



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩 士 學 位 論 文

지하철 역사 내의 문화전시공간으로의
활용 방안에 관한 연구

-서울시 주요 문화지역을 중심으로-



2009年

HANSUNG
UNIVERSITY

漢城大學校 大學院

미디어디자인學科

인테리어디자인專攻

李 在 卿

碩 士 學 位 論 文

指導教授 韓 蕙 蓮

지하철 역사 내의 문화전시공간으로의 활용 방안에 관한 연구

-서울시 주요 문화지역을 중심으로-

A Study on the Planning of using Subway Station
as a Cultural Exhibition Space

-Focused on the main cultural regions in Seoul-

2009年 6月 日

漢城大學校 大學院

미디어디자인學科

인테리어디자인專攻

李 在 卿

碩 士 學 位 論 文

指導教授 韓 蕙 蓮

지하철 역사 내의 문화전시공간으로의 활용 방안에 관한 연구

-서울시 주요 문화지역을 중심으로-

A Study on the Planning of using Subway Station
as a Cultural Exhibition Space

-Focused on the main cultural regions in Seoul-

위 論 文 을 美 術 學 碩 士 學 位 論 文 으 로 提 出 함

2009年 6月 日

漢城大學校 大學院

미디어디자인學科

인테리어디자인專攻

李 在 卿

이재경의 美術學 碩士學位論文을 認准함.

2009年 6月 日



심사위원장 (印)

심사위원 (印)

심사위원 (印)

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위 및 방법	2
2.1. 연구의 범위	2
2.2. 연구의 방법	2
3. 연구 흐름도	4
II. 이론적 고찰	5
1. 지하철 공간	5
1.1. 지하철 공간의 개념	5
1.2. 지하철 공간 특성	5
1.3. 지하철 공간 구성 요소	7
1) 출입구	7
2) 중앙 홀(콘코스-concourse)	7
3) 승강장	8
4) 승강시설	8
5) 지원시설	9
6) 기타시설	9
2. 문화공간	10
2.1. 문화공간의 개념	10
2.2. 문화공간의 특성과 역할	11
2.3. 문화공간의 유형	12
3. 전시공간	13
3.1. 전시와 전시공간의 개념	13
3.2. 전시공간의 특성	14
3.3. 전시 유형 분류	14
3.4. 전시공간 구성 요소	16
1) 바닥	16

2) 천장	17
3) 벽	17
4) 전시장 조명	18
4. 지하철 문화전시공간	18
4.1. 지하철 문화공간 현황	18
4.2. 지하철 전시공간 현황	20
III. 사례조사 및 분석	21
1. 사례조사대상 일반적 개요 및 선정과정	21
2. 조사방법 및 일정	22
3. 국내 사례 조사	22
3.1. 사례조사대상지 일반적 사항	22
3.2. 사례조사대상지 분석	23
1) 경복궁역	23
2) 혜화역	25
3) 광화문역	27
4) 홍대입구역	29
5) 동대문운동장역	31
6) 시청역	33
3.3. 사례 종합 분석	35
4. 국외 사례 조사	37
4.1. 사례조사대상지 일반적 사항	37
4.2. 사례조사대상지 분석	37
1) 러시아 모스크바 키예프스카야역	37
2) 스웨덴 스톡홀름역	38
3) 캐나다 몬트리올 나무르역	39
4) 일본 모토마치 주카가이역	41
4.3. 사례 종합 분석	42
5. 소결	45

IV. 설문조사 및 분석	47
1. 설문 의 개요	47
2. 1차 설문조사	48
2.1. 1차 설문조사 방법	48
2.2. 1차 설문조사 내용	48
2.3. 1차 설문조사 결과 및 분석	50
2.3.1. 응답자 일반적 사항	50
2.3.2. 문화전시공간 이용 현황	51
2.3.3. 지하철 역사 내에 설치된 전시작품 현황	57
2.3.4. 이용자 만족도 및 요구사항	58
3. 2차 설문조사	60
3.1. 2차 설문조사 방법	60
3.2. 2차 설문조사 내용	60
3.3. 2차 설문조사 결과 및 분석	62
3.3.1. 응답자 일반적 사항	62
3.3.2. 문화전시공간 이용 현황	63
3.3.3. 지하철 역사 내에 설치된 전시작품 현황	71
3.3.4. 이용자 만족도 및 요구사항	72
4. 소결	76
V. 종합고찰 및 결론	79
참고문헌	83
부 록	85
I. 지하철역 평면도	86
II. 1차 설문지	92
III. 2차 설문지	98
ABSTRACT	104

표 목 차

[표 2-1] 문화공간의 특성과 역할	11
[표 2-2] 문화공간 기능에 따른 분류	12
[표 2-3] 전시 유형별 분류	16
[표 2-4] 지하철 문화공간 조성 현황	19
[표 2-5] 지하철 전시공간 조성 현황	20
[표 3-1] 지하철의 일반적 사항	22
[표 3-2] 경복궁역 일반적 사항	23
[표 3-3] 사례분석	24
[표 3-4] 혜화역 일반적 사항	25
[표 3-5] 사례분석	26
[표 3-6] 광화문역 일반적 사항	27
[표 3-7] 사례분석	28
[표 3-8] 홍대입구역 일반적 사항	29
[표 3-9] 사례분석	30
[표 3-10] 동대문운동장역 일반적 사항	31
[표 3-11] 사례분석	32
[표 3-12] 시청역 일반적 사항	33
[표 3-13] 사례분석	34
[표 3-14] 사례 종합 분석	35
[표 3-15] 일반적 사항	37
[표 3-16] 사례분석	38
[표 3-17] 사례분석	39
[표 3-18] 사례분석	40
[표 3-19] 사례분석	41
[표 3-20] 사례 종합 분석	42
[표 4-1] 1차 설문조사 구성 내용	49

[표 4-2] 응답자 일반적 사항 분석	50
[표 4-3] 성별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석	51
[표 4-4] 성별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석	52
[표 4-5] 성별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석	53
[표 4-6] 연령별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석	54
[표 4-7] 연령별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석	55
[표 4-8] 연령별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석	55
[표 4-9] 2차 설문조사 구성 내용	61
[표 4-10] 응답자 일반적 사항	62
[표 4-11] 성별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석	63
[표 4-12] 성별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석	64
[표 4-13] 성별-문화전시공간 이용 시간 간 교차분석	64
[표 4-14] 성별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석	65
[표 4-15] 성별-문화전시 정보 획득 간 교차분석	66
[표 4-16] 연령별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석	67
[표 4-17] 연령별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석	67
[표 4-18] 연령별-문화전시공간 이용 시간 간 교차분석	68
[표 4-19] 연령별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석	69
[표 4-20] 연령별-문화전시 정보 획득 간 교차분석	70

그 립 목 차

[그림 1-1] 연구의 흐름도	4
[그림 4-1] 성별-문화전시공간 이용 목적	53
[그림 4-2] 연령별-문화전시공간 이용 목적	56
[그림 4-3] 지하철 역사 내 전시 작품 관람 유형별 이용 여부	57
[그림 4-4] 전시 작품 설치 필요성	58
[그림 4-5] 전시 작품 관심 여부	58
[그림 4-6] 주변문화 특징 반영 여부	58
[그림 4-7] 전시 공간 만족 여부	58
[그림 4-8] 전시 작품 유형의 선호도	59
[그림 4-9] 전시 작품 내용의 선호도	59
[그림 4-10] 성별-문화전시공간 이용 목적	65
[그림 4-11] 연령별-문화전시공간 이용 목적	70
[그림 4-12] 지하철 역사 내 전시 작품 관람 유형별 이용 여부	71
[그림 4-13] 전시공간을 방문하지 않는 이유	71
[그림 4-14] 전시 작품 관심 여부	72
[그림 4-15] 전시 작품 내용 이해 여부	72
[그림 4-16] 주변문화 특징 반영 여부	73
[그림 4-17] 전시공간 만족 여부	73
[그림 4-18] 전시 작품 관람 시 문제점	73
[그림 4-19] 전시 작품 유형의 선호도	74
[그림 4-20] 전시 작품 내용의 선호도	74
[그림 4-21] 향후 지하철 문화전시공간의 역할	75

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

현 도시는 급속한 경제성장과 네트워크 정보화 사회로 대도시로 기능이 집중되는 현상을 초래하게 되었다. 복잡하고 다양한 인간생활과 도시 내의 인구과밀로 인해 차량이 증가됨에 따라 도시의 교통문제는 날로 심각해지고 있다. 이에 지상의 교통 문제를 해결하고 대체하는 목적으로 지하철이 도입되었다.

지하철은 도시 교통의 중심으로 도시 외부 교통과 내부 교통의 중요한 기반시설이면서 필수적인 대중교통수단으로 도시민들의 생활환경에 중요한 부분을 차지하고 있으며, 도시 기능의 중추적 역할 뿐만 아니라 도시 발전의 중요한 요소로 자리매김을 하고 있다. 1974년에 개통된 서울지하철은 처음에는 3천만 명 정도가 이용하였으나, 최근에는 27억 명 정도가 이용할 정도로 이용자가 증가되고 있으며, 노선의 확장도 지속적으로 이루어지고 있는 상황이다.

과거 물적 대상의 기능 위주와 효율 중심적, 이동 및 흐름의 연결 부분에 불과했던 지하철 역사 내 공간은 오늘날 머무름의 개념이면서 도시 상부 활동과의 연계공간으로 도시 이미지를 반영한 문화공간의 중요한 변수로 작용되고 있다. 단순히 이동수단이 아니라 정보교환, 도시의 공공시설, 그 역의 위치와 지역의 문화적 활동을 상징하는 지역사회의 중심 역할로 지하철 공간은 시대적 요구에 부응한 보다 쾌적한 환경으로서의 역할이 증대되고 있다. 또한 공연·전시 등의 문화적·예술적 활동들을 끌어들이며 표출하는 문화공간으로 지하철 문화산업의 필요성에 중요한 역할을 담당하고 있다. 사람들의 생활수준이 향상되고 삶의 여유가 생기면서 문화적 욕구에 대한 기대와 가치가 높아지고 지하철 공간에 대한 인식이 변화되면서 문화적 역할에 대한 요구도 증가하게 되었다. 이와 같이 지하철 공간은 외부 공간과 동떨어진 곳이 아니라, 문화적 측면에서 바라보는 지역문

화의 연장선으로써 그 지역에 연결된 문화 특성을 반영하여 역의 이미지를 부각시키거나 지역적 특성을 고려한 차별화된 지하철 문화공간으로서의 확충이 필요하다. 따라서 지하철 공간의 환경적인 측면에 대한 가치와 도시 속에서 새로운 공간으로 부각될 지하철 역사 내 전시공간의 필요성을 인식하여 문화의 활성화를 위한 전시공간으로 디자인 하고자 한다.

이에 본 연구에서는 이론적 고찰 및 지하철 역사 내 문화전시공간의 현황을 파악하여 지하철 역사 내 전시 작품이 설치된 공간에 대한 만족도 및 선호도를 조사 분석하고, 이를 바탕으로 문화적 기능을 고려한 지하철 역사 내의 문화전시공간의 활용 방안을 제안하는데 그 목적을 둔다.

2. 연구의 범위 및 방법

2.1. 연구의 범위

본 연구는 지하철이 환경적인 제약과 기능적 맥락에서 벗어나 주변과의 연속된 공간과의 관리 속에서 사람들이 활발하게 참여할 수 있는 문화공간으로 제공되어야 한다는 의도에서 출발한다.

본 연구의 범위는 서울메트로와 서울도시철도공사 2008년 역별 자료를 통해 승·하차 인원이 많으면서 지하철역 주변에 문화공간이 형성되어 있는 곳을 중심으로 한정하였다. 그 중에서 지역적·문화적 특징이 있는 곳 중, 지하철 역사 내 문화전시공간(갤러리, 전시관)이 갖추어져 있는 3곳(경복궁역, 혜화역, 광화문역)과 갖추어져 있지 않은 3곳(홍대입구역, 동대문운동장역, 시청역)을 조사 대상으로 선정하였다.

2.2. 연구의 방법

본 연구의 방법은 다음과 같다.

첫째, 지하철 공간 및 문화공간, 전시공간에 관련된 문헌 및 선행연구를 토대로 한 이론적 고찰을 통해 전반적인 지하철 역사 내 문화전시공간에

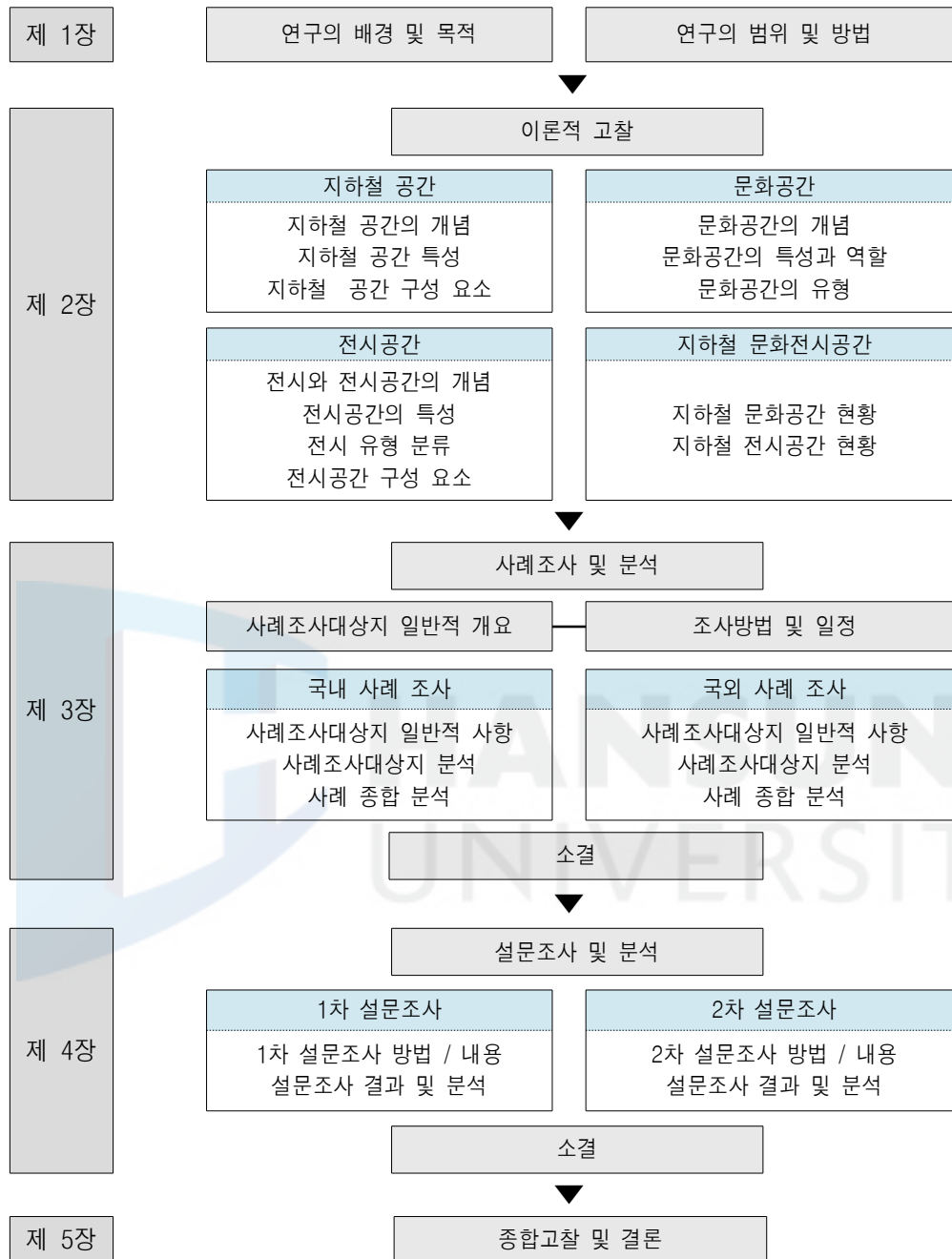
대한 기초조사를 하였다. 현대적인 관점에서 바라본 지하철 문화전시공간의 현황을 파악하여 지하철 역사 내에서 문화전시공간의 의미와 필요성, 중요성에 대해 고찰하였다.

둘째, 2009년 3월~4월 초까지 선정된 6곳의 사례대상지를 직접 방문하여 사진촬영과 지하철 역사 내 문화전시공간의 현황에 대하여 조사한 후, 국외 사례와 비교 분석하여 문화전시공간의 특징 및 문제점에 대해 알아 보았다.

셋째, 분석을 통해 문화전시공간이 가진 문제점을 파악하였고, 이를 바탕으로 2009년 4월 말~6월 초까지 1, 2회에 걸쳐 설문조사를 실시하였다. 1차 설문지는 지하철을 이용하는 일반인을 대상으로 하였으며, 2차 설문지는 디자인 계열에 종사하는 전문가를 대상으로 실시하였다. 설문지는 문화전시공간의 현황과 필요성, 문화전시공간에 대한 문제점과 만족도, 향후 보완되어야 할 사항, 선호도에 관한 내용으로 구성되었다. 1차 설문지는 총 100부 중 90부를 회수하였고, 2차 설문지는 총 75부 중 70부를 회수하여 분석 자료로 사용하였다. 분석방법은 통계프로그램인 SPSS 12.0을 이용하여 빈도분석, 교차분석, 다중응답분석을 실시하였다.

넷째, 사례조사와 설문조사 분석 결과를 바탕으로 지하철 역사 내 문화예술공간 중에서 전시공간의 활용 방안에 대해 제안하고자 한다.

3. 연구 흐름도



[그림 1-1] 연구 흐름도

II. 이론적 고찰

1. 지하철 공간

1.1. 지하철 공간의 개념

지하공간 가운데 도시생활의 필연적인 환경적 요소로 도시인의 시각적 정서에 큰 영향을 주는 것이 지하철 공간이다. 현대의 지하공간 개발은 지하철을 중심으로 이루어진다고 할 수 있다. 현대도시의 광역화는 필연적으로 교통문제를 야기시켰으며 이런 문제를 해결하기 위한 교통 시스템으로 도시상부구조에서의 교통을 흡수하여 도시의 하부 네트워크를 조성한 지하철 역사의 개발은 주변의 지하공간과의 연계를 불러왔고, 이에 따라 다양한 지하공간 개발이 촉진되어 도시공간을 확대시키는 요인으로 작용하였다.¹⁾

이처럼 지하철 공간은 현대도시의 복잡한 교통문제를 해결하는 대중교통수단으로서 승객이 내리고 타는 장소이다. 현재는 하나의 도시 영역이 됨으로써 새로운 생활공간으로서 중요한 위치를 차지하고 있다.

1.2. 지하철 공간 특성

1970년대에 교통체증의 문제를 해결하기 위해 지하철 운행을 도입하였으나 노선수와 지하철역의 부족으로 서울시에서는 1974년 4월에 지하철 1호선을 시작으로 1984년 5월에 2호선 개통, 1985년에 3호선, 4호선이 개통되었으며 현재 5~8호선까지 개통되어 운행되고 있으며, 2009년 7월에는 9호선이 개통될 예정이다. 사람들의 생활영역에 깊이 관여하고 있는 지하철 건설은 교통 체증을 저하시켰고, 도시 공간을 확대시키는 요인으로 주변과 유기적인 조직을 이루어 나감으로써 이용자에게 편의를 제공하는 생활공

1) 주민지, 「공공지하공간 환경개선을 위한 색채디자인 연구」, 이화여대 석사학위논문, 2001, p.13

간으로 창조되고 있다.

우리나라의 지하철이 도입된 시기는 짧지만, 나름대로의 지하철 문화가 형성되고 있다. 주거생활과 문화권을 연결하는 지하철은 시민의 일상생활과 직결된 공공 공간인 만큼 보다 쾌적하고 인간적인 환경, 심리적 만족을 주는 문화 환경적 요소가 필요하다. 각 역의 대합실에 만남의 장소가 설치되며, 새로운 상권과 문화공간의 조성 등으로 독특하고 복합적인 지하철 문화를 창조하고 있다.²⁾

대중교통의 우수성은 안전성, 신속성, 안락성, 편리함에 의하여 평가되는데 지하철은 이러한 점에서 훌륭한 교통수단으로 평가받고 있다. 이는 지하철이 다른 교통과는 달리 독립적이고 개별적인 구간에서 장애 없이 운영되기 때문이다.³⁾ 이와 같이 지하철은 노면교통문제의 일차적 문제를 해결하기 위해 설정된 교통형태로 기능상의 효율성은 인정받고 있으나 지하철 교통의 본질적인 특성으로 인해 또 다른 문제점을 유발시키고 있다.

지하철은 그 자체가 지하도시의 개념이며 출발로서 단순히 지하공간에서의 혼잡을 완화시키는 해결의 차원을 넘어 도시 공간을 확대시키는 요인으로 적용되고 있다.⁴⁾ 그러나 지하철 공간은 주로 지하에 설치되기 때문에 상황이 주는 폐쇄적, 불안감 조성, 환기, 채광 등의 차단으로 인한 환경문제는 근본적으로 검토되어야 할 문제라고 본다. 또한 내부에 부착된 역의 정보, 광고, 전단지, 현수막 등이 게시판과 벽면에 무질서하게 부착되어 보는 사람들로 하여금 역의 정보를 전달하기 보다는 시각적으로 불필요하고 혼란스러움과 지저분한 인상을 준다.

보다 많은 사람들이 밀폐된 공간에 대한 심리적 불안을 느끼지 않고 지하공간을 새로운 문화공간으로 이용하기 위해서는 인관과 환경과의 연계성을 고려하여 지하철이 지니는 환경을 보다 쾌적한 환경, 안정감을 주는 환경으로 변화시킬 필요가 있다.

2) 이유미, 「서울시 지하철 공공미술 현황 및 특징 연구」, 경희대 석사학위논문, 2006, p.11

3) 정유희, 『지하공간이용』, 서울 : 기전연구사, 1983, p.434

4) 김철, 「지하철 역사의 콘코스과 승강장 리노베이션에 관한 연구」, 홍익대 석사학위논문, 2003, p.26

1.3. 지하철 공간 구성 요소

지하철 공간의 구성요소로는 승객이 직접 이용하게 되는 출입구, 중앙홀(콘코스-concourse), 승강장, 승강시설, 지원시설 등으로 각 요소들에 대해 알아보고 요소들의 내용에 대해 기술하였다.

1) 출입구

지하철의 출입구는 역을 이용하는 사람들이 제일 먼저 대하는 곳으로 지상에 드러난 유일한 시설물이다. 외부 환경과의 조화와 교통수단 및 인근 시설물과의 관계를 고려하여 위치를 선정해야 하므로 접근성에서의 배려가 중요하다. 또한 지하도와 겸용으로 사용되므로 동선이 고려되어야 하며 식별이 용이하도록 주변의 공간을 확보해야 한다.

2) 중앙 홀(콘코스-concourse)

중앙 홀은 승객이 지하철로 유입되는 첫 관문으로 매표소, 집개찰구, 역무자실 등이 있으며, 대합실은 집개찰구를 경계로 Free-Area와 Paid-Area로 구별된다.⁵⁾

지하상가, 통로와의 연계 등 복합적인 기능과 동선이 교차되는 곳으로 지하철 이용자보다 단순한 통행자가 많으며, 지하철 이용자와 통행자의 동선이 명확하게 구별되지 않는다.

중앙 홀은 대기성 승객이 생기지 않아 항상 동선의 흐름이 유지되는 곳으로 활동이 빠르고 다양하게 이루어지므로 정체성 대신 동적이며 순간적인 시각적 변화에 따른 디자인이 요구되어진다.

3) 승강장

승강장은 승객의 승강, 환승을 위한 역의 주된 기능이 이루어지는 공간으로 소음, 진동과 함께 위험인자를 내포한 장소이기도 하다. 승차 방식의

5) 이난희, 「환경요소들로서의 지하철 공간에 관한 연구」, 홍익대 석사학위논문, 1985, p.6
Free-Area 누구에게나 개방되는 부분으로 지하철 운임을 지불하지 않는 공간을 말한다.
Paid-Area 운임을 지불한 사람에게만 개방되는 부분의 공간을 말한다.

구조는 양방향 승강장이 하나로 된 섬식(Island Platform)과 전동차 방향에 따라 분리되어 있는 상대식(Side Platform) 두 가지로 나눌 수 있다.⁶⁾

섬식(Island Platform)은 상행선과 하행선 중간에 홈을 하나로 두는 형식으로 설계, 건축에 비용이 많이 드는 반면에 이용이 편리하다.

상대식(Side Platform)은 상행선과 하행선의 양쪽에 홈을 나누어 두는 형식으로 섬식에 비해 적은 공간을 필요로 한다. 설계가 용이하며 단기간에 공사할 수 있어 비용이 적게 드는 반면에 양쪽의 홈이 분리되어 이용이 불편하다.

승강장은 단순히 승강뿐만 아니라 대합의 기능을 가지면서 지하철을 이용하는 승객들의 유출이 많은 곳이다. 단기간 내에 대량의 인원이 승차하기 위해서는 명확한 동선 체계와 안전성이 고려되어야 하며 수직시설에서 승차객과 하차객의 동선을 구분하여 혼잡을 막도록 한다. 또한 장소성을 표출할 수 있는 시각적으로 흥미를 줄 수 있는 디자인이 요구된다.

4) 승강시설

승강기는 짧은 시간에 많은 사람들이 이동을 위해 통과하는 장소로 동선 구획에 있어 세심한 계획이 필요한 곳이다. 주로 도로, 중앙홀, 승강장을 연결하는 계단, 에스컬레이터, 엘리베이터 등이 있으며 승차객과 하차객의 동선이 분리되어야 한다.

계단은 2, 3층의 레벨로 제한되며 상승보다는 하강 흐름의 위험성이 크므로 일시적으로 계단으로 물리지 않도록 해야 된다. 그리고 벽면에 흥미를 줄 수 있도록 시각처리를 하거나 계단형태에 변형을 주어 공간에 생동감을 준다. 에스컬레이터와 엘리베이터는 지하철역의 수직동선 체계를 형성하는 중심 시설로 이동하는 시점에서 거리와 높이가 동시에 변화하므로 시간성과 공간성의 효과를 주고 있다.

5) 지원시설

역사의 중요한 기능 중의 하나로 역무관계자실, 식당, 휴게실, 창고, 방

6) 지하철 공사 저, 『서울지하철』, 서울 : 서울특별시 지하철공사 출판부, 1995, p.65

송실, 화장실 등의 역무시설과 전기실, 축전지실, 공조기계실, 배수 펌프실, 통신 및 신호 계기실 등의 설비시설이 설치되어 역의 제반을 수행하는 곳이다. 지원시설은 다른 구성 요소들에 비해 디자인적 측면이 두드러지게 나타나지는 않지만 다른 공간 구성 요소들과의 조화를 고려하여야 한다. 또한 지하철 이용자들의 동선에 장애가 되지 않도록 공간배치에 있어 세심한 배려가 필요하다.

6) 기타시설

지하철 공간의 기타 시설로는 화장실, 문고, 만남의 장소, 신문판매소, 자판기 뿐 아니라, 광고판, 전자 알림판, TV 등이 있다.

지하철 공간에서 미술 작품이 주로 설치되는 공간은 중앙홀과 승강장, 대합실의 역할을 하는 공간이라고 할 수 있다. 역에 따라 대합실의 역할을 하는 공간은 중앙 홀이나 승강장이 될 수 있고, 승강장과 중앙홀 사이의 공간이 되기도 한다.⁷⁾



7) 김지현, 「공공미술로서 지하철 벽화를 적용한 미술수업 연구」, 건국대 석사학위논문, 2009. pp.14~15

2. 문화공간

2.1. 문화공간의 개념

문화와 공간의 요소가 모여 시너지를 창출하는 대표공간이 바로 문화공간이다. 지역의 삶의 질을 향상시키는 문화는 공간과 결합할 때, 그 지역만의 고유한 정체성을 유지시키고, 정화시키는 기능을 한다. 즉, 공연, 전시, 전통문화 등과 관련하여 특정한 정체성이 형성되어 문화성을 띠고 있는 지역을 문화공간이라 말할 수 있다.⁸⁾

일반적으로 문화공간은 문화 활동의 장으로 다양한 의미를 가지고 문화를 둘러싸고 있는 공간적인 방식이다. 인간의 상호작용에 의해 만들어진 공간적 개념으로 사람들이 살아가면서 쉽게 접근할 수 있는 여가, 취미, 오락, 휴식 등의 문화행위를 하는 ‘장소’로서의 의미와 사람들의 다양한 문화적 욕구를 충족시키고, 재교육을 할 수 있는 ‘장소’로서의 의미를 지니고 있다. 문화행위는 특정 지역과 시대정신의 표출이기에 이를 수용하는 문화공간의 개념은 결국 그 시대 그 지역이라는 시·공간적 개념으로 인식되어야 한다.⁹⁾

도시의 문화공간을 형성하는데 있어 중요한 것은 도시가 갖고 있는 역사성과 현재성을 살리는 것이다. 다시 말해 역사 속에서 형성되어 온 문화적 정체성을 살리는 한편, 문화를 위한 공간을 조성해 도시의 문화환경을 촉발하는 것이다. 전자가 도시의 역사와 지역적 특성 속에서 ‘문화화 된 공간’(cultured space)을 구성하는 것이라면, 후자는 문화활동을 촉진하고 유발하기 위한 ‘문화를 위한 공간’(space of culture)을 조성하는 것을 말한다.¹⁰⁾ 문화는 공간과 결합할 때, 그 지역만의 고유한 정체성을 유지시키고 정화시키는 기능을 하므로 지역의 삶의 질을 향상시킬 수 있다.

8) 이보희, 「문화지구지정의 문화 및 장소에 미치는 영향 연구」, 단국대 석사학위논문, 2007, p.i

9) 박근홍, 「신촌역 주변 문화 전시 공간 계획안」, 건국대 석사학위논문, 2005, p.15

10) 라도삼, 『서울시 문화분포 현황 및 공간적 특성 연구』, 서울시정개발연구원, 2002, p.10

2.2. 문화공간의 특성과 역할

현대 문화공간은 어떤 장소 내에서 전시관람, 공연, 연주회 등의 다양한 문화적 기능을 가지는 복합적인 성격을 띠는 공간이다.

일반인들이 쉽게 접근하여 다양한 문화적 체험을 할 수 있는 참여의 장으로서 역할과 문화교류 및 사람들의 커뮤니티를 유발시켜 문화적 정서함양을 활성화 시키는 등 사람들의 문화적 욕구를 해결해 주는 역할을 하고 있다. 이렇듯 문화공간은 교육, 문화, 여가 기능을 내포하는 특성과 개방성, 사회성, 예술가를 위한 기능, 관람객을 위한 기능 등 지역사회 중심 공간으로서의 역할이 필요하다.

문화공간은 진입부, 전시공간, 관리공간, 휴게공간 등 다양한 영역의 공간적 특성에 따라 역할과 성격이 나타나고 그에 따르는 영역에서의 주요 기능들이 무엇이나에 따라서 문화공간에서의 특징이 다양하게 나타나고 있다.

[표 2-1] 문화공간의 특성과 역할

공간 구분	공간의 특성	주요 기능
출입공간	각 공간에 이르기까지의 과정적 공간	출입, 대기, 안내, 홍보 등의 복합적 기능
옥외공간	출입 공간 및 각 공간과 연결되어 문화전달 기능 및 휴게기능 공간	옥외전시 및 예술 활동
전시공간	작품과 관람객과의 상호교류가 이루어지는 공간	상설전시, 기획전시, 특별전시
정보 및 교육공간	예술매체를 이용한 정보 제공으로 전시, 강의 등의 복합적 기능을 할 수 있는 다목적 공간	다목적 체험의 장
수장공간	전문화, 특성화된 주제에 맞게 수집, 보관	수장 및 수장전시기능
관리공간	전시관의 운영 및 건물 관리	효율적인 전시운영 및 관람자의 안전, 편의를 도모하기 위한 공간
휴게공간	주요공간의 완충적 역할과 관람자의 휴식을 위한 공간	적절한 휴식으로 공간의 효과를 향상을 위한 공간

2.3. 문화공간의 유형

현재 우리의 문화공간 유형은 한 가지로 정리된 것은 없다. 다만 여러 가지 시설 분류에 의하여 문화공간의 유형을 나타내고 있다. 내무부에서는 한국도시연감자료에 도서관, 박물관, 문화공간, 정보매체보급 등 4개의 항목으로 나누어 문화공간유형에 속하는 시설들을 분류하고 있으며 문화예술진흥원에서는 도서관, 문화회관, 종합공연장, 연극공연장, 박물관, 문화원, 전시장, 국제회의장, 영화관 등 9개항으로 나누고 있다. 문화공간의 분류를 비교하여 보면 분류의 기준이 모호하고 시설이 속하여 있는 범주가 다소 다르게 나타나는 것을 알 수 있다. 개념과 분류가 명확하게 나타내고 있지 않기 때문일 것이다.¹¹⁾

이러한 점들을 종합하여 문화공간을 문화적 활동에 따라 성격을 분류하면서 그 행태에 따라 구분하면 다음 [표 2-2] 과 같이 구분될 수 있다.

[표 2-2] 문화공간 기능에 따른 분류

구 분	시 설	기 능
전시	박물관, 미술관, 전시장	미술품, 조각품, 각종 자료 전시
공연	공연장, 영화관, 연극무대	연극, 영화, 예술, 무용 등의 공연
행사	강당, 다목적 홀, 회의장	강연회, 세미나 등의 행사
교육	도서관, 자료실, 문화원	각종 자료의 발간 및 보관

문화공간에서 기능공간으로 크게 위의 표와 같이 구분되어질 수 있는데 현대에 있어서 문화공간이 통합적인 기능의 성격으로 변화되고 있다. 따라서 한정된 대지에서 계획되어지는 도심의 문화공간에서는 주변 공간들과의 연계성이 중요하므로 주변 공간들의 성격과 조화가 잘 될 수 있는 공간적 구성이 필요하다.

11) 추용욱, 「문화도시의 가로경관재생을 위한 연계전략 연구」, 홍익대 석사학위논문, 2006, pp.26~27

3. 전시공간

3.1. 전시와 전시공간의 개념

전시는 어떤 의도와 개념에 따라 특정한 시간과 장소에서 작가가 선택한 방법을 통해 다양한 각도로 관람자에게 메시지를 전달하는 수단으로, 관람자와 보여 지는 대상물 사이의 공간에 존재하는 커뮤니케이션의 한 형태라 볼 수 있다. 즉, 전시는 보는 사람의 사고를 자극하고 다양한 각도의 관찰과 논리적 추론을 촉구하는 것이며, 단순히 아름다운 것, 흥미 있는 것을 보여주거나 보는 것만으로 끝나는 것이 아니라, 체험하고 참여하면서 대상물과 관람자의 상호교류를 통해 전달하고자 하는 주제와 목적이 무엇인지 정확히 인식되어야 하는 것이다.¹²⁾

전시공간은 이러한 전시 행위를 통해 대상물과 관람자의 직접적인 관계를 형성시켜 교육적 체험, 미적 경험, 즐거움 등을 기본적으로 제공하는 활동의 바탕이 되는 장소로서 다양한 문화적인 정보 및 가치를 공유하고 교류 가능하게 하는 공공적 성격을 띤 문화적 커뮤니케이션의 공간으로 제공되어야 하며 그러한 역할과 기능을 다했을 때 전시공간으로서의 의미가 있다.

오늘날의 전시공간은 공간개념의 확대에 의해 과거와는 달리 일정한 틀에 박히거나 획일화 될 수 없으며 후기 산업화 시대의 의미가 첨가될 때는 더욱 복잡해지고 있으므로 산업구조의 인식을 바탕으로 전시공간의 조직적인 확장이 필요하다고 하겠다. 역사적으로 볼 때, 조형예술을 위한 전시공간의 개념은 소수의 취향이나 계급에 의해 이루어져 왔으나, 시대와 수요대상의 변화로 수동성과 능동성의 문제제기와 함께 그 개념이 새롭게 설정되었다.¹³⁾ 이와 같이 고정된 전시공간의 개념이 타파되고 실내·외적으로 새로운 형태를 취하면서 장소의 구애를 받지 않는 다양한 형태의 공간에서 볼 수 있게 되었다.

12) 윤현정, 「기호의 의미작용 방식 적용에 따른 전시공간연출에 관한 연구」, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집 제4권 제4호, 2002.5

13) 김희성, 「지능형 문화센터 계획 기초 연구」, 국민대 석사학위논문, 2005, p.65

3.2. 전시공간의 특성

전시공간은 전시물의 성격을 파악하고 그것의 효과적인 표현을 위해 만들어지는 것으로, 전시공간은 전시물의 성격과 형태에 많은 영향을 받는다. 따라서 전시공간은 현대미술의 다양한 경향과 다채로운 형태로써 공간적 대응이 중요한 명제가 되므로 임시적이고 가변적이며 확장 가능한 개념으로의 접근이 중요시 된다.¹⁴⁾

현대의 전시공간은 과거 보존 지향적에서 공개 지향적, 나아가 참가 체험 지향적으로 목적이 바뀌면서 대상도 전문가에서 비전문적인 일반인으로, 일반적인 지식 전달의 전시공간 보다는 공공에게 더욱 적극적으로 개방되어 보다 다양하고 새로운 기능의 서비스 공간들이 도입되었다. 이러한 공간의 변화는 전시관이 지향해야 하는 중요한 문제이지만, 근본적으로 관람객과 전시품의 직접적 만남에 의해 성취된다는 의미에서 전시공간이 우선적으로 고려되어야 하고 더불어 전시공간의 구성에 대하여 중요성을 인식하여야 한다.¹⁵⁾

전시공간은 공간 자체보다 전시물과 관람자 사이의 관계에서 이 둘을 연결시키는 매개체의 역할을 한다. 현대의 전시공간은 개념의 변화와 더불어 다양하고 새로운 기능의 서비스 공간들이 도입되고 있다.

3.3. 전시 유형 분류

전시물이 중심이 되어 관람하는 전시관들이 보편화 되어있지만 현재는 공간에 요소들의 변화를 주어 전시물들과 함께 공간을 인지하며 동선과 공간의 변화에 따라 관람하는 형태들이 나타나고 있다.

전시공간의 디자인이라는 것은 전시의 대상이 되는 전시물 설치를 위한 물리적 환경을 조성하는 것인데, 전시공간의 형태는 그 공간이 보유한 전시물에 대하여 일종의 영향을 미치게 된다.¹⁶⁾ 즉, 같은 전시물이라도 공간

14) 남재선, 「갤러리의 공간적 개방성에 관한 디자인연구」, 이화여대 석사학위논문, 2004, p.9

15) 최경우, 「중첩의 개념과 형태-공간적 유형 특성을 적용한 전시공간 계획에 관한 연구」, 건국대 석사학위논문, 2007, p.39

의 형태나 요소에 따라 관람자에게 전혀 다른 시각적인 관람 효과를 줄 수 있다.

전시유형은 전시공간의 성격을 결정짓는 중요한 요소로, 상설전시, 기획전시, 특별전시 등으로 분류할 수 있다. 전시의 의도와 목적에 따라 전시공간의 성격이 구분되기 때문에 중요하다.

상설전시는 시간적, 공간적 차원에서 미술관에서의 소장품을 전시일정에 따라 작품을 바꾸어 가면서 하는 반영구적인 전시를 말한다. 전시의 목적과 목표에 따라 전시 기간 구분이 전시계획과 디자인에 있어 영향력을 미친다. 보존이 필요한 귀중품이나 수집품도 상설전시 형태를 취한다.

전시작품에 적합한 전시장치가 필요하며, 소장품이 많은 경우 전시품을 정기적으로 교환하며 전시한다. 전시환경 구성에 주의를 기울이고 작품 형식에 따라 동양화, 서양화, 조각, 공예품 등 전시물의 보존적 특성을 고려한 연구가 필요하며 관객들에게도 정체된 전시의 느낌을 주지 않도록 해야 한다. 상설전시벽면은 일반적으로 고정식으로 하며, 이동전시벽면은 사용하지 않는다.¹⁶⁾

기획전시는 상설전시로서 짧은 기간 안에 보여 줄 수 없는 내용이나 주제를 가지고 전시하므로 일회성을 갖는다. 따라서 내용이나 주제가 구체적이고 한정적이며, 전시의 목적이 명확하기 때문에 특별전시 또는 임시전시라고도 한다. 공개되지 않은 소장 자료와 대여해 온 자료를 선정하여 기획하는 전시로 전시규모 변화를 주기 위해 간이시설을 바탕으로 한다. 한 번 놓치면 볼 수 없기 때문에 관람객의 호기심을 만족시킬 수 있는 참신한 주제로 전시에 대한 초점이 맞춰줘야 한다. 즉, 기획전시는 목적, 주제, 전시물에 따라 전시효과를 극대화 시킬 수 있으며 전시공간에 대한 가변성도 뛰어나야 한다.

특별전시는 특정 주제를 선정하여 기획하는 전시이다.¹⁸⁾ 기획전시의 다

16) 문정목, 「전시 공간의 복잡성에 나타난 사회 다원화 현상에 관한 연구」, 한국박물관건축학회 논문집 통권 제6호, 2002.02, p.10

17) 건축자료연구회, 『건축설계자료 실례집 미술관』, 서울 : 보원, 1995, p.12

18) 김수현, 「도심지 소규모 복합문화시설의 분석 및 계획적 의의에 관한 연구」, 건국대 석사학위 논문, 2002, p.31

른 형태로 기획전에 포함되지 않는 광범위한 전시로 일반적인 전시에 반하는 어떤 특별한 목적을 가지고 이루어지는 경우를 말한다. 그러나 기획전과의 범주가 모호하기 때문에 기획 경비를 기준으로 나누는 경우도 있으나 주로 혼용해서 사용하고 있다.

위의 내용을 정리하면 다음 [표 2-3] 과 같다.

[표 2-3] 전시 유형별 분류

전시 유형	특 징
상설전시	대표적 소장품을 전시일정에 따라 바꾸어가며 10년 이상의 반영구적으로 전시하는 방법으로 전시작품에 적합한 전시장치 및 전시대상에 대한 연구 필요
기획전시	특정 주제를 선정하여 기획하는 전시 방법으로 기획전시에는 고정 전시케이스를 설치하지 않으며, 이동전시 벽면을 준비
특별전시	특별한 행사에 맞추어 그 주제에 맞는 내용으로 구성되는 전시 방법으로 기획전과 특별전은 구분을 나누기가 모호해 혼용으로 사용함

3.4. 전시공간 구성 요소

일반적으로 전시공간을 구성하는 기본요소로는 벽, 바닥, 천장이라 할 수 있다. 현대는 폐쇄적인 것보다 미술의 경향이나 관람자의 요구가 다양해짐에 따라 적절히 변화시킬 수 있도록 융통성을 제시하는 시설을 가져야 한다.

1) 바닥

전시공간에서의 바닥은 수평기준면으로 때에 따라 전시 면이 되기도 하므로 벽과 같은 고려가 요구된다. 바닥전시는 입체적인 전시가 가능한 장점이 있으나 벽면전시와 혼합하여 사용할 경우 관람객의 동선에 혼선을 유발할 수 있기 때문에 세심한 배려가 필요하다.

바닥은 전시에 쓰이는 바닥과 통로로 쓰이는 바닥으로 구분된다. 통로로 쓰이는 바닥은 보행에 안전하고 마찰이 크며 탄력이 있고 소음을 흡수하는 것이 바람직하다. 전시의도에 따라서 전시용 바닥과 통로용 바닥이 동일한 레벨을 이루거나 전시용 바닥이 통로용 바닥보다 높은 스테이지를

마련하는 경우 그리고 반대로 전시를 조감시키기 위해 바닥을 낮추는 경우가 있다.¹⁹⁾

바닥을 이용한 전시는 개방감과 전시면 전체를 조망할 수 있으므로 전시작품의 전체적인 형태를 볼 수 있는 입체물이나 모형전시에 활용 가능하다. 재질의 선택에 있어서도 소음, 글레어 현상이 일어나는 것은 피해야 되며, 칼라 선택은 전시장의 전체적인 분위기와 작품의 성격을 고려하여 선택해야 한다.

2) 천장

천장은 다양한 전시에 따라 가변성 있는 공간을 요구하는 전시공간에 활용되는 요소로 천장높이는 전시물의 크기를 수용하는 범위를 결정해 주기도 한다.

전시 장치나 전시물의 설치, 매달기에 건널 수 있어야 하며 전시장 환경과 보안을 위해 필요한 요소인 보안카메라, 화재 배연창, 조명기구 등은 관람객의 시야에 거슬리지 않도록 설치해야 한다. 일반적으로 천장 면보다 안쪽으로 설치하지만 노출이 되어야 하는 요소들은 디자인 크기, 형태를 고려하여 설치되어야 한다.

3) 벽

가장 쉽게 이용할 수 있는 전시 면으로 전시벽을 이용한 전시는 가장 보편적인 전시 방법이다. 전시공간에서 벽의 위치 및 형태는 전시작품 배치와 관람자의 동선에 영향을 주며, 벽면 색채, 질감, 벽의 높이는 시각적, 공간적으로 공간 구성에 영향력을 미치는 요인으로 적용된다. 또한 수직으로 세워지고 좌우로 접고 펼쳐지는 전시 면을 사용하여 공간을 구획하거나 이동벽을 이용하여 전시공간에 가변적으로 사용할 수 있다. 이에 벽은 전시 구조물의 지지체 역할, 방향성 제시, 배경 효과의 기능을 한다.

19) 이영진, 석대권, 구자봉 편저, 『박물관 전시의 이해』, 서울 : 학문사, 2000, p.55

4) 전시장 조명

작품의 성격에 따라 전시장의 전반적인 조명에도 영향을 미치므로 전시물에 맞는 색온도와 조도를 조정해 작품 감상을 위한 환경을 조성해 주어야 한다.

일반적으로 전시장 조명에는 다운라이트를 사용하나 보조적으로 관람객의 안전을 위해 부가조명장치를 설치하기도 한다. 또한 자연광을 이용한 조명도 있지만 직접적인 방법이 아닌 간접 조명의 방법을 사용하여 연출하기도 한다.

4. 지하철 문화전시공간

4.1. 지하철 문화공간 현황

서울시 및 지하철 관계당국에서는 시민들에게 지하철 및 지하철역사에서도 쾌적한 대중교통수단으로서, 그리고 질 높은 문화의 현장으로서의 서비스를 제공하기 위해 지하철 문화공간을 조성하고 있다. 지하철 문화공간은 대중교통을 이용하는 시민에게 손쉽게 문화적 서비스를 제공할 수 있는 역사 내 특수공간으로서의 특성을 지닌다.

지하철 초기에는 역사 및 차량디자인, 객실디자인 등 산업디자인 측면이 강하였으나 최근에는 설치미술 등에 의한 보다 순수미술에 가까운 예술작품들이 역사 내부를 장식하고 있다. 문화열차, 역구내 문화이벤트 등을 통하여 보다 능동적이고, 직접적인 문화를 선도하는 역할을 하고 있으며 지하철 공간을 문화의 광장으로 만듦으로써 시민과 호흡하며 사회문화의 일부로 자리 잡아 가고 있다.²⁰⁾

현재 국내 지하철 운영기관들은 상설공연 및 전시장을 지정하고 있고, 필요에 따라 역사를 비상설 문화공간으로 활용하는 추세이다.²¹⁾ 서울지하철은 도심권을 중심으로 상설공간이 지정되어 열린공간으로 활용하고 있다. 이처럼 지하철 문화공간의 조성은 장소성 문화의 확대라는 측면과 새

20) 박세미, 「철도산업 발전을 위한 문화디자인의 역할과 방향 연구」, 서울산업대 석사학위논문, 2003, p.72

21) 이상국, 「문화 지하철의 활성화를 위한 방향」, 부산발전포럼 통권 제104호, 2007.3, p.37

로운 문화공간의 개발과 창조라는 점에서 의미가 깊다.

지하철 문화공간은 지하철 역사 내 출입구 또는 연결통로 등의 일정공간을 이용하여 수시로 열리고 있다. 공연과 전시, 역사 내부 연결통로에 영구적으로 설치된 벽화와 조형물 등의 문화콘텐츠 요소들의 다양화로 매년 수행되는 문화행사의 횟수도 늘어나고 있다. 그러나 다양한 문화콘텐츠가 지하철 이용 승객들에게 좋은 반응으로 나타나는 한편, 적지 않은 문화행사들이 체계적이지 못하고 즉흥적으로 이루어져 지하철 내의 통로를 막거나 오히려 혼잡스럽게 한다는 지적이 있다. 지하철 문화로서 정착하기 위해서는 체계적이고 전략적 접근과 지역적 문화특성을 고려한 공간조성이 필요하다.

[표 2-4] 지하철 문화공간 조성 현황

구분		서울메트로	서울도시철도
문화 공급자	자체	서울메트로미술관 메트로팝스	-
	위탁 및 협력	이일공 / 레일아트 / 개인	서울공연예술단 / 레일아트 서울지하철문화연구원 / 기타단체 외 개인
문화공간	상설공연 · 전시장	주요 상설공연장 3개소 - 사당역 - 동대문운동장 - 을지로입구역 - 그 외 8곳 전시장 - 경복궁역 - 혜화역	주요 상설공연장 4개소 - 광화문역(5) - 월드컵경기장역(6) - 이수역(7) - 노원역(7) 전시장 - 광화문역
	비상설공연 · 전시장	대부분의 역사	대부분의 역사
	열린공간	-	월드컵경기장역
문화 콘텐츠	지하철 문화제	-	가을문화축제 (전시회, 음악공연, 무료행사)
	공연·전시	음악 (연주회, 음악회) - 가요, 국악, 클래식 무용 - 한국무용, 현대무용, 비보이댄스 그 외 마술, 마임, 퍼포먼스	작품전시회 - 만화, 서예, 사진, 그림, 수공예품 연주회, 콘서트 놀이마당

4.2. 지하철 전시공간 현황

지하철 전시공간은 그 목적과 행위 자체가 환경적 개념을 기초로 하여 성립되어지는 문제이며, 갈수록 혼돈되고 무질서해지는 도시환경에 대한 대처방안의 한 예이다.

최근 지하철 역사 내에도 전시공간이 조성되고 있는데 대표적으로 경복궁역의 서울메트로미술관, 광화문역의 광화문갤러리와 광화랑 등을 예로 들 수 있다. 주로 유동인구가 많은 대합실 통로 공간을 이용하여 전시공간을 조성하고 있다. 예술작품 및 조형물의 관람은 기다림과 만남의 장소, 휴게공간으로서의 기능도 할 수 있도록 하고 있다.

반면 이외의 다른 역은 협소한 공간과 비효율적인 공간 사용으로 인해 승강장 기둥이나 중앙 홀(콘코스) 공간의 벽면 활용을 통해 전시를 하고 있으나, 한시적이고 임기웅변식 같은 공간 운영으로 혼잡함을 주며 시민들의 공감대를 형성하기에도 부족한 현실이다.

2009년 7월에 개통될 지하철 9호선 역사 내에는 매표소가 없으며, 건물 벽과 통로에 각종 조각품, 회화 등 미술품이 전시된다고 한다. 또한 열린 공연장 7곳, 전시공간 및 갤러리 10곳, 인터넷카페 3곳, 만남의 광장 13곳 등 문화공간 33곳이 들어서 ‘즐거는 지하철 공간’으로 이용객들과 지역 주민의 공감대를 형성해 지역 특성과 성격에 따라 차별화된 문화공간으로 기능할 것으로 보고 있다.

[표 2-5] 지하철 전시공간 조성 현황

전시공간	소재지	규모	조성일자	비고(운영)
서울메트로미술관	지하철 3호선 경복궁역	1관 180평(600㎡) 2관 120평(400㎡)	1986년 개관 2005.11(시설개선)	서울메트로
광화문갤러리 (미술관별관)	지하철 5호선 광화문역	제1실 91평(265㎡) 제2실 81평(284㎡)	2000.12	세종문화회관
광화랑	지하철 5호선 광화문역	40평	2005. 2	세종문화회관
해화전시관	지하철 4호선 해화역	60평(약 200㎡)	2001. 6	서울메트로

Ⅲ. 사례조사 및 분석

1. 사례조사대상 일반적 개요 및 선정과정

현대적 관점에서 공공공간인 지하철역이 이동수단만이 아닌 도시와 연계되는 문화공간으로 자리 잡으면서 역사 내에도 공연, 전시 등 다양한 예술 활동이 이루어지고 있는 공간으로의 의미와 역할이 확대되고 있다. 따라서 지하철 역사가 생활 속의 문화공간으로 거듭나고 있으므로 문화예술 공간 중에서 지하철 역사 내 전시공간에 대한 부분을 연구 대상으로 선정하였다.

본 연구의 조사대상 선정방법은 다음과 같다.

첫째, 서울메트로와 서울도시철도공사의 2008년 역별 자료를 통해 일평균 승·하차 인원이 많은 순서대로 정리하였다. 승·하차 인원이 많아 유동인구 밀집 현상이 나타나는 지하철 역사를 중심으로 그 역이 위치한 지역과 주변 지역의 문화적 특징이 나타나는 곳을 선별한 후, 지하철 역사 내 예술 활동 중의 하나인 전시가 열리고 있는 곳에 초점을 맞추었다. 전시가 열리고 있는 지하철 역사 중 전시공간이 갖추어져 있는 곳은 시민들에게 새로운 차원의 문화 서비스를 제공한다는 점에서 큰 의미가 있기 때문에 전시공간이 갖추어져 있지 않은 역사 내에도 이러한 문화를 도입하고자 하였다.

둘째, 지하철 역사 내에 전시공간이 갖추어져 있으면서 역 주변에 문화적 특징이 나타나는 3곳(경복궁역, 혜화역, 광화문역)과 전시공간은 갖추어져 있지 않으나 역 주변에 문화적 특징이 나타나는 3곳(홍대입구역, 동대문운동장역, 시청역)을 사례조사대상으로 선정하였다.

2. 조사방법 및 일정

연구방법으로는 지하철공간, 문화공간, 전시공간에 관련된 문헌과 선행 연구논문의 이론적 고찰을 바탕으로 기초조사를 실시하였다. 이를 바탕으로 2009년 3월 28일~4월 7일까지 사례조사대상지로 선정된 6곳의 현장을 직접 방문하여 조사하였다. 지하철 역사 내부의 사진 촬영과 역 안내도, 평면도를 이용하여 현황 파악을 하고, 전시 작품이 설치된 곳을 표시하여 공간의 특징과 문제점, 전시설치가 가능한 곳을 비교 분석하였다.

국내사례 이외에 국외사례를 통하여 지하철 역사 내 문화전시공간이 적용되고 있는 현황을 비교 분석하여 수집된 자료를 기초로 문화전시공간의 특징을 분석 정리하여 결과를 도출하였다.

3. 국내 사례 조사

3.1. 사례조사대상지 일반적 사항

지하철 역사 내 문화전시공간(갤러리, 전시관)이 갖추어져 있는 경복궁역, 혜화역, 광화문역 3곳과 문화전시공간이 갖추어 있지 않은 홍대입구역, 동대문운동장역, 시청역 3곳이다. 일반적 사항은 다음 [표3-1]과 같다.

[표 3-1] 지하철역 일반적 사항

역명	소재지	노선	개통일	관리주체
경복궁역	서울 종로구사직로 49	3호선	1985. 10. 18	서울메트로
혜화역	서울 종로구 대학로 115	4호선	1985. 10. 18	서울메트로
광화문역	서울 종로구 세종로 14	5호선	1996. 12. 30	서울도시철도공사
홍대입구역	서울 마포구 동교동 165	2호선	1984. 5. 22	서울메트로
동대문 운동장역	서울 중구 을지로7가 1	2호선	1983. 9. 16	서울메트로
	서울 중구 광희동1가 194	4호선	1985. 10. 18	서울메트로
	서울 중구 광희동1가 86-2	5호선	1996. 12. 30	서울도시철도공사
시청역	서울 중구 태평로 1가 131	1호선	1974. 8. 15	서울메트로
	서울 중구 서소문동 27	2호선	1984. 5. 22	서울메트로

3.2. 사례조사대상지 분석

1) 경복궁역

[표 3-2] 경복궁역 일반적 사항

	역명	경복궁역
	소재지	서울특별시 종로구 사직로 49
	노선	서울 지하철 3호선
	개통일	1985년 10월 18일
	관리주체	서울메트로
	승강장 구조	1면 2선(섬식)
	승차 인원	20,293명
	하차 인원	21,393명

① 주변 문화 특징

경복궁역은 1985년 중앙청역으로 제정되었다가 1987년 5월에 역사명이 변경된 역이다. 역 주변에는 국립고궁박물관, 국립문화재연구소, 국립민속박물관 등이 위치해 있어 다양한 작품들을 접할 수 있는 기회를 제공하고 있어 여가생활을 즐기려는 시민들의 발길이 끊이지 않고 있다.

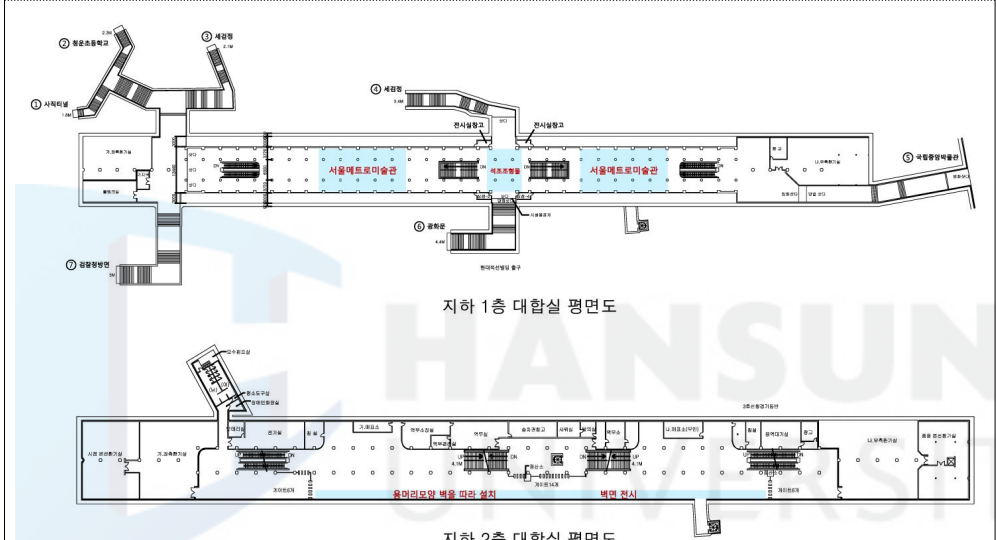
문화시설로서 인접한 경복궁은 조선의 정궁으로 서울의 상징적인 중심이 되는 곳으로 많은 외국인과 내국인 관광객들에게 개방되어 있으며, 인접한 인사동 지역은 전통과 현대, 신·구문화가 함께 공존하는 다양함이 묻어나며 서울의 다른 지역에 비해 가장 한국적인 문화를 접할 수 있으며 역사의 숨결을 느낄 수 있어 관광객들이 즐겨 찾는 곳이다.

사직공원 내에는 종로도서관, 시립어린이도서관을 비롯하여 공공건물들이 들어서 있으며, 인왕산길의 진입로가 가까이 있어 도심지에 위치한 휴식공간의 역할을 한다.

이 밖에 정부중앙청사, 청와대방면, 주한미군대사관 등의 공공기관과 상명대학교, 배화여자대학, 배화여자고등학교, 배화여자중학교 등이 위치하고 있다

② 지하철 역사 내 공간 분석

[표 3-3] 사례분석

경 북 공 역			
이 미 지			
			
평 면 도 삽입			
			
공간 특징	• 지하 1층에 화강석 재질로 된 상감행차도와 심장생도가 설치되어 있음 • 가로 4m, 세로 2m 크기의 서울메트로미술관이 조성 (1관은 약 600㎡ (180평), 2관은 약 400㎡ (120평)으로 됨) • 화강석으로 마감한 천장, 기둥이 없는 전시 공간으로 개방적임 • 화강석 재질로 된 아치 형태의 벽면에 광고, 전시 등의 설치물 가능 • 지하 2층 대합실에는 화강석으로 된 외벽문양 및 용머리모양이 벽을 따라 설치 • 조명을 설치하여 작품에 대한 시각적인 부분을 강조함 • 승강장에는 아치 형태로 된 천장과 팔면의 화강석 기둥이 대칭을 이룸 • 도제 기마인물상(주인상), 도제 기마인물상(하인상)의 석조 조형물 설치 • 구조적 측면과 재료 마감에 있어 한국적이면서 장중한 이미지를 나타냄		
문제점	• 지하 2층 통로는 긴 동선으로 되어 있어 시각적인 관심을 줄 수 있는 요소가 필요함		
전시공간	• 서울메트로미술관	전시설치 가능성	• 기둥, 벽면 등의 공간을 활용한 전시 작품 설치 가능

2) 혜화역

[표 3-4] 혜화역 일반적 사항

	역명	혜화역
	소재지	서울특별시 종로구 대학로 115
	노선	서울 지하철 4호선
	개통일	1985년 10월 18일
	관리주체	서울메트로
	승강장 구조	2면 2선(상대식)
	승차 인원	41,920명
	하차 인원	45,473명

① 주변 문화 특징

방송통신대학, 홍익대학교, 한성대학교, 상명대학교, 동덕여자대학교, 국민대학교 등에서 대학원 과정, 사회교육원 과정, 연구소 등 다양한 형식의 프로그램과 공연 예술, 영화, 디자인, 미술, 연극 등 예술이나 문화 분야로 특화된 학문이 대학로에 자리 잡기 시작하였다. 문화예술분야가 도시 안에 위치하여 대중들과 호흡하며 소통되고 있다.

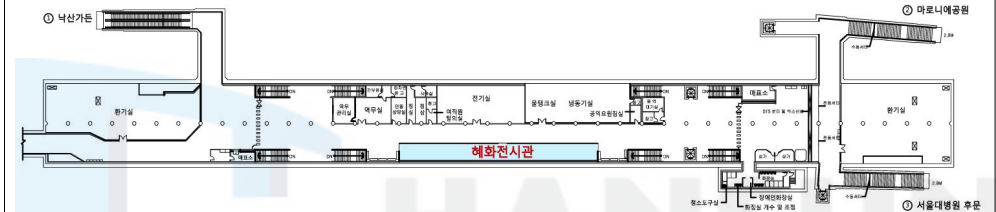
대학로는 문화예술의 거리로서 도시의 문화적 소통을 하며 시민의 다양한 문화적인 기능을 담당하고 있다. 공연관련시설과 콘텐츠가 밀집되어 있어 서울의 다른 지역과도 차별화된 문화공간으로서의 역할을 하고 있다.

주변에 마로니에 공원을 중심으로 문예진흥원, 미술회관, 문예회관 등이 위치해 있으며, 동숭아트센터, 연극·영화·뮤지컬 등의 문화예술 단체들과 소공연장 등이 들어서 순수 연극 창작활동의 장으로서 강한 정체성을 띠고 있으며, 예술 활동을 체험할 수 있는 문화공간으로 젊은이들의 발길이 끊이지 않는 곳이다.

문화재로는 조선시대 궁궐인 창경궁이 있으며 건축적인 아름다움을 주며 외국인들에게 인상 깊은 관광 명소로 자리매김하고 있으며, 그 외에도 첫대박물관, 국립서울과학관 등이 있다.

② 지하철 역사 내 공간 분석

[표 3-5] 사례분석

혜 화 역			
이 미 지			
			
평 면 도 삽입			
 지하 1층 대합실 평면도			
공간 특징	• 지하 1층에 약 200㎡(60평) 규모의 혜화전시관 조성 • 500여 점의 전시가 가능한 곳으로 통로에 유리로 파티션을 설치하여 전시공간과 통행공간을 구분하여 동선을 구획함 • 공간의 독립성 확보 • 전시공간 내부를 볼 수 있도록 유리 파티션의 높이를 낮게 설치 • 유동인구가 많으며 이동 시 전시 작품을 쉽고 편하게 관람할 수 있어 접근성이 좋은 편임 • 혜화역 디자인의 주제인 봉황과 함께 길조인 학을 이용해 승강장 벽면 부분에 이미지를 현대적 감각으로 상징화하여 나타냄		
문제점	• 동선이 길기 때문에 전시가 없을 경우, 전시공간이 비어 삭막한 인상을 주며 공간 사용에 있어 비효율적임		
전시공간	• 혜화전시관	전시설치 가능성	• 전시관 외에 승강시설 계단과 에스컬레이터 벽면에도 전시 설치 가능

3) 광화문역

[표 3-6] 광화문역 일반적 사항

	역명	광화문역
	소재지	서울특별시 종로구 세종로 14
	노선	서울 지하철 5호선
	개통일	1996년 12월 30일
	관리주체	서울도시철도공사
	승강장 구조	1면 2선(섬식)
	승차 인원	32,492명
	하차 인원	34,588명

① 주변 문화 특징

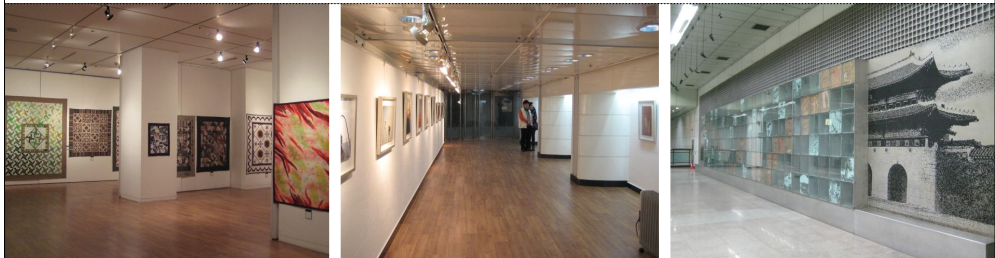
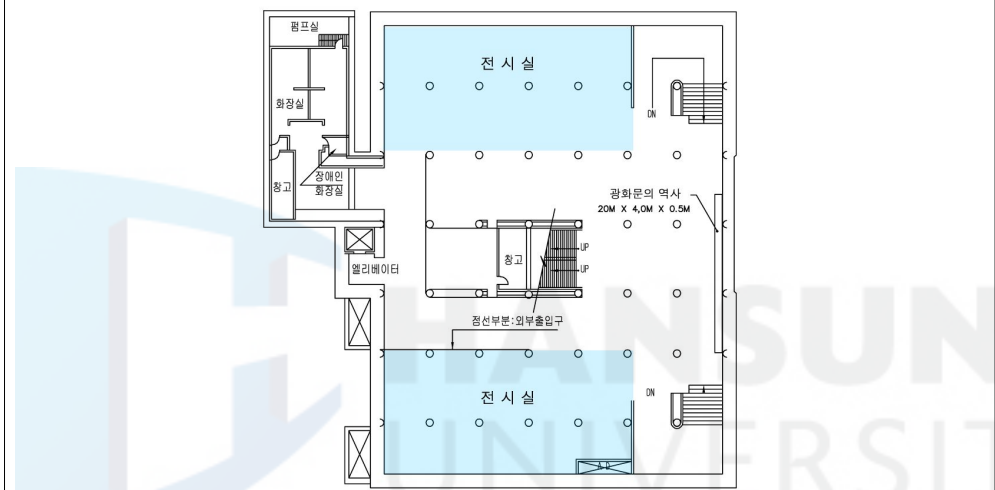
도심의 중심부에 위치하고 보행 및 대중교통 접근성이 뛰어난 광화문은 서울 도심부로 들어오는 관문 역할을 하는 경복궁(광화문), 덕수궁, 서울시립미술관, 서울역사박물관, 국립중앙박물관 등의 역사적인 문화재가 있어 외국인들과 일반시민들의 관광지역으로 활용되고 있다.

정치·경제·사회·문화 중심지역으로 주변에 청와대, 정부종합청사, 서울지방경찰청 등 국가기관 업무시설과 세종문화회관, 교보문고 등의 문화시설이 있으며, 정동지역, 인사동지역, 북창동지역이 근처에 인접해 있다. 교보문고 앞에는 고종즉위 40년칭경기념비(사적 제 171호)와 기념비를 보호하는 비전이 있다.

세종로 주변의 언론기관은 시민의 의사소통을 위한 공공영역 기능을 하며 주변의 종로, 시청, 을지로, 청계천에 입각한 문화시설, 상업시설 등 다양한 도시 기능이 있는 곳으로 주변 도시 기능을 연계시킬 수 있는 매개체로서의 기능을 가지고 있다. 세종로 뒤 쪽에는 야외 분수대에도 가설무대가 마련되어 야외 공연이 개최되고 있으며, 주차장이었던 분수대 옆 공간도 공원으로 개축되어 시민들의 휴식처가 되고 있으며 복합문화공간인 세종문화회관 내에는 전시공간인 미술관본관이 있으며, 광화문역 내에는 세종문화회관에서 운영하고 있는 ‘광화문갤러리’와 ‘광화랑’이라는 전시공간이 있다.

② 지하철 역사 내 공간 분석

[표 3-7] 사례분석

광 화 문 역			
이 미 지			
			
평 면 도 삽입			
			
지하 1층 대합실 평면도 (광화문갤러리)			
공간 특징	• 1,8번 출구 쪽에 ‘광화문갤러리’가 위치하여 이용자들이 쉽게 전시 관람을 할 수 있음 • 172평의 규모로 안내데스크를 중심으로 1실과 2실로 나누어져 있으며, 다양한 전시가 가능하며 무료 전시공간으로 자유로운 관람 가능 • 갤러리 맞은편에 ‘광화문 역사’라는 벽화 설치 • 광화문역 지하보도 7번 출구 쪽에 ‘광화랑’ 위치 • 2005년 2월 17일에 개관한 전시공간으로 40여 평의 규모이면서 유리로 되어 있어 밖에서도 전시 관람 가능 • 통행량이 많아 위치적으로 접근성이 좋아 수시로 전시 관람 가능		
문제점	• 지하보도 쪽은 동선이 복잡하여 이동 시 지나쳐가기 쉬움 • 문화공간을 쉽게 접할 수 있으나 홍보, 위치에 대한 정보가 부족함		
전시공간	• 광화문 갤러리 • 광화랑	전시설치 가능성	• 광화랑 옆 통로 벽면에도 아트월처럼 되어 있어 작품 설치 공간으로 활용 가능

4) 홍대입구역

[표 3-8] 홍대입구역 일반적 사항

	역명	홍대입구역
	소재지	서울특별시 마포구 동교동 165
	노선	서울 지하철 2호선
	개통일	1984년 5월 22일
	관리주체	서울메트로
	승강장 구조	1면 2선(섬식)
	승차 인원	50,820원
	하차 인원	53,447명

① 주변 문화 특징

서울시 마포구에 위치한 서울 지하철 2호선의 역으로 원래 역명은 동교역이었으나, 인근 홍익대학교의 요청으로 현재와 같이 변경되었다.

홍대 지역이 사회적으로 주목을 받기 시작한 것은 1990년대 초반 고급 카페들이 등장하면서부터이다. 피카소 서리에 복합갤러리, 테마카페 등이 등장하면서 홍대지역은 자유로운 이미지를 형성하게 되었다. 1990년대 중반에는 ‘언더그라운드²²⁾ 문화의 산실’이라 불릴 정도로 클럽 문화가 장소형성에 핵심적인 역할을 하기 시작하였다. 따라서 홍대지역의 클럽문화는 홍대지역의 장소성을 반영함과 동시에 다시 그 장소성을 강화시키는 홍대지역적인 성격을 지니고 있다고 할 수 있다. 이러한 클럽문화의 형성과 더불어 1990년대 말부터 홍대지역에는 디자인, 광고, 영화, 방송, 공연 등의 문화산업직종들과 관련된 전문가들의 활동이 증가되면서 미술과 음악분야뿐만이 아니라 복합문화지역으로 장소성을 형성하고 있는 추세이다.²³⁾

홍대 앞이 다양한 문화의 장소가 된 또 다른 특징은 다양한 이벤트가 수시로 열린다는 것이다. 대표적으로 프리마켓과 홍대거리미술전이 그 예이다. 표현에 있어 개성이 묻어나면서 시민들이 직접 참여하고 함께 느끼

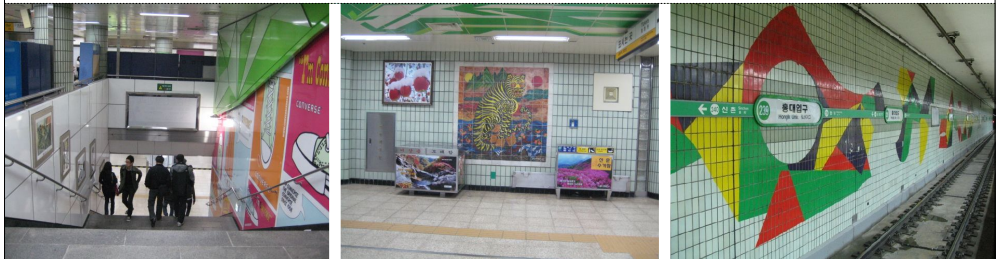
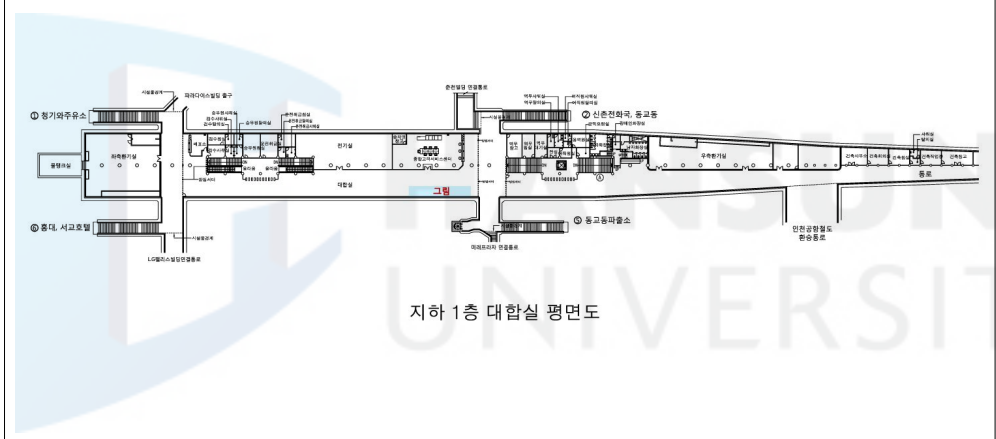
22) 언더그라운드(underground)는 대중문화에 속하지 않고 순수한 목적에서 자신들이 추구하고자 하는 문화를 하는 부류를 말한다. 음악의 경우 언더밴드라 하면 클럽에서 메탈이나 록, 힙합을 연주하는 그룹을 통칭한다.

23) 고경모, 「문화도시의 장소마케팅 관점으로 본 홍대지역 클럽문화에 관한 연구」, 홍익대 석사학위논문, 2005, p.80

면서 홍대만이 가지고 있는 숨 쉬는 공간으로 문화적 잠재력이 풍부한 동시에, 문화 활성화를 위한 공간이라 할 수 있다.

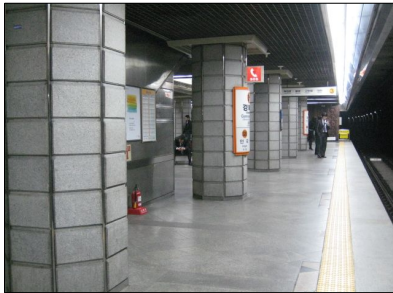
② 지하철 역사 내 공간 분석

[표 3-9] 사례분석

홍 대 입 구 역			
이 미 지			
			
평 면 도 삽입			
			
공간 특징	• 승강장 진입 계단 벽면에 학원홍보용 그림과 광고물이 부착 • 좁은 벽면 공간에 액자와 그림이 여러 개 부착되어 있어 눈에 잘 들어오지 않으며 수거함과 비상용 모래함 시설물로 인해 구별이 잘 안됨 • 홍익대학교에서 기증한 벽화가 벽면의 지루함을 변화시켜 줌 • 원색을 사용하여 생동감 있는 공간을 연출		
문제점	• 유동인구가 많은 편에 비해 공간이 협소함 • 여러 가지 요소들이 공간 구획 없이 나열되어 혼잡함을 줌 • 지역의 특징을 반영할 수 있는 전시 작품을 이용하여 대학가의 활발하고 특징 있는 문화의 이미지 반영 필요		
전시공간	• 갖추어져 있지 않음	전시설치 가능성	• 공간이 협소하므로 승강장 진입 계단과 벽면을 이용한 전시 작품 설치 가능

5) 동대문운동장역

[표 3-10] 동대문운동장역 일반적 사항

	역명	동대문운동장역
	소재지	서울특별시 중구 을지로7가 1
	노선	서울 지하철 2호선
	개통일	1983년 9월 16일
	관리주체	서울메트로
	승강장 구조	2면 2선(상대식)
	승차 인원	18,170명
	하차 인원	20,808명

역명	동대문운동장역	동대문운동장역
소재지	서울특별시 중구 광희동1가 194	서울특별시 중구 광희동1가86-2
노선	서울 지하철 4호선	서울 지하철 5호선
개통일	1985년 10월 18일	1996년 12월 30일
관리주체	서울메트로	서울도시철도공사
승강장 구조	1면 2선(섬식)	1면 2선(섬식)
승차 인원	21,952명	1,650명
하차 인원	22,057명	2,103명

① 주변 문화 특징

동대문운동장역은 서울메트로와 서울도시철도공사의 역이다. 서울 지하철 2호선, 4호선, 5호선의 3개 노선 환승역이다. 옛 이름은 서울운동장역이었으나, 1985년 7월에 동대문운동장역으로 역명이 개칭되었다.

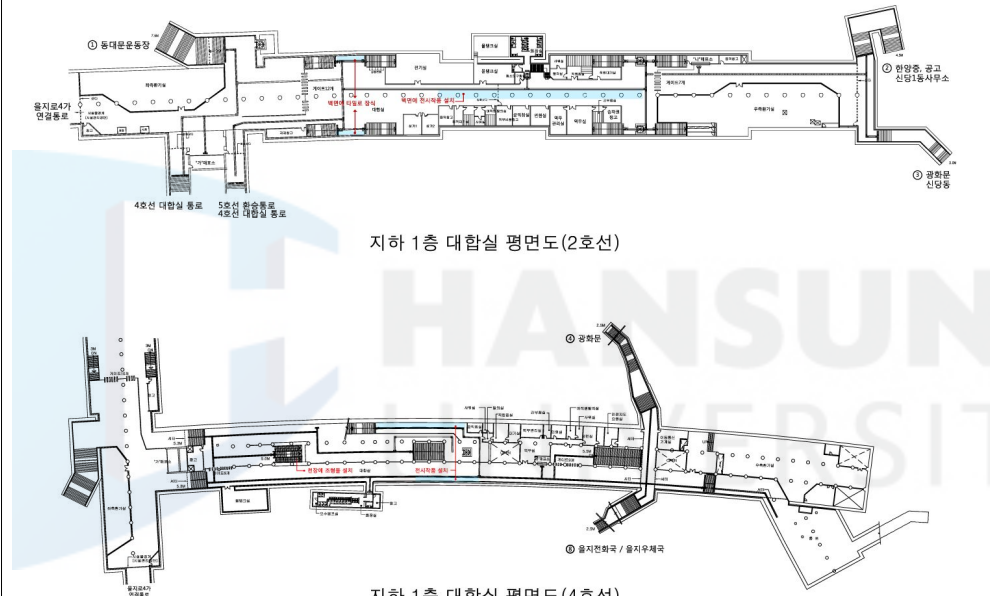
동대문운동장역 주변은 밀리오레, 두산타워, 평화시장, 홍인시장 등 쇼핑센터와 의류 도소매시장의 상가들이 밀집해 있으며, 청계천의 문화·휴식 공간으로 도심 내 녹지, 수변공간의 형성으로 많은 도시민들이 찾고 있다.

동대문지역의 밀집해 있는 청계천에 의해 동대문은 기존에 가지고 있는 도심산업단지와 고밀도 상업시설 외에 도심 내 녹지와 연계된 문화관광지역으로 탈바꿈하게 되었고, 다양한 이벤트와 볼거리를 제공하는 도심 속의 하나의 관광명소로서의 지역 특징을 형성하고 있다.

지하철역 내부는 지하보도를 중심으로 상가가 형성되어 있으며, 공연, 전시 등의 다양한 문화행사가 열려 문화적 콘텐츠로서의 역할도 한다.

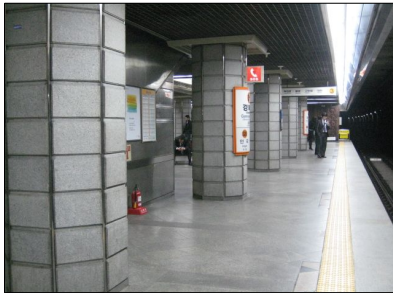
② 지하철 역사 내 공간 분석

[표 3-11] 사례분석

동대문운동장역			
이 미 지			
			
평 면 도 삽입			
			
공간 특징	• 지하 1층 환승통로에 붉은 벽돌을 사용한 아치 형태의 벽면에 전시 작품 설치됨 • 승강장 진입 부분에 전돌로 만든 '거북이' 벽화가 천장에 설치됨 • 개찰구 부분 벽면에 모자이크 타일을 사용하여 맛깔함과 단조로움에 변화를 줌 • 주로 기둥, 벽면을 이용하여 전시 작품이 설치됨		
문제점	• 벽면 작품 전시 기간이 오래되어 보는 이로 하여금 식상함, 지루함을 줌 • 관심, 흥미를 줄 수 있도록 일정한 기간을 두고 작품의 교체가 필요함 • 환승구간 벽면에도 변화를 줄 수 있는 타일의 사용이 필요함		
전시공간	• 갖추어져 있지 않음	전시설치 가능성	• 기둥, 벽면, 승강장 진입 계단, 에스컬레이터 등 공간을 활용한 전시 작품 설치 가능

6) 시청역

[표 3-12] 시청역 일반적 사항

	역명	시청역
	소재지	서울특별시 중구 태평로1가 131
	노선	서울 지하철 1호선
	개통일	1974년 8월 15일
	관리주체	서울메트로
	승강장 구조	2면 2선(상대식)
	승차 인원	24,231명
	하차 인원	25,245명

역명	시청역
소재지	서울특별시 중구 서소문동 27
노선	서울 지하철 2호선
개통일	1984년 5월 22일
관리주체	서울메트로
승강장 구조	1면 2선(섬식)
승차 인원	25,197명
하차 인원	27,266명

① 주변 문화 특징

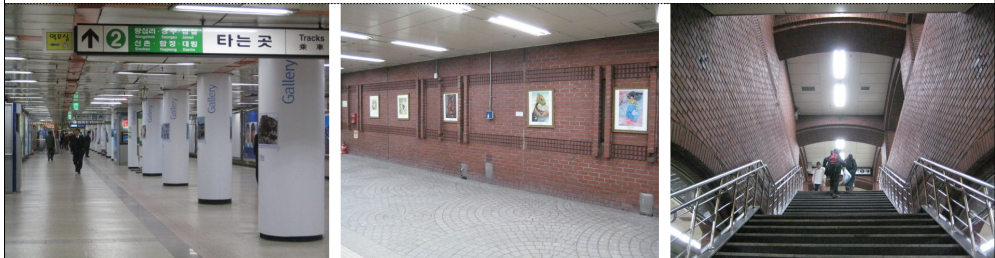
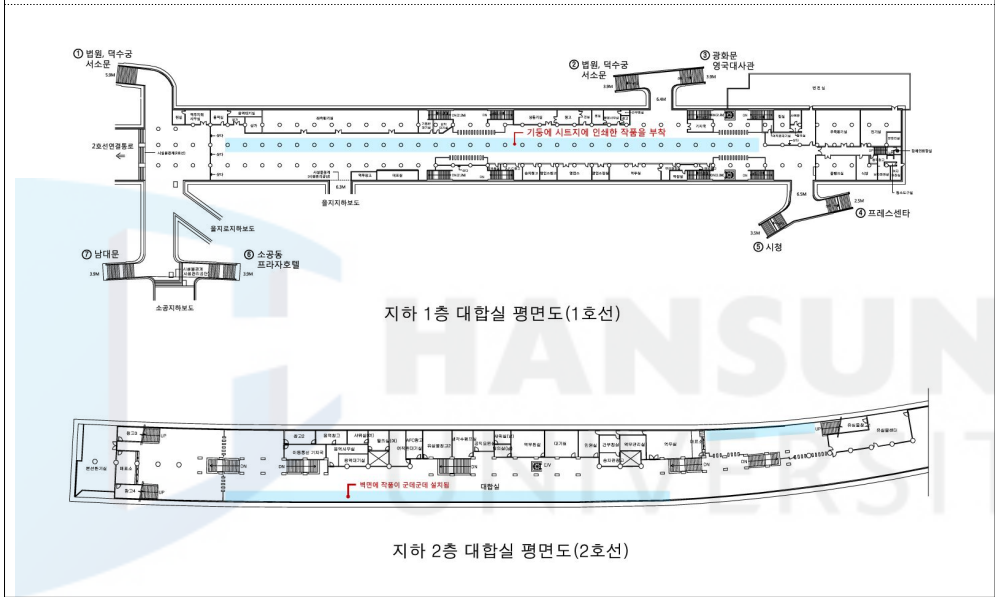
서울메트로의 전철역으로 인근에 서울시청이 있어 역명이 정해졌으며, 현재 서울 지하철 1호선과 서울 지하철 2호선의 환승역 역할을 하고 있다.

서울 중앙 지역에 위치한 시청역 근처에는 덕수궁미술관, 서울시립미술관 등 미술관이 위치해 있어 시민들이 다양한 미술작품들을 접할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 시청 앞 광장²⁴⁾은 시민들의 문화, 휴식공간으로 하절기는 잔디밭으로, 동절기는 스케이트장으로 이용되는 등 사회적, 문화적 상징성을 갖는 장소로 인식하게 되었다. 또한 문화유적지인 덕수궁이 있으며, 많은 비즈니스와 관광객을 위한 내외국인들의 방문이 잦은 곳으로 호텔 등 다양한 숙박시설이 산재되어 있다. 시청역은 서울시의 정치·경제·사회·문화 중심지로서 관광객, 관람객의 유동인구와 출·퇴근자 등 다양한 이용자 유형을 가지고 있는 서울시내 및 수도권 교통의 요충지이다.

24) ‘시청 앞 광장’의 총면적은 3,995평, 잔디광장 면적은 1,904평, 돌로 포장된 잔디광장 둘레 면적은 2,098평으로 대청마루에 보름달을 연상시키는 타원형이다.

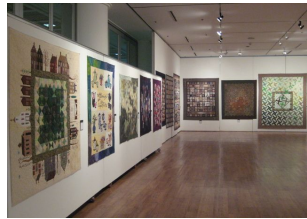
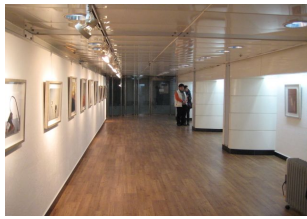
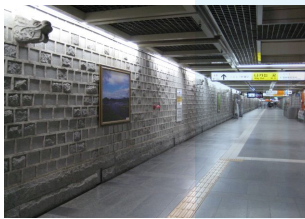
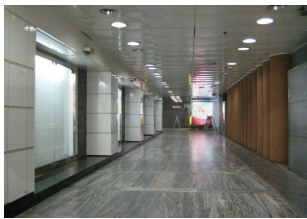
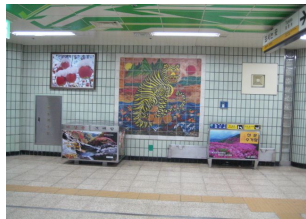
② 지하철 역사 내 공간 분석

[표 3-13] 사례분석

시 청 역		
이 미 지		
		
평 면 도 삽입		
 지하 1층 대합실 평면도(1호선) 지하 2층 대합실 평면도(2호선)		
공간 특징	• 이미지를 조합하여 알파벳으로 표현하거나 서울시립미술관에서 소장하고 있는 작품 사진을 기둥에 부착하여 전시함으로써 단조로움을 없앴으며 통일감을 줌 • 환승 공간 통로에는 붉은 벽돌로 마감된 벽에 전시 작품이 동선을 따라 설치되어 있으나 작품수가 적고, 넓은 간격으로 배치되어 있음 • 붉은 벽돌, 타일 등 동일한 재료 사용으로 지루한 공간 조성	
문제점	• 전시 작품이 단지 벽의 공간을 채우기 위해 설치되어 보임 • 작품이 오랜 기간 동안 설치되어 지루함과 식상함을 주며, 작품의 내용도 알 수 없으므로 이에 대한 설명이 필요함 • 이동 동선이 길기 때문에 관심, 흥미를 줄 수 있는 요소가 필요함 • 전시 작품을 설치할 수 있는 충분한 공간이 있음에도 불구하고 문화공간에 대한 관심 부족으로 환경적인 개선이 필요	
전시공간	• 갖추어져 있지 않음	전시설치 가능성 • 기둥, 벽면 등의 공간을 활용한 전시 작품 설치 가능

3.3. 사례 종합 분석

[표 3-14] 사례 종합 분석

	경복궁역		혜화역		광화문역		홍대입구역		동대문운동장역			
이미지												
												
소재지	서울 종로구 사직로 49		서울 종로구 대학로 115		서울 종로구 세종로 14		서울 마포구 동교동 165		서울 중구 광희동1가			
노선	서울 지하철 3호선		서울 지하철 4호선		서울 지하철 5호선		서울 지하철 2호선		서울 지하철 2, 4, 5호선			
개통일	1985년 10월 18일		1985년 10월 18일		1996년 12월 30일		1984년 5월 22일		1985년 10월 18일			
관리주체	서울메트로		서울메트로		서울도시철도공사		서울메트로		서울메트로			
승·하차	20,293명	21,393명	41,920명	45,473명	32,815명	36,443명	50,820명	53,447명	18,170명	20,800명		
특징	- 지하 1층에 서울메트로미술관 조성 1관은 180평, 2관은 120평 규모로 됨 - 화강석으로 마감한 천장과 기둥이 없어 개방적인 공간 조성 - 양쪽 벽에 삼강행차도, 십장생도 설치 - 지하 2층에 외벽문양과 용머리모양이 벽을 따라 설치됨 - 승강장에 석조조형물이 설치 - 한국적이며 장중한 이미지 줌		- 지하 1층에 약 200㎡(60평) 규모의 혜화전시관 조성 500여점 전시가 가능 - 통로에 유리 파티션을 설치하여 전시공간과 통행공간을 구분하여 동선을 계획함 (공간의 독립성 확보) - 유동인구가 많으며 이동 시 전시 작품을 쉽고 편하게 관람할 수 있음 - 승강장 부분에 길조인 학을 이용해 현대적 감각으로 상징화하여 나타냄		1, 8번 출구 쪽에 위치하여 이용자들이 쉽게 전시 관람 가능 172평 규모로 되어 있으며 통로를 중심으로 1실과 2실로 나누어져 구분됨 - 다양한 전시가 가능한 공간 - 갤러리 맞은편 벽면에 '광화문역사' 벽화 설치되어 있어 역사성과 - 무료 전시공간으로 자유로운 관람 가능 - 지하철 문화공간으로 조성됨		- 광과문역 지하보도 7번 출구 쪽에 위치 40여 평의 규모로 외벽이 유리로 되어 있어 밖에서도 전시 관람 가능 - 통행량이 많아 위치적으로 접근성이 좋으며 부담 없이 관람할 수 있음 - 무료 전시공간으로 자유로운 관람 가능 - 지하철 역사 내에 조성된 전시공간으로 문화공간의 역할을 함		- 승강장 진입 계단 벽면에 학원 홍보용 그림과 광고물이 부착되어 있음 - 좁은 벽면 공간에 액자와 그림이 여러 개 부착되어 있어 눈에 잘 들어오지 않으며 수거함과 비상용 모래함 시설물로 인해 구별이 잘 안됨 - 홍익대학교에서 기증한 벽화가 벽면의 지루함을 변화시켜 줌 - 원색을 사용하여 생동감 있는 공간을 연출		- 지하 1층 환승통로에, 벽돌을 사용한 아치형 벽면에 전시 작품이 설치됨 - 승강장 진입 부분에 전시한 '거북이' 벽화가 컬러미터 진입 부분에 타일을 이용하여 공간의 따뜻함과 맛깔함을 변화시킴 - 주로 기둥, 벽면을 이용하여 전시 작품이 설치됨 - 동선이 복잡하여 전시 눈에 잘 들어오지 않음	
전시공간	서울메트로미술관		혜화전시관		광화문갤러리		광화랑		갖추어져 있지 않음			
문제점	지하 2층 통로에는 전시물이 설치되어 있으나 내용면에서 지역특성이 반영된 작품의 설치가 필요함		동선이 길기 때문에 전시가 없을 경우, 공간이 비어 삭막한 인상을 주며 공간 사용에 있어 비효율적임		전시공간이 갖추어져 있는 것은 장점이나 출구가 골목 쪽에 있어 이용 부분에서는 미약한 부분이 있음		위치적으로 접근성이 좋아 누구나 쉽게 이용할 수 있으나 이동 시 그냥 지나칠 수 있는 공간이 될 수 있음		유동인구가 많은 편에 비해 공간이 협소하며, 여러 요소들이 공간 구획 없이 나열되어 혼잡함을 줌		전시 작품과 다른 부착구별이 잘 안되며, 전시기간이 오래되어 보는 하연금 식상함과 지루함	

사례조사대상지 6곳의 사례 조사 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 지하철 역사 내 전시작품은 부조 형태가 주류를 이루며, 벽면과 기둥을 이용하여 전시작품을 설치한 곳이 대부분이었다. 경복궁역, 혜화역, 광화문역은 역이 위치한 특징과 역명의 유래를 이용하여 작품을 상징적으로 표현하였다. 홍대입구역은 학원의 밀집으로 인해 지하철 역사 내에도 학원홍보용 그림만이 전시되어 있어 홍대문화와 시민들이 서로 공유할 수 있고 가까이 느낄 수 있는 작품의 설치가 필요하다.

둘째, 승강장 부분의 벽면, 기둥, 천장 등의 공간에 작품 설치가 자유롭게 이용되어야 한다. 홍대입구역은 벽면에 전시 작품이 광고, 역의 정보 등으로 인해 구분이 명확하지 않으며, 좁은 공간에 많은 요소를 넣으려고 해 간결하지 못한 이미지를 주었다. 시청역의 경우 벽면 공간이 많이 있지만 작품의 설치 비율이 낮으며, 작품 내용이 그 역의 특성과 상관없는 내용으로 시민들이 작품을 관람할 때 주제에 대한 이해도가 부족하여 인식력도 떨어지고 있다. 또한 동선의 제약으로 이동 시 멈춰서 보기 힘들뿐만 아니라 그냥 지나치게 되는 경우도 있으므로 지하철 공간의 동선과 움직임 고려해야 한다.

셋째, 지하철 역사 내 갤러리, 전시관이 갖추어진 경복궁역, 혜화역, 광화문역은 통행량이 많은 곳에 위치해 있어 지하철을 이용하거나 통행을 위해 이동 시 언제든지 관람할 수 있어 문화적 욕구에 대한 접근성이 좋은 편이다. 전시공간이 갖추어지지 않은 홍대입구역, 동대문운동장역, 시청역은 공간이 협소하여 따로 전시공간을 조성할 수 없기 때문에 기둥, 벽면, 승강장 계단, 에스컬레이터 부분 등 다양한 공간의 활용이 필요하며, 재료, 전시설치 방법, 전시유형, 조명 등을 다양하게 이용하여 이용자들의 관심과 흥미를 줄 수 있는 환경적인 개선이 필요하다.

위의 내용을 종합해 보면, 전시공간이 갖추어진 곳 외에는 기둥, 벽면, 승강장 계단, 에스컬레이터 부분 등 보다 다양한 공간의 활용이 필요하며, 재료, 전시설치 방법, 전시유형, 조명 등을 사용하여 이용자들의 관심과 흥미를 줄 수 있는 환경적인 개선이 필요하다.

4. 국외 사례 조사

국외사례는 지하철 공간이 이동을 위한 교통수단 외에 문화공간으로서의 기능을 가지고 있는 점에 초점을 맞추었다.

지역적인 특성을 고려해 지상의 이미지를 지하에 반영시키거나 역이 위치한 지역성과 역사성, 문화성이 내재되어 오래된 역사를 느낄 수 있으며 문화공간으로 박물관, 미술관 같은 이미지를 보여주는 관광명소로서 활용되고 있는 4곳(키예프스카야역, 스톡홀름역, 나무르역, 주카가이역)을 사례대상지로 선정하였다.

4.1. 사례조사대상지 일반적 사항

[표 3-15] 일반적 사항

국가명	도시명	개통년도	노선수	역수	연간수송인원 (백만명)
러시아	모스크바	1935년	11	177	3188
스웨덴	스톡홀름	1950년	3	100	269
캐나다	몬트리올	1966년	4	65	197
일본	요코하마	1972년	2	32	125

4.2. 사례조사대상지 분석

1) 러시아 모스크바 키예프스카야역

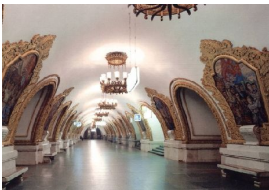
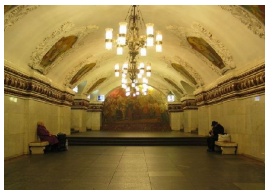
러시아 모스크바는 러시아연방과 연결되는 노선으로 교통기관의 요지이다. 모스크바 지하철은 1935년 소콜리니키와 고리키 두 공원 사이에 처음 개통된 이후로 시내교통의 중요한 역할을 하고 있다.

사회주의 시절에 건설된 모스크바 지하철의 키예프스카야역 지하철은 1937년에 완공되었고, 지하철 노선의 종점을 기점으로 한 고가선 위주의 라이트 메트로 2개 노선 및 모노레일 1개 노선이 있다.

러시아 모스크바 지하철은 ‘마스크비치(모스크바시민)’들의 교통수단으로 지하철역 자체가 하나의 박물관으로써 당시의 문화를 엿볼 수 있는 곳이

다. 처음에 지하철역은 전쟁에 대비한 방공호 역할을 해야 되므로 지하 100m이상 깊이에 위치하였으며 에스컬레이터를 통해 이동하였다. 과거 전쟁 시에 사용되었던 지하철 공간을 허물지 않고 보존함으로써 오늘날 지하철은 이동 수단 외에 관광명소로서 모스크바의 역사와 문화를 한 눈에 보여주고 있다.

[표 3-16] 사례분석

역명	키에프스카야역		
이미지			
위치	러시아 모스크바		
공간 특징	• 옛 소련시절 우크라이나와 우의 단합을 다지기 위해 지어진 역 • 오래되고 낙후되었지만 역사성과 건축미가 살아있음 • 소비에트 공화국(소련)시절 다양한 서사를 담은 모자이크로 표현된 작품을 지하철 역사 안에 배치하여 박물관 같은 이미지를 줌 • '뿔로샤지 레블루찌(혁명광장)' 역에서 만나는 전체 20개의 청동조각상은 현재의 이미지와 상반된 인상을 줌 • 50~100m 정도의 직사각형으로 된 돔형의 승강장 • 천장에는 샹들리에가 일정한 간격으로 설치되어 있으며 백색 불빛의 조명이 은은한 분위기를 연출함 • 전체적으로 대리석을 사용하여 화려한 이미지를 줌 • 통로 양 끝에는 색을 입힌 소비에트 역사를 그린 조각품들이 전시되어 있어 과거의 시대적 상황을 짐작하게 하는 요소로 작용함		

2) 스웨덴 스톡홀름역

스톡홀름은 스웨덴에서 가장 앞서가는 공업지역이며 스웨덴 문화의 중심지이다. 교통수단은 지하철과 버스를 주로 사용하며 인근 지역으로 갈 때는 기차를 이용한다. 주변에는 수십 개의 학문단체가 있으며, 휴식공간인 스칸센 공원, 왕립극장(오페라), 콘서트 협회(스톡홀름 필하모닉 오케스트라)인 문화기관, 스톡홀름의 상징적 건물인 시청이 위치해 있다.

스웨덴의 수도 스톡홀름의 대중교통수단 중 하나로 하루 이용자가 107만 명이며 105개의 차량이 1950회 운행된다. 총 108km의 길이에 100개의 역을 가지고 있으며, 5개의 노선으로 되어 있으므로 중앙역 T-Centralen

을 중심으로 뻗어 있다.

스웨덴은 역사 100개 중 90개 이상이 미술관과 다름없이 꾸며져 있으며, 이는 시민들 모두가 쉽게 예술작품과 문화공간을 접할 수 있도록 도시 디자인을 구현하였다.

[표 3-17] 사례분석

역명	스톡홀름역		
이미지			
위치	스웨덴 스톡홀름		
공간 특징	• 북유럽이 전반적으로 암반이 많기 때문에 지형적, 환경적인 특성을 이용하여 자연 그대로인 암반표면을 활용하여 인위적이지 않은 그 자체가 예술 공간의 기능을 함 • 벽면의 그림들로 인해 세계에서 가장 긴 화랑이라고 불림 • 거칠고 투박스러워 보일 수 있는 공간을 벽화나 미술품을 이용하여 공간을 구성함 • 약 140여명의 작가가 공헌한 지하철 화랑 • 지하공간에 대한 부정적인 심리와 어둡고 밀폐된 공간에 강한 색상을 사용하여 장식적인 부분의 요소가 없이도 독특하며 개성 있는 공간을 연출함 • 벽 안에 벽화를 그려 넣고, 화려한 조명 사용과 조명에 의한 그림자가 표면에 어우러지면서 음영 효과를 주어 입체적인 공간을 연출함		

3) 캐나다 몬트리올 나무르역

캐나다 몬트리올은 기후적인 영향으로 겨울에는 무척 추워 활동하는데 제약이 따르는 문제점이 있다. 추운 날씨에도 영향을 받지 않는 ‘언더그라운드’ 또는 ‘언더그라운드 시티’라 불리는 실내보행도로가 지하공간에 조성되어 있다. 건물과 몬트리올 기차역을 연결하는 것에서 시작된 언더그라운드의 건설은 무려 30km에 달하는 지하통로를 완성시켰는데 그 안에는 1,700여개의 상점이 밀집되어 있다.

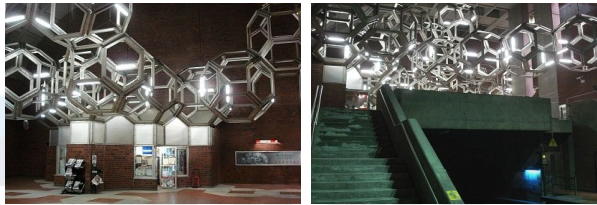
몬트리올 지하철은 1966년에 개통된 것으로 다운타운을 중심으로 전체 4개의 노선이 운행되고 있다. 가장 많이 이용하는 것은 동서로 달리는 1호

선과 1호선에 U자형으로 교차하는 2호선이다. 그린라인과 오렌지라인이 평행으로 관통하여 도심의 지하 곳곳을 연결해 주며, 시내의 큰 건물이나 쇼핑센터와 연결되어 있어 지하공간 안에서 모든 일의 해결이 가능하게끔 지하도가 발달되어 있으며 날씨의 구애를 받지 않는다.

캐나다 몬트리올의 50여개 지하철역은 조각품, 스테인드글라스, 벽화 등 다양한 재료와 전시유형을 활용한 작품들이 설치되어 있으며, 각각의 역마다 독창적인 공간과 독특한 구조를 가지고 있다.

몬트리올 지하철 2호선 오렌지라인에 있는 나무르(Namur)역은 1984년 1월 9일에 개통된 역으로 지하철역 내부에 다양한 전시 작품들이 설치되어 있다.

[표 3-18] 사례분석

역명	나무르역
이미지	
위치	캐나다 몬트리올
공간 특징	• 중이층으로 된 높은 천장으로 넓은 시야가 확보되며 공간의 개방성과 확장성을 줌 • 천장에 알루미늄으로 된 설치물이 유기적으로 연결되어 리듬감을 주며, 조명에 따라 시각적으로 변화를 줌 • 공간의 활용성과 구조미를 보여줌 • 동일한 형태와 크기의 설치물로 인해 공간이 자칫 무거워 보일 수 있음 • 지하공간의 어두운 이미지를 색상, 재료, 마감재를 다양하게 사용하여 공간마다 차별화를 나타냄

4) 일본 모토마치 주카가이역

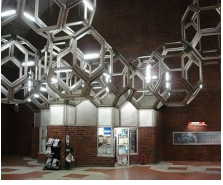
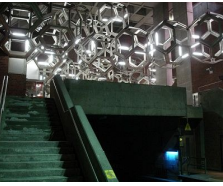
요코하마 시 나나 구에 있는 미나토미라이 선의 역이다. 이 역은 이토 토요씨의 디자인으로 개항 당시 역사박물관으로서 가이드 북인 ‘책의 역’이라는 컨셉을 가지고 디자인 되었다. 요코하마 역사의 흔적을 볼 수 있으며, 주변에 요코하마 개항 자료관, 야경을 감상할 수 있는 랜드마크 타워 스카이가든, 모토마치 상점가, 요코하마의 스테디 관광 명소로 음식점과 소품 숍이 많은 차이나타운, 항구가 보이는 언덕공원, 야마시타 공원 등으로 관광객들이 많이 찾는 곳이다.

[표 3-19] 사례분석

역명	주카가이역		
이미지			
위치	일본 요코하마		
공간 특징	• 항구도시로서의 지역적 특성을 고려해 지하철 역사 내부의 벽면에 배의 이미지를 나타냄 • 외국인 거류지시대였던 요코하마의 역사적 흔적을 지금도 엿볼 수 있음 • 반원의 형태로 되어 있으며 벽과 천장의 경계선을 없애 공간의 확장성과 개방성을 줌 • 지역의 특성이 반영된 역으로 다른 장식적인 요소가 없어도 주제의 통일성으로 인해 주변 환경과의 조화를 이룸 • 색상의 사용을 절제하였으며, 전체적으로 흰색을 사용하고 포인트 색상으로 연회색과 노란색을 사용함 • 국내 사례에도 이러한 공간 이미지를 주는 역이 있으나 부분 공간이 아니라 전체적으로 지역의 역사성을 반영한 이미지를 보여주므로 지하철 공간과 도시 상부와의 연계성이 적용된 공간임		

4.3. 사례 종합 분석

[표 3-20] 사례 종합 분석

	키예프스카야역	스톡홀름역	나무르역	주카가이역
이미지				
				
위치	러시아 모스크바	스웨덴 스톡홀름	캐나다 몬트리올	일본 요코하마
공간 특징	• 오래되고 낙후되었지만 역사성과 건축미가 살아있음 • 소비에트 공화국(소련) 시절 다양한 서사를 담은 모자이크로 표현된 작품을 지하철 역사 안에 배치하여 과거의 시대적 상황을 짐작케 하는 요소로 작용 • 전체적으로 박물관 이미지를 줌 • 50~100m 정도의 직사각형으로 된 돔형의 승강장 • 천장에는 샹들리에가 일정한 간격으로 설치되어 있으며 백색 불빛의 조명이 은은한 분위기를 연출함 • 전체적으로 대리석을 사용하여 화려한 이미지를 줌 • 동일한 재료 사용으로 공간의 통일성을 줌	• 북유럽이 전반적으로 암반이 많기 때문에 지형적, 환경적인 특성을 이용하여 자연 그대로인 암반표면을 활용함 • 세계에서 긴 화랑으로 공간 자체가 예술 공간의 기능을 함 • 거칠고 투박스러워 보일 수 있는 공간을 벽화나 미술품을 이용하여 공간을 구성함 • 어둡고 밀폐된 공간에 강한 색상을 사용하여 장식적인 부분의 요소 없이도 독특하며 개성 있는 공간을 연출함 • 벽 안에 벽화를 그려 넣고, 화려한 조명 사용과 조명에 의한 그림자가 표면에 어우러지면서 음영 효과를 주어 입체적인 공간을 연출함 • 동굴 이미지가 연상됨	• 중이층으로 된 높은 천장으로 넓은 시야가 확보되며 공간의 개방성과 확장성을 줌 • 천장에 알루미늄으로 된 설치물이 유기적으로 연결되어 리듬감을 주며, 조명에 따라 시각적으로 변화를 줌 • 공간의 활용성과 구조미를 보여줌 • 동일한 형태의 설치물로 인해 공간이 자칫 무거워 보일 수 있음 • 알루미늄으로 된 설치물로 인해 현대적인 공간으로 보임 • 지하 공간의 어두운 이미지를 색상, 재료로 다양하게 사용하여 공간마다 차별화를 줌 • 설치조형물로 인해 공간의 단조로움을 벗어나 조형적인 공간으로 변화시킴	• 항구도시로서의 지역적 특성을 고려해 지하철 역사 내부의 벽면에 배의 이미지를 나타냄 • 반원의 형태로 되어 있으며 벽과 천장의 경계선을 없애 공간의 확장성과 개방성을 줌 • 지역의 특성이 반영된 역으로 다른 장식적인 요소가 없어도 주제의 통일성으로 인해 주변 환경과의 조화를 이룸 • 전체적으로 흰색만을 사용하여 색상의 사용을 절제하였음 • 단일 색상으로 공간의 맛깔함과 단조로움, 지루함을 줄 수 있으나 연회색과 노란색을 포인트 색상으로 사용하여 부분적으로 돋보이게 함 • 지하공간임에도 전체적으로 공간이 밝음

국외 사례 4곳의 분석 결과를 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 국외 사례 지하철은 지역의 기후적인 특징과 환경적, 지형적, 문화적, 역사적 특징을 고려하여 조성되어 있다. 러시아 모스크바 키예프스카야역은 과거 소련시절 우크라이나와 우의 단합을 다지기 위해 지어진 역으로 지하 50~100m정도의 깊이로 되어있다. 이는 과거 지하철역이 방공호로 사용되기 위한 공간으로 적용되었기 때문이다. 현재는 낡고 오래되었지만 그 시대를 대표할 수 있는 역사성과 문화적 특징을 지하철 공간의 내부를 통해 엿볼 수 있어 이동 수단의 기능뿐만 아니라 문화공간으로서 자리매김하고 있다. 스웨덴 스톡홀름역의 경우에도 지형적으로 암반이 많은 환경으로 인해 지하철 공간을 자연 그대로인 암반 표면을 활용하여 이용하고 있다. 거칠고 투박스럽지만 자연 형태의 모습을 살려 표현함으로써 다른 장식적인 요소를 배제하였다. 어둡고 밀폐된 공간에 대한 심리적 영향을 미칠 수 있지만 강한 원색 사용과 조명으로 개성 있는 공간을 연출하였다. 캐나다의 경우는 눈이 많이 내리고 추운 날씨인 기후적인 영향으로 지하 공간과 더불어 지하철 공간이 발전한 곳이다. 지하공간은 보행공간과 상점, 편의시설, 교통시설 등과 연결되어 있어 하나의 문화공간 개념으로 여겨지고 있다.

둘째, 지하철 공간을 공간요소별로 구획하지 않고 하나의 공간으로 인식하여 구성하였다. 러시아 모스크바 키예프스카야역의 경우 지하철 공간 전체가 박물관으로서의 역할을 하고 있다. 기둥, 조명, 마감재의 사용은 통일성을 주었으며, 전통성과 역사성이 반영된 다양한 모자이크 벽화와 조각품의 장식은 러시아의 건축미와 뛰어난 예술성을 보여주는 한 예라 할 수 있다. 스웨덴 스톡홀름역은 동굴의 이미지로 표현방식에 변화를 주어 자연적인 공간 구성을 연출하였다.

셋째, 국내 사례 지하철 역사 내부의 전시작품들은 대부분 공간을 적게 차지하는 벽화 중심의 전시작품인 반면 캐나다 몬트리올 나무르역은 알루미늄으로 된 입체조형물을 유기적으로 연결하여 리듬감과 조형미를 연출하였다. 지하공간이 갖고 있는 폐쇄성을 천장을 높임으로써 공간의 활용도

를 높였으며, 확장성과 개방성의 기능을 동시에 주고 있다.

넷째, 시각적인 관심을 줄 수 있는 요소를 지하철 공간에 부분적으로 도입하여 표현하고 있었다. 국내 사례의 경우 지하철 역사 안에 작가의 의도를 알 수 없는 작품과 눈에 보이지 않는 작품이 설치되어 있어 조형적, 미적으로 아름다움을 주기 보다는 혼란스러움과 동선을 방해하는 요소로 작용되고 있다. 한 가지 재료를 사용하더라도 색상, 재질 등으로 악센트를 주거나 간접조명을 설치하여 작품의 연색성을 살리면서 사람들의 시선을 유도할 수 있는 디자인 요소가 필요하다.

위의 내용을 종합해 보면, 국외 사례의 경우 지하공간이라는 환경적인 제약에서 벗어나 각각의 장소마다 역의 이미지가 특색 있게 반영되어 있는데 이는 환경적, 기후적, 지형적, 문화적인 영향을 받아 형성되었다. 또한 인위적이고 획일적인 면에서 탈피하여 다양한 전시연출 요소와 재료의 사용, 조명을 이용하여 공간의 활용성을 극대화시켜 심미적으로 만족시키는 문화전시공간으로서의 모습을 보여주고 있었다.



5. 소결

국내 사례와 국외 사례의 분석 결과를 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 국내 사례의 경우 지하철 공간이 획일적이며 지역의 특징이 반영되지 않은 채 조성된 곳이 대부분이었다. 문화를 위한 공간과 활동에 치우쳐져 있어 문화화 된 환경 즉, 지역의 역사 및 환경의 구성 측면에서는 문화에 대한 접근이 이루어지고 있지 않고 있다. 반면, 국외 사례의 경우는 지역의 기후적인 특징과 환경적, 문화적, 지형적인 특징을 고려하여 조성되어 있다. 러시아 모스크바 키예프스카야역은 과거 방공호로 사용되는 공간이었으나 현재는 지하철 공간으로써 시대를 대표할 수 있는 역사성이 내부의 공간과 전시 작품에서도 엿볼 수 있다. 스웨덴 스톡홀름역은 암반이 많은 지형적 특징을 살려 지하철 공간 내부에 자연적인 동굴 형태의 모습을 갖추고 있다. 거칠고 투박스럽지만 강한 원색과 조명을 사용하여 음영 효과를 연출하고 있다. 캐나다 몬트리올은 추운 기후의 영향으로 지하공간 발전이 이루어진 곳으로 지하철역과 보행공간과의 연계성 외에 상점, 편의시설, 교통시설 등이 연결되어 있어 한 공간 안에서 해결할 수 있는 장점이 있다.

둘째, 국내 사례와 국외 사례를 비교해 보면 지하철 공간에 대한 개념의 차이점을 보여주고 있다. 국내 사례의 경우 지하철 공간에 시민들이 쉽게 접할 수 있고 이용할 수 있는 문화공간이 조성되어 있으나 이동을 위한 교통수단체제로서 기능이 강조되고 있다. 반면 국외 사례는 지하철이 하나의 관광문화로 교통수단 이외에 도시의 문화적 역할을 동시에 하고 있다. 박물관, 미술관 형태로 내부가 구성되어 있으며 모자이크로 표현된 벽화와 조각품 장식, 화려한 조명은 예술성과 동시에 건축미, 역사성을 살려내고 있다.

셋째, 현대는 지하철 공간이 문화공간으로 인식되면서 역사 내부에도 전시공간이 조성되고 있다. 지하철 역사 내 갤러리, 전시관이 갖추어져 있는 경복궁역, 혜화역, 광화문역은 역사적, 문화적으로 중심이 되는 장소이다.

유동인구가 많으며 주변 지역에서 쉽게 접하거나 직접 체험하여 공감대를 형성할 수 있는 문화적인 환경이 조성되어 접근성과 편리성이 뛰어나다. 지하철 역사 내 전시공간을 갖추고 있는 것은 문화 활성화에 영향을 미칠 수 있으나 대부분의 역은 구조적, 공간적으로 한정되어 기존의 공간 중에서 문화공간으로 활용할 수 있는 방안을 모색해야 한다. 국내 사례에서는 벽면을 활용하여 전시 작품을 부착하는데 한정적인 방법만을 이용하여 공간의 특성화를 살리지 못하고 일률적으로 배치되어 있다.

국외 사례에서 캐나다 몬트리올 나무르역은 알루미늄으로 된 입체적인 조형물을 천장에 설치하여 현대적인 감각으로 리듬감과 조형미를 연출하였다. 알루미늄 재질이 지하공간의 차갑고 어두운 이미지를 부각시킬 수 있으나 그 외 조명, 색상으로 이질적인 공간으로 변화시켰다. 환경적으로 제한된 공간을 천장을 높임으로써 확장성, 개방성 기능을 동시에 제공하고 있다. 환경적, 공간적인 여건이 다르지만 어떻게 적용하고 활용하느냐에 따라 공간이 추구하는 이미지, 분위기가 달라지므로 국내 사례에서도 벽면, 기둥 공간 외의 활용과 전시설치 방법, 전시유형, 조명 등을 이용한 다양한 활용방법이 필요하다.

국외 사례는 국내 사례와는 달리 환경, 지형, 기후, 문화적 특징을 이용하여 지하철 공간에 전시 작품을 적용시킨 방법이 다르지만 폭넓은 공간을 사용함으로써 공간이 가지고 있는 그 이상의 가능성을 보여주었다. 국내 사례에도 각각의 장소에 역사성, 문화적 정체성이 있는 공간에 문화 활동을 위한 시설, 공간을 조성하여 함께 느끼며, 소통할 수 있는 환경적인 개선이 필요하다고 본다.

IV. 설문조사 및 분석

1. 설문의 개요

지역민들의 사회적, 경제적 향상과 교육, 문화 등 삶의 질을 높이려는 욕구가 높아짐에 따라 문화의 중요성이 점점 커지고 있다. 문화 수준의 척도에 의해 경쟁력이 좌우되며 지역민의 공동체 의식 형성과 의사소통의 장으로서 중요한 역할을 담당하는 있는 현 시점에서 지하철 문화전시공간의 환경은 아직 그늘진 이미지를 벗어나버리지 못하고 있다. 대부분의 역사 내에서 부정적인 인식의 틀을 깨고 새로운 이미지로서 지하철 역사 내의 미술관, 갤러리 같은 문화시설과 편의시설들을 설치하여 차별화를 주는 긍정적인 공간으로의 변신을 꾀하고 있다.

지하철 역사 내의 문화공간은 누구나 이용할 수 있는 공간으로 평소에 어렵거나 이질적으로 인식되던 예술에 대해 자연스럽게 접할 수 있으며 특정 미술관이나 공연장을 찾지 않아도 각자의 목적지로 이동하는 도중에 접할 수 있는 이점이 있다. 개방적인 공간으로 고급문화와 대중문화를 이분화 하는 사고에서 탈피하여 드러내고 즐기는 문화예술의 정신을 지향하면서 관객에게 양질의 경험을 제공하여 문화적 소양을 쌓을 수 있도록 한다.

지하철 문화전시공간은 활발한 참여를 위해 시민들의 요구사항과 눈높이를 맞춰야 하며, 그 지역의 문화특징과 연계할 수 있는 요소와 체계적인 환경체제를 갖추어야 한다.

지하철 역사 내 문화전시공간의 현황 조사를 통해 지하철 공간과 전시 공간에 대한 분석을 한 후, 설문조사를 통해 문화전시공간에 대해 지하철 이용자들이 어떻게 느끼고 있는지 알아보고 현재의 문제점을 개선하여 추후 활용 방안에 대해 살펴보고자 한다.

2. 1차 설문조사

2.1. 1차 설문조사 방법

조사도구로는 매우 오래된 연구조사방법으로 대규모 표본을 사용할 수 있으며 질문뿐만 아니라 관찰도 할 수 있어 다른 연구 방법에 비해 유연성이 있는 설문조사를 이용하였다.

본 연구를 위한 설문조사는 2009년 4월부터 6월까지 총 2차에 걸쳐 실시하였으며 사례대상지의 현장조사를 기본으로 하였다.

1차 설문조사는 2009년 4월 26일~5월 1일까지 6일에 걸쳐 이루어졌으며 지하철을 이용하는 일반인 총 100명을 조사 대상으로 선정하여 자기 기입식 설문지 방식을 사용하여 설문을 실시하였다. 총 100부를 배포하여 불성실한 응답으로 판단되는 설문지를 제외한 분석 가능한 총 90부의 설문지를 회수하여 분석 자료로 사용하였다.

분석 방법으로는 통계프로그램인 SPSS 12.0을 이용하였으며, 전체적인 특성을 파악하기 위해 각 설문문항의 분석은 빈도분석을 실시하였고, 일부 문항들에서는 교차분석과 복수응답을 요구하는 질문에서는 다중응답분석을 실시하여 설문지를 분석하였다.

2.2. 1차 설문조사 내용

1차 설문조사의 내용은 응답자의 일반사항, 지하철 역사 내 문화전시공간의 현황과 필요성에 대한 사항, 지하철 역사 내 설치된 전시 작품 및 전시공간에 대한 만족도와 선호도, 추후 요구사항에 대한 항목으로 구분되었다. 설문문항은 다음 [표 4-1] 과 같다.

[표 4-1] 1차 설문조사 구성 내용

구분	분류	내용	문항
일반사항	인구통계학적 질문	성별	3문항
		연령	
		직업	
대중교통	대중교통수단 이용 현황	대중교통수단	3문항
		서울 지하철 노선	
		평균 지하철 이용 횟수	
전시공간	문화전시공간 이용 현황	이용 여부	4문항
		이용 횟수	
		이용 시간	
		이용 목적	
	전시 작품 현황 및 문제점	역사 내 전시 작품 관람 여부 사항	5문항
		전시 작품 설치 유형 선택사항	
		전시 관람 시 장애 요소	
만족도	만족도	전시 작품 필요 여부	6문항
		전시 작품 관심 여부	
		전시 작품 이해 여부	
		주변 특징 반영 여부	
		전시공간에 대한 만족도	
선호도	요구사항	설치 공간 가능성	3문항
		전시 설치 유형 가능	
		전시될 작품의 내용 유형	



HANSUNG
UNIVERSITY

2.3. 1차 설문조사 결과 및 분석

2.3.1. 응답자 일반적 사항

설문조사 문항 중 응답자에 대한 일반적인 사항에 대한 통계는 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 다음 [표 4-2] 과 같다.

[표 4-2] 응답자 일반적 사항 분석

항목		빈도	퍼센트(%)
성별	남자	39	43.3
	여자	51	56.7
	합계	90	100.0
연령	10대	3	3.3
	20대	39	43.3
	30대	26	28.9
	40대	17	18.9
	50대 이상	5	5.6
	합계	90	100.0
직업	학생	20	22.2
	회사원	40	44.4
	주부	8	8.9
	전문직	14	15.6
	서비스업	4	4.4
	기타	4	4.4
	합계	90	100.0
대중교통수단	택시	0	0
	버스	27	30.0
	지하철	51	56.7
	기타(자가용,도보)	12	13.3
	합계	90	100.0

성별분류는 응답자 90명 중 여자가 56.7%로 43.3%의 남자보다 높게 나타났다.

연령별로는 20대가 43.4%로 가장 많이 분포되었고, 30대가 28.9%, 40대가 18.9%, 50대가 5.6%, 10대가 3.3%의 순으로 조사되었다.

직업별로는 회사원이 44.4%, 학생이 22.2%로 전체의 50% 이상을 차지하고 있으며, 그 다음으로는 전문직 15.6%, 주부 8.9%, 서비스업과 기타가 각각 4.4%로 조사되었다.

교통수단별로는 지하철 56.7%, 버스 30.0%로 응답자 대부분이 지하철이나 버스를 이용하는 경우가 많았으며, 기타 의견으로는 자가용이나 도보 이용이 13.3%로 조사되었다.

2.3.2. 문화전시공간 이용 현황

본 항목에서는 지하철 역사 내 문화전시공간의 이용 현황 실태를 파악하고자 문화전시공간을 이용해본 경험에 대해 조사해 보았다.

1) 성별

성별과 문화전시공간 이용 여부 간의 차이는 [표 4-3]에서 보이듯 0.05 유의 수준에서 유의미한 것으로 나타났다. 남자의 경우 지하철 역사 내 문화전시공간의 이용 여부에서 없다는 응답이 61.5%로 높게 나타났으며, 있다고 한 응답도 38.5%로 나타났다. 여자의 경우 문화전시공간 이용 여부에서 있다가 64.7%로 높게 나타났으며, 없다는 35.3% 나타났다. 이에 남자와 여자가 서로 반대되는 응답을 나타내는 것을 알 수 있다.

[표 4-3] 성별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석

		이용 여부		전체
		있다	없다	
남자	빈도	15	24	39
	퍼센트(%)	38.5%	61.5%	100.0%
여자	빈도	33	18	51
	퍼센트(%)	64.7%	35.3%	100.0%
전체	빈도	48	42	90
	퍼센트(%)	53.3%	46.7%	100.0%

$$X^2 = 6.116, df=1, p=0.013$$

성별과 이용 횟수 간의 교차분석 결과는 다음 [표 4-4]과 같다. 이 표에서 보듯이 성별과 이용 횟수 간의 관계는 0.05 유의 수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 이 분석은 앞의 [표 4-3]에서 문화전시공간을 이용해 보았다고 말한 응답자를 대상으로 분석하였다.

남자의 경우 한 달간 평균 방문 횟수가 1~2회 이용한다가 60.0%로 나타났다으며, 여성의 경우에도 한 달 간 평균 방문 횟수가 1~2회 이용한다가 72.7%로 높게 나타났다. 이는 지하철 공간이 이동 수단만이 아니라 문화 공간인 전시공간으로 시민들에게 편리하게 이용할 수 있는 장소성의 기능이 요구됨을 알 수 있다.

[표 4-4] 성별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석

		이용 횟수			전체
		1~2회	3~4회	이용 안함	
남자	빈도	9	1	5	15
	퍼센트(%)	60.0%	6.7%	33.3%	100.0%
여자	빈도	24	0	9	33
	퍼센트(%)	72.7%	0%	27.3%	100.0%
전체	빈도	33	1	14	48
	퍼센트(%)	68.8%	2.1%	29.2%	100.0%

$$X^2 = 2.573, df=2, p=0.276$$

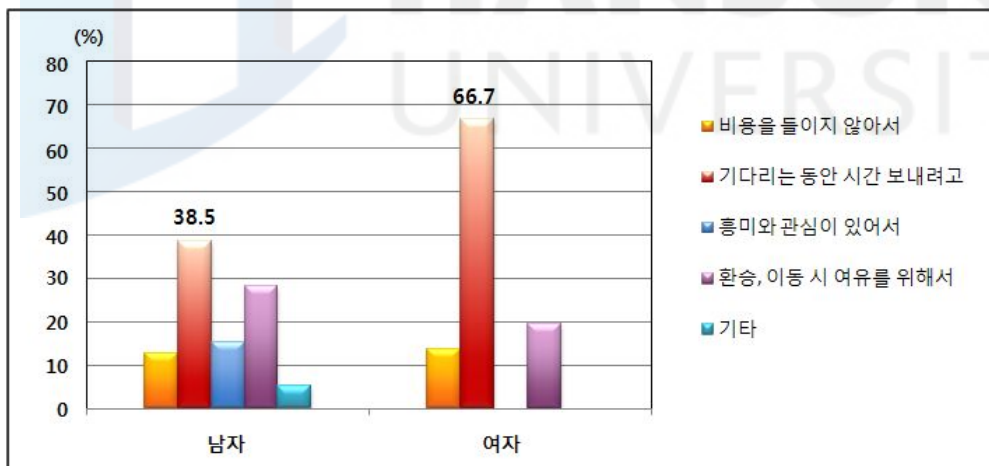
성별과 문화전시공간 이용 목적 간의 교차분석의 결과는 [표 4-5]와 같다. 이 표에서 보듯이 성별과 문화전시공간 이용 목적 간에는 0.05 유의 수준에서 유의미한 것으로 나타났다. 문화전시공간을 이용하는 목적이 남자는 38.5%, 여자는 66.7%로 기다리는 동안 시간을 보내기 위해서로 조사되었다. 이는 문화전시공간이 만남의 장소로 이용되고 있음을 알 수 있다.

[표 4-5] 성별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석

		이용 목적					전체
		비용을 들이지 않아서	기다리는 동안 시간 보내려고	흥미와 관심이 있어서	환승, 이동 시 여유를 위해서	기타	
남자	빈도	5	15	6	11	2	39
	퍼센트(%)	12.8%	38.5%	15.4%	28.2%	5.1%	100.0%
여자	빈도	7	34	0	10	0	51
	퍼센트(%)	13.7%	66.7%	0%	19.6%	0%	100.0%
전체	빈도	12	49	6	21	2	90
	퍼센트(%)	13.3%	54.4%	6.7%	23.3%	2.2%	100.0%

$\chi^2 = 14.404$, $df=4$, $p=0.006$

[그림 4-1]에서 보듯이 남자와 여자 모두 같은 목적을 가지고 문화전시공간을 이용하는 것으로 나타났다. 남자의 경우 전시공간을 이용하는 목적의 차이가 크지 않는 반면, 여자의 경우 전시공간을 이용하는 목적이 기다리는 동안 시간을 보내기 위함에 대한 비중이 크므로 다른 응답과는 확연히 구별되는 것을 볼 수 있다. 이는 기다리는 동안 잠깐의 시간이라도 문화를 즐길 수 있는 공간이 주변에 조성되어 있기 때문에 일부러 찾아가지 않더라도 전시작품을 볼 수 있으므로 가능한 일이라고 여겨진다.



[그림 4-1] 성별-문화전시공간 이용 목적

2) 연령별

연령과 문화전시공간 이용 여부 간의 교차분석 결과는 [표 4-6]과 같다. 이 표에서 보듯이 연령과 문화전시공간 이용 여부 간의 관계는 0.05 유의 수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 문화전시공간 이용 여부를 보면 10대가 66.7%, 20대가 53.8%, 30대가 65.4%로 응답자의 50%가 대부분 문화전시공간을 이용한다고 조사되었으며, 40대 52.9%, 50대 이상 100.0%는 문화전시공간을 이용한 적이 없다고 응답하였다. 이는 연령별이 낮을수록 문화전시공간 이용 여부가 높다는 것을 알 수 있다.

[표 4-6] 연령별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석

		이용 여부		전체
		있다	없다	
10대	빈도	2	1	3
	퍼센트(%)	66.7%	33.3%	100.0%
20대	빈도	21	18	39
	퍼센트(%)	53.8%	46.2%	100.0%
30대	빈도	17	9	26
	퍼센트(%)	65.4%	34.6%	100.0%
40대	빈도	8	9	17
	퍼센트(%)	47.1%	52.9%	100.0%
50대 이상	빈도	0	5	5
	퍼센트(%)	0%	100.0%	100.0%
전체	빈도	48	42	90
	퍼센트(%)	53.3%	46.7%	100.0%

$$X^2 = 7.719, df=4, p=0.102$$

연령과 문화전시공간 이용 횟수 간의 교차분석 결과는 [표 4-7]과 같다. 이 표에서 보듯이 연령과 문화전시공간 이용 횟수 간에는 0.05 유의 수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 이 분석은 앞의 [표 4-6]에서 문화전시공간을 이용해 보았다고 말한 응답자를 대상으로 분석하였다.

표를 보면 한 달 동안 문화전시공간 이용 횟수는 10대 100.0%, 20대 71.4%, 30대 64.7%, 40대 62.5%로 나타났으며, 이는 구분 없이 모든 연령층에서 한 달에 주로 1~2회를 이용한다는 것을 알 수 있다.

[표 4-7] 연령별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석

		이용 횟수			전체
		1~2회	3~4회	이용 안함	
10대	빈도	2	0	0	2
	퍼센트(%)	100.0%	0%	0%	100.0%
20대	빈도	15	0	6	21
	퍼센트(%)	71.4%	0%	28.6%	100.0%
30대	빈도	11	0	6	17
	퍼센트(%)	64.7%	0%	35.3%	100.0%
40대	빈도	5	1	2	8
	퍼센트(%)	62.5%	12.5%	25.0%	100.0%
전체	빈도	33	1	14	48
	퍼센트(%)	68.8%	2.1%	29.2%	100.0%

$$X^2 = 6.244, df=6, p=0.396$$

연령과 문화전시공간 이용 목적 간의 교차분석의 결과는 [표 4-8]과 같다. 이 표에서 보듯이 연령과 문화전시공간 이용 목적 간에는 0.05 유의수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 표를 보면 10대 66.7%는 환승 및 이동 시 잠깐의 여유를 갖기 위해서 문화전시공간을 이용한다고 나타났으며, 20대 56.4%, 30대 53.8%, 40대 52.9%, 50대 이상 60.0%는 누군가를 기다리는 동안 시간을 보내기 위해 문화전시공간을 이용한다고 나타났다.

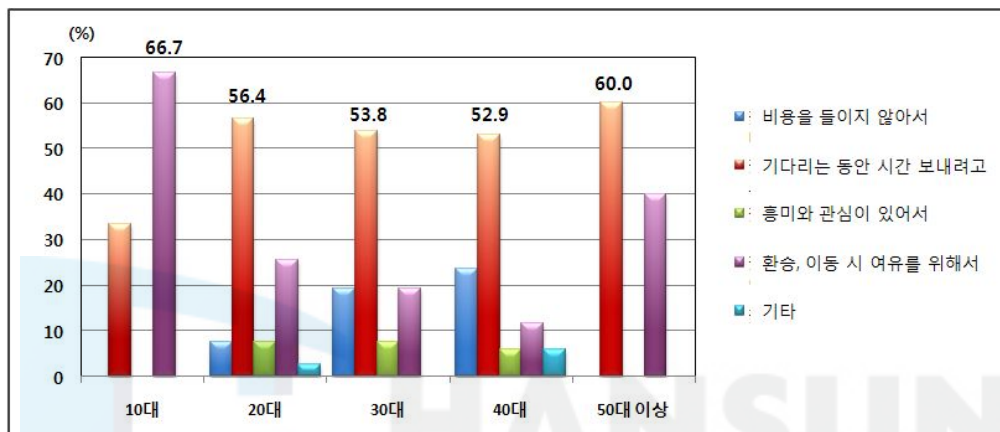
[표 4-8] 연령별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석

		이용 목적					전체
		비용을 들이지 않아서	기다리는 동안 시간 보내려고	흥미와 관심이 있어서	환승, 이동 시 여유를 위해서	기타	
10대	빈도	0	1	0	2	0	3
	퍼센트(%)	0%	33.3%	0%	66.7%	0%	100.0%
20대	빈도	3	22	3	10	1	39
	퍼센트(%)	7.7%	56.4%	7.7%	25.6%	2.6%	100.0%
30대	빈도	5	14	2	5	0	26
	퍼센트(%)	19.2%	53.8%	7.7%	19.2%	0%	100.0%
40대	빈도	4	9	1	2	1	17
	퍼센트(%)	23.5%	52.9%	5.9%	11.8%	5.9%	100.0%
50대 이상	빈도	0	3	0	2	0	5
	퍼센트(%)	0%	60.0%	0%	40.0%	0%	100.0%
전체	빈도	12	49	6	21	2	90
	퍼센트(%)	13.3%	54.4%	6.7%	23.3%	2.2%	100.0%

$$X^2 = 11.025, df=16, p=0.808$$

[그림 4-2]은 연령별에 따른 문화전시공간 이용 목적에 관한 그래프로 연령에 상관없이 기다리는 동안 시간을 보내기 위한 목적으로 전시공간을 이용하는 것을 보여주고 있다. 지하철이 문화공간의 활성화를 위해 탈바꿈되고 있지만 아직까지 사람들에게 있어 지하철은 이동과 만남을 위한 장소로서 이용되고 있다.

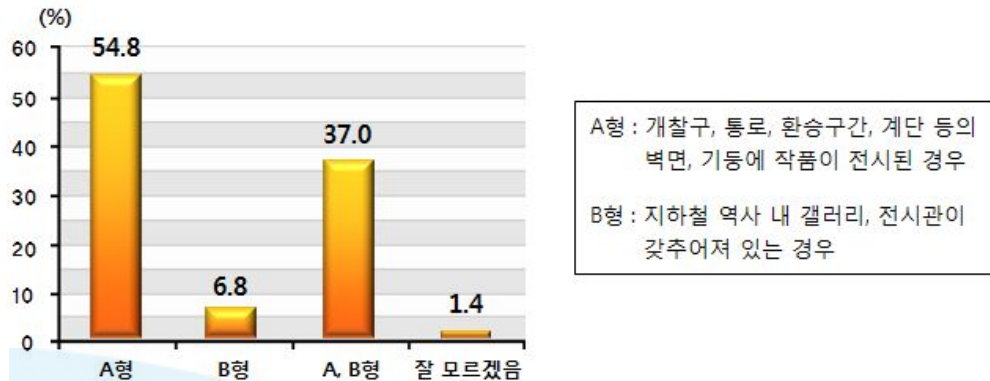
비용을 들이지 않고도 문화생활을 즐길 수 있으며, 흥미와 관심을 가지고 전시공간을 이용할 수 있으므로 단지 기다리거나 이동을 위해 거쳐 가는 장소로서의 개념에 대한 인식의 변화가 필요하다.



[그림 4-2] 연령별-문화전시공간 이용 목적

2.3.3. 지하철 역사 내에 설치된 전시 작품 현황

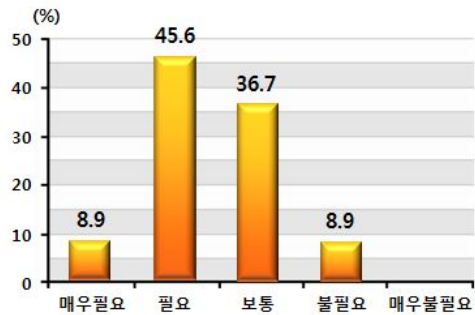
[그림 4-3]에서 지하철 역사 내 전시 작품 관람 유형별 이용 여부를 묻는 질문에서 벽면과 기둥에 작품이 전시된 경우를 보았다고 한 응답이 54.8%로 높게 나타났으며, 6.8%는 지하철 역사 내 갤러리, 전시관이 갖추어져 있는 곳에서 전시 작품을 보았다고 응답하였다.



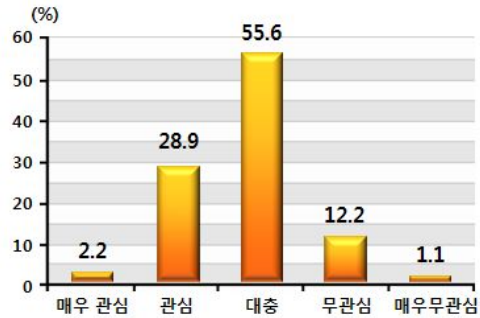
[그림 4-3] 지하철 역사 내 전시 작품 관람 유형별 이용 여부

[그림 4-4]에서 지하철 역사 내 전시 작품 설치 필요성에 대해서는 45.6%가 필요하다고 응답하였으며, 보통이라는 응답도 36.7%로 나타나 대부분 긍정적인 반응을 보였으며, 매우 필요하다는 응답도 각각 8.9%로 나타났다.

[그림 4-5]에서 지하철 역사 내 전시 작품 관심 여부에 대한 질문에서 55.6%가 대충본다, 28.9%가 관심 있게 본다고 응답하였으며, 무관심도 12.2%로 조사되었다. 이러한 결과는 바쁘게 이동할 때 전시 작품을 관심 있게 볼 수 있는 여유가 없기 때문이라 여겨진다.



[그림 4-4] 전시 작품 설치 필요성

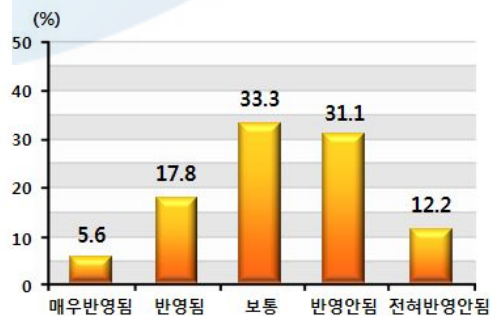


[그림 4-5] 전시 작품 관심 여부

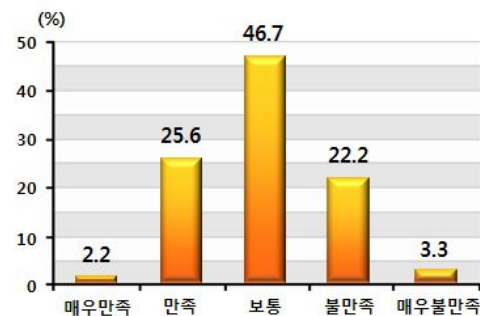
2.3.4. 이용자 만족도 및 요구사항

[그림 4-6]에서 지하철 역사 내 설치된 전시작품의 주변 문화 특징 반영 여부에서 보통이다 33.3%, 반영되지 않는다 31.1%로 부정적인 의견을 보여 반영되었다고 응답한 17.8%와 차이를 보여주었다. 이는 전시 작품이 역의 이미지와 주변 문화를 고려하지 않고 획일적으로 설치했기 때문이다.

[그림 4-7]에서 지하철 역사 내 전시 작품이 설치된 전시공간에 대한 만족도는 보통이다 46.7%, 만족한다 25.6%로 조사된 반면, 불만족이라는 응답도 22.2%나 나타나 개선의 여지가 필요하다고 본다.

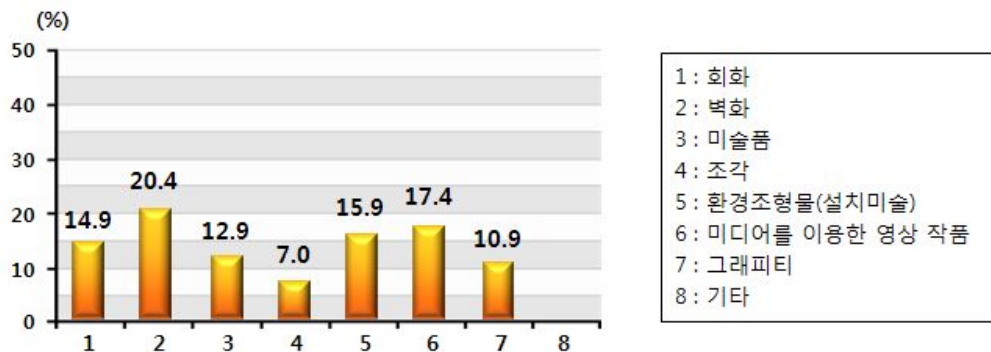


[그림 4-6] 주변문화 특징 반영 여부



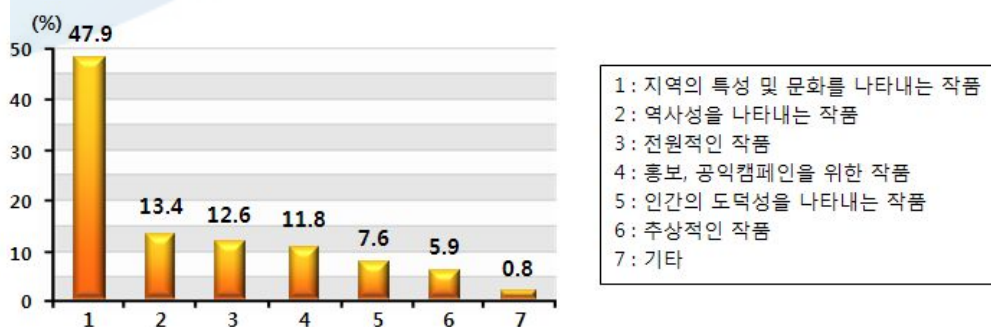
[그림 4-7] 전시공간 만족 여부

[그림 4-8]에서 향후 지하철 역사 내 설치될 전시 작품 유형에 대한 질문에서 벽화 20.4%, 미디어를 이용한 영상 작품 17.4%, 환경조형물 15.9%, 회화 14.9% 순으로 조사되어 보다 다양한 작품 유형의 설치가 필요함을 나타내고 있다.



[그림 4-8] 전시 작품 유형의 선호도

[그림 4-9]에서 향후 지하철 역사 내 설치되기를 바라는 작품의 내용에 대해 조사한 결과 응답자 중 47.9%가 지역의 특성 및 도시문화를 나타내는 작품이라고 응답하였다. 그 다음 순으로는 역사성을 나타내는 작품이 13.4%, 전원적인 작품이 12.6%, 홍보 및 공익캠페인을 위한 작품이 11.8%로 나타났다.



[그림 4-9] 전시 작품 내용의 선호도

3. 2차 설문조사

3.1. 2차 설문조사 방법

2차 설문조사는 2009년 6월 1일 ~ 6월 8일까지 이루어졌으며 디자인에 종사하는 전문가를 대상으로 자기 기입식 설문지 방식을 사용하여 설문을 실시하였다. 1차 설문조사와 마찬가지로 총 75부를 배포하여 회수한 후 불성실한 응답으로 판단되는 5부를 제외한 분석 가능한 총 70부의 설문지를 회수하여 분석 자료로 사용하였다.

분석 방법으로는 통계프로그램인 SPSS 12.0을 사용하여 분석하였다. 전체적인 문항의 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 질문 선택에 따른 교차분석과 복수응답을 요구하는 질문에서는 다중응답분석을 실시하여 설문지를 분석하였다.

3.2. 2차 설문조사 내용

2차 설문조사의 내용은 1차 설문조사에서 다뤘던 응답자의 일반사항, 지하철 역사 내 문화전시공간의 현황과 필요성에 대한 사항, 지하철 역사 내 설치된 전시작품 및 전시공간에 대한 만족도 및 선호도, 추후 요구사항에 대한 내용을 바탕으로 하여 지하철 역사 내 문화전시공간의 문제점과 활용 방안에 대한 제안을 추가적으로 구성하였다.

설문문항은 다음 [표 4-9] 과 같다.

[표 4-9] 2차 설문조사 구성 내용

	분류	내용	문항
일반사항	인구통계학적 질문	성별	3문항
		연령	
		직업	
대중교통	대중교통수단 이용 현황	대중교통수단	3문항
		서울 지하철 노선	
		평균 지하철 이용 횟수	
전시공간	문화전시공간 이용 현황	이용 여부	5문항
		이용 횟수	
		이용 시간	
		이용 목적	
		정보 획득 방법	
	전시 작품 현황 및 문제점	역사 내 전시 작품 관람 여부 사항	5문항
		전시 작품 설치 유형 선택사항	
		전시 관람 시 장애 요소	
만족도	만족도	전시 작품 관심 여부	5문항
		전시 작품 이해 여부	
		전시 작품 설명 여부	
		주변 특징 반영 여부	
		전시공간에 대한 만족도	
선호도	요구사항	설치 공간 가능성	4문항
		전시 설치 유형 가능	
		전시될 작품의 내용 유형	
		문화전시공간의 역할	
제안	활용 방안	문화전시 공간의 활용 방안 제시	1문항

3.3. 2차 설문조사 결과 및 분석

3.3.1. 응답자 일반적 사항

설문조사 문항 중 응답자에 대한 일반적인 사항에 대한 통계는 빈도분석을 실시하였으며 그 결과는 다음 [표 4-10] 과 같다.

[표 4-10] 응답자 일반적 사항 분석

항목		빈도	퍼센트(%)
성별	남자	34	48.6
	여자	36	51.4
	합계	70	100.0
연령	20대	33	47.1
	30대	32	45.7
	40대	5	7.1
	합계	70	100.0
직업	인테리어	28	40.0
	건축	13	18.6
	VMD	6	8.6
	전시	8	11.4
	기타(그 외 디자인)	15	21.4
	합계	70	100.0
대중교통수단	버스	13	18.6
	지하철	49	70.0
	기타(자가용,도보)	8	11.4
	합계	70	100.0

전체 응답자의 성별 구성은 남자가 48.6%, 여자가 51.4%를 차지하였다. 연령별 구성은 20대가 47.1%, 30대가 45.7%, 40대가 7.1% 순으로 조사되었으며, 직업은 디자인에 종사하는 전문가로 인테리어 40.0%, 건축 18.6%, VMD 8.6%, 전시 11.4%, 기타(그 외 디자인) 21.4% 순으로 조사되었다.

교통수단별로는 지하철 이용이 70.0%로 가장 높게 나타났으며, 버스는 18.6%, 기타 의견으로는 걷기, 자가용 이용이 11.4%로 나타났다.

3.3.2. 문화전시공간 이용 현황

1) 성별

성별과 문화전시공간 이용 여부 간 교차분석은 [표 4-11]에서 보듯이 0.05 유의수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 남자의 경우 문화전시공간 이용 여부에서 있다가 97.1%인 반면, 여자의 경우 문화전시공간을 이용해 보았다고 한 비율이 88.9%로 나타났다. 이는 남자도 문화전시공간을 이용하는 경우가 많다는 것을 반영하는 결과라고 판단된다.

[표 4-11] 성별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석

		이용 여부		전체
		있다	없다	
남자	빈도	33	1	34
	퍼센트(%)	97.1%	2.9%	100.0%
여자	빈도	32	4	36
	퍼센트(%)	88.9%	11.1%	100.0%
전체	빈도	65	5	70
	퍼센트(%)	92.9%	7.1%	100.0%

$$X^2 = 1.760, df=1, p=0.185$$

성별과 이용 횟수 간의 차이는 [표 4-12]에서 보듯이 0.05 유의 수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 남자의 경우 연간 1~3회 이용하는 비율이 94.1%, 4~6회 이용하는 비율이 5.9%인 반면, 여자의 경우 연간 1~3회 이용하는 비율이 72.2%, 4~6회 이용하는 비율이 22.2%로 나타났다. 이는 지하철 역사 내에 조성된 문화전시공간의 이용이 연간 1~3회에 집중되어 나타난 것은 그만큼 문화전시공간의 이용 횟수가 적다는 결과로 판단된다.

[표 4-12] 성별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석

		이용 횟수			전체
		1~3회	4~6회	7~10회	
남자	빈도	32	2	0	34
	퍼센트(%)	94.1%	5.9%	0%	100.0%
여자	빈도	26	8	2	36
	퍼센트(%)	72.2%	22.2%	5.6	100.0%
전체	빈도	58	10	2	70
	퍼센트(%)	82.9%	14.3%	2.9%	100.0%

$$X^2 = 6.169, df=2, p=0.046$$

성별과 문화전시공간 이용 시간의 차이는 [표 4-13]에서 보듯이 0.05 유의 수준에서 유의미한 것으로 나타났는데 남자의 경우 문화전시공간에 머무는 시간이 30분 미만인 경우가 94.1%인 반면, 여자의 경우 머무는 시간이 30분 미만이 72.2%로, 30분 이상~1시간 미만이 27.8%로 나타났다. 이는 남자, 여자 모두 단시간 내에 문화전시공간을 이용하는 것을 알 수 있다.

[표 4-13] 성별-문화전시공간 이용 시간 간 교차분석

		이용 시간			전체
		30분 미만	30분 이상 ~1시간 미만	1시간 이상 ~2시간 미만	
남자	빈도	32	0	2	34
	퍼센트(%)	94.1%	0%	5.9%	100.0%
여자	빈도	26	10	0	36
	퍼센트(%)	72.2%	27.8%	0%	100.0%
전체	빈도	58	10	2	70
	퍼센트(%)	82.9%	14.3%	2.9%	100.0%

$$X^2 = 12.574, df=2, p=0.002$$

성별과 문화전시공간 이용 목적 간의 교차분석의 결과는 [표 4-14]과 같다. 이 표에서 보듯이 성별과 문화전시공간 찾는 목적 간에는 0.05 유의 수준에서 유의미한 것으로 나타났다. 표를 보면 남자의 경우 44.1%가 문화전시공간을 찾는 목적이 누군가를 기다리기 위해서라는 응답이 높게 나타났다으며, 여자의 경우 미술에 대한 흥미와 관심이 있어서라는 응답이 50.0%, 누군가를 기다리기 위해서가 22.2%로 나타났다.

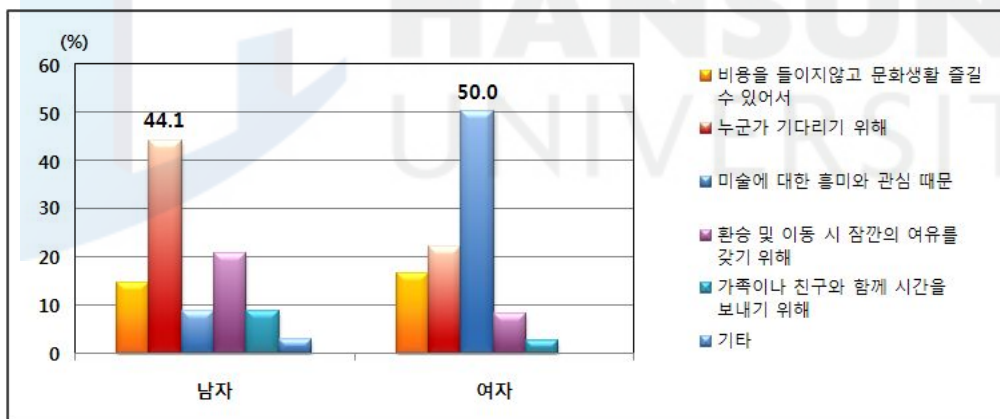
[표 4-14] 성별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석

		이용 목적						전체
		비용을 들이지 않아서	기다 리기 위해	미술에 대한 흥미와 관심	이동 시 여유를 위해	업무, 교육, 학습을 위해	가족, 친구와 만남	
남자	빈도	5	15	3	7	3	1	34
	퍼센트(%)	14.7%	44.1%	8.8%	20.6%	8.8%	2.9%	100.0%
여자	빈도	6	8	18	3	1	0	36
	퍼센트(%)	16.7%	22.2%	50.0%	8.3%	2.8%	0%	100.0%
전체	빈도	11	23	21	10	4	1	70
	퍼센트(%)	15.7%	32.9%	30.0%	14.3%	5.7%	1.4%	100.0%

$\chi^2 = 16.492$, $df=5$, $p=0.006$

[그림 4-10]은 성별에 따른 문화전시공간 이용 목적을 나타낸 그래프이다. 남자의 응답과 여자의 응답이 다르다는 것을 보여주고 있는데 이는 생각의 차이와 관심 여부에 따른 차이라고 여겨진다.

여자는 문화전시에 대한 관심으로 전시공간을 이용하지만, 이와 반대로 남자는 미술에 대한 흥미와 관심보다는 만남을 위한 장소성으로써 전시공간을 이용하는 목적이 크다는 것을 알 수 있다.



[그림 4-10] 성별-문화전시공간 이용 목적

성별과 문화전시에 대한 정보 획득 방법 간의 교차분석의 결과 다음 [표 4-15]과 같다. 이 표에서 보듯이 성별과 문화전시 정보 획득 방법 간에는 0.05 유의 수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 남자의 경우 41.2%가 직접 방문에 의한 정보 획득으로 높은 응답을 보였으며, 여자의 경우 44.4%가 신문, 라디오 TV, 인터넷에 의한 정보 획득 방법으로 나타났다. 그 다음으로 남자는 신문, 라디오 TV, 인터넷에 의한 정보 획득 방법이 35.3%, 여자는 직접 방문에 의한 정보 획득이 41.7%로 나타나 성별에 따라 문화전시 정보 획득 방법이 반대인 것으로 조사되었다.

[표 4-15] 성별-문화전시 정보 획득 간 교차분석

		정보 획득 방법				전체
		신문,라디오 TV, 인터넷	인쇄매체	직접 방문	기타	
남자	빈도	12	1	14	7	34
	퍼센트(%)	35.3%	2.9%	41.2%	20.6%	100.0%
여자	빈도	16	4	15	1	36
	퍼센트(%)	44.4%	11.1%	41.7%	2.8%	100.0%
전체	빈도	28	5	29	8	70
	퍼센트(%)	40.0%	7.1%	41.4%	11.4%	100.0%

$$\chi^2 = 6.854, df=3, p=0.077$$

2) 연령별

연령과 문화전시공간 이용 여부 간의 교차분석 결과는 [표 4-16]과 같다. 이 표에서 보듯이 연령과 문화전시공간 이용 여부 간에는 0.05 유의수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 20대, 30대, 40대 모두 문화전시공간을 이용해 보았다고 한 응답이 높게 조사되었다.

[표 4-16] 연령별-문화전시공간 이용 여부 간 교차분석

		이용 여부		전체
		있다	없다	
20대	빈도	29	4	33
	퍼센트(%)	87.9%	12.1%	100.0%
30대	빈도	32	0	32
	퍼센트(%)	100.0%	0%	100.0%
40대	빈도	4	1	5
	퍼센트(%)	80%	20%	100.0%
전체	빈도	65	5	70
	퍼센트(%)	92.9%	7.1%	100.0%

$$X^2 = 4.941, df=2, p=0.085$$

연령과 문화전시공간 이용 횟수 간의 교차분석 결과는 [표 4-17]과 같다. 이 표에서 보듯이 연령과 문화전시공간 이용 횟수 간의 관계는 0.05 유의수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 20대, 30대, 40대 모두 한 달 간 평균 이용횟수는 1~3회가 가장 많다는 응답으로 조사되었다.

[표 4-17] 연령별-문화전시공간 이용 횟수 간 교차분석

		이용 횟수			전체
		1~3회	4~6회	7~10회	
20대	빈도	30	3	0	33
	퍼센트(%)	90.9%	9.1%	0%	100.0%
30대	빈도	23	7	2	32
	퍼센트(%)	71.9%	21.9%	6.3%	100.0%
40대	빈도	5	0	0	5
	퍼센트(%)	100.0%	0%	0%	100.0%
전체	빈도	58	10	2	70
	퍼센트(%)	82.9%	14.3%	2.9%	100.0%

$$X^2 = 5.904, df=4, p=0.206$$

연령과 문화전시공간 이용 시간 간의 교차분석은 다음 [표 4-18]과 같다. 연령과 문화전시공간 이용 시간 간에는 0.05 유의수준에서 유의미한 것으로 나타났다. 이는 연령에 상관없이 문화전시공간에 머무는 시간은 30분 미만이 가장 많은 것을 알 수 있다. 지하철에도 새로운 문화예술공간이 조성되고 있는 시점에서 문화전시공간 이용 시간이 짧은 것은 미술관, 박물관처럼 오랜 시간을 두고 관람하기보다는 이동수단으로써의 기능이 강조되기 때문이다. 지나가면서 잠깐 이용하거나 만남의 장소로 여겨지기 때문에 장시간 머무르며 특정한 공간으로 이용하기 위해서는 관심을 끌 수 있는 요소가 필요하다고 판단된다.

[표 4-18] 연령별-문화전시공간 이용 시간 간 교차분석

		이용 시간			전체
		30분 미만	30분 이상 ~1시간 미만	1시간 이상 ~2시간 미만	
20대	빈도	32	1	0	33
	퍼센트(%)	97.0%	3.0%	0%	100.0%
30대	빈도	21	9	2	32
	퍼센트(%)	65.6%	28.1%	6.3%	100.0%
40대	빈도	5	0	0	5
	퍼센트(%)	100.0%	0%	0%	100.0%
전체	빈도	58	10	2	70
	퍼센트(%)	82.9%	14.3%	2.9%	100.0%

$$X^2 = 12.423, df=4, p=0.014$$

연령과 문화전시공간 이용 목적 간의 차이는 다음 [표 4-19]에서 보듯이 0.05 유의 수준에서 유의미한 것으로 나타났다. 20대는 누군가를 기다리기 위해서가 48.5%, 미술에 대한 흥미와 관심이 있어서가 24.2%로 나타났으며, 30대는 34.4%가 미술에 대한 흥미와 관심이 있어서, 문화생활을 함에 있어 비용을 들이지 않아서와 누군가를 기다리기 위해서가 각각 21.9%로 나타났다. 반면 40대는 20대, 30대와는 달리 환승 및 이동 시 여유를 위해서 이용한다는 것을 알 수 있다. 지하철 역사 내에 있는 문화전시공간은 박물관, 미술관을 찾아가지 않아도 일상생활에서 쉽게 접할 수 있는 공간으로 언제든지 관람할 수 있는 장점이 있으므로 20~40대의 문화전시공간 이용에 대한 적극적인 활성화가 필요함을 알 수 있었다.

[표 4-19] 연령별-문화전시공간 이용 목적 간 교차분석

		이용 목적						전체
		비용을 들이지 않아서	기다 리기 위해	미술에 대한 흥미와 관심	이동 시 여유를 위해	가족, 친구와 만남	기타	
20대	빈도	4	16	8	4	0	1	33
	퍼센트(%)	12.1%	48.5%	24.2%	12.1%	0%	3.0%	100.0%
30대	빈도	7	7	11	3	4	0	32
	퍼센트(%)	21.9%	21.9%	34.4%	9.4%	12.5%	0%	100.0%
40대	빈도	0	0	2	3	0	0	55
	퍼센트(%)	0%	0%	40.0%	60.0%	0%	0%	100.0%
전체	빈도	11	23	21	10	4	1	70
	퍼센트(%)	15.7%	32.9%	30.0%	14.3%	5.7%	1.4%	100.0%

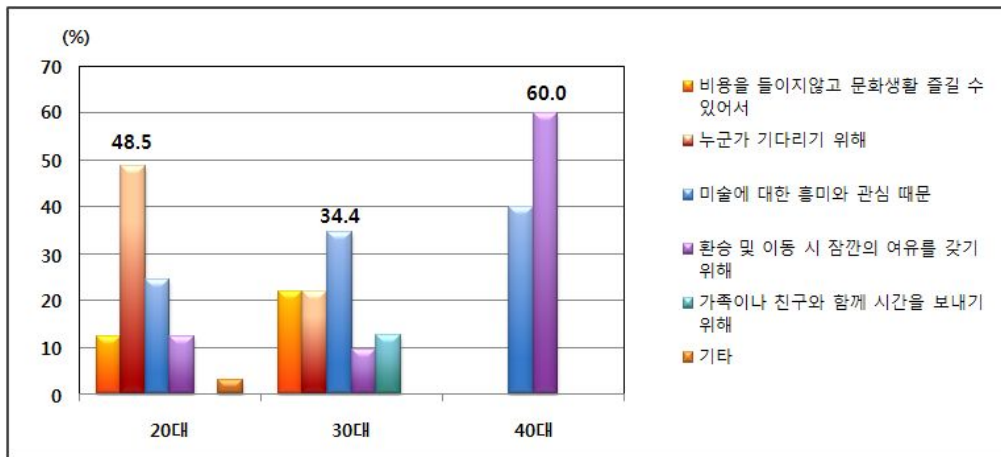
$$\chi^2 = 21.669, df=10, p=0.017$$

[그림 4-11]은 연령별에 따른 문화전시공간 이용 목적을 나타낸 그래프이다. 이용 목적이 다르게 나타난 것은 연령별에 따른 관심 정도의 차이로 보여 진다.

20대의 경우 비율의 차이가 큰 폭으로 나타났으며 주된 이용 목적은 누군가를 기다리기 위한 약속, 만남으로 전시공간을 이용한다고 조사되었다.

40대는 환승 및 이동 시 전시공간을 이용한다고 조사되어 거쳐 가기 위한 하나의 통로 공간으로서의 의미를 나타내주고 있다.

이에 비해 30대는 20대, 40대와는 다른 이용 목적을 보여주고 있다. 전반적으로 비슷한 의견 비율이 나타나지만 그 중에서도 미술에 대한 흥미와 관심으로 전시공간을 이용한다는 응답이 높게 나타났다. 문화생활에 대한 관심이 높아지면서 주변 곳곳에도 문화에 대한 정보와 즐길 수 있는 장소와 기회가 많이 제공되고 있는데 지하철 공간도 그 중의 하나라고 볼 수 있다. 그래프에서 보여 지는 것처럼 지하철 공간은 누구나 쉽게 접할 수 있는 편리함이 있으므로 이러한 장점 때문에 지하철 문화전시공간이 이용되고 있다고 판단된다.



[그림 4-11] 연령별-문화전시공간 이용 목적

연령과 문화전시 정보 획득 방법 간의 교차분석의 결과는 [표 4-20]과 같다. 이 표에서 보듯이 연령과 문화전시에 대한 정보 획득 방법 간에는 0.05 유의 수준에서 차이가 없는 것으로 나타났다. 20대에서는 직접 방문에 대한 응답이 48.5%로 높았으며, 30대와 40대는 신문, 라디오, TV, 인터넷을 통해 문화전시에 대한 정보 획득한다는 응답이 각각 43.8%, 60.0%로 높게 나타났다. 이에 연령대별로 문화전시 정보 획득을 하는 방법이 조금씩 다르다는 것을 알 수 있다.

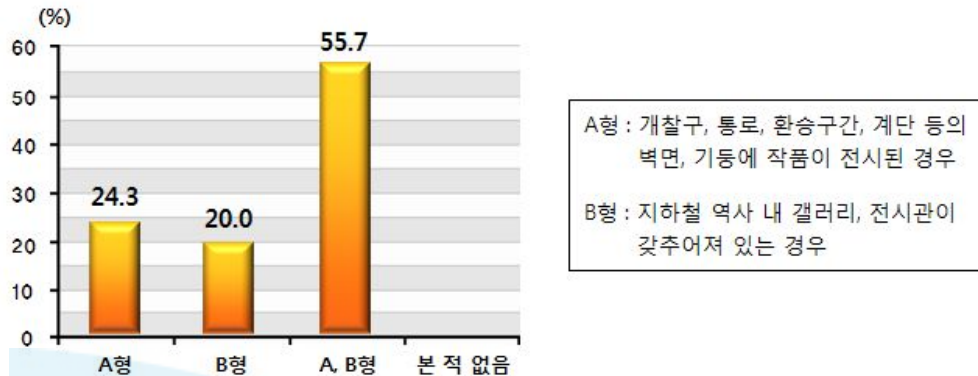
[표 4-20] 연령별-문화전시 정보 획득 간 교차분석

		정보 획득 방법				전체
		신문, 라디오 TV, 인터넷	인쇄매체	직접 방문	기타	
20대	빈도	11	1	16	5	33
	퍼센트(%)	33.3%	3.0%	48.5%	15.2%	100.0%
30대	빈도	14	4	13	1	32
	퍼센트(%)	43.8%	12.5%	40.6%	3.1%	100.0%
40대	빈도	3	0	0	2	5
	퍼센트(%)	60.0%	0%	0%	40.0%	100.0%
전체	빈도	28	5	29	8	70
	퍼센트(%)	40.0%	7.1%	41.4%	11.4%	100.0%

$\chi^2 = 11.779$, $df=6$, $p=0.067$

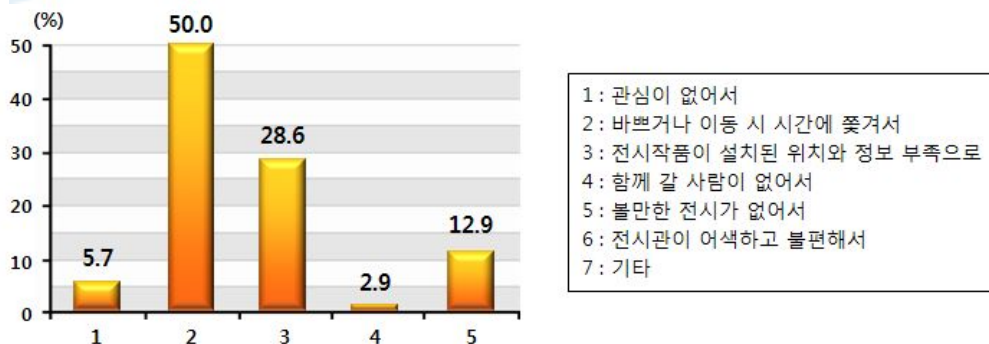
3.3.3. 지하철 역사 내에 설치된 전시 작품 현황

[그림 4-12]에서 지하철 역사 내 전시 작품 관람 유형별 이용 여부를 묻는 질문에서 통로, 계단 등의 벽면, 기둥에 작품이 전시된 경우와 갤러리, 전시관이 갖추어져 있는 경우 둘 다 보았다고 한 응답이 55.7%로 높게 나타났다.



[그림 4-12] 지하철 역사 내 전시 작품 관람 유형별 이용 여부

[그림 4-13]에서 전시공간을 방문하지 않는 이유에 대한 질문에서 50.0%가 바쁘거나 이동 시 시간에 쫓겨서라고 응답하였으며, 그 다음으로 전시 작품이 설치된 위치와 정보 부족이라는 응답이 28.6%, 볼만한 전시가 없어서가 12.9% 순으로 나타났다.

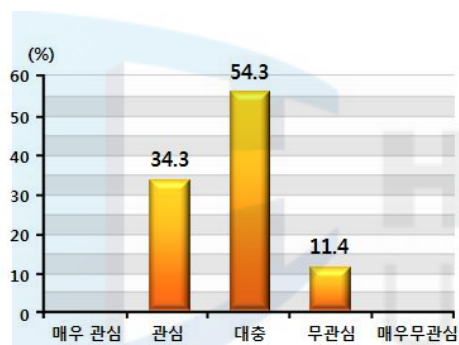


[그림 4-13] 전시공간을 방문하지 않는 이유

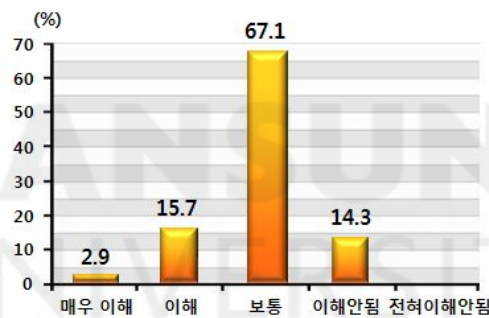
3.3.4. 이용자 만족도 및 요구사항

[그림 4-14]에서 전시 작품 관심 여부에 관한 질문에서 54.3%가 대중분
다고 응답하였으며, 관심있게 본다는 응답도 34.3%로 나타났다. 이는 지하
철을 이용하거나 바쁘게 이동 시에는 대중 볼 수 있으나 여유가 있거나
다른 용무로 인해 지하철을 이용 시에는 전시 작품을 관람할 수 있는 여
유가 있어 관심 있게 볼 수 있는 것이라 여겨진다.

[그림 4-15]에서 전시 작품 내용 이해 여부에 관한 질문에서 67.1%가
보통이라고 응답하였으며, 이해된다는 응답도 비슷한
비율로 조사되었다. 이는 지하철 역사 내에 설치되어 있는 전시작품의 내
용에 대한 설명이 부족해 시민들이 작품에 대한 이해도가 부족하다는 것
을 보여주는 결과라 할 수 있다.



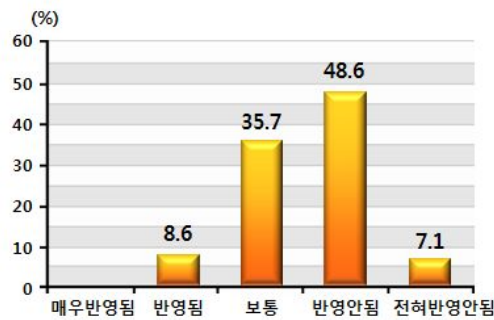
[그림 4-14] 전시 작품 관심 여부



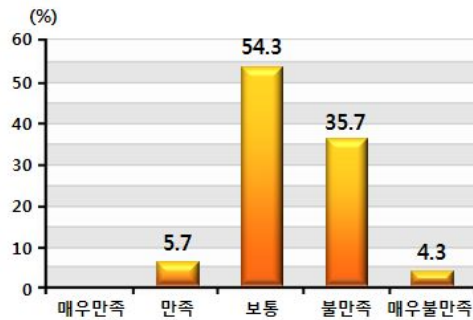
[그림 4-15] 전시 작품 내용 이해 여부

[그림 4-16]에서 전시 작품이 지하철역과 주변 문화의 특징을 반영하고
있는지에 대한 질문으로 48.6%가 반영되지 않았다고 응답하였다. 부정적
인 응답이 약 50% 정도 되므로 지하철역에 문화 특징이 반영되거나 환경
적인 면에서의 개선이 필요하다는 것을 알 수 있었다.

[그림 4-17]에서 지하철 역사 내 전시공간 만족 여부에 대한 질문에서 보통이다 54.3%, 만족하지 못한다 35.7%로 조사된 것으로 보아 현재 지하철 역사 내 전시공간에 대한 만족도는 낮은 편이다. 협소한 공간과 물리적인 제약으로 전시작품을 설치할 수 있는 공간이 부족하므로 환경적인 개선 방법이 필요하다고 본다.

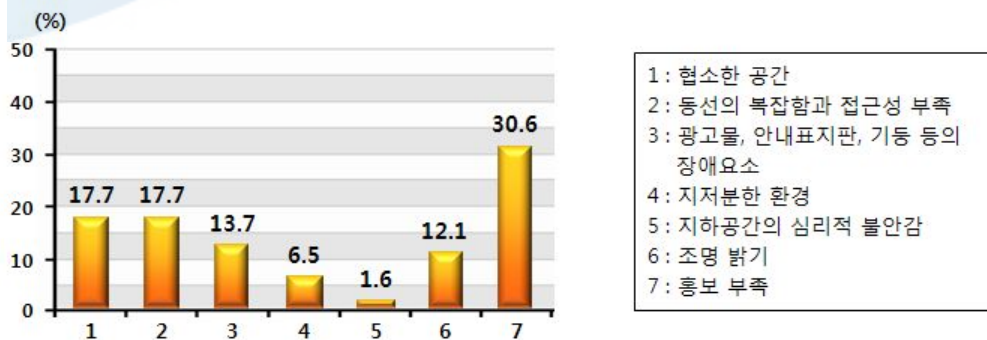


[그림 4-16] 주변문화 특징 반영 여부



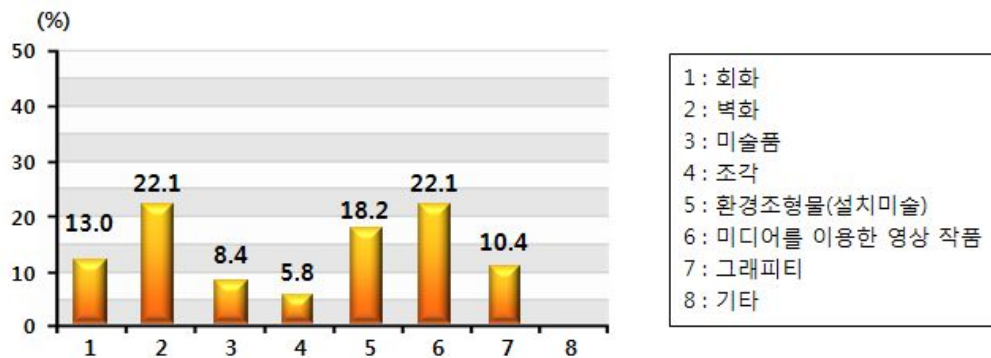
[그림 4-17] 전시공간 만족 여부

[그림 4-18]에서 지하철 역사 내에서 전시 작품 관람 시 문제점에 대해 묻는 질문에서 30.6%가 홍보 부족으로 응답하였으며, 협소한 공간과 동선의 복잡함, 접근성 부족에 대한 응답은 각각 17.7%로 나타났다. 이는 전시에 관련된 정보에 대한 필요성과 효과적인 공간 활용에 대한 필요성을 파악할 수 있다.



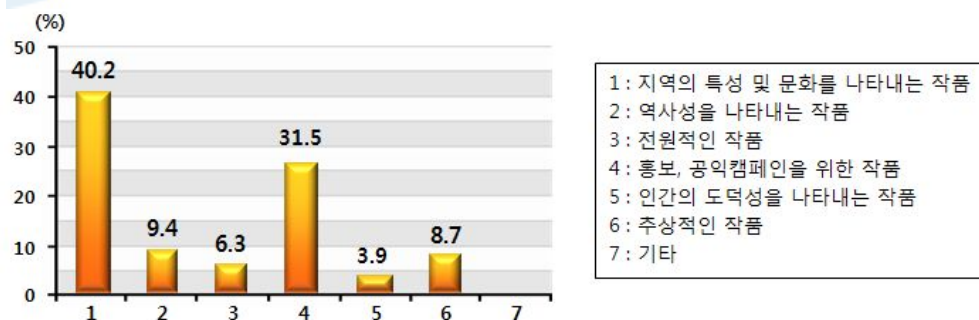
[그림 4-18] 전시 작품 관람 시 문제점

[그림 4-19]에서 향후 지하철 역사 내 설치될 전시 작품 유형에 관한 질문에서 벽화와 미디어를 이용한 영상작품이 22.1%로 나타났으며, 환경조형물이 18.2%, 회화가 13.0%로 큰 차이 없이 조사되었다. 하나의 유형만을 고집하기 보다는 지하철 공간의 특성을 고려하여 보다 다양한 형태의 작품 설치가 요구되고 있다.



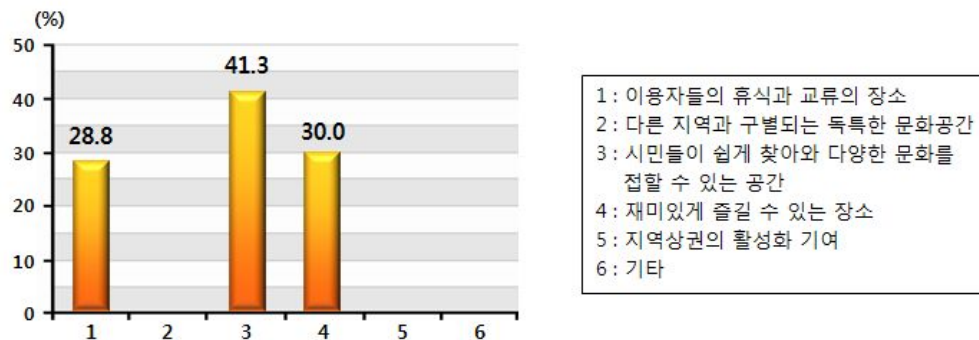
[그림 4-19] 전시 작품 유형의 선호도

[그림 4-20]에서 향후 지하철 역사 내 설치될 전시 작품 내용에 대해 조사한 결과 응답자 중 40.2%가 지역의 특성 및 문화를 나타내는 작품이라 하였으며, 홍보 및 캠페인을 위한 작품도 31.5%로 조사되었다. 이에 보고 듣고 느끼면서 서로 공감대를 형성할 수 있는 작품의 필요성이 요구되고 있다.



[그림 4-20] 전시 작품 내용의 선호도

[그림 4-21]에서 향후 지하철 문화전시공간의 역할에 대해 조사한 결과 응답자 중 41.3%가 시민들이 쉽게 찾아와 다양한 문화를 접할 수 있는 공간이라 하였다. 그 다음으로는 재미있게 즐길 수 있는 장소가 30.0%, 이용자들의 휴식과 교류의 장소가 28.8%의 순으로 조사되었다. 이는 지하철 공간에 대한 시민들의 의식이 변화되면서 새로운 지하철 공간에 대한 기대와 가치가 높아짐에 따른 현상이라 할 수 있겠다.



[그림 4-21] 향후 지하철 문화전시공간의 역할

4. 소결

지하철을 이용하는 일반인을 대상으로 1차 설문조사를 실시하였으며, 디자인 업종에 종사하는 전문가를 대상으로 2차 설문조사를 실시하였다. 설문지를 통하여 지하철 역사 내 문화전시공간의 이용과 공간 현황에 따른 문제점, 이용자의 문화전시공간 만족도와 향후 전시 작품 설치 유형과 작품내용의 선호도 등을 알 수 있었다.

1차, 2차 설문지의 내용을 분석한 결과를 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 일반인을 대상으로 했을 경우 문화전시공간 이용은 여자가 높았으며, 디자인 전문가를 대상으로 했을 경우는 남자의 비율이 높았다. 문화전시공간은 성별에 상관없이 이용되고 있음을 보여주고 있는데 이는 문화에 대한 관심과 즐길 수 있는 환경적인 여건과 기회가 주변에서 제공되기 때문이다. 반면 지하철 문화전시공간은 접근성과 편리성이 뛰어난 장점을 가지고 있음에도 불구하고 이용에 대한 비율은 낮은 편이다. 지하철이 이동 목적을 위한 교통수단이라는 고정된 생각이 대부분 사람들에게 인식되어져 있기 때문이라 여겨진다. 이에 지하철 곳곳에 문화전시공간이 조성되어 있어도 이용 여부와 이용 시간에 대해서는 평균 월 1~3회로 30분 미만이 대부분을 이루었다. 박물관, 미술관처럼 오랜 시간을 두고 관람하기보다는 지나가면서 잠깐 이용하거나 만남의 장소로 여겨지기 때문에 특정한 공간으로 이용되기 위해서는 시각적으로 전시효과를 줄 수 있는 요소가 필요할 것으로 여겨진다.

둘째, 지하철 문화전시공간은 문화예술에 대한 관심과 흥미보다는 누군가를 기다리기 위한 장소로서 이용되거나 환승 및 이동 시 잠깐의 여유를 위해 이용하는 비율이 높게 나타났다. 문화전시공간을 이용하고 체험하는 사람들이 많음에도 불구하고 지하철 역사 내에 조성된 전시공간은 관람 외에 다른 목적으로 이용되고 있다는 것을 알 수 있었다.

셋째, 대부분 지하철 역사 내 전시작품은 일괄된 구성방식인 벽면이나 기둥에 제한하여 설치되어 있는 경우가 많았다. 설문조사에서도 나타나듯

이 50%가 넘는 응답자가 개찰구, 통로, 벽면, 기둥 등에 작품이 전시된 경우를 보았다고 조사되었다. 갤러리나 전시관이 갖추어진 곳에서도 전시 관람이 가능하지만 대부분의 역에서는 공간이 협소한 문제점이 있으므로 승강장, 승강시설 부분인 계단, 에스컬레이터 벽면, 승강장 레일의 기둥 등의 공간을 활용하여 전시 작품을 설치해야 한다.

넷째, 일반인들은 지하철 역사 내부에 전시 작품이 설치되어 있는 것을 알고 있으나, 장애요소로 인한 관람 시 문제점이 있는 것으로 조사되었다. 설문지에서도 나타나듯이 지하철은 많은 사람들이 이동하기 때문에 동선의 혼선에서 오는 복잡함과 공간의 협소함, 광고물, 안내도 등의 각종 게시물에 의하여 영향을 받는 것으로 조사되었다. 이로 인해 작품관람에 대한 식별성과 세심히 볼 수 있는 여유가 없으므로 이런 문제를 해결하기 위한 환경적인 개선 사항이 필요하다고 본다.

다섯째, 현재 지하철 역사 내에는 부조 형태로 된 벽화와 액자 형식의 전시 작품 외에 공간에 맞는 다양한 유형의 전시 작품 설치가 요구되고 있다. 사례 조사한 6곳의 지하철역에서도 볼 수 있듯이 획일적이며 틀에 박힌 형태의 전시 작품이 설치되어 있는 것을 볼 수 있다. 이에 반해 설문조사에서는 응답자가 벽화 외에 미디어를 이용한 영상 작품, 환경조형물, 회화, 그래피티 등 다양한 작품 유형을 선호하는 것으로 조사되었다. 표현 방식에 있어서도 부조만이 아닌 환조 방법과 움직임이 많은 승강장, 통로 부분에는 작품 감상에 짧은 시간을 주는 정형에 의한 작품의 설치가 요구되며 환경적인 면도 고려해야 할 것으로 여겨진다.

여섯째, 지하철 공간은 외부와의 연계공간으로 하나의 문화로 자리 잡고 있으나 획일적인 모습으로 지역의 특성을 반영하지 못하고 있다. 주변의 문화재나 상징성을 갖는 요소들을 부분적으로 도입하여 전시 작품을 설치하여 고유의 건축미와 전통미, 역사성을 보여주기도 하지만 대부분의 역은 단일 재료의 사용과 작가의 주관적 성격에 따른 작품과 내용 선정에 있어 부적절함과 몇몇 소재에 치우쳐 배치되고 있다. 설문조사 결과에서도 나타나듯이 지역의 특성 및 도시의 문화를 나타내는 작품, 역사성 및 전원성을 나타내는 작품, 홍보 및 공익캠페인을 위한 작품 등을 선호하는 경향이 나

타났다. 따라서 지하철 공간에도 차별성을 두어 역의 정체성을 형성하는 작품의 설치가 필요하다고 본다.

지하철 역사 내 설치된 전시작품은 공간적 제약에 따르는 문제점이 있으나 문화전시공간에 대한 관심이 높아지면서 지하철 역사 내 전시작품의 필요성에 대해서도 긍정적인 반응을 보여 주고 있다.

이러한 결과에 의하여 다양한 전시유형, 전시작품 등을 이용하여 통일성 있으면서도 그 역의 차별화를 느낄 수 있는 문화전시공간 조성이 필요하다는 것을 알 수 있다.



V. 종합고찰 및 결론

도시를 연결하는 장소로서 인식되었던 지하철역은 과거의 물리적 기능에서 벗어나 현대인의 일상적인 삶의 한 부분으로 다양한 사람들이 만나게 되는 직접적이면서도 적극적인 커뮤니케이션의 공간으로 의사소통 및 정보교류를 원활하게 하는 매개체로서의 기능을 지니고 있다. 삶의 질이 높아지고 문화산업에 대한 가치가 높아지면서 문화전시공간의 필요성과 이용도도 높아지고 있다. 이에 비해 환경적인 면에서 문화전시공간의 개선은 가장 시급한 문제로 대두되고 있다.

이에 본 연구는 지하철 역사 내 문화전시공간의 현황과 특징, 문제점에 대해 알아보고, 설문조사를 통해 이용자의 문화전시공간 만족도와 전시작품 설치 유형과 작품내용의 선호도를 분석하여 지하철 역사 내에서 전시공간으로의 활용 방안을 제시하고자 한다.

위와 같은 연구 방법을 통해 결론을 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 일괄된 구성방식인 벽면이나 기둥에 제한하여 설치하기 보다는 환경적인 면을 고려하여 좀 더 다양한 공간을 활용한 전시 작품이 필요하다. 현재 지하철 역사 내 전시설치 현황은 주로 기둥과 벽면에서 이루어지고 있으며, 갤러리나 전시공간이 갖추어진 곳에서도 전시 관람이 가능하지만 협소한 공간에서는 전시공간 조성에 따르는 문제점을 가지고 있다. 한정된 공간에서 전시작품 설치에 대한 활용도를 높이기 위해서는 국외 사례에서도 볼 수 있듯이 벽과 천장의 경계선을 없애 공간의 확장성과 개방성이 필요하다. 개방성으로 인해 천장에도 벽화, 회화 작품을 설치할 수 있으며 승강시설 부분인 계단, 에스컬레이터, 승강장 레일 기둥에도 작품뿐만 아니라 시각적으로 자극과 관심을 유발할 수 있는 요소를 도입할 수 있다. 혜화역 사례에서도 볼 수 있듯이 긴 통로 부분을 활용하여 공간의 독립성을 주면서 전시공간과 이동공간을 구분하여 전시공간을 조성할 수 있다. 유리담장이나 가드레일 등을 이용한 공간 구획은 상황에 따라 활용할 수 있는 방안이 되기도 한다.

다른 방안으로는 빠르게 이동하는 공간에는 작품설치 보다는 벽면에 영상을 이용하거나 바닥에 센서를 도입하여 지나갈 때마다 보여 지는 영상으로 인해 동선의 강약을 조절하여 흐름을 유도하는 공간으로 조성하도록 한다. 또한 승강장 부분에는 현재 스크린도어가 설치되는 경우가 많이 있다. 스크린도어 윗부분에는 제품을 광고할 수 있는 시설물이 설치되어 있는데 이 부분을 이용하여 광고뿐만 아니라 전시에 대한 일정, 내용, 작품 등을 홍보하여 이용자들이 지하철 역사 내에 설치된 전시 작품에 대한 관심을 가질 수 있는 환경을 제공해야 한다.

둘째, 각각의 지하철 공간에 대한 특성을 파악한 후, 공간에 맞는 다양한 유형의 전시 작품 설치가 필요하다. 경북구역, 광화문역, 홍대입구역, 시청역 등 모든 지하철 역사 내에서는 주로 부조 형식의 벽화가 설치되었으며, 개찰구, 통로, 환승구간과 승강장의 일정 벽면을 이용하여 설치한 곳이 대부분이었다. 반면 설문조사에서는 벽화 외에 미디어를 이용한 영상 작품, 환경조형물, 회화, 그래피티 등 다양한 작품 유형을 선호하는 경향이 나타났다. 또한 부조의 표현만이 아닌 환조의 표현 방법과 움직임이 많은 승강장과 통로 부분에는 멈춰서 작품 감상을 할 수 있는 시간적인 여유와 지하철 이용자와 통행자 간의 동선 혼선으로 인한 문제점이 있다. 이에 작품 감상에 짧은 시간을 주는 정형에 의한 작품의 설치가 필요하다. 지하철 이용자들이 바쁘게 이동하는 환승구간 통로에는 하나의 연결체로서 무료하고 지루할 수 있는 이동 공간에 악센트를 주거나 색상, 패턴, 스테인드글라스 같은 재료를 사용하여 공간의 변화를 주도록 한다.

셋째, 지하철이 주로 지하공간에 위치하고 있기 때문에 지하철 역사 내 전시공간에도 이러한 환경에 적합한 조명계획이 필요하다. 조명계획은 공간 특성에 따라 연출할 수 있는 방법으로 실내에 빛을 도입하여 공간의 질을 높여주고 있다. 기둥과 벽면에 작품이 설치된 경우 미술관처럼 다운라이트, 국부 조명을 이용하여 전시 작품 고유의 형상, 재질감, 색 등을 강조하여 시각적으로 돋보일 수 있는 환경을 조성하도록 한다. 조명 외에도 적정조도를 균일하게 하여 지하철 공간 전체의 밝기와의 관계를 고려한 조명 계획이 이루어져야 한다.

넷째, 사례조사에서 볼 수 있듯이, 홍대입구역, 동대문운동장역의 경우에는 설치 기간이 오래된 전시 작품과 학원 홍보를 위한 작품, 주제와 내용, 의도를 알 수 없는 작품들이 전시되어 있다. 또한 넓은 공간에 비해 작품의 수와 크기가 작아 눈에 잘 들어오지 않아 식별성이 떨어진다. 이러한 작품들은 지하철 역사 내에서 전시공간으로의 기능을 하기보다는 단지 공간만 차지하는 요소로서 적용되고 있다. 이와 같은 문제를 해결하기 위해서는 통로 벽면 부분에 상설전시벽면으로 반영구적인 전시를 하거나 보존성이 강하지 않으면서 일정한 기간을 둔 전시작품의 설치가 요구되어진다. 지하철 내부 전시는 보관, 관리 등의 문제가 발생할 수 있으므로 깨지거나 망가질 수 있는 작품보다는 벽면에 직접 걸거나 부착할 수 있는 작품, 모형의 형상을 본뜬 작품 등을 고려하여 선정해야 한다.

다섯째, 지하철 공간 내에서 기둥, 벽면에 부착된 전시 작품을 보기 위해서는 시야에 방해되는 요소들이 없어야 한다. 현재 지하철 역사 내부에는 출구방향, 역 안내도, 광고물, 현수막 등이 명확한 구분 없이 배치되어 있다. 방향성이 상실되기 쉬운 지하철 공간에서는 정확한 공간 구획이 활성화되어야 한다. 이러한 요소들은 전시 작품과의 혼선으로 시지각적인 접근성을 떨어뜨리고 있다. 안내표시체계와 전시 작품과의 구분을 색상이나 다른 요소로 구분하여 전시 관람에 방해되지 않는 쾌적한 환경과 심리적으로 안정된 공간 개선이 필요하다.

여섯째, 지하철공간은 외부와의 연계공간으로 하나의 문화로 자리 잡고 있으므로 지하철역 주변의 문화적 특징이 역사 내에도 반영되어야 한다. 경복궁역의 경우 주변 지역의 문화재나 상징성을 갖는 요소들의 부분적으로 역사 내부에 도입하여 공간을 조성하였으나 다른 5곳의 역은 획일적인 모습으로 지역의 특성을 반영하지 못하고 있었다. 단일 재료의 사용과 작가의 주관적 성격에 따른 작품과 내용 선정에 있어 부적절함과 몇몇 소재에 치우쳐 배치되어 있는 경우가 대부분이었다. 반면 설문조사 결과에서는 지역의 특성 및 도시의 문화를 나타내는 작품, 역사성 및 전원성을 나타내는 작품, 홍보 및 캠페인을 위한 작품 등의 내용을 선호하는 경향이 나타나 현황조사와는 다른 결과를 보여주고 있다. 따라서 지하철 역사 주

변의 사회와 문화적 배경 등 지역특성의 상징적 이미지를 다양한 구성내용과 그에 따른 표현 방법으로 보여줄 수 있는 작품 설치가 요구된다.

본 논문을 통해 살펴본 바와 같이 지하철은 대중교통 환경 개선과 교통분담률 확대, 도시를 연결하는 지점으로서의 의미만을 지녔던 과거와는 달리 일상생활의 연결 지점으로 의미가 확대되면서 다양한 인간의 문화적 삶을 내포할 수 있는 문화공간으로 요구되고 있다. 이러한 사회적 요구를 반영할 수 있는 문화공간 내에 전시공간을 조성함으로써 이용자들이 쉽게 찾아와 다양한 문화를 접할 수 있으며 휴식과 교류의 장소, 재미있게 즐길 수 있는 장소의 기능을 반영하여 좀 더 폭넓은 전시공간으로 발전할 수 있기를 기대한다.

위와 같은 연구의 결론으로 지하철 역사 내 문화전시공간에 관한 현황을 파악해 보았으며, 사례조사와 설문조사를 통해 결론을 도출하였으나 더 나은 방안을 제시하기 위해서는 후속 연구들이 이루어져야 할 것이다.



【 참고문헌 】

단행본

- 건축자료연구회, 『건축설계자료 실례집 미술관』, 서울 : 보원, 1995
라도삼, 『서울시 문화분포 현황 및 공간적 특성 연구』, 서울시정개발연구원, 2002
이영진, 석대권, 구자봉 편저, 『박물관 전시의 이해』, 서울 : 학문사, 2000
정유희, 『지하공간이용』, 서울 : 기전연구사, 1983
지하철 공사 저, 『서울지하철』, 서울 : 서울특별시 지하철공사 출판부, 1995

학위논문 및 학술보고서

- 고경모, 「문화도시의 장소마케팅 관점으로 본 홍대지역 클럽문화에 관한 연구」, 홍익대 석사학위논문, 2005
김수현, 「도심지 소규모 복합문화시설의 분석 및 계획적 의의에 관한 연구」, 건국대 석사학위논문, 2002
김지현, 「공공미술로서 지하철 벽화를 적용한 미술수업 연구」, 건국대 석사학위논문, 2009
김철, 「지하철 역사의 콘코스과 승강장 리노베이션에 관한 연구」, 홍익대 석사학위논문, 2003
김희성, 「지능형 문화센터 계획 기초 연구」, 국민대 석사학위논문, 2005
남재선, 「갤러리의 공간적 개방성에 관한 디자인연구」, 이화여대 석사학위논문, 2004
문정목, 「전시 공간의 복잡성에 나타난 사회 다원화 현상에 관한 연구」, 한국박물관건축학회 논문집 통권 제6호
박근홍, 「신촌역 주변 문화 전시 공간 계획안」, 건국대 석사학위논문, 2005
박세미, 「철도산업 발전을 위한 문화디자인의 역할과 방향 연구」, 서울산업대 석사학위논문, 2003

- 윤현정, 「기호의 의미작용 방식 적용에 따른 전시공간연출에 관한 연구」, 한국실내디자인학회 학술발표대회논문집 제4권 제4호, 2002.
- 이난희, 「환경요소들로서의 지하철 공간에 관한 연구」, 홍익대 석사학위논문, 1985
- 이보희, 「문화지구지정의 문화 및 장소에 미치는 영향 연구」, 단국대 석사학위논문, 2007
- 이상국, 「문화 지하철의 활성화를 위한 방향」, 부산발전포럼 통권 제104호, 2007
- 이유미, 「서울시 지하철 공공미술 현황 및 특징 연구」, 경희대 석사학위논문, 2006
- 주민지, 「공공지하공간 환경개선을 위한 색채디자인 연구」, 이화여대 석사학위논문, 2001
- 최경우, 「중첩의 개념과 형태-공간적 유형 특성을 적용한 전시공간 계획에 관한 연구」, 건국대 석사학위논문, 2007
- 추용욱, 「문화도시의 가로경관재생을 위한 연계전략 연구」, 홍익대 석사학위논문, 2006

일간지 / 정기간행물 / 웹사이트

- 건축도시연구정보센터, <http://www.auric.or.kr>
- 구글, <http://www.google.co.kr>
- 국회도서관, <http://www.nanet.go.kr>
- 서울도시철도공사, <http://www.smrt.co.kr>
- 서울메트로, <http://art.seoulmetro.co.kr>
- 한국교육학술정보원(KERIS), <http://www.riss4u.net>
- 한국문화공간건축학회, <http://www.kicaspace.com>
- 한국실내디자인학회, <http://www.kiid.or.kr>

부 록

I. 지하철역 평면도

1. 경복궁역	86
2. 혜화역	87
3. 광화문역	88
4. 홍대입구역	89
5. 동대문운동장역	90
6. 시청역	91

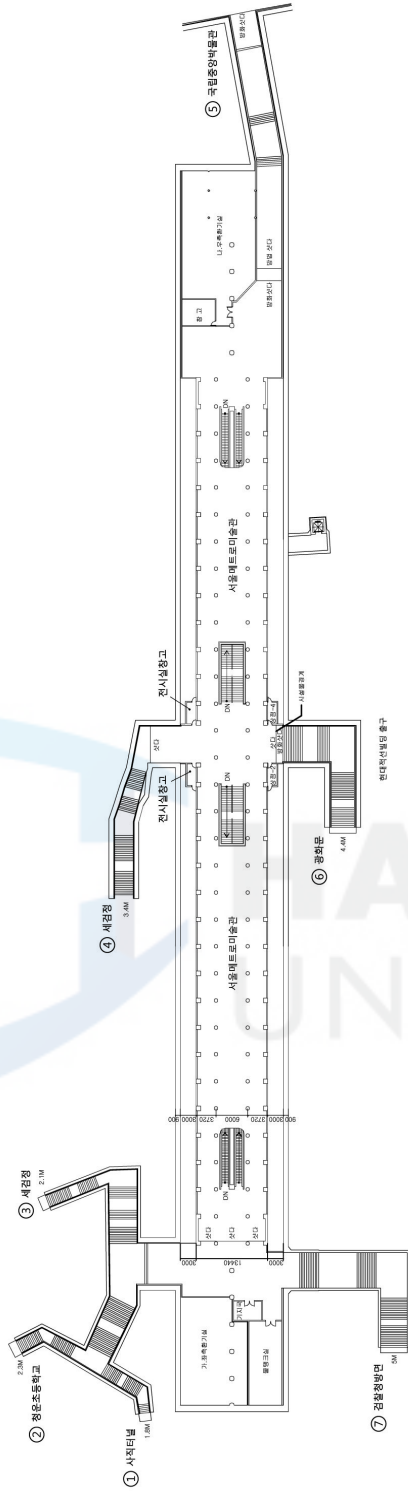
II. 1차 설문지 92

III. 2차 설문지 98

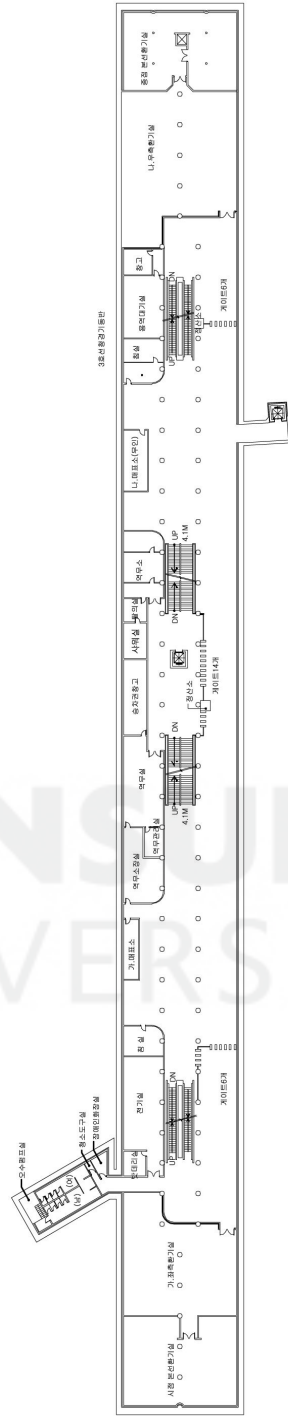


HANSUNG
UNIVERSITY

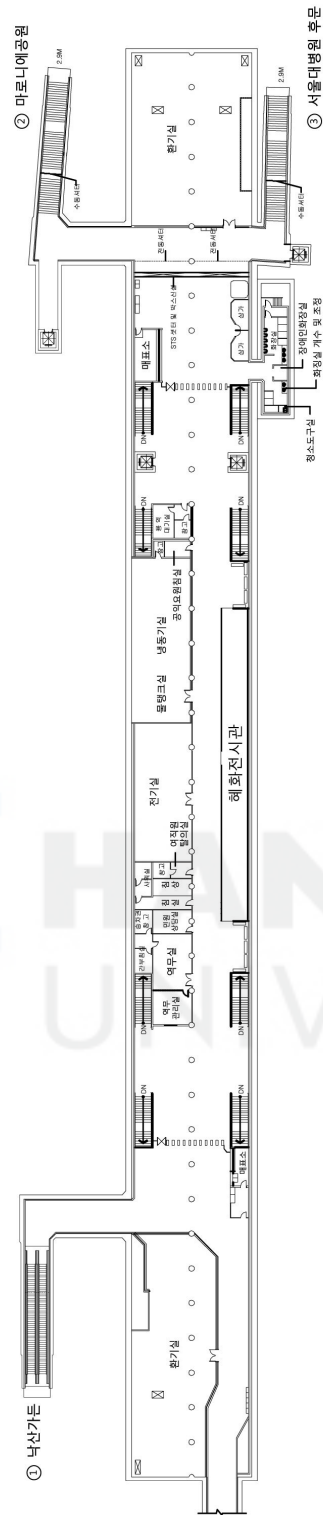
1. 경복궁역



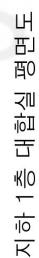
지하 1층 대합실 평면도



지하 2층 대합실 평면도

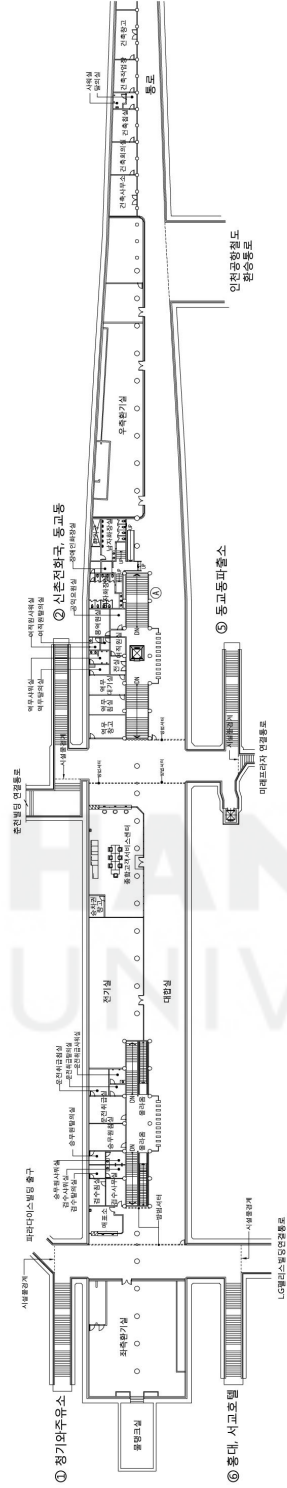
[illegible]

지하 1층에 평면도



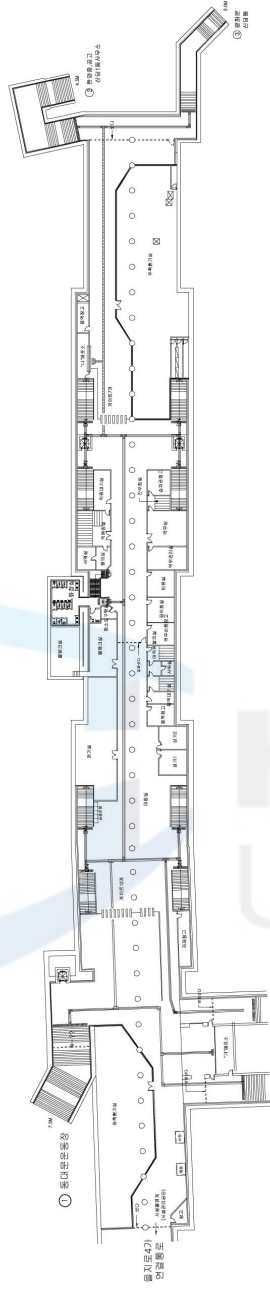
지하 2층 대합실 평면도

4. 홍대입구역

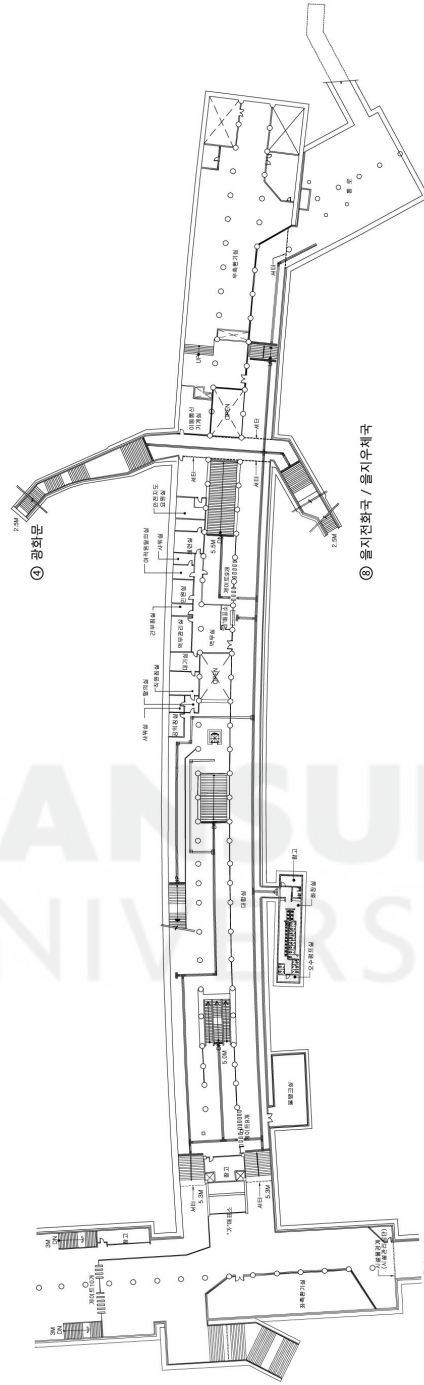


지하 1층 대합실 평면도

5. 동대문운동장역

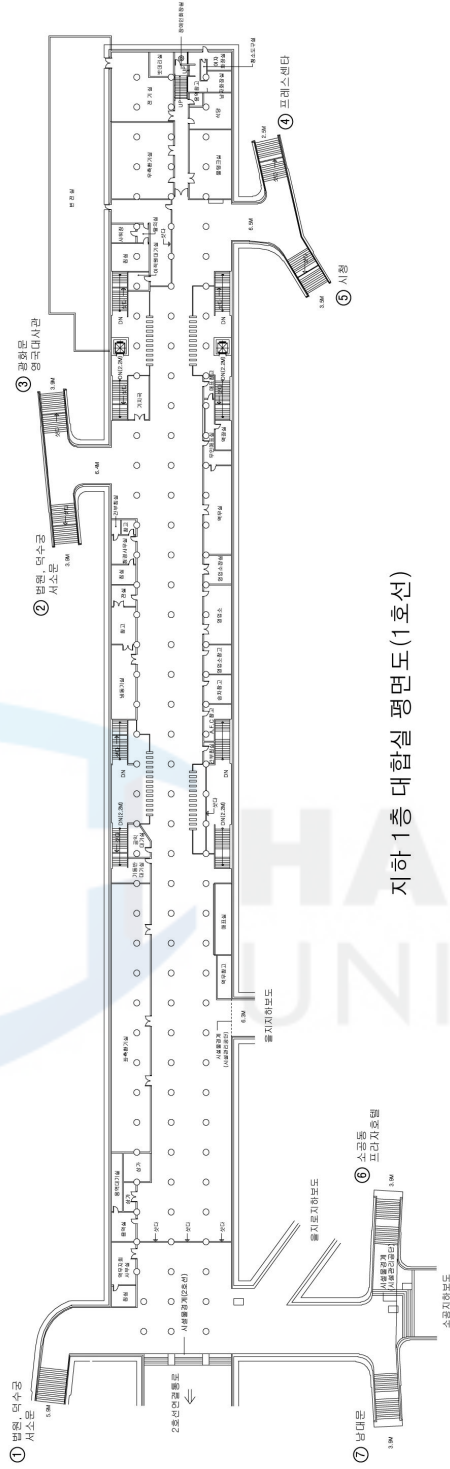


지하 1층 대합실 평면도 (2호선)

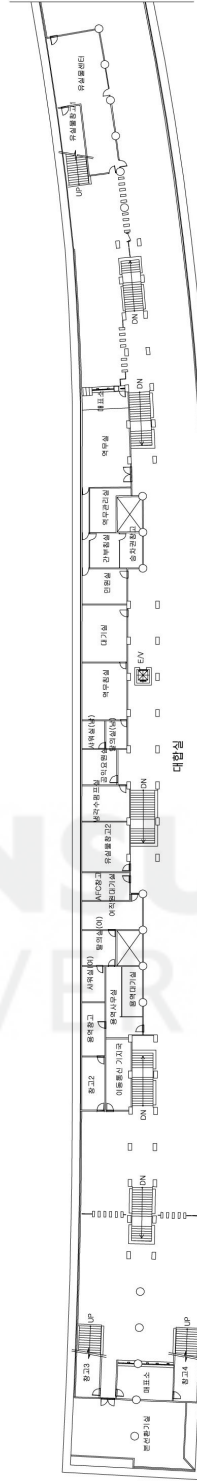


지하 1층 대합실 평면도 (4호선)

6. 시청역



지하 1층 대합실 평면도 (1호선)



지하 2층 대합실 평면도 (2호선)

[일반인 대상]

ID

지하철 역사 내의 문화전시공간으로의 활용 방안에 관한 연구

-서울시 주요 문화지역을 중심으로-

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 설문해 응해주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문지는 《지하철 역사 내의 문화전시공간으로의 활용 방안에 관한 연구》에 설문자료로 쓰이기 위한 조사로 귀하께서 자주 이용하시는 지하철 역사 내 문화공간과 전시공간에 관한 조사입니다.

본 연구는 필요한 자료 수집을 위하여 작성된 것이며 지하철역의 문화적 쾌적함을 제공하고, 지하철 역사 내 문화전시공간에 관한 만족도 및 현황을 파악하여 보다 나은 문화전시공간의 활용 방안을 연구하는데 그 목적이 있습니다.

귀하께서 응답해 주신 자료는 지하철 역사 내 문화전시공간의 활용 방안에 관한 기초자료로 활용되어질 것이며, 석사학위 청구 논문 외 일체 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

본 설문지는 무기명으로 실시되며, 개인 신상에 관한 비밀은 완전히 보장됩니다.

바쁘신 중에 귀한 시간을 내주셔서 진심으로 감사드립니다.

2009년 4월

지도교수 : 한성대학교 인테리어디자인전공 한혜련 교수님

연구자 : 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사과정 이재경

연락처 : 010-8888-2140

* 해당되는 항목에 ☒ 표기 해주시기 바랍니다.

I. 인구 통계학적 질문입니다.

1. 성별

- ☐ ① 남자 ☐ ② 여자

2. 연령

- ☐ ① 10대 ☐ ② 20대 ☐ ③ 30대 ☐ ④ 40대
☐ ⑤ 50대 ☐ ⑥ 60대 이상

3. 직업

- ☐ ① 학생 ☐ ② 회사원 ☐ ③ 주부 ☐ ④ 전문직
☐ ⑤ 서비스업 ☐ ⑥ 기타

4. 자주 이용하는 대중교통수단

- ☐ ① 택시 ☐ ② 버스 ☐ ③ 지하철 ☐ ④ 기타 ()

5. 자주 이용하는 서울시 지하철 노선

- ☐ ① 1호선 ☐ ② 2호선 ☐ ③ 3호선 ☐ ④ 4호선
☐ ⑤ 5호선 ☐ ⑥ 6호선 ☐ ⑦ 7호선 ☐ ⑧ 8호선

6. 1주일 동안 평균 지하철 이용 횟수

- ☐ ① 0회 ☐ ② 1~3회 정도 ☐ ③ 4~6회 정도 ☐ ④ 7~9회 정도
☐ ⑤ 10회 이상

* 다음 설문을 읽고 가장 적합한 것을 골라 ☒ 표기 해주시기 바랍니다.

II. 지하철 역사 내 문화전시공간에 관한 질문입니다.

1. 지하철 역사 내 문화전시공간을 이용해 보신 적이 있습니까?
- ☐ ① 있다. ☐ ② 없다.
2. (1번 문항에서 ①번 선택 시) 한 달 동안 지하철 역사 내 문화전시공간을 얼마나 자주 이용하십니까?
- ☐ ① 1~2번 ☐ ② 3~4번 ☐ ③ 5번 이상 ☐ ④ 이용안함
3. (1번 문항에서 ①번 선택 시) 지하철 역사 내 문화전시공간에 머무는 시간은 어느 정도입니까?
- ☐ ① 30분 미만 ☐ ② 30분 이상~1시간 미만
☐ ③ 1시간 이상~2시간 미만 ☐ ④ 2시간 이상
4. 지하철 역사 내 문화전시공간을 찾는 목적은 무엇입니까?
- ☐ ① 비용을 들이지 않고도 문화생활을 즐길 수 있어서
☐ ② 누군가를 기다리는 동안 시간을 보내기 위해
☐ ③ 흥미와 관심이 있어서
☐ ④ 환승 및 이동 시 잠깐의 여유를 갖기 위해서
☐ ⑤ 비즈니스, 교육, 학습의 목적을 위해서
☐ ⑥ 기타 ()

6. 지하철 역사 내 전시작품의 내용에 대해 어느 정도 이해하십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 관심있게 본다.	관심있게 본다.	대충 본다.	관심 없다.	전혀 관심이 없다.

7. 지하철 역사 내 전시작품 설명이 있다면 관람하는데 도움이 되겠습니까?

①	②	③	④	⑤
매우 도움이 된다.	도움이 된다.	보통이다.	도움이 되지 않는다.	전혀 도움이 된다.

8. 지하철 역사 내 설치된 전시작품이 지하철역과 그 주변 문화의 특징을 반영하고 있다고 생각하십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 반영되고 있다.	반영되고 있다.	보통이다.	반영되지 않는다.	전혀 반영되지 않는다.

9. 지하철 역사 내 전시작품이 설치된 곳(기둥, 벽면, 승강장 진입 계단 등)에 대해 어느 정도 만족하십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 만족한다.	만족한다.	보통이다.	만족하지 않는다.	전혀 만족하지 않는다.

10. 보행에 불편함을 주는 전시작품의 설치를 보신 적이 있습니까?

☐ ① 있다. ☐ ② 없다. ☐ ③ 잘 모르겠다. ☐ ④ 기타()

11. 지하철 역사 내 문화전시공간에 설치된 전시작품을 관람하는데 있어 장애물이 있다면 무엇입니까? (복수응답가능)

- ☐ ① 협소한 공간
☐ ② 동선의 복잡함과 접근성 부족
☐ ③ 광고물, 안내표지판, 기둥 등의 장애요소
☐ ④ 지저분한 환경 (쾌적성 저하)
☐ ⑤ 지하공간의 심리적 불안감
☐ ⑥ 조명 밝기
☐ ⑦ 기타 ()

12. 지하철 역사 내 전시작품이 설치된다면 어느 공간에 설치되었으면 합니까?
(복수응답가능)

- ☐ ① 기둥
- ☐ ② 벽면 (출입구, 통로, 환승구간 등)
- ☐ ③ 승강시설 부분 (계단, 에스컬레이터 등)
- ☐ ④ 천장
- ☐ ⑤ 전시공간(갤러리, 전시관) 조성
- ☐ ⑥ 기타 ()

13. 지하철 역사 내 설치될 전시작품으로는 어느 것이 좋다고 생각하십니까?
(복수응답가능)

- ☐ ① 회화
- ☐ ② 벽화
- ☐ ③ 미술품
- ☐ ④ 조각
- ☐ ⑤ 환경조형물(설치미술)
- ☐ ⑥ 미디어를 이용한 영상 작품
- ☐ ⑦ 그래피티 (건축물의 벽면에 스프레이 페인트로 그림을 그리는 것)
- ☐ ⑧ 기타 ()

14. 지하철 역사 내 설치될 작품의 내용은 무엇이었으면 합니까? (복수응답가능)

- ☐ ① 지역의 특성 및 도시의 문화를 나타내는 작품
- ☐ ② 역사성을 나타내는 작품
- ☐ ③ 전원적인 작품
- ☐ ④ 홍보, 공익캠페인을 위한 작품
- ☐ ⑤ 인간의 도덕성을 나타내는 작품
- ☐ ⑥ 추상적인 작품
- ☐ ⑦ 기타 ()

- 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다. -

지하철 역사 내의 문화전시공간으로의 활용 방안에 관한 연구

-서울시 주요 문화지역을 중심으로-

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 설문해 응해주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문지는 《지하철 역사 내의 문화전시공간으로의 활용 방안에 관한 연구》에 설문자료로 쓰이기 위한 조사로 귀하께서 자주 이용하시는 지하철 역사 내 문화공간과 전시공간에 관한 조사입니다.

본 연구는 필요한 자료 수집을 위하여 작성된 것이며 지하철역의 문화적 쾌적함을 제공하고, 지하철 역사 내 문화전시공간에 관한 만족도 및 현황을 파악하여 보다 나은 문화전시공간의 활용 방안을 연구하는데 그 목적이 있습니다.

귀하께서 응답해 주신 자료는 지하철 역사 내 문화전시공간의 활용 방안에 관한 기초자료로 활용되어질 것이며, 석사학위 청구 논문 외 일체 다른 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

본 설문지는 무기명으로 실시되며, 개인 신상에 관한 비밀은 완전히 보장됩니다.

바쁘신 중에 귀한 시간을 내주셔서 진심으로 감사드립니다.

2009년 6월

지도교수 : 한성대학교 인테리어디자인전공 한혜련 교수님

연구자 : 한성대학교 일반대학원 인테리어디자인전공 석사과정 이재경

연락처 : 010-8888-2140

* 해당되는 항목에 ☒ 표기 해주시기 바랍니다.

I. 인구 통계학적 질문입니다.

1. 성별

- ☐ ① 남자 ☐ ② 여자

2. 연령

- ☐ ① 10대 ☐ ② 20대 ☐ ③ 30대 ☐ ④ 40대
☐ ⑤ 50대 ☐ ⑥ 60대 이상

3. 직업(디자인 전문가)

- ☐ ① 인테리어 ☐ ② 건축 ☐ ③ VMD ☐ ④ 전시
☐ ⑤ 기타(그 외 디자인)

4. 자주 이용하는 대중교통수단

- ☐ ① 택시 ☐ ② 버스 ☐ ③ 지하철 ☐ ④ 기타 ()

5. 자주 이용하는 서울시 지하철 노선

- ☐ ① 1호선 ☐ ② 2호선 ☐ ③ 3호선 ☐ ④ 4호선
☐ ⑤ 5호선 ☐ ⑥ 6호선 ☐ ⑦ 7호선 ☐ ⑧ 8호선

6. 1주일 동안 평균 지하철 이용 횟수

- ☐ ① 0회 ☐ ② 1~3회 정도 ☐ ③ 4~6회 정도 ☐ ④ 7~9회 정도
☐ ⑤ 10회 이상

* 다음 설문을 읽고 가장 적합한 것을 골라 ☒ 표기 해주시기 바랍니다.

II. 지하철 역사 내 문화전시공간에 관한 질문입니다.

1. 지하철 역사 내 문화전시공간을 이용해 보신 적이 있습니까?
☐ ① 있다. ☐ ② 없다.
2. 한 달 동안 지하철 역사 내 문화전시공간을 얼마나 자주 이용하십니까?
☐ ① 1~2번 ☐ ② 3~4번 ☐ ③ 5번 이상 ☐ ④ 이용안함
3. 지하철 역사 내 문화전시공간에 머무는 시간은 어느 정도입니까?
☐ ① 30분 미만 ☐ ② 30분 이상~1시간 미만
☐ ③ 1시간 이상~2시간 미만 ☐ ④ 2시간 이상
4. 지하철 역사 내 문화전시공간을 찾는 목적은 무엇입니까?
☐ ① 비용을 들이지 않고도 문화생활을 즐길 수 있어서
☐ ② 누군가를 기다리는 동안 시간을 보내기 위해
☐ ③ 흥미와 관심이 있어서
☐ ④ 환승 및 이동 시 잠깐의 여유를 갖기 위해서
☐ ⑤ 비즈니스, 교육, 학습의 목적을 위해서
☐ ⑥ 기타 ()
5. 지하철 역사 내 문화전시에 대한 정보는 어떠한 방법으로 알게 되었습니까?
☐ ① 신문 TV, 라디오, ☐ ② 인쇄매체(팜플렛, 포스터)
☐ ③ 주변의 입소문(가족, 친구) ☐ ④ 문화기관(학교, 문화센터)
☐ ⑤ 직접 방문

Ⅲ. 지하철 역사 내 설치된 전시작품 및 전시공간 만족도에 대한 설명입니다.

1. 지하철 역사 내부에 설치된 전시작품을 본 적이 있습니까?

☐ ① 있다. ☐ ② 없다.

2. 어느 유형의 전시작품을 보았습니까?

A형	B형
개찰구, 통로, 환승구간, 계단 등의 벽면, 기둥에 작품이 전시된 경우	지하철 역사 내 갤러리(전시관)이 따로 조성된 경우
 	 

☐ ① A형 ☐ ② B형 ☐ ③ A, B 모두 ☐ ④ 잘 모르겠음

3. 전시공간을 방문하지 않는 이유는 어떠한 것이 있습니까?

☐ ① 관심이 없어서
☐ ② 바쁘거나 이동 시 시간에 쫓겨서
☐ ③ 전시작품이 설치된 위치와 전시 정보가 부족해서
☐ ④ 함께 갈 사람이 없어서
☐ ⑤ 불만한 전시가 없어서
☐ ⑥ 전시관이 어색하고 불편해서
☐ ⑦ 기타()

4. 지하철 역사 내 설치된 전시작품에 어느 정도의 관심을 가지고 보십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 관심있게 본다.	관심있게 본다.	대충 본다.	관심 없다.	전혀 관심이 없다.

5. 지하철 역사 내 전시작품의 내용에 대해 어느 정도 이해하십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 이해가 된다.	이해가 된다.	보통이다.	이해가 되지 않는다.	전혀 이해가 되지 않는다.

6. 지하철 역사 내 전시작품 설명이 있다면 관람하는데 도움이 되겠습니까?

①	②	③	④	⑤
매우 도움이 된다.	도움이 된다.	보통이다.	도움이 되지 않는다.	전혀 도움이 된다.

7. 지하철 역사 내 설치된 전시작품이 지하철역과 그 주변 문화의 특징을 반영하고 있다고 생각하십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 반영되고 있다.	반영되고 있다.	보통이다.	반영되지 않고 있다.	전혀 반영되지 않고 있다.

8. 지하철 역사 내 전시작품이 설치된 곳(기둥, 벽면, 승강장 진입 계단 등)에 대해 어느 정도 만족하십니까?

①	②	③	④	⑤
매우 만족한다.	만족한다.	보통이다.	만족하지 않는다.	전혀 만족하지 않는다.

9. 보행에 불편함을 주는 전시작품의 설치를 보신 적이 있습니까?

☐ ① 있다. ☐ ② 없다. ☐ ③ 잘 모르겠다. ☐ ④ 기타()

10. 지하철 역사 내 문화전시공간에 설치된 전시작품을 관람하는데 있어 장애물이 있다면 무엇입니까? (복수응답가능)

- ☐ ① 협소한 공간
- ☐ ② 동선의 복잡함과 접근성 부족
- ☐ ③ 광고물, 안내표지판, 기둥 등의 장애요소
- ☐ ④ 지저분한 환경 (쾌적성 저하)
- ☐ ⑤ 지하공간의 심리적 불안감
- ☐ ⑥ 조명 밝기
- ☐ ⑦ 홍보 부족

11. 지하철 역사 내 전시작품이 설치된다면 어느 공간에 설치되었으면 합니까?

- ☐ ① 기둥
- ☐ ② 벽면 (출입구, 통로, 환승구간 등)
- ☐ ③ 승강시설 부분 (계단, 에스컬레이터 등)
- ☐ ④ 천장
- ☐ ⑤ 전시공간 (갤러리, 전시관) 조성
- ☐ ⑥ 기타 ()

12. 지하철 역사 내 설치될 전시작품으로는 어느 것이 좋다고 생각하십니까?

(복수응답가능)

- ☐ ① 회화
- ☐ ② 벽화
- ☐ ③ 미술품
- ☐ ④ 조각
- ☐ ⑤ 환경조형물(설치미술)
- ☐ ⑥ 미디어를 이용한 영상 작품
- ☐ ⑦ 그래피티 (건축물의 벽면에 스프레이 페인트로 그림을 그리는 것)
- ☐ ⑧ 기타 ()

13. 지하철 역사 내 설치될 작품의 내용은 무엇이었으면 합니까? (복수응답가능)

- ☐ ① 지역의 특성 및 도시의 문화를 나타내는 작품
- ☐ ② 역사성을 나타내는 작품
- ☐ ③ 전원적인 작품
- ☐ ④ 홍보, 공익캠페인을 위한 작품
- ☐ ⑤ 인간의 도덕성을 나타내는 작품
- ☐ ⑥ 추상적인 작품
- ☐ ⑦ 기타 ()

14. 앞으로 지하철 문화전시공간이 어떤 역할을 해야 한다고 생각하십니까?

- ☐ ① 이용자들의 휴식과 교류의 장소라는 역할 강조
- ☐ ② 다른 지역과 구별되는 독특하고 고급스러운 장소
- ☐ ③ 보다 많은 시민들이 쉽게 찾아와 다양한 문화를 접할 수 있는 공간
- ☐ ④ 재미있게 즐길 수 있는 장소
- ☐ ⑤ 지역상권의 활성화에 기여
- ☐ ⑥ 기타

15. 디자인 전문가로서 지하철 역사 내 문화전시 공간의 활용 방안에 대한 제안이 있으시면 간단히 적어주시기 바랍니다.

- 끝까지 응답해 주셔서 감사합니다. -

ABSTRACT

A Study on the Planning of Using Subway Station as a Cultural Exhibition Space

-Focused on the main cultural regions in Seoul-

Lee, Jae-Kyung
Major in Interior Design
Dept. of Media Design
Graduate School
Hansung University

A modern city consists of information-oriented society. Due to rapid economic growth, a large part of functions were integrated into metro cities and so did the people's life. Cities have become overcrowded. Subway was introduced to solve the problems of increasing cars and over population.

Subway is a necessity of urban transportation. It is very important to the lives of those who live in big cities. It is considered as one of the major factors of city development.

In the past, subway stations functioned as mere a junction of efficient logistics and transportation. But they have changed themselves into a space where people can stay and rest. Nowadays, they link the underground transportation to overground life, projecting the city's image. They are important to culture industry also, because they can

provide exhibition space and concert halls.

As the standard of living is getting higher, people changed their view regarding subway station. They began to demand more about subway station's role. According to their opinion, subway stations have to be a place which represents local culture and provides differentiated cultural space. Thus I intend to design the subway station, where culture prevails and which will become a new space in the city.

The purpose of this study is to have a thorough grasp of exhibition space which is one of the cultural spaces in subway station and to suggest how subway stations be used as an exhibition space.

I insist that subway station should provide space where people enjoy culture and take part in cultural activities, regardless of environmental and functional limit.

I reviewed related documents and preceding researches regarding subway station, cultural space and exhibition space and researched the meaning and necessity of exhibition space in subway station.

I selected subway stations with large floating population which have close relation to local culture using 2008 white book of Seoul Metro and Seoul Metropolitan Rapid Transit Corporation. I picked 3 subway stations with exhibition space and 3 without exhibition space out of the selection.

Methodologically, I compared the cases of foreign countries with that of domestic after field study and photo-taking of 6 selected subway stations. And for further study, I carried out the first and the second survey.

I commissioned the first survey to find out how ordinary citizens who use subway for their commute feel about the subway station. The survey questions them on current situation and necessity of cultural

exhibition space and people's satisfaction and preference of subway station. I distributed 100 questionnaires and retrieved 90 of them as research material.

I polled professionals of design industry as the second survey to find out how they think about the current status, satisfaction, problems and suggestions regarding exhibition space in subway stations. 75 survey sheets were distributed, 70 retrieved.

I came to the conclusion that subway stations should be where people can enjoy cultural life. I suggest use of various materials and wide range of exhibition to reform the dreary, uniform subway stations.

The following is to integrate results of the study.

First, exhibition works are needed to be displayed on a variety of space like stairs, escalators, platforms, ceilings and etc in a consideration of environmental respect rather than only on walls or a pillars in a uniform construction way.

Second, after checking out characteristics for space of each subway station, installing various types of exhibition works to meet characteristics for space is necessary. A change to space as a accent effect should be provided by using works with round expression, video works with media, environmental plastic works, paintings, graffiti, and etc, and by using colors, patterns, and various materials.

Third, since the subway is mainly located in underground, a lighting plan suitable for this environment is needed for the exhibition space too. If works installed on pillars or walls, visually prominent environment should be constructed by emphasizing unique shapes and colors of exhibition works with partial lighting on them.

Fourth, on the walls of aisles, preparing semi-permanent exhibitions as a permanent exhibition walls or installing the exhibition works not to be preserved significantly, but to be displayed for a certain time of period is required. Since the exhibitions in inside of subway stations can possibly cause the problems concerned with preservation and management, these should be chosen in a consideration of the aspect.

Fifth, in order for exhibition works on pillars and walls in subway stations to be seen, there should not be any obstacles blocking people's sight. Improving space not to be interrupted in seeing is necessary and can be done by organizing exhibition works well with station guide maps, ad materials, and etc in given space.

Sixth, since the spaces of subway stations are positioned to a culture in connection with outside, the cultural characteristics of neighboring area of stations should be reflected in inside of stations. Exhibition works are required to be installed based on the fact that people prefer to works showing regional characteristics and urban cultures, and ones for public relations and public campaigns.

As reviewed in the thesis, subway is required to change from a traditional position that has a meaning as a environmental improvement of public transportation, a enlargement of transportation share ratio, and points to connect city to a new position that has a enlarged meaning as cultural spaces implying a variety of human cultural lives. It is expected that they are developed to comprehensive exhibition spaces for users to encounter various cultures, have rests, communicate each other, and enjoy something by constructing exhibition spaces in the cultural spaces to reflect these social needs.