ISSN 2509-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 2023. Vol.8 No.1

‘장소 만들기(Place Making)’관점의 역사 문화거리 공공디자인에 관한 고찰

A Study on the Public Design of Historical and Cultural Streets from the Perspective of ‘Place Making’

주 저 자 : 강림영 (Kang, Lin Ying) 절강사범대학 디자인 및 창의학부 교수
COLLEGE OF DESIGN AND INNOVATION, ZHEJIANG NORMAL UNIVERSITY
jerry001001@163.com

https://doi.org/10.46248/kidrs.2023.1.463
접수일 2023. 2. 17. / 심사완료일 2023. 3. 20. / 게재확정일 2023. 3. 23. / 게제일 2023. 3. 30.

Abstract

We are experiencing conflicts and reckless development of public space design due to overload of place marketing. As an alternative to overcome this, the concept of 'making a place' through the initiative of the local community is in line with the public space design of the historical and cultural street, and the consideration of the alternative design direction is the purpose of this study. purpose and necessity. Accordingly, through the conceptual interpretation of placeness and sense of place, the historical and cultural street place identity is redefined, and the correlation between shared value and placemaking is made a lower concept with history, cultural locality and spatial characteristics as the upper concept. Therefore, two domestic cases were considered. As a result, in small-scale public space design using historical and cultural regeneration, the method of making a place can be actively utilized and becomes an alternative to overcome the local crisis. It was confirmed that the shared value implied by the place selected as this request and case was shown in the order of mediation 〉 experience 〉 symbol 〉 practical value.

Keyword

Place making(장소 만들기), Historical Cultural Street(역사 문화거리), Public space design(공공 공간디자인)

요약

우리는 장소마케팅 활용의 과부하로 인한 공공 공간디자인의 난개발과 갈등을 경험하고 있다. 이를 극복하기 위한 대안으로 지역 커뮤니티의 주도적 활동을 통한 '장소 만들기' 개념이 '역사 문화거리'라고 하는 공공 공간디자인과 결을 같이 할 수 있는가 하는 가능성 타진 및 대안적 디자인 방향성에 관한 고찰이 본 고의 목적이자 필요성이다. 이에 장소성(placeness)과 장소감(sense of place)의 개념해석을 통한 역사 문화거리 장소정체성을 재정의하고 역사, 문화적 지역성과 공간 특성을 상위개념으로 공유가치와 장소 만들기와의 상관성을 하위개념으로 하여 국내 두 곳의 사례를 고찰하였다. 결과적으로 역사 문화 재생을 활용한 소규모 공공 공간디자인에 있어 장소 만들기 방법을 적극적으로 수용할 수 있으며 '지역의 위기를 극복할 수 있는 하나의 대안이 될 수 있다는 것'과, '역사 문화거리 조성을 위한 공공 공간디자인과 공간 콘텐츠의 유기적 융합이 요구'되는 것, 사례로 선정된 장소가 내포하는 공유가치는 '매개 〉 체험 〉 상징 〉 실용적 가치 순의 빈도를 보이는 것'으로 확인이 되었다.

목차

1. 서론

1-1. 연구의 목적 및 필요성

1-2. 연구의 방법 및 범위

2. 이론적 배경

2-1. 장소 만들기의 개념 및 프로세스

2-2. 장소 만들기 범주

2-3. 공공 공간디자인으로서 역사 문화거리의 장소정체성

3. 장소 만들기 관점의 역사 문화거리 선행사례 고찰

3-1. 정선 고한마을

3-2. 초량 이바구길

3-3. 종합 및 대안

4. 결론

참고문헌

1. 서론

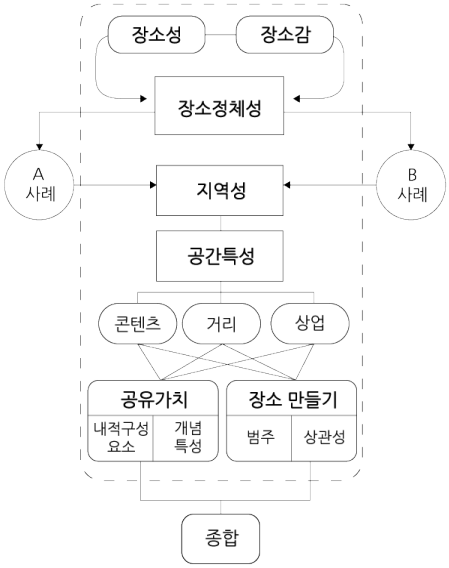
1-1. 연구의 배경 및 목적

21세기 접어들어 공공 공간디자인 영역에서 장소마케팅(place marketing) 혹은 도시마케팅(city marketing)이 지역 발전의 새로운 대안으로 받아들여져 오고 있다. 이는 글로컬라이제이션(glocalization) 시대에 각 지자체 및 도시들이 장소적 자산의 개발 및 홍보를 통한 지역 경제를 부흥시킬 수 있는 대안으로 장소마케팅 혹은 도시마케팅을 인식하였기 때문이다.[1] 이로 인한 지역의 자산 개발에 있어 장소정체성의 복원 및 개발이 하드웨어 측면의 경쟁적 진행을 초래함에 따라 오히려 지역 고유의 정체성 상실 및 커뮤니티를 포함한 이해관계자들 간 갈등 등 역효과를 경험하고 있다. 이를 극복하기 위한 대안으로 지역 커뮤니티의 주도적 활동을 통해 장소에 대한 의미 부여와 함께 가치를 만들어 문화를 생산하고 공유하는 과정을 그 맥락으로 하는 장소 만들기(place making) 개념이 역사 문화거리라고 하는 공공 공간디자인과 결을 같이 할 수 있는가 하는 가능성 타진 및 대안적 디자인 방향성에 관한 고찰이 본 고의 목적이자 필요성이 되겠다.

1-2. 연구의 방법 및 범위

본 고의 목적에 맞게 먼저 관련 선행 연구사례와 문헌을 연역적 분석으로 이론적 배경 화하였다. 본 고의 맥락상 공공 공간디자인의 장소성(placeness)과 장소감(sense of place)의 개념해석은 공공디자인으로서 역사 문화거리 장소정체성을 재정의함에 중요한 논거가 된다. 이에 장소에 대한 주관적 감성이 강한 장소감이 장소 만들기의 주된 소프트웨어 요소 즉, 커뮤니티의 연결성 개념과 상관성이 있는지 비교한다. 이후 국내 역사 문화거리와 관계된 2가지 사례 즉, 본 고에서 재정의한 역사 문화거리의 장소정체성 개념을 내포하고 있는 상향식과 하향식 사례를 비교, 분석하고 대안적인 디자인 방향을 제언하게 된다.

1) 박배균, 장소마케팅과 장소의 영역화: 본질주의적 장소관에 대한 비판을 중심으로, 한국 경제지리학회지, 2010, 9, Vol.13, No.3, p.498.



[그림 1] 연구의 흐름도

2. 이론적 배경

2-1. 장소 만들기(Place Making)의 개념 및 프로세스

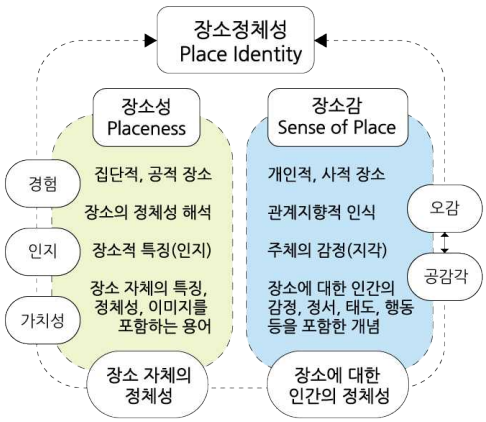
2-1-1. 장소 만들기의 개념

우리는 공간을 오감으로 경험하며 살아가고 있다. 공간을 규정해 주는 사물과 장소를 언급하지 않고 경험적 공간에 대해 논의하기란 사실상 불가능에 가깝다. 공간은 정의와 의미를 획득함으로써 하나의 장소로 변모해 간다.[2] 이런 공간개념에 있어 인간주의 관점에서 실존주의 지리학 관점으로의 변화는 경험의 주체로써 인간의 삶과 경험, 현실적 체험의 장으로서 그 의미가 확장된다. 이로써 절대공간과 상대공간으로 그 개념이 다양화 되는데, 공간은 물리, 과학, 수학적 측면의 개념을 포함한 절대적 공간개념에 가깝다. 반면 인간의 삶과 경험, 체험, 기억, 가치 등의 유•무형 상호작용에 의한 상대적, 관념적, 관계적인 의미로 여겨지는 순간 '공간'은 실존주의적 개념으로 시간과 함께 '장소'의 의미를 띄게 된다. 공간의 장소화에 대한 개념은 여러 사상가들에 의해 주장되었는데 먼저 마르틴 하이데거(Martin Heidegger)는 1927년 출간된 그의 저서 "존재와 시간"에서 공간과 시간이 단순히 세상의 외부적이고 객관적인 특징이 아니라 인간이 존재하고 세상을

2) Yi-Fu Tuan, 공간과 장소, 사이, 2020, p55.

경험하는 방식과 밀접하게 연결되어 있다고 강조했다. 그는 인간이 단순히 공간과 시간에 거주하는 것이 아니라 항상 이미 특정 상황에 "내던져" 있으며, 이는 공간과 시간에 대한 경험을 형성한다고 주장했다.[3] 모리스 메를로 퐁티(Maurice Merleau-Ponty)가 공간의 장소화를 설명할 때 지각의 주체로서 신체를 강조한 것은 그의 초기 연구에서 지각이 감각 정보의 수동적 수용의 문제가 아니라 능동적이고 구체화된 세계와의 참여라고 주장한 바 있다.[4] 테오도르 슐츠(Theodore Schultz)는 1945년 Journal of Farm Economics에 게재된 "농업 생산, 생산량 및 공급에 대한 성찰" 이라는 연구에서 인간과 환경의 상호 작용을 강조한 바 있다. 이 연구에서 Schultz는 농업 생산에서 인간과 자연 환경 간의 관계를 이해하는 것이 중요함을 강조하면서 공간의 장소화를 주장한 바 있다.[5]

장소는 통상적으로 특정의 가치나 의미가 부여된 지역이나 공간을 의미하는 것으로 이해될 수 있다.[6] 이러한 장소를 구성하는 3가지 주된 요소는 현장(Locale), 위치(Location), 장소감(Sense of Place)으로 구분된다(Agnew, 1987). 현장(Local)은 사회적 관계 형성을 일어나게 해주는 물리적 세팅을 말한다. 추상적 의미의 사회관계가 아닌 실존적 의미의 사회관계로 다양한 주체나 개인 간의 구체적 실천을 통해 만들어진다. 다양한 계층 간 구체적 실천은 도시나 건물, 거리에서부터 벽, 창문, 정원 등의 협소한 개념까지 아우르는 구체적 환경 속에서 이루어진다. 이러한 현장에 기반을 둔 물리적 환경을 장소라 한다. 위치(Location)는 지구상 모든 장소가 특정 지점에 지정된다는 점에서 기본적인 장소 구성요소 가운데 하나라 할 수 있다. 이는 장소가 위치적 표시가 가능해야 함을 뜻한다. 반면 운송 수단을 이용한 동적이면서 상대적인 장소 유형을 간과할 수 없는데, 이 경우 또한 위치성을 빼고 논할 수 없다. 장소감(Sense of Place)은 그 장소에서 느낄 수 있는 각 계층 간 주관적이면서 정서적인 유대감을 의미한다.[7] 또한 장소감은 장소성(Placeness)[8]과 함께 장소정체성(Place Identity)의 개념을 이루는 주된 요소라 할 수 있다.[9] (그림 2 참조)



[그림 2] 장소감, 장소성, 장소정체성의 상관도

2000년대 들어 기존의 하드웨어 중심 도시정비사업의 한계에 대한 대안으로 제안되기 시작한 개념이 '장소 만들기' 이다.[10] 도시 생활에 활력을 불어넣는 문화의 장이자 경제적 혜택을 도모하며, 도시의 정체성을 부여하는 것, 또한 협의의 장소 만들기 개념이기도 하다.[11] 더 나아가, 장소 만들기는 지역 커뮤니티의 주도적 활동을 통해 장소에 대한 의미 부여와 함께 가치를 만들어 문화를 생산하고 공유하는 과정이다. 이를 통해 도시민의 삶의 질을 높인다는 도시재생의 목표에 다가갈 수 있는 대안적 방법이다.[12]

3) Heidegger, M. (1993). Building, dwelling, thinking. In D. F. Krell (Ed.), Martin Heidegger: Basic Writings. London, UK: Routledge. pp. 343-363

4) Johnson, Mark. (2007). The Meaning of the Body: Aesthetics of Human Understanding. University of Chicago Press. pp. 11-36.

5) Schultz, Theodore W. (1979). Economic Growth and Agriculture: Lessons from Asia. The American Economic Review, Vol. 69, No. 2, pp. 153-158.

6) T. Cresswell, Place: A Short Introduction, Blackwell Publishing, 2004, p.403.

7) 박배균, 장소마케팅과 장소의 영역화: 본질주의적 장소관에 대한 비판을 중심으로, 한국 경제지리학회지, 2010, 9, Vol.13, No.3, p.498.

8) 장소성은 장소감과 구별되는 개념으로 정리한다. 이는 장소성 보다 집단적이며 공적 장소의 개념이자 장소 자체의 정체성, 특징 및 이미지를 포함하는 용어.

9) 서동진, 장소정체성을 위한 장소성의 다의적 개념 비교연구, 한국 공간디자인학회논문집, 2022, 8, Vol.17, No.3 , p.371.

10) 이석환, 장소 만들기의 구성 요체로 본 '마로니에 공원'의 장소 만들기 국토계획, 1997, 10, Vol.32, No.5, p.218.

11) 한주형, 문화적 도시재생에서 장소 만들기는 어떠한 의미를 갖는가? 관광레저연구, 2021. 2, Vol.33, No.2, p.8.

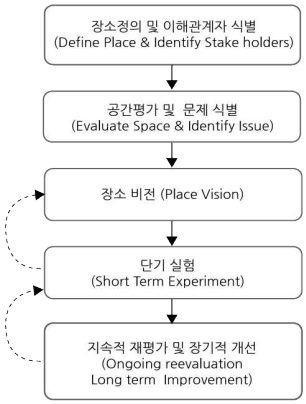
12) ibid, p.9.

장소 만들기의 핵심은 사람과 공간과의 관계 규명 또는 물리적 공간의 조성을 넘어서 장소에 머무르는 객체들을 서로 연결함으로써 커뮤니티를 형성하고 관계 조성을 통해 일정 공간을 "장소"화하는 것으로 볼 수 있다.[13)]

2-1-2. 장소 만들기 프로세스

장소 만들기 프로세스가 전통적인 공공 공간디자인과 차별성을 가지는 것은 무엇보다 다양한 이해관계자들의 참여에 있다. 그러므로 이해관계자 파악이 주요하며, 현장에서의 관찰을 토대로 공간과 자산 또는 과제를 평가하는 것이 전체 프로세스에서 중요한 비중을 차지한다. 이를 통해 장소에 대한 비전이 생성되고, 단기적 프로젝트로 시작한 작업에 대한 지속적인 평가를 함으로써 공간에 대한 장기적인 개선으로 이어질 수 있는 지속적인 관찰 및 분석이 반복된다. 이를 위해서 선행되어야 할 것은, 장소를 정의하고 이해관계자를 파악(Define Place and Identify Sta -ke holders)하는 것이 중요하다. 다양한 그룹이 직면한 주요 문제를 식별하고 특정 장소를 선정하기 위해 공공, 민간 부문의 커뮤니티 대표의 참여가 매우 중요하다. 다음으로 공간 평가 및 문제 식별(Evalua -te Space and Identify Issue)의 단계를 거치게 되는데 참가자들은 공간이 어떻게 사용되고 개선될 수 있는지 검토하게 된다. 이후 장소의 비전(Place Vision)을 정의하는 단계에서 각 참여자 간의 임무 또는 목표에 대한 진술과 공간 사용 방법 및 대상에 대한 정의, 공간의 의도된 특성에 대한 설명, 공간 설계 방법에 대한 개념 계획, 유사 공간 및 성공사례 분석 그리고 단기 및 장기 개선을 위한 실행 계획을 세우게 된다.

다음 단계로 단기 실험(Short term Experiment)을 진행하게 되는데 비전을 실행에 옮기는 단계이다. 프로젝트를 구현하고 평가하여 공간의 점진적 성장을 돕는 단기 프로젝트 단계로 편의시설(Amenity), 프로그래밍(Programming), 자본 집약적 건축물에 대한 대안으로 임시구조물 설치 및 리모델링 등의 라이트 개발(light development)이 행해진다. 마지막 단계로 지속적 재평가 및 장기적 개선(Ongoing reevaluation and Long term Improvement)이 행해지게 되는데 이 단계에서는 이해관계자들의 지속적 참여가 관건이다. 이는 공간에 대한 비전이 항상 커뮤니티의 목표로 반영되는 것이 중요하므로 사후관리 차원과 질적 향상을 도모하기 위함이다.[14)] (그림 3 참조)



[그림 3] 장소 만들기 프로세스

2-2. 장소 만들기의 범주

장소 만들기의 범주는 도시계획, 건축, 조경, 공공디자인, 부동산 개발, 사회학 및 교통 공학의 요소를 결합하는 종합 분야로 그 범주가 다양하다. 그 가운데 본 고에서는 물리적, 사회적, 경제적, 문화적 특성을 포괄하는 범주로 장소감과 장소성을 융합한 유형과 문화 재생과 공간 콘텐츠 융합 유형으로 축약하여 범주화하기로 한다.

2-2-1. 장소감과 장소성 융합 유형

코번트 가든(Covent Garden)은 영국 런던 시티 오브 웨스트민스터에 위치한 지역이다. 17세기부터 1974년까지 영국 최대의 청과물 시장이 존재해 런던의 식량 창고라는 별명으로 불리기도 했다. 중심지인 더 마켓(The Market) 서쪽에는 크리스토퍼 렌이 설계한 세인트 폴 교회가 보존되어 있고 주위로 극장 박물관, 런던 교통 박물관, 로열 오페라 하우스 등이 있다.[15)] 이곳은 오드리 햅번 주연의 영화 "마이 페어 레이디"의 배경이 되기도 했다. 영화의 여주인공 이라이자는 이곳에서 꽃을 파는 아가씨로 등장하는데 코번트 가든에는 1880년대부터 꽃 시장이 들어섰다.[16)]

[그림 4] 코벤트 가든 거리 모습
출처- www.coventgarden.
london

13) 한주형, 노은정, 문화예술, 공간 재생, 그리고 관광 : 내부자의 관점에서 공간은 어떻게 장소가 되어 가는가?, 관광레저연구, 2020, 5, Vol.32, No.5 , p.8.

14) PPS(Project for public space), www.pps.org, 2023.02.

15) 위키피디아, ko.wikipidia.org, 2023.02

16) 코번트 가든 웹사이트, www.coventgarden.london/2023.02

이러한 움직임은 지역 커뮤니티의 주도적 활동을 통해 장소에 대한 의미 부여와 함께 가치를 만들어 문화를 생산하고 공유하는 과정이 지역민의 삶의 질은 물론 런던의 관광명소가 되게 된 장소 만들기의 하나의 대표적 사례라 할 수 있겠다. 코번트 가든이 하나의 장소 만들기 사례로 시사하고 있는 바를 요약하면 다음과 같다. 먼저, 이곳은 17세기부터 현재까지 그 용도가 진화하면서 역사 축적이 이루어졌고 대부분의 건축양식이 옛것 그대로 전해져 오고 있다. 근대에 지역민들이 모여 운영하던 작은 꽃시장 정도로 여겨지던 곳이 현재는 먹거리에서부터 전시공연 및 엔터테인먼트 적인 요소, 그리고 쇼핑까지 아우르는 유무형의 매개효과를 지니게 된 것이다.

2-2-2. 문화 재생과 공간 콘텐츠 융합 유형

기온마쓰리(祇園祭)는 일본 교토에서 해마다 열리는 축제이다. 일본의 무형 민속 문화재의 하나로 869년 일본 전역에 창궐한 전염병을 퇴치하기 위해 기원제 형식으로 시작된 것이 유래가 되어 오늘날 마쓰리로 자리 잡게 되었다. 15세기 중엽과 2차 대전 당시 잠시 중단된 이후 1,100년 동안 이어져 내려오고 있다. 기온마쓰리는 도쿄의 간다마츠리, 오사카의 텐진마츠리와 함께 일본의 3대 축제로 여겨진다. 매년 7월 1일부터 31일까지 한 달 동안 진행이 되며 교토 기온의 야사카 진자(八坂神社)를 중심으로 열린다.[17]

[그림 5] 기온마쓰리 장면

출처- JTB Photo/ 유로크레온

기온마쓰리의 장소 만들기 유형은 마쓰리라고 하는 공간 콘텐츠를 활용한 문화 재생에 있다. 무형의 지역자원을 활용하여 공간에 의미를 부여하고 지역민들이 직접 참여한다. 지역민들의 행사가 방문객들의 호응을 이끌어 지역 인프라가 활성화되는 선순환을 보여주는 유형이라 할 수 있다.

2-3. 공공 공간디자인으로서 역사 문화거리의 장소정체성(Place Identity)

역사 문화거리의 장소정체성에 대한 고찰 전에 먼저 공공디자인의 개념을 되짚고 갈 필요가 있다. 2021년 9월 16일 개정 시행된 법률 제18246호, 공공디자인의 진흥법 제2조에 명시된 공공디자인의 정의를 살펴보면 다음과 같다. “공공디자인”이란 일반 공중을 위하여 국가, 지방자치단체, 「지방공기업법」에 따른 지방공기업, 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관(이하 “국가기관 등”이라 한다)이 조성 · 제작 · 설치 · 운영 또는 관리하는 공공 시설물 등에 대하여 공공성과 심미성 향상을 위하여 디자인하는 행위 및 그 결과물을 말한다.[18]

[표 1] 공공공간디자인의 범주

구분			내용
공공공간디자인	도시환경	야외 공공공간	공원, 운동자, 묘지, 공공기관 부속용지, 광장, 놀이터, 보도, 쌈지공원 등
		기반 시설 공간	도로, 주차장, 터널, 철로, 고가도로, 교량, 관개배수 시설, 상하수도 시설, 하수처리장, 발전소 등
	공공건축 및 실내환경	행정	공공안내소, 마을회관, 파출소, 소방서, 우체국, 전화국. 동사무소. 군사 공간, 교도소, 지자체 청사, 행정 부처 건물 등
		문화 복지	시민회관, 역사공간, 체육관, 경기장, 공연장, 국공립 복지시설, 박물관, 미술관, 보육원, 휴게소 등
		역사 시설	여객 자동차 터미널, 화물터미널, 철도역사, 지하철역, 공항, 항만, 고속도로 휴게실 등
		교육 연구	국공립 초/중/고등학교 및 대학교, 유아원, 교육원, 훈련원, 연구소, 도서관, 연수원 등

공공디자인은 크게 공공시설물, 공공공간디자인, 공공매체 디자인, 공공디자인 정책의 네 분야로 분류할 수 있다. 공공공간디자인은 다시 도시환경과 공공건축 및 실내환경으로 나눌 수 있는데 2가지 범주를 세분화하면 야외 공공공간, 기반 시설 공간, 행정 공간, 문화 복지 공간, 역사 및 시설 공간, 교육 연구 공간으로 나눌 수 있다(표 1참조). 공공공간디자인의 범주 내에 설치될 수 있는 공공시설물을 세분화하면 크게 7가지로 분류할 수 있으며 아래 [표 2]와 같다.[19] 본 고에서

17) 위키피디아, ko.wikipidia.org, 2023.02

18) www.law.go.kr, 2023.03

19) www.law.go.kr, 2023.03

논하고자 하는 역사 문화거리는 공공공간디자인 내 도시환경 디자인 가운데서도 야외 공공공간에 속한다. 공공디자인 시설물 범주로 분류했을 때, 대상 지역의 특정 콘텐츠를 포함하는 (다), (마)항 즉, 벤치, 가로 판매대, 파고라 등 편의시설물, 가로수 보호대, 가로 화분대, 분수대 등 녹지시설물 등을 포함한다고 할 수 있다.

[표 2] 공공디자인 시설물의 범주

구분	내용
공공디자인 시설물	가. 대중교통 정류소, 자전거 보관대 등 대중교통시설물
	나. 차량 진입 방지용 말뚝, 펜스 등 보행안전시설물
	다. 벤치, 가로 판매대, 파고라 등 편의시설물
	라. 맨홀, 소화전, 신호등 제어함 등 공급시설물
	마. 가로수 보호대, 가로 화분대, 분수대 등 녹지시설물
	바. 안내표지판, 현수막 게시대, 지정벽보판 등 안내시설물
	사. 그 밖에 가목부터 바목까지의 시설물에 준하는 시설물

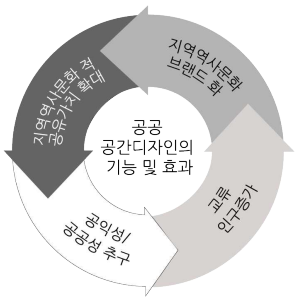
2-3-1. 공공 공간디자인의 기능

공공 공간디자인은 공익에 부합하는 디자인이다. 그러므로 다수의 행복과 문화적인 삶의 질을 높이는 것을 지향하여야 한다. 일부 계층을 위한 디자인이나 이익 창출에만 목적을 둔 사적 디자인과는 달리 공공성이 강조되어야 한다. 더불어, 지역과 도시의 역사, 문화적 정체성을 브랜드화하여 사회, 경제, 역사, 문화적 공유가치를 확대, 재생산하는 기능을 한다.[20]

2-3-2. 역사 문화거리의 장소정체성

흔히들 도시를 비롯한 소규모 단위의 군락까지 유기적 생명체로 간주하는 경향이 있다. 이는 사람들에 의해 이들 장소가 생성되고, 진화하며, 소멸이 되기 때문이다. 그리고 이러한 과정 가운데 그 지역의 역사와 문화가 발현되며 협의든, 광의든 그 장소를 지탱하는 원동력이자 정체성을 대변해 준다.

그 가운데 역사와 예술을 비롯한 모든 문화를 아우르는 유무형의 대상을 활용한 도시재생을 문화적 재생이라 일컫는데, '역사 문화거리' 조성 또한 문화적 재생의 한 일환이다.[21]



[그림 6] 공공 공간디자인의 기능 및 효과

역사 문화거리 공공 공간디자인 개발 및 계획에 있어 공유가치의 개념 정립은 선행되어야 할 과정이라 판단된다. 유무형의 특성을 가진 공유가치들[22] 과 그 구성요소들[23]을 고찰하고 종합함으로써 역사 문화거리의 장소정체성을 정의한다.

먼저 공공성, 교류성, 사회성, 참여성 등의 특징을 가지고 있는 매개적 가치를 들 수 있는데 공동으로 참여할 수 있는 공간이나 공공시설을 제공함으로써 이용자들의 교류를 지향하는 가치개념이라 할 수 있다. 이는 일정 장소가 지니는 연대 및 인문 지수, 지명도 등이 종합적으로 구성된 이른바 "역사 축적' 및 그 장소에서 행해지는 "공공예술", "특색이 있는 활동"과 같은 무형적 요소와 역사 문화거리의 가장 직관적이면서도 유형적 표현 요소인 "건축양식" 요소 등이 영향을 줄 수 있다. 다음으로 편리한 접근성 및 공간의 기능성을 높임으로써 "장소의 효율성"을 높이는 가치개념인 "실용적 가치"를 들 수 있다. 실용적 가치를 구체화하는

20) 황선영, 도시환경 이미지 개선을 위한 공공디자인의 역할, 기초조형학연구, 2008, 2, Vol.9, No.1, p.796.

21) 이학모, 문화적 재생을 위한 장소 만들기 연구, 인문사회과학 연구, 2022, 5, Vol.32, No.5 p.306.

22) 우커스 외 2명, 역사 문화거리 공공디자인의 공유가치에 관한 연구, 한국공간디자인학회, 2021. 8, Vol.16, No.5, p.259.

23) 양쯔치, 조정형, 도심 역사 문화 보호구역과 도시 이미지 구축에 관한 연구, 기초조형학연구, 2020. 4, Vol.21, No.2, p.187.

요인으로는 접근성, 개방성, 사용성, 기능성 등이 있는데, 자연경관을 포함한 여행 동선, 각종 편의시설 등의 경관 공간 계획을 아우르는 “경관 계획” 등의 구성요소를 포함한다. 상업성, 이벤트성 등의 다양한 요인을 내포하고 있는 “체험적 가치”는 이용자들에게 차별화된 장소성과 경험을 제공하기 위한 다양한 공감각적 체험을 지향하는 가치개념이다. 주로 공공예술 또는 지역의 특색을 반영하는 활동, 먹거리, 상품 등의 상업적 요소들을 내포하고 있는 개념이다.

[표 3] 역사 문화거리의 공유가치 개념과 특성 및 내적 구성요소 요약

공유 가치	개념	특성	내적 구성요소
매개적 가치	공동 참여의 공간이나 공공시설 제공 -> 이용자 교류 지향	공공성 교류성 사회성 참여성 등	역사축적 공공예술 특색활동 건축양식 등
실용적 가치	편리한 접근성 및 공간 기능성 높임 -> 장소의 효율성 고취	접근성 개방성 사용성 기능성 등	자연경관 여행동선 편의시설 등
체험적 가치	차별화된 장소성, 경험 제공 -> 다양한 공감각적 경험 제공 지향	상업성 이벤트성 등	공공예술 특색활동 먹거리, 상품 등 상업적요인
상징적 가치	독창적 지역성-> 지역 역사와 문화에 내재된 의미 지향	문화성 역사성 지역성 추상성 등	역사축적 건축양식 등

끝으로 독창적인 지역성을 기반으로 한 지역 역사와 문화에 내재 된 의미들을 지향하는 “상징적 가치” 개념을 들 수 있다. 이는 문화성, 역사성, 지역성. 추상성의 가치요인을 내포하고 있으며 무형의 “역사 축적” 및 유형의 “건축양식” 등 다양한 유무형의 내적 구성요소를 포괄한다 할 수 있다. 이렇듯 역사 문화거리는 공유가치에 따른 내적 구성요소와 특성이 있는 정체성을 나타낸다고 재정의될 수 있다.(표 3 참조)

3. 장소 만들기 관점의 역사 문화거리 선행사례 고찰

지역의 고유한 역사적 상황을 예술적 매개로 각 지역의 장소성과 장소정체성을 분석한 사례에서 지역성, 공간 특성, 활성화 전략 3가지 항목으로 구분한 분석법[24]과 지역 특성에 따른 공공디자인 개발 방향에 관한 연구에서 밝힌 지역의 유전자와 지역성 그리고 지역자원 인자들 간의 상관관계를 활용한 분석의 틀[25]의 융합이 본 고의 주된 역사 문화거리의 공공 공간디자인과 관계된 맥락적 상위개념이 된다. 하위개념으로 유무형의 인자들 간 공유가치와 구성요소를 중심으로 고찰한다. 대상 지역은 국내 지역 2곳의 사례를 선정하였다. 선정기준은 대한민국 근·현대역사와 관계된 곳으로 시군단위 규모의 공신력을 인정받은 사례이자 본 연구의 맥락적 개념을 명확히 내포하고 있으며 상호 비교가 가능한 사례로 조작적 정의하였다.(표 4 참조)

[표 4] 고찰의 기준

<table>
<tr><th colspan="2">상위개념 (외부)</th><th colspan="3">하위개념 (내부)</th></tr>
<tr><td rowspan="2">지역성</td><td>역사적</td><td colspan="2" rowspan="2">공유가치</td><td rowspan="2">장소 만들기</td></tr>
<tr><td>문화적</td></tr>
<tr><td rowspan="3">공간 특성</td><td>콘텐츠</td><td rowspan="3">내적 구성 요소</td><td rowspan="3">개념 및 특성</td><td>장소 만들기 범주</td></tr>
<tr><td>거리</td><td rowspan="2">장소 만들기와의 상관성</td></tr>
<tr><td>상업</td></tr>
</table>

3-1. 정선 고한마을

이 지역의 역사적 지역성은 근대 일제강점기 대한민국의 암울한 역사를 담고 있다. 일제의 석탄 발굴을 산업화의 기반으로 삼는 정책은 이 지역의 지역자원 수탈로 이어진다. 해방 이후 채굴 기반 시설로 인한 석탄산업은 국가 기반 산업이 되면서 이 지역은 국가산업 전초기지 화 되고 장소성의 전환을 맞게 된다. 이후 정부의 에너지 전환 정책으로 인해 폐광되었으며, 강원랜드의 탄생 배경이 되었던 ‘폐광지역 개발지원에 관한

24) 김명옥, 한중일 예술지구의 지역성과 공간 특성의 상관성에 관한 연구, 기초조형학연구, 2009, 8, Vol.10, No.4, p.16.

25) 김미숙, 지역 특성에 따른 공공디자인 개발 방향에 관한 연구, 기초조형학연구, 2007, 3, Vol.9, No.2, p.62.

특별법'으로 인해 관광 계발을 기대하였으나 지역민들의 기대와는 달리 시행되지 않았고 지역경제와 문화는 쇠퇴해져 갔다. 이를 극복하기 위한 목적으로 지역민 자체적으로 '지역 살리기 공동 추진 위원회'라는 조직을 구성하여 '지역소멸' 위기를 이겨내기 위한 시도를 진행하고 있다. 근대 이전에는 산간 화전민촌이었던 이곳은 1970년대 근대화, 산업화로 인해 탄광 산업 중심의 일자리를 찾아 전국에서 사람들이 모여 경제, 문화가 형성되었다. 앞서 역사적 배경에서 언급하였듯이 탄광촌의 번성과 쇠퇴로 문화적 지역성은 낙후되어있는 상태였고 문화 재생이 절실한 곳이었다.[26)]

지역민들 스스로가 지역을 활기가 있는 곳으로 바꾸려는 시도는 '함백산 야생화 축제' 부터이다. 이 축제는 2006년을 시작으로 팬데믹 시기(2020~21)에 잠시 중단된 후 현재까지 이어져 오고 있다. 초기 지역성을 상징하는 광업소를 축제의 장소로 활용하다가 2011년 만항제 야생화 공원으로 행사장을 옮기면서 자연 친화적 공간 콘텐츠가 되었다. 이 행사가 지역변화의 큰 요인으로 작용할 수 있었던 원인은 관 주도의 관행을 탈피하고 주체적 역량을 활용했기 때문이다. 이는 상향식 시스템 즉, 주민 거버넌스가 관을 움직일 수 있는 사례로 주민참여가 주요한 선순환 시스템의 기반임을 보여준다. 이러한 공간 콘텐츠는 체험적, 상징적, 매개적 가치가 있고 자연경관 및 민속전시를 활용한 이벤트성, 지역성, 교류성, 참여성 등의 특징으로 장소성과 장소감에 변화를 준 장소 만들기 예시라 판단된다.

고한마을의 공간 특성 가운데 거리 특성을 단편적으로 보여주는 예가 '고한 골목길 정원박람회' 이다. 주민 주도의 마을 환경개선 사업으로 시작하였던 이 프로젝트는 최초의 주민참여 정원박람회라고 하는 콘텐츠를 기획하게 된 계기가 되었다. 함백산 야생화 축제의 경험을 바탕으로 축적된 외부의 네트워크 연결, 즉 외부 전문가 그룹은 사업 실천을 위한 전문적 역량과 함께 총괄 기획을 담당하였다. 2019년 4월 사업계획이 본격적으로 수립된 이후 정선군의 지원을 받아 미스터리 가든, 벤치 가든, 플랜테리어 가든 등의 주제를 선정해 현재까지 진행 중이다. 이 박람회는 마을 골목길이라는 지역자원을 활용하여 정원이라는 구성요소를 융합함으로써 체험적, 상징적, 매개적 가치를 보여주고 있다. 이는 경관 계획과 특색 있는 활동의 내적 구성요소를 활용해 장소 기반의 지역 활성화를 보여준 사례라 고찰된다.

26) 정선군청, www.jeongseon.go.kr, 2023.02.

[표 5] 정선 고한마을 사례 요약

지역성	
역사적	일제강점기부터 현재까지 탄광촌의 수탈과 번성 폐광에 이르는 역사적 사건을 거치면서 장소성이 변해감 -> 지역민들의 자구적 움직임으로 지역소멸 위기 극복
문화적	근대 이전에는 산간 화전민촌으로 문화적 낙후, 1970년대 근대화 산업화 -> 탄광 산업 중심의 일자리로 지역민 형성 및 문화 정착

공간특성(명칭)	공유가치		장소 만들기
이미지	내적구성 요소	개념 및 특성	범주 및 상관성
콘텐츠 (함백산 야생화 축제)	체험, 상징, 매개적 가치		공간 콘텐츠 활용한 장소감 변화/ 지역민 주도
	자연경관 민속전시 특색활동	이벤트성 지역성 교류성 참여성	
거리 (고한 골목길 정원)	체험, 상징, 매개적 가치		공간 콘텐츠+ 마을 환경개선 ->장소성, 장소감 변화/ 주민-전문가 주도
	경관계획 특색활동 민속전시	이벤트성 지역성 교류성 참여성	
상업 (마을호텔 18번가)	실용, 매개, 체험적 가치		편의시설 확충-> 장소성 변화 / 주민-전문가-행정 협력 시스템
	경관계획 여행동선 편의시설	접근성 사용성 기능성	

이 공간의 상업적 특성으로 '마을호텔 18번가'를 예로 들 수 있다. 이 프로젝트는 앞선 2가지 사업을 거치면서 유기적 연결망이 형성되고 구체화 될 수 있었다. 주민 - 전문가 - 행정의 협력적 거버넌스 시스템으로 마을 호텔 기반의 경제공동체라는 공동의 목표가 설정되었고 주민 커뮤니티가 회복되는 시점과 더불어 마을이 추구해야 할 방향으로 진행되었다. 마을의 유휴공간을 매개로 한 '마을 만들기' 프로젝트가 2018년 국토부에서 주관하는 소규모 재생 사업에 선정되고 구체화되기 시작하였다. 처음에는 호텔을 건설하였지만,

음식점, 카페, 사진관, 공방 등 호텔 주변 인프라들이 늘어나고 있다. 이는 실용, 매개, 체험적 가치를 가지고 있으며 접근성, 사용성, 기능성을 염두에 둔 여행 동선, 편의시설확충이라는 내적 구성요소를 지니고 있다. 이로써 장소성의 변화를 통한 장소 만들기를 보여준 사례라 판단된다.(표 5 참조)

3-2. 초량 이바구길

부산광역시 동구 초량동에 조성된 이바구길은 지자체 주도로 시행한 문화 재생 프로젝트의 하나인 '산복도로 르네상스'에 속한다.[27] 이바구길 프로젝트는 상대적으로 노후화되고 낙후된 부산 동구를 지역자원 화하여 재개발이 아니 재생을 통한 환경개선을 이루었다는 데 큰 의의가 있다. 이곳은 일제강점기를 거쳐 6.25 전쟁 당시 피난민들에 의해 형성된 근·현대사의 역사가 남아있는 지역으로 지역민들의 생활 흔적을 느낄 수 있는 전통적 건물과 경관 등이 산재해 있다. 특히 피난민들의 원도심 집중 현상으로 형성된 골목과 산중턱까지 주거지가 확장됨으로써 산복도로 문화가 생기게 되었다. 이로 인한 문화적인 지역성은 옛 흔적 보존문화, 시장문화, 타국문화 등이 산복도로 문화와 함께 혼재되어있는 곳이다.[28]

이곳의 공간 특성은 공간 콘텐츠로 공공미술을 기반으로 한 설치 예술 및 공공디자인이 주된 콘텐츠로 여겨진다. 그 가운데 시민 참여 콘텐츠를 포함하는 지역은 상해문이 위치한 차이나타운 거리이다. 2004년부터 매년 10월마다 개최되는 상해 거리 축제가 있는데, 이 지역은 1960년대 화교들이 정착하여 상업 커뮤니티를 형성하면서 자체적인 역사와 문화가 만들어진 곳이다. 부산역 맞은편에 조성되어있으며 1993년 부산시와 상해시 간 자매결연 이후 우호 증진을 목적으로 개발되어 오고 있다. 2007년에는 차이나타운 특구로 지정되면서 지역민들의 위상이 강화되는 계기가 되었다. 상해문이 내포하고 있는 공유가치는 상징, 체험, 실용, 매개적 가치 등이 있으며, 이를 구성하고 있는 요소들은 상권을 중심으로 한 경관 계획과 편의시설, 중국 전통 건축양식, 축제형식의 특색 활동 등이다. 이들 요소를 기반으로 한 특성은 문화성, 지역성, 교류성, 상업성 등을 보여준다.

27) 이경화, 공유가치 창출을 위한 장소 브랜드 이미지화의 특성 연구, 한국기초조형학회 기초조형학연구, Vol.15, No.5, 2014, p.428

28) 부산 동구청, www.bsdonggu.go.kr, 2023. 02

[표 6] 초량 이바구길 사례 요약

지역성	
역사적	일제강점기를 거쳐 6.25 전쟁 당시 피난민들에 의해 형성된 근현대사의 변화가 남아있는 지역, 지역민들의 생활 흔적, 전통적 건물 산재함
문화적	역사적 배경으로 말미암아 옛 흔적 보존문화, 시장문화, 타국 문화, 산복도로 문화가 혼재함

공간 특성(명칭)	공유가치		장소 만들기
이미지	내적구성 요소	개념 및 특성	범주 및 상관성
콘텐츠 (상해문)	상징, 체험, 실용, 매개적 가치		상징적 조형물+ 상업시설 +축제 ->장소성 및 콘텐츠 변화/ 지역민 - 전문가 - 행정 협력시스템
	경관계획 건축양식 특색활동 편의시설	문화성 지역성 교류성 상업성	
거리 (동구 인물사 담장)	상징, 체험, 매개적 가치		골목길 개선 -> 장소성 변화/ 전문가 - 행정 협력 시스템
	역사축적 경관계획 공공예술 민속전시	역사성 지역성 문화성 참여성	
상업 (이바구 정거장)	실용, 체험, 매개적 가치		편의시설 확충-> 장소성 변화 / 전문가 - 행정 협력 시스템
	경관계획 여행동선 편의시설	접근성 개방성 사용성 기능성	

공간 특성 가운데 거리로 선정한 곳은 '동구 인물사 담장'이다. 전체 구역에서 비교적 경사가 완만하며 학교 담장을 따라 있는 그대로의 긴 골목에 조성되어있다. 담장을 조형 요소, 공공미술, 설치물 등으로 표현한 것

이 특징이다. 이곳은 근·현대역사와 동구와 인연이 있는 유명 인사들의 이야기를 활용하여 과거로부터 현재, 미래상에 이르기까지 동구의 역사를 시각 매체를 통해 간접 경험해 볼 수 있는 공간이다. 이곳이 내포하고 있는 공유가치는 상징, 체험, 매개적 가치 등을 들 수 있겠다. 내적구성요소로 과거로부터 현재 그리고 미래까지의 역사 축적, 담장 개선을 포함한 골목길 경관 계획, 담장 재생을 위해 활용된 공공예술과 민속적 전시 등이 있으며 역사성, 지역성, 문화성, 참여성 등의 특성을 찾을 수 있다. 상업과 관련된 장소는 "이바구 정거장"이 있다. 이바구길 전체 거점시설물 가운데 하나로 산복도로 중턱에 설치되어 방문객들에게 휴게쉼터 역할을 하는 곳이다. 먹거리와 음료를 판매하며 지역민들의 사랑방 역할을 하기도 한다. 2015년부터는 지역 청년들이 운영하고 있으며 전체 3층 가운데 2층과 3층은 문화프로그램을 운영하고 있다. 이 시설은 실용적, 체험적, 매개적 공유가치 등을 내포하고 있는 것으로 판단된다. 전체 동선에 거점시설로 활용된 경관 계획, 여행 동선, 편의시설 제공 등의 내적 구성요소를 포함한다. 이로써 방문객들과 지역민에게 접근성, 개방성, 사용성, 기능성 등의 특성을 제공할 수 있다.(표 6 참조)

3-2. 종합 및 대안

앞선 두 곳의 사례는 장소 만들기 관점으로 역사 문화거리의 디자인이 진행될 수 있는 방향성의 단초를 아래와 같이 제공한다고 볼 수 있다.

첫째, 역사 문화 재생을 활용한 소규모 공공 공간디자인에 있어 장소 만들기 방법이 적극적으로 활용될 수 있다. 규모의 경제 논리를 차치하고서라도 커뮤니티, 전문가, 지자체의 협력 거버넌스 시스템은 일정 장소의 역사 문화적 정체성을 보존, 재생해 나가는데 무엇보다 주요하다고 판단된다. 특히, 비교적 소규모의 장소는 지역민들의 삶과 직결된 방향으로 공공 공간디자인이 진행되어야 함을 정선 고한마을의 사례로 여실히 확인할 수 있었다.

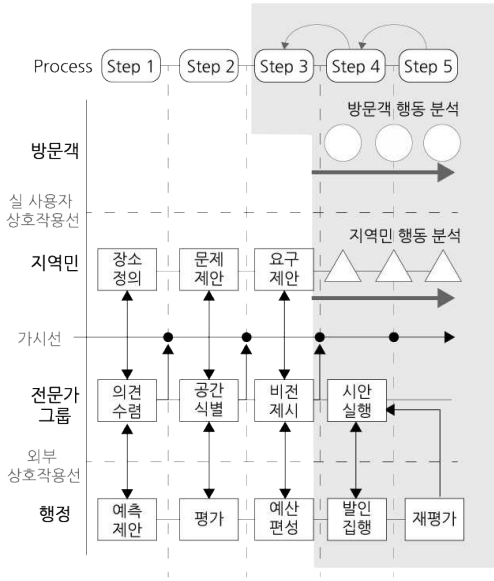
둘째, 역사 문화거리 조성을 위한 공공 공간디자인과 공간 콘텐츠의 유기적 융합이 요구된다. 산업 형태가 변화해 오면서 체험 산업의 수요가 나날이 증가하고 있다. 무릇 축제와 지역적 특색이 있는 행사뿐만이 아니더라도 지역민이 주최하고 방문객이 동참할 수 있는 소프트웨어 요소로 상보적 프로세스, 예를 들어, 지역의 특산물 또는 특정 기념품 만들기 체험, 일정 거리 공간에서의 역사나 문화 가상 체험 등 무수히 많은 공간 콘텐츠 가운데 선별해서 시행된다면 크든 작든 그 지역의 역사와 문화를 재생하는 의미 있는 장소를 만들 수 있다는 판단이다. 이때 지역민들의 동의는 절대적으로 필요하며 이는 장소 만들기 개념이 강조하고 있는 사람과 공간과의 관계 규명 또는 물리적 공간의 조성을 넘어서 장소에 머무르는 객체들을 서로 연결함으로써 커뮤니티를 형성하고 관계 조성을 통해 일정 공간을 "장소" 화한다는 개념과 일맥상통한다고 볼 수 있다.

셋째, 사례 고찰에서 확인하였던 바와 같이 두 곳의 장소가 내포하는 공유가치는 매개 > 체험 > 상징 > 실용적 가치 순의 빈도를 보이는 것으로 확인되었다. 고한마을의 경우 체험적 가치에 비중이 높으며, 내적구성요소로 지역의 특색을 살린 이벤트가 지역만의 정체성을 살리고 지역민 참여뿐만 아니라 방문객들과의 교류를 마련하여 지역문화와 경제 재생을 도모하고 있다. 초량 이바구길은 상징적 가치가 상대적으로 높은 것으로 확인되며, 이를 이루는 내적구성요소로 경관 계획 및 공공예술 또는 공공디자인이 차지하는 비중이 높았다. 이는 낙후된 지역의 경관을 개선함으로써 지역민의 삶의 질을 개선함과 동시에 방문객들에게 이색적인 경험을 제공하는 경우라 할 수 있겠다. 장소 만들기 범주 및 상관성에 있어 두 사례의 가장 차별화된 점은 진행 방식과 주민참여 형 공간 콘텐츠의 유무라고 할 수 있다. 고한마을의 경우 그야말로 주민 주도의 상향식으로 시작하여 점차 행정 협력을 끌어냈다. 또한 지역민들이 직접 참여하여 자생적 이벤트를 개최하고 순차적으로 마을의 환경개선과 상업시설의 확충을 이어감으로써 지역 특유의 역사 및 문화 재생을 이루고 있다. 반면, 이바구길의 경우, 행정 주도로 시작하여 하향식으로 진행되었다. 물론, 지역민, 전문가와의 협의가 없었던 것은 아니다. 낙후된 환경개선을 통해 지역민들의 삶의 질은 다소 개선이 되었다. 다만, 많은 문화 재생과 관련한 공공 공간디자인이 그렇듯 방문객과 지역민들과의 이해관계가 형성되었느냐 하는 것은 숙고해보아야 할 문제이다.

넷째, 위기를 기회로 전환하는 가능성을 확인하였다. 본 연구에서 지정한 두 가지 사례는 역사 문화거리가 조성된 수많은 사례 가운데 일부이다. 고한마을과 초량 이바구길은 암울한 역사적 배경하에 형성된 문화적 특징을 지닌다는 공통점이 있다. 소멸 위기와 낙후된 환경을 각각의 방식으로 개선하고 재생해냄으로써 장소 만들기의 가능성을 엿볼 수 있었다.

종합을 바탕으로 대안적 역사 문화거리 디자인 방향을 요약하자면, 우선 이해관계자들 간 소통의 접점이

필요한 것으로 파악된다. 앞서 장소 만들기 프로세스에서 살펴보았듯이 재생하고자 하는 장소에 대한 정의와 이해관계자들이 파악되었다면, 이해관계자 청사진(stakeholder blueprint)[29]을 활용하여 장소 만들기 전체 프로세스를 관리할 수도 있을 것이다.(그림 7 참조)

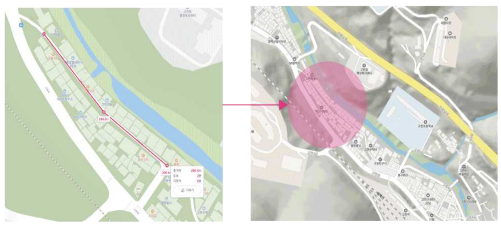


[그림 7] 이해관계자 청사진(Stake holder Blue print) 모식도

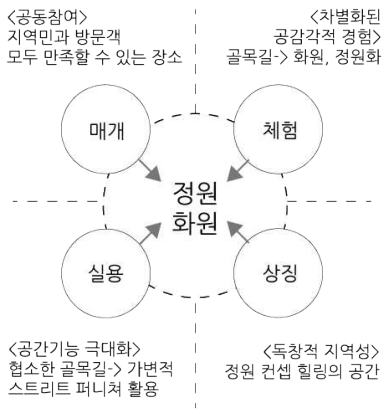
이를 중재할 수 있는 전문가로서 디자이너들이 프로젝트에 참여하고 지역민과 행정 간의 뜻을 이어주는 가교역할을 하여야 할 것이다. 다음은 역사 문화거리 조성을 위한 공간 콘텐츠 개발 또는 유기적 융합을 염두에 두고 진행되는 것을 고려하는 것이 바람직해 보인다. 이를 실천하기 위해서는 각종 디자인 분야뿐 아니라 학제 간 협업이 요구되는 부분이다. 예를 들어 그 지역 특산품 또는 기념품 제작을 체험해 보기 위해서는 제품이나 시각 디자이너들과 이해관계자들 간의 협업이 필요하다. 우리는 실로 콘텐츠의 바다를 항해하고 있다고 해도 과언이 아니다. 전통적 콘텐츠만 고집할 것이 아니라 AI, 증강현실 등의 첨단기술을 활용할 수도 있을 것이다. 또한, 하드웨어적 요소들 이른바 공공디자인에서 정의하는 각종 스트리트 퍼니처, 쉘터, 가로시설물 등은 고비용의 접근이 아닌 저비용의 접근으로 가변적이면서 대안적 시설들을 고려해 볼 수 있다. 이는 장소 만들기 디자인 프로세스 가운데 '라이트 개발'의 개념을 눈여겨보아야 할 대목이다. 계획 단계에서부터 예산 확보를 위해 무리한 개발계획과 의견대립을 불러일으킬 수 있는 프로세스는 지양하여야 한다. 이러한 개념은 본 고에서 언급하지 않았던 지속 가능적 공유가치개념과도 맥을 같이 할 것이라는 판단이다.

본 고의 맥락상 지역민, 행정과 협업의 과정을 거쳐야 하나 현재의 개선사항을 중심으로 고한마을 사례에 대한 전문가 관점의 디자인 컨셉을 아래와 같이 요약한다.

대상지는 고한 파출소부터 시작하는 고한1길 약 200m로 선정한다. 선정의 이유는 최초 골목길 정원 행사가 주최된 곳이며, 마을 호텔 18번가 3곳이 위치하여 앞선 대상지 고찰과 관련하기 때문이다. [그림 8]



[그림 8] 장소 만들기 관점 리디자인 가상 구역



[그림 9] 리디자인 방향성

29) 장소 만들기 프로세스와 서비스 디자인에서 활용되고 있는 서비스 청사진(Service blueprint)의 합성어로, 서비스 청사진의 사용성을 넓혀 이해관계자 일부에 국한한 개념이 아닌 전체 이해관계자들의 프로세스 참여를 관리하고 독려하기 위한 개념. 역자 제안.

앞서 분석 결과와 같이 고한 마을은 야생화 축제라는 콘텐츠를 확대하여 지역성의 변화를 시도하였다. 이에 고한1길 골목은 화원 또는 정원의 이미지를 더욱 부각시킬 필요가 있다.(그림 9 참조)

현재의 개선상황은 장소 만들기 초기 단계에 형성된 정돈되지 않는 시설물에 있다고 판단된다. 공공디자인의 방법 중 호불호가 나누어지는 벽화가 마을 곳곳에 그려져 있으며, 일반 공공시설물에서 흔히 볼 수 있는 벤치와 화분 또는 화단을 그대로 사용하고 있다. 이는 키치적 요소 화 되어 공간에 대한 일관성과 아이덴티티 형성을 저해한다고 판단된다. 이에 그린 월과 조립식 화단 및 벤치를 활용한 정원이라는 일관된 컨셉을 효과적으로 극대화하는 아이디어를 전개하였다.[표 7]

4. 결론

본 고에서는 공공 공간디자인의 대안적 접근으로 장소 만들기 개념과 역사 문화거리 조성과의 상관성과 맥락적 접근의 가능성을 타진해 보았다.

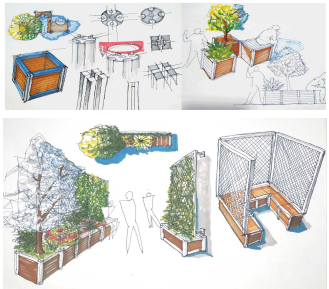
연구 결과, 본 연구의 의의를 다음과 같이 요약할 수 있겠다. 첫째, 역사 문화거리의 장소정체성을 재정의함에 있어 공유가치 개념의 적용과 장소 만들기 개념과의 상관성을 융합하여 대안을 도출해내는 방법론적 제안을 한 것이다.

둘째, 장소 만들기 관점을 대입한 두 사례의 지역성에 있어 역사적, 문화적 배경은 근•현대 어두웠던 역사에 있다. 이런 과거를 재조명하고 그러한 굴레를 벗어나 지역 환경개선 및 지역 발전의 선순환을 위한 하나의 대안으로 장소 만들기의 가능성을 제시한 것이다.

셋째, 지역민 주도적 참여를 통한 역사 문화 재생 프로세스와 행정 주도적 프로세스의 차이점을 비교하여 다수의 공익을 추구하는 공공 공간디자인의 패러다임을 다시 한번 곱씹는 계기를 마련하였다.

본 연구의 한계점은 먼저, 논거로 활용된 사례들의 역사적, 문화적 지역성의 한계를 들 수 있다. 재개발 또는 신축과는 달리 재생이라는 비교적 협의의 개념으로써 역사 문화거리를 선정하였기 때문인데, 차후 재개발 또는 신축개념의 역사문화 공간에 대한 연구로 깊이를 더해 가야 할 것이다. 또한 맥락적 방향성과 가능성 타진에 연구의 주안점을 두고 있어 하드웨어 개념의 구체적인 디자인 안에 대한 논의 비중이 제한적이었다는 점을 들 수 있다.

[표 7] 개선 사안과 예상 무드맵에 따른 아이디에이션

개선안 예시	예상 무드맵
기성품, 일반적인 벽화, 초기 단계 시설물 -> 아이덴티티 저하	그린월(Green wall), 조립식 화단, 벤치 -> 일관성, One Mass
	정육면체 기본 유닛은 조립이 블록처럼 원하는 형태로 조립이 가능/ 화분과 벤치 역할 동시에 가능
	그린월 > 타공 또는 매쉬 망 1000 x 2000 화단 및 벤> 500x500x500mm 기본 유닛 컨셉
컨셉스케치 	

본 연구에서 사용된 장소 만들기라는 대표용어가 내포하고 있는 의미는 상당히 포괄적이며, 사용자 중심

디자인의 영역과 상당히 맞닿아 있다. 분명 장소 만들기가 주는 의미는 어떤 특정 장소나 대도시에서는 괴리감을 가져다 줄 수 있는 용어이다. 그럼에도 불구하고 장소 마케팅 관점의 개발에 치중되어 온 우리네 현실을 다시 한번 되짚고 미래 가능성에 관한 연구가 필요하다고 판단된 바, 장소 만들기라는 대표용어를 사용하였다는 점을 감안하기 바란다.

현재 우리네 공공 공간디자인은 무엇인가 인공적으로 만들어야 한다는 강박관념에 시달리고 있는 듯하다. 장소를 사용할 사용자들이 느낄 수 있는 편안한 장소감, 또는 조성된 이후 아무도 찾지 않는 장소가 아닌 살아있는 유기체 같은 장소성을 제공하는 곳, 이를 위해선 옛것의 정체성을 잃지 않은 잘 정돈된 길과 소박한 벤치 그리고 나무 그늘만이 필요할지도 모른다. 연구자는 "공공 공간디자인이 나아가야 할 길은 디자인의 과부하를 막는 것이다."[30]라는 개념에 동조하며 본 고를 준비하였고 이러한 개념에 작으나마 울림이 더해지기를 바란다.

참고문헌

1. 윤지영, [도시디자인 공공디자인], 미세움, 2016.
2. Yi-Fu Tuan, [공간과 장소], 사이, 2020.
3. Heidegger, M. Building, dwelling, thinking. In D. F. Krell (Ed.), Martin Heidegger: Basic Writings. London, UK: Routledge. 1993.
4. Johnson, Mark. The Meaning of the Body: Aesthetics of Human, Understanding. University of Chicago Press, 2007
5. T. Cresswell, Place: A Short Introduction, Blackwell Publishing, 2004.
6 김명옥, 한중일 예술지구의 지역성과 공간 특성의 상관성에 관한 연구, 기초조형학연구, 2009, 8, Vol.10, No.4
7. 김미숙, 지역 특성에 따른 공공디자인 개발 방향에 관한 연구, 기초조형학연구, 2007, 3, Vol.9, No.2
8. 박배균, 장소마케팅과 장소의 영역화: 본질주의적 장소관에 대한 비판을 중심으로, 한국 경제지리학회지, 2010, 9, Vol.13, No.3
9. 서동진, 장소정체성을 위한 장소성의 다의적 개념 비교연구, 한국 공간디자인학회논문집, 2022, 8, Vol.17, No.3
10. 양쯔치, 조정형, 도심 역사 문화 보호구역과 도시 이미지 구축에 관한 연구, 기초조형학연구, 2020. 4, Vol.21, No.2
11. 우커스 외 2명, 역사 문화거리 공공디자인의 공유가치에 관한 연구, 한국공간디자인학회, 2021 . 8, Vol.16, No.5
12. 이경화, 공유가치 창출을 위한 장소 브랜드 이미지화의 특성 연구, 기초조형학연구, 2014, 10, Vol.15, No.5
13. 이석환, 장소 만들기의 구성 요체로 본 '마로니에 공원'의 장소 만들기, 국토계획, 1997, 10, Vol.32, No.5
14. 이학모, 문화적 재생을 위한 장소 만들기 연구, 인문 사회과학 연구, 2022. 5, Vol.32, No.5
15. 한주형, 노은정, 문화예술, 공간 재생, 그리고 관광 : 내부자의 관점에서 공간은 어떻게 장소가 되어 가는가?, 관광레저연구, 2020, 5, Vol.32, No.5
16. 한주형, 황지영, 문화적 도시재생에서 장소 만들기는 어떠한 의미를 갖는가?, 관광레저연구, 2021. 2, Vol.33, No.2
17. 황선영, 도시환경 이미지 개선을 위한 공공디자인의 역할, 기초조형학연구, 2008, 2, Vol.9, No.1
18. Schultz, Theodore W. Economic Growth and Agriculture: Lessons from Asia. The American Economic Review, 1979, Dec. 8, Vol. 69, No. 2,
19. ko.wikipidia.org.
20. www.coventgarden.lomdon.
21. www.pps.org.
22. www.jeongseon.go.kr,

30) 윤지영, [도시디자인 공공디자인], 미세움, 2016, p.172