

# 플레이스 브랜딩 관점에서 본 철도역사의 계획방향 연구

## A Study on the Planning Directions of Railway Station from the Perspective of Place Branding

**Author** 우희경 Woo, Hee-Kyung / 정회원, 건국대학교 일반대학원 건축공학과 석사과정  
주 범 Chu, Beom / 정회원, 건국대학교 건축대학 교수, 공학박사\*

**Abstract** A railway station appears in the form of multi-use station building where cultural and commercial elements such as shopping and leisure are mixed, getting out of simple space configuration oriented to the space for station work, where a passenger stays for a little while. Now, a railway station is a place expanded to the inside of city, and builds a relationship with urban fabric, and therefore it should receive the social change in the time together with the surrounding infrastructure, and should inevitably form the urban environment. And it should become the 'Place' so as to be capable of playing a role of buffer and a role of regional gateway landmark by making users included in the inside through various uses with regard to the dispersed urban connection. Hence, this study is intended to examine the planning through the place branding of railway station. In the method of research, the characteristics that place branding had was investigated, and an analysis was made on the basis of 10 place branding strategic elements and 6 railway design guidelines. And it was intended to set a direction in which the existing place branding strategy could be applied to the railway station, and was intended to derive the place branding planning strategic elements of railway station. Hence, the planning can be classified into the following 5 kinds in connection with railway station. First, identity should be embodied through the strategy of constructing the symbolic image of railway station. Second, a role of mediating variously approaching flows in the city should be played. Third, the spatial layout of railway station, which can increase the efficiency of use, should be arranged. Fourth, special characteristics should be intensified through creative storytelling that stimulates emotion. Fifth, an organic change is gradually necessary for sustainability. These planning elements should be applied in harmonious combination. Therefore, a new railway station can be made by building identity and placeness and by giving the value through these planning directions in the future.

**Keywords** 철도역사, 플레이스 브랜딩, 장소, 장소성, 정체성  
Railway station, Place Branding, Place, Placeness, Identity

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경과 목적

현대 도시에서 철도역사는 다양한 경제활동과 도시 발전의 핵으로써 끊임없이 많은 사람들을 모이고 흩어지게 하며, 주변지역의 개발을 촉진시키는 기본 역할 및 기능 이외에 유동인구의 집중에 따른 커뮤니티·문화·쇼핑의 중심으로 점차 진화해 나가고 있다. 이에 부응하여 주변 지역에 대한 지역사회의 경쟁력 있는 랜드마크적인 정체성·장소성이 요구되는 실정이다. 현재 우리나라에서 계

속 증가되는 철도여객의 수요 충족을 위해 철도역사는 다양한 서비스를 제공하고, 기존의 협소한 내부공간의 확장 및 현대화 실현을 통해 철도역사의 증·개축이 활발하게 이루어지고 또한 최근 수서, 동탄, 포항역 등 KTX 철도역사의 신축계획 진행이 되고 있어 앞으로 계속해서 철도역사는 확대되어질 전망이다. 그러나 주변지역과 연계되지 않는 단위 사업으로 추진되고, 지나친 상업 중심적인 개발로 인해 주변의 혼잡이 야기되며, 철도역사를 무미건조·획일화된 방향으로 계획되는 부작용을 초래하고 있다. 또한 한국철도공사에서 효율성이 높은 표준사항의 개발 및 이용자 편의를 도모하는 변화의 움직임은 있으나 아직 미흡한 실정이다. 이러한 맥락에서 철도역

\* 교신저자(Corresponding Author); bcbau@konkuk.ac.kr

사는 정체성을 기반으로 가치와 경쟁력을 높이고, 종합적·체험적인 새로운 차원에서 플레이스 브랜딩을 통해 새로운 지표를 만들어 가야하며, 이를 위한 전략적인 구성 요소에 대해 객관적인 연구가 필요하다.

이에 본 연구는 철도역사의 가치와 경쟁력을 높이기 위한 플레이스 브랜딩 전략 구성 요소를 도출하여, 철도역사의 계획 방향을 제시하고자 한다.

## 1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 방법은 선행연구와 문헌적 고찰을 통해서 특성을 알아보고, 현장조사 및 도면 분석을 바탕으로 연구하였다. 이에 플레이스 브랜딩에 기반이 되는 이론적 배경을 고찰하고 철도역사의 효과적인 플레이스 브랜딩 전략을 위한 요소를 도출하였다. 도출된 계획요소를 물리적 요소와 비 물리적 요소로 구분하고 분석의 틀로 설정하여 국내 철도역사를 사례조사 하였다. 이를 통해서 현재 철도역사의 플레이스 브랜딩의 유무와 가능성을 알아보고 향후 철도역사의 계획방향을 제시하고자 한다.

연구의 범위는 우리나라 전국의 대표 도시 중 KTX가 승차하는 거대도시 4개, 대도시 1개, 중도시 1개로, 다양한 지역의 도시 형태 및 철도역사 구성을 고려하여 모두 6개의 역사를 선정하였다.

## 1.3. 선행연구고찰

철도역사에 관한 건축계획적인 발전방향에 관련된 기존 연구는 <표 1>과 같다.

<표 1> 철도역사에 관한 건축분야의 선행연구

연구진	논문명	연구내용
김도년 외 2명 (2005)	외국 [고속] 철도역세권 개발 사례의 비교분석을 통한 계획적 의미에 관한 연구	국외 고속철도 역세권의 개발사례를 고찰하여 계획적 의미를 파악하고 우리나라 역세권에 적용 가능한 계획방향을 도출
강성찬 (2008)	철도역세권 복합역사건축물의 건축 계획적 특성에 관한 연구	국내 · 외 철도역사 복합용도 개발 사례를 중심으로 조사 및 분석하여 국내 복합역사건축물의 건축 계획적 특성을 분석하여 개발방향 및 계획의 지표 도출
강미주 (2011)	철도역사의 도시 매개적 공간 연결 방식에 관한 연구	철도역사의 단절된 경계의 문제를 인식하고 도시를 매개하기 위한 방법적 모색을 해외사례를 통해 분석하여 향후 철도역사 개발의 방향과 계획의 지표를 도출
양진화 (2012)	철도역사의 역할 및 위상변화에 따른 도시건축적 발전 방향에 관한 연구	국내 고속철도 역사의 현황고찰을 통해 문제점을 도출하고 해외역사와의 비교를 통해 도시건축적 발전 방향에 관한 시사점을 도출

기존 연구들은 대부분 해외철도역사의 분석을 통해서 향후 적용 가능한 방향으로 치중되어있고, 철도역사만의 장소성과 정체성 측면에서 바라본 심층적 연구는 미비하였다. 이에 본 연구는 플레이스 브랜딩 관점에서의 철도역사의 가치를 부여하고 계획방향을 고찰하는데 선행연구와 차별화되는 시점이 있다.

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 철도역사

#### (1) 철도역사의 변화

과거의 철도역사는 열차 이용객이 단순히 교통수단으로 기차를 이용하기 위한 물리적 결절점 역할을 하였다. 그러나 철도 이용 수요가 증대됨에 따라 철도 네트워크가 복잡해지고, 다른 교통수단의 네트워크가 형성되면서, 기존의 역무기능 외에 다른 기능들을 포함하게 되었다.

즉, 점차 광범위해지는 도시 규모와 지역 간 네트워크에 있어서 철도역은 다른 교통수단으로의 환승센터기능이 강화되었고, 유동인구의 증가는 철도역에 쇼핑, 휴식 등의 기능을 부각하여 계획되었다. 이와 더불어 업무, 행정, 문화, 여가 등의 다양한 기능이 수행되면서 도시 및 지역의 교통, 경제, 산업, 문화, 행정 등 중심지 역할을 하게 되었다. 이러한 철도역사의 기능 및 역할 변화는 철도역사를 고밀복합개발하거나 역사 주변지역까지 포괄하여 개발하는 사업으로 진행되고 있다.<sup>1)</sup>

따라서 현재 철도역사는 지역의 문화를 집결·선도하는 구심점이라 볼 수 있으며, 입지 및 기능에 따른 다양한 역할을 하고 있다. 그리고 KTX 개통에 따른 접근성 제고로 인해, 인구가동 및 자본 흐름 그리고 정보·기술혁신의 빠른 확산을 기반으로 경제활동의 권역 확장을 적극적으로 활용한 기능이 제공되고 있다.

#### (2) 현대 철도역사의 설계지침

현재 한국철도시설공단 철도설계지침을 살펴보면, 철도역사를 기본적인 교통수단의 기능뿐만 아니라, 여러 가지의 정보, 문화, 생활기능 등이 조화를 이루는 복합적인 성격으로 규정되어 있으며, 구체적인 설계방향은 <표 2>와 같다.

<표 2> 철도역사의 설계지침<sup>2)</sup>

구분	내용
도시 교통의 중심기능 강화	-대중교통수단과의 연계성 최대한 확보 -적정한 주차장 계획 -합리적인 도시 광장 및 교통광장 계획 -편리한 보행 접근체계 확보
도시 공간 구조 재편성	-철도역사 개발에 따른 역세권 개발 및 지역발전의 구심적 역할 -쾌적한 문화공간으로서의 기능 수행 -주변지역의 토지이용과 도시기능 특성 연계. 지역발전의 구심적 역할을 하기 위한 마그네트 기능의 수용 가능성 검토, 쾌적한 도시문화 및 휴게공간 확보를 위한 계획 특성의 고려 -철도역사 전면광장의 다용도 도시 광장의 역할 수행
이용의 편리성	-이용객 접근성 향상 및 인지성 확보 -여객편의시설의 적절한 배치 및 적정면적 확보 -이용객의 안전성 확보 및 편의제공 -장애인, 노약자 및 임산부와 유아를 위한 편의시설 확보
상징성 부여	-주변지역과의 연계성을 확보한 건축계획 -철도역사의 이미지에 부합하는 형태 및 구조 -도시 관문으로서의 이미지 확보를 위한 Identity의 강화 -역사(歷史)고도(古都)지구 등 지역적 특성이 강할 경우 역사성, 전통성을 감안한 계획의 다양성 확보

1) 안근원·최진석 외, 철도역의 지역발전 효과 분석, 한국교통연구원, 2010, pp.18-19  
2) 한국철도시설공단, 철도설계지침(건축/감수시설편), 한국철도시설공단, 2011, pp.2-3

기능성 확보	-시설 현대화 및 자동화로 이용편의성과 유지관리 효율성 도모
	-기능별 연계 및 분리, 역무 자동화에 따른 효율적 공간 구성
	-시설계획의 IBS(Intelligent Building System)화
	-지속가능한 계획 및 방향설정
	-환경 친화적 계획요소의 도입
-지속 가능성의 재추진 (환경, 사회, 문화)을 고려한 시설계획	

### (3) 현대 철도역사의 문제점

철도역사 기능에 따른 역할의 복합화는 여러 가지 문제점을 야기하고 있다. 먼저 철도역사가 지향해야 하는 성격을 나타내지 못하고 단순하게 건설되어가고 있다는 점이다. 필수적인 사항들을 고려하지 않은 철도역사는 이용자 편의가 효율적이지 못한 공간으로 나타나고 있다. 또한 철도역사만의 실질적인 가치와 고유한 이미지에 덧붙여 상업화·확일화 되고 있는 점은 오늘날 우리나라의 철도역사가 가지고 있는 짙고 넘어가야 할 문제점이다. 현재 복합민자역사에 관한 관련법은 전체면적의 90%까지 상업공간으로 활용될 수 있고, 역무시설의 비율은 10%이상 만들도록 정하고 있다. 그래서 개발회사는 법적 한도에서 건물을 최대한 크게 짓되 역무시설을 최소로 만들고 나머지는 임대 분양될 수 있는 판매시설로 계획된다. 그 결과 서울에 세워진 대부분의 복합민자역사는 백화점, 할인점, 영화관 등으로 채워진 거대한 상업건축이 되었고 철도역사의 비중은 10%밖에 되지 않는다. 그리고 대부분 복합되는 용도가 상업시설로 단일화·확일화 되면서, 주변지역의 환경과 커뮤니티 고려 및 다양한 프로그램들이 반영되지 않는 등의 문제가 발생되었다. 이는 현재 복합형태의 철도역사는 역사와 시설간의 복합화에만 치중한 나머지 고려되어야 할 많은 점들이 간과되었다고 볼 수 있다.

또한 어떠한 역사도 철도로 인해 갈라졌던 도시와 지역을 연결하는 새로운 공공공간이나 쾌적한 보행로를 이룬 경우를 찾아보기 힘들다. 이는 철도역사가 개방적인 시설로써 공공공간을 갖는데 한계로 작용 되고 있다.

## 2.2. 플레이스 브랜딩

### (1) 플레이스 브랜딩의 개념

‘플레이스 브랜딩(Place Branding)’은 플레이스의 잠재적인 가능성과 매력을 증가시켜, 플레이스에 부여된 특별한 가치 때문에 불거리나 이벤트 등이 없어도 사람들은 그 플레이스를 끊임없이 찾게 되는 것이다. 따라서 플레이스 브랜딩은 단순히 멋진 건물이나 도시를 만드는 것이 아니라 특정 플레이스에 대한 긍정적인 인식 및 가치가 증대되어 이를 통한 그 플레이스만의 고유한 정체성(Identity)이 형성되는 것이며, 이는 시간이 요구되는 점진적 작업을 기반으로 한다.<sup>3)</sup>

### (2) 플레이스 브랜딩의 의의

플레이스 브랜딩은 장소성이 지니고 있는 잠재력을 가장 큰 핵심요소로 보고, 다양한 요소를 구체화·상징화함으로써 플레이스의 가치향상을 높이는 데에 의의를 두고 있다. 이에 플레이스에 브랜딩 전략을 도입함으로써 보다는 나은 구체적인 지역의 핵심가치를 찾아내고, 이미지 향상을 위한 다양한 정책수단과 연계하여 지역의 정체성을 통합하는 작업이 시도되어야 한다. 그리고 이러한 플레이스에는 시대의 특성, 문화, 관습, 정체성 등의 다양한 요소가 혼합되어 반영되어야 한다. 이런 의미에서 볼 때, ‘플레이스 브랜딩(place branding)’은 우리 주변에서 할 수 있는 다양한 경험과 이를 제공하는 유무형의 요소들이 개인적 혹은 집합적 체험을 통해 공간의 ‘총체적 감성’으로 만들어 내는 과정이라고 볼 수 있는 것이다.<sup>4)</sup>

이러한 플레이스 브랜드 전략을 통한 최종 목적은 플레이스 브랜드의 유무형의 가치를 형성하고, 그 가치는 다양한 요소로 구체화·상징화하여 경제적 부가가치 창출의 자원으로 활용되는 것이다. 결과적으로 플레이스의 이미지 향상과 가치를 높이는 중요한 역할을 하게 되고, 플레이스의 경제적, 사회적, 문화적 가치를 증대시키는 것이다.

### (3) 플레이스 브랜딩의 전략요소

플레이스 브랜딩의 전략 요소는 박상훈·장동련(2009)에서 플레이스를 가치 있는 곳으로 만들기 위한 10가지 전략으로 상징적 정체성, 연상, 이야기, 랜드마크, 창조성, 실질적 가치, 미래비전, 진화, 글로벌 경쟁력, 전체론적 접근법으로 구분하고 있다. 이에 플레이스 브랜딩 전략 요소를 분석하면서 전략 특성 및 방법을 도출할 수 있었고, 정리하면 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 플레이스 브랜딩 전략 요소

전략 요소	전략 내용	전략 특성	전략 방법
① 상징적 정체성	강력한 상징적 정체성	정체성, 이미지, 상징성	형태적 특성 슬로건 · 로고
② 연상	사람들에게 좋은 연상을 주고 바로 떠오르는 연상 이미지	경험, 기억, 이미지	형태적 특성 프로그램 슬로건 · 로고
③ 이야기	어필할 수 있는 매력적인 이야기	스토리텔링, 이미지	프로그램 슬로건 · 로고
④ 랜드마크	플레이스의 인지를 높일 수 있는 수단	인지성, 상징성, 의미	형태적 특성
⑤ 창조성	문화 · 예술의 힘을 기반으로 하는 창조성	다양성, 유연성, 문화, 예술	⇒ 문화, 체험 형태적 특성 프로그램
⑥ 실질적 가치	적극적 · 창의적 방법으로 플레이스와 관계 있는 것의 가치 향상	경제성, 가치향상	체험 형태적 특성 프로그램
⑦ 미래비전	장기적이고 근본적인 비전 있는 플레이스	지속가능성 (Sustainability)	점진적인 변화
⑧ 진화	새로운 방향에 맞는 역할과 가치를 재조정	시간성, 성장력, 경쟁력	보전, 재해석 프로그램
⑨ 글로벌 경쟁력	플레이스만의 독특한 이점으로 글로벌 경쟁에 적극적 대처	차별성	차별화된 전략 구성
⑩ 전체론적 접근법	전체를 보는 시각으로 접근 · 해석	총체적 시각, 통찰력	다양한 사람들의 참여

3) 박상훈·장동련, 홍대앞에서 런던까지, 장소의 재탄생, 디자인하우스, 2009, p.40

4) 박상훈·장동련, 앞의 책, p.366

### 3. 철도역사의 플레이스 브랜딩

#### 3.1. 철도역사의 플레이스 브랜딩

##### (1) 철도역사의 플레이스 브랜딩 필요성

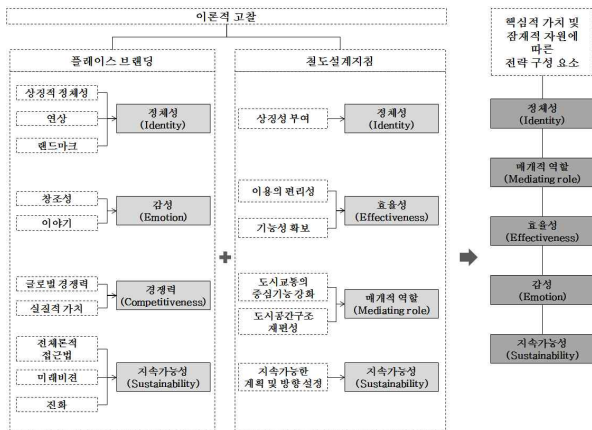
철도역사는 철도와 사회문화가 만나고 다른 지역의 문화를 받아들이는 역할을 하는 장소로서 철도의 사회문화적 기능이 구현되는 공간이다. 그리고 철도역사는 장소 측면에서 공간적 위치, 사회경제적 네트워크인 활동, 교류 등 기능적 중심지 역할을 한다. 또한 불특정 다수의 사람들이 대중교통을 이용하여 접근하면서 철도역을 중심으로 대규모 판매시설, 소매시설, 각종 업무시설 등 다양한 활동들이 집중적으로 이루어지게 된다.

이에 공간적 가치가 높아진 철도역사는 사람들에게 활동의 장이자 그 활동을 가능하게 하는 제반시설을 갖춘 공간으로 발전되어야 할 필요가 있다. 시대가 변화하면 사람들이 머물고 있는 플레이스 역시 변화되기 마련이다. 변화하는 세상에 적응하지 못하고 새롭게 변화하지 않으면 살아남을 수 없다. 따라서 플레이스 브랜딩을 통한 철도역사의 새로운 발상과 과감한 도전이 필요한 것이며, 이렇게 철도역사를 매력적인 플레이스로 만드는 것은 도시의 정체성이 확립되고 경제적 활성화를 통해 긍정적인 효과가 발생 될 것이다.

##### (2) 플레이스 브랜딩 관점에서 본 철도역사 계획요소

철도역사의 플레이스 브랜딩화를 위해서는 철도역사의 핵심가치 및 잠재적 자원에 플레이스 브랜딩 전략 요소를 가미하게 되면 구체적 실현을 구축 할 수 있다.

따라서 플레이스 브랜딩 전략 요소와 철도설계지침을 바탕으로, 철도역사의 핵심가치 및 잠재적 자원을 나타내기 위한 '철도역사의 플레이스 브랜딩 전략 구성 요소'를 도출하면 다음 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 선행연구에 따른 전략 구성 요소 도출 과정

이에 플레이스 브랜딩 관점에서 본 철도역사 전략 구성 요소는 크게 물리적 요소인 정체성, 매개적 역할, 효율성과 비 물리적 요소인 감정, 지속가능성으로 크게 5가지로 나눌 수 있다. 이러한 철도역사 플레이스 브랜딩의 물리적·비 물리적 요소를 바탕으로 하여 전략 구성 요소 별

내용에 따라 계획 요소를 도출하였으며 다음 표와 같다.

<표 4> 플레이스 브랜딩 관점에서 본 철도역사 계획요소

전략 구성 요소		내용	계획요소
물리적 요소	정체성	고유성	플레이스만의 고유한 이미지
		상징성	사람들에게 영향력을 미칠 수 있는 상징적 가치
		연상 이미지	플레이스를 떠올릴 수 있는 특수한 이미지
	매개적 역할	연계성	주변 도시와의 연결
		접근성	공간을 확장하고 경계를 허물며 결합됨으로 공간의 자율성
		이용 편의성	적절한 배치를 통해 이용함에 있어 편리
비물리적 요소	감성	창조성	공간을 활성화 할 수 있는 문화 창조 프로그램
		스토리 텔링	긍정적인 정체성 형성에 연결되는 플레이스만의 이야기
물리적 요소	지속가능성	총체성	다양한 이해당사자의 요구를 총체적인 관점에서 접근
		성장력	유기적·점진적으로 역할과 가치의 장기적인 비전 제시
			역의 형태 요소
			역의 형태 요소, 공간(콘코스, 광장)
			역의 형태 요소, 프로그램 삽입
			교통 환승 네트워크 연계, 자전거 연계
			보행자전용도로, 도시가로 삽입, 콘코스 연장
			이용패턴을 고려한 공간배치와 규모 계획
			휴식·이벤트 공간 확보, 명확한 안내표시
			도시 이벤트 삽입
			이야기 만들기
			총체적인 접근, 사람들 적극적 참여
			시간 변화 반영, 장기적인 전략계획

이에 철도역사가 효과적인 플레이스 브랜딩을 통해서 더욱 상징적이고 경쟁력있는 철도의 이미지를 형성하게 된다. 이는 철도역사의 정체성을 구축하고 나아가 핵심가치 및 잠재적 자원이 실현되는 것이다.

### 3.2. 철도역사 사례 조사 및 분석

#### (1) 조사대상지 및 분석의 틀

<표 5> 조사대상지 개요

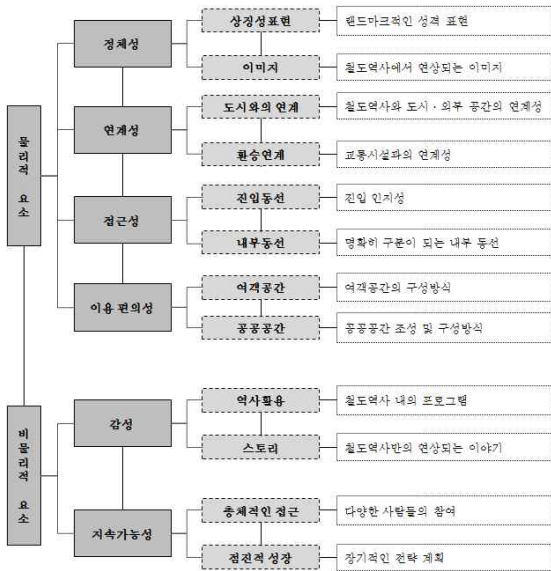
역사명	도시 규모 <sup>5)</sup>	구성	규모	준공 연도	소재지
서울역	거대 도시	복합 역사	지하3층, 지상5층	2004	서울특별시 중구 봉래동2가
웅산역	거대 도시	복합 역사	지하3층, 지상9층	2005	서울특별시 용산구 한강로3가
광명역	중도시	일반 역사	지하2층, 지상2층	2004	경기도 광명시 일직동 267-2번지 일원
대전역	거대 도시	일반 역사	지상4층	2004	대전광역시 동구 정동 1-1 철도부지 내
동대구역	거대 도시	일반 역사	지하1층, 지상5층	2012 증축	대구광역시 동구 신암4동 294번지 일대
부산역	거대 도시	일반 역사	지하1층, 지상5층	2004	부산광역시 동구 초량동 1187-1번지

2013년 3월부터 10월까지 방문 및 문헌조사를 통해서 사례 조사·분석하였고, 철도역사의 다양한 도시 형태 및 철도역사 구성을 고려하여 지역을 대표하고 KTX가 지나가는 모두 6개의 역사를 선정하였으며 현재 국내의 철

5) 현재 국내의 도시 규모는 거대도시 인구규모 100만 이상, 대도시 50만~100만, 중도시 20만~50만, 소도시 5만~20만, 농촌중심도시 5만 미만으로 분류되고 있다. 김원, 도시행정론, 박영사, 1993, p.70.

도역사가 어떠한 방법으로 사용되고 있는지에 관하여 알아보고자 한다.

세부 분석은 앞에서 정리된 플레이스 브랜딩을 통한 철도역사 계획요소를 중심으로 이루어졌다. 물리적 요소를 바탕으로 하여 철도역사가 정체성을 가지고 있는지 알아보고, 도시·주변공간과 연계가 어떻게 되고 있는지 살펴봄, 공간의 구성과 동선의 효율성·명확성에 대해서 알아본다. 그리고 비 물리적 요소인 감성과 지속가능성에 대해 함께 분석하였다.



<그림 2> 분석의 틀

### (2) 물리적 요소 분석

<표 5>는 플레이스 브랜딩 관점에서 본 사례분석이다. 그 중 물리적 요소로 보자면, 현재 국내 대부분의 철도역사 디자인은 철도역사만의 정체성·랜드마크적인 이미지가 고려되지 않았으며, 조형성과 의장성을 갖고 디자인·계획되어진 역도 있으나 철도와의 연계는 부족한 것으로 사료된다. 대부분 철도역사의 광장은 전면 공개공지의 역할 또는 시설물과 주차장으로 대부분을 차지하거나 근접한 외부에서 각 교통수단으로의 환승을 위한 건축적인 장치나 계획적인 의도는 찾아보기 힘들다. 그리고 보행광장은 선로에 의해 분절된 두 영역을 연결하는 역할을 하지만 명확하지 않으며, 보행유도 적합요소가 부족한 실정이다.

또한 대체로 콘코스에 상업 및 판매시설이 입점하고 있어 동선이 충돌하여 불편을 주며, 이용객에 비해 대기할 수 있는 휴식공간이 적어 편리하지 못하다. 이로 인해 역사의 내부는 방향성이 명확하지 않고 동선의 혼동과 흐름이 부자연스러워 매개적 역할이 부족하다.

반면 광명역은 콘코스 및 대합실이 승강장과 유리 커

튼월 사이로 위·아래가 트여있어 열차의 진출입과 여객의 이동을 조망할 수 있다. 그리고 방향성 찾기 측면에서 내부공간의 투명성은 승객이 가고자 하는 목적지를 쉽게 찾을 수 있으며, 이러한 개방된 공간에서 흐름의 순환은 고른 밀도를 가질 수 있다.

### (3) 비 물리적 요소 분석

비 물리적 요소로 보자면, 현재 국내 대부분의 철도역사는 잠재되어 있는 흥미로운 스토리가 계획되어 있지 않아 감정적인 구현이 이루어지지 않는다. 예를 들자면 우리나라 근현대사의 애환을 가지고 있는 역사적인 상징적 공간인 구(舊) 서울역사 옆에 새로 지은 신(新) 서울역사는 원래 장소가 가지고 있던 역사와 문화 그리고 삶의 기억 등과 같은 많은 잠재적인 정체성과 가치들을 나타내는 방향으로 스토리텔링을 담아내지 못했다. 이처럼 다양한 장소자산을 기반으로 새로운 콘텐츠를 창출하여 문화와 상징, 이야기가 풍부한 철도역사의 계획이 이루어지지 않고 있다. 그리고 도시전체의 지속적인 발전을 위한 전략적인 계획과 플레이스를 활성화시키는 가장 큰 원동력 역할인 지역 주민들의 관심과 참여가 미흡하며, 개선 할 사항을 도출하고 지속적인 발전을 위한 중요한 지표로서 활용되는 평가를 통한 피드백 실시가 제대로 이루어지지 않고 있다.공지의 역할 또는 시설물과 주차장으로 대부분을 차지하여 광장 및 휴식공간의 기능이 상실되었으며, 현재 국내의 철도역사 중 내부에 도시 환승을 위한 장치들을 포함하거나 근접한 외부에서 각 교통수단으로의 환승을 위한 건축적인 장치나 계획적인 의도는 찾아보기 힘들다. 그리고 보행광장은 선로에 의해 분절된 두 영역을 연결하는 역할을 하지만 명확하지 않으며, 보행유도 적합요소가 부족한 실정이다.

### 3.3. 종합

<표 6>과 같이 이상 6개의 사례를 대상으로 한 분석을 통해, 각 도시의 철도역사들은 매개적 역할을 작용하고 있었지만 정체성을 나타내는 것이 미흡하고 역사의 이용 효율성이 좋지 않았다. 특히, 감정적인 요소들이 없었으며, 지속가능성이 가능한 계획이 이루어지지 않고 있었다.

이를 통해 철도역사의 플레이스 브랜딩을 구성하는 요소들은 독자적으로 존재하지 않고, 상호적인 연계를 통해 플레이스 브랜딩의 전략 구성요소로 기능을 해야 하며, 향후 철도역사는 도시의 물리적 외관의 정체성과 이미지를 제고하는 동시에, 경제적 기회 창출·교육·문화·여가 등의 삶의 질과 사람들의 라이프스타일과 감정적인 구현 등 비 물리적인 요소까지 고려되어야 한다는 점을 알 수 있었다.



<표 6> 플레이스 브랜딩 관점에서 본 국내 철도역사 사례분석

요소		서울역	용산역	광명역	대전역	동대구역	부산역
공간 분석도							
정체성	상징성 표현	상징성을 나타내지 못함	없음	처마곡선이 연상 되도록 지붕의 선을 디자인	없음	기존에 있던 역사의 형태를 최대한 유지	파도가 연상되는 입면으로 디자인하여, 부산의 상징성을 표현하려 했으나 미흡
	이미지	사적 284호 서울역사의 이미지를 나타내지 못함	백화점 안에 철도역사가 끼워진 이미지	하이 테크놀로지 철도역사	없음	없음	역동적인 이미지
	사진						
연계성	도시 연계	주변에 차로 및 선로에 의해 분리	지상3층 지역 연결 통로를 마련하여 지역간 상호왕래 가능	도시적 기반이 약한 지역이라 철도역사와 연계성 약함	서부광장이 메인광장으로써 특별한 역할을 하고 있지 않아 도시적 연계 필요	선로로 인해 단절된 역사를 브릿지로 연결	광장을 통해서 도시와의 연계
	환승 연계	-버스, 지하철 : 광장 앞 건물목으로 인해 통행에 지장 -공항 철도 : 콘코스와 연결	-지하철: 1호선 · 중앙선 같은 선로, 주변 4호선 신용산역 -버스와 택시 승차장을 지상층에서 환승 가능	철도 및 다른 교통수단과의 환승 교통체계가 부족	-버스: 광장을 지나 걸어가 -지하철: 서부광장 출입구 앞에 지하철 입구와 연계	고속터미널, 지하철역과의 연계	대중교통과의 적극적인 연계
접근성	진입 동선	-진입인지 쉬움 -보행광장의 보행유도 요소부족	광장에서 내부로 이어지는 통로에 에스컬레이터를 설치하여 긴계단 이미지와 함께 접근성을 개선	동서 양방향으로 접근 가능	진입광장을 거쳐 진입계단을 통해서 콘코스로 접근	-다양한 교통연계를 위해 출입구를 여러 개로 배치 -접근성이 떨어짐	진입광장으로 접근하여 진입계단을 통해 콘코스로 들어감
	내부 동선	1,2층으로 동선분리	공공공간-자유통로, 오픈공간으로의 소극적인 확장	-내부공간의 투명성으로 방향성 찾기가 쉬움 -동서로 나누어진 공간 브릿지 형태로 연결	많은 동선들이 콘코스에 혼재 되어 혼잡	2개의 콘코스로 인해 동선이 순환하는 형태로 나타남	매표, 개표, 집표의 역무기능이 집중 되어 동선이 혼잡 콘코스, 대기공간은 한산
이용편의성	여객 공간	철도여객전용의 대합공간(2개 층으로 분리)	대합실을 중심으로 해서 공간 구성	열차 레일 중심으로 양쪽으로 나누어짐	콘코스의 크기가 이용률에 대비해서 작음	콘코스가 2개로 분리되어 있어 혼잡함을 분산	콘코스는 1층과 3층으로 두 개로 나누어짐
	공공 공간	-진입광장 -내부 공공 공간 없음	4,5층에 이벤트 공간 위치	광장 및 공원 조성	소규모광장 및 녹지공간이 조성되어 있으나 쾌적하지 않음	광장 및 녹지공간 조성	광장 및 녹지공간이 조성되어 있으나 교류를 위한 공간적인 배려가 부족
	사진						
비물리적 요소	역사 활용	-상업시설(식당, 편의점, 마트, 아울렛) -충분한 휴식공간 보유	역 내부에 마트, 백화점, 디지털 전문점 입점	회의실, 종합안내소, 음식점, 편의점, 맞이방 등 위치	편의점, 음식점, 잡화점 등 입점	음식점, 편의시설, 소매점, 서점 등 입점	음식점, 편의시설, 소매점, 서점 등 역사 안에 입점
	스토리	역사적인 구 서울역을 표현 하지 않음	잠재되어 있는 흥미로운 스토리 없음				
	지속 가능성	총체적인 접근	지속적이고 통합적인 접근 미흡				
점진적 성장	점진적 성장	점진적으로 관리되어 나가지 못하고 있음					

<표 7> 플레이스 브랜딩 관점에서 본 국내 철도역사 사례분석 종합

역사	플레이스 브랜딩				
	정체성	매개적 역할	효율성	감성적	지속 가능성
서울역	○	●	●	○	○
용산역	○	●	●	○	○
광명역	●	●	○	○	○
대전역	○	○	○	○	○
동대구역	○	●	●	○	○
부산역	●	○	○	○	○

(● :표현, ○ :미표현, ○ :표현되지 않음)

## 4. 플레이스 브랜딩 관점으로 본 철도역사 계획방향 도출

앞서 철도역사의 플레이스 브랜딩 적용 가능성을 살펴보았다. 분석한 자료를 토대로 하여 3장에서 제시한 물리적 요소인 정체성, 매개적 역할, 효율성과 비 물리적 요소인 감성, 지속가능성 총 다섯 가지 키워드는 플레이스 브랜딩 관점에서 본 철도역사 계획방향 전략 구성 요소로 활용된다. 그리고 국내 철도역사 사례조사 및 분석에서 찾을 수 있었던 개선점들을보안하여, 구체적인 계획방향을 <표 8>과 같이 제시하고자 한다.

<표 8> 플레이스 브랜딩 관점에서 본 철도역사 계획방향 도출

전략구성요소	전략	그림	계획방향
① 정체성 구현	고유성	<p>철도역사의 공간 확장</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건물의 형태와 공공공간(콘코스, 광장 등에 상징적 정체성 디자인 구현</li> <li>• 과거 철도역사의 모습을 고려하여 나타냄</li> <li>• 투명한 외피</li> <li>• 문화공간 삽입</li> </ul>
	상징성	<p>상징적 정체성을 나타내야 하는 철도역사</p>	
	연상 이미지	<p>철도역사의 가치가 사람들의 요구에 적절하게 맞추면 서도, 그 가치를 증대시키는 적극적인 이미지 구축</p>	
② 매개적 역할	연계성	<p>철도역사와 환승연계/ 자전거·보행자 전용도로</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상호작용이 원활한 파사드</li> <li>• 교통 환승, 네트워크 연계</li> <li>• 자전거 연계</li> <li>• 보행자전용도로</li> <li>• 인프라와의 연계</li> </ul>
	접근성	<p>철도역사를 통한 지역 간의 연결</p>	
③ 효율성	이용 편의성	<p>이용 효율성을 높일 수 있는 철도역사의 공간 배치에 대한 방향성의 정립</p> <p>지역 내 커뮤니케이션 및 문화중심지로 다양한 기능 포함</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사람들의 이용 동선과 패턴을 고려한 공간의 배치와 규모 계획</li> <li>• 지역 내 커뮤니케이션 및 문화의 중심지 공간 삽입</li> <li>• 휴식공간 확대</li> <li>• 인포메이션 디자인</li> </ul>
	쾌적성	<p>사람들이 집중되는 시간과 이용패턴에 대한 고려</p> <p>명확한 안내를 위한 인포메이션 디자인 제정립</p>	
④ 감성적 구현	창조성	<p>다양한 장소자산을 기반으로 새로운 콘텐츠를 창출하여 문화와 상징, 이야기가 풍부한 철도역사</p> <p>기존의 경직되고, 획일적이고, 무미건조한 공간은 부드럽고, 다양하고, 상호적인 공간으로 변화</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로그램 및 도시이벤트 삽입</li> <li>• 문화공간 삽입</li> <li>→ 소프트웨어의 개발</li> </ul>
	스토리 텔링	<p>플레이스에 잠재되어 있는 흥미로운 이야기의 소재를 새롭게 부각시켜 주제와 스토리가 있는 철도역사</p>	
⑤ 지속가능성	총체성	<p>커뮤니케이션 전체를 거시적으로 보면서 동시에 미시적으로도 접근해 전략을 수립하고 실행</p> <p>여러 사람들의 다양한 요구가 서로 통합되어 실현</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사람들의 적극적인 의견 참여</li> <li>• 시간적인 변화들을 반영</li> <li>• 단계적인 발전</li> <li>• 관광자원 개발</li> <li>• 총체적인 접근</li> </ul>
	성장력	<p>다양한 사람들의 지속적·통합적 실현</p>	

### 4.1. 물리적 요소 계획방향

#### (1) 철도역사의 정체성 구현

철도역사가 가지고 있는 문화적 잠재성을 인식하고 시

간적·공간적 맥락을 검토하여, 이를 부각 시킬 수 있는 계획 요소를 더함으로써 플레이스의 상징적 정체성이 구현되어야 한다. 이에 외피의 투명성으로 역사

내부에서의 움직임의 공유하고, 과거 철도역사의 모습을 일부 나타내야 하며, 공공시설인 철도역사는 도시의 랜드마크 요소로서 상업시설과 차별성 있는 독창적 형태와 콘코스, 광장 등과 같은 공공공간에 상징적 디자인으로 접근해야 된다. 이를 통해 철도역사의 가치가 사람들 요구에 적절하도록, 적극적인 이미지 구축과정이 필요로 된다.

#### (2) 철도역사의 매개적 역할

철도역사는 도시 및 외·내부와 연계되어야 하며, 연속적 공간구성과 명확한 동선으로 매개적 역할을 하고 열린 평면을 가지고 있는 플레이스가 되어야 한다. 따라서 철도역사를 도시 및 지역 교통수단과 바로 연결하는 공간배치가 요구되고, 환승체계가 용이한 구축이 중요하며, 사람이 접근을 쉽게 할 수 있는 보행자전용도로와 자전거 연계가 필요하다. 또한 철도역사에 도시가로를 삽입하여 선로로 나누어진 지역을 연결해주고, 단순한 지역적 연계를 넘어 문화·공공공간의 목적으로 연결공간이 되어야 한다. 그리고 상호작용이 원활한 파사드가 필요하며, 밀접하게 관련 있는 기능과 행위 등을 유발하는 공간을 인접 배치함으로써 하나의 흐름을 형성하여 연속적 공간을 갖게 된다. 이에 철도역사는 분절된 지역을 매개해주면서 자연스럽게 진화될 수 있다.

#### (3) 철도역사의 효율적 이용 편의

철도역사는 공공성이 강한 건물로서 이용객이 편리하고 쾌적한 공간을 확보하고 지역주민을 위한 시설이 되도록, 이용 효율성을 높일 수 있는 공간 배치가 계획되어야 한다. 이용객이 많이 이용하는 콘코스 및 대합실은 사람들이 집중되는 시간과 이용패턴에 대한 고려를 통해서 공간의 배치 및 규모를 계획하는 것이 중요하며, 대기할 수 있는 충분한 휴식공간이 필요로 한다.

또한 철도역사는 지역 내 커뮤니케이션 및 문화의 중심지로 다양한 기능이 포함되어야 하고, 역사 외부광장에서는 지역주민들을 위한 휴식 및 이벤트 등이 활성화되어야 하며, 긍정적인 이미지를 만들 수 있는 편의 프로그램들이 개발되어야 한다. 더불어 역의 내·외부 공간은 물론 이용객이 기차에 대한 정보를 쉽게 받아들일도록 세심한 인포메이션 디자인이 재정립되어야 한다.

### 4.2. 비 물리적 요소 계획방향

#### (1) 철도역사의 감성적 구현

플레이스에 잠재되어 있는 흥미로운 이야기의 소재를 새롭게 부각시키기 위한 실행되는 과정인 스토리텔링을 통해 주제와 스토리가 있는 철도역사를 만들어야 한다. 즉, 단순히 이야기만 있는 것이 아닌 플레이스의 긍정적 정체성 형성 과정에 연결될 수 있어야 하며, 사람들에게 어필할 만한 매력적인 이야기를 전략적으로 부각시

키는 것은 매우 중요하다.

이를 통해 공간을 구성하는 콘텐츠가 사람의 감성을 자극할 수 있도록 계획됨으로써, 기존의 획일적이고 무미건조한 공간을 상호소통이 가능하게 다양한 공간으로 점차 나아가게 될 것이다.

#### (2) 철도역사의 지속가능한 접근

단기적 계획에 의한 철도역사의 플레이스 브랜딩 기능과 역할은 한계가 있으므로, 장기적 계획으로 기획단계의 지속가능성을 위한 유기적 변화가 필요하다. 따라서 사람들의 요구를 총체적인 관점에서 접근하는 통합적인 시각을 바탕으로 하여, 장기적으로 성장해가는 플레이스의 지속가능성을 높이는 전략을 세우고, 상호적 피드백이 실현되어야 한다.

이에 지역·장소의 특성과 의미를 찾아서 다양한 방법으로 발전시킬 수 있으며, 이용자 입장에서 참여를 극대화하고 복합적·다각적인 시각에서 접근될 수 있다. 이를 통해 철도역사를 관광자원으로까지의 발전을 기대할 수 있다.

## 5. 결론

철도역사의 플레이스 브랜딩화를 통해 단절된 지역 교류 및 커뮤니티 활성화와 하고, 수익성 위주의 상업시설에서 철도역사의 가치를 부여하여 정체성·장소성을 구축하는 새로운 철도 역사를 제안하고자 하였다. 본 연구에서 현재 철도역사의 설계지침과 차별화되는 점은 조금 더 구체적인 방향을 제시하고자 하였고 감성적 구현 및 지속가능한 접근과 같은 비 물리적 요소에 대한 시각으로도 접근하였다는 것이다.

향후, 이러한 계획 방향으로 철도역사를 지속적으로 가치 있는 플레이스로 만들기 위한 노력을 통해 설계지침 등이 더욱더 구체적으로 보완된다면, 철도역사가 단순히 통과하는 역(驛)이 아닌 가치 있는 플레이스로서 거듭날 수 있을 것이다.

본 연구는 철도역사가 가진 성격과 특성에 맞게 플레이스 브랜딩을 반영하여 제안한 것으로, 연구의 결과가 플레이스 브랜딩 구축에 유용한 참고자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

#### 참고문헌

1. 박상훈·장동련, *홍대 앞에서 런던까지, 장소의 재탄생, 디자인 하우스*, 2009
2. 에드워드 텔프, *장소와 장소상실, 논형*, 2005
3. 한국철도시설공단, *철도설계지침(건축/검수시설편)*, 한국철도시설공단, 2011
4. 강미주, *철도역사의 도시 매개적 공간 연결 방식에 관한 연구*, 서울대학교 석사논문, 2011
5. 강성찬, *철도역세권 복합역사건축물의 건축 계획적 특성에 관*



- 한 연구, 서울시립대학교 석사논문, 2008
6. 노수일, 용산민자역사의 프로그램과 공간구성에 관한 연구, 서울시립대학교 석사논문, 2007
  7. 이지혜, 공공문화콘텐츠를 활용한 플레이스 브랜딩 전략 연구, 영남대학교 박사논문, 2011
  8. 양진화, 철도역사의 역할 및 위상변화에 따른 도시건축적 발전 방향에 관한 연구, 성균관대학교 석사학위 논문, 2012
  9. 허원, 대규모 복합역사 공공 공간의 의미와 역할에 관한 연구, 한양대학교 석사논문, 2008
  10. 홍광희, 장소에착 속성을 반영한 플레이스 브랜딩의 디자인 전략 연구, 홍익대학교 석사논문, 2013
  11. 안근원·최진석 외, 철도역의 지역발전 효과 분석, 한국교통연구원, 2010
  12. 김도년·양우현·정동섭, 외국[고속]철도역세권 개발사례의 비교분석을 통한 계획적 의미에 관한 연구, 대한건축학회논문집, 2005
  13. 우성호·박석수, 스토리텔링 기법을 이용한 공공공간 디자인에 관한 연구, 한국실내디자인학회 논문집, 2010
  14. 장동련·전미연·권승경, 도시 브랜드 가치 제고를 위한 플레이스 브랜딩에 관한 연구, 디자인학회 논문집 제23권 제4호, 2010

[논문접수 : 2013. 12. 29]

[1차 심사 : 2014. 01. 22]

[게재확정 : 2014. 02. 12]