



사례를 통해 본 테마파크 내 공공성 회복 방안 연구

The Plan of Recovering Publicness in Theme Park Space through Case Study

김내리* · 성이용**

Nae-Ri Kim* · Lee-Yong Sung**

* Assistant Professor, Dept. of Interior Environment Design, Dongyang Mirae Univ., South Korea (naeri79@naver.com)

** Corresponding author, Assistant Professor, Dept. of Architecture, Dong-A Univ., South Korea (leerick@dau.ac.kr)

ABSTRACT

Purpose: As we entered, 21th century, various types of theme parks are being planned and constructed with the aim of developing various leisure spaces. However, most of theme parks are developed, as commercial facilities in terms of business, the theme parks as a public space has been disappeared. So the purpose of this study is to present a public-relief plan for theme parks out of business view. **Method:** The method of research as follows, this study starts from how to set the concept of the publicity at the space design. Based on the analysis the period, research and literature research, we draw the type of securing publicity at space design, Through the this analysis frame, the cases by the each type are suggested and the characteristics are analyzed. **Results:** The publicity is consisted of 4 concepts-public service, public interest, fairness and public opinion. From spacial point of view, the characteristics of publicity are openness, inclusion, communication. And transparency and neutrality are pursued on the process. The theme park cases by the each type are analyzed through these framework, we can examine the applicability of the publicity recovery at theme park. Now theme park hinders the development of the public space having publicity, the design approach through these diversified frameworks is needed for expansive theme park development.

© 2021. KIEAE all rights reserved.

KEYWORD

테마파크
테마파크적 공공공간
공공공간, 공공성
역공간

Theme Park
Theme-Parked Public Space
Public Space, Publicity
Reverse Space

ACCEPTANCE INFO

Received Mar. 27, 2021

Final revision received Apr. 9, 2021

Accepted Apr. 14, 2021

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

21세기 본격적인 여가사회의 전환으로 다양한 여가 공간의 개발이라는 목적하에 다양한 형태의 테마파크가 계획, 건설되고 있다.

테마파크와 응용된 테마파크적 공공공간¹⁾에 대한 원류는 디즈니랜드에서 찾을 수 있다. 미국에서 자생한 테마파크는 경제적 측면에서 미국 산업의 체질화된 구조적 특성과 시류적 적합성으로 인해 번성하였다. 디즈니식의 테마파크에 대한 많은 비판이 있었지만 연이은 괄목할 만한 성과로 인해 결과적으로는 디즈니랜드의 성공, 그 신화적 사례로 인식되고 있다. 이와 같이 디즈니식 테마파크는 철저한 판-옵티콘의 체계에 근거한 공간 구성 문법과 그로 인한 강력한 통제성, 인간 삶의 유리로 요약되는 비판의 쟁점이 되는 논점들이 있다.[1] 또한 전문가들의 생산적인 비판이 충분히 이루어지기도 전에 우리 사회는 이미 디즈니가 보여준 경제적 효과에만 방점을 두었고 이후 현재까지 다양한 일상의 공간에도 테마파크적 관점과 기법으로 공간을 생성하는 것이 일반화 되었다.

이후 문제들이 생겼는데 기업들은 그들의 경제적 목적 하에 기법이 미국과는 다른 체질을 가지고 있는 자신의 장소에 기계적으로 적용하면서 자금과 기술 등의 측면에서 순환적 지속가능성을 확보하

지 못해 수많은 테마파크 공간이 세워졌다가 혹은 계획 단계에서 사라져가는 많은 문제점을 양산하였다. 예로 일본의 90년대에 일어났던 테마파크 붐과 이후의 양상들이 이를 잘 보여준다. 한국에서도 이러한 양상을 그대로 답습하는 모습을 보이다가 전처를 교훈 삼아 주춤한 양상을 보이고 있으며, 대안적 개념으로 도심 내 대형복합시설에 소규모의 실내테마파크를 건설하거나, 복합시설 내 혹은 외부 공공공간에 테마파크적 문법을 이용하여 공간을 계획하여 디즈니화된 공공공간을 만들어내는 현상들을 나타나고 있다. 이는 공공성을 지닌 '진정한 공공공간'이 사라지고 상업주의적 공간이 그 빈 곳을 메우게 되었다는 것으로 해석 할 수 있다.

또한 본래의 공공공간은 자신의 생활세계 속에 위치하고 있으며 자신의 일상을 타인과 공유하는 공간으로 자리하고 있으며, '타자'와의 만남이 발생하는 공간이기도 하다. 이곳에서는 여타 역 공간에서 발견할 수 있는 배제나 감시의 논리는 존재하지 않아 우연적 사건이 일어날 수 있는 가능성을 함유한 공간이다. 테마파크는 비판의 관점에 앞선 경제적 성과와 시의적 적절성으로 무방비 상태의 현대 공공공간에 지배적인 역할을 행사하고 있다. 이에 현대 일상 공간의 테마파크화로 야기되는 진정한 공공성 상실에 대해 다시 공공성의 가치 기준으로 바라보아 그 대안적 가능성을 모색하는 것은 의미가 있다.

본 연구는 공공 영역, 공공성의 왜곡의 관점에서 대표 사례로 인식되는 테마파크를 중심으로 연구한다. 테마파크의 자체의 특성에 대한 분석에서 시작하여 그 방법적 특성을 이해하며, 테마파크에 대

해 공공성의 가치 기준으로 바라보아 본연의 공공성, 공공적 기능을 담당하는 공간으로의 회복을 찾고자 한다. 이러한 시도는 궁극적으로 여러 가지 비판적 논의를 뒤로 하고 하나의 산업과 공간으로 성장해 파급력을 갖게 된 테마파크에 대해 연구이다. 그 시작을 테마파크에 대한 공공성 확보에 연구의 목적으로 진행한다.

1.2. 연구의 방법 및 범위

본 연구는 현대의 공공공간 중 하나인 테마파크에서 나타나는 문제점을 파악함에서부터 테마파크의 개념을 정의하고 전개 양상에 나타나는 개념적 확장을 짚어본 후 공공 영역에서의 테마파크화 경향으로 왜곡되어가는 문제점을 선행 연구와 문헌 연구를 기반으로 하여 분석 한다. 이와 병행하여 공공공간 내 공공성 회복을 위해 적

용 기준으로 사용할 공공성의 개념을 설정한다. 공공성은 오랜 시간을 거치며 다 학문적으로 연구되어온 개념으로 그 중에서 공공공간 즉, 건축 디자인의 관점에서 공공성의 개념을 어떻게 설정할 것인가가 중심 내용이며, 선행 연구와 문헌에 대한 고찰을 기반으로 한다.

본 연구에서는 현대적 공공성의 개념인 공론적 공공성에의 접근 개념을 첫째, 영역의 공공성, 둘째, 주체의 공공성, 셋째, 이유제시의 공공성 그리고 마지막으로 절차의 공공성으로 나누어 고찰한 선행 연구의 관점을 기반으로 공간 디자인에 있어 공공성의 개념을 각각의 관점에서 설정·제시한다. 이렇게 만들어진 공간 디자인에서의 공공성 개념을 틀로 하여 각각의 개념을 구현하고 있는 테마파크 공간 사례를 제시하여 테마파크와 테마파크적 공간들에 대한 특성을 분석하여 결론을 도출한다.

Table 1. Theme park definition

Autor	Theme park definition	Core content
J. Cameron	Tourism industry ranging from expositions to amusement parks, government or regional fairs, museums or zoos or other non-profit facilities	One of the tourism industry
A. Millman	A place that creates an atmosphere of different spaces and times, and concentrates the dominant atmosphere by harmonizing buildings, scenery, trained personnel, vehicles, food and beverages, and products to the selected theme.	Theme setting/ Obstruction/ Overall directing/ Extraordinary
H. Vogel	A business that sells experiences by inducing joy or interest	Play space
Freyer	An artificial park that offers tourists a new form of leisure	Obstruction/ Overall directing/ Extraordinary
George Torkildson	A park popularized in the United States after Disneyland, with its philosophy of uniqueness, cleanliness, cleanliness, and stability, and these produce fantasy, magic, escape, and interest.	Theme setting/ Tightness/hygiene/general presentation/irregularity
R. K.Lyon	A building consisting of themed areas as well as clean and high-quality scenery and ride facilities	Theme setting/ Hygiene/ Presence or absence of vehicles
Marriot	A place for family entertainment aimed at a special theme or historic site that combines entertainment, products, winds, and extensions of architectural styles to create an atmosphere that evokes fantasy.	Theme setting/ Hardness/ Overall directing/irregularity
Korea Tourism Organization	An area where you can experience various experiences in itself as a family-oriented park that is operated in a specially created environment and atmosphere and becomes a destination in itself.	Theme setting/ Tightness/Overall Directing/Extraordinary
American Real Estate Research Organization	A family-oriented amusement park operated in a specially created environment and atmosphere	Theme setting/ Tightness/ Overall Directing/Extraordinary
Yeon taek Lee	A place that provides healthy family entertainment based on grills and fantasy and themes in a clean and clean atmosphere.	Theme setting/ Tightness/hygiene/general presentation/irregularity
Jae seon Jeong	An enormous closed space that transcends time as a form of a leisure park in which a certain theme is added for better interest in existing amusement and amusement facilities, and a specific theme is set and an atmosphere is created to organize the whole in a consistent manner.	Theme setting/ Hardness/ Overall directing/irregularity
Jae min Kim	It has a special theme to be observed, and is provided as a place for family entertainment, including museums, viewing halls, and other cultural facilities, and fascination, escape from reality, fame and excitement with excellence, cleanliness, kindness, and safety as management hearings. Create a fantastic atmosphere	Theme setting/ Hardness/ Hygiene/ Overall directing/irregularity
Seo ho Um, Cheon beom Seo	Leisure facility that creates an entire environment with a certain theme while creating the entire space through shows and events.	Theme setting/ Presence/absence of vehicles/irregularity
Young soo Lim	A park that provides visitors with an experience outside of daily life using appropriate materials with a theme	Theme setting/ Comprehensive directing/closing/irregularity



Fig. 1. Warner Bros. and Theme Park Six Flags, a movie company owned by Time Warner, and Paramount's Theme Park Kings Chain



Fig. 2. Theme park-like public space (station space)_Gimpo Airport Lotte Mall

2. 테마파크의 원류와 변용의 과정

2.1. 테마파크의 정의와 개념의 발전

1) 테마파크의 정의

본 연구에 앞서 테마파크의 정의를 살펴 보면 테마파크의 정의와 더불어 선행연구에서의 중심 내용 및 영향을 주는 요인은 다음과 같다.

선행 연구의 정의에서 과반수 이상의 내용에서 공동된 특성을 분석하면 우선 테마가 존재하고 그에 준해서 공원 내의 어트랙션, 음식 시설, 분위기 등이 통일되어있고 그러한 총체적인 사상에 대해 그곳을 방문하는 사람은 일상의 생활에서는 없는 세계를 체험할 수 있는 특징이 나타난다. 즉 영화와 마찬가지로 기승전결의 이야기 전개가 명확하여 손님들이 자신을 잊고 빠져드는 듯한 흐름을 만들어 내는 것 [2]이다. 결과적으로 특정 테마의 설정과 이것으로 집중되는 총체적 연출, 이로 야기되는 폐쇄성, 마지막으로 이러한 환경에서 체험하는 비밀상성이 테마파크의 개념을 설명하는데 있어 핵심 요소라 할 수 있다. 이에 테마파크는 기초 방식에 있어 통일적 혹은 배타적[3]이라는 점이 타 공간 형성 방식과 차별되는 점이다. 테마가 있고, 의도화된 총체적 연출이 있으며, 그에 기반하여 비밀상성을 추구한 현대 공공공간들을 많이 찾아 볼 수 있는데, 이는 상업적의 관점에서 하나의 유용한 방식으로 여겨져 현대 공공공간의 대표적 기법이 되었고 결론적으로 이는 공간의 테마파크화이다. 동시에 테마파크 사례에 대한 범주 기준으로 분석 한다. 이와 같이 테마파크는 이 개념을 바탕으로 어트랙션, 식음, 상품, 이벤트 시설 등의 일련의 체험을 위한 시설이 총체적으로 계획된 곳으로 정의한다.

2) 테마파크적 공공공간으로의 진화

세계의 기업과 국가는 테마파크의 유치와 건설을 통해 경제적 관점에서의 성공 신화를 체험하게 되었다. 예시로 도쿄 디즈니랜드의 성공으로 촉발된 일본 내의 테마파크 붐 현상은 한때 일본 내 200개가 넘는 테마파크 건설이 있었다. 일본의 예와 같이 테마파크 건설을 추진하는 배경에는 자치단체들의 지역 활성화의 목적, 기업의 유희지 활용과 인재의 활용이라는 측면, 소비자의 여가를 즐기고자 하는 라이프 스타일의 변화와 쉽게 접근 할 수 있는 대중 오락의 욕구 등이 있다.[5] 이러한 배경적 설명에는 테마파크 산업에 대한 시의적 적절성이 전제 되어 있는데 이는 한편의 시각에서는 이상화된 해석이라 여겨지기도 한다. 사실 테마파크 산업은 미국을 중심으로 고도로 발달한 산업으로 모든 기술과 계획 노하우는 미국에 있다. 미국의 테마파크 기업 구조를 살펴보면 영화 산업과 미디어 산업에 기반을 둔 회사가 테마파크를 소유하는 구조를 볼 수 있다. 이는 영화나 다양한 미디어 산업에서 이상화된 현실을 구현하는 기법적인 부분이 테마파크 구현의 핵심 기술이 동일한 기술에 기반하고 있기 때문

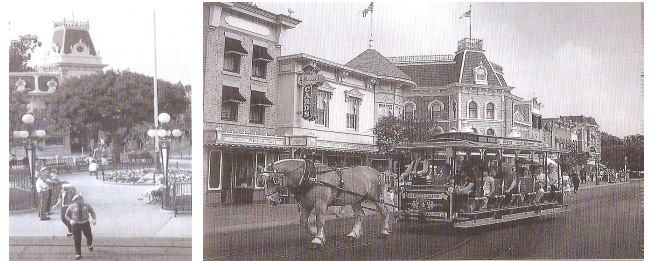


Fig. 3. A theme park that exists with control and surveillance under thorough planning



Fig. 4. Disneyland festival used as a consumption promotion device

이다.[5] 미국은 역사적으로 영화 산업이 발달하여 특유의 문화를 형성하여 온 체질적 특성을 가지고 있는데, 여기서 테마파크 산업은 기업의 사업적 관점에서 '인력과 기술의 재활용'을 통한 산업이라고 말할 수 있겠다. 결과적으로 미국은 테마 파크 건설을 통해 과잉 축적된 인력과 기술 노하우를 한계에 다다른 내부에서 벗어나 외부에서 소비 할 수 있도록 유도해야 했으며, 시의적 적절성을 확보하면서 전 세계로 확산시켰다.

하지만 테마파크 산업은 미국과 같은 구조 하에서 지속적인 컨텐츠 개발이 이루어질 수 있고, 지속적 투자 자본을 확보할 수 있는 것으로 이러한 배경이 없는 곳에서 지역 활성화 및 기업의 사적 보유 자산의 활용이라는 배경에서 적용되었을 때 초기 투자비용과 유지비용이 상대적으로 큰 테마파크 사업이 지속성을 갖기는 힘들다. 이에 테마파크 구현에 있어 축적된 '사람을 환대하는(엔터테인먼트)' 기술을 다른 사업에도 응용[5] 한다는 사고로 진화하게 되었다.

2.2 테마파크와 테마파크적 공공공간에 대한 비판적 시각

1) 공공공간의 하나인 테마파크에 대한 비판

다이앤 기라도는 그의 저서에서 디즈니랜드식 공간에 대해 피상성, 역사화된 패스티쉬, 현실 도피, 공허한 판타지 등의 관점에서 비판하였다. 특히 공공공간의 변질을 가져온 두 가지 관점에 대해 언급하는데, 첫째는 공공공간에서의 우연적 사건 발생을 억제하는 감시와 통제이며, 둘째는 소비의 관점으로 재편된 공공 공간화이다. 기라도는 디즈니가 철저하게 판-옵티콘의 체계를 계승한다고 말하며, 테마로 포장된 환경은 계획한대로 항상 청결하게 변함없이 유지되며, 시간의 경과에 따른 어떠한 변화나 발전도 찾아 볼 수 없다[1]고

말한다.

즉, 철저한 군중 통제와 정교한 마케팅 기술에 의해 관리되어 결과적으로 자발성은 사라지고 공공공간에서의 우연적 사건 발생은 기대할 수 없게 되었다. 또한 공공공간의 형성 문법이 공익에서 소비로 전환되어, 대표적으로 공공성을 함의하던 사회문화적 맥락의 축제는 디즈니에서 허구적인 행위일 뿐으로 허무함을 남기는[1] 소비 촉진 장치라고 말하였다.

이러한 비판적 시각에도 불구하고 디즈니랜드에서 실현된 공공공간, 업무 공간, 도시에서의 접근 방식은 경제적 이익의 관점에서 볼 때 이점이 있어 개발업자와 건축가에게 건물과 공공공간을 평가하는 기준으로 매력적인 것이 되었다.[1]

2) 테마파크적 공공공간에 대한 비판

현대 도시 내에 공공공간이 디즈니랜드와 같이 상품화되고 있다는 점에서 비판은 시작된다. 삶의 공간에 소비의 관점의 침투는 각종 소비를 유도하는 자극적 이미지들로 인해 사람들은 감각적 과부하 상태에 놓이게 되고 일시적 만족감 이후 공허와 욕구불만, 나아가 정치적으로 무력한 상태에 빠질 수 있다[6]는 점에서 비판의 대상이 된다.

이러한 공간의 상품화의 과정을 거쳐 등장하는 것이 소비 공간인 사적공간이 광장이나 공원과 같은 공적공간과 결합하여 만들어내는 역 공간2)이라고 기라도는 말한다.[7] 대형 쇼핑몰, 백화점, 아울렛 매장 등은 '사적인 공공공간', 즉 대중에게 제공된 공공공간이면서 사적으로 소유되고 관리되는 공간들이 등장하고 있다. 대형 백화점 건물 앞에 위치한 광장은 지하철이나 대중교통과 연결되어 누구나 쉽게 접근할 수 있어 그곳은 '일상 속 광장'과 같이 느껴지지만 디즈니식의 공간의 패스티지, 감시와 배제의 논리를 통해 특정 계층이나 집단에게 자신들이 그 공간에 접근하는 것을 배제하고 있다.[7] 이것이 테마파크적 공공공간이며, 그 한계점은 여기에 있다.

현대 공공공간은 역 공간을 바탕으로 고착화된 도시 경관을 만들어 내고 있다. 이것의 문제점은 과거 도시경관이 가질 수 있었던 불확정성, 축제와 동요 등의 초 일상적 행위들과 발생할 수 있는 공간 자체를 제거하고 고정된 형태와 규범을 부과한다는 것이다. 결과적으로 대중의 참여가 결여된 짜여진 공공공간이 되는 것으로 진정한 공적공간의 종말을 암시[7]하는데 그 한계점이 있다.

3. 공간에서의 공공성의 개념

공공성에 대한 개념은 정치, 사회학적 관점에서 주로 논의되고 정의되어 오다가 최근 경제, 건축 등의 학문의 분야로 논의가 확대되는 양상을 보이고 있다. 각 학문의 영역에서는 공공성의 원론적 개념을 학문적 특성에 맞추어 개념을 정리하고 접근의 틀을 갖추어 가는 양상이다. 이에 본 연구에서는 테마파크, 테마파크적 공공공간에 대해 공공성의 가치로 바라보아 대안을 모색하기 위해 건축, 도시 공간에서 적용가능한 형태로 '공공성'의 가치와 개념을 정립한 선행연구를 조사하여 공공성 기준의 주요 가치가 무엇인지 검토하고, 이를 기반으로 현대 사회로 진화하면서 현대적 공공성의 개념으로 확장된 이론적 내용을 고찰하여 기존의 방향에 첨가하여 현대적 공공공간에

대한 공공성 개념의 틀을 분석하였다.

3.1 건축, 도시공간에서의 공공성 관련 선행연구

국내에서의 건축, 도시공간의 '공공성'에 대한 연구는 1990년대부터 서서히 진행되었으며, 다양한 분야에서의 연구는 2000년대부터 본격적으로 진행되기 시작되었다. 건축, 도시 공간의 공공성 관련 연구들은 대부분 건축, 도시 공간에서의 공공성을 증진 또는 향상시키기 위한 것을 목적으로 설계 기법이나 공공성 확보 방안 등을 제시하고 있다. 최근까지 Table 2.에서 제시한 바와 같이 크게 공공성의 개념, 공공성의 연구대상, 공공성의 평가 방법 등의 연구가 진행되고 있으며, 이 중에서도 공공성의 평가 방법은 조성된 공간이나 건물의 결과 및 물리적인 측면에 치우쳐있다는 한계를 보이고 있다.[8]

3.2. 공공성의 개념 변화와 현대적 공공성의 특징

공공성에 대한 논의는 현재에 이르면서 개념들이 추가되었는데 공공성의 개념을 재정립하면 크게 세 가지로 분류될 수 있다. 첫째는 공공기관에 의한 행위를 강조한 공적 측면에서의 공공성, 둘째는 다

Table 2. Prior research on publicity in architectural urban spaces

Division	Autor	Research Content
Public concept	Younggu Lim(2002) Eunyoung Jang(2002) Heewon Choi(2002) Jeongsuk Seo(2001) Sangwoon Han(2000) Snagin Lim(1997) Jeong Seok(1994)	The concept of the public domain as an object of which publicity can be mentioned in architecture and urban spaces is not determined simply by whether the owner of the space is a ball or a person, but is established in the social relations and actions in a given space. It stipulates that the boundaries of the domain are being converted and expanded with the concept of blurring
Public Research subject	Changgu Jeong (2008) Wangsik Kim(2006) Kiwon Choi(2005) Jihye Yoon (2005) Hongyeong Cha(2005) Byeongjoo Park(2003) Heewon Choi(2000) Sangwoon Han(2000) Seok Jeong(1994)	Publicity research on the publicity of office buildings, which occupies most of the publicity of architectural urban spaces, is a matter related to the publicity of the exterior space of the building. It classifies the type by extracting the factors that make up the building, and presents a cooperative urban design approach through analysis of the publicity of the exterior space of the building.
Public Assessment Methods	Jihye Yoon(2006) Kwangho Son(2005) JeongHyung Lee(2005) Seongjun Jang (2005) Jungjin Shin(2004) Kiwon Choi(2004) Jongguk Yoon(2003) Sangho Lee(2002) Seyong Kim (2002)	A method of evaluating the publicity of an architectural urban space is established, and the method of evaluating the physical status of the created space is mainly based on an indicator that evaluates the publicity set through a current status survey and a questionnaire. Here, the items set as indicators for evaluating publicity vary somewhat from study to study, but in general, 'openness', 'accessibility' and 'comfort' are selected, as well as connection, aesthetics, and location in common.

수의 일반 사람들에게 공통되고 보편적으로 관련되는 행위로서 공익적 측면에서의 공공성, 셋째, 시민이 함께 공유하고 접근이 용이한 성질로서 공정적 측면의 공공성이며, 현대적 공공성의 개념은 문화적 측면의 공론적 자율성을 강조한 공론적 측면의 공공성까지 포함하여 구성된다.[8]

최근에 대두되고 있는 공공성은 공적, 공익, 공정의 개념에 공론의 개념이 더해지고 그 비중이 커지면서 공공성을 향유하는 주체인 시민의 요구와 의견이 많이 반영되고 있다. 이는 공공성의 개념이 행정, 제도적 공공성, 정치, 경제적 공공성, 윤리, 가치규범적 공공성, 그리고 사회, 문화적 공공성으로 점진적으로 확대되고 있음을 의미한다. 그러므로 공론적 공공성의 주체는 곧 새로운 공공성의 주체가 되며 또 다른 의미의 공공성 기반이 되는 것이다.[8] 즉, 지금까지 배제되었던 시민의 참여를 통해 공공성을 구현하는 것이 중요하다는 것이며, 정부나 국가의 역할은 지원, 조력자의 역할로 변환되는 데 이것이 현대적 공공성의 핵심 내용이다.

3.3 건축, 도시 공간에의 현대적 공공성 개념의 접근

현대적 공공성 관점으로 공간 디자인에 접근하는 틀로서 본 연구에서는 이준형이 제시한 공공성 개념에서 시작하고자 한다. 현재 공공성 개념 정립은 현재 공론화된 정도의 상태로 공간 디자인에서는 아직 공공성의 개념의 합의가 명료하게 이루어지지 않았다. 이에 다학제적으로 논의되고 있는 다양한 관점의 수용이 필요하다 판단하였고, 그 중 공공성을 영역의 공공성, 주체의 공공성, 이유의 공공성 그리고 절차의 공공성이라는 네 가지 접근 방식으로 분류한 중앙대 법대 이준형 교수의 관점은 공공성의 조형적 발현에만 치중하는 것이 아닌 프로세스적, 동시적 관점을 포괄하여 현대적 공공성인 공론적 측면으로 공간에 대해 접근할 수 있다고 판단되어 이 개념적 접근을 기초 틀로 사용한다.

다만 인문학적 배경에서 사용된 언어가 즉각적으로 공간 디자인의 공공성의 개념을 설명해주기에는 명료하지 못하기에 이 관점을 기반으로 공간에서의 공공성을 드러내는 핵심 개념을 함의한 단어들로 재정립하여 다음 장에서 사례와 함께 개념을 설명하고자 한다.

	Step 1	Step 2	Step 3	Step 4
concept	Public side	Public interest side	Public Fair side	Public opinion side
Target	Country/Government	Public object	Public goods/Information	Public opinion
Role	National diversion - Control & regulation - Public Service	Commonality diversion - General benefit - Universal benefit	Sharing diversion - Cognitive - Dishness	Estimate autonomy - Social equality - Public autonomy
Characteristic	Dimensional publicity(Administration/Institution)	Dimensional publicity(Politics/Economy)	Dimensional publicity(ethics)	Dimensional publicity(Social/Culture)

Fig. 5. Changes in the concept of publicity <Contemporary concept of publicity>

4. 사례를 통해 본 테마파크 내 공공성 회복 방법론 제안

앞에서 살펴본 공공성에 대한 영역, 주제, 절차, 이유제시의 공공성을 토대로 공간디자인에 있어 공공성을 각각 네 가지 측면에서 설정하여 정리하면 다음과 같다.

4.1 영역 측면의 공공성 <개방성>

1) 영역 측면의 공공성 <개방성>

영역적 측면에서의 공공성 논의의 핵심은 사적 영역에서의 공적 영역화와 공적 영역에서의 사적화이다. 즉 공과 사의 영역의 극단적 분리보다는 서로의 관점에 대한 수용으로 보다 풍부하고 실용적인 공공성을 구현하고자 하는 것이다. 이에 '사적영역'은 '순수 사적영역(Private Area)'과 '반사적 영역(Semi-Private Area)'로 '공적영역'은 '순수 공적영역(Public Area)'과 '반공적 영역(Semi-Public Area)'로 나누어, 그중 현대적 공공성이 반영되고 있는 반사적 영역과 반공적 영역에 대해 사례와 함께 공공성 회복을 어떻게 추구하고 있는지 보고자 한다.

'반사적 영역'은 사적영역의 특징이 갖지만 불특정 다수인 대중에게 영향을 미치거나 그들에게 개방되어지는 공간을 의미한다. 반대로 '반공적 영역'은 공적영역 가운데 특정배려 대상이나 목적을 갖는 공간을 의미한다.[10] 이처럼 이전에 명확히 구분되어지던 사적영역과 공적영역이 서로 침투하며 반사적 영역과 반공적 영역을 형성하고 있으며 그 공간 특성의 관계는 <그림 6>과 같다.

이러한 내용에 기반하여 볼 때, 영역 측면의 공공성은 공적영역과 사적영역의 경계가 상호 역할 침투로 일부 허물어짐에 있다. 이에 공간 디자인에서의 공공성의 첫 번째 개념으로 영역의 탈 경계성에 기반한 '개방성'을 설정한다.

2) 테마파크 사례를 통해 본 '개방성'의 구현 방법

'반사적 영역(Semi-Private Area)'의 구현으로 탈 경계화하여 개방적 공간으로 공공성을 회복한 사례로 LA 유니버설 스튜디오 시티 워크이다. 유니버설 스튜디오 할리우드는 영화 촬영 세트를 트램을 타고 관람을 하던 초기의 형태에서 발전하여 영역적 측면에서 폐쇄성을 지니는 테마파크의 전형적인 형태를 갖추게 되었다. 이후 유니버설 할리우드는 상업적으로 성공하여 확장의 필요성을 느끼게 되었으나 지형 조건상 파크의 확장에 어려움을 겪게 되었다. 이에 크게 레벨차로 인해 구분되는 3단의 영역 중 제일 하단에 리테일과 레스

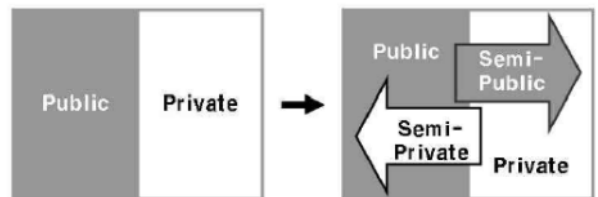


Fig. 6. Publicity in terms of territory



Fig. 7. Universal Studios City Walk

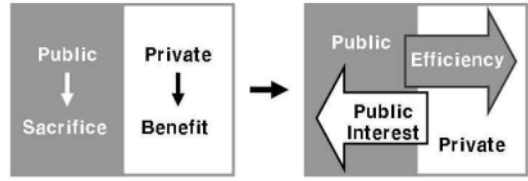


Fig. 9. Publicity on the subject side



Fig. 8. Yoshinogari Historical Park, Saga, Japan.



Fig. 10. Give kids the world

토랑이 집합되어 있는 대규모 상업 지역을 구축하게 되었다. 테마체험, 몰입, 그리고 이후의 감흥을 이용한 소비 촉진이라는 테마파크의 일반화된 소비 구조를 생각할 때, 다소 공간적으로 떨어져있고 집단화되어 있어서 새로운 형태라고 보여질 수 있었다. 유니버설 스튜디오는 이 상업지구를 파크 외부로, 즉 입장료를 내지 않아도 테마 상업지구를 즐길 수 있는 구조로 보다 많은 대중을 향해 열린 공간으로 계획한다. 이에 자연스럽게 사적 영역에서 반 사적 영역의 역할로 전환되었다. 특히 영화세트와 테마파크의 원류라는 장소적 특성을 살려 일반 상업물에서 볼 수 없는 테마 상품점 컨셉에 집중하여, 독특한 주체의 제품들을 구입할 수 있는 지역적 명소화하였다. 이에 자연스럽게 이곳은 지역사람들이 사랑하는 지역의 특성을 담은 공공공간이 되었다.[5]

‘반공적 영역(Semi-Public Area)’의 사례는 일본 사가현 요시노가리 역사 공원을 들어 설명해 보고자 한다. 요시노가리 역사 공원은 역사 유적지를 공원화하여 테마파크로 발전시킨 사례로 지역 주민의 노력이 밀거름이 되었다. 야요이 시대 최대의 유적지인 이곳에 파크 설립의 목적은 유적 보존과 활용 증진이었다. 초기에는 국가와 현이 함께하여 역사의 복원 학술적 가치로의 접근이 주된 관심사였으나 이렇게 개발된 곳을 보편화하여 대중의 관심을 받도록 하기 위해 테마파크로의 전환을 시도하였다.[4] 국가와 지방자치단체가 관리, 주도한 파크로 사업과정에서의 지역 주민의 참여같은 주체적 측면의 공공성이 아닌 공적 영역이 사적 영역화 되면서 오히려 공공성의 측면을 더욱 확보하게 된 사례이다.

4.2 주체 측면의 공공성 <포용성>

1) 공간 디자인에서 공공성 <주체 간 ‘포용성’>

‘주체의 공공성 이론’에서 주체를 ‘사적주체’와 ‘공적주체’로 나누어 ‘사적주체’는 개인의 이익과 행복을 목표로 생활하는 반면 ‘공적주체’는 공공의 이익을 위해 손해를 감수한다고 보고 있다.[10] 공간 디자인에 있어 공공성의 주체는 공간 요소를 개발·관리하는 개인이나 이익단체로 특정집단의 사적 생활이나 이익을 창출하기 위해 노력하는 ‘사적 주체’와 공간 요소를 개발·관리하는 정부 혹은 공익단체로 개발에 따른 직접적 이익보다는 공공의 생활편의와 안전 등 공

공의 이익을 실현하는데 목적을 둔 ‘공적 주체’로 나눌 수 있다.[10]

최근 민자도로 개발과 같은 사례를 보면 기존에 공공의 이익을 위해 개발·관리되던 시설에 대해 이익단체를 주체로 참여하여하게 하는 경우를 볼 수 있다. 이는 공공 주체가 공공 사업을 추진할 여력이 없을 경우 보통 시행되는데, 더 많은 공공서비스를 시민에게 제공할 수 있다는 장점이 있는 반면, 사적주체의 이익 관점으로 공간이 계획되는 경우, 공공공간이 사적화되는 단점을 가지고 있기도 하다. 앞서 언급한바 있듯이 이러한 공공공간의 사적화는 공공성에 대한 변질을 동반하며, 일상의 공공공간의 질적 저하에 직접적인 영향을 주고있는 바, 사적주체에게는 공적주체의 특성을 요구하고 있으며, 공적주체에게는 사적주체의 경제, 편의, 안전, 위생 등의 관점을 갖기를 요구하고 있다.

이러한 주체측면의 공공성을 <그림 9>와 같이 나타낼 수 있다.

이러한 내용에 기반하여 볼 때, 주체 측면의 공공성은 공공공간의 계획 과정상, 공적 주체와 사적 주체가 상호간 상대적 관점을 이해하고 그에 기반한 방법적인 도입에서 구현된다 하겠다. 즉, 주체 측면의 공공성은 공공공간 계획 주체의 상호 관점에 대한 포용성이 핵심이라 할 수 있어, 공간 디자인에서의 공공성의 두 번째 개념으로 계획 주체의 ‘포용성’을 설정한다.

2) 테마파크 사례를 통해 본 포용성의 구현 방법

계획 주체의 ‘포용성’의 구현으로 공공성을 회복한 사례로 테마파크의 도시 올랜도에 위치한 소수자를 위한 테마파크 Give kids the world이다. Give kids the world는 1988년에 개장한 일종의 병원과 테마파크의 중간 지점에 있는 시설로 불치병을 앓고 있는 어린이들이 테마파크의 도시 올랜도에 놀러갈 때 도움을 받는 곳이다. 벨기에계 유대인 헨리 랜드위스라는 프랜차이즈 경영자가 미키마우스를 만나는 것이 소원인 불치병 소녀의 이야기에서 느낀바 있어, 올랜도 지역의 테마파크 관련 사업을 하고 있는 기업들의 공감을 끌어내어 올랜도 지역의 호텔과 유희시설을 무료로 이용할 수 있게 하는 Give kids the world를 완성하였다. 이 시설의 계획과 건설에는 다수의 테마파크 기업들이 자원봉사의 형태로 참가하였다. 테마파크 기획사 아이테사가 총 지휘하여 애니메이션 시스템, 시너비 플로리다, 아이워크스 등의 많은 테마파크 기업이 참여하였고, 기술적인 부분 이외에도 예산에 있어서도 자발적으로 참여하여 질적으로 완성도 있는 시설을 지을 수 있었다.[5] 현재 운영도 직원 외에 많은 부분을 자원봉

사자들에게 의해 도움을 받고 있으며, 방문객의 올렌드 체제 비용도 Give kids the world가 전적으로 부담한다. 디즈니월드, 유니버셜 스튜디오, 시월드 같은 올렌드의 주요 테마파크 시설에 대한 투자가 계획되어 있으며, 병이 심한 어린이들을 위해 각 파크의 캐릭터들이 방문하기도 한다. 일정 시간 아이들을 케어해 주는 자유시간이 없는 부모들을 위한 서비스도 있다.[5]

Give kids the world는 테마파크 공간 중에 계획 주체가 사적이면 서도 공적 관점으로 확장시켜 프로젝트를 시작하였으며, 목적과 방법 모든 면에서 공적 관점을 포용한다. 이에 주체의 포용성을 통해 공공성을 회복한 테마파크 사례라고 할 수 있겠다.

4.3 이유제시 측면의 공공성 <소통성>

1) 공간 디자인에서 공공성 <의견 수렴상의 '소통성'>

공간디자인에 있어 '이유제시의 공공성'을 고려해본다면 디자인 시 의사결정의 근거내지 이유를 기준삼아 그 결정에 대한 공공성을 파악하는 것이다. 공공성의 관점에서 '공적 이유'가 '사적 이유'보다 의사결정에 있어 우위에 있으며 '공적 이유'에 의해 디자인이 결정되어야 한다는 것이나, 사적 이유라 하여 공적 이유로 무시된다면 그것은 많은 문제를 유발시킬 수 있으며 발전의 기회를 잃을 수도 있음에 문제 제기를 하는 것이다.[10] 대표적으로 공적 이유에 의해 불가피하게 발생할 수 있는 일반적 혐오시설이 자신의 거주지나 생활 공간 주변에 생기는 사적 이유로 반대하는 '넘비(Not In My Backyard) 현상'이 이유제시 측면에서의 공공성을 확보하지 않은 경우 발생하는 것들이며, 최근 공적 이유와 개발을 통해 더 많은 이익을 추구하고자 하는 개발주체의 사적 이유 그리고 자신의 생존권을 지키고자 하는 철거민의 사적 이유의 충돌로 나타난 '용산 참사'의 경우가 그 예라 할 수 있다. 이에 과거 공적 이유에 의해 배제되었던 사적 이유가 공적 이유를 실현함에 있어 수용 되어야 공간에서 발전된 공공성을 확보할 수 있다는 것이며, 이는 <그림 11>과 같이 표현될 수 있을 것이다.

이러한 내용에 기반하여 볼 때, 이유제시 측면의 공공성은 공간 계획의 과정상 의사 결정시 그 기준에 대해 공적 기준으로만 사고하여 절대성을 부여하고 사적 기준을 무시해서는 안된다는 것으로 요약되며, 이는 공간 디자인에서는 초기 방향 설정이든, 과정상 의사

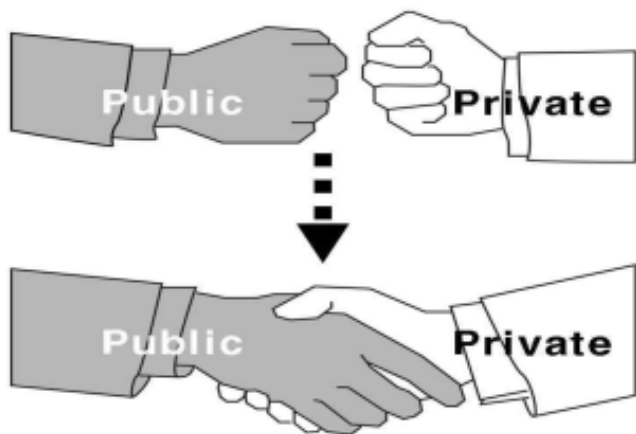


Fig. 11. Acceptance of private reasons in realizing publicity

결정 과정에서는, 공간적 구현에 있어서든 상호간 소통이 필수적임을 알 수 있다. 이에 공간 디자인에서의 공공성의 세 번째 개념으로 과정상, 의견 수렴상 '소통성'을 설정한다.

2) 테마파크 사례를 통해 본 '소통성'의 구현 방법

계획 과정에서의 의견 수렴에 있어 '소통성'의 구현으로 공공성을 회복한 테마파크 사례로 독일의 칼카 원더랜드를 들 수 있다. 이곳은 원래 한 번도 사용된 적 없는 채로 폐기된 핵발전소로 1972년 당시 건설될 때만해도 세계 최고의 최첨단 핵발전소가 될 것으로 기대가 집중되었던 곳이다. 하지만 지구 온난화 등으로 인한 이상 기후와 지진 등 자연 재해가 사회 문제로 떠오르면서 핵발전소가 우리에게 주는 이점보다는 거대 위험이 내재된 시설로 여겨지는 시류적 관념이 형성되었다. 이에 사회적 문제제기를 묵살하지 않고 독일은 완공된 핵발전소이지만 가동을 하지 않은 채 시행을 멈추었고 핵발전소에 관한 장기 마스터플랜을 수정하여 2022년까지 독일 내 모든 핵발전소를 폐기한다는 방침을 세운다. 이후 이 공간을 어떻게 활용할까에 대한 고민 끝에 테마파크라는 공공공간으로의 전용으로 방향을 잡는다. 거대한 냉각 타워 등 특수하며 거대한 핵발전소만의 공간 조형을 그대로 활용하여 대형 그네형 어트랙션을 설치하고, 거대한 외벽은 암벽 등반 등의 어트랙션으로 전용하는 등 기존 공간을 활용한 공공 공간화의 방향으로 진행되었다. 공공공간은 사회적 이슈와 문제에 대한 대안을 무엇보다 먼저 반영해 주어야 하는 사회적 역할을 가지고 있기에 공간 조형적 측면의 재활용이라는 점을 제외하더라도 방향성이 적절하였으며, 공공성을 확보하는 의사 결정과정이었다고 평가된다.

4.4 절차 측면의 공공성

1) 공간 디자인에서 공공성 <프로세스상의 '투명성'과 방향 결정과 시행상 '중립성'>

절차의 공공성이론'에서 '사적 결정 절차'를 특정 소수에 의한 비공개적 의사결정의 절차로 '공적 결정 절차'를 민주적 경로로 다수에 의한 공개적 의사결정의 절차로 정의하고 공적 결정 절차에 의한 결정이 사적 결정 절차에 의한 결정보다 우선되어야 함을 주장한다.[10] 국내 공공 디자인에 있어서는 공적 결정 절차를 거친 것처럼 포장하는 형식적 차원에 그치고 실질적으로 나아가지는 못하고 있다. 형식만 만족시키기만 하면 공공성이 왜곡되어도 상관없다는 도덕적 해이가 근본적인 문제라 할 수 있다.[9] 이러한 문제가 발생하게 되는 결정적 이유는 앞서 언급한 주체 간 상호 관점을 포용하지 않고 바꾸려 하지 않는다면, 성과에만 지향점을 두고 의견 수렴에 있어 독선적 방식으로 추진한다면 하는 사적 관점에서의 자신의 경제적 이익 추구, 공적 관점에서의 성과 지향주의가 그것이라 하겠다. 결국 영역, 주체, 이유제시 측면에서 공공성 실현을 쌓아가 프로



Fig. 12. II Kalka Wonderland



Fig. 13. Kanazawa Citizen Art Village, Japan

젝트 전체를 볼 때, 서로에게 열려있는 방식이 되어 참여적 과정을 실현하는 것이 절차상 공공성의 실현의 요지라 할 수 있다. 결과적으로 절차 측면의 공공성은 앞선 영역, 주체, 의사결정상의 공공성을 복합적으로 추구할 때 얻을 수 있는 것으로 같은 위계상의 공공성 개념이라고 보기는 어렵다. 이에 테마파크 공간의 공공성으로 다가가기 위한 총체적 접근의 개념으로 파악하고자 한다.

이러한 내용에 기반하여 볼 때, 절차 측면의 공공성은 개방성, 포용성, 소통성의 복합적 접근의 단계로 볼 수 있으며, 앞선 세 가지 접근의 특성을 통해 볼 때, 프로젝트 프로세스 상 투명성과 방향 결정 및 시행 상의 중립성으로 정리해 볼 수 있겠다.

2) 테마파크 사례를 통해 본 '투명성과 중립성'의 구현 방법

이렇듯 공공적 개념에서의 총체적 접근으로 과정상 투명성과 중립성을 확보의 사례는 현재 구현된 테마파크에서는 찾아보기 힘들다. 이에 테마파크 사례는 아니지만 최근 현대적 공공성의 개념으로 진행되는 마을 만들기 프로젝트에서 그 가능성을 타진해 보고자한다.

일본 내 가나자와 시민예술촌은 94년 문을 닫은 방직 공장 4개동을 시가 사들여 개조하여 24시간 시민에게 열려있는 문화를 배우고 관람하고 공유하는 공간이 되었다. 공장 부지의 2/3는 잔디광장으로 조성하여 시민들의 휴식과 레크리에이션 및 지진 피난 장소로 활용하고, 나머지 창고군은 원형 보존, 리모델링하여 드라마·뮤직·아트·멀티공방 등 4개의 공방과 오픈스페이스를 갖추고 있다. 조성 과정에서 시민들의 자발적 참여와 의견 개진이 있었으며, 자발적 참여를 기반에 두었기에 결과물 자체도 열린 문화공간 즉, 문화진흥센터와 같은 성과지향적이며 관 주도적인 형태가 아니라 시민의 공공공간이 형성 될 수 있었다. 최근 일본에서는 마을 만들기 사업과 전통 문화 보존 사업 등에서 이러한 절차상, 과정상의 투명성과 소통성, 포용성을 기반으로 진행하고 있는데, 이러한 방법과 절차상의 특성이 테마파크와 테마파크를 도시 내 콘텐츠로 이용하는 계획상에서도 적용되어야 할 것이며, 이를 통해 진정한 공공공간으로 진화하는 발전적인 테마파크를 기대한다.

4.5 소결

테마파크는 현대 공공공간의 대표적 유형 중 하나가 되었으나, 경제적 이익만의 추구가 아닌 공공성을 담은 공간 그리고 그 과정을 담

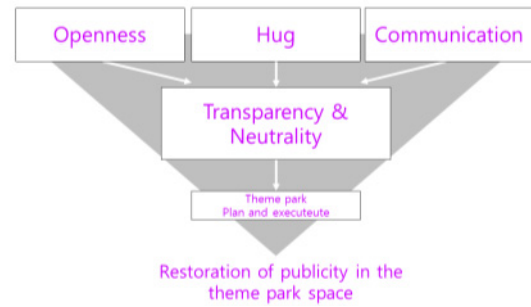


Fig. 14. Characteristics Types and Expected Effects of Modern Publicity Conceptual Approach in Space Planning

는 것으로 발전하지 못한 것이 사실이다. 테마파크를 지역 발전 수단으로서의 파워 콘텐츠로 사용하여 도시를 개발하는 사례들이 급증하고 있는 바, 테마파크는 폐쇄된 형태로 사적 공간과 사적 절차에 의해서 경제적 이득만을 취하기보다는 도시 내 공공공간으로서의 역할에 충실해야 할 것이다.

이에 앞서 공공성 개념별로 접근하여 정의한 영역 측면에서의 개방성, 주체 측면에서의 포용성, 의사 결정상의 소통성에 기반하여 프로젝트의 프로세스상 투명성을 확보하고 방향 설정과 시행상 중립성을 확보한다면, 사적 영역에서 시작하여 현대 사회의 공공 영역에 큰 영향을 미치고 있는 테마파크가 발전적으로 전개, 적용 될 수 있을 것으로 기대한다. 이는 공기관에게는 필연적 과제이며 시민과 함께하는 행정으로 삶의 질적 향상을 위해 노력해야한다. 또한 사기업에게는 눈앞의 이득이 아닌 사회와 기업이 공존하는 지속가능한 가치를 줄 수 있을 것이다. 이는 비단 도덕적인 의무로 요약되는 강제성이기보다 사기업과 도시, 시민의 지속가능한 발전, 그리고 공생을 위해 필수적이고 바람직한 방법이라 하겠다.

5. 결론

본 테마파크는 현대의 대표적인 공공공간이다. 더 나아가 최근에는 일반 공공공간에 테마파크적 기법과 공간 문법을 적용하여 새로운 형태의 공공공간을 창출하고 있으며, 실질적으로 공공공간의 개념을 새로이 정의해야 할 만큼 강한 파급력을 보이고 있다. 또한 지역 개발의 수단으로서 테마파크를 유지하는 방법이 일반화되기도 하는 등 테마파크는 시의적으로 선호되는 공간이다. 테마파크와 테마파크적 공공공간 비판에 대한 대안적 사고로 테마파크에 공공성을 회복하여 진정한 공공공간으로서 발전적 방향을 모색하고자 하는 것에서 이 연구는 시작되었다.

이에 최근 발전된 개념인 공론적 특성을 담은 현대적 공공성의 개념을 기준으로 테마파크에 적용하므로써 공공성을 담은 테마파크로의 발전을 타진해보았다. 공론적 특성을 담은 공공성의 기준으로는 이준형 교수가 제시한 영역, 주체, 이유제시, 절차 측면의 공공성의 접근 방식으로부터 각각 개방성, 포용성, 소통성을 도출하였고, 이 방식을 통한 총체적 접근으로 투명성과 중립성을 추구해야함을 도출하였다. 이는 일반적으로 공간 디자인에서 공공성을 이야기할 때 언급되는 특성인 접근성, 영역성, 개방성 등과는 다소 다른 접근으로, 공간적 구조나 조형적 특성에 기반하여 특성을 도출하는 것을 기

반으로하여 나아가 프로젝트 시행 과정상 공공성 회복의 관점으로 접근한 것이다. 이는 앞서 언급한 현대적 공공성 개념인 공론적 공공성을 획득하기 위한 방법론이라 하겠다. 테마파크를 상업적 목적의 사적 영역으로만 치부하기에는 테마파크적 기법을 사용한 공공공간이 공공 영역에서의 공공성 개념을 크게 흔들고 있는 지금, 공론적 관점으로 재편하여 테마파크를 바라보는 본 연구가 시의적으로 필요하다 판단된다. 나아가 테마파크와 테마파크적 공간에 대한 비판 시각에 대한 대안적 사고로 바람직하고 발전적인 테마파크와 테마파크적 공간의 실마리가 될 수 있기를 기대한다.

Acknowledgement

‘이 논문은 동아대학교 교내연구비 지원에 의하여 연구되었음’

Reference

- [1] 다이앤 기라도, 모더니즘 이후의 현대건축, 시공아트 2002. // Diane (Ghirardo, Architecture after modernism, Time space, 2002.)
- [2] 이토 마사미, 테마파크의 비밀, 일신사, 1995. // (Ito Misami, Secret of Theme park, Ilsinsa, 1995.)
- [3] 임영수, 테마파크 산업의 서비스 마케팅 믹스 전략에 관한 고찰, 관광경영연구 제17권 제1호, 2003, pp.169-190. // (Y.S. Eim, Study on Service Marketing Mix Strategy for Korean Theme Park Industry, Tourism Management Research Organization, 7(1), 2003, pp.169-190.)
- [4] 김희진, 일본테마파크의 사례와 전략, 커뮤니케이션북스, 2013. // (H.J. Kim, Case Study and Strategy of Japanese Theme Park, Communication Books, 2013.)
- [5] 네모토 유우지, 포스트 테마파크, 일신사, 2000. // (Yuji Nemoto, Post Theme park, Ilsinsa, 2000)
- [6] 이무용, 공간의 문화정치학, 논형, 2005. // (M.Y. Lee, Cultural Politics of Space, Nunhyong, 2005.)
- [7] 박시영, 백진, 일상성과 현대도시의 공공영역의 변화 양상에 관한 연구, 대한건축학회 학술발표논문집, 제33권 제1권, 2013, pp.159-160. // (S.Y. Park, J. Back, Studies on the everydayness in aspect of the change in public space of modern city, Architectural Institute of Korea, 33(1), 2013, pp.159-160.)
- [8] 한성근, 공공성 측면의 도시 스카이라인 의미 고찰, 대한건축학회연합 논문집, 제13권 제3호, 2011, pp.105-116. // (S.G. Han, The Meaning of Urban Skyline in Publicness, Architectural Institute of Korea 13(3), 2011, pp.105-116.)
- [9] 이영법, 영국 도시개발에서 제도와 참여를 통한 도시 공공성 확보방안, 건축과 사회 제6호, 2006, pp.31-45. // (Y.B. Lee, A Study on the Urban Publicity through System and Participation in Urban Development in England, Architecture and Society, 6, 2006, pp.31-45)
- [10] 김미옥, 도시디자인에 있어서 공공성의 개념과 구현방안에 관한 연구, 조형학회, 제13권, 제2호, 2010, pp.3-10. // (M.O. Kim, The study on the idea and direction of the formation of publicity in the urban design, The Treatise on The Plastic Media, 13(2), 2010, pp.3-10.)

- 1) 다이앤 기라도, 모더니즘이후의 현대건축, 시공사, 2006, p.66 참조 : 다이앤 기라도는 저서에서 디즈니식의 공공공간이라는 표현을 사용하였다. 이는 기존에 존재하지 않았던 디즈니랜드 계획에서 사용된 기법들을 응용하여 일상 속 공공공간에 적용하는 현상, 이로 인해 만들어진 다양한 공공환경에 대한 압축적인 표현으로 해석된다. 이 견해의 연장선에서 테마파크적 공공공간이라는 표현을 사용하고자 한다.
- 2) 사적 공간의 확대와 공공공간의 축소과정에서 벌어지는 공공공간과 사적공간 간의 경계 소멸과정을 일컫는 개념이다. 주킨은 역의 의미를 '모든 사람들에게 열려있지만 어떠한 지침 없이 쉽게 이해되지 않는 어느 누구의 영역도 아닌 것으로 규정하였다.