

평범했던 한옥촌, 문화로 재생시키니 글로벌 관광지 됐다

도시재생 문화가 해법이다

국내편 (9) 전주 한옥마을

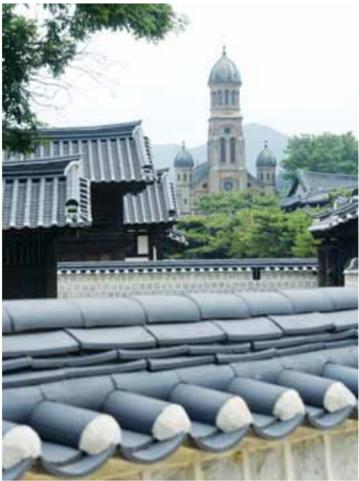
전주=박진현 문화선임기자

지난 5월 1일, 제15회 전주 국제영화제가 개막된 한국 소리의 전당 주변은 때 아닌 교통대란을 겪어야 했다. 어린이날과 석가탄신일로 이어지는 황금연휴를 맞아 전국 각지에서 영화제를 관람하기 위해 몰려든 인파 때문이었다. 지인들과 함께 전주를 찾은 기자 역시 영화제 행사장 인근에서 자동차로 5분 정도면 될 거리를 가다 서다를 반복한 끝에 두 시간 만에 가까스로 도착할 수 있었다. 예상치 못한 교통체증에 피곤했지만 거리를 가득 메운 관광객들로 행복한 비명을 지르는 전주시가 내심 부러웠다. 광주비엔날레와 김치축제, 광주국제영화제 등 빅이벤트가 열리는 광주에서는 보기 힘든 진풍경이었기 때문이다.

올해 10일간의 행사 기간 동안 전주국제영화제를 찾은 관람객은 총 6만8477명. 영화제 사상 역대 두 번째로 높은 기록이었지만 이 정도 수치는 도시 전체가 몸살을 앓을 정도로 많은 인파가 아니다.

이날 전주시를 유례없는 교통지옥으로 만든 주범(?)은 따로 있었다. 다름 아닌 전주 한옥마을이었다. 연휴를 맞아 한옥마을과 영화제를 동시에 즐기려는 관광객들이 전국에서 몰려든 탓이다. 한옥마을이 하루 평균 1만4000여 명이 찾는 랜드마크인 점을 감안하면 그리 놀라운 일도 아니다.

아니나 다를까, 지난 8일 찾은 전주한옥마을은 평일임에도 불구하고 많은 관광객으로 활기가 넘쳤다. 교복 차림의 학생 단체 관람객에서부터 20대 커플, 40~50대 중장년층, 외국인들까지 말 그대로 각양각색의 인파들이 거리를 물들이고 있었다.



경기전의 지붕 너머로 전통성당이 보인다.



불과 10여년 전만해도 한적했던 전주한옥마을이 글로벌 관광지로 자리잡게 된 데에는 전통문화와 관광을 연계시킨 전략이 있었다. /전주=김진수기자 jeans@kwangju.co.kr

전주의 시내 중심가인 풍남동과 교동에 위치한 한옥마을은 800여 채의 한옥이 들어선 유서깊은 동네다. 이 가운데 652채에서 4600여 명의 주민이 실제로 거주하고 있다. 한옥에 주민들이 생활하면서 만들어 내는 아지각한 정취와 느낌의 미학은 전주 한옥마을만의 강점이다.

지난 1977년 한옥보존지구로 지정된 이곳에는 태조로를 중심으로 태조 이성계의 여진이 모셔진 경기전, 400년 전통의 고즈넉한 향교, 호남지방의 서양식 근대건축물 중 가장 오래된 전동성당 등이 들어서 있다. 여기에 소리문화관, 완판본문화관, 최명희문학관 등 전통과 문화를 즐길 수 있는 20여 개의 문화시설도 집적돼 있다. 한지공예, 전통놀이, 다도 등 다양한 체험을 할 수 있는 전통한지원, 숭박박물관, 전통문화관, 공예품전시관 등은 어린이를 동반한 가족 단위 관광객과 수학여행단

을 초 전주시가 전주대 산학협력단에 의뢰해 조사한 '2013년도 한옥마을 경제파급효과 분석결과'에 따르면 지난 한 해 동안 한옥마을 방문객 수 증가에 따른 경제효과가 간접효과 2680억8300만 원, 직접효과 458억6100만 원으로 집계됐다. 주변 동문 상가, 남부시장을 포함한 풍남문 일대 인근 상가의 시너지 효과까지 포함하면 5000억 원 이상이라는 추정도 있다. 지난해 전주시 예산 1조1452억 원의 절반에 가까운 수치다.

전주한옥마을이 전주시를 '먹여 살리는' 초대박 브랜드가 된 성공요인은 문화와 관광의 환상적인 조합이다. 하지만 처음부터 고풍스러운 한옥마을이 관광객들의 시선을 끈 것은 아니었다. 불과 10여 년 전만 하더라도 연 30만 명이 다녀가는 그저 그런 한옥촌이었다.

한옥마을이 관광 명소로 변신하게 된 계기는 지난 2002년 한·일 월드컵이었다. 당시 전주시와 김병수 전 (후)사 회적 기업 '이음'대표(전주남부시장 청년물 총감독)는 한·일 월드컵을 보

2002 월드컵 관광객 유치 위해 개·보수 문화·체험시설 갖춰... 하루 수만명 방문 살림집 652채 등 800여채 '느림의 미학'



전주 한옥마을의 상징인 경기전 내부.

인근 상권까지 시너지...경제효과 5000억 상업화·대형화로 땅값 오르고 주민 떠나 한옥마을을 정체성·대중성 잡기 해결 과제

에게 인기가 많다.

무엇보다 한옥마을을 걷다 보면 유난히 20대 젊은 관광객들이 눈에 많이 띈다. 현대적이고 감각적인 맛을 추구하는 세대들이 고즈넉한 한옥마을을 여유롭게 둘러보는 광경은 무척 인상적이다.

서울에서 온 김미현(26·간호사)씨는 "한옥마을은 바쁜 도시생활에 지친 사람들이 삶의 여유를 느끼게 하는 공간들이 많아 좋은 것 같다"면서 "평상시 접하기 힘든 전통문화를 즐길 수 있는 소리 문화관과 한지관 등 체험 시설도 풍성해 자주 찾는다"고 말했다.

이처럼 관광객들이 몰려들면서 지난해 1월 '누적 관광객 508만 명(외국인 22만 명) 돌파'라는 대기록을 세웠다. 전주한옥마을이 뜨면서 인근 재래시장인 남부시장과 완주 삼래문화예술촌(본보 7월14일자 보도)에도 사람들이 몰려오는 등 시너지 효과를 톡톡히 누리고 있다. 초창기 수십 여 곳에 불과했던 상업시설은 현재 300여 개 업체가 성업중이고 지난 2007년 3.3㎡당 150만 원 안팎에 불과했던 땅값은 작년 연말 1000만 원을 넘어섰다.

시재생의 성공사례이지만 그 이면에는 상업화·대형화로 인해 한옥마을의 정체성이 사라지고 있기 때문이다. 실제로 하루가 다르게 땅값과 임대료가 오르면서 전통장인과 예술인들은 물론 토착민들까지 마을에서 떠나고 있는 상황이다. 특히 일각에선 공공주도(전주시)의 관광상품개발이라는 비판도 있다. 한옥마을의 정체성과 대중성이라는 두 마리 토끼를 잡기 위한 전주시의 고민이 커지는 이유다.

전주시 문화관광과 조영호씨는 "처음에는 공공이 (한옥마을재생을) 주도했지만 사업과 정에서 민관협력 거버넌스 구축과 주민참여에 중점을 뒀다"면서 "전주한옥을 거점으로 인근 남부재래시장과 영화의 거리, 구도심의 노송동 천사마을 등 도시 전체가 역사와 문화로 활력을 되찾을 수 있도록 하겠다"고 강조했다. /jhpark@kwangju.co.kr

*이 기획은 지역신문발전위원회의 지원을 받아 취재했습니다.

특이방수
 특허 제10-1097784호
 특허 제10-0562035호
 특허 제10-0548189호

대한건축사협회
 우수건축사재 추천제품

방수가 2~3년만 가면 된다고요?
20년은 가는데!!
트라이슈머® 단열복합시트방수

시공전 / 단열베이스카펫시공
 단열베이스카펫 / 트라이슈머시트시공
 트라이슈머 합코팅 시공
 옥상 시공 후

결로·곰팡이 단열까지 한번에~!
아트패션시트® 곰팡이 결로 단열시스템

완벽한 3중 단열로 결로, 곰팡이 방지는 기본!
 겨울에는 따뜻~ 여름에는 시원~ 탁월한 냉,난방비 절감효과 (20~30%)
 새집증후군 예방효과, 명품디자인으로 바뀌주는 리모델링 효과까지!

이파엘지의 특허공법!!

배란다 시공전 시공후

(주)이파엘지종합특수방수
 친환경(Zero)환경을 추구합니다.

[주]이파엘지종합특수방수
IPALG 광주전남대리점
 (062) 511-0444
 H.P 010-6603-0405

목포대리점 T.(061) 284-0485
 여수대리점 T.(061) 683-0485
 순천대리점 T.(061) 726-0482
 광양대리점 T.(061) 795-0485

www.IPALG.co.kr
 또는 **이파엘지.kr**