



요약 및 정책건의

1. 연구의 개요

□ 배경

- 최근 한강 수변시설의 운영 및 관리 부실 문제가 사회적 이슈로 부각
- 한강 대표시설인 뚝섬 전망문화콤플렉스 또한 방문객 감소 및 운영 측면에서 어려움 대두
- 뚝섬 전망문화콤플렉스를 활성화시킬 수 있는 방안 모색 필요

□ 목적

- 서울 시민과 외래 관광객이 즐겨 찾는 시설로 재탄생하기 위한 방안 모색
- 한강수변의 공공시설물로서 장소에 대한 정체성, 시설의 공공성, 운영관리의 수익성 등을 고려한 활성화 방안 마련

□ 범위

- 시간적 범위 : 2013년 2월 20일~5월 19일(3개월)
- 공간적 범위 : 뚝섬 전망문화콤플렉스
- 내용적 범위 :
 - 뚝섬 전망문화콤플렉스의 시설 및 운영 환경 등에 대한 현황 및 문제점을 진단함
 - 뚝섬 전망문화콤플렉스의 정체성 및 방향성을 고려함
 - 공공시설물의 공공성과 수익성 측면을 고려한 전략적 운영관리 방안을 모색함



□ 방법

- 문헌조사 및 자료분석, 현장조사, 국내·외 수변시설 사례분석, 전문가 자문회의 및 인터뷰, 시민 의견조사

2. 대상지 현황 및 문제점 진단

□ 양적 분석

- 이용자수
 - 한강공원 이용자수는 약 5,900만 명('10년)에서 약 6,700만 명('12년)으로 증가
 - 반면, 뚝섬 전망문화콤플렉스는 이용자가 개장 시 약 100만 명('10년)에서 약 80만 명('12년)으로 감소
- 운영 관리비
 - 뚝섬 전망문화콤플렉스 운영관리 총 예산은 7억 1천만 원('11년)에서 4억 5천만 원('13년)으로 급격히 감소
 - 특히, '문화 프로그램 운영' 부분의 예산은 1억 8천만 원('11년)에서 5천 8백만 원('13년)으로 가장 큰 폭으로 삭감
 - 1층 카페, 2층과 3층의 레스토랑 및 카페 임대수익이 1억 8,800만 원으로 시설운영관리비 총 예산의 35%에 불과('12년 기준)

□ 질적 분석

- 시설의 정체성
 - 건축디자인과 운영 프로그램이 한강과 뚝섬의 장소성과 불일치
 - 장문의 시설명칭(뚝섬 전망문화콤플렉스)으로 인하여 인지도 감소
 - '전망시설'임에도 불구하고 전망기능 부재
- 프로그램
 - 통로와 전시장으로 이원화되어 스페이스 프로그램 부조화



- 장소성과 시설을 부각시키지 못하는 전시구성 및 내용
- 매년 감소한 예산으로 인하여 공연 프로그램 운영 부실(2011년 21회 공연 중 같은 내용 14회, 2012년 19회 공연 중 같은 내용 10회)

○ 서비스 시설

- 지하철 출구 및 전시장 내 유명무실한 디지털 안내 서비스
- 전시 작품에 대한 교육 프로그램 및 안내 서비스 부재
- 시설 외부의 편의시설과 유사한 음료 및 상품을 판매하는 카페와 선물가게

○ 홍보 마케팅

- 뚝섬유원지 역 개찰구와 출구 부분에 '이미지 홍보' 부재
- 제대로 운영되지 않는 홈페이지

○ 주변시설과의 연계성

- 수영장, 인공암벽, 자전거 대여점, 뚝섬 나눔장터 등과의 연계 프로그램 부재
- 시설외부의 공간 활용과 일치하지 않는 해치미로 정원

○ 운영관리 시스템

- 한강사업본부 내 총무부 '문화홍보과'와 운영부 '운영과'의 이원화된 관리 운영시스템은 효율적인 운영관리에 장애 요소
- 시설내부 프로그램 운영을 위한 전문 큐레이터 부재
- 운영관리 재원 조달을 위한 전략 미흡

□ 종합진단

○ 양적 측면

- 시설의 최초 컨셉이 '한강과 지하철역을 잇는 통로'와 '시민휴식시설'로 설계된 것을 감안할 때 시설은 그 역할을 충분히 수행하고 있다고 판단
- 따라서 이용자수와 운영관리비가 '통로', '전시장', '휴식시설' 측면에서 심각한 문제를 수반했다고 판단하기 어려운 상황



○ 질적 측면

- 한강 수변시설에 대한 정체성 부재로 시설을 활용하는 데 있어 장소, 용도, 프로그램 등이 일치되지 않는 문제 발생
- 최초 설계 시 전망시설로 의도하였으나 전망대 미설치로 전망기능을 상실하여 명칭과 부합되지 않는 시설로 존치
- 시설을 ‘문화예술공간’으로 활용하고자 하는 의도는 바람직하나 전문인력 부재로 인해 기획, 프로그램 개발, 안내 및 홍보 시스템 구축이 제대로 이루어지지 않은 상태에서 형식적으로 운영
- 소규모 시설임에도 불구하고 운영관리가 이원화되어 있어 책임운영의 한계

3. 국내·외 수변시설 사례 분석

□ 단양 다누리아쿠아리움

- 기존 해양 수족관과 차별화된 민물고기 주제 선정
- 입장료 수익으로 단양 다누리아쿠아리움의 지속가능성을 보장
- 지리적 이점을 최대한 활용

□ 뱅크아트 스튜디오 NYK

- 문화행정에 대한 새로운 접근 방법 제시
- 미술관을 뛰어넘어 예술 공동체의 장(場)으로 발전

□ 베키오 다리

- 이동 통로인 다리를 지역 문화를 체험할 수 있는 장소로 활용
- 불거리, 살거리, 이야깃거리가 풍부한 관광명소
- 피렌체의 역사적 가치를 최대한 보존



□ 비아워 데 자

- 폐 공공시설의 용도변경을 통한 '예술가의 거리' 탄생
- 예술가들의 협동조합을 조직하여 공공의 발전 추구

□ 시사점 종합

- 공공-민간분야의 협력
- 지역 정체성, 입지적 강점 극대화
- 역사·문화유산의 보전
- 공공성과 참여에 바탕을 둔 운영 관리

4. 의견수렴

□ 전문가

- 자문회의 : 11개 분야 17명
 - 역사, 건축, 관광, 문화콘텐츠, 마케팅, 전시디자인, 공연영상, 축제 행사기획, 아트공방, 전시수족관, 청년예술가 활동기획 등
- 개별 인터뷰 : 5개 분야 6명
 - 건축, 도시계획(한강시민위원회), 생태, 시민단체, 전시예술 등

□ 시민 설문조사

- 설문대상
 - 한강공원 및 뚝섬 전망문화콤플렉스 방문자



○ 통계학적 특성

- 유효 표본수 : 1,039부
- 신뢰수준 95%, 오차범위 $\pm 3.04\%$
- 성별 : 남성 567명(54.6%), 여성 448명(43.1%)

○ 방문경험 유무

- 응답자 1,039명 중 방문경험이 없는 사람이 667명(64.2%)으로 방문경험이 있는 372명(35.8%)보다 높은 결과

○ 시설이용 만족도

- 방문경험이 있는 372명 중 263명(70.7%)이 만족했다는 의견을 표명

○ '독섬 전망문화콤플렉스'의 시설 명칭에 대한 인지도

- 응답자 1,039명 중 670명(64.5%)이 말하고, 듣고, 기억하기 불편하다고 답변

○ 시설활성화를 위한 향후 공간 이용 방안

- '한강생태전시관'이 291명(28.0%)
- '한강도서관'이 246명(23.7%)
- '수공예품 아트마켓'이 177명(17%)
- '어린이 교육문화시설'이 158명(15.2%) 순으로 의견 개진

□ 종합정리

- 콘 텐 츠 : 전시장, 박물관, 예술공방, 어린이 체험장
- 프로그램 : 기획형 프로그램개발, 한강 수변시설로서 장소의 정체성 부여, 주변시설과 연계한 프로그램 개발
- 운영관리 : 지역사회 및 주변 대학교 등과 네트워크 구성, 기획 능력을 갖춘 큐레이터 영입, 사회적기업 또는 협동조합을 통한 시민참여 기회 부여, 민간기업에 아웃소싱



- 홍보 : 시설 명칭 변경, 지하철 역명을 시설명칭으로 전환, 서울시 관광코스에 추가, 홈페이지 운영개선
- 시설 : 이원화되어 있는 내부구조 변경, 전망대 기능개선, 1층 편의점 위치 변경, 해치미로 정원 재활용방안 도출

5. 독섬 전망문화콤플렉스 활성화 방안

□ 대안1) 한강 전시관 : 한강 생태전시관

- 선정사유
 - 최근 한강의 자연성회복을 추구하고자 하는 시민의 요구 증가
 - 그러나, 한강의 자연생태를 제대로 보여줄 수 있는 전시관 부재
 - ※ 서울시 등록박물관 105개 중 한강을 주제로 한 박물관 전무
- 운영목표
 - 한강의 정체성 회복을 위한 전진기지 역할
- 추진방법
 - 명칭변경 : 한강 전시관(가칭)
 - 전시범위 : 한강의 역사문화 및 동식물 등
 - 전시방법 : 어류 - 수족관, 식생 및 기타 동물 - 밀납 또는 인조제품 모형 전시
- 내·외부 공간 개선
 - 1층 : 현재 분리되어 있는 통로와 전시장을 일원화
 - 2층 : 생태 체험관 및 기념품점
 - 3층 : 북카페 및 휴식시설



- 전망창 개조 : 자연채광에 의한 전시물 변질 방지
- 해치미로 개선 : 하절기 중 생태관련 조형물 전시장으로, 동절기 중 팽이치기 및 스케이트장으로 활용

○ 운영방법

- 전문운영관리팀 조직 : 행정, 큐레이터, 시설관리, 홍보마케팅 등
- 운영프로그램 : 연차별, 계절별 테마 설정, 교육 및 세미나 주관
- 수익운영 : 입장료, 카페 및 기념품점

○ 생태전시관 전환 장점

- 한강 수변시설에 대한 장소 및 환경에 맞는 정체성 부여
- 공공시설물로서 시민에게 문화복지 실현을 위한 공공성 유지

○ 생태전시관 전환 단점

- 전시내용에 따른 내부시설 개조 필요
- 연차별, 테마별 전시에 따른 전시물 제작 및 설치에 따른 비용부담

□ 대안2) 한강 아트마켓

○ 선정사유

- 현재 예술의전당, 세종문화회관 등은 음악, 연극, 미술 분야의 최고 등용문 역할 담당
- 반면, 공예예술인들을 위한 공공시설 부재
- 뚝섬 전망문화콤플렉스를 대학생 및 청년 예술가들이 데뷔할 수 있는 장소로 제공

○ 운영목표

- 전국 예술분야 대학생 및 청년 예술가의 데뷔 장소로서 한강 시설물의 재조명 기회 마련



○ 추진방법

- 명칭변경 : 한강 아트마켓(가칭)
- 참가자 범위 : 전국 예술분야 대학생 및 청년작가
- 참가분야 : 한강예술위원회(가칭)를 구성하여 시민의 호응과 관심이 높은 분야 선정

○ 공간 재구성

- 1층 : 현재 분리되어 있는 통로와 전시장을 일원화하고 현재 카페 공간을 제작, 전시, 판매 공간으로 변경
- 2층 : 카페 및 세미나실
- 3층 : 3층 구조를 2층 오픈 공간으로 개조
- 나눔장터 : 현재 일반 베품시장 성격의 나눔장터를 아트마켓으로 특성화하여 새로운 명소로 발전시키는 것이 바람직

○ 운영방법

- 운영조직 : 대학생 및 청년 한강협동조합에 의한 공동운영체계
- 운영관리비 : 작품판매 수익의 n% 참여로 충당
- 문화프로그램 : 참여대학 및 인디의 아카펠라 및 마임 등 이벤트 개최

○ 아트마켓 전환 장점

- 기존 시설물을 큰 구조변경 없이 활용 가능
- 대학생 및 청년 예술가의 일자리 창출 및 협동조합 참여기회 부여
- 독점 아름다운 나눔장터와 연계하여 시너지 창출 가능

○ 아트마켓 전환 단점

- 3층 구조를 2층 구조로 변경하기 위한 예산 필요
- 협동조합 회원으로 일정기간 활동 후 계약해지 부담



- 냉난방 시설 및 도난방지 시설 설치에 따른 비용부담

□ 대안3) 한강 어린이 산업과학관

○ 선정사유

- 대상지 인근의 어린이대공원과 연계한 콘텐츠 개발은 가족단위 방문객 유치를 극대화할 수 있는 방안

○ 운영목표

- 한국 경제발전의 동력산업인 기계, 중화학, IT 분야 체험교육장

○ 추진방법

- 명칭변경 : 한강 어린이 산업과학관(가칭)
- 전시분야 : 입체적으로 체험할 수 있는 산업과학 결정체(예. 자동차, 선박, 항공, 로봇 등)
- 전시내용 선정 : 한강산업과학위원회(가칭)에서 심의
- 전시방법 : 실내 - 설계도, 부품, 축소 완제품 모형
실외 - 모형 체험장

○ 운영방법

- 전시운영 : 기업 아웃소싱
- 전시기획 : 시리즈형 전시
- 전시방법 : 설계, 부품, 축소완제품 모형, 모형 체험장

○ 공간 재구성

- 1층 공간 : 현재 분리되어 있는 통로와 전시장을 설계, 부품, 축소 제품 등 3개 전시 장소로 분리
- 2·3층 공간 : 현재 3층 구조를 2층 오픈공간으로 개조
- 해치미로 : 체험장으로 개선



- 어린이 산업과학관 전환 장점
 - 엔젤산업과 연계한 미래가치 창출
 - 기업 아웃소싱으로 운영관리 예산부담 해소
- 어린이 산업과학관 전환 단점
 - 전시특성에 따라 내부구조 변경
 - 기업유치 특별 전담팀 운영

6. 제언사항

□ 전망대 및 관람대 설치

- 옥상 전망대 및 시설외부 전망대 확대를 통한 전망기능 회복

□ 전시기획의 전문가인 큐레이터 채용

- 공간설계, 프로그램 기획, 전시물 설치 및 관리 등 전문적 운영

□ 시민 공동운영 시스템 도입

- 사회적기업 또는 협동조합이 기획, 운영, 관리, 홍보 마케팅 등에 참여할 수 있는 기회 마련

□ 한강 및 주변시설과 연계한 계절 프로그램 개발

- 강 생태 전시관 : 겨울철새, 얼음낚시
- 뚝섬 수영장 : 눈 썰매장
- 해치미로 : 팽이치기 또는 스के이트장
- 인공암벽 : 빙벽등반



□ 시설 홍보를 위한 이미지 컨셉 디자인 적용

- 뚝섬 역 내부 및 시설 입구 컨셉 디자인 개선

□ 해치미로 정원의 용도변경

- 향후 결정될 시설 콘텐츠를 고려한 공연장 또는 외부전시관으로 활용