

도심 內 걷고 싶은 거리의 이벤트 밀도 연구

Analysis Of Event Density For Pedestrian Friendly Street In The City

유현준/ 홍익대학교 건축대학 건축학과
조교수
Hyunjoon Yoo / Hongik University

목 차

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

1.2 연구의 방법 및 절차

2. 걷고싶은 거리와 이벤트 밀도

2.1 걷고 싶은 거리의 의미

2.2 이벤트 밀도의 정의

2.3 이벤트 밀도의 의미

3. 조사 및 분석

3.1 조사대상지 선정 및 조사방법

3.2 홍대 앞 피카소 거리

3.3 명동거리

3.4 강남대로

3.5 테헤란로

3.6 신사동 가로수길

3.7 분석결과

4. 결론

이 논문은 홍익대학교 학술연구비의 지원에 의하여 연구되었음

Keyword

이벤트 밀도, 보행자 거리, 필지
Event Density, Pedestrian Street, Lot

Abstract

The purpose of the study is to find a quantifiable method to define the characteristics of pleasant street for pedestrians' walking. "Event Density" is the number of entrances per one hundred meter distance of the street. And its unit is e/c. The event density is the key score to verify the characteristics of a pedestrian friendly street. More event density means more number of possibilities which is '2ⁿ', n= number of entrance. The higher event density street gives pedestrians social power and various possibilities in street experience. Five most famous street in Seoul has been chosen for the further analysis. Each streets has 17, 18, 14, 8, 18e/c event density value. Based on the research, the event density value normally has to be under 20e/c because of the minimum store front length; and it has to be over 15e/c to become a pleasant street for walking. The event density is strongly connected with lot size. The street has a better chance to make a pleasant street for pedestrians when it is made of small size of lots.

요 약

이 연구의 목적은 걷고 싶은 거리의 특징을 정량적으로 분석하는 방법을 찾아내는 것이다. 이를 위해서 '이벤트 밀도'라는 개념을 도입하였다. '이벤트 밀도'란 100미터 당 거리의 입면에 면해 있는 출입구의 수를 뜻하며, 단위는 e/c로 정의하였다. 한 거리의 특징을 규정하는데 있어서 이벤트가 일어나는 빈도수는 걷고 싶은 거리의 특징을 규정하는데 중요한 요소라고 생각한다. 더 많은 상점의 입구 수는 더 다양한 이벤트가 일어날 가능성을 내포하고 있으며 이벤트 경우의 총수는 '2ⁿ' (n=상점 출입구 수)이다. 높은 이벤트 밀도를 가진 거리는 보행자에게 사회적인 권력과 다양한 체험을 제공한다. 이 논문에서는 서울의 대표적인 거리 5개가 선정되어서 분석되었다. 각각의 거리는 17, 18, 14, 8, 18e/c라는 이벤트 밀도의 수치를 보였다. 조사를 해본 결과 상점 쇼윈도의 최소길이와 출입문의 최소너비에 의해서 20e/c이상의 수치는 나오기 힘든 것으로 밝혀졌다. 그리고 15e/c 이상의 이벤트 밀도를 가질 경우에 걷고 싶은 거리의 경험이 만들어지는 것을 알 수 있었다. 작은 필지의 도시구조는 개별적인 건물의 개발을 허용함으로써 자연스럽게 점차적이며 개별적인 거리입면의 변화를 가져오게 한다.

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

어떤 거리는 활기차고 걷고 싶은 거리가 있는 반면, 어떤 거리는 삭막하고 지루하여 걷기 싫은 거리가 있다. 홍대 앞 피카소거리를 걸을 때는 재미난 경험들이 많으나, 세종로에 있는 미국대사관 앞의 거리는 보행자들이 걷기에는 적합하지 못하다는 것을 체험을 통해서 알 수 있다. 그렇다면 무엇이 걷고 싶은 거리를 만드는 것일까? 걷고 싶은 거리와 걷고 싶지 않은 거리의 판단은 궁극적으로는 개인적인 감정에 의한 의사결정일 것이다. 그러한 의사결정을 단순히 감성의 문제로 치부해 버릴 수도 있겠지만, 이 논문에서는 거리의 물리적 조건들이 보행자의 감성적 판단에 영향을 미치고 있다는 가정 하에 연구를 진행하였다.

본 연구는 걷고 싶은 거리의 물리적인 조건이 무엇인지를 찾아보는 연구이다. 여러 가지 물리적 환경조건 중에서도 거리를 접하고 있는 출입구의 숫자와 보행 환경에 대한 관계를 분석해보는 연구이다. 이를 위해서 ‘이벤트 밀도’라는 새로운 개념을 도입하였다. 이 논문은 걷고 싶은 거리의 조건을 물리적으로 정량화 하려는 시도이며, 이 연구에서 소개되는 정량적 분석방법은 기존의 거리를 과학적으로 평가할 수 있는 기준이 됨과 동시에 신도시나 재개발 되는 도심의 거리 디자인에도 적용 가능한 자료 혹은 가이드라인이 될 것으로 기대한다.

1.2 연구의 방법 및 절차

걷고 싶은 거리의 물리적 환경조건인 이벤트밀도를 정량적으로 분석하기 위하여 본 연구는 다음과 같은 내용과 방법으로 이루어진다.

첫째, 서울의 대표적 거리들을 선택하여 길이 120미터 구간¹⁾을 결정하고, 그 거리에 있는 건물의 입구와 점포들의 분포를 분석한다. 둘째, 선정된 대상지 거리에서 주로 볼 수 있는 이용행태와 이용자 분포를 문헌조사 및 현장조사를 통하

여 정리한다. 셋째, 선정된 거리의 100미터당 점포 입구수를 계산하여 이벤트밀도 값(단위: e/c)을 찾는다. 넷째, 서울도심내의 서로 다른 지역의 거리의 이벤트밀도를 비교해보고 그런 차이점을 가지게 된 이유를 찾아보고 향후 걷고 싶은 거리를 디자인 할 때 필요한 이벤트밀도의 수치를 예상해본다.

2. 걷고 싶은 거리와 이벤트 밀도

2.1 걷고 싶은 거리의 의미

걷고 싶은 거리의 의미를 찾기 위해서 먼저 걷고 싶은 거리와 성공적인 거리는 다르다는 것을 언급할 필요가 있다. 예를 들어서 보편적으로 강남의 테헤란로는 성공적인 거리이기도 하지만, 걷고 싶은 거리는 아니라고 평가된다. 반면, 명동같은 거리는 성공적인 거리이기도 하면서 동시에 걷고 싶은 거리이기도 하다. 걷고 싶은 거리는 대부분 성공적인 거리이지만, 성공적인 거리라고 해서 반드시 걷고 싶은 거리가 되는 것은 아니다. 걷고 싶은 거리가 되기 위해서는 우선적으로 휴먼스케일의 체험이 동반되어야 한다. 성공적이지만 걷고 싶지 않은 거리들은 대부분 휴먼스케일 수준에서의 체험이 다양하게 제공되지 못한 경우에서 그 이유를 찾을 수 있다. 그러한 거리는 대부분 압도적인 스케일로서 상징성을 가지는 거리이다. 걷는다는 행위는 평균 시속 4km/hr로 이루어지는 경험이다.

이 보행속도는 시속60km/hr로 달리는 자동차를 타고 지나가면서 느끼는 경험과는 사뭇 다른 체험이다. 따라서 과연 보행속도에 맞추어서 체험하는 변화의 정도는 어느 정도가 적당한 수준인가를 정량화해보는 시도가 이 논문의 주제이다. 휴먼스케일의 체험이란 여러 가지가 있을 수 있을 것이다. 가로수의 크기, 인도의 폭, 평행해서 가는 차도의 폭, 거리에 늘어선 점포의 종류 등 여러 가지 이유가 있겠지만, 이 논문은 그 여러 가지 요소 중에서 보행자가 걸으면서 마주치는 거리위의 출입구 밀도와 걷고 싶은 거리의 상관관계에만 집중한 연구이다.

2.2 이벤트 밀도의 정의

이 논문은 걷고 싶은 거리를 ‘이벤트 밀도’라는 단위를 통해서 정량적으로 분석해보는 연구

1) 기본적으로 서울의 블록사이즈를 감안하여 조사하기에 적합한 거리가 120미터였다. 100미터는 블록중간에 끊어지는 경우가 많은 관계로 120미터를 조사한 후 100미터내의 출입구수를 계산하여 최종적인 ‘이벤트 밀도’ 수치를 결정하였다.

이다. 이 논문에서는 이벤트 밀도를 ‘100미터 당 보행자들이 접하게 되는 출입구의 수’ 라고 정의하며 단위는 entrance/century의 약자인 e/c로 사용하였다. 보행자들이 거리를 걷게 되면 거리를 따라서 상점들과 건물의 입구가 나타나게 된다. 상점의 입구를 지나게 될 때 보행자는 가게를 들어가거나 혹은 계속해서 길을 걷거나 둘 중의 하나를 선택하게 된다. 이러한 의사결정의 순간 한번이 나올 경우 보행자는 가게를 들어갈 경우와 들어가지 않을 경우 두 가지 경우가 생겨나게 됨으로 이벤트 경우의 수는 2번이 된다. 만약에 출입구가 2개가 나와서 결과적으로 선택의 경우가 2번이 나오게 되면, 둘 다 안 들어가고 지나치는 경우, 앞의 가게만 들어가는 경우, 뒤의 가게만 들어가는 경우, 두 가게 모두 들어가는 경우, 총 4번의 이벤트 경우의 수가 발생한다. 따라서 상점의 수가 ‘n’ 이라면 보행자가 겪을 수 있는 이벤트 경우의 수는 ‘ 2^n ’ 이 된다. 다양한 경우가 있다는 말은 보행자가 다른 날 다시 같은 거리를 걷더라도 다른 거리를 체험할 수 있는 가능성이 많다는 점을 뜻함과 동시에 하루를 걷더라도 다양한 이벤트를 만날 경우의 수가 많아진다는 것을 의미한다. 따라서 단위거리 당 출입구의 수는 거리체험과 밀접한 관련을 가질 수 있으며, 그 밀도의 값이 어느 특정수치 이상이 되었을 경우에 보행자들이 걷고 싶은 거리가 되는가를 찾아보는 것이 이 연구의 목표이다.

〈표 1〉 기하급수적으로 늘어나는 이벤트 경우의 수1)

출입구 수(n)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
이벤트 경우의 수 (2^n)	2	4	8	16	32	64	128	256	512

2.3 이벤트 밀도의 의미

이벤트 밀도가 높다는 것은 세 가지 의미를 가진다. 첫째, 보행자에게 공간에 대해서 주도적 권력을 이양한다는 의미를 가진다. 둘째, 변화의 체험이다. 셋째, 거리 체험의 다양성 확보이다.

첫째, 높은 이벤트 밀도의 거리는 보행자에게 권력을 이양한다. 이를 위해서 먼저 공간의 주도권에 대해서 생각해보자. 거리를 걷는다는 것은 보행자 입장에서는 그의 세상(a world)을 구성한다는 것이다. 우리는 매일 눈을 뜨고, 일어나, 먹

고, 걷고, 이야기하고, 일하고, 쉬면서 자신의 삶을 만들어나간다. 그리고 매순간 결정하는 각각의 행위들은 하나의 이벤트가 되어서 그 사람의 삶 혹은 세상을 결정한다. ‘어느 길을 걸어갈 것이고, 친구를 만날 때 어떤 카페에 들어갈 것인가’ 와 같은 의사결정이 모여서 기억 속에서 그 사람의 그날의 세상이 구성되는 것이다. 그리고 우리는 삶을 살 때 자신의 삶에 대해서 주도적 선택권이 있기를 바란다. 그러한 이유에서 사람들은 수동적으로 이끌려가는 오락보다는 자신이 선택해서 만들어가는 내러티브적인 오락을 선호하며, 수동적으로 고정된 채널의 TV를 보기 보다는 여러 개의 채널을 돌려가면서 보는 것을 더 즐겨하며, 더 나아가서는 인터넷상에서 웹서핑하면서 본인들이 보고 싶은 내용을 주도적으로 선택해 나가는 것을 더 좋아하는 것이다. 거리를 걷는 행위에 있어서도 마찬가지이다. 만약에 보행자가 선택권이 없는 길을 걷는다면 이는 마치 채널이 하나밖에 없는 TV처럼, 수동적이고 선택의 자유가 없는 경험을 하게 된다. 반면, 출입구를 통한 선택권들이 일정간격을 두고 반복적으로 주어진다 면 그 거리는 보행자들에게 다양한 경험과 자기 주도적인 삶의 체험을 제공해주는 거리라고 할 수 있다. 따라서 거리에 다양한 상점입구의 수는 TV의 채널수나 인터넷의 하이퍼링크(Hyperlink)의 수와 같다고 할 수 있다.

둘째, 높은 이벤트 밀도의 거리는 보행자에게 변화의 체험을 제공한다. 점포의 출입구가 자주 나타난다는 점은 조금만 걷게 되도 새로운 점포의 쇼윈도를 볼 수 있다는 것을 의미한다. 예를 들어서 5미터에 한번 씩 점포의 출입구가 나온다는 것은 보행자의 속도를 시속 4km/hr로 보았을 때 4.5초당 새로운 점포의 쇼윈도가 나타난다는 것이다. 이 쇼윈도를 통해서 제공되는 시각적 정보는 신상품 옷 일수도 있고 식당에 앉은 사람들이 될 수도 있을 것이다. 우리는 TV를 시청하면서 특별히 볼 채널이 없을 때 2~3초에 한번 씩 채널을 바꾼 경험을 누구나 가지고 있다. 이런 경우 특별히 흥미로운 프로그램이 없더라도 서로 다른 채널의 화면 속 영상들이 새로운 시퀀스로 편집이 되어서 새로운 의미를 전달하기도 하고, 단순하게는 다른 채널로 바뀐다는 변화의 리듬감 때문에도 끊임없이 TV앞에 앉아있게 된다. 이와

피카소 거리



건물프로그램	비고
1-5층	전체 거리의 길이 : 120m 점포진입 : 16 계단진입 : 4

마찬가지로, 4.5초당 점포가 변화된다는 것은 4.5초당 케이블 TV의 채널을 바꾸는 것과 같은 효과이다. 이벤트 밀도의 수치는 각 점포의 쇼윈도의 시각적 정보가 어떠한 의미를 가지는 지를 반영하는 수치는 아니다. 다만, 거리의 변화의 정도를 나타내는 척도이다.

셋째, 높은 이벤트 밀도의 거리는 매번 같은 거리를 가더라도 방문할 때마다 새로운 체험의 가능성을 높여준다. 세종로의 미국대사관 앞의 거리에는 미국 대사관 정문이 하나밖에 없다. 따라서 보행자는 대사관을 들어가는 경우와 그냥 지나치는 경우 두 가지만 가지게 된다. 하지만, 미국 시민권자가 아닌 이상 대부분의 경우 우리는 그냥 지나치게 된다. 이는 세종로의 미국대사관 앞의 길은 항상 한 가지 경우의 수만 제공하는 거리라는 것이다. 반면 같은 길이의 홍대앞 피카소거리를 걸을 때는 매번 다른 기억을 가질 수가 있다. 오늘은 ‘마포나루’에서 식사를 하고 그 옆의 옷가게를 들어갔지만, 내일은 ‘어머니가 차려준 밥상’에서 식사를 하고 그 옆의 노래방에 들어갈 수 있는 것이다. 홍대앞 거리에는 다양한 선택의 경우가 있기 때문에 보행자는 같은 거리를 걷더라도 어제와 다른 오늘의 선택을 통해 다른 체험이 가능해진다. 이벤트 밀도는 그 거리가 보행자에게 얼마나 다양한 체험과 삶의 주도권을 제공할 수 있는 가를 정량적으로 보여주는 척도가 될 수 있다.

3. 조사 및 분석

3.1 조사대상지 선정 및 조사방법

본 연구는 서울 강북의 대표적 거리라고 할 수 있는 홍대 앞 피카소거리, 명동과 강남의 대표적 거리인 강남대로, 테헤란로, 신사동 가로수길, 이상 5개 거리에서 길이 120미터 구간을 임의로 선정하여 그 구간에 있는 건물의 입구와 점포들의 분포 등을 조사하였다. 이후 보행자가 들어갈 수 있는 출입구의 수를 산정하고 이를 단위거리로 나누어서 이벤트밀도를 구하였다. 이때 도로의 특성상 거리의 양쪽 인도를 나누고 있는 차도가 횡단보도가 따로 구획되지 않은 4차선 이하규모로서 보행자가 자유롭게 건널 수 있는 도로인 경우에는 건너편 인도에 있는 상점의 입구 수까지 합산하여 계산하고 그 값은 “실질 이벤트 밀도” 값이라 하여 표에 포함시켰다. 한 건물의 코어와 건물 상부 층의 점포 출입구가 같을 시에는 점포의 출입구로 간주

3.2 홍대 앞 피카소거리

1990년대 초반 세련된 디자인의 고급 카페들이 등장하면서부터 피카소거리가 형성되었다. 2종 일반주거지역으로 분류되어 있으며, 상업용도의 건물들이 주를 이룬다. 1980년대 후반



〈그림 1〉홍대앞 피카소 거리



〈그림 2〉홍대앞 피카소거리 선정 대상지 지적도

경제 호황기에 힘입어 급격히 증가했던 중산층 해외유학생들 중심의 ‘오렌지족’ 문화가 이 당시 압구정동을 거쳐 홍대지역에 상륙하면서, 피카소 거리는 여피(도시근교에 살며 전문직에 종사하는 젊은이들)의 소비 공간으로서 공간 이미지를 강하게 획득하게 되었다.²⁾

〈표 3〉 홍대앞 피카소거리 대상지 현황

거리		홍대앞 피카소거리
도로 길이		120 m
도로 폭		10 m
도로		보도 차도
필지 평균 폭		15 m
건물 수		8
출입 구수	점포	16
	계단	4
	합계	20
이벤트 밀도		17
이벤트 경우의 수		1,048,576

2) 세계일보 -홍대앞 문화 역사 (2004.2.18)

피카소거리의 형성과정은 거리의 근간을 이루는 물리적 환경과 밀접한 연관을 가진다. 홍대앞은 구성 초기에 2층 일반주거지역으로 만들어졌기 때문에 거리를 구성하는 필지가 주택을 건축하기위한 50평~100평 규모의 소규모 필지로 나누어져 있다. 이후 상업지구로 변경되는 과정이 대규모의 재개발이 아니라, 소규모 민간자본에 의해서 점차적이고 자발적으로 개조되어나가는 과정을 밟았다. 따라서 각각의 건물들은 서로 다른 건물주들이 소유하고 있고 따라서 기존의 작은 필지가 유지되었다. 작은 필지에 개별적으로 건축된 근생 건물들에는 소규모 점포들이 입주되었고, 이는 단위거리 당 더 많은 숫자의 점포수와 다양성을 보유할 수 있는 도시구조를 형성하였다. 또한 소규모 근생건물들은 대부분 거리에 직접 접한 계단실코어를 가지고 있기 때문에 거리위의 보행자 입장에서 건물 상층부에 입주한 다른 가게들로 인도에서 직접 접근할 수 있는 직접적인 선택권이 주어지게 되었다.

3.3 명동거리

서울특별시를 상징하는 변화가이지만 일제강점기에는 지금의 충무로인 본정(本町)보다 낙후된 지역이었다. 조선시대에는 주택가였으나 일제강점기 충무로가 상업지역으로 발전하면서 인접지역인 이곳도 그 영향을 받아 상가로 변하게 되었다. 블록형 개발 및 맞벽형식으로 건축되어 한 블록 안에 골목길이 없다.³⁾

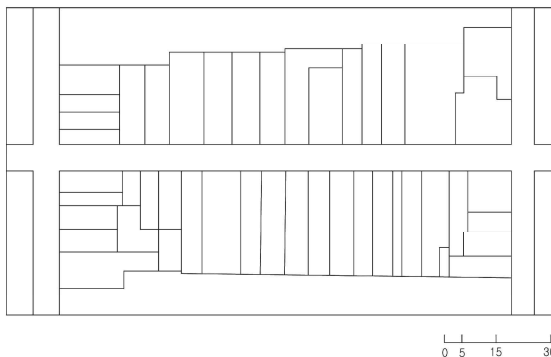
3) 두산백과사전,
<http://100.naver.com/100.nhndocid=62191>



〈그림 3〉명동거리



〈그림 4〉명동거리 선정 대상지 지적도



〈그림 5〉교토의 전통가로의 필지구획

〈표 4〉명동거리 대상지 현황

거리		명동거리
도로 길이		120 m
도로 폭		10 m
도로		보 도
필지 평균 폭		8 m
건물 수		15
출입구수	점포	17
	계단	5
	합계	22
이벤트 밀도		18
이벤트 경우의 수		4,194,304

명동거리의 가장 큰 특징은 필지의 프로포션이

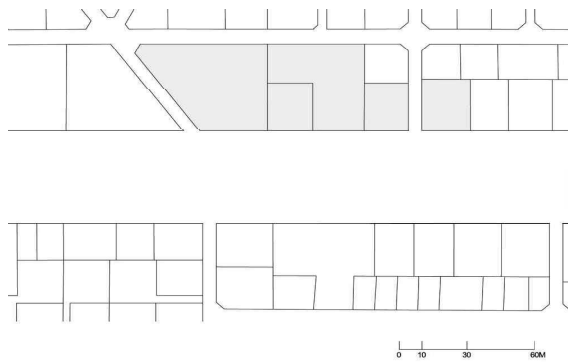
서울의 다른 지역에 비해서 상대적으로 가로변으로 접한 면이 좁고 세로로 긴 형태라는 점이다. 이는 일제 강점기 시절 일본 도시계획가에 의해서 건설된 지역이기 때문에 일본 전통식 도심거리⁴⁾와 유사한 형태를 띠고 있는 것이다. 좁고 긴 필지라는 조건 이외에도 인접한 건축물과 합벽의 형태로 건물과 건물사이에 틈이 없는 이유로 단위거리 당 건물 개수가 가장 많은 것이 명동거리의 특징이다. 이는 주택가로 구성된 홍대 앞과 비교했을 때 그 특징이 더 두드러져 보인다. 홍대 앞의 경우도 주거지역으로서 작은 필지를 구성하고 있지만 단위거리 당 건물의 개수는 홍대 앞에 8개가 있는 반면 명동에는 15개의 건물이 만들어져 거의 2배에 이른다. 또한 명동거리는 50년대에 재건축이 되었을 당시 우리나라의 경제는 자본시장이 구축되지 않은 상태였기 때문에 지금처럼 금융권의 지원을 받은 대규모 PF를 통해서 큰 프로젝트를 진행할 수 있는 상황이 아니었다. 대신 작은 민간자본에 의해서 일제 강점기 시절 구획된 필지에 새로이 건물을 건축하는 상황으로 진행이 되었다. 따라서 기존의 좁은 건축면적이 유지가 되었고 결과적으로 단위거리에 더 많은 건물이 들어서는 물리적 환경이 구축되었다. 하지만 명동의 단위거리 당 건물의 수가 홍대앞이나 가로수거리의 2배의 개수를 보이고 있음에도 불구하고 명동의 120미터에 있는 입구의 수는 22개로 홍대앞의 20개와 큰 차이가 없으며, 가로수거리와는 같은 22개이다. 이 같은 이유는 건물의 입면은 좁았지만 결국 한 개의 점포가 최소한으로 점유해야하는 최소 폭(약 5미터)⁵⁾은 거리에 상관없이 비슷했기 때문에 비슷한 점포입구의 수를 가지고 있는 것으로 관찰되었다. 명동거리의 또 하나의 특징은 이번 논문에서 조사한 5개의 거리 중 유일하게 보행자전용 거리(폭 10m)를 형성하고 있어서 건너편 쪽 상업가도와 가장 밀접한 연관성을 가지는 공간구조를 가지고 있다. 이는 곧 이벤트 경우의 수에 반영되어서 5개 거리 중 신사동 가로수거리와 함께 가장 높은 실질 이벤트밀도를 나타내는 거리가 되었다.

4) 교토의 전통가로의 필지구획

5) 보통 상점의 경우 두 쪽 문의 경우 1.8미터이고 한 쪽 문인 경우 1미터의 폭을 보인다. 따라서 소형점포의 경우 1미터 폭의 문과 4미터 정도의 쇼윈도를 보유하고 볼 수 있다.

3.4 강남대로

1972년 11월 26일 서울특별시가 한양천도 578주년 기념일을 맞아 시내의 이름 없는 59개 도로에 가로 명을 붙일 때 영동1로라 불렀다가 1976년 6월 26일 현재의 도로 명으로 바뀌어 오늘에 이른다. 길이 6.9km, 너비 50m이며 왕복 10차선으로 도로변은 상업·업무지역이며, 아파트단지 및 빌라·연립주택 단지가 형성되어 있다.⁶⁾



〈그림 6〉 강남대로 선정 대상지 지적도



〈그림 7〉 강남대로

〈표 5〉 강남대로 대상지 현황

거리		강남대로
도로 길이		120m
도로 폭		50m
도로		왕복 8차선 차도 및 중앙분리대
필지 평균 폭		24 m
건물 수		5
출입구 수	점포	14
	계단	3
	합계	17
이벤트 밀도		14
이벤트 경우의 수		131,072

강남대로의 경우 처음부터 상업과 업무지구로

계획되어져 있는 이유로 자동차 중심의 간선도로가 구획되어져 있고, 큰 도로변에는 대형필지로 대지가 나누어져 토지가 매각된 경우이다. 이러한 배경으로 건물들은 대형화 되어있고, 한 건축주가 큰 건물을 소유하게 되는 형태를 띠고 있다. 이렇게 될 경우 보안상의 문제로 큰 건물에 한 개의 입구가 만들어지게 된다. 하지만 다행스럽게도 강남대로의 경우 유동인구가 월등하게 많기 때문에 많은 구매자를 겨냥한 소비재 점포들이 거리를 향해서 입구를 만들어 놓았기 때문에 기존의 대형 간선도로변 거리와 비교해서는 좀 더 높은 이벤트 경우의 수를 가지고 있다.

3.5 테헤란로

서울특별시 강남구 역삼동 825-15번지(강남역 사거리) 서초구계에서 송파구 잠실동 50번지(삼성교)에 이르는 가로로서 길이는 4km, 너비는 50m이다. 강남지역을 동서로 가로지르는 왕복10차선 간선도로로, 국제금융과 무역이 활발하고 도시설계지구에 해당한다. 1972년 11월 26일 서울특별시가 한양 천도 578주년을 맞아 이름 없는 시내 59개 도로에 대한 가로 명을 지을 때 삼릉로가 되었다가 그 뒤 한국의 중동 진출이 한창이던 1977년 6월 17일 이란의 수도 테헤란 시장의 서울 방문과 테헤란 시와의 자매결연을 기념하여 현재의 명칭으로 바뀌었다.⁷⁾

거리를 구성하는 업종이 대형화 된 금융기관 중심이기 때문에 사무실의 단위규모가 다른 거리에 비해서 훨씬 크고, 보안이 중요시 되는 업종이니 만큼 거리 변에 다양한 소비재 점포들이 들어서는 대신 한 건물 당 한두 개 정도의 입구만을 보유하고 있다. 가끔씩 있는 입구들도 은행 같은 금융업체들로서 쇼윈도를 가지고 있는 소비재상점이 아니기 때문에 거리에 시각적 볼거리도 제공해주지 못하고 있다. 적은 점포입구의 수 때문에 이벤트 밀도가 다른 거리에 비해서 상대적으로 아주 낮게 나타나고 있다. 따라서 일반적인 보행자속도로 걸을 경우 11초당 1개의 출입구가 나오는 정도의 변화만이 있을 뿐이다.

6) 두산백과사전,
<http://100.naver.com/100.nhn?docid=5003>

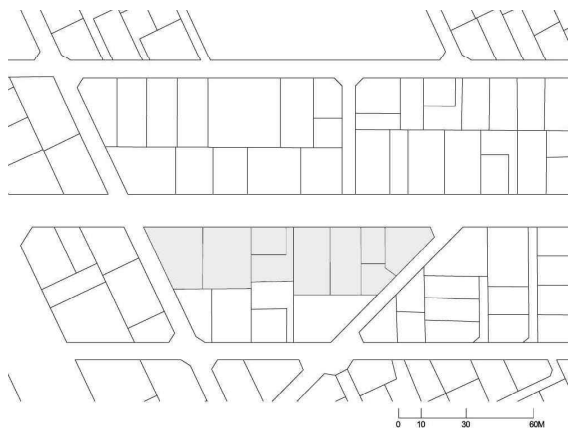
7) 두산백과사전,
<http://100.naver.com/100.nhn?docid=155256>

〈표 6〉 강남 테헤란로 대상지 현황

거리		강남 테헤란로
도로 길이		120m
도로 폭		50m
도로		왕복 10차선 차도 및 중앙분리대
필지 평균 폭		30 m
건물 수		4
출입구 수	점포	5
	계단	4
	합계	9
이벤트 밀도		8
이벤트 경우의 수		512

3.6 신사동 가로수길

인사동의 지가 상승으로 화랑들이 이전해 오면서부터 시작되었다. 1982년 인사동에 있던 예화랑이 처음으로 이전해 왔다. 그 후 인사동에 샵을 가지고 있는 사람들이 별도의 샵을 오픈하면서 거리가 형성되기 시작했다. 일반인들에게 주목을 받게 된 2005년에 즈음해서는 영화와 광고, 디자인 전문업체들이 단독주택을 리모델링하여 입주함으로써 문화산업을 중심으로 업종이 다양하게 확장되었다⁸⁾.



〈그림 8〉 신사동 가로수길 선정 대상지 지적도

홍대 앞의 경우와 마찬가지로 일반주거지역에서 상업지구로 점차적으로 변화한 거리의 특징을

8) 김홍순, 신사동 가로수 길과 삼청동 길의 활성화 요인 연구, 대한건축학회, 제 26권 제5호(통권259호) 2010년 5월 p.329

보이고 있다. 오랜 시간을 통해서 소규모 민간자본에 의해서 개발되었기 때문에 거리를 구성하는 건물의 크기가 크기 않고 휴먼스케일의 다양한 업종들이 거리를 채우고 있다. 점포의 밀도 외에도 질적으로도 많은 볼거리를 제공하기 때문에 좁은 인도컨디션에도 불구하고 많은 사람들이 모이는 곳이다. 좁은 인도라는 물리적인 조건에 비해서 너무나 많은 사람들이 모이고 있기 때문에 이면도로의 주택가로 까지 거리가 확장되어져 가는 현상을 보이고 있기도 하다. 거리에서 시작해서 지역으로 보행문화가 확산되는 것을 볼 수 있는 좋은 예라고 할 수 있다.

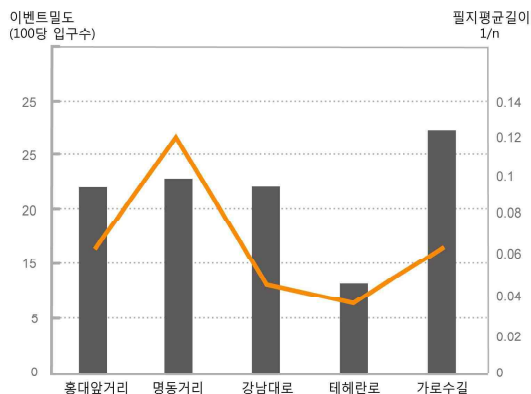
〈표 7〉 신사동 가로수길 선정 대상지 현황

거리		신사동 가로수길
도로 길이		120m
도로 폭		10m
도로		왕복 4차선 차도
필지 평균 폭		17 m
건물 수		7
출입구 수	점포	19
	계단	3
	합계	22
이벤트 밀도		18
이벤트 경우의 수		4,194,304

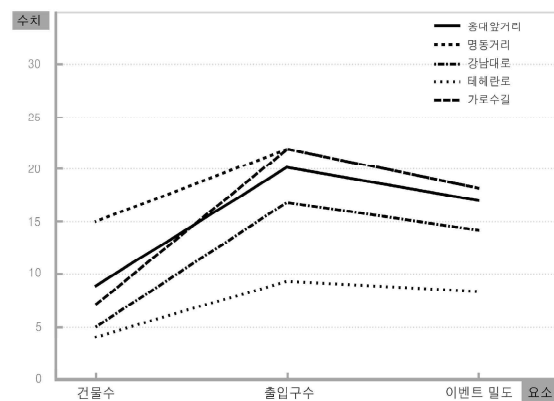
3.7 분석결과

우리는 일상의 삶에서 채널이 고정된 TV보다는 리모콘을 가지고 여러 채널을 선택할 수 있는 케이블 TV를 선호한다. 그리고 케이블 TV보다는 더 많은 이벤트를 주도적으로 찾고 만들 수 있는 인터넷을 선호한다. 이 처럼 사람의 의식은 자기 주도적인 선택권이 주어지는 이벤트를 선호하게 된다. 도시환경의 경우에서도 마찬가지로 일 것이라는 가정 하에 보행자에게 자기 주도적 선택권이 많이 주어지는 거리가 더 걷고 싶은 거리가 될 것이라는 가설을 세웠으며, 서울의 대표적인 거리 5개를 선정하여 이벤트 경우의 수를 비교분석함으로써 이벤트밀도가 더 높은 거리 즉, 보행자가 자기 주도적이 될 수 있는 거리가 더 보행자에게 선호되는 거리임을 증명하고자 하였다. 이벤트 밀도의 순서대로 배열한다면 명동거리 = 가로수길 > 피카소거리 > 강남대로 > 테헤란로의 순으

로 되어있다. 주요 지표를 살펴보면 이벤트 밀도 최고값을 가지는 명동거리와 가로수 길은 36 e/c로서 최저값을 가지는 테헤란로의 8 e/c의 4.5배의 값을 가지는 것을 알 수 있다. 명동거리와 신사동 거리는 각각 강북과 강남의 대표적인 걷고 싶은 거리라는 점을 감안했을 때 정량적인 수치와 정성적인 느낌이 비교적 비례하는 것을 알 수 있다.



〈그림 10〉 이벤트밀도와 필지 평균 길이와의 관계



〈그림 9〉 각 거리별 수치 분석 그래프

보행자의 체험으로 보았을 때 명동거리와 가로수길은 4.5초당 채널이 바뀐다면 테헤란로는 11초당 채널이 바뀌는 TV에 비유될 수 있었다. 수치상으로는 테헤란로가 명동보다 두 배 이상 지루한 거리라고 할 수 있다. 또 다른 자료인 질 이벤트 밀도 수치에 근거해서 말한다면 가로수길은 건너편 출입구까지 포함해서 36e/c인 반면 테헤란로는 8e/c를 나타냄으로 이 수치를 해석한다면 가로수길은 테헤란로 보다 4.5배 더 걷고 싶은 거리라고 말할 수 있다.

강남과 강북 전체5개 거리를 비교 분석을 한 결과, 이벤트 밀도의 차이는 강남과 강북의 차이 때문이 아니라 그 거리가 위치한 지역지구의 분류와 거리가 형성되었던 방식에 의해서 만들어지는 것을 알 수 있었다. 자연적으로 형성된 지역의 경우 주로 일반주거지역에 위치하고 있으며 주변의 문화 및 환경적 요인의 변화로 인해 자연발생적으로 거리가 형성되었고, 대부분의 거리가 소규모 민간자본에 의해서 작은 필지에 지어진 작은 건물들로 구성되어있었다. 이러한 물리적 조건 때문에 단위거리 당 점포의 수가 많아지고 보행자들은 가게에 들어갈지 말지를 결정할 수 있는 선택의 경우의 수가 높게 나왔다. 반면, 도시계획에 의해서 큰 스케일의 필지와 자동차 중심의 도로로 정비된 지역에서는 거리를 구성하는 단위건물의 규모가 크고, 따라서 단위거리당

〈표 8〉 각 거리별 분석결과

거리	홍대앞거리	명동거리	강남대로	테헤란로	가로수길
형성시기 및 방법	1990년 자연발생	1956년 도시계획	1980년 도시계획	1977년 도시계획	2000년 자연발생
지역지구	2종 일반주거	중심상업	일반상업	일반상업	2종 일반주거
용도	상업	상업	상업/업무	상업/업무	상업/업무
도로폭	10 m	10 m	50 m	50 m	10 m
도로	보도/차도	보도	차도	차도	차도
건물수	8	15	5	4	7
출입구수	20	22	17	9	22
이벤트 밀도	17	18	14	8	18
필지 평균폭 (단위:m)	15	8	24	30	17
실질 이벤트 밀도	34	36	14	8	36
체험 경우의 수	1,048, 576	4,194, 304	131,072	512	4,194, 304

<* 표본 도로길이 120m>

보행자가 선택할 수 있는 경우의 수가 줄어드는 것을 알 수 있었다. 이렇듯 100미터 당 입구의 수를 나타내는 이벤트 밀도의 수치는 도시계

확상의 필지구획규모에 가장 크게 영향을 받았음을 알 수가 있다.

4. 결론

이벤트 밀도의 값은 보스턴의 뉴버리 스트리트와 같은 복층형의 입구를 가지는 경우를 제외하고는 인도에 접한 점포가 출입구와 쇼윈도로 구성된 최소한의 입면 길이를 고려했을 때 최대치가 20e/c 이상 나오기는 힘들 것으로 예측된다. 그리고 걷고 싶은 거리가 되기 위해서는 주변 도로폭, 소음 환경, 거리위의 사람 등 여러 가지 환경변수가 있겠지만 일반적으로 서울에서 걷고 싶은 거리라고 불리는 명동거리, 홍대앞거리, 가로수길의 경우 평균 17.6 e/c, 최소 17e/c의 이벤트 밀도를 가지고 있고 강남대리가 14e/c라는 데이터에 근거해 추론해보면, 걷고 싶은 거리가 되기 위한 최소 이벤트 밀도 값은 15e/c라는 결론이 도출되었다.

지금까지 서울 강남과 강북의 대표적인 거리를 수치화 된 분석을 통해 지금까지는 막연하게 정성적으로 분석되어왔던 거리의 성격을 정량적으로 분석하여 도시의 공간을 논리적인 데이터에 의해서 분석할 수 있는 방법론을 시도해보았다. 이 방법은 향후 다른 도시의 거리를 논리적으로 비교분석하는데 적용될 수 있을 것이며, 새로이 거리를 디자인할 때에 역으로 적용할 수도 있을 것이다. 이 연구조사 결과에 의하면 도심 재개발을 진행할 경우 걷고 싶은 거리를 만들기 위해서는 거리측면으로 필지를 작게 분절하여 개별분양을 하는 것이 바람직하다는 결론을 얻을 수 있다. 만약 부득이하게 대형필지로 구획이 되어 시행되어야 할 경우에는 이벤트 밀도의 수치가 15 e/c (실질 이벤트 밀도 30 e/c) 이상의 거리를 디자인하는 것이 상권형성과 바람직한 도시공간을 구축하는데 필요한 요구조건으로 제시되어야 할 것으로 보인다.

참고문헌

1. Great Streets Jacobs, Allan B. Mit Press 1995
2. The City Shaped: Urban Patterns and Meanings Through History Spiro Kostof 1993

3. Yard, Street, Park _The Design of Suburban Open Space Cynthia L. Girling 1996
4. A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction Christopher Alexander 1977
5. Good City Form Kevin Lynch 1984
6. The City in History: Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects Lewis Mumford 1968
7. Cities of Tomorrow: An Intellectual History of Urban Planning and Design in the Twentieth Century Peter Hall 2002
8. 뉴 어바니즘 현장 (지역, 근린주구, 지구, 회랑, 블록, 가로, 건물) 안건혁 역 2009
9. 도시해석 김인, 박수진, 푸른길, 2006
10. 김흥순, 신사동 가로수 길과 삼청동 길의 활성화 요인 연구, 대한건축학회, 제 26권 제5호(통권259호) 2010년 5월

- 1차 원고접수 : 2010. 4. 30.
- 수정원고접수 : 2011. 5. 15.
- 최종원고접수 : 2011. 6. 10.