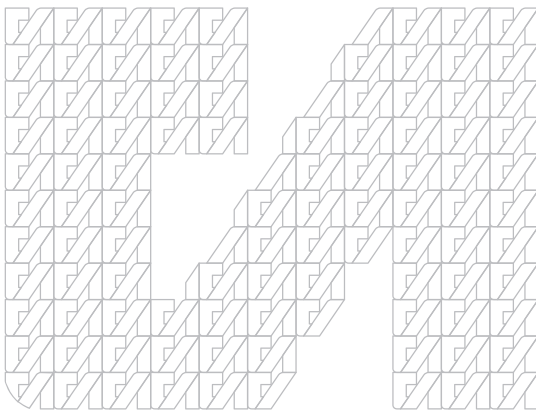


세종시 미디어 파사드 도입방안

안용준 · 지남석



연구책임

• 안용준 / 세종연구실 연구위원

공동연구

• 지남석 / 세종연구실 연구위원

연구지원

• 노상진 / 세종연구실 위촉연구원

정책연구 2018-06

세종시 미디어 파사드 도입방안

발행인 박 재 목

발행일 2018년 4월

발행처 대전세종연구원

34863 대전광역시 중구 중앙로 85(선화동 287-2)

전화 : 042-530-3500 팩스: 042-530-3528

홈페이지 : <http://www.dsi.re.kr>

인 쇄 청맥기획 TEL 042-487-2589 FAX 042-487-1887

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 대전광역시와 세종특별자치시의 정책적 입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.

요 약

I. 서론

□ 연구배경 및 목적

- 세종시는 시민들이 제안한 아이디어를 정책으로 현실화하는 「똑똑세종-시민의 한수」 제도를 운영 중이며, 본 연구도 시민 제안으로 논의되는 과제 중 하나로 정책 실현에 대한 전문성 자문이 필요하여 연구가 의뢰되었음
- 본 연구는 세종시의 미디어 파사드 도입가능성 및 타당성을 파악하고 입지선정, 콘텐츠, 도입방안 등에 대한 고려사항을 검토하여 세종시 미디어 파사드 도입을 위한 정책결정에 참조자료를 제공하는 목적임
- 미디어 파사드(Media Facade)란 건물 외벽 등에 LED 조명을 설치하여 미디어 기능을 구현하는 것으로, 단순 건축물의 시각적 아름다움뿐만 아니라 정보를 전달하는 매개물로서의 기능을 수행함
- 미디어 파사드는 21세기 건축의 새로운 트렌드로서 우리나라에서는 2000년대 초반 도입된 이후, 주요 건축물과 장소에 활발하게 활용되고 있음
- 국내에서 미디어 파사드 관련연구는 주로 도시설계 및 디자인 분야를 중심으로 표현 유형과 특성, 실효성, 만족도, 관리방안 등 다양한 관점에서 진행되어 옴
- 세종시에서는 아직까지 상시운영으로 도입된 사례가 없으나, 공공미술적 가치와 예술미를 효과적으로 활용한다면 시정 홍보, 정보 제공, 도시경관 개선, 지역활력 제고 등의 긍정적 효과가 있을 것으로 전망됨

□ 연구방법 및 내용

- 문헌 검토, 국내외 미디어 파사드 도입사례 조사
 - 개념, 도입 효과, 기술적 방법, 표현 유형과 특성 등
- 도입타당성 검토 및 미디어 파사드 도입가능 대상지 분석

- 미디어 파사드 업체 심층인터뷰
- 미디어 파사드 관련사업 추진을 위한 도입방향 제시

II. 미디어 파사드 개념 및 효과

□ 미디어 파사드 개요 및 관련 법제도

- 미디어 파사드(Media Facade)는 정보전달매체를 뜻하는 미디어(Media)와 건물의 외벽을 뜻하는 파사드(Facade)가 합성된 용어로, 도시에 있는 빌딩을 비롯하여 다양한 구조물의 면(面) 혹은 입체적인 구조물의 상(像)에 LED를 부착하거나 프로젝터를 이용하여 다양한 콘텐츠 영상을 투사하는 것을 의미함
- 미디어 파사드는 도심의 미적 경관 창출, 야간 명소의 발굴, 도시환경의 질 향상, 개성 있는 도시 정체성 구축 등을 위한 미디어 플랫폼으로서 가치를 인정받고 있음
- 미디어 파사드 유형은 광원설치방식, 콘텐츠 표현방식, 미디어 파사드 재질에 대한 유형으로 나누어질 수 있음
- 미디어 파사드는 「구 옥외광고물 등 관리법」, 「인공조명에 의한 빛공해방지법」의 제한을 받아옴

□ 도시계획적 기능 및 효과

- 랜드마크 시설과 결합되어 문화적 기능뿐만 아니라 도시의 아이덴티티를 제시함으로써 개성 있는 도시 환경 구축에 기여할 수 있음
- 문화콘텐츠로서의 위상 정립과 상업 활동 증진 효과
- 다양한 규모의 도시공간에 정보를 제공할 수 있는 미디어 환경 기능
- 미디어 파사드는 ①주로 도시 또는 지역의 중심부에 위치한 주요 건물을 대상으로 설치하고 있어 랜드마크 효과 제공, ②도시민들에게는 즐거움을 제공하고 예술가에게는 창의성 발휘의 계기 및 기회를 제공함으로써 도시의 문화적 효과 기대, ③미디어 파사드와 관련된 다양한 산업 분야를 촉진하여 경제적 효과를 창출할 수 있음

III. 미디어 파사드 사례조사

□ 국내 사례

- 현재 우리나라에서는 미디어 파사드를 서울의 도심 및 강남 지역의 주요 빌딩이나 경복궁, 덕수궁 등의 문화재, 공공기관 건물 및 시설, 각종 기업의 사옥, 구조물 등 다양한 형태로 설치되고 이용되고 있음
- 관련 법제도의 제·개정을 통해 미디어 파사드의 활용 범위가 확대되고 있으며 이러한 흐름과 함께 디스플레이에 대한 다양한 시도가 함께 진행되고 있음
- 서울스퀘어빌딩, 상암DMC 등이 건물 외벽을 활용한 대표적인 케이스이며, 궁궐과 같은 문화재를 활용한 미디어 파사드는 문화유산과 첨단 기술이 결합된 문화예술 프로그램으로 관광객들에게 새로운 관람콘텐츠를 제공하게 됨
- 미디어 파사드는 건물의 외벽뿐만 아니라 광장에 설치된 조형물이나 교각이나 암벽, 동굴, 폭포 등과 같은 오픈 스페이스에 단기 이벤트나 예술 작품의 설치를 통해 전시되는 경우도 있음

□ 해외 사례

- 호주의 '비비드 시드니 페스티벌(Vivid Sydney Festival)'은 매년 5월 말에서 6월 초 개최되는 빛, 음악, 아이디어를 컨셉으로 열리는 축제로서 시드니의 오페라 하우스를 비롯하여 시드니 항구를 따라 도심까지 늘어선 관광지, 빌딩 등에서 다양한 조명을 통해 볼거리를 제공하고 있음
- 독일 뮌헨에 위치한 알리안츠 아레나(Alianz Arena)는 2006년 월드컵 개최를 위해 건설된 경기장으로서 공기가 들어가도록 특수 제작된 다이나몬드형 쿠션으로 파사드를 만들고, 그 안에 특수 제작된 형광램프를 사용하여 건물을 다양한 색상으로 변화시키고 있음
- 미국 시카고 밀레니엄 파크의 크라운 분수대(Crown Fountain)는 시카고를 대표하는 랜드마크의 하나이자 디지털 사인지를 활용한 공공예술 작품으로서 시민과 관광객들의 이목을 사로잡고 있음

- 일본 도쿄 긴자에 설치된 샤넬 타워는 미국 건축가 피터 마리노(Peter Marino)가 디자인한 높이 56m의 세계에서 가장 큰 샤넬 매장으로 70만 개의 흰색 LED로 이루어진 유리 파사드를 가지고 있음
- 오스트리아 그라츠에 위치한 쿤스트하우스(Kunsthau)는 2003년 그라츠가 유럽의 문화도시로 선정된 기념으로 지어진 현대미술관으로 굴곡지고 투명한 푸른색의 아크릴판으로 설계되었으며, 930개의 조명과 컴퓨터가 연결되어 각 조명의 밝기를 조절하여 애니메이션과 영화 등 동적인 이미지를 연출하고 있음

□ 국내외 사례조사 시사점

- 미디어 파사드라는 뉴미디어 매체의 활용을 높이기 위한 방향 모색
- 도시공간의 주요 구성 요소로서의 미디어 파사드의 역할과 기능 필요
- 도시 마케팅이나 활성화 전략으로서의 미디어 파사드를 활용하고 향후 관련 산업을 육성해 가기 위해서는 정책적 규제와 지원이라는 기반이 강화되어야 할 것임

IV. 미디어 파사드 도입관련 세종시 현황분석

- 세종시 용도지역 현황을 살펴보면 전체 면적 중 관리지역이 37.05%로 가장 많이 지정되어 있으며, 그 다음으로 농림지역이 31.92%, 도시지역이 30.51%로 지정되어 있음. 자연환경보전지역은 0.53%임
- 시설군에 따라 분류한 세종시 건축물은 주거업무시설군이 42,297채 (44.89%)로 가장 많이 분포하고 있었으며, 전기통신시설군이 16채 (0.02%)로 가장 적게 분포하고 있었음
- 세종시 및 문화재청에서 제공하는 향토유적 및 문화재자료를 활용하여 조사한 결과에 따르면, 세종시에는 향토유적 및 문화재가 총 67점 분포
- 집계구별 인구밀도를 살펴보면 조치원역 인근에서 88,740명/㎢로 가장 높은 인구밀도가 나타났으며, 행복도시 내 인구밀도는 가장 높은 지역이 75,565명/㎢로 나타났으며 평균 인구밀도는 31,551명/㎢로 나타남

- 버스 승차인원이 가장 높게 나타난 지역은 조치원역 버스정류장으로서 일 평균 1,593명이 버스를 이용하며, 그 다음으로 도램마을아파트 805명, 세종고속시외버스터미널 476명으로 나타났고, 버스 하차인원이 가장 높게 나타난 지역은 조치원역 버스정류장으로서 일 평균 734명이 버스에서 하차하며, 그 다음으로 도램마을 612명, 세종고속시외버스터미널 468명으로 나타남

V. 세종시 미디어 파사드 도입 고려사항

입지 선정

- 미디어 파사드의 특징 중 랜드마크적인 속성은 도심의 공간속에서 주변과 지역에 정체성을 드러내고 장소성을 형성하는 동시에 타 지역과의 변별성을 갖게 하는 부분임
- 세종시는 우리나라의 행정수도이자 최고의 명품도시로 도약하기 위한 방안으로 세종시의 이미지 및 지역성과 연계된 '도시정체성 확보'에 힘쓰고 있음
- 세종시는 문화재 건수가 양적으로 많지 않아, 세종시 내에 있는 문화재의 의미와 가치적 측면에서 활용의 접근이 요구되며, 미디어 파사드를 통해 문화재의 의미와 가치를 홍보할 수 있음
- 세종시는 행정중심복합도시로서, 정부세종청사, 세종시청 및 주민센터, 박물관, 도서관 등 공공건축물이 다수 있으나, 업무성격이나 외벽형태에 따라 미디어 파사드에 부적절할 수 있으며, 운영주체에 따라서 도입방안을 고려해야 하며, 2019년 준공예정인 세종아트센터, 세종홍보관, 국립세종도서관 등이 미디어 파사드의 특성과 어울린다고 사료됨
- 버스 승하차 인원 및 인구밀도와 세종시 내 공공건축물 위치도를 중첩 분석 한 결과 행복도시, 조치원역 일대가 시민 이동량이 많은 지역으로 미디어 파사드 홍보 효과가 높은 대상지로 도출됨
- 피사체 신규설치나 실내설치도 도입방안의 하나로 고려될 수 있음

□ 미디어 파사드 콘텐츠

- 미디어 파사드의 콘텐츠는 표출하고자 하는 영상의 내용들에 있어 ‘공공성’과 ‘공간 이미지 형성’이라는 2가지 특성을 모두 고려한 제작물이 되어야 함
- 미디어 파사드는 도시민들을 위한 의사소통의 매개로서 물리적 환경에 대한 정보를 제공하거나 시각적인 즐거움을 주는 것 이상의 도시 매체로서의 역할을 할 수 있음
- 세종시는 지역브랜딩이 필요하며, 지역브랜딩은 내적으로 지역에 긍정적인 이미지를 강화하여 지역 주민의 지역 의식을 고취하고 지역에 대한 자긍심을 갖게 하며 공동체 의식 및 주체성 확립에도 도움을 줌
- 나라꽃인 무궁화, 세종대왕과 연계된 스토리텔링, 문화예술분야에서는 장욱진 화백 등이 세종시 지역브랜딩을 위한 콘텐츠로 바람직할 것으로 판단됨

□ 미디어 파사드 도입방안

- 미디어 파사드 도입방향에 대한 수립이 필요하며, 이는 개념정립, 콘텐츠규정, 지역성부합, 지속적관리 측면에서 다루어져야 함
- 상시운영 또는 축제 및 행사를 위한 이벤트성 운영에 대한 도입
- 미디어 파사드는 도시의 정체성, 도시경관, 시민의 정서적 심리, 정보성 등 여러 가지 긍정적인 사회적 효과가 있음에도 사업비의 규모가 적지 않아, 도입시 경제적 측면에서 신중해야 하며 지속적인 유지관리에 대한 구체적인 계획을 수립해야함
- 지자체에서 운영하는 미디어 파사드의 콘텐츠는 형평성을 위해 시민공모나 후보 작품들에 대해 시민투표 등 시민의견수렴 프로세스를 거쳐 미디어 파사드 콘텐츠를 표출하는 것이 바람직함
- 민간의 미디어 파사드 설치행위는 사회가 의도하는 일정한 공공성이 있는 방향으로 유도할 필요가 있으며, 이를 위해서는 의도하는 방향을 내용으로 담고 있는 원칙적 기준의 제시와 함께 실질적으로 적용 가능한 구체적이고 실천적인 기준의 제시가 필요함

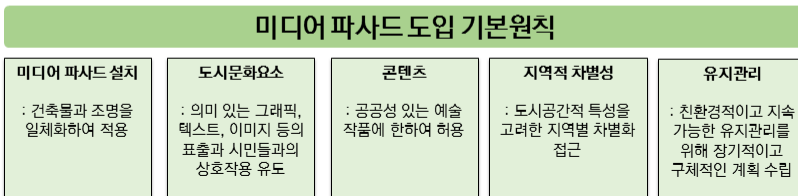
VI. 결론

□ 연구의 기여부분

- 본 연구는 세종시의 미디어 파사드 도입가능성 및 타당성을 파악하고 입지선정, 콘텐츠, 도입방안 등에 대한 고려사항을 검토하여 세종시 미디어 파사드 도입을 위한 정책결정에 참조자료를 제공하였음
- 미디어 파사드에 대한 개념, 관련 법제도, 도시계획적 측면에서의 기능 및 효과를 조사 분석하였음
- 국내외 미디어 파사드 도입현황과 사례조사를 통해 시사점을 도출함
- 세종시 미디어 파사드 도입 적정입지분석을 위해 세종시 용도지역, 건축물, 문화재, 인구, 교통 이동량 현황 중첩분석을 함
- 세종시 미디어 파사드 도입시 입지선정, 콘텐츠, 도입방안에 대한 고려사항을 제시함

□ 정책 제언

- 미디어 파사드의 개념과 공간상의 도시문화요소로서 역할과 의미가 확고하게 정립하기 위해서, 미디어 파사드 도입의 방향성과 원칙의 수립은 사회적 공감대 형성과 이를 근거로 구체적 도입 및 관리방안 마련에 활용될 수 있음



- 미디어 파사드 도입목적의 구체화
 - 미디어 파사드를 통해 얻고자 하는 목적을 구체화하여야 지속적이며 효율적인 효과를 기대할 수 있음. 도입목적의 구체화 정립을 통해 미디어 파사드의 입지선정, 규모, 콘텐츠, 운영계획 등이 최적화될 수 있음
- 세종시 미디어 파사드 콘텐츠의 차별화
 - 세종시 정체성 및 지역성 확보
 - 시민참여위주의 콘텐츠 설계
- 미디어 파사드의 점진적 활용
 - 초기단계에는 상시운영보다는 이벤트성 운영을 통해 시민들의 피드백과 시책효과를 검토해보는 것이 바람직하며, 규모면에서도 사업비가 적게 소요되는 소규모 피사체를 대상으로 시민참여형 콘텐츠를 활용한 이미지나 정보를 표출하여, 미디어 파사드에 대한 시민들의 긍정적인 공감대를 얻는 것이 필요함
- 미디어 파사드 관련조례 개정
 - 미디어 파사드에 대한 구체적인 허용기준 및 설치허용구역 등에 관한 내용을 '세종특별자치시 인공조명에 의한 빛공해 방지 조례'에 추가하여 법적 실행력을 확보하며 '빛공해방지 위원회' 등의 심의를 거쳐 미디어 파사드 도입계획 및 운영계획을 관리할 필요가 있음

차 례

제1장 서론	3
제1절 연구배경 및 목적	3
1. 연구의 배경 및 필요성	3
2. 연구의 목적	4
제2절 연구방법 및 내용	5
1. 연구의 방법	5
2. 주요 논의사항	6
3. 연구결과의 활용 및 기대효과	6
제2장 미디어 파사드 개념 및 효과	9
제1절 미디어 파사드(Media Facade) 개요	9
1. 미디어 파사드 개념	9
2. 미디어 파사드 특성	11
3. 미디어 파사드 유형	11
제2절 도입 배경 및 관련 법제도	13
1. 도입 배경 및 과정	13
2. 미디어 파사드 관련 법제도	15
제3절 도시계획적 기능 및 효과	17
1. 도시 브랜딩 및 마케팅 측면	17
2. 도시 경관 및 지역 활성화 측면	17
3. 도시의 미디어화 및 정보 제공	18
4. 미디어 파사드의 파급 효과	18
제3장 미디어 파사드 사례조사	23
제1절 미디어 파사드 국내 도입현황	23
제2절 미디어 파사드 국내외 사례조사	25
1. 국내 주요 빌딩 및 랜드마크 사례	25
2. 국내 문화재 사례	28

3. 국내 오픈 스페이스를 활용한 사례	31
4. 국내 기타 사례	33
5. 해외 사례	34
제3절 시사점	39
1. 뉴미디어 활용도를 높이는 방향 모색	39
2. 도시공간의 구성요소로서 역할 및 기능 고려	39
3. 공공예술로서의 규제와 지원	40
4. 융합형 산업으로의 발전방향 모색	40
제4장 미디어 파사드 도입관련 세종시 현황분석	43
제1절 용도지역 현황	43
제2절 건축물 분포 및 층수 현황	45
1. 건축물 유형별 현황조사	46
2. 건축물 분포 현황분석	47
제3절 공공건축물 분포현황	56
1. 세종시 공공건축물	56
2. 세종시 복합커뮤니티센터	59
제4절 문화재 및 향토유적 현황	62
제5절 인구 및 가구 현황	65
1. 집계구별 인구수	65
2. 집계구별 인구밀도	66
3. 집계구별 가구 수	67
제6절 교통 이동량 현황	68
1. 버스정류장 승하차인원	68
2. 차량 이동량 현황	72
제5장 세종시 미디어 파사드 도입 고려사항	79
제1절 미디어 파사드 입지선정	79
1. 장소성 형성	79
2. 피사체 건물	82
3. 인구밀도 및 시민 이동량	85
4. 도시공간 재창출	88

제2절 미디어 파사드 콘텐츠	91
1. 공공디자인성	91
2. 지역성 및 상징성	94
제3절 미디어 파사드 도입방안	99
1. 미디어 파사드 도입 기본방향	99
2. 시기별 도입	100
3. 경제성에 따른 도입	103
4. 시민참여에 근거한 도입	105
5. 관련조례 개정	107
제6장 결 론	111
제1절 연구결과 종합	111
1. 미디어 파사드 개념 및 효과	111
2. 미디어 파사드 국내외 사례조사 시사점	112
3. 미디어 파사드 도입관련 세종시 현황분석	113
4. 세종시 미디어 파사드 도입 고려사항	113
제2절 정책 제언	115
1. 미디어 파사드 도입 기본방향 및 원칙	115
2. 미디어 파사드 도입목적의 구체화	116
3. 세종시 미디어 파사드 콘텐츠의 차별화	117
4. 미디어 파사드의 점진적 활용	118
5. 미디어 파사드 관련조례 개정	118
부 록	123
참고문헌	124

표 차례

[표 2-1] 미디어 파사드 관련용어 및 차별성	9
[표 3-1] 서울시 미디어 파사드 설치 사례	24
[표 3-2] 상암 DMC 미디어 파사드 개념의 진화	27
[표 4-1] 세종시 용도별 면적 및 비율	43
[표 4-2] 종류에 따른 세종시 건축물 현황	46
[표 4-3] 용도에 따른 세종시 건축물 현황	46
[표 4-4] 층수에 따른 세종시 건축물 현황	47
[표 4-5] 시설군 및 용도에 따른 세종시 건축물 분포표	51
[표 4-6] 법정동별 건축물 분포표	51
[표 4-7] 세종시 법정동별 건축물수 및 연면적	53
[표 4-8] 세종시 내 공공건축물	56
[표 4-9] 세종시 내 복합커뮤니티센터 사업현황	60
[표 4-10] 세종시 복합커뮤니티센터별 주요 시설 현황	61
[표 4-11] 세종시 문화재 및 향토유적 분포도	62
[표 4-12] 세종시 VDS 통행량	73
[표 5-1] 도시이미지 전략 유형	80
[표 5-2] 세종시 전통민속자원	82
[표 5-3] 중첩분석 결과 대상 건축물	86
[표 5-4] 정규 미디어아트 콘텐츠 유형분류(서울스퀘어 빌딩)	92
[표 5-5] 비정규적 미디어아트 프로젝트(서울스퀘어 빌딩)	93
[표 5-6] 세종시 무궁화도시 전략방향	96
[표 5-7] 미디어 파사드 요소	100
[표 5-8] 세종시 주요 축제 및 문화행사	102
[표 5-9] 미디어 파사드 비용 사례조사	103
[표 5-10] 미디어 파사드 설치허용구역	108
[표 6-1] 세종시 미디어 파사드 도입목적 예시	117

그림 차례

[그림 2-1] 서울스퀘어 미디어 파사드	10
[그림 2-2] 영화 <블레이드 러너>의 한 장면	13
[그림 2-3] 압구정동 갤러리아 백화점 미디어 파사드	14
[그림 3-1] 서울스퀘어의 다양한 미디어 파사드	26
[그림 3-2] 상암 DMC 내 미디어 파사드	28
[그림 3-3] 경복궁 흥례문 미디어 파사드	29
[그림 3-4] 수원화성, 공산성, 청주향교, 풍남문 미디어 파사드	30
[그림 3-5] 광명동굴 예술의 전당 미디어 파사드	31
[그림 3-6] 수양개 빗터널 미디어 파사드	32
[그림 3-7] 강천산 환상캠핑 포스터 및 병풍폭포 미디어 파사드	33
[그림 3-8] 서울역 앞 아트쉘터(좌), 2016 미래성장동력 챌린지 퍼레이드 구조물의 미디어 파사드(우)	34
[그림 3-9] 비비드 시드니 페스티벌 전경	35
[그림 3-10] 독일의 알리안츠 아레나	36
[그림 3-11] 미국 시카고의 크라운 분수대 전경	37
[그림 3-12] 도쿄 긴자의 샤넬 타워(좌), 오스트리아의 쿤스트하우스(우)	38
[그림 4-1] 세종시 용도지역도	44
[그림 4-2] 세종시 건축물 분포도	45
[그림 4-3] 세종시 건축물 분포도(격자망 500m)	48
[그림 4-4] 세종시 건축물 층수 분포도(격자망 500m)	49
[그림 4-5] 건축물 용도별 분포도	50
[그림 4-6] 법정동별 건축물 분포도	52
[그림 4-7] 세종시 법정동별 건축물 연면적(만㎡)	54
[그림 4-8] 세종시 법정동별 건축물 밀도(호/㎢)	55
[그림 4-9] 세종시 공공건축물 위치도	58
[그림 4-10] 세종시 복합커뮤니티센터 위치도	59
[그림 4-11] 세종시 문화재 및 향토유적 위치도	64
[그림 4-12] 집계구 총 인구수(명)	65

[그림 4-13] 집계구 총 인구밀도(명/km ²)	66
[그림 4-14] 세종시 집계구별 가구(호)	67
[그림 4-15] 세종시 버스정류소 위치도	68
[그림 4-16] 세종시 버스 승차인원분포 밀도도	70
[그림 4-17] 세종시 버스 하차인원분포 밀도도	71
[그림 4-18] 세종시 VDS 분포도	72
[그림 4-19] 세종시 VDS 통행량(평일 평균)	75
[그림 4-20] 세종시 VDS 통행량(주말 평균)	76
[그림 5-1] 세종시 문화재 및 향토유적 예시	81
[그림 5-2] 세종시 공공건축물 예시	82
[그림 5-3] 정부세종청사 문화체육관광부 건물 미디어 파사드	84
[그림 5-4] 공공건축물과 버스 승하차인원 증첩분석결과 (좌:승차, 우:하차)	85
[그림 5-5] 문화재 분포도와 버스 승하차인원 증첩분석결과 (좌:승차, 우:하차)	87
[그림 5-6] 세종시 미디어 벽천	88
[그림 5-7] 시카고 크라운 분수	89
[그림 5-8] 프랑스 레보드 프로방스 아미엑스 프로젝트	90
[그림 5-9] D-Tower 미디어 파사드 시민참여 사례	94
[그림 5-10] 제27회 나라꽃 무궁화 세종축제(2017년)	95
[그림 5-11] 장욱진 화백의 생가, 6·25전쟁 당시 거주했던 집, 선영 및 탑비	97
[그림 5-12] 장욱진 화백 작품	97
[그림 5-13] 전의초수 콘텐츠 구상 방안	98
[그림 5-14] 미디어 파사드 도입 기본방향	99
[그림 5-15] 미디어 파사드 비용 사례	104
[그림 5-16] 미디어 파사드 경제적 효과 사례	105
[그림 5-17] 인터랙티브 미디어 파사드 사례	107
[그림 6-1] 미디어 파사드 도입 기본방향 및 원칙	115



서론

제1절 연구배경 및 목적
제2절 연구방법 및 내용

1장

제1장 서론

제1절 연구배경 및 목적

1. 연구의 배경 및 필요성

- 지자체에서는 정책토론회, 시민제안 등을 통해 시민의 다양한 의견을 정책에 반영코자 하는 노력을 확대하고 있음
 - 세종시에서는 현재 시민들이 제안한 아이디어를 전문가가 보완하여 정책으로 현실화하는 「똑똑세종-시민의 한수」 제도를 운영 중임
- ‘시민 제안제도’는 시청 홈페이지와 이메일 등 다양한 경로를 활용하여 그 동안 다수의 시민 의견이 정책에 반영되어 옴
 - 시민 제안제도는 시민들의 생생한 목소리와 경험·지식, 아이디어를 시청 운영에 반영하고 시민과의 소통 기회를 확대함으로써 보다 좋은 정책으로 발전시키는 데에 기여하고 있다는 평가를 얻고 있음
 - 본 연구도 시민 제안으로 논의되는 과제 중 하나로 정책 실현에 대한 전문성 자문이 필요하여 연구 의뢰된 사안임
- 미디어 파사드(Media Facade)란 건물 외벽 등에 LED 조명을 설치하여 미디어 기능을 구현하는 것으로, 단순 건축물의 시각적 아름다움뿐만 아니라 정보를 전달하는 매개물로서의 기능을 수행함
- 미디어 파사드는 21세기 건축의 새로운 트렌드로서 우리나라에서는 2000년대 초반 도입된 이후, 주요 건축물과 장소에 활발하게 활용되고 있음
- 국내에서 미디어 파사드 관련연구는 주로 도시설계 및 디자인 분야를 중심으로 표현 유형과 특성, 실효성, 만족도, 관리방안 등 다양한 관점에서 진행되어 옴

- 세종시에서는 아직까지 상시운영으로 도입된 사례가 없으나, 공공미술적 가치와 예술미를 효과적으로 활용한다면 시정 홍보, 정보 제공, 도시경관 개선, 지역활력 제고 등의 긍정적 효과가 있을 것으로 전망됨

2. 연구의 목적

- 본 연구는 세종시의 미디어 파사드 도입가능성 및 타당성을 파악하고, 도입방법론 및 적정입지 등을 검토하고자 함
- 세종시 미디어 파사드 도입을 위한 정책결정에 참조자료를 제공하고자 함

제2절 연구방법 및 내용

1. 연구의 방법

- 문헌 검토, 국내외 미디어 파사드 도입사례 조사
 - 도입 효과, 기술적 방법, 표현 유형과 특성 등
- 도입타당성 검토 및 미디어 파사드 도입가능 대상지(장소·건물) 필터링
 - 도입가능 공공건물(세종시 청사, 복합 커뮤니티센터, 정부세종청사 등)
- 미디어 파사드 업체 심층인터뷰
- 미디어 파사드 관련사업 도입을 위한 기본방향(입지선정, 콘텐츠, 운영 방안 등) 제시

주요내용	기간	(3.5) 개 월				비고
	1월	2월	3월	4월		
연구계획 및 착수	■					착수
문헌 및 사례 조사	■	■				국내외 사례조사
세종시 현황 분석		■	■			
도입기본방향 도출 및 도입가능대상지 검토			■	■		
정책제언 제시				■		자문회의 및 보고서 작성

2. 주요 논의사항

- 미디어 파사드 사례 조사
- 우리 시 여건(현황) 분석 및 대상지 검토를 통한 도입타당성 검토
- 미디어 파사드 적정 대상지 제안
 - 세종시 미디어 파사드 도입가능성 검토 및 관련사업 추진을 위한 제언
 - 도입가능 후보지 검토(세종시 공공건물 등), 시민 이동량(VDS 교통량, 대중교통정류장 승하차인원 등)의 홍보 효과, 공간구조(결절점), 문화재 등을 종합하여 대안(후보지) 제시
- 미디어 파사드 도입시 고려사항 분석

3. 연구결과의 활용 및 기대효과

- 세종시의 독창적 시민 제안제도인 「똑똑세종 - 시민의 한수」의 아이디어를 정책화하는 데에 기여할 수 있음
- 향후 미디어 파사드 도입시 사업부서가 참조가능한 기초자료를 제공할 수 있음

미디어 파사드 개념 및 효과

제1절 미디어 파사드 개요

제2절 도입 배경 및 관련 법제도

제3절 도시계획적 기능 및 효과

2장

제2장 미디어 파사드 개념 및 효과

제1절 미디어 파사드(Media Facade) 개요

1. 미디어 파사드 개념

- 미디어 파사드(Media Facade)는 정보전달매체를 뜻하는 미디어(Media)와 건물의 외벽을 뜻하는 파사드(Facade)가 합성된 용어로, 도시에 있는 빌딩을 비롯하여 다양한 구조물의 면(面) 혹은 입체적인 구조물의 상(像)에 LED를 부착하거나 프로젝터를 이용하여 다양한 콘텐츠 영상을 투사하는 것을 의미함
- 미디어 파사드는 사회적으로 통용되는 사전적 정의가 없는 상태로, 디지털경관조명, 미디어보드, 미디어월, 디지털 사이니지 등 관련 용어와 범위가 혼용되고 있음(이승지·박현찬, 2016)

[표 2-1] 미디어 파사드 관련용어 및 차별성

관련용어		미디어 파사드의 차별성
건축물 장식조명	건축물의 개성과 아름다움을 향상하는 조명	도시문화형성에 기여하는 영상 표출
어반 스크린	건축물과는 독립적으로 설치된 대규모 스크린	건축물과 일체적으로 설치
전광판	광고를 표출하는 시각전달매체	파사드의 도시적 기능에 의한 문화적 속성
디지털 사이니지	디지털 디스플레이를 통한 양방향 커뮤니케이션 정보매체, 사회적으로 광고매체로 인식	개념적으로는 옥외에 설치되는 디지털사이니지의 일환

자료: 이승지·박현찬(2016)

- 미디어 파사드는 건축 및 도시공간과 디지털 공간을 연결하는 디지털 미디어 표현기법으로서 조망, 영상, 정보기술(IT)이 결합되어 있음
 - IT 기술과 미디어를 적극 활용한 미디어 아트와 디지털 아트의 결정체로서 건물의 벽면을 디스플레이용으로 사용하는 것임
 - 디지털 정보 디스플레이(digital information display, DID)를 이용한 옥외광고인 디지털 사이니지(Digital Signage)의 유형으로서 건물 외벽을 디스플레이로 활용하여 예술적 영상미를 제공하게 됨
- 공공예술, 도시디자인, 기업들의 아트 마케팅의 중요한 수단으로서 자리 잡고 있음
 - 우리나라에서는 2004년 서울 압구정동의 갤러리아 백화점 명품관에 도입된 것이 효시로 꼽히고 있으며, 이 건물은 네덜란드의 UN studio 창립자인 벤 반 베클(Ben Van Berkel)에 의해 리노베이션되어 낮에는 펄 느낌의 파사드를 형성하며 밤에는 LED 조명으로 다양한 이미지를 연출하고 있음



[그림 2-1] 서울스퀘어 미디어 파사드

자료: 디자인하우스(2012.1)

2. 미디어 파사드 특성

- 현대사회의 대표적인 야간 경관으로서 해당 건축물은 물론 주변 지역의 환경과 이미지를 구성하는데 결정적 역할을 하고 있으며, 업무·상업·의료 등 여러 용도의 건축물에 설치되고 있음(김동찬 외, 2012)
- 미디어 파사드는 도심의 미적 경관 창출, 야간 명소의 발굴, 도시환경의 질 향상, 개성 있는 도시 정체성 구축 등을 위한 미디어 플랫폼으로서 가치를 인정받고 있음
 - 도시별·지역별 특성에 맞는 경관 창출이 중요해지면서 야간경관에 대한 가치 증대와 함께 디지털 미디어 기술의 발전으로 인하여 미디어 파사드의 활용 사례는 점차 증가하고 있음
 - 차가운 도시 이미지를 탈피하여 문화 콘텐츠와 감수성으로 도시민과 관광객을 자극하는 도시 마케팅 전략의 일환으로 해석할 수 있음
- 상품 광고 및 프로모션을 비롯한 다양한 정보전달 매체로서의 역할뿐만 아니라 관광 자원으로서 활용될 수 있으며 배경이 되는 건축물의 상징성의 부각을 통해 브랜드 가치를 향상시킬 수 있음
- 건물 외벽에 LED 조명을 설치해 건물 벽면을 디스플레이 공간으로 활용하는 미디어 파사드와 유사한 사례로서 건물 외벽을 포함한 인테리어 공간, 오브제 등 프로젝터에 의해 영사시킬 수 있는 모든 스크린을 사용하는 프로젝션 맵핑 방법이 있음

3. 미디어 파사드 유형

1) 광원 설치방식에 따른 유형

- LED 소자적용 표출방식과 프로젝터 표출방식에 따라 미디어 파사드의 연출방식 유형을 구분할 수 있음
- LED 소자적용 표출방식은 도시경관요소(파사드)에 직접 설치를 하여 고휘도의 영상 콘텐츠를 구성할 수 있으며 인터랙티브적인 상호작용이

가능하나, 건물벽면에 별도의 설치가 필요한 방식으로 시간과 비용, 유지비용 등이 높다는 단점을 가진

- 프로젝터 표출방식은 건물 파사드를 스크린으로 활용하는 방법으로 표출자의 일방향적인 성격을 가지고 있으며 파사드의 특징에 맞춘 콘텐츠 제작이 요구되지만 기존 건물 외벽을 활용하는 만큼 적은 비용과 단기간 행사나 이벤트에 활용하기 좋은 사례임

2) 콘텐츠 표현에 의한 유형

- 디지털 신호방식을 기본으로 하는 미디어 파사드는 표출하려는 콘텐츠에 따라 각각 다른 유형을 나타내고 있음
- 동영상, 사진, 이미지 등의 다양한 영상을 제공하는 미디어, 색상이나 움직임의 변화를 이용하는 그래픽, 정보제공을 목적으로 하는 텍스트 등으로 나누어볼 수 있음

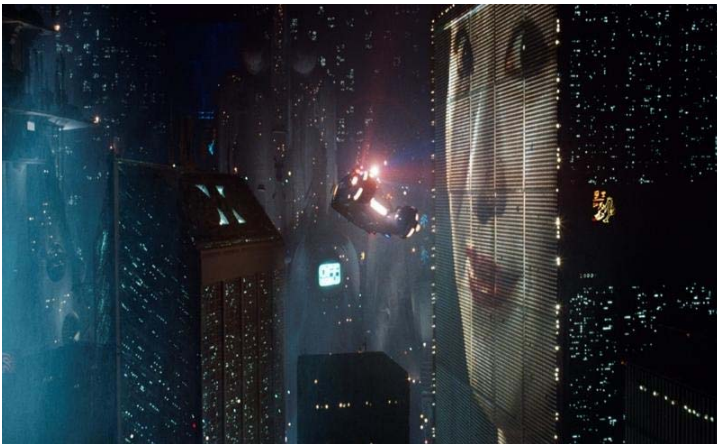
3) 미디어 파사드 재질에 따른 유형

- 우리나라의 미디어 파사드는 초기 주로 투광형 조명이나 점 발광 방식 저해상도 조명의 형태를 갖추고 있었으나 새로운 재질의 개발을 통해 야간뿐만 아니라 낮에도 도시경관을 연출할 수 있게 됨
- 파사드의 재질 변화에 따라 더욱 다양하고 창의적인 표현이 가능해짐

제2절 도입 배경 및 관련 법제도

1. 도입 배경 및 과정

- 1980년대 초반 뉴미디어(new media, 새로운 형태의 정보전달 매체) 개념의 등장과 함께 디지털 사회 형성과 미술, 건축 등에서 포스트 모더니즘 문화현상이 공통적으로 나타나게 되었고, 그로 인해 미디어 파사드라는 새로운 기법이 사용되기 시작함
- 미디어 파사드가 최초로 등장한 것은 1982년 SF 영화 ‘블레이드 러너 (Blade Runner)’ 속의 미래도시 모습에서 나타나고 있으며, 이후 1998년 일본 도쿄의 큐프런트(QFront) 빌딩, 1999년 뉴욕 타임 스퀘어의 나스닥(NASDAQ) 빌딩을 비롯하여 유럽과 아시아의 주요 도시에서 발견할 수 있게 됨(조희승, 2013)
- 미디어 파사드의 활용도가 다방면에서 주목을 받게 되면서 2008년 베이징 올림픽에서는 ‘쉐리판(워터큐브)’ 수영장이 독특한 외관과 형형색색 바뀌는 LED 조명을 사용하게 되면서 전 세계적으로 높은 관심을 받기도 하였음



[그림 2-2] 영화 <블레이드 러너>의 한 장면

자료: 구본준의 거리 가구 이야기 블로그

- 국내 미디어 파사드는 2004년 제작된 서울 압구정동 갤러리아백화점에
서 시작하여 이후 시청역 삼성화재빌딩, 역삼동의 GS타워, 서울역 서
울스퀘어, 신문로 금호아시아나 사옥 등에 적용되며 진화하여 옴
 - 2009년 미디어 파사드 관리제도가 도입되면서 심의가 이루어지기 시
작하였고, 심의제도 도입 이후 최초로 서울스퀘어가 미디어 파사드 심
의를 받게 됨
 - 서울과 다른 대도시의 고층빌딩 외벽에 미디어 파사드 설치가 확대되
고 있으며, 이전의 정형화된 건물 표면이 비정형 형태로 변화하면서
다양한 디자인 미디어 파사드가 나타나고 있음(한국콘텐츠진흥원, 2013)
 - 국내 도입 초반에는 대형 건물, 고층빌딩의 전반을 강조한 사례가 많
았으나 점차 30m 이하의 낮은 건물을 활용하는 사례가 증가하고 있
으며, 일반 기업의 홍보활동에서도 미디어 파사드 영상이 사용되고 있
으며, 경복궁 흥례문이나 덕수궁 석조전과 같은 문화재 건물을 활용한
사례도 등장하고 있음



[그림 2-3] 압구정동 갤러리아 백화점 미디어 파사드

자료: 서동민(2011)

2. 미디어 파사드 관련 법제도

1) 구 옥외광고물 등 관리법, 빗공해 방지법

- 미디어 파사드는 「구 옥외광고물 등 관리법」, 「인공조명에 의한 빗공해 방지법(이하 「빗공해 방지법」이라 함)」의 제한을 받아옴
 - 기존 법률상에서는 벽면이용광고물로 취급될 경우, 가로, 세로, 높이, 돌출폭 규제가 혼돈 적용되어 규제가 불가능하였고, 창문이용광고로 취급될 경우, 건물 2층 이하 창문 또는 출입물에 자사광고에 한하여 표시, 창문으로부터 정 거리 유지 등에 위배되어 불법에 해당

2) 서울특별시 빗공해 방지 및 좋은빛형성 관리조례

- 서울시에서는 미디어 파사드 사례가 증가함에 따라 이에 대한 관리의 필요성을 느끼고 야간경관계획(2008) 및 「서울특별시 빗공해 방지 및 좋은빛형성 관리조례(구 서울특별시 빗공해 방지 및 도시조명 관리 조례)」를 국내 최초로 제정(2010)하여 관리체계를 마련해옴
 - 조례 제정 당시 미디어 파사드의 점등 및 소등시간을 제한하여 급속히 증가하는 미디어 파사드에 대한 관리기준을 규정하였으며, 건축물, 교량, 건조물 등 인공조명 전반에 걸쳐 계획, 설치기준 등에 대한 관리 근거를 마련함(서울시, 2015)
 - 「빗공해 방지법」제정 이후 조례를 전부 개정하여 좋은빛위원회 심의대상 시설로서 미디어 파사드 장식 조명의 규모를 규정하고 있으며, 조명계획수립 기준에서 미디어 파사드의 허용기준 및 설치허용구역에 대한 사항 등을 포함하고 있음(서울시, 2015)

3) 옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률

- 2015년 12월 과학기술정보통신부(구 미래창조과학부)는 ‘디지털 사이니지 산업 활성화 대책’을 발표하고, 「옥외광고물 등 관리법」이 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」로 개정되어

2016년 1월 6일 공포, 7월 7일 시행됨에 따라 디지털 사이니지 활성화 및 급성장이 기대되고 있음

- ‘디지털 사이니지 산업 활성화 대책’에 의하면 전세계 디지털 사이니지 신장규모는 2014년 약 151억불(16.6조원) 규모에서 연평균 12.9% 성장하여 2020년에는 314억불 수준으로 성장할 전망이다 함 (한국옥외광고센터, 2016)
- 법률의 개정으로 디지털광고물이 옥외광고물 정의에 포함되었고 설치 허용범위나 적용 범위도 확대되었고, 옥외광고물이 관리와 진흥의 대상으로 인식하게 됨

제3절 도시계획적 기능 및 효과

1. 도시 브랜딩 및 마케팅 측면

- 도시 브랜딩 및 시각적인 도시 홍보
 - 랜드마크 시설과 결합되어 문화적 기능뿐만 아니라 도시의 아이덴티티를 제시함으로써 개성 있는 도시 환경 구축에 기여할 수 있음
- 도시 이미지 개선과 마케팅 효과
 - 시민 및 방문객에게 즐거움과 감동을 제공할 수 있으며 미디어 파사드 디자이너를 비롯한 예술가들에게 작업 기회를 제공할 수 있음
 - 미디어와 IT기술이 융합하여 만들어낸 새로운 매체가 사람과 문화를 연결함으로써 이미지 개선과 함께 도시 마케팅 효과를 창출
 - 도시의 활력을 제공하고 동시에 새로운 관광요소로서 활용할 수 있음
- 장소성 형성
 - 미디어 파사드가 투사되는 건물의 역사적 의미나 상징성을 활용함으로써 공공성과 장소성을 표현할 수 있는 예술 작품을 실현할 수 있음
 - 가로나 도시공간의 장소성을 형성하는 새로운 계획요소로서 활용할 수 있어 새로운 가치 창출과 지역 경쟁력에 영향력을 발휘할 수 있음

2. 도시 경관 및 지역 활성화 측면

- 야간조명경관의 개선
 - 여러 종류의 야간경관 시설 중 건축물의 조형미를 부각시킬 수 있는 방법이자 다채로운 영상을 제공할 수 있다는 장점이 있음
- 문화콘텐츠로서의 위상 정립과 상업 활동 증진 효과
 - 야간 시간을 활용하여 연출하는 특수한 경관으로서 도시민의 야간 활동 촉진 및 다양화에 긍정적 영향력을 발휘할 수 있음

- 활력도가 낮아지는 도시공간에 감성 문화콘텐츠로서 육성할 수 있으며 지역 경제나 관광산업 활성화로 이어질 수 있음
- 야시장이나 문화재 야간개장, 야행(夜行) 등의 관광 상품과 연계 가능

3. 도시의 미디어화 및 정보 제공

- 다양한 규모의 도시공간에 정보를 제공할 수 있는 미디어 환경 기능
 - 정형화된 건축·도시환경 속에서 IT기술을 활용하여 아날로그 공간을 색다른 공간으로 바꾸어줄 수 있음
 - 쉽고 빠르게 대중에게 메시지를 전달하거나 소통할 수 있음
- 공공미술이 발전된 개방된 매체로서 미디어 플랫폼으로서의 기능을 수행할 수 있음

4. 미디어 파사드의 파급 효과¹⁾

1) 랜드마크 효과

- 미디어 파사드는 주로 도시 또는 지역의 중심부에 위치한 주요 건물을 대상으로 설치하고 있어 랜드마크 효과를 제공할 수 있음
 - 미국 뉴욕에서는 1996년 세계 최초의 미디어 파사드가 타임스퀘어에 들어섰으며, 벨기에의 텍시아 타워, 일본의 샤넬타워, 독일의 블링켄라이트 등 많은 해외 선진국의 사례를 볼 수 있음
 - 도시경관 미화, 도시 이미지 확산, 도시 홍보 효과를 창출할 수 있음

2) 문화적 효과

- 도시민들에게는 즐거움을 제공하고 예술가에게는 창의성 발휘의 계기 및 기회를 제공함으로써 도시의 문화적 효과를 기대할 수 있음

1) 김선영(2013) 참고.

- IT기술과 미디어를 결합한 장르로서 다양한 작품을 생산시킬 수 있다는 장점을 가지고 있으며 공공미술의 역할을 이행하기도 함
- 시민과 지역 주민들이 소통 및 참여할 수 있는 수단으로서 지역, 사람, 문화를 융합시킬 수 있음

3) 경제적 효과

- 미디어 파사드와 관련된 다양한 산업 분야를 촉진하여 경제적 효과를 창출할 수 있음
 - LED조명 산업, 문화·예술 산업 등 여러 분야가 복합적으로 연계되어 있고 지자체, 기업, 예술가, 시민 등의 다양한 사람들이 관련되어 있어 미디어 파사드 시장의 활성화로 인한 파급 범위가 광범위함
 - 서울스퀘어는 입주율이 2010년 8월, 임대계약 1년만에 90%를 달성하였으며, 건축물 외관 개선뿐 아니라 서비스 전략에도 영향을 주고 있어 미디어 파사드 설치로 인한 건물의 가치를 입증하고 있음
 - LED 사용에 따른 전력 절감과 함께 2012년까지 5,000명 이상의 생산 및 연구 인력 신규 수요가 발생함

미디어 파사드 사례조사

제1절 미디어 파사드 국내 도입현황

제2절 미디어 파사드 국내외 사례조사

제3절 시사점

3장

제3장 미디어 파사드 사례조사

제1절 미디어 파사드 국내 도입현황

- 현재 우리나라에서는 미디어 파사드를 서울의 도심 및 강남 지역의 주요 빌딩이나 경복궁, 덕수궁 등의 문화재, 공공기관 건물 및 시설, 각종 기업의 사옥, 구조물 등 다양한 형태로 설치되고 이용되고 있음
- 건물 외벽에 LED 패널을 직접 부착하여 이미지를 표현하는 방식과 외부에서 프로젝터를 통해 상영되는 이미지를 건물에 영사하는 방식 등 다양한 영상관련 하드웨어 및 소프트웨어에 대한 지속적인 기술개발을 바탕으로 한 사례가 증가하고 있음
 - LED 방식은 건축물 벽면에 영구적으로 설치 운용이 가능하여 낮에도 사용할 수 있으나 대규모 설치 비용이 필요하며 건축물의 고유한 외형 유지가 필요하며 외형의 독특한 입체감을 활용한다는 측면에서 단점을 가짐
 - 프로젝터 방식은 일시적이며 밤에만 활용할 수 있다는 단점을 가지나 2차원의 이미지를 3차원의 구조물 표면에 옮기면서 입체적인 효과를 극대화 할 수 있다는 장점을 가짐
- 관련 법제도의 제·개정을 통해 미디어 파사드의 활용 범위가 확대되고 있으며 이러한 흐름과 함께 디스플레이에 대한 다양한 시도가 함께 진행되고 있음
 - 2009년 심의제도 도입 이후 설치된 미디어 파사드의 사례들은 점멸주기 및 표면휘도 등이 전체적으로 낮아지고 있음
 - 제한된 공간의 거대 규모의 구조물을 활용하여 새로운 기술을 도입한 미디어 파사드를 선보이거나 개별 사옥 건물, 교각이나 버스 환승센터 등을 활용한 사례가 나타나고 있음

[표 3-1] 서울시 미디어 파사드 설치 사례

시기	건물명	위치	설치 연도	주요 업종	크기		
					전체	일부	비고
심의 제도 이전	갤러리아 백화점	강남구 압구정동	2004	상업	○		50X12m
	GS타워	강남구 역삼동	2005	업무		○	
	LIG강남사옥	강남구 역삼동	2006	업무	○		
	누리꿈스퀘어	마포구 상암동	2007	업무		○	
	가든파이프	송파구 문정동	2008	상업	○		17X80m
	금호아시아나 사옥	종로구 신문로1가	2008	업무		○	23X92m
	LG CNS 상암사옥	마포구 상암동	2009	업무		○	8X32m
	우리금융 상암센터	마포구 상암동	2009	업무		○	1~3층
	LG텔레콤 상암사옥	마포구 상암동	2009	업무		○	
	삼성생명 천호지점	강동구 풍납1동	2009	업무		○	1~2층
	CJ E&M센터	마포구 상암동	2009	업무		○	1~4층
	명동 아디다스	중구 소공동	2009	상업		○	1~2층
	신사미타워	강남구 신사동	2009	업무	○		24X60m
	심의 제도 이후	BK 동양성형외과	강남구 논현동	2009	의료	○	
서울스퀘어		중구 남대문로	2009	업무	○		
맥스타일		중구 신당동	2010	상업		○	8층, 80X2m
KT사옥		종로구 세종로	2010	업무		○	2~3층, 72X9.5m
청량리역사(롯데 백화점)		동대문구 전농동	2010	상업	○		88.8X18.6m
오세원성형외과		강남구 청담동	2010	의료		○	4층
스바루 자동차전시장		강남구 청담동	2010	상업		○	3~4층, 17X10m
대진디엠피		강남구 논현동	2011	문화		○	4~7층, 21X13m
W저축은행		강남구 논현동	2011	업무		○	6층, 3.8X5.4m
딜라이트		서초구 서초2동	2011	업무		○	1~2층, 36X13.7m
한국기술센터	강남구 역삼동	2011	업무	○			
YBM 강남센터	강남구 역삼동	2012	업무		○	상층부	

자료: 이성창 외(2012), p.26

제2절 미디어 파사드 국내외 사례조사

1. 국내 주요 빌딩 및 랜드마크 사례

1) 서울스퀘어²⁾

- 서울스퀘어 미디어 파사드는 케이알원 기업구조조정 부동산투자회사의 주도로 진행된 리노베이션에서 ‘가치의 극대화’라는 목적 하에 미디어 캔버스를 통한 대중과의 소통, 임차인을 위한 배려가 반영된 브랜딩에서 이루어지 것임
 - 지난 30여 년 간 한국 근대화와 경제 성장의 상징이었던 옛 대우빌딩은 거대한 규모로 인한 위압감이 지적되어 오면서 외관 리노베이션 시 거대한 미디어 파사드를 고안하게 됨
 - 지속적인 문화 교류의 장으로 활용되고 있으며 세계적 팝아티스트들의 작품도 전시되면서 대중들과 친밀감 있는 공간을 제공하고 있음
- ‘미디어 캔버스’로 명명된 서울스퀘어 미디어 파사드는 99X78m의 기존 국내 최대 규모로서 LED 모듈 및 컨트롤러에 의해 구성됨
 - (주)가나아트센터가 미디어 캔버스에 노출되는 작품의 기획·운영을 담당하였으며, 건물 전면의 미디어 파사드를 통해 스페이스 브랜딩을 하는 국내 최초의 사례로서 자리매김하게 됨
 - 1년 10개월간의 리모델링을 통해 새롭게 형성되면서 4만 2천개의 LED 전구를 사용한 미디어 캔버스를 형성하여 미디어 아트 작품 중 세계 최대 규모로서 2009년 기네스북에 등재되기도 함
 - 크기 면이나 작품성면에서 랜드마크로서의 역할을 하고 있고 다양한 애니메이션 형태의 작품들을 감상 할 수 있으나, 시민들과의 상호작용(Interactive) 기능은 갖추지 못함
- 서울시 4대 도심축 가운데 서울역에서부터 승례문, 광화문 광장에 이

2) 디자인하우스(2012.1), 이영주(2014) 참고.

르는 길인 제1축 ‘역사문화축’의 출발점인 서울역에 위치하고 있는 서울스퀘어 미디어 파사드는 과거와 현재, 미래를 잇는 구심점 역할을 하고 있으며, 특히 상업광고를 배제한 순수 예술작품의 전시라는 측면에서 공공미술로서의 기능도 해내고 있음

○ 도시 공간 안에서 새로운 예술매체의 가능성을 제시하기 위해 다양한 실험을 진행하고 있으며, 국내외의 유명 아티스트들의 작품을 전시함으로써 열린 문화공간으로서 작용하고 있음

- 팝아티스트 줄리안 오피(Julian Opie), 미술가 양만기, 김신일, 문경원 등의 유명 작가들의 작품을 전시하거나 새로운 국가브랜드나 캠페인, 공익활동을 위한 각종 영상 및 메시지 전달을 위한 용도로 활용되고 있음



[그림 3-1] 서울스퀘어의 다양한 미디어 파사드

자료: 서울스퀘어 홈페이지

2) 상암 DMC³⁾

○ 디지털미디어시티(Digital Media City, DMC)는 첨단 디지털 미디어 관련 기업이 집적된 비즈니스 센터를 목표로 계획된 곳으로서 첨단 기술과 콘텐츠를 조성하여 계획적으로 조성하고자 함

- 2001년 수립된 구상단계의 기본계획에 해당하는 ‘디지털미디어시티 기본계획’에서는 전광판처럼 스크린을 설치한 미디어보드 개념으로 시작하였으나, 이후 2010년 수립된 ‘DMC 종합발전계획’에서는 단순 디스플레이 개념에서 벗어나 건축물과 일체화되고 다양한 사람들의 참여를 유도하는 미디어 파사드의 개념으로 전환함

3) 이성창 외(2012), DMC 백서, DMC 디지털미디어시티 홈페이지 참고.

[표 3-2] 상암 DMC 미디어 파사드 개념의 진화

시기	수립연도	용어	정의
디지털미디어 시티 기본계획	2001	미디어 보드	자기반전 원리 및 자체발광의 원리를 이용하여 다양한 규격과 형태, 색상으로 그래픽 화면이나 문안을 표출할 수 있도록 특별히 설계된 대형 스크린을 말하며 전광판으로 이해할 수 있음
DMC 종합발전계획	2010	미디어 파사드	건물과 일체화한 계획. LED 외에도 다양한 재료의 사용. High-Tech와 Low Tech를 이용한 하이브리드 디스플레이 개념과 함께 다양한 매체. 특별히 핸드폰과 상호소통하고 콘텐츠와 예술의 캔버스 역할을 할 수 있는 웹 2.0의 기반시설 개념

자료: 이성창 외(2012), p.29

- DMC 내 디지털미디어스트리트(Digital Media Street, DMS)는 첨단 기술과 가로활동, 물리적 공간이 상호작용하는 중심가로로서 각종 기술과 콘텐츠 실험의 장으로 조성하고자 함
 - 도시 내 공공공간인 가로의 특화와 새로운 ICT 도시기반시설의 활용을 통해 DMC 장소성을 증진시키고 지역을 특화시키고 있음
 - DMC 및 DMS 조성 취지에 부합할 수 있도록 미디어 파사드의 설치를 적극 권장하고 있으며, 우리은행, 우리기술, LG CNS, LG U+, 누리꿈스퀘어, CJ E&M, 팬엔터테인먼트, SBS 등의 건물에 미디어 파사드가 설치되어 운영되고 있음
 - DMC의 미디어 파사드는 통합 운영할 수 있는 시스템을 구축하여 프로그램 가능한 환경을 조성하였으며, 미디어아트와 결합된 새로운 유형을 제시했다는 점에서 높이 평가할 수 있음
- DMC 디자인가이드라인 내 미디어 파사드 설치지침에서는 다음의 내용들을 포함하고 있음
 - 선도적인 비주얼 표현(Experiment)라 하여 도시공간 안에서 스펙터클한 영상을 보여줌으로써 랜드마크의 역할을 하고 가로공간에서 새로운 영상문화를 창출할 수 있는 기회의 장으로 활용할 수 있도록 함
 - 공간과의 조화(Hypersurface)라 하여 다양한 소재와 콘텐츠를 인터랙

- 티브하게 구사할 수 있고 건축설계와 연계한 통합설계방식을 유도함
- 첨단 디지털 기술의 적용(Interactivity) 측면에서 단순한 디스플레이 이상의 것으로서 전문가가 사전에 제작하는 영상뿐만 아니라 미디어 파사드를 가로 구성원이 스스로 구성하도록 열려있고 투명한 매체로 활용되도록 고려함



[그림 3-2] 상암 DMC 내 미디어 파사드

자료: YTN NEWSQUARE, 삼익전자, DMC 디지털미디어시티 홈페이지

2. 국내 문화재 사례⁴⁾

- 궁궐을 활용한 미디어 파사드는 문화유산과 첨단기술이 결합된 문화예술 프로그램으로 관광객들에게 새로운 관람콘텐츠를 제공하게 됨
- 경복궁을 활용한 미디어 파사드는 2013년 광화문을 스크린으로 한 사례를 시작으로 2015년부터는 흥례문에서 꾸준히 전시를 실시해 오고 있음

4) 한국문화재단 홈페이지 참고.

- 2016년에는 문화재청 주최, 한국문화재단 주관으로 ‘흥례문, 디지털캔버스가 되다’라는 주제로 미디어 파사드를 개최하여 4대의 고해상도 프로젝터를 사용한 작품을 전시함
 - 신고전주의 양식의 근대 건축물로 대표되는 덕수궁 석조전에서도 미디어 파사드와 함께 공연과 디지털 아트가 융합된 미디어 퍼포먼스를 선보이고 있음
- 건축 문화재가 갖는 고유한 미적이면서도 문화적 의미를 담아내는 연출로서 프로젝터를 활용한 사례로 볼 수 있음
- 문화재청이 주관하는 각종 야행 프로그램과 궁궐 활용 사업, 지역문화유산 활용 사업 함께 미디어 파사드를 활용한 프로그램의 운영으로 관람객들에게 새로운 볼거리를 제공하고 있음
 - 관광 상품의 하나로서 주목을 받고 있으면서 동시에 문화재 훼손에 대한 우려의 목소리도 나오고 있어 이러한 부분에 대한 전문가들의 정확한 검토와 프로그램 운영이 중요한 과제라고 볼 수 있음



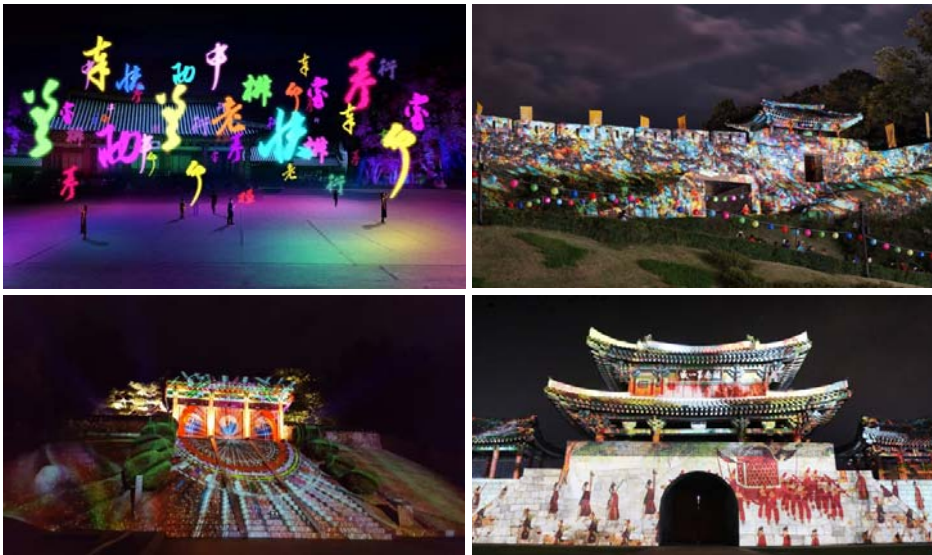
[그림 3-3] 경복궁 흥례문 미디어 파사드

자료: 과학기술정보통신부 웹진(빛의 향연, 미디어 파사드)

- 서울의 주요 궁궐에서의 진행하고 있는 미디어 파사드 외에도 수원시 화성행궁, 공주시 공산성, 청주시 청주향교, 전주시 풍남문, 나주시 금성관 등 각 지역의 주요 문화재의 외벽을 활용한 미디어 파사드 공연

이 다채롭게 진행되고 있음

- 수원시는 '밤빛 품은 성곽도시, 수원 야행'이라는 야간형 문화 향유·체험 프로그램 가운데 8야(夜)의 주제 중 야화(夜畵)라는 수원화성을 빛과 영상이 어우러진 미디어 파사드 장식을 실시함
- 공주시는 공산성과 금강을 배경으로 미디어 파사드, 불 특수효과, 워터 스크린, 레이저 연출 등 다양한 멀티 미디어 퍼포먼스를 통해 웅진백제의 역사를 담은 이야기를 공연으로 선보임
- 청주시는 청주향교 주변의 활성화를 위해 추진된 '청주야행, 밤드리노니다가'의 한 프로그램으로서 청주향교의 외삼문 계단과 정원을 배경으로 미디어 파사드 쇼를 전시함
- 전주시는 전동성당, 풍남문 등의 건축미를 미디어 아트를 통해 재해석하고 야간 관광·문화 콘텐츠로서 활용을 하고 있음
- 나주시는 전남유형문화재 제2호 금성관에서의 미디어 파사드를 통해 나주의 역사적 위상을 되살리고 발전상의 브랜드화를 목표로 함



[그림 3-4] 수원화성, 공산성, 청주향교, 풍남문 미디어 파사드

자료: 이은미(2017.8), 흥미진진 공주 블로그, 청주야행 홈페이지, 장태엽(2016.3)

3. 국내 오픈 스페이스를 활용한 사례

- 미디어 파사드는 건물의 외벽뿐만 아니라 광장에 설치된 조형물이나 교각이나 암벽, 동굴, 폭포 등과 같은 오픈 스페이스에 단기 이벤트나 예술 작품의 설치를 통해 전시되는 경우도 있음
- 동굴 속 암벽을 스크린으로 활용한 광명동굴의 사례는 폐광산을 문화 공간으로 새롭게 변화시킨 공간으로서 프로젝션 맵핑 기술을 연출하여 동굴의 역사부터 미래를 쇼의 형태로 전시하고 있음
 - 진시영 작가의 작품으로 CG와 자연촬영 영상을 빔 프로젝터로 통해 선보이고 있으며 동굴의 장소적 특수성을 살려 스토리가 있는 미디어 파사드를 구현함
 - 자연공간인 광명동굴에서의 미디어 아트는 자연보존과 생태도시를 추구하는 미래도시에 대한 메시지를 전달하는데 효과적이라 할 수 있음



[그림 3-5] 광명동굴 예술의 전당 미디어 파사드

자료: ING SYSTEM 홈페이지

- 충북 단양군의 수양개빛터널은 국내 최초의 터널형 복합 멀티미디어 공간으로 일제강점기 당시 건설된 터널이 수십년 동안 방치되어 오다가 최신 영상, 음향시설, LED 미디어 파사드 등을 접목시킨 공간으로 재탄생하게 되었음
 - 터널은 총 5개 구역으로 나뉜 멀티미디어 공간으로 만들어져 LED 장치와 프로젝션 기법으로 구현한 프로젝션 체험, 32m 영상으로 표현

- 한 과거와 미래 등 빛을 체험할 수 있는 관광지로서 위상을 가짐
- 단양군과 (주)천호가 민간유치 사업 협약을 통해 조성하였으며 첨단 기술과 역사적 장소성이 함께 공존할 수 있는 공간으로서 의의를 가짐



[그림 3-6] 수양개 빛터널 미디어 파사드

자료: 수양개 빛터널 홈페이지

- 전북 순창군의 강천산 국립공원 일대에서는 2017년 8월 개최된 강천산 환상캠핑 행사 기간 동안 병풍폭포를 배경으로 방문객들을 위한 미디어 파사드 쇼를 진행함
 - 병풍폭포와 개울에 빔 프로젝터를 활용하여 미디어 파사드 쇼를 실시함과 동시에 병풍폭포 암벽에 관광객이 그린 그림이 실시간으로 나타나는 인터랙티브 콘텐츠를 운영함



[그림 3-7] 강천산 환상캠핑 포스터 및 병풍폭포 미디어 파사드

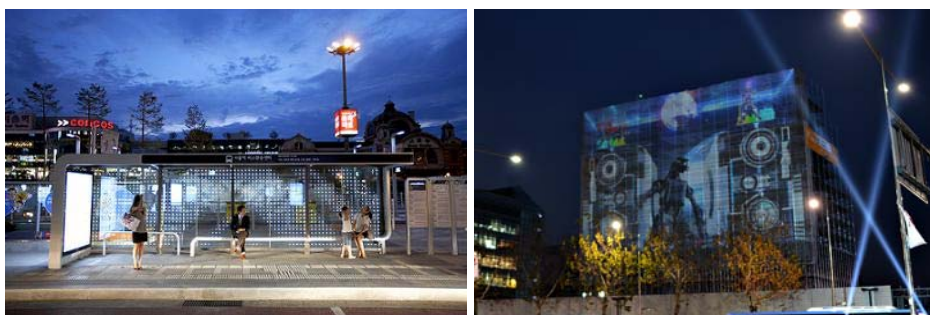
자료: 순창군청 홈페이지, 전북의 재발견 블로그

- 그밖에도 연말연시 해맞이 행사에서 포항 호미꽃의 미디어 파사드 카운트다운 불꽃쇼나 강원도 삼척해수욕장의 글라스 미디어 파사드 설치 사례가 있으며, 전북 익산에서는 활기찬 거리 조성과 방문객 유도를 위하여 익산역 광장에 야간 LED 조명과 미디어 파사드를 연출하는 빛의 거리 사업을 실시함

4. 국내 기타 사례

- 미디어 파사드는 도시 내 랜드마크가 되는 주요 건물이나 오피스 빌딩, 백화점, 쇼핑몰 등에서 실시되는 사례가 가장 많음
 - 롯데백화점 부산 광복점에서는 건물 외관을 창호지 문양과 나무 창살을 연상시키는 장식을 통해 전통미를 강조하였고, 미디어 파사드를 통해 꽃잎이 흩날리는 듯한 화려한 야경을 연출하고 있음
 - 서울 중구에 위치한 신세계 백화점 본점에서는 연말 크리스마스 시즌마다 다양한 미디어 파사드라는 마케팅 요소를 통해 시민과 관광객들의 이목을 끌어들이고 있음
 - 강남의 BK성형외과나 삼성전자의 딜라이트 홍보관, YG엔터테인먼트 등의 기업 사옥의 외벽 등에서의 미디어 파사드는 볼거리 제공과 함께 정보 전달, 기업 홍보를 위한 광고로까지 확대되어 사용되고 있음

- 그 밖에 광화문광장의 세종대왕 동상 프로젝션 맵핑의 사례나 서울역 앞 아트쉘터, 2016년 실시된 미래성장동력 챌린지 퍼레이드 미디어 파사드 영상 콘테스트에서 선보인 구조물 미디어 파사드 등 다양한 형태와 기술을 활용한 사례를 볼 수 있음



[그림 3-8] 서울역 앞 아트쉘터(좌), 2016 미래성장동력 챌린지 퍼레이드 구조물의 미디어 파사드(우)

자료: 민재용(2009), 과학기술정보통신부 웹진(빛의 향연, 미디어 파사드)

5. 해외 사례

- 건축, 디자인, 미디어가 상호작용을 통해 소통의 요소로서 활용이 되면서 미디어 파사드는 전 세계적으로 다양하게 활용되고 있음
- 우리나라의 사례와 마찬가지로 주요 랜드마크가 되는 건물이나 구조물, 기업의 사옥, 올림픽과 같은 메가 스포츠 이벤트에 사용된 경기장 구조물 등에서 활용이 되어 옴

1) 호주

- 호주의 '비비드 시드니 페스티벌(Vivid Sydney Festival)'은 매년 5월 말에서 6월 초 개최되는 빛, 음악, 아이디어를 컨셉으로 열리는 축제로서 시드니의 오페라 하우스를 비롯하여 시드니 항구를 따라 도심까지 늘어선 관광지, 빌딩 등에서 다양한 조명을 통해 볼거리를 제공하고 있음

- 미디어 아트를 활용한 빛 축제는 첨단기술을 접목하여 조명 장식, 조각품, 벽화, 3D 프로젝션 등을 통해 도시 곳곳을 새롭게 탄생시키고 있어 관광 산업이자 랜드마크의 역할을 수행함
- 행사 기간 동안 다양한 예술가와 기술 감독들이 국제포럼을 개최하기도 하며, 창의적 인재와 기술 혁신가들에 의해 도시를 배경으로 예술과 기술이 결합된 작품을 선보여 오고 있음



[그림 3-9] 비비드 시드니 페스티벌 전경

자료: 프럼에이 홈페이지

2) 독일

- 독일 뮌헨에 위치한 알리안츠 아레나(Allianz Arena)는 2006년 월드컵 개최를 위해 건설된 경기장으로서 공기가 들어가도록 특수 제작된 다이아몬드형 쿠션으로 파사드를 만들고, 그 안에 특수 제작된 형광램프를 사용하여 건물을 다양한 색상으로 변화시키고 있음
- 경기장을 홈구장으로 사용하는 두 팀의 색(바이에른 뮌헨의 붉은색, TSV 1860의 푸른색)을 다 고려하여 경기가 있는 팀 색에 맞추어 건물의 색을 바꾸고 있으며, 독일 국가대표의 경기 때는 흰색으로 빛날 수 있도록 연출함



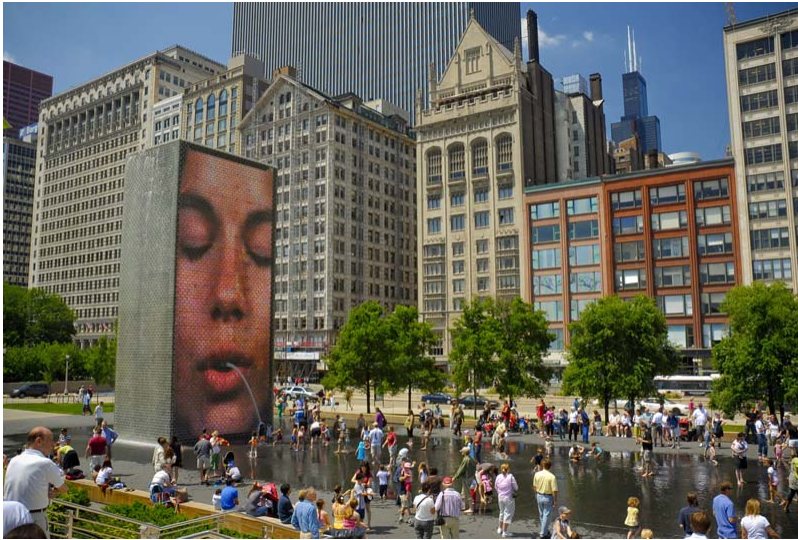
[그림 3-10] 독일의 알리안츠 아레나

자료: 디자인DB 홈페이지

3) 미국

- 미국 시카고 밀레니엄 파크의 크라운 분수대(Crown Fountain)는 시카고를 대표하는 랜드마크의 하나이자 디지털 사이니지를 활용한 공공예술 작품으로서 시민과 관광객들의 이목을 사로잡고 있음
 - 1997년 기획되어 2004년 완공된 밀레니엄 파크(Millennium Park)는 시카고 예술 대학교 옆의 주차장 부지였던 공간을 시가 인수하여 공원으로 조성하게 된 곳임
 - 광대한 규모의 공원에 핵심 랜드마크이자 재미요소를 더하기 위하여 크라운 분수대를 설치하게 되었고, 이 분수대는 약 15m의 기둥으로 사방에 LED 블럭으로 둘러싸여 다양한 영상과 이미지를 보여줌
 - 미디어 아티스트 하우메 플랜사(Jaume Plensa)가 제작한 것으로 LED 화면에는 시민 1000여명의 얼굴이 13분마다 교체되고 있으며, 참여형 예술작품으로서 지역사회와 공공공간 사이의 소통을 이룬 작

업으로서 높게 평가받고 있음



[그림 3-11] 미국 시카고의 크라운 분수대 전경

자료: 프럼에이 홈페이지

4) 일본

- 일본 도쿄 긴자에 설치된 샤넬 타워는 미국 건축가 피터 마리노(Peter Marino)가 디자인한 높이 56m의 세계에서 가장 큰 샤넬 매장으로 70만 개의 흰색 LED로 이루어진 유리 파사드를 가지고 있음

5) 오스트리아

- 오스트리아 그라츠에 위치한 쿤스트하우스(Kunsthau)는 2003년 그라츠가 유럽의 문화도시로 선정된 기념으로 지어진 현대미술관으로 굴곡지고 투명한 푸른색의 아크릴판으로 설계되었으며, 930개의 조명과 컴퓨터가 연결되어 각 조명의 밝기를 조절하여 애니메이션과 영화 등 동적인 이미지를 연출하고 있음
- 유럽에서 가장 잘 보존된 역사지구를 도심으로 가지고 있는 그라츠에서 쿤스트하우스는 현대미술과 동시대 미술을 전하는 새로운 랜드마크

크로서 영국 건축가 피터 쿡(Peter Cook)과 콜린 푸르니에(Colin Fournier)가 디자인 하였으며, 특이한 외형으로 많은 논란을 불러일으키기도 함

- 디지털 제어 시스템을 이용하여 초당 20프레임의 속도로 애니메이션, 그래픽, 알파벳 표현이 가능하며 강 건너편뿐만 아니라 도시 곳곳에서 미디어 아트를 즐길 수 있음



[그림 3-12] 도쿄 긴자의 샤넬 타워(좌), 오스트리아의 쿤스트하우스(우)

자료: MEDIA ARCHITECTURE INSTITUTE 홈페이지, 프럼에이 홈페이지

6) 기타사례

- 그 밖에도 세계적인 초대형 미디어 파사드인 독일 베를린의 포츠담 플랫폼 10빌딩의 파사드 스팟스(SPOTS), 건물 창문을 하나의 셀로 표현해 애니메이션이나 메시지 등 참여형 미디어 파사드를 선보이고 있는 독일 베를린의 블링켄라이트 프로젝트, 벨기에 브뤼셀의 텍시아 타워, 벨라루스의 국립도서관 중국의 친환경 미디어 파사드 그린픽스 등의 사례가 있으며, 더욱 다양한 방식과 아이디어를 활용한 사례들이 나타나고 있음

제3절 시사점

1. 뉴미디어 활용도를 높이는 방향 모색

- 미디어 파사드라는 뉴미디어 매체의 활용을 높이기 위한 방향 모색
 - 차세대 디스플레이 LED를 활용하여 건물 외벽을 대형 스크린처럼 꾸미는 미디어 파사드는 디자인의 방향이나 활용 기술의 도입 등에 따라 다양하게 연출할 수 있음
 - 건축이 가지는 고정된 외관과 형태를 탈피할 수 있는 방안의 하나로서 활용할 수 있으며 삭막한 도시공간에 감성과 메시지를 부여할 수 있어 도시의 커뮤니케이션과 상호작용이 가능한 매체로 활용 가능함
 - 다양한 표현 기법과 미디어 아트에 담아낼 수 있는 아이덴티티, 예술적 아젠다 등을 종합적으로 고려해야 함

2. 도시공간의 구성요소로서 역할 및 기능 고려

- 도시공간의 주요 구성 요소로서의 미디어 파사드의 역할과 기능 필요
 - 미디어 파사드는 개별 건물에 영사되는 경우이든 특정 구조물이나 설치물을 통해 전시되는 경우이든 모두 도시의 외부 공간이나 경관을 형성하는 주요한 요소로서 작용하게 됨
 - 영상인 이미지에서 전달하고자 하는 내용과 메시지뿐만 아니라 빛 조명과 주변 건축물이나 환경, 도시 공간과의 조화를 이루어낼 수 있는 경관차원의 관리도 필요함
 - 시민과 관광객들의 이목을 집중시키는 랜드마크로서의 기능을 갖게 되므로 예술성과 더불어 공공성을 확보할 수 있는 방안을 강구해야 할 것임
 - 건물의 사용자나 주변 상권의 이용객, 유동인구 등을 배려할 수 있는 수준에서의 연출이 되도록 해야 할 것임

3. 공공예술로서의 규제와 지원

- 도시 마케팅이나 활성화 전략으로서의 미디어 파사드를 활용하고 향후 관련 산업을 육성해 가기 위해서는 정책적 규제와 지원이라는 기반이 강화되어야 할 것임
 - 상업적인 부분으로의 활용과 기술과 경제성, 문화적 가치를 지닌 공공 예술로서의 부분으로서의 의의를 동시에 고려할 수 있어야 함

4. 융합형 산업으로의 발전방향 모색

- 인적·물리적 인프라를 확충하는 것이 요구되고 있으며 산·관·학의 협력을 통한 융합형 산업으로의 발전 방향을 모색하는 것도 요구되고 있음
 - 관련 기술과 산업의 발전으로 이어질 수 있으며, 미디어 파사드 엔지니어나 디자이너와 같은 새로운 인력 활용의 계기를 제공할 수 있는 분야로 볼 수 있음

미디어 파사드 도입관련 세종시 현황분석

제1절 용도지역 현황

제2절 건축물 분포 및 층수 현황

제3절 공공건축물 분포현황

제4절 문화재 및 향토유적 현황

제5절 인구 및 가구 현황

제6절 교통 이동량 현황

4장

제4장 미디어 파사드 도입관련 세종시 현황분석

제1절 용도지역 현황

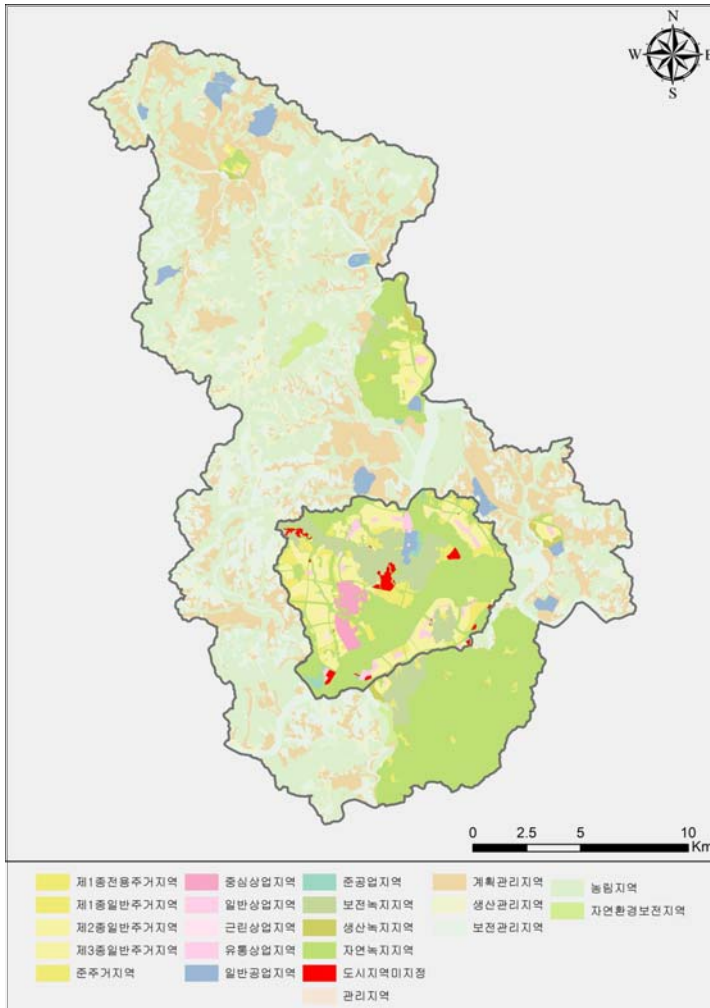
- 용도지역은 국토를 합리적, 경제적으로 이용하기 위해서 미리 지정해 둔 토지의 용도를 말하며, 도시지역, 관리지역, 농림지역, 자연환경보전지역 등으로 분류하고 있음
- 총 면적 465km²인 세종특별자치시(이하 세종시)에 지정된 용도지역 현황은 [표 4-1]과 같음

[표 4-1] 세종시 용도별 면적 및 비율

구분	분류	면적(km ²)	비율(%)	
도시지역	주거지역	제1종전용주거지역	5.86	1.26
		제1종일반주거지역	1.70	0.36
		제2종일반주거지역	18.94	4.07
		제3종일반주거지역	0.12	0.03
		준주거지역	1.70	0.37
	상업지역	중심상업지역	2.68	0.58
		일반상업지역	2.53	0.54
		근린상업지역	0.27	0.06
		유통상업지역	0.16	0.03
	공업지역	일반공업지역	7.66	1.65
		준공업지역	0.97	0.21
	녹지지역	보전녹지지역	14.33	3.08
		생산녹지지역	1.25	0.27
		자연녹지지역	82.26	17.69
도시지역미지정		1.43	0.31	
관리지역	계획관리지역	77.23	16.60	
	생산관리지역	18.56	3.99	
	보전관리지역	76.56	16.46	
농림지역		148.46	31.92	
자연환경보전지역		2.48	0.53	
총계		465.13	100.00	

자료: 국가공간정보포털(2018.2.)

- 용도지역 현황을 살펴보면 전체 면적 중 관리지역이 37.05%로 가장 많이 지정되어 있으며, 그 다음으로 농림지역이 31.92%, 도시지역이 30.51%로 지정되어 있음. 자연환경보전지역은 0.53%임

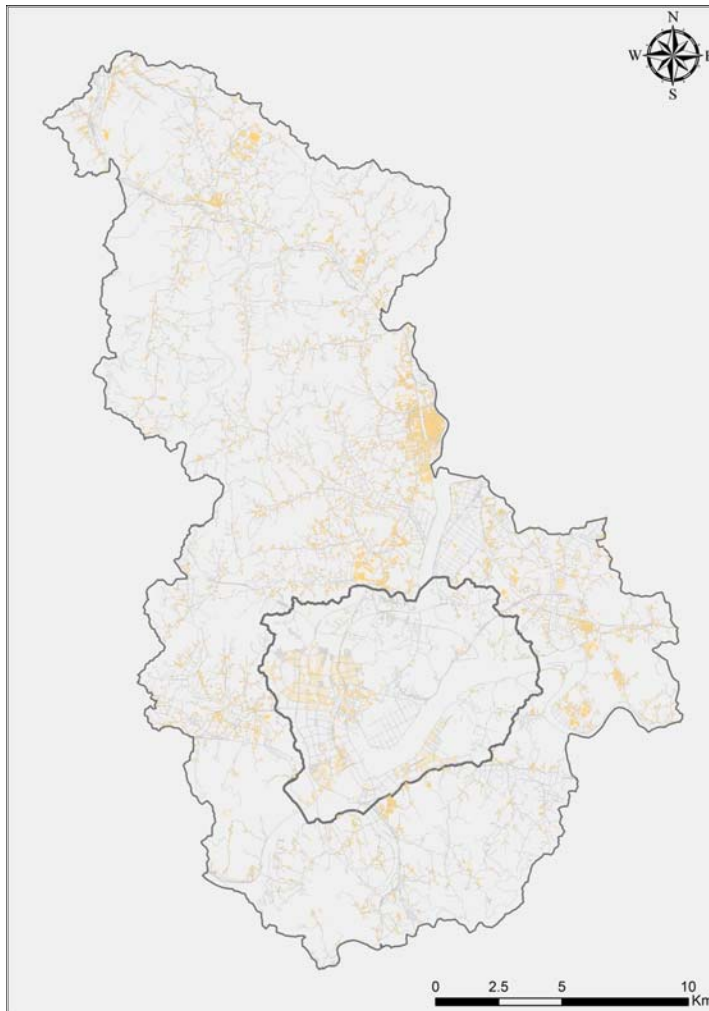


[그림 4-1] 세종시 용도지역도

자료: 국가공간정보포털(2018.2.)

제2절 건축물 분포 및 총수 현황

- [그림 4-2]는 국가공간정보포털(<http://www.nsd.go.kr>)에서 제공하고 있는 건축물 공간정보 데이터를 활용하여 세종시에 위치하고 있는 건축물을 나타낸 분포도임. 세종시에는 총 94,716채의 건축물이 위치하고 있음(2015년 1월기준)



[그림 4-2] 세종시 건축물 분포도

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

1. 건축물 유형별 현황조사

1) 건축물 종류별 현황

○ 세종시에 위치하고 있는 건축물의 종류를 살펴보면 [표 4-2]와 같음

[표 4-2] 종류에 따른 세종시 건축물 현황

종류	개수
일반주택	39,550
연립주택	1,185
아파트	972
주택외건물	19,372
무벽건물	28,821
온실	300
공사중건물	47
가건물	3,788
미분류	681

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

2.) 건축물 용도별 현황

○ 세종시에 위치하고 있는 건축물의 용도를 살펴보면 [표 4-3]과 같음

[표 4-3] 용도에 따른 세종시 건축물 현황

용도	개수	용도	개수
주택	41,541	숙박시설	137
근린생활시설	13,113	공장	4,728
문화집회시설	82	창고시설	632
종교시설	1,436	위험물저장및처리시설	319
판매시설	89	자동차관련시설	471
운수시설	136	동물및식물관련시설	4,812
의료시설	59	분뇨및쓰레기처리시설	181
교육연구시설	1,042	방송통신시설	16
노유자시설	444	묘지관리시설	71
수련시설	11	관광휴게시설	20
운동시설	105	장례시설	24
업무시설	756	기타시설	24,491

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

3) 건축물 층별 현황

○ 세종시에 위치하고 있는 건축물의 층을 살펴보면 [표 4-4]와 같음

[표 4-4] 층수에 따른 세종시 건축물 현황

층	개수	층	개수	층	개수
1층	87083	11층	20	21층	29
2층	4021	12층	37	22층	30
3층	1307	13층	28	23층	29
4층	1024	14층	39	24층	40
5층	232	15층	125	25층	58
6층	47	16층	35	26층	25
7층	35	17층	41	27층	34
8층	77	18층	54	28층	28
9층	13	19층	39	29층	58
10층	32	20층	67	30층	29

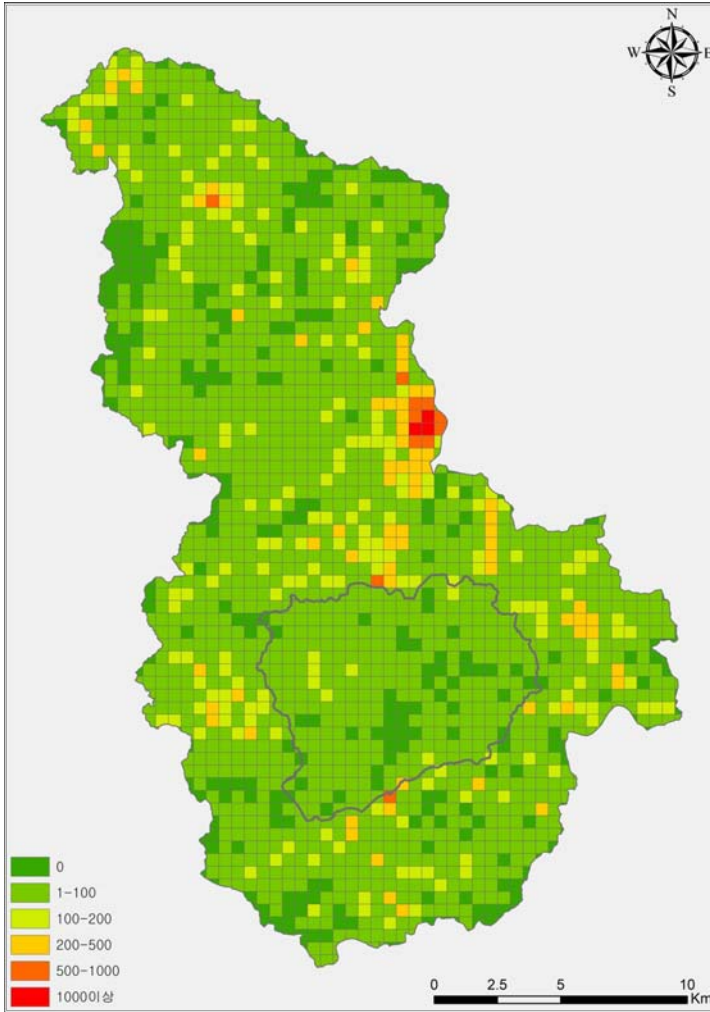
자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

2. 건축물 분포 현황분석

1) 셀별 건축물 분포도

○ [그림 4-3]은 세종시 행정구역을 500m²의 셀로 재구성하여 세종시 내 건축물 분포도를 나타낸 그림임

- 세종시 내 건축물의 분포를 살펴보면 조치원역 부근이 가장 많은 건축물이 입지하고 있는 것을 알 수 있음. 또한 행복도시 주변에도 많은 수의 건축물이 입지하고 있는 것을 확인할 수 있음
- 가장 많은 건축물이 밀집하고 있는 지역은 조치원역 뒤편의 대동초등학교 주변으로서 총 1,277채의 건축물이 입지하고 있음
- 그 다음으로 건축물이 밀집하고 있는 지역은 조치원역 인근의 세종우체국 일대이며 총 1,182채의 건축물이 입지하고 있음
- 건축물 개수의 분포이므로, 건설중이며 공공주택의 비율이 높은 행복도시지역의 분포도는 낮게 보이고 있음



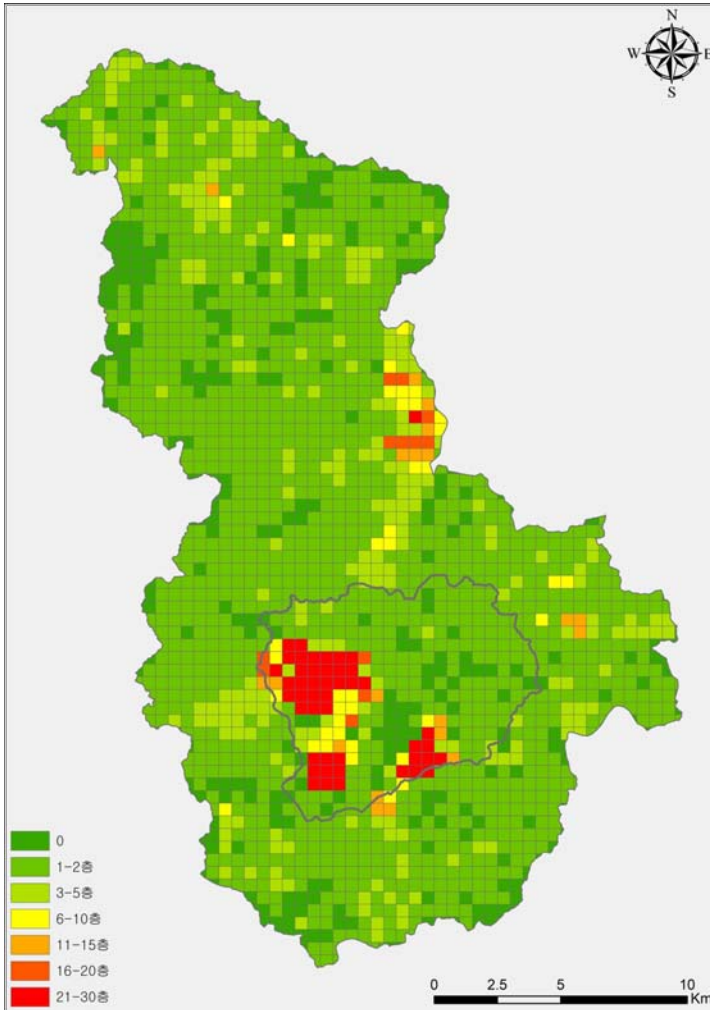
[그림 4-3] 세종시 건축물 분포도(격자망 500m)

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

2) 셀별 건축물 높이(층수) 분포도

- [그림 4-4]는 세종시 행정구역 및 건축물 공간정보 데이터를 500㎡의 셀로 재구성하여 세종시 내 건축물의 층수를 나타낸 그림임
 - 세종시 내 건축물의 층수를 살펴보면 행복도시 내 건축물의 층수가 가장 높은 것을 알 수 있음. 그 다음으로는 조치원역 인근 지역에 위치하고 있는 건물의 층수가 높게 나타나고 있는 것을 확인할 수 있음

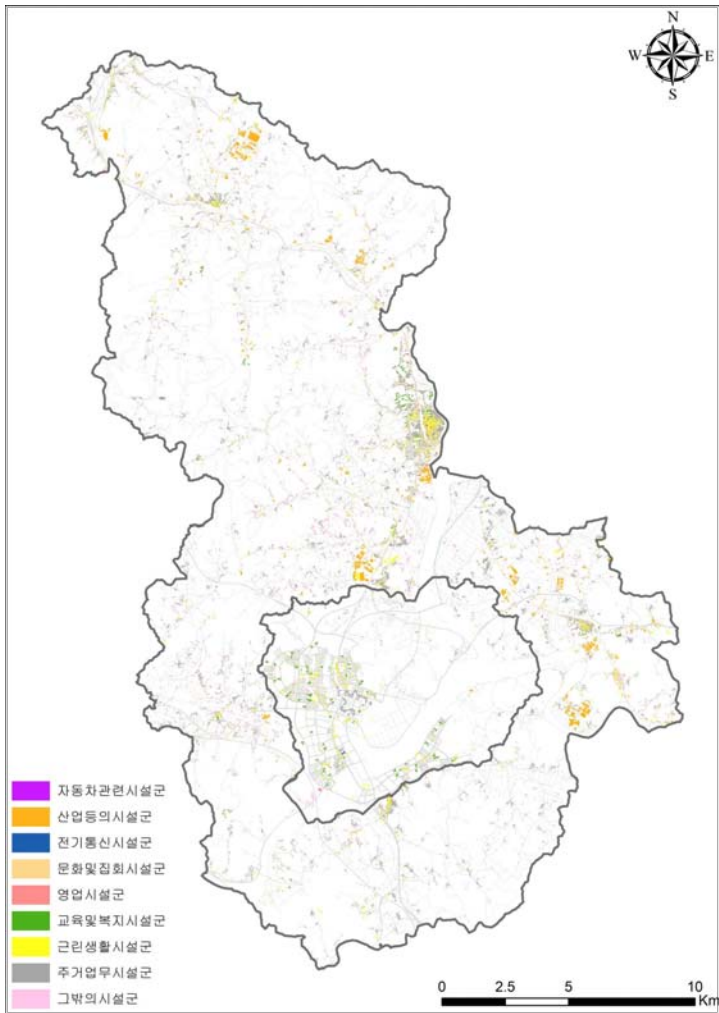
- 건축물 공간정보 데이터(2018년 2월 2일 기준)를 살펴보면 세종시에 위치하고 있는 건축물 중 가장 높은 층수의 건물은 30층임



[그림 4-4] 세종시 건축물 층수 분포도(격자망 500m)
 자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

3) 시설군별 건축물 분포도

- [그림 4-5]는 국가공간정보포털에서 제공하는 건축물 데이터를 시설 및 용도에 따라 구분한 것으로서, 찾기 쉬운 생활법령정보⁵⁾에서 제공하는 건축물의 시설군을 참조하여 분류한 것임



[그림 4-5] 건축물 용도별 분포도

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

5) <http://www.easylaw.go.kr>

- 시설군에 따라 분류한 세종시 건축물은 주거업무시설군이 42,297채 (44.89%)로 가장 많이 분포하고 있었으며, 전기통신시설군이 16채 (0.02%)로 가장 적게 분포하고 있었음. 내용은 [표 4-5]와 같음

[표 4-5] 시설군 및 용도에 따른 세종시 건축물 분포표

번호	항목	개수(채)	비율(%)
1	자동차관련시설군	471	0.5
2	산업등의시설군	6,093	6.47
3	전기통신시설군	16	0.02
4	문화및집회시설군	1,538	1.63
5	영업시설군	331	0.35
6	교육및복지시설군	1,556	1.65
7	근린생활시설군	13,112	13.92
8	주거업무시설군	42,297	44.89
9	그밖의시설군	29,282	31.08

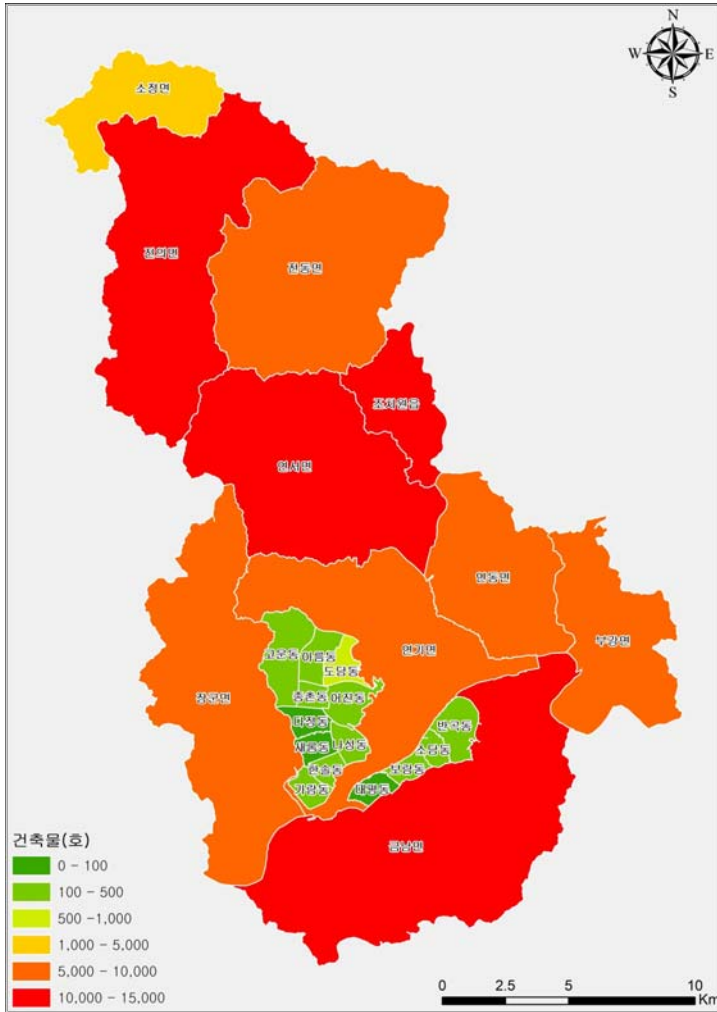
4) 법정동별 건축물 분포도

- 법정동별 건축물의 분포는 [표 4-6]과 같으며, 법정동별 건축물의 수를 살펴보면 대평동이 62호로 가장 적은 건축물의 분포를 가지고 있으며, 연서면이 13,032호로 가장 많은 건축물이 분포하고 있음

[표 4-6] 법정동별 건축물 분포표

동명	건축물 수	동명	건축물 수	동명	건축물 수	동명	건축물 수
대평동	62	도담동	519	소담동	187	어진동	458
보람동	122	전동면	8818	소정면	3825	반곡동	105
연기면	5037	초치원읍	14575	아름동	496	다정동	27
금남면	12336	장군면	9039	연동면	6082	나성동	107
가람동	134	고운동	498	부강면	8197	새롬동	31
중촌동	413	전의면	10303	연서면	13032	한솔동	347

○ [그림 4-6]은 법정동별 건축물의 분포도를 나타낸 그림임



[그림 4-6] 법정동별 건축물 분포도

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

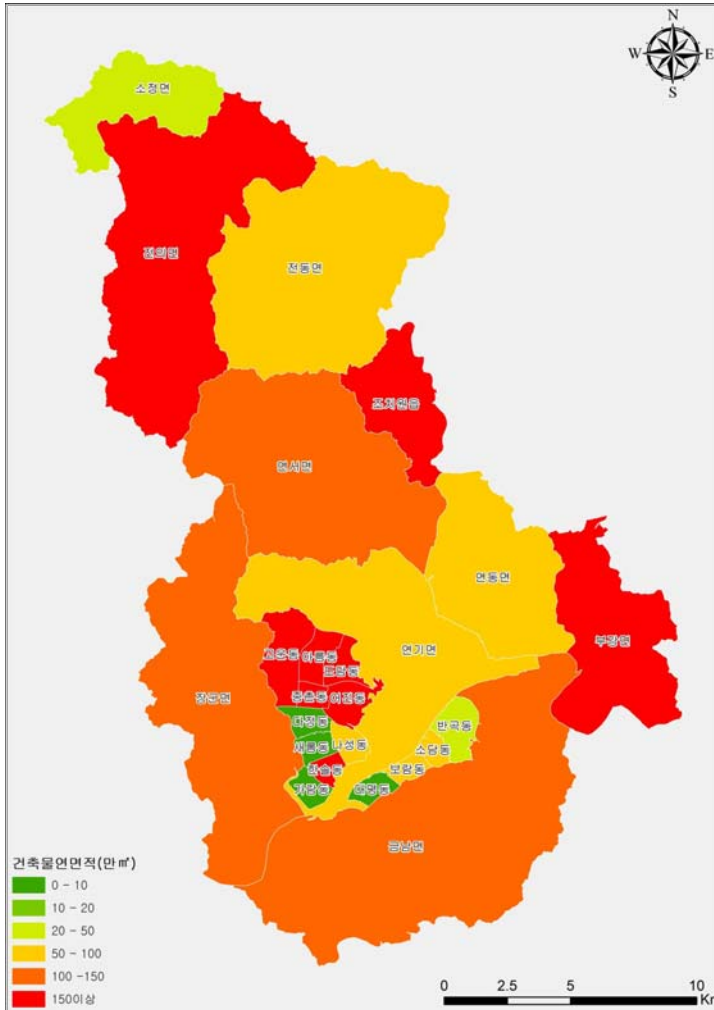
5) 법정동별 건축물 연면적

- 법정동별 건축물 연면적을 살펴보면 가장 높은 지역은 조치원읍으로서 건축물의 연면적은 총 3,887,487㎡이며, 가장 낮은 지역은 다정동으로서 18,531㎡임
- 각 동에 위치하고 있는 건축물의 연면적은 [표 4-7]과 같음

[표 4-7] 세종시 법정동별 건축물수 및 연면적

번호	동명	건축물수(호)	연면적(㎡)
1	대평동	62	36,605
2	보람동	122	884,904
3	연기면	5,037	795,416
4	금남면	12,336	1,087,412
5	가람동	134	93,166
6	도담동	519	1,685,225
7	전동면	8,818	999,012
8	조치원읍	14,575	3,887,487
9	장군면	9,039	1,157,287
10	고운동	498	1,805,060
11	소담동	187	866,050
12	소정면	3,825	425,888
13	아름동	496	1,542,132
14	연동면	6,082	697,415
15	부강면	8,197	1,876,860
16	종촌동	413	1,755,277
17	어진동	458	1,549,334
18	반곡동	105	241,836
19	다정동	27	18,531
20	나성동	107	537,673
21	새롬동	31	90,076
22	전의면	10,303	1,611,409
23	연서면	13,032	1,469,103
24	한솔동	347	1,514,728

○ [그림 4-7]은 세종시 법정동별 건축물의 연면적을 나타내고 있음

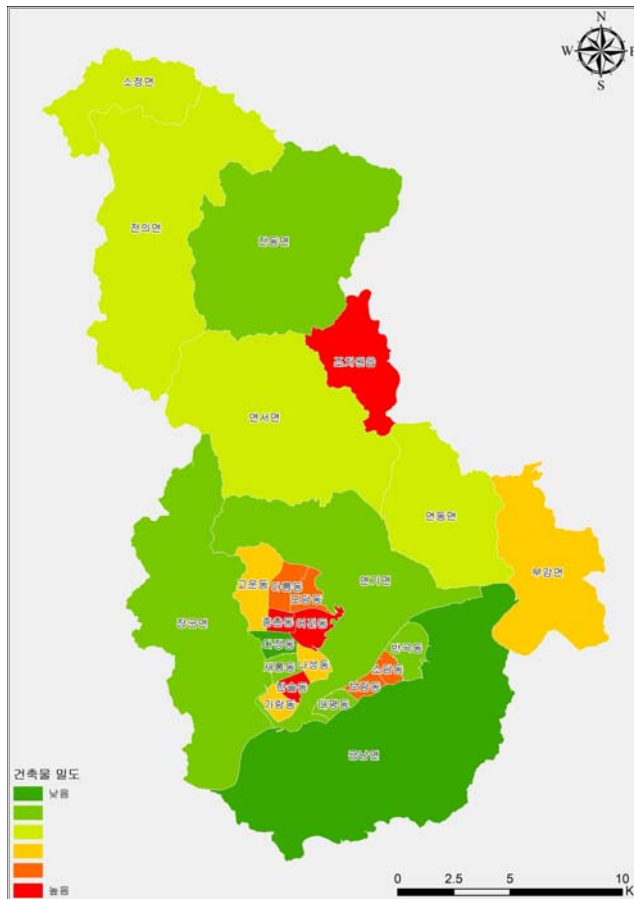


[그림 4-7] 세종시 법정동별 건축물 연면적(만㎡)

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

6) 법정동별 건축물 밀도

- [그림 4-8]은 세종시 법정동별 건축물의 밀도를 나타내고 있는 그림임 건축물의 밀도는 ‘법정동 내 건축물 대지면적/법정동 면적’으로 계산 하였음
- 법정동별 건축물 밀도를 살펴보면 가장 밀도가 낮은 지역은 행복도시 내 다정동으로 도출되었으나 이는 건축물 데이터의 작성 시점(2015년 기준)때문인 것으로 보여짐
- 건축물의 밀도가 가장 높은 상위 5개 동은 중촌동, 한솔동, 어진동, 조치원읍, 도담동이며, 상위 5개 동 중 4개 동이 행복도시 내 위치하고 있음



[그림 4-8] 세종시 법정동별 건축물 밀도(호/km²)

자료: 국가공간정보포털(2015.1.)

제3절 공공건축물 분포현황

1. 세종시 공공건축물

- [표 4-8]은 공공데이터포털에서 제공하고 있는 세종시 내 공공시설 및 공영주차장, 국책연구단지, 문화시설 등 공공건축물 현황임

[표 4-8] 세종시 내 공공건축물

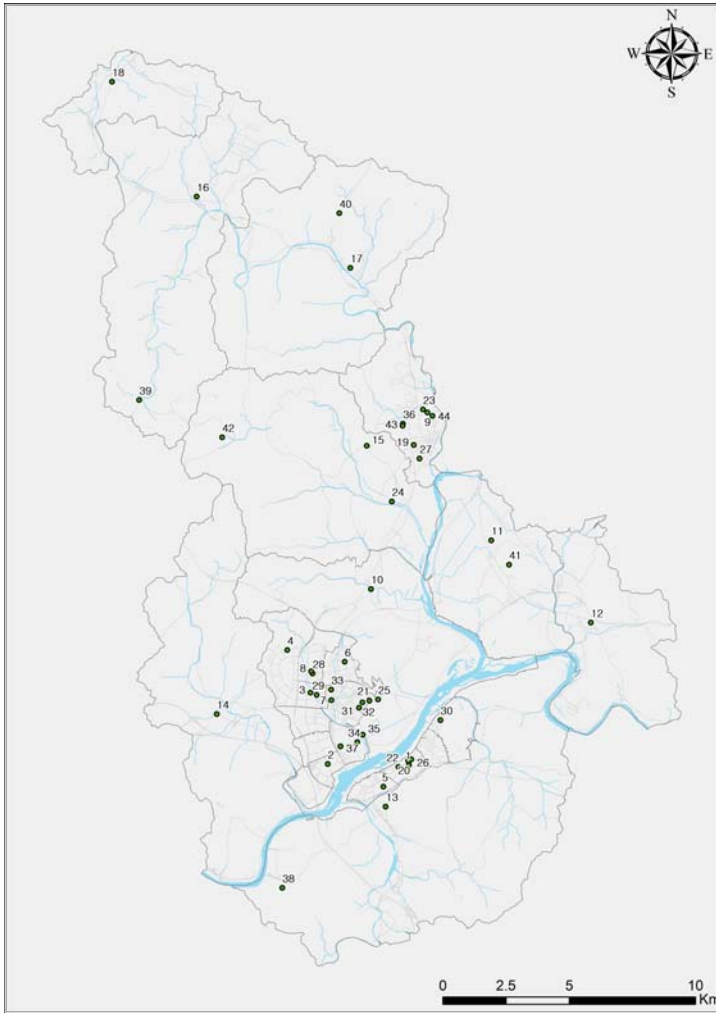
번호	이름	유형	위치
1	보람동주민센터	공공업무시설	보람동
2	한솔동주민센터	공공업무시설	한솔동
3	종촌동주민센터	공공업무시설	종촌동
4	고운동주민센터	공공업무시설	고운동
5	대평동주민센터	공공업무시설	대평동
6	도담동주민센터	공공업무시설	도담동
7	어진동주민센터	공공업무시설	어진동
8	아름동주민센터	공공업무시설	아름동
9	조치원읍사무소	공공업무시설	조치원읍
10	연기면사무소	공공업무시설	연기면
11	연동면사무소	공공업무시설	연동면
12	부강면사무소	공공업무시설	부강면
13	금남면사무소	공공업무시설	금남면
14	장군면사무소	공공업무시설	장군면
15	연서면사무소	공공업무시설	연서면
16	전의면사무소	공공업무시설	전의면
17	전동면사무소	공공업무시설	전동면
18	소정면사무소	공공업무시설	소정면
19	조치원청사	공공업무시설	조치원읍

번호	이름	유형	위치
20	대통령기록관	공공업무시설	어진동
21	세종시교육청	공공업무시설	보람동
22	세종시보건소	공공업무시설	조치원읍
23	세종시농업기술센터	공공업무시설	연서면
24	세종시시설관리소	공공업무시설	연기면
25	세종시청, 의회	공공업무시설	보람동
26	세종우체국	근린생활시설	보람동
27	세종경찰서	근린생활시설	조치원읍
28	아름동공영주차장	자동차 관련시설	아름동
29	종촌동공영주차장	자동차 관련시설	종촌동
30	국책연구단지	교육연구시설	반곡동
31	국립세종도서관	교육연구시설	어진동
32	정부세종컨벤션센터	일반업무시설	어진동
33	밀마루전망대	관광휴게시설	어진동
34	세종아트센터	문화 및 집회시설	나성동
35	행복도시 세종홍보관	문화 및 집회시설	연기면
36	세종시평생교육연구원	문화 및 집회시설	조치원읍
37	국립조세박물관	문화 및 집회시설	나성동
38	충청남도 산림박물관	문화 및 집회시설	금남면
39	세종시립민속박물관	문화 및 집회시설	전의면
40	세종전통장류박물관	문화 및 집회시설	전동면
41	미래엔교과서박물관	문화 및 집회시설	연동면
42	연기향토박물관	문화 및 집회시설	연서면
43	세종문화예술회관	문화 및 집회시설	조치원읍
44	세종문화원	문화 및 집회시설	조치원읍

○ 44개의 공공건축물 중 행복도시에 23개의 건축물이 입지하고 있으며, 입지하고 있는 건축물은 공공업무시설인 주민센터(복합커뮤니티센터),

교육연구시설인 국책연구단지, 관광휴게시설인 밀마루전망대, 문화 및
 집회시설인 박물관, 세종아트센터, 세종행복도시홍보관 등임

○ 전체 공공건축물에 대한 위치도는 아래의 [그림 4-9]와 같음



[그림 4-9] 세종시 공공건축물 위치도

자료: 공공데이터포털(2017.11.)

2. 세종시 복합커뮤니티센터

- 2017년 12월 기준으로 세종시에서는 총 22개소의 복합커뮤니티센터를 계획하고 있으며, 이 중에서 현재 8개소가 준공되었음
- 이 외에 6개소의 복합커뮤니티센터는 공사 또는 설계중이며 2021년까지 준공 예정임
- 집현리, 나성동, 산울리, 합강리, 다솜리, 용호리, 누리리, 한별리 등 8개소의 복합커뮤니티센터는 2018년 이후 추진할 예정임



[그림 4-10] 세종시 복합커뮤니티센터 위치도

자료: 세종시청(2018)

○ [표 4-9]은 세종시 내 복합커뮤니티센터 사업현황을 나타내고 있음

[표 4-9] 세종시 내 복합커뮤니티센터 사업현황

	사업명	사업기간	부지면적(㎡)	연면적(㎡)	총사업비(억원)	비고
준공	2-3생(한솔동)	06~12	-	4,635	-	·지역복합
	1-2생(아름동)	08~13	26,338	19,015	578	·지역복합
	1-4생(도담동)	08~13	11,158	11,951	358	
	1-5생(어진동)	08~13	14,982	13,461	382	
	1-3생(종촌동)	09~15	8,109	12,502	298	
	1-1생(A)(고운동)	09~16	8,057	11,793	301	
	3-2생(보람동)	09~16	15,395	17,460	492	·지역복합
	3-1생(대평동)	09~17	7,895	12,023	308	'17.10.10.준공
공사중	1-1생(B)(고운동)	09~18	8,243	12,075	321	'18.4.8.준공예정
	3-3생(소담동)	14~18	8,196	14,213	378	'18.3.22.준공예정
	2-2생(새롬동)	14~18	8,086	14,100	377	'18.3.16.준공예정
설계	2-1생(다정동)	16~19	10,763	12,397	373	'19.5. 준공예정
	4-1생(반곡동)	17~20	7,917	12,380	442	'20년 준공예정
	6-4생(해밀리)	17~20	10,157	12,380	460	'21년 준공예정
추후 예정	4-2생(집현리)	18~	-	-	-	-
	2-4생(나성동)	18~	-	-	-	-
	6-3생(산울리)	18~	-	-	-	-
	5-1생(합강리)	18~	-	-	-	-
	5-2생(다솜리)	18~	-	-	-	-
	5-3생(용호리)	18~	-	-	-	-
	6-1생(누리리)	18~	-	-	-	-
6-2생(한별리)	18~	-	-	-	-	

자료: 세종시청(2018)

○ 준공된 8개소의 복합커뮤니티센터는 주민센터와 같은 행정업무기능 뿐만 아니라 회의실, 도서관, 체력 단련실, 문화시설, 어린이집 등 주민생활에 필요한 기능들을 제공하고 있음

○ 준공된 복합커뮤니티센터의 주요 시설 및 현황은 [표 4-10]과 같음

[표 4-10] 세종시 복합커뮤니티센터별 주요 시설 현황

동별	층별	시설명
한솔동 (4,635㎡)	지하1층(1,233㎡)	기전실(420㎡), 주차장(647㎡, 23면)
	1층(1,130㎡)	주민센터(636㎡), 노인회·주민자치위원회·수유실 등(359㎡)
	2층(817㎡)	노을(201호, 60㎡), 나리(202호, 43㎡), 관리실(45㎡), 회의실(59㎡), 누리(203호, 79㎡), 어울(204호, 90㎡)
	3층(988㎡)	도서관(280㎡), 체력단련실(61㎡), 대강당(344㎡)
	4층(467㎡)	한누리(401호, 239㎡), 증대본부(37㎡)
도담동 (11,975㎡)	지하2층(2,666㎡)	체육관(1,722㎡), 기계·전기실(712㎡)
	지하1층(2,409㎡)	체력단련장(618㎡), 주차장(1,547㎡)
	1층(2,901㎡)	주민센터(693㎡), 어린이집(1,060㎡), 공동육아나눔터(414㎡), 동대본부(84㎡), 도담카페(51㎡)
	2층(1,779㎡)	급식지원센터 등(364㎡), 보건소(211㎡), 도서관(806㎡)
	3층(1,158㎡)	문화관람실 및 문화의집(1,035㎡)
	별동 1층	노인문화센터(569㎡)
	별동 2층	노인문화센터(299㎡)
알파동(별동)	노인정(194㎡)	
아름동 (11,415㎡)	지하 1층(2,776㎡)	기계·전기실(676㎡), 주차장(1,763㎡, 85대)
	1층(2,765㎡)	북카페(80㎡), 어린이집(593㎡), 주민자치센터(598㎡)
	2층(1,549㎡)	세종시 민원콜센터, 드림스타트센터(548㎡), 노인문화센터(370㎡)
	3층(2,770㎡)	문화의집(905㎡), 다목적 강당(619㎡)
	4층(1,655㎡)	도서관(838㎡)
종촌동 (12,502㎡)	지하2층(1,773㎡)	체육관(1,466㎡)
	지하1층(4,613㎡)	세종체력 인증센터, 다목적실, 주차장(2,710㎡, 88대)
	1층(1,709㎡)	주민센터(625㎡), 어린이집(605㎡)
	2층(1,608㎡)	지역아동센터(319㎡), 노인복지센터(495㎡)
	3층(691㎡)	시설관리공단·평생교육진흥원 인재육성재단(330㎡)
	4층(1,080㎡)	문화의집(835㎡)
고운동 (11,794㎡)	지하1층(4,065㎡)	주차장(2,887㎡), 기계·전기실(657㎡)
	1층(2,442㎡)	어린이집(524㎡), 체육관(848㎡), 주민센터(548㎡)
	2층(1,692㎡)	청소년진흥센터(237㎡), 탁구장(201㎡), 에어로빅실(298㎡), 헬스장(177㎡)
	3층(1,384㎡)	문화관람실(205㎡), 미술실(94㎡), 음악실(22㎡), 대회의실(74㎡), 경로당(185㎡), 노인문화센터(212㎡)
	4층(1,142㎡)	문화교실(78㎡), 아트리움(187㎡), 강의실(79㎡), 알파룸1(44㎡), 알파룸2(48㎡), 알파룸3(45㎡), 다목적실(52㎡)
	5층(1,068㎡)	도서관(열람실, 나눔서재 포함, 711㎡)
보람동 (15,361㎡)	지하1층(6,850㎡)	수영장(1,240㎡), 주차장(3,849㎡, 112대), 기계·전기실(1,088㎡)
	1층(1,988㎡)	주민센터(754㎡), 어린이집(677㎡)
	2층(1,798㎡)	다목적강당(282㎡), 노인문화센터(523㎡), 지역아동센터(259㎡), 동대본부(88㎡)
	3층(2,087㎡)	체육관(1,059㎡), 체력단련실(268㎡), GX룸(207㎡), 사무실 및 샤워실(102㎡)
	4층(1,416㎡)	문화의집(516㎡), 대회의실(167㎡)
어진동 (13,461㎡)	지하1층(2,399㎡)	기계·전기실(802㎡), 주차장(1,351㎡)
	1층(3,818㎡)	어린이집(895㎡), 국민디자인과제 추진단(146㎡), 고대 행정대학원(197㎡), 공동주택생활지원센터(125㎡), 체육시설(731㎡), 새만금개발청(943㎡)
	2층(5,272㎡)	새만금개발청(1,388㎡), 교통공사(446㎡), 문화재단(379㎡), 기동대(154㎡), 체육관(1,925㎡)
	3층(1,972㎡)	새만금개발청(1,972㎡)

자료: 세종시청(2018)

제4절 문화재 및 향토유적 현황

- 세종시 및 문화재청에서 제공하는 향토유적 및 문화재자료를 활용하여 조사한 결과에 따르면, 세종시에는 향토유적 및 문화재가 총 67점 분포하고 있으며, 내용은 [표 4-11]과 같음

[표 4-11] 세종시 문화재 및 향토유적 분포도

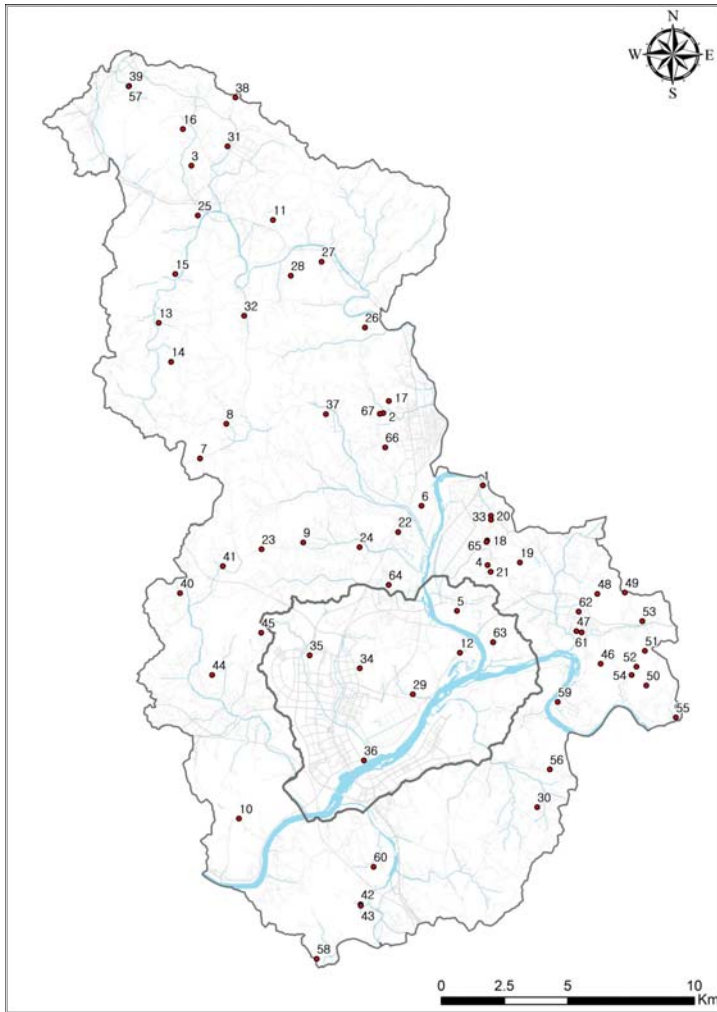
번호	종별	문화재	분류	피사체 가능여부
1	세종시 향토유적 제1호	밀양박씨 오충 정려	정려	X
2	세종시 향토유적 제2호	충신 홍직 정려	정려	X
3	세종시 향토유적 제3호	효자 최희 정려	정려	X
4	세종시 향토유적 제4호	효자 김백열 정려	정려	X
5	세종시 향토유적 제5호	효자 임양문 정려	정려	X
6	세종시 향토유적 제6호	충신 민후건 정려	정려	X
7	세종시 향토유적 제7호	효자 김연 정려	정려	X
8	세종시 향토유적 제8호	효자 김종철 정려	정려	X
9	세종시 향토유적 제10호	효자 성이복 정려	정려	X
10	세종시 향토유적 제11호	전주이씨 삼효 정려	정려	X
11	세종시 향토유적 제12호	부안임씨 쌍효 정려	정려	X
12	세종시 향토유적 제14호	효자 임수준 정려	정려	X
13	세종시 향토유적 제16호	안동김씨 쌍효 정려	정려	X
14	세종시 향토유적 제17호	효자 박이명 정려	정려	X
15	세종시 향토유적 제18호	진주정씨 사효 정려	정려	X
16	세종시 향토유적 제19호	효자 김충열 정려	정려	X
17	세종시 향토유적 제20호	열녀 전주이씨 정려	정려	X
18	세종시 향토유적 제21호	열녀 언양김씨 정려	정려	X
19	세종시 향토유적 제22호	열녀 광산김씨 정려	정려	X
20	세종시 향토유적 제23호	열녀 한양조씨 정려	정려	X
21	세종시 향토유적 제24호	열녀 밀양손씨 창녕성씨 정려	정려	X
22	세종시 향토유적 제25호	열녀 경주최씨 정려	정려	X
23	세종시 향토유적 제26호	열녀 부안임씨 정려	정려	X
24	세종시 향토유적 제27호	열녀 의성김씨 정려	정려	X
25	세종시 향토유적 제31호	양주조씨 삼효 정려	정려	X
26	세종시 향토유적 제32호	열녀 나주나씨 정려	정려	X
27	세종시 향토유적 제33호	열녀 기계유씨 정려	정려	X
28	세종시 향토유적 제34호	변응정 사당	사당	○
29	세종시 향토유적 제35호	송모각	집	○
30	세종시 향토유적 제36호	병산사	절	○
31	세종시 향토유적 제37호	문목사	절	○
32	세종시 향토유적 제38호	충정사	절	○
33	세종시 향토유적 제39호	육영재	서당	○

번호	종별	문화재	분류	피사체 가능여부
34	세종시 향토유적 제40호	송덕사(덕성서원)	서당	○
35	세종시 향토유적 제41호	어서각	집	○
36	세종시 향토유적 제42호	임씨 가묘	묘	X
37	세종시 향토유적 제43호	봉서재	건축물	○
38	세종시 향토유적 제46호	전의초수	석조물	○
39	세종시 향토유적 제47호	대곡리 장승제	제	X
40	세종시 향토유적 제48호	충신 유지길 정려	정려	X
41	세종시 향토유적 제49호	효자 이면주 정려	정려	X
42	세종시 향토유적 제50호	국곡리 고인돌	석조물	X
43	세종시 향토유적 제51호	국곡리 입석	석조물	X
44	세종시 향토유적 제52호	이덕사 이태연 묘비	묘	X
45	세종시 향토유적 제53호	류충걸 묘소 및 신도비	묘	X
46	세종시 향토유적 제54호	성산성	산성	○
47	세종시 향토유적 제55호	테피산성	산성	○
48	세종시 향토유적 제56호	성재산성	산성	○
49	세종시 향토유적 제57호	복두산성	산성	○
50	세종시 향토유적 제58호	화봉산성	산성	○
51	세종시 향토유적 제59호	노고봉산성과 애기 바위산성	산성	○
52	세종시 향토유적 제60호	등곡리 부도	석조물	X
53	세종시 향토유적 제61호	이광홍 효자각	정문	X
54	세종시 향토유적 제62호	열녀 삼척진씨 정려	정려	X
55	세종시 향토유적 제63호	열녀 진주정씨 정려	정려	X
56	세종시 향토유적 제64호	박산리 작약골 쌍탑제	석조물	X
57	문화재자료제42호	대곡리3층석탑	석탑	X
58	문화재자료제72호	남산영당	사당	○
59	문화재자료제10호	부강보만정및검단서원묘정비	묘	X
60	문화재자료제9호	금남모인당	사당	○
61	유형문화재제5호	부강초등학교강당	강당	X
62	중요민속문화재제138호	청원유계화가옥	집	X
63	문화재자료제2호	연동합호서원	서당	○
64	시도기념물제6호	연기향교	서당	○
65	문화재자료제4호	연농송용리마애여래입상	불상	X
66	보물제649호	세종시연화사무인명불비상및대좌	불상	X
67	천연기념물제321호	연기봉산동향나무	나무	X

자료: 세종시청(2018)

- 세종시 향토유적 및 문화재 분포는 행복도시 내에 송덕사, 어서각을 포함하여 6점, 행복도시 외에 61점이 분포하고 있음
- 향토유적 및 문화재는 충신, 효자, 열녀 등이 살던 고을에 정문을 세워 표창하는 것을 지칭하는 정려를 비롯하여 사찰, 고인돌, 석탑, 산성 등이 있음

- 세종시 향토유적 및 문화재 중 서당, 사당, 산성 등 일정 규모가 있어 미디어 파사드를 적용할 수 있을 것으로 보여지는 것은 20점 정도임
- [그림 4-11]은 세종시 및 문화재청에서 제공하는 향토유적 및 문화재 자료를 활용하여 작성한 위치도임

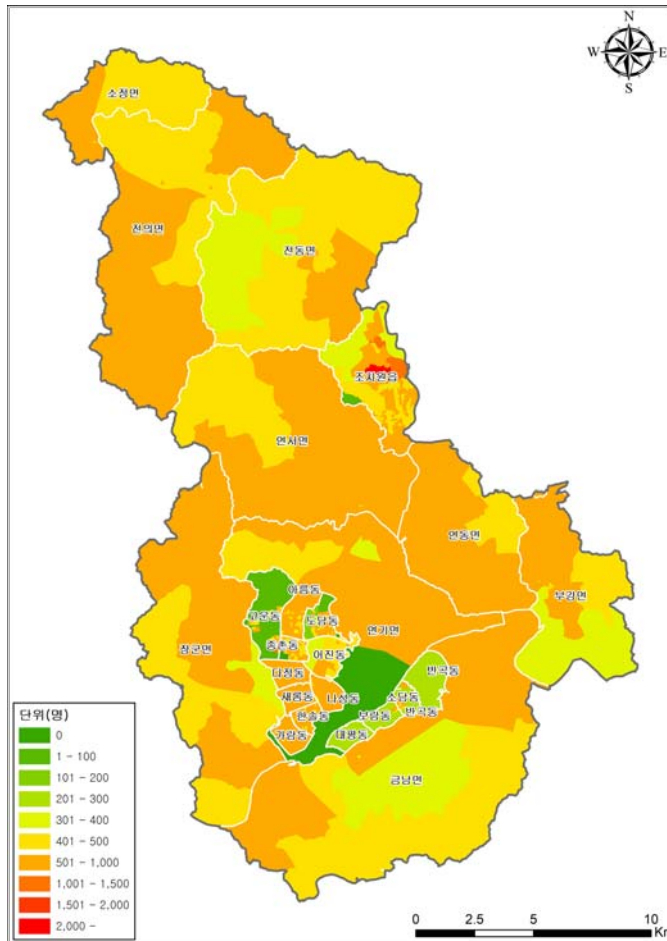


[그림 4-11] 세종시 문화재 및 향토유적 위치도
 자료: 세종시청, 문화재청(2018)

제5절 인구 및 가구 현황

1. 집계구별 인구수

- [그림 4-12]는 통계청에서 제공하는 집계구 데이터를 활용하여 세종시의 집계구별 인구수를 나타낸 그림임



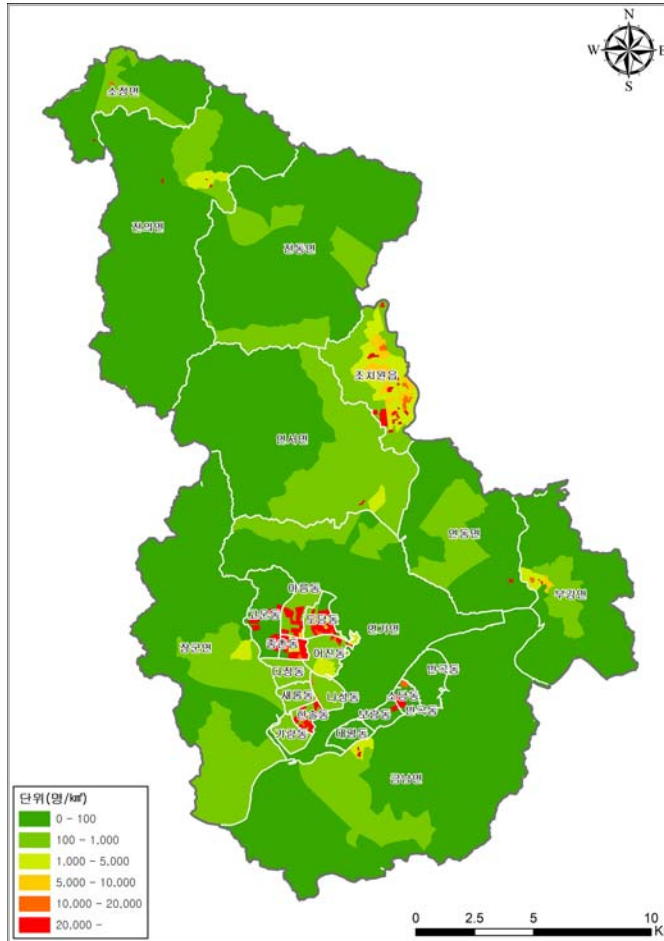
[그림 4-12] 집계구 총 인구수(명)

자료: 통계청(2016)

- 집계구별 인구수는 조치원역 인근이 2,348명으로 가장 많음

2. 집계구별 인구밀도

- [그림 4-13]은 통계청에서 제공하는 집계구 데이터를 활용하여 세종시의 집계구별 인구밀도를 나타낸 그림임



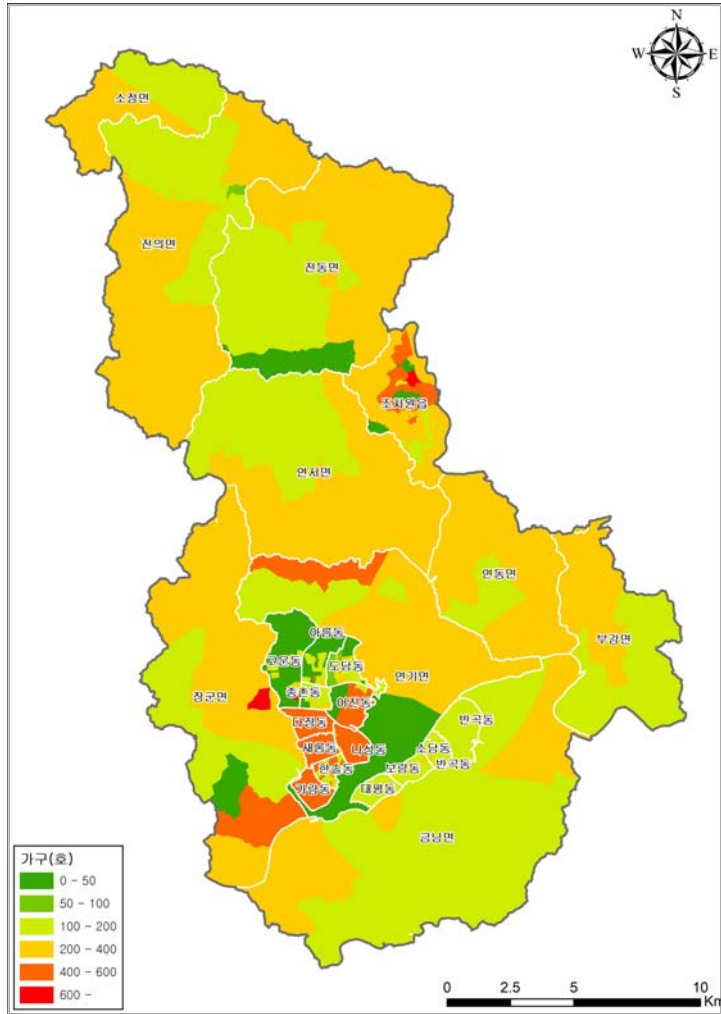
[그림 4-13] 집계구 총 인구밀도(명/km²)

자료: 통계청(2016)

- 집계구별 인구밀도는 조치원역 인근이 88,740명/km²로 가장 높음
- 행복도시 내 인구밀도는 가장 높은 지역이 75,565명/km²로 나타났으며 평균 인구밀도는 31,551명/km²로 나타남

3. 집계구별 가구 수

- [그림 4-14]는 세종시 집계구별 가구 수를 나타낸 그림으로서 구시가 지 지역인 조치원읍 지역과 신시가지인 행복도시가 상대적으로 다른 지역에 비해 가구 수가 집중하고 있는 것을 알 수 있음



[그림 4-14] 세종시 집계구별 가구(호)

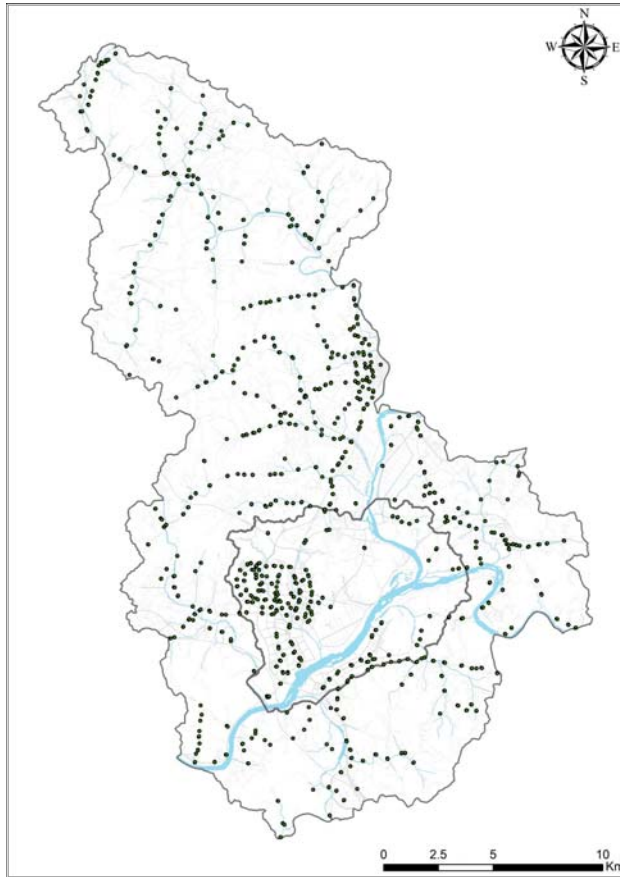
자료: 통계청(2016)

제6절 교통 이동량 현황

1. 버스정류장 승하차인원

1) 버스정류장 위치도

- [그림 4-15]는 세종시에 위치하고 있는 버스정류소의 위치를 나타낸 것으로서 세종시에는 2018년 3월 기준으로 총 1163개소의 버스정류소가 위치하고 있음



[그림 4-15] 세종시 버스정류소 위치도

자료: 세종시청(2018)

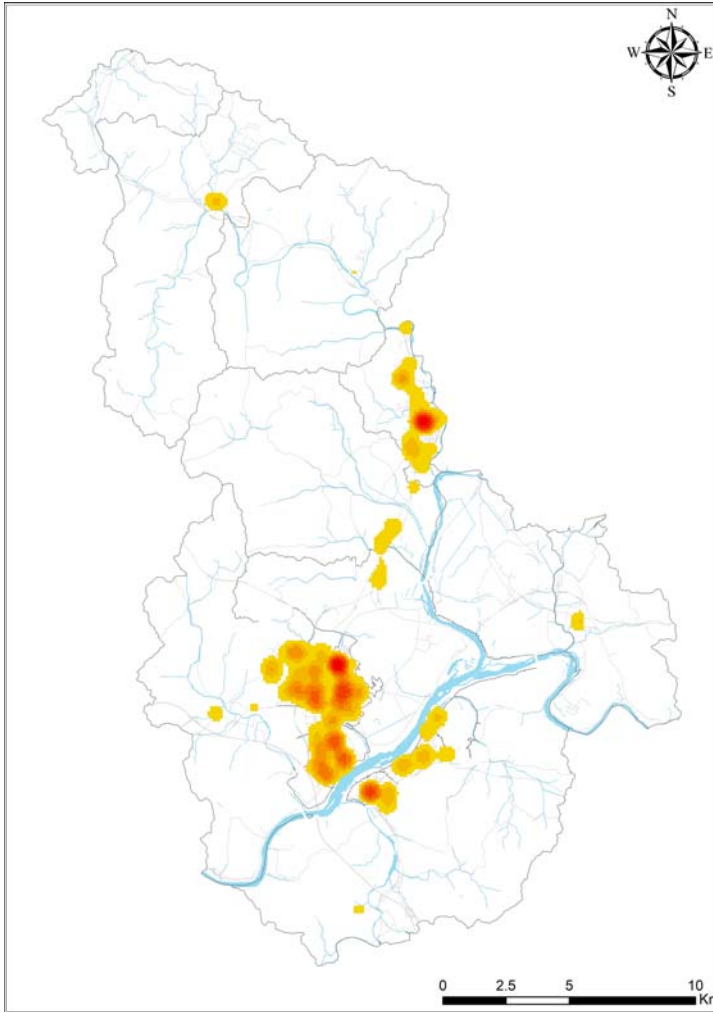
- 세종시에 위치하고 있는 버스정류소는 행복도시 내에 327개소가 위치하고 있으며, 그 외의 지역에 836개소가 위치하고 있음

2) 버스정류장별 승하차인원수

- 버스정류장별 승하차인원수는 세종시 교통정보시스템에서 제공하는 빅데이터 중 최근 3개월간(2017년 12월1일~2018년 2월28일)의 데이터를 활용하였음

(1) 정류장별 버스 승차인원

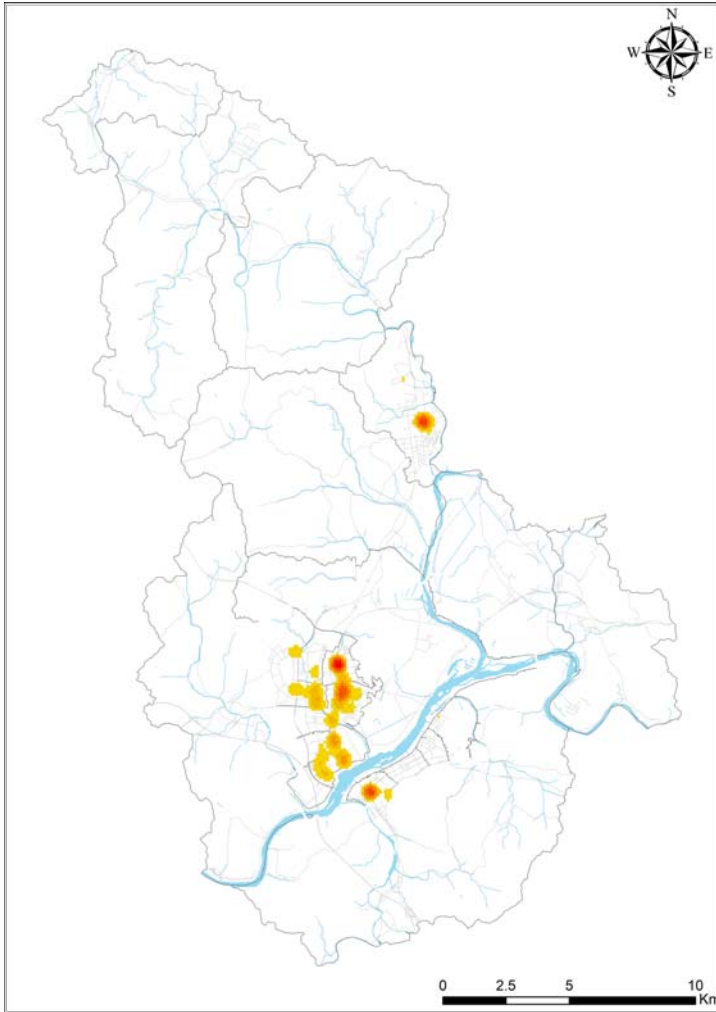
- [그림 4-16]은 세종시 버스정류장 승차인원분포 중 상위 20%에 대한 밀도도로서 정부청사가 위치하고 있는 1-5생활권, 3-1생활권, 조치원역, 전의면사무소 일대가 높게 나타남
- 버스 승차인원이 가장 높게 나타난 지역은 조치원역 버스정류장으로서 일 평균 1,593명이 버스를 이용하며, 그 다음으로 도렘마을아파트 805명, 세종고속시외버스터미널 476명으로 나타남



[그림 4-16] 세종시 버스 승차인원분포 밀도도

(2) 정류장별 버스 하차인원

- [그림 4-17]은 세종시 버스정류장 하차인원분포 중 상위 20%에 대한 밀도도로써 1-4생활권, 1-5생활권, 3-1생활권, 조치원역 일대가 높게 나타남
- 가장 높게 나타난 지역은 조치원역 버스정류장으로서 일 평균 734명이 버스에서 하차하며, 그 다음으로 도램마을 612명, 세종고속시외버스터미널 468명으로 나타남

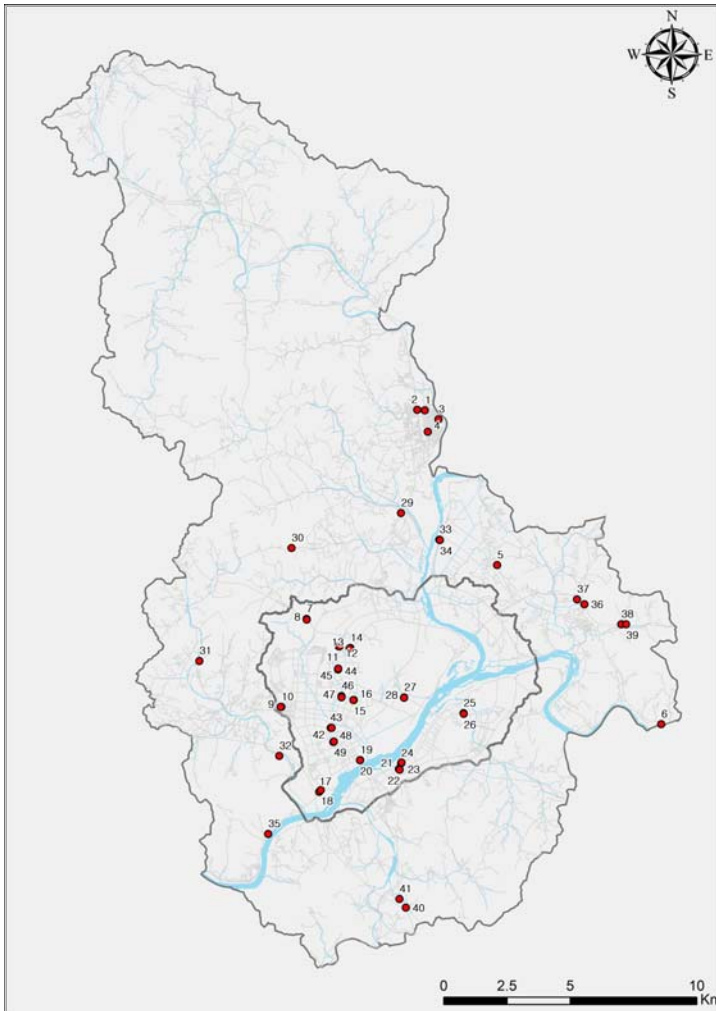


[그림 4-17] 세종시 버스 하차인원분포 밀도도

2. 차량 이동량 현황

1) 차량검지기(VDS) 위치도

- [그림 4-18]은 세종시에 위치하고 있는 차량검지기(VDS: Vehicle Detection System)로서 세종시에는 총 49개 지점에 차량검지기가 설치되어 있음



[그림 4-18] 세종시 VDS 분포도

자료: 세종시청(2018)

- 49개 차량검지기 중 행복도시 내에는 30개의 차량검지기가 설치되어 있으며, 행복도시 외부에는 19개의 차량검지기가 설치되어 있음
- 세종시 내 설치되어 있는 차량검지기를 통해 각 도로구간에서 발생하는 차량 통행량을 집계할 수 있고, 이를 통해 미디어 파사드 입지선정에 홍보효과가 유리한 장소를 파악하고자 함

2) 차량검지기(VDS)별 통행량

- [표 4-12]는 세종시에서 제공하는 VDS 교통량을 조사하여 결과표를 정리한 것으로서, 조사기간은 2017년 11월 13(월)일부터 19(일)일까지 7일임

[표 4-12] 세종시 VDS 통행량

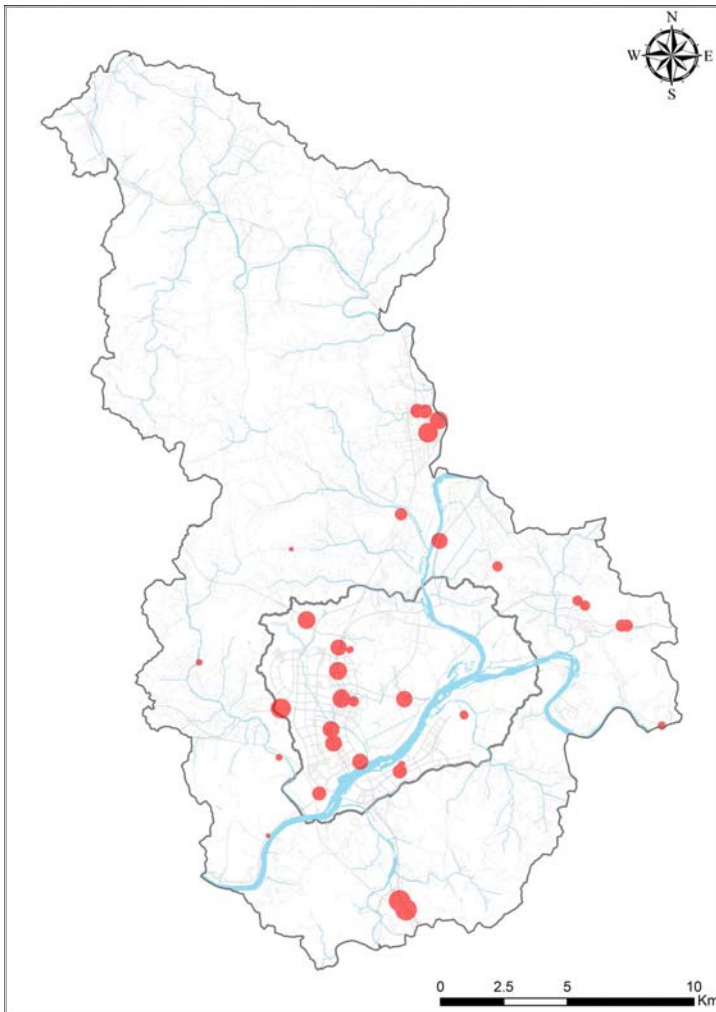
VDS이름	월	화	수	목	금	토	일	평일 평균	주말 평균
조치원여중 앞	8134	6895	7196	6399	7370	6295	5043	7199	5669
153자동차정비소 앞	7666	7021	7405	7346	7649	7248	6234	7417	6741
공영버스터미널 앞	11893	11496	11974	11648	12823	12041	11030	11967	11536
서울외과 앞	14081	14717	15195	14337	15464	15336	12826	14759	14081
연서면 봉암리	6679	6572	6792	6792	6785	1321	0	6724	660
연동면 송용리 세종방면	8049	8305	8379	8260	9142	8346	5928	8427	7137
우리한식뷔페 앞	5617	5619	5718	5151	5798	4682	3788	5581	4235
부강교차로 청주방면	4957	4684	4921	5037	5448	5281	2973	5009	4127
부강교차로 세종방면	5098	4718	4912	5130	4882	5590	4690	4948	5140
시목교차차로 앞	3796	3811	3884	3859	3997	3371	2233	3869	2802
문곡리 청주방면	6129	6613	6230	6924	6922	6731	3588	6564	5160
문곡리 세종방면	6344	5939	5939	6620	6483	6523	6097	6265	6310
산동교차로 대전방면	33075	32215	34937	35419	36467	39847	29245	34423	34546
산동교차로 세종방면	35240	34207	35927	35693	36833	36322	34382	35580	35352
세종이마트(공주)	6910	7015	7211	6966	7248	6579	5482	7070	6030
갈매로(청사)	9535	9470	9953	9786	10457	7909	7344	9840	7626
국세청맞은편	9503	8814	8952	10418	8152	8522	7036	9168	7779
국세청앞	9262	9182	9605	10176	8645	7857	6985	9374	7421

VDS이름	월	화	수	목	금	토	일	평일 평균	주말 평균
도시통합운영센터맞은편	3378	9977	10602	10458	8549	9050	7438	8593	8244
도시통합운영센터앞	9230	9220	9528	9608	9115	7777	6371	9340	7074
국가보훈처맞은편	9851	8857	9691	9906	10652	10081	7850	9791	8966
국가보훈처앞	11281	11377	11096	12246	12115	10771	8701	11623	9736
제3주차장(동측)	4951	4693	5106	4852	5215	3984	3838	4963	3911
라운프라이빗시티앞	10897	10563	12016	11256	9992	10797	8047	10945	9422
라운프라이빗시티맞은편	9539	9691	10766	10354	9210	10008	8177	9912	9092
기쁨뜰공원(정안)	2241	2153	2261	2235	2468	1865	1900	2272	1882
기쁨뜰공원(청사)	1758	1775	1760	1706	1977	1551	1351	1795	1451
다름고개(세종)	13818	12881	14067	13504	14240	15707	13233	13702	14470
다름고개(공주)	17274	16660	18013	17417	18750	20081	14254	17623	17168
제3주차장(서측)	5220	5203	5448	5339	5920	4330	3530	5426	3930
갈매로(대전)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
세종 시청(국책연구단지)	2602	2325	2533	2531	2487	1353	1062	2496	1208
세종 시청(공주)	2362	2353	2477	2418	2459	1716	1298	2414	1507
세종 교육청(공주)	5466	5138	5785	5686	5244	4156	2889	5464	3522
세종 교육청(국책연구단지)	6645	6600	7196	6954	6960	5379	4243	6871	4811
반곡동(공주)	3075	3149	3150	3233	3311	3271	2014	3184	2642
반곡동(아람찬교)	3984	3718	3970	3803	3818	3405	2906	3859	3156
세종이마트(세종)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
장군면 금암리	3082	0	0	0	0	0	0	616	0
장군면 산학리	2007	1748	1854	1850	1952	1981	1168	1882	1574
장군면 평기리	1844	1664	1584	1619	1301	1440	1011	1602	1226
연서면 와촌리	1131	1177	1137	1123	1214	1187	1067	1156	1127
은하수공원(정안)	10900	9545	10354	10580	11269	11937	11829	10530	11883
은하수공원(세종)	5901	5630	6096	6127	6303	6355	5269	6011	5812
양지초교북측(세종)	8868	8861	9671	8969	9939	8994	7355	9262	8174
양지초교북측(오송)	7383	7121	7298	7383	7675	7025	6336	7372	6680
연기면 세종리(정부청사)	9252	9113	9639	8635	9073	8014	6506	9142	7260
연기면 세종리(국책연구단지)	8494	8659	8984	8910	8841	7424	5758	8778	6591
연동면 송종리 오송방면	4188	4077	4227	3946	4348	3827	7059	4157	5443

자료: 세종시청(2018)

(1) 평일 VDS별 통행량 평균값

- [그림 4-19]는 세종시에 위치하고 있는 VDS의 통행량 중 평일의 평균값을 나타낸 지도임
- 평일에 가장 많은 통행량을 나타내고 있는 VDS는 산동교차로 세종 방향(행복도시 남쪽 방향)이며 약 35,000대의 차량이 통행하였음
- 가장 적은 지역은 장군면 금암리로서 약 600대의 차량이 통행하였음

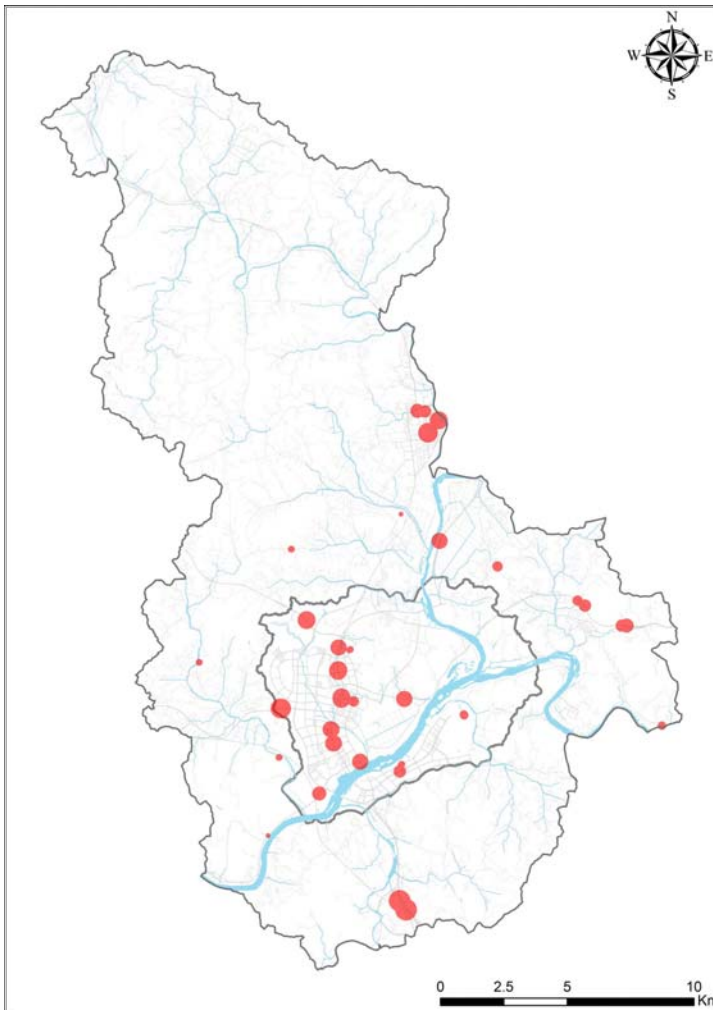


[그림 4-19] 세종시 VDS 통행량(평일 평균)

자료: 세종시청(2018)

(2) 주말 VDS별 통행량 평균값

- [그림 4-20]은 세종시에 위치하고 있는 VDS의 통행량 중 주말의 평균값을 나타낸 지도임
- 주말에 가장 많은 통행량을 나타내고 있는 VDS는 산동교차로 세종 방향(행복도시 남쪽 방향)이며 약 35,000대의 차량이 통행하였음
- 가장 적은 지역은 연서면 봉암리로서 약 700대의 차량이 통행하였음



[그림 4-20] 세종시 VDS 통행량(주말 평균)

자료: 세종시청(2018)

세종시 미디어 파사드 도입 고려사항

제1절 미디어 파사드 입지선정

제2절 미디어 파사드 콘텐츠

제3절 미디어 파사드 도입방안

5장

제5장 세종시 미디어 파사드 도입 고려사항

제1절 미디어 파사드 입지선정

1. 장소성 형성

- 미디어 파사드의 특징 중 랜드마크적인 속성은 도심의 공간속에서 주변과 지역에 정체성을 드러내고 장소성을 형성하는 동시에 타 지역과의 변별성을 갖게 하는 부분임
- 장소성이란 특정 지역의 특성이 부각되고 사람들의 집객요인이 될 뿐만 아니라 집객의 영향이 당해 지역은 물론 인근지역의 경제 활성화에 많은 영향을 미치게 될 때, 그 지역의 장소성이 형성되었다고 정의할 수 있음
- 공간은 장소와 경관, 그리고 환경적 요소와 함께 유사하게 사용되어지는데, 공간이 물리적인 형태를 취한 존재라면 장소란 그 위에 인간의 사회적 활동과 결부되어 일정한 시간적 체험을 가능케 하는 공간이라고 할 수 있고, 시각적으로 인지할 수 있는 외부적 공간속의 물적 대상이 경관이며, 시각적 요소뿐만 아니라 인간의 5감을 통하여 느낄 수 있고, 감각하는 주체인 자기를 제외한 모든 물적 또는 비물적 대상을 의미하는 것이 환경으로써 가장 넓은 개념으로 이해할 수 있음

1) 세종시의 정체성 및 지역성 향상

- 도시가 갖는 브랜드는 그 도시만이 지닌 고유의 역사·문화적 특징과 효과적으로 연관될 때, 다른 도시와는 차별화된 독창적 특성으로 작용할 수 있음
- 세종시는 우리나라의 행정수도이자 최고의 명품도시로 도약하기 위한

방안으로 세종시의 이미지 및 지역성과 연계된 ‘도시정체성 확보’에 힘쓰고 있음

- 기존 연구를 토대로 살펴보면, 도시이미지 전략은 도시브랜드 개발, 도시경관 개발, 도시축제 및 이벤트 개발, 창조적 도시개발의 4가지 유형으로 정리할 수 있음
 - 도시브랜드 개발: 다른 도시와 구별되는 개성을 창조하여 도시상품 구매자에게 강한 인식을 제공하는 일련의 도시마케팅 활동임
 - 도시경관 개발: 도시내 자연·역사문화·시가지·상업업무지역·도로 등의 다양한 경관요소를 계획적으로 관리함으로써 이미지를 극대화함
 - 도시축제 및 행사 개발: 축제 및 행사를 통해 장소성을 부여함과 동시에, 차별화되고 매력적인 도시를 만들어 가는 모든 과정으로, 그 중요성이 점차 증대되는 추세임
 - 창조적 도시개발: 다양한 규모의 개발사업을 진행하여 도시의 형태를 갖추고 도시이미지 형성에 기여함을 의미함

[표 5-1] 도시이미지 전략 유형

유형	성격
도시브랜드	도시브랜드 개발 및 홍보
도시축제 및 행사	다양한 축제 및 행사 개발
도시경관	도시경관 개선계획·관리·사업
창조적 도시개발	신개발사업 및 도시재생사업

자료: 세종형 무궁화도시 조성을 위한 기초 연구 (2017)

- 세종시의 도시정체성을 확보하고 이미지를 제고할 수 있는 효과적인 수단을 마련하기 위한 현실성 있는 접근이 필요하며, 미디어 파사드는 그 수단의 일환으로 상당부분 역할을 할 수 있을 것으로 판단됨

2) 향토유적 및 문화재 홍보

- 세종시는 다른 지역에 비하여 문화재 건수가 양적으로 많지 않아, 세종시 내에 있는 문화재의 의미와 가치적 측면에서 활용의 접근이 요구됨

- 특히 세종대왕과 관련된 ‘전의초수’, ‘김종서 장군묘’, ‘매죽헌 사우’, ‘박팽년 세거지’ 관련 유적을 보유하고 있어 이와 연계해 타 시·도와 차별화되는 세종시만의 고유성을 부각시킬 수 있는 특화사업 발굴 및 추진이 필요함
- 세종시의 향토문화유산은 총 66개가 지정되어 관리되고 있으며, 지역의 충신, 효자, 열녀 등과 관련된 정려가 많은 비중을 차지하고 있음



변응정 사당



송모각



육영재



송덕사(덕성서원)



연동합호서원



연기향교

[그림 5-1] 세종시 문화재 및 향토유적 예시

- 세종의 대표적인 전통행사로는 용암강다리재연, 대곡리장승제, 백제대제, 낙화놀이 등이 있으므로, 전통행사에서 미디어 파사드 활용을 고려

해 볼 수 있음

[표 5-2] 세종시 전통민속자원

구분	위치	주요내용
용암강다리재연	연서면	· 용왕제, 목신제, 강다리행사
대곡리장승제	소정면	· 장승제
백제대제(비암사)	전의면	· 범종타종, 괘불인운, 영가기운, 상단불공 등 축원행사
낙화놀이	부강면	· 낙화놀이(낙화봉), 탐제 등

자료: 세종시 지역문화진흥시행계획(2016)

2. 피사체 건물

1) 공공건축물

- 세종시는 행정중심복합도시로서, 정부세종청사, 세종시청 및 주민센터, 박물관, 도서관 등 공공건축물이 다수 있음
- 공공건축물일지라도 업무성격이나 외벽형태에 따라 미디어 파사드에 부적절할 수 있으며, 운영주체에 따라서 도입방안을 고려해야 함
- 2019년 준공예정인 세종아트센터, 세종홍보관, 국립세종도서관 등이 미디어 파사드의 특성과 어울린다고 사료됨



보람동주민센터



대통령기록관



국책연구단지



정부세종컨벤션센터



세종시청



국립세종도서관



밀마루전망대



세종시교육청



세종아트센터(2019년 준공예정)



행복도시 세종홍보관

[그림 5-2] 세종시 공공건축물 예시

- 2016년에는 정부세종청사 문화체육관광부 건물 벽면을 스크린 삼아 ‘세종문화의 달’ 개막식 주제공연 ‘용비어천가’을 미디어 파사드로 표출하고 벽과 줄에 매달려 공중곡예를 벌이는 이색적인 공연을 펼침



[그림 5-3] 정부세종청사 문화체육관광부 건물 미디어 파사드

2) 민간건물

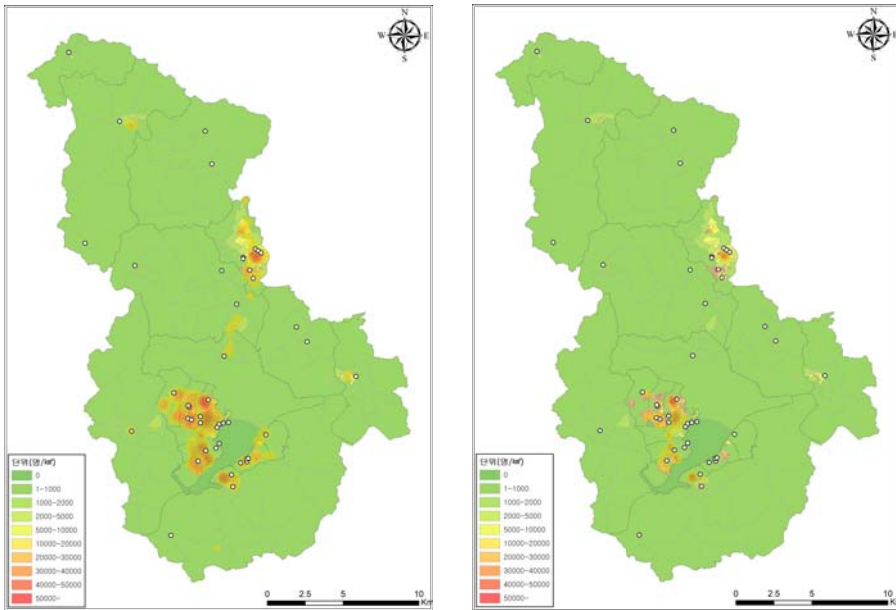
- 국내사례를 보면 미디어 파사드는 민간에서 마케팅이나 이미지 브랜딩을 위해 많이 활용되고 있음
- 세종시는 현재 미디어 파사드를 상시로 표출하고 있는 건물은 없으며, 향후 어반아트리움(Urban Atrium)에 미디어 파사드가 도입될 예정임
- 지자체에서는 미디어 파사드를 관리하여 민간의 설치 행위를 공공이 의도하는 일정한 방향으로 유도하여야 함. 이를 위해서는 원칙적인 기준과 실질적으로 적용 가능한 구체적이고 실천적인 기준의 제시가 필요하며, 미디어 파사드 설치허용구역 및 기준에 대한 계획수립이 필요함
- 서울시는 「빛공해 방지법」 제정 이후 조례를 전부 개정하여 좋은빛위원회 심의대상 시설로서 미디어 파사드 장식 조명의 규모를 규정하고 있으며, 조명계획수립 기준에서 미디어 파사드의 허용기준 및 설치허용구역에 대한 사항 등을 포함하고 있음

- 세종시 '세종특별자치시 인공조명에 의한 빛공해 방지 조례'에서는 미디어 파사드에 대한 구체적인 허용기준 및 허용구역 등에 관한 내용은 없음

3. 인구밀도 및 시민 이동량

1) 공공건축물 중첩분석

- 미디어 파사드 도입에 있어서 인구밀도 및 시민 이동량이 많은 입지를 도출하기 위해 세종시에 위치하고 있는 공공건축물 위치도와 버스 승하차인원 및 인구밀도를 중첩 분석하여 장소를 도출하고자 함
- 중첩분석 결과는 [그림 5-4]과 같음



[그림 5-4] 공공건축물과 버스 승하차인원 중첩분석결과 (좌:승차, 우:하차)

- 버스 승하차 인원 및 인구밀도와 세종시 내 공공건축물 위치도를 중첩 분석 한 결과 행복도시, 조치원역 일대가 시민 이동량이 많은 지역으로 미디어 파사드 홍보 효과가 높은 대상지로 도출됨

- 행복도시, 조치원역 일대 중 미디어 파사드 도입의 홍보효과가 높은 대상지는 행복도시 내 1~2생활권으로서 대중교통을 활용하는 유동인구 수 및 인구밀도가 높으며, 피사체로 가능한 공공건축물이 많이 분포하고 있음
- 중첩분석 결과 버스 승하차 인원 및 인구밀도와 중첩되는 공공건축물은 [표 5-3]과 같음

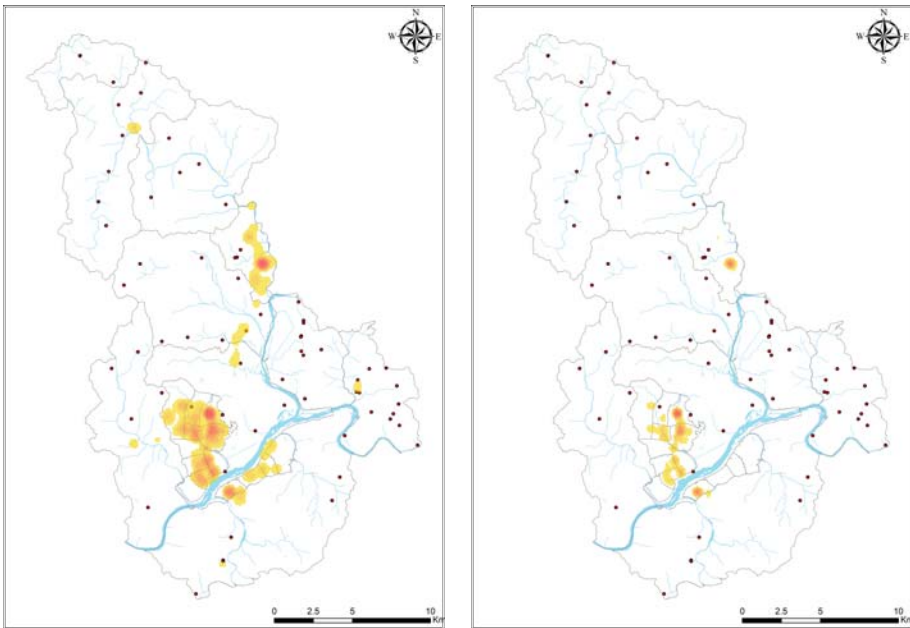
[표 5-3] 중첩분석 결과 대상 건축물

번호	이름	유형	위치	비고
1	대평동주민센터	공공업무시설	대평동	승차
2	보람동주민센터	공공업무시설	보람동	승차
3	세종시청_의회	공공업무시설	보람동	승차
4	세종우체국	근린생활시설	보람동	승차
5	세종시교육청	공공업무시설	보람동	승차
6	금남면사무소	공공업무시설	금남면	승차
7	세종경찰서	근린생활시설	조치원읍	승차
8	조치원청사	공공업무시설	조치원읍	승차
9	세종시보건소	공공업무시설	조치원읍	승차
10	조치원읍사무소	공공업무시설	조치원읍	승차
11	장군면사무소	공공업무시설	장군면	승차
12	고운동주민센터	공공업무시설	고운동	승차
13	정부세종컨벤션센터	일반업무시설	어진동	승차
14	국책연구단지	교육연구시설	반곡동	승차
15	한솔동주민센터	공공업무시설	한솔동	승차
16	국립세종도서관	교육연구시설	어진동	승차
17	밀마루전망대	관광휴게시설	어진동	승차
18	세종문화원	문화 및 집회시설	조치원읍	승차
19	도담동주민센터	공공업무시설	도담동	승하차
20	아름동공영주차장	자동차 관련시설	아름동	승하차
21	아름동주민센터	공공업무시설	아름동	승하차
22	종촌동공영주차장	자동차 관련시설	종촌동	승하차
23	종촌동주민센터	공공업무시설	종촌동	승하차
24	어진동주민센터	공공업무시설	어진동	승하차
25	국립조세박물관	문화 및 집회시설	나성동	승하차

- 현재 행복도시는 계속 건설 중이므로, 향후 생활권이 확대되고 공공건축물의 신설 건축과 시민들의 이동형태가 달라지면 분석결과에 변동이 발생할 수 있음

2) 문화재 및 향토유적 중첩분석

- [그림 5-5]은 세종시 내 문화재 및 향토유적 분포도와 대중교통(버스)이용객 수를 중첩하여 미디어 파사드 도입에 적합한 대상지를 도출하고자 함
- 세종시에 위치하고 있는 문화재 중 대중교통 이용인구와 중첩되는 것은 행복도시 1-2생활권에 위치하고 있는 어서각 하나로 분석됨
- 따라서, 문화재를 활용한 미디어 파사드는 상시적으로 하기 보다는, 특정 문화재 홍보 및 상징성을 부각시킬 경우나 지역축제 및 행사가 있을 때 방문객 유치활동을 위해 활용하는 방안으로 도입되어야 할 것으로 판단됨



[그림 5-5] 문화재 분포도와 버스 승하차인원 중첩분석결과 (좌:승차, 우:하차)

4. 도시공간 재창출

1) 피사체 신규 설치

- 세종시 어진동 방축천 특화거리에 설치된 미디어 벽천은 3m 높이와 27m 폭으로 제작된 인터랙티브 미디어 월이며, 파워글래스 소재로 제작되어 주변의 경관을 가리지 않고 주변과 조화를 이룰 수 있음
- 인터랙티브 환경을 조성하여, 시민들의 움직임에 반응하는 다양한 영상을 노출시켜, 관심과 재미를 동시에 끌 수 있으며, 양방향 발광 효과를 통해 주변 수경시설과의 조화가 이루어짐



[그림 5-6] 세종시 미디어 벽천

- The Crown Fountain 는 스페인 예술가인 하우메 플렌자(Jaume Plensa)의 대표적인 작품으로 2006년에 시카고 밀레니엄 파크에 설치됨
- 이 작품은 15.2m 높이로 2개의 LED 타워가 마주보고 있고, 스크린에는 메타몰핑기법으로 시민 1000명의 얼굴이 13분의 주기로 전환되어 보여짐. 공원이라는 주변 환경의 특성과 조화를 이룸



[그림 5-7] 시카고 크라운 분수

2) 실내 설치

- 프로젝션 맵핑 미디어 아트 ‘아미엑스(AMIEX)’ 프로젝트는 폐공장, 폐교 등 잊힌 공간을 예술 공간으로 되살려 독특한 예술적 경험을 선사하고 지역경제 활성화는 물론 도시재생 사업에도 기여함
- 일례로 1935년 채석장이 문을 닫은 후 인구수가 1만 5천 명까지 급감했던 프랑스 레보 드 프로방스 지역은 2012년 폐채석장에 아미엑스(AMIEX)를 도입하여 ‘빛의 채석장’으로 재개장한 후 한해 약 60만 명의 관람객이 방문하는 관광도시로 되살아났음
- 고희나 고갱, 클림트 등의 세계적 화가의 작품을 프로젝션 맵핑 기술을 활용한 미디어 아트로 온몸으로 느낄 수 있도록 구성되어 있어, 작품이 빔 프로젝터를 통해 벽에 그려지고, 관람객이 직접 작품 속에 들어와 있는 것 같은 느낌을 줌



[그림 5-8] 프랑스 레보드 프로방스 아미엑스 프로젝트

제2절 미디어 파사드 콘텐츠

1. 공공디자인성

- 미디어 파사드의 공공디자인성은 설치의 사례가 많아지고 관련제도의 준비가 이루어짐에 따라 실효적 분석과 관리적 연계성이 중요해짐
- ‘공공성’이란 공공의 공간에 노출되어있는 건축물의 미디어 파사드를 불특정 다수의 대중에게 공익적 정보를 전달한다는데서 의미가 나왔으며, 필수적으로 공공성을 갖추어야 하는 이유임
- 따라서 미디어 파사드의 콘텐츠는 공공성이 고려된 공공디자인적 콘텐츠가 되어야 하고, 그 이미지는 미디어 파사드를 통해 스크린에 표출되면서 직접적으로 도시 공간의 이미지를 형성하게 하는 역할을 담당함으로써 다각도로 고려한 콘텐츠가 실현되고 관리되어야 함
- 미디어 파사드의 콘텐츠는 표출하고자 하는 영상의 내용들에 있어 ‘공공성’과 ‘공간 이미지 형성’이라는 2가지 특성을 모두 고려한 제작물이 되어야 함

1) 서울스퀘어빌딩 콘텐츠

- 서울스퀘어 미디어아트는 상시적으로 표출되는 정규 콘텐츠 7개의 작품과 서울스퀘어 시계프로젝트, 이벤트성으로 이루어지는 기획 미디어아트 25건의 프로젝트로 진행되고 있음

(1) 정규 미디어아트

- 정규 미디어아트는 동절기와 하절기 일몰시간의 편차가 있어 표출시작시간의 차이를 제외하고 매시간 10분이라는 영상표출 시간과 내용은 서울시 야간경관 가이드라인의 범위 내에서 동일하게 운영 중임
- 현재 줄리안 오퍼(Julian Opie)의 ‘걷는 사람들(Crowd)’를 비롯하여 국내외 미디어아티스트 7명의 예술작품이 표출되고 있으며, 모든 콘텐

츠의 내용은 서울시 공공디자인과의 심의를 마침

[표 5-4] 정규 미디어아트 콘텐츠 유형분류(서울스퀘어 빌딩)

프로젝트(작가)	공공성	정체성	통합성	심미성	소통성	경제성
Crowd(Julian Opie)				●		
Mimesis Scape(양만기)		●		●		
The Museum(김신일)				●		
승례문(문경원)		●		●		
Magic City(Mioon)				●		
나의 아름다운 하루를 위하여(이배경)				●		
Zero(류호열)				●		
서울스퀘어 시계 프로젝트	●		●	●		
계	1	2	2	8	0	0

자료: 서울스퀘어 미디어아트 콘텐츠의 유형 및 심리 특성 분석(2012)

(2) 기획성 표출 콘텐츠

- 일정한 기간 동안 기획성으로 표출되는 콘텐츠는 주로 공공적 연계성을 가지고 수시로 운영
- 연말과 연시 이벤트, 국가 주요 기념일, 월드컵 등 국민적 관심사를 중심으로 표출함으로써 시대의 문화와 가치관을 반영하고 공공의 역할을 수행함

[표 5-5] 비정규적 미디어아트 프로젝트(서울스퀘어 빌딩)

표출일	미디어아트 포출 내용
2008.08	서울스퀘어 미디어캔버스 제안
2009.01	서울스퀘어 미디어캔버스 조성공사 및 현장 조사
2009.11.16	서울스퀘어 미디어 캔버스 오픈
2009.12.14	크리스마스 기념 작품 포출
2009.12.31	Happy New Year 포출
2010.01.29	서울스퀘어 미디어센터 mplanet 오픈
2010.04	서울스퀘어 미디어 캔버스 2차 콘텐츠 추가 포출 시작
2010.04	제1회 서울스퀘어 미디어 심포지움 개최
2010.05	어린이날 기념 기획전 '봄, 밤의 동화' 포출
2010.06	2010 남아공 월드컵 기념 '월드컵 응원전 포출' 그리스, 아르헨티나, 나이지리아 vs 한국 경기 포출
2010.07	서울스퀘어 '시계프로젝트' 작품 포출 시작
2010.08	'미디어 파사드' 기획전 'Scrutinizing the stealthy desire' 포출
2010.09	서울국제미디어아트 비엔날레 작품 포출, 추석기념 콘텐츠 포출
2010.10	한글날 기념 기획전 작품 포출
2010.11	미디어 파사드 워크숍 프로젝트 작품 포출
2010.12	연말연시 기념 미디어아트 작품(크리스마스, 새해맞이 카운트다운) 포출
2011.02	한일 미디어아티스트 공동제작 프로젝트 작품 포출
2011.04	독일미디어아트 프로젝트 작품 포출
2011.05	어린이날 축하 캐릭터 작품 포출
2011.06	인터랙션 미디어아트 게임 작품 포출
2011.08	문화역 서울 284 오픈 연계작품 포출
2011.09	인터랙션 미디어아트 공연 작품 포출
2011.10	문화역 서울 284 연계작품 포출, Souvenirs from earth 작품 포출 한글날 기념 작품 포출 트라이앵글 미디어 파사드 프로젝트 '유기체로서의 도시' 전 작품 포출
2011.11	한국 호주 수교 50주년 기념 미디어아트 전시 작품 포출
2011.12	네이버 + 서울스퀘어 미디어캔버스 : 환경 캠페인 프로젝트 진행 2012 카운트다운 작품 포출

자료: 서울스퀘어 미디어아트 콘텐츠의 유형 및 심리 특성 분석(2012)

2) 시민참여

- 미디어 파사드는 도시민들을 위한 의사소통의 매개로서 물리적 환경에 대한 정보를 제공하거나 시각적인 즐거움을 주는 것 이상의 도시 매체로서의 역할을 할 수 있음
- 이와 같은 유형의 미디어 파사드는 도시민들 사이에서 참여적 도구로서 역할을 할 수 있으며, 서로 생각을 공유하고 대화를 시도함으로써 유대감 형성을 도울 수 있음
- 네덜란드 NOX의 D-Tower는 지역 주민들이 D-Tower 웹사이트에 접속하여 기분을 묻는 설문에 대해 응답하는 형식으로 자신의 감정 상태를 표

현할 수 있음

- 주민들은 Happiness, Love, Fear, Hate의 네 가지 항목에 대하여 응답할 수 있으며 이를 취합하여 각각의 조명 색으로 설치물에 표현하여 ‘도시의 기분’을 알리는 역할을 함
- 타워에 대한 감상을 적어 둘 수 있는 캡슐이 있으며 해마다 연말에는 웹사이트에서 가장 활발하게 자신의 감정 상태를 전해 주었던 사람에게 상금을 주기도 함
- 이와 같은 설치물과 이벤트를 통해 함께 살고 있는 지역 주민들과 감성적인 교감을 시도하여 도시에 대한 친밀감을 형성함



[그림 5-9] D-Tower 미디어 파사드 시민참여 사례

2. 지역성 및 상징성

- 지역성 및 상징성을 확보하기 위해서는 지역브랜딩이 필요함. 지역브랜드는 브랜드 개념을 지역 차원으로 적용한 것으로 “마케팅 기법을 장소의 특성과 연계시켜 지역브랜드 정체성을 발전시키고 이미지와 명성을 향상시키는 과정”이라고 할 수 있음. 지역브랜드의 목적은 소비자에게 지역에 대한 차별화된 이미지를 제공하여 지역 가치를 높이고 사회·경제적으로 지역경쟁력을 관리하는 것임
- 지역브랜딩은 내적으로 지역에 긍정적 이미지를 강화하여 지역 주민의 지

역 의식을 고취하고 지역에 대한 자긍심을 갖게 함. 또한 공동체 의식 및 주체성 확립에도 도움을 줌

- 외부적으로는 지역인지도를 높이고 다른 지역과 차별적인 이미지를 갖추어 지역경쟁력에서 상대적 우위를 확보함. 이는 소비자의 방문, 투자, 거주 기회를 증진시키고 후광효과를 통한 지역 내 직간접적 고용창출 및 관광객 유입 등의 결과로 이어짐

1) 무궁화도시

- 2012년 7월 우리나라 17번째 광역단체로 출범한 세종시는 실질적 ‘행정수도 완성’을 위한 노력을 진행 중이며, 우리나라의 행정수도이자 최고의 명품도시로 도약하기 위한 방안으로 우리나라를 상징하는 대표이미지인 무궁화와 연계한 ‘도시정체성 확보’에 주력하고 있음
- 세종시가 무궁화도시를 조성해야 할 당위성은 크게 ‘도시정체성 확보’, ‘행정수도 자부심’, ‘대표 테마축제 육성’ 등으로 정리할 수 있음
- 세종시 무궁화도시 조성 선포 이후, 2016년 기준 세종시 전역에는 총 47,616본의 무궁화가 식재되는 등 무궁화 보급에 노력하고 있음
- 세종시에서는 그 동안 산림청 등 유관기관과의 업무협약 체결, 조례 제정, 무궁화도시 헌장, 기본 및 시행계획 수립, T/F팀 구성 등 정책 추진 이후 지원시스템을 체계적으로 마련하고 있음



[그림 5-10] 제27회 나라꽃 무궁화 세종축제(2017년)

[표 5-6] 세종시 무궁화도시 전략방향

전략명			주요 내용
이미지 구축	브랜드 개발	조경식재	<ul style="list-style-type: none"> 도시브랜드화를 통한 상징성 강화 식재 권장방안 도입(무궁화 식재 및 관리지침 준수)
		관광기념품	<ul style="list-style-type: none"> 관광기념품 제작시 무궁화 도안 활용 상품화, 관광홍보 강화 등
	축제· 이벤트 개발	무궁화축제	<ul style="list-style-type: none"> 세종시 대표축제로 유도 시민 주도의 참여·체험형 축제로 확대 전환
		디자인전략	<ul style="list-style-type: none"> 시민참여 및 관심 유도를 위한 이벤트 전략 확대 다양한 시(市) 상징물에 적용
환경 및 경관 개선	도시환경 개선		<ul style="list-style-type: none"> 정원수, 독립수, 가로수, 산울타리 등에 활용
	조경효과 제고		<ul style="list-style-type: none"> 다양하고 선명한 색채 도입, 관상 가치 극대화, 식재방식 다양화, 치유정원 도입 검토
	도시경관 관리		<ul style="list-style-type: none"> 무궁화도시 기본구상을 반영한 경관관리계획 수립 주요 결정점, 경관거점 주변 중점 관리
소득기반 마련			<ul style="list-style-type: none"> 농업 6차 산업화를 기반으로 지속가능한 R&D 무궁화산업 육성 (가칭) 세종시 무궁화 6차 산업화 종합계획 수립

자료: 세종형 무궁화도시 조성을 위한 기초 연구 (2017)

2) 장욱진 화백

- 문화예술 분야에서 세종시를 대표할 수 있는 콘텐츠 발굴이 필요함
- 장욱진화백은 세종시에서 태어나고 6살까지 살면서 시·서·화에 안목을 지녔던 부친의 영향을 받아 어린 시절부터 그림에 관심을 보였음
- 세종시에는 6·25 피란시절에 그가 잠시 살았던 집이 있음. 전쟁통에서도 그는 작업을 놓지 않음, 이 시기(전쟁시절)에 <마을>, <자화상>, <나룻배> 등 대표작을 완성함
- 세종시 연동뜰을 배경으로 한 <자화상>을 제작함, 작가는 작품에서 '외롭지 않은 대자연 속의 완전 고독'을 이야기함. 전쟁의 혼란 속에서도 다시 한 번 자신이 꿈꾸는 삶을 그림. 피란시절 연기군 고향에서 조치원으로 이어지는 '미호천'이라는 강나루의 풍경을 그린 <나룻배>를 제작함

- 세종시에는 장육진 화백의 선영 및 탐비가 있음, 이를 통해 장육진 화백의 흔적을 확인하고 그의 정신과 기운을 느낄 수 있음



장육진화백 생가



6·25전쟁시 거주했던 집



장육진화백 선영 및 탐비

[그림 5-11] 장육진 화백의 생가, 6·25전쟁 당시 거주했던 집, 선영 및 탐비
 자료: 장육진화백 문화브랜드 육성 연구 (2017)

자화상(1951)



가족도(1972)



아기부처(1980)



아이(1982)



나무(1986)



[그림 5-12] 장육진 화백 작품

자료 : 장육진미술문화재단

3) 전의 초수

- 세종시 명칭은 한국사적으로 가장 의미있는 역사적 인물인 세종대왕에서 유래한 것으로, 이는 새롭게 출범한 행정수도이자 우리나라 대표도시로서의 위상을 표현한 것임
- 세종시는 도시성장과 행정수도로서의 위상에 부합하는 수준으로 지역의 역사·문화적 정체성을 확립하는 것이 도시 브랜드를 구축하는 측면에서 중요한 과제가 될 것으로 예상됨
- 세종대왕의 안질을 치료했다는 사연을 가지고 있는 '전의초수'는 세종과 인

연이 있는 세종시의 대표적인 유적으로, 도시정체성을 확립하고 역사·문화성을 풍부하게 할 여지가 많은 유산임

- 기존 세종대왕 스토리 강화와 신규 스토리 및 콘텐츠 도입·개발이 필요함.
- 전의초수와 관련된 스토리 개발에 있어 세종시 신규 문화콘텐츠 개발과 연계하여 추진하여, 지역주민의 관심을 높이고 관광객 유입이 확대될 수 있도록 현재 진행되고 있는 축제의 콘텐츠를 확대·개발함
- 전의초수의 역사적 가치와 기능 및 효능을 홍보하고, 유아 및 청소년을 포함한 가족단위 방문을 유도할 수 있도록, 교육과 여가를 즐길 수 있는 콘텐츠를 개발하여야 함
- 세종시의 부족한 관광자원을 보완하고, 볼거리를 제공할 뿐만 아니라 주변 역사인물과 연계하여 관람할 수 있는 역사문화 콘텐츠를 개발할 필요가 있음

<p>기존 세종대왕 스토리 강화 신규 스토리 및 콘텐츠 도입 및 개발</p> <p>“주변 시장(초정약수)과의 지속적인 경쟁 불 가피하며, 상대적으로 경쟁력 및 이미지 열세”</p> <p>“전의초수와 관련된 신규 스토리 및 콘텐츠 개발 필요”</p> <p>“신규 관광객 유입을 위한 축제 콘텐츠 확대· 개발 필요”</p> <p>전의초수를 통한 세종시의 신규 문화콘텐츠 생성전략 마련</p>	<p>전의초수 홍보 및 이미지 강화를 위한 상징적 명소 도입</p> <p>“전의초수의 가치에도 불구하고 이미지 및 브랜드는 미약한 수준”</p> <p>“전의초수 가치와 이미지 강화를 위한 상징적 공간 개발 및 랜드마크 시설 도입”</p> <p>“체험을 포함한 교육적 기능을 강화하여 가족단위 교육 및 체험상품으로 개발”</p> <p>하루를 온전히 즐길 수 있는 명품관광공간으로 도출</p>	<p>초수의 체험 건강 및 약수로서의 이미지 강화</p> <p>“현재의 제한된 이용에서 발전하여 전의초수의 기능과 효능을 극대화할 수 있는 수체험시설 도입”</p> <p>“지역주민과 관광객이 모두 즐기고 체험할 수 있는 치유 힐링 공간으로의 공간 재창출”</p> <p>“시설의 복합화와 다양화를 통해 치유 및 힐링기능으로 체류 및 관광목적지 기능 수행”</p> <p>수체험, 수자원 중요성을 활용한 교육·여가공간으로 조성</p>
--	---	---

[그림 5-13] 전의초수 콘텐츠 구상 방안

자료: 전의초수의 문화적 가치 발굴 및 보존방안 연구 (2017)

제3절 미디어 파사드 도입방안

1. 미디어 파사드 도입 기본방향⁶⁾



[그림 5-14] 미디어 파사드 도입 기본방향

- 미디어 파사드는 형태적, 기술적으로 계속적으로 발전하기 때문에 형태나 기술적 접근에서 개념 정립이 아니라, 미디어 파사드의 위상과 속성에 근거하여 도시문화 요소로서의 미디어 파사드로 개념을 구축해야 함
- 건축물의 파사드가 갖는 도시적인 기능과 가로 공간에서 1차 요소로서 위계상의 중요성을 고려하여 예술성이 확보된 작품 중심의 콘텐츠로 한정할 필요성 있음. 건축물의 파사드를 예술적 차원으로 승화시켜 도시경관의 질적 수준을 향상시키고 도시의 이미지를 제고하는 데 기여해야 함
- 광범위한 빛과 시각 공해 야기의 문제점에 대응하기 위하여 미디어 파사드가 무분별하게 입지하는 것이 아니라 랜드마크로서 역할을 하고 지역의 활력에 기여할 수 있는 위치에 입지할 수 있도록 해야 함. 장소성에 부합하는 미디어 파사드를 유도하기 위하여 지역적 관리방안을 구축할 필요성 있음
- 미디어 파사드는 IT와 조명 기술이 집적되어 있고 에너지 사용량이 많기 때문에 유지관리가 중요하며 콘텐츠의 업그레이드가 필요하므로 지속가능한 관리방안을 구축해야 함

6) '서울시 미디어 파사드 설치현황과 관리방향 설정 연구'(2016)에서 참조

2. 시기별 도입

1) 상시 운영

- 미디어 파사드 상시 운영을 위해 설치할 경우에는, 미디어 파사드가 도시문화요소로서 도시공간에 상시로 존재하게 되므로 다각도로 신중히 검토하여야만 함
- 미디어 파사드의 주요한 특성은 정보를 전달하는 정보성과 법적제도의 사회성, 주변 환경과 건물의 조화로운 조화성, 지역사회의 특성을 반영한 지역성, 차별화된 디자인과 콘텐츠로 창의성으로 분류할 수 있으며 이러한 외관적 표현은 도시경관과 시민의 정서적 심리 등에 많은 영향을 끼침

[표 5-7] 미디어 파사드 요소

구분	내 용
정보성	단순 빛 공해가 아닌 보는 이들에게 유용, 유익한 정보제공
사회성	적절한 심의 제도와 법적제도를 감안하여 구성
조화성	도시공간에서 주변 환경과 주변건물의 자연스러운 어울림
지역성	보편적인 내용이 아닌 당해 지역만의 특성을 반영
창의성	건물의 정체성을 알 수 있는 새로운 스토리 표현과 차별화된 콘텐츠 개발 및 다양한 이미지 표현으로 내부와 외부의 소통

- 미디어 파사드의 상시운영을 도입할 경우, 이러한 미디어 파사드의 특성을 근거로 본 장 1절 및 2절에서 분석한 미디어 파사드 입지선정 및 콘텐츠를 체크리스트로 신중히 고려하여 도입정책을 수립하여야 함

2) 축제 및 행사

- 미디어 파사드를 상시로 운영하는 것이 아니고, 특정 문화재나 축제 및 행사를 위해 단기적으로 설치 운영할 수 있음
- 세종시(2015년)에서 개최된 축제와 행사는 총 165개로서 이 중 주요 축제는 9개로, 대표적인 축제는 세종축제(매년 10월), 세종조치원복숭아축제(매년 8월) 등 2개가 정기적으로 개최되고 있음
 - 세종축제는 세종시로 출범함에 따라 세종시를 가장 적절하고 효율적으로 홍보할 수 있도록 도원문화제와 왕의 물 축제 등 연기군 일부 축제를 통합하여 개최하며, 세종대왕(한글)과 세종특별자치시 등을 중심 소재로 세종호수공원일원에서 공연, 체험, 부대행사 등 다양한 프로그램으로 이루어짐
 - 세종 조치원 복숭아축제는 조치원 복숭아의 우수성을 알리기 위해 2003년부터 시작되었으며, 복숭아와 관련한 체험 및 공연을 중심으로 프로그램이 운영되며, 특히, 복숭아수확체험, 품평회, 판매장운영, 복숭아가요제 등 다양한 행사가 이루어짐
 - 2015년 개최된 세종시 반려동물문화축제는 ‘행복한 교감, 아름다운 추억, 함께하는 가족문화축제’라는 주제로 반려동물을 통해 행복한 교감을 하고 건전한 반려문화가 자리 잡을 수 있도록 하는 목적임
 - 영평사 구절초 축제는 장군면 영평사 일원에서 개최되는 축제로 사찰의 풍경과 구절초의 가을 경관을 배경으로 산사음악회를 비롯해 동양화 전시전, 구절초 사진 전시회 등과 같이 다양한 문화행사가 진행됨
 - 도담도담 나눔축제와 한솔동 문화나눔축제는 2015년 처음 개최된 축제로 지역 인근 공원에서 주민들이 한데 어우러져 벼룩시장, 노래대결, 먹거리장터와 같은 다양한 행사를 진행하고 있음
- 각각의 축제는 시기 및 개최 지역과 연관된 특색 있는 문화예술 행사와 다양한 프로그램을 운영하여 지역민 화합과 방문객 유치에 기여함
- 문화예술 및 생활문화와 연관성이 높은 축제는 세종축제, 도담도담 나

눔축제, 한솔동 문화나눔축제 등으로 세종시가 문화도시 이미지 형성과 브랜드화를 위해서는 문화예술이 접목된 고도화된 축제 프로그램 개발과 접목이 지속적으로 필요한 것으로 조사됨

[표 5-8] 세종시 주요 축제 및 문화행사

구분	시기	장소	주요내용	비고
세종부터 국제페스티벌	4월	세종시	· 전국 미용콘테스트, 뷰티 체험박람회, 뷰티제품전시회, 지역특산물 박람회, 페스티벌 사진 콘테스트, 환타지쇼, 뷰티쇼 등	기타
세종 반려동물 문화축제	5월경	세종호수공원 일원	· 케니크로스 국제경기대회, 반려동물음식요리대회, 반려견다이빙대회 등	기타
세종조치원 복숭아축제	8월	세종전통시장, 고려대 세종캠퍼스	· 복숭아가요제, 복숭아수확체험, 복숭아판매장운영, 학술대회 등	기타
영평사 구절초축제	9~10월	장군면 영평사	· 산사음악회, 동양화 전시전, 구절초 사진 전시회 등	문화예술
세종축제	10월	호수공원 일원	· 세종임금체험, 한글토호놀이, 호패만들기체험, 한글소품만들기 등 · 세종대왕 관련행사, 세종시 도시이미지 홍보	문화예술
왕의물 축제	10월	세종축제와 연계, 전의면 전의초수	· 왕의물 수신제	역사문화
김종서장군 문화제	10월	김종서장군묘역	· 김종서장군 관련 문화제	역사문화
도담도담 나눔축제	10월	도담동 주민센터옆 모꼬지공원	· 베품시장, 노래대결, 거리공원 등 (2015년 1회)	생활문화
한솔동 문화나눔축제	10월	한솔동 아침뜰 근린공원	· 베품시장, 짜즈페스티벌, 먹거리장터 등 (2015년 1회)	생활문화

자료 : 세종시 지역문화진흥시행계획(2016)

3. 경제성에 따른 도입

- 미디어 파사드는 도시의 정체성, 도시경관, 시민의 정서적 심리, 정보성 등 여러 가지 긍정적인 사회적 효과가 있음에도 사업비의 규모가 적지 않아, 도입시 경제적 측면에서 신중해야 하며 지속적인 유지관리에 대한 구체적인 계획을 수립해야함

1) 비용

- 미디어 파사드 하드웨어의 설치 위치, 크기, 수량, 배치, 종류 등에 따라 비용이 결정되며, 콘텐츠 제작 및 운영관리 등의 소프트웨어적인 비용이 발생함

[표 5-9] 미디어 파사드 비용 사례조사

구분	내용	금액	기간	상세내용
운영 계획 수립	익산 문화예술의 거리 미디어 파사드 운영	25백만	-	· 미디어 파사드 설치계획 및 운영방안 구축
기기 구입	남제주 미디어 파사드 영상설비 구매	460백만	-	· 미디어 파사드 프로젝터 등 25종 하드웨어 구입
이벤트 운영	제60회 백제문화제	800백만	10일	· 영상 2편 제작 · 하드웨어 설치(2곳) · 행사 사후관리
	한국문화재단 경복궁 및 덕수궁 미디어 파사드	460백만	10일	· 영상제작 및 연출 · 인력배치 · 홍보자료 제작 및 배포 · 시설 설치
상시 운영	서울스퀘어빌딩 미디어 파사드	30억	상시	· 4만 2천개의 LED 전구를 사용한 99X78m의 세계 최대 규모로서 2009년 기네스북 등재
	부산타워 미디어 파사드	10억	상시	· 매일 3회 상시 공연 · 메인 영상 2편(7분, 10 분)과 계절별 영상 4편 (3분) 운영



부산타워 미디어 파사드



경복궁 미디어 파사드



제60회 백제문화제 미디어 파사드



제63회 백제문화제 미디어 파사드

[그림 5-15] 미디어 파사드 비용 사례

2) 경제적 효과

- 기업들과 건물주들은 높은 마케팅 효과와 이미지 개선에 미디어 파사드를 활용할 수 있음. 미디어 파사드가 설치된 서울스퀘어빌딩은 서울의 랜드마크로 떠오르면서 높은 임대료에도 불구하고 미디어 파사드를 도입한 리모델링 후, 임대계약 1년 만에 90%대 입주율 달성
- 프랑스 리옹의 빛축제는 1989년 부터 시예산의 1.5%를 축제에 투자하며 축제기간 4일간 매년 관광객 400만명 달성
- 오스트레일리아의 Vivid Sydney는 매년5월 빛 축제기간 18일 관광객 145만명(2014년)이상 유치
- 일본 오사카시의 오사카성 멀티프로젝션 맵핑 쇼는 60일간 입장객수 60만명, 수익률 11억8천엔(한화 117억) 달성함(당초 목표 입장객수 30만명, 수익률 6억엔)
- 중국 취안저우시의 동아시아 문화예술절 3D 맵핑 쇼는 5일간 입장객

수 10만명 돌파하였으며, 당초 3일 상영기간을 관람객의 호응으로 2일 연장함(당초 목표 입장객수 3일간 6천명)



프랑스 리옹 빛축제



오스트레일리아 Vivid Sydney



일본 오사카성



중국 취안저우시 맵핑쇼

[그림 5-16] 미디어 파사드 경제적 효과 사례

4. 시민참여에 근거한 도입

1) '똑똑세종' 아이디어

- 세종시에서는 현재 시민들이 제안한 아이디어를 전문가가 보완하여 정책으로 현실화하는 「똑똑세종-시민의 한수」 제도를 운영 중이며, 본 연구도 시민 제안으로 논의되는 과제 중 하나임
- 시청 홈페이지와 이메일, SNS 등 경로를 통해 접수된 시민 자문단 아이디어를 매월 검토함. 2016~17년 동안 438개의 아이디어가 접수되어 39건이 정책 아이디어로 채택되어 시민 제안 참여 분위기 확산하고 있음(2017년 10월기준)
- 미디어 파사드의 도입검토가 시민 아이디어에서 시작되었으므로, 설치

위치, 운영주기 및 콘텐츠 등 전반적인 계획에 있어서 시민의견이 최대한 반영될 수 있도록 콘텐츠 공모전, 설명회 등 시민참여를 독려하는 것이 바람직하며, 이를 통해 효과적인 시책으로 시행될 수 있음

2) 시민참여 콘텐츠위주 제작

- 지자체에서 운영하는 미디어 파사드의 콘텐츠는 형평성을 위해 시민공모나 후보 작품들에 대해 시민투표 등 시민의견수렴 프로세스를 거쳐 미디어 파사드 콘텐츠를 표출하는 것이 바람직함
- 미디어 파사드에서 표출되는 이미지나 의미를 ‘시카고의 크라운분수’나 ‘네덜란드의 D-Tower’처럼 이미 시민이 참여한 콘텐츠로 표출하는 것이 시민소통면에서는 더 효과적임
- 콘텐츠 제공에 의한 참여는 아래 그림사례와 같이 디자인 과정이 종료되면서 참여 또한 끝나는 것이 아닌 시민들의 자발적인 콘텐츠 제공을 통해 이루어짐



[그림 5-17] 인터랙티브 미디어 파사드 사례

자료: 참여디자인에 의한 인터랙티브 미디어 파사드에 관한 연구(2013)

5. 관련조례 개정

- 민간이 자체적으로 운영하는 미디어 파사드는 입지가 선정(자체 사육 등)되어 있어, 지자체에서는 콘텐츠, 운영시간 및 주기, 도시경관 등에 대한 장려 또는 규제위주의 정책을 수립하면 됨
- 민간의 미디어 파사드 설치에 사회가 의도하고 있는 일정한 공공성을 추구하는 방향으로 유도할 필요가 있으며, 이를 위해서는 의도하는 방향을 내용으로 담고 있는 원칙적 기준의 제시와 함께 실질적으로 적용 가능한 구체적이고 실천적인 기준의 제시가 필요함
- 세종시는 도시정체성 확보를 위해 랜드마크 속성을 가지는 미디어 파사드의 설치허용구역을 지정하여 세심한 관리를 도모할 필요가 있음

- 미디어 파사드 설치허용구역은 미디어 파사드 특화 등 활성화의 장을 마련하여 줌으로써 도시경관의 품격을 향상시키고 관광자원화를 도모함
- 빛을 활용하는 미디어 파사드가 빛공해를 유발하므로 도시 전체적으로는 인체 건강 및 생태 환경을 위하여 규제가 가해질 수밖에 없는 실정임을 인지하고, 이러한 피해가 최소화되고 밀집된 미디어 파사드가 가로 활성화에 도움이 될수 있는 지역을 선정하여 미디어 파사드를 특화할 필요가 있음

[표 5-10] 미디어 파사드 설치허용구역

미디어 파사드 설치허용구역	그 외 지역
미디어 파사드를 활성화하여 도시경관 특화 및 랜드마크화	빛공해 및 도시야간경관 방지를 위하여 미디어 파사드 금지

자료: 도시경관을 고려한 서울시 미디어 파사드 설치 및 관리방안 연구(2012)

- 설치허용구역은 인프라 측면에서는 지정된 해당 구역의 특성을 충분히 감안하여 면적허용구간 및 선적허용구간 등 세부화를 도모함. 이와 함께 미디어 파사드의 설치 위치, 크기, 수량, 배치, 방향, 그리고 밝기 등의 기술적 측면을 포함하고, 미디어 파사드 설치물에 대한 사후관리 방안 등을 포함해야 함
- 설치허용구역의 콘텐츠 측면에서는 색채, 영상 형식, 영상내용. 그리고 지역의 특화방안을 포함함. 해당 지역의 특색이나 이미지와 관련성이 없는 공통적인 정보를 전달하는 것이 아니고, 콘텐츠의 지역적 차별화 및 특성화를 도모할 필요가 있음. 이와 함께 콘텐츠의 관리 및 업그레이드 통합관리체계 구축 방안 등을 포함하도록 함
- 위의 내용들을 ‘세종특별자치시 인공조명에 의한 빛공해 방지 조례’에 추가하여 미디어 파사드에 대한 구체적인 허용기준 및 설치허용구역 등에 관한 법적 실행력을 확보하며 ‘빛공해방지 위원회’ 등의 심의를 거쳐 미디어 파사드를 관리할 필요성이 있음



결 론

제1절 연구결과 종합
제2절 정책 제언

6장

제6장 결 론

제1절 연구결과 종합

- 세종시는 시민들이 제안한 아이디어를 정책으로 현실화하는 「똑똑세종-시민의 한수」 제도를 운영 중이며, 본 연구도 시민 제안으로 논의되는 과제 중 하나로 정책 실현에 대한 전문성 자문이 필요하여 연구가 의뢰되었음
- 본 연구는 세종시의 미디어 파사드 도입가능성 및 타당성을 파악하고 입지선정, 콘텐츠, 도입방안 등에 대한 고려사항을 검토하여 세종시 미디어 파사드 도입을 위한 정책결정에 참조자료를 제공하는 목적임
- 미디어 파사드에 대한 개념, 관련 법제도, 도시계획적 측면에서의 기능 및 효과를 조사 분석하였음
- 국내외 미디어 파사드 도입현황과 사례조사를 통해 시사점을 도출함
- 세종시 미디어 파사드 도입 적정입지분석을 위해 세종시 용도지역, 건축물, 문화재, 인구, 교통 이동량 현황 중첩분석을 함
- 세종시 미디어 파사드 도입시 입지선정, 콘텐츠, 도입방안에 대한 고려사항을 제시함

1. 미디어 파사드 개념 및 효과

- 미디어 파사드(Media Facade)란 건물 외벽 등에 LED 조명을 설치하여 미디어 기능을 구현하는 것으로, 단순 건축물의 시각적 아름다움뿐만 아니라 정보를 전달하는 매개물로서의 기능을 수행함
- 미디어 파사드는 도심의 미적 경관 창출, 야간 명소의 발굴, 도시환경의 질 향상, 개성 있는 도시 정체성 구축 등을 위한 미디어 플랫폼으

로서 가치를 인정받고 있음

- 국내 미디어 파사드는 2004년 제작된 서울 압구정동 갤러리아백화점에서 시작하여 이후 시청역 삼성화재빌딩, 역삼동의 GS타워, 서울역 서울스퀘어, 신문로 금호아시아나 사옥 등에 적용되며 진화하여 옴
- 미디어 파사드는 「구 옥외광고물 등 관리법」, 「인공조명에 의한 빛공해 방지법」의 제한을 받아옴
- 미디어 파사드는 ①주로 도시 또는 지역의 중심부에 위치한 주요 건물을 대상으로 설치하고 있어 랜드마크 효과 제공, ②도시민들에게는 즐거움을 제공하고 예술가에게는 창의성 발휘의 계기 및 기회를 제공함으로써 도시의 문화적 효과 기대, ③미디어 파사드와 관련된 다양한 산업 분야를 촉진하여 경제적 효과를 창출할 수 있음

2. 미디어 파사드 국내외 사례조사 시사점

- 국내에서는 미디어 파사드를 서울의 도심 및 강남 지역의 주요 빌딩이나 경복궁, 덕수궁 등의 문화재, 공공기관 건물 및 시설, 각종 기업의 사옥, 구조물 등 다양한 형태로 설치되고 이용되고 있음
- 관련 법제도의 제·개정 등을 통해 미디어 파사드의 활용 범위가 확대되고 있으며 이러한 흐름과 함께 디스플레이에 대한 다양한 시도가 함께 진행되고 있음
- 건축, 디자인, 미디어가 상호작용을 통해 소통의 요소로서 활용이 되면서 미디어 파사드는 전 세계적으로 다양하게 활용되고 있으며, 국외 사례에서도 주요 랜드마크가 되는 건물이나 구조물, 기업의 사옥, 올림픽과 같은 메가 스포츠 이벤트에 사용된 경기장 구조물 등에서 활용이 되어 옴
- 국내외 사례조사 분석결과에 의하면 미디어 파사드라는 뉴미디어 매체의 활용을 높이기 위한 방향을 모색하고 있으며, 도시공간의 주요 구성 요소로서 미디어 파사드의 역할과 기능이 필요하며, 도시 마케팅이나 활성화 전략으로서 미디어 파사드를 활용하고 향후 관련 산업을 육성

해 가기 위해서는 정책적 규제와 지원이라는 기반의 강화와 함께 인적·물리적 인프라를 확충하는 것이 요구되고 있으며 산·관·학의 협력을 통한 융합형 산업으로의 발전 방향을 모색하는 것도 요구되고 있음

3. 미디어 파사드 도입관련 세종시 현황분석

- 세종시 용도지역 현황을 살펴보면 전체 면적 중 관리지역이 37.05%로 가장 많이 지정되어 있으며, 그 다음으로 농림지역이 31.92%, 도시지역이 30.51%로 지정되어 있음. 자연환경보전지역은 0.53%임
- 시설군에 따라 분류한 세종시 건축물은 주거업무시설군이 42,297채 (44.89%)로 가장 많이 분포하고 있었으며, 전기통신시설군이 16채 (0.02%)로 가장 적게 분포하고 있었음
- 세종시 및 문화재청에서 제공하는 향토유적 및 문화재자료를 활용하여 조사한 결과에 따르면, 세종시에는 향토유적 및 문화재가 총 67점 분포하고 있음
- 집계구별 인구밀도를 살펴보면 조치원역 인근에서 88,740명/km²로 가장 높은 인구밀도가 나타났으며, 행복도시 내 인구밀도는 가장 높은 지역이 75,565명/km²로 나타났으며 평균 인구밀도는 31,551명/km²로 나타남
- 버스 승차인원이 가장 높게 나타난 지역은 조치원역 버스정류장으로서 일 평균 1,593명이 버스를 이용하며, 그 다음으로 도램마을아파트 805명, 세종고속시외버스터미널 476명으로 나타났고, 버스 하차인원이 가장 높게 나타난 지역은 조치원역 버스정류장으로서 일 평균 734명이 버스에서 하차하며, 그 다음으로 도램마을 612명, 세종고속시외버스터미널 468명으로 나타남

4. 세종시 미디어 파사드 도입 고려사항

- 미디어 파사드의 특징 중 랜드마크적인 속성은 도심의 공간속에서 주

변과 지역에 정체성을 드러내고 장소성을 형성하는 동시에 타 지역과의 변별성을 갖게 하는 부분임. 세종시의 도시정체성을 확보하고 이미지를 제고할 수 있는 효과적인 수단을 마련하기 위한 현실성 있는 접근이 필요하며, 미디어 파사드는 그 수단의 일환으로 상당부분 역할을 할 수 있을 것으로 판단됨

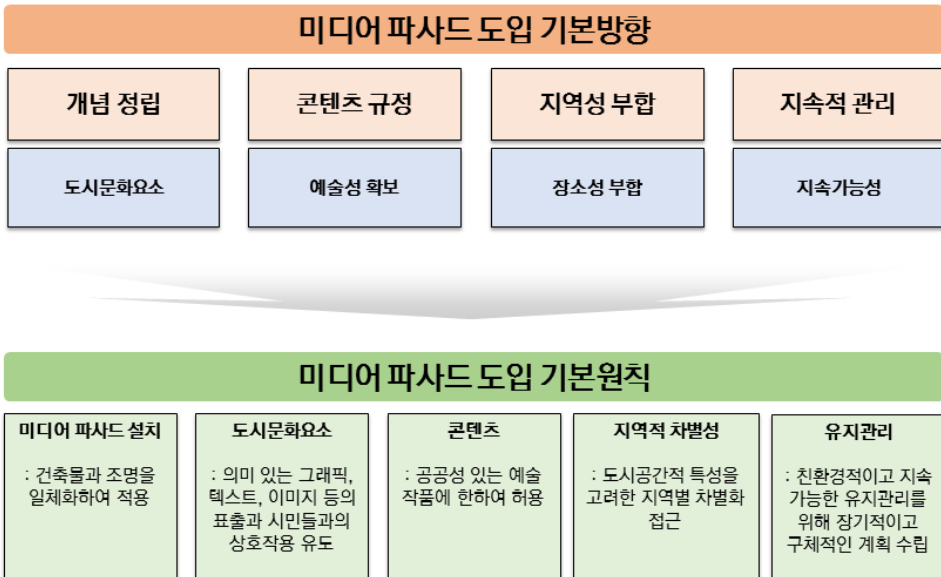
- 세종시는 문화재 건수가 양적으로 많지 않아, 세종시 내에 있는 문화재의 의미와 가치적 측면에서 활용의 접근이 요구되며, 미디어 파사드를 통해 문화재의 의미와 가치를 홍보할 수 있음
- 세종시는 행정중심복합도시로서, 정부세종청사, 세종시청 및 주민센터, 박물관, 도서관 등 공공건축물이 다수 있으나, 업무성격이나 외벽형태에 따라 미디어 파사드에 부적절할 수 있으며, 운영주체에 따라서 도입방안을 고려해야 하며, 2019년 준공예정인 세종아트센터, 세종홍보관, 국립세종도서관 등이 미디어 파사드의 특성과 어울린다고 사료됨
- 피사체 신규설치나 실내설치도 도입방안의 하나로 고려될 수 있음
- 미디어 파사드의 콘텐츠는 표출하고자 하는 영상의 내용들에 있어 ‘공공성’과 ‘공간 이미지 형성’이라는 2가지 특성을 모두 고려한 제작물이 되어야 하며, 도시민들을 위한 의사소통의 매개로서 물리적 환경에 대한 정보를 제공하거나 시각적인 즐거움을 주는 것 이상의 도시 매체로서의 역할을 할 수 있음
- 미디어 파사드는 사업비의 규모가 적지 않아, 도입시 경제적 측면에서 신중해야 하며 지속적인 유지관리에 대한 구체적인 계획을 수립해야함
- 미디어 파사드의 도입검토가 시민 아이디어에서 시작되었으므로, 설치 위치, 운영주기 및 콘텐츠 등 전반적인 계획에 있어서 시민의견이 최대한 반영될 수 있도록 콘텐츠 공모전, 설명회 등 시민참여를 독려하는 것이 바람직하며, 이를 통해 효과적인 시책으로 시행될 수 있음
- 민간의 미디어 파사드 설치행위는 사회가 의도하는 일정한 공공성이 있는 방향으로 유도할 필요가 있으며, 이를 위해서는 의도하는 방향을 내용으로 담고 있는 원칙적 기준 제시와 함께 실질적으로 적용 가능한 구체적이고 실천적인 기준 제시가 필요함

제2절 정책 제언

- 미디어 파사드의 국내외 도입현황 및 사례조사 시사점, 세종시 현황분석, 도입 고려사항 분석을 토대로 세종시 미디어 파사드 도입방향과 필요한 정책들을 제언하고자 함

1. 미디어 파사드 도입 기본방향 및 원칙

- 미디어 파사드의 개념과 공간상의 도시문화요소로서 역할과 의미가 확고하게 정립하기 위해서, 미디어 파사드 도입의 방향성과 원칙의 수립은 사회적 공감대 형성과 이를 근거로 구체적 도입 및 관리방안 마련에 활용될 수 있음



[그림 6-1] 미디어 파사드 도입 기본방향 및 원칙

자료: '서울시 미디어 파사드 설치현황과 관리방향 설정 연구(2016)'를 참조하여 필자 재작성

- 도시문화요소로서 파사드를 활용하는 미디어 파사드의 기본적인 특징을 유지하기 위하여, 미디어 파사드는 건축물과 조명 등 설비를 일체화하여 설치하는 것을 기본원칙으로 함. 건축물의 특성과는 무관하게 독립적으로 설치되는 어반스크린이나 전광판 등과는 차별화해야 함
- 미디어 파사드는 건축물의 파사드를 도시 내 소통의 매개체로 활용하여 전달하고자 하는 메시지가 있는 그래픽, 텍스트, 이미지 등을 표출하고 시민들과의 상호작용을 도모하여야 함
- 미디어 파사드는 도시 내 오픈된 갤러리로서 도시의 문화를 형성함에 의의를 두고, 콘텐츠는 예술작품에 한하여 허용하고 상업적인 광고는 불허함을 원칙으로 함. 미디어 파사드가 단순한 기업의 홍보와 마케팅 수단으로 전략하지 않고 가로와 공공성 향상에 기여할 수 있어야 함
- 미디어 파사드 설치허용구역은 즐거운 빛을 통하여 지역 활성화를 도모하고, 그 외 지역은 빛공해 및 시각적 공해로부터 보호하고 정온한 빛을 유지할 수 있도록 함
- 미디어 파사드의 공공성을 담보하기 위해서 콘텐츠는 지역적 차별화와 특성화를 도모하고 건축물의 정체성과 통합적으로 고려되어야 함
- 미디어 파사드는 고효율의 광원을 사용하고 적절한 광원의 출력으로 에너지 절감을 검토하여야 하고, 이러한 하드웨어적인 유지관리 외에도 소프트웨어, 콘텐츠의 운영계획이 마련되어야 함

2. 미디어 파사드 도입목적의 구체화

- 미디어 파사드를 도입하는 구체적인 목적없이 설치한다면, 향후 콘텐츠의 부족이나 시민들의 관심이 감소하여 단순한 꾸미기 수준의 시설물로 도태될 수 있음
- 서울시에 2004~2014년까지 설치된 49개소의 미디어 파사드 중 40%가 미운영 상태로 방치되고 있는 것은 시대적 변화에 대응하지 못했

7) 서울시 미디어 파사드 설치현황과 관리방향 설정 연구'(2016)

고, 단순 꾸미기와 상업성이라는 목적으로 도입되었기 때문임

- 세종시에서 미디어 파사드를 도입한다면, 미디어 파사드를 통해 얻고자 하는 목적을 구체화하여야 지속적이며 효율적인 효과를 기대할 수 있음
- 도입목적의 구체화 정립을 통해 미디어 파사드의 입지선정, 규모, 콘텐츠, 운영계획 등이 최적화될 수 있음

[표 6-1] 세종시 미디어 파사드 도입목적 예시

도입목적	입지	콘텐츠	규모	기간
세종시 상징성 확립	시민 이동량이 많고 주변 가시거리가 확보된 입지	국가를 상징하는 무궁화나 세종대왕 등의 행정수도로서의 콘텐츠	대규모	상시
세종시 정체성과 문화재 홍보	세종대왕이나 장육진 화백 등과 관련된 문화유적지	역사적 스토리텔링 콘텐츠	중규모	이벤트
세종시 시민참여 활동 장려	세종시청, 국립도서관, 또는 시민들이 자주 모이는 곳	자발적 시민참여형 콘텐츠제공 방식	소규모	상시
∴	∴	∴	∴	∴

3. 세종시 미디어 파사드 콘텐츠의 차별화

세종시 정체성 및 지역성 확보

- 세종시는 도시성장과 행정수도로서의 위상에 부합하는 수준으로 지역의 역사·문화적 정체성을 확립하여 도시 브랜드를 확보하여야 함
- 도시가 갖는 브랜드는 그 도시만이 지닌 고유의 역사·문화적 특징과 효과적으로 연관될 때, 다른 도시와는 차별화된 독창적 특성으로 작용할 수 있음
- 세종시는 우리나라의 행정수도이자 최고의 명품도시로 도약하기 위한 방안으로 세종시의 이미지 및 지역성과 연계된 ‘도시정체성 확보’에 힘쓰고 있으므로 미디어 파사드의 콘텐츠 역시 차별화되어야 함

□ 시민참여위주의 콘텐츠 설계

- 미디어 파사드는 도시민들을 위한 의사소통의 매개로서 물리적 환경에 대한 정보를 제공하거나 시각적인 즐거움을 주는 것 이상의 도시 매체로서의 역할을 할 수 있음
- 시민참여형 미디어 파사드는 도시민들 사이에서 다양한 참여적 도구로서 역할을 할 수 있으며, 서로 생각을 공유하고 대화를 시도함으로써 유대감 형성을 도울 수 있음
- 미디어 파사드의 도입검토가 시민 아이디어에서 시작되었으므로, 설치 위치, 운영주기 및 콘텐츠 등 전반적인 계획에 있어서 시민의견이 최대한 반영될 수 있도록 콘텐츠 공모전, 설명회 등 시민참여를 독려하는 것이 바람직하며, 이를 통해 효과적인 시책으로 시행될 수 있음

4. 미디어 파사드의 점진적 활용

- 미디어 파사드는 도시의 정체성, 도시경관, 시민의 정서적 심리, 정보성 등 여러 가지 긍정적인 사회적 효과가 있음에도 일정규모 이상이 되면 사업비의 규모가 적지 않아 기대효과를 충분히 분석하고 도입계획을 수립하여야 함
- 따라서 초기단계에는 상시운영보다는 이벤트성 운영을 통해 시민들의 피드백과 시책효과를 검토해보는 것이 바람직함
- 규모면에서도 사업비가 적게 소요되는 소규모 피사체를 대상으로 시민참여형 콘텐츠를 활용한 이미지나 정보를 표출하여, 미디어 파사드에 대한 시민들의 긍정적인 공감대를 얻는 것이 필요함

5. 미디어 파사드 관련조례 개정

- 세종시는 도시정체성 확보를 위해 랜드마크 속성을 가지는 미디어 파사드의 설치허용구역을 지정하여 세심한 관리를 도모할 필요가 있음

- 미디어 파사드 설치허용구역은 미디어 파사드 특화 등 활성화의 장을 마련하여 줌으로써 도시경관의 품격을 향상시키고 관광자원화를 도모함
- 미디어 파사드에 대한 구체적인 허용기준 및 설치허용구역 등에 관한 내용을 ‘세종특별자치시 인공조명에 의한 빛공해 방지 조례’에 추가하여 법적 실행력을 확보하며 ‘빛공해방지 위원회’ 등의 심의를 거쳐 미디어 파사드 도입계획 및 운영계획을 관리할 필요가 있음



부 록

미디어 파사드 시공 및 콘텐츠 업체

부 록

미디어 파사드 시공 및 콘텐츠 업체

회사명	개요 및 작품	홈페이지
(주)미디어엔메세	뉴미디어 콘텐츠 회사 전시, 영상, 공연, 테마파크 기획 연출 등의 분야 국립박물관, 정부기구, CeBIT, CES, IFA, CESA, IAA, miptv 등의 국제 컨퍼런스에서 프로젝트 진행	http://mediaenmesse.com/
(주)엠투비주얼	첨단 멀티미디어 영상 시스템, 디자인, 설치, 실행 및 사후관리 사례: 2009 Seoul Light Festival Media Facade, 갤럭시 S5 런칭 기념 미디어 파사드, 부평아트센터 미디어 파사드 등의 작품 설치	http://m2visual.co.kr/wordpress/
(주)좋은미디어	프로젝션 LED 중심으로 영상 시스템에 필요한 장비 설계 및 임대	http://www.joenumedia.com/
나남이엘디(주)	경관조명 디자인설계, 전기설계, 전기공사, 경관조명기구 사례: 2018 평창동계올림픽 홍보 미디어 파사드, 공주시 공산성 역사테마 영상 구축사업, YTN 미디어센터 등	http://www.nanamald.co.kr/
가나엔터프라이즈	사례: 2017 수원야행 미디어 파사드 영상시스템 설치 및 운영 용역	http://www.gana2.com/
(주)누리플랜	경관시설, 경관조명, 경관가설, 특수사업, 신소재사업 사례: 강릉하키센터 미디어 파사드 및 경관조명 설치운영	http://www.nuriplan.com/
(주)씨티데이즈	뉴 미디어 융합 문화예술 시스템 개발, 공급, 구축, 공연 기획 제작 등 사례: 전주 한옥마을 3D 프로젝션 맵핑	063-288-3031
(주)아이안피앤케이	뉴 미디어 프로젝트, 기업아트 컨설팅, 문화환경 조성 사례: 서울스퀘어 미디어 파사드, 스바루 미디어 파사드, 경기천면 미디어 파사드 기획전 등	http://ianpnk.com
(주)옵니원	사례: 부산 영화의전당 3D 미디어 파사드 영상물 제작	http://www.omnilaser.com/

미디어 파사드 아티스트 관련 홈페이지

<http://www.artda.co.kr/author/list.php>

참고문헌

- 김동찬·김신원·김영주(2012), 서울시 미디어 파사드의 관련 제도와 설치사례 분석: 중구·중로구·강남구를 대상으로, 한국디자인문화학회, 18(1):51-62
- 김선영(2013), 도시 마케팅과 환경심리학적 측면으로 본 미디어 파사드 디자인과 도시 이미지, 한국과학예술포럼, 14:23-38
- 김성표외 (2017), 장육진화백 문화브랜드 육성 연구 (2017), 세종특별자치시
- 디자인하우스(2012.1), 미디어캔버스를 품에 안은 서울의 랜드마크-서울스퀘어, 월간디자인
- 민재용(2009.4), 현대카드 “지루한 버스정류장 안녕~”, 조선일보
- 서동민(2011), 광고와 예술의 경계, 미디어 파사드, IT dongA
- 서울시(2015), 서울시 빛공해방지계획
- 이성창·이승지(2012), 도시경관을 고려한 서울시 미디어 파사드 설치 및 관리방안 연구, 서울연구원
- 이성창·이승지·김승주(2013), 서울시 미디어 파사드 관리체계의 실효성 제고방안 연구, 한국도시설계학회지, 14(3):17-28
- 이승지·박현찬(2016), 서울시 미디어 파사드 설치현황과 관리방향 설정 연구, 서울도시연구, 17(2):13-28
- 이은미(2017.8), 수원시, ‘밤빛 품은 성곽도시, 수원야행(夜行)’, 경기인터넷신문
- 이영주(2014), 춘천 뉴 랜드마크 프로젝트 추진방향, 강원발전연구원
- 장태엽(2016.3), 예스러움 가득 품은 풍남문, 전라일보
- 조정필(2014), 미디어 파사드에 의한 대형빌딩의 장소성 형성이 보행자의 야경경관 체감에 미치는 영향분석: 서울스퀘어빌딩을 중심으로, 광운대학교 박사학위논문
- 조희승(2013), 도시문화 환경을 위한 공공미술로서의 미디어 파사드 연구, 홍익대학교 석사학위논문
- 지남석·안용준(2017), 세종형 무궁화도시 조성을 위한 기초 연구, 대전세종연구원
- 지남석외 (2017), 전의초수의 문화적 가치 발굴 및 보존방안 연구, 세종특별자치시
- 한국옥외광고센터(2016.8), 옥외광고정책 FOCUS
- 한국콘텐츠진흥원(2013.10), 미디어 파사드, 건축물에 예술을 입히다, CT문화와 기술의만남

- 과학기술정보통신부 웹진 홈페이지: <http://www.msip.go.kr/webzine/>
- 구본준의 거리 가구 이야기 블로그: <http://blog.hani.co.kr/bonbon/>
- 디자인DB 홈페이지: <http://www.designdb.com/>
- 미디어 엔 메세 홈페이지: <http://mediaenmesse.com/>

- 삼익전자 홈페이지: <http://samikdisplay.co.kr/>
- 서울스퀘어 홈페이지: <http://www.seoulsquare.com/>
- 수양개 빛터널 홈페이지: <http://ledtunnel.com/>
- 순창군청 홈페이지: <http://www.sunchang.go.kr/>
- 위키백과 홈페이지: <https://ko.wikipedia.org/>
- 전북의 재발견 블로그: <http://blog.naver.com/jbgokr/>
- 청주야행 홈페이지: <http://cjculturenight.org/>
- 프럼에이 홈페이지: <http://froma.co.kr/>
- 한국문화재단 홈페이지: <https://www.chf.or.kr/>
- 흥미진진 공주 블로그: http://blog.naver.com/cyber_gongju/
- DMC 디지털미디어시티 홈페이지: <http://dmc.seoul.kr/>
- ING SYSTEM 홈페이지: <http://www.ingsystem.net/>
- MEDIA ARCHITECTURE INSTITUTE 홈페이지: <http://www.mediaarchitecture.org/>
- YTN NEWSQUARE 홈페이지: <http://ytnnewsquare.tistory.com/>

