

체험요소 강화를 통한 영상테마파크 리노베이션 디자인 연구

A Study on the Renovation Design of a Movie Theme Park through Enhancing Hands-on Factors

이주형

서울여자대학교 산업디자인학과 조교수

YI Joo-Hyoung

Assistant Professor, Seoul Women's University

key words : Movie Theme Park, Hands-on Factors, Spatial Scenario

* 본 연구는 2012학년도 서울여자대학교 교내학술특별연구비 지원과제임

요 약

본 작품의 목적은 영화나 드라마를 촬영하는데 배경으로 사용되는 영상테마파크의 현황을 조사하고 테마파크의 주 사용자(Main users)의 입장에서 필요한 기능을 제공함으로써 공간의 지속성을 강화하고자 하는 것이다. 기존의 영상테마파크는 영상촬영의 배경으로 이용되거나 관람객이 테마파크의 전체공간을 둘러보는 형태의 단순한 기능만을 제공하였다. 본고에서는 이러한 한계를 인식하고 공간의 주사용자인 영상제작자와 관람자에게 영화촬영장으로서의 로케이션(Location)과 주요건물 내부에 체험기능이 보강된 새로운 공간 콘텐츠(Spatial contents)를 제공하여 새로운 재원(財源)확보가 이루어지도록 하였으며 이를 통해 테마파크의 운영과 유지보수가 자체적으로 해결될 수 있도록 돕고자 하였다. 로케이션 강화를 위한 공간 요소로서 다양한 가로수 식재와 화단조성을 통해 영상의 디테일을 강화하고 방문객들이 계절에 따라 다양한 풍경변화를 즐길 수 있도록 제안하였다. 주요건물 내부에서 이루어지는 체험콘텐츠를 강화하기 위하여 관람객이 과거를 추억할 수 있는 문화적 모티브(Motive)로써 영화, 광고, 기차역, 편지, 찻집을 선정하고 이와 연계된 공간으로써 대흥극장, 경성역, 세계백화점, 원구단, 중앙우체국의 내부공간을 리노베이션(Renovation)하여 새로운 체험 시나리오를 구성하였다.

Summary

The purpose of this project is to enhance the spatial sustainability of a movie theme park which is used for background of shooting movies and dramas. Existing theme parks have similar simple functions such as filming background and strolling the site by visitors. With recognizing the limitations of the present conditions, this project proposed the additional functions as a location for shooting and hands-on contents in terms of main users: film makers and visitors to solve the operating as well as maintaining by the theme park itself. To enhance the Locational function, this project provided the different spatial moods by planting various roadside trees, realities by planting ivy on the brick walls, and surrounding details by flower gardening on grasslands. To emphasize the hands-on contents, this project suggested the new experiencing scenario in the interior space of Dae-heung teather, Gyung-seong station, Sae-gae department store, Wongu-dan, Jung-ang post office those spaces are representative cultural motives to memorize the past: movies, commercials, train stations, letters and tea places.



[그림1] 합천 영상테마파크 전체 조감도

1. 디자인 배경과 목적

2000년대 들어 우리나라의 대중예술이 세계적으로 큰 인기를 얻게 되면서 세계 속의 한국의 문화를 뜻하는 한류(韓流) 열풍이 일어나기 시작했다. 이런 현상으로 인해 자연스럽게 영화나 TV드라마 등, 영상콘텐츠의 수출이 이루어지고 이를 통해 한국의 전통문화를 해외에 홍보하는 효과뿐만 아니라 영화나 드라마의 촬영지를 외국인들이 방문하면서 관광객이 증가하는 부수적인 효과까지 누리게 되었다. 또한 1990년대 중반부터 시작된 지방분권화는 지방자치단체들이 중앙정부로부터 경제적 지원을 제한받게 됨으로써 지역홍보와 문화상품개발을 통한 관광산업 활성화에 주력하게 된다. 한류에 의한 관광객 증가현상은 지자체 관계자들의 주목을 받고, 수준 높은 영상물을 제작하기 위해 더 큰 규모의 촬영장이 필요한 영화업계와의 이해관계가 맞물리면서 전국각지에 야외세트장 건설을 위한 다양한 지원프로그램이 추진되었으며 이를 통해 경쟁적으로 영상테마파크를 건립하게 되었다. 국가지원금과 지역주민들의 세금으로 건립된 영상테마파크는 2012년 6월말 현재 전국적으로 10여개 소)가 운영되고 있으나 방송이나 영화촬영이 종료되면 대중들의 관심에서 멀어지고 재방문이 이루어지지 않아 개장 후 1~2년 사이에 관광객이 급속히 줄어드는 현상이 나타나고 있으며 지속적인 유지관리 재원확보의 어려움 속에 촬영장을 폐장하는 악순환이 일어나고 있다.

1980년대 일본에서도 영화산업의 쇠퇴로 많은 수의 야외촬영장이 폐쇄되었다. 이후 공간의 재활용 측면에서 기존 시설물에 다양한 체험시설을 추가적으로 설치함으로써 새로운 형태의 테마파크로 재탄생시키고자 하는 노력들이 이루어졌는데 가장 성공적인 프로젝트로써 '도에이 무비랜드'를 꼽을 수 있다. 이 프로젝트는 기존 촬영장에 전시관, 이벤트 개최와 오픈 세트 공간을 도입함으로써 새로운 문화시설로써 대중에게 각광받을 수 있었으며 지금까지도 성공적으로 운영되고 있다.²⁾

이에 본 연구는 현재 운영되고 있는 영상테마파크 중에서 규모면에서 가장 크고 다양한 시대를 바탕으로 한 건물이 세워져 있으며, 유지관리에 많은 비용이 투입되는 합천영상테마파크를 대상으로 선정하였다. 그리고 여기에 새로운 체험 콘텐츠와 관람 요소들을 도입함으로써 지역사회의 대표적 관광상품으로써 경제적, 문화적 가치의 지속성을 유지할 수 있도록 하고자한다. 이러한 디자인 접근방법은 영상테마파크가 촬영장으로서 본연의 기능강화와 함께 방문객을 위한 다양한 체험프로그램을 제공함으로써 시설물관람 중, 더 많은 소비를 이끌어내고 재방문을 유도하여 경제가치적 측면이 강화될 수 있는 직접적 효과를 이끌어 낼 수 있을 것으로 기대된다.

2. 현황 분석

1) 대표적인 영상테마파크로 파주 영화촬영소, 서울 종합촬영소, 나주영상테마파크 부안영상테마파크, 설악 씨네라마, 신라 밀레니엄파크, 원도 청해포구 촬영장, 청암 영상테마파크, 횡성테마랜드 등이 있으며 그 밖에 소규모 야외 촬영장이 제작 규모에 따라 만들어지고 있다. 전국 영상테마파크 현황 보고서, 합천군 문화관광과, p8, 2010

2) 도에이 무비랜드의 입장료는 2,200엔이며 한해 관람객은 150여만 명에 이른다. 기존 영화촬영장을 활용하여 만들어진 테마파크 중 가장 성공적인 사례로 손꼽히고 있다. 조수익, 영상테마파크로서 드라마와 영화 촬영장의 유희성 향상에 관한 연구, 서울산업대학교 석사학위논문, p37, 2005



[그림 2] 합천 영상테마파크 전체 공간구성

합천 영상테마파크는 경상남도 합천군 용주면 가호리 418번지에 있는 영화와 드라마 촬영 세트장을 말한다. 2003년 영화 '태극기 휘날리며'의 흥행 후 많은 관광객들이 찾아오자 합천군이 본격적으로 영상테마파크를 조성하였다. 2004년 4월 개장하였으며, 면적은 약 7만 5,000㎡에 이른다. 합천 영상테마파크는 크게 세부분으로 나뉘는데 폐허가 된 평양시가지, 1930~1940년대 일제강점기의 경성시가지, 1960~1970년대 서울 소공동거리로 이루어져 있다.³⁾

평양시가지는 '태극기 휘날리며' 촬영당시 시가전 촬영을 위해 만들어진 공간으로써 폐허가 된 평양시가지와 한국전쟁 당시 사용된 증기기관차, 탱크, 장갑차 등 다양한 무기들이 정교하게 재현되어 있으나 관리가 제대로 이루어지지 않아 방치된 상태이다. 일제강점기 경성시가지는 전차가 오가는 거리를 중심으로 조선총독부, 경성역, 반도호텔, 대흥극장과 상하이 임시정부 등이 재현되어 있다. 전반적으로 역사적인 건물의 형태재현에 초점을 맞추어 전체적인 풍경과 공간의 디테일이 빈약한 상황이다. 서울 소공동거리는 역사성의 재현보다는 시대의 이미지를 표현할 수 있도록 조성되었으며 백화점, 우체국, 은행과 버스정류장 등 도시민들의 생활상을 촬영할 수 있는 공간으로 만들어져 있다. 촬영장에 건립된 건물 중 경성역, 대흥극장, 중앙우체국, 세계백화점, 원구단 등은 전체구조의 기본골조가 강철프레임으로 이루어져 리노베이션을 통해 내부 공간을 활용할 수 있는 것으로 조사되었다.

[표 1] 영상테마파크 내 주요건물 현황

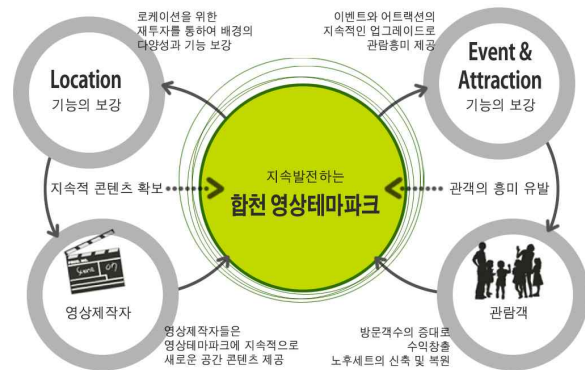
구분	현장사진	규모	내부공간
대흥극장		연면적:약 180평 특 징:7m 층고의 내부 단층구조	건물 외부만 재현되어 있으며 촬영장 소품 보관 창고로 사용됨
경성역		연면적:약 200평 특 징:천정과 8.5m 단층 철골 구조	건물 외부는 매우 디테일하게 재현되어 있으며 내부에는 간단한 조명설비 설치되어 있음
세계백화점		연면적:약 220평 특 징:천정과 3.5m 복층 철골 복합 구조	외부형태 조악, 내부는 드라마 촬영을 위해 삼점분위기로 연출됨
중앙우체국		연면적:약 200평 특 징:천정과 2.7m 3층 석구조	붉은 벽돌로 전체마감, 내부는 간단한 미장으로 마감되고 비어있음
원구단		연면적:약 145평 특 징:3층 철골구조 위 목구조	목구조 위에 기와마감 되어있으며 내부공간은 마룻바닥으로 마감됨

3) 합천 영상테마파크 홈페이지, <http://theme.hc.go.kr>

3. 디자인 콘셉트

3.1. 디자인 기본전략

합천 영상테마파크 리노베이션의 핵심은 지방자치단체의 지속적인 비용지출을 통해 유지되는 현재의 운영 시스템이 아닌 테마파크자체의 콘텐츠강화를 통해 일정한 관람객수를 유지한 후 경제적 독립성을 확보하고 이를 통해 지속 발전할 수 있는 전략을 수립할 수 있는 선순환적 운영모형을 제시하는데 있다.4) 이를 위해서는 크게 두 가지 측면에서의 접근이 필요한데 영상제작자들에게 좀 더 나은 촬영환경 제공을 통한 로케이션(Location)5) 강화 측면과 관람객의 흥미를 유발하고 재방문을 유도할 수 있는 이벤트와 어트랙션 강화의 측면이 그것이다. 로케이션 기능의 보장을 통해 영상제작자들에게 시각적으로 풍부하고 다양한 배경상황을 촬영할 수 있게 해줌으로써 더 많은 영상제작프로젝트를 유치할 수 있고 영상제작자들이 자신들의 필요에 따라 새로운 무대세트나 촬영공간을 추가 제작설치 함으로써 지속적인 공간 콘텐츠를 확보할 수 있을 것이다. 또한 이벤트(Event)와 어트랙션(Attraction)6) 기능의 보장을 통해 새로운 관람객의 방문유도와 기존 관람객의 재방문을 유도하고 이를 통해 수익을 창출하여 노후세트를 신축하거나 복원할 수 있을 것이다. 이것은 합천영상테마파크가 여가활용을 위한 공간으로써의 기능적 지속성을 확보하는 방법이 된다.



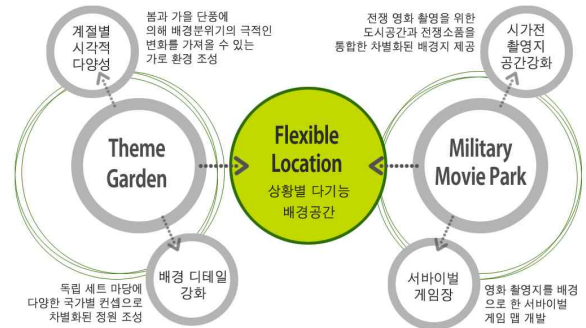
[그림 3] 합천 영상테마파크 기본전략

3.2. 로케이션 강화를 위한 컨셉 설정

새로운 영상테마파크는 영화촬영이 진행될 때와 진행되지 않을 때, 방문객들에게 각각 다른 공간기능을 제공할 수 있는 유연한 로케이션(Flexible location)을 개념으로 리노베이션 하였다. 첫 번째 디자인 방향은 전체적인 거리와 정원의 조경을

- 4) 이기주 외, 합천영상테마파크 기획설계 원료 보고서, (주)중앙디자인, 2009
- 5) 영상용어로서 로케이션(Location)은 촬영을 위한 전체적인 공간배경을 의미하며 로케이션 강화란 좀 더 좋은 영상을 얻을 수 있도록 야외 시설의 전반적인 가이드라인(Guideline)을 통해 설치하는 구조물이나 조경시설 등을 말한다. 안성우 외, 영상테마파크 사후 활용방안에 대한 보고서, SBS 아트텍, p14, 2009
- 6) 어트랙션의 사전적 정의는 '사람의 마음을 끄는 것', '사용자에게 인기 있는 것'을 말한다. 일반적인 정의는 테마파크의 놀이시설과 체험요소들을 포괄해서 말하며 관람객들이 테마파크 내에서 즐길 수 있도록 일정한 주제의 연장선에서 만들어진 시설물들을 일컫는다. 권순관, 어트랙션의 요소를 적용한 테마파크형 뮤지엄의 유형분석, 한국실내디자인학회 논문집 통권 61호, 2007, p.174

강화하여 영화제작자들에게 계절별로 다른 풍경을 제공함으로써 영상의 디테일과 풍부한 영상미를 살릴 수 있도록 하고 일반관람객들에게는 다양한 배경에서 기념사진을 촬영할 수 있도록 새로운 공간을 제공하고자 하였다. 두 번째는 평양시가지의 리노베이션을 통해 사실감 있는 시가지 전투촬영지를 제공하고 영화촬영 일정이 없을 때는 일반인들에게 개방, 서바이벌 게임장으로 활용할 수 있도록 하였다.



[그림 4] 로케이션 강화를 위한 컨셉의 기본방향

3.3. 이벤트 & 어트랙션 강화를 위한 컨셉 설정

방문객들이 촬영지 내에서 체험하는 다양한 콘텐츠들을 통해 합천 영상테마파크를 오랫동안 기억할 수 있도록 하고 다시 방문하도록 유도한다는 의미에서 메멘토 시티(Memento City)라는 개념으로 공간 디자인을 풀어나갔다. 방문객들이 콘텐츠 체험 중 과거를 기억할 수 있도록 하는 매개체로서 영화, 광고, 기차역, 편지, 찻집을 선정하고 이와 연계되는 공간으로써 대흥극장, 경성역, 세계백화점, 원구단, 중앙우체국 등 다섯 곳에 대하여 새롭게 내부공간을 디자인하고 공간체험 시나리오를 제안하였다.



[그림 5] 이벤트 & 어트랙션 강화를 위한 컨셉의 기본방향

4. 로케이션 강화 디자인 프로세스

4.1. 거리와 정원의 조경 강화

영상테마파크 본연의 기능인 야외촬영지로서의 역할을 강화시킬 수 있는 작업과정을 의미한다. 영상테마파크는 사실감과 깊이 있는 공간감이 확보된 촬영환경을 연출함으로써 수준 높은 화면 배경을 제공하고자 한다. 로케이션기능강화를 위한 계획의 주안점은 크게 세 가지 방향에서 접근하게 된다. 첫째,

플라타너스 위주로 이루어진 가로수에 벗어나 은행나무를 추가적으로 식재하여 계절별로 시각적 차별성을 제공하였다. 둘째, 붉은 벽돌로 이루어진 일제 강점기 시대 건물외벽에 담쟁이덩굴을 식재함으로써 영상화면의 사실감을 강조하고 색감적으로 풍부해 질 수 있도록 하였다. 셋째, 잔디밭으로 이루어진 독립건물 마당에 향나무와 다양한 화초로 화단을 조성하여 공간의 디테일을 살린 영상물을 제작할 수 있도록 하였다. 이러한 로케이션기능 세부연출방안을 통해 영상제작자의 관심과 호응을 이끌어내 대형 영화와 드라마 촬영을 유치하고 이후에도 영상물제작에 필요한 건물과 배경을 만들어내게 함으로써 지속적인 공간콘텐츠 개발의 원천이 될 수 있도록 하였다.



[그림 6] 가로수 식재 계획



[그림 7] 정원조경연출계획

4.2. 평양시가지 리노베이션

영화 '태극기 휘날리며' 촬영이후 방치된 야외촬영장에 추가적으로 부서진 건축물, 감시탑과 참호 등의 전쟁 구조물을 설치하여 시가전촬영장으로써의 기능을 보강하고 한국전쟁 당시 사용된 탱크, 장갑차, 야포와 각종 군용품들을 보수하여 적절히 배치함으로써 촬영이 없을 때에는 소규모 전쟁기념 공원으로 활용될 수 있게 하였다. 또한 수익사업 제안으로써 무기고 공간 내부에 서바이벌 게임을 위한 총기와 장비를 배치함으로써 새로운 형태의 레저(Leisure)공간으로 연출하였다.



[그림 8] 시가지 전투촬영지 조감도



[그림 9] 서바이벌 게임장 활용 방안

5. 이벤트 & 어트랙션 강화 디자인 프로세스

5.1. 대흥극장

[표 2] 대흥극장 체험 콘텐츠

전시테마	시네마 천국(Cinema Paradise) 1970년대 영화관에서 느끼는 세월의 향수		
	추억 속 그 영화	스포츠 라이트	추억극장(영상관)
연출내용	1960~70년대 영화소개	1960~70년대 유명 배우 밀랍인형과 사진촬영	추억의 영화 명장면 소개 및 독립영화 상영
세부체험 내용	- 옛 극장의 매표소와 대기 공간 - 1960~70년대 유행했던 영화의 포스터 - 그 시절 극장 매점	- 추억의 영화스타와 함께 사진촬영 - 시대별 흥행작 및 유명배우 주요영화 내용 관람	- 대한 뉴스 편집영상 관람 - 흥행작의 유명장면 편집영상 관람 - 우수 독립영화 및 저예산 영화 정기 관람

대흥극장은 가장먼저 강철프레임으로 이루어진 기존의 공간을 목구조를 활용, 매표소 및 대기공간과 영화 관람공간의 두개 공간으로 나누었다. 매표소와 대기공간은 공간의 현실성을 높이기 위해 약 3.5m 높이로 천정을 마감하고 다소 거칠고 투박한 콘크리트 표면을 마감하여 극장의 옛 정취를 살릴 수 있도록 하였다. 영상실 오른쪽에는 매표소를 설치, 영화를 관람하기 위한 극장표를 판매하고 추억 속 그 영화 코너의 구성요소로써 매표구 측면에는 칠판에 수기(手記)로 한 달 간의 영화상영 일정을 기록해 놓고 찢어지고 빛바랜 옛 영화의 포스터를 벽면에 부착하고 전체적인 줄거리와 주연배우 등의 간



[그림 10] 극장 내 매표소(추억 속 그 영화)

단한 설명 문구를 하단에 부착하도록 하였다. 영상실 입구 왼쪽에는 매점과 대기공간을 설치하였다. 대기공간은 스포트 라이트 코너로써 포토존(Photo zone)으로 연출하였다. 어렵게 연출된 공간 중앙에 1960~70년대 영화배우를 밀랍인형으로 제작설치하고 상부조명을 통해 인물이 부각될 수 있도록 하였다. 또한 벽면에 블루 스크린(Blue screen)을 설치하여 관람객과 영상을 합성, 영화의 주연배우와 촬영장에서 기념사진을 찍은 듯한 체험을 한 후 즉석에서 잉크젯 프린터를 통해 사진을 인화하여 방문 기념물로 가지고 갈 수 있도록 하였다. 영상관 내부는 7m 천정을 그대로 활용, 회벽마감과 반공 및 급연 조명간판을 화면 좌우에 설치하여 옛 극장의 분위기를 연출하였다. 또한 대한뉴스와 옛 영화를 상영할 때는 필름영사기를, 현대 독립영화를 상영할 때는 디지털영사기를 사용하여 영상콘텐츠에 따라 하드웨어를 이원화하였다.



[그림 11] 대흥극장 내부전경(추억극장)

5.2. 세계백화점

[표 3] 세계백화점 체험 콘텐츠

전시테마	광고예찬(廣告禮讚) 그 시절 광고를 통해 그려보는 어느 하루의 일상		
체험코너	추억 속 그 상품들	광고와 사람이야기	광고 속 감춰진 이야기
연출내용	1970년대부터 오늘날까지의 유명 상품 연대기 전시	그 시절 광고와 함께 생활상을 담은 영상소개	추억의 유명 광고 뒷 이야기 소개
세부체험 내용	-그 시절 백화점 풍경 -시대별 유명제품과 광고 상영 -히트 상품의 광고 포스터	-광고와 함께한 하루의 일상 -다양한 상품의 CF와 이와 관련된 사람들의 생활상	-광고 출연배우 이야기 -광고의 역사 소개 -광고 영상 제작 시나리오에 따라 체험하기

세계 백화점은 복층 구조로 되어있으며 천정고가 3.5m인 일층만을 리노베이션하여 1970년대 백화점 분위기로 연출하였다. 약 80여 평인 상가공간을 제화, 의상, 전자제품, 식료품 판매코너 등 네 개의 공간으로 나누고 그 당시 대표적인 상품을 진열하고 전시된 상품 뒤에는 포스터형태의 광고 전단지들 부착하였다. 식료품점 내부에는 냉장고를 설치하여 아이스바(Ice bar)를 보관하고 다양한 추억의 군것질 거리를 실제로 판매하도록 하였다. 천정에는 복고적인 분위기를 연출하기 위하여 샹들리에 형태의 조명을 설치하였으며 상가들의 가운데 공간에는 옛날 흑백 텔레비전 형태의 포켓영상실(Pocket theater)을 제작하여 크게 성공을 거둔 광고영상과 음악이 그 시대를 살아갔던 한 가족의 아침부터 저녁까지의 일상과 어우러진 영상으로 함께 표현됨으로써 방문객들이 그 당시의 라이프스타일(Lifestyle)을 이해할 수 있도록 하였다. 백화점 공간의 에필로그 코너(Epilogue coner)로써 '광고 속 감춰진 이야기'에서는 유명 광고에 출연했던 배우와 촬영 중 벌어졌던 에피소드를 패넌과 사진으로 소개하고 시대별 광고 촬영 방식과 기술에 대해 흑백 모니터 화면을 통해 영상으로 보여주었다.



[그림 12] 세계백화점 내부 전경

5.3. 경성역

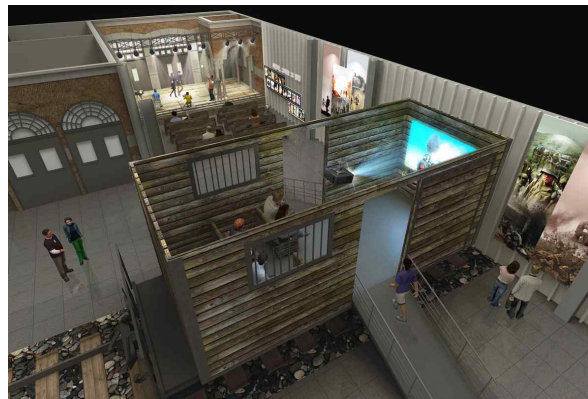
[표 4] 경성역 체험 콘텐츠

전시테마	오마주 플랫폼(Homage Platform) 영화속 바로 그 장면, 그 순간!		
체험코너	그 영화, 그 장면	나도 무비스타	이별의 정거장
연출내용	실제 촬영세트에서 감독과 스텝 역할체험	영화 '태극기 휘날리며'의 한 장면 연기체험	기차역을 배경으로 촬영된 영상이미지, 명장면 전시
세부체험 내용	-영화 촬영과정과 전체 제작 공정 -영화 제작을 위한 스텝의 역할 -영화제작 스텝 역할 체험	-영화 시나리오에 따라 연기체험 녹화 -영화배경과 합성된 관람자 연기체험 장면 영상 관람	-기차역을 배경으로 한 영화내용, 배우의 장면 소개



[그림 13] 경성역 내부 전경(그 영화, 그 장면)

경성역내부 공간은 7m의 천정을 활용하여 영화 제작용 조명들을 천정구조물과 프레임에 설치하고 방문객이 관람에 필요한 조도를 확보함으로써 영화 촬영장의 분위기를 그대로 살릴 수 있도록 하였다. 실제 촬영장의 분위기를 체험 할 수 있는 '그 영화, 그 장면'은 내부공간의 왼쪽부분에 위치하는데 전면에는 조명기기, 촬영카메라와 연결된 영상화면 등을 설치해 영화촬영 현장을 재현하였다. 감독, 남여배우, 조명연출과 카메라감독으로 이루어진 역할극이 진행되며 상황에 따라 방문객들의 자발적인 참여를 유도하여 조명이나 카메라를 조작하며 전체프로그램을 직접 체험해 볼 수 있는 기회를 제공한다. 두 번째 코너인 '나도 무비스타'에서는 1950년대 목재로 만들어진 열차를 설치하고 내부에 합천영상테마파크에서 촬영된 대표적 영화 '태극기 휘날리며'의 기차 내부영상장면을 관람객이 재현해 볼 수 있도록 영상배경과 시나리오를 제공하여 연기를 해 볼 수 있는 체험콘텐츠를 제공한다. 세 번째 코너 '이별의 정거장'에서는 철도건널목과 주변 경관을 재현한 어두운 공간 속에서 가로등 여섯개를 설치하고 그 아래에 기차역을 배경으로 했던 추억의 영화 사진자료, 포스터를 편집한 배너(Banner) 등을 독립형 진열장(Island showcase)에 넣어 전시한다.



[그림 14] 경성역 내부 전경(나도 무비스타)

5.4. 중앙우체국

[표 5] 중앙우체국 체험 콘텐츠

전시테마	시월공감(時越共感) 서로의 마음을 공감할 수 있는 시공초월 아날로그 메신저, 편지		
체험코너	내게 보내는 편지	편지 박물관	봉투속의 추억
연출내용	미래의 자신에게 전하고 싶은 말을 편지에 적어 보내기	1950년대부터 현대까지 발행된 우표와 편지형태	편지로 소식을 전하던 다양한 일상 소개
세부체험 내용	-감성 우체통 -미래를 살아갈 나에게 현재의 느낌을 담아 편지를 적어 보냄	-역사적 사건과 함께 발행된 우표의 역사 -우표 기념스북 -우체국과 편지의 역사	-아날로그 메신저 편지의 추억영상

전체적인 내부 공간은 1970년대 교실의 분위기가 느껴지도록 공간을 연출했다. 방문객이 지인과 미래의 자신에게 편지

를 적어보도록 설치된 책상과 걸상은 낙엽송으로 구조를 만들고 조악한 페인트칠로 마감하여 옛 정취가 느껴지도록 하였으며 천정에는 백열등과 양철로 만들어진 조명 깃을 설치하여 약간 어두운 조도를 이루도록 하였다. 첫 번째 체험코너 '내게 보내는 편지'에서는 방문객이 미래를 살아갈 자신에게 해 주고 싶은 말을 편지에 직접 적어보고 우표를 붙여 우체통에 넣음으로써 과거편지를 통해 소식을 전하던 시절의 과정을 체험하고 그 편지가 일 년 후에 봉투에 적힌 주소로 배달되게 하여 합천영상테마파크의 추억을 담은 기념물로서의 역할 뿐 아니라 다시 방문할 수 있는 매개체로서의 역할도 할 수 있도록 하였다. 두 번째, 편지 박물관에서는 원목으로 마감된 투박한 형태의 진열장을 제작하고 역사적 전환점에 발행되었던 기념우표를 시대별로 전시함으로써 우리나라 우표의 역사를 연대기 순으로 알 수 있도록 하였다. 마지막으로 '봉투속의 추억'에서는 붉은색 우체통 형태로 제작된 포켓영상실(Pocket theater)에서 편지와 관련된 추억을 회상할 수 있는 다양한 자료를 프로젝터 영상으로 관람할 수 있도록 하였다.



[그림 15] 우체국 내부 전경

5.5. 원구단

[표 6] 원구단 체험 콘텐츠

전시테마	온고지신(溫故知新) 옛날의 향기를 마시며 만드는 추억	
체험코너	전통 찻집	기념품 샵
세부체험 내용	전통건축물의 정취를 체험하며 휴식	합천 영상테마파크에 다녀간 추억을 담아갈 수 있는 기념품 구입



[그림 16] 원구단 내부 전경

오픈세트인 원구단을 개조하여 기념품 샵과 찻집으로 새롭게 공간 연출하였다. 일층에 위치한 기념품 샵의 내부인테리어는 경복궁에 있는 부용정의 구조를 현대적으로 해석하여 설계하였으며 소나무 고유의 재질감을 살려 마감하였다. 또한 한지의 질감과 반투명성을 이용하여 조명을 제작, 부드럽고

독특한 공간의 분위기가 느껴질 수 있도록 하였다. 현재 합천 영상테마파크 내에 휴식공간이 절대적으로 부족하여 관람객이 머무는 시간에 제약이 따르고 있는데 이층의 공간을 활용하여 이러한 문제점을 해결함과 동시에 합천 인근지역의 열매와 약초를 활용한 웰빙(Wellbeing)음료를 차(茶) 형태로 제공할 예정이다. 또한 인근지역의 문화상품과 축제를 그래픽 패널과 책자로 소개하여 관광사업과 연계될 수 있도록 하였다.

6. 결론

본 연구에서는 영상테마파크의 제한된 공간기능에 체험요소와 시나리오를 도입함으로써 새로운 형태의 문화 콘텐츠공간을 제안하고자 하였다. 야외 촬영세트장과 체험 전시관이 결합된 영상테마파크를 제안함으로써 얻어지는 가치는 공간의 수요자인 관람자와 공급자인 관리자, 즉 지방자치체의 담당자 입장에서 각각 나누어 정의할 수 있다.

관람자 측면에서의 가치는 첫째, 공간을 방문한 추억을 간직할 수 있도록 매체를 다양한 체험과정을 제공받는다는 것이다. 기존의 영상테마파크는 확정된 공간에서 공간의 구조를 바라보는 시각 매체적 틀에 제한되어 있었다면 새로운 테마파크는 시각 매체뿐만 아니라 영상과 체험매체를 적극 활용하여 관람의 몰입을 유도하였다. 둘째, 다양한 공간 시나리오를 통해 공간을 더 풍부하게 즐길 수 있다는 것이다. 관람객의 추억을 자극할 수 있는 수단으로써 세부공간별 체험 시나리오를 도입함으로써 테마파크의 외부 공간뿐만 아니라 내부공간과의 관계 속에 새로운 스토리를 체험하도록 하였다.

관리자 측면에서의 가치는 첫째, 공원내부에서 새로운 수익 모델을 창출해 냄으로써 경제적 가치를 강화하였다. 단순한 체험방식을 탈피함으로써 관람객의 재방문을 유도하고 커피숍이나 다양한 기념품을 판매함으로써 운영수입의 다변화를 꾀하였다. 둘째, 효율적인 유지보수가 이루어 질 수 있도록 세금으로 유지되던 과거 운영방식에서 벗어나 자체 수익을 통해 운영되도록 함으로써 좀 더 효율적인 관리와 적극적인 시설투자가 이루어 질 것으로 기대된다.

참고문헌

- 권순관, 어트랙션의 요소를 적용한 테마파크형 뮤지엄의 유형분석, 한국실내디자인학회 논문집 통권 61호, 2007
- 안성우 외, 영상테마파크 사후 활용방안에 대한 보고서, SBS 아트텍, 2009
- 조수익, 영상테마파크로서 드라마, 영화 촬영장의 유희성 향상에 관한 연구, 서울산업대학교 석사학위논문, 2005
- 이기주 외, 합천영상테마파크 레노베이션 기획설계 완료 보고서, (주)중앙디자인, 2009
- 합천군 문화관광과전국 영상테마파크 현황 보고서, 합천군, 2010
- 합천영상테마파크 홈페이지, <http://theme.hc.go.kr>
- 황상욱, 서울경제 신문, 2012
- Acoustic and Technology Consultants, Themed Entertainment Association & Economics Research Associates' Attraction Attendance Report, 2007