

도시장소와 첨단기술이 어우러진 첨단문화장소 조성 계획

– 상암 디지털미디어스트리트 계획을 중심으로

Augmented Place Making by the Convergence of Urban Place and Digital Media

– Focused on the Planning for Sangam Digital Media Street

김도년* · 데니스프렌치만** · 마이클조로프*** · 이성창**** · 송승민*****

*성균관대학교 건축학과 · u-City공학과 교수 / **미국 Massachusetts Institute of Technology 교수 /

미국 Massachusetts Institute of Technology 교수 / *서울특별시 시정개발연구원 연구위원 /

*****성균관대학교 건축학과 박사과정

Kim, Do-Nyun* · Dennis Frenchman** · Michael Joroff*** · Lee, Seong-Chang****

· Song, Seung-Min*****

국문요약

디지털미디어스트리트는 도시 환경과 사업 여건의 변화와 기술 발달을 반영한 시나리오의 지속적인 수정을 통하여 초기 계획의 중요 원칙을 강화하고 조성 방향의 지속성을 유지해 나가고 있다. 이를 위해 디지털미디어스트리트 전체 계획치와 개별 장소의 특성을 융합한 시나리오를 수립하고 장소 큐레이팅(Curating) 계획에 반영하고 있다. 큐레이팅 계획은 새로운 문화의 발신 지로서 도시장소(Analog)와 첨단기술(Digital)이 어우러진 ‘한 차원 높은 문화 장소(Augmented Place)’의 조성을 기본방향으로 하고 있다. 디지털미디어스트리트 계획은 ① 산업과 입주기업 콘텐츠 특성을 고려한 네트워크 형성, ② 산업 및 콘텐츠 특성과 방문자를 고려한 거점 공공장소의 특성 설정, ③ 입주기업의 콘텐츠를 적극적으로 도입한 시나리오 설정, ④ 한 차원 높은 장소 조성을 위한 첨단기술(Digital)과 전통적 장소감동(Analog)의 융합방식 설정, ⑤ 장소별 시나리오 및 큐레이팅 방향 수립의 5단계로 이루어졌다.

Abstract

Digital Media Street is responsible for the consistent revision of a scenario that will reflect the changes and technological progress in the industry with strong narratives; The strong narratives also establish a curating plan through this scenario that integrates the Digital Media Street masterplan rationale with the characteristics of individual places. This curating plan basically attempts at a new cultural point wherein both analog (urban place) and digital (cutting-edge technology) aspects are harmonized to become an ‘Augmented Place’. Process for the Digital Media Street place planning is composed of five phases. ① Build a network considering the characteristics of the industry and contents of the resident companies; ② Define the nature of public nodes, considering industry, contents characteristics, and visitors; ③ Set a scenario that actively uses the contents of those resident corporations; ④ Set the integration of digital (high tech) and analog (traditional space impression) factors to create augmented space, and; ⑤ Establish a place-based scenario and curating directions.

주제어 : 장소 큐레이팅, 장소 만들기, 첨단기술, 장소 시나리오

Keywords : Augmented Place, Place Curating, Cutting-Edge Technology, Place-Based Scenario

Corresponding Author : Song, Seung-Min, Department of Architecture, Sungkyunkwan University, 300 Cheoncheon-dong, Jangan-gu, Suwon, Gyeonggi-do 440-746, Korea, Email : min6325@skku.edu

본 계획 수립에 있어 김도년은 총괄 도시설계 및 디지털 장소 계획, 데니스프렌치만은 도시 계획 및 설계, 마이클조로프는 도시 개발과 산업 분야 구상, 이성창은 정책 및 디자인 가이드라인 수립, 송승민은 계획 진행 및 디지털 장소 조성계획을 수행하였다.

1. 서론

1.1. 계획 배경 및 목적

‘상암 새천년 신도시 조성 사업’의 일환으로 조성되고 있는 디지털미디어시티(Digital Media City, 이하 DMC)는 최첨단 정보산업단지로서 동북아 경제 중심지 및 21세기 세계 지식 정보 산업의 메카로서의 부상과 서울의 지속가능한 발전을 열어갈 미래형 복합도시 조성을 목표로 하고 있다. DMC의 중심가로인 디지털미디어스트리트(Digital Media Street, 이하 DMS)는 첨단기술과 가로활동, 물리적 공간이 상호작용하는 도시 장소로서 DMC를 첨단 디지털미디어 기술과 콘텐츠 실험의 장으로 발전시키기 위하여 계획적으로 조성하는 DMC 선도 사업이다.

이와 같은 목표와 비전을 가지고 조성되어 온 DMS는 국내 최초의 계획된 디지털 첨단 가로로서 선도적인 역할을 해왔다. 그러나 최근 중앙정부 및 지자체 주도로 유비쿼터스 도시(u-City)와 유비쿼터스 가로(u-Street)의 확산과 빠른 조성이 이뤄지고 있고, 이들 계획들이 DMS 계획과 상당부분 유사하여 차별성이 미흡해지고 있다. 또한 사업이 장기화됨에 따라 빠르게 변화하는 첨단기술에 대한 대응력의 한계로 첨단 정보통신기술과 디지털 미디어 기술의 테스트베드로서의 선도성이 낮아지고 있어, DMS 적용 기술에 대한 전반적인 검토 및 보완이 필요하게 되었다.

이에 본 계획에서는 첨단문화 발신지이자 첨단 디지털미디어 기술의 테스트베드로서 그리고 한 차원 높은(Augmented) 도시가로 조성을 계획 목표로 설정하여 장소 조성 방향 및 큐레이팅 계획을 수립하였다. ‘디지털미디어스트리트 기본계획(2003)’에서도 첨단기술의 장소 적용에 대하여 다루어졌으나 기술 적용 방향에 대한 이론적인 측면과 적용 가능한 기술 요소 도출에 중점을 두고 연구가 이루어졌다. 반면 본 계획에서는 첨단기술과 장소의 융합 측면에서 디지털과 아날로그의 조화에 중점을 두어 장소 특성별 디지털과 아날로그의 융합 유형을 분류하여 계획에 적용하였고, 입주 기업의 산업, 시설 및 프로그램, 저층부 조성 등 조성 현황을 반영한 계획을 수립하였다.

1.2. 계획 범위 및 내용

계획의 공간적 범위는 DMS의 거점 공공공간인 주민공원(Neighbor Park), IT 환경예술공원(IT-Art Park), 디지털미디어광장(Digital Media Plaza), 엔터테인먼트광장(Entertainment Plaza) 4개의 장소와 그 주변 필지와 건물들이다. 내용적 범위는 현황 분석을 통한 장소별 특성 분석과 장소별 계획 방향, 장소별 세부 계획 및 큐레이팅 방향에 대해 다루었다.

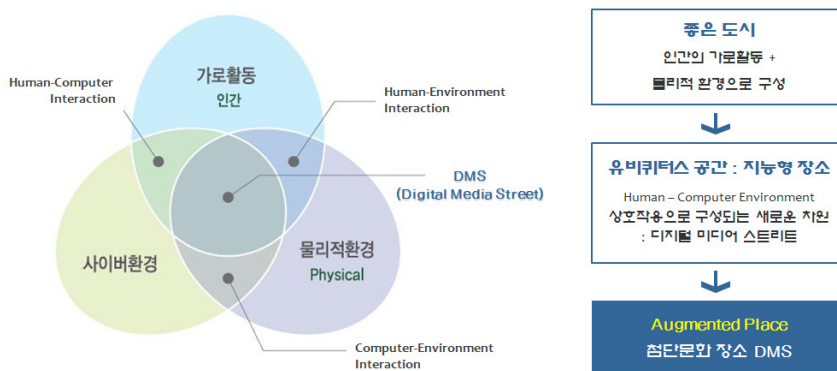


〈그림 1〉 계획의 공간적 범위

2. 계획 방향 및 계획 접근 방법

2.1. 계획 방향

본 계획은 장소 체험과 첨단기술이 어우러진 한 차원 높은 장소 조성인 ‘오그먼트드 장소(Augmented Place)’를 기본방향으로 한다. ‘오그먼트드 장소’는 첨단기술인 디지털미디어와 정보통신 기술을 공간장소적 특성에 조화롭게 적용하여 장소 이용자들에게 더 다양하고 풍부한 도시 활동과 경험을 제공하는 장소를 의미한다. 즉 ‘오그먼트드 장소’는 거리의 전통적 구성요소인 가로활동과 물리적 환경(Analog) 그리고 첨단기술(Digital)이 어우러진 장소로서 시민들에게 한 차원 높고 다양한 도시 활동과 문화를 제공하는 첨단문화장소를 의미한다¹⁾.

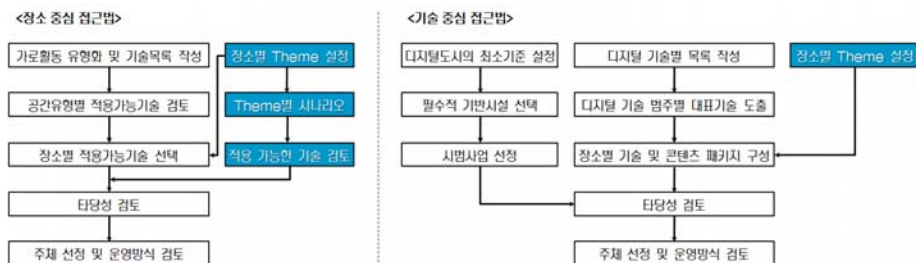


〈그림 2〉 DMC 도시환경 계획 개념 : 오그먼트드 장소(Augmented Place)

DMS는 거리의 전통적 구성요소인 인간 가로활동, 물리적 환경 이외에 첨단기술로 인해 형성되는 디지털미디어환경까지 포함하며, 디지털미디어환경의 추가는 단순히 구성요소 하나를 더하는 의미가 아니라, 가로활동과 물리적 환경, 그리고 양자 간 상호작용으로 구성되는 거리 개념에 첨단기술과 물리적 환경, 첨단기술과 가로활동 간 상호작용을 발생시킴으로써 최종적으로는 ‘물리적 환경, 첨단기술, 인간가로활동’이라는 복합적 상호작용을 창출할 수 있다(그림2 참조).

2.2. 계획 접근 방법

첨단기술을 적용한 공간계획의 접근 방법은 ‘장소중심 접근법’과 ‘기술중심 접근법’으로 구분할 수 있다.



〈그림 3〉 장소중심 접근법과 기술중심 접근법

1) 본 계획에서는 공간 장소적 의미보다는 기술 구현에 초점을 맞춰 진행하고 있는 국내 대다수 유비쿼터스 도시들과 계획 접근법 상 차별성을 두기 위해 ‘오그먼트드 장소’라는 용어를 사용하였다. 또한 ‘오그먼트드 장소’는 기존 아날로그적 환경과 디지털 기술의 조화를 통해 장소의 특성을 극대화하고 도시활동을 보완하고 다양화한다는 점에서 디지털 기술과 아날로그적 감성을 융합한다는 의미의 ‘디지로그(Digi-log)’와 구분하였다.

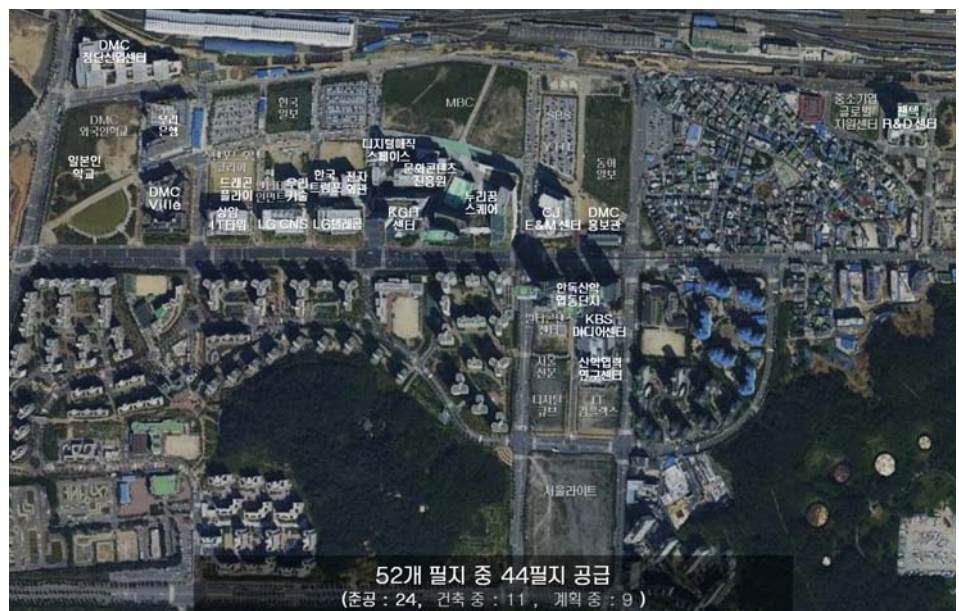
첫째, 장소중심 접근법은 도시환경을 다루어왔던 도시계획, 도시설계, 건축, 조경 등 물리적인 장소를 만들어가는 전통적인 방식에 의한 계획방법으로 가로활동의 재해석에서 출발하여 테마를 시나리오로 만드는 작업을 중심으로 진행한다. 유비쿼터스 공간을 구현하기 위해 도시의 가로활동을 유형화하고 각 활동에 따른 적용 가능 기술 목록을 작성하여 각 장소별 테마에 대응시켜 특수해를 도출하는 과정으로 계획이 이뤄진다.

둘째, 기술중심 접근법은 디지털 기술 자체에 중점을 두고 유형별 대표기술을 선별한 후 디지털 도시의 최소 기준을 설정하고 그 기준을 충족시킬 수 있는 시범사업을 선정한다. 즉, 대표기술과 시범사업에 우선순위를 두고 장소별 테마를 적용하는 것이 장소중심 접근법과의 차이이다.

본 계획은 장소 현황 분석 후 장소별 테마 설정을 통하여 장소별 특성에 맞는 기술을 적용하였다는 점에서 장소중심 접근법의 프로세스를 따르고 있지만 실제 계획과정에서는 두 가지 접근법을 분리하여 사용하지 않고 두 가지 접근법을 상호보완적으로 적용하였다.

3. DMC 조성 현황

DMC는 쓰레기 매립지였던 난지도 부근의 버려진 땅에 서울시가 2001년부터 569,925㎡(약 17만 2천 평) 규모로 조성하고 있는 디지털미디어·문화콘텐츠 산업의 중심단지로 오는 2015년 완공을 목표로 하고 있다. 현재(2011년 2월 기준) 총 52개 필지 중 24개 필지가 준공되었고 11개 필지가 건축 중, 9개 필지가 계획 진행 중에 있다²⁾. 공공 부문에서는 DMC 조성 사업에 의하여 IP-인텔라이트(IP-Intelight), 인포부스(Info-Booth), 통합운영센터 등을 포함한 첨단 기반시설의 설치와 조경 및 도로 공사, 가로시설물 설치 등 공공 환경 조성이 이뤄지고 있다³⁾.



〈그림 4〉 DMC 조성 현황(2011년 2월 기준)

2) 서울디지털미디어시티 홈페이지 중 입주기업 부분 정리

3) IP-인텔라이트와 인포부스는 DMC에 설치된 첨단정보통신 기반시설이다. IP-인텔라이트는 기존 가로등 기능에 무선 Access Point 기능을 통한 핫스팟 역할, 안전과 보안을 위한 CCTV 설치, 센서 설치를 통한 정보 수·발신 기능 및 시설물 관리 기능이 추가된 첨단 가로등이다. 인포부스는 웹키오스크를 기반으로 개방공간에서 이용자들이 다양한 정보 및 서비스를 접할 수 있도록 키오스크, ATM, IT폰 등이 결합된 종합 정보 키오스크이다. 서울특별시(2010) 내용 정리

DMC는 최첨단 디지털미디어콘텐츠 개발과 생산유통기지이자 세계 최고 수준의 연구 집적지를 지향하고 있으며 영화, 방송, 애니메이션, 음악, 온라인교육 등 5대 M&E 산업을 중심으로 한 신기술의 테스트베드(Test Bed)이자 경제허브로 조성 중이다⁴⁾.

장기적인 사업기간과 사업 여건이 변화, 기술 수준의 변화 등으로 인해 기본계획에서 제시한 축의 성격 변화와 선도시설블록 사업추진의 지연 등 사업 추진에 있어 변화가 발생하였지만 가이드라인에 의한 계획 관리와 조정, 서울시의 역할 등에 의해 초기 DMC가 가지고 있던 계획 취지를 잘 실현해나가고 있다.

4. 업그레이드를 위한 큐레이팅 계획

4.1. 시나리오 작성 방향

최초 DMS 기본계획 수립 시(2000) 작성된 시나리오는 DMC 조성과정에서의 여건 변화에 의해 기술 발전과 수요를 감안한 업그레이드가 필요하게 되었다. 이에 사업 여건의 변화와 기술 발달을 반영한 시나리오의 지속적 수정과 나레이티브 강화를 위하여, DMS 전체 계획취지와 개별 장소의 특성을 융합한 시나리오를 작성하고 장소 큐레이팅 계획을 수립하였다.

시나리오의 작성은 다음과 같은 과정을 통해 이루어졌다.

1단계에서는 입주기업을 산업적 특성과 콘텐츠 분석을 통하여 국제적, 국가적, 지역적(서울), 지구적 네트워크 차원에서 분류하고, 2단계에서는 주변 입주기업의 산업 및 콘텐츠를 바탕으로 거점 공공장소의 특성을 설정한다. 3단계에서는 입주기업 산업 및 콘텐츠를 활용한 시나리오를 작성하고, 4단계에서 첨단문화장소 조성을 위한 첨단기술(Digital)과 전통적 장소감동(Analog)의 융합방식을 설정 한 후, 5단계에서 장소별 시나리오 및 큐레이팅 방향 수립이 이루어졌다.

4.2. DMS 시나리오 단계별 계획

4.2.1. 1단계 : 산업과 입주기업 콘텐츠 특성을 고려한 포지셔닝

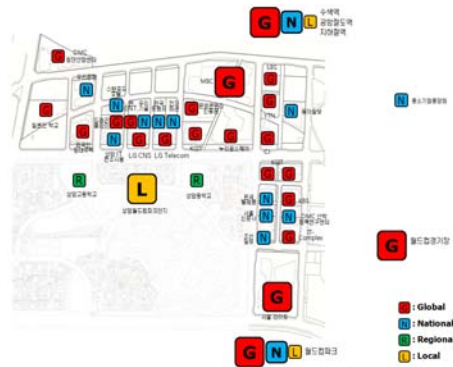
시나리오 계획 1단계에서는 DMC의 도시산업 특성을 장소적 특성과 연계하기 위하여 입주 기업이 결정된 필지들을 대상으로 필지별 사업과 콘텐츠를 공간 네트워크 차원에서 구분하여 국제적 차원(Global), 국가적 차원(National), 지역(Regional) 및 지구(Local)차원으로 분류하였다.

디지털미디어 관련 공공지원시설과 미디어 관련 기업, 외국계 교육 및 연구시설, IT 관련 국제적 기업은 국제적 차원의 시설로 분류하였고, 벤처와 연구 지원을 위한 공공지원 시설, 언론사, 일부 IT 관련 기업, 숙박시설은 국가적 차원의 시설로 분류하였다. 지역 및 지구 차원의 시설로는 지역 교육시설인 상암 중·고등학교와 주변 아파트단지들이 있다 (표1, 그림5 참조).

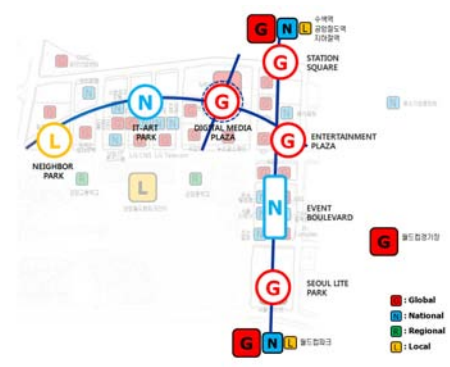
4) 현재 MBC 본사를 비롯해 SBS와 KBS 위성방송 등 방송사와 주요 기능이 4개 필지에 입지하고, 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 한국일보, 한국경제의 주요 기능과 서울신문 본사 등 언론사가 4개 필지에 입지하여 새로운 미디어 클러스터를 형성해 나가고 있다. CJ 엔터테인먼트(영화), 팬 엔터테인먼트(드라마), 드래곤플레이(게임)와 같은 다양한 분야의 미디어 엔터테인먼트 기업과 LG CNS, LG 텔레콤 본사, 온세텔레콤, 팬택계열 연구센터 등 IT/SW/통신의 첨단기술 관련 기업, 문화콘텐츠 진흥원, 누리꿈 스캐어, IT-Complex와 같은 연구기관들과 서울시의 인큐베이팅 센터(첨단산업센터)가 입지하고, 또한 미래 서울시의 랜드마크이자 호텔, 친환경 오피스, 주거시설, 상업시설, 디지털미디어를 이용한 문화 및 전시시설이 복합되어 조성되는 서울라이트가 입지하여 디지털미디어 산업의 기획부터 생산까지 그리고 연구에서 실험, 그리고 비즈니스까지 다차원적인 융합을 실현하고 있다. 서울특별시(2010) 내용 정리

〈표 1〉 산업 및 입주기업 콘텐츠에 따른 분류

	국제적	국가적	지역/지구적
공공지원시설 (교육·인큐베이터)	누리꿈스퀘어, 문화콘텐츠진흥원, 디지털매직스페이스, DMC Ville, 첨단산업센터, IT-Complex, 일본인학교, KGIT	산학협력연구센터 중소기업중앙회	상암 중학교 상암 고등학교
미디어 (Media)	MBC, SBS, YTN, KBS, 드래곤플라이, 팬 Ent., CJ Ent.	동아일보, 조선일보, 서울신문, 한국일보	
IT	LG CNS, LG 텔레콤	우리은행, 상암IT컨소시움, 한국트럼프, 우리기술, 온세통신	
주거 및 숙박	서울라이트(업무숙박 복합)	스텐포드호텔	월드컵파크단지



〈그림 5〉 1단계 : 산업 및 입주기업 콘텐츠에 따른 분류



〈그림 6〉 2단계 : 거점 공공장소의 특성 설정

4.2.2. 2단계 : 산업 및 콘텐츠 특성과 방문자를 고려한 거점 공공장소의 특성 설정

DMS 구현방향인 살아있는 실험실(Living Laboratory)과 쇼케이스의 장으로서 디지털과 아날로그, 그리고 전통적인 도시 활동과 새로운 기술의 어우러짐을 통하여 한 차원 높은 미래 도시문화를 만들어가기 위해 대표적인 거점장소들을 사용자와 방문자 그리고 주변 필지의 입주기업들의 사업 및 콘텐츠를 집적하는 장소로 조성한다.

상암지구가 지닌 입지조건과 특성의 기반이 되는 수색역의 미래 위상과 기능 그리고 월드컵 공원, 한강, 서울월드컵경기장과의 관계를 고려하여 거점공간의 기능과 역할을 재정립한다. 공공지원시설과 미디어 관련 기업들이 주변에 주로 입주해있는 디지털미디어광장과 엔터테인먼트광장, 공항철도와 경의선과 연결되어 국제교통의 허브가 될 수색역, 이벤트의 중심이었던 월드컵경기장과 월드컵공원, 미래 서울의 랜드마크가 될 서울라이트 단지는 국제적 특성을 지닌 장소로 분류하였다. 주변에 IT기업들과 언론사들이 집중적으로 입주하는 IT 환경예술공원과 이벤트가로(Event Boulevard)는 국가적 특성의 장소로 분류하고, 지역 교육시설과 주거단지에 둘러싸인 주민공원은 지역적 용도의 공공장소로 분류하였다(그림6 참조).

4.2.3. 3단계 : 입주기업의 콘텐츠를 적극적으로 도입하여 시나리오 설정

기본계획과 지구단위계획에서 제시하여 지속적으로 관리하고 있는 DMS 기여 용도(전시, 문화, 홍보)와 가로활성화 용도(전문판매, 카페, 레스토랑 등)들의 공간잠재력을 적극적으로 활용하여 DMS의 초기계획취지를 뛰어넘는 장소로 조성한다. 이를 위해 각 기업의 특성과 계획서에서 제시한 특화프로그램을 전체 계획에 맞추어 조화롭게 조정하고 개별건물과 장소별로 그 기능과 역할을 부여하였다.



〈그림 7〉 3단계 : 입주기업의 기능과 용도를 활용한 시나리오 구축

〈표 2〉 개별건물과 장소별로 그 기능과 역할을 부여(예시)

건물명	역할 및 기능	각 시설의 프로그램 및 콘텐츠
YTN	세계의 창, 끊임없는 뉴스 미디어파사드를 통해 24시간 세계의 뉴스를 끊임없이 제공하여 가장 빠른 뉴스를 접할 수 있는 장소	- 공개홀 : 뉴스제작의 전 과정을 체험하고 교육하는 공간 - 오픈스테이지 : 엔터테인먼트광장과 연계하여 다양한 문화공연과 이벤트가 이루어지는 장소 - 방송체험관 : 가상의 아나운서가 되어 뉴스를 진행하기도 하고 PD나 작가가 되어 제작과정을 몸소 체험할 수 있는 장소 - 미디어파사드 : 24시간 세계의 뉴스를 끊임없이 제공하여 가장 빠른 뉴스를 접할 수 있는 세계의 창
SBS	스마일 인큐베이터 시인들이 직접 SBS의 대표 코메디, 버라이어티 프로그램의 아이디어를 제공하고 여러 가지 콘텐츠와 방송 제작과정을 체험할 수 있는 열린 방송국	- 오픈형 소극장 : 개그맨 지망생들과 신인 개그맨들이 자유롭게 자신의 아이디어를 가지고 공연하고 시민들에게 평가 받는 등 다양한 아이디어 교류와 공연이 이뤄지는 장소 - 웃음체험관 : SBS의 방송 프로그램을 재현해 놓은 세트장에서 직접 인기 드라마나 개그프로그램의 캐릭터로 분장도 하고 UCC 제작도 가능한 공간

4.2.4. 4단계 : 장소별 첨단기술(Digital)과 전통적인 장소적 감동(Analog)의 융합방식 설정

거점 장소별 성격에 따라 첨단기술(Digital)과 전통적 장소감동(Analog)의 융합방식과 그에 따른 계획 요소 및 설치 시설을 설정한다. 장소의 성격에 따른 융합 방식은 디지털 기술의 적용 수준에 따라 ‘Ambient Digital’, ‘Digital Interactive’, ‘Experience Digital’로 분류하였다.

‘Ambient Digital’은 숨어있는(Embedded) 디지털 기술로 도시활동을 지원하고 숨어있는 기술 요소들을 통하여 필요한 서비스를 제공하는 장소 개념으로 주민공원(Neighbor Park)이 이러한 성격을 띠는 장소에 포함된다.

‘Digital Interactive’는 아날로그와 디지털 기술이 특성에 맞게 융합된 장소 개념으로 시민들은 첨단 IT 및 디지털 기술과 아날로그 요소가 어우러진 문화예술을 체험할 수 있다. 유비쿼터스 생활을 일상에서 경험하고, 첨단 디지털이 적용된 문화를 경험할 수 있는 디지털 인터랙티브한 장소개념으로 IT 환경예술공원, 역사(Station)광장, 엔터테인먼트광장, 이벤트가로, 서울라이트를 이와 같은 성격의 장소로 조성한다.



〈그림 8〉 3단계 : 주요 거점 공공장소의 성격 설정

‘Experience Digital’은 장소와 디지털기술이 융합하여 새로운 디지털 문화의 발신지가 살아있는 실험실이며 첨단기술의 테스트베드로서의 장소 개념이다. 현실과 미래공간이 공존하고 지속가능한 공동의 미래 비전을 제시하며, 디지털 미디어의 체험, 생산, 교육, 연구, 판매, 테스트베드, 쇼케이스 등이 이루어지는 공간으로 디지털미디어광장이 이에 해당한다.

4.2.5. 단계 : 장소별 시나리오 및 큐레이팅 방향 수립

4단계에서는 DMS 전체 계획취지와 개별 장소의 특성을 융합한 시나리오를 작성하고 시나리오에 따라 각 거점 장소별 큐레이팅 계획을 수립한다. 장소 큐레이팅 방향은 거점 공공장소와 주변 입주건물을 대상으로 계획하였다. 거점 장소는 조성방향과 설치 시설물, 제공 서비스 및 프로그램 중심으로 계획하였고, 주변 입주건물 큐레이팅 방향은 가로 환경 조성에 큰 영향을 주는 저층부 용도 및 시설, 입면, 공개공지 등을 중심으로 설정하였다.

5. 장소별 세부 계획 및 가이드라인 작성

5.1 장소별 현황 및 조성 기본 방향

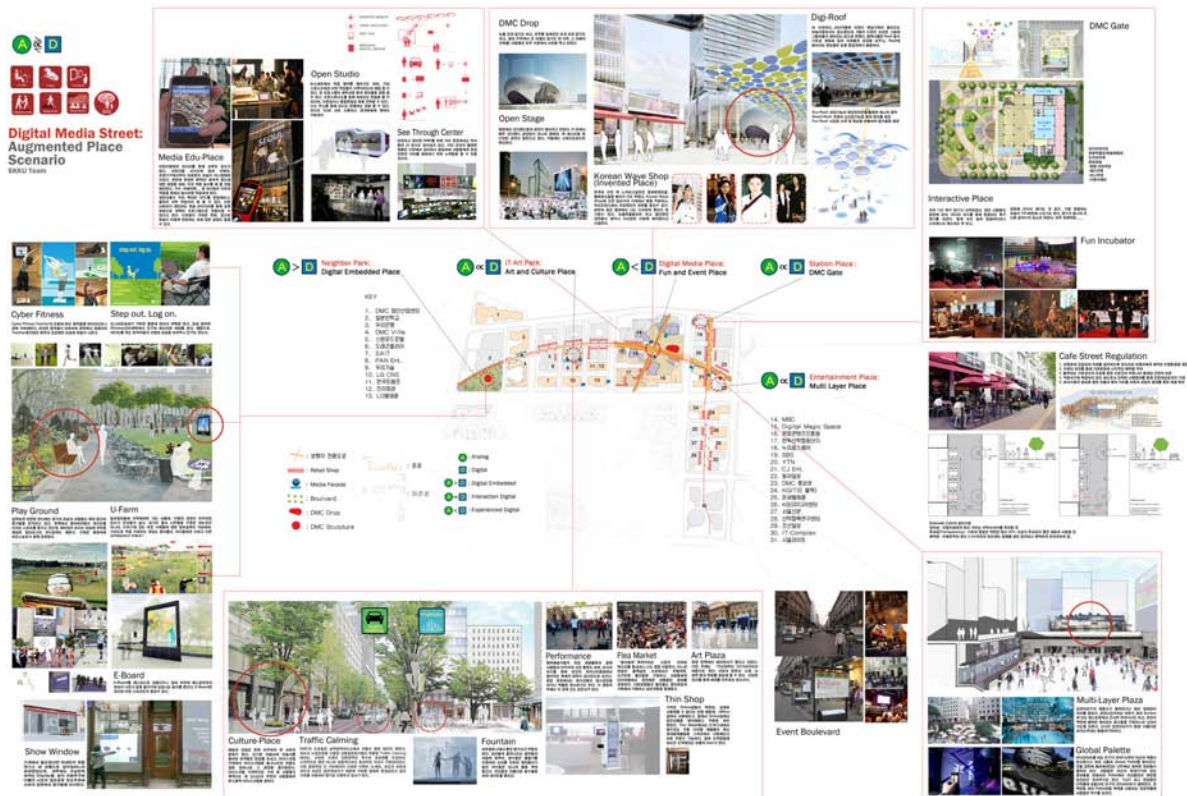
5.1.1. 주민공원

주민공원 주변은 대부분 주거, 교육 및 업무시설들이 입지하고 있다. 공원 내에는 자연 녹지, 휴게 공간 그리고 운동 기구 등이 조성되었고, 첨단가로등인 IP-인텔라이트가 설치되어 다양한 유비쿼터스 활동을 지원할 수 있다. 또한 DMC 상징조형물인 ‘밀레니엄아이’를 중앙에 설치하였다(그림11 참조).

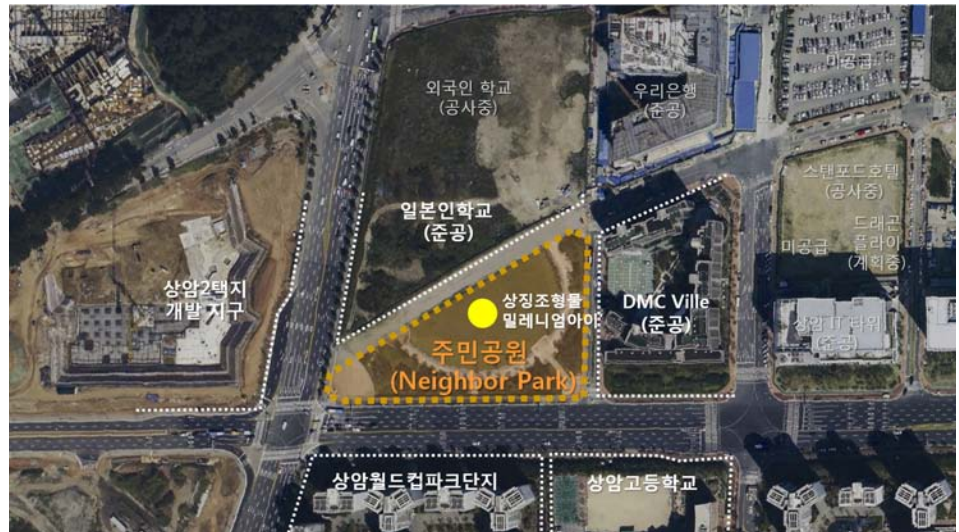
주민공원의 조성 기본 방향은 훌륭한 조경과 녹지가 있고 디지털기술이 숨겨진 (Embedded) 도심형 소공원으로, 주민과 직장인, 가족들의 휴식을 위한 조정·녹지 공원으로 조성한다. 첨단기술은 IP-인텔라이트 외에는 대부분 숨겨 자연적 체험을 극대화할 수 있는 장소로 계획한다.



〈그림 9〉 4단계 : 주요 거점 공공장소의 성격에 따른 Digital과 Analog 융합 방향 결정



〈그림 10〉 5단계 : DMS 장소별 시나리오 및 큐레이팅 방향 설정



〈그림 11〉 주민공원(Neighbor Park) 주변 현황

5.1.2. IT 환경예술공원

IT 환경예술공원 남측(B5-2)부지에는 우리기술이, 남동측 부지에는 트럼프코리아(B6-2)가 입지하고 있다. 서측(B4-1)에는 비즈니스 호텔인 스탠포드호텔이 건축 중에 있고, 남서측 부지(B4-3)에는 온라인게임업체인 드래곤플라이, 남측 부지(B5-1)에는 드라마 제작업체인 팬 엔터테인먼트, 북측 부지(B2)에는 한국일보가 계획이 진행 중에 있다. B1, B3, B6-1 부지는 현재 미공급 상태이고 그 밖에도 IT와 통신관련 업체인 LG 텔레콤 본사, LG CNS, 상암 IT 빌딩이 주변에 입지하고 있다. IT 환경예술공원 내에는 현재 조경공사와 가로시설물 설치가 진행 중에 있고, 두 개의 환경조형물이 설치되어 있다(그림12 참조).

IT 환경예술공원은 도심형 광장과 활발하고 품격 높은 문화상점 가로로 디지털이 아날로그 환경과 어우러져 시민 활동을 지원하는 첨단기술과 도시 활동이 조화롭게 이뤄지는 장소를 조성 기본 방향으로 한다. 이를 위하여 품격 높은 디자인의 카페, 레스토랑, 화랑



〈그림 12〉 IT 환경예술공원 주변 현황

등 다양한 가로 활성화 기능이 1층에 위치하고 광장에는 시민들이 좋아하는 체험시설인 분수 등의 시설이 있어 문화와 광장이 어우러진 미래형 삼청동, 인사동 또는 뉴욕 그리니치빌리지가 구현되는 장소로 계획한다. DMS 환경의 질을 높이고 활동을 활성화 시키는 동시에 민간이익을 창출할 수 있도록 1층의 용도와 외관을 중점관리하고, 광장과 어우러지게 환경조형물을 신중하게 선정·설치하여 품격 높은 미디어아트의 체험 공간으로 조성한다.

5.1.3. 디지털미디어광장

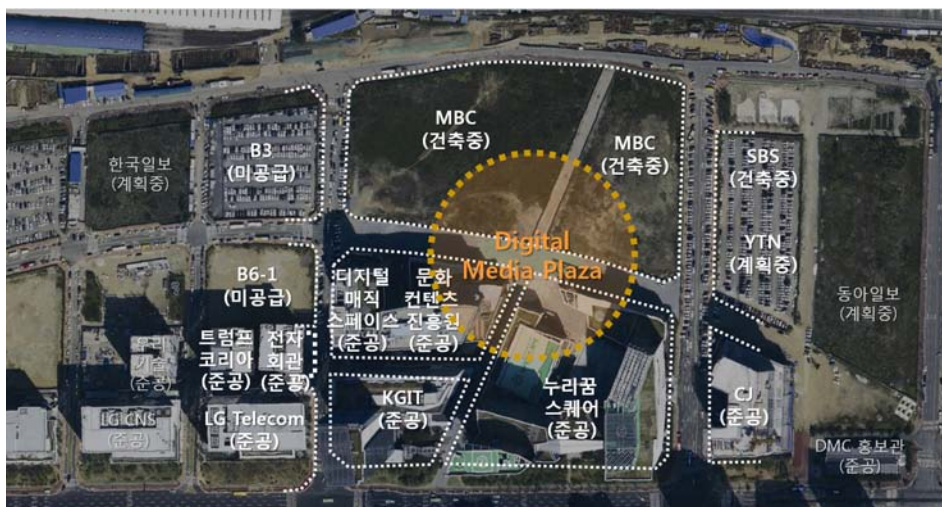
디지털미디어광장은 MBC, 누리꿈스퀘어, 문화콘텐츠진흥원, 디지털매직스페이스가 입지한 DMC 디지털미디어의 중심 장소로서 보행자 전용도로가 교차하고 대규모 공개공지가 조성되어 유동인구가 가장 많을 것으로 예상되는 장소이다.

남서측(C3)의 문화콘텐츠진흥원은 26개의 제작 및 미디어·엔터테인먼트 시설을 운영하고 있고, 남동측(C5)의 누리꿈스퀘어는 66개의 벤처 및 R&D센터를 운영 중이다. 남서측(C4) 하단의 KGIT는 32개의 게임·방송·디지털미디어 교육연구 및 제작 시설을 운영하고 있다. 또한 북측에는 MBC 본사가 제작스튜디오와 함께 2013년 준공을 목표로 건축 중에 있다(그림13 참조).

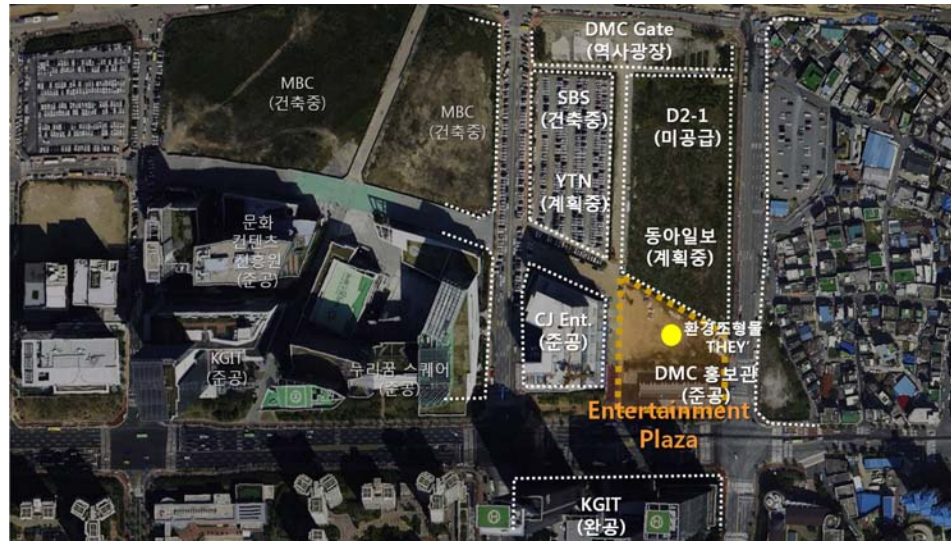
디지털미디어광장은 디지털미디어의 생산, 제작, 판매, 교육에 이르는 전 과정을 체험할 수 있는 장소로서 살아있는 실험실이자 테스트베드, 쇼케이스의 조성을 기본 방향으로 한다. DMC 이벤트의 중심 장소이며 거리공원이나 온라인 게임 등 국제적인 행사에 모두 함께 참여 할 수 있는 장소로 계획하고, 보행자 전용도로와 주변의 MBC, 문화콘텐츠진흥원, 누리꿈스퀘어, KGIT의 공개공지, 1층의 용도가 연계되어 새로운 디지털 문화를 창출하고 체험하는 장소로 조성한다.

5.1.4. 엔터테인먼트광장

서측(D3)에는 대중문화를 선도하는 CJ엔터테인먼트의 본사, 남측 부지에는 DMC 홍보관이 입지하고 있다. 북서측(D1-1, D1-2)에는 YTN 본사와 SBS 코미디 제작센터, 북측(D2-2)에는 동아일보와 LG CNS 본사의 계획이 진행 중에 있다. 현재, 엔터테인먼트광장 내에는 환경조형물 'THEY'와 가로등, 벤치 등의 가로시설물과 조경이 조성되어있다(그림 14 참조).



〈그림 13〉 디지털미디어광장 주변 현황



〈그림 14〉 엔터테인먼트광장 주변 현황

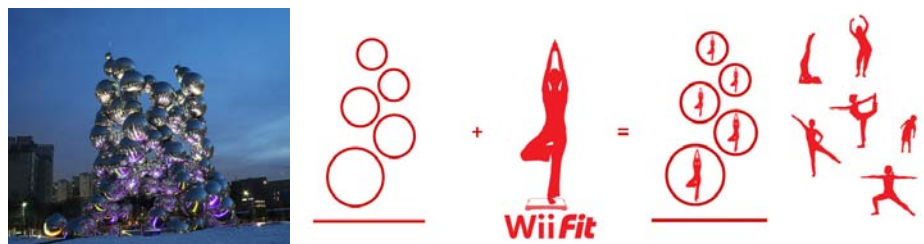
엔터테인먼트광장은 수색역-서울라이트-월드컵공원-한강을 연결하는 축과 DMS가 교차하는 장소로서 수색역의 장기적인 이용인구와 관광객을 대비한 다차원적 보행동선의 거점 공간으로 지하공간을 활용할 수 있도록 조성한다. 지하층은 DMC 홍보관과 CJ 등 주변기업과 연계하여 장소를 조성하도록 한다.

5.2 장소별 세부조성 계획 및 큐레이팅 방향

5.2.1 주민 공원

주민들의 휴식과 교류를 위한 자연 녹지 공원으로 디지털 기술의 적용을 최소화하기 위해 기설치된 상징조형물과 IP-인텔라이트를 통한 주민활동을 지원하고 그 외의 시설물 설치를 지양한다. 또한 교류 및 휴식 공간으로서 공원 기능을 극대화하기 위해 주변 필지의 휴식공간들과 연계를 유도한다.

이를 위해 공원 중앙부에 설치된 상징조형물은 위치적 장점과 다양한 미디어를 활용하여 환경조형물로서의 기능을 활성화하고, 공원 시설과 연계하여 인터랙티브한 프로그램(주민활동에 기여, 체조, 요가 등)을 수용할 수 있도록 계획 및 조정한다. 또한 IP-인텔라이트를 통하여 공원을 찾는 시민에게 무선인터넷 접속 기능을 제공하고 업무를 지원한다. 주변에 입지한 일본인 학교는 아이들이 뛰어놀고 주민 간 소소한 대화가 오고 가는 공동의 생활공간이자 보다 활용도가 높은 공간으로 만들기 위해 필지경계를 따라 세워지는 폐쇄적 담장설치를 지양하고 공원과 일본인학교 운동장을 연계하여 다양하게 활용할 수 있도록 학교의 개방을 유도한다. 또한 서비스드레지던스 용도인 DMC Ville의 중정 조경시설을 주민공원과 연계하여 개방하고 DMC에 기여 활용 할 수 있도록 조정한다.



〈그림 15〉 DMC 상징조형물 “밀레니엄아이”(좌)와 미디어 활용 개념(우)



〈그림 16〉 주민공원 세부계획 종합

5.2.2. IT 환경예술공원

디지털과 아날로그 환경이 조화를 이루는 도심형 광장으로 조성하기 위하여 디지로그적 (Digi-log) 시설물 설치를 유도하고 주변 입주기업과 연계한 다양한 프로그램을 계획한다. 또한 계획 취지에 맞는 저층부 조성을 위하여 주변 건물들과 지속적인 협의를 통하여 가로활성화 용도와 DMS 기여 용도를 건물 상황에 따라 도입한다.

이를 위해 IT 환경예술공원에서는 디지털과 아날로그가 융합된 도시활동을 제공하기 위하여 옥외영화관과 주말 벼룩시장 등의 프로그램을 운영한다. 벼룩시장은 주민공원에서 IT 환경예술공원까지의 DMS 일대에서 주말에 운영하며, 운영 초기에는 일반적인 주말 벼룩시장으로 운영하고, 차츰 소프트웨어, IT관련 제품(게임, 콘텐츠, 컴퓨터 프로그램) 등을 거래할 수 있는 DMC 특화 벼룩시장으로 특화시켜나간다. 옥외영화관은 팬 엔터테인먼트 북측 저층부 벽면을 스크린으로 계획하여 옥외영화관으로 활용하고, 상영될 콘텐츠는 문화콘텐츠진흥원의 영화박물관과 CJ 엔터테인먼트 등 DMC 지역 내 디지털 콘텐츠 관련 업체들의 콘텐츠를 활용한다.

첨단시설물로는 디지털 정보를 분수로 표출하는 디지털 분수를 설치한다. 디지털 분수는 아날로그와 디지털이 융합된 대표적인 시설로 분수의 감동을 첨단기술로 지원하게 된다. 이 시설은 IT 환경예술공원의 장소적 상징 및 매력 요소가 될 것이다. 디지털 분수는 방문자가 직접 콘텐츠를 수정하거나 바꿀 수 있는 사용자인터페이스(User Interface, UI) 시스템을 구축하여 다양한 시나리오와 디지털 콘텐츠를 반영할 수 있도록 하고, 기술적으로는 각종 센싱과 노즐을 설치하여 시시각각 변화하는 정보(서울시 정보 이동량과 같은 디지털 정보)를 표출할 수 있도록 조성한다. LED 조명, 안개 및 음악 등과 같은 분수에 설치할 수 있는 다양한 요소들과 연계하여 DMS만의 특화된 더욱 매력적인 분수로 조성을 유도한다.

IT 환경예술공원에 집중적으로 설치되는 환경조형물은 현재 조성된 조형물의 문제점을 개선할 수 있도록 심의 체계를 마련하고 민간의 합리적인 계획을 통하여 조성할 수 있도록 유도한다. 또한 DMS 환경의 질을 높이고 가로를 활성화 시키는 동시에 민간이익을 창출할 수

Alt1. 디지털 분수



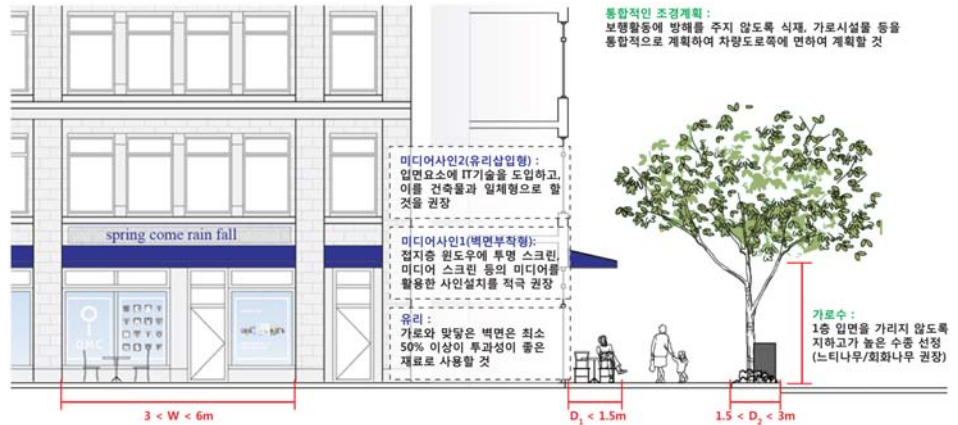
Alt2. Digital Water Wall



〈그림 17〉 디지털 분수의 계획 개념



〈그림 18〉 주변가로 이미지 예시도(상)와 IT 환경예술공원 주변 건물 1층 입면 예시도(하)



- 가로의 질적 이미지를 향상시킬 수 있도록 풍부하고 다양한 디자인으로 계획하며 다이나믹한 거리환경을 위해 작은 상점들이 연속 될 수 있도록 상점 폭원을 제한한다.(6m 내외)
- 시각적으로 투과성이 높도록(Permeable) 투시 가능한 재료를 권장하여, LED 등 선택적인 미디어 요소로 활용한다.
- 공개공지 또는 전면공지를 활용하여 카페거리(노천카페)를 조성하도록 유도한다.
- 차양시설 - 어닝(Awning)을 설치하도록 적극 유도한다.
- 미디어사인(Media Sign) - 간판은 LED 등의 첨단소재를 활용하여 예술적 가치를 높이도록 유도한다.

〈그림 19〉 IT 환경예술공원 주변 건물 1층 및 저층부 외관 가이드라인

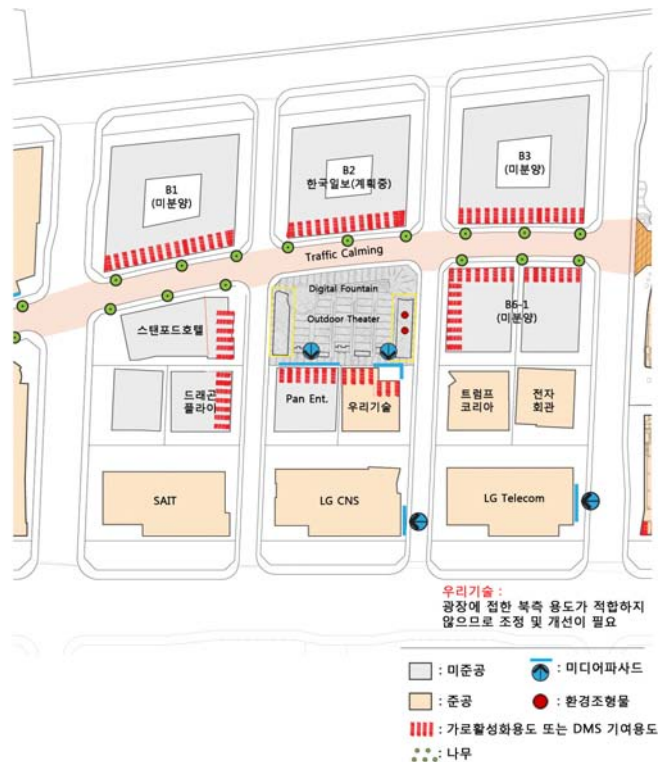
0 50 100 (m)

B1, B3, B6-1 :
저층부 가이드라인 적용
매각시 중점관리

스텐포드호텔
광장에 접한 동측으로 식당위치 조정

드래곤플레이 :
1층 Game café, 게임 시연 및
교육장소, 1층과 지하 1층에 조성

팬터테이먼트 :
근생시설(레스토랑/카페)와 함께 자사
제작물 전시 및 미디어작품 전시
광장벽면에 Screen 조성



〈그림 20〉 IT 환경예술공원 주변 건물 1층 및 저층부 큐레이팅 계획

있도록 1층 용도와 외관을 중점관리 한다.

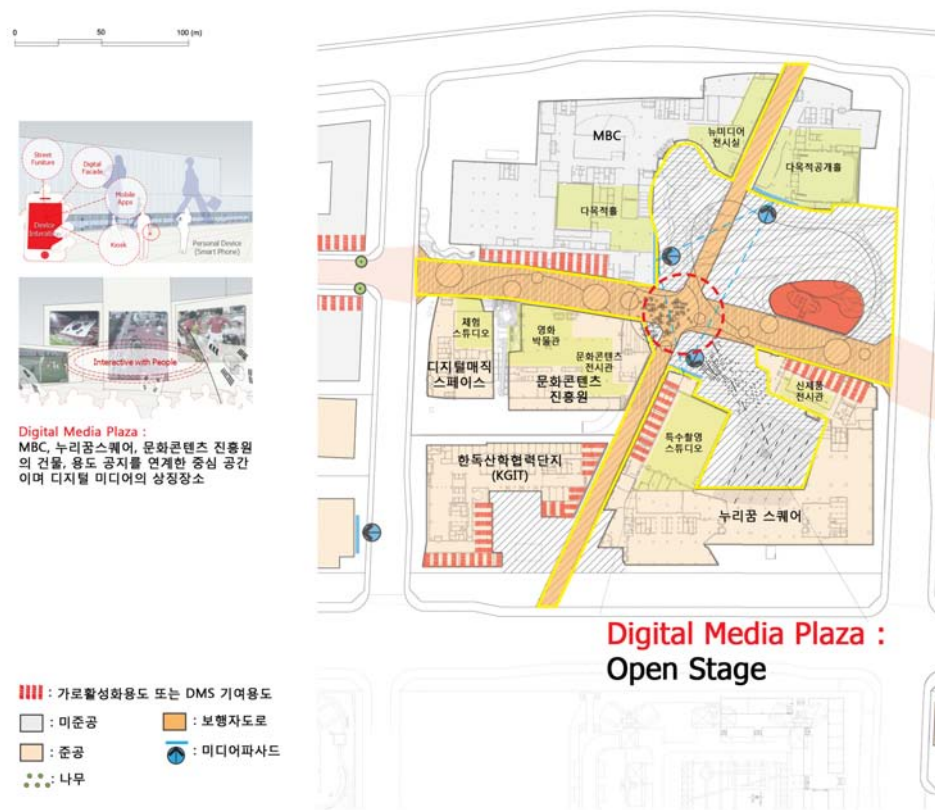
1층 및 저층부에는 개방성이 높은 식당, 카페, 갤러리, 전문판매점 등의 가로활성화 용도와 DMS 기여 용도를 설치한다. 외관은 가로의 질적 이미지를 향상시킬 수 있도록 풍부하고 다양한 디자인으로 계획하며, 다이나믹한 거리를 위해 작은 상점들이 연속 될 수 있도록 상점 폭원을 제어한다(그림20 참조).

5.2.3. 디지털미디어광장

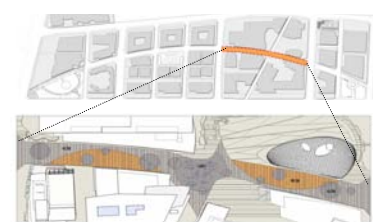
장소와 디지털기술이 융합하여 새로운 디지털 문화의 발신지로 조성하기 위하여 다양한 시설과 주변 입주기업의 콘텐츠를 활용한다.

디지털미디어광장의 오픈 스테이지(Open Stage)는 MBC, 누리꿈스퀘어, 문화콘텐츠 진흥원의 건물, 용도, 공지를 연계한 중심 공간이며 디지털미디어의 상징장소로서 다양한 이벤트에 따라 물리적 범위나 분위기 등을 자유롭게 변화시켜 길거리응원, 신제품 발표, 새로운 게임 시연 등 다양한 이벤트를 치를 수 있는 장소로 조성한다.

가로는 광장과 가로활동에 장애가 되지 않도록 시설물을 최소화한 계획을 수립하고 일부 구간은 보행자 흥미 유발과 디지털미디어광장에 어울리는 감성적이고 인터랙티브한 장소를 조성한다. 또한, 새로운 가로시설물로 환경에 따라 가변적으로 설치 가능하고 멀티미디어를 제공할 수 있는 ‘디지털루프(Digi-Roof)’ 도입을 고려한다(그림24 참조).



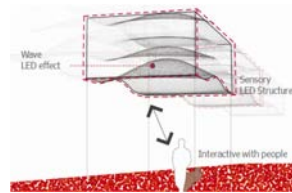
〈그림 21〉 디지털미디어광장의 오픈 스테이지(Open Stage) 개념도



〈그림 22〉 Digital Media Plaza 주변 가로계획



〈그림 23〉 Reactive Ground 의 예



Smart Roof : 조명과 스크린기능을 통해 정보를 제공

Eco Roof : 차양기능 및 태양전지판을 활용한 에너지 절약

Fun Roof : 다양한 소리 및 영상을 연출하여 즐거움을 제공



〈그림 24〉 디자인-루프 개념도(좌)와 계획구상도(우)

디지털미디어광장 조성 취지의 실현을 위하여 주변 입주기업의 저층부 DMS 특화용도와 콘텐츠들을 적극적으로 활용한 큐레이팅 계획을 수립한다.

MBC 1층은 체험·교육·엔터테인먼트 공간으로 조성하여 방송제작 전 과정에 대한 체험·교육 및 관광, 공연 시설을 이용하고 체험할 수 있도록 계획한다. 또한 가로와 조화롭고 가로를 활성화시킬 수 있는 디지털미디어광장의 조형적 상징으로서 ‘MBC Drop’을 계획한다. DMS에 면하는 1층 및 저층부를 활용하여 인벤티드 스트리트(Invented Street)를 조성한다. ‘인벤티드 스트리트’는 MBC 방송에서 방영되었던 ‘시청자들에게 인지된 무대세트’를 실제 상점에 적용하여 드라마와 현실을 융합한 DMS의 대표적 증강현실 장소(Augmented Place)이다(그림26 참조).

누리꿈스퀘어는 IT기술 R&D센터, 비즈니스센터, 공동제작센터, IT기술을 체험할 수 있는 디지털 파빌리온으로 구성되어 있다. 전시·체험공간인 디지털파빌리온은 신기술과 신제품 전시 및 체험, 교육의 장으로서 선도성과 활용도를 높이기 위해 지속적으로 프로그램과 콘텐츠 업그레이드를 실시한다. 디지털미디어광장을 향하는 북측 벽면에 설치된 미디어 파사드는 공개공지와 DMS에서 이뤄지는 활동을 고려한 다양한 프로그램 및 콘텐츠를 개발하여 이벤트의 장으로 활용에 기여하도록 한다.

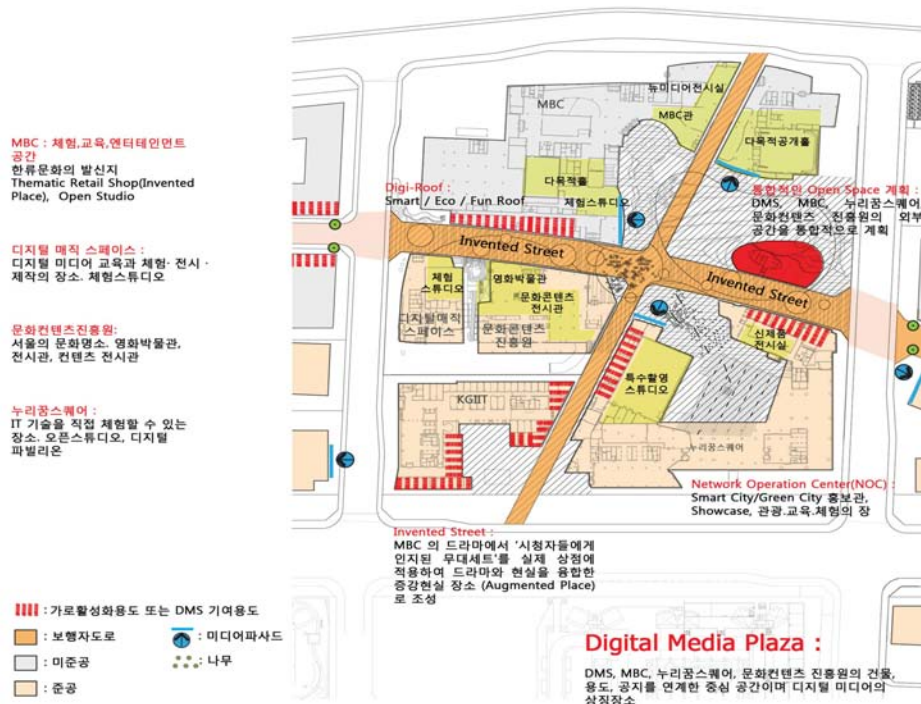
누리꿈스퀘어 1층에 개방형 DMC통합관리센터인 Open NOC(Network Operation Center, 이하 NOC)설치를 고려한다. Open NOC는 DMS의 개방된 체험·홍보센터로 조성하여 시각적으로 개방된 공간을 통해 도시 운영 및 관리의 모습을 시민들에게 직접 보여주는 DMS 명소로 조성하고 동시에 스마트시티/그린시티 홍보관, 관광교육체험의 장이 되도록 한다.



〈그림 25〉 MBC Drop 계획



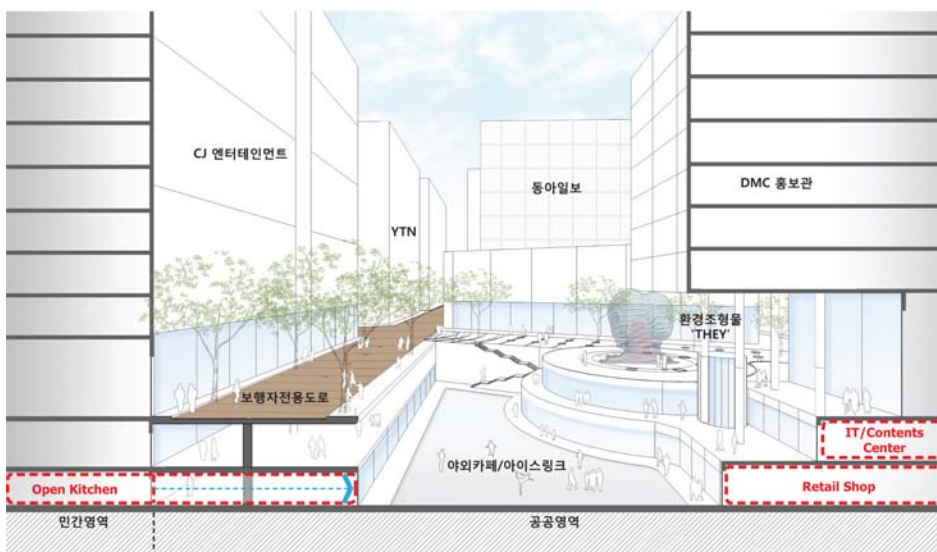
〈그림 26〉 MBC 1층의 체험교육엔터테인먼트 공간 계획(좌)과 Invented Street 개념(우)



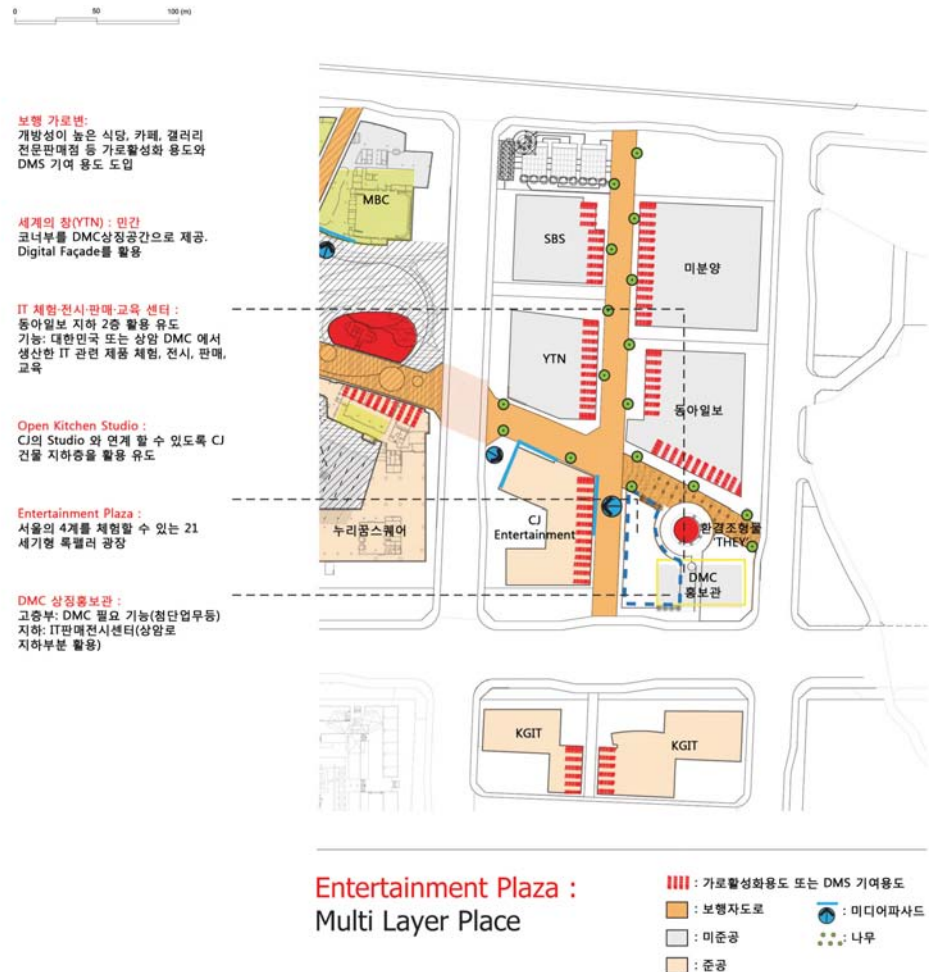
〈그림 27〉 Digital Media Plaza 주변 건물 세부계획 종합

5.2.4. 디지털미디어광장

미래 수요 및 조성 취지를 고려한 다층적 장소(Multi Layer Place)로 서울의 사계절을 체험할 수 있는 21세기형 록펠러 광장이 구현된 장소로 조성한다. 봄과 가을에는 옥외 식당, 카페 등에서 한국의 아름다운 봄과 가을을 야외에서 만끽할 수 있으며 CJ의 Food 오픈키친과 연계하여 운영한다. 여름에는 테마카페 또는 무더운 여름에 시원한 아이스크림이트장을 체험할 수 있는 요소 도입을 고려한다. 겨울에는 야외 아이스크림이트장을 조성하여 가족과 연인이 함께 즐기는 엔터테인먼트 장소로 조성한다.



〈그림 28〉 Entertainment Plaza 계획 구상도



〈그림 29〉 Entertainment Plaza 조성 및 큐레이팅 계획

현재 DMC 홍보관 위치에는 홍보 기능과 아이콘(Icon)의 역할을 하며 원스톱 행정 서비스를 제공하는 DMC 홍보관을 계획한다. 고층부에는 첨단업무 등 DMC의 필요기능을 위한 공간으로 조성하고 지하층에는 한 장소에서 쇼핑과 전시와 제품소개 및 관련교육 그리고 A/S까지 가능한 IT 전시·체험·판매·교육 센터를 설치한다.

CJ 엔터테인먼트 건물은 협의를 통하여 CJ Food의 스튜디오개방과 시민참여 프로그램을 연계하도록 유도하고, YTN 건물은 보행 결절점 부분에 미디어전시관을 설치하고, 코너부를 랜드마크화 하도록 유도한다.

6. 결론

도시는 전통적인 도시환경에 그 시대의 첨단기술이 새로이 유입하여 기존의 도시 활동과 문화와 융합하며 지속적으로 발전하여 왔다. 첨단기술의 적용에 있어서는 좋은 도시를 구현하고자 하는 근본적인 목적 하에 미래도시의 방향과 원칙을 설정하고 장소와 기술을 통합적으로 고려한 계획을 수립하여야 한다.

DMS는 최초의 첨단 디지털 미디어와 유비쿼터스 가로 실현 사례로서 변화하는 도시환

경과 새로운 첨단기술의 유기적인 결합 방향을 꾸준히 모색하여 왔다. 또한 새로운 기술과 콘텐츠를 능동적으로 적용할 수 있는 진화하는 환경을 구축하려는 노력을 이어왔다. 지속적인 계획 관리의 일환으로 진행된 본 계획에서는 미래 도시 문화와 첨단기술이 어우러진 장소를 기본 개념으로 하여 계획을 진행하였다.

이를 위해 기존에 이론적으로 제안되었던 장소중심 접근법과 기술중심 접근법에 근거하여 첨단기술을 반영한 도시계획의 새로운 프로세스를 수립하여 직접 계획에 적용하였다. 이러한 프로세스는 ① 산업과 입주기업 콘텐츠 특성을 고려한 네트워크 형성, ② 산업 및 콘텐츠 특성과 방문자를 고려한 거점 공공장소의 특성 설정, ③ 입주기업의 콘텐츠를 적극적으로 도입한 시나리오 설정, ④ 한 차원 높은 장소 조성을 위한 첨단기술(Digital)과 전통적 장소감동(Analog)의 융합방식 설정, ⑤ 장소별 시나리오 및 큐레이팅 방향 수립의 5단계로 이루어졌다.

계획의 성공적 실현을 위하여 공공 부분 계획과 함께 주변 입주 기업의 첨단기술과 우수콘텐츠 활용 방안을 제안하여 물리적 계획과 문화적 콘텐츠 그리고 첨단기술이 통합된(integrated) 계획을 수립하였고, 지역주민인 기업과 공공이 함께 만들어가는 참여기반과 실현 시스템을 구축하였다.

참고문헌

1. 김도년 2002, 'Sang-Am Digital Media Street: Making Good Street with Rich Cyber Environment', in Massachusetts Institute of Technology, USA.
2. 김도년 2004, "거리-디지털 거리를 걷는다 - 상암동 DMC에 조성되는 디지털미디어스트리트", 『과학동아』, 2004년 2월호.
3. 김도년 2005, 'Designing the Digital Media City in Seoul', in Urbanism and Architecture, China.
4. 김도년 2006, "도시에서의 첨단기술로 유비쿼터스 기술적응과 대응", 『건설기술인』, 통권 제75호, pp.38-41.
5. 김도년 2007, "좋은 도시 만들기과 U City", 도시설계학회 환경연구위원회 세미나, 한국도시설계학회.
6. 김도년·Dennis Frenchman 2003, "Design of Digital Media City and Digital Media Street", DMC International Forum, 서울특별시, 서울.
7. 김도년·김정훈 2004, "상암 Digital Media City 지구단위계획", 『도시설계』, 5권, 1호, pp.69-87.
8. 김도년·김정훈 2004. "유비쿼터스 공간구현을 중심으로 한 가로환경조성에 관한 연구", 『도시설계』, 5권, 3호, pp.81-103.
9. 노수성·김도년·송승민 2011, "U-City 도시기반시설로서 가로등 활용방안에 관한 연구", 『도시설계』, 12권, 1호, pp.147-158.
10. 박중현 2007, "u-City를 위한 새로운 도시기반시설의 계획에 관한 연구", 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
11. 서울특별시 2009, 『New Century City Development Conference and Workshop 결과보고서』, 서울.

투고 2011.04.30
1차심사완료일 2011.05.30
2차심사완료일 2011.06.24
게재확정일자 2011.07.21
최종수정본접수 2011.08.11

12. 서울특별시 도시개발공사 2003, 『Digital Media Street 기본계획』, 서울.
13. 서울특별시 SH공사 2010, 『DMS 첨단문화 장소만들기』, 서울.
14. 서울특별시 시정개발연구원 2007, 『DMC 물리적 환경분석 및 계획방안 연구』, 서울.
15. 서울디지털미디어시티 홈페이지 - <http://dmc.seoul.go.kr/index.do>(2011. 4. 1).