

문화관광 콘텐츠의 네트워크를 통한 장소성 강화*

- 청계천, 인사동, 북촌, 삼청동 테마거리를 사례로 -

한범수** · 김희영*** · 박상훈****

Strengthening the Placeness by Networks of Cultural Tourism Contents Focused on the Themed Street*

- Cheonggyecheon, Insa-dong, Bukchon, Samchung-dong Route -

Beomsoo Han** · Hee-Young Kim*** · Sanghun Park****

I. 서론

도시는 다양한 모습의 삶이 농축된 공간이다. 도시는 그 도시가 형성하게 된 역사적 맥락을 다양한 문화유산의 형태로 갖고 있다. 또한 과거를 바탕으로 새로운 문화를 형성해나가는 생활공간이기도 하다. 관광은 일상적인 삶의 공간에서 벗어나 평소에 체험하지 못하던 문화를 체험하는 것이라 할 수 있다. 한정된 일정 속에 많은 것을 체험하고자 하는 관광객들은 도시관광을 선호한다. 도시는 과거로부터 이어지고 있는 다양한 이야기가 소재한 곳이며, 그곳에 살고 있는 사람들의 생생한 삶을 체험할 수 있는 공간이기 때문이다. 도시는 과거로부터 이어지고 있는 문화적 맥락을 생생하게 체험할 수 있는 곳이기도 하지만, 기존의 문화가 해체되고 또 새로운 문화를 형성하는 곳이

기도 하다. 과거와 현재 그리고 미래가 다양한 모습으로 혼재해 있는 맥락해체의 공간이기도 하다.

문화관광은 탈근대사회 도시의 장소마케팅의 핵심 콘텐츠가 되어가고 있다. 탈근대 사회의 도시는 탈산업화라는 맥락에서 변화를 겪고 있다. 도시 공간의 성장과 생명력은 역사적 자원이나 지역민들의 삶의 방식들을 총체화한 문화적 속성에 의지하고 있다. 도시는 과거로부터 문화가 전승되고, 또 과거의 문화가 해체되며 새로운 문화가 형성되는 공간이다. 도시는 문화관광 목적으로 관광상품으로 판매되고 있다. 여행사에서 판매하는 관광상품은 대체로 단체관광객을 대상으로 한 패키지이지만, 국가간 경계가 모호해지고 다양한 문화교류가 빈번해지면서 점차 개별관광에 대한 관심이 점증하고 있다. 이정훈(2005)은 패키지형 관광상품에서 개별관광으로 전환되는 것은 문화체험

* 본 연구는 20007년도 서울시 산학연 연구사업의 일환으로 진행된 사업으로 지원되었다. 관련 투시도는 연구자의 제안을 바탕으로 동 연구사업에 공동으로 참여한 (주)PCK에서 작성한 것이다.

** 경기대학교 여가관광개발학과 부교수(Associate Professor, Department of Leisure & Tourism, Kyonggi University), E-mail: tourway@gmail.com, Tel: 031-249-9521.

*** 경기대학교 관광융합연구소 연구원, 관광학 박사(Researcher, Tourism Institute of Kyonggi University)

**** 경기대학교 여가관광개발학과 박사과정(Doctor's Course Student, Department of Leisure & Tourism, Kyonggi University)

에 대한 관심이 많아지기 때문인 것으로 보고, 특정 지역이 보유한 고유한 장소자산을 더 창의적인 아이디어를 동원하여 특성화, 차별화하는 노력이 중요한 것으로 보고 있다. 수년전부터 문화체육관광부나 한국관광공사에서 문화관광콘텐츠의 중요성을 인식하고 도시에 산재해 있는 역사적 문화자원이나 삶의 공간을 활용한 스토리텔링에 관심을 갖고 있는 것도 도시관광을 특성화, 차별화하는 노력의 일환으로 볼 수 있다.¹⁾

도시내의 장소경험이 문화관광의 핵심콘텐츠가 되고 결과적으로 장소마케팅의 동력이 된다는 점에서 '장소'와 '장소성'의 의미 해석에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있다. 문화관광자원으로서 '장소' 및 '장소성'의 의미가 중요하게 부각된 것은 장소마케팅에 대한 관심의 증대라는 맥락과 무관하지 않다. 장소는 공간상에 분포하는 물리적 실체와 그에 대한 인간의 정서적 느낌의 결합이라고 정의할 수 있으며, 장소성은 공간을 장소로 만들고 특정장소를 다른 장소와 구별되게끔 하는 총체적 특성이다(최마중·김미옥, 2001).²⁾ 따라서 독특하고 매력적인 장소성은 지역주민과 방문객에게 의식적인 애착을 불러일으키게 되며 지역통합 및 방문욕구를 불러일으키게 된다.

장소성과 장소마케팅에 관한 연구는 지리학과 건축학 분야에서 비교적 활발하게 연구되어 왔다(김학희, 2007; 백선휘, 2005, 2006; 송경언, 2005; 이무용, 2006; 이정훈, 2005; 이현군, 2006). 이들 연구들은 장소성에 대한 의미론적 해석에 관심을 갖고, 다양한 사례 분석을 통해 탐색적, 질적 연구

를 하는 방식을 취해왔다. 관광분야에서의 장소마케팅 연구는 관광목적지나 특정 명소를 지역개발의 도구로 분석하거나, 방문객의 관점에서 방문을 유도하는 매력적인 상품대상으로 연구가 이루어지고 있다(공자원·노시학, 1999; 이인배, 2002; 이훈, 2006; 최인호·임은미, 2008).

본 연구는 2007년도 서울시 산학연 연구사업의 일환으로 진행된 '테마시티 사업'의 대상지인 청계천, 인사동, 북촌 일원을 문화관광콘텐츠로 네트워크화함으로써 도시의 장소성을 강화하는 방안을 모색하고자 하는 데 관심을 갖고 있다. 한국관광공사(2007)는 청계천에서 인사동, 북촌, 삼청동이 서울 도심에서 관광자가 가장 선호하는 지역 중 하나로 밝히고 있다. 그러나 이들 지역은 서울 구도심의 문화중심 거점임에도 불구하고 통합적으로 연계되지 못해, 관광자들이 공간적으로 단절된 별개의 장소로 인식하고 있다. 이러한 문제의식을 바탕으로, 본 연구는 서울 구도심의 잠재력이 높은 자원들을 테마화하여 선형적으로 네트워크화함으로써 이들 지역의 장소성을 강화하고, 궁극적으로 장소를 상품화할 수 있는 문화관광콘텐츠 대안을 제시하고자 한다. 공간적으로 연계되지 못한 채 개별 공간으로 기능하고 있는 곳을 관광자들이 관광루트로 이용할 수 있도록 '테마관광루트'의 개념을 차용하여 테마거리를 구축하고자 하였다. 이와 관련 테마거리의 세부 자원이 되는 개별 공간 영역의 장소성을 강화하고, 테마연계자원의 상품성을 제고하는 접근 방법을 택하였다. 첫째는 내용적 차원으로 각 장소자산이 보유하고 있

1) 홍인옥·최병두(2004)는 "세계가 단일 경제권으로 급속히 통합되는 세계화의 한 가운데에서 각 도시는 무한경쟁체제라는 생존 환경에 놓이게 되었다. 이러한 변화 속에서 문화영역이 도시의 경쟁력을 갖추는데 중요한 역할을 수행한다는 인식이 확산되고 있다. 각 도시의 고유한 역사와 문화는 도심재생 및 도시활성화의 수단으로 재조명되고 있으며, 특정 장소의 이미지 전략이나 마케팅의 수단으로, 나아가서는 지역사회의 경제, 문화적 통합전략의 일환으로 활용되고 있다."고 언급하고 있다. 이는 도시가 문화체험 공간으로, 장소마케팅의 주된 대상임을 강조한 것이기도 하지만, 다른 도시와 차별화될 수 있도록 창의적인 문화콘텐츠의 필요성을 역설한 것이기도 하다.

2) 백선휘(2005: 59~60)에서 재인용

는 고유하고 차별화된 문화관광콘텐츠를 네트워크화함으로써 장소성을 강화하는 것이고, 둘째는 공간적 차원으로 방문객의 장소경험을 유지, 강화함으로써 장소성을 견고히 할 수 있는 공간을 연출하고자 했다. 실증적인 조사 자료를 바탕으로 한 정량적 연구로는 본 연구의 대상지인 청계천, 인사동, 북촌의 장소성을 강화할 수 있는 문화관광콘텐츠를 생성하거나 공간을 창의적으로 구성하는 데 한계가 있다. 따라서 본 연구는 장소성이 가지고 있는 복합적인 의미를 정성적인 관점에서 이해하고 분석하는 방법을 채택하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 장소, 장소성과 장소 마케팅

1) 장소와 공간

마케팅의 대상이 장소(place)가 된다는 것은 장소를 하나의 상품으로 인식하고, 장소의 매력성을 증진시킴으로써 다양한 판매 전략을 통해 장소 가치를 판매한다는 것이다. 그러나 장소는 지리적, 공간적, 심리적, 사회적, 정치적 관계가 복합적으로 연결되어 있기 때문에 일반상품과는 다른 속성을 지니게 된다. 따라서 장소가 가지는 독특한 속성과 장소마케팅의 핵심 자산인 장소성의 개념을 우선적으로 고찰할 필요가 있다. 장소에 대한 개념 정의는 공간과 장소의 차이를 통해 이해할 수 있다. 논의의 출발을 양자의 관계를 중심으로 시작하는 것은 일반적으로 장소의 물리적 기반이 되는 공간의 개념과 장소가 이론적으로 실천적으로 혼재되어 사용되는 경향이 있기 때문이다. 연구자들이 공간(space)과 장소(place)를 구분하지 않고 논의를 진행하는 경우가 적지 않다.

지금까지 이 분야의 연구는 지리학, 도시계획학 분야에서 많은 연구가 이루어져 왔다. 양자 간의 관계에 관한 논의는 물리적 실체로서의 공간과 심리적, 사회적 실체로서의 장소의 개념으로 대표된다. 예컨대, 이무용(2006: 57)은 “공간은 추상적, 물리적, 기능적 성격을 지닌 반면 장소는 구체적, 해석적, 미학적 성격을 띤다.”고 하였다. 이와 유사한 관점에서 백선희(2005: 39)는 “장소는 공간과 구별되는 복합적 개념으로 장소를 공간이 지니는 물리적 속성 외에 특정한 활동과 상징성을 포함하는 사회문화적인 성격이 강한 개념이다.”고 하였다. 아울러, 장소를 구성하는 4가지 요소를 물리적·환경적 요소, 인적문화적 요소, 상대적 요소와 정서적·상징적 요소로 구분하고 있다(〈표 1〉 참조). 공간이 객관적으로 존재하는 물리적 실체를 의미한다면, 장소는 관념론적 차원에서 인간의 인식체계를 통해 특정한 이미지가 가치를 지니고 인지된 공간을 의미한다는 것이다. 복합적 관점에서 장소와 공간에 대한 논의도 이루어지고 있다. 예를 들어, 의미와 가치가 부여된 문화적 실체 공간임을 강조하는 논의에서 ‘장소’는 평평하게 한정된 공간 단위라는 물리적 측면을 강조하지만, 특

〈표 1〉 장소의 요소

물리적·환경적 요소	인적·문화적 요소
경성요소, 특정 장소 내에 유형의 실체로 존재하는 물리적 요소 ex) 자연환경, 교통체계, 인프라, 역사유적 등	연성요소, 인간이 공간과의 상호작용을 통해 만들어내는 무형의 요소들 ex) 생활양식, 역사, 문화, 인적자본, 제도 등
상대적 요소	정서적·상징적 요소
장소간 유동과 순환 등 장소간의 상호관계에 의한 특성에 의해 생성되는 요소 ex) 중심부와 주변부, 상권 등	인간이 장소를 인지하여 부여하게 되는 느낌과 정체감을 통해 생성되는 요소 ex) 장소감, 장소애착, 장소이미지 등

자료: 백선희(2005: 890)에서 재인용

정한 목적의 활동과 사건이 발생하는 곳이라는 활동적 국면을 강조하는 것과 편안함과 신성함, 중심성 혹은 인공성이라는 상징적 국면을 함께 지닌 복합개념으로 보기도 한다(이석환, 황기원, 1997).³⁾

이무용(2006)은 장소는 물리적 공간 환경과 그 속에 살아가는 사람들 및 그들의 활동, 사람과 환경간의 오랜 상호작용 속에서 형성된 문화적 가치, 정서, 상징, 의미가 복합적으로 구성된 고유성, 역사성, 정체성, 다중성을 띤 총체적 실체라고 정의하였다. 이런 의미에서 장소마케팅은 공간을 장소화하는 전략, 즉 장소성을 기획하는 문화전략이라고 보았다. 상황 맥락적이고 의미론적 접근에서 백선휘(2005)는 장소가 가지는 두 가지 상반된 성격, 즉 우리의 행동이 일어나는 외부적 맥락(배경)으로서의 장소와 우리가 부여하는 의미의 중심으로서의 장소라는 개념을 제시했다. 이러한 논의는 Trancik(1986)이 “추상적이고 물리적인 공간이 문화적이거나 지역적인 것을 기반으로 나타나는 맥락적 의미를 담게 됨으로써 장소가 된다.”고 했던 것이나, Carter, Donald and Squire(1993)가 “장소는 의미가 부여된 공간으로, 인간은 체험을 통해 어떤 공간을 제대로 이해하게 되고 그것에 가치를 부여함으로써 장소 생성이 이루어진다.”고 보았던 것과 일맥을 이루고 있다.⁴⁾ Jonas and Simpson(2006)은 상황적 맥락에 따른 의미변화의 요인들을 제시하고 있다. 예를 들어 장소나 공간에 대한 개인적 지식에 따라, 새로움 삶의 경험 여부에 따라, 장소나 공간 자체의 변화에 따라, 그 곳에 서만 사용되는 독특한 언어 화법에 따라, 장소나 공간을 어떻게 상상하느냐에 따라, 혹은 장소나 공간을 신비로움이나 경이로움의 의미와 연결할 때

장소의 의미는 달라진다고 하였다. 이러한 맥락은 다음과 같은 논의에서 비롯되고 있다.

장소는 인간의 모든 의식과 경험으로 구성된 의도의 구조에 통합된 것이다. 세계속에 있는 사물과 특징은 그 의미 속에서 경험되는 것이지 의미와 분리될 수 없다. 따라서 사물의 의미는 바로 우리가 그 사물에 대해 가지고 있는 의식에 의해서 부여되기 때문이다. 장소는 의도적으로 정의된 사물 또는 사물이나 사건들의 집합에 대한 맥락이나 배경이다(Edward Relph, 1976).⁵⁾

이와 같은 논의를 종합적으로 살펴볼 때, ‘장소’라는 용어는 다양한 개념을 포함하고, 다양한 관점에서 해석되고 있음을 확인할 수 있다. 이는 ‘장소’를 구성하는 여러 요인들이 시간과 공간이라는 중심축을 놓고 다양하게 영향을 미치고 있음을 의미하기도 한다. 물론 다양한 요인들 중에 가장 중요한 것 중 하나는 사람이다. 장소의 거의 모든 측면은 그 장소를 소비하는 사람들이 생산하고 변화시키는 것이기 때문이다(Urry, 2000: 65~66). 또한 장소는 고정적이고 영구적인 시각이 아니라 연속성(continuity)과 변화(change)의 관점에서 보아야 한다는 의미이기도 하다. 본 논문은 ‘장소는 구체적인 체험이 이루어지는 공간으로 개인적, 사회적, 정치적, 문화적, 시간적 맥락에 따라 의미가 변화하는 역동적, 상황적 개념’으로 보고, 연구대상지를 해석하고자 한다.

2) 장소성과 장소 마케팅

장소성은 공간이 장소로 인지되는 과정에서 체험에 의해 형성되는 현상으로 일반적으로 이해되고 있다. 이석환·황기원(1997)은 장소성을 시간

3) 이무용(2006: 57)에서 재인용

4) 이석환·황기원(1997)에서 재인용

5) 김덕원 외(2005)에서 재인용

의 관점에서 살펴보고 있다.

장소와 시간과의 관계는 분리하기 어려울 정도로 밀접하다. 시간에 따라 변화하는 장소의 성격은 태도의 변화 뿐 아니라 건물과 경관의 변형과 관계있으며, 오랜 부재 후에 더욱 극적이다. 장소에 대한 경험은 분명 끊임없는 변화나 연속성과 밀접한 관계를 가지는 바, 시간은 장소체험의 요소이다. 장소는 과거의 체험들과 현재의 사건들 및 미래의 희망들의 현재적 표현이다 (이석환·황기원, 1997).

장소성은 시간의 연속성 안에서 존재한다는 것과 시간의 흐름에 따라 장소성은 변화한다는 것이다. 이들의 논의는 장소성을 통해 장소애착과 장소정체성 형성으로의 발전 경로를 설명하고자 하였으며, 체험의 결과로서 나타나는 현상인 장소성이 인간에게 생활세계의 중요한 근거로 작용할 수 있다고 한다. 개인이 장소성을 획득하는 과정에 대해 Hay(1998)는 ‘한 개인이 장소성을 획득하는 데는 3가지 요인에 의해 영향을 받는다’고 밝혔다. 예컨대, 거주상태(residential status), 나이(age), 성인들간의 유대감(adult pair bond)이 그것들이다. 다시 말해 사람들은 한 장소에서 오래 거주할수록, 경험과 나이가 많은 성인일수록, 유대관계가 얼마나 상호 호혜적인가에 따라 장소성을 더 강하게 지각할 수 있다고 보았다.

한편, Butz and Eyles(1997)는 장소성을 확인할 수 있는 속성을 3가지로 제시하였다. 사회적 차원, 이데올로기 그리고 생태적 차원으로 설명하고 있다. 사회적 차원은 장소를 공동체의 맥락에서 이해하는 것으로 Butz and Eyles는 그들의 연구에서 공동체의 3가지 요소를 확인하였다. 장소(place 혹은 area), 사람들과 자신들의 조직, 소속

감이 그것들이다. 이데올로기적 구조는 공동체를 집단적 감정의 표출과 해당 분야의 관심사항에 대한 보호 및 촉진의 수단으로 이해한다는 의미이다. 생태적 차원은 탈근대사회 지역공동체에서 나타나는 지배적인 현상으로 개인들은 장소와의 교감과 상호 관계들 속에서 지속가능한 공동체의 사회적 환경을 창출하기 위한 노력들을 한다는 관점이다.

Ashworth and Voogd(1994)는 장소의 의미는 변화되고 있으며, 현대에서 장소는 ‘상품화’되고, ‘소비’되며, ‘광고’될 뿐 아니라 ‘판매’되는 대상이 되었다고 하였다.⁶⁾ 관광적 측면에서 장소마케팅을 정의하는 것도 이와 크게 다르지 않다. 다시 말해 특정 장소나 도시의 문화, 역사, 자연적 특성을 바탕으로 좋은 이미지를 부각함으로써 기업, 지역 주민, 관광객들을 유치하기 위한 모든 전략을 일컫고 있다(공자원 외, 2001). 따라서 장소마케팅의 궁극적 목표는 장소의 상품화이며 이는 독특하고 경쟁력 있는 장소자산을 개발하여 매력적인 장소를 만드는 것이다. 최근 장소마케팅은 지역개발의 핵심적 수단으로 떠오르고 있다.

장소마케팅은 장소성에 기반해서 지역의 긍정적인 이미지를 구축하는 것과 관련이 깊다. 장소마케팅의 이미지 전략에는 이미 긍정적 이미지가 형성되어 있거나 부정적 이미지를 일소해야 할 필요성, 그리고 독특한 이미지 형성이 전혀 되어있지 않은 상태에 따라 달라진다. 다시 말해 장소성 형성 전략은 일반적으로 기존 이미지를 강화하는 형태와 새로운 이미지를 창출해내는 전략으로 구체화된다. 전자는 기존의 장소성이 긍정적 이미지를 창출하는 경우로 방문객의 반응을 강화한다는 의미이고 후자는 부정적이거나 이미지 부재인 장소

6) 공자원 외(2001)에서 재인용

를 변화시킴으로써 반응을 형성하거나, 변화시킨다는 의미이다(백선희, 2005: 75~84).

관광분야에서 장소마케팅의 중요성이 대두되고 있는 것은 관광의 중심이 대중적인, 패키지형, 유적지 중심의 관광에서 차별화되고 개별적인 방향으로 이동하는 것과 무관하지 않다. 이는 관광개발의 패러다임을 개발위주에서 지속가능한 관광개발, 즉 창의적이고 문화적 차원으로 접근해야 한다는 것을 의미한다. 본 연구의 대상인 청계천, 인사동, 북촌, 삼청동을 잇는 테마거리는 문화, 역사적 장소자산이 서울에서 가장 풍부하고 잠재성이 높은 루트 중 하나라는 평가를 받은 곳이다.⁷⁾ 그러나 각 자원들이 공간적으로 연결되어 있음에도 불구하고 실질적으로는 하나의 통합된 공간으로 네트워크를 구성하지 못하고 있다. 청계천은 도심 관광의 새로운 문화관광콘텐츠로 강력한 흡입력을 구축하였지만 독립된 공간으로 존재할 뿐 주변과 연계성이 미흡하다. 개별 공간으로서의 독자적인 문화관광콘텐츠를 보완하여 장소성을 강화하는 것도 좋지만, 이들 지역이 하나의 관광루트로 이용될 수 있도록 거시적인 관점에서 네트워크화하고 문화관광콘텐츠가 맥락적으로 연계될 수 있도록 보완하는 것이 전체의 장소성을 강화하는 방법이 될 수 있다.

2. 청계천, 인사동, 북촌, 삼청동 테마루트와 장소성

청계천, 인사동, 북촌, 삼청동을 선형적, 공간적으로 연결하는 테마루트의 구상은 관광자원의 네트워크 구축을 통해 자원의 효율적 이용과 장소

가치를 배가시키려는 시도의 일환이다. 특히 문화지구보다는 문화거리를 선정하여 조성하는 방식을 선호하고 있는 우리나라의 도시의 관광개발 방식 역시 이러한 노력과 일관된다. 다시 말해 공원, 광장 등과 같이 면적으로 확보된 공간이 풍부한 서구와는 다르게 우리나라의 경우는 선적인 공간이 훨씬 더 발달되어 있는 것을 확인할 수 있다. 특히 테마관광루트로 가시화되는 테마거리는 공간상의 다양성이 존재할지라도 한 테마를 통해 관광상품권을 보다 효율적으로 구획 지을 수 있도록 일련의 장소와 지점들을 선형으로 상호 연결시키는 역할을 한다는 점에서 장소마케팅의 중요한 수단이 된다(Becker, 1994).⁸⁾ 따라서 테마 관광루트의 조성은 특성화와 차별화가 가능한 일련의 장소 자산들을 공간적인 연계를 통해 효과적으로 장소를 판매할 수 있게 하는 장소마케팅의 전략에서 출발한다.

테마관광루트의 중요한 목적 중 하나는 개별적인 관광자원이 가지는 매력도가 약할 때 여러 가지 요소들을 총합적으로 묶어줌으로써 관광객이 더 많은 시간과 경비를 지출하도록 유도하려는 것이다. 시너지 효과를 이용하여 흡입력을 높이고 관광객이 지출하는 비용에 대한 수혜자를 가급적 넓은 영역으로 골고루 분포될 수 있도록 만들자는 의도가 담겨져 있다(서구원·배상승, 2005). 청계천에서 삼청동까지의 테마루트는 서울시 산학협력연구사업 중 하나인 '서울형 미래도시 산업 육성 지원 사업'의 일환으로 이루어진 '테마도시로 도약하는 세계도시 서울' 과제의 결과물 중 하나이다. 세부적인 대상지에 대한 준거는 청계천의 자원성 회복과 활력화의 일환으로 제시된 청계천

7) 서울시 산학협력연구사업 중 하나인 '서울형 미래도시 산업 육성 지원 사업'의 일환으로 이루어진 '테마도시로 도약하는 세계도시 서울' 과제의 결과물 중 하나이다. 세부적인 대상지에 대한 준거는 청계천의 자원성 회복과 활력화의 일환으로 제시된 청계천

8) 박숙진(2002)에서 재인용

〈표 2〉 청계천 외국인 유입인구 추정⁵⁾

외국인 유입인구추정

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
6,022,752	6,155,047	8	9	10	11	12
	선형추세	6,348,960	6,517,580	6,686,200	6,854,820	7,023,440
	지수추세	6,305,599	6,491,138	6,682,137	6,878,757	7,081,161
		6,330,113	6,510,181	6,693,889	6,881,344	7,072,658
- 한국관광공사(2007), 외래여행객 실태조사						
청계천방문율	12.70%	17.70%	22.70%	27.70%	32.70%	37.70%
연간방문인구	781,691	1,120,430	1,477,811	1,854,207	2,250,200	2,666,392
일유입인구추정	2,142	3,070	4,049	5,080	6,165	7,305

테마관광벨트의 한 루트로 전문가 조사 결과 자원 성과 시장성(상품성)이 가장 높은 루트로 확인이 되었다.⁹⁾ 또한 아래의 청계천 구간 외국인 유입인구의 추정결과에서 보는 바와 같이 청계천을 중심으로 하는 인근자원이 서울의 핵심관광상품 중의 하나로서의 잠재성을 확인할 수 있다.

청계천에서 삼청동에 이르는 테마관광루트는 청계천의 복원으로 확보된 구도심의 문화중심을 확대한다는 데 의미가 있다. 즉 청계천의 고립성을 극복하고, 각 개별 자원의 장소성을 강화함과 동시에 연계 테마거리를 관광 상품화할 수 있는 원천이 될 수 있다는 것이다. 청계천, 인사동, 북촌, 삼청동을 잇는 테마루트의 연계 콘텐츠는 시간의 맥락을 통한 장소성의 이해로 요약될 수 있다. 시발점이 되는 청계천의 청계광장과 삼일로 인근은 청계천 문화의 꽃임과 동시에 현대 서울의 문화예술의 집합장이다. 다음으로 이어지는 인사동은 역사문화와 전통이라는 과거의 시간 경험들이 소비되는 곳이다. 인사동을 찾은 방문객들이 지나온 시간에 대한 향수와 경험을 즐길 수 있는 문화공존시대이다. 안국동사거리에서 북촌으로

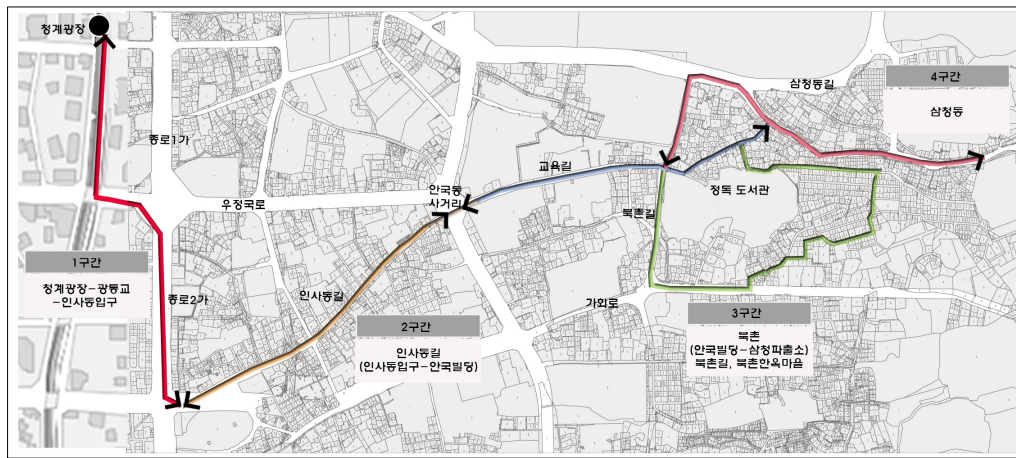
연결되는 거리는 한국 근대화를 상징하는 거리로 구성되어 있다. 북촌 한옥마을로 연결되는 거리는 전통을 그리고 삼청동으로 이어지는 거리는 예술과 문화가 공존하는 자유로움의 지대라는 영역적 장소성을 나타내고 있다. 각 부분별 자원의 장소성을 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 청계광장, 종로(청계천 광교인근)

대한제국기 이래 종로거리는 ‘시민의 거리’이자 ‘민회의 마당’이었으며, 일제하에서는 3.1운동 등 일제의 침략에 맞선 조선인의 저항을 함축적으로 보여주는 ‘저항의 공간’이기도 하였다(장규식, 2003). 현재 종로는 이러한 역사성을 바탕으로 도 시민들, 특히 젊은이들의 각종 모임 및 집회, 만남의 장소 등 서울의 대표적인 문화공간으로 이용되고 있으며, 광화문과 시청일대는 월드컵 등과 같은 대형 스포츠 이벤트의 대규모 응원 장소, 촛불 집회 등 집단응원 및 저항의 장소로도 활용되고 있다. 2005년 청계천은 도시민들의 현대적 수변문화공간으로 재탄생하였다. 서울특별시·청계천 복원추진본부·청계천복원시민위원회(2002)의

9) 청계천 입출구를 기준으로 13개의 루트를 추출하였다. 관광루트 개발 시 중요한 요인은 자원성, 접근성, 연계성, 시너지 효과, 이미지와 시장성이 높은 순서로 나타났다. 청계천, 인사동, 삼청동에 이르는 루트가 가장 잠재력과 시장성이 높은 것으로 도출되었다.

10) 청계천의 외국인 유입인구 추정은 서울의 외래여행객 수에 청계천 방문률을 대입하여 산출하였다.



〈그림 1〉 구간별 장소성 분석 루트

‘청계천 복원’에 따르면 청계천 복원의 궁극적 목표는 ‘21세기 문화 환경도시 서울’이며, 600년 고도 서울의 역사성과 문화성 회복, 자연과 인간중심의 환경 친화적 도시 공간 창출, 도심활성화로 국제금융·비즈니스 거점 조성 등을 세부목표로 하고 있다.

청계천의 복원은 서울의 중심성을 강화하고 지역 활성화에 기여를 하였다. 또한, 청계천을 중심으로 인근에 산재하여 있는 다양한 관광자원(종로, 대학로, 명동, 동대문, 경복궁, 창덕궁, 창경궁 등)의 연계성이 강화되었다. 이 중 청계광장 주변부는 청계천의 시발점이자 중심문화지구로 금융서비스업과 언론기관, 관철동 젊음의 거리, 피아노거리, 다동문화축제 등 다양한 문화관광자원들이 밀집되어 있는 곳으로 유동인구가 많고 청계광장을 통해 가장 많은 시민들을 수용하고 있는 장소이다. 청계천을 방문하는 주목적은 산책, 휴식이 주를 이루며 대부분 친구나 애인, 가족단위의 방문객이 버스, 지하철과 같은 대중교통을 이용해 방문하는 것으로 나타났다(백선희, 2006).

2) 인사동 거리

북촌과 종로 사이에 위치한 인사동은 조선 초기 이래 미술활동의 중심지로 형성되었으며, 1930년대부터 골동품 거리로 자리잡기 시작해 화랑, 갤러리 등이 밀집한 곳이다. 1988년 전통문화의 거리로 지정됨에 따라 골동품, 고미술, 화랑, 고가구점, 화방, 민속공예품, 전통찻집 등이 들어서고 서울의 대표적 관광지 중 한 곳으로 자리잡게 되었다. 또한 종로상권과 맞닿아 있어 종로 및 청계천으로부터의 인구유입이 원활히 이루어지고 있으며 2003년부터 매주 토, 일요일 차 없는 거리가 시행되고 있다. 1987년부터 시작된 인사동 전통문화축제와 2003년부터 차 없는 거리에서 공연하는 ‘포도대장과 그 순라군’, 사물놀이 등 전통문화행사가 다양하게 이루어지고 있으며, 문화장터 등의 시행으로 하루 10만 여명의 국내외 관광객들의 방문이 이루어지고 있다.

3) 북촌 전통거리

‘북촌’은 청계천과 종로의 윗동네라는 의미에서 파생되었으며, 원서동, 재동, 계동, 가회동, 인사동을 아우르는 지역이다. 북촌은 조선시대 한양도성

의 중부지역 및 양대 궁궐(경복궁, 창덕궁) 사이에 위치하여 왕실 및 권문세가들의 주거지로 세습되어 당시 시전거리인 종로 쪽으로 확장 형성된 지역으로 현재 당시의 공간구조와 한옥이 가장 잘 보존된 지역이며, 조선시대 이래 근, 현대사를 아우르는 서울의 역사성을 바탕으로 오늘날 전통 주거문화공간으로 특화되는 지역이다. 조선 말기에 이르러 사회, 경제상의 이유로 대규모의 토지가 소규모의 택지로 분할됨에 따라 북촌한옥마을 대부분의 한옥은 1930년대를 전후로 개량된 것으로 추정된다. 인사동을 비롯해 서울 도심 일부지역에 한옥들이 군데군데 남아있기는 하나, 주거기능을 유지하면서 한옥들이 집단적으로 밀집되어 있는 곳은 북촌이 유일하다. 이러한 북촌의 한옥과 전통경관을 보존하기 위해 1983년 7월 북촌 전역을 4종 집단미관지구로 지정하였으며, 2000년 북촌 가꾸기 종합정책을 수립하였다.¹¹⁾ 현재는 주민 및 민간단체들의 참여가 활발해져 북촌 문화의 날 행사, 청소년 문화행사, 북촌 문화포럼 등이 이루어지고 있으며, 16채의 한옥이 한옥체험관(게스트하우스 5채), 전통공방(8채), 박물관(2채), 북촌문화센터 등으로 용도가 변경되어 활용되고 있다. 북촌의 환경정비사업도 단계적으로 추진되고 있으며, 이러한 노력에 부응해 전통 주거형태와 문화를 체험하고자 하는 가족단위의 국내방문객 및 한국 특유의 문화를 찾는 외국인들의 방문이 활발히 이루어지고 있다.

4) 삼청동 거리

전통문화의 거리인 인사동이 상업화됨에 따라 전통적 요소가 조금씩 퇴색되어가고 지가가 상승

하여 많은 갤러리 및 화랑 등이 삼청동에 자리잡기 시작하였다. 독특하고 이색적인 카페, 음식점 등이 들어서면서 삼청동은 전통미와 현대미, 자연미가 공존하는 이색적 공간으로 발전하였다. 음식점, 카페, 갤러리 등은 각자의 영역을 넘어 복합적이고 자유로운 공간을 창출하고 있으며, 전통한옥과 서양문화, 전통과 현대, 인공과 자연 등이 조화되어 인사동 및 청담동과 차별화되는 독특한 분위기를 연출하고 있다. 온·오프라인 문화커뮤니티에서 삼청동은 빈잡한 시내와는 차별화되는 ‘도심 속의 섬’, ‘청담동의 세련됨과 인사동의 전통 그리고 홍대의 독특한 개성이 공존하는 휴식 공간’으로 부상하게 되었다(김학희, 2007).

일반적으로 문화거리는 그 곳에 사는 사람들이 일상생활과 항상 관계를 맺고 있으며, 도시민들이 늘 생활 속에서 쉽게 찾을 수 있는 곳이다. 그렇기 때문에 문화의 거리가 매력 있는 문화공간에서 조성된다면, 시민 누구나 쉽게 찾을 수 있는 여가 및 문화를 누릴 수 있는 공간이 되며, 더불어 일상에 지친 도시민을 위한 휴식 장소가 될 뿐 아니라, 도시를 체험하는 장소로서 도시 전체의 활기와도 직접적인 관련을 갖게 될 것이다(공자원 외, 2001). 테마거리의 구간별 장소성을 백선휘(2005)에서 제시하는 준거틀에 기초해서 분석해 보면 <표 3>과 같다.

III. 문화관광 콘텐츠의 네트워크를 통한 장소성의 강화

문화관광콘텐츠가 관광분야에서 주목받고 있는 것은 관광 부분의 새로운 경향이 문화관광, 생태

11) 2000년 북촌 주민단체 대표들의 의뢰로 서울시정개발연구원에서 북촌 가꾸기 종합정책을 수립하여 서울시에 제안하였고, 서울시는 2000년 10월 서울시장방침으로 북촌 가꾸기 정책을 확정하고 향후 4년간 총 845억원의 예산을 투자하기로 하였다.

〈표 3〉 테마거리의 구간별 장소성 분석(2008년 현재)

구 분	청계천 광고부근	인사동	북촌	삼청동길
물리적·환경적 요소	청계천 복원(2005)으로 지역활성화	1930년대부터 골동품거리로 자리잡음. 전통문화의 거리 지정(1988)	서울 600년 역사와 함께한 전통 거주지역 (1930년 전후로 개량)	전통미와 현대미가 동시에 공존하는 이색적 공간
	청계천, 관철동 젊음의 거리, 피맛골 등 입지	골동품, 고미술, 화랑, 고가구점, 화방, 민속공예품, 전통찾집 등 밀집	북촌한옥마을, 정독도서관, 갤러리, 미술관, 박물관 등 입지	카페, 음식점, 갤러리, 화랑, 찻집 등 입지
인적·문화적 요소	현대문화 (현대적 거리중심)	전통문화 (문화예술중심)	전통문화 (역사자원중심)	현대적 전통문화 (독특, 개성표출)
정서적·상징적 요소	젊음, 활기, 수변, 동적	전통문화, 공연, 기념품, 동적	전통주거, 체험, 근대, 교육, 정적	이색, 독특성, 휴전, 분위기, 맛, 동적
상대적 요소	(중심부, 상권) 청계광장, 종로, 시청 등으로부터의 유입 및 유동인구가 많음	(중심부, 상권) 종로3가, 종각, 청계천 등으로부터의 유입인구가 많음	(주변부) 인사동으로부터 유입단절(안국동 사거리), 유입 및 유동인구 급감	(주변부, 상권) 경복궁 쪽에서부터 유입 인구는 많으나, 북촌으로부터의 유입인구는 거의 없음(절벽길로 인해 공간 단절)

관광, 지속가능한 관광 등으로 바뀌고 있는 상황적 맥락을 통해 이해할 수 있다. 그 중에서 콘텐츠는 문화관광을 실현할 수 있게 하는 핵심적인 장치로 해당 장소의 역사적, 인문적 환경을 기반으로 만들어 진다. 콘텐츠를 개발한다는 것은 장소성의 핵심가치를 발굴한다는 것이며, 장소를 상품화할 수 있는 매력성의 원천을 만들어 낸다는 것이다. 연구 대상이 되는 청계천에서 삼청동에 이르는 테마루트는 서울 구도심의 문화관광의 거점이다. 실제로 이들 대상지는 청계천 자원의 활성화를 위한 대안 검토에서 가장 잠재력이 높은 루트로 전문가 검토를 받은 곳이다. 앞 절에서 제시한 바와 같이 해당 루트는 전통, 현대, 문화, 예술을 아우르는 다양성을 전면부에 보여줄 수 있고 서울의 역동성과 다면적인 소통구조를 제시할 수 있는 장소이다. 각 장소는 다른 장소와 차별화되는 독특한 장소성을 보유하고 있으며, 내용적, 공

간적 차원으로 연계될 수 있는 장점을 갖고 있다. 특히 시간이라는 테마를 통해 전통, 근대, 현대의 모습을 일련의 세부 테마와 스토리를 통해 보여줄 수 있는 특성을 보유하고 있는 곳이다. 실제로 대상이 되는 테마루트는 관광상품화를 가능하게 하는 상품속성 평가에서 시장성, 테마성과 조화성이 높게 나왔던 곳이다. 다시 말해 관광상품으로 전환될 수 있는 시장성과 콘텐츠의 기반이 되는 테마성을 보유하고 인근자원과의 연계성이 높다는 점이 중점적으로 평가된 곳이다¹²⁾.

문화관광콘텐츠의 기반이 되는 장소자산을 시간의 차원을 통해 접근하는 것은 시간이 장소 자산의 고유성을 형성하는 원천이기 때문이다. 또 다른 의미로 관광대상지가 되는 곳은 관광을 목적으로 하는 방문객들의 요구에 맞추어 일정한 개발과정을 겪는다. 장소성은 시간이 경과함에 따라, 혹은 이용자의 요구에 따라 자연스럽게 혹은 인위

12) 전문가조사결과 테마성, 시장성, 매력성, 조화성, 체험성이 관광상품의 속성으로 도출되었으며, 이중 시간을 테마로하는 청계천에서 삼청동에 이르는 테마거리는 시장성(3.75), 테마성(3.8), 조화성(3.9)이 높은 것으로 나타났다.

적으로 진화, 발전하는 개념이다. 문화관광콘텐츠를 선형적 테마거리로 네트워크화 한다는 것은 콘텐츠를 공간적 차원으로 개발한다는 것과 동일한 의미이다. 공간적 차원의 콘텐츠 개발은 외부지역과의 관계에서 차별화된 콘텐츠를 개발한다는 것과 내부지역 내에서의 콘텐츠를 다양화한다는 것을 동시에 포함한다(송경언, 2005). 차별화된 콘텐츠는 경쟁지역과의 관계에서 지역의 특수성에 근거한 장소성을 개발한다는 것이며, 내부 콘텐츠의 다양화는 장소마케팅을 위한 장소상품을 개발한다는 의미이기도 하다.

청계천에서 삼청동에 이르는 테마거리의 장소성 강화 전략은 차별화되는 장소성을 보존, 강화할 수 있는 스토리를 부여하고, 공간적 스케일에 맞는 다양한 공간 콘텐츠를 제공하는 것이다. 스토리의 핵심 구조는 시간의 맥락에서의 장소성을 기반으로 한다. 시간적 차원으로 각 장소의 콘텐츠는 역사성에 있어 차이를 보일 것이며, 이것이 테마루트의 장소성의 원천이며 다양화의 기반이다. 이러한 콘텐츠를 바탕으로 정성적인 관점에서 공간 연출을 하면 다음과 같다.¹³⁾

1. 제1구간: 오늘날의 서울 (청계광장-광고-종로-인사동 입구)

관철동 젊음의 거리, 피아노 거리 등 패션, 문화 등 현대적 흐름을 한눈에 볼 수 있는 복합적 현대 문화공간으로 포지셔닝 되어 있다. 또한 테마거리의 시발점에 가까운 입지의 특성으로 인해 테마거리 탐방 시작을 의미하는 상징물 등이 조성될 수 있다. 예를 들어 광고부근에 청계천 지대의 낙차를 이용한 폭포 및 분수 조성을 통해 시각적 유희 및 방문객 유도를 위한 매력물을 조성할 수 있다. 청계천과 인사동, 북촌, 삼청동 테마거리의 연속성 및 연계성을 상징하고, 거리의 방향성을 제공할 수 있으며, 현대-근대-전통으로의 시간여행이라는 테마거리 컨셉을 어필할 수 있는 조형물 및 관광안내소를 설치함으로써 정보성을 극대화할 수 있다. 차별적 보도블록 문양 및 가로환경 조성을 통한 테마거리의 시각적 인지효과를 창출함으로써 장소성을 실현할 수 있다(〈그림 2〉 참조).

2. 제2구간: 문화공존지대(인사동)

1988년에 인사동은 전통문화의 거리로 지정되



〈그림 2〉 제1구간 관련 이미지

13) '정성적 관점'이라고 한 것은 건축설계, 공간연출 등은 설계나 연출을 위한 배경, 과정상의 타당성을 바탕으로 이루어지지만 그 결과는 전적으로 전문가의 주관적인 관점, 즉 전문가의 식견을 바탕으로 하기 때문에 다양하게 표현될 수 있기 때문이다. 본연구에서 청계천, 인사동, 북촌을 하나의 네트워크로 엮는 작업, 즉 관광네트워크화하는 것은 궁극적으로 이들의 장소성을 강화하기 위한 것이다. 장소성을 강화하는 방법 중 하나로 개별 공간의 문화관광콘텐츠를 창의적으로 보완하고 또 전체를 하나의 맥락으로 보고 맥락성이 강화되도록 문화관광콘텐츠를 제안하고자 하였다.



〈그림 3〉 제2구간 관련 이미지

었으며, 1997년 4월부터는 일요일마다 ‘차없는 거리’로 지정되었다. 거리축제가 자주 열리며, 선인들의 생활도구, 장신구 등 전통공예품이 진열되어 있어 옛 정취를 풍기는 거리의 특성을 보유하고 있다. 외국관광객들에게는 ‘매니스 앨리(Many’s Alley)’로 잘 알려져 있으며, 현대식 건물과 전통이 공존하는 거리로 변모하고 있는 실정이다. 기개발된 테마거리로 거리조성에 한계가 있을 것으로 예상되나, 전통과 현대의 전이지대로서의 테마적 입지 구축이 용이한 지역이다. 화랑, 갤러리의 입지적 요소를 최대한 살린 거리화가유치 및 야외 작품전시 등 예술문화의 거리특성을 부각시킨 테마거리를 창출하고, 전통 화랑, 갤러리 및 현대미술, 거리예술(조형물, 바닥그림, 작품전시 등)의 조화와 활성화를 도모할 수 있게 한다. 인사동의 중심거리와 작은 골목길 문화를 살릴 수 있는 안내표지판 및 차별적 거리특성을 부여할 필요가 있다(〈그림 3〉 참조).

특히 구간결절점인 광고-인사동 입구는 방향성이 끊기거나 접근성이 떨어지는 지점에 어트렉션 및 조형물 설치를 통해 테마거리 루트의 흐름 연결 및 시각적 집중성 및 방향성을 부여할 수 있다. 시간여행의 자연스러운 흐름을 유도하고 지루하지 않는 도보여행이 될 수 있도록 결절점의 테마부여를 통한 각 테마거리의 연결성을 확보하도록 하였다. 벤치, 화장실 등 편의시설 제공을 통한 휴

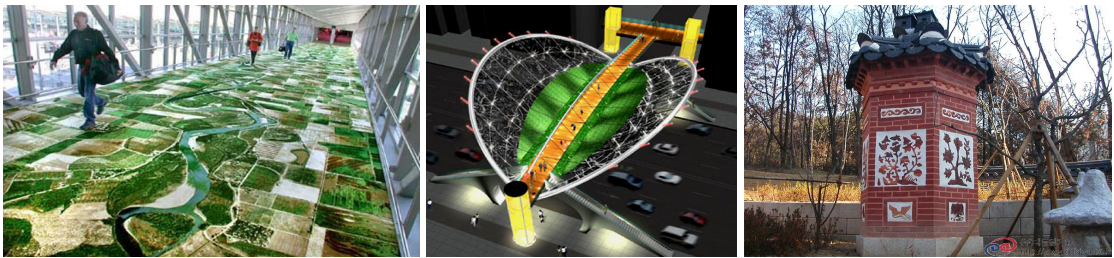
식공간으로서의 기능을 창출하여 머무를 수 있는 조건을 제공하며, 분위기 환기 및 활력소 부여의 공간으로 다양한 볼거리 및 이색적 조형물을 설치할 필요가 있다.

3. 제3구간: 근대화거리 (안국빌딩-삼청동파출소)

가로 입구는 근대성을 상징할 수 있는 조형물을 설치하여 근대라는 시간적 맥락을 자연스럽게 체험할 수 있게 하였다. 한국 근대화의 상징적인 건축물이나 상징적인 물체를 벽면, 바닥, 조각품 등으로 조형함으로써 테마의 전환을 암시하고자 했다. 풍덕, 덕성 여중고 담장 길은 부조와 조각, 조명기구를 설치하면 걷는 즐거움과 보는 즐거움을 동시에 제공할 수 있다. 조각의 주제는 ‘근대성’, ‘사색’이라는 구간 콘셉트와 ‘역동성’이라는 전체 콘셉트에 초점을 맞추어 제작하는 것이 바람직하다. 1980년까지 운행했었던 서울의 전차는 근대의 상징물로서 강한 연상 작용을 가지고 있다는 점에서 노면 철로 상징물을 조성할 수 있다. 이를 위해 바닥에 전차철로를 연상하게 하는 바닥조형물을 설치함으로써 루트의 연장성을 강조할 수 있다. 특히 상가들이 근대성표출과 맥락을 같이할 수 있도록 근대적인 성격의 간판을 유도하는 내용의 “(가칭)정독도서관 길 간판조례”도입을 추진할 수 있다. 직접 발광하



〈그림 4〉 제3구간 관련 이미지



〈그림 5〉 제4구간 관련 이미지 1



〈그림 6〉 제4구간 관련 이미지 2

는 간판을 자제하고, 간접조명 등을 이용하는 간판을 장려하며, 나무·석조·금속 등 근대적인 성격의 재료를 사용하는 간판을 설치하는 방향으로 제시할 필요가 있다(〈그림 4〉 참조).

4. 제4구간: 전통거리 (정독도서관-북촌한옥마을)

〈그림 5〉와 같이 정독도서관 입구에서 전통적인 담장 양식을 활용하여 낮고 개방성 있는 보도 보호펜스를 설치함으로써 방문객에게 편안함과

안정감을 제공한다. 또한 기와를 연상할 수 있는 기와보도를 설치하여 길의 재미를 더하게 한다. 사업 시행 시 일반 대중의 소망을 적은 기와, 전통적인 문양이 들어간 기와를 중간에 삽입함으로써 직접 체험할 수 있는 기회를 제공하고 보는 재미를 더하게 할 수 있다. 재동초등학교 사거리에 한옥마을을 알리는 강한 상징 건축물을 도입하여 볼거리를 제공하고 한옥마을로의 인구유입을 유도할 수 있다. 예를 들어 상징물의 대안으로는 사거리의 네 모서리를 축으로 하여 차량과 사람의 통행에 불편을 주지 않고, 사거리의 지붕을 덮는 한

옥 건축 상징물을 도입하고, 육교의 기능, 조망의 기능, 전통 정자의 휴식기능을 복합적으로 수행할 수 있도록 상부에 기능성 공간을 도입할 수 있다.

삼청동 절벽 길 상징가로를 <그림 6>과 같이 조성할 수 있다. 북촌한옥마을에서 북서측으로 삼청동을 향해 있는 절벽 길을 특화된 테마가도로 조성함으로써 북촌과 삼청동 일원의 연결성을 강화한다. 벨기에 브뤼셀의 중심 관청가에서 중심관광거리(오줌싸개 동상 있는 거리)로 연결될 수 있도록 단절된 수직의 절벽에 엘리베이터를 설치한 것에서 모티브를 얻었다. 연결도로 및 수직 엘리베이터를 설치함으로써 기능성과 매력성을 동시에 제고할 수 있다. 절벽 측으로의 조망성과 가로 자체의 조형미, 심미성, 이색성을 극대화하는 방안을 도입할 수 있다. 일본 요코하마 오산바시 국제여객터미널의 상단 데크공원 및 데크터널 등을 벤치마킹하고, 전통담장 및 조형물을 도입하여 펜스와 벤치 등을 조성할 수 있다.

IV 공간영역의 연계전략을 통한 장소성 강화

청계천, 광교부근에서부터 삼청동 길까지의 장소성을 분석한 결과 구간별로 독특한 테마 및 특성을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 <표

4>에서 보는 바와 같이 인사동에서부터 북촌, 북촌에서 삼청동으로의 인구유입이 단절되어 있는 상태이며, 청계천에서부터 이어지는 테마거리의 활성화를 위한 지역간 연계성 강화, 랜드마크적 요소 표출이 이루어질 필요가 있다.

1. 안국동 사거리 보행전널목

인사동지역 북쪽으로 삼청동과 북촌 한옥마을 일대에 국제갤러리(1982)를 필두로 갤러리현대, 금호미술관, 선재미술관 등 10여 곳의 갤러리와 함께 티베트 박물관, 장신구 박물관 등 이색 테마시설전시장 등이 들어서면서 문화예술 거리로 확장되었다. 또한 북촌 한옥마을 일대의 한옥 밀집지역의 관심 증대와 환경 개선으로 관광객의 발걸음이 쫓아지면서 다양한 먹거리와 볼거리를 갖춘 관광명소로 각광받고 있다. 인사동 지역과 북촌 지역의 연계를 적극적으로 개선할 경우 외국 관광객에게 쾌적하고 한국적인 분위기를 느낄 수 있는 테마거리로서의 잠재력이 풍부한 장소 가치를 보유하고 있다. 그러나 안국역에서 정독도서관에 이르는 북촌 입구인 교육길은 최근에 차량을 일방통행으로 바꾸고 보행자 공간을 확장하여 걷기 쾌적한 환경으로 정비하였으나 인사동 길과 연결되는

<표 4> 테마거리의 구간별 현황 및 개선방향

구분	청계천 광교부근	인사동	북촌	삼청동길
현황	← 활성화 →		← 단절 →	← 단절 →
개선 방향	1. 인사동으로부터 이어지는 문화의 축 연결(안국동 사거리 보행교 개발) 2. 정독도서관의 근대성 및 상징성 표출, 랜드마크(청소년 복합 문화센터 건립) 3. 삼청동 절벽길과 북촌 한옥마을의 지형적 단절 연결(공공계단, 엘리베이터, 데크 설치 등)			
목표	← 구간간 연계성 강화 및 매력물 건립을 통한 테마거리 활성화 →			

안국동 사거리의 보행 건널목의 환경이 열악하여 두 지역 간의 연계성이 떨어지고 있는 실정이다. 교육길은 현재 새로이 도로포장공사와 주변담장공사가 진행되어 진입부로서의 환경이 많이 개선되었음에도 불구하고, 인사동의 유동인구를 끌어들이지 못한 한계를 노출하고 있다.

따라서 현대와 과거가 교차하는 예술의 거리 인사동에서 그 곳을 벗어나 한적한 근대적 거리로의 자연스러운 흐름을 유도하는 결절점 역할이 가능하도록 안국동 사거리 보행건널목을 개선할 필요가 있다. 다시 말해 문화공존지대를 지나 이 길 이 여기서 끝나지 않았음을 암시하는 길의 연장이 필요하다. 인사동길을 따라서 교육길의 연결은 현재의 평면적인 보행 건널목을 기존 도로의 흐름에 방해하지 않으면서 걷는 즐거움을 주는 건널목으로 수직적으로 끌어올려 입체화시킴으로 보행성과 매력성을 동시에 확보할 수 있는 방안이 필요하다(〈그림 7〉, 〈그림 8〉 참조).

2. 정독 도서관 터 청소년 복합 문화센터

정독도서관은 조선시대 화기도감(조총 제작 관장), 장원서(과목과 화초 재배 관장), 성삼문 집터(집현전 학사, 사육신), 종친부(서울시 유형문화재 제 19호)의 터로 경기 고등학교 교사를 거쳐 현재 도서관으로 사용되고 있다. 약 36,000㎡의 넓은 터에 옛 경기고등학교 교사를 도서관으로 개조하여 넓은 공원과 함께 학생 및 직장인이 즐겨 찾는 도서관으로 사랑을 받고 있다. 정문 인근에 교육 사료관이 교육 박물관의 명맥을 유지하고 있다. 그러나 정독도서관은 북촌 한옥마을의 공간질서를 확연하게 깨고 있을 뿐 아니라, 지형상 석축으로 둘러싸여 막혀있음으로 인해 공공시설로서의 접근성 및 가로 환경에 제 역할을 못하고 있는 실정이다.



〈그림 7〉 인사동에서 교육길쪽으로 본 보행교 모습



〈그림 8〉 우정국로(조계사)에서 본 보행교 모습

특히 지금의 도서관은 시설이 노후하고, 접근성이 떨어져 중요한 위치적 역할을 못하고 있다.

정독 도서관 터 청소년 복합 문화센터는 정독 도서관이 가지는 근대성은 물론 위치상으로도 인사동과는 다른 전통 생활을 엿볼 수 있는 과거와 좀 더 가까이 있어 이전의 한국을 만날 수 있는 기점으로서의 역할을 할 수 있다. 현 도서관의 기능에 교육 박물관, 공예 박물관, 미술 전시장, 다목적 공연장 등을 수용하는 청소년 복합 문화센터를 건립하여 문화의 축을 형성하고 랜드마크로서 이 일대의 생동감과 역동성을 부여함으로써 장소성을 확장할 수 있다. 기존 도서관 건물은 서울 전통문화시대 중심부로서의 입지를 최대한 활용하여, 청소년 호텔(유스호스텔체인)로 전환하여 세계 청소년 관광객에게 저렴한 숙소를 제공하고 청소년

복합 문화센터와 연계, 다양한 체험 프로그램을 수용하는 세계적 명소로 발전시킬 수 있다.



〈그림 9〉 선재 미술관 쪽에서 내려다 본 모습

3. 북촌길

경복궁 동측 삼청동 길에서 가회동길을 연결하고 있는 북촌길은 북촌 한옥마을의 중심도로이다. 갤러리등 문화공간과 경복궁을 잇는 이 길은 북촌 한옥마을 입구 도로로서 전통 한국의 멋을 찾아온 사람들에게 열려있는 공간으로 기능을 하고 있다. 경복궁에서 전통적인 멋을 온전히 느꼈다면 북촌길은 번잡한 도시로 다시 돌아가기 전에 과거와 현재를 떠올리며 여유를 즐길 수 있는 색다른 볼거리와 먹거리가 공존하는 공간으로 변화중이다. 그러나 현재 도로는 아스팔트 차도와 보도블록의 특색 없는 평범한 가로의 특징을 보이고 있다. 사람들이

걸으면서 여유를 즐기기보다 이동 수단으로서의 역할이 강하다. 국군 서울지구병원, 정독도서관 석축 등으로 가로활동의 연속성이 단절되어 가로의 활기가 떨어지는 한계를 보여주고 있다. 〈그림 10〉과 같이 북촌길 개선 방향은 보행자 위주의 인사동길, 교육길과 연계된 가로 환경을 조성하여 걷고 싶은 길로 개선할 필요가 있다. 차량 일방통행로 검토 및 가로시설물을 적극적으로 설치하고, 가로변 건물의 용도 및 경관개선 지침을 수립하여 특화시킴으로 북촌 한옥마을의 중심가로로 전환되도록 유도하는 방안을 고려할 수 있다.

4. 하늘재길(삼청동 절벽길)

삼청동 길에는 특별한 분위기의 다양한 테마카페와 먹거리 식당으로 활기찬 자유로움이 살아있는 공간이다. 하늘재길은 한옥건물의 전통미와 소규모 사설박물관, 갤러리, 카페의 현대미가 공존하는 독특한 장소성을 보유하고 있는 곳이다. 그러나 다양한 볼거리와 먹거리가 들어서고 있는 삼청동 길과 높이차가 많이 나는 북촌 한옥마을 절벽길의 단절로 인해 사람들의 발걸음을 멈추게 하는 한계가 노출되고 있다. 또한 하늘재길의 좁은 도로에 여유를 주는 오픈 스페이스가 부족함으로 머무는 자원으로서의 기능을 하지 못하고 있다. 〈그림 11〉과 같이 하늘재길의 개선방향은 높이차



〈그림 10〉 가로경관의 예시

를 이용하여 절벽길의 상단에 하늘 데크 공원을 만듦으로써 문화의 거리로 변화하는 삼청동을 한 눈에 내려다보면서 여유를 즐길 수 있는 공간으로 조성할 필요가 있다. 하늘재길과 삼청동길의 지형적 단절을 연결할 공공계단과 엘리베이터를 설치하여 보행자들에게 색다른 수직 이동 공간을 제공함으로써 걷고 싶은 북촌 테마거리의 활성화에 기여할 수 있다.



〈그림 11〉 하늘데크를 내려다 본 모습

V. 결론 및 시사점

서울은 근대화 과정에서 전근대적인 모습을 일소하는 방식의 적극적 개발로 급속한 서구화의 길을 걸어왔다. 이 과정에서 전근대적인 것은 비합리적인 것으로 서구적인 것은 합리적인 것으로 인식하여 많은 가치 있는 근대적 유산들이 사라졌으며, 이와 유사한 맥락에서 아시아의 다른 메트로폴리탄 도시와 차별화가 거의 이루어지지 않고 있다. 탈산업화, 탈근대화로 대표되는 현대 도시는 다른 도시와 차별화되는 독특한 도시이미지를 구축하기 위한 노력을 기울이고 있다. 대부분의 도시들은 예술과 문화 콘텐츠를 전면에 그리고 전통과 고유성을 후면에 배치하여 현대적인 편리성,

규격성, 안정성, 합리성을 유지하면서 각 도시의 정체성을 부각하고자 한다.

본 연구는 장소마케팅 관점에서 장소와 장소성의 의미를 탐색하였으며, 서울 구도심의 문화관광자원인 청계천과 인근 연계자원의 장소성을 강화하여 결과적으로 장소상품화의 콘텐츠를 제시하는데 그 목적이 있다. 장소의 콘텐츠는 장소성과 환경을 고려한 현실적인 대안의 관점에서 제시하는 것을 목표로 하였다. 연구의 대상은 청계천, 인사동, 북촌, 삼청동을 잇는 테마거리의 조성이며, 대상 선정의 근거는 문화, 역사적 장소자산이 서울에서 가장 풍부하고 잠재성이 높은 루트라는 전문가 조사결과를 반영한 것이다. 또한 조사결과 청계천은 강한 상징성을 보유하고 있음에도 불구하고 공간적 한계 등으로 지나가는 자원으로서의 고립성을 탈피하지 못하고 연계자원과의 시너지를 확보하고 있지 못하고 있다. 따라서 개별적 자원으로서 장소적 가치가 검증된 자원들을 연계함으로써 장소성이 보다 공고히 될 수 있는 루트로 선정하게 되었다.

실제로 청계천은 도심의 생태를 복원하고 도시민의 휴식공간으로서의 기능은 성공적으로 수행하고 있는 것으로 나타났다(백선훈, 2006). 그러나 역사문화자원과의 연계성의 부족으로 도심의 문화관광의 거점으로서의 역할은 미비한 것으로 나타났다. 특히 청계천 내부의 협소함, 주변보다 낮은 지대 등으로 인하여 단절감과 밀폐감 등을 형성하는 것과 우수한 도심관광자원들과의 연계성은 기대에 못미치는 것으로 조사되었다. 따라서 청계천을 시발점으로 북촌, 삼청동을 잇는 테마관광거리는 도심자원의 활력을 강화하고 역사문화, 예술 콘텐츠를 기반으로 하는 장소성을 강화할 수 있을 것이다.

선정된 테마관광거리의 테마 콘셉트는 시간의

맥락에서 접근하였다. 시간의 차원으로 접근할 수 있는 근거는 시간은 장소의 고유성 형성의 원천이 된다는 것이다. 장소와 시간과의 관계는 밀접하게 연관이 되어 있으며 시간은 장소체험의 중요한 요소이다(이석환·황기원, 1997). 특히 종로는 서울이 수도로 자리한 역사 이래로 도심의 중심 역할을 해온 곳으로 장소자체가 역사적 시간의 대변자이다. 청계천에서 삼청동에 이르는 테마거리는 전통, 과거, 현대, 문화, 예술 등을 아우르는 콘텐츠를 보유하고 있는 장소들의 집합으로 특히 시간의 여행이라는 관점에서 장소성을 해석할 수 있다.

문화관광콘텐츠가 관광분야에서 대두되고 있는 것은 관광의 경향이 변화하고 있는 것과 관련이 있다. 특히 도시관광의 경우는 유적지 위주의 대량 패키지형 관광에서 개별적이고 문화적인 관광으로 도시공간의 경험을 소비하는 형태로 변화하고 있다. 따라서 문화관광콘텐츠를 개발한다는 것은 장소의 핵심가치를 발굴하여 장소 상품화를 가능케 하는 원천을 만들어 낸다는 것을 의미한다. 청계천에서 삼청동에 이르는 거리를 선형으로 네트워크화 한다는 것은 콘텐츠를 공간적으로 개발한다는 의미와 같다. 장소성을 고려하고 연결테마루트의 연결성을 강화하기 위해 장소간 연결점과 상징공간의 건축물 도입 등을 통해 테마관광루트의 현실적인 대안을 도출하였다. 공간 구성의 원칙은 지역 내부에서의 장소자산의 다양화와 외부 지역과의 관계에서는 차별화된 콘텐츠를 제시하는 방식으로 진행하였다. 이를 구체적으로 살펴보면, 테마거리 구간간의 연계성을 강화하고 매력적인 상징물을 건립하여 테마거리의 매력성을 높일 수 있도록 하였다.

현재는 구간 간 인구 유입이 단절된 인사동에서 북촌, 북촌에서 삼청동 구간의 연계를 적극적으로 개선함으로써 쾌적하고 매력적인 거리 환경

과 랜드마크적 요소 표출을 통해 장소성과 매력성을 배가할 수 있는 대안을 제시하고자 하였다. 우선적으로 현재 안국동 사거리의 평면적인 보행 건널목을 기존 도로의 흐름에 방해하지 않으면서 걷는 즐거움을 주는 보행건널목으로 수직적으로 끌어올려 입체화시킴으로 보행성과 매력성을 동시에 확보할 수 있도록 하였다. 다음으로 현재 북촌한옥 마을의 공간질서를 확연하게 깨고 있는 정독도서관을 청소년 복합 문화센터로 전환할 수 있는 방안을 제시하였다. 정독 도서관 터의 청소년 복합 문화센터는 정독 도서관이 가지는 근대성은 물론 위치상으로도 인사동과는 다른 전통 생활을 엿볼 수 있는 과거와 좀 더 가까이 있어 이전의 한국을 만날 수 있는 기점으로 역할을 할 수 있다. 현 도서관의 기능에 교육 박물관, 공예박물관, 미술 전시장, 다목적 공연장 등을 수용하는 복합 문화센터는 문화의 축을 형성하고 랜드마크로서 일대의 생동감과 역동성을 부여함으로써 장소성을 확대할 수 있다. 마지막으로 삼청동 길과 연해 있는 북촌한옥마을의 하늘재 길은 낙폭의 차가 너무 크고, 오픈 스페이스가 부족한 현실을 감안하여 지형적 단절을 극복할 수 있는 공공계단과 엘리베이터 설치를 제안하고 절벽길 상단에 테크 공원을 조성함으로써 보행자들에게 이색적인 경험과 여유로움을 제공할 수 있게 하였다.

장소성은 고정적 개념이 아니라 상황적, 역사적으로 변동 가능한 개념이다. 장소성은 장소를 소비하는 사람과 건물, 환경 등과 같은 공간이 상호 결합하여 형성되는 것으로, 자연발생적으로도 인위적으로도 만들어질 수 있다. 탈 근대사회에서 장소성은 역사성에 기초한 고유성에 전적으로 의존하기 보다는 방문객의 요구, 경제적 욕구, 정치적 의도, 제공자의 문화적 수준에 따라 형성되는 경우가 많다(Jiven and Larkham, 2003). 그러나

장소성은 장소마케팅의 핵심적인 콘텐츠로 매력적인 유인요소임과 동시에 장소애착의식을 불러일으켜 재방문을 유도하는 중요 기제이다. 청계천, 인사동, 북촌을 독립된 장소로 고착화하지 않고, 이들 공간을 하나로 네트워크화하는 것은 궁극적으로 장소성을 극대화하는 데 목적이 있다. 개별적인 장소에 대한 콘텐츠의 강화만으로도 어느 정도의 효과는 볼 수 있지만 전체를 하나의 맥락으로 파악하고 문화관광콘텐츠를 보완하는 것이 장소성 강화에 더 효과적일 수 있다. 본 연구는 이러한 관점에서 사례지역을 새롭게 변화시키는 대안을 정성적 관점에서 제시하였다. 그러나 전술한 바와 같이 본 연구는 실증적 데이터를 바탕으로 하는 계량적인 연구의 틀과는 거리가 많다. 논문의 특성상 설계논문의 틀을 따를 수밖에 없다. 즉 장소에 대한 문화관광콘텐츠 부여, 공간구상이 연구자의 주관적인 견해에 전적으로 의존한다는 한계를 갖고 있다.

참고문헌

- 김덕현·김현주·심승희(역), 2005, 「장소와 장소상실」, 논형 (Edward Relph, 1976, *Place and Placelessness*, Pion, London).
- 김학희, 2007, “문화소비공간으로서 삼청동의 부상”, 「한국도시지리학회지」, 10(2): 127~144.
- 공자원·노시학, 1999, “장소마케팅의 등장배경, 개념 및 유형에 관한 고찰”, 「관광지리학」, 11: 119~137.
- 공자원·이승곤·한진수, 2001, “문화관광거리 대학로의 장소마케팅에 관한 연구”, 「관광학연구」, 25(1): 79~99.
- 박숙진, 2002, “독일의 문화관광테마가도 개발에 관한 사례연구: 로마네스크 가도를 중심으로”, 「관광경영학연구」, 6(2): 59~78.
- 백선훈, 2005, “장소성과 장소마케팅”, 한국학술정보(주).
- 백선훈, 2006, 「청계천 지역의 시민문화행태 연구」, 서울시 정개발연구원.
- 서구원·배상승, 2005, 「도시마케팅」, 커뮤니케이션북스.
- 서울특별시·청계천복원추진본부·청계천복원시민위원회, 2002, 「청계천 복원」.
- 송경언, 2005, “장소마케팅에 있어 콘텐츠의 역사성·네트워크와 문화·생태지향적 관광개발”, 「지리학연구」, 39(2): 205~219.
- 이무용, 2006, 「지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략」, 논형.
- 이석환·황기원, 1997, “장소와 장소성의 다의적 개념에 관한 연구”, 「국토계획」, 32(5): 169~184.
- 이인배, 2002, “장소마케팅을 통한 부여지역 문화관광 발전 전략”, 「2002 한국관광학회 학술대회 자료집」, 81~97.
- 이정훈, 2005, “장소의 상징적 이미지와 문화적 활동의 영역적 체계에 입각한 문화관광개발의 개념적 모형 정립”, 「한국지리학회지」, 11(5): 405~425.
- 이현군, 2006, “역사적 시간과 장소의 문화콘텐츠적 성격과 관광자원화 -서울을 사례로-”, 「한국지역지리학회지」, 12(3): 408~420.
- 이훈, 2006, “축제를 통한 장소마케팅 모형개발과 적용: 안산시를 사례로”, 「관광연구저널」, 2: 1~18.
- 장규식, 2003, “일제하 종로의 민족운동 공간”, 「한국근현대사연구회」, 26(3): 71~91.
- 최인호, 2008, “스토리텔링을 활용한 장소마케팅에 관한 탐색적 연구”, 「관광학연구」, 32(4): 411~429.
- 최인호·임은미, 2008, “스토리텔링을 활용한 장소마케팅에 관한 탐색적 연구”, 「관광학연구」, 32(4): 411~429.
- 한국관광공사, 2007, 「외래관광객 실태조사 보고서」.
- 홍인옥·최병두, 2004, “포스트모던 도시의 사회·문화의 새로운 도시화”, 「도시연구」, 2: 261~273.
- Butz, David and Eyles, John, 1997, “Reconceptualizing Senses of Places: Social Relations, Ideology and Ecology”, *Geografiska Annaler*, 79B: 1~25.
- Hay, Robert, 1998, “Sense of Place in Developmental Context”, *Journal of Environmental Psychology*, 18: 5~29.

- Jiven, Gunila and Larkham, P. J., 2003, "Sense of Place, Authenticity and Character: A Commentary", *Journal of Urban Design*, 8(1): 67~81.
- Jonas, Christine and Simpson, R. N., 2008, "The Possibility of Changing Meaning in Light of Space and Place", *Nursing Science Quarterly*, 19(2): 89~94.
- Urry, John, 2000, *Consuming Places*, Routledge, London.