

스페이스 브랜딩을 통한 서울시 미래유산 특성에 관한 사례연구**

A Case Study On The Characteristics Of Future Heritage In Seoul Through Space Branding

Author 김수아 Kim, Su-A / 정희원, 한양대학교 실내건축디자인학과 석사과정
황연숙 Hwang, Yeon-Sook / 정희원, 한양대학교 실내건축디자인학과 정교수, 이학박사*

Abstract Cultural heritage is rapidly being damaged by changes in modern society. Accordingly, the Seoul Metropolitan Government established a comprehensive plan to preserve the future heritage of Seoul in 2013 to establish cultural identity. Meanwhile, space branding for city branding appeared as an important strategy to represent the image and identity of the region. Future heritage is an important cultural heritage that reveals the identity of the city, and a differentiated approach is needed. Therefore, the purpose of this study was to present an appropriate branding direction through space branding, focusing on cultural spaces among future heritage sites. As a research method, a theoretical exploration of future heritage and space branding was conducted first. Afterwards, analysis items were derived by synthesizing the characteristics of space branding and the role of future heritage. The subjects of the case were eight cultural spaces in Jongno-gu and Jung-gu, Seoul, and then conducted an on-site survey. The results of case analysis are as follows. First, in terms of history, it is necessary to arrange visual elements and symbols such as media boards and guide walls that provide historical information. Second, in the future-oriented aspect, it is necessary to plan a space worthy of being passed on to future generations through differentiated design elements and differentiated programs using finishing materials that enhance sustainability. In the social aspect, a space for voluntary participation should be planned through elements that can form a community space and stimulate emotions. This study presented the branding direction of future heritage, and based on this direction, we expect to further establish the identity of future heritage.

Keywords 스페이스 브랜딩, 미래유산, 재생공간, 도시브랜딩
Space Branding, Future Heritage, Regeneration Space, Urban Branding

1. 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

현대사회의 급격한 발전으로 인해 서울시 미래유산이 멸실 및 훼손되고 있다. 미래유산을 잘 보전하고 전파하여 후대에까지 물려줄 수 있도록 시민들의 노력이 필요하다. 이에 따라 서울시에서는 도시개발 과정에서 사라져가는 문화유산을 보호하고 문화 정체성을 확립하고자 2012년 서울시 미래유산 보전 종합 계획을 수립하여 미래유산을 유지 및 보전하기 위한 방안을 마련하였다(Cho, 2016).¹⁾

한편, 스페이스 브랜딩은 지역의 이미지와 문화적 정체성을

구축시키는 방법이다. 스페이스 브랜딩은 주로 상업공간에 사용되었으나 현재는 도시의 경쟁력과 활성화를 위한 공공의 이익을 목적으로 브랜딩의 범위를 확대하고 있다. 이를 통해 스페이스 브랜딩 관점에서 지역의 고유한 특성을 담은 공간의 이미지를 확립하기 위한 도시 문화 공간에 대한 연구가 중요한 과제로 나타났다(Kim & Kim, 2022).²⁾

미래유산은 도시의 정체성을 드러내는 중요한 문화유산으로서 도시의 문화적 가치를 사람들에게 전파하기 위한 스페이스 브랜딩 관점에서의 차별화된 접근이 필요하다. 현재 미래유산을 보전하기 위한 정책은 있으나 공간의 대중화와 활성화를 위한 브랜딩에 관한 연구는 부족하기 때문에 미래에 계승되어야 할

* 교신저자(Corresponding Author); ysh@hanyang.ac.kr

** 본 연구는 2022년도 한국실내디자인학회 추계학술발표대회에서 발표한 논문을 수정 및 보완한 것입니다.

1) 조은영, 도시의 기억을 어떻게 보존할까? - 서울미래유산 사업의 사례연구 -, 문화예술경영학연구, 9(2), 31-51, 2016.

2) 김지선, 김범관, 도시 브랜딩 구축을 위한 스페이스 브랜딩 요소 적용 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 17(1), 393-406, 2022.

미래유산의 스페이스 브랜딩 특성을 통한 연구가 필요하다. 특히 미래유산 중 문화공간은 사람들이 모여 인프라를 형성하고 다양한 문화·예술적인 활동을 하는 공간으로서 도시의 특색을 담고 고유의 문화를 전달하며 지속적인 경쟁력을 갖추기 위해 스페이스 브랜딩을 통한 전략이 필요하다.

따라서 본 연구의 목적은 서울시 미래유산 중 지속적으로 활용되고 있는 문화공간의 재생공간을 중심으로 스페이스 브랜딩의 관점에서 연구하여 사람들의 관심을 유도하고 미래세대에 전달하기 위한 브랜딩의 방향성을 제시하는 것이다. 이를 통해 미래유산 고유의 정체성을 확보하고 차별화된 경쟁력을 갖추어 공간의 활성화를 유도할 수 있을 것이다.

1.2. 연구 방법 및 범위

본 연구는 서울시 내에서 문화적 가치를 지닌 미래유산이 가장 많이 밀집되어 있는 종로구와 중구를 범위로 한정하여 연구를 진행하였다. 이에 따라 미래유산 중 재생의 과정을 거쳐 현재까지 활발히 사용되고 있는 공간을 토대로 8곳의 사례대상을 선정하였다. 본 연구의 방법과 범위는 다음과 같이 진행하였다.

첫째, 미래유산과 스페이스 브랜딩의 이론적 고찰을 통해 개념과 역할에 대해 조사하였다. 둘째, 선행연구를 통해 나타난 스페이스 브랜딩 특성과 미래유산 재생공간 역할의 공통된 특성을 재정립하여 최종 분석항목을 도출하였다. 셋째, 서울시 종로구와 중구를 범위로 하여 미래유산 중에서 문화·예술 재생공간을 중심으로 사례지 8곳을 선정 후 현장조사를 진행하여 분석하였다. 넷째, 미래유산 문화·예술 재생공간의 스페이스 브랜딩을 통한 개선방안과 앞으로의 방향성을 제시하여 결론을 도출하였다.

2. 이론적 고찰

2.1. 미래유산의 이해

(1) 미래유산의 개념

미래유산은 등록문화재나 지정문화재로 등록되지 않은 근·현대 문화유산 가운데 시민들이 살아오며 함께 만들어온 공통의 기억 또는 감성을 담고 있어 미래세대를 통해 전달할 만한 가치가 있다고 여겨지는 유·무형의 모든 것을 일컫는다(Seoul Metropolitan Government, 2022).³⁾ 서울특별시 미래유산 보존·관리 및 활용에 관한 조례 1장 1조에 따르면 미래유산의 목적은 시민의 생활을 향상하며 지역 문화 발전의 기여함에 있다(Cultural policy division, 2015).⁴⁾ 미래유산은 본래의 기능과 원형을 보존하고 과거와 현재의 가치를 담은 미래지향적인 결과를 창출하며 최종적으로 새로운 가치를 발견할 뿐만 아니라 그 이상의 의미 추적을 통한 장기적인 보전 방식을 제안한다(Kweon, 2016).⁵⁾

3) 서울특별시 문화본부 문화정책과, 서울미래유산, <https://futureheritage.seoul.go.kr/web/main/index.do>, 2022 참고

4) 문화정책과, 서울특별시 미래유산 보존 관리 및 활용에 관한 조례, 2015.

(2) 국내 미래유산 정책

국내의 미래유산 정책연구는 2012년 서울시 미래유산 보존 운영계획을 시작으로 전주시, 파주시, 부산광역시 등 전국적으로 지역의 자치단체에서 확대되어 진행되고 있다. 서울시는 급격하게 변화하는 현대사회에 발맞추어 서울의 역사적 가치가 담긴 미래유산을 보다 적극적으로 보존해야 한다는 취지에서 2012년 운영계획 마련 후 2013년 본격적으로 사업을 시작하였으며 2015년 「서울특별시 미래유산 보존 관리 및 활용에 대한 조례」를 제정하였다(Sin, 2019).⁶⁾ 전주시는 2017년 미래유산 조례 입법예고를 통해 조례안을 발표하였으며 파주시는 2018년 시민들의 문화적 향상을 도모하고 지역 문화 발전을 위해 미래유산 조례안을 규정하였다. 부산광역시의 경우 2019년 조례안을 발표하여 문화유산의 유지 및 보존관리를 위해 미래유산을 선정하여 사업을 진행하고 있다(Korea Institute for Policy Competence, 2021).⁷⁾

(3) 서울시 미래유산 선정기준과 현황

서울시 미래유산 선정기준은 서울의 생활과 문화를 이해하는데 도움을 주는 중요 인물이나 사건이어야 하며 서울을 배경으로 하여 사람들에게 널리 알려져 있는 특색 있는 장소 또는 경관, 기념물이어야 한다. 문화정책과에 따라 서울시는 미래유산을 선정함에 있어 연 1회 지정 현황을 공개하였으며 2021년 12월 31일 기준 분과별 시민생활, 문화예술, 도시관리, 정치역사, 산업노동으로 나누어 총 506건의 미래유산을 선정하였다(Seoul Metropolitan Government, 2022).⁸⁾ 그중 ‘문화적 행위가 이루어지는 장소’의 의미인 문화공간은 유형유산으로 5가지 분과에 모두 속하였으며 문화적 교류를 목적으로 한 복합문화공간, 비상업적 예술 공간, 전시 및 공연공간으로 구분되어 구성된다(Park & Yoon, 2021).⁹⁾ 이에 본 연구에서는 문화공간을 복합문화공간, 문학 및 기념관, 미술관 및 박물관, 공연장으로 분류하여 총 49건을 추출하였으며 자치구별 문화공간의 현황을 다음 <표 1>과 같이 정리하였다.

<표 1> 서울시 자치구별 미래유산 문화공간 현황

자치구	소계	자치구	소계	자치구	소계
종로구	17	중구	7	성북구	4
서초구	3	금천구	3	강남구	2
용산구	2	동작구	2	강북구	2
관악구	2	광진구	1	마포구	1
동대문구	1	도봉구	1	강동구	1
합계	49				

5) 권영재, 장소기억기반 공간재생에 관한 연구, 국내박사학위논문 홍익대학교 대학원, 75, 2016.

6) 신혜원, 미래유산 지속을 위한 활용방안 연구, 국내석사학위논문 공주대학교, 25, 2019.

7) 한국정책능력진흥원, 미래유산 보존·관리·활용 연구, <https://sopa.or.kr/>, 2021 참고

8) 서울특별시 문화본부 문화정책과, 서울미래유산, <https://futureheritage.seoul.go.kr/web/main/index.do>, 2022 참고

9) 박세희, 윤재은, 문화공간에 나타난 재생디자인 공간적 특성 연구 -서울시 박물관·미술관을 중심으로-. 한국공간디자인학회 논문집, 16(7), 339-350, 2021.

(4) 미래유산 재생공간의 활용과 역할

재생공간은 기존의 비활성화 된 공간을 재활용하여 새롭게 변화시킨 공간으로 우리나라에서는 2013년 국토교통부 도시재생 정책과 ‘도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법’을 통해 본격적인 도시보존 사업을 시작하였다(MOLIT, 2022).¹⁰⁾ 서울의 미래유산은 미래지향적인 유동성을 지닌 유산으로서의 가치를 보전하기 위한 재생전략에 기반을 두고 있으며 도시재생 사업의 중요성이 높아짐에 따라 지속적으로 재생하고 있는 공간이 다양하게 활성화되고 증가하고 있는 추세이다. 이에 따라 서울시 미래유산 재생공간은 역사적, 미래지향적, 사회적 측면에서의 역할을 기반으로 다방면으로 재탄생되고 있다(Seoul Metropolitan Government, 2022).¹¹⁾ 미래유산 재생공간 역할의 의미는 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 미래유산 재생공간의 역할

분류	의미
역사적 측면	근·현대를 살아가는데 간직하고 있는 시민들의 추억과 경험을 통해 문화적인 가치를 느끼고 역사적인 정보를 얻을 수 있는 공간
미래지향적 측면	재생을 통해 지속적이며 유동적으로 끊임없이 발전하고 있으며 미래 세대를 위한 미래지향적인 공간
사회적 측면	시민들의 사회적, 정서적인 합의에 기초하고 있으며 다양한 공간과 체험을 통해 활성화되고 있는 공간

2.2. 스페이스 브랜딩의 이해

(1) 스페이스 브랜딩의 개념

스페이스 브랜딩은 작은 공간에서 큰 도심 전체의 개념을 포괄하는 ‘스페이스’와 브랜드의 충성도를 높이고 그 가치를 확장하는 것을 뜻하는 ‘브랜딩’을 결합한 용어이다(Park, Moon, & Kim, 2022).¹²⁾ 스페이스 브랜딩이란 공간에서 이뤄지는 소비자의 경험을 디자인하고 이를 통해 브랜드의 이미지와 정체성을 전달하여 상호 간의 관계를 형성하는 활동으로 이는 브랜드 마케팅의 방법 중 하나라고도 볼 수 있다(Ryu, Hwang, & Kim, 2022).¹³⁾ 즉, 스페이스 브랜딩은 브랜드 가치 형성에 효과적인 매개체인 공간을 활용하여 독자적 브랜드 이미지를 구축하고 경쟁이 과열되어진 시장에서 다양한 경험을 통해 사람들이 차별성을 인지하고 공간의 유입을 유도할 수 있도록 한다.

(2) 스페이스 브랜딩 역할

스페이스 브랜딩은 특정 공간에 부여한 브랜드의 고유성과 차별성을 디자인으로 형상화하여 공간을 이용하는 사람들이 정신적·감성적 경험을 가능하게 한다. 더불어 이를 통해 공간 자체의 가치를 높여 브랜드의 경쟁력을 강화한다. 또한, 스페이스 브랜딩을 통해 이뤄지는 공간의 활성화는 경제적 측면에서 마케팅적

인 요소를 가지고 있어 사용자의 공간 유도를 통해 지속적으로 긍정적 결과를 창출할 수 있다(Kim & Kim, 2022).¹⁴⁾ 이러한 스페이스 브랜딩은 단순 마케팅 행위를 넘어 ‘도시’의 가치를 높이는 도시 브랜딩으로 이어져 정치·경제·문화 등의 여러 측면으로 도시의 잠재력을 확장시키고 독창성을 구축하여 도시 활성화에 도움을 준다.

(3) 스페이스 브랜딩의 특성

스페이스 브랜딩의 특성을 도출하기 앞서 최근 10년 이내 선행연구를 분석하였으며 특성을 다음 <표 3>과 같이 정리하였다. 분석을 통해 15개의 특성이 도출되었으며 그중 시각성, 정보성, 인지성, 관계성, 체험성 5가지의 특성이 5번 이상 언급되어 상위 빈도로 나타났다. 시각성은 브랜드를 형상을 통해 시각화하여 가치와 이미지를 구축함으로써 공간에 적용하는 것을 의미하며 정보성은 공간을 통해 브랜드 고유의 정보를 제공하여 나타내는 것을 의미한다. 인지성은 지속적으로 브랜드를 연상하게 하는 로고, 색상, 패턴 등과 같은 공간 표현을 말하며 관계성은 사용자 간의 상호소통을 통해 관계를 유지하는 활동이 되는 공간을 의미한다. 마지막으로 체험성은 소비자의 감성을 자극하여 공간에서 체험을 통해 다양한 경험을 제공하는 것을 의미한다(Kim & Kim, 2021).¹⁵⁾

<표 3> 선행연구에 나타난 스페이스 브랜딩 특성

연구자 (연도)	연 상 성	시 각 성	독 창 성	정 보 성	인 지 성	관 계 성	체 험 성	의 외 성	문 화 성	화 제 성	상 징 성	선 도 성	유 기 성	기 능 성	단 순 성
Ryu, Hwang, & Kim (2022)	●	●	●	●		●	●								
Kim & Kim (2022)	●	●	●	●		●	●								
Kim (2020)								●		●		●			●
Park & Zo (2020)				●	●	●	●		●						
Bae & Yun (2020)		●			●		●				●				
Moon (2019)		●		●	●	●	●						●		
Lee & Lee (2018)		●		●	●	●	●								
Jeung (2017)				●	●		●				●			●	
계	2	5	2	6	5	5	7	1	1	1	2	1	1	1	1

2.3. 미래유산 재생공간의 스페이스 브랜딩 분석의 틀

(1) 스페이스 브랜딩 관점에서의 미래유산 재생공간 특성

본 연구는 미래유산 재생공간의 분석의 틀을 도출하기 위해 스페이스 브랜딩 특성과 미래유산 재생공간의 역할을 토대로 분석의 틀을 도출하였다. 이에 스페이스 브랜딩 선행연구의 분석

10) 국토교통부-도시재생정책과, 도시재생활성화 및 지원에 관한 특별법, 2022.

11) 서울특별시 문화본부 문화정책과, 서울미래유산, <https://futureheritage.seoul.go.kr/web/main/index.do>, 2022 참고

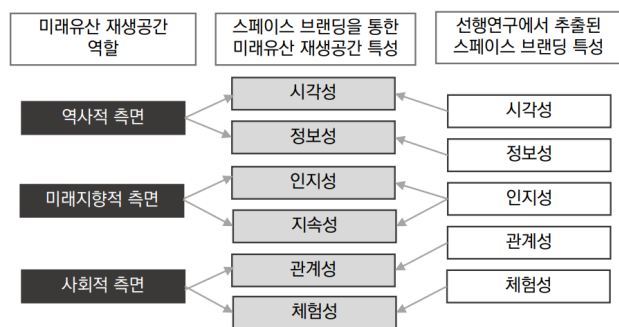
12) 박현아, 문보경, 김주연, 스페이스 브랜딩을 적용한 코스메틱 플래그쉽 스토어의 표현 특성에 관한 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 17(4), 147-158, 2022.

13) 유승희, 황용섭, 김주연, 스페이스 브랜딩 관점에서 산업유산 재생공간 사례 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 17(4), 85-97, 2022.

14) 김지선, 김범관, 도시 브랜딩 구축을 위한 스페이스 브랜딩 요소 적용 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 17(1), 393-406, 2022.

15) 김지선, 김범관, 스페이스 브랜딩을 적용한 6차산업 서비스공간 디자인 연구, 한국공간디자인학회 논문집, 16(7), 351-363, 2021.

을 통해 상위빈도로 추출된 5가진 특성을 미래유산 재생공간의 역할인 역사적, 미래지향적, 사회적 측면에 따라 시각성, 정보성, 인지성, 지속성, 관계성, 체험성의 6가지 항목으로 새롭게 재정립하였다. 스페이스 브랜딩 관점에서 미래유산 재생공간 특성 재정립 과정은 <그림 1>과 같으며 이에 따라 최종적으로 도출된 특성을 <표 4>와 같이 설정하였고 특성별 세부항목을 나누어 <표 5>의 분석의 틀로 나타내었다.



<그림 1> 미래유산 재생공간의 스페이스 브랜딩 관점에서의 특성도출 과정

<표 4> 스페이스 브랜딩 관점에서의 미래유산 재생공간 특성

특성		의미
역사적 측면	시각성	미래유산이 가진 고유 가치와 이미지를 기념물이나 상징물과 같은 시각적인 요소로 나타내며 과거 흔적을 통한 역사적인 상징성을 내포함.
	정보성	역사적으로 근·현대사가 배경이 되어 과거의 정보와 앞으로 기억되어야 할 정보를 벽이나 안내보드와 같은 정보전달요소를 통해 시민들에게 전달함.
미래 지향적 측면	인지성	미래유산 특유의 로고 및 색상과 패턴 등의 차별화된 디자인을 통해 공간을 표현하여 미래세대에 전달할 만한 가치와 경쟁력을 가짐.
	지속성	미래유산을 시민들이 지속적으로 인지하기 위해 공간의 재생을 통해 보존하며 지속가능한 마감재를 사용하여 고유의 정체성을 확보함.
사회적 측면	관계성	시민들 간의 커뮤니케이션과 긍정적인 상호 관계를 형성 하기 위해 개방감 있는 장소를 마련하여 문화적인 인프라를 구축하는데 기여.
	체험성	미래유산의 체험적인 공간을 통해 시민들의 감성을 자극 하고 자발적으로 참여할 수 있는 공간으로 다양한 경험을 제공함.

(2) 스페이스 브랜딩 관점에서의 미래유산 재생공간 분석의 틀

<표 5> 스페이스 브랜딩 관점에서의 미래유산 재생공간 분석의 틀

특성	분석항목
역사적 측면	1 미래유산의 역사적 흔적이 건축물의 외·내부 공간에 존재하는가
	2 고유의 문화·예술적인 상징을 기념물이나 상징물 등으로 시각화하여 공간에 적용하고 있는가
	3 건물의 외관과 내부에 고유의 가치를 전달하는 랜드마크적인 요소가 있는가
정보성	1 정보 제공과 교류가 이루어지는 프로그램을 통한 공간이 존재하고 있는가
	2 역사적으로 근·현대사가 배경이 되어 역사적 정보를 벽이나 안내보드 등을 통해 전달하고 있는가
	3 사람들이 내부공간의 부스나 인쇄물을 통해 능동적으로 부가적 정보 획득이 가능한가
미래 지향적 측면	1 다른 건물과는 다른 차별화된 외관과 내부 디자인 요소가 존재하는가
	2 공간 특유의 로고 및 색상과 패턴 등의 시각적인 표현요소를 통해 타 공간과 다른 특유의 정체성을 인지할 수 있는가
	3 외관에서 인지가 잘되어 사람들의 접근성 증대에 유리한 환경을 가지고 있는가
지속성	1 건물 외관과 내부의 재생을 통해 낙후된 공간의 환경 개선이 이루어졌는가
	2 공간에 지속적으로 활용 가능한 마감재를 사용하였는가
	3 미래유산을 미래세대가 지속적으로 인지하도록 운영 프로그램 및 콘텐츠를 통해 발전방향을 제시하는 공간이 존재하는가

사회적 측면	관계성	1	사람들이 모여 인프라 구축을 유도하는 개방감 있는 커뮤니케이션 공간을 보유하고 있는가
		2	미래유산의 핵심 공간이 해당 유산의 경쟁력을 확보하는데 도움이 되는가
		3	미래유산이 실제로 공간의 고유한 목적에 알맞은 활용성을 가지고 있으며 활성화되고 있는가
	체험성	1	사람들이 차별화된 경험을 할 수 있는 장소가 존재하는가
		2	사람들의 감성 자극을 목적으로 활용된 디자인적인 요소가 있는가
		3	공간 내에서 사람들의 자발적인 참여를 유도할 수 있는 체험적인 콘텐츠를 가진 공간이 구성되어 있는가

3. 사례분석

3.1. 사례 범위 및 방법

본 연구는 이론적 고찰을 통해 특성을 분석하여 최종적으로 도출된 분석의 틀을 토대로 하여 서울시 미래유산 중 문화공간으로서 재생되어 활용되고 있는 공간을 현장조사를 하여 분석하고자 한다. 사례 범위는 서울시 미래유산 506건 중 문화공간으로 추출된 49건의 유산이 가장 많이 밀집되어있는 종로구와 중구를 사례범위로 정하였다(Cultural policy division, 2021).¹⁶⁾ 그리하여 서울시 종로구와 중구 내에 위치한 미래유산 문화공간을 사용용도에 따라 복합문화공간, 공연장, 미술관 및 박물관, 문학 및 기념관으로 구분하여 새롭게 재생되어 활용되고 있는 사례대상 지 8곳을 선정하였다. 선정된 대상은 다음 <표 6>과 같다.

<표 6> 미래유산 재생공간 사례 개요

구분	명칭	위치	설립년도	재생년도
복합 문화 공간	A 공공일호	종로구 대학로 116	1979년	2018년
	B 문학의 집	중구 퇴계로26길 65	1975년	2001년
공연장	C 허리우드 극장	종로구 삼일대로 428	1969년	2009년
	D 세실극장	중구 세종대로19길 16	1976년	2018년
미술관 및 박물관	E 아르코미술관	종로구 동숭길 3	1979년	2011년
	F 대한민국 역사박물관	종로구 세종대로 198	1961년	2012년
문학 및 기념관	G 한무숙문학관	종로구 혜화로9길 20	1953년	2007년
	H 손기정 기념관	중구 손기정로 101	1918년	2012년


3.2. 사례 분석

(1) 사례A : 공공일호

공공일호는 대학로 예술 거리에 1979년 기업의 사옥을 목적으로 준공되었으며 2008년 증축을 거쳐 2018년 시민과 소통하는 복합문화공간으로 용도 변경을 하였다. 이에 문화적 재생이 이루어진 공공일호는 지하2층에서 6층으로 구성되어 스토리 라이브러리, 스토리 스튜디오 혜화 랩, 거꾸로 캠퍼스, 파랑새극장, 공공그라운드 등의 공간을 통해 사람들이 서로 교류할 수 있는 문화공간을 계획하였다. 공공일호의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 7>과 같다.

16) 문화정책과, 서울 미래유산 지정 현황, 2021. 참고

<표 7> 사례A. 공공일호


구분		A. 공공일호				
공간개요		건립용도		샘터사육	설립년도	1979년
		현재용도		복합문화공간	재생년도	2018년
이미지						
특성		분석				
역사적 측면	시각성	1	1970년대 김수근 건축가의 건축물에서 발견 될 수 있는 붉은 벽돌, 석재의 시공 패턴, 창문의 디자인 등이 그대로 보존되고 있음.			
		2	공간적 특징인 “함께하는 공간”이라는 문화·예술적인 상징적 의미를 공간구성으로 보여주지만 문화예술적 상징이 시각화 된 상징물과 같은 표현요소는 다소 부족함			
		3	문화·예술의 거리로 자리 잡은 대학로에 위치해 있고 담쟁이와 어우러진 적벽돌과 창의 요소들이 건물의 볼륨감과 입지적 요소와 함께 건물 자체로 지역적 랜드마크 효과를 줌.			
	정보성	1	스테이지, 테라스 등의 공간을 통해 정보제공을 할 수 있는 공간이 존재함.			
		2	과거 건축 용도는 사육을 목적으로 지어졌으므로 역사적 정보는 없지만, 현재 문화·예술적 정보는 안내보드를 통해 전달되고 있음.			
		3	건축물의 주요 코어부는 시민들에게 개방되어 건물의 부수적 정보를 제공하고 있으나 구체적인 정보를 얻기는 어려움.			
미래지향적 측면	인지성	1	벽돌의 패턴, 개구부의 비율 및 형태, 담쟁이와의 조화를 통한 차별화된 외관디자인요소가 있으며, 간접적으로 외부에 노출시킨 실내코어부 또한 타건물과 다른 차별성이 있음.			
		2	공간특유의 로고가 존재하지만, 고유 색상을 통한 특유의 정체성을 전달하는 부분은 다소 부족함.			
		3	대학로의 랜드마크로 자리매김 했지만 1,2층 상업시설과 계단실 이외의 내부 공간은 일반인이 접근하기 쉽지 않아 경쟁력을 확보하는데 큰 도움이 되지 못함.			
	지속성	1	건물의 증축흔적이 있지만 기존 건물의 형태는 보존하였으며 기존재료와 대비되는 철과 유리를 사용하여 환경개선을 함.			
		2	기존건축물의 보존에 대한 성격이 강하며 증축부위는 재생마감재가 아닌 기존건축물의 영역과 확연히 분리된 새로운 마감재인 철과 유리로 정체성 확보.			
		3	건물 3,4층에 미래세대를 위한 실험공간을 마련하여 교육과 미디어콘텐츠를 통한 발전방향성 제시.			
사회적 측면	관계성	1	공간대관을 위한 001스테이지와 001테라스 등으로 다양한 커뮤니티 활동이 가능한 공간이 구축되어있음.			
		2	001테라스가 핵심공간이며 모든 풀딩문 등을 통해 폐쇄적이기도 하지만 테라스와 함께 확장성을 유지하며, 증축부와 연계되어있는 중심체로서 경쟁력이 좋음.			
		3	사육의 용도로 건축되었고, 현재 그 기능은 없지만, 복합문화공간으로 기존의 목적보다 확장성 있는 공간으로 활성화되고 있음.			
	체험성	1	미래세대를 위한 책을 만들거나 다음세대의 건강한 성장"을 목표로 다양한 활동을 하는 프로그램과 새로운 컨셉을 통해 문화적 감성을 토대로 한 다양한 경험을 할 수 있음.			
		2	루프탑에서 바라볼수 있는 대학로의 전경과 오래된 형태의 벽돌, 담쟁이 넝쿨 등이 공간에 드러나 감성을 자극하기에 적절함.			
		3	루프탑에 있는 스토리라이브러리와 3,4층의 거꾸로 캠퍼스를 통해 공간을 이용할 목적을 가진 사람들의 자발적 참여를 유도하는 체험공간이 존재함.			
종합분석		공공일호는 전반적으로 문화적 교류가 가능한 공간이 많이 형성되어 사회적 측면이 높은 반면 역사적인 정보전달이 부족하여 역사적 측면에서의 특성이 낮게 나타났다. 붉은 벽돌을 사용하여 재생공간의 흔적을 잘 나타내며 미래세대를 위한 거꾸로 캠퍼스와 같은 소통 프로그램이 조성되었으나 과거 미래유산의 역사적인 정보 전달이 부족하여 미래유산 경쟁력 확보가 필요하다.				

(2) 사례B : 문학의 집

문학의 집은 1975년부터 중앙정보부장의 관저로 사용되었던 건물로 2001년 10월 리모델링 후 용도를 변경하여 현재까지 서울 시민들의 문화 전시 공간으로 활용되고 있는 공간이다. 과거

관저로 사용되었던 권력적이며 폐쇄적인 공간을 시민들에게 개방하였으며 근현대사의 역사를 보존하고 있다는 것에 미래유산의 가치가 있다. 건물의 구성은 본관과 산림문화관으로 나누어 계획되었으며 본관은 전시실, 서가, 야외정원, 북카페 등이 있고 산림문화관에는 세미나실, 중앙 홀 등이 있다. 문학의 집의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 8>과 같다.


<표 8> 사례B. 문학의 집

구분		B. 문학의 집			
공간개요		건립용도	중앙정보부장 공관	설립년도	1975년
		현재용도	복합문화공간	재생년도	2001년
이미지					
특성		분석			
역사적 측면	시각성	1	중앙정보부장의 관저로 사용되었던 과거 건물의 흔적은 내부에서 찾아볼 수 없었지만 과거 외관은 그대로 유지하고 있음.		
		2	미래유산의 문학의 소통공간이라는 고유의 문화·예술적 상징을 상징물을 통해 시각화하였지만 공간 안에서 적용된 부분은 미비함.		
		3	과거의 많은 역사적 흔적을 포함하고 있는 종로구에 위치하여 상징성을 갖고 있으나 별도의 랜드마크적 요소는 갖추고 있지 않음.		
	정보성	1	야외정원, 시 읽는 방, 북 카페, 세미나실을 통해 문학적 정보 제공이 이뤄지는 공간이 존재함.		
		2	역사적으로 과거의 관저로 사용되었던 정보는 안내보드를 통해 전달하였지만 자세한 역대정보부장들의 흔적은 없었음.		
		3	1층에 위치한 개방된 직원실이 있으나 다른 부스를 통한 능동적인 추가 정보 획득이 부족함.		
미래지향적 측면	인지성	1	과거의 외관 모습과 잔디밭을 현재까지 보존하고 있으나 외관, 내부 디자인적인 요소에서 차별화된 부분을 찾기는 어려움.		
		2	자체 로고를 공간의 내부와 외관 뿐만 아니라 인쇄물에도 사용하고 있으나 공간 내 특유의 색상과 패턴을 활용한 표현요소는 부족함.		
		3	숲과 인접하게 위치하여 접근성 증대에 다소 불리하며 사람들이 역에서 찾아 들어오기 어려운 부분이 있음.		
	지속성	1	용도 변경 후 이에 맞게 리모델링하였으며 내부부의 재생을 통해 전반적인 환경을 개선함.		
		2	본관은 벽돌과 우드를 통해 지속적으로 활용 가능한 마감재를 사용하였으나 산림문화관은 재생 마감재 사용이 미비함.		
		3	문학을 중심으로 공간이 계획되고 프로그램이 설정되어 해당 미래유산 가치의 지속적 인지를 통해 발전방향성을 제시함.		
사회적 측면	관계성	1	사람들이 모여 소통할 수 있는 중앙 홀, 세미나실, 야외공원 등이 구성되어 인프라 형성이 가능함.		
		2	핵심공간인 문화 커뮤니티 공간의 특별한 차별화 요소가 부족하여 이를 통한 경쟁력 확보에는 어려움이 있음.		
		3	다양한 세부 문학에 목적을 두고 있지만 프로그램의 경우 실질적 운영이 활성화되고 있지는 않음.		
	체험성	1	문학적 가치를 경험할 수 있는 공간이 존재하고 있으나 차별화된 경험을 제공하지는 못함.		
		2	내부 공간들은 대체로 보편적 디자인 요소가 적용되어 있어 사람들의 감성을 자극하기에는 부족함.		
		3	사람들의 자발적 참여를 유도할 콘텐츠가 상시 운영되고 있지는 않지만 행사 진행시 활용가능성이 있음.		
종합분석	문학의 집은 전반적으로 모든 측면에서 미흡한 부분이 있었으나 특히 역사적 측면에서의 전략이 필요한 것으로 나타났다. 건물의 외관의 특성은 유지하고 있으나 다른 건물과 다른 차별화된 디자인 요소는 미흡하며 과거 관저로 사용되었던 역사적 정보 전달도 부족하였다. 또한, 야외 정원, 세미나실과 같은 커뮤니티 공간이 형성되어 있으나 실질적으로 활성화되고 있지는 않는 것을 볼 수 있었다.				

(3) 사례C : 허리우드 극장

허리우드 극장은 1968년 준공되어 개관한 극장으로 종로구 낙원동 낙원상가 4층에 위치한다. 1997년 보수공사를 통해 복합 상영관으로 재개관하였으며 2009년 리모델링을 거쳐 실버영화관으로 다시 개관하였다. 현재는 고전영화를 상영하는 ‘실버영화관’으로 어르신들을 위한 300석 규모의 낭만극장을 운영하고 있다. 1990년대까지의 종로와 충무로의 영화의 역사를 대변하여 보여주고 있는 가치를 담은 문화유산으로서 과거부터 현재까지 보존되어지고 있다. 허리우드 극장의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 9>와 같다.


<표 9> 사례C. 허리우드 극장

구분		C. 허리우드 극장			
공간개요		건립용도	극장	설립년도	1969년
		현재용도	실버영화관	재생년도	2009년
이미지					
특성		분석			
역사적 측면	시각성	1	낙원상가의 건물을 역사적 흔적 그대로 유지하고 있으며 내부 또한 리모델링은 하였지만 전반적인 역사적 극장 흔적은 유지함.		
		2	미래유산이 고유의 극장이라는 상징을 고전영화 포스터와 상징물을 통해 시각화하여 적용하였지만 공간 내부의 디자인 적용은 부족함.		
		3	조선시대부터 정치, 문화, 상업의 중심지이며 노인들의 이동이 많은 종로구 낙원상가에 있으나 해당 유산이 낙원상가의 랜드마크적인 요소를 갖추기에는 부족함.		
	정보성	1	사람들이 정보를 교류 할 수 있는 내외부 공간이 마련되어 있지만 특정 명칭을 가진 프로그램을 통한 장소는 없음.		
		2	고전 영화의 역사를 보여주는 정보는 부족하나 과거 상영하였고 현재 상영하고 있는 고전영화의 정보는 안내보드를 통해 전달함.		
		3	극장 외 특별한 프로그램이나 부스가 없어 사람들이 공간에서 능동적인 정보를 얻기에는 부족함.		
미래지향적 측면	인지성	1	외부는 포스터와 간판을 통해서 차별성을 가지나 내부는 다른 소극장과 차이가 없어 실버영화관이라는 정체성확보가 어려움.		
		2	공간의 특유의 로고는 있으나 이를 공간에 적용하여 시각화하지는 않았으며 디자인적으로 색상과 패턴의 통일성이 없음.		
		3	낙원상가라는 위치에 있어 접근은 원활하게 이루어지나 건물 4층에 있어 건물의 입구와 해당유산을 찾기에 어려움이 있음.		
	지속성	1	외관은 낙후된 건물을 보수하여 현재까지 보존하고 있으며 내부의 극장과 로비, 카페를 전반적인 리모델링을 통해 재생하고 있음.		
		2	공간에 목재 마감재를 사용하였지만 그 외의 지속적으로 활용 가능한 마감재 사용은 부족함.		
		3	공간의 도입에 시각적 자료를 배치하여 정체성, 목적, 역사 등 실버영화관에 대한 상세 정보를 제공하나 실버영화관 특성상 노인이 많이 이용하여 미래세대에게 방향성을 제시하는 공간은 부족함.		
사회적 측면	관계성	1	사람들이 모여 소통할 수 있는 공간이 내부 로비, 카페공간과 외부 야외 정원에 위치하여 인프라 구축이 가능함.		
		2	허리우드 극장의 중심이 되는 공간은 상영관이며 디자인적으로 공간의 경쟁력을 확보하기는 어렵지만 노인을 타겟으로 300석의 좌석을 가진 공간이 구성된 점에서는 경쟁력을 가짐.		
		3	미래유산이 실질적으로 고유의 목적에 맞게 활성화 되고 있으나 상영작에 따른 이용률의 차이가 있음.		
	체험성	1	사람들이 과거의 영상 콘텐츠를 대형 스크린을 통해 관람할 수 있는 기회를 제공받을 수 있는 극장이 있어 차별화된 경험 가능.		
		2	공간 곳곳에 배치된 시대를 상징하는 독특한 이미지를 통해 새로운 경험 가능하며 추억을 통한 감성을 자극할 수 있음.		
		3	별도의 실내 홀, 야외 라운지를 통해 영화 상영 외의 다양한 방식의 프로그램, 행사를 진행하였으나 자발적인 체험요소는 부족함.		
종합분석		허리우드극장은 시각적 표현요소를 통해 고유의 상징을 잘 나타내어 역사적 측면은 높게 나타났으나 미래지향적 측면과 사회적 측면은 미흡하였다. 노인들을 위한 실버영화관으로 고전 영화 산업의 포스터, 등신대등을 이용해 당시의 분위기를 공간에 반영하여 고유의 경쟁력을 갖추었지만 내부공간의 차별성이 부족하며 상영작에 따른 이용률의 차이가 큰 것을 볼 수 있었다.			

(4) 사례D : 세실극장

세실극장은 1976년에 개관한 공연장으로 과거 연극전용극장으로 사용되었으며 현재에도 공연장으로 사용되고 있는 공간이다. 2018년 문화재생을 통해서 다시 재개관하였으며 오랜 기간 동안 우리나라의 연극계 구심 역할을 한 극장으로서 문화 및 건축적 보존 필요성이 높은 건물이다. 건물은 철근 콘크리트로 지어졌으며 내부는 공연장으로 구성되어 연면적 145평, 234석의 객석이 있다. 옥상은 문화적 재생공간으로 정원이 계획되어 있어 사회적으로 교류가 가능하여 건강한 공연산업 생태계를 형성하고 있다. 세실극장의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 10>과 같다.


<표 10> 사례D. 세실극장

구분		D. 세실극장				
공간개요		건립용도	연극전용극장	설립년도	1976년	
		현재용도	공연장	재생년도	2018년	
이미지						
특성		분석				
역사적 측면	시각성	1	외관은 과거 콘크리트 건축물로서의 유지 보존을 통해 현재까지 그 흔적을 보여주며 내부공간도 보수공사를 하여 흔적을 남김.			
		2	‘공연장’이라는 세실극장만의 문화·예술적 상징을 공연장 내부에 시각적으로 적용하였으나 그 외 상징물과 공간 적용은 미비함.			
		3	미래유산이 정동이라는 역사적으로 의미 있는 공간에 위치하고 있지만 주변에 다른 문화유산이 많아 랜드마크적인 요소는 부족함.			
	정보성	1	옥상에서 사람들이 능동적으로 정보를 제공하며 교류 할 수 있는 공간이 존재하며 극장을 통해서도 공연 정보를 전달 가능함.			
		2	정동에 대한 역사적 정보와 문화적 재생에 관한 정보를 옥상의 정원의 안내보드를 통해 사람들에게 전달함.			
		3	공연장 외에 다른 프로그램과 부스가 없어 사람들이 부수적 정보를 공간을 통해 획득하기는 어려움.			
	미래지향적 측면	인지성	1	외관에서 일반 다른 건물과는 차별성이 부족하며 주변에 눈에 돋보이는 성공회 성당이 있어 세실극장을 먼저 인지하기가 어려우며 내부 공간 또한 차별화된 요소는 찾기 어려움.		
			2	세실극장은 자체적인 로고를 가지고 있으나 외관에서는 눈에 잘 들어오지 않아 인지하기가 어려우며 특유 색상이나 패턴 등이 시각적으로 표현되지 않음.		
			3	중구 세종대로에 있어 위치적으로 접근성이 좋으며 넓은 도로 옆에 있어 접근성 증대에도 도움이 됨.		
지속성		1	낙후되어진 물리적인 환경을 유지 및 보수하여 현재까지도 유지하고 있으며 내부 공간도 건물의 형태는 유지하며 문화적 재생을 진행하고 있음.			
		2	내부공간에서 지속적으로 활용 가능한 우드 마감재를 사용하며 외관에는 콘크리트를 통해 오랜 시간 보존 할 수 있도록 함.			
		3	현재세대가 세실극장을 지속적으로 인지하며 미래세대까지 전달하기 위해 공연을 주기적으로 진행하고 있으며 미래 극장에 발전방향성 또한 제시하고 있음.			
사회적 측면		관계성	1	사람들이 공연을 중심으로 커뮤니티를 형성할 수 있으며 옥상의 소통공간을 통한 인프라 형성이 가능하나 그 외 다양한 문화적인 목적을 통한 소통은 어려움.		
			2	공연장이 해당유산의 핵심공간으로 234개의 객석을 통해 창작핵심기지로써 경쟁력을 확보하고 있음.		
			3	실질적으로 공간의 고유한 목적인 연극과 공연에 알맞도록 활성화되고 있음.		
	체험성	1	사람들이 공연을 통한 경험을 할 수 있는 장소가 존재하나 그 외의 새로운 경험을 통한 공간 확보는 부족함.			
		2	극장 외관과 내부가 디자인적으로 사람들의 감성을 자극할 만한 요소는 특별히 없음.			
		3	공간이 공연을 목적을 하여 그 외의 체험적인 요소는 많지 않아 자발적인 참여를 유도할 수 있는 공간이 구성되지 않음.			
	종합분석		세실극장은 전반적으로 미래지향적 측면은 높으나 사회적 측면에서 부족한 부분이 있었다. 옥상정원을 통해 사람들이 소통하며 정동에 관한 역사적 정보를 전달하는 공간이 마련되어 문화적 재생을 잘 이루고 있었다. 하지만 디자인적으로 외관과 내부가 다른 공간과 다른 차별성이 부족하며 자발적인 체험요소나 다양한 문화 인프라 구축이 어려운 것으로 나타났다.			

(5) 사례E : 아르코미술관

아르코미술관은 1979년 5월 준공되어 한국문예진흥원의 ‘미술회관’으로 개관하여 2005년 ‘아르코 미술관’으로 명칭을 변경하였으며 2011년 대수선을 하였다. 이러한 아르코 미술관은 회화, 조각, 서예, 공예, 사진 등 미술 전시와 국내외 문화 예술 정보를 전달하고 있으며 철근 콘크리트조의 미술관이자 붉은 벽돌의 디자인적 특징을 가진 대학로의 랜드마크적인 건물로서 보존가치가 높다. 공간은 지하 1층부터 지상 3층까지 구성되어 전시, 미디어실, 서가, 세미나실 등으로 계획되어 있다. 아르코미술관의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 11>과 같다.


<표 11> 사례E. 아르코미술관

구분		E. 아르코미술관				
공간개요		건립용도	문화 및 집회시설	설립년도	1979년	
		현재용도	비영리 공공미술관	재생년도	2011년	
이미지						
특성		분석				
역사적 측면	시각성	1	건물의 외관에서 나타나는 김수근 건축가의 건축적 상징인 붉은색 벽돌이 내부 곳곳에도 이어져 역사적 흔적이 존재함.			
		2	붉은 벽돌을 통해 미술관 고유의 상징적 분위기가 형성되어 있으나 이외의 시각화 요소는 미비함.			
		3	건물 정면 창을 통해 과거 대학로의 공연예술을 상징하는 랜드마크인 마로니에 공원을 마주할 수 있음.			
	정보성	1	양신진 작가와 기획자들의 프로그램 및 전시를 통해 예술 분야의 정보를 전달하고자 함.			
		2	아르코 아카이브, 서고, 미디어 실 등을 통해 미술작품이나 문화 예술과 관련된 정보를 전달하고자 하였으며 벽에 부착된 인쇄물을 통해 관련 세부 정보를 확인할 수 있음.			
		3	내부 곳곳에 관련 정보를 다룬 인쇄물을 배치하여 이를 통한 능동적인 정보 획득이 가능함.			
	미래지향적 측면	인지성	1	건물의 외관과 내부에서 1970~1980년대의 건축적 특징인 벽돌 구조와 격자형 창문을 확인할 수 있어 차별성을 가짐.		
			2	아르코 미술관의 정체성을 담은 자체 로고를 보유하고 있으며 건물의 외관 및 내부 공간에 문양과 패턴을 활용하여 시각적 이미지 형성에 도움을 줌.		
			3	대학로라는 공간에 위치하여 원활한 교통 환경과 주변의 인프라로 인해 높은 접근성을 가짐.		
지속성		1	물리적으로 외내부 환경을 보수하여 재생을 통해 공간의 고유 정체성을 지속적으로 미래 세대에 계승하고자 함.			
		2	벽돌, 도장재, 노출콘크리트 등의 마감재를 내부에 활용하였으나 지속가능성을 고려한 마감재 사용은 확인되지 않음.			
		3	시각 예술과 관련된 자료와 연구 결과를 아카이브 공간에 기록 및 저장하여 현시대 예술의 발전방향성을 제시하고 있음.			
사회적 측면		관계성	1	공간 내부의 아르코 아카이브, 아카이브 라운지, 스페이스 필룩스, 세미나실을 통해 문화적 커뮤니티를 형성하고 인프라를 구축하고자 함.		
			2	국내의 신진 작가와 기획자를 위한 프로그램 및 전시 진행에 목적을 둔 전시관을 통해 지속적인 경쟁력 확보가 가능함.		
			3	내부 곳곳에 커뮤니티 공간을 배치하여 전시의 몰입을 통한 공간의 생동감을 유도하고 있으며 다른 공간 또한 활성화되고 있음.		
	체험성	1	주된 전시 공간인 전시실 1,2를 통하여 동시대의 문화 예술적 가치의 경험을 차별화된 전시의 형태로 제공하고자 함.			
		2	전시 과정에 스크린, 조형물을 활용하여 사람들의 감성 자극을 유도함.			
		3	라운지 및 세미나 공간에서 워크숍과 토크 형식을 가진 참여형 프로그램을 진행하여 선정된 주제에 관하여 참가자들이 서로 다른 관점의 공유와 소통을 유도함.			
	종합분석		아르코 미술관은 역사적, 미래지향적, 사회적 측면에서 높은 방향성을 가지고 있다. 특히 전시, 참여형 프로그램, 자료 아카이브를 통한 미술적 가치 전달이 공간을 통해 효과적으로 이뤄지고 있으며 참신한 그래픽 이미지 활용을 통해 미술관의 미래지향적인 방향성을 확인할 수 있었다. 하지만 아르코 미술관의 지속적인 마감재 활용을 통한 유지 보수가 필요할 것으로 보인다.			

(6) 사례F : 대한민국역사박물관

대한민국역사박물관은 1961년 준공하여 2010년까지 주요 정부청사로 사용되어 대한민국의 경제발전과 문화발전의 기틀이 된 장소이다. 2012년 대한민국 근·현대 역사 자료전시 및 보존하고자 리모델링을 통해 역사문화공간으로 개관하였으며 현재까지 평화문광장에 자리 잡아 대한민국의 역사 교육문화공간이자 문화홍보공간으로 활용되고 있다. 지상 8층으로 구성된 건물에는 4개의 상설전시실, 2개의 기획전시실, 세미나실, 강의실, 옥상정원등이 있어 무료로 쉽게 사람들이 방문하기에 적합한 공간으로 계획되었다. 대한민국역사박물관의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 12>와 같다.


<표 12> 사례F. 대한민국역사박물관

구분		F. 대한민국역사박물관				
공간개요		건립용도	주요 정부청사	설립년도	1961년	
		현재용도	역사박물관	재생년도	2012년	
이미지						
특성		분석				
역사적 측면	시각성	1	구 문화체육관광부청사의 외관과 내부의 역사적 흔적을 유지하며 보수하여 현재까지 그 흔적을 볼 수 있음.			
		2	'역사와의 대화'와 '문화적 삶'이라는 문화적 상징을 공간 내부에 미디어보드와 다양한 전시 기법을 통해 시각화하여 공간에 적용함.			
		3	대형 디지털 미디어 보드를 건물의 외관에 활용하여 시각적 랜드마크 요소를 부여함.			
	정보성	1	특별전시와 상설전시 공간을 통해 다양한 시대의 대한민국 역사에 관한 정보를 제공함.			
		2	역사 근현대사의 배경이 되는 다양한 역사 정보를 벽, 미디어보드, 안내보드, 아일랜드 전시, 체험형 전시 등을 통해 자세하게 제공함.			
		3	공간 곳곳에 소통하며 정보를 전달할 수 있는 로비공간이 있어 능동적 이 정보 획득이 이루어지는 공간이 존재함.			
	미래지향적 측면	인지성	1	건물의 외관이 리모델링을 통해 보존되며 내부 또한 각 공간마다 컨셉이 다른 디자인으로 차별성을 가짐.		
			2	빨강, 파랑, 회색의 전용색상과 자체로고를 가지지만 이런 특유의 색상과 패턴이 내부 디자인적으로는 이어지지 않지만 전시공간 별 특색이 있는 색상을 사용함.		
			3	대한민국의 역사를 함축하는 국가 상징거리인 광화문광장에 자리 잡고 있어 역사적 의미가 있고 접근성 또한 대로변에 있어 원활함.		
지속성		1	2010년 리모델링을 통해 낙후된 환경을 개선하여 내부부의 상태를 현재까지 유지하고 있음.			
		2	공간에 지속적으로 활용 가능한 태양광 패널과 친환경 마감재를 사용하여 환경보호에도 도움이 되는 공간을 형성함.			
		3	현시대를 반영한 특별 전시, 어린이 대상의 전시 등 다양한 전시 프로그램을 개설하여 미래세대가 지속적으로 우리 역사를 인지할 수 있도록 도움.			
사회적 측면	관계성	1	전시관 곳곳에 휴게 시설을 두어 관람객 간의 커뮤니티 형성의 기회를 제공하고 동시에 공간에 오래 머물 수 있도록 함.			
		2	역사관, 주제관, 기증관 등 분야에 따라 다양한 전시공간을 마련하여 대한민국의 근현대사를 여러 측면으로 바라보고자 하였으며 이를 통한 경쟁력 확보가 가능할 것으로 예상.			
		3	다양한 방식의 전시가 이뤄지고 있으며 여러 기획 전시의 진행을 통해 활성화되고 있음.			
	체험성	1	기증자에 대한 정보를 전달하는 부스를 설치하여 전시물이 가진 가치를 체감할 수 있도록 하여 차별화된 경험가능.			
		2	전시의 주제에 따라 이를 강조하는 책, 책장, 구름 등의 형상을 띤 자체 조형물을 설치하여 사용자의 감성을 자극하고 동시에 전시 내용의 폭넓은 전달을 가능하게 함.			
		3	인터랙티브 디자인 요소를 공간에 적용하여 사용자의 자발적 터치나 움직임을 통해 자발적으로 정보를 얻을 수 있도록 함.			
종합분석		대한민국역사박물관은 전반적으로 역사적, 미래지향적, 사회적 측면에서 우수한 분석결과가 나타났다. 특히 다양한 전시공간을 통해 미래세대가 지속적으로 역사를 인지할 수 있도록 정보전달을 하고 있으며 낙후된 환경의 개선과 친환경적인 마감재를 통해 공간을 지속적으로 유지하고 있었다. 또한, 커뮤니티 공간과 체험형 전시를 통해 능동적인 정보 교류가 가능한 것을 볼 수 있었다.				

(7) 사례G : 한무숙 문학관

한무숙 문학관은 소설가 한무숙이 1953년에서 1993년까지 거주하였던 주거시설이었으며 1993년 문화관으로 개조되어 일반 시민에게 개방되어 2007년 건축물의 개보수를 실시하였다. 20세기 초 장안의 대목인 심목수가 설계한 목조건물로서 한무숙의 문학 자취를 되돌아 볼 수 있는 장소로 보존가치가 있다. 공간은 1층부터 3층까지로 구성되어 작가의 출판기념회 등의 연회가 열리는 장소부터 집필실과 전시실이 마련되어 있다. 한무숙 문학관의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 13>과 같다.


<표 13> 사례G. 한무숙 문학관

구분		G. 한무숙 문학관			
공간개요		건립용도	한무숙 사택	설립년도	1953년
		현재용도	한무숙 문학관	재생년도	2007년
이미지					
특성		분석			
역사적 측면	시각성	1	한옥을 통해 건물의 외관부터 역사적인 흔적이 존재하며 이는 건물의 내부 공간까지 이어짐.		
		2	미래유산인 '문학'이라는 고유의 상징을 보여주는 공간으로 구성되었으나 디자인적인 상징물과 공간적용 요소는 미비함.		
		3	해화동에 위치하고 2021년 '한무숙 길'로 명예도로명으로 지정되어 역사적 의미를 가져 랜드마크적인 요소를 포함함.		
	정보성	1	역사적 문학 정보를 제공하는 공간이 있으나 사람들이 교류할 수 있는 프로그램을 통한 공간은 부족함.		
		2	전시공간을 통해 역사적 배경을 전달하며 공간 곳곳에 안내보드가 있어 자세히 정보를 제공함.		
		3	전시 공간 이외에 공간이 많이 구축되지 않아 능동적으로 부수적 정보 획득이 어려움.		
미래지향적 측면	인지성	1	다른 일반 주택과는 달리 한옥의 정서를 느낄 수 있는 내외부 디자인 요소가 존재하여 차별성을 가짐.		
		2	공간의 특유 로고를 가지고 있으며 색상과 패턴을 기존의 한옥의 디자인을 그대로 유지하여 정체성 인지 유도.		
		3	명예도로에 위치하였지만 이동성이 높은 해화역에서 600m이상 거리에 있고 안쪽에 위치하여 접근성은 좋지 않음.		
	지속성	1	부분적인 보수를 실시하여 현재 20세기 기와집의 외내부 모습을 그대로 유지하여 환경 개선이 이루어짐.		
		2	공간을 지속적으로 활용 가능한 목재 마감재를 외내부에 전반적으로 활용하여 문학관만의 새로운 정체성을 확보함.		
		3	한무숙과 그의 남편 김진흥의 문학적 창작 활동의 결과물을 전시의 형태로 미래세대에 전달하고 있음.		
사회적 측면	관계성	1	전시 시설 외 공간 내의 커뮤니티를 형성할 수 있는 시설은 마련되어 있지 않음.		
		2	공간의 핵심이 되는 전시공간이 기존의 전시 뿐 만 아니라 특별 기획 전시를 진행하여 문학과 관련된 다양한 이야기를 전달하고자 하여 경쟁력 확보 가능.		
		3	미래유산이 실질적으로 문학관으로서 활용되고 있으나 사람들의 이용률은 높지 않음.		
	체험성	1	2층의 작가 집필실이 존재하여 문학 작품의 탄생 과정에 대한 관람객의 상상력을 자극할 수 있어 새로운 경험이 가능함.		
		2	공간 내의 전시 뿐 만 아니라 기와집이 가지는 전통 건축의 아름다움을 통해 감성을 자극하는 경험을 할 수 있음.		
		3	작가의 생활이 담긴 응접실을 재현하여 작가의 일생을 생생하게 전달하고자 하였지만 방문객의 참여를 유도할 수 있는 공간은 마련되지 않음.		
종합분석		한무숙문학관은 인물에 대한 자세한 정보가 나와 있어 역사적 측면이 높았으나 커뮤니티 공간이 없어 사회적 측면이 부족하였다. 공간을 지속적으로 활용하여 목재 마감재를 통해 재생공간으로서 정체성을 잘 확보하고 있으며 문학관의 고유의 상징성을 한옥으로 차별성을 두었다는 장점이 있지만 커뮤니티 공간이나 방문객의 참여를 유도하는 공간이 부족하여 실질적 이용률이 높지 않았다.			

(8) 사례H : 손기정 기념관

손기정 기념관은 1912년 양정의 숙 (구양정고)로 준공되어 1988년 목동으로 이전하여 2012년 리모델링을 거쳐 손기정기념관으로 개관하였다. 손기정 마라톤 선수는 1936년 베를린올림픽 경기대회에서 우승하였으며 일제 강점기 시대에 억눌려 있던 민족의 기상을 높여준 중요한 인물로 역사적 상징성을 가진다. 공간은 지상 2층의 철골 및 철근 콘크리트 건물로 구성되었으며 손기정 선수의 일대기를 중심으로 연출된 전시공간 및 참여공간이 계획되어있다. 손기정 기념관의 특성에 따른 분석내용은 다음 <표 14>와 같다.

<표 14> 사례H. 손기정 기념관

구분		H. 손기정 기념관			
공간개요		건립용도	양정고등보통학교	설립년도	1918년
		현재용도	손기정 기념관	재생년도	2012년
이미지					
특성		분석			
역사적 측면	시각성	1	건물 내부에 1930년대 교실을 재현한 공간을 일부 마련하여 과거 학교로 사용되던 건축물의 흔적을 남겨 두었음.		
		2	역사적 상징물의 전시를 통해 역사와 인물을 기념하여 시각적으로 공간에 적용하고 있음.		
		3	손기정 기념관 자체의 랜드마크적 요소는 부족하나 지역적 랜드마크인 손기정 체육공원 내에 위치하고 있음.		
	정보성	1	손기정 선수의 역사를 관광 프로그램을 통한 상설전시실과 특별기획전 시설이 있어 정보제공이 이루어지는 공간이 존재함.		
		2	공간 외내부에 기념물, 미디어보드, 텍스트보드 등을 통해 역사적 사건을 생생하고 의미 있게 전달하고 있음.		
		3	기념관의 전시공간 이외에 정보제공 프로그램과 도서관이 마련되어 사람들이 능동적인 정보 획득과 교류가 가능함.		
미래지향적 측면	인지성	1	외관은 붉은 벽돌을 통해 공간의 통일성을 유지하지만 차별적 요소가 부족하며 내부 공간 또한 차별화된 디자인 요소가 미비함.		
		2	자체 로고를 가지고 있으며 동상을 통해 시각적으로 정체성을 인지시키지만 공간 내부에 색상과 패턴으로 특유의 정체성을 표현하고 있지는 않음.		
		3	손기정 체육공원을 이용하는 시민들이 자연스럽게 유입될 수 있는 좋은 완충공간에 위치하고 있어 접근성이 좋음.		
	지속성	1	내외부 시설 개선을 통해 주민친화적인 공간으로 탈바꿈하여 공간의 재생으로 활용성을 높여 환경개선이 이루어짐.		
		2	보편적인 소재들을 사용하여 내부 공간 지속적인 마감재 사용이 미비함.		
		3	체육시설과 문학시설을 조성해 다양한 세대가 참여할 수 있는 프로그램 운영하여 발전방향성을 제시함.		
사회적 측면	관계성	1	'작가와와의 대화', '마을 공론의 장', '웰빙 요가' 등 다양한 문화 프로그램을 진행할 수 있는 시설이 마련되어 있음.		
		2	핵심공간은 1층의 상설 전시실이며 손기정 선수의 정보를 통해 역사적 환기를 할 수 있어 경쟁력 확보 가능.		
		3	고유의 형태를 갖고 현대에 필요한 쓰임을 갖춰 근현대 건축물의 새로운 정체성을 통해 활성화되고 있음.		
	체험성	1	시민들이 체육시설 및 도서관을 체험하며 과거 학교로 사용되어진 공간의 차별화된 경험을 할 수 있음.		
		2	기념관 내 1930년대 교실을 재현한 공간에서 독서와 글쓰기 체험을 할 수 있지만 감성을 자극하기에 부족함.		
		3	기념관과 함께 문화체육센터, 문화도서관이 마련되어 있어 시설별로 다양한 콘텐츠를 제공하고 있어 능동적이며 자발적인 참여가 가능.		
종합분석		손기정 기념관은 역사적 정보를 전달하는 시각적 요소가 잘 마련되어 역사적 측면은 높으나 미래지향적, 사회적 측면에서 부족한 부분이 있었다. 기존 낙후된 공간을 개선하여 환경을 보수하였으며 기념관이라는 새로운 정체성을 확보하였으며 기념관 이외에 다양한 프로그램과 공간이 마련되어 있어 주민들의 활발한 참여가 가능하였다. 하지만 디자인적으로 감성을 자극하는 요소는 부족하였다.			

4. 소결

서울시 미래유산 문화공간 중 재생되어 현재까지 활성화되고 있는 8곳의 사례대상지를 역사적 측면에서 시각성·정보성, 미래지향적 측면에서 인지성·정보성, 사회적 측면에서 관계성·체험성의 6가지 특성으로 분석한 결과는 다음과 같다.

역사적 측면은 시각성과 정보성으로 분류되며 시각성에서는 전반적으로 모든 사례에서 외관과 내부 공간의 마감재 및 창호 디자인, 건축형태를 통해 역사적 흔적을 남겨두었다. 사례B의 경우 외관에서는 역사적 흔적을 확인할 수 있었으나 내부는 전반적인 리모델링을 거쳐 과거의 흔적을 찾아볼 수 없었다. 정보성에서는 사례대상지 모두 정보를 제공하고 사용자 간의 교류를 유도하는 공간이 존재하였다. 사례A, B의 경우 현재의 문화·예술적 가치를 안내보드를 통해 전달하고 있었지만 과거 역사적 정보 전달요소는 부족하였다. 반면, 사례 E, F, H는 역사적 정보를 시각화하여 전달하였으며 부스나 로비를 통해 부가적 정보를 얻을 수 있는 공간을 마련하여 쉽고 편리하게 정보를 얻을 수 있었다.

미래지향적 측면은 인지성과 지속성으로 분류되며 인지성에서는 모든 사례가 자체로고를 건물의 외관과 공간 내부에 활용하고 있었다. 그중 사례 A, E, F, G가 외관의 차별화된 벽체와 구조, 내부의 문양, 패턴, 색상의 디자인 요소가 나타나 타 공간과는 다른 차별성을 가졌다. 그 외 사례에서는 외관과 내부 공간의 차별적 요소가 미비하여 정체성 확보를 위한 표현요소가 부족하였다. 지속성에서는 사례대상지 대부분 미래세대를 위한 공간과 프로그램을 통한 발전방향성을 제시하고 있으며 기존건물의 형태를 보존하여 재생공간으로서 활성화되고 있었다. 그중 D, F, G의 경우 지속적으로 활용 가능한 우드소재, 태양광 패널과 같은 친환경 마감재를 통해 재생공간으로서 정체성을 확보를 하였으나 그 외 사례는 지속가능한 마감재 사용이 미비하였다.

사회적 측면은 관계성과 체험성으로 분류되며 관계성에서는 사례대상지 전반적으로 사람들의 소통을 통해 커뮤니티를 형성할 수 있는 공간이 마련되어 있었으며 사례 A, D, E, F, H의 경우 해당유산의 목적에 부합하는 전시 공간, 프로그램 진행 공간, 자료 소장 공간 등의 명확한 공간 구성을 통해 활성화를 유도하였다. 반면, B, C, G의 사례는 다른 사례지에 비해 핵심공간의 차별적 요소가 미비하고 디자인적인 경쟁력 확보가 부족하여 프로그램에 대한 실질적 이용률이 낮았다. 체험성에서는 대부분의 사례가 공간 정체성을 확보할 수 있는 새로운 경험적 프로그램을 토대로 공간을 구성하였다. 이 중 자발적 체험요소가 높고 감성적 자극을 유도하는 경험이 포함된 사례는 A, E, F가 있었으나 그 외 사례는 체험적 요소가 감성의 자극까지 이어지지 않아 차별화된 경험이 미비하였다. 이상의 내용을 사례별로 종합분석하여 다음 <표 15>와 같이 정리하였다.

<표 15> 미래유산 문화 재생공간 사례 종합분석표

사례 구분	종합분석		
	역사적 측면	미래지향적 측면	사회적 측면
A	- 벽돌, 시공패턴으로 과거 흔적을 남겼지만 상징적 요소는 부족함. - 정보를 제공하는 공간은 있지만 역사적 정보 전달은 부족하여 역사적 측면이 미흡.	- 자체로고를 사용하고 차별화된 벽체, 구조, 문양, 패턴의 디자인 요소가 있음. - 지속가능한 마감재를 사용하여 미래지향적 측면이 잘 나타남.	- 다양한 커뮤니티 가능한 공간이 구축되어 있어 활성화됨. - 미래세대를 위한 자발적 참여를 유도하는 체험 요소가 있어 사회적 측면이 잘 나타남.
B	- 외관에서 역사적 흔적을 확인할 수 있으나 내부에서 과거 흔적을 확인하기 어려움. - 과거 역사적 정보 전달이 부족하여 역사적 측면이 미흡.	- 과거의 외관 모습은 유지하고 있으나 디자인적으로 차별화된 요소는 없음. - 공간이 재생되었으나 지속가능한 마감재 사용이 미흡하여 역사적 측면이 부족함.	- 핵심공간의 차별적 요소가 미비함. - 야외 정원, 세미나실의 커뮤니티 공간이 마련되어 있으나 실질적으로 활성화되고 있지 않아 사회적 측면이 부족함.
C	- 고전 영화 포스터와 상정물을 통한 시각적 표현요소를 적절히 활용. - 역사적 정보를 나타내는 안내보드가 있어 역사적 측면이 잘 나타남.	- 다른 소극장과는 다른 차별화된 디자인 요소가 없음. - 낙후된 건물을 보수하여 보존하였지만 지속가능한 마감재 사용이 미비하여 미래지향적 측면이 부족함.	- 소극장 공간이 있어 인프라를 구축할 수 있지만 핵심공간의 차별적 요소는 미비함. - 감성을 자극하는 요소는 있지만 체험적 요소가 낮아 사회적 측면이 다소 부족함.
D	- 상징물을 통한 시각적 요소와 랜드마크적 요소는 다소 부족함. - 옥상정원을 통해 사람들이 소통하며 정동에 관한 역사적 정보를 전달함.	- 공간의 차별화된 디자인 요소는 다소 부족함. - 공간의 문화적 재생이 잘되고 지속가능한 마감재를 사용하여 미래지향적 측면이 잘 나타남.	- 명확한 공간 구성으로 활성화되고 있고 경쟁력을 확보함. - 새로운 경험과 감성 자극 요소는 부족하여 사회적 측면이 다소 부족함.
E	- 벽돌과 패턴을 통해 역사적 정보를 시각화하여 전달함. - 부스 통한 공간마련을 하여 추가정보획득이 가능하여 역사적 측면이 잘 나타남.	- 자체로고와 그래픽요소를 활용한 차별화된 디자인 요소가 있어 미래지향적 측면이 높음. - 지속적인 마감재 사용을 통한 유지보수는 필요해 보임.	- 공간별 명확한 구획으로 전반적으로 인프라 구축이 가능함. - 자발적 체험요소와 감성 자극을 유도하는 프로그램이 있어 사회적 측면이 잘 나타남.
F	- 역사적 정보를 다양한 전시 기법을 통해 시각화하여 전달함. - 부스를 통해 공간을 마련하여 추가 정보를 획득 가능하여 역사적 측면이 잘 나타남.	- 자체로고를 사용하고 차별화된 벽체, 구조, 문양, 패턴의 디자인 요소가 있음. - 지속가능한 마감재사용하고 미래세대를 위한 프로그램이 잘 마련되어 미래지향적 측면이 잘 나타남.	- 명확한 공간 구성과 여러 기획전시를 통해 공간이 활성화되고 있음. - 자발적 체험요소가 높고 감성 자극을 유도하는 조형물과 프로그램을 통해 사회적 측면이 잘 나타남.
G	- 건물 외관에서 한옥을 통해 역사적 흔적을 나타냄. - 전시 공간 곳곳에 안내공간이 있어 정보 획득 가능하여 역사적 측면이 잘 나타남.	- 차별화된 벽체, 구조, 문양, 패턴의 디자인 요소가 있음. - 목재를 통해 지속가능한 마감재를 사용하여 미래지향적 측면이 잘 나타남.	- 핵심공간의 차별적 요소가 미비하며 커뮤니티 시설이 부족함. - 감성 자극을 유도하였지만 참여요소와 이용률이 낮아 사회적 측면이 부족함.
H	- 상징물과 기념물을 통해 역사적 정보 시각화하여 전달. - 부스를 통한 공간 마련과 정보획득 및 교류가 원활하여 역사적 측면이 잘 나타남.	- 차별화된 패턴과 디자인적 요소 사용이 미비함. - 보편적 소재 사용으로 지속가능한 마감재사용이 미비하여 미래지향적 측면이 부족함.	- 전시실 공간이 경쟁력을 갖추어 활성화되고 있음. - 다양한 프로그램으로 차별적 경험이 가능하나 감성을 자극하기에는 부족함.

5. 결론

미래유산은 도시의 정체성을 표현하는 유산으로 공간의 활성화와 미래세대에 전달할 만한 고유의 경쟁력을 갖추기 위해 스페이스 브랜딩 관점에서의 차별화된 브랜딩 전략이 필요하다. 이에 따라 미래유산 재생공간의 현장조사를 바탕으로 스페이스

브랜딩을 통한 미래유산 문화·예술 재생공간을 분석하여 방향성을 제시하고자 하였다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 스페이스 브랜딩과 미래유산의 선행연구를 고찰하여 스페이스 브랜딩의 특성 중 상위빈도로 추출된 특성을 미래유산 재생공간의 역할과 결합시켜 역사적 측면에서 시각성과 정보성, 미래지향적 측면에서 인지성과 지속성, 사회적 측면에서 관계성과 체험성으로 분류하였다. 역사적 측면은 미래유산이 가지고 있는 고유의 가치와 이미지를 시각적으로 나타내며 기억되어야 할 역사적 정보를 시민들에게 전달하는 것을 의미하며, 미래지향적 측면은 미래유산이 차별성을 가지고 미래세대에 지속적으로 인지되기 위한 정체성을 확보하는 것을 의미한다. 사회적 측면은 시민들이 커뮤니케이션을 통해 문화적 인프라를 구축하며 감성을 자극하는 경험을 제공하는 것을 나타낸다.

둘째, 미래유산 재생공간 특성의 역사적 측면을 살펴보면 과거로부터 사용되어진 건물 구조체나 벽돌과 석재와 같은 마감재와 창호 등을 통해 외관에서 과거의 흔적을 나타내고 있으며 고유의 문화 예술적인 상징물이나 랜드마크적 요소를 통해 역사적 정체성을 느낄 수 있도록 하고 있다. 그러나 일부 사례에서는 역사적 정보나 시각적 정보를 전혀 제공하지 않아 고유의 정체성을 파악하기 어려웠다. 따라서 이를 해결하고 차별화하는 방안으로써 외관에는 과거 흔적이 있으나 내부 공간에는 역사적 흔적이 나타나 있지 않은 경우 역사적 배경이 되는 공간의 정보를 텍스트 및 미디어 보드, 인포메이션 월과 같은 시각적 요소를 통해 제공해야 한다. 추가 정보를 제공받을 수 없는 경우에는 아일랜드 및 체험형 전시 기법을 통한 부스, 시각적 그래픽 요소가 있는 인쇄물을 함께 제공하는 것이 필요하다. 또한, 사람들이 해당 유산의 상징적 의미를 인지할 수 있는 기념물과 상징물을 공간 외·내부에 배치하여 고유의 정체성을 이해할 수 있도록 하는 방안이 필요하다.

셋째, 미래유산 재생공간 특성의 미래지향적 측면에서 살펴보면 공간 및 문화적 재생을 위해 사례지 모두 기존의 건물 형태를 보존하여 나타내고 있으나 일부 사례의 경우 지속가능한 마감재를 사용하고 있지 않았다. 또한, 미래유산의 자체로고와 특유의 색상과 패턴을 활용한 디자인이 적용된 공간은 타 건물과 다른 차별점을 내포하고 있으나 일부 사례는 외관과 내부 공간에서 디자인적으로 특이점이 발전되지 않아 차별화된 정체성 확보가 어려웠다. 이에 공간의 지속가능성을 높이며 특유의 정체성을 확보하기 위한 전략으로 외관은 지속가능한 마감재를 사용하여 벽돌의 패턴, 개구부의 비율 및 형태, 조경의 조화 등을 고려한 디자인적 요소를 공간에 적용시켜 차별성을 구축해야 한다. 내부 공간의 경우 공간 고유의 문양과 색상에 더하여 독특한 조형요소와 타이포그래피를 적용한 디자인 방식으로 공간을 구성하여 해당유산의 가치를 내포하는 공간과 교육 및 전시 프로그램 운영하는 방안이 필요하다.

넷째, 미래유산 재생공간의 사회적 측면에서 살펴보면 대부분의 사례에서 소통을 통해 인프라를 형성 할 수 있는 스테이지나 세미나 홀, 중앙 홀, 로비, 야외정원과 같은 공간이 제공되고 있으나 일부 사례에서는 별도의 커뮤니티 장소가 마련되지 않아 공간의 전반적 이용률이 낮고 활성화 되지 않았다. 또한, 새로운 콘텐츠를 가지고 다양한 경험을 할 수 있는 사례는 사람들의 감성을 자극하여 확장성 있는 공간을 제공하였지만 자발적으로 참여할 수 있는 프로그램이 부족한 사례의 경우 공간 구성이 한정적이었다. 이에 미래유산이 사회적으로 관심을 얻고 접근성을 높일 수 있는 브랜딩 방안으로 해당 공간에 적합한 문화 커뮤니티 공간을 마련해 개방감 있게 조성하고 공간의 핵심장소에 전시, 워크숍, 토크 형식을 가진 특별 프로그램을 기획하여 차별화된 경쟁력을 확보하고 확장성 있는 공간으로 활성화를 유도해야 한다. 또한, 과거의 전경과 오래된 형태의 외관, 시대를 상징하는 조형물을 통해 감성을 자극할 수 있는 요소가 필요하며 자발적 참여공간으로 능동적인 접근을 유도할 수 있어야 한다.

다섯째, 미래유산 문화공간을 사용용도에 따라 복합문화공간, 공연장, 미술관 및 박물관, 문학 및 기념관으로 구분하여 사례를 분석하였으며 각 분야에 따른 공통점과 차이점이 있었다. 사례지 모두 노후화된 환경을 보수하여 미래세대에 전달할 만한 고유의 프로그램을 통해 정보를 제공하고 교류할 수 있는 커뮤니티장소가 존재하고 있다는 공통점이 있었다. 반면, 분야별 차이점이 있었는데 복합문화 공간의 경우 타 사례에 비해 문화적 교류를 할 수 있는 공간이 많이 형성되어 있었지만 커뮤니티에 초점을 맞추어 역사적 정보전달이 부족하고 고유의 상징을 표현한 시각적 요소가 부족하여 역사적 측면에서의 전략이 필요하다. 공연장의 경우 다른 사례에 비해 핵심공간이 명확해 공간의 정체성을 확보하여 경쟁력을 갖추고 있지만 랜드마크적 요소가 미비하여 공연장 외 다양한 문화 인프라 형성이 부족하였다. 이에 공연장 외 문화 인프라 형성을 중심으로 차별성을 높이는 사회적 측면에서의 방안이 고려되어야 한다. 미술관 및 박물관의 경우 전시를 목적으로 하여 다양한 전시기법을 통한 능동적 정보 획득이 가능하였지만 차별화된 내부 디자인 요소가 부족하여 미래지향적 측면에서의 전략이 필요하다. 마지막으로 문학 및 기념관의 경우 과거 인물에 대한 기념을 주요 목적으로 하여 역사적 배경을 전달하는 시각적 표현이 잘 적용되었지만 커뮤니티 공간 구축이 미비하거나 디자인적인 차별성이 부족한 사례가 있어 미래지향적, 사회적 측면에서 보안 방안이 필요하다.

본 연구는 서울시 미래유산 중 문화공간의 재생공간을 중심으로 사례를 분석하여 공간의 정체성을 확보하고 문화적 가치를 미래세대까지 전파하기 위한 방향성을 제시하였다. 역사적, 미래지향적, 사회적 측면에 모두 공간에 적용되었을 때 미래유산의 고유 정체성과 가치가 극대화되어 공간이 활성화되는 것으로 파악되었다. 본 연구는 미래유산과 스페이스 브랜딩을 결합한

연구이지만 서울을 중심으로 사례대상지 8곳에만 한정지어 분석하였다는 제한점이 있다. 이에 향후 연구에서는 본 연구의 사례대상과 유사한 해외 사례를 비교 분석하는 연구를 추가로 진행하여 보다 구체적이며 심층적인 미래유산의 브랜딩 발전방향성을 제시하는 연구로 이어지기를 기대한다.

참고문헌

- Bae, J. G., & Yun, Y. K. (2020). A Study on SPA Store Design for Space Branding. *Korean Institute of Interior Design*, 22(1), 54-59.
- Cho, E. Y. (2016). How to preserve urban memory? - A case study of the seoul future heritage project. *Korean society of arts and cultural management*, 9(2), 31-51.
- Cultural policy division (2015). The seoul metropolitan government ordinance on the management and utilization of preservation of future heritage.
- Cultural policy division (2021). Status of seoul's future heritage designation.
- Jeung, Y. H. (2017). Expression Characteristics of Korean Buffet applied Space Branding - Focusing on the Korean Buffet in Seoul City -. *Korean Institute of Interior Design*, 26(3), 91-100.
- Kim, J. S., & Kim, B. K. (2021). A Study on the 6th Industry Service Space Design Applying Space Branding. *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*, 16(7), 351-363.
- Kim, J. S., & Kim, B. K. (2022). A study on the application of space branding elements to build urban branding - Focused on the local public cultural space in ulsan city. *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*, 17(1), 393-406.
- Kim, J. Y. (2020). Space Branding. Seoul: Threechairs.
- Korea Institute for Policy Competence (2021). Research on preservation, management and utilization of future heritage. <https://sopa.or.kr/>
- Kweon, Y. J. (2016). A study on the spatial regeneration based on place memory: focused on the future heritage in Seoul.. *Hongik University Graduate School, doctoral dissertation*.
- Lee, S. H., & Lee, J. K. (2018). A Study on the Space Branding of Lifestyle Shop Using Experience Elements. *Journal of the Korea Institute of Spatial Design*, 13(6), 359-370.
- MOLIT (Ministry of Land, Infrastructure and Transport) (2022). Urban regeneration policy division, Special act on the urban revitalization and support.
- Moon, S. I. (2019). A study on the characteristics of the branding expression of the home furnishing store space according to the lifestyle change. *Kookmin University Graduate School, Master dissertation*.
- Park, H. A., Moon, B. G., & Kim, J. Y. (2022). A Study on the Expression Characteristics of Cosmetic Flagship Store with Space Branding. *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*, 17(4), 147-158.
- Park, M. H., & Zo, H. M. (2020). Analysis of Branding Activity Trends Using the Space of Domestic Enterprises - Focused on Maxim Plant, Amore-Seongsu and BEAT360 -. *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*, 15(8), 37-48.
- Park, S. H., & Yoon, J. E. (2021). A Study on the Spatial Characteristics of Regenerative Design in Cultural Space. - Focusing on the Seoul Metropolitan Government Museum project-. *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*, 16(7), 339-350.
- Ryu, S. H., Hwang, Y. S., & Kim, T. Y. (2022). A Case Study of Industrial Heritage Regeneration Space from the Perspective of Space Branding. *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*, 17(4), 85-97.
- Seoul Metropolitan Government (2022). Cultural policy division of cultural headquarters. Seoul future heritage. <https://futureheritage.seoul.go.kr/web/main/index.do>
- Sin, H. W. (2019). A study on the utilization plan for the continuation of future heritage : focusing on the field of civic life. *Kongju University Graduate School, Master dissertation*.

[논문접수 : 2023. 01. 04]
[1차 심사 : 2023. 01. 29]
[2차 심사 : 2023. 02. 06]
[게재확정 : 2023. 02. 20]