시장의 모태가 된 ‘남문밖장’이 가장 컸다(전주시·전주부사국역편찬위원회 2009: 585). 이후 일제의 미곡수탈이 인근 군산과 옥구를 통하여 이루어지면서 상권이 상대적으로 위축되었으나, 1950년대까지도 여전히 전라도 지역경제에 영향을 주는 농산물 시장으로서 명성을 유지하였다(박선희 1994: 100; 전주문화재단 2007: 449).

해방 이후에도 남부시장의 경제적 규모는 날로 커져 최소한 전라북

---

1) 한국문화인류학에서는 홍성흡(2002), 박경섭(2013), 구혜경(2013)이 정치경제적 조건의 변화에 대한 전통시장의 상인의 대응에 관한 민족지를 시도한 바 있다. 이들의 논문이 본 연구에 주는 시사점에 대해서는 본문을 서술하면서 언급할 것이다.

도 인근에서는 가장 규모가 큰 시장으로 명성을 날렸다. 이 시기는 남부 시장 상인의 기억 속에 “야깡<sup>2)</sup>이 있던 시절”로 기억된다. 미곡이나 건어물과 같은 각종 농수산물에 중심이었지만 수공업품과 공산품도 활발하게 거래되며 시장의 “활기와 돈이 넘쳐나던 시절”로 회자된다.

〈70년대까지 호시절에 대한 기억〉

“장사가 잘 될 때는 임실, 남원, 진안, 장계 전부터 우리한테 와서 사갔어. 내가 중업원을 일꾼을 뒀었어. 그리고 약광(야깡)에 가면 경상도서도 오고, 나중에는 거기로 가기도 하고, 하루에 수박을(이) 7차(트럭)가 오는데.” (제보자 3, 남, 1932년생)

〈70년대까지 호시절에 대한 기억〉

“그때는 하루 나가면 한 달 봉급은 남겨(약 2,500원 순이익). 그땐 그랬어. 고추 한 100근만 사오면 30원씩 남으면 3000원 아닌가. 그래서 그렇게 참 경기가 좋았어. 먹고 살기가 좋았지. 그때는 (상인이) 몇 천 명 되지. 시내 주변 사람들 전부 와서 물건 팔고 엄청나지 그땐 그랬지.” (제보자 4, 남, 1938년생)

60년대까지 전통시장은 이처럼 지역경제의 중심역할을 담당했고 시대를 선도해가야 할 공간으로 인식되었다. 시장은 자본, 국가, 상인이 연합하여 부단히 “사회적으로 생산해야 하는 공간”(Low 2000: 128)으로 인식되었던 것이다. 실제로 남부시장을 관장하는 전주시는 1961년부터 노점상 철거를 시도했으며 1968년 ‘시장근대화사업’이라는 이름을 걸고 시장 일대를 대대적으로 정비하고 확장하기 시작한다. 그 결과 대형 건축구조물 안에 근대적 상상에 맞게 표준화되고 획일화된 점포를

2) “야깡”은 농수산물을 대규모로 경매하는 곳을 의미한다. 연구자는 “야깡”의 정확한 표기와 어원을 알기 위하여 노력하였으나 학자마다 추측에 기반 한 가설이 달라 통일된 견해나 권위 있는 해석을 찾기 힘들었다. 구전 된 발음도 야깡, 약판, 약광, 약강 등으로 상이했다. 유일하게 남아 있는 자료는 동아일보 1938년 12월 13일자 신문에 “야깡(청과물시장)에 채소 가격이 급등했다”는 보도이다. 연구자가 판단하는 가장 설득력 있는 설명은 이 용어가 일본어의 “야간(夜間)”이나 “야카이(夜會)”에서 유래했고 일제강점기부터 사용되었다는 것이다. 지금도 경상도 일대의 수산시장에서는 야깡이라는 용어가 사용되고 있다고 한다.

일렬로 세워놓은 “동질화된 시장문화를 만드는 근대적 공간”(Rutheiser 1999: 317)이 탄생한다. 이 근대적 상업공간은 민영화의 기치 아래 자본의 지배를 받으며 보다 효율적으로 변창할 것으로 기대되었다.

〈60년대 말 근대화사업에 대한 기억〉

“그때만 해도 양철지붕에 기둥만 있었잖아. 판자에. 그렇게 했었지. 문도 없었고. 그런 건물에서 하다가 철근으로 공사를 하더라고. (전에는) 이런 집이 아니라 양철로 해서 만든 그런 집이었지. 그렇게 있다가 이제 건물을 신축을 하더라고. 그때 당시에는 장사가 아주 잘 되었어. 나 같은 경우에는 그때 당시에는 밥을 제대로 못 먹고 장사를 했어. 신바람 나게 했지.” (제보자 7, 남, 1946년생)

하지만 남부시장의 근대화 시도는 효과가 오래 지속될 수 없는 운명이었다. 국가와 자본이 가속화시킨 도시 재구조화와 시장 자유화의 흐름 속에 쇠퇴의 계기를 맞을 수밖에 없었다. 남부시장을 쇠락시킨 가장 주요한 두 가지 구조적 계기는 80년대 초 전주 도심 외곽의 택지개발과 1996년 유통시장 개방에 따른 대형유통업체의 등장이었다.

우선, 허헌희(2011: 1)와 황선미(2006: 45)가 주장하고 있는 것처럼 남부시장은 대형유통업체가 등장하기 이전인 80년대 초부터 이미 쇠락의 조짐을 보이기 시작했다. 당시만 해도 가장 큰 도로였던 팔달로를 중심으로 발달했던 전주 구도심을 외면한 채 도시가 확장되면서 외곽에 대형 아파트가 세워지기 시작한 것이 이 시기이다. 이러한 도시 확장의 결과 구도심의 일부였던 남부시장은 전주 북동쪽에 들어선 아파트 인근에 개점한 대형소매점에 상권을 잠식당하기 시작했다. 남부시장의 상인도 당시 이러한 변화를 감지했다. 이들은 대형마트의 등장 이전부터 “아파트가 생기고”, “차가 많아지면서” 남부시장의 사회경제적 위상이 “과거만 못해졌다”고 기억하고 있다.<sup>3)</sup>

3) 국가와 민간자본이 주도한 전주시 개발에서 도심이 소외된 것은 외곽에 넓고 싼 부지, 특히 농지가 있었기 때문이다. 구도심의 남부시장의 땅값이 평당 1천만 원 일

국가와 자본이 조율하고 기획한 도심 주거지의 확장에 따라 구도심의 일부였던 남부시장이 신흥 중산층에게 불편하고 덜 매력적인 소비 공간으로 인식되기 시작한 것이다(Bromely and Thomas 1995 참조). 이처럼 남부시장의 쇠락은 세계의 여러 도시에서 그러했듯이 “주거지의 재구조화 과정과 밀접하게 관련되어 진행”(Davison and Lees 2010: 406)되기 시작했다.

〈도시개발에 따른 시장의 쇠락 조짐에 대한 기억〉

“옛날에는 사람이 엄청 많았지. 근데 아파트 옛날 효자동 없을 때는 다 여가서 샀었어. 지금 아파트 생기고 나서부터는 택지개발하고 나서는 (장사가 안 되지만). (예전에는) 이쪽 (전주천 건너편과 매곡교 너머 완산교회 앞)까지 다 (장사를)했어.” (제보자 33, 여, 1940년생)

외곽을 중심으로 한 도시의 개발 붐이 전주 남부시장의 쇠락을 알리는 신호였다면 90년대 중반의 유통시장의 개방과 대형할인마트의 등장은 남부시장의 쇠락을 가시화시키는 계기가 되었다. 이런 연유로 많은 연구(예를 들어, 박명호·김상우 1997; 유대근 1994; 홍성흡 2002)가 이 시기의 유통시장의 개방과 분화를 전통시장의 쇠락의 주범으로 지목하고 있다는 점은 타당성이 있다. 실제로 대형할인마트가 생활필수품을 구매하는 소비자에게 “총체적 편의성”(유대근 1994: 171)을 제공하고, 대규모 자본으로 값싸고 질 좋은 상품을 제공함으로써 도시소비자를 빠르게 흡수해나간 것은 주지의 사실이다. 또한 이 시기에 대형할인마트나 백화점에서의 소비가 도시여성의 중산층으로서의 계급정체성을 확인하는 중요한 기제로 선호되었다는 점도 여러 연구(예를 들어, 문옥표 1997; 박지환 2005)에서 밝혀진 바 있다. 이러한 경제적 그리고 사회문화적 조건에서 남부시장도 급격한 쇠락을 피하지 못했을 것임에 분명하

---

때 북동부 외곽의 땅은 40-50만원에 불과했다. 도시의 상업시설도 마찬가지로의 경제적 이유 때문이라도 외곽의 아파트 근처로 점차 옮겨갈 수밖에 없었을 것이다. 자본의 논리에 따르면 남부시장의 쇠락은 불가피했던 것이다.

다.

하지만 남부시장의 상인은 이 시기에 영업활동의 쇠락이 눈에 보이기 시작했다는 점은 인식하면서도 그 원인을 E-마트와 같은 대형할인점이나 백화점의 등장과 직접 연계시키지 않는다. 이는 새로운 대형유통업체가 (당시의 거리감과 공간적 상상에 따르면) 남부시장과 인접한 곳에 입점하지 않았고, 취급하는 품목이 남부시장과 다른 것이 많고, 소비자의 사회경제적 특성이 다르다고 생각했기 때문인 것 같다. 남부시장 상인은 오히려 이 시기를 “야깡이 다른 곳으로 옮겨가면서 사라지고”, “배차장이 이전하고”, “버스노선이 많이 바뀐” 때로 기억한다. 인근 지역에서 찾아오던 소비자가 대규모 경매장이 없어지고 교통이 불편해지면서 남부시장을 외면하기 시작한 것으로 생각하는 것이다.

〈대형유통업체의 등장 시기의 쇠락에 대한 기억〉

“95년부터 장사가 안 된 거 같어. 상인들이 많아지고 그 뒤로 이 (도심의) 번두리로 장사꾼이 거창하게 생겼었거든.” (제보자 4, 남, 1936년생)

〈대형유통업체의 등장 시기의 쇠락에 대한 기억〉

“IMF 전에도 안되었지만 더 안 되는 거 같아요. 야깡(야깡)들이 가버리고 난 다음부터 사람들이 안 온다고 봐야죠. 그 때만해도 장사가 잘 되었는데 지금은 야깡(야깡)이 없으니까. 피해 보는 사람들은 남부시장에만 있어요.” (제보자 6, 남, 1950년생)

상인의 인식과 기억과는 별도로 도심의 확장에 따른 재구조화와 대형유통업체의 등장이라는 구조적 동인이 남부시장의 쇠락을 불가피한 것으로 만들어간 것은 분명하다. 하지만 남부시장의 상인이 침체를 체감하기 시작한 것은 2000년대 초부터이다. 그래서 대형업체의 등장의 영향을 크게 강조하지 않는다. 이후 몇 년이 지나자 이들은 구조적인 요인에 의하여 침체되기 시작한 시장이 더 이상 살아날 기미를 보이지 않을 것이라는 체념에 빠지게 된다. 2000년대 중반부터는 침체가 상시

화 되어 나아질 기미도 없고, 더 악화될 것도 없는 오늘날의 상태가 이어져오고 있기 때문이다. 이때부터 남부시장의 상인은 위에서 언급한 모든 요인이 결합하여 남부시장의 쇠락을 재촉한 것이라고 기억을 재구성하기 시작했으며 이를 극복할 획기적 대안이 없으리라는 점을 경험적으로 체득한 채 살아가고 있다.

〈침체의 체감과 상시화에 대한 기억〉

“이거(천막 점포에서 플라스틱 점포로 바꾼 가설점포) 지은 뒤(2002년)로 안 돼. 이거 짓고 나서는 안 돼. 그전에는 여기(천변가) 양쪽으로 (노점)이 되어있어서 그래도 잘 되었었는데 지금은 이렇게 읍아매 놓으니까. 재래시장은 죽었어.” (제보자 21, 여, 60대)

남부시장 상인은 시장 쇠락의 역사적 과정을 “막 먹고 쓸 때는 가고, 밥만 먹고 사는 시절이 왔다”라고 함축해서 표현한다. 이들의 생애사를 들여다보면 이러한 진술이 과장된 것이 아님을 쉽게 알아낼 수 있다. 남부시장의 쇠락은 급격했고 이곳을 생활터전으로 삼아 온 이들의 사회경제적 지위는 큰 폭으로 추락했다. “공무원보다 딸과 아들 준다는 사람이 많았던 시절”을 기억하는 이들이 느끼는 경제적, 사회적, 문화적 박탈감은 이루 말할 수 없다.

〈상인이 느끼는 쇠락과 이에 따른 박탈감〉

“20여 년 전에 우리가 (점포를) 살 때만 해도 1억 5천 줬어. 그럴 때 1억 5천 줬는데 지금 시세로 하면 몇 억은 받아야지 않겠어(하지만 현재 시세는 오히려 떨어져 대략 1억이다). 그때 우리 주택만 해도 60평짜리 집(을) 천 팔백에 샀는데 그때 당시 1억 5천만 원이면 집이 몇 채 값이야. 우리 집 같은 경우에는 다섯 채 값인가 여섯 채 값이었어요. 이전에는 가게를 내놓은 사람도 거의 없었는데 이제는 사려는 사람이 없어.” (제보자 10, 여, 1950년생)

〈상인이 느끼는 쇠락과 이에 따른 박탈감〉

“1980년에는 하루 매상이 20~30만원 정도였는데 지금은 장사가 너무 안 돼. 하루에 2~3만원도 겨우 벌고 있어.” (제보자 20, 남, 1938년생)



〈상인이 느끼는 쇠락과 이에 따른 박탈감〉

“도매와 소매가 반반이었죠. 80-90년대만 해도 소매로도 하루에 100만원 그렇게 팔았는데 지금은 하루에 30(만원)팔기도 어렵고, 거기서 몸값 빼고 나면 얼마 안 남잖아요. 차라리 공사판 나가는 게 나올 거 같아. 하루 나와 가지고 5만원 못 벌고 있으니.” (제보자 6, 1950년생)

이상과 같이, 남부시장은 60-70년대의 전성기를 지나고부터 아래와 같은 4단계의 침체시기를 거쳐 현재의 쇠락한 모습에 이르게 된다. 도심의 확장과 재구조화에 따라 쇠락의 조짐이 보이기 시작한 80년대 초, 유통시장의 변화가 시작된 90년대 중반, 침체가 상인에게 체감되기 시작한 2000년대 초, 그리고 침체가 상시화 된 2000년대 중반의 단계적 쇠락을 경험해 온 것이다.

이와 같은 남부시장 쇠락의 시기는 학자들이 80년대 후기자본주의의 특성을 도시 확장과 소비사회로의 전환에 초점을 맞추어 분석하고, 90년대 후기자본주의의 운동을 전지구화와 연계시켜 논의한 것과 궤를 같이한다. 또한 2000년대 들어 후기자본주의의 각종 폐해가 가시화되자 이를 ‘신자유주의’라는 비판적 용어로 함축시켜 표현하기 시작한 것을 이해할 수 있는 사례가 되고 있다(Ortner 2011 참조). 다시 말해, 남부시장 쇠락의 계기가 전주라는 도시에 국한된 것이 아니고 세계자본주의의 변화와 밀접하게 연계되어 진행되어 온 것임을 알 수 있다.

이와 함께, 남부시장의 역사는 쇠락의 구조적 계기가 발생한 시기와 상인이 쇠락의 효과를 체감하는 시기 사이에 시차가 존재한다는 점을 보여준다. 이는 상인이 자신의 생활조건의 변화에 대한 경험과 이에 대한 나름의 이해방식을 토대로 구조적 계기를 인식하기 때문일 것이다. 이런 점을 고려하면서 다음 절에서는 남부시장의 상인이 시장의 쇠락과정에 대한 나름의 인식과 해석을 토대로, 다른 주체들과 함께 어떤 방식으로 대응하여 왔는지 설명해보고자 한다.

## 5. 남부시장의 쇠락에 대한 상인과 외부인의 대응

남부시장의 쇠락은 시장의 내부와 외부에서 이를 불가피한 것으로 간주하거나 방관한 결과가 아니다. 남부시장의 쇠락이 체감되기 시작함에 따라 여러 형태의 대책과 대응이 뒤따랐기 때문이다. 이러한 노력은 주체에 따라 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 첫째, 전통시장의 침체에 대한 정치적인 부담을 의식한 중앙정부나 지방자치단체와 같은 관이 주도한 법적, 행정적, 제도적 지원이다. 둘째, 쇠락을 막고자 하는 상인의 여러 자구노력이다. 셋째, 관의 지원을 받은 시민단체의 개입과 지원이다.

이 절에서는 시장 내부와 외부에서 여러 주체가 상호협력하면서 별인 대책의 내용과 대응의 양태는 무엇이었으며 그 효과가 어떠한지에 대하여 평가하고자 한다. 그럼으로써 이들의 노력에 어떤 한계가 있었기에 남부시장의 침체가 상시화 된 현재의 모습으로 남게 되었는지 성찰해보고자 한다.

전통시장에 대한 관의 지원은 시설보수를 목표로 1980년대 초부터 지속적으로 이루어져왔다. 하지만 본격적인 법적, 제도적 지원이 시작된 것은 2000년대 중반 이후이다. 90년대 중반 이후 대자본의 집중과 지역상권의 몰락에 대한 지역민과 중소기업의 불만과 저항이 커짐에 따라 중앙정부는 2004년 ‘재래시장 육성을 위한 특별법’을 제정하고 이를 2006년 ‘재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법’으로 개정한다. 이후 2009년에는 ‘재래’라는 단어가 낙후성을 상상하게 만든다는 주장을 수용하여 재래시장을 전통시장으로 부르기 시작한다(한국문화관광연구원 2008: 54).

전통시장에 대한 관의 지원은 시설을 보수하여 시장의 외형적 환경을 개선하는데 집중되어 왔다. 남부시장의 경우도 예외가 아니어서 천

막을 플라스틱으로 바꾼 노점점포 개설을 위하여 약 1억 원(2000년), 도색과 편의시설 확충에 약 5억 원(2001년), 현대화사업이라는 이름을 걸고 아케이드를 설치하는 데 약 153억 원(2002-2003년), 고객지원센터 건립과 상가 리모델링에 약 15억 원(2005년)을 지원받았다(시장경영지원센터 [www.sijang.or.kr](http://www.sijang.or.kr)). 관이 주도하는 다수의 지원사업이 그렇듯이 법적 근거를 마련하여 인프라를 건설하는 데 대부분의 지원금이 소비된 것이다.

하지만 이러한 시설지원으로 전통시장이 대형할인마트나 백화점과 같이 깔끔하고 편리한 시설로 변모하는 것이 가능하지 않음은 자명했다. 노점까지 1천여 개에 이르는 소규모 점포를 대형할인마트와 경쟁할 수 있을 만큼의 환경과 시설을 갖춘 공간으로 바꾸는 일은 결코 쉬운 일이 아니기 때문이다. 이를 의식하여 자본이 있는 소수의 상인은 차라리 상가를 모두 철거하고 대형 주상복합 공간을 건설하는 것이 대안이라고 주장하기도 하였다. 하지만 이런 제안도 현실성이 없기는 마찬가지였다. 지원금을 훨씬 상회하는 대규모 자본이 투여되어야 하지만 비싼 도심의 땅을 매입하여 이런 시도를 할 자본가가 있을 리 만무하기 때문이다. 게다가 이 과정에서 전통시장의 상인의 다수가 쫓겨날 것이고, 전통시장의 활성화라는 본래의 목적이 시장이 있던 공간의 재활용이라는 새로운 목표로 변질되며 전통시장의 정체성마저 흔들 것이기 때문이다. 이러한 딜레마로 인하여 정부마저도 2000년대 말부터는 시장의 현대화 지원사업이 전통시장 활성화에 효과가 미미하다는 것을 인정하고 사업의 방향전환을 모색하게 된다(한국문화관광연구원 2008: 62).

물론 관의 지원에는 시설과 환경의 개선만이 아니라 상업 활동을 위한 기술적, 교육적 지원과 같은 전통시장의 소프트웨어적 측면을 바꾸기 위한 사업도 포함되어 있었다. 하지만 이마저도 실효성이 거의 없었다. 전통시장에 맞게 적응해온 영업방식에 익숙한 세대로 이루어진 상인에게 새로운 영업방식의 도입은 탐탁치도 않고 효율적이지도 않은

것이기 때문이었다. 또한 이러한 영업방식의 변화가 소비자를 어느 정도 끌어들이 수 있을지도 의문이었다. 예를 들어, 상인이 컴퓨터 교육을 받고 카드 결제기를 사용한다고 해서 소비자가 현대에 맞는 생활필수품이 부족하고 편의성이 떨어지는 전통시장으로 되돌아올 것으로 기대할 수는 없을 것이다. 이렇듯 관이 주도한 전통시장의 현대화 기획은 전반적으로 정치적 효과는 거두었는지 모르지만 경제적 효율성을 제고하기에는 역부족이었다.

일반적으로 자본주의 국가에서 정부가 ‘자본의 도시화’를 추구하고 특히 신자유주의 정책을 강화하면서, 전통시장을 부차적인 서비스 공간으로 간주하고, 도시의 재활성화에 궁극적으로 방해가 되는 것으로 인식한다는 점을 고려할 때(Gonzales and Waley 2013: 968), 남부시장과 같은 전통시장에 대한 (적어도 진보적인 정권이 섰던 시기에 행해졌던) 정부의 지원노력은 평가할 만한 가치가 있다. 특히 정부가 허가, 보건, 안전 등을 중심으로 규제와 관리에 열중하면서 전통시장을 돈벌이(cash cow)의 수단으로만 보는 여러 나라의 사례와 달리 한국 정부가 지원을 위한 노력을 기울였다는 점은 주목받을 만하다. 그럼에도 불구하고 남부시장과 같은 전통시장을 대상으로 실행된 정책을 보면 정부가 전통시장을 본격적인 재생의 대상으로 삼기보다는 정치적인 효과를 위한 보여주기 위한 미봉책을 제시하는 데 그친 것이 아닌지 의문을 갖지 않을 수 없다.

관의 주도와는 별개로 상인 내부에서도 남부시장의 침체와 쇠락에 대한 위기의식이 싹트고 이에 대응하기 위한 조직적인 움직임이 생겨났다. 우선, 1977년 정식으로 설립인가를 받은 남부시장 변영회가 위기에 대응하기 위하여 적극적인 활동을 펼친다. 또한 1970년대 중반에 친목단체로 결성되었던 풍남문 상인회도 2007년 조직을 법인화하고, 1980년대에 역시 친목모임으로만 기능했던 천변상인회가 자신의 목소리를 내기 위하여 단합한다. 이처럼 여러 주체가 서로의 이해관계를 위하여

활발하게 정치과정을 보여주는 것은 지역 활성화를 위하여 필수적인 요인일 것이다(홍성흡 2001; 채수홍 2004). 이런 점에서 서로 다른 공간을 점유한 세 상인단체를 중심으로 상인이 집단적인 움직임을 보여주고 활발한 정치과정을 보여준 것은 남부시장의 활성화를 위하여 바람직한 현상이라고 볼 수 있다.

하지만 남부시장의 상인조직의 활동은 시장을 활성화하기에는 몇 가지 한계가 있었다. 우선, 이들의 주요활동이 관의 지원을 받기 위하여 정치적 압력을 넣는 데 집중되어 있었다. 영업활동의 개선 등을 위한 자구책을 마련하기보다는 관으로부터 더 많은 지원금을 받아내기 위한 활동에 치중한 것이다. 이 과정에서 서로 이해가 다른 세 상인회가 각각 남부시장 내부의 상가, 풍남문 인근 상점가, 노점상에게 시설지원금이 더 돌아가게 하기 위해 경쟁하며 갈등을 만들어내게 된다(구혜경 2013). 물론 남부시장 상인 스스로가 시장 활성화를 위하여 전혀 노력을 하지 않은 것은 아니다. 2009년 이후 노래자랑과 경품추첨을 정기적으로 개최하고 있는 것이 그 예이다. 하지만 이런 일시적인 활동이 시장에 대한 소비자의 사회문화적 친밀감을 높이고 영업에 도움을 주었는지에 대해서는 상인 스스로도 의문을 제기하고 있다.

남부시장 상인이 시장의 쇠락에 가장 적극적으로 대응한 사례는 오히려 시민단체의 시장 활성화 사업에 협력하는 과정에서 찾아 볼 수 있다. 전술한 것처럼, 2000년대 중반까지 정부의 지원 하에 실행되었던 각종 시설현대화 사업이 효과를 보지 못하였다. 그 결과 정부는 ‘문화예술활동’을 결합하여 전통시장을 문화공간으로 변모시키는 것이 소비자로 하여금 시장을 찾게 만드는 방법이라는 시민단체의 제안을 받아들여게 된다. 이러한 과정에서 탄생한 대표적인 사업이 문화관광부가 시민단체를 지원하여 벌인 ‘문화를 통한 전통시장 활성화 시범사업(문전성시)’이다. 남부시장도 전주의 문화단체의 주도로 문전성시 사업을 2011년부터 3년간 실행한 바 있다(한국문화관광연구원 2008: 117-132; 이

음 2012: 1, 2013: 1).

상인들은 2005년부터 남부시장의 활성화를 위하여 노력하던 전주  
의 한 문화예술단체가 ‘문전성시’ 사업을 진행하자 적극적으로 협조한  
다. 그 결과 남부시장의 일부(6동 2층)가 ‘청년몰’로 명명되고 이곳에서  
각종 공연과 전시 등 문화행사를 진행한다. 이밖에도 ‘청년몰’에 예술가  
를 일정하게 거주하게 하는 ‘레지던스(residence)’사업이나 유희공간을  
예술이 느껴지는 공간으로 탈바꿈하는 ‘하늘정원’사업도 실행한다. 이  
러한 사업은 적어도 외부인의 관심을 끄는 데 성공했다. ‘청년몰’은 지  
금도 인근 한옥마을을 찾는 많은 관광객이 들르는 곳이 되었다. 적어도  
외부의 관광객을 겨냥하여 새롭게 단장한 효과는 분명하게 나타나고 있  
는 것이다.<sup>4)</sup>

‘문전성시’사업으로 대표되는 민간문화단체 중심의 사업은 정부의  
지원과 상인의 협력이 함께 어울려져 목표한 소기의 성과를 내었다는  
점에서 평가할 만하다. 하지만 아쉽게도 이로 인하여 남부시장의 가게  
에 손님이 늘고 매출이 늘고 있다는 징후는 찾아보기 힘들다. 오히려  
‘청년몰’에 새로 입주한 공방, 카페, 음식점 등의 ‘놀이 공간’이 활성화  
되고 있을 뿐 남부시장의 기존 상가나 상인의 영업에 가시적인 도움이  
되었다고 볼 수는 없다. 다시 말해, 전통시장 공간의 일부인 ‘청년몰’에  
외부자본을 유입시켜 새로운 상업 활동이 이루어지고 이곳을 방문하는  
젊은 세대가 늘었지만 기존 상인이 지키고 있는 전통시장을 활성화하려  
는 본래의 취지를 실현하고 있다고 볼 수는 없다.

이상과 같이, 환경과 시설개선 사업에 초점을 맞춘 관의 노력, 상인  
회의 정치적 행동과 일부 행사의 개최로 요약되는 상인의 노력, 예술을  
결합한 공간의 창출을 통한 전통이미지 개선을 시도한 시민단체의 노력

---

4) ‘청년몰’은 한옥마을과 연계하여 남부시장이 이처럼 관광지화 할 가능성이 있다는 점  
을 시사하고 있다. 이 점과 관련해서는 남미의 도시에서 (특히 외국) 관광객을 겨냥  
하여 전통시장이 어떻게 탈바꿈하는지를 설명한 스완슨(Swanson 2007) 그리고 부름  
리와 맥키(Bromley and Mackie 2009)의 논문을 참조할 만하다.

은 전통시장의 공간을 물리적, 사회적, 문화적으로 변화시키는 데 일정 정도 기여했다고 볼 수 있다. 하지만 전통시장의 활성화가 시장공간을 다른 용도로 변모시키거나 새로운 주체를 유입시키는 것이 아니라, 기존의 시장상인에게 사회경제적으로 도움을 주고 전통시장을 유의미한 사회문화적 공간으로 재생하는 것을 의미한다면 여러 주체의 노력이 가시적인 효과를 보고 있다고 평가할 수는 없을 것이다. 다음 절에서 침체가 상시화 되어 있는 남부시장의 현재 모습을 살펴보면 이러한 평가가 가혹한 것만은 아니라는 점을 알 수 있을 것이다.

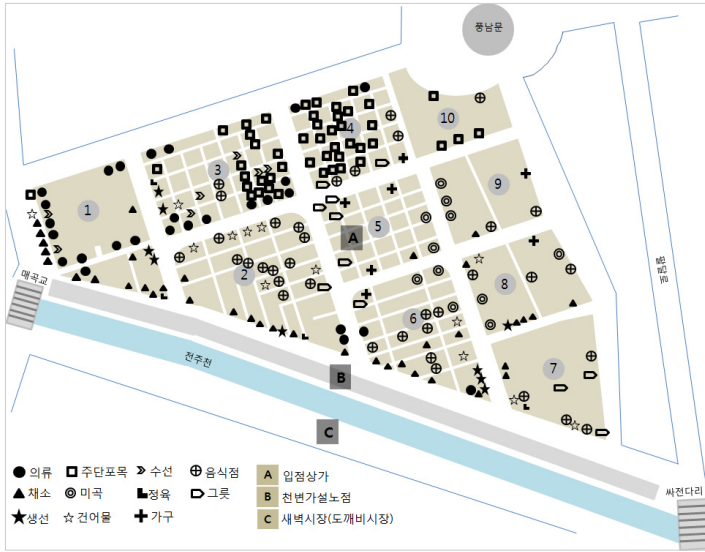
## 6. 쇠락하는 남부시장의 현재 모습: 공간, 품목, 세대별 구성과 그 의미

여러 주체의 활성화 노력에도 불구하고 쇠락을 거듭해 온 남부시장의 현재 모습은 어떠한가? 어떤 부분이 죽어가고, 유지되고, 오히려 활성화되고 있는가? 이러한 현재 모습은 남부시장의 쇠락에 대하여 어떠한 정치경제적 그리고 사회문화적 함의를 보여주고 있는가? 이 절에서는 이러한 질문에 답하면서 남부시장의 미래를 그려볼 수 있는 밑그림을 만들어 보고자 한다.

남부시장의 현재 모습은 어떻게 공간별, 품목별, 세대별 구성이 이루어져 있는가를 통하여 잘 드러난다.<sup>5)</sup> 먼저 공간적으로 남부시장은 대형 상가건축물 내에 입점한 가게, 상가건축물 주변의 천변가설노점, 그리고 상가건축물과 전주천을 마주보고 있는 공터와 다리에 들어서서 새벽시장으로 구분된다.

---

5) 상가 매출이 침체 상시화 이후 어떻게 감소하고 있는지에 대한 자료가 있으면 남부시장의 쇠락을 현재의 경제적 상황과 연결하여 가장 잘 이해할 수 있을 것이다. 하지만 이와 관련해서는 전국적인 통계만 있을 뿐 남부시장에 관한 자료가 없다. 이 연구의 주요 면접대상자들도 하루 매상이 어느 정도까지 감소했다는 식으로 어렵게 경영의 어려움을 호소할 뿐, 매출과 이익에 대한 정보는 노출하고 싶어 하지 않았다. 따라서 이 부분을 제외하고 남부시장의 현재 모습을 그려볼 수밖에 없다.



〈그림 1〉 남부시장 현황도

남부시장의 토대를 이루는 입점상가의 경우 약 800여 개의 상가로 이루어져 있다. 하지만 장기간 쇠락을 거치면서 침체가 상시화 된 2000년대 후반 이후에는 폐점하거나 창고로 쓰는 곳이 절반이 넘고 있어 보기에 따라서는 을씨년스러운 풍경을 자아낸다(〈표 2〉 참조). 침체가 상시화 된 이후에도 다수의 동에서 입점가계의 수는 조금씩 줄고 있다. 다만 2동에 음식점 3개와 채소가게 1개 그리고 9동에 채소가게와 가구점이 하나씩 소규모로 가게를 열어 점포수가 늘었을 뿐이다.

가장 예외적으로 가게가 급증한 6동은 ‘문전성시’ 사업을 통하여 ‘청년몰’이 운영되고 있는 곳이다. ‘청년몰’의 경우에는 ‘문전성시’ 사업이 진행된 2013년까지 창업 시 인테리어 비용과 기술을 제공받았고, 현재도 한옥마을을 관광객의 급증에 힘입어 영업이 잘되고 있다. 예를 들어, ‘청년몰’에 2011년부터 입주한 커피판매 카페 A는 한 방송사의 다큐멘터리에 ‘청년몰’이 등장한 2012년 중반 이후부터 매출이 상승하여 성수



〈표 2〉 침체 상시화 이후 입점상가의 변동

연도	1동	2동	3동	4동	5동	6동	7동	8동	9동	10동	합계
2006	49	60	65	52	24	42	28	30	17	17	384
2013	41	64	50	49	18	86	25	22	19	16	390

(출처: 2006년 제작한 지도와 2013년 제작한 안내도 및 연구자 조사)

〈표 3〉 침체 상시화 이후 천변가설노점의 변동

연도	점포 수	빈 점포	운영점포
2006	198	12	186
2013	198	43	146

(출처: 2006년 제작된 지도와 연구자 직접조사 결합)

기에는 월 600-700만원, 비수기에는 월 300-400만원의 수입을 올리고 있다. ‘청년몰’에 입주한 다른 카페, 보드게임방, 맥주가게 등도 마찬가지로 영업이 늘고 매출이 상승하고 있다.

6동에서 증가한 44개의 가게 중 29개가 ‘문전성시’사업의 지원을 받아 2층에 입점한 경우이다. 나머지 증가분은 대부분 ‘청년몰’에 오는 젊은 소비자를 겨냥하여 6동 1층에 문을 연 음식점으로 인한 것이다. 이와 같이, 정부가 지원하는 ‘문전성시’사업으로 조성된 ‘청년몰’의 입점에 의하여 전체 입점가게 수가 증가하고 시장이 활성화되고 있는 것과 같은 착시를 낳고 있지만, 전통시장에서 오랫동안 영업을 해 오던 기존 가게가 여전히 조금씩 폐업하고 있는 것이 현재의 남부시장의 실상이다.

천변가설노점도 운영점포가 지속적으로 줄고 있다(〈표 3〉 참조). 구청에 신고만 하면 입점비용이 없고 과거에 비하여 시설이 개선되었음에도 불구하고 노점을 운영하는 상인은 상시적 침체기의 와중에도 40여개가 줄었다. 2013년 현재 총 198칸의 가설노점 가운데 52개가 비어 있어 노점상이 자리다툼을 하며 비좁은 공간에 겹쳐서 활기차게 북적거리던

〈표 4〉 입점상가의 품목별 현황의 변화

2006년				2013년			
의류	35	주단포목	54	의류	29	주단포목	49
수선	7	미곡	17	수선	7	미곡	12
채소	43	생선	10	채소	49	생선	10
정육	8	건어물	16	정육	5	건어물	14
음식점	40	가구	22	음식점	50	가구	10
찾집	1	그릇	13	찾집	9	그릇	12
반찬	3	기타	115	반찬	5	기타	129
		합계	384	기타	134	합계	390

(출처: 2006년 지도와 2013년 안내도 및 연구자 직접조사 결합)

모습은 찾아볼 수 없다.

이처럼 침체가 가시화된 2000년대 초에 입점상가와 천변가설노점의 수가 상당수 줄었음에도 불구하고 여전히 지속적으로 점포수가 감소하고 있는 현상은 남부시장 쇠락의 골이 점차 깊어지고 있다는 사실을 입증하고 있다. 예외적으로, 먹거리와 놀거리를 위주로 영업하는 ‘청년몰’의 입주 가게만 영업이 잘되고 수도 점차 늘고 있지만, 이러한 현상은 남부시장의 기존 가게와의 명암만을 더욱 부각시키고 있을 뿐 시장의 쇠락을 막는 데 도움이 되지 않고 있다. 남부시장을 찾는 사람들은 오랫동안 영업을 해 온 가게들이 하나, 둘씩 문을 닫을 때마다 쇠락을 느끼고 있다.

입점상가와 천변가설노점의 이와 같은 증감추이를 품목별로 세분화해 보면 오늘날 남부시장의 운곽이 보다 선명해진다. 입점상가의 경우 전통적으로 거래되던 품목을 판매하는 가게의 수와 규모가 점차 줄어들고 있다. 특히 80년대 이전에 큰 규모로 운영되던 미곡, 주단포목, 의류, 이불 등의 가게는 2006년 이전에 이미 급격하게 줄었음에도 불구하고 여전히 감소하고 있다. 이와 더불어 다른 전통시장과 마찬가지로 전통

〈표 5〉 천변가설노점의 품목별 현황의 변화

연도	채소	과일	생선	약초	김	건어물	잡곡	식품	커피	이불	기타	합계
2006	<b>105</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>184</b>
비율%	57.4	9.8	10.8	3.7	1.6	1.6	1.6	2.2	1.1	1.1	9.1	100
2013	<b>80</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>146</b>
비율%	54.8	10.9	10.9	3.4	2.0	0.7	2.0	2.8	0.7	1.4	10.4	100

(출처: 2006년 제작된 지도와 연구자 직접조사 결합) \*2006년 기타 품목: 씨앗, 두부, 속웃, 구두수선, 비닐 등

시장 외부의 가게와 경쟁이 힘든 신발과 같은 품목은 이미 사라져버렸다(인터뷰권설팅그룹 2005 참조).

반면 음식점, 반찬가게, 찻집 등이 많아지고 있다. 음식점의 경우 전국적으로 유명한 순대국밥가게들이 이웃의 음식점을 사들여 확장하였음에도 불구하고, 6동 ‘청년몰’에 음식점이 많아지면서 10여개가 증가하였다. 다시 말해, 과거에는 시장의 부대시설에 불과했던 음식점이 규모도 커지고 수도 늘면서 시장의 가장 중요한 기능을 담당하고 있는 실정이다. 같은 맥락에서, 찻집, 반찬집 등의 점종도 전통시장이 원래의 기능을 잃어가면서 먹거리를 위한 장소로 변모해가고 있음을 보여준다.

이러한 변화에서 눈여겨볼 만한 예외적인 현상이 채소가게의 증가이다. 다른 전통적인 품목의 판매가 줄어들고 있는 상황에서 채소는 여전히 거래가 활발하다. 이와 같이, 전통시장이 먹거리 장소로 변해가는 와중에 채소의 거래만 활발하게 이루어지는 현상은 홍성흡(2002)이 연구한 광주의 말바우 시장에서도 발견된다. 인근 농촌에 둘러싸인 도시의 전통시장의 경우 먹거리 가게 이외에는 싸고 신선한 공급이 가능한 채소와 같은 농산물만 대형할인마트와 경쟁에서 살아남고 있는 것이다.

남부시장의 천변가설노점의 경우에도 마찬가지이다. 시장침체의 상시화로 가게 수가 절대적으로 줄면서 채소와 과일의 가게 수도 감소하였지만 여전히 두 품목이 전체 노점의 약 65%를 차지하고 있다(〈표

5) 참조). 소규모 자본으로 인근 농촌에서 공급되는 값싼 농산물을 팔아 적은 매출을 올리는 데 목표를 둔 노점상과 같은 상업형태가 남부시장과 같은 조건을 가진 전통시장의 명맥을 유지해주고 있는 것이다.

광의의 남부시장에 속하는 세 번째 공간인 새벽시장(도깨비시장)은 이와 같은 남부시장의 현재 상황이 축약된 결과물이다. 남부시장에서 가장 활발한 물품거래가 이루어지고 있는 곳은 현지에서 “도깨비시장”으로 부르는 새벽시장이다. 남부시장의 침체가 상시화 된 10여 년 전부터 시장 건너편 전주천 둔치에 다시 형성되기 시작한 새벽시장은 새벽 4시에 시작하여 아침 9시 정도에 파한다.<sup>6)</sup> 새벽시장의 특징은 전주 인근에 사는 상인이 트럭에 계절별 채소와 과일을 싣고 와 일정시간 동안만 장사를 하고 자리를 뜬다는 것이다. 새벽시장의 소비자들에 따르면 이곳의 물품을 선호하는 이유는 중간유통단계를 여러 번 거치지 않아 가격이 싸고, 매일 적은 양이 소진됨으로써 신선하고, 물건도 비교적 다양하기 때문이라고 한다. 마찬가지로 농산물 생산자가 일부 포함된 “도깨비 시장”상인의 입장에서도 적은 자본으로 큰 욕심내지 않고 적은 이윤에 만족할 수 있다면 새벽시장이 제격이라고 한다.

새벽시장이 이처럼 성황을 이루는 현상을 바라보는 남부시장 상인의 입장은 크게 두 가지로 나뉜다. 야채상이 주를 이루는 일군의 상인은 새벽시장이 남부시장을 향하는 손님을 앞에서 채가는 형국이라 영업에 지장이 많으며 불만을 토한다. 남부시장의 입점상가 상인 중에는 같은 논리로 천변가설노점까지 철거해야 남부시장이 활성화될 수 있다고 주장하기도 한다. 반면 새벽시장이 있어서 그나마 죽어가는 시장에 생기라도 붙어넣는다고 생각하는 상인도 의외로 많다. 이들은 같은 논리로

---

6) 전에도 일정시간에만 여는 난전형태를 가진 “도깨비시장”은 매곡교 인근을 중심으로 여기저기에 흩어져 있었다. 하지만 남부시장 번영회와 전주시가 단속을 자주 하면서 규모가 현격하게 줄어들었다. 그러다가 대략 10년 전부터 현재의 위치에 다시 자리를 잡았으며, “도깨비 시장”의 상인이 기존 남부시장상인의 단속에 크게 반발을 한 사건이 벌어진 이후에는 별 통제를 받지 않고 장사를 하고 있다.

‘청년몰’이 장사에 도움은 거의 되지 않지만 사람이라도 자주 왕래하게 만드는 효과가 있다고 주장한다.

〈새벽시장에 대한 상인의 부정적 해석〉

“새벽장만 조금 괜찮지. 새벽장도 저 채소지. 생선은 다른 타지 사람들이 와서 팔아먹고 다해. 씨을 놈의 다리 놓고 없는 사람은 더 죽어 저그서 다 사 먹는다 여그 오간디? 다리 없어져버려야 한다고 생각해. 여그 많은 사람들은 새벽장에서 다 사갔고 가버린다고. 여그 앓은 사람들은 살 수가 있어야지.” (제보자 25, 여, 1941년생)

〈새벽시장에 대한 상인의 긍정적 해석〉

“천변상가나 새벽상인들은 그분들도 먹고 살려고 나왔겠지만 천변 분들이 건물을 지어서 주도를 잡아버리니까 어떻게 하겠어요. 시에서도 어떻게 하지를 못하는데 이정도 하는 것은 새벽시장 덕분이에요. 그거 없으면 남부시장 죽어요. 그거마저 없으면 죽은 거나 다름없죠.” (제보자 6, 남, 1950년생)

새벽시장에 대한 남부시장 상인의 다양한 시각과는 별개로, 우리는 전주시의 아파트와 주택가 인근에 이런 “도깨비 시장”이 활성화 된 곳이 점차 늘고 있다는 사실에 주목할 필요가 있다. 이러한 “도깨비 시장”의 특징은 산지에서 적당한 양의 물건(특히 채소, 생선 등)을 직접 가져와 적게 이윤을 남기고 시장보다 싸게 판다는 것이다. 이러한 “도깨비 시장”의 활성화는 대규모 자본이 장악한 유통시장에서 중소상인이 자본을 최대한 적게 들이며 생존을 모색하는 방법으로 보인다. 남부시장에서 그릇이나 수제 가구와 같이 특화된 물품을 파는 가게를 제외하고는 유일하게 채소가게가 전통시장의 기능에 맞는 명맥을 유지하고 있는 이유도 적은 자본으로 운영이 가능하고 마트와 경쟁할 수 있는 물품을 확보하는 것이 가능하기 때문일 것이다.

이처럼 남부시장과 도깨비 시장에서 보이는 신선한 농산물의 경쟁력은 농촌과 인접한 도시의 전통시장의 현재 모습과 관련하여 시사점을 제공하고 있다. 서구의 경우에도 명맥을 유지하는 전통시장은 특화된

〈표 6〉 면접대상자의 연령구분

구분(연령)	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	80~	비고
남	-	1	1	6	5	3	
여	-	-	2	8	10	-	
합계	0	1	3	14	15	3	36
비율(%)	0	3	8	39	42	8	100

상품의 전문시장이 아니면 농산물을 팔고 있다(Gonzalez and Waley 2013: 966). 홍콩처럼 경제가 발전한 곳에서도 소위 ‘물기 있는 시장(wet market)’이 여전히 경쟁력을 갖는 이유는 채소, 생선, 과일 등 신선한 식재료를 팔고 있고, 이곳에서 식재료 가공을 위한 단순기술이 적절하고, 소비자를 다루는 독특한 솜씨가 문화적으로 인정받고 있기 때문이다(Goldman, Krider, and Ramaswami 1999; Schipmann and Qaim 2011). 소상공인으로 이루어진 남부시장과 같은 전통시장이 그나마 명맥을 유지하고 있는 현재 모습은 아직도 신선한 식재료가 경쟁력 있는 물품으로 남아 있다는 사실과 연관되어 있다.

남부시장의 오늘날의 모습을 특징짓는 마지막 한 가지는 상인의 고령화이다. 본 연구에서 심층면접을 실시한 36명만을 놓고 볼 때 60대 이상이 무려 89%나 되며 70대 이상도 50%나 된다(〈표 6〉 참조). 물론 이 연구에서 남부시장의 역사를 듣기 위해 나이가 많은 상인을 주로 접촉했다는 점을 감안하면 면접대상의 평균연령이 실제 시장의 평균연령보다 높을 것이다. 하지만 시장변영회 관계자의 진술과 연구자의 관찰을 종합해 볼 때 65세 이상의 상인이 적어도 전체 상인의 절반 이상이 될 것으로 확신한다.

잊지 말아야 할 점은, 남부시장의 상인이 침체된 영업으로 수입이 급감하고 있는 현실에서 고령에도 불구하고 시장을 지키고 있기에 그나마 전통시장이 명맥을 유지하고 있는 것이다. 2000년대 초만 해도 자녀에게 가게를 물려주려고 생각하거나 실제로 물려준 상인이 제법 있었다.

하지만 현재는 음식점을 제외하고는 그릇이나 가구를 취급하는 가게처럼 극히 일부 장사가 되는 곳만 자녀에게 대물림을 하고 있다. 이런 현실을 고려할 때, 고령화 된 상인들이 사라지면 전통시장으로서 남부시장의 존립이 위협할 수도 있을 것이다. 분명한 것은 상인의 고령화가 시장의 미래에 상당한 변화를 야기할 수밖에 없다는 사실이다.

그렇다면 다수의 고령화된 상인들은 왜 노구를 이끌고 변변치 않은 수입에도 불구하고 시장을 지키고 있는 것일까? 고령에 “돈도 제대로 못 벌면서” 가게를 운영하는 것에 대한 자녀나 이웃의 비판적인 인식을 애써 무시하면서까지 시장에 남아 있는 이유는 무엇일까? 이에 대한 고령화된 상인의 대답은 이들이 시장을 어떤 공간으로 인식하면서 현재의 남부시장을 실천적으로 구성해내고 있는지 보여준다. 이들에게 시장은 고생을 감수하면서 청춘을 바친 덕에 자녀를 무사히 키우게 만들어 준 일터이고, 오랜 단골을 만날 수 있는 향수의 장소이다. 고령화 된 상인이 용돈벌이에 자족하며 지키고 있는 것은 단순히 물건을 파는 가게가 아니라 자신의 삶의 궤적이 배어 있는 기억의 장소이기 때문이다.

〈고령화된 상인이 가게를 지키는 이유〉

“집에 우두커니 있으면 뭐더겠어. 오래 했었으께 우리 들이는 녀의 점포가 아니라 팔아서 썩는 것도 아닌께. 하루에 천원 벌면 천원 벌면돼. 집에 들어 앉았으면 뭐 하겠어. 들어 앉아있으면 양로당이나 등산이나 가겠지. 그래서 나오면 천원 오백 원이라도 번께 하는 거여.” (제보자 1, 남, 1931년생)

〈고령화된 상인이 가게를 지키는 이유〉

“애들도 취직하고 살고 있고, 노인네가 인제 나와서 옛날에 알던 손님들 단골들 한 사람씩 오기도 하고 그러니까. 그런 손님들은 다 나이든 손님들이여.” (제보자 2, 여, 1939년생)

〈고령화된 상인이 가게를 지키는 이유〉

“남부시장은 청춘을 바친 곳이죠. 삶의 투쟁의 장이고 지금 장사가 안 되서 문 닫는 가게가 많은데 나 같은 경우는 점포 주인이니까 지키고 있는 거예요.

가게 팔고 떠나버리고 싶은 마음이에요.” (제보자 6, 남, 1950년생)

주목할 점은 남부시장을 찾는 소비자도 거의 대부분 중장년층이라는 사실이다. 젊은 세대는 부모를 따라나선 경우가 아니라면 남부시장을 맛있는 음식을 먹기 위해서나 ‘청년몰’을 구경하기 위하여 찾는 곳으로 인식한다. 편의점이나 대형할인마트처럼 물건을 사러 가는 곳이 아닌 것이다. 이처럼 일부 활성화 된 상업공간을 제외하고 쇠락하고 있는 남부시장은 고령화 된 상인과 이들의 단골인 중장년층 소비자가 구성하며 유지해내고 있는 공간이다.

이와 같이 고령화 된 남부시장의 현재 모습은 여러 가지 점에서 지속적인 쇠락을 예견하게 한다. 먼저, 고령화는 전통시장 쇠락의 전형적인 특징인 ‘탈-투자(dis-investment)’, 즉 인적·물적 투자의 중지를 만들어내는 원인이자 결과이다(Gonzalez and Waley 2013: 978).

또한 새로운 세대의 유입이 정체되어 나타나는 고령화는 전통시장이 여전히 노년층 상인과 소비자에게는 향수를 매개로 한 장소로서 구성되고 있지만, 적어도 신세대 소비자에게는 정체감을 주는 장소로서 더 이상 기능하지 않는 ‘탈-장소화(dis-placement)’가 진행되고 있음을 보여준다(Davison and Lees 2010, Gonzalez and Waley 2013: 978 재인용).

마지막으로, 고령화 된 상인들이 점차 열악해지고 있는 자신의 정치경제적 조건을 비판적으로 해석하고 대응책을 모색하기보다는 과거에 대한 기억과 향수 속에서 해석하고 있다는 점을 보여준다. “자신의 계급적 조건을 간파하고 미래에 대한 전망을 상실한 상황”(민가영 2007: 41)에서 주체를 형성하기 위한 정치를 피하기보다는 과거의 향수에 기댄 채 쇠락을 견디어내고 있는 것이다.



## 7. 결어: 남부시장의 제한된 미래와 전망

본 연구는 쇠락의 역사, 쇠락에 대응하는 여러 주체의 실천, 그리고 상시적 침체에 빠져 있는 현재의 모습을 순차적으로 기술하고자 했다. 현재의 모습에서 예견되는 남부시장의 미래는 그리 밝지 않다. 다수의 가게가 지속적인 수입의 감소를 경험하고 있으며, 일부 가게는 명맥만을 유지하거나, 점차 사라지고 있기 때문이다. 또한 상인과 소비자의 고령화는 남부시장이 향후에도 전통시장으로서의 사회문화적 의미를 지닌 ‘장소성’(Davison and Lees 2010)을 유지할 수 있을지에 대한 의문을 갖게 한다.

남부시장의 지속적인 쇠락과 어두운 미래에 대한 전망은 역사적으로 관철되어 온 구조적 힘의 산물이다. 남부시장의 쇠락의 역사는 자본과 국가가 조율하여 기획하고 실행해 온 자본의 집중화, ‘자본의 도시화’(하버 1996: 37-85), 신자유주의의 이념과 정책의 확산의 역사(Harvey 2005; Ortner 2011)이기도 하다. 자본의 근대화 기획에 의해 번성일로를 걷던 남부시장은 도시와 산업을 재편하려는 이들의 새로운 설계에 의해 오늘날처럼 초라하게 변모하였다. 이러한 구조적인 힘만을 고려하면 남부시장과 같은 전통시장의 쇠락은 불가항력일 수밖에 없다.

하지만 이러한 구조적인 힘의 전개를 매개하기도 하고 저항하기도 하는 행위자(agency)는 집단의 구성원으로 살아가는 인간이다. 남부시장의 쇠락은 구조적 변화에 대응하여 자신의 정치경제적 조건의 악화를 막아보려는 주체들의 노력이 성공적이지 못했다는 것을 의미한다. 상인들은 자신을 관리와 포섭의 대상으로 간주하면서 동시에 구조적으로 배제하고 책임을 개인화하는 “신자유주의의 이중 메커니즘”(정수남 2013: 139)을 실행하는 국가와 자본에 무력했다.

그 결과 “희망이 거세된 절망의 상황”(박보영 2010: 31) 속에서 고

령화 된 상인들은 과거의 삶을 낭만화하고 향수하는 ‘기억의 정치’에 의존하여 현재를 버티어내고 있을 뿐이다. 이해하기 어렵고, 감내하기도 힘든 현실을 과거를 활용하여 사회적으로 구성하면서 살아내고 있는 것이다(Mehan and Wood 1975). 구조적인 힘에 대응할 주체의 실천이 보이지 않은 남부시장이 ‘탈-장소화(dis-placement)’(Davison and Lees 2010, Gonzalez and Waley 2013: 978 재인용)하여 전통시장으로서의 장소성을 잃어버리는 것은 시간의 문제로 보인다.

이러한 비판적인 견해의 타당성에도 불구하고 연구자는 남부시장에서 활성화 가능성이 있는 부분을 중심으로 몇 가지 미래를 구상해 볼 수 있다고 생각한다. 먼저, 남부시장에서 가장 활성화 되어 있는 부분이 전통에 대한 향수를 일으키는 음식점, 반찬가게, 찻집 등이라는 사실을 상기할 필요가 있다. 이런 점에 착안해 보면, 향후 남부시장을 전통적으로 거래되어 온 물품을 파는 시장으로서보다는 ‘먹거리 시장’, ‘놀거리’, ‘구경거리’가 있는 시장으로 탈바꿈하는 것을 고려해 볼 만하다.

이럴 경우, 기존의 상품을 거래하는 전통시장의 기능은 부차적인 것이 될 것이고 새롭게 구성된 ‘전통’의 의미를 소비하는 문화적인 장소가 탈바꿈할 수밖에 없을 것이다. 실제로 도시재생의 일환으로 전통시장을 관광지로 변모시키는 이러한 시도는 유럽과 남미의 여러 곳에서 이루어지고 있다(예를 들어, Swanson 2007; Bromley and Mackie 2009; Stunel 2010). 남부시장도 최근 각광을 받고 있는 이웃 한옥마을과 연계하여 관광명소로 변신할 잠재력이 충분하다. 하지만 이러한 변신은 궁극적으로 전통시장을 활성화하는 것이 아니고, 전통시장이 있던 공간을 활성화는 것일 뿐이라는 한계를 갖는다.

둘째, 남부시장에서 그나마 명맥을 유지하며 활발하게 거래되고 있는 것이 채소라는 사실에 주목할 필요가 있다. 남부시장은 본디 인근 농촌지역의 농산물이 집산하는 장소였다. 이제는 과거의 “야장(청과물 시장)”과 같은 규모와 형태로 유지되기는 힘들겠지만 남부시장의 경제

지리적 위치를 고려하여 향후에도 채소와 과일 등을 전문적으로 판매하는 시장으로 특화시킬 수도 있을 것이다. 실제로 세계 여러 나라에서 신선한 식재료를 취급하는 전통시장이 경쟁력을 가지고 살아남고 있다는 점을 고려하면 현실성이 있다(Goldman, Krider, and Ramaswami 1999; Schipmann and Qaim 2011 참조).

하지만 전주시에 이미 삼천동과 송천동에 청과물 도매시장이 존재하는 현실에서 남부시장이 이들과 경쟁하기는 쉽지 않을 것이다. 이런 점을 고려할 때 현재 남부시장을 비롯한 여러 지역에 형성된 새벽시장의 성장이 갖는 함의를 성찰하는 것이 필요하다. 다시 말해, 남부시장의 일부를 “새벽시장”의 노점처럼 소자본으로 인근지역의 채소와 과일을 신속하게 유통시키는 “자연발생적” 장터로 변모시키는 방법을 생각해 볼 수 있을 것 같다. 이럴 경우 남부시장은 시간을 거슬러 전근대적이고 자연발생적인 모습을 가진 작은 장터로 축소될 수밖에 없다는 한계를 갖는다.

셋째, 현재 일부 전통시장의 성공사례가 말해주는 것처럼(김진영 2010; 박재수·김응규 2012 참조) 대형할인마트에서 취급하지 않는 일부 물품을 특화시킨 시장으로 발전시킬 수도 있을 것이다. 하지만 남부시장에서 먹거리를 제외하고 그나마 장사가 되고 있는 물품이 그릇과 가구뿐이라는 사실이 걸림돌이다. 이런 구상이 실현되기 위해서는 대형할인마트나 백화점에서 취급하지 않는 지역특산물이 존재해야 한다는 전제가 있어야 하는 것이다. 이런 변화는 완전히 새로운 기획에 의해서만 가능하다는 어려움이 있다.

남부시장의 미래에 대한 이러한 구상은 전통시장으로서의 기능과 정체성을 보존하고 활성화하는 방안이라기보다 새로운 변모를 전제로 하고 있다는 점에서 논란의 여지가 다분할 것이다. 하지만 고령화 된 상인이 경쟁력 없는 물품을 팔고 있는 전통시장은 어떤 형태로든 이전의 기능을 상실할 수밖에 없고 미래를 기약할 수 없을 것이다. 남부시장

쇠퇴의 역사에서 보았듯이 시설을 근대화하고, 상인을 교육하고, 매력 있는 예술적 공간으로 탈바꿈한다고 해도 전통시장으로서 남부시장의 기능은 되살아나지는 않을 것이다.

이런 현실 속에서 거대한 대자본의 격랑에 휩쓸려 있는 전통시장의 중소상인을 살려야 한다는 당위론만을 외치는 것이 현실적인 것인가? 본 연구는 이러한 질문을 던지고자 시도하였다.

그럼에도 불구하고 본 연구가 이 질문에 대하여 일관된 입장을 가지고 명확한 대답을 하고 있다고 보기는 어려울 것이다. 이 연구가 남부시장과 같은 전통시장의 쇠퇴를 막는 대안으로써 기존 상인의 활동을 활성화할 수 있는 방안을 제시하지 못한 채, 동시에 전통시장의 공간만을 재생시키는 것에 대해서는 부정적 입장을 취하는 데 그치고 있기 때문이다.

이러한 한계에도 불구하고 본 연구가 민족지적으로 기술하고자 했던 남부시장의 쇠퇴의 역사와 현재의 모습은 지금이라도 전통시장의 미래를 위한 냉철한 진단과 현실성 있는 새로운 대안이 절실하게 필요하다는 점을 시사하고 있다.

논문접수일: 2014년 11월 15일, 논문심사일: 2014년 12월 23일, 게재확정일: 2014년 12월 27일

## 참고문헌

구혜경

- 2013 “전통시장 상인조직의 변화와 갈등양상: 전주 남부시장의 사례를 중심으로,” 『지역사회연구』 21(4): 101-124.

김진영

- 2010 “모란시장의 변화와 의미재구성에 관한 연구,” 『중앙민속학』 (15): 61-97.

문옥표

- 1997 “도시 중산층의 가족생활과 주부의 역할,” 『성, 가족, 그리고 문화: 인류학적 접근』, 서울: 집문당. pp. 189-234.

민가영

- 2007 “신빈곤층 가족 십대 여성의 가출 재생산 문화에 관한 현장기술지적 연구,” 『청소년상담연구』15(2): 29-44.

박경섭

- 2013 “시장과 예술: 공공성과 공동체의 사회문화적 구성,” 전남대학교 박사학위논문.

박명호 · 김상우

- 1997 “유통시장개방에 따른 지역재래시장의 대응전략,” 『마케팅논집』 6(2): 23-49.

박보영

- 2010 “신빈곤을 통해 본 양극화시대의 빈곤문제,” 『노동연구』 19: 5-45.

박선희

- 1994 “전주지역 정기시장의 특성과 변화: 조선후기에서 일제시대까지,” 『지리교육논집』 34: 79-102.  
2003 “전주의 금융·상업공간의 형성과 변화: 일제강점기를 중심으로,” 『대한지리학회지』 38(5): 754-768.

박재수 · 김응규

- 2012 “전통시장의 성공조건 탐색: 대구불로시장과 대전유성시장의 사례,” 『전통재래시장연구』 5: 36-50.

박지환

- 2005 “분당 신도시의 사회적 생산과 구성: 계급-공간의 사회문화적 형성에 관한 연구,” 『한국문화인류학』 38(1): 83-123.

양지애

- 2010 “창의적 문화환경 조성을 통한 전통시장 활성화 방안 연구,” 단국대학교 석사학위논문.

유대근

- 1994 “전주남부시장의 상권현황과 재활성화 전략,” 『전주우석대학교 논문집』 16: 169-190.

이음

- 2012 『2012 문전성시 남부시장: 청년장사꾼 만들기 프로젝트』 결과보고서, 전주: 이음.  
2013 『2013 문전성시 남부시장: 청년장사꾼 자리잡기 프로젝트』 결과보고서, 전주: 이음.

이장환

- 2001 “재래시장 경쟁력 강화,” 『마케팅과학연구』 7: 55-69.

이철규

- 2007 “재래시장 활성화 사업의 개선방안 연구 :정부지원체도를 중심으로,” 『한국주거환경학회지』 5(2): 127-142.

인터윈컨설팅그룹

- 2005 『유통구조변화가 재래시장에 미치는 영향』, 서울: 인터윈컨설팅그룹.

전주시·전주부사국역편찬위원회

- 2009 『국역 전주부사』, 전주시.

전주문화재단

- 2007 『전주 근대생활 조명, 100년(1907~2006): 제1권 일제식민시대 구술실록』, 전주문화재단.

정수남

- 2013 “잉여인간, 통치성, 감정아비투스: 노숙인·부랑인의 사회적 삶과 탈감정사회의 패러독스,” 『한국사회학회 사회학대회 논문집』 2013(6): 139-157.

지그문트 바우만

- 2008 『쓰레기가 되는 삶들: 모더니티와 그 추방자들』, 정일준 역, 서울:

새물결.

채수홍

- 2004 “탄광촌의 쇠락과 폐광촌의 미래: 태백시 철암의 사례,” 『비교문화연구』 10(1): 63-104.

데이비드 하비

- 1996 『도시의 정치경제학』, 초의수 역, 서울: 한울.

한국문화관광연구원

- 2008 『문화를 통한 전통시장 활성화 방안 연구』, 한국문화관광연구원.

황선미

- 2006 “재래시장 활성화방안에 관한 연구: 전주남부시장을 대상으로,” 전북대학교 석사학위논문.

허헌희

- 2011 “전주 남부시장 활성화 방안에 관한 연구,” 전북대학교 석사학위 논문.

홍성흡

- 2001 “지역활성화 운동과 지역정체성의 형성 및 분화양상: 일본 탕포원 정의 핵심 활성화 운동 집단의 운동전략과 역사를 중심으로,” 『아시아태평양지역연구』 3(2): 55-77.
- 2002 “유통시장의 새로운 분화와 중소기업의 대응: 광주 말바우시장의 사례를 중심으로,” 『비교문화연구』 8(2): 79-105.

Angmor, Emmanuel N.

- 2012 “Can Traditional Markets Be Improved through Transportation Service: (The Case of Asewewa and Agormanya Traditional Markets, Ghana),” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 2(6): 366-377.

Bechhofer, F and B. Elliott

- 1985 “The Petite Bourgeoisie in Late Capitalism,” *Annual Review of Sociology* 11: 181-207.

Bromley, R and P. Mackie

- 2009 “Displacement and the New Spaces for Informal Trade in the

- Latin American City Centre,” *Urban Studies* 46(7): 1485-1506.
- Bromley, Rosemary, D. F and Colin T. Thomas  
 1995 “Small Town Shopping Decline: Dependence and Inconvenience for the Disadvantaged,” *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 5(4): 433-456.
- Cook, S.  
 1973 “Economic Anthropology: Problems in Theory, Method, and Analysis,” in John J. Honigmann, ed., *Handbook of Social and Cultural Anthropology*, Chicago: Rand McNally, pp. 795-860.
- Davidson, M and L. Lees  
 2010 “New-build Gentrification: Its Histories, Trajectories, and Critical Geographies,” *Population, Space and Place* 16(5): 395-411.
- Goldman, Arieh, Robert Krider and S. Ramaswami  
 1999 “The Persistent Competitive Advantage of Traditional Food Retailers in Asia: Wet Markets’ Continued Dominance in Hong Kong,” *Journal of Macromarketing* 19(2): 126-139.
- Gonzalez, Sara and Paul Waley  
 2013 “Traditional Retail Markets: The New Centrifical Frontier?,” *Antipode* 45(4): 965-983.
- Harvey, David  
 2005 *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford: Oxford University Press.
- Ferguson, James  
 2002 “Global Disconnect: Abjection and the Aftermath of Modernism,” in J. X. Inda and R. Rosaldo, eds., *The Anthropology of Globalization*, Malden, MA: Blackwell Publishing, pp. 136-153.
- House of Commons: Communities and Local Government Committee  
 2009 *Market Failure?: Can the Traditional Market Survive? Ninth Report of Session 2008-09*, London: The Stationery Office Limited.



<http://www.publications.parliament.uk/pa/cm200809/cmselect/cmcomloc/308/308i.pdf> (last accessed 31 August 2011).

Jones, D., D. Hillier and D. Comfort

2007 “Changing Times and Changing Places for Market Halls and Covered Markets,” *International Journal of Retail & Distribution Management* 35(3): 200-209.

Low, Setha

2000 *On the Plaza: The Politics of Public Space and Culture*, Austin: University of Texas Press.

Mehan, Hugh and Houston Wood

1975 “The Morality of Ethnomethodology,” *Theory and Society* 2(4): 509-530.

Mintz, Sidney

1967 “Pratik: Haitian Personal Economic Relationships,” in J. M. Potter et al., eds., *Peasant Society: A Reader*, Boston: Little Brown, pp. 98-110.

Murshid, K.A.S

2011 “Traditional Market Institutions and Complex Exchange: Exploring Transition and Change in the Bangladesh Rice Market,” *CPD-CMI Working Paper 1*, pp. 1-21.

Ortner, Sherry

2011 “On Neoliberalism,” *Anthropology of the Century: Current Issue 1*, [http://aotcpress.com/author/sherry\\_Ortner/](http://aotcpress.com/author/sherry_Ortner/).

Pascual-Molinas, N. and R. Ribera-Fumaz

2009 “Retail Gentrification in Ciutat Vella, Barcelona,” in L Porter and K Shaw, eds., *Whose Urban Renaissance?: An International Comparison of Urban Regeneration Strategies*, London: Routledge, pp. 180-190.

Polanyi, Karl

1957 “The Economy as Instituted Process,” in Polanyi et al., eds.,

*Trade and Market in the Early Empires*, Glencoe, Ill: Thee Ree Press, pp. 243-270.

Rutheiser, Charles

1999 “Making Place in the Nonplace Urban Realm: Notes on the Revitalization of Downtown Atlanta,” in Setha M. Low, ed., *Theorizing the City: The New Urban Anthropology Reader*, New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, pp. 317-341.

Sahlins, Marshall D.

1972 *Stone Age Economics*, Chicago: Aldine.

Schipmann, Christin and Matin Qaim

2011 “Modern Food Retailers and Traditional Markets in Developing Countries: Comparing Quality, Prices, and Competition Strategies in Thailand,” *Applied Economic Perspectives and Policy* 33(3): 345-362.

Schumpeter, Joseph A.

1912 *The Theory of Economic Development* Translated by R. Opie. Cambridge: Harvard University Press, New York: Oxford University Press.

Setyowati, Kristina and Gunawan S. Didik

2013 “Traditional Markets Community Empowerment Model in Good Governance Approach: Studies of the Bunder Market Merchants Empowerment in Healthy Markets Program in Sragen Regency of Indonesia,” *Public Policy and Administration Research* 3(7): 85-91.

Skinner, William

1964 “Marketing and Social Structure in Rural China,” *Journal of Asian Studies* 24(1): 3-43.

Steinmetz, George and Erik Olin Wright

1989 “The Fall and Rise of the Petty Bourgeoisie: Changing Patterns of Self-Employment in the Postwar United States,” *American Journal of Sociology* 94(5): 973-1018.

Stunnel, A.

2010 *Ministerial Foreword to Supporting Retail Markets: Executive Summary*, London: DCLG.

Swanson, K.

2007 “Revanchist Urbanism Heads South: The Regulation of Indigenous Beggars and Street Vendors in Ecuador,” *Antipode* 39(4): 708-728.

Zukin, S.

2008 “Consuming Authenticity: From Outposts of Difference to Means of Exclusion,” *Cultural Studies* 22(5): 724-748.

〈자료〉

시장경영지원센터 [www.sijang.or.kr](http://www.sijang.or.kr)

〈Key concepts〉: traditional market, urban revitalization, displacement, politics of nostalgia and memory, neo-liberalism

## The Decline Processes, Responses, and the Future of Traditional Markets:

The Case of Nambu Market in Jeonju City

Chae, Suhong\* and Koo, Hye Kyeong\*\*

This ethnographic study explores the ways that a traditional market called *Nambu Sigiang* (market) in Jeonju city has experienced a decline historically. It explains the political economic conditions and social cultural processes under which the *Nambu* market has reached to current situations. Based on the explanation, this study intends to reflect on the effectiveness of the measures proposed and implemented by various agents such as governmental officers, small traders in traditional markets, NGO activists and scholars for the revitalization of traditional markets in Korea.

For the purpose, focusing on the political economy of Jeonju city, this study first describes historical processes that the *Nambu* market has declined. Second, it explains how various agents concerning the

---

\* Professor, Department of Archaeology and Cultural Anthropology, Chonbuk National University

\*\* Ph.D Candidate, Department of Archaeology and Cultural Anthropology, Chonbuk National University

decline of the market have been involved in the attempts of revitalizing the market and how the market was constructed as a social cultural space in the processes. Finally, based on the political economic conditions and the social cultural characteristics of the market described earlier, this study attempts to speculate the possible future of the market.

This study ultimately aims to emphasize that it is time to draw realistic diagnoses and alternatives for the future of the traditional markets in Korea beyond simply suggesting politically correct proposals and all the possible measures as many specialists on the revitalization of traditional markets in Korea did.

