

건축도시공간연구소

AURI BRIEF

No. 20 2010. 1. 4

보행지도(Walking Map)를 통한 영국의 보행활성화 전략

- 보행지도(Walking Map)의 개념은 보행자에게 도시공간에 입지하고 있는 주요 관심시설이나 매력적인 공간 등에 대한 정보와 적절한 보행경로에 대한 정보를 제공함으로써 승용차나 대중교통을 이용하는 대신 보행을 선택하도록 유도, 권장하는 수단으로써 제공되는 지도를 말한다.
- 보행지도(Walking Map)는 2006년 영국 교통부에서 도입한 개념으로 초행자나 길치의 경우에도 쉽게 주변의 시설 및 공간과 연계하여 연속적인 경험을 할 수 있도록 하는 것을 목표로 하며, 18개 이상의 사례에 적용되어 보행활성화, 나아가 지역활성화에 기여하고 있다.
- 보행지도(Walking Map)는 잠재적인 보행자들에게 적합한 정보를 선별, 전달함으로써 보행활성화에 기여할 수 있으며, 보행량이 증가하면 공공공간의 활기, 경제적 효과, 사회적 유대감의 확보, 지역정체성의 강화, 지역의 사회적 감시로 인한 범죄 감소 등의 효과를 거둘 수 있다.
- 보행지도(Walking Map)는 막대한 예산을 들여 물리적인 보행환경 개선을 개선하는 대신에 도시공간에 대한 정보의 전달체계를 개선하여 보행을 유도하고자 하는 연성전략(Soft Strategy)이며, 단순한 여행지도의 개념이 아니라, 도시공간을 보행자의 관점에서 해석하여, 공간적인 맥락을 제시한다는 점에서 평면적인 정보제공 이상의 기획과 분석이 요구된다.
- 기존의 도시설계프로젝트와 비교할 때, 보행지도 프로젝트에서 볼 수 있는 가장 큰 특징은 공간에 관심을 기울이기 이전에, 보행자들이 원하는 공간적 경험을 먼저 고려하고, 그 경험들을 보행을 통한 연속적인 경험체로 구성하는 작업이 진행했다는 점으로, 철저하게 공간의 사용자 위주의 계획과 실천이 이루어졌다는 점이다.

1. 보행지도의 배경

- 보행의 활성화는 기본적으로 지역의 경제적인 활성화에 기여한다. 사람들은 더 편안하고 쾌적한 환경에서 더 오래 머무르고자 하며, 이는 곧 주변 지역의 활성화에 영향을 준다. 사람보다 덩치가 큰 자동차 위주의 공간을 확보하기 위해서는 대규모의 상업시설이 선호된다. 그러나 자생적이고 더 값싼(affordable) 소규모 상점들이 사라지거나 대규모시설에 종속되면, 제이콥스(Jane Jacobs, 1961)가 제기한 지역내에서 볼 수 있는 여러 층위의 다양성을 확보하기 어렵다. 따라서 보행의 활성화는 지역의 활성화 뿐만 아니라, 사회적 건전성의 측면에도 기여한다고 볼 수 있다.
- 실제 가로에서 개별 보행자는 주변의 관심시설이나 매력적인 공간에 대한 적절한 정보가 없을 경우, 이미 인지하고 있는 지점(Landmark 등)으로 이동하기 위해 교통수단을 선택하게 된다. 이때 해당 인지지점이 근접하지 않거나, 근접하더라도 적절한 보행경로를 모를 경우 보행자는 보행을 포기하게 된다. 물론 해당지역의 공간적 정보에 대해서 정통한 주민의 경우에는 이러한 정보부족이 문제가 되지는 않겠지만, 이 경우 기존의 보행지수를 넘어서는 보행의 활성화는 가져오기 어려울 것이다.
- 보행지도(Walking Map)의 개념은 보행자에게 주변의 관심시설이나 관심공간에 대한 정보와 보행경로에 대한 정보를 제공함으로써, 승용차나 대중교통을 이용하는 대신 보행을 선택하도록 유도 권장하는 수단이며, 길위나 길가에 관련정보를 표시하는 수단의 총칭인 길찾기 표지(Waymarking)와 함께 보행 활성화를 도모하고자 2006년 영국 교통부에서 도입한 개념이다.
- 초행자나 길치의 경우에도 가고싶은 시설로 이르는 보행로를 쉽게 찾을 수 있도록 하는 것을 목표로 하는 보행지도(Walking Map) 프로젝트들은 18개 이상의 사례에서 이미 추진되었으며, 각 지역 특성에 맞는 개선점을 도입하여, 개별 도시의 보행활성화 및 지역 활성화에 일정한 성과를 거두고 있다.



BBC선정 영국 최고의 상점가 2위인 캔싱턴가
전체매출의 49%가 대중교통, 35%가 보행으로 접근한 고객이다.

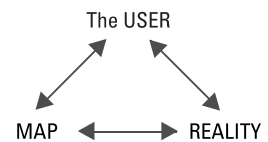
2. 보행지도(Walking Map)의 작성원칙

■ 좋은 보행지도의 목표

- 보행자들이 바른 선택을 할 수 있도록 도움을 주기 위해서는 정보의 신뢰성과 정확성을 확보해야 한다. 잘못된 지도는 보행자를 혼란에 빠뜨린다. 보행자의 현재 위치, 목적지, 가능한 경로가 쉽게 파악되어야 한다.
- 보행자에게 그 장소의 분위기가 어떠한지 전달할 수 있어야 한다.
- 보행지도를 작성하는 측이 생각하는 우선순위와 중요성이 잘 전달되어야 한다. 지도 이용자, 지도화되는 장소, 그리고 그 둘 간의 관계에 대한 태도가 드러나야 한다.

■ 보행지도의 이용자와 의사소통을 이루어야 한다.

- 지도에서 시작하지 말고 이용자에서 시작해야 한다. 지도는 의사소통의 수단이다. 따라서 어떤 이들에게 어떤 정보를 전달할 것인가를 먼저 정립해야 한다. 왜 사람들이 돌아다니기를 원하며, 어느 곳에 가는 것이 좋을지에 대해 이해해야 한다.
- 이용자 행태와 동기에 대한 이해와 현재 제공되고 있는 정보와의 차이를 고려하는 것이 효과적인 보행지도를 만드는데 있어 중요하다.
- 보행지도의 이용자는 외부공간에서 다양한 날씨하에 지도를 사용하므로, 글씨를 가능한 한 명확하고 간결하게 해야 한다.



이용자와 지도, 실제공간과의 관계를 고려해야 한다.

■ 보행지도는 일관성과 연속성이 있어야 한다.

- 보행지도를 작성하는 기관이 다르더라도, 이용자로 하여금 정보가 논리적이라고 느낄 수 있도록 일관성이 있어야 한다. 보행지도의 정보와 실제 노상의 표시(Waymarking) 및 표기가 같아야 한다. 아이콘이나 디자인을 통일하는 것도 바람직하다.
- 인접 지자체 및 기관과의 협조를 통해 노상 표시(Waymarking)가 급격히 달라지는 것을 피해야 한다. 보행자에게 계속해서 제대로 가고 있다는 확신을 주기 위해서다.



Shape Walks

영국 캠브리지의 지도관련 음성해설 서비스로 각 지역의 중요한 건축과 역사에 대해 podcast, mp3로 걸으면서 들을 수 있다.

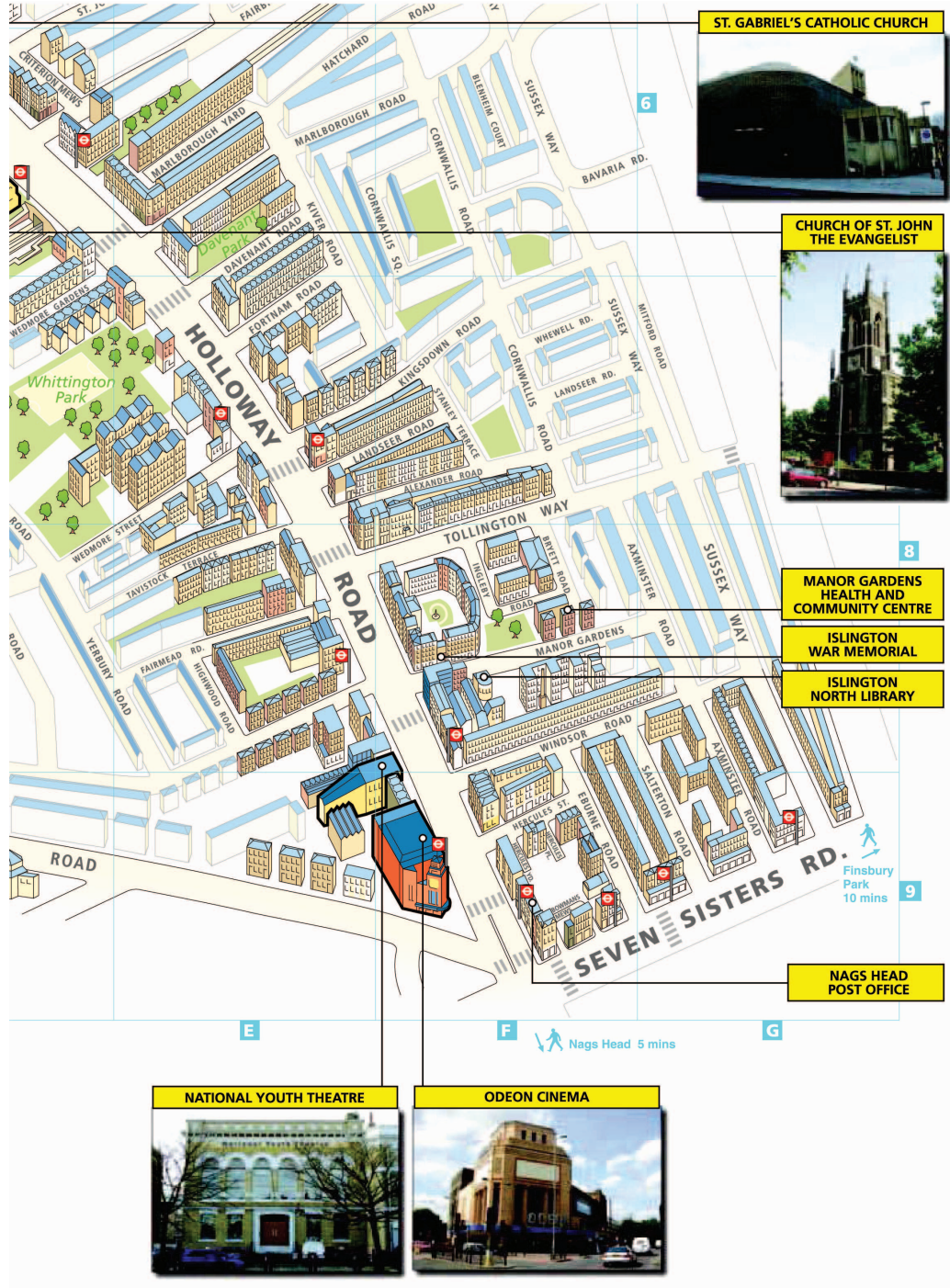


Bristol Mapping System

영국 브리스톨의 보행자용 종이지도와 길거리 안내도의 디자인은 일관성을 유지하며, 공간정보를 공유한다. 주요한 건물은 3D 입체로 표현하여 방문자로 하여금 현황파악을 쉽게하는 동시에 방문의 욕구를 일으키도록 구성되어 있다.

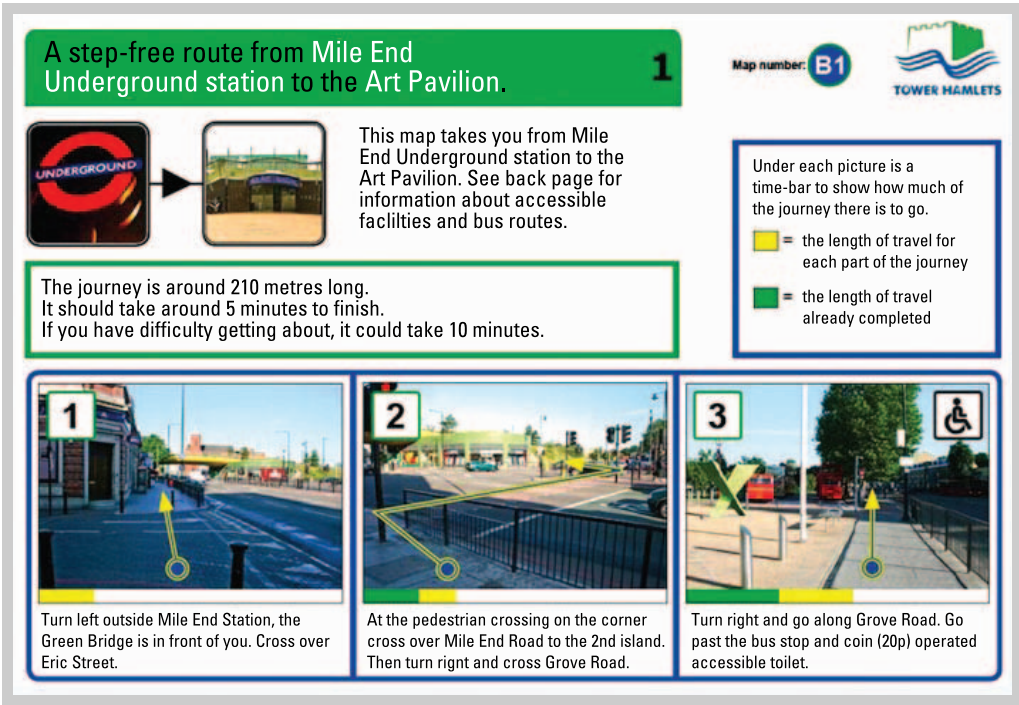
보행지도는 탐방을 유도해야 한다.

- 차를 타는 대신 보행을 선택하도록 보행자에게 일종의 심리적인 인센티브를 줄 수 있어야 한다.



Angel, Islington, UK

지도의 주요도로를 따라 3D 건물을 배치하여 보행자의 관심을 유발, 보행활성화에 성공함으로써 유사프로젝트가 확산되었다.



Enabled Map 주요 보행경로를 쉽게 찾아갈 수 있도록 한 경로지도.
지도가독능력이 떨어지는 어린이나 노인, 무장애경로가 필요한 사람, 주요고객이 대상이다.



Calorie Map(Merseyside Transport Partnership UK)
도시내 주요 관광보행경로를 제안하고 각 경로를 실제로 걸을 경우 체중에 따라 소비되는 칼로리 계산결과를 보행지도로 제시하여 시민들의 건강을 위한 보행활동을 유도하고 있다.

- 2003년 런던에서는 보행활동을 연장하고자 디자인 된 두개의 새로운 보행지도를 발행한 이후 5%의 사람들이 더 많이 걷게 된 이유로 보행지도를 자발적으로 언급하였다. 관광객 사이에는 이 비중이 11%까지 상승하였다.
- 보행자의 동기는 다양하므로, 다양한 속성을 가진 경로를 표시하는 것이 좋다. 조용함, 흥미로움, 전망, 최단거리 등등 경로를 선택할 수 있는 정보를 줄 필요가 있다.
- 더 안전한 길을 확보할 수 있도록 횡단보도, 지하도, 육교, 우회로 등에 대한 정보가 충분히 표현되어야 한다.

■ 보행지도는 지역의 특징을 살려야 한다.

- 보행지도는 지역적인 특색, 장소가 가지는 차별성을 기억하고 식별하기 쉽게 시각화해야 한다.

■ 정보업데이트를 위한 계획이 있어야 한다.

- 보행지도를 정확하게 유지하는 데에는 많은 비용이 소요될 수 있다. 대규모 개발이 이루어질 경우 연관된 지도의 수정비용을 부담하게 하는 것이 필요하다. 또한 웹기반의 GIS를 활용하는 것도 고려할 필요가 있다.

■ 정보의 위계를 이용해야 한다.

- 보행지도는 적절한 정보를 적절한 시점에 제공해야 한다. 이를 위해서는 무조건 많은 정보를 수록하는 것이 능사가 아니다. 도면에 표시하는 것과 노상에 표시하는 것(Waymarking)을 함께 고려하면서 한쪽에만 표시하는 것이 더 나은지 고려해야 한다.
- 런던에서의 연구에 따르면 사람들은 여정을 계획할 때는 지도를 사용하지만 길을 갈 때는 GPS등 다른 장비들을 사용한다. 따라서 웹사이트에서 제공되는 보행지도와, 실제 접근해서 현장에서 보게 되는 지도는 몇가지의 다른 버전으로 제작되는 것이 바람직하다.



Bristol, Legible City Project

보행활성화에 있어 성공적인 사례인 브리스톨에서는 Heads-up Mapping을 적용하여 휴대용지도와 on-site 지도를 동기화하고, 지도를 확인하고 고개를 들면 해당 지점을 확인할 수 있도록 구성하였다.

3. 맺음말

- 보행지도(Walking Map)를 체계적으로 작성하고, 보급하는 프로젝트는 보행환경을 물리적으로 개선하기 위해 소요되는 큰 비용을 들이지 않으면서도, 도시의 보행을 활성화시키는 효과를 거두는 연성전략(Soft strategy)이라 할 수 있다.
- 앞으로 상당한 시간과 비용을 투입하더라도, 우리 도시공간의 질을 한꺼번에 높이는 것은 어려운 일일 것이다. 그렇다면 지금 도시공간에서 보행자들이 충분히 발견하고 구성하기 어려운 적절한 보행경로와 주변정보를 다양한 방법으로 제공하고, 또 그러한 경로의 문제점을 우선적으로 개선한다면, 좋은 공간에 대한 경험을 상대적으로 적은 비용으로 제공하는 정책적 수단이 될 수 있을 것이며 보행관련 예산집행의 효율성을 증대시킬 뿐 아니라, 물리적인 개선 프로젝트들의 우선순위를 정하는 데도 도움이 될 것이다.
- 보행지도(Walking Map)와 관련된 프로젝트들의 공통점은 시민이든, 관광객이든 도시공간의 이용자들이 정말 체험하고 경험하길 원하는 공간에 대한 의견 및 공간현황조사, 그리고 그러한 공간을 보행경로로 묶어내는 작업이 선행되었다는 점이다.
- 보행지도(Walking Map) 프로젝트들에서 나타난 사용자위주의 접근방식은 사유화된 공간과 달리 손쉽게 디자인하고 유지보수하기 어려운 공공의 도시공간이 가지는 한계점을 극복하고, 매력적인 공간의 경험을 대중적으로 공유케 함으로써, 좋은 도시공간에 대한 인식을 제고한다.
- 우리 도시공간에서도 이러한 작업이 충분히 이루어진다면, 도시공간의 거주자 및 방문자들의 만족도가 증가될 뿐 아니라, 향후 도시 공공공간에 대한 의사결정과정에서 공공공간의 질과 그 가치에 대한 사회적 평가가 강조되는 계기가 될 것으로 기대한다.

오성훈 | 건축도시공간연구소 프로그램연구실 부연구위원 (031-478-9650, oshud@auri.re.kr)



건축도시공간연구소

국토연구원 부설 건축도시공간연구소 AURI BRIEF 제20호

발행처 | 건축도시공간연구소

발행인 | 손세관

주 소 | 경기도 안양시 동안구 관양동 1591 아크로타워 B동 301호, 710호

전 화 | 031-478-9600

팩 스 | 031-478-9609

홈페이지 | www.auri.re.kr

수록된 내용은 건축도시공간연구소의 자체 연구물로서 정부의 정책이나 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.
지난 호는 홈페이지(www.auri.re.kr)에서 볼 수 있습니다.