

농촌 마을 점방의 사회적 역할과 가능성에 관한 질적 연구

신유정* / 원광대학교 사회적경제연구센터 연구위원

차승아 / 농민, 자영업자

연구배경 및 목적

“(가게 안에) 제셨다가 차 오면 나가세요.”

평범하게 들리는 이 말은 2021년 2월부터 5월까지 tvN에서 방영했던 <어쩌다 사장>이라는 프로그램에서 점방 주인이 버스표를 사러 온 마을 노인에게 건넨 말이다. 이들은 노인을 난롯가에 앉히며 추운 겨울, 버스를 밖에서 기다리지 말고 이곳 점방에서 우선 몸을 녹이라고 권했다. 이처럼 오래된 마을 가게에서 사람들이 소통하는 방식은 특별할 것 없이 일상적이다. 그저 만나고, 먹고, 이야기하며, 때로 위로받는다. 이웃들은 동네 아이가 어떤 과자를 좋아하는지, 어느 집에 경사가 났는지 이 과정에서 자연스럽게 알게 되고, 점방 사장은 버스표를 사러 온 청년에게 늦잠을 자느라 아침 출근 시간이 늦었다며 대신 걱정을 해주기도 하며, 가게 공간은 춥고 더운 날 눈치 보지 않고 버스를 기다릴 수 있는 대합실 역할을 하기도 하는 것이다. 하지만 정은정(2021)의 말처럼, 이 프로그램의 배경이 되는 강원도 화천군의 작

* 신유정(drhllk.yj@gmail.com): 전라남도 구례군에서 가족과 함께 살고 있으며, 서울대에서 인류학 박사를 취득하였다. 지역 내 독립신문인 봉성신문의 편집인을 맡았었다.

은 동네 점방 <원천상회>는 도시의 삶이 결코 이를 수 없는 말 그대로 ‘상상의’ 공동체를 그려낼 뿐이다. 각각의 사회는 저마다의 공간을 생산해내며(르페브르, 2011), 대면 관계가 중심인 농·어·산촌의 마을에서 주거·노동·사회적 교류 등의 제반 공간을 공유하는 이들이 만나 이루는 이런 공간 - 마을 가게 -은 대다수 도시 시청자들에게 판타지일 수밖에 없기 때문이다.

이 연구는 여전히 실재하는 곳곳의 ‘원천상회’들이 가진 가능성에 주목하고자 한다. 브라운관에 등장하는 동네 가게는 판타지로 소비될 뿐이지만, 정작 마을 주민들에게 그 공간은 일상이다. 채 도시화하지 못한 낙후된 지역들의 낭만적인 흔적이나 잔여물 따위로 농촌 동네 점방들을 소비하는 방식은 그런 점에서 분명한 한계를 갖는다. 물론 연구대상 점방들 역시 우리 사회 앞에 놓인 여러 현실적인 문제들을 피해갈 수는 없다. 하지만 동시에 바로 이 공간에서 우리에게 닥친 여러 위기를 해소할 수 있는 실마리 또한 찾아낼 수 있을 것이라 기대해 본다(르페브르, 2011). 이 연구는, 농촌이 맞닥뜨린 돌봄의 위기를 어떻게 해소할 수 있을까, 사라지고 있는 마을 점방들이 어떤 대안 가능성을 갖고 있을까 하는 고민에서 시작되었다. 구체적인 연구목적은 다음과 같다.

- 농촌 지역(연구대상 지역: 구례군)에서 동네 점방들이 수행해 온 사회적 역할과 현황을 주민들과의 상호관계 속에서 점검한다.
- 동네 점방들이 유지될 수 있었던/유지될 수 없는 사회적 요인들을 해당 지역의 구체적 상황과 맥락 속에서 파악한다.
- 사회적 돌봄의 거점이란 관점에서 주민들과 일상을 공유하는 동네 점방들이 가진 가능성을 사회문화적 관점에서 다루어본다. 이를 위해 점방들을 열악한 ‘구멍가게’의 낭만과 추억으로 소비하지 않고, 지역 내외부의 다양한 점포 유형(사회적기업, 협동조합, 편의점 등)과의 비교 분석을 통해 그 가능성과 역할을 훑아보기로 한다.

이러한 작업을 거쳐 궁극적으로, 구례군의 소규모 점포들이 지역공동체에 어떻게 기여하고 있으며 어떠한 역할을 하고 있는지, 그러한 역할이 어떠한 조건 속에서 가능했는지 등을 중심으로 그 가치와 의미를 평가하고자 한다.

선행연구 검토

농촌 지역 돌봄, 취약계층 돌봄, 사회적 돌봄이란 주제들은 정책과 제도의 관점에서 논의되어왔다. 구은정(2021)은 돌봄과 관련하여 공동체에 대한 이론적 재검토가 활발하게 이루어졌음에도 불구하고, 이것이 제도의 문제로 환원되어왔다는 점을 지적한다. 구체적 타자와 나누는 친밀한 관계와 추상적 타자와의 연대를 같은 맥락으로 치부하는 오류를 범해왔다는 것이다. 그의 글에서 공동체의 핵심 가치는 개인들의 친밀한 관계, 이를테면 ‘친밀한 공적 영역’이란 말로 표현할 수 있듯 공과 사의 경계를 뛰어넘는 관계 속에서 지속 가능해진다. 즉, 돌봄의 공공성 혹은 사회적 돌봄은 제도와 정책만이 아니라, 관계를 기반으로 한 친밀영역과 돌봄의 공공성을 엮어내는 작업을 통해 구현될 수 있다는 것이다.

특히 이 연구에서 상업적 공간인 점방을 돌봄과 엮어 다루어보고자 하는 것은, 이것이 상업공간이기 때문에 누구에게나 보편적으로 열려있다는 이유 때문이다. 노인정이나 마을회관 등의 공간이 마을의 노인들에게는 일상을 보내는 핵심적 장소이지만, 동시에 이들 장소는 특정 세대, 특정 마을거주자에게 배타적인 공간이라는 점에서 한계를 갖는다. 예를 들어, 어린아이나 마을에 들어온 지 얼마 안 된 귀농, 귀촌인들을 이들 장소에서 발견하기란 거의 불가능하다. 그러므로 불특정의 주민 누구에게나 개방되어 있고, 누구든 방문할 수 있는 장소, 그렇지만 마을이라는 지역적 맥락에 뿌리박고 있는 장소로 점방만 한 공간이 없다. 다시 말해, 동네 점방은 사회적 장소, “제3의 장소”(Oldenberg 1999)이다.

제3의 장소란, 일터와 가정이 아닌 사회적 교류가 일어나고 이웃들끼리 친밀해질 수 있는 마을의 소규모 가게들을 의미하는 용어이다. 대개는 걸어서 갈 수 있는 거리에 펍, 카페, 작은 책방이나 단골 식료품점 등 상업적 공간들을 이렇게 명명하였고, 지역 주민들은 이곳에 아무 때나 모여 정치나 동네 이야기들을 하며 잡담을 나누고 친해질 수 있게 된다. 거창하지는 않지만, 이웃들과 함께 일상을 지루하지 않고 윤택하게 만드는 데에 큰 역할을 하며 이곳에서 사람들은 특별히 약속하지 않고도 주변에 사는 이들을 마주치고 존재를 확인할 수 있다. 올덴베르그는 미국에서 주거지 구획 정책 이후 많은 시민이 바로 이 제3의 장소를 잃어버린 채, 지역에서 조차 고립되고 사회적 삶이 위태로워졌다고 지적한다. 이 연구는 농촌의 동네 점방

을 이러한 관점에서 상세히 관찰하고, 분석함으로써 주민들이 점방에서 누리는 사회적 삶이 어떠한지, 이곳에서 이들의 관계는 어떻게 형성되며, 구은정(2021)이 말한 구체적 타자와의 친밀한 관계를 통한 돌봄의 가능성을 과연 찾아볼 수 있을 것인지에 답해보고자 한다.

주로 마을 어귀에 자리 잡은 이들 소규모유통점은 구멍가게, 점방 등으로 지칭되어왔다. 이때 ‘점방’은 작은 살림집과 가게가 붙어있는 형태를 의미한다(배선희·박소현 2015). 심우장(2014)이 분석한 바와 같이 점방의 공간적 구성은 이 장소의 사회적 기능을 가시화한다. 주로 술을 마시는 탁자, 가게 앞의 평상, 그리고 가게에 딸린 살림방이라는 3요소가 이야기판과 이웃 간 교류를 가능하게 하는 각각의 기능을 분담하고 있다는 것이다.

그는 이 구멍가게들을 한국 공동체 문화의 핵심 중 하나로 꼽으며, 이를 단순히 편의점 자본에 몰락해가는 골목상권이라는 말이나 이웃 간의 ‘정’으로 빗맞하게 표상하기에는 훨씬 다양한 사회적 기능을 수행해 왔다고 주장한다. 예를 들어, 정보의 생산과 유통을 주도하고, 영농교육과 아이들의 놀이터 겸 교육장의 역할을 하기도, 외상이나 급전으로 일종의 금융 안전판 노릇 등을 하기도 했다는 것이다. 게다가 정류장 근처라는 위치적 특성이나 전화기, 우체통 등이 가게 내외부에 설치되어 있는 등 마을과 공동체 외부와의 소통에도 기여를 해왔다는 점을 지적한다.

조옥라(2015) 역시 가난한 백사마을 공동체의 쌀가게, 채소 가게, 목공소 등 점포공간이 물리적 장소뿐 아니라 사회연대를 제공해왔다고 말한다. 이 사회적 연대 안에서 주민들은 가난에 대한 부끄러움을 느낄 필요도 없고, 끊임없는 이웃과의 만남이 가능해진다. 이처럼 주변 주민들과 만나는 것 자체가 주민들에게 활기를 불어일으키고, 생계에 필수적인 정보를 주는 곳이라는 의미가 있다(p. 79).

사회문화적으로 작은 점포들을 분석해왔던 국외 연구들의 접근 방식도 크게 다르지는 않다(Everts 2010, Hare et al 2001, Smith 2000). 상점이다보니 일차적으로는 해당 지역 맞춤형 재화와 용역을 공급하고, 이를 통해 고용을 창출·유지한다. 그러나 경제적 손익 합리성으로 다 설명되지 않는 문화적 필요들, 사회적 요구들을 지역공동체 안에서 감당해내기도 한다(Smith and Sparks 2014). 자연스레 소규모

공동체의 ‘사회적 허브’ 역할을 하여 상호작용을 촉진하게 되고, 찾아오는 손님과 점포주인 혹은 이웃들끼리 이 장소에서 감정적으로 연결되게 하는 것이다. 물건을 사러 온 이들의 안전을 점검하기도 하고, 고립된 이들이 누군가와 접점을 만드는 공간이 되기도 하며 개인들의 독립적인 일상이 가능하도록 지원하는 역할을 맡기도 하며, 특히 취약계층의 일상적 필요들을 충족시키는 데에 무엇보다 중요한 역할을 한다는 것이다(Clarke and Banga 2014; p. 199).

이러한 선행연구들에서 강조하는 핵심은 크게 두 가지로 압축할 수 있다. 첫째는 사회적 교제와 만남이 점방에서 가능해진다는 점이다. 카페, 책방, 미용실 등 지역 내 소규모 점포들이 다름 아닌 “함께 노는” 장소(hangout place)로서의 가치를 갖는다고 한 Oldenburg(1999)의 사례 분석 등이 이러한 사회적 교류의 측면을 부각한다. 둘째는, 이러한 우연하고 일상적이며 공개적인 장소에서의 빈번한 만남이 결국 취약한 이들에 대한 사회적 돌봄의 문제와 직결된다는 점이다.

Watson(2009)은 취약한 이들 - 노인들이나 장애인들 - 에 대한 돌봄의 논의를 점포의 상업적 공간 구성과 실천들을 통해 다룬다. 이 개방된 공간, 불특정 다수와 공유하는 공간에서는 평소 보이지 않던 이들이 한자리²⁾씩 차지하는 것이 가능해진다. 점포 직원이나 함께 쇼핑하는 손님 등 누군가가 이 취약한 사람들을 지켜보게 되고 그들과 공간을 공유하게 된다는 것이다. 평상시에는 시야 바깥에 있던 이들과 시공간을 함께하고 있다는 경험 자체가 의미를 지니게 된다(p. 1583). 평소에는 눈여겨보지 않던 복도의 너비나 계단의 경사 등 물리적 장치들을 통해서도 이들의 함께 있음(co-presence)이 가시화된다. 이러한 과정에서 점포는 ‘보이지 않던 이’들이 이 사회 속에 함께 존재하고 인정받을 수 있는 공적·사회적 공간의 의미를 담게 되고, 사회적 돌봄은 이처럼 “공간을 함께 하는” 것으로부터 시작된다. 이 연구는 Watson의 지적에서처럼, 돌봄과 관련하여 점포라는 장소가 갖는 바로 이 사회적 의미와 가능성이 현재의 한국 농촌사회에서 어떻게 실제로 작동하고 있는지를 검토하고자 한다.

2) 말 그대로 물리적 공간을 차지하고 있다는 의미다.

연구방법 및 내용

1. 연구방법

인류학 현지 조사는 크게 다음의 세 갈래로 진행되었다.

1. 지역 통계 자료 등 양적 분석 및 지역 잡지/신문/면지 등 담론 자료를 통한 분석
2. 참여 관찰 : 연구대상 점포는 총 6곳 중 구례군 관내 4개소에 각각 주 1~2회 (1회 2시간 이상) 방문하여 점방 주인과 손님들, 손님들끼리의 상호작용을 관찰하고 기록하였다. IRB 승인³⁾ 이후 6월부터 참여 관찰을 시작하였으며 3월까지 현지 조사가 진행되었다.
3. 심층 면접 : 참여 관찰 참여자 중 생애사적 배경, 상호작용의 의미, 점방에 대한 개인적 경험 등을 질문할 필요가 있는 경우 이들을 대상으로 회당 1~2시간(최대 2회)의 심층 면접을 진행하였다. 면접은 구조화된 질문지 없이 연구계획과 주제를 연구참여자와 공유한 채 열려있는 형태(open-ended)의 자유로운 형식으로 진행하였다. 연구가 진행되는 동안 심층 면접에 참여한 연구참여자는 총 32명이다.

2. 연구대상

구례 관내 총 4곳의 점포에서 참여 관찰을 수행했다. 자본 출자와 경영 방식에 따른 차이점을 살펴보기 위해 남원지역에 있는 점포 두 곳도 함께 연구대상으로 삼았으나, 구례에 거주하고 있는 연구자의 개인 사정상 주 1~2회의 참여 관찰은 불가능했다. 대신 점주⁴⁾와의 심층 면접을 통해 연구를 진행했다. 먼저 구례 지역에서는 전통적인 의미에서의 구멍가게/동네 점방의 요소를 갖추었으며 아직 점포를 운영

3) 보건복지부 산하기관 생명윤리위원회에서 생명윤리(IRB)심의를 받았다.

4) N 생협 매장의 경우 지역 생협이 출자했고 이후 권역 사업법인으로 경영이 위탁되어 '점주'가 누구인지 답하기 어려운 문제였다. 대신 N 생협 매장 개업 당시와 이후 사업법인 위탁 이전 시점까지 해당 지역 생협의 이사장 및 이사로 재직했던 이들과의 심층 면접을 진행했다.

중인 세 곳(A 가게, U 슈퍼, O 슈퍼)을 연구 참여점포로 삼았고, 개인정보보호를 위해 무작위 알파벳 기호로 표기하였다.

본론에 다루겠지만, 구례 관내 전 지역에서 간전면의 점방 분포는 가장 독특하고 흥미롭다. 하지만 한 곳(O 슈퍼)을 제외하고 간전면 지역 점방들의 점주들에게서는 여러 가지 이유⁵⁾로 연구 참여 동의를 받지 못했다. 대신 마산면에서 다수 주민이 추천한 길 가 간판 없는 A 가게, 초등학교 인근이라 어린이 고객들이 많은 U 가게 두 곳을 연구대상으로 삼았다. 그 외에 기존의 점방과는 다른 유형이지만 마을 가게의 역할을 하는 점포(느긋한 점방)도 포함하였고, 마을 가게의 가능성을 탐색하고 위의 연구 참여점방과의 차이점을 파악하기 위하여 전북 남원의 N 생협 매장과 산내면의 CU 매장을 함께 살펴보았다.

〈표 1〉 연구대상 점포

| 상호 | 위치 | 자본 출처 | 점포주 연령대 ⁶⁾ | 점포운영 기간 ⁷⁾ |
|---------|---------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|
| A 가게 | 마산면 | 점포주 | O | L |
| U 슈퍼 | 마산면 | 점포주 | O | L |
| O 슈퍼 | 간전면 | 점포주 | O | L |
| 느긋한 점방 | 구례읍 | 사회적기업 지원금 + 5인 공동 출자 | Y | S |
| N 생협 매장 | 남원시 | 지역 생협 출자, 이후 권역 사업법인 경영위탁 | - | S |
| CU 편의점 | 남원시 산내면 | 점포주(CU 경영지원) | Y | S |

연구에 참여한 점포(참여자)들은 다음과 같은 요건에 부합하도록 하였다.

① 이 연구에서 지칭하는 동네 점방(점포 혹은 구멍가게)은, 한국표준산업분류에

5) 주로 건강상의 이유였으며, 무허가 주류 판매를 하는 점포 등에서는 법적으로 허가받지 않은 영업을 하고 있다는 것 때문에 연구대상이 되는 것을 꺼렸다.

6) 60대 이상은 O, 50대 이하는 Y로 간략하게 구분하여 표기하였다.

7) 20년 이상은 L, 10년 이내는 S로 간략하게 구분하여 표기하였다.

서 종합소매업으로 ‘상시 근로자 5인 미만인 소매업’으로 정의되는 영세 소매 업장⁸⁾(소규모 판매점)을 의미한다.

② 현재 정기적인 매장 운영이 이루어지고 있는 점포들을 대상으로 하였으며, 개점휴업 상태인 점포들은 제외하였다. 개점휴업상태라는 판단은 연구자의 현지답사뿐 아니라 지역 주민들 2인 이상이 이러한 상태를 증언하는 경우를 기준으로 하였다⁹⁾.

③ 점포의 운영 기간은 연구 참여대상의 기준으로 삼지 않았다.

④ 독립 자본으로 운영되는 점포들을 1순위로 선택하였으며, 이러한 동네 점방들과 대조하여 분석하기 위해 근처 지역까지로 확장하여 몇몇 유형들을 포함했다. 예를 들어, 프랜차이즈 편의점이나 생협 매장 등이 그 예이다.

⑤ 심층 면접 대상은 해당 점포를 이용하는 지역 주민들과 점포주로 제한하였다.

연구 결과

이 장에서는 전체적인 연구 결과를 크게 5개의 장으로 나누어 정리할 것이다. 핵심 단어들을 중심으로 간략하게 도식화하면 이 장의 흐름은 대략 아래와 같다.

[아직 남아있는 동네 점방들] - [선물교환] - [돌봄] - [점방, 제3의 장소] - [한계]

먼저 농촌 지역 역시 동네 점방들은 급격히 사라지고 있는 것이 현실이다. 첫 번째 장에서는, 그럼에도 불구하고 마을 기반 점포들이 운영 중인 곳들을 중심으로 그 특성을 간략히 정리했다.

두 번째 장은 각각 농산물이라는 유형의 물품이 점포를 중심으로 순환하는 양상을 구분하여 썼고, 그것이 단지 시장에서의 경제적 동기에 의해 이루어지는 행위로 보기에는 어렵다는 점에 주목하였다.

세 번째 장에서는 가게에서 만들어지고 지속하는 사회적 관계들의 양상을 정리하

8) 소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법 제2조

소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법 시행령 제2조에 의거한다.

9) 주민들의 말 외에 참고한 사항은 점포 안의 냉장고가 가동되고 있는지의 여부였다. 개점휴업상태의 점포인 경우, 전기요금의 문제 때문에 냉장고는 거의 꺼두었기 때문이다.

고, 점포주와 주민들, 주민과 주민들 사이에 어떠한 상호작용이 이루어지는지를 돌봄과 친밀함이라는 관점에서 살펴보았다.

두 번째와 세 번째 장은 큰 틀에서, 선물(농산물이라는 유형의 물품)과 돌봄(무형의 상호작용)이 어떻게 이 동네 점방을 배경으로 해서 마을 주민들의 친밀한 관계들을 넓혀가는지에 대한 실마리를 준다고도 할 수 있을 것이다. 이와 함께 바로 이러한 사회적 역할을 감당하는 점포주에 관해 정리해보았다. 동네 점방이 마을 주민들의 사회적 삶에 중요한 것은, 마을 대소사와 지역 주민들의 삶에 대해 지식이 있는 ‘공적 인물’로서의 점방 주인이 존재하기 때문이다.

네 번째 장은 이들 동네 점방들을 “제3의 장소”라는 관점에서 살펴보고, 그렇다면 어떤 경우에 가게들이 제3의 장소가 될 수 있는지를 남원 산내면 CU 편의점과 구례읍 느긋한 점방, 그리고 남원의 N 생협 매장의 사례를 통해 비교해서 다루어보았다.

마지막 장에서는, 동네 점방이 갖는 이러한 사회적 역할과 가치에도 불구하고 갖는 한계들은 무엇인지 살펴보았다. 인류학 민족지 조사의 특성상 연구자가 의도를 왜곡하거나 변형할 가능성을 차단하기 위해, 참여자들의 발언은 표현 그대로 인용하여 표기하였으며 필요한 경우 각주를 달아 표준어로 의미를 설명하였다.

1. 동네 점방도 소멸 중이다

TV 프로그램에는 동네 점방들이 등장하지만, 현지 조사를 시작하며 가장 확실하게 깨달은 것은 농촌에서조차 이 점방들이 소멸하고 있다는 것이다. 점방의 소멸은 선행연구들을 통해서도 이미 분명한 사회적 현상으로 논의되어왔다(박혜진·심우장 2021). 물론 여러 가지 이유가 있을 것이다.

도시의 골목상권이 쇠퇴한 것과 마찬가지로 대기업 자본이 중심이 된 유통구조 변화가 주요 원인 중 하나로 꼽힌다. 농촌의 경우 이제 자가용을 이용해 먼 거리 쇼핑이 가능해졌으니 굳이 동네 작은 가게에서 물건을 골라야 할 이유도 없어졌다. 점주들은 늙어가고, 물건을 사 줄 동네 사람들은 한 해 한 해 급격히 줄어든다. 어쨌든 이 연구에서조차 동네 점방이 성황 중이라는 말은 할 수가 없다. 이들 소규모 가게들은 점점 없어지고 있고, 구례 지역에서도 마찬가지다. 하지만 한 가지 발견한 사실은, 가장 객관적으로 나쁜 여건들을 갖춘 지역(간전면)에 이런 유형의 점포들이

상대적으로 높은 비율로, 여전히 운영 중이라는 것이다.

구례군에는 한 개의 읍, 일곱 개의 면이 있는데 이중 가장 농경에 적합하지 않고, 산이 많으며, 인구수는 적고, 교통이 불편한 간전면을 중심으로 비교적 건재한 점방들이 남아있었다. 아래 표에 보듯 읍을 제외한 다른 면들은 모두 간전면보다 전반적인 형편이 나았다.

〈표 2〉 간전면 외 다른 지역 주요 특성

| 지역 | 주요 산업 | 관광자원 | 교통상황 | 기타 |
|-----|---------------------|---------------------------------|--------------------------------|----------------|
| 광의면 | 구례군 최대 논 경작지 | 천은사, 지리산 국립공원 | 노고단 가는 지방도 관통 | 소규모 산업단지 위치 |
| 마산면 | 시설작물(오이, 토마토)과 표고버섯 | 화엄사 | 구례읍과 인접 | - |
| 문척면 | 수박 특산지 | 사성암 | 구례읍과 인접 | - |
| 산동면 | 산수유 시목지 | 지리산 온천단지, 자연휴양림 등 | 남원시와 인접 | - |
| 용방면 | N 생협 생산단지 소재 | N 생협 파크 | 고속도로 IC, 남원시와 인접 | - |
| 토지면 | - | 지리산 둘레길의 종점, 피아골, 운조루와 곡전재 등 소재 | 구례-하동 간 지방도(피아골 진입 가능한 유일한 도로) | 사계절 관광객 통행량 많음 |

하지만 이중 광의, 문척, 산동, 용방, 토지 지역의 오래된 점방들은 대부분 폐업 상태 혹은 개점휴업상태였고, 그나마 관광지 버스정류장 근처의 점방들은 관광객 대상의 식당으로 업종을 변경해 꾸러나가거나 술손님이나 담배 손님을 받아 그럭저럭 꾸러가는 한두 곳의 점포만이 운영 중이었다.

폐점한 이유도 여러 가지인데, 광의면처럼 대농들이 많은 지역에서는 어차피 다들 차 타고 면사무소 근처 큰 슈퍼 나가면 되니 딱히 점방이 필요하지도 않다는 주민들의 이야기가 있었고, 점방 주인이 다른 사업에 전념하느라 가게를 닫았다고도 했

다. 그 외의 지역에서는 대개 운영난 등으로 가게를 접었다고들 했다.

마산면의 경우 읍내에서 화엄사 입구까지 난 1차선 도로를 중심으로 해서 지금도 양측에 주로 ‘슈퍼’ 상호를 단 가게들이 늘어서 있다. 도로를 중심으로 상점들이 발달했던 이유는, 화엄사가 유명한 관광지이고 호텔 등 주요 숙박 시설이 들어서기 전에는 민박과 관광객들 대상 장사가 성업했기 때문이다. 하지만 현재는 개점휴업 상태인 점포들이 많다.

반면 간전면의 경우, 관광명소가 없고 구례읍에서 가장 멀리 떨어져 있다. 인구 밀도는 가장 낮지만, 돼지 축사는 밀집해 있다¹⁰⁾. 돼지 축사는 분노 냄새 때문에 어느 지역에서든 민원 대상이 된다는 점을 고려하면, 이곳이 구례 읍면 행정 단위 중 가장 열악한 조건을 갖추었다고 해도 틀린 말은 아니라는 것을 짐작할 수 있다. 지형상으로는, 자연부락이 산등성이들을 중심으로 생성되어 있고 이러한 지리적 상황에 따라 각 마을이 자연스럽게 분리되어있는 형태이다. 교통은 간전면을 횡으로 지나는 지방도 하나로만 이루어지며, 이곳이 순천시와 연결된 것은 최근의 일로 이전에는 간전면에서 도로가 끝났다고 한다. 이곳 역시 예전에는 마을마다 점방이 있었다고 했지만, 지금은 논곡휴게소와 수평상회 사이에 있던 두 개 점방 모두 폐업한 상태이다.

하지만 다른 지역과 달리 간전면의 점방들은 관광객들이 없이도 지역 주민들의 수요에 따라 그럭저럭 운영되어가고 있었다. 점방들이 단지 상점 하나만을 의미하는 게 아니라는 점, 점방의 유지가 곧 골목상권의 문제이고 해당 점포가 위치한 마을 단위 공동체의 상황에 달려있다는 사실 등을 고려할 때 유독 간전면에 대중적 의미로 통용되는 구멍가게 형태의 동네 점방들이 남아있다는 것은 흥미로운 현상이다.

관련하여 김주희(2011)는 경기도 농촌 소재의 한 마을이 도로교통의 확대에 의한 외부세계와의 연결성, 관광지 발달로 인한 마을 외부의 경제적 기회라는 두 가지 요인이 마을 주민들 간의 강한 결속을 외부세계와의 약한 사회적 관계들로 일정 부분 치환했다고 지적한 바 있다. 이 말은 바꾸어, 간전면의 열악한 도로 상황과 여타

10) 2018년 기준 구례군 전체 돼지 사육 두수 19,250마리 중 간전면에서 사육 중인 돼지가 11,849마리로 가장 많았다. 반면, 공공비축미곡 매입실적은 287,920kg으로 문척면, 구례읍과 더불어 최하위에 속했다(광의면 899,960kg). 하지만 문척면(수박), 구례읍(한우)의 경우 고부가가치를 갖는 다른 주력 종목이 있고 도심과 가까워 농축산업 외 자영업 비율이 높다는 점을 감안했을 때, 간전면의 산업구조가 상대적으로 열악하다는 사실을 파악할 수 있다(2019년 구례군 통계, p. 79, 83).

특용작물이랄 것이 없이 상대적으로 취약한 농산업 및 관광지도 없어 경제적 기회를 얻기 어려운 제반 조건들이 점방을 중심으로 한 마을 단위 공동체를 유지할 수 있게 했을 가능성을 시사한다. 또 향후 동네 점방들의 역할과 가능성에 주목할 만한 대상 지역들이 간전면과 같이 상대적으로 소외되고 낙후된 지역들일 가능성이 크다는 말이기도 하다. 다만, 구례군 지역 사례 하나만으로 어떤 결론을 내리기는 어렵다. 나중에 다른 지역 사례들에 관한 연구가 필요한 대목이다.

2. 선물: 농산물의 순환과 농촌의 경제

‘선물’이라는 관점을 본격적으로 다루기에 앞서 점방에서 농산물들이 소비 혹은 교환되고 있는 방식에 대해 간략히 정리해보고자 한다. 아래 사진에서 보드시피 농촌의 몇몇 마을 점방들은 매우 작은 규모라 하더라도 일종의 로컬시장 기능을 수행하고 있었다. 혹 다른 주민들의 생산물을 팔아주는 매대의 역할을 하지 않으면 자신들이 생산한 물품들을 점방에서 소비하는 형태로 생산과 유통이 결합해 있는 식이다.



[그림 1] 호박, 감, 모과 등 매대



[그림 2] 점방 텃밭 작물로 만든 안주들

[그림 1]은 도로변의 한 점방인데 가을 수확 철이라 매대에 작물들이 가득하다. 평상 위의 호박은 점방 주인의 해남 사는 친구가 밭에서 키운 것을 트럭으로 실어왔다고 했고, 감과 모과 등은 본인 밭에서 난 것을 포함해 동네 주민들이 갖다 놓은 것이라고 했다. 가을철이 아니면 이 가게는 감식초나 집에서 만든 효소, 소포장

된 말린 나물 혹은 작은 꽃나무 모종 등을 팔곤 했다. 오일장에 나가 앉아있을 엄두는 안 나는 “숫기 없는” 할머니들이 물건을 들고들 온다. 팔아주면 20% 정도의 수수료를 받는 시스템인데, 5000원어치를 팔면 가게가 천원을 챙기는 식이다.

[그림 2]의 경우, A 슈퍼에서 술 마시러 온 사람들에게 텃밭 작물을 가져다 해준 술안주이다. 방울토마토, 전을 부친 애호박 등이 집 뒷마당에서 자라고 있었다. 비슷하게 간전면의 O 슈퍼 역시 과거에, 돼지 축사를 하면서 슈퍼에서 돼지 찌개를 해서 팔았다고 한다. 이처럼 점방을 중심으로 한 농산물들의 소비, 교환의 양상은 크게 1. 시장에서의 상품 매매, 2. 자급자족하는 소비를 위해 생산되는 작물, 그리고 3. 상대방에게 주는 선물이라는 세 가지 범주로 나누어 볼 수 있었다.

첫째, 점방에서 농산물이 판매되는 경우를 살펴보자. 이 연구에서 특히 흥미롭게 다루려는 대목은, 시장에 상품으로 내놓은 농산물도 반드시 경제적인 이해관계와 이익이라는 이유만으로 납품하는 것은 아니라는 점이었다. 점방에서 팔아줄 수 있는 물량에는 한계가 있다는 근본적인 원인도 있었지만, 오일장 대신 점방에다 물건을 의뢰하는 지역 주민들이 꼽은 주된 이유는 “재미”였다. 실제로 농산물 매출은 그다지 크지 않아서 내놓은 물건이 다 팔린다 해도 용돈 벌이 정도밖에 되지 않았다¹¹⁾. 예를 들어, 느긋한 쌀빵·점방에 물건을 내놓곤 하는 지역 농부들은 실제로 자신들의 매출에서 쌀빵 가게를 통해 파는 물량은 극히 일부에 불과하다고 했다(아래 <사례 1>, <사례 2> 참조). 하지만 계속 물건을 들여놓는 이유는, “가게가 잘 되었으면 좋겠고” “재미”로 한다는 것이었다. 또 오래된 동네 점포의 매대에 농사지은 작물들을 올려놓는 고령의 소농들 역시 “돈 사는 재미¹²⁾”를 그 이유로 꼽았다.

<사례 1>

연구자: 쌀빵(느긋한 쌀빵 지칭)은 선생님 납품하시기에 물량이 좀 작은 편인가요?

11) 다른 점방들에 비해 상대적으로 품목도 다양하고 판매량도 많은 편인 느긋한 점방의 경우, 2021년 평균 월별 납품하는 지역 주민 생산자들이 약 10명, 그리고 생산자 1인당 약 2개의 품목을 가져왔다. 예를 들어, A 생산자가 청계란과 산양유, 산양유요거트 세 가지 품목을 납품하는 식이다. 그리고 쌀빵 가게에서 매월 말일에 이 지역 생산자들에게 정산하는 매출액이 평균 200만 원 선이었다. 결코, 적은 돈이 아니지만, 이 금액을 평균 10인의 생산자로 나누어 지급한다는 사실을 감안하면 각 생산자가 점방을 통해 팔 수 있는 매출이 그리 크지 않다는 것을 알 수 있다.

12) 물건을 시장에 내놓고 그 대가로 돈 버는 것을 “돈 산다.”라고 표현한 지역 방언이다.

심*희: 그렇죠. 그냥 빠꼼살이¹³⁾예요. 그냥 나오는 길에 (가게에)한 번 들러서 딱 사 먹고 물건 내려놓고. 돈 번다 생각하고 물건 납품하기는 어려운 거죠.

연구자: 그럼 가게 납품을 하시는 게….

심*희: 그러니까 조금 남는 것, 재미로 하는 거죠. 저장하게 로컬 얘기하지만, 오일시장이 로컬이잖아요. 할머니들이 오늘 강낭콩 까보니 겁나 많은데 요저 옆집 할머니 장에 나갈 때 좀 팔아다 주소 그렇게. 가윗돈 그렇게 만들어서 갈 치 도막이라도 하나 사 먹고 손주들 용돈도 주고 그랬었던 그 재미, 그게 로컬의 재미였던 것 같아요. 그래서 저도 로컬이 정말 잘 됐으면 좋겠어요. 그래서 (쌀빵 가게 같은) 로컬마켓이 자립하기는 어려운 여건이고, 덤으로 하지 않으면 안 되니까. 구색이라도 갖추면 좋겠다 싶은 생각에 재미로 내놓는 거죠.

〈사례 2〉

엄*윤: 배를 따면 사실 농협에서 다 실어가는 편이 편해요. 요새는 동남아 나라들에서 수입도 많이 한다고 하니까 한 곳에서 물량을 전부 다 실어가 버리면 저희 일이 줄죠. 남편도 저도 일을 하는 입장이니까.

연구자: 일이 많은가요?

엄*윤: 가게에 내놓거나 아는 사람들한테 파는 건 선별도 해야 하고 포장이나 이런 것에 인건비가 들어요. 그래서 저희 배 그냥 (포장지) 벗기지도 않고 선별 없이 내놓는 게 그것 때문이거든요.

연구자: 그런데 크게 돈이 되는 것도 아닌데 왜 가게에 계속 배를 납품하세요?

엄*윤: (가게가) 잘 됐으면 좋겠어요. 납품하는 농민들이 있기는 한데 과일은 거의 없잖아요.

〈사례 1〉에서 농민은 동네 점방에 자신의 생산물을 갖다두는 게 “재미”라고 말한다. 가게 구색을 갖춰줌으로써 가게를 지속할 수 있게 만들고 싶은 그의 의지가 반영된 선택이다. 그는 이미 네*버 스마트스토어나 영농법인 등을 통해 다양한 판로를 가진 상황이었고, 생협과 학교 단체급식 등에 납품하는 등 나름대로 안정적인 매출 경로들을 보유하고 있었다. 기존의 판로들에서 소비되는 농산물의 양에 비해 점방에서 팔 수 있는 양은 지극히 적은 것이었다.

13) ‘소꿉질’의 전라남도 방언이다. (출처: 우리말샘)

〈사례 2〉의 농민은 남편과 본인 각각 농업 외 다른 직업으로 생계를 유지하는 상황에서, 가족농으로 배 농장을 운영하고 있었다. 인건비 추가 지출이 어려운 상황에서 점방에 물건을 납품하는 것은 이들 부부의 수고로움이 수반되어야 하는 일이었다. 농협에서 한 번에 실어가면 될 것을 구분하고 골라내서 또 가게에 물건을 챙겨 갖다두어야 하는 번거로움이 있었다. 가게에서 배를 팔면 농협과 비교할만한 고수익이 나는 상황도 아니었다. 어차피 소량이기도 하고 가게에 떼어줘야 하는 일정 부분의 수수료도 발생하기 때문이다. 그런데도, 매년 가게에 배를 납품하는 이유에 대해 이 농민은, “(가게가) 잘 됐으면 좋겠다”라는 이유를 든다. 또 〈사례 1〉의 농민이 언급하고 있다시피, 주변 고령의 소농들 역시 오일장이나 점방 매대에서 물건을 팔아달라고 하는 것이 “재미”라는 부분은 유의미하다. 이때 재미란, 대단한 경제적 수익을 의미하는 것이 아니라 자신에게 남는 어떤 것인가를 주고 “돈(을) 사는” 재미, 즉 가윗돈, 용돈 벌이의 재미를 가리킨다.

폴라니(Polanyi 2009[1944])는 개인의 경제적 행위가 ‘물질적 재화의 소유라는 개인의 이해를 지켜내기 위해’ 이루어지는 것이 아니라, 그의 사회적 지위, 사회적 권리, 사회적 자산 등을 지키기 위한 비경제적 동기들에 의해 이루어지기도 한다고 말했다(p. 185). 이 말을 사례에 적용해 보면, 점방에서 화폐로 교환되며 매매하는 농산물도 이 교환에 순전히 경제적 이해관계만 개입된 것이 아니라 참여하는 이들의 사회적 목적 혹은 동기가 있다는 뜻으로 이해할 수 있을 것이다. “재미”로 용돈을 벌여 누군가에게 쓰고 싶은 소망을 이루려는 목적으로, 혹은 점방이 폐업하지 않았으면 하는 기대를 담아 번거롭지만, 농산물을 가져다 나르기도 하기 때문이다. 즉, 이 사례에서는 생산자 농민들의 사회적 관계들이 교환의 주된 동기 중 하나로 작용하고 있다고도 볼 수 있다.

둘째, 점포주인 자신의 소비를 위해 농산물이 생산되는 가정경제의 유형이다. 가정경제(house holding)이란 자신이 스스로 사용하기 위해서 생산한다는 것으로, 여기서 사용을 위한 생산이란 이익을 위한 생산에 반대되는 의미를 지닌다(폴라니 2009[1944], p. 197). 폴라니는 가정의 필요를 충족시키기 위해 생산하고 저장하는 과정에서 일부 부수적인 환금작물이 생겨나더라도, 애초에 사용을 위한 생산이므로 가정경제에 해당한다고 보았다.

예를 들어, 앞의 <그림 2>에서 A 슈퍼 주인은 자신의 작은 텃밭에서 다양한 작물을 소량씩 키웠는데, 이 작물들은 점포주 부부가 소비하기도 했고 점방에 술 마시러 온 이들의 술안주로 사용되기도 했다. 간전면의 O 슈퍼에서도 기르는 돼지를 잡아 한 그릇에 5천 원 하는 찌개 메뉴를 판매했었다. O 슈퍼의 오래된 단골들은 지금도 가끔 그 돼지 찌개에 관해 이야기하곤 했다. 맛도 좋고 고기가 많이 들어 있어서 여전히 생각난다는 것이다. 물론 지금은 인구도 많이 줄고 점포에 밥 먹으러 오는 이들이 거의 없는 데다, 돼지 축사를 책임지고 해왔던 점방주의 남편이 고인이 된 후로는 찌개를 하지 않는다. 첫 번째 유형에서 농사지은 강낭콩이 너무 많으면 오일장에 내다 팔면서 가뭏돈을 번다는 동네 할머니들의 교환 역시, 애초 시장에서의 판매를 목적으로 한 것이 아니었다는 점에서 둘째 유형으로 분류할 수 있다.

마지막 셋째는 선물로 교환되는 유형이다. 사소하게는 가을 수확철에 단골손님이 U 슈퍼에 들고 온 감 한 봉지, 근처 애호박 하우스에 비품 호박을 한 상자 나눠 먹으라며 O 슈퍼에 두고 간 사례나 추석 명절 후 A 가게에 들른 송이버섯 채취꾼들이 자잘한 송이들을 내주며 슈퍼 손님들과 함께 나눠 먹자고 한 것 등을 들 수 있다. 다시 말해, 마을 점방이라는 장소에서 점방 주인을 포함한 불특정의 방문자들에게도 이러한 선물이 주어지는 것이다. 그런데 이때 선물로 증여되는 농산물들에 공통점이 존재한다. 아래 인용을 참고하자.

<사례 3>

“고추밭을 마무리하려는데 고추가 많이 남아 그냥 따 가시면 됩니다. 부담 없이 마음껏 무농약 인증받은 고추니까 따가셔도 됩니다. 이제 하우스에 감자 심을 준비를 해야 해서 아깝지만, 마무리하려고요~” (2021년 10월 4일 농부 이**)

“홍시 좋아하시는 분이나 감식초 담그실 분 집으로 오시면 대봉 나눔 할게요. 비 오기 전에 뺐는데 딸 때는 상처 하나 없던 것들이 지들끼리 눌러 상태가 그 령습니다.” (2021년 11월 8일, 농민 정**이)

따가도 된다거나, 나눔을 한다거나 하는 선물처럼 주어지는 농산물은 1. 위의 고추밭 사례에서처럼 작물은 아무 결함이 없지만 수확기를 지나 다른 농사를 준비

해야 하거나, 수확하는 인건비를 지출하기 부담스러운 경우, 그리고 2. O 슈퍼에 갔다든 애호박이나 이 사례의 대봉감처럼 생산과정에서의 문제는 없으나 시장에서 제값을 받기 어려운 공품인 경우에 주로 해당하였다. 봄에는 남은 모종들, 김장철에는 밭의 무 등이 선물로 증여되었다. 증여는 대개 농민 생산자들이 점방에 물건을 가져다 두거나 자신의 밭 등 작업장을 개방해 직접 가져가도록 하는 형식으로 진행되었다.

이때 주의 깊게 살펴봐야 할 것은 증여자인 농민 생산자들이 직접 증여 대상을 선택하지 않았고, 대신 점방 주인에게 이 선물들을 받을 사람들을 정하고 얼마만큼을 각각 줄 것인가 역시 결정하도록 권한을 양도한다는 점이다. 즉, 일차적으로는 농민 생산자가 점방 주인에게 증여하고, 점방 주인은 가게에 들르는 손님들에게 이 농산물들을 다시 증여하는 방식으로 선물을 주었다. 대갚음은 반드시 특정 선물에 대한 보답이라기보다, 대상을 특정하지 않은 또 다른 증여의 형태로 이루어졌다. 말하자면, 선물 주고받기가 하나의 순환에서 시작되고 종료된다기보다 돌림노래처럼 대상을 특정하지 않은 채 점방을 중심으로 해서 이어지는 형식이다. 물론 작물을 직접 생산하지 않는 손님들의 경우 선물을 준 농민이 누구인지를 기억해 두었다가 그 선물에 대한 긍정적인 평을 공유하거나 다른 시점에 점방 매대에 놓인 그 농민의 생산물을 구매해 가는 방식으로 대갚음을 하기도 했으며, 일차적인 수증자로서 점방 주인은 가게의 상품들을 건네는 등으로 선물에 대한 감사를 표하기도 했다.

〈표 3〉 각 점방에서 나누어진 선물들

| 상호 | 선물 목록(괄호 안의 '전': 연구자가 직접 보지는 않았고 전해 들은 것) |
|--------|---|
| O 슈퍼 | 공품 애호박과 오이고추, 후라이드 치킨, 떡(전), 고구마 줄기 |
| U 슈퍼 | 찐 옥수수, 단감, 김장김치와 수육, 낚시해서 잡은 갈치, 고사리(전), 솔값 |
| A 가게 | 공품 송이버섯(전) |
| 느긋한 점방 | 대봉감, 물미역, 정원수, 고추(전), 알감자, 쌈 채소, 모종(전) |

그런데 이러한 점방에서의 선물교환이 갖는 중요한 의미가 있다. 점방에서 나누어지는 농민들의 '선물'은 익명의 기부가 아니라 증여자의 이름으로 불린다. 예를 들어, 슈퍼에 가져다 둔 애호박 비품의 경우, 점방 주인은 “철수 씨(가명) 네 하우스”

에서 가져왔다고 이름 붙이며 나누어주었다. 대봉감 비품은 정*이의 것, 고추는 *** 농장의 것으로 명명된다.

에나프는 의례적 선물교환에 대해, 증여 행위가 사회 유대를 창출하거나 강화하기 위해 서로 대값음하는 공적 인정을 불러일으키는 데 목적이 있다고 언급했다(에나프 2018, p. 188). 누군가에게 선물을 주었다면 그 선물이 알려져야 하며, 점방이라는 장소는, 이 선물의 교환을 개인의 은밀한 사적 영역의 행위가 아니라 ‘공적’ 인정, 즉 “상대를 엄숙히 인정”하며 “공동체 안의 사회 유대의 강화를 보장”하게 하는 공적 의례가 가능하도록 하는 공간적 배경의 역할을 하게 된다.

즉, 점방이라는 장소에서 공적 인물인 점포주인이 매개되어 선물의 순환이 이루어짐으로써 대면한 개인들의 관계는 이 작은 지역을 중심으로 한, 더욱 큰 연결망으로 확장되며 서로 이어지게 된다. 관대한 사적 개인의 은밀한 증여와 점방에서의 증여를 비교해본다면 그 차이점을 뚜렷하게 이해할 수 있다. 이렇게 점방과 같은 ‘친밀하고도 공적인 영역’은 매우 중요한데, 바로 이런 반공반사의 공간에서 비로소 구체적 타자에 대한 ‘사회적 돌봄’을 이야기할 수 있기 때문이다(구은정 2021).

3. 돌봄: 구체적 타자와의 친밀한 관계 속에서

앞장에서는 구체적인 사물, 물품을 중심으로 한 선물의 순환과 의미를 살펴보았는데, 이 장에서는 대상이 있는 행위들에 대해 다루고자 한다. 추상적이고 대체 가능한 타자가 아니라, 대면해 알고 대체 불가능한 구체적 타자와의 친밀한 관계 속에서 어떠한 사회적 행위 - 돌봄 - 가 이루어지고 있으며, 또 그러한 관계와 상호작용이 가능해지도록 하는 공적 인물로서의 점포주의 역할은 무엇인지 정리하였다.

가. 점방에서 관찰할 수 있는 친밀함의 유형

점방은 “걸어서 올 수 있는(walkable: Leyden 2003)” 이웃들 간의 친목을 도모하는 배타적 공간인 동시에, 익명의 합석자와도 선물과 인사를 교환하는 개방적 공간이기도 하다. 한 지역 주민이 구례읍내의 한 노포를 묘사한 다음의 글을 보면 공

간이 담고 있는 이러한 개방성이 어떤 의미인지를 직관적으로 파악할 수 있다.

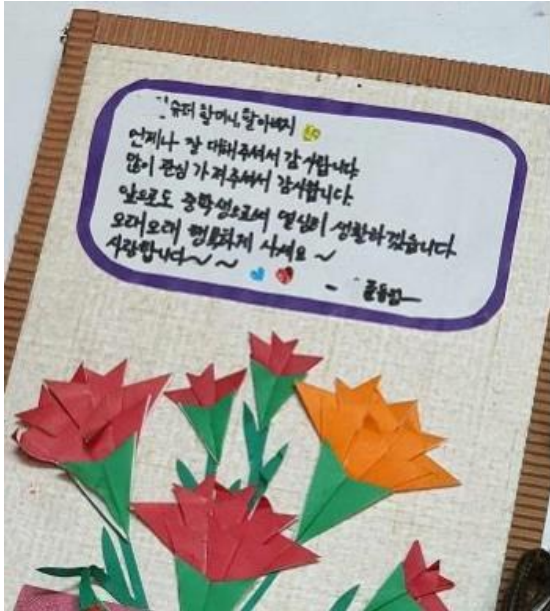
“특 치면 넘어갈 것 같은 가냘픈 벽이 슬레이트 지붕에 간신히 매달려 있고, 100년이 넘는 허름한 건물에 세 개의 탁자가 길게 붙어있는 비좁은 곳이었다. (중략) 열 명 정도 둘러앉으면 집 확장 때 그대로 둔 기둥만이 이쪽저쪽 손님을 구별할 수 있게 할 뿐, 합석은 의무이고 술과 안주는 섞이기 마련이었다. (중략) 시래기 된장국에 소주 한 병을 호로록 비워야 생선이 잘 팔리는 생선장수, 아침 일찍 마신 반병을 마저 마시러 온 채소전 할매, 완판했다고 자리 잡은 과일 트럭, 오랜만에 장 보러 나와 의기투합한 이들이 북적댄다. 그렇게 그들은 기름 넣으러 주유소를 들르는 자동차처럼 들어오고 나가기를 반복한다.” (안영삼 2020, p. 24, 25)

이때 점방은 단지 과거의 향수를 담고 있는 추억의 공간일 수만은 없게 된다. 일행이 아닌 낯선 이들과도 좁은 공간에서 합석하며 오고 가는 경험을 통해, 때로는 평소에 보지 못했던 취약한 개인들의 존재를 확인하기도 하고 그와 선물과 안부 등(의례)을 나누며 그 사회적 자리를 인정하는 공적 장소로서의 가능성을 갖게 되기 때문이다. 그리고 바로 이 지점이 그간 수많은 사회적 돌봄 논의가 중요하게 다루어왔던 지점이며, 동네 점방을 통해 농촌의 현실을 어떻게 접근해야 할지 고민할 수 있는 대목이기도 하다. 위에 인용한 안영삼(2020)의 글에서, 구례에 귀농한 그 자신 역시 이들 점방에서 술을 마시며 “농사짓는 법을 배웠고 살았던 집을 얻었다”라고 했던 것을 참고하자(p. 173). 그러므로 이 장에서는, 이 편한 공간이자 집 같은 장소로서 마을 점방이 어떠한 형태의 사회적 돌봄을 성취하고 있는지를 각각 다른 세 가지 사례를 통해 살펴보고자 한다.

〈사례 4 - 어린이〉

다음 사진은 U 슈퍼 벽에 붙어있는 여러 흔적 중 하나인데, 지금은 대학교 2학년이 된 U 슈퍼 단골 K 군이 초등학교 6학년 어버이날에 사장 내외에게 보낸 감사카드이다. K 군이 직접 종이접기로 만든 카네이션꽃들이 다발로 붙어있고, “U 슈퍼 할머니, 할아버지. 언제나 잘 대해주셔서 감사합니다. 많이 관심

가져 주셔서 감사합니다. 앞으로도 중학생으로서 열심히 생활하겠습니다. 오래
오래 행복하게 사세요~ 사랑합니다~"라고 적혀 있다.



[그림 3] K 군이 점주에게 쓴 카드

K 군의 부친은 초등학교의 시설관리
직원이었는데, 그가 아주 어렸을 때 그
리고 초등학교 3학년부터 중학교 2학년
까지 기간 동안 점포 바로 옆 C 초등
학교에서 근무했었다고 한다. 직원 관
사가 슈퍼 맞은편에 위치해 있어, K 군
은 어린 시절 “항상 가게 옆에서 놀았
다”라고 기억했다. K 군이 어렸을 때
맞벌이하는 그의 부모를 대신해 종종
손주 돌보듯 슈퍼에서 그를 돌보곤 했
으며, 사장 내외가 그러한 돌봄의 이유
로 들었던 것은 “족보를 따져보지는 않
았지만 같은 성씨라는 점”이었다. 그런

인연 덕에 그가 서울로 진학을 한 후에도, K 군과 부모의 일상적인 대화 속에
서 슈퍼 사장 내외가 어떻게 지내는지 나누곤 했다. 가끔 그가 구례 집에 내
려올 땐 “되게 똥가 할머니, 할아버지가 기다리는 느낌”이라 “특별한 날, 어버
이날 같은 명분으로” 작은 선물을 사 들고 U 슈퍼에 들른다고도 했다. 가게 벽
에는 비단 K 군의 것뿐만 아니라 단골손님이었던 학생들이 만들어 선물한 이
런저런 엽서나 시, 그림 액자 등이 빼곡했다.

<사례 5 - 독거가구>

간전면 O 슈퍼에서 만난 60대 후반의 남성. 슈퍼 사장의 초등학교 손녀딸을
“예쁜이”라고 부르며, 연구자가 가게에 들고 간 아이의 성탄절 선물을 보고는
연신 “우리 예쁜이 챙겨주어 고맙다”라고 진심을 담아 말했다. 그는 근처 마을
에 혼자 살고 날품을 팔며 여기저기 다닌다고 했는데, 몇 년 전 암 수술로 개
복해서 절제술을 받았다며 배에 난 약 20cm 넘는 수술 자국을 연구자에게 보
여주기도 했다. 가게에 들르는 이유를 묻자 그는 다음과 같이 말했다.

“이거(안주로 놓인 시래깃국 대접을 가리키며) 사장님한테 이거 한 그릇 얻어 먹을라고 여기 옵니다. 술 마시면 안 되는지 나도 아는데, 여기 오면 뜨끈한 국 한 그릇 얻어먹으게. 여기 오면 사장님이 술 마시지 말라고 꼭 잔소리 한마디 해요. 이거 얻어먹고 그 소리 듣는 재미에 여 와요.”

〈사례 6 - 사회적 교제〉

완도 직장에서 일하다 2주에 한 번씩 구례 집에 다니러 온다는 S 씨의 이야기이다. 그는 혼자 살아 구례에 챙겨야 할 가족이 있는 것도 아니지만 주말에 꼬박꼬박 3시간 가까이 운전해서 오는 이유를 다음과 같이 설명했다.

“아 그래. 나 가끔 오면서도 두 시간 반 운전해야 되거든요. 막 운전하고 오면서도 내가 구례에 가는 이유가 뭐지 하고 나한테 되물을 때가 많아요. 근데 또 안 그래. 안 오고 거기 있으면 사람들이 나보고 뭐라 하냐면 ‘당신 왜. 주말에도 안 가고 그러고 있다고.’ 사실 그렇게 보는 사람 아무도 없어. 없는데 그럴까 봐. 당신은 뭐 기다려주는 사람도 없어. 뭐 이렇게 물을까 봐 그런 물음을 차단하려고 이주일에 한 번씩 오죠. (중략) 140에서 160 사이 그렇게 밟아 갖고 2시간 반이에요. 한 번도 안 쉬고 오는 거죠. 또 운전해 나오기 전에는 완도에서 배를 삼 사십 분 타야 하거든요. 그러니까 총 이동 시간을 생각해 보면 세 시간이 넘죠. 그런데 또 (구례에) 안 가고 있으면, 또 쉽게 말하면 답답하죠. 아는 사람도 별로 없는데. 아는 사람 몇 사람은 나랑 잘 안 놀아주고. 여기는 나 노는 사람 많죠. 엄청 많아요. 그 친구들하고 친구들 동생들 형들.”

위에 나열한 각각의 사례들은 마을 점방이라는 장소에서 어떠한 사회적 돌봄이 이루어지고 있는지를 보여준다. 마을 안의 어린아이들을 함께 돌보고 키우는 역할을 하기도 하고(〈사례 4〉), 사회적으로 고립된 취약한 이웃이 삼천 원짜리 술 한 병을 핑계로 국 한 그릇과 건강을 챙기라는 잔소리를 들을 수 있는 곳(〈사례 5〉)이기도 하다. 건강을 걱정해주는 사람도 없고, 집밥처럼 따뜻한 된장국을 챙겨 먹기도 어려운 노년의 독거 남성에게 점방은, 아주 잠시나마 집 혹은 가족을 통해 경험할 수 있는 온기를 느끼게 해주는 썸이다. 유사한 사례로는, 하루에 3번 넘게 술을 마시러

슈퍼에 들르는 문제음주자 금철 씨(가명)를 들 수 있다. 매번 술에 잔뜩 취해 있으면서도 다시 술 마시러 들른다는 금철 씨는 O 슈퍼에서도 대단히 환영할 만한 손님은 아니었다. 주인은 그가 앉으면 있는 상에 반찬 뚜껑만 열어두고는 살림방에 들어앉아 있거나, 마당을 가꾸는 등 다른 일을 하곤 했다. 그러다 금철 씨가 이상한 전화를 받는 것 같으면 쟁걸음으로 다가와서는 스피커폰으로 바꿔놓고 보이스피싱인지 아닌지 같이 들어보아야 한다며 잔소리를 하곤 했다. 슈퍼 사장은 막걸리 매상과 금철 씨 가족과 맺어온 사회적 관계 때문에 술주정하는 그를 문전박대할 수 없는 수동적 위치에 있으면서도, 오랜 기간 그를 대면해 알아 왔기 때문에 그의 취약함을 잘 알고 필요한 순간에 돌봄을 제공하는 능동적 행위자의 역할을 자처했던 것이다.

〈사례 6〉은 일반적으로 논의하는 ‘돌봄’의 정의에 부합하지는 않지만, 가족이 없어 사회적으로 정서적으로 고립된 중년의 독거 남성에게 이 장소가 갖는 의미가 무엇인지를 생각해 보게 만든다. U 슈퍼의 단골이라는 S 씨는, 구례에 10년간 살다가 직장 발령 때문에 완도로 이주하게 되었다. 완도에서 배 타고 차 타고 3시간이 넘게 고생해서 오는 이유를, “아는 사람들”과 만나서 놀기 위해서라고 대답한다. 가족이 없는 그에게 구례에서 그를 반겨주고 만나서 술 마시는 이들은 그의 귀소본능을 충족시켜 주는 주요한 대상이고, 그들과 어울려 술판을 벌일 수 있는 U 슈퍼는 일종의 고향이자 사회적 교제가 이루어지는 핵심적 장소로서 역할을 하는 셈이다. 즉, 그의 사회적 존재를 ‘인정’하는 사람들과의 관계¹⁴⁾가 바로 이 마을 슈퍼를 기반으로 해 발생했고, 유지되고 있었다.

이러한 사례에서 공통으로 중요한 지점 중 하나는 점방이라는 장소가 전제될 때 라야 이러한 관계의 유지 및 돌봄의 제공이 가능하다는 사실이다. 이 장소는 비슷한 역할의 다른 위치/다른 장소로 대체될 수 없는 고유의 가치와 의미가 있다. 예를 들어, S 씨는 U 슈퍼에서 300m 남짓 거리에 있는 A 가게는 들르지 않는다고 했다. 그리 멀지 않은 거리이지만 그곳에 가면 또다시 “어디서 온 누구인지”를 읊어야 하기 때문이며, 아는 얼굴도 없기 때문이라는 것이다. 자신의 거점 점방을 고수하는 이런 태도는 비단 S 씨뿐 아니라 A 가게를 주로 찾는 이들, O 슈퍼의 단골들

14) 이러한 관계들이 바로 돌봄을 구체적 타자와의 관계와 정서적 교감이라는 측면에서 다룰 때(구은정 2021) 가장 중요한 지점이기도 하다.

에게서도 나타났다. O 슈퍼의 단골들 역시 근거리의 N 휴게소라는 상호의 다른 점방이 있었지만, 그곳에는 잘 들르지 않았다. “내가 누군지 설명하지 않아도 되는” 장소로서의 마을 점방, 그곳에서 이루어지는 고유한 사회적 관계, 그리고 그 핵심적인 역할을 바로 공적 인물로서의 점포주인이 담당하고 있었다. 이에 관해서는 다음 장에서 더 자세히 다루어보기로 한다.

나. 점방 주인, 마을의 ‘공적 인물’

앞장에서는 점방이라는 장소를 중심으로 어떤 사회적 돌봄들이 관찰되는지를 다루었는데, 이 장에서는 이 장소를 주관하는 핵심적 인물인 점방 주인에게 초점을 두어 살펴보고자 한다.

점방에서는 3천 원짜리 막걸리 1병만 따서 탁자에 앉아도, 주인이 술상을 봐주고 기꺼이 말 상대를 해주곤 한다. 이처럼 밑반찬이나 국 한 대접 등 기본 안주가 제공되고 점방 주인이 자기만의 방식으로 환대를 해줌에도 불구하고, 이러한 ‘재화’와 ‘서비스’에 따로 비용을 치르지 않아도 되는 ‘가성비’가 마을 점방의 핵심 매력으로 꼽힌다. 점방 주인의 맞춤형 환대와 술을 다 비우는 동안 짹짹이 말 상대를 해주는 이러한 행동이 과연 어떠한 의미인지는 정확히 결론 내리기는 어려웠다. 이를 일종의 영업전략으로 보는 것이 일견 타당해 보이기도 했지만, 그렇게만 해석하기에는 아귀가 잘 맞지 않는 부분도 존재한다. 한 번 술병을 열면 최소한 1시간 넘게 죽치고 앉아있는 손님들이 사 먹는 술이 기껏 1병 남짓이고 3천 원 가량이기 때문이다. 3천 원 매상을 올리기 위해 각종 안주에 말 상대가 되어주는 감정노동이 그저 점포의 판매 전략이라면 매우 지속 가능하지 않아 보인다. 게다가 반드시 술을 사지 않고도, 그냥 점포에 들러 술 마시는 사람 옆에 앉아 술 동무만 하다 가는 손님들도 종종 있었다. 연구자는 이러한 현상이 전혀 점포 운영과 무관한 어떤 것이라고 주장하기도 어렵지만, 오직 매상을 올리기 위한 목적에서 하는 행동으로 해석하기도 어렵다는 정도의 입장을 취하기로 한다. 솔직히 점포 안에서 손님으로 점방 주인의 행동을 느끼기에, 그가 나의 안부를 묻거나 잔소리를 하는 등 소소한 상호작용들은 오히려 ‘환대’에 가깝게 느껴졌다. 앞장의 사례에서 보듯, 가족 없는 단골손님들에게 안부를 묻고 밥은 먹었는지를 챙기거나 술을 그만 마시라는 잔소리를 하는 등은 찾

아오는 손님들의 지갑 사정과 크게 상관없이 주어지는 일종의 인정과 환대의 의례로 논의할 수 있다고 판단하였다. 즉, 점방은 그냥 싸게 술을 마실 수 있어서 가는 곳 이면서도 꼭 술만 마시러 가는 장소는 아닌 곳이고, 점방 주인 역시 물건을 사는 사람이라서만 오는 주민들을 반가워하는 것은 아니었다.

조옥라(2015)는 백사마을이라는 도시 빈민 공동체 문화에 관한 연구 속에서 특히 채소 가게, 쌀가게, 목공소 등 마을 상점 공간과 점주 역할의 중요성에 대해 언급을 했다(p. 65). 오래된 마을 가게들은 사람들을 이어주는 개방된 공적 공간이 되었고, 가게 주인들은 해당 지역에 오랫동안 머물렀기에 지역에 대한 지식과 인맥, 자원 등이 풍부해 사회적 연결망의 거점 역할을 하게 된다는 것이다(p. 78). 누구나 입던 차림 그대로 와서 편하게 앉아 목을 축이고 시시껄렁한 말을 주고받을 수 있는 공간¹⁵⁾, 그리고 그러한 장소를 개방하고 때로 말 상대가 되어주는 점방 주인이라는 존재. 이 두 가지의 중요성은 비단 조옥라의 연구뿐 아니라 박혜진·심우장(2021)과 배선혜·박소현(2015)의 연구에서도, 앞서 언급한 <어쩌다 사장>이라는 TV 프로그램의 한 대목¹⁶⁾에서도 뚜렷하게 드러난다. 특정 장소, 그 장소에서 느끼는 소속감은 점포주인의 존재가 있어 가능해진다. 점포주인은 마을 공동체에 터 잡은 일종의 공적 인물인 것이다.

그런데 가게 주인의 이러한 사회적 역할은, 동네에 뿌리박고 이웃들과 일상을 공유하는 ‘토박이’이기 때문에 가능한 일이다. 특히 생활공간이자 생산공간인 농촌 지역의 특수성(김기홍 2006: p. 9)을 고려해볼 때 이처럼 지역 주민들의 일상과 밀접하게 관련을 맺는 동네 점방이란 공간과 점포주라는 인물은 주민들의 삶이 맞는 물리적, 실재적 실체로서 중요성을 지닌다. 정리하자면, 점방이라는 장소의 고유성은 점방 주인의 존재를 통해서야 비로소 사회적 의미를 덧입게 되는데 이러한 과정에서 대체불가능하고 구체적인 타자(점포주와 단골손님)와의 관계가 가장 핵심적이라는 것이다.

15) 이처럼 편한 공간의 의미는 부르디외(2005)를 빌어 해석할 수 있다. ‘허물없음’, ‘거리낌 없음’, ‘되는데로 내버려 두는 것’처럼 보이는 자유로운 형식의 공간과 분위기가 저 자신, 집, 가족처럼 편하고 친숙함을 느끼도록 이끈다고 볼 수 있다는 것이다(p. 354-355).

16) 차태현, 조인성이 점포주를 대신해 운영하는 동안 가게 단골손님들은 사장님이 어디 갔냐며 “(사장님한테)할 얘기가 있는데”라는 말들을 하곤 했다.

S 씨의 사례를 보자. 그는 완도의 주거지에서 가까운 마을 점방을 발견했으나 그곳에는 잘 들르지 않게 된다며, 부러 구례에 와서 U 슈퍼에 꼭 들르는 이유를 점방 주인에게서 찾았다.

“(완도의)가게 주인이 어 나이는 한 70살이 넘으셨는데... 점방이 이발소랑 딸려 있어요. 이발을 어릴 때부터 했겠죠. 젊을 때부터. 그러니까 고정 손님들이 오세요. 단골들. 그런데 이제 문제는 그분 아내. 아내가 또 몸이 별로 안 좋아요. 몸이 안 좋아갖고 뭘 달라고 시킬 수가 없어요. 분위기도 좀 우중충하고. U 슈퍼 이모는 막 그렇지가 않고, 가면 기분도 좋고 막 주잖아요.”

이 사례에서처럼 점방 주인은 단순히 술상을 봐주고 말을 걸어주는 사람이 아니라, 그가 존재함으로써 점방이 마을의 사회적 장소로 완성되는 필요충분조건이자 공적 인물이 된다. 즉, 마을 점방은 구체적인 타자와 맺는 친밀한 관계를 관찰할 수 있는 장소이자 지역공동체의 공적 인물을 중심으로 관계가 형성되고 유지되는 장소로서의 의미가 있다.

이때 점주들은 공적 인물로서의 몇 가지 특징을 보인다. 우선, 조옥라가 관찰했던 변두리 마을 가게 주인들처럼 “공적 인물(public character: Jacobs 1961)”들은 동네 사람들을 ‘안다’. 아래의 인용들은 구례군 군립 매천도서관에서 구례 읍내 노포들을 다니며 점주들을 만나 그 이야기를 실은 것인데, 슈퍼마켓 점주의 이야기를 참조해 ‘안다’는 것의 의미를 이해할 수 있다.

“담배 사러 온 사람들 뭘 담배 피운지 다 알지. 자주 오는 사람은 다 알아. 찌그 오면은 저 사람 무슨 담배, 뭐 뭐, 다 알아. 지금도 열 살 때 내가 입었던 옷 색깔, 무늬, 신발까지 다 안디 뭐.”(〈오래된 가게 오랜 이웃〉 중 인정25시편, p. 118)

또 이들은 지역의 일에 두루 신경을 쓰는 사람이다. 이들은 동네에서 일어나는 일들을 예의 주시하는 사람들이며, 지역에 이사 온 사람들이 가장 먼저 만나고 환영받게 되는 사람들이기도 하다.

무엇보다 이들은, 자신이 만나는 이웃 주민들과의 사회적 관계 속에서 자신의 역할을 조율하는 것처럼 보인다. 쌀장사를 해서 부유한 형편이었지만 한 번도 자식 도시락에 쌀밥을 싸주지 않았다는 아래 대진상회 사장의 이야기를 보자. 그가 아들의 끼니를 챙길 때 우선 헤아린 것은 아들의 식성이나 취향 같은 것이 아니라, 같은 마을에 사는 가난한 이들(되쟁이)이 자식 도시락으로 콩보리밥만 싸보내야 하는 형편이었다. 이웃들의 형편과 시선 속에서 자신과 가족의 처신을 점검했다는 것인데, 사회적 책임에 대한 고민이 엿보이는 대목이다. 아이들에게 문제집 팔면서 보람을 느꼈다는 동아서점 사장의 이야기는, 자신의 사회적 역할과 책임을 점주 스스로 어떻게 적극적으로 설정하며 살았는지를 보여준다. 그는 스스로 동네 아이들의 “선생”을 자처하며 살아온 삶에 보람을 느낀다고 말한다. 점심때 손님이 오면 항상 끼니를 챙겨 보낸다는 미용실 사장의 이야기에서 역시 이웃들의 필요를 살피고 담당하려고 노력했던 그의 태도를 찾아볼 수 있다.

“큰 부락에는 되쟁이¹⁷⁾가 다 있었어. 되 밑을 떼 주고 그러고 살았지. (중략) 구멍가게 맵기로 새막처럼 지어놓고 그 밑에서 되곤 그랬지. 비가 오면 안에 다 쟁여 놓고 되로 되고 그랬지. (중략) 쌀장사를 해도 우리 아들 학교 다닐 때 쌀밥만 안 해먹였어. 육 얻어먹을까 봐. 딴 사람들은 콩보리밥만 해먹었거든. 쌀장사를 해도 역부로¹⁸⁾ 보리를 많이 섞어 갖고 갔지.”(같은 책 대진상회 편, p. 46)

“지게 지고 농사짓던 사람이 책이랑 이르고……. 내 인생은 잘 살었다고 봐야지. 돈도 돈이지만은 애기들이 선생님보다도 수없이 나하고 책 사서 공부하고, 후회는 없어. (중략) 내가 직접 학교를 못 나왔어도 선생 같은 역할을 한다 허는 자부심을 가지고 허는 거여. 애들이라도, 참 념의 애들이라도 열심히 허는 것을 보면 보람을 느껴.”(같은 책 동아서점 편, p. 101, 102)

“옛날에 내가 배고픈 세상을 살아서 점심때가 되면 꼭 뭘 먹어서 보내야 돼.

17) 싸전에서 뒷박 하나로 곡식을 되어주고 조금씩 남은 곡식알을 모아 생계를 유지하던 이들을 지칭하는 말이다.

18) ‘일부러’를 의미하는 전라도 방언이다.

손님들한테 그래야제 내 마음이 안 서운해. (중략) 내가 밥을 해드리면 참 잘 잡수는 할무이가 제세. 늘 영감님이랑 같이 오셨거든. 파마허로 오시면 밥을 채래드린디 그렇게 잘 잡좌.” (같은 책 반달미용실 편, p. 86)

이와 더불어 이 연구에서 유의미하게 발견한 또 다른 사실은, 점방 주인들 역시 ‘선물’을 주고받는 순환 속에 있다는 점이었다. 이들은 공적 인물로서의 사회적 역할을 감당하고 누군가의 취약함을 관찰하는 위치에서 돌봄을 ‘제공하는’ 이가 될 뿐만 아니라, 그들 스스로 이 관계 속에서 무엇인가를 되돌려 받고 있었다. 그것은 찢감자나 감, 낚시해서 잡은 생선들, 산에서 거뒀은 버섯 등의 물건이기도 했고, 때로는 위로와 공감이거나 반가운 안부의 인사이기도 했다. 점포주가 손님들에게 했던 것과 유사하게, 이러한 ‘선물’들은 가게 주인의 존재를 사회적으로 인정해주고 그의 자리를 확인하며 그가 여전히 ‘아는’ 이들과의 친밀한 관계 속에 있다는 사실을 거듭 확인시키고 안심하도록 하는 역할을 했다.

앞에서 다루었던 K 군의 사례에서처럼, U 슈퍼 사장 내외는 어린 시절 K 군을 돌보곤 했다. 항렬도 따져본 적 없지만 같은 성씨라서 그랬다는 말은, 사실 그냥 실없는 농담에 가까운 것이었다. 사장 내외는 K 군뿐만 아니라 인근 초등학교 아이들 대부분을 소중하게 대했던 것으로 보이며, 가게 벽에 붙은 각종의 그림 혹은 시 액자들에 쓰여 있는 각각 어린이들의 이름 - “** 드림”과 같이 - 들이 사장 내외와 초등학교 아이들과 맺는 관계의 질을 보여주었다. 즉, K 군이 꼭 같은 성씨가 아니었더라도 인근 관사에 사는 맞벌이 부부의 어린아이를 보았기 때문에, 그의 존재를 알았고 마침 옆에 있었기 때문에 돌보았을 것이라 보는 것이 더 타당할 것이다. 그리고 이러한 친밀한 관계와 십수 년 전의 돌봄은 다른 여러 형태로 이들의 관계를 돌고 돌았다.

예를 들어, K 군의 부친은 U 슈퍼를 “U 카페”라고 부르며 마을 친구들과 이곳에서 약속을 잡곤 했다. 약속 장소가 U 슈퍼가 된 데에는 크게 두 가지의 이유가 있었는데, 하나는 그곳이 편하고 중장년 남성들이 모여 놀기에 접근성이 좋다는 것이었고, 또 다른 하나는 그렇게 U 슈퍼 사장 내외 “얼굴을 보려고” 간다는 것이었다. 그의 부모가 “(U 슈퍼)사장님 얼굴 보고 싶어서, 잘 지내는지 궁금해서 가신다고.” 하던 K 군의 말이나 구례 집에 내려와서 부러 U 슈퍼에 작은 선물을 들고 들르곤

한다는 K 군 본인의 일화 등은 U 슈퍼 사장 부부가 무엇을 되돌려 받고 있는지를 보여준다. K 군뿐 아니라 그의 부모와의 친밀한 관계, 또 그들에게 받는 다정한 안부 인사, 여전히 소중하게 기억되고 공유하고 있는 이들 부부의 돌봄의 일화 등이 그것이다.

간전면의 O 슈퍼 사장의 사례에서도 비슷한 형태의 대값음 관계를 관찰할 수 있었다. 한번은 가게에 들렀다가 읍내까지 자신의 “친구”를 태워달라는 슈퍼 사장의 요청을 받았다. 읍내에 가는 동안 들은 이 여성 - 사장의 친구이자 아랫마을 주민인 - 의 이야기에서, 이들이 무엇을 주고받고 있는지를 파악할 수 있었다.

연구자가 차에 태운 사장의 “친구”는 사장 또래의 여성으로, 순천에서 이 마을로 시집와 남편은 일찍 세상을 떠났고 함께 살던 시어머니도 2년 전에 상을 치렀다고 했다. 자식들은 다 타지에 나가 살다 보니 늘 혼자 지내는데 최근에는 근처에서 구례군 노인 일자리 사업이 생겨 거기 참여하고 슈퍼 앞에서 버스를 타고 집에 가는 것이 일과라는 것이다. 일하는 곳이 바로 슈퍼 근처이다 보니 요즈음은 “(슈퍼 사장이) 점심 같이 먹자고” 불러서 일 끝나면 밥 먹고 그러고 집에 간다고 했다. 그는 어차피 집에 가도 혼자 밥을 먹거나 대충 때우게 되는데, 함께 밥을 먹고 말동무라도 하고 나면 “하루가 후딱 간다”고 말했다. 그런데 그건 슈퍼 사장도 마찬가지로 상황이었다. 손녀가 학교와 지역아동센터에서 일과를 마치고 집에 돌아오는 시간은 오후 5시 즈음이었고, 점심에는 노상 사장 본인도 혼자 방에 앉아 TV를 켜놓고 밥을 먹거나 때로는 굶고, 아니면 이력저력 남은 것들로 끼니를 대신하곤 했다. 근처에 일하러 오는 친구에게 점심 식사를 준비해 대접하는 것은 수고가 필요해 번거로운 일이기도 했지만, 그와 밥을 나눠 먹음으로써 자신도 끼니를 챙길 수 있었고 마음 터놓고 대화할 수 있는 말벗과 눈 맞추며 식사를 할 수 있었다. 즉, 이들은 친밀한 관계 속에서만 알 수 있는 각자의 삶에 대한 이해와 공감, 위로 같은 사회적 지지를 교환하고 있었고, 점방 사장은 식사를 제공하고 안부를 묻는 등 그의 친구를 돌보는 과정에서 그 자신도 함께 돌볼 수 있었던 것이다.

또 그의 “친구”는 얼마 전 슈퍼 사장의 아들이 가게에 들렀을 때의 일을 이야기 하며, 아버지가 떠날 때가 되자 아이가 얼마나 서럽게 우는지 그걸 지켜보는 자신의 마음이 못 견디게 아프더라며 눈물을 글썽이기까지 했다. 앞장에서 가게에 종종 들르던 60대 남성이 슈퍼 사장의 손녀를 “예쁜이”라고 부르며 아이가 받게 될 성

탄절 선물을 유난히 기뻐했다는 사례를 함께 떠올려보자. 부모와 떨어져 할머니와 자라는 어린아이에 대한 안타까움, 선물을 받을 아이가 누리는 기쁨을 상상하며 대신 진심 어린 감사를 표현하는 그의 모습, 그리고 아이가 울던 날을 이야기하며 함께 우는 그의 동네 친구를 통해 슈퍼 사장이 단골손님이자 마을 주민들에게 받는 위로, 공감 그리고 지지가 어떤 것인지를 이해하게 된다.

요약하자면, 공적 인물로서의 마을 점방 주인들은 지역공동체와 주민들에게 장소나 돌봄, 선물, 의례, 사회적 인정 등을 일방적으로 제공하는 이들이 아니다. 이들은 이 순환하는 대값음의 의례의 참여자로 무엇인가를 제공하면서 동시에 다른 무엇가로 되돌려 받고 있었으며, 그것은 이 호혜적 관계가 서로 대체 불가능한 구체적인 이들과의 친밀함 속에서 이루어지기 때문에 가능한 것이었다.

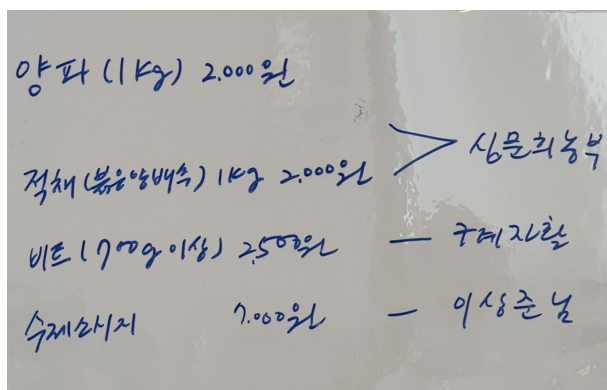
4. 제3의 장소로서의 점방 vs 제3의 장소가 되지 못한 점포

이 장에서는 ‘제3의 장소’가 되지 못한 마을 가게, 동네 점방에 대해 살펴보고, 어떤 점포는 가능했던 사회적 역할들이 왜 이 점포에서는 불가능했는지를 간략하게 다루어보고자 한다. 마을 주민들을 단골손님으로 둔 이 점방들은 언제든 편한 옷차림으로, 집 가까이에서 들를 수 있고, 어떤 누구와도 만날 수 있으며, 오는 손님 모두 이 장소에서의 사회적 교류에 참여할 수 있다는 점에서 ‘제3의 장소’라고 할 수 있다(Oldenberg 1999). 고령의 점포주가 운영하는 오래된 점포들 외에 최근 개설되었으며 젊은 점포주가 운영하는 가게들인 구례읍 내 느긋한 점방과 남원시 산내면 CU 편의점의 경우에도 이러한 특성을 보여주었다. CU 편의점이 골목상권을 침범하는 유통자본의 침범 정도로 여겨져 왔던 프랜차이즈라는 점을 고려하면 매우 흥미로운 현상이었다. 반면, 뜻밖에도 남원지역 N 생협이 운영하는 생협 매장의 경우, 생협 운동이 도농 상생과 주민자치, 로컬푸드 등의 가치를 내걸었던 지난 역사가 있음에도 불구하고 지역에 기반한 동네 점방의 사회적 역할들을 관찰하기 어려웠다. 느긋한 점방과 CU 편의점에는 지역 주민들이 직접 갖다 놓고 판매할 수 있는 생산물 매대 등이 있었으나, N 생협의 매장에는 그러한 고려가 전혀 보이지 않았다. 오직 중앙의 물류 유통망을 거친 ‘인증받은’ 물품만이 지역 매장에 입고되어 있는데, 남원이 남원시 해당 지역뿐 아니라 인근 일차 농산물 생산지의 가장 근

거리 거점이라는 지역적 특성을 고려해 볼 때 이는 예상외의 관찰이었다. 또 교대하는 근무자들과 상근 매니저들이 있었지만, 이들의 고용 조건 등을 고려할 때 느긋한 점방 점주들이나 산내 CU 편의점주와 같이 자신이 이 마을의 점방 주인이라는 ‘공적 인물’로서의 정체성을 발견하기는 어려운 상황이다.

가. 공적 인물, 점포주인의 중요성

먼저, 느긋한 점방과 산내 CU 편의점을 지역 사회에 대한 기여와 친밀함이라는 측면에서 살펴보자. 느긋한 점방은 2020년 11월에 가오픈, 2021년 봄에 정식 개업을 하였으며 이름은 점방이지만 살림집이 딸려 있지는 않은 예비 사회적기업이다. 점포는 지역 주민 5명이 공동출자해서 시작했으나, 중간에 한 명이 빠져 현재는 4명이 운영해가고 있다. 취급하는 품목은 직접 구운 쌀빵과 지역 농산물/2차 생산물, 그리고 H 생협 물품을 유통한다. 위의 사례에서 보듯, 토종씨앗 나눔이나 모종, 돌미역, 떡 등 나눔 외에도 집 마당에 있는 유실수 나눔 등 다양한 호혜적 선물교환이 이 점방을 기반으로 해서 이루어지고 있었다. 딱히 대면 관계에 있지 않은 익명의 방문자에게도 이러한 선물은 기쁘게 주어진다. 생산지라는 지역적 특성으로 인해 동네 점방들이 담당해왔던 초 소규모 유통처로서의 역할도 이루어지고 있다. 아래 사진 등에서 보듯, 느긋한 점방뿐 아니라 산내면의 편의점에서도 역시 이러한 지역 살림의 순환은 활발하게 시도된다([그림 4], [그림 5] 참조).



[그림 4] 쌀빵 가게의 보드판. 그날 입고된 지역 생산품들의 단위와 가격이 기록되어 있다.



[그림 5] 산내 CU 편의점. 입구 바로 옆에 지역 생산품들을 위한 매대가 비치되어 있다. 매대 하단에는 주민들의 택배를 대신 맡아두는 공간도 마련되어 있다.

나이가 많은 점주들이 아닌, 비교적 최근에 개설된 젊은 점주들(40대 후반, 50대 초반)의 점방들임에도 불구하고 이들이 감당하고 있는 이와 같은 사회적 역할은 사실, 지역에 뿌리박고, 주민들의 일상을 공유하는 점주들의 접근 방식에 기인한다(인터뷰 참조).

“시골은. 돈 주고 사겠다는데 문 닫아있고 일월까지 가야 하는, 일월 편의점까지. 저희도 술 한 잔 먹다가 술 부족하잖아요. 그럼 맥주 한 잔 더 먹고 싶은데 그럼 음주운전도 하게 되고 그래요. 진짜 먹고 모임하고 할 때는 그렇게 되거든요. 그리고, 또 젊은 애들, 그러니까 학생들은 진짜 갈 곳이 없는데 편의점이 있으면 그나마 아까 주*숙씨가 얘기했던 그런 좀 안전한 공간, 그런 역할도 할 수 있을 것 같고. 또 하나 인제 저희 여기 편의점이 약간 등대라고 생각해요, 등대. 밤에 편의점만 딱 불 켜고 있는 거죠. 아, 그러면 ‘산내 왔다’ 이런 느낌이 드는 거죠. 그리고 이렇게 사랑방 역할도 하고. (중략) 제가 지역 농산물을 좀 팔고 싶다, 근데 CU 상품이 아니기 때문에 가능하겠나 내가 계약조건을 그렇게 했어요. 제가 그렇게 이야기를 했죠. 이제 지역 사람들이 와서 자기 돈만 쓰고 가는 곳이 아니라 자기의 물건도 팔아주고 하면 훨씬 더 많이 올 거고 그걸로 그걸 통해서 또 매출도 늘어날 거다, 너저한테도 손해될 것이 없다, 홍보도 될 거고 저는 그렇게 이야기를 했어요.” (산내 편의점주 이*승)

당장 밤에 친구들과 술 마시다 술이 떨어져도 동네에서 술을 살 수 없어 불편했다는 점주는, 비슷한 필요를 얘기하는 주민들의 이야기를 들으며 편의점 개업을 결심했다. 그는 개업 당시 초기 자금이 부족한 상황에서도 옥상 루프탑 공간을 개조하는 공사와 가게 측면에 테이블을 두고 음식을 편하게 먹고 사람들이 만날 수 있는 공간을 만드는 데 자금을 사용했다. 또, 지역 농산물과 생산품 등을 판매할 수 있도록 매대를 마련해달라고 CU 측에 요구해 이를 계약조건으로 관철하기도 했다. 매대에서는 철에 따라 고사리, 고로쇠, 복숭아 등 인근 지역 작물들이 공구 형태로 판매되기도 했다.

CU 점주이자 오랜 지역 주민이었던 이*승의 이야기 중 핵심적인 내용은 다음과

같다. ‘어떤 업종을 먼저 정하지 않았다’, ‘대신 여기서 마을을 위해 뭘 하면 좋을까를 고민하다가’ 가게를 열게 되었다는 것이다. 그리고 이는 느긋한 점방 점주인 강*경의 이야기에서도 공통으로 발견되는 것이다. 강*경 역시 가족과 함께 구례에 귀촌했으며, 애초에 쌀빵 가게를 해야겠다거나 이곳에 가게를 해야겠다는 생각으로 일을 시작한 것이 아니었다. 지역 물건을 팔 수 있으면 좋겠고, 자신과 같은 귀촌한 여성들이 시골에 일자리를 구하기 어려운 것 때문에 문제의식을 느끼고 있던 상황에서 비슷한 생각을 하는 이들과 사회적기업 사업에 지원해 보자 했던 것이 지금의 가게가 되었다고 한다.

반면, N 생협의 매장의 경우에, 2011년 매장 개설 당시에는 ‘지역 시민사회의 거점 공간’이자 마을 가게로서 사람들이 교류하고 만나는 장소로서 논의되었으나, 현재는 이 연구에 등장하는 다른 점방들이 어느 만큼의 사회적 역할들을 감당하고 있는 것과는 달리 다른 프랜차이즈 점포와의 차이점을 찾아보기 힘들었다. 대신 매대 저편 같은 곳에서 물건을 고르는 상대방의 얼굴을 볼 수 없을 만큼 높은 진열대, 농촌임에도 불구하고 지역 농민들의 작물들은 전혀 찾아볼 수 없는 진열 방식으로 공간이 구성되어 있다. 게다가 농사의 수고로움을 격려하고 위로하는 대신 ‘맛 없으면 환불’해준다는 이벤트를 기획하거나 상품 라벨을 한참 동안 찾아봐야 누가 농사지었는지를 알 수 있는 ‘친환경인증’ 물품들¹⁹⁾ 등을 내세워 매장 경영을 하고 있다. 이 연구지원사업을 통해 조사하고 분석한 내용은 연구자가 2022년 발표한 논문(신유정 2022 a, b)에 실었는데, 대략 그 내용은 다음과 같았다.

요약하자면, 이 생협의 매장이 지역·지역 주민·지역 농민과 무관한 유통 거점처럼 보이는 이유는, 실제로 이 매장의 운영 주체였던 지역조합이 2011년 매장 개설 후 지속해서 탈 협동화, 탈지역화되어왔기 때문이다. 지역조합의 인력과 출자금 등 자본은, 연합회와의 출자금 정산 등 다양한 정책들로 인해 남원 지역조합과는 상관없는 것이 되는 탈지역화의 과정을 밟아갔다. 더불어, 매장사업 효율성과 생협의 지속가능성을 명분으로 추진된 주식회사 형태의 권역 공동사업법인에 매장 운영을 위탁

19) 이상의 사례들은 연구자의 논문(신유정 2022 a, b)에 실려있다. 특히 ‘누가 농사지었나’하는 질문이 느긋한 점방 소비자들에게는 중요한 것이었다는 점에서 이 두 매장의 차이점이 뚜렷하게 드러난다. 예를 들어, 2022년 10월 20일 점방 단톡방에는 “곡성에 귀촌한 청년 농부가 유기농 햅쌀을 판매합니다.”라는 점방 주인의 공지가 올라왔다. 이때 중요한 것은 ‘유기농 햅쌀’이 아니라 ‘곡성에 귀촌한 청년 농부’가 이 쌀을 ‘소신과 철학을 가지고’ 농사지었다는 대목이다.

함으로써, 제3의 이해관계자가 등장하고 협동조합이 기업화되는 탈 협동화가 이루어졌다. 다시 말해, 이제 이 생협 매장은 남원지역에 기반한 마을 가게나 동네 점방으로서가 아니라, 해당 생협의 유통물류를 홍보하고 판매하고 소비하는 유통의 거점으로서 역할을 하게 되었고 지역 농민들은 품질 관리의 책임이 있는 상품 생산자로서 주로 논의되었다(신유정 2022 a, b).

특히 이 결과보고서에서 강조하고 싶은 것은 점방 주인이라고 하는 공적 인물의 중요성이다. 앞에서 살펴보았듯, 점방 주인은 선물과 의례의 참여자이자 대상이고, 구체적 타자와의 친밀한 관계들이 바로 이 점포주를 중심으로 형성·유지되고 있었다. 그로 인해 점방에 드나드는 사람들은 자신이 잘 알지 못하는 이들과도 연결이 되어있을 수 있다. 때로 정말 필요한 상황에서의 돌봄은 이처럼 친밀한 공적 인물들에게서 제공되기도 한다.

지역은 다르지만, 연구자가 여수시의 영구임대주택 거주자들을 대상으로 했던 현지 조사에서 이러한 사례를 발견한 적도 있다(신유정 2021). 혼자 사는 문제음주자 C 씨가 자신의 병명도 모른 채 의식을 잃고 쓰러져 있다가 동네 점방 주인에게 발견되었던 것이다. 점방 주인은 매일 똑같은 시간에 담배와 소주 1병을 사러 오던 사람이 오지 않는 것을 이상하게 여기고 그의 집에 들렀다가 쓰러진 C 씨를 보았고, 그를 병원에 옮긴 후 기초생활보호 급여를 받을 수 있도록 도와주었다. 즉, 이 사례에서 점방 주인은 위에 말한 공적 인물의 주요 특성을 뚜렷하게 보여준다. 하지만 N 생협 매장의 직원들은 마을의 일들을 듣고 보고 관심을 가지는 이들 점방 주인과는 사뭇 다르다. 이들이 맡은 역할은 마트의 캐셔 역할과 큰 틀에서 유사하다. 이들은 상품 판매와 진열 등을 주로 담당하며, 선물을 교환하거나 안부를 물으며 대답하는 일상적 의례의 참여자로 주민들을 만나는 것이 아니기 때문이다.

즉, 점방이라는 장소와 그 장소에서 ‘나’를 만나고 ‘나’에게 말 걸어주는 점방 주인이라는 공적 인물 없이는 결코 마을에 있는 가게가 ‘제3의 장소’가 될 수 없다.

나. 공간의 차이

이러한 매장 성격의 차이는 공간 구성을 통해 직관적으로 알 수 있다. 쌀빵 가게와 산내의 편의점에는 지역 주민들이 편하게 와서 수다 떨 수 있는 공간이 마련되

어 있다. 쌀빵 가게 입구에는 파라솔과 나무 탁자들이 놓여 있어 동네 주민들이나 물건을 구매하러 온 손님들이 앉아있는 모습들을 종종 관찰할 수 있었다. 산내 편의점에는 아예 강이 바라다보이는 전망 좋은 한쪽 측면을 통째로 손님들을 위해 만들어두었다. 사진에서 보다시피 실내 공간에는 TV도 비치되어 있고 탁자도 여러 개 있으며, 옥상에는 산과 강을 보면서 맥주를 마실 수 있는 공간이 별도로 존재한다. 주민들은 이곳에서 밤에는 술을 마시기도 하고, 학교 끝난 아이들이 부모를 기다리면서 간식을 까먹고 친구들과 놀거나 컵라면을 먹으며 시간을 죽이기도 했다. 이와 같은 공간배치는 O 슈퍼, U 슈퍼, A 점포 등에서도 일관되게 관찰할 수 있는 사회적 교제의 공간 - 마루, 평상 등 - 과 겹쳐진다(사진 참조).



[그림 6] 산내 CU 편의점 내부



[그림 7] 편의점 옥상 루프탑 공간

반면 남원지역 N 생협의 경우, 자사 유통브랜드 지역조합 직영 매장을 개설하기 전과 이후 공간의 변천을 살펴볼 때 공간 구성의 차이가 뚜렷하다. 매장 개설 전 지역조합이 농림부에서 예산 지원을 받아 남원 광한루 근처 소규모 매장 겸 사무실에서 조합 활동을 할 때는 물건을 사러 온 사람들이 모여 차를 마시거나 막걸리를 한잔하고 가거나 하는 길쭉한 테이블이 공간 정중앙에 자리 잡고 있었다. 지역조합이 N 생협 브랜드를 달고 직영으로 본격적인 매장사업을 시작한 2기에는 해당 생협 물품들을 중심으로 매대 구성이 되어있고, 더 체계적인 진열이 가능했다. 하지만 매대는 어른들의 가슴높이보다 낮았고, 장을 보러오는 사람들은 반대편에 있는 이의 얼굴을 볼 수 있는 구조다. 매장 내부에는 원형 테이블 3개와 창가 탁자가 놓여 이곳에서 아이들이 장 보는 엄마를 기다리거나 피자를 먹기도 하고, 아이들이 간식을

먹는 동안 장 보러 온 엄마들이 앉아 커피를 마시며 수다를 떠는 것도 가능했다.

2018년 리뉴얼된 현재의 매장은 상품 진열과 판매를 위해 전보다 체계적으로 공간이 구성되어 있다. 하지만 170cm 남짓 성인 남자의 키보다 높게 진열장이 배치되어 있어 맞은편에 있는 사람의 얼굴은 전혀 보이지 않는다. 매장 내부 탁자들은 모두 치워져 있고, 대신 다양한 물품 매대들이 뽁뽁하게 그 공간을 차지하고 있다. 물론 센터 1층에 자리 잡은 매장 외에도 2, 3층에 올라가면 조합원들을 위한 별도의 공간들이 있다. 하지만 매장과 이러한 공간들이 직접 연결되어 있지는 않고 다시 출입구를 나가 빌딩 반대편의 다른 문으로 들어가야 하므로, 딱히 용건 없이 우연히 아무나하고 어울려 시간을 보낼만한 장소는 못 되었으며 자주 들르지 않는 경우 이러한 공간배치를 인지하기도 어려웠다. 특히나 눈길을 끄는 것은 계산대 바로 앞 매장의 정중앙 제일 좋은 곳에 있는 “힐링 푸드(치유 식품)” 매대이다. 건강을 책임져준다고 하는 각종 식품에 대한 설명뿐 아니라, 진열장 한 편에 비치된 홍보 물에는 소비자가 몸소 “몸속의 독소를 빼내고 유익한 물질을 섭취하는” 치유 프로그램에 참여할 수도 있다는 것을 광고한다. 이러한 공간의 변화를 특히 지역 생협 초기부터 함께 해왔던 조합원들은 민감하게 느꼈다(아래 인용 참조).

“그런데 너무 마트 같아졌어. 예전에는 마트 같지 않고, 인간미가 느껴지고 그래서 생협, 물건보다는 생협의 가치. 환경을 지키고 이런 가치를 보고 생협을 이용했는데, 지금 가면 매대가 얼굴이 안 보이고 이렇게 높아서 반대편에 누가 있는지도 모르고. 이젠 장 보는 사람들 얼굴이 안 보여서 자기 아들이 ‘엄마 여기 마트가 됐어.’ 그런데. 그렇게 얘기하는 이유가 매대가 너무 높고 물건이 너무 많이 쌓여있어 가지고.”(핵심 활동가 A 씨)

상가로서의 입지도 썩 좋지 않고 좁기도 했던 광한루 매장·사무실에서는 “지나가다 쑥 들어와 차도 한 잔, 막걸리도 한잔하며 수다를 떨 수 있”었다던 생협 초창기의 이야기를 떠올려볼 때 이러한 변화는 극적이기까지 하다. 조합 직영체제까지만 해도 매장 내부에 비치한 탁자들을 활용했던 방식이나 낮은 매대를 배치한 공간 구성에서 “마을 사랑방”이자 거점 공간으로서 역할에 대한 고려가 엿보인다. 매장 공간 리뉴얼 시점(2018년)과 지역조합 직영이던 매장이 권역 공동사업법인이라는 주

식회사 형태의 자회사로의 위탁경영을 결정한 시기(2017년 초)는 시점이 비슷하게 맞아떨어진다. 이즈음을 기점으로 N 생협 매장은 지역 시민사회 거점이나 주민들의 사회적 교류를 위한 공간으로서가 아니라, 본격적으로 자사 브랜드 지역 가맹점으로 서 물품 홍보와 판매를 위한 공간으로 자리매김하게 되었다²⁰⁾. 다시 말해, 각 점포의 공간은 바로 해당 가게들이 ‘누구’의 ‘어떠한 필요들을 의식하고 있는지’, ‘어떠한 목적으로 이 매장을 운영하고 있는지’ 등을 보여준다.

5. 농촌 점방의 한계

이제까지 농촌 점방의 다양한 가능성과 역할을 중심으로 연구 결과를 정리해보았다. 그러나 특히 마을에서 오래 터 잡은 농촌 점방들의 경우, 이러한 사회적 가능성을 약화하는 한계들 역시 분명해 보였다. 이를 대략 두 가지로 나누어 볼 수 있는데,

첫째는 농촌의 소규모 지역공동체 자체가 지속 불가능한 상황으로 내몰리고 있고, 이러한 외부적 요인으로 인해 점방에서 시간 차를 두고 이루어지는 선물과 의례의 주고받기 순환 역시 머지않은 미래에 중단될 수밖에 없다는 점이다. ‘선물’의 증여자는 주로 무엇인가를 생산해 낼 능력이 있는 사람들인데, 농촌인구가 감소하고 고령화되면서 이 생산인구 역시 줄어들 수밖에 없기 때문이다.

둘째는, 상대적으로 좀 더 가부장적인 농촌사회의 특성, 그리고 대면 관계를 중심으로 하여 다소 폐쇄적이고 배타적인 관계 맺기 양상 등이 만들어내는 한계이다. 이러한 요인들은 고정된 성 역할을 강화하고 세대 간, 귀농·귀촌인-토착민 간 접점을 만들기 어렵게 한다. 점방을 찾은 손님들의 상호작용 속에서도 이러한 현상들이 관찰되고 있었다. 전자에 관하여는 농촌과 지방 소멸에 관한 여러 논의가 이 외부적 요인에 대해 유사한 전망을 하고 있으므로, 이 장에서는 후자의 사례들을 중심으로 살펴보기로 한다. 아래 <사례 7>은 연구자가 직접 이 상황의 당사자로서 경험한 것이다.

<사례 7 - 2021년 11월 20일 저녁, 필드 노트 중>

U 슈퍼에 남편과 함께 앉아 막걸리를 마셨다. 막걸리 한 병을 절반 정도 마시

20) 점포 공간에 대한 이상의 내용은 연구자의 논문(신유정 2022 a, b)에 수록된 내용을 인용하였다.

고 나니 ‘구례군’ 로고가 박힌 티셔츠를 입은 60대 남자가 자전거를 타고 가게에 들렸다. 가게 출입구에 서서 나와 남편이 앉은 자리를 보자마자 “상석은 다 차지했네.”라며 불쾌한 내색을 감추지 않았다. 사장은 옆자리 의자를 가리키며 지난번 왔을 때 ‘킵’해두었다던 꿀 파배기 과자를 꺼내 건넸고, 그는 마지못해 옆 테이블에 앉아 병맥주를 폈다. 맥주를 마시며 남편에게 “회사 어디 다니냐”고 묻고는, 연이어 사는 마을을 물었다. 남편이 대답한 후 나는 그에게, “선생님은 어디 사시냐”고 물었다. 그는 약간 흥분한 목소리로, “손윗사람이 묻는 말에 대답은 모를까 손윗사람한테 어디 질문을 하느냐?”고 했다. 나는 그 말에 “선생님께서도 저희한테 직업이랑 마을이랑 다 물어보셨잖아요.”라고 대꾸했다. 그러자 그는 결국 화가 나서 “21세기에는 삼강오륜도 없어?”라고 외쳤고 사장이 황급히 그에게 잔소리하며 상황이 종료되었다.

〈사례 8 - U 슈퍼〉

60대 후반 남성이 앉아서 맥주 마시던 테이블에 20대 후반 남성이 합석했다. 자리가 없었다. 젊은 남성은 사장 내외와만 인사를 주고받았고, 점방에 있던 다른 이들에게는 인사를 건네지 않았다. 선 채로 소주 1병을 마셨고, 사장과 간단한 대화를 하며 웃기도 했으나 맞은 편에 앉아있던 60대 남성과는 한마디도 하지 않았다. 노년의 남성과 젊은 남성은 서로 눈도 마주치지 않은 채 자신의 술만 연거푸 따라 마셨다.

〈사례 9 - S 씨〉

“막걸리 마시러 온다는 게 좀 그렇잖아요. 막걸리 마시면서 이제 농사짓는 얘기 뭐 정치 시즌 돌아오면 누가 뽑아야 된다. 그놈 죽일 놈 살려 그런 얘기를 하는데. 여자분들이 물론 여자들도 그런 정치 얘기를 하는데. 남자들하고 어울려서 하지 않잖아요. 시골 사람들이. 대개 여성들은 와서 뭐 사서 가버려요. 뭐 미원 주세요. 이제까지 몇 년 동안 거기 앉아서 막걸리를 드시는 여자분이 한 명 있긴 있는데 지금도 있어요. 나이가 저보다 열 살 더 많아. 별로 친하고 싶지 않은데 혼자 와서 자꾸 옆에 앉아서 먹고 있는 남자 손님들한테, 말하자면... 짤버져려요²¹⁾. 다들 귀찮아해요. 자꾸 말 시키고. 아무튼, 그 사람이 U

21) ‘집적거린다’의 전라남도 방언(출처: 우리말샘)

슈퍼에 나타났다고 그러면 앉아있는 손님들이 별로 떨떠름. 안 좋아하는 표정이 그, 아 그래요. 다들.”

〈사례 7〉의 남성은 분명한 언어로, 여성이면서 자신보다 어리기까지 한 연구자가 질문하는 것에 대한 불쾌함을 표현했다. 이전에 연구자가 점방에서 만났던 남성 중 몇몇 역시 대개 연구자가 좁은 공간에 함께 있을지라도 존재를 무시하는 듯한 전략을 택하곤 했다. 바로 옆에 앉아있으면서도 연구자가 은근슬쩍 대화에 끼려고 하면 시선을 맞추지 않고 못 들은 척 일관하는 식이다. 당시에는 그런 태도들의 의미를 알기 어려웠는데, 남편이 운전 때문에 현지 조사에 동행하기 시작하면서 느끼게 되는 미묘한 차이들이 존재했다. 연구자 혼자 있을 때는 투명인간처럼 대하던 이들이, 정작 남편에게는 먼저 질문을 해오기도 했기 때문이다. 이와 함께 60대 남성이 연구자를 향해 언짢아하며 외친 “삼강오륜”이나 “손윗사람”이라는 단어들을 통해 그 의미를 확실히 알게 되었다. 연구자는 상대적으로 젊은 세대의 귀촌인이며 심지어 여성이었고, 몇몇 남성 주민들에게 연구자의 대화상대가 되는 것은 탐탁지 않은 일이었다. 이처럼 생물학적 성별에 따라 사회적 교류의 여부가 결정되곤 하는 이러한 현상이 갖는 의미는 크게 두 가지가 있다.

하나는 〈사례 9〉에서 S 씨가 설명하고 있듯, 이 점방이 남성들이 술 마시면서 “정치 이야기”, 즉 남성들만의 대화이자 남성들 방식의 교제를 하는 장소로서 의미를 지닌다는 것이다. 아래에 인용한 구례 읍내 오래된 중국집 사장의 이야기도 참고해서 볼 만하다.

“우리 영감이 가뿌른께 단골도 없어 인자. 하튼 어른을 무시 못 허마. 우리 아들하고 우리 영감하고 또 틀레. 영감들 우리 영감도 보고, 영감하고 얘기도 하고 그런 정이 있잖아. 근디 안 와뿌마.” (〈오래된 가게 오랜 이웃〉 중 왕성식당 편, p. 110)

이러한 교류 방식의 선호 자체를 성차별적 인식에서 비롯된 것이라고 보기는 어렵다. 올덴베르그(Oldenbergr) 역시 제3의 장소가 특정 성별에 친근하게 느껴지고, 특정 성별이 공유하는 공간으로서의 의미를 지닌다고 말한 바 있다. 그의 분석에

따르면, 제3의 장소가 주는 즐거움은 대개 동성끼리의 유대관계에서 오며, 남녀 구별이 없는 세계를 만들기보다는 남성들의 세계와 여성들의 세계를 분리하여 유지하는 데 이바지했다는 것이다(p. 341). 그는 공간은 엄밀히 말해 중성적이지 않으며, 여성의 공간과 남성의 공간으로 구분되어 있다고 말한다(p. 347)²²⁾. 하지만 그가 제시한 이러한 공간과 성별의 구분을 물리적인 것으로 이해해 이 점방이라는 장소에 적용하기는 다소 무리가 있어 보인다.

연구자의 관찰에 따르면, 점방에 드나드는 사람은 남성과 여성 모두였으며, 점방과 점방 아닌 공간으로 이 성별 유대의 공간이 물리적으로 구획되지는 않았다. 그 이유 중 하나로는, 대개 면 단위의 마을 점방에서 만날 수 있는 여성이란, 술 마시고 있는 남성의 ‘엄마’ ‘작은 엄마’ 등 고령의 친족 여성들이 많기 때문이라는 점을 들 수도 있겠다. 어쨌든 점방에서 남성들은 주로 돈을 내고 술을 마시며 시간을 보냈지만, 여성들은 술이나 어떤 물품을 구매하기 위한 용도에서가 아니라 ‘버스 기다리는 데 심심해서’ ‘지나가는 길에 얼굴 보고 가려고’ ‘오늘 무친 고구마 줄기가 맛있어서 갖다 주려고’ 등의 이유로 점방에 들렀다. 다시 말해, 점방에서의 공간 구획과 성별이 올덴베르그의 논의에서처럼 딱 맞아떨어지지 않는 않지만, 이 물리적 공간과 공적 인물인 점포주를 대하는 방식, 관계 맺는 방식에는 분명한 성별의 차이가 존재했다.

다른 하나는, ‘점방에서 술 마시며 교제하기’라는 남성들의 이 사회적 행동에는 점포주인 여성이 전통적으로 부여받고, 또 수행하고 있는 성 역할이 밀접하게 관련을 맺는다는 점이다. 예를 들어 손님이 점방에 들르면, 점방 사장(여)은 얼른 냉장고에 가서 술을 꺼내와 상에 두고 술상을 보느라 여념이 없다. 술상은 그때그때 달랐지만, 새로 한 김치 같은 밑반찬 두어 종류에 가끔 뒷마당의 채소나 과일을 따서 한두 접시에 담아주기도 하고, 부침개를 부쳐주거나 남은 국거리에 햇반을 전자레인지에 돌려주기도 했다. 막걸리 3천 원, 맥주 3천 원²³⁾에 술상은 따로 비용을 치르지 않았으며 대개 술을 다 마실 때까지 약간 떨어져 앉아 말 상대를 해주곤 했다. 내내 꼬박 앉아 이것저것 질문에도 대꾸를 해주거나, 다른 손님들이 오면 또 맞아 들여 씬 없이 주방에서, 식탁에서 감정노동과 취사를 담당했다²⁴⁾.

22) <사례 8>에서 보듯, 이러한 공간과 특정 정체성을 공유한 집단만의 유대감이라는 관점에서, 농촌에서는 이것이 성별뿐 아니라 세대 간에도 다소 적용되는 것이 아닌가 하는 추정을 하게끔 한다.

23) 2022년이 되면서 병당 4천 원으로 올랐다.

사실 점방의 가장 좋은 점은 겨우 술값만 내고도 안줏거리가 따라 나온다는 ‘가성비’에 있다. 그뿐만 아니라 사장들은 동네 사람들을 대하는 인심 푸근한 태도로 “밥은 먹었느냐” “뭐 좀 해줄까”를 묻곤 했다²⁴⁾. 혼자 찾아가도 머쓱하지 않도록 술을 마시는 내내 동무가 되어주고 말 상대를 해주며 안줏거리도 떨어지지 않게 차려주는 것에 비해 내는 돈은 그리 크지 않았기 때문에, 현지 조사를 다니면 늘 배가 불렀다. 그런데 이처럼 손님들이 ‘가성비’를 누리는 이면에는 화폐 가치로 적절하게 계산되지 않은 여성 점포주의 숨겨진 노동이 존재한다. 바로 이 안주들을 만드는 등의 노동, 오는 손님마다 적절하게 응대하며 가게를 떠날 때까지 혼자 두지 않고 응대해주는 감정노동 등 개별 손님들에게 맞춤 된 서비스에 투입되는 노동들이 그것이다. 즉, 이런 저렴한 가격의 맞춤 서비스가 가능할 수 있는 데에는 점방 주인들(특히 여성)의 시간과 노동이 시장가격으로 환산되지 못한다는 맥락이 존재한다.

이러한 사실을 확실하게 드러내는 사례 중 하나로, 단골과 동행하지 않은 낯선 이들에게는 찌개나 탕 등 요리를 해주려 들지 않는다는 것을 꼽을 수 있다. 예를 들어, 연구자는 현지 조사 시작한 지 얼마 안 되었을 때 O 슈퍼에 들러 “라면 하나 끓여주세요”를 외친 적이 있는데 단번에 거절당했다. 당황스럽게도 바로 옆 테이블에 앉아있던 남자 셋 손님들이 주문한 번데기탕은 곧 끓여다 갖다 주었다. 유사한 상황이 U 슈퍼에서도 있었다. 한참 후에 이러한 음식 주문의 경우 가격이 정해져 있지 않아 오는 손님 따라 각자 알아서 내고 간다는 것을 알게 되었다. 예를 들어, U 슈퍼에서 조기탕을 주문하고 K 씨는 4만 원을 내고 갔지만, S 씨는 2만 원을 내고 갔다. 주인은 손님들이 낸 음식 단가의 차이에 별 이의를 제기하지 않았고, S 씨는 K 씨가 얼마 전 냈던 가격을 알고 있었어도 개의치 않았다. K 씨는 마을에서 이런저런 역할을 하기 때문에 “제 면으로(체면 살리느라)” 그런 것이라는 것이다.

24) 반면, A 가게나 U 슈퍼 등은 남자 사장이 따로 있었다. 아내들이 술상을 봐오거나 특히 대낮에 찾아온 막걸리 손님들의 말 상대를 하는 일 등을 담당했던 것과는 달리, 남자 사장들은 대신 술판의 대화가 정치에 관한 것이거나 여순 사건에 관한 이야기 등 예민한 꼭지일 때 한 자리 끼곤(혹은 손님들이 자리를 청하곤) 했다. 또 해가 진 후 밤에 벌어진 술판에는, 아내가 안줏감만 챙겨주면 대신 자리를 차고앉아 술 마시는 이들의 동무 노릇을 자처하며 가게를 보곤 했다. 시간대와 역할을 분담하고 있는 형태이다.

25) 연구자는 이러한 행동이 그저 감정노동이라거나 소비자에게 서비스를 제공하는 차원이라고 보기는 어렵다고 판단하였다. 오히려 점방 주인의 이러한 행위들은 ‘환대’에 해당하는 것처럼 보인다. 오는 손님들이 그저 3000원짜리 맥주 한 병을 마시고 갈 뿐인데도 점방 주인은 그가 문에 들어서면 반갑게 인사를 하거나 혹은 무심하게 그의 안부를 상세히 물었다. “지난번 밤에 술 많이 마신 날, 자전거 타고 집에는 제대로 들어갔나, 뭣 때문에 그날은 그렇게 술을 많이 마셨나”고 묻는 식이다.

즉, 정해진 가격 없이 받아야 하는 조리 음식인데 단골들의 경우 이 사람이 얼마를 내고 갈지 예상 가능한 데 반해 그런 것을 짐작하기 힘든 연구자와 같은 이들에게는 (안줏거리는 내줄지라도) 라면이나 탕을 끓여주기란 별로 내키지 않는 일이었던 것으로 추측된다²⁶⁾. 다시 말해, 점포 사장이 요리하는 데 투입된 시간과 노동 등은 적절한 화폐 가치로 환산되지 못하고 정당하게 대가를 요구하지도 못하는 상황에서 손님들의 개인적 여건이나 ‘아량’ 등에 의해 가격이 매겨지고 있었다. 요컨대, 농촌 점방주(특히 여성)의 비공식적 노동들은, “점방에서 나누는 이웃 간의 따뜻한 정(情)”과 가성비에 관한 이야기 등에 묻혀 여전히 “숨겨져” 있다.

결론

먼저 그간 진행된 현지 조사의 결과를 간략히 정리해보겠다. 이 연구에서는 농촌의 마을 가게, 동네 점방이 어떻게 사회적 역할을 하고 있는지, 그러한 역할이 농촌에서의 돌봄의 위기를 극복하고 사회적으로 돌봄을 적용하는 데 어떻게 이바지할 수 있는지를 살펴보고자 했다. 특히 점포주와 주민, 주민과 주민 간의 ‘선물(농산물을 중심으로)과 의례의 주고받기’를 중심으로 지역 사회 내에서 구체적 타자와 맺는 친밀한 관계들이 어떻게 확장되어 갈 수 있으며, 이것이 사회적 돌봄을 위한 공적이고 친밀한 관계들에 어떤 영향을 끼치는지를 다루었다.

첫째, 농촌이 소멸하고 있듯, 농촌의 점방들도 급격히 소멸하고 있다. 하지만 아직 남아있는 몇몇 장소들이 있고, 구례군의 경우 간전면과 같이 상대적으로 열악한 사회적, 경제적 여건의 지역들에 이들 소규모 점포들이 비교적 더 건재한 형태로 운영되고 있다는 점이 유의미했다. 하지만 이러한 발견이 구례군에 국한된 것인지, 유사한 조건의 다른 지역에서도 비슷한 현상이 일어나는지는 다양한 사례들을 통해 검토해 보아야 할 필요가 있을 것이다. 다만 간전면의 사례는, 사회적 돌봄의 필요성이 가장 대두되는 지역에서 이들 점포의 사회적 역할과 가능성을 진단해 볼 만한

26) 이후 연구자가 점방의 단골손님을 동행해 요리를 주문했을 때에는 거절당하지 않았다. 물론 가격에 대한 것 외에도, 서로 익숙한 단골이자 이웃이라는 사실은 점방 주인이 주문을 거절하기 어렵게 만드는 사회적 압력으로 작용한다.

충분한 가치가 있다는 점을 시사한다.

둘째, 이들 점포가 농촌 지역에 자리 잡고 있으며, 드나드는 손님들 역시 대개는 농민들이라는 점은 매우 중요한 지점이다. 연구에서는, 점포를 중심으로 농산물이 어떻게 소비되고 교환되고 있는지를 관찰하였다. 이들 점포는 간소한 로컬푸드 직매장의 역할을 하기도 하고, 점방주의 생산물을 점포에서 소비시키는 식의 자급자족을 하거나, 점포를 중심으로 농산물 비품 등을 선물로 주고받기도 했다. 흥미로운 사실은, 물건을 점포에서 팔아달라고 하는 농민들조차 이러한 거래가 대단히 경제적으로 이익을 주는 것이 아닐뿐더러 번거롭기까지 했지만 이를 “재미”로 여겨 지속했다는 점이다. 게다가 선물은 선물을 준 사람의 ‘이름’을 달고 점포주의 손으로 나누어졌는데, 선물을 제공한 이와 점포주와의 관계와는 달리, 이 2차적 선물 증여의 과정에서 선물을 받는 이들은 애초 그 물건을 가지고 온 이와 대면 관계가 없는 경우도 많았다. 또 선물을 받은 이가 준 이에게 직접 답례를 하면서 이 순환이 바로 종결되는 게 아니라, 마치 돌림노래처럼 또 다른 사람이 선물을 들고 오는 대값음의 방식으로 지속되었다. 즉, 선물을 주고 대값음하는 이 순환 속에서 마을 내의 대면 관계(점포주-선물제공자)는 비대면의 여러 관계로까지 확장되는 양상을 보인다. 이를 구은정(2021)의 구체적 타자와 맺는 친밀한 관계가 일종의 친밀한 공적 영역으로 확장된다는 언급과 연결하여 생각해 볼 수 있겠다.

셋째, 이러한 관계와 상호작용에 있어 공적 인물로서의 점포주 역할은 절대적이다. 다시 말해, 점포라는 공간뿐 아니라 그 장소에 존재하는 점포주로 인해 동네 점방은 가치 있어진다. 사례 속에서 살펴보았듯, 점방 주인은 어떤 손님에게든 그에게 맞춤(customized)된 지식과 대응 매뉴얼을 갖고 있다. 자신에게 질문한 연구자더러 삼강오륜도 없다며 60대 남성이 화를 내자, U 슈퍼 사장은 그가 지난번에 먹다가 남겨두고 간 꿀 파배기 과자봉지를 열린 꺼내 자리에 앉으라고 종용했다. 이처럼 가게 사장들은 각 손님에 대한 구체적인 정보들을 기억하고 있다. 안주를 꺼내줄 때도 누구는 입이 짧은지, 누구는 잘 먹는지에 대한 지식이 있다. 매일 사러 오는 품목, 사러 오는 시간대, 손님들 각자의 생애사와 그가 맺는 사회적 관계들에 대한 이해 등 이러한 요소들이 점방 주인을 공적 인물로 자리매김하게 한다. 더불어, 점방주는 이러한 지식을 바탕으로 돌봄을 제공하기도 한다. 말 그대로 동네의 어린아이를 맞벌이하는 부모 대신 돌보기도 하고, 외로운 이웃의 마음을 잠시나마 달래주

기도 한다. O 슈퍼에서 된장국 한 그릇과 술 마시지 말라는 잔소리를 듣기 위해 온 다던 혼자 사는 60대 남자의 사례에서도 그가 가게에 들러 사는 것이 그저 막걸리 한 병이 아니라는 사실을 확인할 수 있다. 연구자의 선행 연구(신유정 2021)에서도, 쓰러진 알코올 중독자를 발견한 사람은 동네 슈퍼 주인이었고, 그가 매일 오던 시간에 담배, 술을 사러 오지 않아 이상하게 여겼기 때문에 그의 집을 찾아가 병원으로 후송할 수 있었다. 하지만 점포주가 점포운영 이상의 무언가를 자신의 손님들에게 일방적으로 ‘해주는 것’ 만은 아니었다. 이러한 주고받음의 상호작용 속에서 점포주 역시 주민들로부터 정서적 돌봄을 받고 있다는 것을 발견할 수 있었다. 다시 말해, 마을의 공적 인물의 역할을 하는 점포주는 일방적 돌봄 제공자가 아니라 친밀한 관계 속에서 위로, 공감, 격려, 신뢰 등을 함께 누리는 사람이라 할 수 있다.

넷째, 공적 인물로서 점포주의 중요성은 산내면의 CU 편의점이나 느긋한 점방 사례에서도 관찰된다. 이들 가게는 지역 사회 거점이자 마을가게, 로컬푸드, 도농상생의 가치를 표방했던 남원 N 생협 매장과는 사뭇 다르게 U 슈퍼, O 슈퍼 등 오래된 동네 점방들이 해오던 사회적 역할을 유사하게 감당하고 있다. 이웃들의 농산물 매대나 와서 실 곳들을 마련하고, 오가는 사람들에 대한 지식, 그리고 마을에서 가게가 해야 하는 역할에 대한 명확한 방향 설정 등을 그 근거로 들 수 있겠다. 점포주가 마을에 기반하고, 주민들과 사회적 관계를 맺는 공적 인물이 아니라면 해당 가게는 ‘동네 점방’이거나 ‘마을 가게’로서의 역할을 하기가 어려워지는 것이다.

다섯째, 이 연구는 점방들을 낭만화하려는 시도가 아니라는 점을 다시 한번 밝혀둔다. 점방의 한계에 대한 장에서 다루었듯, 농촌에서의 성인식, 세대 격차, 이주한 가구들에 대한 배타적 감정 등은 농촌 점방에서 이루어지는 다양한 사회적 관계들을 제한하고 구획 짓고 있다. 결정적으로, 농촌의 생산인구가 급격히 감소한다는 근본적인 요인으로 인해 앞에서 다룬 점포에서의 선물 주고받기 등의 사회적 교류와 순환은 결국 조속한 시일 안에 끝이 날 것이라는 비관적 예측을 하게끔 만든다.

연구의 결과를 간략히 다섯 개의 항목으로 나누어 살펴보았다. 그간 사회적으로 돌봄에 관하여, 어떤 인력을 투입할 것인지, 어떤 교육을 하고 어떤 제도를 만들 것인지, 혹은 어떤 프로그램이 좋을지에 대한 많은 이야기가 있었다. 현지 조사를 통해 깨달은 점은 제도와 정책, 프로그램의 질 따위보다 현장에 있는 사람들, 지금 거

기에 있고 무엇인가를 하고 있는 사람들에게 관심을 가질 필요가 있다는 것이었다. 점포주가 없이 점방은 존재할 수 없고, 그렇다면 이들 점포주가 점포를 계속 운영을 할 방법은 무엇일지 고민이 된다. 그가 아니더라도 또 다른 점포주 - 마을을 잘 알고 주민들과 친밀한 '공적 인물'들 - 가 경영해 나가는 마을 가게들이 지속될 수 있다면 좋겠다. N 생협 매장의 사례에서 확인할 수 있듯 해당 점포가 내거는 아름답고 대안적인 표어나 개설 배경, 그 자체가 이 사회에서 대안으로서의 가능성을 담보하지는 못한다. 그 말은 즉, 어떠한 아름다운 제도와 정책이 존재한다 해도 그것이 마을의 '공적 인물'을 통해 친밀한 사회적 관계 속에서 구현되지 않는다면 무의미해진다는 것이다. 이 연구는 점포들의 사회적 가능성과 가치를 훑아보는 것으로 마무리되지만, 이후의 정책적 제안이나 고려 등은 다른 분들의 후속연구로 남겨둔다. 마지막으로 <제3의 장소>라는 책의 한 부분을 옮기고자 한다.

제3의 장소가 갖는 유쾌한 분위기 속에서 사람들은 서로를 알게 되고 서로 좋아하게 되며 서로를 챙겨준다. 사람들이 서로를 챙긴다는 것은 서로의 복지에 관심을 가진다는 뜻이며, 이는 어떤 정부 사업보다 훌륭한 복지 형태다. 상호 합의, 진정한 공감, 각자의 상황에 대한 실질적인 이해에 바탕을 두고 있기 때문이다. 이러한 복지에서는 그 누구도 단순한 수혜 '대상'이 아니다. (중략) 사람들이 제3의 장소에 자꾸 다시 가고 싶어지게 만드는 요인은 다름 아닌 재미다.” (Oldenberg 1999, p.23,24 중. 굵은 글씨는 저자 표기 그대로를 옮김)

참고문헌

- 구은정. 2021. “우리 ‘사이’공동체: 구체적 타자와 돌봄가치를 향유하는 공동체”. 비판사회학회.
- 김기흥. 2006. “농촌 ‘마을’사회자본 탐구를 위한 이론의 구성”. 한국농촌사회학회.
- 김정섭. 2021. “컨트리엔탈리즘과 투명인간”, 일소공도.
- 김주희. 2011. “농촌 여성의 사회적 관계의 변화: 사회적 자본 관점에서의 이해”. 한국농촌사회학회.
- 마르셀 에나프. 2018. “진리의 가격 - 증여와 계약의 계보학, 진리와 돈의 인류학”. 김혁 옮김. 늘민.
- 박수현·임현수·서명대·정성임·이희경·조현옥·이선기·박서정·이혜란. 2021. 『오래된 가게 오랜 이웃』. 구례군매천도서관.
- 박혜진·심우장. 2021. 『구멍가게 이야기』. 책과함께.
- 배선혜·박소현. 2015. “동네 가게의 사회 기능과 역할 변화에 관한 연구: 서울 해방촌의 소규모 판매점을 중심으로”. 한국도시설계학회,
- 신유정. 2021. “돌봄과 모욕에 관한 연구”. 서울대학교 비교문화연구소.
- 신유정. 2022a. “마을가게, 생활운동의 거점 공간에서 유통산업의 진지로: 남원 지역 어느 협동조합의 탈협동화 사례와 마찰지점들”. 경제와사회,
- 신유정. 2022b. “‘치유’ 하는 소비자와 무명이 된 농민: 남원지역 A 생협 사례를 통해 살펴본 협동조합 내 농(農)의 비가시화·소외의 맥락”. 한국농촌사회학회.
- 심우장. 2014. “구멍가게의 역사와 기능”. 실천민속학회.
- 안영삼. 2020. 『넌 아직 서울이니?』, 빈빈책방.
- 앙리 르페브르. 2011. 『공간의 생산』. 양영란 옮김. 서울: 에코리브르.
- 정은정. 2021. “[세상읽기] 원천상회와 쌍봉댁을 위하여”. 경향신문(5. 14.).
- 조옥라. 2015. “백사마을의 공동체문화: 도시 빈민의 골목문화”. 서울대학교 비교문화연구소.
- 조일동·김기영·최은영·이승미. 2019. 『아름다웠던 가게 - 문턱 낮은 마을가게 문 닫은 이야기』. 깊은 숲.
- 칼 플라니. 2009[1944]. 『거대한 전환 - 우리 시대의 정치경제적 기원』. 홍기빈 옮김. 길.
- 피에르 부르디외. 2005. 『구별짓기 : 문화와 취향의 사회학』. 최종철 옮김. 서울: 새물결.
- 황익주. 2005. “골목길과 광장 및 공원: 도시에서의 '우리 동네' 형성에 관한 인류학적 에세이”. 대한건축학회지,
- Clarke, I., & Banga, S. 2010. “The economic and social role of small stores: a review of UK evidence”. *The International Review of Retail, Distribution*

and Consumer Research,

Everts, J. 2010. "Consuming and living the corner shop: belonging, remembering, socialising". *Social & Cultural Geography,*

Jacobs, Jane. 1961. "The Death and Life of Great American Cities". Random House": Newyork.

Leyden, K. M. 2003. "Social capital and the built environment: the importance of walkable neighborhoods". *American journal of public health,*

Oldenburg, R. 1999. 『The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community』. Da Capo Press.

Smith, A., & Sparks, L. 2000. "The role and function of the independent small shop: the situation in Scotland". *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research,*

Watson, Sophie. 2009. "The Magic of the Marketplace: Sociality in a Neglected Public Space". *Urban Studies.*