

지역 콘텐츠 기반의 어촌 공간 만들기

김민경
건축공간연구원 연구원

어촌의 재발견

우리나라는 3면이 바다로 둘러싸인 반도 국가이다. 2만 6,000km 해안선을 따라 자리 잡은 어촌지역은 지역마다 특색 있는 아름다운 자연환경과 해양자원을 기반으로 축제, 다양한 액티비티, 여가문화 등이 가능한 여건을 제공하며 로컬을 지향하는 시대에 새로운 가능성을 보여주고 있다. 그리고 코로나19 시대를 만나면서 밀폐·밀접·밀집에 대한 대응이 보다 쉬운 공간으로서 어촌지역의 잠재력을 더욱 크게 인식하게 되었다. 또 삶의 가치변화에 따른 한달살이, 반농반X, 리모트워크 등 새로운 라이프스타일을 추구하는 이들에게 어촌지역은 풍부한 자원을 활용할 수 있고, 도시 지역에 비해 적은 경쟁과 적은 예산으로 실험이 가능하다는 측면에서 매력적인 대안으로 작용하고 있는 듯하다.

어촌의 특색 있는 콘텐츠를 기반으로 한 공간

그야말로 요즘은 ‘콘텐츠 홍수의 시대’이다. 최근 쇠퇴 또는 소멸위기에 처한 지역을 재생시키기 위해 추진되는 국비지원사업에서도 지역활성화의 수단으로 지역에 새로운 콘텐츠를 도입하도록 유도한다. 그리고 도시의 다양한 문화와 기술을 접한 청년들에게 지방도시나 농어촌지역을 그들이 가진 아이디어와 기술로 재생시켜 주길 기대한다. ‘로컬 크리에이터’라고 불리는 청년들은 새로운 아이디어와 기술을 가지고 지역에 내려

가 콘텐츠를 기반으로 한 공간을 마련하고 있지만, 지속가능성을 위한 과제는 늘 따라다닌다. 어디서든 먹을 수 있는 다이닝, 어디서든 볼 수 있는 연극, 전국의 수많은 캠핑장에서 즐길 수 있는 캠핑이지만 결국 그곳에서만 보고 느낄 수 있는, 그 지역만의 콘텐츠와 이야기가 있는 공간이 사람들의 마음을 움직이는 것이다.

최근 어촌지역의 건강한 해산물 등 해양자원, 어촌만이 누릴 수 있는 액티비티, 어업과 관련된 역사를 지역의 유희공간 재생에 접목한 사례가 증가하고 있다. 우선 해산물을 콘텐츠로 한 사례로는 빈 채로 방치되어 있던 지역의 활선어 위판장을 재생한 제주의 ‘해녀의 부엌’을 들 수 있다. 목포의 건해산물 상가거리 활성화를 위해 건해산물과 맥주를 결합한 ‘건맥’이라는 콘텐츠로 일회성 축제에서 더 나아가 지역자산화를 통한 마을 팝(pub)을 조성한 사례도 같은 유형이다. 또 강원도 속초의 ‘칠성조선소’와 같이 과거 목선을 제작했던 조선소를 활용해 개인의 이야기를 공공이 향유하는 문화로 제공하거나, 부산영도 항만수리공업소를 리모델링하여 지역 기반의 복합문화공간을 조성한 ‘무명일기’ 등도 있다.

어촌에서 누릴 수 있는 새로운 라이프스타일을 접목한 사례도 증가하고 있다. 양양이라는 지역에 해양액티비티를 콘텐츠로 결합한 ‘서피비치(SURFY BEACH)’, ‘울릉도 한달살이’, 아웃도어 라이프스타일을 경험하는 거제 장승포항 ‘아웃도어빌리지’도 어촌지역에서만 즐길 수 있는 활동과 자원을 기반으로 한 대표적 사례이다.

이러한 많은 사례 가운데 어촌지역이 가진 잠재력에 지역의 콘텐츠를 입혀 지역의 문제를 해결할 수 있는 방안을 제시한 (주)해녀의 부엌의 ‘해녀의 부엌’과 조선업의 쇠퇴로 침체되어 있는 거제의 장승포를 아웃도어 라이프스타일을 경험할 수 있는 지역으로 활성화하고 있는 (주)공유를 위한창조의 ‘아웃도어빌리지’에 대해 이야기해 보고자 한다.

해녀의 부엌: 지역의 이야기를 기반으로 한 청년과 해녀의 상생

유희화된 활선어 위판장의 변화

2019년 6월 제주의 동쪽 끝자락에 위치한 종달리에 지역주민과의 상생(해녀 문화의 공유), 해양자원의 가치상승을 목표로 해녀의 부엌이 문



해녀의 부엌 외관

을 열었다. 20여 년 전 유희화된 활선어 위판장을 리모델링하여 조성된 해녀의 부엌은 공간의 화려함보다 해녀의 문화와 이야기를 어떻게 잘 전달할 수 있을가에 초점을 두고 공간을 리모델링하였다. 이러한 진정성을 기반으로 해녀와 다이닝을 결합한 콘텐츠를 제공해 많은 사람의 감동과 공감을 얻어냈으며, 2020년 기준 1만 명이 넘는 방문객이 해녀의 부엌을 찾았다.

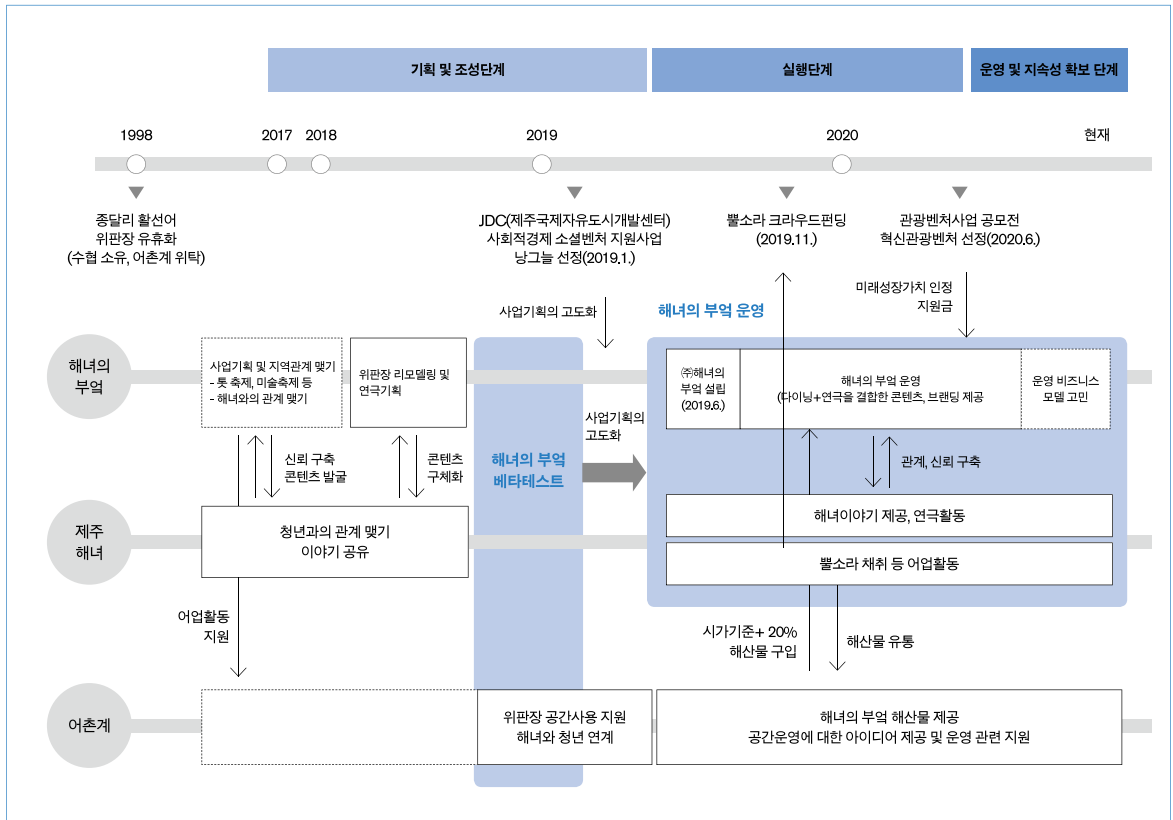
해녀의 부엌은 세 주체들의 유기적인 연계와 협업을 통해 시너지를 이루었다. 세 주체는 ▲해녀의 부엌을 기획하고 지역의 문제를 고민하여 콘텐츠와 공간을 조성한 청년조직 (주)해녀의 부엌 ▲청년들이 콘텐츠를 만들 수 있도록 영감을 주고 기획의 기반이 된, 이야기의 실제 주인공인 제주 해녀들 ▲청년들이 제주지역에 정착하여 활동할 수 있도록 공간을 제공하고 지속적인 지원을 해준 어촌계(지역사회)이다.

지역의 본질적 문제 접근을 통한 진정성 있는 콘텐츠 제공

해녀의 부엌이 성공적으로 지역에 자리 잡을 수 있었던 가장 큰 원동력은 청년들과 해녀, 지역 주민(어촌계)과의 신뢰 구축을 기반으로 한 라포 형성에 있다. 우선 (주)해녀의 부엌 대표는 제주 해녀의 집안에서 자라 그들의 문화와 어려움을 이해하는 데 상대적으로 적은 시간이 소요되었다. 하지만 어촌지역의 특성상 고령자가 많고, 어업이라는 생계를 기반으로 한 공동체가 강하게 형성된 곳에 새로 유입된 청년이 정착하기란 쉬운 일이 아니었

다. 그러기에 (주)해녀의 부역은 자신들이 어촌지역과 이곳 사람들 삶을 어떻게 긍정적으로 변화시킬 수 있을지에 대한 신뢰감을 얻는 과정에 가장 많은 노력을 쏟았다. 일손이 필요한 시기에는 나서서 어업일을 돕기도 했고, 해녀 분들과 잔치를 벌이고 놀이도 하였다. 그런 시간들이 모여 서로에 대해 신뢰를 구축하고 관계를 형성하였다고 볼 수 있다.

지역문제 해결을 위해 지역자원의 브랜딩 전략을 마련하였다는 점도 주요하였다. 어촌지역은 고령인구가 많고, 대부분 1차산업에 기대어 살아간다. 이곳에서 생산되는 해양자원의 질은 높으나 이러한 자원들을 매력적으로 잘 보여줄 수 있는 브랜딩과 전략을 마련하는 데 어려움을 겪고 있다. 이들의 노력과 수고에 비해 어촌계-수협-도매상의 유통과정을 거치면서 가치가 낮아지게 된다. 제주 해녀어업은 국가중요어업유산으



해녀의 부역 주제별 추진 과정



해녀의 부엌 내부 공간



©auri



해녀의 이야기를 결합한 연극



©auri

로 지정될 정도로 보전·관리할 가치가 있으나 해녀들에 의해 수확되는 빨소라 등은 가치를 인정받지 못하고 있는 실정이다. 제주의 자연산 톳과 빨소라는 수확량의 대부분을 일본에 수출하고 있으나 단가와 환율이 낮아지고 코로나19로 수출에도 어려움을 겪으면서 해양자원의 판로 개척에 어려움을 겪고 있다.

해녀의 부엌은 이러한 지역의 본질적 문제에 집중하고 본인들의 경험과 능력을 어떻게 콘텐츠로 연결할지를 고민하였으며, 이 과정에서 해녀의 이야기와 연극을 결합하고, 빨소라를 활용한 다이닝을 제공하는 콘텐츠를 발굴해 냈다. 그리고 그 이야기를 노년의 해녀가 직접 전달함으로써 콘텐츠의 진정성을 더했다.

기존의 도시재생과 지역활성화를 위해 내려오는 많은 청년들이 다양한 콘텐츠를 발굴하고 추진하지만 정착하지 못하고 하드웨어만 남게 되는 문제가 발생하고 있다. 원인은 다양하지만 그중 지역과 청년과의 관계 형성에 많은 노력을 기울일 수 있는 시간을 주지 못한 것이 주요한 원



벨소리를 이용한 다이닝 메뉴와 지역 해산물 활용 상품

인 가운데 하나일 수 있다. 해녀의 부업은 미리 콘텐츠를 결정하고 그에 맞춰 추진하기보다 지역주민과의 충분한 대화와 논의를 통해 지역사회의 본질적인 문제에 접근하고 해녀의 이야기를 가장 잘 전달할 수 있는 수단으로 자신들의 기술과 능력을 접목해 콘텐츠를 발굴하였다는 점에 차이가 있다고 할 수 있다.

아웃도어 라이프스타일을 실현하는 거제 장승포

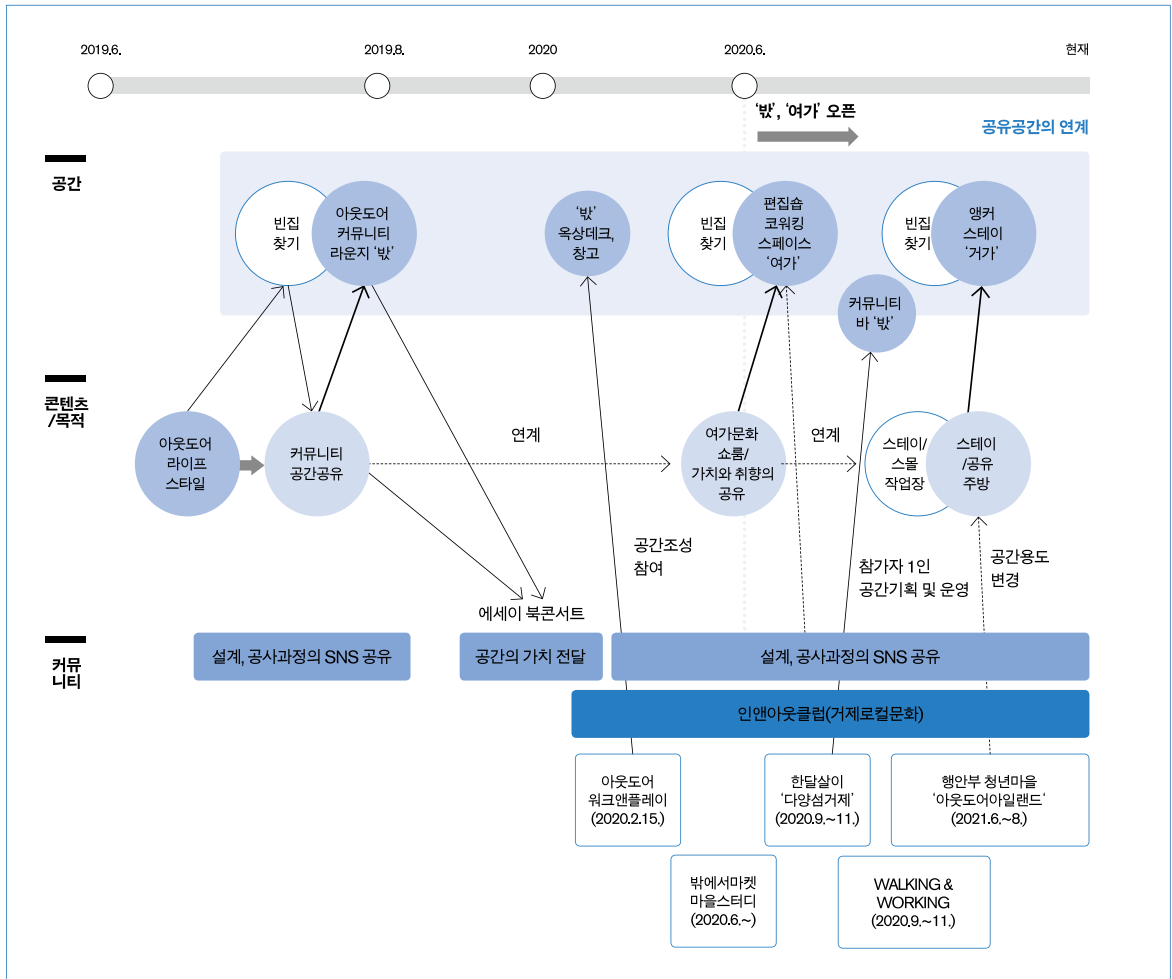
부산에서 거제로, 세컨드빌리지의 시작

(주)공유를위한창조는 부산지역에서 2016년 8월 도시민박촌인 ‘이바구 캠프’를 시작으로 2018년 ‘포플러움악다방’, 2019년 1월 영도구 ‘우리가사랑방’이라는 공유공간을 조성하고 공간의 운영자를 지역 안에서 지속적으로 연계·발굴해 왔다.

커뮤니티 기반의 공유공간 운영을 통해 지속가능한 마을을 만들어 가는 것을 목표로 하는 (주)공유를위한창조는 부산에서의 경험을 바탕으로 새로운 삶터 지역을 2019년 거제의 장승포로 결정하였다. 그들이 조 선소 항구도시인 거제 장승포를 두 번째 지역으로 결정한 이유 중 하나는 고향인 부산과 가까우면서도 바다가 있는 곳이라는 점 때문이었다. 그들에게 바다는 우선 어릴 적부터 보며 자란 까닭에 삶의 안식처 같은 구실을 하는 곳이다. 그리고 바다는 지역의 다양한 수요를 이끌어 낼 수 있는 잠재자원이라고 그들은 인식하였다.

그렇게 시작된 거제 장승포의 ‘아웃도어빌리지’는 쇠퇴하는 조선업의 도시 거제에서 평균 연령 38.7세(2019년 행정안전부 주민등록통계)인 젊은 도시, 천혜의 자연환경을 가진 도시라는 잠재력을 활용해 세컨드빌리지(2nd village) 조성을 목적으로 지역재생을 시도한 첫 단추였다.

(주)공유를위한창조는 프로젝트를 시작하기에 앞서 마을 둘러보기, 지역주민과 이야기 나누기, 마을의 역사와 문화자원 발굴하기, 지역사회에서 발생하는 다양한 활동 파악하기 등 지역을 이해하기 위해 6개월간의 시간을 보냈다. 그렇게 지역을 이해하고 지역주민들과 관계를 맺는 과



거제 장승포 아웃도어빌리지 추진 과정

정 속에서 지역의 잠재력과 정말 필요한 요소들을 도출할 수 있었으며, 이러한 과정을 통해 커뮤니티 기반의 생활형 아웃도어 라이프스타일이라는 지역의 콘텐츠를 발굴해 낼 수 있었다. 하지만 이들은 지역과 관계를 맺기 위해서는 6개월이라는 시간은 부족하며 최소 1~2년의 시간이 필요하다고 이야기한다.

공유공간 ‘밖’-‘여가’-‘거가’의 연계와 유연한 공간 활용

(주)공유를위한창조는 콘텐츠를 발굴한 이후 바다·강·산이라는 천혜의 자연환경을 즐길 수 있는 거제에서 캠핑, 낚시, 서핑, 트레킹, 윈드서핑, 카약킹 등 다양한 액티비티와 그 문화를 즐길 콘텐츠를 실현하고 표현할 수 있는 공간을 조성하고자 하였다. 그렇게 조성된 공유공간은 세 곳이다. 로컬 라이프스타일의 시작과 향유를 위한 체크인센터로서의 아웃도어 라운지 ‘밖’, 로컬라이프 스타일이 새로운 상품으로 생산되는 곳 ‘여가’, 로컬스테이 & 메이커작업장으로서의 ‘거가’이다. 조성된 각 공간들은 서로 연계되거나, 지역 내 필요한 기능을 대신하기도 하는 등 지역에 적합한 방식으로 공유할 수 있도록 운영하고자 하였다. 또한 공간을 활용하는 사람들을 위해 작업장에서 공유부역으로 공간의 용도도 유연하게 전환하였다.



‘밖’ 조성 전후



㉠ (주)공유를위한창조



공유공간 ‘여가’(좌)와 ‘거가’(우)



㉡ (주)공유를위한창조

콘텐츠와 공간을 기반으로 이 공간을 공유하고 새로운 가치를 창출해 낼 수 있는 사람들을 모으기 시작하였다. (주)공유를위한창조는 아웃도어를 즐기는 사람들에게 ‘세컨드 홈’으로 기능하도록 다양한 여가문화를 즐길 수 있는 소규모 커뮤니티 클럽을 운영하였으며, 지역과 마을에 대해 공부할 수 있는 마을 스터디 프로그램을 운영하였다. 특히 지역의 아웃도어 라이프스타일을 기반으로 ‘한달살이’를 제공하여 취향공동체와의 로컬라이프를 실현할 수 있도록 지원하고 있다. 실제로 한달살이에 참여한 20명의 청년 중 2명은 현재 거제에 정착하여 살아가고 있다. 그중 한 명은 커뮤니티라운지 ‘밖’ 내에 숲인쇄 개념의 커뮤니티 바를 운영한다.

취향을 넘어 경제공동체를 실현하는 빌리지로

(주)공유를위한창조는 청년들이 하고 싶은 일을 살고 싶은 곳에서 할 수 있도록 공간과 프로그램을 지원하는 역할을 하고 있다. 이들은 아웃도어라는 유사한 취미를 가진 청년들에게 관계인구를 형성할 수 있는 기반을 마련해 준 셈이다. 그리고 그 공간을 활용하는 사람들이 단순한 모임을 넘어서 가진 능력과 경험을 지역경제 활성화를 위한 수단으로 시너지를 일으켜 활용할 수 있도록 비즈니스 모델을 구축하여 선순환체계를 만들고자 지금도 꾸준히 고민하고 있다.

공간과 콘텐츠를 연결하는 힘, 사람

두 사례 모두 해녀 연극과 다이닝, 아웃도어 라이프스타일이라는 콘텐츠를 지역의 유휴공간인 활선어 위판장과 빈집을 활용하여 실현하고자 하였다. 유휴공간을 이들의 콘텐츠를 실현하는 공간으로 선정한 배경으로 그들은 모두 ‘지역이 가진 역사와 이야기를 담아낼 수 있는 공간’이기 때문이라고 하였다. 이들이 조성한 공간은 공간을 단순한 소비로서의 목적에 두지 않고 무엇을 위해 만들어지는 공간인지, 물리적 공간을 통해 어떠한 가치와 이야기를 전달하고자 하는지를 끊임없이 고민하고 이를 잘 전달하기 위해 어떻게 공간을 구성해야 하는지를 진정성 있게 고민한 결과라 할 수 있다

그 과정에서 지역의 문제와 잠재력을 파악하고 지역사회의 이야기에 주목하였으며, 콘텐츠를 실현할 수 있는 사람들과의 끊임없는 커뮤니케이션을 통해 콘텐츠와 공간 조성에 유연하게 대응하였다. 새로운 어촌지역에 정착하기 위해 많은 청년이 콘텐츠를 구상하고 콘텐츠를 실현할 공간을 조성하고 있는 상황에서, 결국 이를 지속하게 하고 공간과 지역의 콘텐츠를 연결하는 가장 중요한 요소는 사람임을 확인케 하는 사례이다.

참고문헌

- 1 건축공간연구원, 울어바웃. (2020). 지속가능한 村 만들기. 해양수산부.
- 2 박은진, 박정일, 손유진. (2020). 커뮤니티 공유공간 가이드북. 공유를 위한 창조. 거제: 공유를 위한 창조.
- 3 서수정, 이상민, 오세원, 김민경, 임정하, 백하영.(2020). 2020년도 어촌·어항계생사업 디자인제고 모니터링 위탁. 해양수산부.
- 4 박은진. (2021). 아웃도어빌리지@장승포. 제1회 마을재생 세미나 발제자료.
- 5 김하원, 박대철, 권영희 인터뷰(20.7.31,20.8.1) 내부자료.
- 6 (주)공유를위한창조 블로그. <https://blog.naver.com/cre4sharing>
- 7 (주)해녀의 부엌 홈페이지. <http://haenyeokitchen.com/>