

# 스토리텔링 기법을 이용한 공공공간 디자인에 관한 연구\*

- 이태원 거리조성사업을 중심으로 -

## A Study on the Public Space Design using Storytelling Method

- Focus on the Street Design Project in Itaewon -

Author           우성호 Woo, Sung-Ho / 정회원, 숙명여자대학교 건축디자인전공 부교수, 건축학박사  
박석수 Park, Suk-Soo / 정회원, 숙명여자대학교 환경디자인연구센터 연구위원, 건축학박사

**Abstract**       The element of the civic size is much more emphasized than that of the past national size in competitiveness of the information society and knowledge based society like today. It is for the beautiful and fresh civic creation like the civic size industry, historical culture, and environment to be the competitiveness. Especially, the city of elegant and specialized space is a role of enhancing the quality of the city than any other area.  
Recently, Seoul is decided as the capital of the world design in ICSID held on San Francisco at 2007. It is an opportunity for the Seoul to leap as the design city which made a miracle of the Han River as the industrial city. However, the local history, the axis of the traditional time, the axis of the space, and the direction of the local development are deficient, because the public design business is progressed in very short term and at improvising which has been done in local government. It is impossible for people to take part in actively and it is fallen down for the city to make a sustainable possibility.  
In this paper, I would like to find out how to make the local identity and help the local activity. It is suggested to make the fun, comfortable and playing street using the theme street by storytelling. Eventually, the object of this paper is to review the effectiveness of the method where the Itaewon of design Seoul street construction business is applied by the theme street of the storytelling.

**Keywords**       스토리텔링, 공공공간, 테마공간, 공간디자인  
Storytelling, Public Space, Theme Space, Space Design

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

21C는 감성의 시대로서 쾌적한 공간, 즐거운 공간, 유희의 공간을 연출하는 것은 매우 중요한 의미를 갖는다. 기존의 경직되고, 획일적이고, 무미건조한 공간은 부드럽고, 다양하고, 인터랙티브한 공간으로 점차 변모해 가고 있다. 이러한 현상은 주거, 사무, 교육 등의 건물의 내부 공간에서 긴밀하게 발생할 뿐 만 아니라, 아파트의 단지, 대형 사무 빌딩의 옥상공간, 학교의 운동장 등 다양한 대규모 공간에서 일어나고 있다. 그리고 건물 내·외부 뿐 만 아니라 거리, 공원, 체육시설 등 다양한 외부 공공 공간에서 시도되고 있다. 공공공간은 주인의식이 불명확

하고, 관련된 주체가 다양하며, 개인과 개인들의 이해관계가 복잡하게 이루어져있는 곳이다. 2007년 샌프란시스코 ICSID(국제산업디자인총연합) 총회에서 서울이 2010년 세계디자인수도로 결정되었다. 이는 한강의 기적을 이룬 산업도시로서의 서울이 디자인 도시로서 다시 한번 도약할 수 있는 계기가 되고 있다.

그러나 최근 지자체에서 진행되고 있는 공공공간의 사업은 지나치게 단기적이고, 성과위주로 진행되고 있으며, 지역의 역사와 전통, 그리고 지역경관 발전의 방향성 등이 결여되어 있다. 이는 매우 근시안적 공공공간 디자인 개발로서 주민의 적극적 참여가 불가능하고, 도시발전의 지속가능성이 저하되고 있다.

본 논문에서는 공공공간의 디자인 사업이 그 지역의 아이덴티티를 확립하고 지역 활성화에 도움이 될 수 있는 방법을 모색하고자 한다. 특히 감성적이고, 인터랙티브한 스토리텔링을 활용하여 테마거리를 연출하고, 쾌적

\* 본 연구는 숙명여자대학교 2008년도 교내연구비 지원에 의해 수행되었음

하고, 즐길 수 있고, 유희할 수 있는 공간을 구축하는데 초점을 맞추고자 한다. 궁극적으로 스토리텔링에 의한 테마거리를 이태원 디자인서울 거리조성사업에 적용하여, 그 방법에 대한 유효성을 검토하는 것을 본 논문의 목적으로 한다.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

### (1) 연구 방법

본 연구는 크게 3단계로 구분한다. 우선 공공공간 디자인에 있어서, 스토리텔링, 도시이미지, 장소마케팅, 이미지디자인 등 공공공간을 쾌적하게 연출할 수 있는 관련된 이론을 고찰하기로 한다.

다음 단계는 스토리텔링의 정의, 속성, 특성 등 이론을 검토하고, 스토리텔링을 바탕으로 진행된 테마공간에 대한 사례를 분석하고, 검토하여 실무적으로 적용할 수 있는 방법을 모색하기로 한다.

마지막 단계는 테마공간 조성을 위한 스토리텔링 적용 방법을 통해, 용산구 이태원로의 디자인서울 거리조성사업에 적용하고, 사업의 추진배경, 진행결과에 대하여 논하고자 한다. 그리고 이태원로의 적용에 있어서 문제점을 파악하고, 현실적으로 스토리텔링에 의한 테마공간 연출에 있어서 해결책을 제시하고자 한다.

### (2) 연구 범위

본 연구는 스토리텔링의 본질과 공간에 있어서의 특성을 다루고 있다. 담화로서의 스토리텔링에서 출발하여 다양한 매체에서 스토리텔링에 대한 내용을 검토하고, 개념을 확장하여 문학과 공간, 사상과 공간에 대하여 정리한다. 그리고 테마공간에 대한 개념정립과 이를 공공공간 디자인 사업에 적용하기 위하여 공간 스토리텔링의 적용사례를 분석한다.

현재 진행되고 있는 공공공간 디자인 사업에 대한 문제점 검토와 스토리텔링을 적용한 개선안에 대한 검토가 진행된다. 그러므로 현장 연구를 중심으로 지자체의 정책방향, 유사사례 등을 참고하여 언급한다. 그리고 이것을 디자인서울 거리조성사업으로 진행된 용산구 이태원로에 중점 대상으로 계획내용과 적용내용 그리고 진행과정에서의 문제점과 해결책을 파악하고자 한다.

## 1.3. 이론적 고찰

도시이미지는 그 도시의 일부분 또는 전체에 대하여 사람들이 갖게 되는 느낌 및 인상 등을 말하는 것으로서, 그 도시의 매력을 증진시키고 경쟁력을 높이는 단서가<sup>1)</sup> 되므로, 사람들로 하여금 그 도시에 대하여 좋은 이미지를 갖게 한다는 것은 오늘날 도시에 있어서 중요한

과제가 되었다. 이러한 도시이미지 제고를 통한 도시경쟁력 강화의 일환으로 오늘날 많은 도시들은 그 공공공간의 이미지 차별에 커다란 관심을 가지고 긍정적인 공공공간 이미지는 살리고, 부정적인 도시이미지는 제거하는데<sup>2)</sup> 있어서 많은 노력을 기울이고 있다.

그리고 공공공간 이미지를 통해서 도시경쟁력을 강화하려는 노력은 장소마케팅의

주요전략이라고 할 수 있다. 이때 장소마케팅은 장소만들기와 별개의 과정이 아니라, 서로 유기적인 관계를 가지고 장소가 만들어지는 과정에 관여하게 된다.<sup>3)</sup> 공공공간이미지는 단순한 시각적 측면이나 물리적 측면만을 의미하는 것이 아닌 시간과 공간을 초월한 개념으로서 그리고 물질적 측면에 한정되지 않는 다차원적인 네트워크 속에서의 브랜드 파워로 이해되어지고 있다. 즉 이미지 마케팅, 장소마케팅과 같은 마케팅적 측면까지 강조된 포괄적 개념으로서의 공공공간디자인이 요구되고 있다.

공공디자인은 도시, 조경, 토목, 건축, 광고물, 색채, 조명 등 다양한 분야와 연계되어 조화롭게 진행될 필요가 있다. 즉 각 분야마다 특성이 있으나 공공디자인은 도시를 구성하는 요소가 보다 종합적이고, 각 분야마다 연계되어야 하고, 지역상황에 적절해야 한다. 이를 통하여 지역주민들에게 공감도 이끌어낼 수 있고, 지속적으로 유지관리 및 투자가 가능하다. 그리고 공공디자인 사업은 계획구역에서 실시되는 다양한 정책사업과도 밀접한 관계가 있으므로 적극적으로 고려해야 한다.

도시이미지 창출에 활용되는 것이 스토리텔링과 이미지디자인이다. 즉 비시간적 이미지로서 장소성과 기억을 담고 있는 역사 문화적 토대를 발굴하는 스토리텔링과 이를 구체적으로 시각적 이미지로 형상화시키는 콘텐츠의 이미지디자인 작업이 공공공간 디자인 첫 번째 단계가 되고 있다.<sup>4)</sup>

## 2. 스토리텔링의 개념과 사례

### 2.1. 스토리텔링의 개념

스토리텔링의 사전적 의미는 '생산자에 의해 창작되거나 기존에 있던 이야기를 수용자의 욕구 충족을 위해 효과적인 담화형식으로 가공하는 것'이라고 정의되어진다. 즉 스토리텔링은 스토리를 수용자에게 직접 전달하는 단계와 어떠한 정보나 지식을 스토리를 통해서 수용자에게

2) 이충훈, CI에 의한 도시이미지 차별화를 위한 연구, 디자인학연구, 통권 제50호 2002.11, pp.57~66

3) 김세용·최강림, 도시이미지전략의 유형별 사례연구, 대한국토·도시계획학회논문집, 통권 제44권 제1호 2009.2, pp.287~302

4) 이희정·황재훈·박성근, 디자인과 도시 경쟁력, 도시정보, 2008.3, pp.3~15

1) 박영춘, '도시의 이미지' 측정에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회논문집, 제37권 제4호, 2002.8, pp.29~40

전달하는 단계로 나눌 수 있다. 전자는 영화, 애니메이션, 게임 등 이야기를 기본으로 하는 스토리텔링의 방법이며, 후자는 브랜드 스토리텔링, 에듀테인먼트 스토리텔링 그리고 공간 스토리텔링 등 지식이나 정보를 대상으로 하는 스토리텔링의 방법이다.

스토리텔링은 일종의 의사소통 행위이다. 따라서 스토리텔링의 역사를 살피기 위해서는 의사소통의 도구가 어떻게 변해왔는지 주목해야 한다. 의사소통의 도구가 무엇이었냐에 따라 그 의사소통의 내용과 형식은 달라질 수밖에 없다. 다만 여기에서 도구란 매우 포괄적인 의미이므로, 의사소통의 도구는 통상 매체라는 말로 대체할 수 있다.<sup>5)</sup>

## 2.2. 공간에서의 스토리텔링

스토리텔링에 의한 테마공간이란 일반적으로 주제라는 관념적 범위를 갖는 공간으로 규정할 수 있다. 즉 즐거움과 적절한 체험을 제공하며, 다른 공간과 다른 분위기를 창출하고, 건물, 시설물, 상품 그리고 경관이 선정된 주제에 맞게 조화되고, 이를 통하여 하나의 지배적인 분위기에 집중시키는 공간으로 정의할 수 있다.<sup>6)</sup> 그리고 설정된 주제를 적절히 표현하는 소재로 구성하여 방문객들에게 일상을 탈피한 경험을 제공하는 공간으로 생각할 수 있다.

이런 정의는 작가가 하나의 주제를 가지고 작품에 일관성을 부여하면서 작품의 허구적 세계를 창조하는 서사의 방식과 부합한다. 테마공간은 자유스러움을 지니며 탈일상의 성격, 무관심성의 요소를 지닌다. 또한 제한된 공간에서 다른 분위기를 창출해내는 공간이기도 하다.

테마공간에 존재하는 시설물, 건축물, 경관과 관람객이 그것을 관람하는 행위는 스토리텔링에 있어 '내가 참여하여 만드는 이야기'이다. 기본 자료들이 이미 공간 속에 구축되어 있고 디자이너 혹은 계획가의 의도를 고려하면서 관람객들은 자신의 이야기를 구축한다. 관람객의 이 스토리텔링의 행위는 그의 취향이나 그때의 상태에 따라 여러 번 거듭해도 동일하지 않다. 이처럼 다양한 경우의 수를 가지는 이야기 구조는 관람객으로 하여금 테마공간을 재방문하게 하고, 항상 새로운 느낌을 줄 수 있다.

## 2.3. 공간 스토리텔링의 특징

### (1) 유연성과 탄력성이 있다.

계획가는 과정추론적인 이야기 방법, 관람자로 하여금 유연성과 상호작용에의 기대감, 그리고 플롯<sup>7)</sup> 내에서의

사건뿐만 아니라 그 사건이 발생하는 규칙을 구체화하는 방법 등을 찾아 공간의 다양한 상황을 이용해서 복합적인 플롯을 만들고, 동일한 사건의 다양한 비전을 보여줄 수 있다.

### (2) 보편성과 대중성이 있다.

관람자들은 다양한 공간으로 이야기할 수 있는 수단을 갖게 되어, 관람자들을 상대로 개인적이고 예술적인 목적으로 이야기를 할 수 있다.

### (3) 상호작용성 및 교환성을 갖는다.

스토리를 갖은 공간이 형성되면, 공간을 구성하는 주체들에 의하여 새로운 시설, 건물, 공공공간이 형성되게 되므로, 이것은 관람자들과 주체에게 새로운 경험을 공유하게 하여, 본래 이야기에 참가되고, 다른 독특한 이야기로 변형된다.

### (4) 비선형적이다.

스토리텔링에서는 순서에 의하여 스토리가 진행되는 것이 아니라, 계획가의 의지에 따라, 혹은 보행자의 개입에 의해 전단계의 내용으로 돌아갈 수도 있고, 다음단계의 내용을 건너 뛴 수도 있다.

## 2.4. 스토리텔링에 의한 테마공간 사례

'2.3 공간 스토리텔링 특징'을 바탕으로, 테마공간사례를 선정하였다. 대중화된 스토리를 배경으로 계획되어진 테마공간으로 소나기 마을과 만해마을이 있다. 대중성과 보편성이 강한 테마공간으로, 플롯의 유연성과 탄력성으로 관람자에 의하여 새롭게 재구성되는 대표적인 사례들이다.

### (1) 소나기 마을

황순원 문학촌 소나기마을은 황순원 소설의 소나기를 주제로 양평군 서종면에 설치된 스토리텔링에 의한 테마공간이다. 대상지는 주능선에서 동쪽으로 형성된 능선의 끝자락에 위치, 전체적으로 낮은 구릉을 형성하고 있다.<그림 1>



<그림 1> 소나기마을의 전경과 마스터플랜

소나기 소설 속에 설계요소를 추출하여 <표 1>과 같이 각 공간을 연출하였으며, 선형구조의 스토리 전개가 이루어졌다. 그러나 관람자들은 스토리의 플롯을 비선형

5) 류수열·유지은·이수라·이용욱·장미영·주경미, 스토리텔링의 이해, 초판, 글누림, 서울, 2007.2, pp.20~22

6) 최혜실, 테마파크의 스토리텔링, 초판, 글누림, 서울, 2008.9, pp.18~19

7) 플롯(Plot)은 허구의 소설에서 연결되는 일련의 사건의 논리적인 패턴과 효과를 위한 배치를 일컫는 말로, 인물, 주제, 배경, 문체 등과

함께 허구의 이야기를 구성하는 기본 요소이다. 이 외래어를 순화시켜서 "이야기 구성", "이야기 구조" 등으로 표현하기도 한다.

적으로 새롭게 구성하여, 흥미로운 이야기 공간이 재창조 된다.

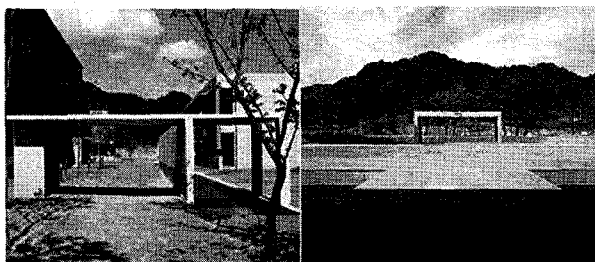
<표 1> 소설 내용 중 설계요소 추출

구성 단계	단계별요점	도입위치	도입프로그램 및 연출	도입시설
발단	· 소년과 소녀의 만남	· 주인공부 · 부진입부 · 문학관 · 전면 광장	· 전원 풍경 느끼기 · 징검다리 · 섯다리 건너기 · 조약돌 줍기 · 수경관 감상하기	· 개울 · 징검다리 · 섯다리 · 미루나무 가로수 · 계류, 수경관, 조형물, 조약돌 포장
전개	· 행복하고 즐거운 시간 친숙해짐	· 소나기 테마 산책로	· 야외전시장: 허수아비 및 문학관련 작품 전시 · 수숫단, 원두막 체험 · 야생화 감상, 담소 · 송아지 타기	· 허수아비 · 원두막 · 수수밭과 수숫단 · 채마밭 · 야생초 화원 · 목초지
위기	· 정의 심화 · 불행의 예고	· 테마 산책로	· 업고 도랑 건너기 · 얼룩 스웨터 · 젖은 발 말리기 · 소나기 맞기 · 원두막 수숫단	· 소나기 이벤트장 · 원두막 · 수숫단
절정	· 헤어짐에 대한 불안 · 슬픈 운명에 대한 암시	· 광장 사면부	· 대추, 밤, 호두 따기 · 사진 촬영하기	· 호두나무, 밤나무, 대추나무 숲 · 포토 존
결말	· 영원한 헤어짐과 영원한 사랑 · 추억	· 잔디광장 · 야외무대 · 문학관	· 낙서벽에 추억 새기기 · 공연 · 전시 관람하기 · 다목적 행사 · 이벤트	· 낙서벽 · 야외공연장 · 다목적 광장

(2) 만해 마을

만해 한용운 선생의 문학성과 자유사상, 진보사상, 민족사상을 기리기 위하여 인제군에 설치된 테마공간이다. 만해문학박물관, 문인의 집, 만해학교, 심우장, 서원보전, 님의 침묵 광장, 님의 침묵 산책로, 만해마을 운동장 등으로 구성되어 있다.<그림 2>

만해 문학을 친숙하게 전달하기 위해 사찰의 공간형식을 이야기 흐름에 의한 전개 방법으로 배치하였다.<표 2> 관람자는 만해 문학을 선형적인 공간구성에서 이해할 뿐 만 아니라 관람자에 의한 새로운 사찰의 공간구성에서 변형되어진 스토리를 체험할 수 있다.



<그림 2> 만해마을의 경절문과 님의 침묵 광장

<표 2> 사찰의 서사구조

단계	배치구성요소	수미산상징	사성제의 해석	사성제
사찰 진입부	· 정승, 당간, 울과 다리, 하마비, 부도전	· 설주부, 향수해, 일곱산맥	· 괴로움의 진리 · 중생의 현실은 괴롭다 · 죄, 핍박, 변해 달라짐 · 이해하라	고(苦)
산문의 중첩	· 일주문, 금강문, 천왕문, 불이문, 해탈문	· 수미산 등산: 사천왕전, 도리천	· 괴로움의 원인의 진리 · 그 고통에는 원인이 있다. · 애착, 망령, 가서 들어감	집(集)
불전 마당과 불전	· 마당, 탑, 석등, 불전	· 불국토	· 괴로움이 사라진 진리 · 괴로움이 사라지면 열반의 세계가 있다 · 티끌의 여염, 고요함, 진실함 · 작증(作證)하라	멸(滅)
보살전	· 명부전, 관음전, 나한전, 팔상전		· 괴로움을 없애는 길의 진리 · 열반의 세계로 나아갈 수 있는 길이 있다 · 인도, 상인의 뜻을 따름, 신성의 행 · 수습하라	도(道)

3. 스토리텔링의 적용

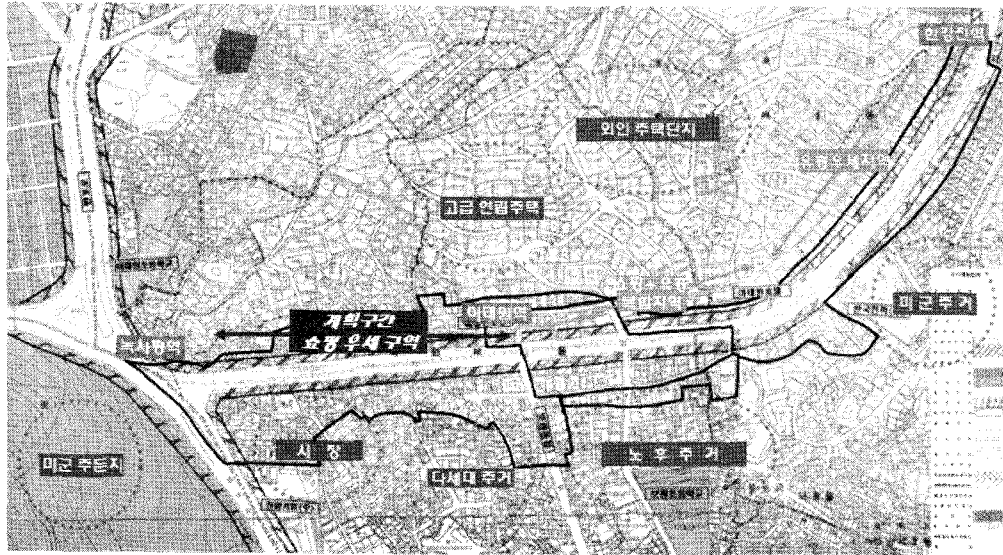
이태원로 디자인서울 거리조성사업

(1) 사업의 배경

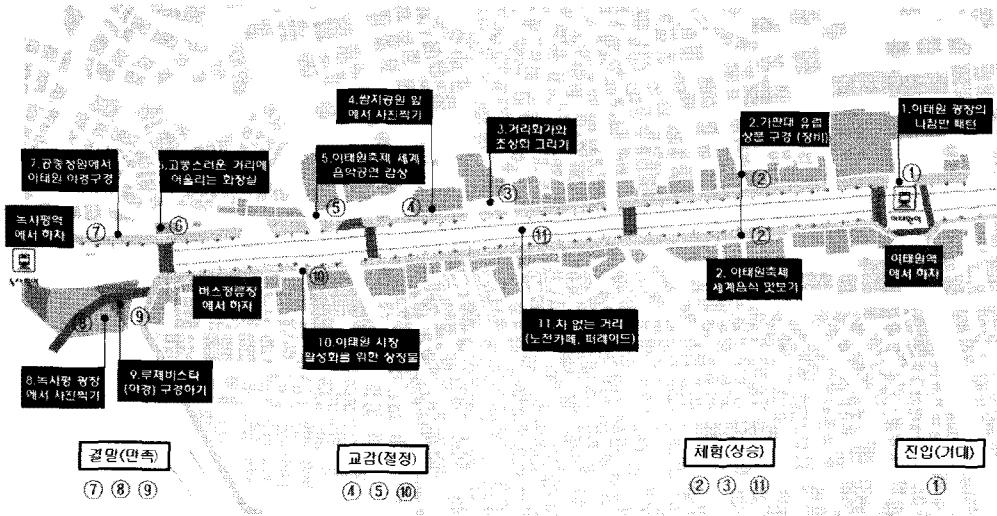
용산구의 이태원로는 해방 후 미군 주둔과 함께 외국인 생활 근거지, 편익시설 집결 및 지원 장소로서 역할을 해왔다. 그리고 올림픽 전후로 하여 이국적 정서를 가진 서울시민의 해방구로서 유흥과 쇼핑이 주요 생활문화였다. 90년대 이후로 일본 및 동남아 관광객들의 방문이 많아졌으며, 값싼 위조브랜드 판매거리의 오명을 갖고 있기도 하다. 가까운 미래에 미군기지 이전과 함께 지역 정체성의 위기가 대두되고 있으며, 지역 경제의 침체가 거듭되고 있다. 지역발전을 위하여 용산구와 이태원 관광특구 연합회에서는 지역 활성화를 위한 많은 노력을 기울이고 있다.

지역의 특성은 미군주둔지와 그 배후시설로 외인 주택단지, 시장, 외국식당가 등이 있다. 그리고 관광객을 위한 중·소규모의 쇼핑센터와 이태원시장 등이 있다. 또한 45개국의 외국 대사관, 영사관과 아랍문화원, 나이지리아 커뮤니티 등이 있어 이국적인 분위기를 충분히 느낄 수 있고, 이를 위한 도시개발전략이 필요한 지역이다.<그림 3>

최근 디자인서울 거리사업으로 녹사평역에서부터 이태원역까지 약 500m 구간을 선정하였다. 이 구간은 이태원 지역의 서쪽 입구이며, 관광객이 가장 많이 방문하고 있고, 매우 복잡하고, 정비되지 않은 지역이다. 특히 많은 유럽국가의 대사관, 영사관, 유럽풍의 식당 등이 있어 이 지역을 이태원의 대표적인 가로로 스토리텔링에 의한 유럽풍의 테마거리로 조성하여 지역의 활성화를 도모하고자 하였다.



<그림 3> 이태원로 주변의 지역현황



<그림 4> 이태원로 테마공간을 위한 플롯

## (2) 테마공간 구성

### 1) 마스터플랜과 플롯

이태원로는 서울 올림픽이 개최되던 무렵, 값싸고 질 좋은 물건들을 살 수 있는 세계적인 쇼핑 장소였다. 일본 관광객의 단골 코스였고, 중국인 관광객과 동남아시아 관광객 들이 빈번히 방문하는 장소였다. 그러나 상품 가격 경쟁력의 하락, 위조 브랜드 제품의 난립, 판매 서비스의 질 저하와 함께 무질서한 노점상, 미관을 해치는 간판과 건물 파사드, 열악한 디자인의 공공시설물 등 지역의 정체성 및 매력을 잃어가고 있었다.

이 지역의 활성화를 위하여 적극적인 변화를 시도해야 하는 시점에서 디자인서울 거리사업 지역으로 선정된 것은 매우 의미 있는 일이었다. 이 지역은 쇼핑을 위하여 많은 외국인 관광객이 방문하고 있으며, 서울의 어느 거리보다도 이국적인 환경을 조성하고 있다. 이러한 지역 상황으로 이를 테마화하여 다양한 볼거리, 먹거리, 살거

리를 제공하는 것이 이 사업의 주요방향이었다. 개발구간 내에 대상이 되는 시설물에는 보도, 가로시설물, 가로수 등 공공부분과 건물파사드, 옥외광고물 등 민간부분에서의 적극적인 사업시행이 요구되었다.

관광객을 대상으로 쇼핑, 역사 및 문화체험 등이 활성화되고, 지역경제에 도움이 될 수 있도록 마스터플랜을 검토하였다. 스토리텔링과 이미지디자인의 방법으로 구간의 스토리를 작성하였고, 관광버스에서 내린 관광객의 예상되는 동선, 흥미로운 문화체험 등의 시나리오에 의한 공간이미지를 연출하였다<그림 4>.

이태원 사업구간 동선시작점은, 관광객이 접근하는 빈도가 가장 높은 동쪽 끝의 이태원역, 해밀턴호텔을 기준으로 하여 서쪽으로 기승전철의 사성제를 형성하였다. 그러나 서쪽 끝의 녹사평역, 그리고 관광버스를 이용하여 접근하는 서쪽끝 주변의 이태원시장 입구가 있다. 그리고 일반버스나 택시를 이용하면 사업구간의 중간지점

이 예상된다. 이태원역과 해밀턴호텔에서 출발하는 경우는 진입-체험-교감-결말로 이루어지는 스토리텔링이 만들어진다. 녹사평역에서 출발하는 경우는 만족-교감-상승-기대로 스토리가 이루어질 수 있다. 그리고 이태원 시장에서 출발하는 경우 체험-기대-절정-결말로 스토리가 작성되거나, 또는 교감-만족-상승-기대 등의 스토리로 구성 될 수 있다.<그림 4>, <표 3> 이처럼 관광객에 의한 새로운 플롯의 비선형적 구성은 새로운 공간만족과 재방문의 동기가 될 수 있다.

<표 3> 이태원 테마거리 스토리텔링

단계	건물·시설물	행사	거리의 해석	사성제
진입 (기대) ①	· 이태원역주변 · 해밀턴 호텔	· 차없는거리	· 이국적인 도시에 대한 상상 · 독특하고 상층에 대한 기대감 · 거리문화, 거리예술에 대한 호기심	기(起)
체험 (상승) ②③④	· 거리화가 · 건물입면/간판 · 보도블록 · 보도 동판 · 펜스 · 벤치	· 세계음식축제	· 유럽풍의 건물체험 · 정연한 거리명물 가판대 체험 · 아름다운 보도블록 패턴 및 동판 체험 · 초상화 제작 감상	승(承)
교감 (절정) ④⑤⑥	· 거리무대 · 공중정원 · 이태원시장	· 세계미술축제 · 세계민요축제	· 풍속화 감상 · 거리 민요 감상 · 공중 정원 산책	전(轉)
결말 (만족) ⑦⑧⑨	· 녹사평역주변 · 유럽성곽 · 포토존 · 교통섬야간조명 · 입구상징조형물	· 루체비스타 · 조명축제	· 유럽성곽 감상 · 야간조명 감상 · 포토존 추억의 정리	결(結)

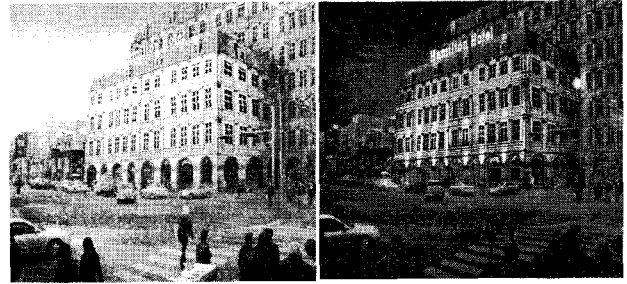
2) 진입과 결말

진입과 결말은 연관된 장소에서 발생할 수 있다. 즉 처음 이 지역을 방문하였을 때 느끼는 기대감은 진입에 해당하고, 모든 방문동선이 끝난 후 느끼는 만족감은 결말에 해당되며, 이것은 서로 반대의 장소에서 발생할 수 있다. 시작과 끝의 동선에는 지역을 상징할 수 있는 대표적인 구조물이 필요하다. 해밀턴 호텔의 리모델링과 녹사평 교통섬의 상징조형물이 이러한 역할을 한다.

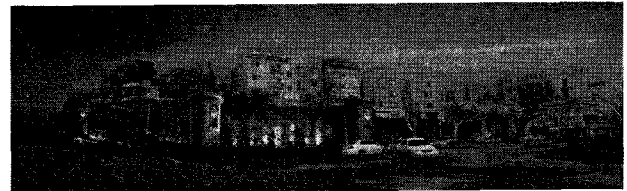
· 광장

거리디자인의 콘셉트는 유럽풍의 이국적인 거리문화 연출이었다. 그래서 유럽의 도시문화를 위한 광장을 선정하였으며, 이태원역 주변의 이태원광장<그림 5>, 녹사평역 주변의 녹사평 광장<그림 6> 등이 대표적인 광장이다.

이태원광장 주변은 대표적인 건물인 해밀턴호텔의 리모델링으로 이국적인 정취를 자아내며, 삼거리의 도로는 나침반 문양의 패턴을 나타내고 있다. 녹사평광장은 현재 옹벽과 축대를 이루고 있는데, 이를 유럽형의 성벽과 망루로 리모델링하여 유럽 분위기를 연출할 수 있다. 뿐만 아니라 포토존의 역할을 하며, 이태원로의 입구성을 나타내는 상징물로서 역할을 할 수 있다.



<그림 5> 이태원역 주변 주·야간 계획안



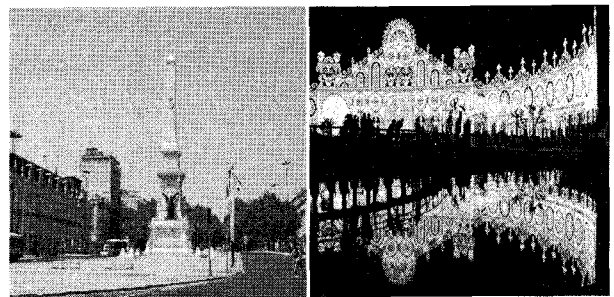
<그림 6> 녹사평역 주변 계획안

· 녹사평 교통섬 상징조형물 계획안

이태원의 입구를 표시하기 위하여 기존의 아치 조형물을 대신하여 유럽형의 상징조형물을 설치하고자 하였다. 이것을 교통섬을 확장하여 배치하고, 교통섬에는 루미나리와 같은 조명연출을 통하여 이태원 입구에서부터 축제 분위기를 고조시킬 수 있었다<그림 7>.

3) 체험

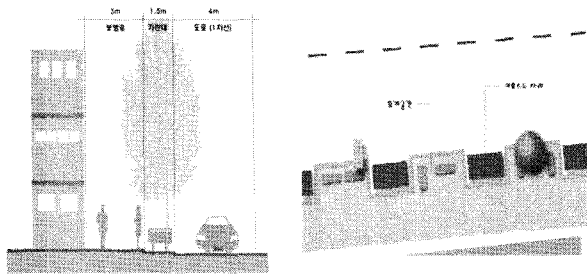
거리의 명물, 건물의 이미지 등은 그 지역을 대표할 수 있는 일상적인 이미지이다. 이태원지역의 즐비한 가판대, 이국적인 건물입면과 특히 간판은 관광을 체험하며 느끼는 중요한 스토리가 된다. 그리고 거리의 화가를 만날 수 있다.



<그림 7> 교통섬 계획을 위한 사례

· 가판대 정비계획안

이태원이 무질서한 가장 큰 원인이 되고 있는 노점상 가판대의 정비계획안이다. 기존의 무질서한 가판대에 모듈을 적용하여 벤치와 가로수 가로등이 적절하게 배치될 수 있도록 계획을 세웠으며, 보도, 가판대, 도로에 단차를 두어 가판대가 보도에 침범할 수 없도록 강제성을 부여하였다.<그림 8>



<그림 8> 가판대 정비 계획안

· 건물입면 계획안

이태원의 경관을 저해하는 요소로 열악한 건물의 입면을 들 수 있다. 오랜 기간 방치하여 매우 지저분하고 디자인이 전혀 적용되지 않아 이태원의 특징을 나타내기에 매우 부족하다.

이를 유럽 스타일의 건물형식을 적용하여 유럽의 낭만적인 분위기를 연출할 수 있도록 계획안을 세웠다.<그림 9>



<그림 9> 건물파사드 계획안(상:기존 하:개선안)

· 간판 계획안

건물의 입면을 모두 가릴 정도로 과도한 크기의 간판들이 대부분이다. 이를 서울시 간판가이드라인을 기준으로 크기와 개수를 정하고, 지역의 특성을 살린 간판을 디자인하여 설치하였다. 가로에 분위기를 바꿀 수 있는 중요한 디자인 요소가 되었다.<그림 10>

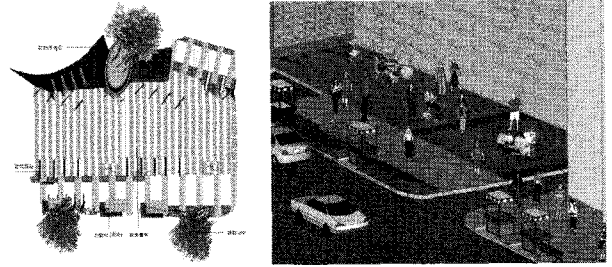


<그림 10> 간판 계획안

· 거리화가 공간계획안

문화시설이 매우 열악한 이태원 거리에서 그림을 그려

주는 거리화가의 활동공간을 제공하여 파리와 같은 예술의 거리로 변화시키고자 하는 계획안이다.<그림 11>



<그림 11> 거리화가 공간 계획안

4) 교감

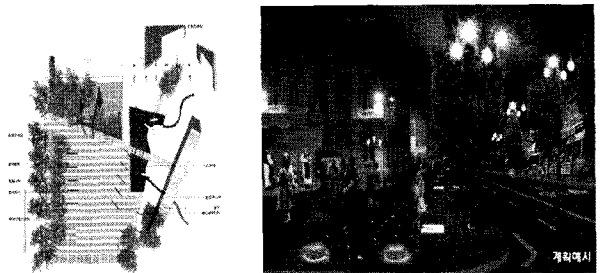
관광을 진행하며, 흥미가 상승되었고, 다양한 프로그램에 의하여 관광의 절정에 이르게 된다. 거리의 화가 공간, 거리의 무대 공간 그리고 공중정원은 이국적인 이태원만의 특징이 될 수 있다.

· 거리무대 계획안

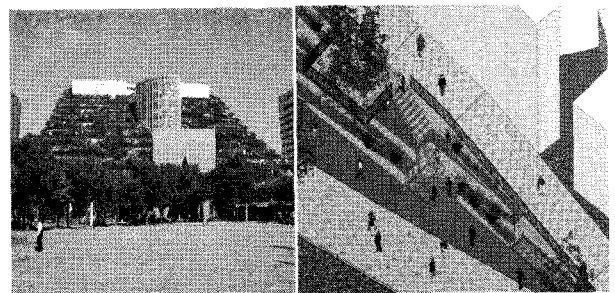
공연 공간이 부족한 이태원로에서 유럽의 어느 마을과 같이 거리악사의 연주가 가능한 공간으로 연출하고자 하였다.<그림 12>.

· 공중정원 계획안

지저분한 옹벽 부분의 화단에 피라미드 계단식 화단을 조성하여 산책 및 휴식공간으로 하고자 하는 계획안이다. <그림 13>의 좌측은 후쿠오카의 청사 건물로 공원 방향은 피라미드 계단식의 화단을 조성하였다. 반대쪽은 대로에 접하여 박스형태의 일반 오피스 건축물의 형태를 하고 있다. 우측 그림은 이태원의 공중정원 계획안이다.



<그림 12> 거리무대 계획안



<그림 13> 공중정원 계획안

### (3) 사업의 진행

① 이태원 테마거리는 지역의 특성을 잘 살린 공간으로 많은 관광객에게 호응을 받을 수 있었다. 이태원역에서 녹사평역으로 선형구조의 플롯을 이루었지만, 관광객에 의한 자유스러운 플롯 형성은 지역의 새로움과 흥미로움을 줄 수 있었다.

② 테마공간의 구성원인 주민들은 사업의 필요성을 이해하고 자발적이고, 적극적으로 참여하였으나, 건물주와 점포주 그리고 노점상 사이의 의견 대립 및 갈등으로 테마공간 플롯의 원만한 재구성에 지장을 주었다.

③ 디자인서울 1차 사업으로서 10개 구의 대상 지역을, 일률적으로 단기간 내에 완성하려는 성과위주의 방법으로 진행되어, 지역을 특성을 고려하고, 심도 있는 검토가 진행된 테마공간 구성에 지장을 주었다.

## 4. 결론

공공공간은 관련된 주체가 다양하고, 이해관계가 복잡하여, 이곳이 일관성 있게 발전되는 것은 결코 쉽지 않다. 그러나 지역이 활성화되고 개발되기 위해서는 공공공간의 발전 없이 기대하기가 어렵다. 본 연구에서는 공공공간의 이미지 개발을 위하여 스토리텔링을 이용한 테마공간을 제안하였다. 스토리텔링의 개념은 초기에 인쇄매체에서 논의되던 것이 공간, 디지털 매체, 상품 등 전 영역으로 확산되었다. 그 중의 하나인 공간의 스토리텔링은 21세기 테마공간의 형태로서 생활과 밀접하게 발전해 나가고 있다.

본 연구에서는 스토리텔링의 본질을 정리하고, 이를 바탕으로 이태원의 거리조성사업에 스토리텔링에 의한 테마공간을 적용하였다. 이태원은 많은 외국인 관광객이 방문하는 곳으로, 관광·쇼핑의 유럽풍 테마공간으로 개발하는 것이 적절한 지역이다. 이태원역과 녹사평역 사이에 선형의 플롯을 형성하여 흥미 있는 서사적 공간을 연출하였다. 그리고 방문하는 관광객의 동선은 이태원역, 녹사평역, 이태원시장 앞 등에서 시작하여, 다양하게 이 지역의 스토리텔링을 구성할 수 있었다. 그리고 관광객에 의하여 구성된 플롯은 다양하게 연결되어 새로운 스토리로 재구성되었다. 궁극적으로 이태원의 거리조성사업에 스토리텔링이 적용된 계획안을 제안하였으며, 이를 통하여 스토리텔링의 유효성을 확인할 수 있었다.

그리고 공공공간은 단순히 정비사업 또는 설치사업으로 추진되는 것이 적절치 않으며, 이렇게 진행된 사업은 지속가능성이 없어, 다시 열악한 환경으로 돌아가게 된다. 공공공간의 디자인사업은 지역의 문제점을 분석하고, 스토리텔링에 의한 테마공간 등 지역의 정체성을 살린 미래지향적인 디자인사업으로 이루어져야 한다.

## 참고문헌

1. 김세용·최강림, 도시이미지전략의 유형별 사례연구, 대한국토·도시계획학회논문집, 통권 제44권 제1호 2009.2
2. 원제무, 포스트모더니즘과 공공디자인. 대한국토·도시계획학회 논문집, 제43권 제5호, 2008.10
3. 최일홍·정두용·오민근·이석현·윤진욱, 경관법과 도시공간 관리, 도시정보, 2007.9
4. 이희정·황재훈·박성근, 디자인과 도시 경쟁력. 도시정보, 2008.3
5. 서울특별시, 디자인서울 거리 조성사업 사업추진 매뉴얼, 2007
6. 서울특별시, 2008 디자인 전담부서 실무자 교육자료, 2008
7. 박영춘, '도시의 이미지' 측정에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회논문집, 제37권 제4호, 2002.8
8. 이충훈, CI에 의한 도시이미지 차별화를 위한 연구, 디자인학연구, 통권 제50호 2002.11
9. 이준희, 인터랙티브 스토리텔링의 구조적 디자인, 디자인학연구, 통권 제54호, 2003.2
10. 정선아, 스토리텔링 마케팅에서의 공간에 관한 연구, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집, 통권10호, 2006.5
11. 황성윤·이경훈·김용성, Storytelling에 의한 디지털 공간 구성 방법에 관한 연구, 대한건축학회 학술발표대회논문집, 제22권 제2호, 2002.10
12. 최해실, 테마파크의 스토리텔링, 초판, 글누림, 서울, 2008.9
13. 최예정·김성룡, 스토리텔링과 내러티브, 초판, 글누림, 서울, 2005.12
14. 류수열·유지은·이수라·이용욱·장미영·주경미, 스토리텔링의 이해, 초판, 글누림, 서울, 2007.2

[논문접수 : 2009. 12. 31]  
 [1차 심사 : 2010. 01. 20]  
 [2차 심사 : 2010. 01. 25]  
 [3차 심사 : 2010. 01. 30]  
 [게재확정 : 2010. 02. 05]