

텍스트언어학 24, 2008, pp.167~192

공간 텍스트로서 '도시'의 스토리텔링 과정 연구

김영순 · 정미강(인하대)

Kim, Young-Soon · Chung, Mi-Khang. 2008. A Study on the Storytelling Process of 'City' as a Space Text. *Textlinguistics* 24. The purpose of this paper is to consider the city as a text and represent a storytelling process model for communication between human and space. In this paper, we analyze the context of urban space and give the 'placeness' to the space. In fact, the city is composed of various sign systems and signs that are meaningful to human. Therefore, this is a text that can be read by the receiver and uttered by sender. However, economic function, uniformity and mixture of urban spaces disturb the communication between the city and its citizens. And citizens have forgotten the method of understanding their surroundings. Therefore, this paper represents storytelling as the method for the communication between the city and its citizens. Storytelling is the primitive instinct according to people communicate with story. The activity of telling the story for space is the work that makes the space meaningful, and the meaningful space with story becomes significant to consumers of space. Thus, a resemantization of urban space is possible. The space storytelling process represented in this paper consists of 3 phases. The first is to read and understand the context of space and recognize the placeness. The second is to establish theme and story based on the placeness. The third is to construct space using the story. This model is for reading essential attributes of space and

producing a space based on them. In future work, we will apply this model to real space to prove its contribution to producing space that communicates with human.

〈Key Words〉 city, urban, space, place, space text, storytelling, placeness, narrative, urbanism, resemantization

1. 들어가기

이 논문의 목적은 도시를 공간 텍스트로 간주하고 공간의 맥락을 읽어냄으로써, 도시 공간에 장소성을 부여하고 공간과 인간 사이의 소통을 가능하게 하는 '스토리텔링 과정 모형'을 제안하는 데 있다.

'텍스트로서 도시'에 대한 개념은 그다지 낯설지 않은 개념이다. 도시는 '시(poem)'라는 Barthes(1967)의 말 속에 함축되어 있는 의미처럼, 도시가 읽혀질 수 있는 대상이라는 것은 이미 여러 학자들에 의해 논의된 바 있다. 그들에게 도시는 물질적 집적체 이상의 것이었으며, 인간의 마음이 투영된 의미의 생산물이었다. 실제로 도시는 인간에 의해 생산되고, 인간의 삶의 총체성이 녹아든 문화적 양식의 덩어리이며, 인간에게 유의미한 수많은 표현체, 즉 기호들로 구성되어 있다. 그러므로 도시는 수신자에 의해 읽혀질 수 있는 담화이며, 발신자에 의해 발화되는 것이기도 하다(Greimas, 1972). 이러한 의미에서, "독자들에게 특정한 의미를 전달하기 위해 어떤 맥락에서 작가가 의도하고 정렬하여 선택한 기호들의 집합적 실체"(Garcia, 1995)인 텍스트가 그 범위를 도시로 확장시킨 것은 당연한 것이다. 즉, 도시에는 다양한 의미들이 담겨 있고, 이 다양한 의미구조의 복합체로서 도시 경관이 읽혀질 수 있는 텍스트이기 때문이다.¹⁾

그러나 도시 공간이라는 것은 하늘과 땅 사이에 존재하는 원래 자연인 것에 인간이 써내려간 텍스트이다. 그러므로 이것은 순수하게 인간이 창조해 낸 다

1) 김왕배(2000:134) 참조.

른 텍스트와 같이 인간과 인간이 소통하는 매개이기도 하지만, 인간과 자연, 인간의 실존적인 자아와의 소통을 위한 텍스트이기도 하다. Lévi-Strauss의 '슬픈 열대(Tristes tropiques)'에 나타난 보로로 마을의 모습은 공간이 그 거주민들의 삶과 밀착되어 서로 상호작용하는 예를 보여준다. 공간은 그들의 작은 우주를 표상하고 삶 자체를 그대로 드러내주는 것이다(Choay, 1969). 그러나 도시가 팽창하면서 양식은 혼합되고 획일화되었으며, 대부분의 도시민은 다른 사람들의 창조물 속에서 살고 있다. 이것은 도시의 불명료성을 가지고 왔다. 현대 도시의 공간들이 그 나름대로의 방식으로 의미작용을 하고 있는 것은 확실하지만(Ledrut, 1973), 이것은 마치 외국어를 읽는 것과 같아서 우리가 그 글을 읽을 수 있다 해도 이해하지는 못한다(Short, 1996)는 것이다. 즉, 현대 도시민은 도시 공간과 소통하는 방법을 잃어버린 것이다. 소통의 단절은 의미의 빈곤을 가져오고, 그것은 공간이 인간적 삶을 형성하는데 아무런 의미도 없다는 것과 같다. 내가 속한 이 장소가 나의 삶에 아무런 영향을 미치지 못한다면, 국가, 지역, 집은 과연 의미가 있는 것인가. 내가 '여기'에 존재해야 할 이유가 없다면 인간은 어디에도 뿌리내리지 못하는 유랑민이다. 그래서 우리에게 의미 있는 공간이 필요하다.

그러나 공간텍스트의 의미는 다른 텍스트가 주는 의미작용과 다르다. 광고, 영화, 문학과 같은 텍스트는 그것을 구성하는 구조적인 서사 장치가 존재하고 우리는 이것을 받아들이는 데 익숙하다. 그러나 공간이 주는 의미는 관념적으로 풀어낼 수 있는 것이라기보다는 공간의 본질적인 느낌이나 분위기에 의해 결정될 수 있는 것이다.²⁾ 그러므로 무엇보다 공간 텍스트에서 중요한 것은 공간에 진정한 의미를 부여할 수 있는 작업과 공간의 의미를 읽어내는 감성을 길러내는 작업이다.

이러한 맥락에서 본 논문은 인간과 공간이 소통하는 방법으로서 스토리텔링

2) Barthes(1967)는 도시의 언어를 '은유적'이라고 표현하였으며, Schultz(1980)와 같이 현상학적 관점으로 공간에 접근하는 학자들은 공간을 어떤 '성격'이나 '분위기'로서 주어지는 것으로 파악한다.

을 제안하고자 한다. 인간이 도시 공간에 이야기를 부여하는 행위는 공간을 의미 있는 장소로 만들어 주는 작업이며, 도시에게 먼저 말을 건네는 작업이다. 또한 이야기를 통해 의미를 획득한 공간은 그 이야기를 통해 방문자에게 다시 말을 걸게 된다. 이렇게 하여 인간과 공간의 소통을 통한 의미작용이 일어나게 되는 것이다. 이 의미작용과 관련하여 파생하는 공간 스토리텔링의 개념과 그 과정이 본 연구에서 다루고자 하는 핵심 사안이다. 이를 위해, 2장에서는 도시 읽기에 관한 기존의 연구들을 고찰하고, 3장에서는 공간 텍스트와 스토리텔링의 특징을 알아보고, 스토리텔링을 공간에 대입할 수 있는 가능성에 대해 살펴본다. 그리고 4장에서는 공간 스토리텔링에 대해 구체적으로 논의함으로써 소통이 가능한 공간 생산을 위한 스토리텔링 과정 모형을 제안할 것이다.

2. 도시에 관한 기존 연구

모든 텍스트가 그러하듯 도시 텍스트의 의미와 형식은 고정된 것이 아니다. 가변적이고 은유적이라 할 수 있는 ‘도시의 언어’를 읽어내기 위한 학자들의 시도는, 끊임없이 생산되고 누적되는 도시 공간의 의미를 구조화하기 위해 지속되어 왔다. 이 장에서는 이러한 도시 읽기의 시도들을 세 가지 관점, 즉, 조형적, 현상학적, 기호학적 관점으로 유형화하여 고찰해 보고자 한다.

첫째, 조형적 읽기는 물리적인 형태에 기반하여 도시 경관을 읽는 연구 방법론이다. 가장 대표적인 학자로서 거론할 수 있는 Lynch(1960)는 도시의 경관적 명료함의 중요성을 강조하기 위해 ‘legibility’와 ‘imageability’의 개념을 언급한다. 전자는 사람들이 도시의 각 부분을 인지하고 그것들을 일관된 패턴으로 구성하기 쉽도록 하는 조망의 명료함을 말하며, 후자는 모든 관찰자에게 강렬한 이미지를 불러일으킬 가능성이 높은 특질을 말한다. 이 두 가지 특징이 강한 도시는 선명한 정체성과 체계를 가진 유익한 환경적 이미지를 만들어내며, 세월이 갈수록 인간과 명료한 상호관계를 맺는 특징적인 부분을 많이 가지게 되어 거주민에게 안정감을 줄 수 있다고 한다.

그러나 Lynch는 도시의 복잡한 의미와 형태를 연결시키는 것을 주저하면서 도시 경관 읽기에서 의미의 요소를 배제시킨다.³⁾ 그러므로 그는 당대의 도시 연구자들 중 의미에 대한 문제에 가장 가깝게 접근하였다는 평을 듣지만⁴⁾, 형태적 측면이 더 강한 연구자로 남게 되는 한계를 가진다. 이후 도시의 이미지를 형태적으로 밝히고자 하는 연구들은 의미, 맥락, 인지도 등의 요소들을 보완하는 노력을 보여주고 있다(Rapoport, 1993; Banai, 1999; Nasar, 1998; Stea, 1969 등).⁵⁾ 이것은 도시 경관의 조형적 요소가 인간과의 관계 및 의미와 접목되지 못한 상태로는 존재할 수 없음을 보여주고 있다.

둘째, 현상학적 읽기는 현상학적 체험을 통해 장소를 경험하고 느낌으로서 장소의 본질을 읽어내는 것을 말한다. 현상학적 연구는 일반적으로 인간의 인식적 경험에 대한 철학적 탐구라고 할 수 있으며, 그것의 의미와 본질을 파악하려고 하는 학문체계라고 할 수 있다(Buttimer, 1976). 그리고 현상학적으로 공간을 바라본다는 것은 인간과 인간을 둘러싼 공간과의 관계 자체를 총체적인 측면에서 바라본다는 것이며, 인간과 환경을 서로 분리된 개별체로 보지 않고 상호의존적이며 유기적인 관계로 본다는 것이다(Seamon, 1992).⁶⁾

특히 현상학적 관점에서 중요하게 다루고 있는 주제는 장소와 장소성의 문제이다. 여기서 장소는 특정한 공간적 규모로 존재하는 물리적 실체와 인간 행위의 결과물이 인지되어 의미를 가지는 공간적 실체의 결합이다. 이것은 인간의 활동이 일어나는 맥락이자 인간이 경험을 통해 의미를 부여하는 상징적 대상이기도 하며, 시간의 흐름에 따라 형성되는 역동적 실체이다. 그리고 장소성이란 이러한 장소의 인지된 특성으로, 인간이 체험을 통해 애착을 느끼게 되는 한 장소의 고유한 특성을 일컫는 것이다(백선훈, 2004). 많은 예술가들과 저술가들은 이것의 구체적인 재현으로서 지방적 성격에서 영감을 찾았고, 경관

3) Lynch는 환경의 이미지를 이루는 구성요소로서 정체성, 구조, 의미의 3성분을 거론하면서도, 의미의 문제는 그의 연구에서 고려하지 않겠다고 언급한다. 김의원(역)(1984: 18) 참조.

4) Barthes, Gottdiener · Lagopoulos ed.(1986: 90) 참조.

5) 변재상(2005: 16) 참조.

6) 손세관(1990: 44) 재인용.

과 도시환경을 빗대어 예술과 일상생활의 현상을 설명하였다.⁷⁾

그러나 현상학적 공간 읽기는 개인과 장소의 관계에 귀의하므로, 지극히 주관적이며 상대적이며 불확실하다. 이것은 방법론으로서의 타당성의 문제를 야기하며, 특히 인간과 공간과의 사적인 관계가 극히 제한되는 현대의 도시 공간에서는 그 가능성의 여부가 불투명하기까지 하다. 이러한 한계를 극복하기 위해 현상학적 연구방법론에서는 '주체상호간의 확인(intersubjective corroboration)'(Seamon, 1982)을 제시한다. 즉, 자신의 상황과 체험이 다른 이가 발견한 것과 동일한 것인가를 검토하는 것이다. 자신의 체험에 나타나는 현상에 적극적으로 관여하면서, 보다 폭넓은 실존과 의미의 영역으로 확장되는 타인과의 공감대를 찾는 것이다.⁸⁾ 이러한 방법을 통해 장소와 장소성의 개념은 현대적인 접근으로 거듭 탈바꿈하면서 소실되어 가는 인간과 공간과의 관계를 회복시키기 위한 시도를 계속해 나가고 있다.

셋째, 기호학적 읽기는 기호로서 공간의 사회문화적 의미작용을 읽어내는 작업이다. 기호학은 Barthes(1967)의 '기호론과 도시계획(Semiology and Urbanism)'에서 출발하여 도시의 의미 제안을 시도하고자 하였다. 사실 Barthes는 Choay와 Lynch의 연구에 영감을 받아 도시에 대한 담론을 시도한 것으로 보이는데,⁹⁾ 특히 Choay는 프랑스의 건축 비평가로서 도시 담론에 관한 흥미로운 기호학적 분석을 펼친 것으로 유명하다.¹⁰⁾

Choay의 도시 기호학적 논의는 근대 도시에 대한 비판에서 시작된다. 그녀는 근대 이전의 도시를 인간의 삶과 밀착된 순수 시스템(pure system)으로 본다. 이때 도시의 형태는 인간의 삶과 행위를 그대로 상징하는 형태를 띠고 있으며, 인간은 그러한 상징을 충분히 이해하고 공간과 소통한다. 반면 근대 도시는 혼합된 체계(mixed system)와 경제의 우월성(the Primacy of Economy)의

7) Schulz(1980)은 이 예로서 Georg Trakl의 'Winter Evening'이라는 시를 인용하고 있다. 민경호 외(역)(1996 : 13) 참조.

8) 이규복(1988 : 40) 참조.

9) Barthes, Gottdiener · Lagopoulos ed.(1986 : 90) 참조.

10) Gottdiener · Lagopoulos ed.(1986 : 160) 참조.

개념으로 설명될 수 있다. 인간과의 의미작용이 빈곤한 혼돈의 체계는 과거의 순수성을 잃어버렸으며, 의미작용을 한다 해도 그것은 기능성과 효율성에 기반한다는 것이다.¹¹⁾ 결국 근대 도시는 소통 가능한 명료성을 잃어버렸다는 것인데, 이러한 논의는 이후 기호학자들의 연구에서도 지속된다. Barthes(1967)는 도시의 기표들의 모호성과 통제 불가능을 언급하면서, 과학적인 도시의 언어를 구성하려는 시도를 원하지만 도시는 무한한 은유의 담론으로 남아있다고 말한다. Greimas(1974) 또한 도시는 커뮤니티의 사회적 계층과 역사적 상대성에 상응하는 수많은 변수들을 불가항력적으로 포함하기 때문에, 이러한 새로운 변수들을 항시 소개해야 하며, 도시 읽기를 다양화할 수 있어야 한다고 주장한다. 이러한 혼돈의 상황에서 기호학은 한 가지 대안을 찾는다. 그것은 바로 탈의미화와 재의미화이다.¹²⁾ 이것은 사회·경제적 이데올로기에 의해 합리화된 공간의 의미를 해체시키고, 인간은 다시 그들의 방식대로 이를 재의미화함으로써 도시 공간의 의미작용을 풍부하게 하는 가능성이다.

그러나 기호학이 주의해야 할 점은 억지로 의미를 부여하려는 시도이다. Eco(1968)는 의미화의 움직임과 시니피앙의 자유로운 작용을 대립시키는 것은 모든 창조적 추진력을 없애는 발상일 수도 있다고 주장하였다. 과거의 모든 도시에는 그 형태 내에서 모든 유형의 삶을 가능케 하는 구성 요소들의 무한하고도 잠재적인 결합이 있었다. 그러나 현대의 건축적 시니피앙들은 이러한 결합에 한계를 설정하며, 그 자체의 수사학적 형태를 통해 이데올로기의 이미지로서 제시된다는 것이다. 그러나 이러한 수사학적 형태도 결국은 변화하게 되고, 형태가 변할수록 인간 행위라는 폭넓은 문맥 속에서 형태들을 생각하고 바라보는 방법 또한 변하게 된다. 즉, 새로운 기호들과 그 기호들이 의미를 부여

11) Choay, Gottdiener · Lagopoulos ed.(1986 : 162-172) 참조.

12) Choay, Barthes, Greimas, Eco 등에 의해 논의되었던 근대 도시 기호의 불명료성이나 이데올로기적 제한은 기호학을 통해 도시 의미작용의 또 다른 가능성으로 재해석된다. Ledrut(1973)은 근대 도시는 의미작용이 빈곤한 것이 아니라 다른 방식으로 의미작용을 하는 것이라고 주장하였고, 결국 Choay는 'Urbanism and Semiology(1969)' 1972년 개정판에서 도시의 탈의미화와 재의미화에 대해 논의함으로써 도시 의미작용의 회복 가능성을 이야기한다.

받을 수 있는 맥락들을 지속적으로 발견하게 해주는 것이 기호학의 과제라 할 것이다.

위에서 살펴본 세 가지 관점은 도시를 읽기 위한 작업으로서 어느 한 분야에 대한 뚜렷한 경계가 그어지는 것이 아니다. 세 영역은 공간의 본질을 탐구하고, 도시와 인간의 관계를 고찰하고 회복시키고자 하는 시도에서 분명한 공통 분모를 가지고 있다. 도시를 이해하기 위한 좀 더 온전한 방법으로서 세 관점은 서로 상호 연결되어 있어야 한다. 특히 본 연구에서 제안하고자 하는 공간 스토리텔링은 이러한 공간 읽기를 유도하는 방법론으로서 제안되는 것이다. 스토리텔링을 통한 공간 읽기의 과정은 두 가지 단계로 이루어질 수 있는데, 이에 대한 상세한 논의는 3, 4장에서 다루기로 한다.

3. 소통을 위한 선행 작업 - 공간 스토리텔링

3.1. 공간텍스트의 특징과 스토리텔링의 체험적 가치

Lefebvre(1995)는 “공간은 생산된다”고 주장하였다. 생산될 수 있는 텍스트라는 측면에서 공간은 다른 텍스트들과 같다. 생산되는 텍스트는 또한 읽혀질 수 있다. 그러나 공간은 다른 텍스트와 같이 구조적으로 읽혀지는 것이라고 하기에는 그 읽기의 범위가 너무 폭넓은 텍스트이다. 더 정확히 말하면, 공간의 읽기는 경험되는 것이며, 몸에 의해 ‘살아지는(lived)’ 것이다.¹³⁾ 비슷한 맥락으로 Certeau(1984)는 공간을 통한 이동과 체험의 기억이 우리가 공간적으로 소통하기 위해 사용하는 언어를 구성한다고 하였으며, 이러한 움직임을 통한 언어를 ‘보행 발화 행위(pedestrian speech acts)’라고 불렀다.

이렇게 공간은 몸의 움직임이 교차함으로써 구성된다. 즉, 공간은 사고를 통해 인지하고 관념을 통해 읽어내는 텍스트라기보다 체험적이고 감각적인 느낌을 통해 읽어내는 텍스트에 가깝다. 물론 공간을 구성하는 요소들은 너무나 다

13) Lefebvre(1995 : 102) 참조.

양하므로 여기에는 문자나 이미지 텍스트 등 관념적인 정보를 전달하는 요소 또한 존재하지만, 여기서는 이를 포함하는 총체적인 공간을 대상으로 보기로 한다. 또한 실제로 공간을 구성하는 언어적 기호들은 1차적인 기능적 정보를 제공하는 경우가 대부분이다. 그러므로 공간은 실천과 체험과 기억에 의존하여 의미를 생산한다. 이러한 공간 텍스트의 특징은 인간의 좀 더 원초적인 체험적 소통과 연결되어야 할 것이다. 그리고 이러한 체험적 소통을 위한 장치가 바로 스토리텔링이다.

스토리텔링은 이야기와 말하는 것이 합쳐진 말이다. 이인화(2005)는 “스토리란 어떤 사건을 겪은 사람의 경험을 중심으로 한번 걸려진 지식, 알기 쉽고 느끼기 쉬운 지식이다.”라고 정의하고 있다. 즉, 이야기란 전달하고자 하는 가공된 정보로서, 사건과 사물에 대한 사실에 대한 단순한 나열이 아니라 여기에 개인적인 경험, 감정 등이 뒤섞여 만들어진 것을 의미한다. 여기에 더해지는 ‘-텔링’, 즉 ‘말하는 것’은 전달하고자 하는 행위이다. 행위는 인간의 의지에 의한 몸의 활동이며, 그렇기 때문에 체험과 연결된다. 그러므로 스토리텔링은 가공된 정보를 전달하기 위해 이루어지는 체험적 행위이라고도 말할 수 있다.

McDrury와 Alterio(2001)는 스토리텔링의 이유를 감정적 표출과 사건의 이해를 위한 집중으로 요약한다. 이야기하는 사람과 듣는 사람의 감정적 표출은 재미와 공감대를 형성하며, 사건을 이해하기 위한 집중의 유도는 효과적인 정보의 전달을 가능하게 하는 자극, 즉 교육적 효과를 제공한다. 그러므로 스토리텔링은 인간의 알고자 하는 욕구와 유희적인 욕구를 동시에 만족시키는 강력한 커뮤니케이션 수단인 것이다. 이러한 소통적 기능을 바탕으로 스토리텔링은 인간이 창조성을 실험하고, 복잡한 상황을 쉽게 이해하며, 문화에 참여하는 데 도움을 주며, 경제적 가치를 창출하고 특정 조직의 문화적 삶에까지 영향을 미친다. 그리고 실제적으로 이러한 효과적인 소통의 기능은 체험과 밀접하게 연결되어 있어서, 이야기는 체험으로, 체험은 이야기로 전이될 수 있고, 이로써 스토리텔링은 지속성을 가질 수 있다.¹⁴⁾

14) Gabriel(2000 : 1) 참조.

또한 Stacey(2001)는 인간의 상호작용의 관계를 통해 ‘사회적으로 구성된’ 이야기는 개인의 마음에만 자리하는 것은 아니라고 말한다. 즉, 개인의 체험은 공공의 체험이 되고, 이로써 개인적 경험의 주관적 산물은 간혀진 틀 밖으로 나와서 새로운 의미를 가지게 된다. 그럼으로써 스토리텔링의 기능은 사회의 구성원들의 정체성, 안정감, 확신을 제공하는 수단으로서의 범위까지 확장된다. 여기에 스토리텔링의 체험적 소통의 가치가 있으며, 공간 또한 스토리텔링을 통해 더욱 효과적으로 소통되고 체험되며, 공유될 수 있다. 그리고 이것이 반복되면 공간은 지속적으로 인간과 상호 의미를 생산하는 장소로서 그만의 본질, 즉 정체성을 가질 수 있을 것이다.

3.2. 스토리텔링을 통한 공간의 소통 가능성

앞 장에서 논의한 공간 텍스트의 체험적 읽기의 가능성과 스토리텔링의 체험적 소통의 가치는 도시 공간에 스토리텔링이 개입할 여지를 열어준다. 실제로 신화나 전설이 깃든 장소와 같이 인간이 이야기를 통해 관계를 맺고 있는 공간들은 예부터 자연스럽게 존재해 왔다. 그러나 현대 도시의 ‘밋밋한 경관(flatscape)’(Schulz, 1969)은 이러한 가능성을 약화시키고 있다.

현대 도시들은, 급속한 산업화 과정을 겪으면서 본래의 자연경관을 깎아내고 비슷한 외형의 건축물을 지어올린 탓에 특징 없는 경관을 가지고 있다. 이러한 경관이 인간을 무감각하게 만드는 것은 확실하며, 효율성이나 기능성, 경제성에 좀 더 큰 가치를 부여한 데서 비롯된 것임도 분명하다. 인간은 타인이 만든 인공물 속에서 단지 그 기능에 맞는 행위를 함으로써 공간을 메운다. 그럼으로써 인간의 장소에 대한 애착은 점점 사라지고, 건조한 구조물만 남아 본래의 장소의 의미는 점점 사라지게 된다. 그러나 과거의 모습을 다시 복원하는 것이나 특수성을 가진 몇몇 건축물을 그 사이에 집어넣는 것이 모든 해결책이 될 수는 없다. 결국 밋밋한 경관은 현대도시의 정체성 중 하나인 것이다. 이것을 인정할 때 우리는 Ledrut(1973)이 “근대 도시는 단지 다른 방법으로 의미

작용을 할 뿐”이라고 한 주장을 이해할 수 있을 것이다. 그렇다면 우리는 현대의 도시와 소통하는 우리의 감각을 깨워야 할 필요가 있다.

이러한 측면에서 볼 때, 체험으로서 공간과 인간을 연결시켜 줄 수 있는 스토리텔링은 첫째, 공간 읽기를 유도하는 자극제가 될 수 있으며, 둘째, 이야기를 통해 장소의 정체성 및 특징을 쉽게 이해시키며, 셋째, 이야기를 통한 각인의 효과로 공간의 이미지 형성이 쉽고 지속적일 수 있으며, 마지막으로, 이러한 특징으로 인해 공간 기획을 용이하게 함으로써, 인간과 공간의 소통을 열어 주는 방법론이 될 수 있을 것이다. 그러나 문제는 그저 단순히 이야기를 공간에 대입하는 것이 일시적인 흥밋거리 이상의 생명력을 가진 의미 있는 장소로 지속될 수 있느냐 하는 것이다. 말 그대로 눈으로 관망하고 끝나는 공간의 체험이 아니라, 깊이 있는 소통이 되기 위해서는 공간에 알맞은 스토리텔링 모형이 반드시 필요하다.

4. 공간과의 소통을 위한 공간 스토리텔링 방법론

4.1. 공간 스토리텔링의 개념

공간 스토리텔링은 일반적으로 공간 생산자들이 공간을 통해 이야기하는 것으로 이해되고 있다. 이것은 공간 기획의 입장에서 주로 다루어지는 개념으로서, 도시 계획자나 건축가와 같은 공간의 생산자들이 인공적인 공간을 통해 공간의 소비자에게 말 걸기를 시도하는 것이다(김영순·백승국, 2006). 이와 같은 접근들은 물리적인 공간을 넘어 가상적인 공간까지 포함하기도 한다. 예를 들어, 황성윤·이경훈·김용성(2002), 김미례·박수진(2006) 등의 연구들은 가상 공간을 기획하는 데 있어 스토리텔링을 방법론으로 사용하며, 전명숙(2007), 최고운·김명석(2005), 박지선(2007), 오장근(2007), 백승국(2008), 김영순·임지혜(2008) 등의 연구는 실제 공간의 스토리텔링 적용 여부를 다룬다. 이러한 연구들은 스토리텔링을 공간 마케팅의 효과적 커뮤니케이션의 도

구로서 바라보는 기획자의 관점이 강하다.

그러나 사실 공간의 스토리텔링은 소비자의 스토리텔링이 개입하지 않으면 결코 완성되지 못한다. 공간의 소비자는 공간 속에서 움직이고 행동하고 느낌으로써 공간에 대하여 알아간다. 그리고 공간에 대해 알게 되고 친숙해지면 공간에 의미를 부여하고 이름을 붙여 부르게 된다. 일례로 오스트레일리아 북서부 경관에 대한 원주민과 유럽인의 관점 차이를 Rapoport(1972)는 다음과 같이 설명하였다.¹⁵⁾

“많은 유럽인들은 오스트레일리아의 경관이 획일적이고 특색이 없다고 말해 왔다. 그러나 원주민들은 오랫동안 함께 해 온 그 경관의 모든 특색을 알고 있으며, 각 경관은 의미를 지니고 있다. 한 예로 에이어즈록(Ayer’s Rock)의 모든 특색은 각각 의미 있는 신화, 그리고 그 신화를 창조한 신화적 존재와 관련이 있다. 모든 나무, 얼룩, 구멍과 틈은 각기 의미를 지닌다.”

그러므로 공간 스토리텔링은 두 가지 개념으로 정의할 수 있다. 첫 번째는 현대적이며 발신자적인 관점으로, 공간 생산자가 공간을 매체로 하여 공간 소비자에게 이야기를 하는 행위이며, 두 번째는 원초적이며 수신자적인 관점으로, 인간의 삶의 터전인 공간 그 자체에 인간이 이야기를 부여하는 행위이다. 전자의 경우는 현대 공간의 기획에 있어 적용되는 스토리텔링이며, 후자의 경우, 공간을 누리는 인간의 입장에서 공간에 어떤 의미를 부여하는 원초적인 본능에 의한 스토리텔링인 것이다. 그러나 이러한 두 가지 공간 스토리텔링은 서로 분리되어 있는 것이 아니라 서로 맞물려 작용해야 한다. 공간 기획자가 생산해 내는 현대의 도시 공간을 공간 소비자가 지속적으로 읽어내고 의미를 만들어 가야만 스토리텔링의 의의가 있기 때문이다. 그러므로 본 연구는 이러한 두 가지 공간 스토리텔링의 개념을 함께 적용할 수 있는 스토리텔링의 과정을 제안하고자 하며, 이를 통해 공간 스토리텔링의 과정 모형을 도출하고자 한다.

15) 김택현·김현주·심승희(역)(2005: 50) 재인용.

4.2. 공간 스토리텔링의 과정

이 장에서는 공간 스토리텔링의 과정을 3단계로 구분하여 제안한다. 첫 번째 단계는 공간의 수신자적 관점에서 공간의 맥락을 분석하고 이를 통해 공간의 본질인 장소성을 도출하는 과정이며, 두 번째 단계는 도출된 장소성을 토대로 테마와 이야기를 부여하는 과정이다. 그리고 세 번째 단계는 공간의 발신자적 관점으로 이야기를 기반으로 공간을 구성하는 과정이다.

4.2.1. 공간의 맥락 분석을 통한 장소성 도출

4.2.1.1. 공간 텍스트의 맥락 분석

공간 텍스트의 맥락의 파악이 중요한 이유는 공간의 본질을 알기 위함이다. 개체는 서로 독립적으로 존재하는 것이 아니라 항상 맥락 속에서 서로간의 만남과 어우러짐을 통해 존재하는 것이므로, 공간의 맥락을 안다는 것은 인간이 자신의 뿌리를 잊지 않는 것이기도 하다. 그리고 이것은 인간이 수신자적 관점에서 공간 텍스트를 읽어냄으로써, 사회적, 문화적, 역사적 연속선상에서 도시를 바라보려는 거시적인 태도이기도 하다. 공간의 맥락을 파악하기 위해서는 공간의 질(quality)과 결(texture)을 파악해야 한다. 질이란 주어진 사건의 종합적 의미, 특징, 전체성을 말하며, 결이란 질을 구성하는 관계나 세부적인 조직을 말한다(Pepper, 1961).¹⁶⁾

공간의 질과 결은 공간의 역사적, 지형적, 인간의 행위적인 특성 속에서 드러날 수 있다.¹⁷⁾ 그리고 이러한 특성들은 지형의 관찰, 현상학적 관찰, 인터뷰, 문헌 조사 등을 통한 조형적, 현상학적, 기호학적 읽기의 통합을 통해 발견될 수 있다. 역사적 특성은 문헌적 고찰이나 인터뷰 등을 통해 파악이 가능하다. 지형적 특성은 자연경관 및 문화경관의 전체적인 시공간적 이미지, Lynch

16) 이동연(1999 : 110-112) 재인용.

17) 공간의 맥락에 맞는 건축을 추구한 건축가 Jean Nouvel(2001)은 공간의 맥락을 역사적, 지형적, 행위적인 것이라고 언급했다. 이찬·윤현숙(2007 : 117) 재인용.

가 제안한 공간의 이미지를 만드는 5가지 조형적 요소, 기존 문화경관의 건축적 스타일로서 분석할 수 있다. 여기서 유의해야 할 점은 지형적 분석이 원래 경관의 모습을 그대로 파악하는 것에 그치는 것이 아니라, 공간 속에서 이루어진 인간의 역사 및 행동과도 연결되어야 한다는 것이다. 인간의 행위적 특성은 현상학적 관찰이나 체험을 통해 가능하다. 특히 Fauque(1973)는 도시 속의 행위들과 사람들의 반응을 통해 도시를 읽을 수 있는 요소들을 제안하였다. 첫 번째는 수신자의 측면에서의 일련의 변수로서 여행 스케줄의 질(일상적인가 vs. 특별한 날인가), 사람의 감정적 상태(기쁜가 vs. 슬픈가), 사람의 물질적 환경의 요소이며(차를 타고 있는가 vs. 걷는 중인가), 두 번째는 도시에 대한 체험적인 측면으로서 청각, 정적인 시각이미지, 동적인 시각 이미지, 후각이미지, 외수용적인 이미지, 내수용적 이미지의 요소이다.

이러한 공간의 역사적, 지형적, 행위적 다양한 특성들을 관찰하고 분석함으로써 도시 연속체의 맥락을 파악하는 것은 공간을 있는 그대로 바라보기 위함이다. 이를 통해 도시 공간을 제대로 이해하게 되면, 우리는 우리가 뿌리 내리고 살아온 공간의 본질을 해치지 않는 방식으로 공간을 개발하고 발전시켜 나갈 수 있다. 그렇기 때문에 공간 맥락의 파악은 공간 스토리텔링의 기본이 되어야 한다.

4.2.1.2. 장소성 파악

공간 맥락의 분석 후에는 이를 통해 공간의 본질적인 특성인 장소성을 파악해야 한다. 장소성 파악을 통해 흩어져 있는 현상들이 특정한 이미지로 모이게 되면 공간의 정체성을 살릴 수 있으며, 스토리텔링을 더 효과적으로 활용할 수 있게 되기 때문이다.

Tuan(1977)은 장소성의 형성 요소를 시간과 가시성의 두 가지로 파악하였다. 인간이 오랜 시간에 걸쳐 반복적으로 가시적인 현상들을 체험함으로써 형성된다는 의미이다. 즉, 풍부한 가시적 요소들이 지속적으로 유지되어 왔고, 사람들이 그러한 요소들을 끊임없이 체험할 수 있는 그러한 공간이 진정한 장

소성을 가지는 것이다. 이러한 장소성이 잘 드러나고 있는 대표적인 도시로서 Schultz(1980)는 프라하를 예로 들었다. Schultz가 파악한 프라하의 장소적 본질은 신비함(mystery)이다. 이것은 주어진 자연환경을 도시 계획에 반영함으로써 강화된 도시경관의 본질적 신비로움, 외래의 힘에 저항하면서 깊어진 지방적 정체성에 의해 역사적으로 축적된 프라하의 맥락을 분석함으로써 도출되었다. Kafka가 묘사한 “어두운 모퉁이, 신비스러운 셋길, 감춰진 창문, 지지 분한 뜰, 시끄러운 선술집, 비밀스러운 여관들”이 이러한 프라하의 장소성을 그대로 드러내 주는 가시적 요소들이다.¹⁸⁾

그러나 이러한 장소성의 개념은 현대의 도시 공간에 와서는 그 개념을 조금 확장시켜야 한다. 도시 공간들에 대한 경험이 대부분 스쳐가는 방문의 개념으로 바뀌고 있기 때문이다. 그러므로 현대의 장소성은 인간이 꾸준히 그 장소를 다시 찾아옴으로써 형성되고 경험될 수 있으며, 이를 위해서는 공간이 그만의 본질적 의미작용을 할 수 있는 독특한 매력을 가져야 한다.

이러한 현대적 장소성의 개념을 살리는 실험으로서 미술가 Buren의 '인 시튜(in situ)' 작업을 예로 들 수 있다.¹⁹⁾ Buren의 작업은 일종의 전시 미술로서, 공간의 맥락을 이해하고 그 특성을 재해석하여 작품에 투영시킴으로써 새로운 의미를 만들어낸다. 일례로 '프레임의 이편과 저편(Within and beyond the frame, 1973)'은 뉴욕의 소호 거리에 위치한 존 웨버 건물 내·외부의 공간적 특징을 포착하여 이루어진 작품이다. 특히 프레임 바깥쪽, 소호거리의 두 빌딩 사이에 걸린 9개의 줄무늬 천들은 소호거리 자체를 하나의 전시공간으로 둔 회화이면서, 일종의 깃발 같기도 하고, 그 시대 그 지역에서 많이 볼 수 있었던 세탁물처럼 인식되기도 하면서 자연스럽게 본래의 공간 속에서 그 존재감을 드러낸다. 이것은 갤러리가 즐비한 소호거리, 빌딩과 빌딩을 연결해주는 빈 공간, 하늘, 바람의 공간적 맥락을 이해함으로써 파악되는 장소성을 통해 새로운 의미작용을 만들어낸 경우이다.

18) 민경호 외(역)(1996 : 127-130) 참조.

19) 성기문·류주희(2006) 참조.

이렇게 장소성을 파악하는 것은 공간의 맥락을 하나로 모음으로써 공간에 특정한 성질을 부여하는 것이며, 이로써 공간 스토리텔링의 목표를 뚜렷이 할 수 있다. 그리고 이것은 공간의 지속적인 개발에 있어서 정체성 있는 공간을 지속가능하게 하는 힘이다.

4.2.2. 공간에 테마와 이야기 부여하기

테마와 이야기는 공간의 정주자 및 방문자가 장소성을 체험할 수 있는 발판을 마련해 주는 역할을 한다. 그러므로 공간의 맥락 분석을 통해 도출된 장소성을 특정한 테마로 구체화시키고 이를 기반으로 알맞은 이야기를 발굴하거나 구성하는 것은 공간 스토리텔링의 가장 핵심적인 단계라 할 수 있다. 공간의 스토리텔링은 어떤 관념이나 개념적인 정보보다는 공간의 느낌을 형성하는 데 있다. 그러므로 스토리텔링에 있어 이야기의 사실 여부, 플롯의 완벽성이나 분량의 많고 적음은 크게 상관이 없다. 다만, 공간의 맥락 및 장소성과 닿아 있어서 마치 신화나 전설처럼 자연스럽게 흘러야 하며, 공간의 정체성을 효과적으로 드러낼 수 있는 것이어야 한다.

공간에 부여되는 이야기의 종류는 세 가지 유형이 가능하다. 첫 번째는 원래 공간에 존재하는 이야기이다. 이미 공간은 여러 가지 이야기를 가지고 있다. 모든 공간에는 역사가 있고, 역사는 그 자체로 이야기이기 때문이다. 역사에 의한 이야기는 진실성을 통한 진정성을 가진다는 측면에서 매우 큰 의미를 가진다. 진정성은 지속가능함을 의미하기도 한다. 실제로 경주와 같은 도시는 과거의 맥락이 그대로 드러나는 풍부한 경관적 요소의 의미작용을 통해 지속적인 진정성을 가진다. 도시 공간의 곳곳은 인위적으로 조작하지 않아도 과거의 이야기들로 채워진다. 과거의 삶과의 연속성이 끊어져 경관적으로 맥락에서 탈락해 버린 공간들도 과거의 이야기를 발굴함으로써 이러한 맥락을 다시 살릴 수 있다. 공간이 잃어버린 과거의 진정성을 회복하는 것은 인간이 공간에 대해 관심을 가지고 알아가고 돌보는 것을 의미하며, 이러한 공간에 인간은 더

욱 애착을 가지게 되기 때문이다.

두 번째는 미디어를 통해 만들어진 가상의 이야기이다. 소설, 드라마, 영화 등 대중적 콘텐츠의 배경이 됨으로써 그 이야기가 그대로 공간에 투입되는 경우이다. 실제로 이러한 마케팅을 통해 장소 소비를 유도하는 경우는 매우 흔하다. 이것은 공간이 주체가 되는 이야기라기보다 장소 소비를 유도하기 위해 콘텐츠를 역이용하는 것이며, 콘텐츠 소비자들의 호기심 어린 수요에 의해 장소 소비가 형성되기도 한다. 드라마 '겨울연가'의 배경이었던 춘천이나 남이섬 등이 그 대표적 예라 할 수 있다. 그러나 미디어에 의해 주어진 이야기의 지속성은 콘텐츠의 생명력과 비례한다. 특히 드라마와 같이 대중적 수요가 폭발적으로 증가했다가 곧 사라지는 비교적 짧은 주기를 가진 콘텐츠는 공간의 소비에서도 그 특성을 그대로 보여준다.²⁰⁾ 이러한 현상은 대중적으로 이야기가 큰 힘을 가질 때, 그 힘에 의한 가상적인 장소성에 대중들이 몰입하다가, 그 이야기가 대중적으로 잊혀지면 이야기의 한 구성요소일 뿐인 장소도 함께 잊게 되는 현상인 것이다. 그러나 가상의 장소성이 거저된 장소성은 아니다. 실제로 콘텐츠 제작자들은 이야기에 맞는 장소를 발굴하는 데 뛰어난 자질을 가지고 있기 때문에, 가상의 장소성은 실제적으로 그 장소의 본질과 맞닿아 있을 가능성이 높다. 그러므로 중요한 것은 이러한 가상의 장소성을 공간 주체적인 진정한 장소성으로 전환시키는 노력이다. 공간은 이야기의 배경요소로 만족할 것이 아니라 주체적인 이야기를 가져야 한다.

세 번째는 완전히 새로운 이야기의 도입이다. 이야기를 바탕으로 조성된 디즈니랜드형 테마파크가 그 예라고 할 수 있다. 이것은 풍부한 콘텐츠를 새로운 미디어인 공간 속으로 옮겨 지속적인 소비 활동을 유도하는 것에 그 목적이 있다. 영화, 애니메이션과 같이 시간과 체험에 제한을 받는 콘텐츠에 비해 공간

20) 강원일보 2008년 3월 24일자 '겨울연가'의 대표적인 한류관광도시인 춘천의 관광지 중, 소양로 2가 '준상이네 집'의 관광객 감소를 기사로 다루었다. 이곳은 2004년 6월 하루 평균 600~700명이 찾던 곳이었지만, 최근엔 하루 평균 방문객이 10여명에 불과한 실정이다. 기자는 입장료의 가치에 비례하는 콘텐츠를 생산해 내지 못하는 것을 관광객 감소의 이유로 분석하고 있다.

의 콘텐츠는 항상 존재하며, 직접적으로 체험될 수 있어 더 흥미롭다는 강점을 지닌다. 이러한 공간은 이야기를 위해 존재하는 공간이다. 그러므로 지극히 상업적이며 주변 공간을 완전히 해체시키면서 등장하는 가상의 세계라는 측면에서 장소성이 부재하다는 비판을 받아왔다.²¹⁾ 그러나 테마파크가 새로운 세계를 보여준다는 매력을 가지고 있음은 분명하다. 그렇다면 이러한 공간은 어떤 장소적 본질을 가지는가. 디즈니랜드는 LA에 있든, 동경에 있든, 파리에 있든 디즈니랜드이다. 왜냐하면 그것은 디즈니만의 맥락에 의해 탄생한 공간이기 때문이다. 그러므로 인공 장소지만 인간이 이러한 맥락을 이해하고 새로운 의미작용을 할 수 있다면 현대적 개념의 장소성이 도출될 수 있다. 이러한 공간은 이야기 그 자체를 위해 존재하므로, 이야기의 힘이 공간의 힘이며, 이야기의 정체성이 곧 공간의 정체성이다. 즉, 매마르지 않는 대중적 힘을 가진 독창적 이야기를 통해 공간은 지속적으로 생명력을 이어가는 것이다. 이것이 영화 제작사가 테마파크에 있어 가장 유리한 위치를 선점하는 이유이기도 하다.

지금까지 살펴본 공간의 세 가지 이야기 유형은 공간의 개발이나 기획의 목적에 따라 적절히 적용될 수 있을 것이다. 중요한 것은 이러한 이야기의 부여가 공간의 장소성과 연결되어 새로운 의미작용을 도출할 수 있어야 한다는 것이다. 그로 인해 이야기가 진정성을 획득해야만 공간과 이야기는 함께 생명력을 유지할 수 있다.

4.2.3. 스토리텔링을 통한 공간 구성

스토리텔링을 이용하여 공간을 구성하는 단계는 이야기를 현실로서 구현하는 기획자적 입장의 단계이다. 공간 스토리텔링은 반드시 이야기를 표현하는 인공 공간을 창조하는 것을 필요로 하지는 않는다. 이것은 공간과 인간의 소통, 즉 공간의 의미작용을 목적으로 하기 때문이다. 만약 장소성을 강화함으로써 기존 공간의 정체성을 살리기 위한 목적으로 이야기를 발굴하고, 그로써 공간

21) 김택현·김현주·심승희(역)(2005: 205-216) 참조.

이 정주민들에게 새로운 의미를 가지게 되었다면 인공적인 공간을 조성하는 것은 크게 의미가 없을 것이며, 그 자체로 공간 스토리텔링은 완성된다. 반면, 소비되는 공간을 위해서는 공간의 방문자를 위해 비교적 즉각적인 커뮤니케이션이 필요하다. 이러한 스토리텔링을 위한 공간 구성은 세 가지 유형이 가능하다.

첫째, 동선을 따라 관람되는 박물관이나 미술관과 같은 전시 관람형 유형, 둘째, 공원과 같이 여러 가지 계열체적 요소들로 구성된 통합체적 유형, 셋째, 하나의 기념비적 장소와 같이 하나의 장소로만 이루어진 개체적 유형이다. 어떤 유형에 중점을 두느냐에 따라 이야기의 압축 및 표현 방식이 달라질 수 있다. 예를 들어, 전시 관람형 유형은 동선을 따라 텍스트, 이미지, 전시물을 효과적으로 구성함으로써 서사적인 이야기의 표현이 가능하며, 통합체적 유형은 캐릭터, 소품 등과 같은 특징적이면서 개별적인 요소들로서 이야기를 표현할 수 있다. 개체적 유형은 기념비, 건축물과 같은 하나의 상징물로서 이야기를 압축하여 표현할 수 있다. 이 공간들은 서로 융합되어 나타나기도 하며, 또한 이야기의 특성에 따라 세밀하게 복원된 구조물이 효과적인가, 귀여운 캐릭터가 효과적인가 하는 표현적인 적합성 문제가 있기 때문에, 공간과 이야기의 주제, 유형, 목적 등 다양한 기획 조건을 고려하여 구성되어야 할 것이다.

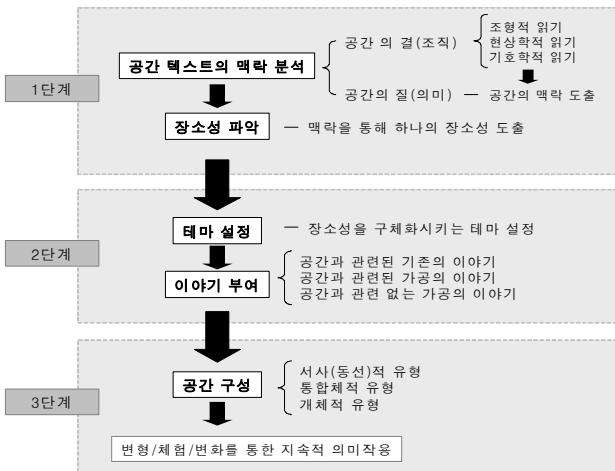
단, 지속적인 의미작용을 위해 공간 스토리텔링에서 염두에 두어야 할 것은 매체에 따른 적절한 전이와 체험, 그리고 맥락을 유지하는 주체적인 변화이다. 공간 구성은 구조물, 캐릭터, 영상, 소리, 게시판, 기념비, 복원되거나 보존된 건축물 등 다양한 매체로서 이루어질 수 있다. 그리고 이야기는 매체에 따라 무한하게 가공될 수 있기 때문에, 하나의 이야기는 큰 공간과도 공간 내의 작은 요소와도 관계할 수 있다. 또한 공간은 다른 텍스트에 비해 그 표현 요소의 범위가 무한히 넓기 때문에 이야기는 서사적으로도 압축적으로도 표현이 가능하다. 동일한 이야기를 다양한 매체로서 효과적으로 전이(translation)(Buckingham, 2003)시키고 제시하는 것이 공간의 스토리텔링을 풍부하게 하는 방법이 될 것이다.²²⁾ 또한 공간의 구성에 있어 특히 스토리텔링을 강화시킬 수 있는 전략은 체험이다. 공간의 의미적

22) 기선정·김아미(역)(2004: 133-134) 참조.

용은 체험과 맞닿아 있고 몸으로 체화되는 것이므로, 단지 눈으로만 관람하고 끝나버리는 것이 아닌 방문자의 행위를 유도하는 공간구성이 반드시 필요하다. 실제적으로 디즈니랜드의 경우, 마법의 성으로 가는 경로를 약간 경사진 보도로 처리해 놓음으로써 성이 나타났을 즈음 방문자들은 심장이 두근거리는 경험을 하게 되는데, 이를 통해 방문자는 마법의 성을 더 인상 깊게 느끼게 된다. 이렇게 스토리텔링이 다른 미디어가 아닌 공간 속에서 진정으로 이해되려면 적절한 공간적 매체를 통한 변형과 장소 체험을 바탕으로 해야 한다. 또한 소비되는 공간의 이야기들은 한 번의 구성으로 끝나 버리는 것이 아니라 계속해서 시대에 맞춰 변화할 수밖에 없다. 그러나 이것은 맥락을 유지하는 변화여야 하며, 유행에 따르는 것이 아니라 공간이 주체가 되는 변화여야 한다. 이러한 과정들을 통해서 현대의 소비 공간도 진정한 본질로서 인간과 소통하는 공간으로 거듭나게 될 것이다.

4.3. 공간 스토리텔링 과정 모형

그림 1. 공간 스토리텔링 과정 모형



지금까지 논의한 공간 스토리텔링의 과정을 하나의 모형으로 제시하면 위의

그림 1과 같다.

그림 1의 공간 스토리텔링 과정을 요약하면, 첫 번째는 공간의 맥락을 통해 장소성을 파악하는 단계로서, 공간을 있는 그대로 읽어내는 공간 수신자의 입장이자 공간 스토리텔링의 기본적인 단계이다. 두 번째는 공간에 테마와 이야기를 부여하는 단계로서, 장소성을 구체화하고 이야기로서 공간 소통의 길을 터주는 단계이다. 세 번째는 공간 구성의 단계로서, 공간 발신자의 입장으로써 공간을 기획하고 생산하는 단계이다.

본 연구에서 제안하는 공간 스토리텔링의 과정은 그림 1에서와 같이 공간의 수신자와 발신자의 단계를 모두 거침으로써, 공간의 본질에 대한 이해를 바탕으로 공간을 기획하는 모형으로서 의의를 가진다. 공간 스토리텔링 과정을 통해 공간과 인간이 같은 이야기를 공유함으로써 시작되는 의미작용은 공간과 인간의 진정한 소통의 수단이 될 것이다.

5. 나가는 말

지금까지 본 연구에서 논의한 공간 스토리텔링은 공간의 텍스트 읽기를 유도함으로써 도시 공간과의 소통을 가능하게 하기 위한 모형으로서 제안되었다. 사실 공간이란 체험의 산물이므로 공간을 읽는 행위의 맥락은 항상 다양성과 열림을 내포하고 있다. 특히 무한히 다양한 요소로서 구성 가능한 도시 공간은 텍스트의 구조 안에 함몰될 가능성이 매우 적은 텍스트이다. 여기에는 개인의 신체를 관통하면서 생기는 무한한 변수, 즉, 무한한 해석의 여지가 존재하는 것이다. 무한한 해석은 무한한 의미작용의 가능성을 열고 있지만, 공간 속 구성원들 간의 합의되는 일치점은 공간과 인간, 두 주체의 공통의 지점을 찾아내는 작업이다. 이 합의점에 우리는 '이야기'를 놓을 수 있다. 어느 주체에도 종속되지 않으면서, 동시에 두 주체에 함께 관계할 수 있는 하나의 맥락으로서 이야기 말이다. 공간 스토리텔링은 마치 인간들이 하나의 주체를 놓고 대화를 하듯이 공간과 인간이 서로 소통하기 위한 공통의 주제인 것이다. 그리고

소통의 문이 열리는 순간, 그 안에서 서로 간에 이야기 나눔을 통해 무한하면서도 진정한 의미 작용이 가능해 질 것이다. 그리고 이 이야기가 공간의 본질과 닿아있고, 효과적인 공간적 매체로 드러날 때, 공간 스토리텔링은 공간의 진정성에 기여하는 방법론으로서 기여할 수 있을 것이다. 이러한 공간 스토리텔링의 도시 공간에 대한 적용 가능성은 향후 연구로 남겨두기로 한다.

참고문헌

- 기선정·김아미(역)(2004), 미디어 교육(D. Buckingham, *Media Education*, 2003), 서울: jNBook.
- 김덕현·김현주·심승희(역)(2005)(E. Relph, *Place and Placelessness*, 1976), 서울: 논형.
- 김미례·박수진(2006), “웹 뮤지엄에서 디지털 스토리텔링 유형분석을 위한 평가 모형 개발 및 적용 연구”, 디자인학연구 64, 301-213.
- 김영순·백승국(2006), “텍스트로서 공간 ‘대형마트’의 기호학적 읽기”, 기호학연구 19, 71-99.
- 김영순·임지혜(2008), “텍스트로서 ‘춘천’의 공간 스토리텔링 전략-여가도시로의 의미화를 중심으로”, 언어과학연구 44, 233-256.
- 김왕배(2000), 도시, 공간, 생활세계, 서울: 도서출판 한울.
- 김의원(역)(1984), 도시의 상(K. Lynch, *The Image of the City*, 1960), 서울: 녹원.
- 민경호 외(역)(1996), 장소의 혼(Norberg-Schulz, *Genus Loci: Towards a phenomenology of Architecture*, 1980), 서울: 태림문화사.
- 박상진(2003), 에코 기호학 비판, 서울: 열린책들(주).
- 박지선(2007), “프랑스 테마파크 콘텐츠 현황과 기획의 스토리텔링 체계”, 한국프랑스학논집 59, 245-266.
- 백선혜(2004), “소도시의 문화예술축제 도입과 장소성의 인위적 형성”, 대한지리학회지 39-6, 888-906.
- 백승국(2008), “문화환경 속 도시공간의 인문학적 재해석”, 제1회 AURI인문학포럼자료집, 74-93.
- 변재상(2005), 도시 경관 및 이미지 향상을 위한 랜드마크 형성모델, 서울대학교 대학원 공학박사 학위논문.
- 성기문·류주희(2006), “장소 특성을 반영하는 다니엘 뷔랭의 인 시튜 작업 연구”, 대한건축학회논문집 208, 11-21.
- 손세관(1990), “거주의 의미에 관한 현상학적 고찰”, 대한건축학회논문집 28,

43-52.

송정관(2006), *스토리텔링의 이해와 실제*, 서울 : 문학아카데미.

오장근(2007), “텍스트-기호학적 도시공간 리터러시와 문화브랜딩”, *언어과학연구* 43, 229-247.

이규목(1988), “인간과 환경의 관계에 대한 현상학적 접근방법연구”, *대한건축학논회논문집* 15, 35-45.

이동언(1999), “맥락주의를 건축이론화 하기 위한 시도(1)”, *건축역사연구* 19, 109-118.

이인화(2005), *한국형 디지털 스토리텔링*, 서울 : 살림출판사.

이찬·윤현숙(2007), “장 누벨 작품 공간에 나타나는 맥락적 특성에 관한 연구”, *디자인학 연구* 69, 111-120.

이현욱·이부귀(역)(2001), *문화와 권력으로 본 도시 탐구*(J.R. Short, *The urban order: An introduction to cities, culture, and power*, 1996), 서울 : 한울 아카데미.

전명숙(2007), “스토리텔링을 활용한 관광 콘텐츠 사례연구”, *한국콘텐츠학회 추계종합학술대회* 5-2, 777-780.

정영철(역)(1995), *공간과 장소*(Yi-Fu Tuan, *Space and Place: the Perspective of Experience*, 1977), 서울 : 태림문화사.

최고운·김명석(2005), “스토리텔링 전시연출기법을 적용한 테마뮤지엄 디자인 연구”, *한국디자인학회 가을 학술발표대회 논문집*, 184-185.

황성윤·이경훈·김용성(2002), “Storytelling에 의한 디지털 공간 구성방법에 관한 연구”, *대학건축학론 학술대회 논문집* 22-2, 847-850.

Barthes, R.(1986), “Semiology and the Urban”, in M. Gottdiener · A.Ph.Lagopoulos ed., *The City and the Sign: An Introduction to Urban Semiotics*, 87-98, New York : Columbia University Press.

Certeau, M.(1984), *The Practice of Everyday Life*, Berkeley, University of California Press.

Choay, F.(1986), “Urbanism and Semiology”, M. Gottdiener · A.Ph. Lagopoulos ed., *The City and the Sign: An Introduction to Urban Semiotics*, 160-175, New York : Columbia University

Press.

Eco, U.(1986), "Function and Sign : Semiotics of Architecture", M. Gottdiener · A.Ph.Lagopoulos ed., *The City and the Sign: An Introduction to Urban Semiotics*, 55-86, New York : Columbia University Press.

Fauque, R.(1986), "For a New Semiological Approach to the City", M.Gottdiener · A.Ph.Lagopoulos ed., *The City and the Sign: An Introduction to Urban Semiotics*, 137-159, New York : Columbia University Press.

Gabriel, Y.(2000), *Storytelling in organizations: Facts, Fictions, and Fantasies*, Oxford : Oxford University Press.

Geimas, A. J.(1986), "For a Topological Semiotics", M. Gottdiener · A.Ph.Lagopoulos ed., *The City and the Sign: An Introduction to Urban Semiotics*, 25-54, New York : Columbia University Press.

Ledrut, R.(1986), "Speech and the Silence of the City", M. Gottdiener · A.Ph.Lagopoulos ed., *The City and the Sign: An Introduction to Urban Semiotics*, 114-134, New York : Columbia University Press.

Lefebvre, H.(1995), *The Production of Space*, Oxford: Blackwell Publishers.

McDrury, J. · Alterio, M.(2001), "Achieving Reflective Learning Using Storytelling Pathways", *Innovations in Education and Training International*, 38-1, 63-73.

Stacey, R.(2001), *Complex Responsive Processes in Organizations : Learning and Knowledge Creation*, London : Routledge.

〈핵심어〉 도시, 공간, 장소, 공간 텍스트, 스토리텔링, 장소성, 공간 맥락, 공간 기획, 서사, 공간 의미작용

김영순

(402-751) 인천광역시 남구 용현동 253

인하대학교 사범대학 사회교육과

전화 번호 : 032-860-7867

전자 우편 : kimysoon@inha.ac.kr

정미강

(402-751) 인천광역시 남구 용현동 253

인하대학교 대학원 문화경영학과

전화 번호 : 032-860-8431

전자 우편 : yabuky@naver.com

투고논문접수일	2007년 4월 30일
논문심사일	2008년 5월 30일
게재확정일	2008년 6월 6일