

북한 시장 일상의 연구: 접근방법과 과제*

홍 민(동국대학교 북한학과 연구교수)

1. 서론

최근 들어 ‘시장’은 북한 변화를 가늠하는 필수적인 연구주제가 되었다. 그것은 기근과 아사, 탈북의 행렬이 남긴 1990년대 북한사회의 우울한 풍경이 준 충격, 그리고 그 척박한 토양에서 등장한 ‘장터’의 활기가 우리에게 북한 ‘변화’의 단서들을 제공했기 때문일 것이다. 그래서 시내 거리에 즐비하게 펼쳐진 소박한 간이매대들과 보따리 행상들의 모습, 돈 되는 것을 위해서는 머릿속으로 주판알을 굴리며 거래와 흥정을 하는 주민들의 모습, 치솟는 물가와 일용할 양식의 부족이 그들에게 가져다 준 영리한 계산속, 그리고 급기야 이루어진 ‘7·1조치’ 속에서 우리들은 ‘시장’의 기호를 발견해내는 데 인색하지 않았다.

그러나 ‘시장’을 북한 변화의 지표로 삼기 위해서는 연구의 심화와 다변화가 필요하다. 물론 시장을 모든 사회를 관통하는 어떤 동질적

* 이 논문은 2007년 학술진흥재단의 지원에 의해 연구되었습니다(KRF-2007-322-B00006).

실체로 보고 그것으로부터 경제만을 추출해내고 또 수(數)의 무게를 달아 측정하는 것, 시장을 진화로 보고 일정한 도식 속에 북한 시장을 위치 짓는 것은 모두 중요한 작업이다. 그러나 결론부터 말하자면 시장은 사회적 관계 안에서 움직인다. 어떠한 동질적인 시장의 ‘원형’이 있다는 믿음도, 정해진 시장 ‘진화’의 도식이 있다는 기대도 사회적 관계의 다양성과 우연성이 주는 복잡한 시나리오들을 압도하지는 못한다. 이는 많은 사회들이 갖는 다양성만큼 시장의 양상도 다양하다는 것을 의미한다.

따라서 시장이 뿌리를 내리고 있는 곳, 즉 시장의 지층을 이루는 사회적 관계에 더욱더 많은 관심을 기울일 필요가 있다. 위로부터의 정책과 조치, 관료적 개입, 아래로부터의 주민들의 일상적인 실천과 경제적 삶, 그리고 이들이 만나 상호작용하는 공간, 즉 지리적 공간과 사회적 공간에 생명력을 불어넣을 필요가 있다. 바로 시장 일상을 본다는 것은 시장이 뿌리를 내린 토양의 표층과 사회적 관계의 심층을 가로지르는 단면, 그 지질층의 구조와 성분, 그리고 역사적 두께를 ‘해석’하는 작업이라고 할 수 있다. 따라서 시장 일상에 대한 연구는 단순히 표층에 자질구레하게 펼쳐진 장터의 ‘소란스러움’만 묘사하기 위한 것이 아니다.

이런 차원에서 북한사회의 변화와 지속을 이해하는 데 일상생활 연구가 갖는 의미를 고민해볼 수 있다. 첫째, 시장의 일상생활에 대한 정의를 시도하는 일이다. 이를 위해 두 가지 관점을 통해 시장의 윤곽을 그려보고자 한다. 하나는 ‘시장’ 밖에서 보는 것이다. 이는 시장을 어떻게 정의할 것인가에 대한 물음에 해당하며 인류의 역사적·경험적 사실에 기반을 두고 시장에 관한 일반론을 찾는 일이 될 것이다. 다른 하나는 ‘시장’을 북한이라는 특정의 지리적·사회적 공간 안에서 보는 것이다. 그것은 주로 북한 시장을 일상생활이라는 ‘창(窓)’을 통해 보

는 것이다. 일상이라는 ‘창’은 미시적인 관찰의 배율을 통해 세부적인 묘사의 터치를 하고 그것을 통해 거시적인 전체의 그림을 만들기 위한 수단이다. 즉, 시장 일반론 밑에 펼쳐져 있는 다양한 북한적 ‘사례들’의 조각을 모으고 그것들을 크기와 모양, 색깔, 두께 등에 따라 분류하는 것이다. 그리고 이 조각들을 맞추었을 때 드러나는 북한시장의 모습을 시장 일반에 대한 정의와 비교해보는 것이다. 이는 ‘시장’과 ‘시장경제’, 그리고 ‘자본주의’ 등 다양한 용어 사이의 개념적 거리를 재보는 일부터 시작해 시장 일상을 지리적 공간과 사회적 공간 차원에서 개념화하는 일이 될 것이다.

둘째, 북한 시장 일상생활을 어떻게 연구할 것인가, 즉 접근방법을 모색하는 일이다. 사실 ‘일상’은 원래부터 존재하는 어떤 고정된 실체가 아니다. 그것은 ‘일상’이라는 개념의 창을 통해 연구자에 의해 전략적으로 구성될 뿐이다. 다만 그 개념화와 구성이 북한사회의 변화를 감지하고 이해하는 데 어떻게 기여할 수 있는가가 중요하다. 이 글에서는 연구전략 차원에서 ‘시장 일상’을 보기 위한 관찰과 설명의 단위의 설정 문제, 그로부터 추출된 일상의 내용들을 객관적 사실 복원과 의미 해석이라는 차원에서 어떻게 활용할 것인가, 그리고 시장 일상의 의미를 해석하는 데 고려해야 할 것들은 무엇이며, 이러한 작업이 북한연구에 기여하는 바는 무엇인가를 살펴볼 것이다.

셋째, 시장 일상생활의 연구주제들에는 어떤 것이 있는지 보는 것이다. 여기엔 북한 ‘시장’ 연구의 심화를 위해 해결해야 할 중심문제들이 함께 제기될 수 있다. 사실 ‘일상’연구의 미덕은 새로운 주제의 발굴 이상으로 익숙하게 다뤄졌던 연구주제에 대한 새로운 의미 해석에 있다. 시장에 대한 추상적이고 기능적인 설명 밑으로 펼쳐져 있는 다양한 일상들이 사실 모두 주제가 될 수 있다. 떠들썩한 장터의 소음

이 주는 사회적 울림도(sonority)들, 가령 상인들의 발품으로 개척된 시장의 사회적 동선, 물자들의 교환 속에 묻어나는 품문과 정보의 세계, 시장이 부여한 리듬과 주민 일상의 변화, 사회주의 도시 경관 속에 자리한 시장의 의미, 시장을 둘러싼 범죄들의 내용과 양상, 그 뒤로 자리한 빈곤과 불평등, 사회적 고립감 등 수없는 시장 일상의 애환이 연구주제로 우리를 기다리고 있다.

사실 일상생활에 대한 학문적 접근과 개념화 시도의 역사는 짧다. 최근 십 수 년 사이 인문사회과학의 일부 전공분과에서 개념화 시도가 있어왔지만 아직 그 모호함이 해소되었다거나 개념적 배치가 끝났다고 보기에는 어려운 측면이 있다. 이런 개념화의 어려움은 지금까지 일상이 우리의 관념이나 삶에서 정의 내릴 필요 없는 주변 그 자체, 또는 우리가 매일매일 호흡하는 공기와 같다는 점, 이로 인해 일상을 연구대상 내지 현상과 세계에 대한 인식의 창으로 삼는 데서 오는 막연함과 의구심이 아직 짙게 남아 있기 때문일 것이다. 그럼에도 ‘일상’이라는 창은 ‘구조와 행위’, ‘거시와 미시’, ‘지배와 저항(순응)’ 등 오래된 사회과학적 숙제와 ‘계획과 시장’, ‘국가와 사회’, ‘공식과 비공식’, ‘합법과 불법’ 등 현재의 북한 연구쟁점들을 다루는 데서 소박한 지혜를 줄 것이라고 본다.

그것은 지극히 상식적인 출발점, 즉 어떠한 인간 존재도 자질구레하고 주변적으로 보이는 바로 이 일상을 경유하지 않고 사회경제적 삶을 상상할 수 없다는 점이다. 그런 점에서 일상의 역사를 고려하지 않은 구조의 분석, 일상의 관찰이 없는 거시적 조망, 일상의 수많은 임기응변과 생존술을 간과한 지배와 권력에 대한 분석 등이 사회를 얼마나 설득력 있게 설명할 수 있을지는 미지수이다. 또 계획과 시장, 공식과 비공식, 합법과 불법을 넘나드는 일상적인 실천들을 고려하지

않은 채 이루어지는 북한 변화의 전망 역시 설득력을 갖기 힘들다. 그래서 일상생활 연구는 이종학(heterologies)의 성격을 지닌다. 즉, 북한연구의 과거와 현실을 비판적으로 추수하면서 한편으로 북한이라는 ‘타자’에 관해 탐구하는 것이다. 아마도 궁극적으로 고민해야 할 문제는 이 상식적인 것을 북한연구에 어떻게 위치지울 것이며, 또 한편 연구접근에 스며들게 할 것인가에 있을 것이다.

2. 시장과 시장 일상의 세계: 개념과 정의

모든 논의의 출발점은 연구주제와 관련된 주요 용어들의 개념적 거리를 재는 것으로부터 시작되어야 한다. 시장 일상생활에 대한 개념적 정의는 곧 ‘시장’이 무엇인가에 대한 정의를 필요로 한다. ‘시장교환’, ‘시장메커니즘’, ‘시장경제’, ‘시장체제’, ‘자본주의’ 등 시장과 관련해 다양하게 사용되는 용어의 개념적 거리를 재는 일이다. 지극히 일상적이면서도 한편으로 복잡한 수사적 용법과 선입견으로 얽혀 있는 ‘시장’이란 용어를 정리하는 것으로부터 ‘시장 일상’의 진정한 위치와 범주를 찾아야 한다.

1) 개념과 실제: 시장 · 시장경제 · 자본주의

(1) 시장: 개념적 범주와 실제

① ‘시장’의 개념과 교환의 본질

시장은 보통 ‘보이지 않는 손’이 작용하는 곳, 즉 수요와 공급이

서로 만나 가격 기능을 통해서 자동적으로 서로 균형을 이루게 되는 곳으로 설명된다. 자기-조절적이고 경제 전체를 지배하며 합리화시키는 시장, 이것이 시장에 대한 인식의 역사에서 가장 두드러지는 주장이다. 이런 주장은 시장이 어느 사회를 막론하고 일종의 동질적인 그 자체의 내생적인(endogène) 현상을 가지고 있다는 전제를 깔고 있다. 그러나 이는 학문 일반의 공통된 견해도 아닐 뿐 아니라, 시장의 기원과 역사, 시장과 사회의 관계, 그리고 ‘시장’, ‘시장경제’, ‘시장메커니즘’, ‘시장체제’, ‘자본주의’ 등 다양한 용어의 차이를 몽둥그려 단순화시킨 대표적인 현대적 신앙에 가깝다.¹⁾ 오히려 많은 경제사학자나 인류학자들은 시장이 경제활동의 총체라든가 혹은 그 진보상의 어떤 단계라고 보지 않는 경우가 많다.²⁾

우선 시장이라는 말은 대단히 모호하며 아주 넓은 의미로 쓰인다. 자급자족을 벗어난 모든 형태의 교환에 대해서, 또 초보적인 것이든 수준 높은 것이든 모든 교환·유통기구에 대해서, 상업이 이루어지는 공간에 대해서(예컨대 지역시장, 전국시장 등), 또는 어느 한 상품에 대해서(예컨대 생산재시장, 소비재시장 등) 우리는 ‘시장’이라는 말을 쓴다. 그렇다면 이때 시장이라는 말은 교환, 유통, 분배 등과 상통하는 말이

1) 스티글리츠, 조지프 E., 『시장으로 가는 길』, 강신옥 옮김(서울: 도서출판 한울, 2004), 141쪽.

2) 브로델, 페르낭, 『물질문명과 자본주의 II-1: 교환의 세계 上』, 주경철 옮김(서울: 까치, 1996), 315쪽. 사실 우리가 동질적이라고 느끼는 ‘시장’ 속에서 살아가기 시작한 것은 그리 오래되지 않았다. 이렇게 살아가고 있다고 생각하기 시작한 것은 말 그대로 ‘현대적’인 사건에 가깝다. 아마 지금도 그 동질적이라는 말에 어울리지 않는 수많은 다양성과 차이를 지닌 시장들이 마치 현대 경제학의 진화를 거부하듯 존재하고 있을 뿐 아니라, 지극히 발전된 시장체제가 자리하고 있다는 사회에서조차도 시장이 모든 교환행위를 대표한다고 볼 수 없다. 그런 측면에서 우리가 중요하게 문제 삼아야 할 것은 우리가 동질적인 시장 속에서 살고 있는 것 자체가 아니라 그렇게 살고 있다고 믿는 현대적 ‘신앙’일지 모른다.

다. 그러나 다른 한편, 시장이라는 말은 흔히 상당히 규모가 큰 교환 형태, 가격기구로서 소위 시장경제, 또는 생산을 포괄하는 하나의 ‘체제(system)’를 가리키기도 한다.³⁾

그러나 이와 같은 폭넓은 의미 속에서도 변하지 않는 진실은 ‘교환’이 이루어진다는 것이다. 시장은 곧 교환의 장소이자 교환의 구체적 현상과 그 결과이다. 여기서 중요한 것은 교환의 내용물, 방식, 과정, 제도, 장소 등이 사회와 시대에 따라 다양하다는 점이다. 따라서 시장의 발전에 관한 단순하고 단선적인 역사와 같은 것은 없다. 여기에는 “전통적인 것, 고졸한 것, 근대적인 것, 대단히 근대적인 것 등이 혼재한다.”⁴⁾ 오늘날에도 마찬가지이다. 시장은 적어도 화폐가 발명된 이래 오래도록 존속하며 인간의 삶에 중요한 역할을 해왔다. 심지어 구소련과 중국을 포함한 대부분의 사회주의 국가에서도 시장은 지대한 역할을 했다.⁵⁾ 이 시장들이 다양한 형태로 수세기 동안 계속 살아남아 있는 것은 ‘시장교환’이라는 그 투박한 단순성 속에 당해낼 수 없는 사회적 진실이 있기 때문이다. 즉, 사회적 관계가 전제되지 않는 사회적 진공상태의 ‘시장교환’은 상상할 수 없다는 점이다.

② ‘시장’의 기본요소와 구분

시장은 어떤 기능에 초점을 맞추느냐에 따라 다양하게 구분될 수 있다. 시장이 어디에 위치하고 있는가(지리적 장소/추상적 장소), 무엇이

3) 위의 책, 313쪽.

4) 위의 책, 20쪽.

5) 갤브레이스, 존 케네스, 『경제의 진실』, 장상환 감수, 이해준 옮김(서울: 지식의 날개, 2007), 26쪽. 계획경제가 있다고 해서 시장교환이나 가격기능이 전혀 없었다고 말할 수 없다. 공식적인 계획영역에 은폐된 형태로 시장교환은 이루어져 왔고 가격기능도 작동했다.

교환되고 있는가(거래품목), 얼마나 제도영역에 귀속되어 있는가(합법/불법), 유통의 동선(도매/소매)과 공간적 범주(지역/전국/국제 등)는 어느 정도인가 등에 따라 보통 구분된다. 그러나 어떤 구분 속에서도 ‘시장 교환’이 성립하기 위한 기본요소들은 공통적이다. 즉, 교환의 대상, 장소, 판매자, 구매자, 제도·관습 등이다.⁶⁾ 원시적이든 현대적인 교환이든 모두 이 기본요소들을 가지고 있다. 물론 교환의 동기와 방식, 사회적 기능은 시대와 사회에 따라 다양하다. 재화의 필요에 의한 교환도 있지만, 개인과 집단, 그리고 지역 간 호혜에 기반을 둔 교환, 침묵교역(silent trade)과 평화재(平和材)로서의 교환, 결속과 통합을 위한 재분배적 교환 등 정치경제적 필요에 따라 교환의 형태도 다양하다.⁷⁾ 결국 비중의 차이는 있을지 모르지만 어느 사회도 단 하나의 동기와 목적으로 이루어진 ‘교환’만 존재하지 않는다.

ㄱ. 장소로서의 시장

지리적 장소로서 ‘시장’은 구체적인 지리적 장소를 지닌 시장(marketplace)과 그렇지 않은 시장으로 구분해볼 수 있다. 지리적 장소로서의 시장은 가격형성의 기능이 강조된 추상적 개념의 시장이 아니라 구체적인 지리적 공간개념으로서의 시장을 뜻한다. 장구한 역사를 지닌 장시(場市) 또는 장(場)이 그것이다. 시간과 공간의 일치를 통해 인간과 인간, 인간과 물자가 만나는 곳이며, 이들이 유통되는 중심지이다.⁸⁾ 이 시장은 유통·교환기구로서의 역할을 할 뿐 아니라 법적 장

6) 스탠필드, J. R., 『칼 폴라니의 경제사상』, 원용찬 옮김(서울: 도서출판 한울, 1997), 134쪽.

7) 가라타니 고진, 『세계공화국으로』, 조영일 옮김(서울: 도서출판b, 2007), 79~81쪽.

8) 정승모, 『시장으로 보는 우리 문화 이야기』(서울: 웅진닷컴, 1992), 32쪽.

치, 관습 등에 의해 보호되기 때문에 제도로서의 시장과 분리된 어떤 것이 아니라 중첩되기도 한다.⁹⁾ 이에 비해 지리적 장소를 갖지 않는 시장은 금융계좌상의 주문과 결제나 가치이전, 전자상거래와 같이 거래 자체가 구체적인 지리적 장소가 아닌 법적·제도적 교환장치 또는 기관을 통해 이루어지는 것을 말한다.¹⁰⁾ 현재 북한에서의 시장은 주로 전자에 해당한다. 금융계좌상의 교환은 주로 계획경제 영역 내에서 명목상 이루어질 뿐, 시장교환과 가격형성의 기능은 공식적으로 갖지 않는다.

ㄴ. 거래대상으로서의 시장

시장을 통한 거래대상으로는 상품, 자본, 노동, 토지 등이 있다. 거래대상에 따라 상품시장(생산재·소비재), 자본재 시장, 노동시장, 토지 시장 등으로 구분할 수 있다. 우선 생산재¹¹⁾의 경우 북한에서 1990년대까지는 계획경제의 틀 내에서 허용되지 않았다. 그러나 2000년대 들어 ‘사회주의물자교류시장’을 통해 공장이나 기업소 간에 원자재와 부속품을 교환하도록 허용하는 한편, 물자교류시장을 경유하지 않는 기업 간 현금과 현물을 통한 원자재 구매를 허용하고 있다.¹²⁾ 사실상 생산재의 시장교환이 이루어지고 있는 것이다. 소비재의 경우 이미 합법적인 종합시장을 비롯해 불법적인 암시장까지 광범위하게 전국

9) 양문수·김갑식, “북한 도시에서의 재화시장의 형성과 발전,” 최완규 엮음, 『북한 ‘도시정치’의 발전과 체제 변화: 2000년대 청진, 신의주, 혜산』(서울: 도서출판 한울, 2007), 80쪽.

10) 한주성, 『유통지리학』(서울: 도서출판 한울, 2003), 273~282쪽 참조.

11) 넓은 의미에서 생산재에는 토지를 비롯해서 노동까지 포함시키기도 한다. 그러나 여기에서는 물적인 생산수단의 의미로만 제한적으로 본다.

12) 양문수·김갑식, “북한 도시에서의 재화시장의 형성과 발전,” 97쪽.

적으로 형성되어 있다.

다음으로 노동시장은 노동력이라는 상품의 공급과 수요에 관한 정보가 교환되고, 그 결과로 노동력이 상품으로서 매매되는 ‘사회적 메커니즘’이라 할 수 있다. 노동시장이 ‘사회적 메커니즘’인 것은 노동력의 ‘공급과 수요’만을 파악하는 경제학적 정의 이상으로 사회적 기회, 노동구성, 사회적 지위, 고용안정, 사회적 분배 등과 직접적으로 연관되어 있을 뿐 아니라, 그것이 사회적 합의, 즉 제도·관습과 직결되어 있기 때문이다.¹³⁾ 북한의 경우 2000년대 들어 상업 및 소상품 생산에서 고용-피고용 관계가 보고되고 있기는 하다. 그러나 고용-피고용 관계가 있다고 해서 노동시장이 있다고 말하기는 어렵다. 그것 자체가 불법이고 사회적 기회와 고용안정이라는 측면에서 매우 불완전하며 광범위한 사회적 분배의 기능을 갖지 못하고 있기 때문이다. 이 외에 토지시장 역시 공식적으로 북한에서는 허용되지 않고 있어, 그 존재를 언급하는 것은 현재까지 쉽지 않다.

ㄷ. 제도영역의 귀속 여부에 따른 시장

얼마나 제도영역에 귀속되어 있는가에 따른 ‘시장’ 구분이다. 제도영역의 귀속 여부는 곧 합법적 시장과 불법적 시장으로 구분할 수 있다. 사실 합법과 불법의 구분은 국가가 제시하는 법적 영역을 벗어났는가 그렇지 않은가의 여부에 달려 있다. 여기에는 난점이 있다. 제도화 수준이 기본적인 시장교환의 영역을 포괄하지 못하는 수준으로 미약할 경우 불법은 자연스럽게 많아지거나 합법과 공생할 수밖에 없는 지점이 생기게 된다. 그래서 북한에서 합법과 불법의 제도적 귀속 여

13) 파스만·모이스부르거, 『노동시장의 지리학』, 박영환·이정록·안영진 옮김(서울: 도서출판 한울, 2002), 43~46쪽.

부에 따라 시장을 구분하는 것은 그렇게 단순하지가 않다. 특히 합법적인 물품 따르려고 해도 시장 전반이 제도적으로 불확실하다면 불법을 유인할 수밖에 없기 때문이다.

그것은 현재의 북한 시장의 성격을 합법과 불법의 구분에 의해 규정짓는 것보다 제도적 상황에 대응한 합법과 불법을 연계하는 사회적 관계의 양상, 불법과 합법 영역을 넘나들며 사실상 실질적으로 시장교환의 기능을 완성하는 시장의 사회적 인프라 수준이 얼마나 갖추어져 있는가에 더 관심을 가질 필요가 있다. 그것은 제도적으로 불확실한 시장에 대해 시장의 행위자들이 어떻게 불법과 합법을 넘나들며 그것에 대응하는지를 보는 것이며, 그것의 지속이 가져온 사회적 관계의 양상과 시장을 지탱하는 사회적 구조를 좀 더 면밀하게 분석해야 함을 의미한다.

ㄷ. 유통과 공간적 범주로서의 시장

유통(distribution)이란 상품·서비스가 생산자로부터 최종소비자의 손으로 넘어갈 때까지의 일련의 과정이다. 즉, 생산과 소비의 양적·질적, 시·공간적 틈을 메우는 모든 움직임이다.¹⁴⁾ 구체적인 실현 형태로는 기능적으로 도매와 소매가 있으며, 그 밖에 창고와 운수 등이 여기에 포함된다. 기본적으로 유통은 첫째, 일정한 규모의 상권을 성립조건으로 한다. 둘째, 유통은 자본의 규모(대자본, 중소자본)에 따라 같은 공간 상에서 중층적으로 전개된다. 셋째, 유통경로를 구성하는 제조, 도매, 소매가 기능적으로 일정하게 거점 배치된다. 이러한 유통이 공간적 범주로서 갖는 의미는 특정의 지역 내에 이와 같은 생산과 소비를 연

14) 한주성, 『유통지리학』, 13쪽.

결하는 유통의 기능적 단위들이 가격을 매개로 상품이동의 일정한 시스템을 구성할 때 이를 ‘지역시장’이라고 하고, 전국적인 네트워크가 작동할 때 그것을 ‘전국시장’이라고 한다. 전국적인 시장은 모든 주민들이 시장교환에 접속할 수 있는가에 달려 있다.

그런데 중요한 것은 보통 유통이 소유권의 사회적 이전(생산자-도매상-소매상-소비자)을 전제한다는 점에서 법적·제도적 구축을 받는다는 점이다. 따라서 유통에도 합법적 유통과 불법적 유통이 있게 된다. 또 한편 유통이라 함은 상품형상의 변화 여부가 중요하다. 즉, 종이책으로 만들어져 유통된다면 여기서 종이와 책은 동일한 유통 사이클로 보지 않는다. 하나의 유통 사이클은 상품형상의 변화가 일어나지 않는 기점과 종점으로 이루어진다. 상품형상이 변화되는 지점은 곧 생산의 지점이다. 따라서 모든 교환 과정은 생산과 유통의 맞물림 속에서 이루어진다. 만약 국외로부터 원재료를 들여와 국내적으로 상품형상이 변화되어 유통된다면 생산과 유통이 맞물리는 지점이 생기게 된다. 그러나 완제품으로 들어와 중간의 상품형상의 변화가 없이 유통만 이루어진다면 ‘생산 없는 유통’이라고 말할 수 있다.

따라서 ‘지역시장’ 또는 ‘전국적 시장’의 작동 여부는 지역적으로 또는 전국적으로 일정한 가격의 등락을 통해 움직이는 시장이 있느냐의 여부도 중요하지만, 그것이 갖는 성격, 즉 ‘생산을 통한 유통’이나 또는 ‘생산 없는 유통’이나에 따라서 성격이 달라진다. 또 한편 물류(운수)가 국가적 통제 속에 있느냐 아니면 민간의 상적 유통경로에 의해 전적으로 이루어지느냐도 시장의 성격을 결정하는 데 중요하다. 후술하겠지만, 북한에서는 ‘지역시장’과 ‘전국적 시장’이 작동하고 있다. 하지만 생산과 유통의 맞물림 과정으로 본다면 ‘생산이 미약한 유통 중심의 경제’라는 성격이 강하다고 할 수 있다.

(2) 시장경제: 공간적 질서와 사회적 분배

① 시장경제의 개념

‘시장경제’란 사전적으로 자유경쟁의 원칙에 의해 시장에서 가격이 형성되는 경제를 뜻한다. 여기엔 경쟁가격, 경쟁체제가 작동한다. 일반적으로 사회주의 계획경제의 대응 개념으로 설정되어왔다. 보통 모든 경제주체의 생산 활동과 시장에서의 물품 구입이 자유롭다는 것을 전제한 속에서 성립한다. 이러한 생산과 소비의 일정한 자유를 통해 상품매매가 이루어지고 가격이 형성되는 일정한 메커니즘이 존재함으로써 ‘지역적’ 또는 ‘전국적’ 시장이 작동하는 경제를 뜻한다.¹⁵⁾ 어떤 한 지역 내의 여러 시장들 사이에 가격이 같은 방향으로 변화한다면 그때부터 시장경제가 존재한다고 볼 수 있다. 특히 그것이 상이한 사법 지역 및 통치 영역을 넘어서 일어난다면 더욱 특징적인 현상일 것이다.¹⁶⁾

그렇다고 이런 시장경제가 모든 경제를 포괄하고 있다고 단정할 수는 없다. 시장경제는 어디에나 존재했다. 시장경제는 아주 지체된 경제에서든, 아주 발달한 경제에서든 밑으로부터(호혜나 재분배와 같은 기존 교환질서) 혹은 위로부터(국가나 정치) 침식당할 수 있다. 시장경제는 고졸한 기존 질서의 완고함과 새로운 변화 압력 사이에서 갈등하는

15) 그러나 ‘시장경제’와 ‘시장메커니즘’은 의미상 구분할 필요가 있다. ‘시장메커니즘’은 ‘시장경제’의 하위 개념으로서 수요와 공급에 따른 가격기능, 교환기능을 지칭할 때 사용한다. 이것은 중앙집권적 계획경제에도 부분적으로 적용되거나 허용되어왔다. 가령 계획메커니즘으로 포괄하지 못하는 미시적인 부분에는 시장메커니즘(가격기능)이 작동하기도 했다. 따라서 시장메커니즘이 있다고 해서 시장경제가 있다고 얘기할 수 없다.

16) 브로델, 페르낭, 『물질문명과 자본주의 II-1: 교환의 세계 上』, 320쪽.

한편 그것을 수렴하기도 한다. 최소한 시장경제가 자본이라는 ‘왜곡’을 만나기 전까지는 그것은 사회적이며, 정치적 혹은 문화적인 것으로서 양쪽의 압력과 침투 속에서 존재한다. 계획경제와의 관계에 있어서도 시장경제가 반드시 이와 대립하거나 양립할 수 없는 것은 아니다. 시장경제는 계획경제와 공존하거나 수단적으로 상호 중첩될 수 있다. 따라서 시장경제가 모두 자본주의인 것은 아니다. 자본주의는 이를 넘어선다.

따라서 시장경제의 징표로 우리는 두 가지를 고려해볼 수 있다. 첫째, 전국적인 시장의 유무로서 시장 네트워크가 가격기능을 통해 형성되어 있는가이다. 둘째, 시장이 일정하게 사회적 분배효과를 가지고 움직이고 있는가이다. 우선 전국적인 시장은 크게 점(상업교환 지점), 선(유통), 면(상업권)의 공간적 질서를 통해 파악해볼 수 있다. 다음으로 시장을 통한 교환·거래가 얼마나 사회적 소득분배의 역할을 하고 있는가는 생산, 교환, 유통, 소비 등을 통해 사회 각 계층으로 스며드는 재화와 부의 분산 정도, 그리고 그것이 다시 생산의 과정과 연결되는 순환의 사이클이 작동하고 있는가를 살펴봄으로써 확인할 수 있다.

② 시장경제의 표층과 심층

‘전국적’ 시장의 움직임을 이해하기 위해서 우선 평면적인 조감 속에서 예의 시장 행위자들의 만남과 이동, 그리고 그 속에서 형성되는 시장을 통한 경제적 생활의 동질화 과정을 파악해야 한다. 첫 번째, 교환과 거래의 만남이 이루어지는 구체적인 장소들의 분포를 파악하는 것이다. 그것은 각 시·군에 위치한 주요 시장, 상점, 주요 거래 지점 등을 마치 일련의 점(點)들처럼 제시하는 것이 될 것이다. 두 번째는 어떻게 이 점들이 연결되어 시장교환의 선(線)이 만들어지는지, 또 어

떻게 상인들이 이 연결선들을 조직하는지, 연결선을 따라 이동하는 물자들의 품목은 무엇인지 등을 상인들의 동선을 따라 확인하는 것이다. 세 번째는 어떻게 이 연결선들이 응집하여 하나의 ‘지역적’ 또는 ‘전국적’ 상업의 면(面)을 형성하는지를 보이는 것이다.

우리는 이 면을 ‘시장경제’라는 이름으로 부를 수 있을 것이다. 이 면을 시장경제라 부를 때는 앞서 파악한 위로부터의 평면적인 조망 차원에서 보는 시장교환의 범위와 공간적 사이즈로만 파악하는 것으로는 부족하다. 그보다는 그 면들의 단면과 두께를 입체적으로 파악하는 것이 추가되어야 한다. 우선 각 지역의 면들(지역시장)이 포개지고 중첩하면서 만들어내는 이들 사이의 위계(높낮이)와 낙폭(이윤, 차익)을 파악하는 것을 통해 전국시장의 역동성을 이해하는 것이다. 다음으로 각 지역 및 전국적 상업면을 역사적으로 파악하는 것이다. 가령 그 단면에는 시장 동선을 만들어 온 상인들의 이동 역사, 국가와 시장이 우여곡절의 만남 속에 제도적 안정성을 만들어온 역사 등 시장교환을 통해 형성된 다양한 사회적 관계들이 일정한 내용과 형식으로 그곳에 आरो새겨져 있다. 이 역사적 누적의 지층들이야말로 시장경제의 진정한 하부구조이다.

③ 시장경제의 모터: 도시의 구심력과 원심력

시장경제의 모터, 즉 생산으로부터 소비까지의 물자 순환과 가격을 매개하는 전반적인 과정을 만들어내는 동력은 무엇인가? 물론 주민 대다수의 ‘생계수요’가 본질이다. 그러나 수요가 있다고 해서 시장경제가 작동하는 것은 아니다. 수요와 공급을 만나게 하는 구체적인 실현체가 필요하다. 상인과 도시를 그 첫 번째 동력으로 언급하지 않을 수 없다. 도시는 일종의 시장의 자장을 형성한다. 움직이면서 상품을

조달해주는 도매장사꾼들, 이들에게 물건을 받아 도시 곳곳의 상점을 통해 주민들에게 직접 연결하는 소매상인, 그리고 도·소매상인들에게 자금을 빌려주는 ‘돈주’, 이들 활동과 연계된 운반업자 및 수송수단 등 이들 모두의 활동은 총체적으로 도시와의 ‘접속’을 통해 이루어진다. 결국 도시는 판매자와 구매자, 상품을 끌어당겨 교환을 만들어내는 응집의 구심력을 갖는 한편 교환된 물자들을 전국으로 유통시키는 펌프처럼 시장교환의 원심력 역할을 한다.

여기서 교통로는 시장의 형성과 전개에 있어 역사의 하부구조에 해당한다. 교통로가 없이 시장의 전개가 불가능할 뿐 아니라 역으로 수요가 있는 곳으로 이동로가 확장되기 마련이다. 도시는 시장의 동선을 연결하고 또는 동선을 확장하는 모터의 역할을 한다. 도시는 시장교환의 위계에서 가장 우뚝 솟은 지표이다. 높은 곳으로부터 아래로 물이 흘러내리듯, 도시는 모든 물자와 정보를 수요라는 관을 통해 빨아들이고 그것을 아래로 흘려보낸다.¹⁷⁾ 그곳으로부터 도매와 소매의 점들이 만들어지고 점들은 상인들의 발 빠른 움직임 속에서 선으로 연결되고, 그렇게 연결된 전체는 하나의 상업면을 이루게 된다.

도시를 모터로 하는 시장교환에서 원거리 무역은 중요한 역할을 한다. 도시들은 교역망 속에서 위계적으로 조직된다. 수위가 같으면 물이 흐르지 않듯이, 위계적이면 위계적일수록 수위 차이에서 오는 낙폭으로 인한 이윤의 동기가 생기기 마련이다. 지금 북한의 시장교환은 바로 이러한 위계의 구조를 형성하고 있는 과정이라고 볼 수 있다. 그러나 중요한 것은 그 위계의 시작이 어디로부터 기원하는가이다. 그것은 주요 거래 물자의 출발점을 찾는 것으로 쉽게 파악될 수 있다.

17) 주요 대도시에 위치한 지역시장을 중심으로 도·소매시장의 형성과 기능 분화에 대해서는, 양문수·김갑식, “북한 도시에서의 재화시장의 형성과 발전”.

가장 큰 물줄기는 중국이다. 주요 상품들이 중국이라는 외부시장을 따라 흐르며 내부적으로 그 위계의 낙폭만큼 도시마다 ‘차익’을 남기며 마을로 소비의 여행을 하고 있다고 볼 수 있다.

한편 북한에서 교통로는 시장 동선이라는 의미 이상의 사회적 교환 질서의 본질을 담고 있다. 즉, 교통로는 시장과 관련한 모든 행위자들의 혈관 역할을 한다. 물론 심장은 사회적 의미에서 계획경제가 담보하지 못하는 ‘생계수요’가 그 박동의 원동력이고 경제적으로는 유통 과정에서 생성되는 이윤이 동기일 것이다. 이 혈관을 통해 물자와 정보가 오간다. 이것은 수많은 지역으로 분절된 주민들에게 정보 소비의 영양분을 제공하는 통로이다. 그래서 주민들은 시장의 동선을 만들고 그것을 넓힌다. 중요한 것은 이제 시장교환의 지점과 환절마다 국가의 수취 손길이 드리워지기 시작했다는 점이다. ‘7·1조치’와 ‘종합시장’은 사실상 시장에 대한 ‘통제’와 ‘관리’라는 표현 이상으로 시장에 대한 국가의 일정한 기생을 의미하기도 한다.

④ ‘생산이 미약한 시장경제’와 시장을 통한 분배

어떤 재화이든 생산이 이루어지고 그것이 시장에 공급되면 그 과정에서 화폐(소득)의 분배를 가져온다. 원재료 구입비와 수송비, 노동자 임금, 중간상인들의 차익 등이 발생하기 때문이다. 이렇게 분배된 화폐는 정상적인 운명을 따른다면 조만간 수요의 형태로, 달리 말하자면 구매의 형태로 다시 생산으로 돌아오게 된다.¹⁸⁾ 그러나 북한의 경우 자체 생산보다는 외부(중국)로부터 많은 물자들을 들여오기 때문에 생산을 통한 내부적인 소득분배가 광범위하게 나타나고 있다고 볼 수

18) 폴라니, 칼, 『전 세계적 자본주의인가 지역적 계획경제인가』, 홍기빈 옮김(서울: 책세상, 2002), 30쪽.

없다. 주로 유통 과정에서 발생하는 차익들, 수송 및 운송 비용, 관료들의 공식·비공식적인 행정서비스에 대한 대가 등이 화폐 또는 상품 형태로 분배된다. 이런 방식은 시장교환이 있되 그것이 생산과 연계되어 전체 주민에게 광범위한 소득 분배 효과를 갖지 못한다는 것을 의미한다.

결국 북한에서 상인들은 생산자와 소비자 사이에서 둘을 연결해주는 상품을 스스로 만들지 않는다. 그들은 마르크스가 말한 것처럼, 화폐(G: Geld)로부터 출발해서 상품(W: Ware)을 얻고 다시 화폐(G)를 얻는(G - W - G의 방식을 따르는) 사람들이다. 이에 비해서 일반 주민들은 상품을 가져와 팔고는 곧 필요한 상품을 산다. 즉, 그들은 상품에서 출발해서 다시 상품으로 돌아가는 W - G - W방식을 따르는 사람들이다. 주민들에게 간 돈은 흔히 말하는 것처럼 “손에서 입으로” 가버린다.¹⁹⁾ 사실 주민차원에서는 생산으로 연계되지 않는 ‘생계수요’, 특히 곡물 이상의 수요가 많지 않기 때문에 다른 생산을 자극할 소비가 활성화되어 있지 않다. 공산품의 경우 중국에 의존하기 때문에 사실상 내부적인 생산을 자극하지 못한다. 그래서 북한에서는 생산이 미약한 가운데 유통, 즉 상품의 이동에 따른 주요 시장동선의 환절에서 남겨지는 가격차(arbitrage)가 시장교환의 동력이 되고 있다.

이런 이유로 북한 시장의 성격을 규명하는 데서 어떻게 생산을 강조할 수밖에 없게 된다. 북한 자체에서 생산된 상품이 시장교환에서 얼마나 비중을 차지하고 있는가가 중요해진다. 이것은 외부(중국·러시아)로부터의 들어와 시장에 유통되는 물자의 종류와 상품변형 여부와도 관련된다. 유입되는 물자가 원재료, 부속품, 부분품, 완제품 중에서 어

19) 차문석·홍민, 『현 시기 북한의 경제운용 실태에 대한 연구』(서울: 진보정치연구소, 2007), 62~63쪽.

이에 주로 속하는지 각 비중을 파악해볼 필요가 있다. 생산재의 경우 국가의 교역을 통해 계획경제 영역으로 들어와 계획을 통해 처분될 물자인지, 개별 공장·기업소, 기관, 상점, 개인들의 자체 생산을 위해 들어와 시장에 상품으로서 유통될 물자인지 구분할 필요가 있다. 소비재의 경우 사실상 완제품의 형태가 대부분이기 때문에 이 경우 내부적인 생산 유발보다는 유통의 차이만 남기고 소비될 가능성이 높다.

결국 현 시기 북한 시장의 성격과 위상을 알기 위해서는 시장교환의 존재 여부를 확인하거나 가격기능이 작동하는지의 여부, 도소매 시장의 활성화 정도, ‘전국적’ 시장의 존재 여부 등을 파악하는 것이 우선되어야 한다. 그러나 좀 더 주의 깊은 관찰과 통찰을 통해 도시라는 상업지점들의 내부 동학, 이를 연결하는 시장의 동선, 일정 지역을 포괄하는 상업면, 그리고 이들 사이에 존재하는 위계와 교환의 낙폭에서 발생하는 시장의 역동성 등도 파악될 필요가 있다. 그리고 이러한 점 - 선 - 면을 통해 형성된 시장경제에 내재된 사회적 관계의 양상들, 이 시장경제에서 생산이 갖는 비중, 사회적 분배효과 등이 최종적으로 ‘시장’ 연구에 포함되어야 할 것이다. 이것은 시장 일상생활을 이해하고 연구하는 데도 중요하다. 시장의 일상생활이 전체 시장의 동학과 어떻게 연계되어 있는가는 바로 이런 연구주제들을 통해 포착될 수 있다.

(3) 시장경제와 자본주의

‘전국적’ 시장이 있는 시장경제가 있다고 해서 반드시 ‘시장체제(자본주의)’인 것은 아니다.²⁰⁾ 자본주의는 시장경제 위에 존재하는 강력

20) 갤브레이스에 따르면 ‘자본주의’를 대체할 온화한 이름을 찾으려는 시도로 등장한 것이 ‘시장체제’라는 용어이다. 즉, ‘시장체제’라는 상당히 학구적인

한 교환의 상층 구조이다. 브로델의 표현을 따른다면 ‘시장경제’는 나름대로 투명한 영역에 속한다면 ‘자본주의’는 시장경제 위에 드리운 불투명의 영역이다. 물론 시장경제 없이 자본주의는 생각할 수 없다.²¹⁾ 자본주의는 시장경제에 자리 잡고 자신에게 유리하게 교환 과정을 왜곡시키며 기존 질서를 교란한다. 시장경제는 경쟁을 추구하지만 자본주의는 독점을 추구한다. 그래서 시장가격과 독점가격이 따로 있다. 즉, ‘독점영역’과 ‘경쟁영역’이라는 두 개의 층이 존재하게 된다.²²⁾ 자본가들은 독점을 통해 이익을 극대화시키는데, 이러한 독점이 무너지면 다른 분야로 진출하여 또다시 이익의 극대화를 도모한다. 그래서 시장경제가 합리성의 영역이라면, 자본주의의 영역은 계산과 투기의 영역이다.²³⁾

따라서 상업이 자본주의의 기반이기는 하지만 상업이 곧 자본주의는 아니다. 시장의 법칙에 순응하는 상인들은 시장경제에 터를 잡은 사람들이지 자본가는 아니다. 자본가라 할 수 있는 사람들은 시장의 법칙을 따르지 않고 조종하는 사람들이다. 또 화폐와 상품이 존재한다고 해서 자본주의가 형성되었다고 말할 수는 없다. 시장경제의 존재가 자본주의로의 이행과 반드시 같은 의미가 아니란 것이다. 화폐와 상품

표현은 그 용어에 불리한 역사의 오명이 없었기 때문에 현대에 와서는 자본주의라는 말보다 ‘시장체제’라는 말이 선호되고 있다는 것이다. “시장체제를 자본주의에 대한 온화한 대안으로 명명하는 것은 소비자 수요에 영향을 끼치고 나아가 이를 통제하려는, 생산자 권력이란 추악한 기업의 실체를 감추려는 치사하고 무의미한 변장에 불과하다.” 갤브레이스, 존 케네스, 『경제의 진실』, 25~27쪽.

- 21) 브로델, 페르낭, 『물질문명과 자본주의 I-1: 일상생활의 구조 上』, 주경철 옮김 (서울: 까치, 1995), 13쪽.
- 22) 브로델, 페르낭, 『물질문명과 자본주의 III-2: 세계의 시간 下』, 주경철 옮김 (서울: 까치, 1997), 865쪽.
- 23) 김웅중, 『페르낭 브로델: 지중해·물질문명·자본주의』(서울: 살림, 2006), 165쪽.

이 자본으로 전화되기 위해서는, “아주 다른 두 종류의 상품 소유자 — 한편에서는 자기가 소유하고 있는 가치액을 증식시키기 위해 타인의 노동력을 구매하려고 갈망하는 화폐와 생산수단의 소유자와 다른 한편에서는 자기 자신의 노동력의 판매자인 자유로운 노동자 — 가 서로 대립하고 접촉하지 않으면 안 된다.²⁴⁾ 자본주의에서는 토지나 노동 그리고 심지어 정보까지도 시장교환의 대상이기 때문에 사회에는 시장교환에 등장하지 않는 것이 사실상 없다.

자본가는 생산수단을 소유하고 있다. 건물·기계류·원자재 등이 그것이다. 자본가는 또 노동력을 구매한다. 자본은 이윤을 낳는 노동이 존재하기 전에는 자본으로 사용될 수 없다. 자본주의 생산은 이것들이 결합됨으로써 이루어진다. 결국 자본주의체제로의 과정은 한편으로 사회적 생존 수단과 생산수단을 자본으로 변형하고, 다른 한편으로 직접 생산자를 임금 노동자로 변형하는 이중 과정을 통해 이루어진다.²⁵⁾ 북한의 경우 시장경제의 작동과 화폐 및 상품의 증가를 자본주의로의 이행과 결부시켜 살펴볼 경우, 우리는 생산을 위한 ‘자본’ 축적이 이루어지고 있는지의 여부, 생산수단에 대한 개인 소유가 제도적으로 합법화되었는지의 여부, 노동이 계획경제의 국가 귀속으로부터 벗어나 자유로운 상품으로 존재하는지 등을 중요한 기준으로 따져봐야 할 것이다. 따라서 현재 북한의 시장에 대한 평가는 다양한 지표의 설정을 통해 그 특수한 성격을 인식하는 것에서 시작되어야 한다.²⁶⁾

24) 최봉대·구갑우, “북한의 도시 농민시장의 진화와 사적 경제영역의 형성,” 최완규 엮음, 『북한 ‘도시정치’의 발전과 체제 변화』, 130쪽.

25) 휴버먼, 리오, 『자본주의 역사 바로 알기』, 장상환 옮김(서울: 책벌레, 2000), 205 ~ 206쪽.

26) 북한 시장이 갖는 특수한 성격의 내용에 대해서는 주요 연구자마다 다소 차이가 있으나, 대체로 여타 현존 사회주의 국가들의 경험과 구별되는 일종의 ‘특수성’

2) 관점과 구성: 일상·관계·공간

(1) 시장과 일상: 변화와 타성

① 시장일상의 세계: 개념과 범주

‘일상생활’ 세계는 인간의 기본적인 존재기반이며, 가장 근본적으로 개인과 사회를 재생산하는 행위과정이 펼쳐지는 공간이다. 따라서 일상생활세계를 본다는 것은 위로부터 주어지는 제도나 정책의 객관적 외관과 함께 인간 공동생활의 주관적인 의미, 참여자들이 스스로 사회를 체험하는 방식, 그리고 특히 사회의 비공식적이거나 혹은 엄격히 제도화되지 않는 측면에 더욱더 많은 주의를 집중한다. 이를 통해 구조의 객관적 조건과 행위의 주관적 측면이 상호작용하는 방식을 경험적으로 확인하는 것을 목표로 한다고 할 수 있다.

북한 일상생활세계에 접근하기 위해, 우선 북한 주민들에 관심을 가지며 이들이 가진 상식적인 지식과 실천에 주목한다. 물론 상층권력 집단이나 엘리트·관료들의 일상생활세계를 배제하지 않는다. 단 공식적 정책결정 활동에만 주목하기보다는 이들의 성향과 주관에 영향을 미치는 생활세계, 비공식적 관행에도 주목한다. 다음으로 외부에 있는 관찰자의 관점보다는 주민들 개인의 주관적 관점에서 일상생활세계를 이해하려고 노력하는 것이다. 즉, 그들의 경험세계, 주관적 의미 맥락, 행위를 포착하는 것이다. 끝으로 구조를 배제하고 주관적인 경험 영역만을 보지 않고 이 둘의 상호작용의 맥락을 강조한다.

을 가지고 있다는 데는 공통적이다. 양문수·김갑식, “북한 도시에서의 재화시장의 형성과 발전,” 117~118쪽; 차문석, “북한의 시장과 시장경제: 수령을 대체한 화폐,” 『담론201』, 10권 2호(2007), 107~109쪽.

시장은 구매자와 판매자를 연결시켜주는 특정한 공간이자 조직이며 제도이다. 한편 시장교환은 재화의 생산, 교환, 유통, 소비 등이 순환하는 경제구조의 한 과정이자 구성요소라고 할 수 있다. 이 시장교환의 활동을 통해 자본, 노동, 토지, 상품 등이 교환된다. 그런데 이 시장의 모든 구성 요소와 작동 과정은 인간 활동을 전제한다. 경제활동이 사회적 행위의 기초 위에서 이루어지기 때문이며, 시장교환이 사회적 교환 질서의 한 형태로서 의미를 갖기 때문이다. 따라서 시장이란 사회를 떠나 존재할 수 없으며 사회적 관계의 동기와 맥락 안에서 이해되어야 한다.

이런 측면에서 시장 일상생활에 대한 연구관심은 ‘시장’ 그 자체에만 있기보다는 시장을 통한 인간의 존재방식과 시장에서 행위하는 인간의 구체적인 주관적 경험세계에 있다. 따라서 ‘시장일상’이란 시장이라는 (지리적·사회적) 공간을 통해 자기보존과 생존을 실천해가는 구체적인 개인의 일상 활동을 뜻한다. 즉, 시장을 통해 어떻게 사람들이 자신들의 일상을 구성하고 일구어내고 있는가에 대한 관심이다. 따라서 주요한 이해 대상은 시장을 체험하는 개인의 주관적 경험세계, 시장을 통해 형성되는 생활문화, 시장이라는 공간에서 이루어지는 다양한 사회적 관계의 양상, 그리고 시장의 일상세계가 구체적으로 어떻게 사회적 변화와 연계되어 있는지에 대한 관심이다.

결국 시장 일상생활세계에 대한 연구는 시장이 작동하는 경제적 과정을 ‘설명’하기 위해 단순히 시야를 아래로 돌린다는 의미 이상으로 시장에서 일상을 영위하는 개인들의 체험과 주관, 상식세계를 ‘이해’하고, 그것이 만들어내는 사회적 관계의 양상과 문화를 ‘해석’하는 데 의의가 있다. 그런 의미에서 북한사회에서 시장의 일상생활은 이제 소수의 특정한 사람들의 경험세계가 아니다. 1990년대 이후 상층권력

집단부터 중하위 관료, 하층의 주민에 이르기까지 모두가 시장을 전유하는 일상의 세계를 영위하고 있다. 따라서 시장 일상생활세계에 대한 이해는 북한사회의 내밀한 생계심성과 시장 정서를 엿볼 수 있는 것은 물론 그것이 체제 변화에 어떠한 영향을 미치는지를 이해할 수 있는 미시적인 창(窓)이라고 할 수 있다.

② 시장일상: 변화와 타성의 영역

시장의 일상을 이해한다는 것은 시장이라는 지리적 지표면 위에 펼쳐지는 자질구래한 시장행위를 미시적인 현미경을 통해 들여다보는 것만을 의미하지 않는다. 물론 그것도 중요하지만 더욱 근본적인 관심은 그 지표 아래의 심층을 구성하고 있는 시장의 역사와 구조라는 퇴적층, 그리고 그 사이에 촘촘하게 박혀 있는 사회적 관계의 연결망들을 파악하는 것이다. 그런 차원에서 시장 일상에는 변화의 영역과 타성의 영역 모두가 존재한다. 시장교환이라는 상대적으로 ‘빠른’ 리듬 한편으로 일상이라는 오랜 관성, 즉 완만한 속도로 반복되는 ‘느린’ 물질생활의 일상사가 자리하고 있다. 이런 시장 일상이 갖는 ‘타성의 영역’은 생계에 필요한 만큼의 변화만을 허용하고 나머지는 시장경제의 움직임 속으로 완전히 들어가기를 거부하는 일상의 영역인 것이다. 그래서 시장의 일상은 변화와 타성이 만나 변주되는 장소로서 기존 질서와 새로운 질서가 경합하거나 어느 하나에 의해 한쪽이 점차 소멸되는 장소이기도 하다.

한편 시장일상의 공간은 보통 체면을 차리지 않아도 되는 익명성의 공간적 성격을 갖는다. 기존 계획경제의 질서 아래서 대부분의 주민들은 직장, 사회단체에 소속돼 개인의 사회적 위치와 생활반경이 정해진 가운데 사회경제적 삶을 살아야 했다. 그것은 곧 익명이 허용되지 않

는 사회를 의미한다. 모든 행동과 말, 표현에 대한 익명의 자율성이 주어지지 못했다. 북한에서 시장이라는 공간은 국가에 의해 ‘호명’되는 지위, 역할, 의무 등으로부터 자유로울 수 있는 익명의 개인들이 만나는 유일한 공간이라고 할 수 있다. 그것은 과거에도 존재해왔던 가족이나 동료집단, 마을 공동체 내부의 내밀한 소통이나 유대를 통해 향유되는 ‘자유’와도 다른 것이다. 이런 ‘자유’가 극도의 친밀함을 기반으로 국가의 감시를 빚거나 은밀하게 소통을 하는 것이라면, 시장에서 ‘자유’는 시장교환이라는 공통된 목적을 제외하면 개개인간 어떠한 유대나 정서적 끈을 가질 필요 없는 ‘익명성’이 공식적으로 허용되는 대중적인 공간이라는 특징을 갖는다.

이러한 시장의 ‘익명성’은 사람들의 행동과 심리 변화에도 중요하게 영향을 미칠 수 있다. 시장을 출입하는 사람들을 타산적으로 만들고 급기야는 서로 속이고 속는 경험까지 하게 한다. 그것은 기존의 사회적 관계에서 두드러지지 않았던 부분들이다. 가령 마을, 공장, 농장 등 익숙한 인간관계 틀 속에서는 서로 ‘좋은 게 좋은 거’였지만, 시장에서는 상황이 달라지는 것이다. 시장이 부여한 익명성이 현실주의적이고 개인주의적인 행동을 강화시키는 한편 사회주의적으로 설정된 도덕감, 공산주의 윤리가 시장이라는 공간 속에서는 형식적인 차원에서조차 의미를 갖지 못하게 된다. 이것은 집단적으로 설정된 공동체 생활에서의 ‘관계’ 의식에도 영향을 미친다. 그리고 최소한 시장이라는 공간 안에서는 개인적 욕망이나 물질적 욕구를 드러내는 것이 더는 부끄럽지 않게 된 것이다.

그런 의미에서 시장일상은 시장이라는 ‘익명’의 세계와 사회주의적 삶이 요구하는 ‘기명’의 집단적 삶이라는 기존 질서와의 단절과 연속을 함께 품고 있다. 이 둘 사이에는 긴장도 있지만 친화적 결합도 존재

한다. 이것은 시장 일상의 경제적 삶과 사회적 삶의 만남, 즉 주민들의 경제심성과 생계활동이 기존 사회질서와 만나 타협하고 조정되는 공간이다. 주민들은 시장이 주는 익명성과 시장을 벗어난 집단적 삶을 오가며 일상을 영위하게 된다. 익명의 시장관계에서 기명의 사회적 관계 속으로 미끄러져 들어오는 일상을 반복하며 살고 있는 것이다. 이것은 시장이 기존 계획경제의 집단적이고 규율화된 노동일상이나 생활 리듬과는 다른 시장의 리듬과 자율성을 부여하는 역할을 하고 있음을 뜻한다.

(2) 시장과 사회적 관계

① 시장일상과 사회적 교환형태

시장의 일상생활을 본다는 것은 관점과 분석수준 모두에서 일상에 서 펼쳐지는 구체적인 사회적 관계를 포착하고 이해한다는 것을 의미한다. 한 사회에서 시장교환은 ‘호혜’나 ‘재분배’와 같은 다른 사회적 교환형태와 공존한다. 모든 사회적 교환형태들은 일정한 사회적 관계의 내용과 형식을 담고 있다. 시장교환도 사회적 관계의 산물로서 다양한 사회적 교환형태 중 하나이다. 시장경제가 발달한 사회에서도 시장교환은 지배적일 수는 있지만 독자적이지 않다. 호혜와 재분배 같은 다른 교환 형식과 공존한다. 북한에서도 제도로서의 시장이든, 장소로서의 시장이든 모든 시장교환의 중심에는 사회적 관계가 중요한 동기와 배경, 변수로 작용한다.

이런 관점에서 봤을 때, 시장에서의 사회적 연결망이라는 것도 위치, 공간, 인정, 권력, 지위 등 집단과 개인을 둘러싼 사회구조적 측면으로 파악할 필요가 있다. 순수하게 ‘교환’의 징표만 있는 공간으로

본다면 그 교환이 내포하고 있는 사회적 맥락을 간과하게 된다. 모든 시장의 행위자들은 특정한 지리적·사회적 위치와 공간, 그리고 그곳에 내재하고 있는 권력과 지위질서라는 공간적 구조 속에서 판단하고 실천하게 된다. 하나의 단순해 보이는 시장 일상도 특정의 사회적 맥락에서 자유롭지 못한 것이다. 즉, 시장교환에 내재해 있는 행위동기와 방법, 결과가 사회적 맥락 안에서 해석되어야 하는 것이다. 따라서 중요한 것은 시장교환 자체라기보다는 시장교환을 수용하는 개인과 사회, 그리고 사회적 관계의 변화이다.

② 시장일상과 사회적 정체성

작고 국부적인 자급 경제나 전근대적 ‘자연경제’, 그리고 폐쇄적인 경제 등에서는 물질적 교환은 대부분 특정한 사회적 관계, 즉 특정 사회적 정체성(identity)을 동반한다.²⁷⁾ 그 사회의 정치도덕적 가치와 권력의 위계적 구조, 물질적인 재분배 체계가 사회적 관계에 주요하게 개입한다. 중앙 재분배를 ‘심장’으로 하는 계획경제의 물적 순환도 공식·비공식적 위계, 지위, 호혜의 다양한 원리를 내장한 채 이루어졌다. 따라서 실질적인 물적 순환의 과정은 ‘익명’적이지 못했다. 위계, 지위, 호혜의 인격성을 요구하기 때문이다. 그것은 곧 정치적 지배관계가 물질적인 재분배 체계의 작동에 중요한 요소였음을 말한다. 경제의 정치화는 그런 의미에서 정치적 지배질서를 내장한 경제적 관계를 의미한다.

반면에 순수하게 경쟁으로 이루어진 시장에서의 교환은 거래되는 재화 자체에 정치도덕적 가치나 권력의 위계와 같은 사회적 정체성을

27) 이재혁, “‘개인’, 호혜성, 그리고 근대 시장,” 『사회와 이론』, 통권 제5집 2004년 2호(한국이론사회학회), 97쪽.

부여하는 것을 거부하는 경향을 갖는다. 시장에서 구매자와 소비자는 서로 사회적 위치에 대해 알거나 거기에 동의할 필요가 없다. 즉, 거래자 간 정치적 관계 내지 문화적 일치 등을 전제하지 않고 이루어진다.²⁸⁾ 그래서 시장의 분업과 교환, 생산과 소비 등의 과정은 사회적 정체성이 익명화된다는 것을 의미하고, 그것이 시장의 미세 조정의 조건이 된다는 점에서 정치적 다원주의를 가능케 하는 조건으로 보기도 한다.²⁹⁾

그런 측면에서 북한 시장에 대한 이해는 사회적 관계 차원에서 개입하는 다양한 사회적 담론과 권력관계의 수준을 파악하는 속에서 이루어질 필요가 있다. 그것은 기존의 사회적 질서와 권력관계가 시장과 어떠한 관계에서 유지 또는 변화되고 있는가를 보는 것이기도 하다. 시장 또는 시장교환이 기존의 지배적 사회적 관계를 변화시키는지, 아니면 새로운 방식으로 전유되고 있는지를 볼 필요가 있다. 여기서 사회적 관계의 변화란 지배체계의 작동을 가능하게 했던 물질적·정치적 재분배 체계와 도덕담론이 어떻게 시장을 수용하고 전유해내느냐와 결부되어 있다. 그런 면에서 북한사회 각 층위에서 나타나고 있는 시장에 대한 ‘전유’ 방식과 그로부터 파생되는 ‘현상’들에 주목해야 한다. 이러한 전유 방식과 파생 현상들은 시장의 일상생활을 통해서 발견되고 의미화될 수 있다.

28) 위의 글, 97쪽.

29) 위의 글, 98쪽.

(3) 시장과 사회적·지리적 공간

① 시장일상과 사회적 공간

사회적 공간(social space)³⁰⁾은 ‘관계자본(relational capital)’³¹⁾의 양, 자본의 구조, 그리고 이 두 특성의 시간적 변천 등을 통해 분화된 개인들로 구성된다. 북한의 시장 역시 사회적 공간 차원에서 볼 경우 시장 행위를 다양한 각도에서 의미를 부여해볼 수 있다. 시장에서 이루어지는 ‘교환’은 모든 사람들에게 똑같은 의미를 갖지 않는다. ‘관계자본’을 많이 가지고 있는 사람과 그렇지 않은 사람의 시장교환 행위가 갖는 일상적인 경제생활에서의 사회적 의미가 다르다. 관계자본의 소유 정도가 보여주는 사회적 삶의 차이는 시장 일상을 통한 경제생활의 차이이기도 하다. 절박한 생계수요 차원에서 이루어지는 시장교환부터 생계수요 이상의 좀 더 많은 사회적 욕구를 충족시키는 시장교환까지, 이 모든 것들은 사회적 공간이 요구하고 부여하는 관계자본의 공급과 수요, 사회적 관계의 위계적 질서를 반영한다.

따라서 시장 및 시장교환은 관계자본의 소유 정도, 관계자본을 분

30) 사회적 공간은 분화된 위치들의 구조로 이루어져 있다. 개인들은 이 분화된 위치들 속에 사회적 관계를 맺는다. 이 위치는 개인들이 소유한 특정한 자본의 종류와 개인이 속한 사회적 관계의 장(場, champ, field)이 요구하는 자본의 종류에 따라 분화된다. 사회적 공간은 제도화된 권력 수단인 다양한 자본의 소유로 위계질서화된 공간인 것이다. Bourdieu, Pierre, *Practical Reason: On the Theory of Action*(California: Stanford University Press, 1998), p.15.

31) ‘관계자본(relational capital)’은 정치, 경제, 사회영역을 관통하는 사회적 관계의 그물망을 형성하는 데서 개인에게 중요한 역할을 하는 자원(resource)을 의미한다. 이 자본들은 사회적 관계 구성에 중요한 역할을 한다는 점에서 총칭해 ‘관계자본’이라고 정의할 수 있다. 관계자본은 크게 정치자본, 사회자본, 문화자본, 경제자본, 상징자본, 관료자본 등으로 구성된다. 홍민, “북한의 ‘관계자본’ 교환구조와 시장교환의 전유,” 『현대북한연구』, 9권 3호(2006), 57쪽.

배하는 사회적 과정, 이를 통해 만들어진 사회적 위계에 따라 각 개인에게 다르게 전유된다. 다만 표면적으로는 시장교환이라는 형식만 드러나지만 그 속에는 한 사회의 불평등과 위계적인 질서의 동학이 내장되어 있다. 북한에서의 개인도 사회적 공간에서 자신의 위치에 따라 ‘시장교환’을 전유하는 방식이 다르다. 그런 의미에서 시장 일상세계에 대한 연구는 시장 일상에서 펼쳐지는 관계자본의 교환 양태를 미시적으로 파악할 수 있는 연구통로이다. 즉, 어떠한 관계자본이 경제적 삶에 중요한 것이며, 이것을 획득하기 위해 구체적으로 시장 일상 세계에서 어떻게 행위하며, 그러한 총체적인 과정이 북한사회의 사회적 질서를 어떻게 드러내고 있는가를 보는 것이다.

북한에서 관계자본은 위계화된 사회질서와 제도 속에서 사회적 불평등을 재생산하는 역할을 해왔다. 수령 또는 국가가 독점적으로 분배하는 정치자본, 특권적 간부계급들의 정치자본을 통한 경제자본화, 문화자본을 통한 지배집단의 세습적 계급 전유, 상징자본을 통한 지배의 정당화 등이 존재하는 사회인 것이다. 북한 시장일상에 대한 연구는 1990년대 이후 시장의 확산 속에서 이러한 다양한 자본들이 일상이라는 구체적 공간에서 어떻게 중요도가 변화되었고 어떻게 교환되고 전유되며 경제적 삶에 영향을 미치는가를 파악하는 데서 중요하다. 나아가 관계자본의 교환 형태와 내용의 변화가 북한체제의 변화와 어떻게 연계되어 있는가를 살펴보는 데에도 중요하다.

② 시장일상과 지리적 공간

시장은 지역 또는 전체 사회를 공간적·시간적으로 시장교환이라는 끈을 통해 한데 묶는 역할을 한다. 여기서 ‘공간적’이라는 말은 지리적인 거리뿐 아니라 경제적인 거리와 인구의 수(數)까지를 포함한다.

시간적으로는 판매자와 구매자를 한 장소로 모아 시장교환의 시간적 일치를 만들어낸다. 시장은 분리되어 있는 것처럼 보이는 개인들이나 마을들, 도시들을 서로 연결시켜 전체 사회와 닿게 하는 역할을 한다.³²⁾ 중요한 것은 이들을 만나게 하는 것이 국가에 의한 배치나 규율, 의무 부여 등이 아닌 생계수요와 시장교환이라는 목적에 의해서란 점이다. 이제 지리적 공간이 국가에 의해 일방적으로 점유되고 통제되던 것에서 개인들의 일상적 시장 활동을 통해 점유되는 공간으로도 의미를 갖게 되는 것이다. 따라서 시장 일상은 개인들의 주관적인 지리적 체험과 국가의 지리적 통제가 만나는 지점에서 ‘해석’되어야 하는 지리적 공간으로서도 의미를 갖는다.

시장을 세 가지 차원의 공간적 사고(spatial thinking)를 통해 살펴볼 수 있다. 첫째, 위치적 사고(thinking about locations)이다. ‘위치란 지표면상의 절대적 위치로 표현할 수 있다. 절대적 위치는 물리적으로 고정된 시간과 공간 축 위의 좌표를 위미한다. 누구나 공통적으로 인식할 수 있는 객관적인 위치를 말한다. 인간은 태어나면서부터 절대적인 위치를 부여받는다. 이 위치 속에서 인간은 자신을 둘러싼 환경적 요소들과 관계를 맺으면서 의식과 다양한 경험세계를 구성한다. 그렇기 때문에 인간의 다양한 삶의 양상에 대한 이해는 그들의 삶이 토대로 삼고 있는 위치에 대한 이해에서 비롯되어야 한다. 위치에 대한 이해는 지리적 현상과 그 위치에 거주하는 인간의 삶을 이해할 수 있는 실마리가 되는 것이다.’³³⁾

가령 북한의 시장들을 크게는 동북아, 작게는 국내적인 지리적 위치 속에서 파악하는 것이다. 이는 북한에 존재하는 시장들이 갖는 기

32) 정승모, 『시장으로 보는 우리 문화 이야기』, 18쪽.

33) 전종한·서민철·장의선·박승규, 『인문지리학의 시선』(서울: 논형, 2008), 38쪽.

능상의 어떤 동질성을 추출해내는 것 이상으로 지리적 위치가 부여하는 특정 공간의 정치경제적 맥락의 차이도 인식해야 함을 뜻한다. 이러한 ‘위치’로서의 시장 인식은 좌표상의 절대적 위치를 포함해서 시장 주변의 지리적 환경을 객관적인 방식으로 조사하는 것이다. 지형, 지질, 기후, 자연생태, 광물자원, 수자원, 교통, 거주조건 등이 이에 속한다. 이를 통해 절대적 좌표상의 특정 시장이 주변의 자연지리적 조건 속에서 어떤 특성을 갖게 되는가를 이해하는 것이다. 이는 지리적 조건에 의해 특징화되는 시장에서의 주요 거래품목, 주요 생산물, 주요 산업, 이동경로, 이동시간, 경제적 삶의 조건, 전체 시장 위계 속에서의 위상 등을 살펴보는 것이다.

둘째, 장소적 사고(thinking about place)이다. ‘장소’는 구체적인 위치를 기반으로 하면서도 인간의 삶과 무관하게 존재하는 물리적인 지점이 아니다. 그래서 ‘장소’는 절대적인 위치를 나타낸다고보다는 상대적인 위치로 표현한다. 동일한 위치 속에 있다고 하더라도, 또 객관적이고 절대적으로 주어진 위치라고 할지라도, 각 개인들은 자신만의 의미 세계를 만들어가면서 절대적인 위치를 상대화시키고, 인간적인 장소로 변화시킨다.³⁴⁾ 그런 점에서 장소는 일상생활과 밀접한 관계를 갖는 개념이다. 한 장소 속에 거주하는 인간은 자신이 처한 장소와 지속적으로 상호작용을 한다. 이 과정에서 인간의 개인적, 집단적 자아의 형성에 장소가 관여한다.

그런 점에서 일상생활은 끊임없이 ‘장소’를 소비하며 유지된다. 일상생활을 구성하는 사람이나, 사물, 그리고 다양한 활동과 마찬가지로 각 장소는 사회적 관계에서 핵심적인 부분을 이룬다. 본질적으로는

34) 전종한·서민철·장의선·박승규, 『인문지리학의 시선』, 40쪽.

동일한 ‘나’이지만 집, 직장, 시장 등 장소에 따라 ‘나’는 다양한 사회적 관계에 부합하는 ‘나’로 재구성되고 연출된다. 바로 ‘장소’를 사회적 관계를 통해 소비하는 것이다. ‘장소’ 차원에서 볼 때, 각 개인들은 시장이라는 장소를 소비하며 그곳에서 주관적 경험세계를 형성하고 정체성을 구성한다. 따라서 북한의 시장일상을 ‘장소’ 차원에서 이해한다는 것은 시장을 그들의 사회적 관계와 주관적 경험세계 속에서 장소적으로 소비함으로써 그들 나름대로 시장을 전유하는 실천을 ‘해석’하는 것이다.

셋째, 관계적 사고(thinking about connections)이다. 지표 상 전체를 구성하는 각 부분들 간의 상호관계, 가령 장소와 장소의 관계, 지역과 지역의 관계, 시장과 시장의 관계 등을 통해 지표 위의 현상들을 이해하려는 사고이다. 또는 지리적 현상을 역사적 배경이나 사회적 맥락 속에서 이해하려는 사고이다. 이런 관점은 지리적 공간의 특징이라는 것이 그 자신의 독자적 산물이 아닌 여러 요소들과의 ‘관계’ 속에서 형성되는 것이라고 보고 ‘관계’ 속에서 특징을 파악하려는 태도이다. 가령 한 지역의 상업면이 주변의 상업면과 갖는 관계, 정치적으로는 ‘중앙-지방’ 또는 ‘지방-지방’ 관계에 함축된 지리적 맥락, 각 시장에 스며있는 역사를 지리적 차원을 통해 보는 것이다. 이것은 지리적 공간도 사회적으로 생산되어진 공간이며 이 속에 내재하고 있는 정치나 권력 관계가 중요하다고 보는 관점이다.

2. 시장 일상세계의 구성과 주제 영역

북한 시장일상의 연구는 거시-미시와 같은 ‘관찰배율’도 중요하지

만 시장일상을 어떠한 목적과 방식에서 분석적으로 구성할 것인지도 중요하다. 여러 목적과 이유에 따라 연구전략상 관점, 분석수준, 주제, 시기, 자료 등이 다양하게 채택될 수 있다. 또한 사실들을 복원·재현하는 ‘설명’에 무게를 둘 것인가, 사람들의 주관적인 일상의 체험 그 자체를 ‘이해’하는 것에 목적을 둘 것인가도 중요한 선택의 문제이다.

1) 시장 일상생활의 구성과 의미 해석

(1) 시장 일상생활의 구성

① 개인: 체험과 주관세계의 이해

일상생활 연구에 대해 갖는 통념 중 하나는 그것이 ‘미시적’이고 ‘개인’만을 관심의 대상으로 삼는다는 것이다. 이 둘은 관찰배율과 분석수준의 문제와 관련이 있다. 결론부터 얘기하면 일상생활 연구는 모든 관찰을 ‘미시적’으로만 보는 것도 분석수준을 ‘개인’에만 맞추는 것도 아니다. 일상생활 연구는 크게 관점과 주제영역으로서 의미를 갖는다. 관점으로서 일상생활 연구는 기존의 거대하고 추상적인 관점에서 좀 더 현실적이고 구체적인 행위 차원에 초점을 맞춘다. 또 주제영역으로서 일상생활 연구는 그러한 행위 차원에서 이루어지는 실천과 관계 등을 주요한 주제로 삼는다. 그것은 새로운 패러다임의 제시가 아니다. 기존의 거대 변동, 운동 법칙, 구조적 관점에서 바라보던 주제들을 좀 더 행위 차원에서 관찰하고 해석하는 것이다. 따라서 결코 구조나 거시적인 것에 반하는 것이 아니라 같은 주제에 대한 다른 각도의 응시이며 일상생활에 대한 분석을 충분히 반영한 구조나 거시에 대한 관심을 지향한다.

따라서 일상생활 연구는 ‘관찰배율’의 측면에서 일상을 미시적인 행위 차원에서 포착할 수도 있고 거시적인 배율에서 제도나 규범 등 좀 더 큰 조망 아래서 볼 수도 있다. 그것은 다만 관찰배율의 문제일 뿐 일상이 곧 미시적인 것이 아니다. 또 일상생활 연구는 ‘분석수준’의 측면에서 일상을 개인의 시각과 주관 속에서 볼 수도 있고 지역, 도시, 집단, 공동체, 국가 등 다른 분석수준에서 볼 수도 있다. 그것은 연구목표와 주제에 따른 연구전략 상의 설정일 뿐 일상생활 연구가 반드시 개인을 통해서만 연구해야 한다는 것은 결코 아니다. 여기서 관찰배율은 동일한 연구대상에 대한 눈높이에 해당하고 분석수준은 ‘분석적 용기’에 해당할 뿐이다.³⁵⁾ 연구목표와 주제에 따라 눈높이는 다양하게 조절되고 분석수준도 다양하게 선택될 수 있을 것이다.

이런 연속선상에서 다음과 같은 오해도 존재한다. 일상생활에 대한 학문적 접근은 ‘하층계급’을 대상으로 한다는 것이다. 이럴 경우 관점과 해석에서 다음과 같은 함정에 빠질 위험성이 있다. 우선 관점에서 ‘하층’이나 ‘일반대중’에 연구관심을 한정할 경우, 사회를 총체적으로 보는 데 부적절하다. 일상은 모든 인간에게 존재하는 실존의 기본 토양이다. 일상생활을 지도자, 관료, 인민 등 모든 사회 구성원에게 해당되는 공통된 존재론적 근거로 봐야 한다. 그래야만 일상생활이라는 창(窓)을 통해 사회 각 수준에 접근이 가능하고 전체를 관통하는 공통된 관심 영역을 갖게 된다. 다음으로 ‘해석’의 측면에서 ‘하층’, ‘일반대중’에만 한정할 경우, 사회를 일정한 계급적 위계나 지배구조의 위계로 상정하게 되고 일상생활의 영역은 사회를 총체적으로 인식하는 창으로서의 의미보다는 제한적인 ‘계급적’, ‘지배 스펙트럼’의 틀에

35) 윌러스틴, 이매뉴얼 외, 『사회과학의 개방』, 이수훈 옮김(서울: 당대, 1996), 112쪽.

간히게 된다. 결국 일상생활 연구는 모든 행위자들을 연구대상으로 한다. 다만 연구목표와 중심주제에 따라 ‘개인’을 보는 관점과 해석의 각도가 다를 뿐이다.

그러므로 북한 시장일상에 대한 연구에서 ‘개인’이라는 분석수준은 특정 계층·계급이 아닌 시장 또는 시장교환을 영위하는 모든 사람들을 연구대상으로 삼을 수 있다. 다만 이 경우 분석수준이 연구목표, 주제, 이론적 문제와 조응해야 한다. 가령 연구목표와 주제가 시장에 대한 객관적 실태와 사실 확인이라는 차원에서 이루어진다면 ‘개인’이라는 분석수준은 개인들을 통해 경험적으로 확인되는 사실들을 ‘설명’하는 것에 초점이 맞춰져야 한다. 한편 시장을 경험하는 개인의 주관세계에 대한 해석 자체를 목적으로 하는 경우, 그들의 경험과 의식세계에 대한 ‘해석’에 맞는 이론적 도구나 방법을 동원해야 한다. 전자의 경우 개인들이 시장에서 구매하고 소비하는 품목, 거래 과정, 만나는 사람들과의 관계, 법적·제도적 제약 등을 사실 차원에서 재현·복원하는 것이 될 것이다. 후자의 경우는 시장이란 공간, 제도, 조직 등이 개인들에게 어떻게 체험되고 의미화되는가를 살펴보는 것이다. 시장 일상을 영위하는 개인들의 행위 동기와 생계윤리, 의사소통의 방식과 관계 정서 등이 여기에 해당될 것이다.

② 관계: 사회적 관계의 ‘장(場)’으로서의 이해

일상생활에 대한 학문적 관심은 새로운 패러다임이라기보다 일상에서 행위하는 행위자들에 대한 하나의 독특한 조망이자 좀 더 많은 관심이다. 즉, 여러 종류의 기관(당조직, 행정기관, 학교, 공장, 농장 등)이나 여러 형태의 공동체(가족, 마을, 사조직 등), 또는 우리가 일이나 여가를 통해 경험하게 되는 다양한 상황에서 일어나는 순전히 기계적이지

않은 모든 것들을 다루는 하나의 방법인 것이다. 요컨대 일상생활의 사회과학적 접근은 이른바 인간의 사회적 관계와 관계되는 모든 것과 연관된다고 할 수 있다.³⁶⁾ 따라서 북한의 시장일상에 대해 연구한다는 것은 시장이라는 공간, 조직, 제도 등에서 펼쳐지는 모든 사회적 관계에 대한 관심이다.

이런 점에서 시장 일상생활에 대한 연구는 시장이라는 공간을 인간과 인간이 만나 사회적 관계가 형성되고 또 그것이 여러 이유로 인해 변화되는 역동적인 장(場)으로서 이해하게끔 한다. 장소로서든 제도로서든 시장은 사회적 공간으로서 의미를 갖는다. 사회적 공간에는 각 개인의 관계자본 소유 정도와 사회가 필요로 하는 자본의 유형에 따라 개인들이 분화되어 위치하게 된다. 북한의 시장이란 공간도 이처럼 사회가 요구하고 사람들이 욕구하는 관계자본이 교환되고 이로부터 사회적 관계의 일정한 유형이 형성되고 변화하는 공간이다. 따라서 우리가 관심을 가져야 하는 것은 시장이라는 관계의 장을 통해 어떻게 관계자본의 불평등한 분배와 소비가 일어나고 이로써 사회구조상의 불평등과 권력의 질서가 형성되고 변화되는지를 보는 것이다.

따라서 ‘관계’를 중심에 놓고 본다는 것은 시장 일상의 공간에서 어떻게 사회적 관계가 형성되고 변화되는지를 보는 한편, 그러한 관계들이 어떠한 사회적 교환의 내용과 형태를 통해 이루어지는지를 보는 것이다. 가령 물자의 구매와 소비라는 교환과정 속에 사회적 관계의 다양한 요소들로서 뇌물, 충성, 체면, 인정, 연줄, 보호, 호혜, 권력 등이 어떻게 개입하고 있는지를 보는 것이다. 이로써 단순히 시장교환의 행위 자체만을 확인하는 차원이 아니라 시장교환에 묻어 있는 다양한

36) Maffesoli, Michel, “The Sociology of Everyday Life: Epistemological Elements,” *The Sociology of Everyday Life, Current Sociology*, vol.37, no.1(spring, 1989), p.1.

사회적 관계의 요소들을 함께 파악해보는 것이다.

③ 문화: 문화 형성의 ‘장’으로서의 이해

1990년대 이후 시장을 통한 생계활동이 보편화되면서 일상적인 시장 활동을 통해 형성되는 시장 또는 장터 문화도 중요한 연구주제로 부상하고 있다. 이러한 시장 또는 장터 문화가 갖는 중요성은 그것이 북한사회에서 과거에는 존재하지 않았거나 눈에 띄지 않았던 것들이란 점이다. 과거 대부분의 사람들은 제도와 규율의 틀 내에서 직장이나 기관, 조직, 가정 등에서 일상생활을 영위해왔다. 물론 이러한 제도와 규율의 틀 내에서도 공과 사를 연결하는 일상생활이 분명 존재했다. 그러나 시장은 기존에 없던 일상의 새로운 공간이자 직장이나 소속 조직에서의 규율과 통제와는 다른 질서로서 존재하는 공간이다. 이곳에서 사람과 사람이 행하는 상호작용과 언어적 소통은 다른 문화적 내용을 갖는다. 즉, 생계가 목적이 된 사적인 욕구와 시장교환이라는 개인 자율이 어느 정도 포함된 비형식적 대면이 이루어진다. 이것은 국가가 주입하고 유포하는 공식 문화와는 그 내용과 전유 방식에서 다른 질감을 갖는 것들이다.

한편 1990년대 이후 주민 유동성이 증가함에 따라 주민들 사이의 정보유통도 활성화되고 다양화되어왔다. 정보의 유통경로도 시장유통의 동선을 따라 도시와 도시, 지역과 지역, 국내와 국외를 연결하는 좀 더 광범위한 형태를 띠고 있다. 시장교환을 매개로 정보유통의 경로가 확대됨에 따라 각 지역 사이의 문화적 소통들이 자연스럽게 이루어지고 있다. 이것은 직접적으로는 외부로부터 들어오는 다양한 물질적·문화적 상품들에 대한 소비와 수용으로 연결된다. 그러한 소비와 수용의 과정은 문화적 태도에도 영향을 미칠 수 있다. 상품에 대한

소비에 그치는 것이 아니라 도구적 사용 이상의 문화적 내용물로 그것을 수용하는 태도를 갖게 되는 것이다.

즉, 시장에서의 일상적 활동과 접촉을 통해 새로운 의사소통의 문화가 형성되고, 외부로부터의 정보유통에 의해 외래 및 이질적 문화에 대한 체험이 증가했으며, 이런 접촉과 체험은 정서와 대중여론 등에 영향을 미칠 수 있다. 또한 시장이 주요 생계의 근거지로 자리 잡음에 따라 기존의 노동과 직장에 대한 태도, 부와 소유관념에 대한 태도, 국가나 지도자 그리고 관료 등에 대한 태도, 집단적 사고 등에 대한 문화적·정서적인 태도에도 변화가 나타나고 있는 측면도 시장 일상을 통해 확인해볼 수 있다. 또한 시장은 기존의 계획경제의 틀 속에서 형성되었던 ‘관계문화’에도 변화를 가져온 측면이 있다. 시장 일상세계에 대한 연구는 바로 이러한 문화적 태도의 변화를 감지할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 따라서 ‘문화’를 분석의 초점으로 삼을 경우 이러한 문화적 태도와 정서, 심성의 변화 등 의식세계의 변화 측면에서 문화를 다룰 수 있으며, 한편으로 물질적인 생활 문화에서 나타난 변화도 살펴볼 수 있다.

또한 ‘문화’라는 관점에서 시장 일상생활의 연구는 시장 행위자들과 그것을 통제·관리하는 국가가 접촉하면서 만들어내는 문화에도 관심을 가질 수 있다. 그 접촉면에서 만들어지는 다양한 ‘관계문화’가 북한사회의 변화를 감지할 수 있는 부분이기 때문이다. 여기에서는 행정적 감시와 경제생활의 일탈이 ‘범죄’라는 문화적 행태로 포착될 수도 있다. 시장 일상에서 포착되는 ‘범죄’는 크게는 국가와 사회가 접촉하는 지점에서 발생하는 마찰이나 갈등의 측면으로 볼 수도 있지만, ‘범죄’의 내면에는 국가나 제도적 제약에 대한 생계심성, 사회적 태도와 역할모델의 변화 등 역동적으로 변화하는 사회적 정체성이 담

겨져 있다. 따라서 시장 일상생활의 연구는 이러한 문화적 태도에 대한 관심을 통해 변화하는 사회경제적 환경과 심리적 과정 사이의 관계를 포착해낼 수 있다.

(2) 시장 일상생활의 의미 해석

① 보편적 실태와 이례(異例)의 발견

북한의 시장 일상생활을 연구는 다양한 자료를 통해 접근할 수 있으나 대체로 탈북자 인터뷰를 통한 질적 연구가 큰 비중을 차지한다. 이들을 통한 조사는 크게 객관적 사실 확인을 통한 보편적 실태를 ‘설명’하는 것과 행위자들의 주관적 경험세계를 ‘이해’하는 차원에서 활용될 수 있다. 물론 탈북자 인터뷰를 통한 접근에는 ‘대표성’의 문제와 ‘전형성’의 문제가 제기될 수 있다. 그러나 개인들의 주관적 경험세계를 통해 접근하는 방식이 단편적 사례의 조각만을 모으는 과정으로 치부될 수는 없다. 이들의 체험과 의식세계, 가치 등은 양적 지표로 환원될 수 없는 사회와의 상호작용을 통해 구성된 것이란 점에서 ‘본원적 사회성’이 내재한 텍스트로서 충분한 분석 가치를 갖는다.³⁷⁾

시장 일상생활을 분석하는 데는 두 가지 접근방식을 생각할 수 있다. 시장 일상과 관련된 특정 주제에 해당하는 탈북자의 구술을 통해 보편적 실태를 파악하는 방식과 다른 하나는 북한의 공식문헌의 주장과 내용을 탈북자를 통해 확인·검토하면서 주민들의 일상생활의 차원에서 ‘예외적 정상(the exceptional normal)’³⁸⁾이나 ‘이례(異例: anomaly)’를

37) 이희영, “사회학 방법론으로서의 생애사 재구성: 행위이론의 관점에서 본 이론적 의미와 방법론적 원칙,” 『한국사회학』, 제39집 3호(2005년), 127~128쪽 참조.

발견하는 방식이다. 전자의 경우는 북한의 공식문헌이나 매체에서 다루기를 기피하거나 언급하지 않는 시장의 구체적 현실을 파악하는 데 필요하다. 후자는 북한이 공식문헌이나 주장을 통해 설명해왔던 체제의 모습을 역으로 그것에 반하는 일상적 사례를 발굴해냄으로써 이면에 존재하는 사회적 긴장의 모습을 파악하는 것이다.

따라서 가급적 주제에 대한 질문을 세분화하고 주제 특성에 맞게 탈북자를 구성하는 것이 중요하다. 시장 일상과 관련한 특정 주제에 대한 면접조사는 첫째, 특정 상황(사건)에 대한 조사가 있고, 둘째, 특정 지역이나 조직의 내부사정(공간)에 대한 조사가 있고, 셋째, 특정 시기(시간)의 전반적 실태를 알기 위한 것으로 나눌 수 있다. 이 셋을 서로 긴밀하게 연계시켜 면접지를 구성하는 것이 중요하다.³⁹⁾ 중요한 것은 특정 주제에 ‘다자점 관점(multiview)’이 충분히 반영될 수 있게 가급적 양적으로 두터운 면접층을 구성해 보편성을 획득하는 것도 중요하지만, 보편적 사례로 보기는 힘들지만 질적인 차원에서 특정 상황, 사건, 에피소드를 통해 심도 있게 시장 일상에 내장되어 있는 긴장

38) 일회적이거나 아주 극소수의 사례이지만, 노골적인 갈등의 모습을 함축하는 사례를 통해서 공식 담론 뒤에 항상 존재하고 있으나 다만 간헐적으로 문헌에서 가시화될 뿐인 사회적 긴장관계를 발견해내는 것이다. 가령 예를 들어 북한에서 특정한 소규모 공동체나 집단, 개인, 사건에 초점을 맞추으로써 거대한 사회구조 내에서 개인적 틈새를 탐색하고 또는 사회문화적 체계의 모순들을 관찰함으로써 북한 주민의 일상에 대한 적응방식은 물론이고 그들이 겪는 ‘역할 긴장’의 면모를 통해 사회관계의 특징을 발견해내는 것이다. 슬룸봄, 위르겐(Jurgen Schlumbohm), “미시사- 거시사,” 위르겐 슬룸봄 엮음, 『미시사와 거시사』, 백승중 외 옮김(서울: 궁리, 2001), 44쪽.

39) 이런 연구의 대표적 사례로는, 최완규 엮음, 『북한 ‘도시정치’의 발전과 체제 변화』(서울: 도서출판 한울, 2007); 최완규 엮음, 『북한 도시의 위기와 변화』(서울: 도서출판 한울, 2006); 최완규 엮음, 『북한 도시의 형성과 발전』(서울: 도서출판 한울, 2004)을 들 수 있다. 이 연구에서는 탈북자 면담을 토대로 특정 지역(도시), 특정 시기별, 특정 주제별로 접근하고 있다.

들을 포착하는 것도 중요하다.

② 개인사와 국가사의 비교

한 개인이 태어나서 현재까지 살아온 경험을 현재로 불러내어 서술하는 것을 말한다. 다시 말해 생애사(life history)는 개인적 서술로서 면접 대상자의 개인적 경험과 자신과 타인들과의 관계를 주제로 하는 자기성찰적인 1인칭 서술이다. 이 경우 개인의 특정한 인생 경험을 생생하게 소회하는 것을 일관된 시점 속에서 연대기적으로 들을 수 있는 장점과 함께 그와 결부된 가족사의 족적도 함께 볼 수 있다. 이런 접근을 통해 개인사와 국가사 사이의 긴장과 모순을 통해 사회적 변화의 미시적 양태를 파악할 수 있다.

이러한 생애사적 접근은 시장 일상생활을 이해하는 데서도 중요하다. 한 개인의 생애사 궤적에서 경제적 삶이나 시장의 일상이 어떻게 그들 인생 회고를 통해 의미화되고 해석되는가를 보는 것이다. 이것은 생애사적 접근이 시간에 따른 삶의 과정과 역사적·문화적 맥락에서 삶의 과정에 대한 해석을 보여주기 때문이다. 이런 접근의 장점은 시장 일상에 대한 한 개인의 특정 시기 경험세계를 듣는 것으로 그치지 않고 인생의 전반적 맥락 속에서 시장이 어떻게 의미화되어 왔는가에 관심을 갖는다는 점에서 심성의 장기지속적 과정을 파악해볼 수 있다는 데 있다.

③ 국가통제와 주민 심성

북한주민들이 시장 일상을 경험하는 심리적 태도에 대한 질문에 초점을 맞추는 경우이다. 이 경우 면접 대상자가 경험했던 지역 시장에서 매일매일의 일상을 꾸려가며 느꼈던 생각과 일상에 대한 태도를

엿보는 것이다. 우선 기본적으로 시장 활동을 통한 하루 일과의 시간적 구성과 공간적 이동경로, 대면적 관계의 망 등을 살펴보는 것이다. 시장 일상에서 주민 대다수가 공통적으로 느끼고 실천하는 삶의 기대와 태도를 파악하는 것이다. 이를 통해 국가의 기대나 통제를 어떻게 수용하는지 또는 그들만의 일상적 삶의 질서가 어떻게 구성되는지를 이해하는 것이다.

이를 위해서는 대다수 주민의 생존방식과 적응전술, 본능적 방어에 세계에 대해 깊은 이해가 필요하다. 북한 주민을 원자화되고 순응화된 개인으로 보는 시각에서 그들이 삶을 어떻게 구성해왔느냐 하는 능동적 측면에서 보는 것이다. 눈으로 보이는 저항뿐 아니라 그들의 심성이 발현하는 ‘본능적 방어’의 행위양식과 심성(mentalité)⁴⁰⁾을 보는 것이다. 가령 시장과 시장을 벗어난 공간 사이에서 어떻게 이들이 ‘역할연출’ 또는 ‘역할긴장’⁴¹⁾을 갖는지 이해하는 것이다. 이는 시장이 이들의 사회적 역할 인식에 어떠한 영향을 미치고 있는가를 파악하는 것이기도 하다. 또 시장을 통한 일상적 삶이 부여한 시장 ‘아비투스(habitus)’의 존재 여부를 파악하는 과정이기도 하다. 즉, “행위자로 하여금 끊임없이 변하는 상황에 적응해 무한한 관습을 산출해내게 할 수 있는”⁴²⁾ 일련의 ‘틀’로서 시장을 통해 형성된 성향체계가 어떠

40) ‘망탈리테’는 일반 민중의 태도, 세계관, 목시적 이데올로기, 집단적 열망 등을 의미한다. 김영범, “망탈리테사: 심층사의 한 지평,” 『사회와 역사』, 제31권 (1991), 한국사회사학회, 258~335쪽.

41) 어빙 고프만(Erving Goffman)의 ‘연출법(dramaturgy)’에서 개념화한 것으로, ‘자아표현(presentation of self)’ 혹은 ‘인상관리(impression management)’ 등을 의미한다. 그는 이런 개념화를 통해 다양한 장소와 관계들 속에서 어떻게 행위자들이 자신의 역할을 연출하고 자아개념을 정당화하는지 분석하고 있다. Goffman, E., *The Presentation of Self in Everyday Life*(New York: Doubleday, 1958); Goffman, Erving, *Behaviour in Public Places*(New York: Free Press, 1963), p.17.

한 것인가를 보는 것이다.

④ 구조-행위의 연계를 통한 이해

북한의 일상생활 연구는 사회현상이나 변화를 분석하는 데서 구조와 행위를 분석적으로 연계하는 것에서도 의미를 갖는다. 일상생활세계는 개인들의 행위에 영향을 미치는 물질적 조건·제도·질서·규범·규칙 등 구조적 조건이 관철되는 공간이기도 하지만, 개인들이 관계를 통해 그러한 물질적 조건·제도·질서·규범·규칙 등을 해석하고 나름의 방식대로 ‘재전유’하는 공간이기도 하다. 따라서 일상생활세계는 ‘구조적 강제’와 ‘행위의 실천’이라는 두 대립적 측면이 상호작용하는 공간이다. 그런 면에서 일상생활세계는 구조가 재생산되는 미시적 상황과 구조를 변화시키는 행위의 가능성이 공존하는 공간이라고 할 수 있다.

그런 측면에서 북한의 시장 일상생활 연구는 사회를 구조화하는 다양한 일상적 계기들이 시장을 통해 어떻게 형성되는지에 대한 하나의 횡단적인 독해를 가능하게 한다. 따라서 시장 일상생활 연구는 결코 전체 경제나 시장을 구조적 관점에서 보는 것을 의도적으로 배제하는 연구 전략이 아니다. 시장에서의 일상생활이 사회전체의 구조 또는 경제구조 속에서 조망되어야 한다는 데 동의한다. 시장 일상생활을 증발시킨 시장구조의 분석이 전문적 용어의 나열에 그치거나 메마른 숫자의 조합에 그치기 쉬운 것과 마찬가지로, 전체 사회구조나 시장경제에 대한 조망이 없는 시장 일상생활의 분석은 잡다한 사실들의 모자이크에 불과할 수 있다고 본다. 결국 이를 구체적으로 어떻게 연계할

42) Bourdieu, Pierre, *Outline of Theory of Practice*(Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1972), pp.16, 78~87.

것인가라는 연구전략이 더욱더 중요한 문제인 것이다.

2) 시장 일상생활 연구의 주제와 자료

(1) 연구의 주제영역

북한 주민 생계활동의 중요한 부분을 차지하고 있는 시장에 대한 일상 차원의 연구는 다양한 관련 주제들과의 연계 속에서 이루어져야 한다. 가령 주민들에 대한 일상적 통제가 이루어지는 체계이자 주민들이 제도와 일상적인 대면 관계를 갖게 되는 통로인 관료세계, 공적인 조직문화를 통해 일상생활의 한 부분을 구성하는 노동세계 등과 연계하여 이루어져야 한다. 북한주민들의 시장을 통한 구체적인 일상적 실천이 이루어지는 공간적 범주로는, ① 지역(행정단위, 마을·도시 공동체단위 등), ② 시장(장터, 소비단위, 시장동선 및 유통경로 등), ③ 작업장(공장·기업소, 농장, 상점 등 생산단위와 조직 및 사회단체)로 분류해볼 수 있다.

다음으로 북한체제 동학과 시장 일상생활세계와의 관계를 통해 주제들을 설정해볼 수 있다. ① 지배와 저항(순응), ② 국가기구와 일상을 통한 사회적 관계, ③ 공식이데올로기와 시장 일상의 담론, ④ 통치문화와 시장 일상의 문화, ⑤ 국가의 상징체계와 시장의 일상적 제의 등이 그것이다. 이들은 공통적으로 국가가 부여하는 제도, 상징, 조직, 규율, 문화 등을 시장 일상생활의 차원에서 북한주민들이 어떻게 수용하고 재전유, 변형해내는가를 보는 구도라고 할 수 있다. 이 두 축은 상호 충돌과 갈등도 하지만 상호침투하면서 체제의 변화를 만들어가는 사회적 과정의 하나라고 볼 수 있다.

마지막으로 시장 일상생활이 사회적 관계를 구성하는 중요한 실천

공간이며 시장 일상이 사회적 관계를 통해 영위된다는 차원에서 주제 영역을 설정해볼 수 있다. 사회적 관계를 구성하는 교환형태(호혜, 재분배, 시장의 내용과 형식, 사회적 연결망의 구성, 정보유통 및 내용에 주목하는 것이다. ① 시장을 통한 주민들 사이의 공식, 비공식(시장정보, 소문, 유비통신 등) 정보유통 경로와 내용, ② 시장유통 및 교환체계, 즉 생산·유통·소비경로와 가격형성 메커니즘, ③ 시장을 통한 사적 공동체의 형성과 사회자본의 구축 등이 여기에 속한다.

(2) 자료조사 및 분석

문헌자료의 경우 첫째, 기존에 활용되던 북한 문헌을 시장 일상생활 연구의 시각에서 재해석할 수 있는 가능성을 모색하는 것이다. 공식적인 시장담론의 ‘정상성’의 기준에서 벗어난 일탈이나 범법으로 언급되거나 규정되고 있는 사례들을 발굴해 정상성 이면의 사회적 긴장 수준을 파악하는 것이다. 둘째, 기존 북한 문헌자료 중 시장 일상생활 세계와 관련해 주로 활용되었던 자료들을 체계적으로 재분류해 내용 분석을 하는 것이다. 문헌상에서 시장과 관련해 언급되는 주요 용어, 사례, 규칙 등의 내용을 빈도와 강조 수준에 따라 시기별로 분류함으로써 시장 일상에 대한 국가의 인식 수준을 짐작해볼 수 있다. 셋째, 기존 북한연구에서 주목하지 않았던 자료를 신규로 발굴해 분석·체계화해 시장 일상생활 연구의 자료로 활용하는 것이다. 가령 북한의 대중잡지, 소설, 영화 등에서 시장의 일상에 대한 부분을 발췌해 그 내용과 형식의 변화 등을 살펴보는 것이다.

두 번째, 구술자료의 경우 탈북자 인터뷰를 통해 자료를 직접 생성하는 방법이다. 이를 위해 시장 일상생활을 대주제, 소주제, 세부주제 등으로 분류해 공통질문 및 주제별 질문을 작성해 직접 다양한 관련

자들을 인터뷰함으로써 시장 일상생활을 다양한 관점에서 입체적으로 조명하는 것이다. 이를 위해 탈북자들을 시장을 경험했던 지역, 연령, 계층, 직업 등으로 분류해 이들 사이의 공통점과 차이점 등을 추출할 필요가 있다. 한편 시장 활동을 하는 북한주민과의 접촉이 빈번한 북-중 접경지역 거주민, 물자 유통을 위해 중국을 왕래하는 북한 내 화교, 다양한 목적으로 북한에서 장기체류 한 경험자 등에 대한 직접 인터뷰도 탈북자들의 관점과 다른 시장 관찰의 경험을 제공해줄 수 있다.

세 번째, 양적 자료의 경우 주로 북한 공간문헌에서 간헐적으로 제시된 통계치나 이것에 근거한 연구자들의 추정치가 간접적으로 활용되어왔다. 그나마도 시장 일상생활에 대한 것보다는 거시적인 경제지표 등에 한정되어 있다. 이것은 실제 사회조사의 어려움, 작·간접적인 통계 표본의 부족, 북한 통계자료에 대한 신뢰성 문제, 양적 자료에 대한 관심의 부족 등 때문이다. 따라서 탈북자 인터뷰를 통해 주제별로 시장 일상생활의 다양한 경험적 수치들을 조사함으로써 양적 자료의 부족을 일정 부분 해소해볼 수 있다. 가령 각종 생필품의 가격 변동, 생계비 변동, 시장접근 횟수 및 시장의 지리적·사회적 거리, 운송 및 유통비용, 소상공인 생산비용, 조세 및 준조세액, 뇌물공여 액수 및 횟수, 개인 착복 및 불법 유통량과 횟수, 실교육비, 실배급량 및 횟수, 시장 연결망의 지리적·사회적 거리 등을 조사하는 방식이다.

마지막으로 체제 동학과 시장 일상생활세계를 연계하는 방법론의 측면이다. 체제동학이란 정치적 지배체제, 경제적 재분배체제, 이데올로기 및 담론체제 등의 구성요소들이 결합해 체제를 작동시키는 메커니즘으로 정의해볼 수 있다. 체제이행 및 변화는 체제 동학을 구성하는 요소들이 일정한 기능적 이상이나 질적 변화를 가지게 될 때 나타

나는 체제 성격의 변화를 의미한다고 할 수 있다. 체제동학의 구성요소와 체제이행의 변수들을 체계화할 필요가 있는데, 여기서 중요한 것은 변수들 속에 시장 일상생활의 주요 주제들을 연동시키는 것이다. 1990년대 이후 기존에 북한체제의 동학을 구성했던 요소들이 아래로부터의 일상생활의 역동성을 통해 일정한 내용적 변화를 보이고 있는 측면이 있다. 이런 현상들은 북한체제가 사회적 관계에서 내용적인 변화를 겪고 있다는 반증이기도 하다.

일상생활세계의 공간인 지역, 장터, 작업장 등은 지배 권력의 책략과 주민 일상이 만나는 공간이며, 지배의 기획을 재채용·은유화·재침투하여 새롭게 변형해내는 공간이기도 하다. 시장 일상생활의 연구는 권력과 일상, 체제의 거시적 동학과 일상이 상호작용하는 역동성의 관점에서 볼 필요가 있으며, 이 둘을 연계하는 이론적 모델이 구축될 필요가 있다. 그런 의미에서 시장 일상생활세계에서 벌어지는 ‘일상의 정치’가 지배의도 및 통제와 어떻게 충돌·갈등 또는 타협을 하는지에 대한 미시적 과정을 파악하는 것이 중요하다. 동시에 이러한 미시적 역동성이 체제변화에 어떻게 작용했는가에 대한 상관 모델을 구축해보는 것도 중요하다.

4. 결론: 연구 전망과 중심문제

북한 시장 연구에서 보편적으로 사용되는 설명 용어 중 하나가 ‘자생적 시장화’이다. 식량난이 본격화되면서 아래로부터 확산된 시장교환은 생존 차원에서 시작된 자생적 시장화 과정으로 충분히 평가할 수 있다. 그러나 ‘자생’이 국가의 기획이나 의도, 개입 없이 주민들

차원에서 형성되었다는 뜻이라면, 그런 의미의 ‘자생’은 1990년대 이후 시기별로 변화해가는 시장의 양태를 설명하는 데서 제한적일 수밖에 없다. 즉, ‘자생적 시장화’라는 말이 1990년대 이후부터 현재까지를 포괄하는 개념으로는 적합하지 않다는 뜻이다. 특히 국가적 ‘방임’을 공공연히 전제한다면 더욱 그러하다.

오히려 시기별로 아래로부터의 ‘자생성’을 국가가 이용하거나 전유해내는 측면들, 주민들이 국가의 ‘방임’을 생존 차원에서 전유해내는 측면에 대한 이해가 필요하다. 이를 통해 국가와 시장, 국가와 사회 사이의 존재하는 ‘공존’의 조절 방식을 통찰할 필요가 있으며, 이런 차원에서 현재의 북한 시장을 설명하는 개념화가 필요하다. 따라서 1998년 이전과 이후, 2002년 이후 북한의 시장은 결코 ‘자생적’이란 하나의 말로는 포섭되지 않는 변화의 양상들을 지니고 있다.

결국 시장에 대한 분석은 이제 ‘고난의 행군’과 ‘자생적 시장화’라는 회고적 꼬리표 달기에만 머물 수 없다. 시장을 하나의 ‘사건’으로 회고하는 것이 이상으로 시장이 사회에 드리운 생존방식의 다양화란 차원에서 그 기원과 과정에 관한 탐문 속으로 들어가야 한다. 그런 차원에서 북한의 시장을 일상의 차원에서 들여다보면 시간이 경과하면서 ‘자생’ 및 ‘방임’의 성격과 방식에서 일정한 변화가 있었다는 것을 감지할 수 있다. 그것은 시장일상이라는 공간에서 펼쳐지는 국가와 사회의 구체적 만남을 통해 확인될 수 있다.

사실 북한의 시장은 관료적 기회주의에 점차 전면적으로 노출되어 왔다. 그것은 시장의 확산 속도에 적어도 비례하는 과정이었다. 시장을 통한 관료적 기회주의란 시장에 대한 통제와 감독의 권한을 통해 시장에 기생하며 약탈적으로 경제자본을 쟁기는 관료들의 행태를 의미한다. 관료들은 시장에 기생하며 관료적 약탈을 하는 데서 발생하는

위험과 비용을 낮추기 위해 다양한 시도를 해왔다. 즉, 권한상 개입할 수 있는 공과 사의 접촉면을 넓히는 것이다. 결국 제도상의 ‘공적’ 공간은 형식상으로만 남고 공 - 사가 합체된 이해관계의 실질적 관계가 법적·제도적 금기선 밑에서 시장의 일상과 현실을 지배하고 있는 것이다.

그렇다면 약탈적·기생적인 관료적 기회주의를 우리는 어떻게 시장 일상의 차원에서 해석할 수 있을까. 잠정적이지만 이를 시장을 억제하고 왜곡하는 것만으로 볼 수 없다. 오히려 제도적으로 불완전한 시장에서 갖는 시장정보 교환과 소통의 기능으로서 볼 수 있다. 즉, 북한의 시장을 관료 행정서비스의 상품화와 교환, 즉 공식·비공식적인 행정 서비스와 뇌물, 그리고 정보·목인의 교환을 통해 작동되는 메커니즘으로 이해해볼 수 있다. 북한의 시장은 적어도 아직까지는 관료적 기회주의와의 기능적 결합을 통해 작동하는 비중이 크다는 것을 의미한다. 불완전한 시장 제도와 각종 불확실성을 최소화하는 데 관료적 기회주의가 기능적으로 시장 행위자들에게 활용되고 있는 것이다. 시장 일상에 대한 관심은 바로 이러한 시장교환의 미시적 양태 속에서 발견되는 다양한 실천과 행위전략을 포착해냄으로써 시장 동학에 대한 새로운 이해 가능성을 보여줄 수 있다는 점에서 중요하다.

한편 시장을 일상생활의 측면에서 본다는 것은 ‘국가’에 대한 한층 깊은 이해를 요구한다. ‘국가’를 단순히 제도적 단일체로서 추상하기 보다는 거대한 관료들로 위상화된 사회적 관계의 덩어리로 이해할 필요가 있다. 현재 북한에서 국가가 처한 상황을 은유적으로 표현한다면, 시장의 수압을 감당할 수 있는 제도라는 배관과 정치적 통제의 노즐이 필요하지만 아직 과거의 낡고 허술한 배관으로 버티고 있는 실정이며 이로 인해 정치적 통제라는 최종적인 수단만으로 시장을 통

한 누수를 감당해야 하는 실정에 있다고 할 수 있다. 그런데 바로 이러한 배관의 허술한 부분에서 관료들의 시장 전유가 꽃을 피우고 있다.

특정 지역 혹은 특정 경제부문을 담당하는 관료그룹이 자신의 통제에 있는 주요 시장 영역을 사적인 혹은 집단적인 이해 차원에서 전유하는 것이다. 과거부터 관료들 간의 거래의 기본단위는 ‘행정적 서비스’였다. 경제관리 체제의 특정영역을 통제하고 있는 관료그룹들 간 서로 필요로 하는 행정적 서비스를 교환하는 방식으로 호혜적 관계를 과거부터 맺어왔다. 이것은 계획경제의 불확실성을 해결하는 하나의 방편적 의미가 강했다. 그러나 이들은 시장이라는 영역도 자신이 가진 행정적 관리기능을 통해 새로운 교환체제로 끌어들이는 거래의 귀재들이기도 하다. 일종의 시장이 요구하는 행정 서비스를 판매하고 대가를 챙기는 행정서비스 시장을 허술한 제도적 공간에서 공공연하게 형성해온 것이다.

또 한편으로 이들은 계획경제를 통해 기능적 또는 지역적으로 형성된 관료적 이해관계를 시장을 약탈적으로 전유하는 데 활용하기도 한다. 가령 기본 관료그룹인 에너지·자원복합체, 군산복합체, 농·공복합체 그리고 경제활동과 관련된 군대, 정보기관, 내각 등 권력부처의 사이에는 자원이 분배되거나 혹은 재분배되는 과정에서 상호 협력적 공생관계를 가져왔다. 이들은 이런 관계를 기반으로 시장이 확산되는 과정에서 지역적인 관료적 이해관계를 통해 시장을 약탈적으로 전유하는 데서 협력적인 체계를 구축해왔다. 이들은 국가로 상징되지만 시장 일상의 차원에서 보면 사실상 개인적, 집단적 이해관계로 뭉쳐 중앙(수령)에 대한 상납과 충성만 어기지 않는다면 지역적으로 영토를 관할하는 소영주에 가깝다. 이와 같은 모든 것들은 북한의 시장동학에 직간접적인 영향을 미치고 있다.

이상과 같이 제기한 중심문제들은 북한의 시장을 이해하는 데서 다양한 해석이 필요한 부분이다. 사실 북한 시장의 일상생활 연구가 갖는 ‘미덕’은 시장을 단순히 경제적 과정만으로 보는 데 그치지 않고 사회적 관계 차원에서 이해할 수 있는 여러 단초를 제공한다는 데 있다. 시장이 그 자체로 독자적으로 사회와 분리된 채 돌아가는 추상의 경제적 과정이 아니라 현실에서 개인들의 사회적 동기를 통해 실천되는 사회 안에서 작동한다는 점이다. 그런 측면에서 시장을 통해 북한 사회의 지속과 변화를 본다는 것은 시장을 영위하는 개인들과 그들이 만들어내는 사회적 관계에 주목한다는 것을 의미한다. 그것은 시장의 일상세계에서 다양한 행위자들이 발휘하고 일구어내는 실천, 전략, 문화, 그리고 사회적 관계의 변화가 좀 더 실질적으로 북한사회의 모습을 정향하는 사회적 힘이 될 수 있음을 고려하는 것이다.

■ 접수: 10월 29일 / ■ 채택: 12월 4일

참고문헌

- 가라타니 고진, 『세계공화국으로』, 조영일 옮김(서울: 도서출판b, 2007).
- 캘브레이스 존 케네스, 『경제의 진실』, 장상환 감수, 이해준 옮김(서울: 지식의 날개, 2007).
- 김영범, “망탈리테사: 심층사의 한 지평,” 『사회와 역사』, 제31권(1991), 한국사회사학회.
- 김웅중, 『페르낭 브로델: 지중해·물질문명·자본주의』(서울: 살림, 2006).
- 브로델, 페르낭, 『물질문명과 자본주의 I-1: 일상생활의 구조 上』, 주경철 옮김(서울: 까치, 1995).
- _____, 『물질문명과 자본주의 II-1: 교환의 세계 上』, 주경철 옮김(서울: 까치, 1996).
- _____, 『물질문명과 자본주의 III-2: 세계의 시간 下』, 주경철 옮김(서울: 까치, 1997).
- 슐룸뵐, 위르겐 엠클, 『미시사와 거시사』, 백승종 외 옮김(서울: 궁리, 2001).
- 슐룸뵐, 위르겐, “미시사-거시사,” 위르겐 슐룸뵐 엠클, 『미시사와 거시사』, 백승종 외 옮김(서울: 궁리, 2001).
- 스탠필드, J. R., 『칼 폴라니의 경제사상』, 원용찬 옮김(서울: 도서출판 한울, 1997).
- 스티글리츠, 조지프 E., 『시장으로 가는 길』, 강신욱 옮김(서울: 도서출판 한울, 2004).
- 양문수·김갑식, “북한 도시에서의 재화시장의 형성과 발전,” 최완규 엠클, 『북한 ‘도시정치’의 발전과 체제 변화: 2000년대 청진, 신의주, 혜산』(서울: 도서출판 한울, 2007).
- 월러스틴, 이매뉴얼 외, 『사회과학의 개방』, 이수훈 옮김(서울: 당대, 1996).
- 이재혁, “‘개인’, 호혜성, 그리고 근대 시장,” 『사회와 이론』, 통권 제5집 2004년 2호(한국이론사회학회).
- 이희영, “사회학 방법론으로서의 생애사 재구성: 행위이론의 관점에서 본 이론적 의의와 방법론적 원칙,” 『한국사회학』, 제39집 3호(2005년).
- 전종한·서민철·장의선·박승규, 『인문지리학의 시선』(서울: 논형, 2008).
- 정승모, 『시장으로 보는 우리 문화 이야기』(서울: 웅진닷컴, 1992).
- 차문석, “북한의 시장과 시장경제: 수령을 대체한 화폐,” 『담론201』, 10권 2호

- (2007).
- 차문석·홍민, 『현 시기 북한의 경제운용 실태에 대한 연구』(서울: 진보정치연구소, 2007).
- 최봉대·구갑우, “북한의 도시 농민시장의 진화와 사적 경제영역의 형성,” 최완규 엮음, 『북한 ‘도시정치’의 발전과 체제 변화』(서울: 도서출판 한울, 2007).
- 최완규 엮음, 『북한 도시의 형성과 발전』(서울: 도서출판 한울, 2004).
- _____, 『북한 도시의 위기와 변화』(서울: 도서출판 한울, 2006).
- _____, 『북한 ‘도시정치’의 발전과 체제 변화』(서울: 도서출판 한울, 2007).
- 파스만, 하인츠·모이스부르거, 페터, 『노동시장의 지리학』, 박영환·이정록·안영진 옮김(서울: 도서출판 한울, 2002).
- 폴라니, 칼, 『전 세계적 자본주의인가 지역적 계획경제인가』, 홍기빈 옮김(서울: 책세상, 2002).
- 한주성, 『유통지리학』(서울: 도서출판 한울, 2003).
- 홍민, “북한의 ‘관계자본’ 교환구조와 시장교환의 전유,” 『현대북한연구』, 9권 3호(2006).
- 휴버먼, 리오, 『자본주의 역사 바로 알기』, 장상환 옮김(서울: 책벌레, 2000).
- Bourdieu, Pierre, *Outline of Theory of Practice*(Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1972).
- _____, *Practical Reason: On the Theory of Action*(California: Stanford University Press, 1998).
- Goffman, Erving, *The Presentation of Self in Everyday Life*(New York: Doubleday, 1958).
- _____, *Behaviour in Public Places*(New York: Free Press, 1963).
- Maffesoli, Michel, “The Sociology of Everyday Life: Epistemological Elements,” *The Sociology of Everyday Life, Current Sociology*, vol.37, no.1(spring, 1989).

A Study on Everyday Life in North Korean Market: Approaches and Tasks

Hong, Min(Dongguk University)

The academic discussion about North Korean market has continued to be vigorous in 2000's. However, most of the researches tend to regard the market as not only just an economic area but also an area of competition and confliction of political power. In addition, when it comes to the definition of various terms related to the market, its researches assumed ambiguous position, which means that they fail to conclude its definition related to the market. Most importantly, they do not effort to understand the market's meaning in the level of the social relation.

The object of this study is to think about the meaning of the everyday life study when it comes to understanding North Korean society's change and continuance. In particular, I concentrate on the methodology for the everyday life study. In order to do it, to begin with, I tried to definite the concept of the everyday life in the market.

Second, how I can approach on the everyday life study. Last but not least, I surveyed what kinds of studies and how many studies related to the everyday life in the market there are.

In conclusion, the everyday life study in the market helps scholars for North Korean studies to understand the market's role when it comes to the social relations. In other words, the best advantage of the everyday life study is allowing scholars for North Korean studies to understand various social relations the market provides. It means that multifarious activities of North Korean in the market will play a key role in changing the North Korea society.

Keywords: Everyday life study, Market, Marketplace, Market mechanism, Market economy, Market system, Social relation, Methodology