유휴공간을 활용한 마을문화공간의 효율적 운영방안

박경식[O], 문재영[*], 이은지[**]
[O]동서대학교 일반대학원 예체능계열 문화예술공연학과,
[*]동서대학교 글로벌경영학부,
[**]연세대학교 글로벌인재대학
e-mail: barksol@hanmail.net[O], jaymoon@dongseo.ac.kr[*], gavera@empas.com[**]

A Study on the Efficient Use of Village Culture Space based on the utilization of unused spaces - Focused on Gimcheon -

Park kyungsik[O], Jae-Young Moon[*], Eun-Ji Lee[**]
[O]Cultural & Performing Arts, Dongseo University Graduate School,
[*]Div. of Global Business Administration, Dongseo University,
[**]Global Leaders College, Yonsei University

● 요 약 ●

최근 문화예술에 대한 관심이 증가되고 있다. 특히 지역의 발전과 수익, 지자체의 활성화를 위해 "마을문화공간 활용"에 대한 이슈가 집중되고 있으며, 특히 유휴공간을 활용한 활동들이 많이 이뤄지고 있다. 이 논문을 통해서 지자체와 지역민들이 활용할 수 있는 전략방안을 제시하고자 한다.

키워드: 마을문화공간(Village Culture Space), 유휴공간(Unused space), 김천(Gimcheon), 활용(Utilize)

I. Introduction

저출산 경향으로 고령인구가 지속적으로 증가하고 유소년인구 비율이 지속적으로 감소하여 전반적으로 인구 감소가 현저할 것으로 예상되고 있다(통계청 보도자료, 장래인구추계: 2015-2065 (2016. 12. 8)). 시도별 장래인구추계 2015-2045」(통계청, 2017)에 따르면, 중부권·제주권은 2015년에 비해 2045년 서울·경기를 포함한 대부분 지역에서 인구 감소 예상되고 있다. 인구의 감소와 지역경제의 침체로 인해 지방의 쇠퇴 및 소멸로 이어질 것이라는 위험 상황으로 볼 수 있으며, 이상호(2018)에 따르면, 소멸위험지역(읍면동)은 전체 3,463개 중 1,503개로 43.3%에 이르렀으며, 특히 비수도권-도 지역의 경우 소멸위험지역의 비중이 70.1%를 상회하는 것으로 파악되고 있다. 인구감소, 지역경제 침체 및 지방쇠퇴는 지역에 대한 신규투자 감소, 인프라의 노후화·쇠퇴화를 초래하여 생활인프라와 서비스의 지역 간 격차 확대 우려(2040년 약 25만명이 '생활사막(Life Deserts) 거주 전망)되고 있다.

최근 국민들은 일과 삶의 균형(Work-Life Balance) 지향, 주 52시간 노동의 본격 도입에 따른 문화·여가 요구 확대, '소확행(소소하지만 확실한 행복)', 'YOLO(you only live onece)' 등 국민생활 및 삶의 가치관이 변화되고 있다. 문화예술관람률이 2003년 62.4%에서 2018년 81.5%로 증가되었으며, 관람횟수는 2016년 5.3회에서 2018년 5.6회로 증가한 것으로 조사되었다. 현재 국민들의 평일과 휴일 여가시간은 각각 3.3시간, 5.3시간으로 '16년에 비해 다소 증가, 월평균 여가비용도 상승('16, 13만 6천원 → '18. 15만 1천원)되고 있다.

2014년 이후 실업률이 상승하고 있으며, 특히 청년실업률이 급격히 높아짐에 따라 유휴인력의 미활용이란 점에서 경제의 성장잠재력을 잠식시킬 수 있음[2]. 향후 국가와 지역 차원의 적극적 대응 필요하다고 할 수 있다. 수도권(서울·경기·인천)의 지역내총생산은 전국의 50.3%를 차지하여 전체 지역경제를 주도하고 있다('17년 현재). 소비지출의 경우에 경기도와 서울특별시가 1, 2위 차지(전국 48.1%)하고 있으며, 지역적으로 분배가 차우쳐져 있다는 것을 알 수 있다. 저성장, 전통적 산업(중공업·제조업)에서 ICT 등의 첨단기술 기반형 산업으로의 산업구조 변화는 신규투자의 감소, 인프라 노후화·쇠퇴화 초래(국토연구원, 2015)하고 있다.

이에 산업화, 도시화 과정에서 농촌에서 도시로 이주하면서 농촌 인구는 감소하고 도시 인구, 특히 산업 도시의 인구는 증가하게 된다.

1) Weekly KDB Report, 2018.7.9

기존 산업시설들이 쇠퇴 또는 노후화되면서 변형, 해체 및 철거 등이 요구되고 있다. 유휴공간은 주로 도시 내부의 빈곤 하층계급의 거주 지역, 방기된 중산층의 근린(neighborhood)이나 산업 지역 등에서 발생하면서 도시 내 유휴공간은 흔히 도시 황폐화와 환경의 질적 저하를 표상하는 것으로 받아들여지곤 한다.

이에 본 논문에서는 유휴공간에 대한 정의 및 범위에 대해서 살펴보고, 김천시를 중심으로 유휴공간 현황 및 국내외 사례를 통해 향후 운영방안을 제시하고자 한다. 선행연구를 바탕으로 연구모형 및 연구가설을 설정하고, 지자체와 지역민들이 활용할 수 있는 전략방안을 제시하고자 한다.

II. Preliminaries

1. Related works

1.1 마을문화공간

문화공간은 문화 활동의 장으로 문화를 누리고 함께하는 데 필요한 시설(좁은 의미)은 미술관, 박물관, 도서관, 음악당, 극장, 영화관, 오페라하우스, 전시장, 국제회의장 등[3]으로 볼 수 있다. 문화시설은 문화공간의 기본 단위로 문화 생산자나 문화를 즐기는 향유자 모두에게 문화 활동을 교환하는 장소를 의미한다. 문화 활동의 양과 질을 결정하는 핵심적 요소로 작용하며, 문화시설이 많아질수록 도시는 활성화되며, 문화도시로서 면모를 갖추게 된다. 즉, 도시의 기반 시설로서 문화 공간, 즉 문화 인프라를 잘 갖춘 도시는 정신적 수준과 정서적 풍요로움을 지니게 된다.

문화공간은 문화예술 활동을 통해 대중과 호흡하는'소통의 장'으로써 이미 만들어진 문화예술 작품을 감상하거나 문화적 소비를 하는 활동을 비롯하여 예술 교육활동까지 아울러 포함하는 영역을 의미한다. 문화공간은 '예술'이라는 창조적 풍요로움을 매개로 시민들에게 마주침의 장소 제공- 현대인들의 메마른 정서를 회생하여 구성원들에게 개성 있고 역동적인 삶을 제공한다. 넓은 의미의 문화공간은 사회구성원으로 자신과 공동체의 세계 이해 및 표현하여 삶을 통찰하는 공간이다. 즉, 인간의 정신적 활동이 행위나 표현을 통해 구현되는 장소이다. 단순히 가시적이고 물리적인 공간이 아닌 주변 맥락과 환경, 지역까지 포괄하는 장소적 개념이다.

현대 사회에서 문화공간은 '도시의 오아시스' 같은 장소이다. 근대화와 산업화 이래로 노동과 소비가 주도하는 도시 생활에서 문화공간은 자유와 해방, 나아가 보다 풍성한 삶을 상징하며, 지역의 수준은 그 지역이 보유한 문화공간의 질적 수준과 동의어라고 볼 수 있다. 문화공간은 다양성과 복합적 형태로 시민들의 문화적 욕구를 충족시켜주는 장소이다. 이 외에도 교육적인 기능을 가지고 있다. 급변하는 현대 사회에서 창의성과 상상력을 키우는 발판이 되며, 다양한 여가 활동의 기지가 되기도 한다. 공적 공간 기능에서 "문화는 한 도시를 내적인 일체성로 묶는 가장 중요한 요인"[4]이며, 사회와 도시의 문화적 통합은 공적 영역인 문화공간으로 수행한다.

사적인 영역에 머물던 개인이 공공의 영역으로 오는 매개적 역할을 문화공간이 담당할 때 더욱 자유로운 소통과 교환이 이루어질 수 있으며 '공공 인프라'의 역할을 한다. 그럼으로써 정신적인 중심 기능이 있으며, 문화 공간은 시간의 경과 속에서 공동체의 유산이 된다. 시민을 정신적, 정서적으로 결속시켜주며 도시의 정체성을 제공해주게 된다.

1.2 유휴공간

유휴공간(vacant space)의 사전적 정의에서 '유휴(遊休)'는 "운행(運行)이나 기능(機能)을 쉬고 있음. 활용하지 아니함"을 정의한다. 공간적 의미[5]는 건축용어로는 유휴지를 사용되고 있지 않는 토지를 의미하며, 국토이용관리법에서는 토지 등 거래 계약허가를 받았거나 거래계약신고를 하고 취득하거나 권리를 설정한 토지로서 일정 요건에 해당하는 경우 토지이용심사위원회의 심의를 거쳐 유휴지임을 결정한다.

유휴공간의 구분에서 ① 이미 존재하는 공간이지만 제대로 활용되지 못하는 공간, 혹은 활용되더라도 부적절하게 사용되는 공간으로, 도시의 한 부분을 차지하고 있으나 특별한 사용 없이 방치된 공간을 의미한다. 예를 들면 고가도로의 하부, 건물 사이의 자투리 공간, 건물의 옥상 등 접근이 용이하지 않은 공간을 말한다. 활용되는 용도에 비해 불필요하게 넓거나 부적합하게 위치함으로 인해 적절히 활용되지 못하는 공간들로 중앙 분리선, 불필요하게 넓은 보행자 도로 등이다. 두 번째로 ② 환경의 변화에 따라 기능이 상실되어 사용되지 않고 버려진 공간을 의미한다. 기존에 성행하던 산업이 도시의 쇠퇴와 경제 변화로 인해 수익성이나 활용도가 떨어져 유휴공간으로 전락하게 된 경우를 말한다. 철도, 항만 같은 도시 인프라 공간이나 공업화의 필수적 공간이었던 공장과 창고 등이 업종의 쇠락한 산업 구조 변화로 용도가 폐기됨으로써 퇴락하거나 폐부지로 방치된 경우가 대표적이라고 볼 수 있다.

시설 유형별 유휴공간의 범위로 1990년대 말 인구성장 감소, 경기침체 등 사회·경제적 변화와 국가정책 등에 따라 폐철도, 폐항만, 폐교, 공공기관 및 군사시설 인전적지 등 유휴재산 발생하였다. 개별적으로 관리되지 않는 국·유재산 중 유휴재산은 국유재산 중 국가가 직접 활용하는 행정자산만 현황이 파악된다.

III. Research Method

기본적으로 문헌연구와 현황을 살펴보고, 이에 대한 SWOT분석을 통해 전략방향을 제시하고자 한다. 또한 고객의견조사와 전문가 집단 토론을 통해 운영방안을 제시하고자 한다.

IV. Research Result

연구결과, 타당성 및 신뢰성 분석, 가설검정을 통한 분석을 실시하고자 한다.

---

2) 이원태(2002), 『문화공간 운영,'관리'할 것인가 '경영'할 것인가』, 예술과 경영, p.49.

3) 김우창(1993), "사회적 공간과 문화공간", 『이성적 사회를 향하여-사회적 공간과 문화공간』, 민음사, p.433.

4) 뉴에이스 국어사전, 2009, 금성출판사, p.1700

V. Conclusions

첫째, 유휴공간의 전략적 활용 필요하다. 유휴공간의 장기적인 전략적 계획 필요함은 단기적인 계획으로 운영하는 것보다 장기적으로 운영할 수 있도록 계획을 세워야 지속성이 있으며, 가치가 있기 때문이다. 이를 위해서는 지역민들의 참여, 전문인력 확보, 조직의 구성 등에 대한 전략적 계획이 필요하다. 또한 유휴공간의 차별화된 공간 마련이 필요하다. 공간을 그 본래의 용도로만 이용하는 것이 아니라 그 동안 이용된 이외의 용도로 활용하는 것이 보다 공익을 증진시키는 경우가 많기 때문이다. 잠정적으로 이용할 수 있는 전략적 활용에 대해 보다 적극적으로 고려해야 한다.

둘째, 유휴공간에 대한 정보 DB 구축 및 공유 필요하다. 이는 유휴공간에 대한 산발적인 정보가 아닌 전반적인 데이터 구축이 필요하다고 보는 것이다. 유휴공간의 활용을 촉진하기 위해서 소유자 뿐만 아니라 개별 유휴공간의 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 하는 부분이 관건이라고 할 수 있다. 전국단위의 유휴공간 현황을 종합적으로 파악하고 제공할 필요가 있다. 유휴공간에 대한 현황 파악이 충분하지 않음으로 인해 행정적으로도 계획적으로 접근할 수 없을 수 있기 때문에 이에 대한 대응이 필요하다. 또한 이를 위해 공유 및 시스템화 필요하다. 즉, 유휴공간에 대해서 지속적인 모니터링을 실시하여 유휴공간 실태, 위치정보, 면적, 현황과 이용 이력 등 기본적인 정보 외에 소유자의 의향 포함 내용을 온라인 상에서 제공될 수 있는 시스템 구축이 필요하다. 유휴공간의 활용주체에 대한 정보를 제공함으로써 공급자-수요자간 매칭 및 플랫폼 구축이 필요하다. 셋째, 유휴공간 운영을 위한 다양한 접근이 필요하다. 지역의 매력과 활력을 집중할 수 있는 지역 커뮤니티 접근 필요하며, 지역 커뮤니티의 조직 형태를 다양하게 접근할 필요가 있으며, 본질에 대한 의미를 파악하면서 접근해야 한다. 사업주체나 운영주체 뿐 아니라 다양한 주체의 이용을 촉진할 수 있는 아이디어를 고려해야 한다. 또한 지자체 및 전문가와의 연계 필요하다. 유휴공간의 전략적 활용을 원활히 운영하기 위해 정부관계자의 연계 및 지방자치단체의 관심과 시책을 고려해야 한다. 관련 부서들 간 연계 시스템을 구축하여 운영함으로써 활용방안을 모색할 수 있다.

REFERENCES

[1] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml and L. L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research," Journal of Marketing, Vol. 49, No. 4, pp. 41-50, 1985.