

21세기 해양친수공간 워터프론트

안 희 도 / 한국해양연구원 책임연구원

저 멀리 수평선과 오가는 배와 보트를 바라볼 때, 밀려왔다가 가는 파도 소리를 들을 때, 갯바람의 향기를 맡을 때, 신선한 해산물의 풍미를 맛볼 때, 물과 접촉하거나 해안을 달릴 때, 우리는 알지 못하는 사이에 정신과 육체가 편안해진다. 왜 인류가 바다에 매력을 느끼는가 하는 것은 생명이 바다에서 탄생한 것과 무관하지 않다. 인간의 몸을 채우고 있는 체액의 염분농도와 pH는 생물이 탄생했을 때의 바다와 거의 같기 때문이다.

인간이 물과 만나는 수변(水邊)공간은 독특한 특성을 지닌 곳으로, 수변이 갖는 특성은 다음과 같은 것들을 들 수 있다.

우선은 우리 인간의 친수성(親水性)을 들 수 있다. 사람

의 오감(시각, 청각, 후각, 미각, 촉각)을 통해 물은 마음의 풍요로움과 편안함을 준다. 이것이 물, 또는 바다가 갖는 '정서적 성질'이다. 바다의 정경을 생각해 보자. 인간은 해조음(海鳥音: 청각), 해양경관(시각), 바다냄새(후각), 해수(촉각), 그리고 해산물(미각)을 통해 바다와 교감하며 이 교감에서 풍요로움을 느낀다.

수변공간의 또 하나의 특성은 수면상에 있는 물건을 실제보다 떨어져 보이게 하는 성질이다. 그 감각적 이안거리는 육상에서의 거리보다 2~3배까지 멀리 느끼게 한다. 이는 폐기물 처리시설이나 위험시설을 격리하는 효과를 갖는다. 수변은 또한 난잡하게 보이는 도시공간을 일체적이고 안정된 분위기로 만드는

효과를 가져온다. 뿐만 아니라 수변공간은 배후지의 상황이 어떠한 간에 물에 면한 공간이 열려있음으로 인해 사람들의 마음을 진정시키는 효과를 낳는데 이러한 넓은 바다가 주는 해방감이나 질서감은 해양이 갖는 개방공간(open space)효과이다.

한편 수변공간은 독자적인 경제적 자질을 갖고 있다. 지금까지는 물(바다)의 경제적 자질이라고 하면 해운과 어업, 혹은 해양에 부존하는 자원을 이용하기 위한 해양개발이었다. 그러나 최근들어 우리는 수변공간이 일종의 '워터매직'의 효과로 새로운 경제 창출효과가 있음을 알게 되었다. 인간은 바다와 접촉함으로써 자연에 대한 경이나 신비에 자극받아 새로운 발상이나 지혜를 얻게 된다. 아이들은 물고기의 생태, 구름의 모양과 조수의 흐름, 반복되는 파도 등을 바라보면서 바다의 기상과 해양물리학적 현상을 배우고 체험한다.

이 외에도 물의 효용은 소음 효과라는 측면도 가지고 있다. 대도시에서 자동차와 사람들이 오가며 내는 소리에는 매우 큰 것도 있으며 물이 그 소음을 부드럽게 하는 효과를 가지고 있다. 인간의 귀는 대

단히 우수한 지향성을 가지고 있어 잠속 속에 잠긴 물소리를 선택할 수 있다. 정적 속의 물소리는 좀 더 정적함을 강조하는 효과가 있으며, 소음 속의 물소리는 소음정화효과를 가져 소음을 부드럽게 하는 효용이 있다. 도시의 수변이 사람들의 스트레스를 해소하는 장소임과 동시에 편안함과 휴식을 주는 장소가 되는 것은 이 때문이다.

연안역 이용을 용도별로 분류하면 공간, 에너지, 해수 등으로 분류할 수 있는데, 이중 공간이용이 앞으로 가장 두드러지게 발전할 것으로 생각된다. 이미 항만이나 비행장 등을 인공섬에 건설하려는 계획이 활발히 추진되고 있으며 이 외에도 아직도 개발되지 않은 많은 자원이 남아 있고, 아름다운 관광상품도 숨겨져 있다.

최근 도시 재개발과 환경정비, 거대한 사회간접자본의 정비와 도시공간 개발이 워터프론트(waterfront)라 부르는 공간의 개발로 확대되고 있다. 해양이 가진 광대한 공간을 자원으로 활용하여 인간의 생활과 활동의 장을 종래의 육역에서 해역으로 연장하여 새로운 생활환경을 형성하고자 하는 것이다.

워터프론트라는 개념은 새로운 것으로 불과 수십년 사이에 국제용어로 정착되어가고 있다. 워터프론트란 단순히 수변이라는 개념이 아니라 노후한 도시 임해부를 재개발하여 지역의 환경을 정비하고, 나아가서는 도시의 리스 트럭처링, 곧 도시구조, 산업구조, 문화구조의 재구축을 유도하는 개념이라고 할 수 있다. 즉, 워터프론트란 수변이 가진 다양한 특성을 이용하여 생산기반이 약해진 도시 임해지역이나 항만지역의 토지 이용형태를 바꾸어 지역발전과 환경정비를 꾀하는 일석 이조의 지역 재개발인 동시에 도시구조의 재구축이다.

세계에서 워터프론트 재개발이 행해지고 있는 도시의 대부분은 일찍이 항만으로 번영했던 도시였다. 미국의 동해안에 위치한 보스턴, 뉴욕, 필라델피아, 볼티모어, 마이애미, 5대호 주변의 시카고, 디트로이트, 그리고 서쪽 해안의 시애틀, 샌프란시스코, 로스엔젤레스, 샌디에고와 같은 도시가 그 대표적인 예이다.

미국에서 도시 워터프론트의 재개발이 시작된 것은 1960년대부터이다. 당초의 워터프론트 재개발은 뉴타운 계

획에서 환경의 질 향상을 목적으로 하였기 때문에 현재와 같은 해변이나 하천 주변의 워터프론트가 아니라, 작은 인공연못과 운하를 중심으로 시작되었다.

1980년대에 들어서자 각지의 도시에서 워터프론트를 재개발하였는데, 재개발된 워터프론트의 쾌적하고 즐거운 공간이 사람들에게 큰 매력을 주었다. 거주하는 사람이 많아지면서 토지의 가격이 상승하고 새로운 투자대상으로 주목받게 되었다. 워터프론트의 토지 가격이 5년에 2배, 10년에 10배가 된 것이다. 이러한 워터프론트 재개발 붐은 보스턴, 뉴욕, 볼티모어, 샌프란시스코와 같은 성공을 기대하며 세계 각지로 전파되었다.

최근에는 개발도상국가들도 선진국의 기술 및 경험을 이전받아 워터프론트 개발을 활발히 추진하고 있다. 이전의 산업혁명 시대의 선진국 항만 도시와 같이 이들 국가들에게도 항만은 대량의 화물을 유통시키기 위한 중요한 사회기반시설이었는데, 21세기를 맞이하여 산업과 도시구조의 재구축이 중요한 관심거리가 되면서 워터프론트 개발에 대한 관심도 부쩍 높아진 것이다. 현대도시의 구축은 하이테크

형 산업을 기반으로 하고 있다.

지식기반의 하이테크형 산업은 정보수송의 편리성을 기본 조건으로 하는데, 이를 위해 각종 하이퍼미디어(hyper-media) 기능을 핵심으로 하는 컨벤션 도시(convention city)가 구상되고 있다. 하이퍼미디어 기능이란 수송기능, 정보교류기능, 레크리에이션 기능을 포괄한다. 수송기능은 공항, 항만, 육상 터미널의 세가지가 일체화되는 것으로 각국의 대도시 항만에는 적어도 몇 개의 국제공항이 인접하고 있다. 정보교류기능을 충족시키기 위해서는 여러 종류의 컨벤션센터를 마련하여 인적, 물적 정보, 경제, 금융의 복합 교류가 이루어질 수 있어야 하며 이를 위해 쾌적하고 질 높은 서비스를 제공할 수 있는 인텔리전트 호텔의 건설이 필요하다. 또한, 생활에 윤택함과 풍요로움을 제공하기 위해서는 각종 레크리에이션 기능이 완비되어야 한다.

워터프론트라는 공간은 자연에 대한 욕구와 행동욕구, 문화욕구를 만족시키는 조건이 갖추어지도록 계획되고 있다. 즉, 바다와 하천의 워터프론트에는 풍부한 자연환경

에 접촉할 수 있으며 다양한 행동욕구를 만족시키는 시설이 있다. 더욱이 도심공간에는 다양한 문화시설이 모여, 지식욕구를 만족시킬 수 있어야 한다.

현대 도시생활인의 최대 관심사는 육체의 건강, 마음의 건강, 정신의 건강이며 워터프론트는 이를 충족시킬 수 있는 공간이다. 현대인들이 바라는 높은 삶의 질은 어떤 면에서 물질의 풍요로움과 스트레스의 해소이며 정신과 문명과 문화적인 성취감이다. 이 성취감은 사물과 정보의 신규성(새로운 각종정보), 희소성(신기하고 귀중한 정보), 경제성(부가가치가 있는 정보), 귀속성(특정의 집단을 형성하는 정보), 독자성(유일하고 개성이 있는 정보)으로 얻어진다. 워터프론트의 최대 매력은 우리 생활에 활력을 주는 이러한 정보가 풍부할 뿐 아니라 이용자인 인간이 오감을 통해 편안함을 얻을 수 있다는 것이다. 즉 마음의 편안함, 육체의 건강과 편안함, 지식과 정신의 편안함이 다.

지금 우리들은 21세기에 들어와서야 비로소 워터프론트의 가치를 새롭게 인식하고 있다. ㉠