

단골들의 반란, '핫'을 '혐'하노라

글 조순아 | 객원 기자 | sacho@nate.com



국내 핫플레이스의 대표적인 북촌과 경리단길. 경리단길은 비슷한 이름의 '~리단길' 열풍을 낳기도 했다. 서울 마포구 망원동은 '망리단길', 해운대역 뒷길은 '해리단길'이라는 식이다.



핫 플레이스가 된 음식점들의 고충도 남다르다. 식사에는 관심이 없고 음식이나 인테리어 촬영에만 여념이 없는 고객들이 너무 많아서다.

유행에 민감한 시대, 하루가 다르게 쏟아져 나오는 신기술, 신상품의 '핫'한 정보에 사람들은 길들여지고 있다. 최신 정보는 SNS를 통해 급속하게 퍼지고, 유명인이 가본 맛집, 카페, 멋진 거리는 다시 SNS 팔로워에게 전달되고 유행이 된다. 콘텐츠는 맛집, 카페, 유명 장소의 사진으로 채워지고, TV에 한 번이라도 방영된 식당이나 드라마 속 촬영지는 금세 꼭 가봐야 할 명소로 꼽히며 짧은 시간 안에 많은 인파로 북적댄다. 이렇게 숨 가쁘게 핫한 것들이 쫓아다니다보면 어느새 사람은 자기도 모르게 지치기 마련이다. 순식간에 다가와 소비문화를 잠식하던 '핫'한 정보가 이제는 은근한 피로감으로 나타나고 있는 것이다. 결국 이제 사람들은 '핫'함을 멀리하는, 이른바 '혐(嫌)핫' 신드롬을 겪고 있는 듯하다.

글로벌에서 국내로 불어 닥친 '혐핫'

이미 많은 곳에서 다룬 혐핫(嫌 hot)은 유명한 장소, 핫하다는 맛집을 가능한 피하려고 하는 경향이

다. 사실 처음 '혐핫'이라는 말을 들었을 때 '빨리 빨리' 문화에 길들여진 우리나라 사람들(?)의 소비 패턴이나 사고방식이 조금은 달라지는 새로운 변화를 기대하며 나름 의미 부여를 해보았다. 그런데 그 '핫'이 뜨는 장소나 맛집만을 뜻한다고 하니 '혐 핫'이 아니라 '혐핫 플레이스'라고 해야 맞는 말이 아닐까 하는 다소 허무한 생각을 하기도 했다.

그렇지만 혐핫의 출발을 알게 되면서 그 의미에 새삼 공감하게 되었다. 혐핫의 출발점은 우리나라가 아닌 아일랜드 더블린의 유명 호텔이다. 많은 매체에 오르내린 내용에 따르면, 한 블로거가 자신의 SNS에 호텔 홍보를 조건으로 무료 숙박을 요구한 것이 사건의 발단이었다. 이 요구에 화가 난 호텔 주인은 자신의 SNS에 블로거를 비판하는 내용을 올렸다. 그러자 이 게시물이 많은 사람들에게 반향을 불러일으켰고, 호텔은 '블로거 출입 금지'라는 풋말까지 내걸게 되었다. 많은 사람들이 호텔 주인의 의견에 공감하면서 SNS 상에서 유명해지는 일을 원하지 않는 점포 주인들과, 핫 플레이스에 가고 싶지 않은 손님들이 생겨나기 시작했다고 한다.

그곳이 ‘핫’한 데에는 이유가 있다!

사람들이 몰려드는 데에는 다 이유가 있다. 드라마나 영화 속 주인공 연인이 멋진 가로수 길을 다정하게 걷는 장면을 떠올리면 한번쯤은 가보고 싶은 마음이 든다. 예를 들어, 아주 오래된 드라마지만 ‘윤사마’ 열풍을 일으켰던 <겨울연가>가 일본에서 흥행하면서 남이섬을 핫 플레이스로 만들었다. 그래서인지 남이섬은 아직까지도 내국인보다는 외국인 관광객들로 문전성시를 이루고 있다.

대부분의 사람들은 연인이나 가족과 운치 있는 곳에서 낭만을 즐기고 행복 지수도 높이기 위해 돈과 시간이라는 한정된 자원을 사용하기 마련이다. 그래서 열심히 정보를 탐색하여 검증된 핫 플레이스를 찾는다. 그러다보니 사람들이 자주 찾고, 또 연상하는 핫 플레이스는 거기가 거기인 경우가 적지 않다. 소비자 시장조사 전문 브랜드 트렌드몬이터가 올해 상반기 수도권 거주자 성인남녀 1000명을 대상으로 ‘핫플레이스’에 대해 조사한 결과, ‘핫플레이스를 연상케 하는 지역’ 상위 5곳에 홍대, 경리단길, 가로수길, 이태원, 연남동, 잠실(롯데타워)이 꼽혔다.

이미 사진과 정보로 많이 알려졌겠지만 핫 플레이스로 꼽힌 지역을 떠올려보자. 일단 인기 있고 유명한 곳이므로 사람들이 많아서 복잡거리는 이미지가 떠오른다. 활기 넘치는 분위기에 젊은 사람들이 주로 가는 곳들이 많다. 여기에 맛집은 필수이며 볼거리도 많고 고급스럽거나 예쁜 인테리어의 카페, 테이트하며 사진 찍기 좋은 곳이 많으면 금상첨화다. 핫 플레이스로 자주 언급되는 경리단길은 이태원동에 자리 잡고 있지만 이태원과는 다소 다른 분위기로 유명한 곳이다. 과거 무한도전에 출연했던 노홍철 씨가 이곳을 즐겨 찾는다는 것이 알려지면서 조용하던 지역이 이른바 ‘핫 플레이스’가 됐다. 요즘에는 비교적 가까운 연남동과 합정역이 핫플레이스가 되면서 방문객이 많이 옮겨갔지만 그래도 수많은 맛집들로 경리단길의 명성은 건재하다.

경리단길이 핫 플레이스로 워낙 유명하다 보니 비슷한 이름의 소위 ‘~리단길’까지도 유명세를 탄다. 서울 마포구의 망원동 일대는 망리단길, 석촌호수 백제고분로 일대는 송리단길, 부산의 부산지하

철 2호선 해운대역 뒷길은 해리단길, 청룡동 범어사로 일대는 범리단길 등이다. 전국 8도에 이 ‘~리단길’이 붙은 곳만 10개에 이른다. 유명세를 능히 짐작할 수 있다지만, 그래도 너무 심한 ‘핫 배끼기’다.

상인도 동네주민도 더 이상 ‘핫’한 건 싫다!

지난해 큰 인기를 얻었던 tvN 드라마 ‘도깨비’. 지상파 채널이 아님에도 불구하고 높은 시청률을 자랑했던 드라마다. 도깨비의 인기에 힘입어 드라마 촬영지인 인천시의 송현근린공원, 배다리 현책골목, 자유공원, 송도 국제도시 등이 각광을 받으며 핫 플레이스로 떠오르기도 했다. 드라마가 인기를 얻으면서 인천시와 인천관광공사는 촬영지와 주변 상점을 연계한 테마 코스를 구성하기도 했다. 처음에는 사람들이 많이 찾아서 매출도 오르고 주변 상권이 활성화되는 듯 했으나 무조건 좋은 것만도 아니었다. 관광객이 몰리면 주위는 버려진 쓰레기와 담배꽂초로 지저분해지는 부작용이 발생했다. 결국 동네 주민들은 연일 찾아오는 관광객들로 몸살을 앓아야 했고, 상점도 고객을 가려 받을 것을 고민할 정도였다.

고객이야 많을수록 좋다지만, 요즘 핫 플레이스에서는 예외인 경우가 적지 않다. 찾아온 사람들도 음식을 먹으러 온 건지, 콘텐츠를 만들려고 온 건지 의심스럽기만 하다. 음식점에서 주문한 음식은 먹지 않고 음식이나 독특한 인테리어에만 관심을 가지고, SNS에 올릴 사진 촬영에 여념이 없다. 한두 번으로 끝나면 다행이지만 연일 찾아오는 사람들이 대부분 ‘인증샷’에만 열광하니 상인들로서는 귀찮을 만 하다.

그렇다면 고객의 입장에서는 어떨까? 핫 플레이스에 피로감을 갖는 사람들은 인파의 쓸림 현상과 오로지 나만 아는 곳이 아니라 모두가 아는 그곳이라서 이제는 핫한 게 싫어진다. 나의 단골집이 유명해져서 사람들이 많아지면 줄 서서 기다리거나 대기번호를 받아야 순서가 돌아오는데 좋을 리 없다. 때문에 요즘 SOS 태그에는 ‘#안알라춤’ 등의 단어가 뜨는가 하면 상점에서도 사진 촬영을 금지한다는 문구의 풋말도 내걸고 있다.



1. TV에 한 번이라도 방영된 식당이나 드라마 속 촬영지는 금세 꼭 가봐야 할 명소로 꼽히며 짧은 시간 안에 많은 인파로 북적댄다.
2. 드라마 ‘도깨비’의 인기에 힘입어 촬영지인 인천시의 송현근린공원, 배다리 현책골목, 자유공원, 송도 국제도시 등이 각광을 받으며 핫 플레이스로 떠오르기도 했다.

핫 플레이스의 병폐, 젠트리피케이션

핫 플레이스의 부작용 중에는 상점들이 입게 되는 피해도 있다. 소문나고 인기가 많을 때는 고객들이 늘어 매출 상승이라는 효과를 얻지만 고객들이 몰리면 일손부족으로 의도하지 않게 본연의 음식 맛과 서비스가 부실해지는 경우도 적지 않다. 또 상점이 인기가 많아지면 주변에 유사 업종의 상점들이 우후죽순 들어서게 되고 이는 임대료 상승이라는 현실 비극으로 이어진다. 상권 형성이 잘 될수록 값비싼 임대료 때문에 상점 주인들은 몸살을 앓는다. 비싼 임대료를 감당하지 못하고 인근의 주택가를 찾아 상점을 옮기기도 한다. 이른바 젠트리피케이션(gentrification)이다. 기실 요즘 경리단길은 더 이상 핫 플레이스로 각광 받는 곳이 아니다. 이제는 빈 점포가 많고 상인들도 찾지 않아서 권리금을 아예 없앴 곳도 있다는 사실은 결국 핫 플레이스의 부작용이 크다는 점을 드러낸다.

그러나 혐앗 논란이 계속되고 있는 이 시점에서 더 여전히 핫 플레이스를 찾는 사람들의 욕구는 계속되고 있다. 어딘가는 핫 플레이스가 되고 또 어디는 반대로 혐앗이 되는 아이러니한 상황을 무조건 부정적으로는 볼 수 없지만, 상인들의 입장에서는 반갑지 않은 것이라는 게 사실이다.

반대로 고객들은 항상 새롭고 따끈따끈한 것에 대한 열망이 있다. 그제 욕구 불만의 현상이든, 그 시대 유행이든 모든 사람들이 같지 않기에 저마다 다른 욕구들은 항상 있어 왔다. 이런 점에서 핫플레이스가 바쁜 시대 사람들의 복잡한 일상과 스트레스에서 잠시나마 벗어날 수 있게 해 준다는 의미로 보면 일견 긍정적으로 생각할 수는 있다. 핫플레이스에 대한 열광은 일에 찌든 우리들에게, 평일 내내 직장과 학교와 시름하며 지냈던 날들에 대한 나름의 자기보상이 아닐까. 다만 수많은 ‘~리단길’을 떠올리며 경계하게 되는 것은, 생각 없는 소비다. ‘혐앗’은 이처럼 ‘핫 플레이스’를 추종하는 문화에 경종을 울리는 새로운 흐름인지도 모른다.

❶