

# 문화중심형 공공디자인의 전략 기획을 위한 관련지표 분석 ; 장소전략 수립단계를 중심으로

## Development of Strategy Programming Model for the Culture-Centered Public Design ; A Focus on Analyzing the Associated Indices of Place Strategy

이정민\*, 홍의택\*, 이한나\*\*, 정보희\*\*\*

경원대학교 산업디자인과\*, 인덕대학 도시환경디자인과\*\*, 서울대학교 경영대학 마케팅전공\*\*\*

Jeongmin Lee(64jmlee@kyungwon.ac.kr)\*, Euitaek Hong(hong2001@kyungwon.ac.kr)\*,  
Hanna Lee(jesme@unitel.co.kr)\*\*, Bohee Jung(bohee731@hanmail.net)\*\*\*

### 요약

21세기는 문화패러다임의 시대이며 시민들의 문화적 수요를 반영하는 공공환경 정책을 필요로 하고 있다. 이런 요구를 충족시키기 위해 지역자원을 바탕으로 한 문화중심형 공공디자인의 개발이 관심을 끌고 있다. 본 연구는 문화중심형 공공디자인 사업의 기획을 위한 전략 프로그래밍 지원모델을 개발하고자 하는 목적으로 시행되었다. 이 모델을 추상적인 개념들로 이루어진 프로세스 모델이 아니라 선택형 참조체계 방식의 모델로 개발하기 위하여 본고에서는 전략프로그래밍 프로토타입 단계별 관련지표들을 분석하였다. 프로토타입 단계들 중에서 특히 장소전략 수립단계(리소스, 미션, 타겟팅)에 초점을 맞추어 관련지표들을 분석하였다. 정성적 사례분석을 통해 연관요소들을 추출하였고 이에서 공통점을 분석하여 단계별 관련지표로 설정하였다. 모두 81개의 지표가 분석되었다.

■ 중심어 : | 문화중심 | 공공디자인 | 전략프로그래밍 | 장소전략 |

### Abstract

Citizens of 21st century which is called to be the era of 'Culture' express their cultural desires in their public environments. Governments found that these needs can be satisfied through the culture-centered public designs which are based on the local resources and identities. This research suggests the strategy programming model to support these projects. It aims at not suggesting the conceptual process model, but developing the practical supporting model with options to choose. Thus the indices which are related to each prototype phases of programming process are analyzed through the case analyses with qualitative approach. This paper focused on analyzing the indices for Place Strategy which includes the phases for Resource, Mission, and Targeting. Altogether, 81 indices are analyzed.

■ keyword : | Culture-Centered | Public Design | Strategy Programming | Place Strategy |

## 1. 서론

### 1.1 연구 배경 및 목적

21세기는 문화적 혁명으로 인해 산업사회에서 탈피

하여 문화적 가치가 중심이 된 사회로 전환되었다. 지역주의의 등장 및 역사적 정체성을 강조하는 경향도 문화적 혁명으로 발생하게 된 21세기의 모습이다. 이런 변화는 공공환경의 가치와 목적에도 변화를 가져왔으

\* 본 연구는 2009년도 문화체육관광부 공공디자인 학술용역으로 수행되었습니다.

접수번호 : #110516-001

접수일자 : 2011년 05월 16일

심사완료일 : 2011년 07월 21일

교신저자 : 이정민, e-mail : 64jmlee@kyungwon.ac.kr

며 시민들 사이에 공공환경에 대한 문화적 수요를 발생시켰다. 이에 따라 지역의 자원을 잘 보존함과 동시에 이를 문화적 욕구충족을 위한 공간으로 재정비하여 지역 활성화에 활용하고자 하는 정책적 필요성이 증가하고 있다. 이처럼 21세기 공공환경의 패러다임은 문화기반의 패러다임으로 변화하고 있다.

우리나라도 소득수준과 삶의 질 향상으로 기능성 뿐 아니라 심미적, 문화적인 욕구 또한 충족시켜줄 공공공간의 수요가 대두되고 있다. 그리고 지방자치체가 자리잡아 가면서 이의 실행 주체는 중앙정부에서 지방자치단체로 확산되고 있다. 실제로, 이미 많은 도시에서 도시이미지 제고를 위해 공공디자인 관련 정책들을 시행하고 있다. 그러나 현실을 검토해 보면 문화가 중심이 된 공공디자인 사업의 기획에 한계와 어려움이 많은 것으로 파악된다. 이것을 다른 한편으로 살펴보면, 문화중심형 공공디자인 사업을 기획하고자 할 때 이를 위한 적정 지원시스템을 찾기 어려워 사업을 주체하는 입장에서도 어려움이 있다.

따라서 본 연구는 문화중심형 공공디자인의 비전과 전략 기획을 위한 지원모델을 개발하고자 한다. 이는 프로젝트 전략의 기본 뼈대를 구체적으로 구성하도록 돕는 모델이라는 목표를 가지고 개발된다. 이를 위하여 본고는 전략 기획의 다양한 관련지표들을 분석하였는데 이것은 프로젝트의 시행주체가 전략기획의 각 단계별로 선택할 수 있는 옵션들을 제공하고자 함이다. 즉, 시행주체는 단계별로 주어진 여러 지표들 중에서 사업구상에 적합한 지표를 선택함으로써 전략의 기본 골격을 구성해 나가게 된다. 이런 방식을 통해 본 연구는 ‘전략프로그램 지원모델’이 추상적인 개념들로 이루어진 프로세스 모델이 아니라 선택형 참조체계 방식의 모델이 되게 하고자 하였다.

## 1.2 연구 내용 및 방법

전체연구는 세 개 주제의 연계연구로 이루어진다.

### 1차 - 전략프로그램의 프로토타입 단계 설정

선행연구였던 1차 연구[1]에서는 문화·지역·장소마케팅에 관련된 문헌조사를 토대로 문화중심형

공공디자인 개발의 전체 프로세스 중에서, 전략프로그램[그림2]의 프로토타입 단계들을 설정하였다.

### 2차 - 프로토타입 단계별 관련지표 분석

국내의 문화중심형 공공디자인 사례들의 분석을 통해 각 프로토타입 단계별 관련지표들을 분석한다.

### 3차 - 매트릭스형의 전략프로그램 지원모델 제시

1, 2차 연구결과를 연계해 매트릭스형 전략프로그램 지원모델로 제시하고 이의 활용방안을 제시한다.

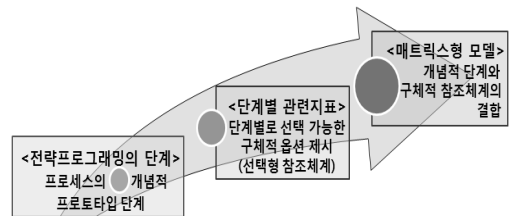


그림 1. 선택형 참조체계 방식의 지원모델 설계 과정

본고는 2차 연구를 수행한다. 전략프로그램은 크게 ‘장소전략 수립단계’와 ‘마케팅전략 수립단계’로 구분된다. 학회논문 지면의 한계로 본고는 먼저 ‘장소전략 수립단계’의 관련지표들을 분석한다.

본고는 관련지표들을 국내외 실제사례들의 분석을 통해 설정함으로써 구체적이고 객관화된 모델을 제시하고자 하였다. 즉 ‘문화중심형’이라는 다소 추상적인 개념을 실질적, 구체적인 관련지표들을 통해 객관화하고자 한 것이다.

현대의 공공디자인 프로젝트는 유무형의 개발을 포함하는 다양한 유형이 있다. 이 중에서 본 연구는 다음과 같은 공공디자인개발로 연구범위를 제한한다.

- ▶ 문화컨텐츠 기반의 공공디자인 개발을 위한 지원 모델 개발
- ▶ 공공기관이 주관, 또는 참여하는 비영리적인 공공디자인 개발을 위한 지원모델 개발
- ▶ 실제 공간의 연출로서의 공공디자인으로 공공디자인의 범위를 한정함. CI 등 상징성 개발, 공공

디자인 기반자료 연구 등 콘텐츠 개발로 완료되는 공공디자인 사업은 연구 범위에서 제외함

## 2. 문화중심형 공공디자인 전략프로그램의 프로토타입 단계

2장에서는 선행연구의 결과를 정리하여 보고와의 연계성을 제시하고자 한다.

### 2.1 관련용어의 개념 규정

#### < 문화중심형 공공디자인 >

이것은 소프트웨어로서 ‘지역자원에 근거한 지역의 문화적 정체성’, 또는 ‘문화컨텐츠’가 개발의 핵심전략으로 활용되는 공공디자인 프로젝트를 의미한다. 하드웨어 건설은 이런 콘텐츠의 현실화의 수단으로서 차선적인 의미를 갖는다.

본 연구는 기존 지역자원을 없애고 새로운 시설을 투입하는 재개발 방식이 아니라 기존자원의 특징을 분석하여 장점은 부각시키고 단점은 보완 및 긍정화시키는 방식이 문화중심형 공공디자인의 주요 특성이라고 본다. 이를 위해 지역자원의 문화공간화를 위한 치밀한 분석과 전략계획이 선행되어야 한다.

세계의 유명 도시들은 탈산업도시, 문화도시로 이미지를 탈바꿈시키려는 과정에서 문화와 예술을 주요 도구로 활용하고 있다. 산업혁명을 우리보다 먼저 거친 유럽의 여러 도시들은 기존의 쇠퇴한 공업도시라는 부정적 이미지를 탈피하고 긍정적, 문화적 이미지로의 전환에 대한 필요성을 일찍 인식하게 되었다. 이들은 도시 이미지 재구축 및 경제 활성화를 위한 대안으로서 문화산업, 엔터테인먼트 산업, 뉴미디어 산업 등 문화영역을 핵심 전략으로 활용하고 있다. 또한 문화생산에 필요한 하부구조의 건설, 문화와 역사적 유산을 활용한 이벤트나 축제의 개최 등을 새로운 문화 전략으로 사용하고 있다. 선진국 도시들이 시행하고 있는 이러한 방식의 공공디자인 개발이 문화중심형 공공디자인의 사례라고 할 수 있다.

#### < 전략프로그램 >

공공디자인 개발과정은 일반적으로 비전 수립, 전략 계획 수립, 실행계획 수립, 실행, 평가로 이루어진다. 본 연구는 이 중에서 비전과 전략계획을 수립하는 과정을 ‘전략프로그램’이라 명명한다[그림2].



그림 2. 공공디자인 개발에 있어 전략프로그램의 포함 범위

[그림 2]에 포함된 5개 단계의 공공디자인 개발의 범위는 전체 개발의 핵심 범위만을 표현한 것으로 단선적인 구조의 일반적 형식으로 보일 수 있다. 그러나 각 단계는 좀 더 세분화된 복선적 구조의 하부 단계들을 포함한다. 예컨대 실행 계획 수립과 관련된 하부 단계들은 피드포워드, 피드인, 피드백 등의 소통, 공감 등과 관련된 단계들도 포함된 회귀적 구조가 될 것이다. 본 연구는 [그림 2]의 5개 단계 중에서 ‘비전 수립’ 및 ‘전략계획 수립’과 관련된 전략프로그램의 지원모델을 연구하는 것으로 5개 단계 모두를 포괄하는 모델은 아님을 명시하고자 한다.

#### < 장소 전략 >

‘장소전략’이란 ‘장소마케팅’에 속한 개념이다. 장소마케팅은 지역자원으로서의 장소를 문화상품으로 개발하여 시장에서 어필할 수 있도록 조정하는 일을 하는 작업이다. 이는 지역의 경제적 발전과 더불어 문화적 발전을 염두에 두고 지역 상품을 마케팅하는 것이어서 우선 순위를 장소의 성격을 규정하는 것에 두고 있으며 이를 토대로 마케팅 전략을 수용한다. 이 장소의 성격을 규정하는 작업, 즉 지역의 문화적인 장소성에 대한 체계적인 조사와 지역의 문화적 가치관을 확립하는 작업이 ‘장소전략’이다.

## 2.2 장소마케팅의 개념과 특성

지역발전을 위해 선진국의 도시들을 중심으로 활용되어온 것이 ‘장소 마케팅’의 문화전략이다.

장소마케팅은 문화지향적, 정체성 지향적인 경향을 나타낸다. ‘장소’는 본질적으로 문화적인 개념이기 때문이다. 장소는 물리적 공간과 인간행위의 결과가 결합되어 의미를 가지는 실체이다. 인간활동이 일어나는 곳인 동시에 인간이 경험을 통하여 의미를 부여하는 대상이다.[2] 그러므로 공간과 인간 간의 상호작용을 통하여 문화적으로 형성된 것이 바로 ‘장소’이며, 따라서 장소는 지역민의 가치관, 정서, 상징성, 역사성, 고유성, 정체성이 녹아있는 복합적 구성체이다.

장소마케팅은 지역자원을 분석하여 문화컨텐츠 개발에 활용하는 지역 문화전략이다. 즉 문화상품으로서의 ‘장소’를 기획하고 이를 시장에 바람직한 방향으로 맞추는 작업이다[3]. 하지만 장소마케팅은 우선 순위를 장소의 성격 규정(장소전략 수립)에 두며 이를 토대로 마케팅전략을 수용한다. 그러므로 장소마케팅을 기반으로 하는 공공디자인을 기획할 때도 선행되어야 하는 것은 지역자원을 다양한 시각에서 분석하여 차별화된 문화자원 요소들을 발굴하는 것이다.

이런 장소마케팅을 통해 문화적으로 재창조된 지역의 자원은 지역의 공간을 브랜드화할 수 있게 하고 도시를 찾는 방문객의 소비를 촉진시킬 수 있다. 또한 지역주민들에게 지역에 대한 애착심을 고취시키고 정체성을 명확하게 해 주기도 한다. 한국에서도 지방자치체가 자리잡고 공공디자인이 지역발전의 중요한 정책 수단으로 인식되면서 지역자원 콘텐츠에 대한 관심이 높아지고 있다. 각 지역들은 장소 상품화·차별화 전략으로서 장소마케팅에 관심을 보이고 있으며 이를 통해 매력적인 지역 이미지와 공간을 창출함으로써 지역경제와 문화의 활성화, 지역 정체성 확립, 지역사회 통합을 추구하고 있다.

결국 공공디자인 사업이 지역의 경쟁력과 활력, 삶의 질 향상이라는 진정한 목적을 달성하기 위해서는 단순한 경관미화나 건축물의 경제적 가치 제고라는 관점을 넘어서 지역의 특성을 고려한 문화가 핵심적인 위치에 있어야 한다[4]. 따라서 본고의 선행연구에

서 문화중심형 공공디자인 전략프로그램의 프로토타입 단계를 설정한 것은 문화지향적인 장소마케팅의 전략을 기반으로 하였다.

## 2.3 전략프로그램의 프로토타입 단계

위에서 살펴본 바와 같이 장소는 ‘물리적 공간환경’과 거기서 살아가는 ‘사람들’, 사람과 환경 간 오랜 상호작용으로 형성된 ‘문화적 의미와 가치’가 복합적으로 구성된 총체적 실체이다. 그런 의미에서 장소마케팅은 ‘공간’, ‘사람’, ‘의미 & 가치’를 총체적으로 기획하여 공간을 문화적 장소화하는 전략이다[5][그림3]. 그러므로 선행연구에서도 이 세 가지를 공간의 문화적 장소화를 위한 핵심 기획대상으로 설정하였다.



그림 3. 공간의 문화적 장소화를 위한 핵심기획 대상

장소마케팅은 장소전략과 마케팅전략으로 구성되는데 이 중에서도 장소에 대한 이해와 평가를 바탕으로 기획의 방향설정을 분명히 하는 장소전략에서 시작한다. 그다음 장소전략에서 결정된 바의 실현을 위해 활용하는 마케팅전략이 수립된다[그림4].

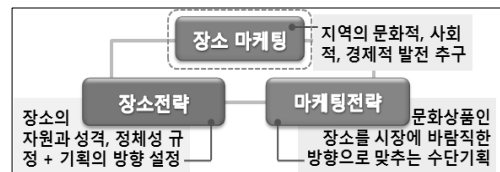


그림 4. 장소마케팅의 전략 단계

이런 장소마케팅의 기본전략 단위를 토대로 본 연구의 전략프로그램 단계도 설정되어 장소전략과 마케팅전략이 기본 전략수립 단계로 설정되었다. 그리고 공간의 문화적 장소화를 위한 핵심기획대상인 ‘공간’, ‘사

람, ‘의미&가치’를 장소전략과 마케팅전략의 세부단계 설정을 위한 기준으로 활용하였다[그림5].

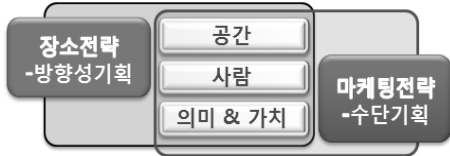


그림 5. 문화중심형 공공디자인 전략프로그램 프로토타입 단계 설정의 기준

장소전략 수립의 세부단계는 [그림 5]를 기준으로 하여 [표 1]의 위부분과 같이 설정되었다. 마케팅전략 수립의 세부단계는 [그림 5]의 기준에 ‘소통 기획’을 더하여 [표 1] 아랫부분과 같이 설정되었다.

표 1. 장소전략과 마케팅전략의 세부프로토타입 단계

		세부프로토타입 단계		
		단계설 정기준	단계 명	기획 내용
장소 전략	공간 기획	공간 기획	리 소 스	지역자원 분석 단계. 장소를 구성하는 다양한 요소들에 대한 진단과 분석, 평가를 시행할. 이에 근거해 장소의 정체성과 공공디자인에 활용될 문화컨텐츠에 대한 분석을 수행. 장소평가 과정은 단시간 내에 이루기 힘들므로 장기적, 지속적인 조사로 DB가 축적되어 있어야 함
	사람 기획	사람 기획	타 겟 팅	목표집단의 구체화 단계. 장소마케팅에서는 일반적으로 지역, 세대, 계층별로 목표집단을 세분화. 여기서 문제가 되는 것은 계층별 분류. 일반 기업마케팅과 달리 공공기관이 시행하는 공공디자인은 그 성격상 ‘환경디자인을 통한 재분배’ 라는 암묵적 목적이 작용하기 때문에 상류층을 별도의 타겟으로 설정하지 않는 것이 일반적임
	의미 & 가치 기획	의미 & 가치 기획	미 션	공공디자인 개발의 구체적 목적을 규정. 지역사회 통합(지역 정체성과 소속감 창출 등), 경제 활성화(경제적 수익 창출을 위한 지역의 매력과 잠재력 개발 등), 지역문화 추구(지역의 문화 및 자원의 보존과 개발 등) 등 무엇을 주목적으로 할 것인가를 기획.
마케 팅전략	공간 기획	공간 기획	상 품 포 인 트	지역 문화상품을 기획하여 브랜드화하는 단계. 장소마케팅에서는 지역이 지니고 있는 모든 유무형의 자원들이 상품으로써의 잠재력을 지니고 있지만 본 연구는 서론에서 밝힌 바와 같이 실제공간의 연출과 디자인으로서의 공공디자인으로 최종 상품포인트의 범위를 제한할. 이 지역상품의 문화컨텐츠로서 장소를 구성하는 모든 유무형의 요소들도 고려됨.
	사람 기획	사람 기획	추 진 조 직	개발을 추진하는 주체 및 파트너십 유형을 설정. 지역의 발전 여부는 지역내 공공단체, 민간단체, 이해집단 및 거주민들이 적극적으로 지원하고 참여하는 수준에 따라 좌우되므로 추진주체 및 파트너십의 구성에서 이를 반영하는 것이 매우 중요

마케 팅전략	의미 & 가치 기획	이 미 지 포 지 셔 닝	공공디자인개발에 활용하기 위해 지역의 차별화된 이미지를 구축하는 과정. 장소전략단계에서 행한 지역자원 분석결과를 기반으로 해야 함. 즉 지역의 정체성, 강점, 기회요인에 대한 이해를 바탕으로 진행해야 함. 선정된 지역이미지는 향후 상품개발과 홍보를 통해 반복적으로 사용되기 때문에 신중하고 전문적으로 기획되어야 함.
	소통 기획	커뮤 니 케이션 채널	지역문화상품 판매촉진의 수단을 선택하는 과정. 개발된 상품포인트를 타겟집단에게 전달하여 수용가 소비가 일어나도록 하기 위하여 소통과 홍보 등의 판매촉진 수단을 선택함.

선행연구는 프로토타입 단계들의 순서를 공공디자인의 일반적인 개발과정에 따라 [그림 6]과 같이 설정하였다. 그러나 프로젝트별 특성에 따라 이 순서에는 수정이 가능하다. 예컨대 사업의 목적을 규정하는 미션단계가 먼저 시행되고 이에 맞춰 지역자원조사를 하는 리소스 단계가 다음 단계에 시행되기도 한다. 그럼에도 불구하고 이 7개 단계들은 문화중심형 공공디자인의 전략프로그래밍에 있어 반드시 고려되어야 할 프로토타입 단계들로 상정된다.

본고는 [그림 6]의 단계들 중에서 장소전략 수립단계(위부분)의 관련지표를 분석한다.



그림 6. 전략프로그래밍 프로토타입 단계들의 순서

### 3. 장소전략 수립단계의 관련지표 분석

#### 3.1 분석 절차\_정성적 사례분석을 통한 지표화

본고는 [그림 7]과 같은 단계별 접근방법을 통해 사례들을 정성적으로 분석하여 관련지표를 설정하였다.

본 연구는 정성적 분석이 갖는 객관화의 기본적인 한계는 내포하고 있다. 그러나 객관성을 가능한 한 높이기 위해 [그림 7]에서 보는 바와 같이 자료수집, 자료분석, 분석결과와 해석이라는 다분히 정량적인 자료분석의 수순을 수용하였다. 또한 다수의 사례를 분석하여 공통점을 추출하는 복합사례 연구로 진행함으로써 정성적 사례분석의 객관성을 보완하고자 하였다.

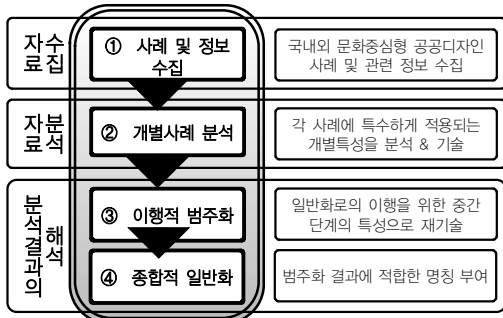


그림 7. 정성적 사례분석을 통한 지표화 - 단계별 접근방법

① 사례 및 정보수집\_국내의 문화중심형 공공디자인

사례는 다음과 같은 출처에서 수집되었다.

1. 관련 논문 및 도서-공공·공간·환경디자인, 도시 디자인, 지역·도시·장소마케팅 관련 논문, 도서 검색
2. 정기간행물-공간·환경디자인 관련 정기간행물 검색
3. 인터넷 검색-관련 키워드 및 사업명으로 검색
4. 전문가 자문-전문가에게 관련사업의 목록을 자문
5. 방송 및 뉴스 자료-방송사, 언론사 홈페이지 검색
6. 중앙정부 관련부처(문화체육관광부, 지식경제부, 행정안전부, 국토해양부)의 사업·연구 보고서
7. 지자체 관련사업의 자료, 보고서 및 보도자료


위에서 수집된 국내의 공공디자인 사례들 중에서 문화중심형인 사례들을 100개 선별하였다[부록참조].

② 개별사례 분석\_각 사례별 특성의 분석 & 기술

정성적 사례분석의 다음 단계는 각 사례별로 정보를 분석하고 프로토타입 단계별로 분석내용을 구분, 정리하는 개별사례 분석이다. 학회논문 지면의 한계로 100개 사례를 모두 서술하기는 어려워 대표예시로 2개 사례의 분석 내용을 [표 2]에 정리하였고 나머지는 사례들은 부록표 1에 요약하여 제시하였다.

표 2. 개별사례 분석 예시

서울 북촌 한옥마을	
단계	분석 내용
장소 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>•경복궁과 창덕궁, 종묘의 사이에 위치한 한옥 밀집 지역-총 2297동의 건물이 있으며 이 중 1408동이 한옥</li> <li>•한옥이 모두 조선시대의 기와집</li> <li>•조선시대 왕족, 고관대작, 사대부들의 고급 살림집터</li> <li>•후면에 백악산과 삼청공원, 동쪽에 창덕궁, 서쪽에 경복궁이 위치. 남쪽에 남산이 보이는 전망</li> <li>•사적 5곳, 서울시 민속자료 4곳, 유형문화재 1곳 보유</li> <li>•계동길, 석정보름울, 광해원터 등</li> <li>•조선시대부터 형성되었던 옛길과 물길의 흔적을 유지</li> <li>•우리나라 최초의 목욕탕인 중앙탕</li> <li>•근처 삼청동길 주변에 갤러리, 먹거리, 특색있는 상점</li> </ul>
미션	<ul style="list-style-type: none"> <li>•북촌 환경 정비 및 개선 : 생활환경, 역사문화환경</li> <li>•주민의 자발적 참여와 활동에 의한 한옥 보존</li> <li>•관광자원 개발</li> </ul>
타겟팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>•지역에 거주하는 주민</li> <li>•국내외 관광객</li> </ul>
추진 조직	<ul style="list-style-type: none"> <li>•민간주도 : 한옥 명실과 다세대주택의 신축 등으로 북촌경관이 변해가자 주민조직인 (사)북촌가꾸기회가 서울시에 지원 요청</li> <li>•지자체 행정지원:서울시 시장개발연구원에서 주민들과 전문가, 행정가와 더불어 북촌가꾸기정책을 수립</li> <li>•문화네트워크 협력 : 일반의 관심을 유발하도록 지원 - 걷고싶은 도시만들기 시민연대:사동 거리축제, 작은 가게 살리기 운동 등 전개. 북촌문화학교 진행 - 북촌문화포럼 : 북촌에 거주, 또는 일터가 있는 문화계 인사들이 창립. 연구와 토론을 통해 북촌을 가꾸고 주민들에게 도움이 되며, 북촌의 문제들에 대한 실천적 대안을 모색 -기타 한옥사랑시민모임,한옥아카데미모임,아름지기 등</li> </ul>
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>•조선시대 사대부의 전통이 현재까지도 보존된 가옥촌이라는 전통성과 역사성 지향</li> </ul>
상품 포인트	<ul style="list-style-type: none"> <li>•거주지로서의 매력 증진: 주민의 자발적 의사에 기초한 한옥 등록제 시행. 현대적 생활요구를 수용하면서 한옥의 고유미가 유지되도록 한옥 수선을 유도, 지원, 관리</li> <li>•관광컨텐츠 개발 : 선조의 생활모습을 구경할 수 있는 가회동 전통마을축제 개최. 주변의 경복궁, 창덕궁, 덕수궁, 근원, 삼청공원, 국립중앙박물관 등과 연계 관광컨텐츠화. 북촌한옥둘러보기/골목길파노라마/북촌8경 등의 관광컨텐츠 개발. 주거, 공방, 교육/문화, 자연, 갤러리 등의 컨텐츠별로 관광코스 개발</li> <li>•관광 홍보 및 안내 시설 개발 : 북촌 양반생활문화전시관, 북촌한옥촌 상징조형물, 안내사인시스템 정비, 북촌모바일안내 시스템(PDA단말기 대여) 제공, 북촌한옥마을 CI 개발, 북촌문화센터 운영 등</li> </ul>
커뮤니케이션 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>•북촌 홈페이지운영-http://bukchon.seoul.go.kr/</li> <li>•여행사를 통한 관광상품 홍보</li> <li>•신문, 방송 매체 등에 기사화</li> </ul>

하펜시티 향만 재개발	
	
단계	분석 내용
장소전략	<b>리소스</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•독일 제1의 항구도시.</li> <li>•157ha 수변공간 &amp; 엘베강 기슭에 위치</li> <li>•노후된 향만 시설과 도심 시설</li> <li>•도시 중심에 위치한 알스터제호</li> <li>•비스마르크 시대의 유서깊은 고건축물들</li> </ul>
	<b>미션</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•노후화와 도심기능 쇠퇴, 인접한 곳의 신항 개발 등에 의해 쇠퇴한 지역의 재생</li> </ul>
	<b>타겟팅</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•주거공간의 개발, 개선을 통한 상주인구 유입</li> <li>•문화,레저,쇼핑시설 개발을 통한 외부방문인구 유입</li> </ul>
마케팅전략	<b>추진조직</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•하펜시티 유타화사가 실행 주체</li> <li>•민간자금 50억~55억 유로, 공공자금 13억 유로가 투입된 민간 합작 형태의 자본 지원</li> </ul>
	<b>이미지포지셔닝</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•낙후된 향만 이미지의 개선</li> <li>•녹색도시+첨단혁신도시+전통도시의 이미지 결합</li> <li>•녹색혁명, 친수공간, 문화적 항구건설, 고건축의 보존과 최첨단 건축이 조화된 관광과 위락형 항구로의 이미지 개선</li> </ul>
	<b>상품포인트</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•주거, 상업, 문화, 레저 등의 시설들이 복합적으로 조성된 도심 시설 개발</li> <li>•향만 내 창고로 쓰이던 유서 깊은 건물과 향만시설에 현대적인 디자인을 접목시켜 역사적이고 독창적인 건축물로 재탄생시킴</li> <li>•과거 벽돌창고를 향료박물관,해양박물관 등으로 개발</li> <li>•첨단적이고 혁신적인 건축물 건설</li> <li>•알스터제호를 중심으로 한 친수공간의 조성</li> </ul>
	<b>커뮤니케이션채널</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•5월마다 항구의 탄생을 기념하는 행사 개최-불꽃놀이 축제, 퍼레이드, 기념품 판매소 설치 등</li> <li>•각종 매스컴에 기사화</li> </ul>

③ 이행적 범주화\_일반화로의 이행을 위한 중간단계

다음 단계는 개별사례의 분석내용을 일반화하는 과정이다. 먼저 '이행적 범주화' 과정으로 이는 각 개별사례 분석내용들 중에서 유사한 속성을 공유하는 내용들을 범주화하여 재구분하는 과정이다. [표 3] 좌측의 이행적 범주화 열은 미션 단계의 상위지표 설정과정에 대한 예시이다. 첫 번째 열은 개별사례 분석 내용들 중에서 유사 내용으로 범주화할 수 있는 것들을 모아 재구분한 것의 예시이다. 두 번째 열은 이를 어떤 내용으로 범주화시킬 것인가를 정리한 과정에 대한 예시이다. 이 역시 학회논문 지면의 한계로 최종적으로 도출된 81개 지표 모두에 대한 예시를 서술하지는 못하였다. 이를 보완하기 위하여 3장에서 각 지표별로 개별사례 분석 예시를 첨부하였다.

표 3. 이행적 범주화 & 종합적 일반화 예시-미션단계 상위 지표 설정과정

이행적 범주화		범주화 내용	종합적 일반화 (명명)
개별사례 분석 내용 재구분 예시			
이행적 범주화 열	주인에게 혐오시설이던 난방공장 외관개조로 시각공해 제거(스피트라우 지역난방공장리모델링)	사회적, 정치적 배려가 필요한 대상에 대해 공공디자인을 통한 서비스 제공	사회적 목적
	뉴욕의 우범지역을 청소,공원화,미화함으로써 범 죄율을 낮춤(뉴욕 빈민가우범지역디자인)		
	노인대상. 경험과 경력을 지역사회 공헌을 위한 서비스로 제공하도록 지원(시니어살롱 우수지적)		
	노후시설에 대한 시민의 지적을 개선(명택 주민참여 복합문화체육시설 환경디자인)		
	etc.		
	중심부에 집중되어 있던 도시의 역할을 외곽으로 분산하여 지역균형발전을 꾀함(라빌레트공원)	지역 균형 발전 및 화합 추구	
	농촌주민의 삶의 질 향상과 도농 균형발전 도모(남원 흥부골 권역 농촌마을 개선사업)		
	강을 사이에 두고 지역불균형, 단절이 심했던 신, 구시가지를 연결해 소통, 화합을 이룸(무어인셀)		
	농촌다움유지 및 도농교류(토고미마을 신대리)		
	통일 후 동독인들에 대한 통합의 목적(베를린 신호등 암벨만)		
etc.			
시민과 관광객 모두에게 편한 환경 구축(브리스틀 해돋이가능한 도시 프로젝트)	환경 의성으로 시민의 안전성과 편의성 제고	경제적 목적	
교통사고 예방의 목적(베를린 신호등 암벨만)			
향상된 사인시스템 도입으로 등산로의 기능성, 질적 향상 추구(등산로주변 공공디자인개선)			
etc.			
속박하는 체류형관광객 유치(리옹도시조명계획)	관광 산업 활성화 추구		
영원한 사랑을 테마로 한 관광산업의 활성화(로미오와 줄리엣 테마도시 베로나)			
의료 & 건강 컨텐트 관광, 은퇴이민 등으로 관광객의 장기체류를 유도(타이 롱스테이 프로그램)			
별다른 관광자원이 없는 함평에서 친환경 관광객자원을 발굴하고자 함(함평나비축제)			
etc.			
노후화, 기능 약화, 인접 신항 개발 등에 의해 쇠퇴한 지역의 재생(하펜시티 향만 재개발)	이전에 활발했으나 현재 쇠퇴한 지역의 재생과 경제 활성화 추구		
가나자와 중심 시가지의 활성화(가나자와 세계도시 구상과 도심리네상스 계획)			
중공업 쇠퇴로 쇠락한 도시를 문화에 중점을 두고 재생시켜 도시경쟁력을 확보(빌바오 구겐하임미술관을 통한 지역재생)			
부도심 상권에 밀려 침체한 광복동 상권의 재활성화가 목적(부산 광복로 일원 시범가로 사업)			
etc.			
국민 문화활동 영역의 확장 및 문화창조와 보급에 적극 참여를 장려하고자 시행(파리 음악축제)			

야요이시대 유적지를 주변의 풍부한 자연환경과 함께 국민들이 이용할 수 있는 공간으로 정비하고자 함(요시노가리 역사공원)	시민의 문화적 삶의 수준을 높이기 위한 공공디자인개발 추구	문화적 목적
파리의 문화예술시설의 확보(라빌레트 공원)		
낙동강 발원지의 성역화 디자인을 통해 시민의 자긍심 고취와 정체성 발굴(태백 낙동강 발원지 황지주변 공공디자인)		
etc.	문화자원의 보존과 개발	
훼손되어가는 한옥을 보존(서울 북촌한옥마을)		
일제강점기에 훼손된 왕궁복원(창경궁 복원사업)		
야요이시대 유적과 당시 풍속을 복원 및 보존(요시노가리 역사공원)		
etc.		

④ 종합적 일반화\_지표화를 위한 일반화 명칭 부여

다음 단계는 이행적 범주화 결과에 적합한 일반화 명칭을 부여하여 지표화하는 ‘종합적 일반화’ 과정이다. [표 3] 우측의 종합적 일반화 열은 미선단계 상위지표 설정을 위한 과정의 예시이다. 두 번째 열의 ‘범주화 내용’에 적합한 지표의 명칭을 설정하는 과정이다.

각 단계별로 다소 광범위한 ‘상위지표’가 먼저 분석되었다. 이를 구체화하기 위해 ‘세부지표’와 ‘세세부지표’로 구분되어 분석되었다. 각 지표별로 개별사례분석 예시도 제시하였다.

3.2 리소스(Resource) 단계의 관련지표

리소스 단계는 지역자원 분석을 통해 장소평가를 시행하는 단계이다. 후에 이에 근거해 공공디자인에 활용될 문화컨텐츠 분석을 수행하게 된다. 이 단계에서는 지역자원의 효과적인 수집, 분석을 위해 조사인력 활용 방법과 자원분류방법의 설정이 요구된다.

리소스단계의 관련지표는 표 4와 같이 분석되었다.

자원분류방법은 자원조사의 시행 후에 결정되기도 하지만, 미선에 의거하여 분류방법을 결정한 후, 이에 맞추어 지역자원을 조사할 수도 있다. 또한 자원분류방법의 지표들, 특히 ‘내용별’의 세세부지표들은 본고가 제시한 분류유형 이외에도 지역의 상황에 따라 추가적인 분류가 가능하다. 본고에서는 사례분석을 통해 현시대의 문화중심형 공공디자인에서 주로 활용되는 자원을 중심으로 분류유형을 제시한 것이다.

표 4. 리소스 단계의 관련지표

상위지표		세부지표		세세부지표		개별사례분석 예시
지표명	개념	지표명	개념	지표명	개념	
조사인력 활용 방법	지역자원에 대한 조사, 분류, 분석을 수행할 주체의 설정	자체인력 활용	수행기관 내부 인력	.	.	시니어 살롱 悠友知齋(유우지적)-일본 나고야의 PROTO社에서 자체 조사 및 기획
		전문가 활용	수행기관 외부의 전문가	.	.	경기도 명산 공공시설물디자인 개발-경기도청에서 대학의 연구센터에 의뢰해 경기도 명산에 설치된 공공시설물의 실태를 조사
		공모지원자 활용	공개모집을 통해 아이디어 취합	.	.	서울 선유도공원-설계공모 실시. 부정적 자원으로 없애야 한다고 생각했던 문답은 정수시설이 공모를 통해 긍정적 자원으로 재인식됨
자원분류 방법	지역자원의 분류체계 설정	형태별 분류	형태적 실체가 있고 없음에 따른 분류	유형자원	형태적 실체가 있는 자원	도가 연극촌-전통가옥인 갓소의 검은 벽과 높다란 지붕을 연극하기에 알맞은 자원으로 파악
			무형자원	형태적 실체가 없는 자원	나츠메 소세끼와 붓짱 테마마을-일본 근대문학의 대가인 나츠메 소세끼와 소설 ‘붓짱’ 을 테마로 지역을 개발	
		활용 상태별 분류	지역에서 해당자원의 현재 활용여부에 따른 분류	활용자원	지역에서 현재 활용 중인 자원	스피트라우 지역난방공장 리모델링-환경오염시설이던 난방공장을 독특한 외관과 첨단내부시설로 리모델링
				미활용 자원	지역자원으로 인식하고 있으나 현재 활용되지 않고 있는 자원	보령 머드축제-해안의 진흙을 성분분석한 결과, 피부미용에 뛰어난 효과가 드러남. 이를 보령머드화장품과 머드축제로 상품화
잠재자원	지역자원으로의 활용가능성이 있으나 아직 가치가 인식되지 않은 자원	하노버 버스정류장 디자인 프로젝트-지역 고유 자원으로 인식되고 있지 않던 버스정류장을 자원화시켜 명소화함				



(윗칸 계속) 자원분류 방법	(윗칸 계속) 지역자원의 분류체계 설정	내용별 분류	지역자원의 내용에 따른 분류	태도별 분류	지역 자원에 대한 시민들의 인식 태도에 따른 분류	긍정적 자원	좋은 인식의 지역자원	히에츠국제관광도시연합-세계유산 합장취락 등 히에츠 지역의 매력을 근처 세 개 도시가 연합하여 홍보
				중립적 자원	좋고 나쁨의 인식 개념이 없는 지역자원	하얼빈 빙등제-눈과 얼음의 축제, 송화강의 단단하고 하얀 얼음이 얼음조각을 위한 자원으로 활용됨		
				부정적 자원	나쁜 인식의 지역자원	노드 공원-지역의 부정적 자원이던 철강산업 폐공장을 재활용하여 리모델링		
				자연자원	산, 강, 바다 등 지역 내 자연환경 및 관련 자원	프로도호과 : 뉴질랜드 영화관광- '반지의 제왕' 3부작의 촬영 배경인 뉴질랜드의 자연경관을 뉴질랜드 관광청에서 관광자원화함		
	(윗칸 계속) 지역자원의 분류체계 설정	내용별 분류	지역자원의 내용에 따른 분류	예술문화 관련 시설지구	예술 및 문화의 향유와 관련된 시설 및 지구	도쿄 록본기 아트트라이앵글-산토리미술관, 국립신미술관, 모리미술관이 연합해 '도쿄 특별예술지구' 를 구성		
				지역연구 스포츠 및 관련 시설지구	지역 연구의 스포츠, 운동선수, 구단 등의 콘텐츠 및 관련 시설, 지구	맨체스터 유나이티드 FC-프로축구 구단 맨체스터 유나이티드의 홈구장 올드 트래포트를 관광상품화, 구단 역사박물관 등의 설립으로 전세계 관광객을 유인		
				위락 시설지구	놀이, 오락, 휴식 시설 및 지구	부산 동래온천 웰빙 스파타운-온천관광 동래의 옛 명성 회복과 지역경제 활성화를 목적으로 공공환경 정비		
				복자건강 관련 시설지구	마사지 체육시설, 복지센터 등 건강과 복지 관련 시설 및 지구	평택 주민참여형 복합문화체육시설 환경디자인-노후시설에 대한 시민의 지적을 개선하고자 시행, 주민을 위한 문화체육공원으로 리모델링		
				여가교류 관련 시설지구	생활 중의 여가 활용 및 사람들 간 만남, 교류, 커뮤니케이션이 일어나도록 마련된 시설 및 지구	서울 서래마을 프랑스 특화거리 조성-유럽풍의 서래마을에는 카페, 식당, 작은 공원 등의 여가, 만남, 교류의 공간이 많이 모여있음. 사람들이 여가를 잘 즐길 수 있도록 거리환경을 개선		
				랜드마크 시설지구	지역을 대표하는 랜드마크적인 건축, 조형물, 공원 등의 시설 및 지구	리옹 도시조명계획-역사문화재 자원과 더불어 국제컨벤션센터, 리옹공항 등 랜드마크적인 현대 건축물을 자원으로 하여 관광과 컨벤션의 도시가 되고자 함		
				근대문화재	근고(近古)와 현대의 중간 시대인 근대의 문화재	거제 포로수용소 유적공원-경남 문화재자료로 지정된 거제도 포로수용소, 수용소시설을 복원하여 축소 건립		
				역사문화재	근대 이전 시대의 전통 문화재	요시노가리 역사공원-일본 고대의 야요이시대 유적지를 역사공원으로 정비		
				무형문화재	지역에 연관된 무형문화재 및 관련 시설, 지구	안동 탈춤페스티벌-하회 별신굿을 테마로 관광상품 개발		
				지역특유 민속 및 관련 시설지구	지역의 독특한 생활, 풍속 및 관련 시설, 지구	금산 인삼축제-이 고장의 민속제인 인삼제가 축제로 자리잡게 됨, 금산물떼기농요, 기우제인 농바우꼬시기, 금산농악, 금산 차도풍물굿, 전통민속놀이 등 금산의 전통 민속문화가 시연됨		
				지역 특화재래 산업 및 관련 시설지구	지역에 특화된, 혹은 전해온 산업, 특산물, 재래시장 및 관련 시설, 지구	보성군 녹차 브랜드-녹차 주산지로서의 지위와 이국적 녹차밭의 경관을 활용		
				지역문화산업 및 관련 시설지구	지역을 중심으로 전개되고 있는 문화산업 및 관련 시설, 지구 (예-브로드웨이 뮤지컬 산업 등)	브리스톨 예술오락지구 조성사업-연극, 현대미술, 사진, 오디오 오비주얼 산업, 박물관 등이 강세를 보이고 있는 지역특성을 활용하여 개발		
				지역스토리텔링 및 관련 시설지구	지역에 결부된 이야기나 전설 등의 콘텐츠 및 관련 시설, 지구	남원 흥부골 권역 농촌마을 개선사업-흥부골은 흥부전의 배경지, 경희대 민속학연구소가 흥부가 정착해 부자가 된 발복지로 고증함		
지역인물 및 관련 시설지구	지역의 유명 인물과 관련된 콘텐츠 및 관련 시설, 지구	봉평 이효석 문화마을-강원도 봉평은 작가 이효석의 고향. 그의 '메밀꽃 필 무렵' 의 실제 무대. 이를 테마로 지역 관광상품 개발						
지역커뮤니티 및 관련 시설지구	지역 내에 존재하는 특정 커뮤니티 및 관련 시설, 지구	헤이리 예술인 마을-다양한 분야의 예술인 380여명이 처음 모여 조성한 문화예술 공간. 단지를 녹지와 예술작품 네트워크로 구성						
타문화 및 관련 시설지구	지역 내에 존재하는 이국적 문화 자원 및 관련 시설, 지구	서울 서래마을 프랑스 특화거리 조성-프랑스인들이 모여 자생적으로 생성된 유럽풍의 서래마을에 대해 거리환경 개선 사업 시행						

자원분류 방법	(윗칸 계속) 지역자원의 분류체계 설정	(윗칸 계속) 내용별 분류	(윗칸 계속) 지역자원의 내용에 따른 분류	기피 사실지구	기피되는 혐오 시설 및 지구	라빌레트 공원-도살장, 정육점이 모여 있던 곳을 공원으로 재 개발
				용도상실 사실지구	시대 변화 등에 의해 기능을 상 실한 채 존재하는 시설 및 지구	테이트 모던 갤러리-문 닫은 옛 화력발전소를 현대미술관으로 리모델링
				노후 사실지구	노후되어 기능이 약화된 시설 및 지구	하펜시티 향만 재개발-노후화와 도심기능 약화, 근처의 신항 개발 등으로 쇠퇴한 지역을 재생시킴
				유휴지구	용도없이 방치되어 있는 지구	뉴욕 빈민가우범지역 디자인-용도없이 방치되어 우범지역이 된 도시 내 공터 및 건물 사이 공간을 공원화
				관광편의 사실	숙박, 사인, 주차, 식당 등의 관 광 편의사실	구로카와 온천지 활성화-마을마다 온천, 관광시설 수준 등을 통일하는 조례를 제정. 건물 높이, 색조 통일. 사인시설물의 색 채 통일 등
				도시기반 사실	터널, 항만, 도로, 가로시설물 등의 도시기반 시설	베를린 신호등 암펠만-신호등의 사람모양 심벌. 귀엽고 친근 한 이미지로 주의 환기. 교통사고 예방에 기여
				임대 가능 사실지구	축제, 이벤트 등 행사기간에 임 대가 가능한 시설 및 지구	에딘버러 페스티벌 프린지-매년 8월, 일정스케줄 없이 각 단 체들이 원하는 곳에서, 언제든지 원하는 공연을 함

3.3. 미션(Mission) 단계의 관련지표

미션 단계는 공공디자인 개발의 구체적인 목적을 규  
정하는 단계이다. 이의 상위지표로는 사회적 목적, 경제  
적 목적, 문화적 목적이 분석되었다[표 5].

사회적 목적은 지역민을 대상으로 통합적, 민주적 공  
공영역을 개발하는 것이다. 지역 내 분리집단 간 소통  
과 교류 증대, 또는 소외계층에 대한 사회적 재분배를  
목적으로 시행하는 사업 등이 이에 속한다. 경제적 목  
적은 지역의 경제적 이익을 증가시키기 위한 것으로 관  
광활성화, 지역재생사업 등이 이에 속한다. 문화적 목적

은 지역문화의 활성화를 통한 삶의 질 향상을 목적으로  
공공영역을 개발하는 것이다. 연구를 통하여 드러난 점  
은 현대인의 문화향유 욕구가 일반적인 ‘문화·예술’에  
대한 욕구뿐만이 아니라 웰빙, LOHAS(Lifestyle of  
Health and Sustainability) 등을 통한 건강한 삶의 질  
향상과도 맞물려 있다는 것이다. 그러므로 문화적 목적  
형의 세부지표는 문화·예술형 환경을 통한 정신적 삶의  
질 향상을 추구하는 것과 생태적 환경을 통한 건강한  
삶의 질 향상을 추구하는 것으로 구분하였다.

표 5. 미션 단계의 관련지표

상위지표		세부지표		세세부지표		개별사례분석 예시
지표명	개념	지표명	개념	지표명	개념	
사회적 목적	지역주민 을 대상으로 통합적, 민주적 공공영역 의 개발을 추구	소통	사회적 분리 집단 간 교 류와 커뮤니 케이션 증대 가 목적	집단 간 네트워크	계층 간, 세대 간 등 소통 부족 집 단을 연결	에게비에르가르트-주민 간 익명성과 단절 현상, 계층 간 소외 감 등의 문제점을 해소하고 도시구성원 간 활발한 교류가 이루 어지는 단지의 건설을 목표
			지역문화 간 네트워크	대립하고 있거나 소통이 부족했던 지역문화 간 소통과 교류	페이스2페이스 프로젝트-이스라엘과 팔레스타인의 8개 도시 속 마주 볼 수 있는 곳에 대형초상 인쇄물을 벽화로 설치. 서로 대립 중인 두 지역문화 간 소통과 평화 추구	
			지역 간 네트워크	이웃 지역과의 공간적 연결	무어인셀-무어강에 조성된 인공섬. 강을 사이에 두고 단절되 어 있던 섬, 구시가지를 공간적으로 연결하는 역할을 하게 되 면서 두 지역 간의 교류와 화합을 끌어냄. 공연장, 카페 등이 조성됨	
		분배	공공디자인 을 통한 사 회적 재분배 가 목적	가능성 제공	가능성을 개선한 환경을 제공	브리스톨 해독가능한 도시 프로젝트-혼란스럽고 잘못된 사인 시스템의 정비
			심미성 제공	심미성을 개선한 환경을 제공	스피트라우 지역난방공장 리모델링-주민에게 혐오시설이던 난방공장의 외관을 독특하고 즐거운 공간으로 재창조	
			지역에 관광 활성화 시설 을 만들어 지역경제 활 성화를 추구	관광 브랜드 및 상품 개발	타지역과 차별화된 컨텐츠로 관 광 브랜드 및 상품을 개발	함평 나비축제-관광자원이 없던 함평에서 나비를 활용한 생태, 친환경적 지역축제 컨텐츠를 개발하고 이를 상품화
경제적 목적	지역의 경제적 이익을 증가시키 기 위한 공공영역 의 개발을	관광 활성화	관광 환경 정비·미관화	기존 관광지역을 정비, 미관화하 여 개선된 관광 환경을 제공	울산 대왕암공원 공공디자인 개선사업-기암괴석과 송림이 특 색인 관광지역을 해양테마, 가족휴양, 운동생활, 테마광장 등 5 개 지구로 재정비	
			관광편의사실	숙박, 교통, 안내시설 등 관광 편	아스펜 음악축제-음악 도시의 이미지와 어울리는 고급스러운	



타겟팅 단계의 관련지표에서 문제가 되는 것은 계층별 분류이다. 기업마케팅에서의 타겟팅은 이 계층별 세부 구분이 중요하지만 장소마케팅이 적용된 공공디자인, 특히 공공기관이 시행하는 공공디자인은 ‘환경디자인을 통한 재분배’라는 암묵적 목적이 작용하기 때문에 상류층을 별도의 타겟으로 설정하는 것은 바람직하지 않은 면을 가지고 있다. 한국의 공공디자인이 갖고 있는 이러한 특성을 반영하여 계층별 분류의 세부지표에서 상류층과 중류층은 하나의 계층으로 묶어 설정하였다.

4. 적용성 검토\_성공사례에의 지표 적용

이번 장에서는 3장에서 도출된 관련지표들의 적용성을 검토한다. 즉, 이 지표들이 장소전략과 관련된 내용들을 제대로 표시할 수 있는지를 검토하는 것이다. 공간의 문화적 장소화에 성공한 2개 대표사례(스피트라우 지역난방공장 리모델링 & 리옹 도시조명계획)를 선택하여 장소전략의 프로토타입 단계별로 관련지표들을 적용해 보았다[표 7][표 8](비교-표 2의 개별사례분석은 본고의 주제인 관련지표 분석을 위한 기초분석자료의 예시임)

그 결과, 관련지표들이 기초분석자료에서 파악된 두 사례의 장소전략단계(리소스, 미션, 타겟팅) 해당 내용들을 적절하게 표시하고 있음을 확인하였다.

4.1 스피트라우 지역난방공장 리모델링



그림 8. 스피트라우 지역난방공장

오스트리아 스피트라우 지역난방공장은 쓰레기 소각방식의 발전기가동 때문에 주민에게 혐오시설이었다. 빈의 질크시장은 이 공장이 열공급 기능을 계속 하면서도 기피시설이 되지 않도록 리모델링사업을 시작하였다[6]. 설계를 부탁받은 훈데르트바씨는 강렬한 색채, 서로 다른 모양의 창틀, 반듯한 직선을 배제한 불규칙성 등 자신의 건축적 색채를 담아 이 시설을 독특한 랜드마크로 탈바꿈시켰다. 또한 환경오염 최소화를 위한

최첨단 기술도 도입되었다.

이 사업은 혐오시설 주변 거주자들에 대한 배려라는 사회적 목적에서 시작했으나, 결과적으로는 리모델링된 공장이 지역 랜드마크로 유명해지면서 관광에 의한 경제 활성화 효과도 가져오게 되었다.

표 7. 스피트라우 지역난방공장-장소전략 수립단계의 관련 지표 적용

전략프로 그래밍 단계	상위 지표	세부지표	세세부 지표	적용 내용
리소스	자원 분류 방법	형태별 분류	유형자원	지역난방공장
		활용상태별 분류	활용자원	당시 활용 중이던 지역난방공장을 계속 활용하고자 함
		태도별 분류	부정적 자원	쓰레기 소각방식의 발전기가동 때문에 환경오염 시설이라는 부정적 시각을 야기
		내용별 분류	기피시설 지구	환경오염 때문에 주민들에게 기피시설이었음
장소 전략	사회적 목적	분배	심미성 제공	공장 주변 주민의 시각적, 심리적 불편함에 대한 개선
			기능성 제공	첨단 친환경 기술도입으로 환경오염을 최소화하려 함
	문화적 목적	문화 예술형 환경정출	랜드마크 개발	기피시설을 지역을 대표하는 예술적 랜드마크로 변화시키고자함
		생태형 환경정출	환경 보호형 공간 개발	첨단기술을 적용해 대기오염을 최소화한 시설로 재구축하고자함
타 겟 팅	거주 유형별 분류	지역주민	.	기피시설이 위치한 지역 내 거주민에 대한 배려
	계층별 분류	빈곤층	.	기피시설이 있는 지역에 거주하는 중하류계층에 대한 사회적 배려로 사업을 기획
	세대별 분류	전세대	.	지역 내의 전세대 대상

4.2 리옹 도시조명계획

프랑스 리옹은 로마, 로마네스크, 고딕, 르네상스 시대의 유적이 300여 채 보존되어 있고(세계문화유산 등록) 리옹국제컨벤션센터, 리옹공항 등 유명 건축가의 현대 건축물도 있다. 리옹시는 이런 자원을 활용해 관광과 컨벤션의 도시가 되고자 했으나 고속철도 때문에 숙박손님을 파리에 빼앗기고 있었다. 관광산업에서 통과지역에 비해 숙박지역에서의 지출비용은 최대 6배에 달한다. 따라서 리옹시는 체류형 방문객 유치를 위해 야간경관 개선사업을 시행하였다. 이 사업은 관광환경 개발과 더불어 시민의 삶의 질 향상에도 목적이 있었

다. 그리고 리옹의 역사적 문화유산들을 강조하는데도 중점을 두었다.

이 사업으로 리옹은 ‘밤이 아름다운 리옹’을 캐치프레이즈로 관광산업을 육성하였으며 매년 세계적 체험관광 콘텐츠가 된 리옹빛축제를 개최하고 있다.

이 사업은 경제, 사회, 문화적으로 큰 성공을 거두었다. 특히 관광산업과 더불어 지역 조명산업체의 발달을 가져와 조명기구와 기술도 수출하게 되었다.



그림 9. 리옹 빛축제

표 8. 리옹 도시조명계획-장소전략 수립단계의 관련지표 적용

전략프로 그래밍단 계	상위 지표	세부 지표	세세부 지표	적용 내용	
리 소 스	자원 분류 방법	형태별 분류	유형 자원	역사유적지, 유명한 현대건축물, 다리와 산책로 등	
		활용상태 별 분류	활용 자원	관광자원으로 활용되고 있었음	
		태도별 분류	긍정적 자원	유명 관광자원에 대한 긍정적인 인식	
		내용별 분류	역사 문화재	고대 로마, 후기고딕, 로마네스크, 르네상스의 유적	
			랜드마크 시상 지구	국제컨벤션센터(렌조 피아노), 리옹공항(산티아고 칼라트라바) 등	
	도시기반 시설	리옹의 대표적인 다리와 산책로, 도로 및 가로공간 등			
	장 소 전 략	경제적 목적	관광 활성화 및 상품 개발	속박하는 체류형 관광객을 늘리기 위해 야간경관을 관광상품으로 개발. 이를 보기위해 숙박하게 하고자 함	
		미 션	문화적 목적	문화자원 의 보존 및 개발	환경조명디자인의 연출에 있어 역사 문화유산을 강조하는데 중점을 둠
			문화예술형 환경창출	문화향유 시설행사 의 개발	야간경관과 빛축제 등을 통해 리옹 시민들의 문화적 삶의 질 향상을 추구
	타 겟 팅	거주 유형별 분류	외부 방문객 지역주민	· ·	국내외 관광객 리옹 시민
계 층 별 분류		중상류층	·	관광목적으로 여행할 수 있는 중상류 이상 외부인계층	
		전계층	·	전계층의 리옹 시민	
세대별 분류		전세대	·	전세대의 관광객 및 리옹 시민	

### 5. 결론

본 연구는 최근 관심사안이 되고 있는 공공디자인이 문화중심형 프로젝트로 개발될 수 있도록 지원하는 모델, 특히 비전과 전략계획을 수립하는 ‘전략프로그래밍’ 과정을 지원하는 모델을 제안하였다.

선행연구에서는 전략프로그래밍의 프로토타입 단계를 설정하였다. 3개 장소전략단계(리소스, 미션, 타겟팅)와 4개 마케팅전략단계(추진조직, 이미지포지셔닝, 상품포인트, 커뮤니케이션채널)가 설정되었다.

전략프로그래밍 지원모델의 선택형 참조체계를 구성할 관련지표의 분석이 본고의 주제였고 장소전략 단계의 관련 지표들이 총 81개 분석되었다(표 9)

이 지표들은 후속연구에서 제안될 지원모델의 핵심 구성요소로 활용된다. 그러나 본고의 분석결과는 공공디자인 프로젝트 수행 초기에 기획의 기본방향을 설정하는 지원자료로도 활용될 수 있다. 2장에서 언급했듯이 장소전략의 수립은 공공디자인 프로젝트의 목적과 가치관, 정체성을 규정하는 작업을 하는 과정이기 때문이다. 그러므로 이 과정과 관련된 지표들을 제한한 본고의 연구결과는 프로젝트 수행의 초기 가이드라인으로도 활용될 수 있다.

그러나 미래에 더 많은 문화중심형 공공디자인 사업들이 수행됨에 따라 관련지표들은 더 확장될 수 있다. 즉 추가적인 지표의 분석과 설정이 가능하고 이에 따라 약 5년별 지표의 업그레이드가 필요할 것이다. 이에 대해서는 본 연구팀을 포함하여 이 주제에 관심있는 미래 연구자들의 추가연구를 기대한다.

차기논문은 2차 연구에 대한 분석을 계속하여 마케팅 전략 수립단계의 관련지표를 분석할 것이다.

표 9. 장소전략 수립단계의 관련지표-총 81개 지표

리소스단계 관련지표-41개				미션단계 관련지표-26개			
상위 지표	세부지 표	세세부지표		상위 지표	세부지 표	세세부지표	
조 사 인 력 활 용 방 법	자체인 력활용	·		사 회 적 목 적	소 통	집단 간 네트워크	
	전문가 활용	·				지역문화 간 네트워크	
공 모 지 원 자 활 용	·	·		분 배	기능성 제공		
		·			심미성 제공		

자원분류 방법	형태별 분류	유형자원	경제적 목적	관광 활성화	관광 브랜드 및 상품 개발	
		무형자원			관광환경 정비 미관화	
	활용 상태별 분류	활용자원	지역 재생	문화·예술형 환경정출	생태형 환경정출	관광 편의시설 구축
		미활용자원				기피시설 지역의 재생
	태도별 분류	집재자원	용도상실시설 지역의 재생	문화·예술형 환경정출	생태형 환경정출	이존향도
		긍정적 자원	쇠퇴지역의 재생			노후시설 지역의 재생
		중립적 자원	랜드마크 개발			문화자원의 보존 및 개발
	내용별 분류	부정적 자원	문화향유 시설행사의 개발	문화·예술형 환경정출	생태형 환경정출	환경보호형 공간개발
		자연자원	자연인지형 공간개발			
		예술문화 관련 시설지구	타겟팅단계 관련지표-14개	상위지표	세부지표	세세부지표
		지역연구 스포츠 및 관련 시설지구	거주 유형별 분류			
		위락 시설지구	계층별 분류	외부 방문객	.	
		복지건강 관련 시설지구		중상류층	.	
		복자건강 관련 시설지구		빈곤층	.	
		여가교류 관련 시설지구	전계층	사회적 소외계층	.	
		랜드마크 시설지구	세대별 분류	영·유아층	.	
		근대화문화재		청년층	.	
		역사문화재		중장년층	.	
		무형문화재		노년층	.	
		지역특유 민속 및 관련 시설지구		전세대	.	
		지역특화재래산업 및 관련 시설지구				
		지역문화산업 및 관련 시설지구				
		지역스토리텔링 및 관련 시설지구				
		지역인물 및 관련 시설지구				
		지역커뮤니티 및 관련 시설지구				
		타문화 및 관련 시설지구				
기피 시설지구						
용도상실 시설지구						
노후 시설지구						
유흥지구						
관광편의 시설						
도시기반 시설						
임대 가능 시설지구						

: 한국과 미국 소도시의 문화예술축제를 사례로”, 서울대학교 대학원, 박사학위논문, p.16, 2004.

- [3] 이무용, 지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략, 논형, p.60, 2006.
- [4] 한국문화관광정책연구원 엮음, *상상/하다 I-채움의 문화*, 이지북스, pp.259-260, 2007.
- [5] 이무용, Op. Cit., pp.57-58.
- [6] 오동훈, 권구황, “도시재생전략으로서의 도시문화 마케팅 해외사례 연구”, 대한민국도·도시계획학회 지 국토계획 제42권, 제5호, 2007.

**참 고 문 헌**

- [1] 김형국, *고장의 문화관측 : 세계화시대에 지방이 살 길*, 학고재, 2002.
- [2] 노영성, “지역문화 마케팅의 체계 : 지역문화 마케팅의 프레임워크와 지역문화의 산업화 모델”, 지역발전연구(Journal of Korean Regional Development), Vol.7, No.1, 2007.
- [3] 박태욱, 최유식, “도시 공공공간에서의 아트마케팅 적용에 관한 연구”, 한국기초조형학회 기초조형학연구. Vol.9 No.2, 2008.
- [4] 이소영, “지역문화의 장소마케팅 전략 수립에 관한 연구 : 서울시 인사동을 사례로”, 서울대학교 환경대학원, 석사학위논문, 1999.
- [5] 이진희, *장소마케팅*, 대왕사, 2006.
- [6] 이충훈, “문화마케팅 정책에 기반을 둔 도시브랜드 유형별 특성화 분석 연구”, 경희대학교 대학원 디자인학과, 박사학위 논문, 2007(1).

**미 주**

- [1] 이정민, 홍의택, “문화중심형 공공디자인의 전략 프로그래밍 지원모델개발에 관한 연구-프로토타입 단계설정을 중심으로”, 한국실내디자인학회 논문집, 제19권, 제5호, 통권82호, pp.95-104, 2010.
- [2] 백선혜, “장소 마케팅에서 장소성의 인위적 형성

저 자 소개

이 정 민(Jeongmin Lee)

정희원

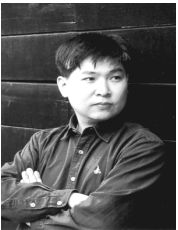


- 2007년 8월 : 홍익대학교 공간 디자인 전공 박사학위
- 현재 : 경원대학교 산업디자인과 조교수

<관심분야> : 디자인심리, 공공환경디자인, 에코디자인

홍 의 택(Euitaek Hong)

정희원



- 1994년 9월 : 스웨덴 국립미술디자인대학원 석사학위
- 현재 : 경원대학교 산업디자인과 부교수/퍼블릭디자인센터 센터장

<관심분야> : 거버넌스디자인, 커뮤니티디자인, 도시 재생디자인

이 한 나(Hanna Lee)

정희원



- 2007년 8월 : 홍익대학교 공간디자인 전공 박사학위
- 현재 : 인덕대학 도시환경디자인과 전임강사

<관심분야> : 도시디자인, 디지털디자인, 환경디자인, 사인디자인

정 보 희(Bohee Jung)

정희원



- 2009년 8월 : 서울대학교 경영학과 마케팅 전공 석사학위
- 현재 : 서울대학교 경영학과 마케팅 전공 박사과정

<관심분야> : 상업공간디자인, 제품디자인, In-store marketing

부 록

<부록 표 1> 국외사례 수집 리스트(가나다 순)-50개

프로젝트명-장소, 시행주체, 연도-사업요약
가나자와 세계도시 구상과 도심 르네상스 계획-일본 가나자와, 지자체, 1998-발전과 전통의 조화. 전통환경 보존지역과 근대적 도시경관 창출 지역 구분. 상업기반시설 및 도시기반 정비. 문화공간 창출 등
겐팅하이랜드(Genting Highland)-말레이시아, 중앙정부+겐팅사, 1970-해발 2000m에 자유와 향락을 테마로 건설한 도시. 24시간 운영
고베 농업공원-일본 고베, 고베시(설계)+(財)고베시원예진흥기금협회+(주)고베와인(관리, 운영), 1984-農•工•商이 융합. '고베와인과 고베비프와 고베워터'를 캐치프레이즈로 저장시설, 레저시설 개발
구로카와 온천지 활성화-일본 구마모토현, 주민주도+중앙정부지원, 1980년대~노천탕을 부각시켜 온천지 매력을 높이기 위해 자연경관 조성사업 시행. 건물 높이, 색조 통일. 하천오염 정화사업 실시 등
글래스고우 도시재생 정책-영국 글래스고우, 글래스고우지구의회+글래스고우 개발기관, 1985~탈산업 핵심전략은 문화예술을 통한 새로운 도시 이미지 구축. 다양한 축제 개최.문화시설과 쇼핑시설 건축 등
길로이 마늘축제(Gilroy Garlic Festival)-미국 캘리포니아 길로이, Garlic Festival Association, 1979-특산물 홍보와 관광객 유치를 위해 마늘축제 개최. 유명브랜드 아웃렛 유치 등
나츠메 소세끼와 붓짱 테마마을-일본 마츠야마, 지자체+지역기업-일본 근대문학의 대가인 나츠메 소세끼와 소설 '붓짱'을 테마로 지역을 개발. 소설과 관련된 지역 명물화 요소와 상품 개발
노드공원(Nord Landscape Park)-독일 뉘스부르크,지자체+피터 라츠 설계, 2000-티센그룹의 폐철강공장을 재활용하여 엔터테인먼트공원으로 리모델링. 오염된 토양은 식물을 이용한 환경정화방식으로 복구
뉴욕 빈민가우범지역 디자인-미국 뉴욕, 지자체, 1994- '깨진 유리창 이론'을 역으로 적용해 우범지역인 도시 내 공터 및 건물 사이 공간을 공원으로 탈바꿈시켜 새로운 문화공간을 창출. 범죄율이 낮아짐
다름슈타트(Darmstadt) 마틸덴헤데(Mathildenh he)-독일 다름슈타트, 다름슈타트 시정부-19세기에 조성된 독일 아르누보 건축의 요양지를 거주자와 시가 공동으로 관리. 파괴된 부분은 고증을 통해 복원
도쿄 룩본기 아트트라이앵글-일본 도쿄 룩본기 힐즈, 3개 미술관 연합, 2007-산토리 미술관, 국립 신미술관, 모리미술관의 연합. 일상 속에서 자연스럽게 예술을 만날 수 있는 '도쿄 특별예술지구'로 정비
라빌레트공원(Parc de la Villette)-프랑스 파리, 중앙정부+베르나르 추미 설계, 1993-도살장과 정육점이 모여 있던 곳을 공원으로 재개발. 산책로, 정원, 문화시설, 광장, 야외 전시물 등 조성
라이프치히 '더 많은 녹지, 더 적은 밀도' (mehr Gruen, weniger Dichte) 정책-독일 라이프치히, 지자체, 1990~통일 전후 인구 감소로 생긴 빈 주택의 철거공간을 녹지로 보존. 시내권 개발(쇼핑, 문화시설 및 역세권 개발 등). 강과 호수를 활용한 관광지 개발 등
로미오와 줄리엣 테마도시 베로나-이탈리아 베로나, 지방정부+지역기업 인모임, 1970년대-'로미오와 줄리엣'의 배경도시. 희곡 관련 공간을 조성하고 그에 관련된 스토리텔링 창출. 세익스피어 연극제 개최 등
리브고슈 재개발 사업(철길 위의 도심재생)-프랑스 리브고슈, 파리개발공사 주관, 1991~2010-공업지대인 파리 13구로의 윗부분에 인공 지반을 조성하여 문화, 교육, 업무, 주거 복합 공간 구축
리옹 도시조명계획(City Lighting Plan)-프랑스 리옹, 지자체, 1989-속박하는 체류형 방문객 유치를 위해 야간경관을 연출하여 아름다운 밤의 이미지 구축. 리옹 빛 축제 개최. 조명기술을 개발 및 수출
맨체스터 유나이티드 FC(Manchester United FC)-영국 그레이터맨체스터, 맨체스터 유나이티드 FC-맨체스터의 축구장 올드 트래포트를 관광 상품화. 선수대기실 등의 체험상품 개발. 구단 역사박물관 설립 등
무어인셀(Murinsel)-오스트리아 그라츠, 지자체+Robert Punkenhofer & Vito Acconci 설계, 2003-아외무대, 카페 등을 배치하여, 다리의 용도를 신, 구시가를 연결하고 여가를 보내는 공간으로 확대시켜 개발
바스(Bath) 도시재생 전략-영국 서머셋주 바스, 지자체, 1997~로마시대부터 온천도시. 세계문화유산으로 지정하여 문화유적 관광도시로 탈바꿈. 온천관련 시설 복원. 기타 온천지 특성화 프로그램 개발
베를린 버디베어(Buddy Bear)-독일 베를린, 클라우스 헤리츠 & 예바 헤리츠, 1999-베를린의 지명 유래에 근거한 곰캐릭터 개발. '아름다운 버

디 베어 전시 개최(각 국가별 버디베어를 해당국가 예술가가 제작)
베를린 신호등 양펠만 (AMPELMANN)-독일 베를린, 칼 페글라우, 1961- 친근하고 귀여운 이미지로 큰 조영면적을 가진 신호등 개발. 교통 사고 예방을 목적으로 개발. 후에 브랜드화된 여러 상품으로 개발
브리스톨 예술오락지구 조성사업-영국 브리스톨, 브리스톨문화계획주식회사, 1980년대 후반-도시도크의 재개발과 연계된 예술오락지구개발과 같은 프로젝트를 통해 예술이 활성화된 도시이미지 구축
브리스톨 해독가능한 도시 프로젝트(BLC : Bristol Legible City Project)-영국 브리스톨, BLC 프로젝트 위원회, 1980년대-급조한 도로체계, 인지하기 어려운 도시정보 표지, 혼란스러운 도시환경 이미지의 개선이 목적. 독자적인 사인시스템과 지도 디자인 개발
빌바오 구겐하임미술관(Guggenheim Museum Bilbao)을 통한 지역재생-스페인 빌바오, 바스크 지방정부+프랭크 게리 설계, 1997-도시재생 사업. 구겐하임 미술관을 건립하고 이를 중심으로 도시 재구성
상하이 신천지 광장-중국 상하이, 상하이시 노안구 정부, 1999~2001-근대 상하이를 대표하는 주거형태인 석고문 아보주택을 국제 수준의 문화, 오락의 공간으로 개조. 외부는 보존. 내부는 현대에 맞게 개조
스피트라우 지역난방공장 리모델링-오스트리아 스피트라우, 지자체+훈데르타셔 설계, 1988-지역난방공장을 리모델링, 최첨단 친환경 기술 적용과 함께 외관을 독특한 공간으로 재창조. 지역의 랜드마크가 됨
시니어 살롱 悠友知齋(유우지자)-일본 나고야, PROTO社, 2005~50세 이상 노인들이 지사회를 위해 공헌할 수 있도록 지원. PC, 다목적 공간, 구인구직 및 이벤트 정보, 독서와 미팅용 데스크, 각종 강좌 등
아바나 도시농업 정책-쿠바 아바나, 중앙정부, 1980년대말-도시농업을 중심으로 한 개발. 도시 전체의 녹화를 추진. 수입의약품 대신 허브 재배 등. 친환경 농업기술과 삶의 질 향상, 공동체 활성화 등을 추구
아스펜 음악축제(Aspen Music Festival)-미국 콜로라도 아스펜, 월트 페프커가 주최한 음악회가 출발, 1949-여름 9주. 150여개 넘는 음악행사. 음악도시 이미지와 어울리는 고급스러운 관광 편의시설 개발
에게비에르가르트-덴마크 코펜하겐 인근, 발러업 지자체, 설계공모에 Jan Gudmand Hoyer 당선, 1985 공모실사-주거단위 사이에 공동정원 조성. 노인과 젊은층 주택을 나란히 배치 등. 연령별, 계층별 교류 배려
에딘버러 페스티벌 프린지-영국 에딘버러, Festival Fringe Society, 1947-미래지향적인 예술가들이 만든 자발적인 축제공동체. 일정 스케줄 없이 각 단체들이 원하는 곳에서, 언제든지 원하는 공연을 함
에코시티 프라이부르크(Eco City Freiburg)-독일 프라이부르크, 지자체+연구기관+시민주민, 1992 환경수도 지정-지역 자개발전 지향. 재생가능 에너지 개발 및 에너지절약 건축물 보급. 이를 관광자원화
오키나와 오키모 목장-캐나다 브리티시 콜롬비아주 오키나와, 터니 오키나와, 1967- 목장을 1867년 처음 목축업을 시작하던 당시의 모습으로 복원. 캐나다 개척역사 및 가족업자, 카우보이들의 생활 재현
야오노가리 역사공원-일본 큐슈 사기현, 중앙정부+지자체, 2006-야오노시대 유적지를 역사공원으로 정비. 유적 및 유물 복원. 당시 민속과 생활상도 복원. 야오노시대 실체형 프로그램 개발 등
요코하마 도시디자인 정비사업-일본 요코하마, 지자체+중앙정부, 1971~'개항도시'라는 역사성, '전통과 현대의 조화' 추구. 열차길을 보행자도로로, 보관창고를 쇼핑센터로 개조(외부는 보관) 등
우메코지 증기기관차고관-일본 교토, 일본국유철도+일본여행객철도주식회사, 1972-교토시 지정문화재인 차고와 역사의 보존 및 증기기관차 관련 산업에 대한 관심 증대가 목적. 증기기관차 박물관으로 개조
유추인 온천지역 관광활성화-일본 오이타현 유추인, 주민주도+지자체지원, 1970~'체재형 보양 온천 만들기'. 다양한 숙박시설, 미술관과 갤러리, 체험시설, 독특한 승차오락시설, 문화이벤트 개최 등
퀸시마켓(Quincy Market)-미국 보스턴, 상인+지자체-1800년대 상업 시설 건물이 공공공간으로 재구성. 지금까지도 같은 용도로 활성화. 문화유산의 관리 보존 및 시대에 따른 수용과 활용성을 유지한 사례
타이 롱스테이 프로그램-타일랜드, 타이 롱스테이 매니지먼트(TLM:정부투자회사), 2002-의료서비스, 스파, 마사지도 같은 용도로 활용하는 시설과 인프라 제공. 관광객의 장기 체류 및 외국인 은퇴이민 유도
테이트 모던 갤러리(Tate Modern Gallery)-영국 런던, 중앙정부+테이트 갤러리 재단, 2000-문달은 화력발전소를 현대미술관으로 리모델링
토가(利實) 연극촌-일본 도야마현, 스즈키 타다시(세계적 연극연출가) 운영+국가재정지원, 1982-갯소(合掌) 두 손을 합장한 듯한 뾰족한 지붕이 특징인 일본 전통가옥을 개조한 극장 등
파리 7월 14일 극장(Cin ma 14-juliet-sur-Seine)-프랑스 파리, 프

레데릭 나뮈르(Fr d ric Namur)설계, 1996~1872년 파리 만국박람회의 전시장 일부분을 개조. 외부에 옛 건축. 내부는 극장 등으로 개조
파리 음악축제 (Fete de la Musique)-프랑스 파리, 중앙정부, 1982~--시민들이 거리에 나와 각종 음악을 쉽게 접하고 참여하는 장을 마련. 매년 개최. 시내 각 구역마다 다른 장르의 음악을 지정.
페이스2페이스 프로젝트(Face2Face Project)-이스라엘 팔레스타인, JR(프랑스 출신 아티스트), 2007-이스라엘과 팔레스타인의 8개 도시 속에 대형조상 인상을 설치. 대립 중인 두 문화 간 소통, 평화 추구
프로도효과 : 뉴질랜드 영화관광-뉴질랜드, 영화제작사+뉴질랜드관광청, 2001~영화 '반지의 제왕 3부작'의 촬영배경으로써의 관광효과
하노버 버스정류장 디자인 프로젝트-독일 하노버, 지자체, 1990년대초-유명 디자이너들에게 버스정류장 디자인 의뢰. 프로젝트 전 과정 화보집 판매. 예술적 버스정류장이 있는 관광명소로서의 이미지 구축
하얼빈 빙등제-중국 하얼빈, 중앙정부, 1985-매년 1월 개최. 전세계 얼음조각가들이 송화강의 얼음을 이용하여 조각. 야간조명경관 연출
하펜시티 항만 재개발-독일 함부르크, 하펜시티유한회사, 2001착공-쇠퇴지역 재생. 녹색혁명, 친수공간, 고건축과 최신킨축이 조화된 관광과 워킹형 항구 개발. 주거, 상업, 문화, 레저 등의 복합적 시설 조성
휴먼디자인그룹(Human Design Group)-보건위생, 환경, 공공영역 혁신, 인권에 초점을 맞춘 컨설팅 기업. 감옥건물을 새롭게 디자인. 감옥시스템과 서비스 등에서의 혁신 시도
히에츠 국제관광도시연합-일본 토야마, 난도, 히다, 지방도시연합, 2005-도야마시, 난도시, 히다시는 단독으로는 고객유치를 할 수 없어 도시연합을 형성. 홍보, 관광객 수용체제 정비 등을 함께 진행

<부록 표 2> 국내사례 수집 리스트(가나다 순) -50개

프로젝트명-장소, 시행주체, 연도-사업요약
거제 포로수용소 유적공원-경남 거제, 지자체, 1995~2002-거제도 포로수용소는 경남 문화재자료로 지정. 유적공원은 625전쟁 당시 수용소 시설을 복원하여 축조 건립. 전쟁역사의 교육장 및 관광명소로 조성
경주 보문관광단지 혁신 리모델링 사업-경북 경주시, 중앙정부, 2005~아시아 3대 유적인 경주 보문호. 엔터테인먼트 및 체험기능 강화. 아쿠아리움, 생태공원, 수상레저 기능 강화, 체험프로그램 개발 등
군포 초막골 생태공원 공공디자인 개발-경기 군포, 지식경제부+군포시, 2007-친환경 테마공원 조성. 기존 산림은 원형을 유지. 경작지 등으로 훼손된 지역을 중심으로 최소한의 시설 설치
금산 인삼축제-충남 금산, 지자체, 1981~--문체부 집중육성축제로 선정. 전통적인 무속신앙 요소가 강한(각종 풍년제, 감사제 등). 금산전통문화사. 인. 체험형 이벤트 개최 등
금산군 다락원-충남 금산군, 금산군+중앙정부, 2002-군 전체를 생태박물관으로 발전시키기 위한 계획의 인프라 단계로 주민들을 교육시키는 평생학습 프로그램 구성과 공간 마련
나주 삼한지 테마파크-전남 나주, 나주시, 2006년 개장-삼국시대 배경의 오픈 세트장 겸 민속촌으로 기획된 테마파크. 드라마 주용과 태왕신기로 유명해짐. 드라마 내용과 관련된 체험관광, 쇼핑시설 등 개발
남양주 오남저수지 주변경관 중심 구도심 공공디자인-경기 남양주, 지식경제부+남양주시, 2007-오남관리공원을 오남천을 활용해 자연친화적으로 조성. 휴식공간, 산책로, 물놀이시설, 스포츠공간 등 조성
남원 흥부골 권역 농촌마을 개선사업-전북 남원, 중앙정부+지자체, 2007~--흥부골은 흥부마을의 배경지. 테마공원인 흥부스공원 및 흥부제, 흥부체험, 농촌체험 등의 다양한 행사 진행
남한산성 공공디자인-경기도 남한산성, 한국토지공사+경기도+경기도문화재단, 2008~--문화유적 보존과 자연생태 복원. 안내체계 정비
녹동항 환경디자인 개선 및 야간경관 디자인 개발-전남 고흥군, 지식경제부+고흥군, 2008-녹동항을 관광명소화하고자 함. 미와 실용성이 가미된 친환경적 디자인 추구. 환경디자인과 야간경관연출
대구 동성로 공공디자인 개선사업-대구, 문화체육관광부+대구시 중구, 2007~2009-대구읍성이 1907년 일본인들에 의해 철거된지 100년을 맞아 시행. 역사성, 공공성, 예술성, 기능성을 들은 공공디자인 개발
대구 태양광 발전시설 공공디자인-대구, 지식경제부+대구시, 2007-공공기관 960곳에 태양광 발전시설 설치. 일조량이 타도시보다 많은 자연환경을 활용. 친환경 이미지를 홍보하여 관광자원으로 활용할 계획
등산로 주변 공공디자인 개선-전국 대상, 지식경제부+산림청, 2007-향



상인 사인시스템의 도입으로 등산로의 기능성과 질적 향상을 추구. 각종 사인의 디자인을 공통화.
보령 머드축제-충남 보령, 민간+보령시, 1998~보령머드의 우수성, 보령머드화장품, 대한해수욕장 등 지역관광자원을 홍보하기 위해 시행. 성공적인 국제적 체험관광 컨텐츠로 자리잡음
보성군 녹차 브랜드-전남 보성군, 보성군, 1990년대이후-녹차 주산지로서의 지위. 녹차를 중심으로 장소 레퍼토리 재구성. 관광객 유치시설 조성. 녹차관련 행사개최, 녹차와 연계한 관광상품 개발 등
봉평 이효석 문화마을-강원도 봉평, 지자체, 1990-작가 이효석의 고향, '메밀꽃 필 무렵'의 실제 무대를 지원화. 주변 관광지와의 연계
부산 광복로 일원 사범가로 사업-부산, 문화체육관광부+부산시+부산 중구, 2004~2006-광복동 상권의 재활성화. 토발디자인 개념 적용. 간판, 보도,차도,가로등,건축외관 정비. 가로수 식재, 조형물 설치 등
부산 동래온천 웰빙 스파타운-부산 동래구, 지식경제부+부산 동래구, 2008-옛명성 회복과 지역경제 활성화. 상징조형물 설치. 차도,인도,가로 등 등을 순차적으로 개선. 노천족탕과 연계된 테마거리 조성 등
부천 판타스틱 스튜디오-경기도 부천 영상문화단지, 부천시+부천문화재단 관리, 2001~2003-1930년대 서울 종로,청계천,명동 거리 재현. 현재 시대극 촬영지 및 테마파크 관광지로 활용
서울 북촌 한옥마을-서울, 민간주도(지역단체)+서울시 행정지원+문화네트워크 협력, 1999~전통한옥이 밀집된 북촌의 훼손을 막기위해 시행. 생활환경 정비, 역사문화활성 조성 등
서울 서래마을 프랑스 특화거리 조성-서울 서초구 서래마을, 서울시 서초구, 2008-유럽풍(프랑스)의 서래마을에 대한 거리환경 개선. 가로시설물, 간판 정비. 가로등 설치. 보도 확장. 문화 체험 축제 등
서울숲-서울 성동구, 서울시, 2003~2005-자연 중심의 테마별 조성. 문화예술공원,자연생태숲,자연체험학습원,습지생태원,한강수변공원 등
서울 선유도 공원-서울, 서울시, 2002-국내 최초의 재활용 생태공원. 정수장시설을 재활용하여 남겼고 생태성을 강조
서울 청계천복원사업-서울,서울시, 2003~2005-위험요인 예방, 자연환경복원, 여가휴식공간 제공, 역사문화재 복원 등. 다양한 문화활동 운영
서울 한강 르네상스-서울, 서울시 한강사업본부, 2006~자연성 회복, 접근성 향상. 문화기반 조성. 야간경관 개선. 건축경관 개선. 시설을 미관 등. 수상이용 활성화 등. 관광, 여가, 문화공간으로 조성.
세계문화유산 주유기념지 공공디자인-전국 대상, 지식경제부+문화재청, 2007-와이부동(和而不同), 비움과 채움의 디자인 컨셉. 문화유적지의 공공디자인 원칙정립과 시설물에 대해 가이드라인 마련
안동 간고등어-경북 안동, 지역기업+지역대학+안동시, 1994~전통 먹거리의 상품화. '삼품' 보다는 '문화'를 브랜드화(간고등어 운송재현, 은어 석빙고 재현 등). 산·학·관의 협력에 기반한 파트너십으로 진행
안동 지례 예술촌-경북 안동, 의성 김씨 문중+중앙정부, 1986~의성 김씨가 13대에 걸쳐 모여 사는 집성촌. 안동지역에서 전승되어 오는 유교 문화의 체험프로그램 개발. 문화재 보존과 전통 자산의 장소 판촉.
안동 탈춤페스티벌-경북 안동, 민간주도+안동시 행정지원, 1997~하회탈(국보 121호)과 하회 별신굿. 탈춤공연을 중심으로 한 축제 테마. 전용 시설의 확보와 적극적 지원
안산 호수공원 가로시설물디자인 개선-경기 안산, 지식경제부+안산시, 2007-문화예술디자인이 있는 테마공원으로 조성. 역사와 문화의 이해를 돕는 교육적 효과와 여가생활을 위한 공간 조성. 관광지원화
안양 아트도시 21-경기 안양, 안양시, 2001~예술도시 조성을 위한 Public Art Project와 도시경관사업 추진. 옥외광고물 교체사업 등
예산군 덕산온천 관광휴양지 환경디자인-충남 예산군, 지식경제부+예산군, 2007-서로 다른 관광지들(덕산온천, 운봉길 사적지, 수덕사 일부)이 아우러진 환경디자인의 체계적 기준과 상호연계성 모색
울산 대왕암공원 공공디자인 개선사업-울산, 지식경제부+울산시 동구청, 2007-신라 왕비가 용신이 되었다는 전설. 기암괴석과 울창한 송림. 해양 테마, 가족휴양, 운동생활, 테마관광 등 5개 지구로 재정비
이천 도예마을과 도자기 축제-경기도 이천, 지자체, 1988~한국 전통도예의 중심지(300여 도예업체). 매년 9~10월에 이천도자기축제 개최. 도자불씨봉송, 각종 도자전시, 도자제작체험, 도자테마공원 운영 등
자이(Xi) 갤러리-서울 서교동, GS건설, 2007-주택분양을 위한 일반적인 모델하우스 용도에서 탈피. 주민과 방문객을 위한 쉼터로서의 공원 조성. LED 스크린을 예술적 실험의 미디어아트 캔버스로 제공 등
장성군 홍길동 테마파크-전남 장성군, 중앙정부+지자체, 1997~조선시

대 홍길동전의 주인공을 고증을 통해 실존인물로 확인. 테마파크 조성(홍길동 생가, 청소년 아영장, 활터, 산채 등)
장수군 뜬봉샘 생태공원 공공시설물디자인 개발-전북 장수군, 지식경제부+장수군, 2007-금강 발원지로서의 상징성과 청정이미지. 자연형 생태공원으로 조성(수변생태체험장, 물의 광장, 생태연못, 온실 등)
정호화마을을 프로그램-전국, 행정안전부, 2001-정호화센터 건립. PC와 인터넷교육, 전자상거래 등의 노후우 전수. 각 정호화마을에서는 농어촌체험, 관광상품을 개발해 온라인 홍보
제부도 환경개선 및 공공디자인개발-경기 화성, 지식경제부+화성시, 2007-광역적 관광벨트 형성사업의 일환. 친환경 디자인. 사용자중심 디자인. 게이트조형물과 공공시설물 디자인의 통합화 등
제주 연동상가 환경개선-제주시, 지식경제부+제주시, 2007-역사성과 지역특성을 살려 조성. 직접영역, 동선영역 등 관광지 공간 내에서 발생할 수 있는 이용행태를 고려. 제주만의 문화를 담은 거리로 명소화
죽향 문화체험마을-전남 담양, 지자체, 2005~2009-대나무를 브랜드화. 죽농원, 대나무축제, 죽향 문화체험마을 등 운영.
창경궁 복원사업-서울 종로구, 중앙정부, 1981~1986-일제강점기에 훼손되었던 것을 옛 모습대로 복원
철원 월정리역 복원사업-강원도 철원, 1987~1989-월정리역은 6.25 전쟁때 파괴된 후 복원. 현재 방문객이 갈 수 있는 최북단 역. 제 2 땅굴, 철원 노동당사 등과 함께 전쟁안보관련 문화유산으로 관광자원화
태백 낙동강 발원지 황지 주변 공공디자인-강원 태백, 지식경제부+태백시, 2008-낙동강 발원지인 황지근린공원의 성격적 디자인
토고미(土雇米)마을 신대리-강원 화천군, 지역단체+신대리,용호리 행정지원, 2000~용호리와 신대리가 자매결연. 농촌마을체험 프로그램 운영. 농촌다움유지(생태환경, 친환경 농산물), 오리입식 등 이벤트
평택 주민참여형 복합문화체육시설 환경디자인-경기 평택, 지식경제부+평택시, 2008-노후시설 개선. 문화체육공원으로 리모델링. 시설물, 건축물 외관, 야간경관에 이르기까지 총체적인 환경디자인 계획
포항 상정거리 조성 가로경관디자인 개발-경북 포항, 지식경제부+포항시, 2007-테라노바 포항 프로젝트 일환. 관문도로 구간에 가로경관 개발. Green Network(북서)와 Blue Network(남동) 연계. 친환경 계획
푸르지오 내집 앞을 찾아 온 우주선(사이언스파크)-푸르지오아파트 단지, 민간기업(대우건설), 2007-놀이를 통해 자연스럽게 과학원리를 학습하도록 어린이놀이터에 우주선 형상의 과학조합놀이시설 설치
함평 나비축제-전남 함평군, 함평군+민간, 1999~관광자원이 없는 함평에서 나비, 곤충과 자연을 소재로 생태를 체험하는 친환경 테마의 축제 개발. 성공적인 경제효과 창출. 매년 시행 중
헤이리 예술인 마을-경기 파주, 예술인, 2002~단지를 녹지와 예술작품 네트워크로 구성. 다양한 공연, 전시, 교육, 이벤트 프로그램 운영