

낮선 도시를 즐길 수 있게 해주는 보행안내체계 만들기

김성준
건축공간연구원 부연구위원

들어가며:
**여행, 그리고 방문객이
보행으로 도시를
즐기는 법**

여행이나 관광을 특별한 이유 없이 싫어하는 사람이 있을까? 적어도 내 주변에는 없는 것 같다. 심리학자 조던 피터슨의 말처럼 인간은 '미지의 세계로 잡아끄는 본능'이 내재된 채 '호기심이 있는 삶'을 추구하기 때문일지도 모른다. 코로나 팬데믹에도 공항에서 비행기로 동네 한 바퀴 도는 상품이 인기라니, 사람들의 여행욕구는 지구가 멸망하기 전까지 지속될 듯싶다.

이런 욕구 때문인지 우리가 살고 있는 도시에는 주변 지역에 익숙한 사람(거주자, 종사자)과 익숙하지 않은 사람(방문객, 관광객)들이 늘 공존한다. 특히 현대 도시에서는 사람들의 국가·도시 간 개별적인 이동이 더욱 일상화되고 있다. 한국관광공사 자료를 보면 2017년 한 해 동안 외래 방문객은 1,300만 명 이상이고, 이들의 지출비용이 130억 달러(약 15조 2,100억 원)가 넘는다고 하니(한국관광공사, 2018, p.1), 중앙정부나 지자체들은 지역 활성화 때문이라도 방문객들을 더 적극적으로 유치하지 않을 수 없는 상황이다.

통상 대부분의 방문객은 휴가 등 한정된 시간 내에 그 지역을 방문하기 때문에 충분한 시간을 가지고 산재된 목적지들을 거치는 경로를 계획할 수 없다. 그리고 이들은 거주자들처럼 장시간 시행착오를 통한 자연스럽고 경험적인 도시 이미지를 갖고 있지 않다. 그렇다면 방문객이 한

정된 시간 안에서 효과적으로 그 도시를 즐기기 위해서 가장 필요한 것은 무엇일까? 아마도 풍습, 문물, 공간 등 도시의 다양한 정보를 최대한 단시간 내에 제공받아 습득하는 것일 듯하다.

또한 방문객은 낯선 지역을 이동할 때는 반드시 장거리 보행과 대중교통시스템을 이용하게 되어 있다. 이들의 목적은 매일 아침 허둥지둥 출근하는 직장인들처럼 특정 지점 사이를 ‘순식간에 이동하는 것’이 아니라 도시의 경관이나 랜드마크와 안내체계 등 인지 가능한 요소들을 바탕으로 형성된 자신만의 보행경로로 ‘천천히 즐기며 이동하는 것’이다.

따라서 방문객이 낯선 도시를 여유롭게 즐기기 위해서는 보행친화적인 도시공간뿐 아니라 이동 중에 여러 필요 정보를 효과적으로 전달받을 수 있도록 현장 기반의 안내체계를 잘 만들어 주는 것이 매우 중요한 이슈라 하겠다.

한국 도시들이 가지고 있는 안내체계의 현주소

우리의 현실은 어떨까? 어쩌면 한국의 도시에 현재 살고 있는 우리는 이 물음에 객관적인 대답을 할 수 없을지 모른다. 왜냐하면 우리는 방문객이 아닌 거주자이기 때문이다. 우리는 꼭 내가 살고 있는 도시가 아니더라도 같은 언어, 같은 문화를 가진 도시들을 방문할 때는-심지어 그곳이 처음 가 본 곳일 지라도- 앞서 언급한 다양한 보행동선을 만들고 이동하는 데 어려움이 없다. 그런데 문제는 한국이라는 곳이 생소한 홀로 여행하는 외래방문객이 증가하면서부터 발생한다. 실제로 2018년 문화체육관광부 ‘외래관광객 실태조사’를 보면 개별 외래방문객의 비중이 2001년 50.7%에서 지속적으로 증가하여 2018년에는 79.9%에 이르고 있다(문화체육관광부, 2019, p.24).

그런데 불행하게도, 조금 과장하면 한국을 처음 방문한 외래방문객들의 상당수는 안내표지들을 이용하여 이동과 관광·숙박 등의 정보를 효과적으로 제공받기 힘들다는 것을 깨닫게 된다. 특히 안내체계만으로 서울이 아닌 지방도시를 여행하는 일은 거의 불가능에 가깝다는 사실을 곧 알게 된다. 어찌어찌 지방도시에서 돌아다니는다고 해도 그 안내체계를 믿었다가는 녹초가 된 채 원하는 목적지가 아닌 변두리 우범지대의 위험

하기 짝이 없는 곳에 도달하게 될 가능성이 높다. 어디로 걸어가야 할지, 무엇을 타고 가야 할지, 시간은 얼마나 걸릴지 도무지 알 수 있는 것이 없다. 심지어 언어도 통하지 않는다. 그들은 다시는 오지 않으리라 다짐하며 다시 공항으로 가는 모범택시에 올라탈지도 모른다.

의외로 대부분의 사람은 스마트기기로 이와 같은 안내체계 문제들이 해결될 수 있을 것이라 믿는다. 심지어 지자체 담당자들조차 민간 IT 기업이 제공하는 온라인 정보를 이용하는 게 낫다고 푸념한다. 그러고는 오프라인 기반의 안내체계를 구시대적 유물로 취급하며, 그 비용을 차라리 관련 앱 개발에 투자하라고 한다.

하지만 그건 착각이다. 한국의 현실에서는 외국인들이 많이 이용하는 온라인 지도나 정보의 경우 국가보안이나 언어 등 여러 이유로 스마트기기와의 연동이 미흡하거나 활용이 어렵기 때문이다. 2019년 부산관광공사의 조사에 의하면 외국인일수록 안내표지판과 같은 오프라인 기반의 안내체계 의존율(90% 이상, 내국인의 경우 약 50%)이 높게 나타나는데(부산관광공사, 2019, p.13), 이는 자신의 스마트기기에서 한국의 온라인 정보 활용이 불가능한 경우가 생각보다 많기 때문으로 파악되었다.

안내체계 입지의 중요성

안내체계 관련 이슈가 있을 때 소위 전문가라고 하는 사람들마저 디자인만을 문제점으로 지적하는 경우가 많다. 이들은 특히 안내체계의 바이블이라고 할 만큼 모든 도시가 벤치마킹하고 있는 영국의 ‘읽기 쉬운 런던(Legible London)’이나 ‘상호 연결된 버밍엄(Interconnect Birmingham)’을 예로 들며, 단순히 좋은 디자인을 모방하면 해결될 수 있을 것처럼 말한다.

물론 과거에는 이와 같은 디자인 이슈들이 시급한 문제였을 수도 있다. 하지만 필자는 디자인만 놓고 보면 최근 한국의 안내체계도 영국에 비해 크게 뒤지지 않는다고 생각한다. 즉 디자인은 별 문제가 아니라는 의미이다. 그렇다면 이들과 다르게 한국의 안내체계가 제대로 작동되지 않는 것은 왜일까? 디자인을 제외한 다른 측면에 대한 원인을 나름대로 분석해 보면 다음과 같다.

첫째, 한국에서는 사람들의 보행행태를 과학적으로 분석하고, 그 결과에 따라 타입·입지·수량 등을 면밀하게 선정하지 못했기 때문이다. 외래방문객은 주로 보행과 대중교통을 이용해 이동하지만, 특히 지방도시의 경우 보행이나 대중교통체계가 미비하고 무엇보다도 관련 정보 전달이 효과적으로 이루어지지 못하고 있다. 이동하는 과정에서 적절한 유도표지나 정보가 필요할 때 제공되지 않아 올바른 방향으로 가고 있는지 불안을 느끼는 경우가 많은 것이다.

둘째, 한국의 안내체계는 단순 ‘지역소개 표지’ 정도의 좁은 의미로 인식해 필요할 때 각 지자체가 임의로 만들어 왔기 때문이다. 이는 전형적인 공급자 중심의 정보제공체계로, 지역마다 각기 다른 안내체계들이 방문객의 동선을 고려하지 않은 채 무분별하게 설치되는 주요한 원인이었다. 이로 인해 유지관리 소홀로 노후화되고, 이미 사라진 과거 정보가 남아 있게 되며, 최신정보가 누락되어 오히려 혼란을 초래하는 등 쓸모없는 위험한 보행지장물로 전락하고 있다.

셋째, 한국의 표지판 설치 관련 규정은 「관광진흥법」과 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」에 규정되어 있으나, 안내체계와 관련한 구체적인 내용은 없이 지자체장에게 권한을 전부 위임하고 있다. 또한 관련 가이드라인에서도 디자인에 관한 사항만 규정하고 있을 뿐 입지나 설치수량, 입지 등을 제외한 사항에 대해서는 전혀 명시되어 있지 않다. 이것이 곧 임의 설치와 예산 낭비의 빌미를 제공한다.

이처럼 효과적인 안내체계란 단순 디자인 개선만으로 만들기는 한계가 있다는 것이 드러나고 있으며, 결국 안내체계 입지선정과정의 전반적인 개선만이 이에 대한 대안이 될 수 있다.

보행 네트워크와 연계한 입지 선정

안내체계 개선을 위한 입지 선정은 어떻게 해야 할까? 2011년 ‘머니볼’이라는 영화가 있었다. 여기서 주목할 부분은 메이저리그에서 꼴찌를 도맡아 하던 팀에 단장으로 부임한 주인공의 선수기용 과정이다. 관행적으로 전문가 혹은 원로라는 사람들이 단순 ‘감’이나 ‘경험’을 앞세워 주먹구구식으로 선수를 발탁하던 것을 주인공은 경영학 통계분석 데이터를 근거

로 선수를 기용한다. 그 결과 수많은 비난과 저항에도 불구하고 메이저리그에서 우승을 차지하였다는 실화를 바탕으로 한 내용이다.

이처럼 답은 의외로 간단할 수 있다. 안내체계가 그 지역의 랜드마크나 거점 역할을 하는 지점들과 효과적으로 결합하도록 주변 보행 네트워크를 체계적으로 분석하고, 그 결과를 통해서 최적 지점들에 우선적으로 설치하면 된다.

그렇다면 왜 안내체계 입지 선정에서 보행 네트워크 연계가 중요할까?

방문객은 주요 목적지를 따라서 이동하는 목적 보행과 그 지역 자체를 특정 목적지 없이 돌아다니는 무목적 보행을 병행한다. 그들은 공항·철도역 등 주요 거점에서 반드시 대중교통수단을 이용하게 되는데, 여기서 중요한 포인트는 이들이 모두 보행자라는 점이다. 이들은 보행 중에 얻는 새로운 정보를 통해 더 걸어야 할지, 주변을 살필지, 아니면 다른 포인트로 이동할지 등을 수시로 결정하게 된다. 이러한 정보 습득 메커니즘은 거주자가 아닌 이방인에게만 작동하는 것으로, 이는 곧 이방인을 위한 정보제공에는 또 다른 접근방식이 필요함을 의미한다.

따라서 외래방문객에게는 지역 보행 네트워크의 수준을 높이는 것이 무엇보다 중요하다. 이는 광역적으로 거점들을 연결하는 대중교통이 보행으로 얼마나 쉽게 접근 가능한지도 포함한다. 그런데 지금까지는 안내체계의 주 사용자가 이방인이라는 기본을 망각한 채 보행 네트워크 없이 임의로 기존 교통표지판 근처 등에 설치하는 경우가 많아 그 활용도가 매우 낮은 것이다.

안내표지를 단순하게 ‘감’ 또는 ‘관행’으로, ‘예산에 맞춰서’ 정류장이나 관광지 입구에 대충 설치하는 것은 지역 활성화 차원에서도 별 도움이 되지 않는다. 이와 관련된 연구로서 Millonig et al.(2006)은 빈(Wien)시의 방향성과 안내 시스템을 개선함으로써 여행객들의 보행활동이 증가하였으며, 이것이 지역 상권에도 영향을 미치는 것을 실증하였다(Millonig et al., 2006, pp.1-11).

지역 보행 접근성을 개선해 주면 방문객의 보행 이동시간이 증가하고, 스스로 새로운 경험을 할 수 있는 다양한 보행 경로를 만들어 낸다. 그리고 그 과정에서 주변 지역 상점의 방문 확률이 높아지게 됨에 따라 주

변 지역의 활력도도 높아진다. 이는 지역 부동산 가치에도 영향을 주게 되는데, 보행환경이 양호한 지역은 부동산 가치도 훨씬 높다는 것은 이미 잘 알려진 사실이다. 실제로 미국에서는 이러한 보행 수준을 수치화하여 ‘워크스코어(the Walk Score.com)’를 통해 일정한 주기마다 공표하고 있으며, 이를 부동산 가격산정에도 반영하고 있다.

보행 네트워크 분석을 통한 보행자 중심의 안내체계 만들기

필자는 보행중심의 안내체계를 구성하기 위해서는 최소한 입지 선정 전에 다음과 같은 몇 가지 간단한 보행 네트워크 분석단계라도 거칠 것을 제안하고 싶다.*

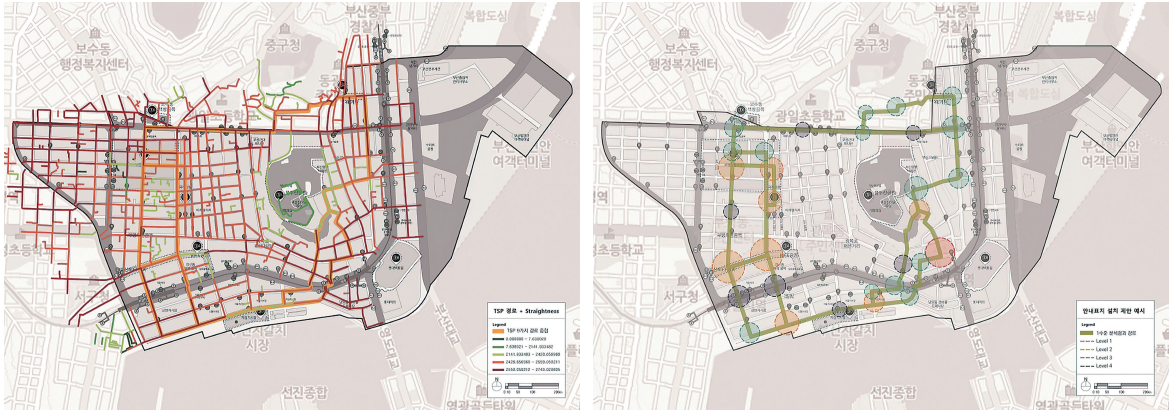
첫 번째, ‘주요 결절점 파악하기’이다. 통계자료, 현장관찰, 인터뷰 등을 통해 방문객이 주로 거치는 지점들에 대한 정보를 수집해야 한다. 예를 들면 역, 정류장, 호텔, 주요 관광지 등이다.

두 번째, 방문객이 거점을 거치게 되는 ‘여러 경로대안 예상하기’이다. 이는 한정된 시간 내에서 이들이 거치게 되는 여러 거점의 연결 경로 패턴을 의미한다. 이 과정에서는 한정된 시간 안에 최소비용으로 경로를 구축하는 수단선택 최소비용모델(Traveling Salesman Problem) 이론 또는 SNS 데이터마이닝 기법 등 방문객의 최신 선호도를 반영한 여러 대안을 추출할 수도 있다. 그런 다음 이들을 중첩하여 경로선택 빈도가 높은 지점 순으로 중요도를 산정하면 된다.

세 번째, 방문객의 ‘보행 관련 현장 데이터 수집과 분석’이다. 현장에서 촬영이나 관찰을 통해 수집된 방문객·보행 관련 데이터는 이를 단순 집계 후 해석하거나, GIS 분석 툴을 활용한 보행 네트워크 알고리즘 분석을 실시할 수도 있다. 분석 툴은 보행 네트워크 강도를 도식화하여 정량적으로 보여주는 툴로 ‘QGIS’와 같은 프리웨어를 이용하면 된다.

마지막으로, 분석 결과에 따른 ‘순위와 위치, 위계 선정하기’이다. 여기에서는 전체적인 정보를 포함하고 시중점에 주로 설치하는 ‘안내정보’, 직접 방향성을 알려주며 경로 중간 지점에 주로 설치하는 ‘유도정보’,

* 세부 내용이나 더 전문적인 수준의 분석방법은 김성준, 오성훈(2019)의 연구를 참고



보행 네트워크 분석과 안내표지 체계설정 예시(부산시)
출처: 김성준, 오성훈(2019, p.81, p.86)

역시 시종점 목적지의 식별을 위한 ‘표시정보’를 구분하여 타입별로 순위와 위치 위계를 설정하는 것이 중요하다. 경로상의 설치 간격은 인간이 미지의 장소를 불안감 없이 걸을 수 있는 200m 정도가 적당하며, 가로구조에 따라 조정이 가능하다.

**앞으로의 과제는?:
낮선 도시를 즐기려는
도보 방문객을 위한
안내체계로의 변화**

물론 기존의 관행을 하루아침에 바꾸기는 어렵다. 꼭 담당공무원이 아니라도 어떤 새로운 일을 제안하고 추진하려고 하면 예산, 민원, 관행 등의 이유로 좌초되는 일이 다반사다. 그러나 우리가 관행을 핑계로 현실에 안주하고 있을 때 거대한 변화의 바람은 이미 몰아치고 있다. 승용차가 아닌 보행 및 친환경 교통수단 중심 도시로의 변화는 이미 기정사실이다. 강제하고 벌을 주는 네거티브가 아니라 걷기 쾌적하고 편리한 도시공간을 만들어 주고, 사람들의 행태 변화를 자연스럽게 유도할 수 있는 포지티브 전략이 중요하다. 더욱이 ‘K-컬처’의 영향으로 한국을 찾는 외래방문객들이 급증하는 상황에서, 이들이 대중교통과 보행만으로 즐거운 경험을 할 수 있도록 안내체계가 현장 기반의 보행자나 사용자 중심으로 하루빨리 개선되어야 한다.

이를 위해서는 첫째, 데이터를 기반으로 한 분석을 범제화하고 복잡하게 얽혀 있는 소관 법령을 정비하는 일과 함께 중앙정부 및 지자체 전

담 부서의 인식전환이 선행되어야 한다. 둘째, 디자인 측면에서 공공건축가제도와 같은 민간 분야의 전문가나 해외 디자이너들과 협력할 수 있는 체계를 만드는 것이 중요하다. 셋째, 안내체계는 정보를 최신으로 유지할 수 있도록 유연한 관리체계를 마련해야 한다. 오프라인 안내체계라 할지라도 이를 상시적으로 모니터링하여 쉽게 최신정보 업데이트가 가능한 디자인과 기술을 적용하고, 전담 관리부서나 기구를 두는 것도 필요하다. 마지막으로 예산이 충분하다면, 실제 현장에서 활용성이 낮은 QR코드가 아닌 인공지능이나 사물인터넷(IoT) 그리고 가상현실 기술 등을 기반으로 좀 더 스마트한 안내체계로 고도화하는 것도 기대해 볼 수 있다. 최근 막대한 예산을 투입하고 있는 스마트시티 사업들과 연계하여 추진하는 방안도 고려할 수 있다. 그러나 아쉽게도 이는 현실적으로 거처야 할 절차가 많아 수년 내 실현될 가능성은 별로 없어 보이긴 하다.

우리가 유럽 도시들을 동경하며 걸어서 이곳저곳을 배낭 하나 메고 다니던 것처럼, 그들도 지금 한국의 서울뿐만이 아니라 특색 있는 낯선 지방도시들에 흥미를 느끼며 찾아오고 있다. 이들이 조만간 스마트기구나 승용차 없이도 유럽의 도시들처럼 걷는 것만으로 충분히 한국의 도시들을 경험하고 즐길 수 있도록 안내체계가 보행자 사용자 중심으로 개선되길 기대해 본다.

참고문헌

- 1 김성준, 오성훈. (2019). 읽기 쉬운 관광안내체계 조성을 위한 보행 네트워크 분석 연구. 건축도시공간연구소.
- 2 문화체육관광부. (2018). 읽기 쉬운 관광안내체계 구축을 위한 가이드라인. 문화체육관광부.
- 3 문화체육관광부. (2019). 2018 외래관광객 실태조사. 문화체육관광부.
- 4 박세훈 외 9인(2020). 읽기 쉬운 관광안내체계 구축을 위한 연구. 문화체육관광부, 한국관광공사.
- 5 부산관광공사. (2019). 관광안내표지판 만족도 조사 결과 보고서(3개 권역 통합). 부산관광공사.
- 6 부산시. (2019). 읽기 쉬운 관광안내체계 구축사업 중간보고회 중간보고자료.
- 7 한국관광공사. (2018). 숫자로 보는 한국관광. 한국관광공사.
- 8 Millonig, A & Schechtner, K. (2006). City tourism-Pedestrian orientation behaviour. *Walk21-VII, "The Next Steps" The 7th International Conference on Walking and Liveable Communities*, pp.1-11.