

건축물 미술작품의 구매와 서비스 전달과정에 대한 영향 요인

김 미 영*

목 차

요약	3.2 주거공간 스토리텔링의 이론적 기초
1. 서론	3.3 공간 스토리텔링 요인 추출
2. 건축물 미술작품의 이론적 배경	4. 호감과 구매의사
2.1 건축물 미술작품설치 제도	5. 연구모형 및 분석방법
2.2 주거단지 내 건축물 미술작품	6. 기대효과
3. 주거공간의 스토리텔링	참고문헌
3.1 스토리텔링	Abstract

요약

건축물 미술작품은 공공미술의 한 부분으로 건축물의 미관을 아름답게 만들어 줄 뿐 아니라 도시 환경과의 친밀감과 상징적인 장소로서의 랜드마크적 기능을 가지고 있다. 주거 단지 내 ‘공간 스토리텔링’은 공간과 주민 사이를 이야기로 연결해 주며, 공간의 스토리를 생성·촉진하는 역할을 한다.

본 연구의 목적은 주거 공간을 기반으로 공간 스토리텔링의 서비스 전달과정을 이론적으로 검토하고 적용해 보려하였다. 공간 스토리텔링 요인은 건축물 미술작품의 차별화를 가능하게 할 수 있고, 건축물의 경쟁우위를 점할 수 있게 할 것이다. 또한 이 요인이 주민들의 시설물에 대한 호감을 높이고, 구매의사로서까지 연결되는 과정을 설명할 수 있을 것으로 기대한다.

표제어: 건축물 미술작품, 공간 스토리텔링, 서비스 전달과정, 장소의 창조, 호감과 구매의사

접수일(2012년 9월 20일), 수정일(1차: 2012년 9월 27일), 게재확정일(2012년 9월 30일)

* 중앙대학교 일반대학원 문화예술경영학과 석사과정, nacomeda@naver.com

1. 서론

건축물 미술작품은 포괄적인 의미로 공공미술, 공공장소에 설치되는 미술을 의미한다. ‘문화체육관광부에서는 연면적 1만 제곱미터 이상 신·증축하는 일정한 용도의 건축물은 건축 비용의 일정 비율에 해당하는 금액을 회화, 조각, 공예 등 미술작품을 설치해야하는 의무를 가진 ‘건축물 미술장식 제도’를 시행해 왔고 최근 문화예술진흥법 개정으로 ‘건축물 미술작품 제도’로 명칭이 변경되었다. 이 제도를 의무적으로 시행하면서 관행적 작품설치, 리베이트(rebate), 사후관리 문제 등 지속적으로 문제가 제기 되어왔고 경제계의 규제 완화 요구로 2011. 5. 25 문화예술진흥법이 개정되었다. 이번 개정으로 명칭 뿐 아니라 건축물에 미술작품을 직접 설치하는 방법 대신 문화예술진흥기금에 납부할 수 있도록 선택권을 부여하면서 건축주의 의무이해를 다양화 하였다. 또 문화예술진흥법시행령 제37조에 따라 2014년 12월 31일까지 제도의 타당성을 검토하여 폐지, 완화 또는 유지 등의 조치를 하도록 되었다.

‘건축물 미술작품 제도’는 삭막해지기 쉬운 도시에서 도시민들에게는 시각적 즐거움과 심미적 안정감을 주고 예술가들에게는 생계유지를 위한 하나의 수단으로 활용되었다. 그러나 조형물이 건축물과 주변 환경과의 부조화를 이루거나 예술성을 고려하지 않은 채 오히려 경관을 저해하는 요소로 지적 되고 있다.

본 연구에서는 공간 스토리텔링 요인을 도입하여 공간과 조형물의 조화를 이룰 수 있는 방안을 모색하려한다. 스토리텔링을 통한 작품의 다양성 확보와 장소의 정체성 회복을 통해 건축물 미술작품 제도의 문제점을 보완하고 제도의 유지와 효과적 활용을 위한 대안을 제안하고자 한다.

2. 건축물 미술작품의 이론적 배경

2.1 건축물 미술작품설치 제도

문화체육관광부에서는 연면적 1만 제곱미터 이상 신·증축하는 일정한 용도의 건축물은 건축 비용의 일정 비율(1% 이하의 범위 안에서 대통령령으로 정함)에 해당하는 금액을 회화, 조각, 공예 등 미술작품을 설치해야하는 의무를 가진 ‘건축물 미술장식 제도’를 시행해 왔다. 건축물 미술장식 제도의 취지를 살펴보면 잇힌 전통과 다시금 관계를 맺으며 건축 내에서 예술과 밀접하게 통합하기 위한 예술적 목적과 개개인을 가장 최근 세대로부터 현대 예술과 접촉하게하기 위한 교육적 목적, 마지막으로 예술가들이 창조활동을 통해 생계를 유지하도록 돕기 위한 목적을 갖는다[22]. 그러나 기존 건축물 미술장식 제도는 관행적 작품설치, 리베이트(rebate), 사후관리 문제, 경제계의 규제 완화 요구 등 다양한 문제점이 지속적으로 제기 되었고 본래의 취지를 제대로 살리지 못하였다.

2011. 5. 25 문화예술진흥법이 개정되었고 ‘건축물 미술장식 제도’는 문화예술진흥법시행령 제37조에 따라 2014년 12월 31일까지 제도의 타당성을 검토하여 폐지, 완화 또는 유지 등의 조치를 하도록 되었다. 이번 개정 법률은 민간건축주에 대한 규제 완화 차원에서 건축주가 건물에 미술작품을 직접 설치하는 대신 문화예술진흥기금에 납부할 수 있도록 선택권을 부여하고 이렇게 납부된 기금으로 공공미술을 설치할 수 있도록 하였다(문화예술진흥법 제9조, 제17조, 제18조). 또한 그동안 많은 비판을 받아왔던 미술장식이라는 용어 대신 건축물에 대한 미술작품 설치로 제도의 명칭이 변경되었다.

건축물 미술작품 설치제도는 예술인들의 생계유지를 위한 중요한 수단이 되는 만큼 문제점을 보완하고 본래 취지를 살릴 수 있는 대안 제시가 필요하다.

2.2 주거단지 내 건축물 미술작품

경제성장과 더불어 삶의 질이 높아짐에 따라, 많은 사람들이 생활공간으로 주거단지 내 외부 공간에 관한 관심이 증대되고 있다[1]. 단순히 잠을 자고 생활하는 공간으로서의 집뿐만 아니라 주거단지 내의 영역도 삶의 질을 높이고 문화를 향유하는데 중요한 일부가 되고 있다.

우리나라도 경제가 성장하면서 단독주택의 주거형태에서 아파트, 오피스텔 등으로 변화되고 있다. 그러면서 거기에 속하게 되는 건축물의 미술작품의 수도 계속 늘어나고 있다[11]. 향후 주거형태가 주상복합 등으로 변화될 것으로 판단할 때 선택적 기금제 도입된 후에도 건축물의 미술작품 수는 지금처럼 계속 늘어나게 될 것으로 판단되지만 본래 취지를 살리기 위한 대안이 없는 현재의 상황에서 조각 작품의 수량만 늘어나게 될 가능성이 크다. 조형물이 흉물스럽다는 느낌을 주거나 주민들에게 외면당하지 않기 위해서는 주거공간의 특수성을 고려한 공간 연출이 필요하다. 주거단지는 특성상 주민들이 함께 이용하는 공간으로 주거동간의 교류에 유리하고, 소속감과 결속력을 높일 수 있는 구심점으로 작용할 수 있다 [12]. 이런 점에서 주거공간과 단지 내 시설물, 조형물과 조화의 가능성이 중요시되며 기존 주거 공간 내의 건축물 미술작품의 문제점 개선의 필요성이 제기되고 있다. 손병기(2010)는 주거 공간의 건축물 미술작품의 문제점으로 주변 환경과의 부조화, 예술적 인식이나 공간에 대한 이해부족, 낮은 가격 작품을 계약하거나 작가의 유명세로 조형물의 선택하는데 문제점이 있다고 지적하고 있다. 조형물을 설치할 때 예술적 인식이나 공간에 대한 이해 부족으로 장소에 대한 목적 없이 설치하고 특정 작가의 작품을 모방하거나 비슷비슷한 조형물을 찍어내는 것으로 전락하고 있다. 이에 대한 대안과 개선방안이 필요한 시점이다. 김종원(2005)은 개선방안으로 다수의 주민이 생활하는 공간임을 감안하여 주민이 원하는 욕구에 맞

게 작품을 설치하고 지역주민의 정서를 직·간접적으로 반영할 수 있는 작품과 작품 형태의 다양성, 야간경관에 대한 고려가 필요하다고 지적하였다. 그러나 주거공간을 설계할 때 입주민을 특성을 알고 미리 계획하는데 어려움이 있기 때문에 그 공간과 장소의 특성을 살릴 수 있는 설계를 하고 입주민이 향유할 수 있는 공간을 창조하는 것이 중요하다. 최근 장소성에 기반 하여 해당 지역만의 ‘단지서사’를 창출하려는 노력으로 공간과 스토리텔링을 결합하는 시도가 이루어지고 있다.

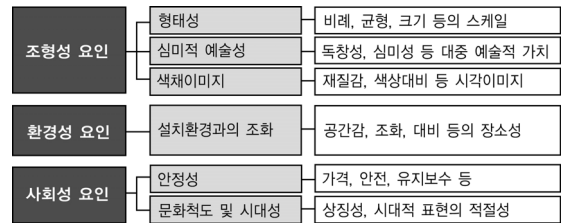


그림 1. 환경조형물 평가요소[17]

Fig. 1. Evaluation Element of Environmental Sculpture

기존의 환경조형물은 그림 1과 같이 조형성, 환경성, 사회성 요인에 의하여 평가 되어 왔다. 주제나 형태, 재료 선정 작품의 스케일, 색이나 조명 등 각각의 작품을 기준으로 평가 되는데 주거 공간 내에서의 조형물은 각각의 평가 요소와 더불어 한 공간 속에서 통합 될 수 있는 다른 평가 요인이 더 필요하다. 그 요인으로 공간 스토리텔링의 개념을 도입하려 한다.

3. 주거공간의 스토리텔링

3.1 스토리텔링

서사, 이야기, 스토리, 담론, 스토리텔링 등 다양한 ‘이야기’ 관련 개념들이 최근 문학뿐 아니라 산업, 일상, 디자인, 정보통신 영역에 사용되고 있다. 정보통신의 발달로 매체가 변화하고 있으며 이성보

다는 감성이 중시 되고, 이야기의 중요성 강조 되고 있다[24]. 이야기에는 사람들의 마음을 움직이고 설득할 수 있는 힘이 숨겨져 있다. 사람의 마음을 움직이거나 변화시키려면 이성보다는 감성에 호소해야 하는데, 이성적이고 논리적인 설명보다 감동적인 이야기가 사람의 마음을 움직이기 더 쉽기 때문이다.¹⁾

스토리텔링(storytelling)은 스토리(story)와 텔링(telling)을 결합한 용어로서 우리말로로는 ‘이야기하기’라고 옮길 수 있을 것이다. 본 연구에서는 ‘이야기’라는 개념보다 ‘스토리텔링(storytelling)’이란 개념을 사용할 것이다. 그 이유는 스토리텔링 개념이 이야기(story)와 멀티미디어적, 혹은 구술적 속성(tell), 상호작용으로서의 현재성(-ing)의 특성을 고루 포함하고 있어 정보통신의 발달로 새롭게 변모하고 있는 21세기의 이야기의 속성을 가장 잘 반영하고 있기 때문이다.²⁾

위와 같은 스토리텔링의 개념을 바탕으로 관광, 공간 등 각 분야 별로 그 개념이 확대 되고 있다.

3.2 주거공간 스토리텔링의 이론적 기초

주거공간에 스토리텔링 개념을 적용하기 위한 방법론은 유보적이라고 할 수 있다. 공간 스토리텔링의 개념조차도 합의된 상황이 아니기 때문이다. 다만 인문 지리학 또는 장소의 현상학의 영역에서 집적해온 철학적 사유는 주거 공간의 스토리텔링 개념을 이해하는데 유의미한 토대가 된다[4]. 크리스찬 노버그 쉘츠(Christian Norberg-Schulz)는 하이데거의 ‘실존적 토대(existential foothold)’ 개념을 빌려와 ‘거주(dwelling)’와 동의어로 놓고, 실존적 의미에서 ‘거주’는 건축의 궁극적인 목적이라고 했다. 인간이 스스로 환경 내에서 정위하고, 환경과 함께 정체화 될

때, 간단히 말해서 환경을 의미 있게 경험하게 될 때 거주하게 된다. 그러므로 거주는 ‘은신처(shelter)’ 이상의 것이라고 할 수 있다. 그렇다면, 건축의 목적은 ‘진정한 의미의 거주’를 실현 시키는 것으로 볼 수 있다. 그는 이를 위해 ‘장소의 혼(genius loci)’ 또는 장소의 정신(spirit of place)을 가시화시키는 건축이 필요하다는 데까지 나아간다.³⁾ 인간이 스스로의 정체성을 자각할 때, 필수적으로 장소의 정체성에 대한 인식을 전제하게 된다. 그렇게 보면, ‘장소의 혼’은 특정 공간이 시간의 흐름 속에서 개인적 삶과 경험들을 수용해 유의미한 장소가 될 때, 그것이 내용적 본질을 일컫는 말이 된다. 공간에 역사성을 담지 하는 ‘장소의 혼’은 이야기를 통해 구체화 되고 공간 스토리텔링의 기본적인 방향이 암시되어 있다[14].

3.3 공간 스토리텔링 요인 추출

최근 공간 스토리텔링은 도시 환경개선, 주거·건축, 전시 구성, 테마파크, 지역 관광 개발 특성화 작업 등 다양한 영역에서 활용되고 있다.

공간 스토리텔링을 적용하는 주된 이유로는 장소 또는 지역의 정체성을 이끌어 내기 위한 요소 사용하고 장소에 의미를 부여하며 공간의 테마화 작업을 통해 공간의 서사를 만들어 내기 위함이다. 모든 문화의 바탕에는 이야기, 즉 스토리텔링이 자리하고 있다. 이 스토리텔링이라는 감성적 요소가 공감대를 이끌어 내고 서로 소통하는 가장 효과적인 방법으로 활용되고 있는 것이다.

4. 호감과 구매의사

이미지란 ‘어떤 대상에 대한 자극을 수용자가 인지적 요소와 감성적 요소를 포함한 지각으로 형성하는

1) 조태남, 『문화콘텐츠와 스토리텔링』, 경남대학교 출판부, 2008, p. 18.

2) 최혜실, 『테마파크의 스토리텔링』, 글누림, 2008, p. 17.

3) Christian Norberg-Schulz, Genius Loci, 민경호 외 역, 『장소의 혼』, 태림문화사, 2001, p. 6.

표 1. 공간 스토리텔링 요소 선행연구

Tab. 1. Literature Review on the Space Storytelling Elements

분류	연구자	측정항목 도출
도시	김영순, 임지혜(2008)	장소성, 테마화, 정체성, 안정감, 체험성
	이주명(2010)	상징화, 랜드마크, 상징성, 정체성, 장소감 특정성/구조성/의미성
주거·건축	김세익, 최혜실(2010)	장소감, 가시화, 의미성, 장소성, 브랜드 가치, 특성화, 체성, 테마화, 랜드마크
	김세익, 최혜실(2011)	상징화(상징성), 장소성, 랜드마크, 정체성, 공간성
전시	이정재, 박민하(2010)	장소성, 테마, 이야기 부여, 공간구성
	안승범, 최혜실(2011)	시각화, 의미부여, 서사성, 개연성, 인과성
테마파크	안승범, 최혜실(2010)	지역 정체성, 장소감, 상호작용, 가시화, 유대감, 브랜드 가치, 랜드마크
	최혜실(2008)	장소성 혹은 장소감, 장소정체성, 의미/경험, 인지, 상징화
	안승범, 최혜실(2012)	장소감, 정체성, 시간성, 인과성, 공간화, 교육, 브랜드화, 동선의 체계화, 공간의 맥락화, 이야기 공간화 자유감/일탈감/오락감/지적 만족감/효능감/휴식감/모험감
관광	김영순, 임지혜(2008)	장소 정체성, 서사성(서사적 공간, 스토리)
	정경운(2011)	장소감, 장소성, 의미부여, 문화 공간, 변별성
	김영순(2010)	의미화, 장소성, 소통, 서사화, 체험, 연속성, 하이퍼텍스트성, 상호작용, 정체성
	김혜진, 최규환(2010)	공감, 어울림, 고유성, 이해용이, 감성, 교육, 정보, 매력성, 흥미성

것으로 연속되는 상호작용'이라고 할 수 있다. 즉 이미지는 비언어적 측면에서 매우 중요한 커뮤니케이션 능력에 커다란 영향력을 미친다[2].

좋은 이미지가 호감을 형성하는데 중요한 요인이 되고 이러한 호감이 평가자의 판단과 행위에 있어서 큰 영향을 미치는 요인이 될 수 있다[10].

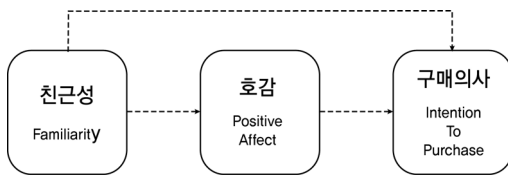


그림 2. 제품에 대한 호감도와 구매의사 간의 개념 모델
Fig. 2. Concept Model between Buying Behavior and Favorance to Product

호감에 대한 명확한 정의는 이루어지지 않았으며, 기존연구에서 일반적으로 “좋아하는 정도”로 받아들이고 연구에 활용되고 있다. 본 연구에서도 마찬가지로 호감을 “좋아하는 정도”로 정의하고 건축물 미술작품의 공간 스토리텔링 요인이 시설물 호감도에

미치는 영향과 거기에 따른 입주인들의 구매의사에 미치는 영향을 알아보고자 한다.

건축물 미술작품의 공간 스토리텔링 요인에 대한 호감과 구매의사 사이의 관계 설명하기 위해 FPA호감공식(familiar F-P-A formulation)을 사용하려 한다. ‘F’는 ‘해당 특성’을, ‘P’는 ‘인지’를, ‘A’는 해당 특성과 해당 특성의 인지에 의해 결정되는 영향을 상징한다[18]. 따라서 긍정적 영향과 구매의사 사이에는 매우 직접적인 연관이 있을 것이라는 전제하에 건축물 미술작품의 공간 스토리텔링 요인이 시설물 호감과 구매의사에 미치는 영향을 알아보고자 한다.

5. 연구모형 및 분석방법

본 연구는 기존에 환경조형물 평가 요인 조형성, 환경성, 사회성 요인에 공간 스토리텔링 요인을 더하여 12개 인자 47변수 요인을 환경조형물이 설치된 주거 공간 주민들을 대상으로 설문을 통해 분석하고자 한다.

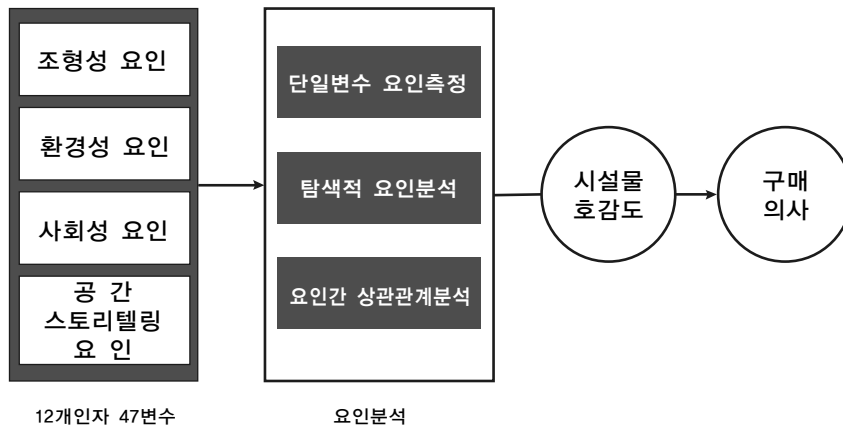


그림 3. 평가 모형
Fig. 3. Research Model

선행연구에 의해 추출된 요인에 대한 설문항목을 개발하고 개발된 설문은 조형물이 설치된 아파트 주민들을 대상으로 5점 척도로 구성하여 개별변수들에 대해서 해석하고 요인 간 묶여지는지에 대한 탐색적 요인분석을 하고자한다.

6. 기대효과

주거 단지 내에 공간 스토리텔링을 통해 단지 서사를 창출함으로써 입주민들에게는 아파트 외부환경과 시설물에 대한 호감도를 높이고 공동체 의식과 소속감을 높여줄 것으로 기대된다. 예술가를 위한 측면으로는 공간을 스토리텔링화 할 때 이야기와 개연성에 따라 더 많은 조형물이 필요할 것으로 예상되며, 그러려면 유명작가의 비싼 1~2점의 작품 보다 신진작가에게 더 많은 기회를 줄 수 있어 신진작가 육성 및 생계유지에 도움이 될 것으로 기대된다. 마지막으로 스토리텔링을 통해 아파트와 조형물의 유기성이 더 높아질 것으로 예상되며 이는 주거 공간에 대한 호감도와 구매의사까지 높일 수 있을 것으로 기대된다.

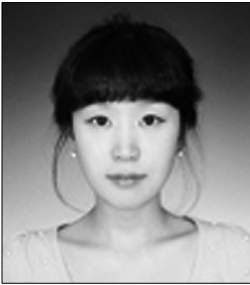
공간 스토리텔링 요인을 통해 건축물 미술작품 제도의 문제점을 보완하고 효과적으로 조형물을 활용하는 방안이 될 것으로 예상된다.

참고 문헌

[국내 문헌]

- [1] 김동찬, 김신원, 최주현 (2009), “아파트단지 진입 공간의 환경조형물에 관한 연구: 서울시 “살기 좋은 아파트 상”을 수상한 단지를 대상으로”, 한국디자인문화학회지, 15(3), 28-36.
- [2] 김명기 (2005), 희소성 메시지와 쇼핑호스트에 대한 호감도가 수용자의 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: TV홈쇼핑을 중심으로, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문.
- [3] 김세익, 최혜실 (2011), “공간스토리텔링과 인문건축: 서울역 북부역세권 스토리텔링 작업을 중심으로”, 세계한국어문학 6, 15-52.
- [4] 김세익, 최혜실 (2010), “주거공간의 스토리텔링 적용에 관한 연구: 일산 위시티 블루밍 테마화 작업을 중심으로”, 인문콘텐츠, 19, 61-85.
- [5] 김영순 (2010), “공간 텍스트의 사회문화적 재구성 과 공간 스토리텔링”, 인문콘텐츠, 19, 35-59.
- [6] 김영순, 임지혜 (2008), “텍스트로서 “춘천”의 공간 스토리텔링 전략”, 언어과학연구, 44, 233-256.
- [7] 김영순, 정미강 (2008), “공간 텍스트로서 “도시”의 스토리텔링 과정 연구”, 텍스트언어학, 24,

- 167-192.
- [8] 김종원 (2005), “공공주택단지 미술장식품 개선 방안 연구”, 서울시립대 대학원, 석사학위논문.
- [9] 김혜진, 최규환 (2010), “관광 스토리텔링의 구성 요소에 따른 시장세분화와 관광목적지 매력지각과의 관계 연구”, 산업혁신연구, 26(2), 199-224.
- [10] 김홍준 (2012), “상사-부하 적합성 인식과 성과 평가와의 관계”, 서울대학교 대학원 경영학과 경영학 전공, 석사학위논문.
- [11] 박혜림 (2012), 서울시 건축물 미술장식품 현황 및 특징 분석 연구: 2007~2009년 설치된 조각 작품을 중심으로, 경희대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- [12] 손병기 (2010), 공동주택 단지 내 환경조형물 설계의 경향성연구: 대구 달서구 S 아파트 환경조형물 중심으로, 영남대학교 대학원, 석사학위논문.
- [13] 이주명 (2010), “도시재생사업의 공간스토리텔링에 관한 연구: 광화문광장의 세종이야기, 충무공이야기를 중심으로”, 중앙대학교 예술대학원, 석사학위논문.
- [14] 안승범, 최혜실 (2010), “공간 스토리텔링을 적용한 테마파크 기획 연구”, 인문콘텐츠, 17, 279-303.
- [15] 안승범, 최혜실 (2011), “시각 배제 전시회의 스토리텔링과 그 가능성”, 인문콘텐츠, 23, 191-228.
- [16] 안승범, 최혜실 (2012), “‘뽀띠 프랑스’의 스토리텔링 전략에 관한 연구”, 외국문학연구, 45, 205-228.
- [17] 윤기환 (2005), “환경조형물 평가시스템에 관한 연구”, 청주대학교 대학원, 박사학위논문.
- [18] 송은주 (2003), “제품색채에 대한 친밀감이 소비자의 호감도와 구매 욕구에 미치는 영향”, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- [19] 이정재, 박민하 (2010), “<이승복 기념관>의 공간 스토리텔링을 통해 본 반공이데올로기 전시 구현”, 통일인문학논총, 50, 233-276.
- [20] 이주명 (2010), “도시재생사업의 공간스토리텔링에 관한 연구: 광화문광장의 세종이야기”, 충무공이 야기를 중심으로, 중앙대학교 예술대학원, 석사학위논문.
- [21] 정경운 (2011), “지리산 공간 스토리텔링”, 南道文化研究, 20, 193-211.
- [22] 전여진 (2009), “건축물 미술장식품 실태분석을 통한 건축적 평가 요인 선(20)정 및 타당성 연구”, 부경대학교 대학원, 박사학위논문.
- [23] 조태남 (2008), 『문화콘텐츠와 스토리텔링』, 경남대학교 출판부.
- [24] 최혜실 (2008), 『테마파크의 스토리텔링』, 글누림.
- [25] 최혜실 (2008), “스토리텔링의 이론 정립을 위한 시론: 공간 스토리텔링으로서의 테마파크 스토리텔링”, 국어국문학, 149, 685-704.
- [26] Christian Norberg-Schulz, Genius Loci, 민경호 외 역 (2001), 『장소의 혼』, 태림문화사.



김 미 영 (Mi Young, Kim)

현재 중앙대학교 문화예술대학원 석사과정에 재학 중이다. 주요 관심분야는 공공미술, 도시재생, 공간 스토리텔링을 통한 공간 연구이다.

Study on the Influencing Factors about Purchase and Service Delivery Process of Artistic Structure

Mi Young Kim*

ABSTRACT

Part of public arts, environmental sculpture not only enhance the beauty of a building, but also a landmark having intimate values with the city environment and symbolic meanings. 'Space storytelling' is not only a connecting bridge between the space and human, but also plays a role in promoting creation of story like a catalyst. Storytelling is expanding to many related industries and one of which is artistic structure, and the storytelling of residential space is getting widely applied to establish the competitive superiority.

The purpose of this study involves logically examination the service deliver process of space storytelling based on the residential space. And this study expected to research the influencing factors about purchase and service delivery process of artistic structure.

Keywords: Artistic Structure, Space Storytelling, Service Delivery Process, Creative of Place, the Friendly and Purchasing Desires

* The Master's course student in Culture and Arts Graduate School of Joongang University, nacomeda@naver.com