



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

工學博士學位論文

복합도시건축의 교외성(郊外性) 연구

Architectural Suburbanity  
in the Urban Commercial Complexes

2012년 8월

서울대학교 대학원  
건축학과  
홍 지 학

공학박사학위논문

복합도시건축의 교외성(郊外性) 연구

Architectural Suburbanity  
in the Urban Commercial Complexes

2012년 8월

서울대학교 대학원  
건축학과  
홍지학

## 국문초록

# 복합도시건축의 교외성(郊外性) 연구

서울대학교 大學院 建築學科 洪志學  
指導教授 金光鉉

본 연구는 현대의 대도시 공간 환경을 둘러싸고 발생하는 일련의 현상들에 대해서 건축의 교외성으로 규명하려는 것을 목적으로 한다. 이를 위해, 우선 교외라는 장소적 조건이 건축적으로 지니는 의미를 어떻게 규정해야하는지 살펴보고, 이를 바탕으로 교외의 조건이 생산한 건축유형인 교외쇼핑센터의 실험과정을 분석하여 건축의 교외성 개념을 정립하였다. 그리고, 교외쇼핑센터의 건축 유형이 교외의 특수한 조건에서만 기능했던 것이 아니라, 소비 문화를 통해서 하나의 계보를 이루며 그 연속선 상에 복합도시건축이라는 도시적 유형으로 잔존하면서, 도시 내부에 교외성이라는 현대 도시의 특징적 현상들을 드러내고 있음을 살펴보았다.

이상과 같은 목적과 방법 아래 수행된 연구는 다음과 같은 사실들을 결론으로 도출할 수 있었다.

우선, 도시사회학에서 다루는 교외론의 검토를 통해서 교외를 성립시키는 조건들을 정리할 수 있었다. 근대 사회의 대중소비문화와 모빌리티기술의 발전을 배경으로 생산된 교외는 전통적인 도시와 근본적인 차이점을 지닌다. 교외는 장소를



상품화시켜 추상적인 정보로 환원하여 비교와 거래가 가능하도록 하였으며, 교외의 라이프스타일을 이미지화하여 대중적으로 통용이 가능한 소비의 대상으로 변화시켰다. 이는 교외의 건축이 전통적인 도시의 논리와 본질적으로 차이를 지니게 되는 요인으로 작용한다. 여기에는 기술과 문화적인 배경이 복합적으로 영향을 준다. 모빌리티기술은 거주지의 확산으로 균질한 비장소적 공간 환경을 교외에 형성시키는 요인으로 작용하며, 대중소비문화는 소비를 통해 교외인의 정체성을 구축하는 역할을 했다. 이처럼 교외화는 장소와 비장소의 경계에서 발생한 문제였다. 이를 통해서, 교외를 성립시키는 것은 전통적인 도시 형성의 주요한 요인들이 부재하면서 발생하는 상황이라고 정리할 수 있다. 부재의 요소는 세 가지로 나누어 살펴볼 수 있는데, 첫째로, 교외는 도시의 다양성을 수용하는 광장이나 시민공간(civic space)과 같은 밀집공간을 결여하고 있다. 그리고, 저밀도로 확산된 공간 구조를 지니는 교외는 인프라스트럭처로 연결되는 모빌리티에 공간의 경험을 의존하게 되면서, 공간 소통의 원칙인 근접성이 약화된다. 마지막으로, 교외는 도시로의 접근성과 거주자의 경제력이라는 추상적인 정보에 따라 모여서 형성된 사회이기 때문에, 공동체의 기반을 이루는 역사, 문화가 결여되어있다. 이는 장소성을 만드는 맥락이 부재한 채로 사회가 먼저 형성된다는 전복된 상황을 이끈다.

교외는 근대 문화의 영향을 온전하게 담고 있는 새로운 장소로서 중요성을 띄는 동시에, 대중이 소구하는 공간의 형식에도 변화를 가져왔다. 특히, 교외화는 공공공간과 소비공간을 도시에서 드러나던 형식으로부터 변형하여 ‘집합소비공간’이라는 새로운 양태를 이끌었다. ‘집합소비공간’은 교외인의 정체성을 규정하는 라이프스타일에 적합한 이상적 환경으로 존재하는 것이었는데, 교외쇼핑센터는 이러한 ‘집합소비공간’이 건축화되어 성립된 시설로서 의미를 지닌다. 여기에는 20세기 중반, 전후의 미국 교외쇼핑센터가 정통적인 모더니즘 건축의 계보로부터 벗어나서, 경제성과 대중성을 주요한 가치로 내건 건축유형이라는 특성이 중요하게 관찰된다. 이러한 교외쇼핑센터를 통해 드러나는 건축의 교외성은 교외를 성립시킨 부재의 도시 요소들인 ‘도시의 밀집공간’, ‘지역의 토대를 이루는 맥락’, 그리고 ‘근접성을 기반으로 하는 소통공간’에 대한 건축적 해결책을 구축해가는 과정에서 형성되었다.

이에 따라, 건축의 교외성은 다음과 같은 교외 건축의 언어들을 통해 규정된다. 우선, 교외쇼핑센터의 물 공간이 도시의 다양성을 수용하는 밀집공간의 역할을 수행하면서, 물은 교외의 중심적 장소로 조성되었고, 이를 위해, 외부 환경의 조건으로부터 거리를 두는 ‘내향적 체계’를 띄게 되었다. 또한, 물류와 쇼핑객의 이동을 담지하는 모빌리티가 공간 경험의 주체로 중요하게 부각되면서, 교외쇼핑센터는 공간의 소통에 있어서 근접성의 역할을 약화시켰다. 이는 장소의 경험이 인프라스트럭처로 조직되는 네트워크에 의존하는 ‘연결성의 소통’에 따라 디자인되었음을 의미한다. 그리고, 교외쇼핑센터의 물은 교외의 사회가 요구하는 이미지가 투사되는 장소의 역할을 했다. 물을 통해 교외쇼핑센터가 표상했던 바는 점차 커뮤니티의 공동체에 이바지하는 공공적 삶의 장소로부터 소비행위로 동질의식을 공유하는 대중을 위한 집합소비공간으로 변모하는 과정을 보여준다. 즉, 장소를 만드는데 영향을 미치는 문화적 역사적 맥락이 부재하는 교외에서 건축은 표상을 통해 인공적으로 ‘장소를 모사’하는 성격을 지닌다.

교외쇼핑센터를 통해 형성된 교외성이 대도시 공간 환경에 전이되는 과정에는 70년대 다운타운의 교외화 현상과 라스베가스 건축이 과도기적 단계로서 존재했다. 도심의 다운타운은 대형 건축물의 아트리움과 인공가로체계를 통해 외부 도시와 분리된 멸균된 소비 공간을 조직하였다. 이는 소비에 최적화되어 도시인들이 이상적이라고 여겼던 교외의 공공공간을 도시화시키는 역할을 했다. 그리고, 경험 경제의 영향을 받은 라스베가스의 복합상업시설은 교외쇼핑센터의 건축 유형에 엔터테인먼트와 레저의 요소를 강화하며 형성되었다. 이때, 복합상업시설은 테마파크의 디자인 수법과 브랜드 아이덴티티를 통해 내부의 스펙타클을 강화하면서, 고밀도의 도시 환경에 적합한 건축 유형으로 교외쇼핑센터를 변용해 나아갔다. 이러한 사실들은 복합도시건축이 대중성과 경제성의 원리에 기반하는 건축 유형인 교외쇼핑센터의 계보 위에 연속된 과정으로 존재한다는 것을 의미한다.

복합도시건축은 교외쇼핑센터와의 유형적 동질성을 통해 대도시 공간 환경에서 교외성을 발현한다. 이 유형적 동질성은 ‘내향적 체계’, ‘연결성의 소통’, ‘장소의 모사’와 같은 교외건축의 언어들을 공유하면서 형성되었다. ‘내향적 체계’는 복합도시건축을 자체적으로 완결된 도시 단위로 만들어서 주변의 공간을 배제하는 태

도를 보인다. 이는 외부의 도시를 타자로 다루는 현상으로서 복합도시건축이 외부에 대해 지니는 부정적 태도를 표출한다. 공간의 경험에 있어서는 두 가지 의미 있는 현상이 발견된다. 하나는 도시의 경험이 신체적인 근접함을 통한 이해보다는 인프라스트럭처, 기호, 그래픽과 같은 미디어를 통해 매개되는 특성을 띤다. 즉, 공간의 구조를 인식하기 위해서 추상적으로 환원된 정보를 독해하는 과정이 소요된다. 그리고, 고밀도 개발을 통한 효율적 공간 사용이 요구되는 복합도시건축은 인프라스트럭처에 의존한 도시 경험을 생성한다. 이와 같이, 복합도시건축은 경험에 있어서 신체적, 물리적 측면을 약화시키고, ‘연결성의 소통’을 강화시킨다. 한편, 복합도시건축은 인공적으로 도시를 만들고, 경험을 소비할 수 있는 환경을 조성하기 위해서 특정한 테마에 따라서 인공적으로 장소의 분위기를 만들어간다. 이때, 동원되는 테마는 대중적으로 소구되는 경제성을 지니는 이미지에 국한되어 맥락과 무관한 시각적 수단으로 소비된다. 테마와 이미지를 통해 인공적으로 장소의 내러티브를 만드는 것은 복합도시건축이 외부 도시와 분리된 자율적 세계에 해당된다는 것을 인지시키려는 목적을 지닌다.

이와 같이, 건축의 교외성은 모빌리티의 변화에 따른 도시의 소통과 소비 문화가 도시 조직의 논리로 작용하는 사회상에서 기인한 것으로 규정된다. 따라서, 건축의 교외성은 교외라는 특정한 지역적 조건에 국한되지 않고, 보편적인 대도시의 공간 환경을 설명하기 위한 개념으로서 가능성을 내재하고 있다. 이 가능성은 교외와 도시의 맥락에서 교외성이 지니는 지향점의 차이로부터 명확해진다. 교외쇼핑센터가 지닌 교외성은 도시 요소의 부재에 대한 건축적 대응에서 비롯되어, 교외의 상대적인 개념으로 존재하는 도시를 모사하는 것을 근본적인 원리로 지닌다. 도시의 모사는 ‘몰’이라는 교외쇼핑센터의 특징적인 건축 요소를 기반으로 도시의 밀집환경을 모사하는 동시에, 도시의 환경이 지닌 예측불가능한 위험 요소를 배제하여, 안전하게 보호받는 쾌적한 공간 환경을 만들려고 했다. 이는 교외쇼핑센터가 현실의 도시를 모델로 이상적인 도시 공간을 만들기 위해 선택적으로 재현하는 태도였다. 따라서, 교외쇼핑센터는 교외 속에 도시를 이상화하여 재현하는 역할을 했기 때문에, 본 연구에서는 이를 ‘교외-도시성’이라고 정의하였다.

‘교외-도시성’이 도시의 모사라는 동일화의 논리로 작동하였다면, 복합도시건축

의 교외성은 외부 도시와 무관한 자율성을 지니는 내부 도시를 조성하기 위해 교외의 건축 언어가 활용되었다. 즉, 복합도시건축의 영역에 포함되지 않는 외부 도시를 배제하며 교외의 소비 공간이 지닌 균질하고 안전한 장소 감각을 보편화시켜 유사-도시를 형성한다. 이처럼, 복합도시건축의 ‘도시-교외성’은 외부를 타자적 영역으로 두고 배타적인 내부를 만드는 차이의 논리를 따른다. 교외쇼핑센터가 도시를 이상적으로 재현했다면, 복합도시건축은 교외를 다시 도시성이 이상적으로 집약된 원(原)도시 모델로 보고 이를 다시 도시로 전이하는 역할을 한다. 즉, ‘교외-도시성’과 ‘도시-교외성’은 교외와 도시 사이에서 상호 참조하는 순환의 개념 관계를 지닌다. 그 참조의 과정은 결국 소비사회의 도시 공간 모델을 생성하기 위해 이상화와 정제의 과정을 반복한다.

건축의 교외성이라는 주제는 현대적인 도시건축을 생성하기 위해 도시와 교외의 상호 관계 속에서 구축되는 것이라고 정리할 수 있다. 이것이 궁극적으로 중요성을 지닌다고 본 연구가 다루고 있는 이유는 교외와 도시의 상호 관계 속에서 현대 도시건축론에서 중요하게 다루는 이슈들인 역사, 내부도시, 공공영역의 재설정 문제가 드러나고 있기 때문이다.

본 연구가 의도한 바는 교외와 도시의 이분적 구도를 정립하여, 이를 도시건축론을 사고하는 하나의 개념틀로 구체화시키기 위한 것이었다. 그 이유는 소비 문화, 모빌리티, 공공성과 같은 현대도시의 주요한 문제들이 교외와 도시의 구도 속에 내재된 바가 있다고 판단했기 때문이다. 일반적으로 건축의 교외성에 대한 논의가 본격화되지 않은 상황에서 이 문제를 선명하게 드러내기 위해서, 본 연구에서는 이를 대규모 복합화된 상업시설에 한정하여 진행했다. 하지만, 건축의 교외성은 현대 도시 문화의 전반에 영향을 미치고 있는 문제로 확장될 수 있는 가능성을 지니고 있다는 점을 고려할 때, 주거 커뮤니티, 공공건축, 교통시설과 같은 도시건축의 여타 유형들에 대한 후속 연구가 이루어질 필요가 있다.<sup>1)</sup>

---

主要語: 교외, 건축의 교외성, 복합도시건축, 교외쇼핑센터, 소비 공간, 도시 모사  
學 番: 2007-30165

# 목 차

국문초록 .....	i
목차 .....	vi
그림차례 .....	x
표차례 .....	xiii

## 제1장 서 론

1.1. 연구의 배경과 목적 .....	1
1.1.1. 도시건축의 ‘郊外性’문제 .....	1
1.1.2. 교외쇼핑센터: 소비사회의 시설 .....	3
1.2. 연구의 대상과 방법 .....	7
1.3. 기존 연구의 고찰 .....	11

## 제2장 교외의 성립 조건

2.1. 교외론의 검토 .....	15
2.1.1. 교외의 정의 문제 .....	15
(1) 어원을 통한 개념 정의 .....	15
(2) 교외의 형성 과정을 통한 개념 정의 .....	17
2.1.2. 현대 도시와 교외 문제 .....	20
2.1.3. 상품의 교외론 .....	24
2.1.4. 이미지의 교외론 .....	27
2.2. 교외 성립의 기술적 배경 .....	31
2.2.1. 모빌리티 기술의 영향 .....	31
2.2.2. 모빌리티에 의한 장소 균질화 .....	35
(1) 장소 형성의 우연성 .....	36
(2) 근접함(propinquity)의 소거 .....	37
2.3. 교외 성립의 문화적 배경 .....	41

2.3.1. 소비문화의 영향 .....	41
(1) 사회 재건의 이데올로기 .....	41
(2) 소비문화의 프로파간다 .....	43
2.3.2. 교외의 정체성을 부여하는 소비문화 .....	45
(1) 소비문화의 획일성 비판 .....	46
(2) 소비문화와 정체성 .....	47
2.4. 교외: 도시 요소의 부재(不在) .....	51

### 제3장 교외쇼핑센터의 교외성

3.1. 교외의 소비공간 .....	55
3.1.1. 교외 소비공간의 형성 .....	56
(1) 교외화된 공공공간 .....	58
(2) 교외화된 소비공간 .....	60
(3) 교외 소비공간의 이중 체계 .....	62
3.1.2. 집합소비공간의 조건 .....	63
(1) 판매 방식의 변화 .....	63
(2) 상점의 표준화 .....	67
(3) 공공공간의 내부화 .....	71
(4) 집합소비공간의 조건 .....	74
3.1.3. 도시적 소비공간으로서 교외쇼핑센터 .....	75
3.2. 교외쇼핑센터 분석의 프레임 .....	78
3.2.1. 교외쇼핑센터 계획의 기준 .....	78
(1) 실무자의 관점 .....	78
(2) 연구자의 관점 .....	81
(3) 대중매체의 관점 .....	84
3.2.2. 교외쇼핑센터의 구성 층위 .....	87
3.3. 교외쇼핑센터의 교외성 .....	91
3.3.1. 건물의 층위 .....	93
(1) 소비공간의 균질한 집합 .....	93

(2) 소비공간과 공공공간의 절충 .....	97
(3) 몰(mall): 밀집공간의 모사 .....	100
3.3.2. 인프라스트럭처의 층위 .....	107
(1) 커뮤니티와의 연계성 .....	108
(2) 보행 시퀀스의 보전: store-to-street 개념 폐기 .....	111
(3) 공간의 주체가 되는 모빌리티: car-to-store 개념 포용 .....	114
3.3.3. 표상의 층위 .....	120
(1) 대중적 이미지로서 노스텔지어 .....	120
(2) 코트(court): 빌리지그린의 이상 .....	123
(3) 몰(mall): 도시 가로의 모사 .....	129
3.4. 도시 요소의 부재와 교외성 .....	136
3.4.1. 밀집공간의 부재: 내향적 체계 .....	137
3.4.2. 근접성의 부재: 연결성의 소통 .....	138
3.4.3. 맥락의 부재: 장소의 모사 .....	140
3.5. 소결 .....	143

## 제4장 복합도시건축의 교외성

4.1. 복합상업시설: 교외건축의 변용 .....	145
4.1.1. 다운타운의 교외화 .....	146
(1) 아트리움: 교외 공간의 이미지 .....	146
(2) 인공가로체계: 안전하고 정제된 환경 .....	154
4.1.2. 라스베가스의 복합상업시설 .....	160
(1) 테마화된 소비공간과 상업적 스펙타클 .....	162
(2) 교외쇼핑센터의 엔터테인먼트 기능 강화 .....	165
4.2. 복합도시건축의 형성 .....	169
4.2.1. 도시 개발 수단으로서 복합도시건축 .....	169
(1) 도시계획의 어젠다 .....	170
(2) 도시재생의 프로젝트 .....	173
4.2.2. 복합도시건축의 공간 언어 .....	176

(1) 연속적 실내(continuous interior) .....	178
(2) 공공적 내부공간(public interior space) .....	179
(3) 공공의 방(public room) .....	181
4.3. 복합도시건축의 교외성 .....	184
4.3.1. 건물의 층위: 내향적 체계 .....	184
(1) 단지 내부의 공공공간 .....	184
(2) 단지 외부의 경계공간 .....	196
4.3.2. 인프라스트럭처의 층위: 연결성의 소통 .....	205
(1) 기호의 독해를 통한 정위(定位) .....	205
(2) 인프라스트럭처에 기반하는 경험 공간 .....	210
4.3.3. 표상의 층위: 장소의 모사 .....	217
(1) 도시의 모사 .....	217
(2) 자연의 모사 .....	222
(3) 경험의 연출 .....	224
4.4. 소결 .....	228

## 제5장 교외성과 도시성의 도시건축론

5.1. 교외-도시성: 도시의 재현 .....	232
5.2. 도시-교외성: 표준적 장소 .....	241
5.3. 도시와 교외의 관계 속에 형성되는 도시건축 .....	253

## 제6장 결 론

참고문헌 .....	265
ABSTRACT .....	280



## 그림 차례

그림 1-1 연구의 흐름도 .....	10
그림 2-1 영국 교외빌라를 모방한 초기 교외 루엘린파크 / 자동차와 함께 대중화된 레빗타운 .....	19
그림 2-2 교외의 장소가 취급되는 방식을 보여주는 교외주택정보 .....	25
그림 2-3 교외주택정보지의 정보 구성 구조 .....	25
그림 2-4 교외의 장소감각을 형성시키는 상품화된 공간의 의미 구조 .....	26
그림 2-5 교외생활의 시나리오로 제공하는 라이프스타일의 이미지 .....	27
그림 2-6 가우디를 모사한 교외쇼핑센터와 미국을 이미지로 차용한 일본의 워싱턴마을 .....	30
그림 2-7 Federal Highway Act로 건설된 고속도로(1954년)와 교외 자동차 광고 .....	32
그림 2-8 1939년 뉴욕월드페어에 출품된 이상적인 도시계획안. ....	35
그림 2-9 일본 교외 주택 광고에서 강조되는 장소 감각 .....	37
그림 2-10 근접함이 소거된 현대도시의 비-장소인 두바이 쇼핑몰과 판크라스 철도역 .....	39
그림 2-11 공산품으로 채워진 교외 주택의 일상. “Designed For Better Living” .....	42
그림 2-12 장소와 비장소의 경계에 존재하는 교외 .....	49
그림 2-13 교외의 성립 조건 .....	52
그림 2-14 교외를 형성하는 부재의 도시 요소 .....	53
그림 3-1 마켓스퀘어의 전형적인 상점 평면과 뉴욕 상점-주거 건축의 외관, 1937년 .....	64
그림 3-2 Piggly Wiggly의 셀프서비스 평면 .....	67
그림 3-3 'Drafting and Design Problems': 커뮤니티 쇼핑몰의 디자인 문제 .....	69
그림 3-4 초기 로드사이드 프랜차이즈, 1955년 .....	70
그림 3-5 광역쇼핑센터를 위한 테넌트 위계별 임대료 산정표 .....	71
그림 3-6 상업건축의 내부의 오픈스페이스. Bon Marche와 Marshall Field Store .....	72
그림 3-7 교외쇼핑센터 구성 층위와 집합소비공간의 이중 체계와의 관계 다이어그램 .....	89
그림 3-8 Country Club Plaza 단지 배치도, 1923 .....	94
그림 3-9 웨스트체스터 쇼핑몰 단지 배치도 .....	95
그림 3-10 웨스트코버나 커뮤니티 쇼핑몰의 배치도 .....	97
그림 3-11 윌로우런 커뮤니티 센터 .....	98
그림 3-12 노스랜드쇼핑센터: 테넌트의 위계 단계에 따라 발생하는 흐름 .....	99
그림 3-13 앵커테넌트의 배치에 따른 쇼핑몰 흐름 계획 스터디 .....	101
그림 3-14 더블 앵커 테넌트를 지닌 쇼퍼스월드(Shoppers' World)의 덤벨형 평면 .....	102
그림 3-15 쇼퍼스월드의 복층 아케이드를 지닌 몰 공간 .....	103
그림 3-16 노스게이트 쇼핑몰: 개장 초기의 몰 공간 / 2층으로 확장된 몰 공간 .....	104
그림 3-17 노스게이트 쇼핑몰의 몰공간 개념 다이어그램 .....	105
그림 3-18 교외의 '세포조직(tissue)' 패턴의 구조 속에서 인프라스트럭처와 노스랜드 쇼핑몰 .....	107

그림 3-19	클라렌스 슈타인, "Store Buildings and Neighborhood Shopping Center" .....	109
그림 3-20	빅터 그루엔 194X 쇼핑센터 프로젝트 .....	111
그림 3-21	클라렌스 슈타인의 "enclave" 스티다: 휘티어대로 쇼핑센터 / 톰슨대로 쇼핑센터 .....	112
그림 3-22	하이랜드파크빌리지의 배치도, 1931년 .....	114
그림 3-23	하이랜드파크빌리지의 전경 사진, 1931년 .....	114
그림 3-24	린다비스타 쇼핑센터의 전체 구성 다이어그램, 1944 .....	116
그림 3-25	모빌리티와 분리된 쇼핑센터 내부: Old Orchard Shopping Center / Midtown Plaza ..	117
그림 3-26	고속도로 인터체인지와 연결된 노스쇼어 쇼핑센터 배치도 .....	118
그림 3-27	노스랜드 쇼핑센터: 교통처리계획도 / 물류처리 계획도면 .....	119
그림 3-28	쉐이커하이츠 커뮤니티의 Van Sweringen 타워와 셰이커 스퀘어 쇼핑센터 .....	122
그림 3-29	파머스마켓, LA, 1934 .....	122
그림 3-30	뉴잉글랜드 빌리지 그린의 커뮤니티 형성 요소 .....	124
그림 3-31	린다비스타 쇼핑센터: 빌리지그린을 담은 쇼핑 코트 / 쇼핑센터 오픈 광고 .....	126
그림 3-32	린다비스타 쇼핑센터의 빌리지그린을 둘러싼 쇼핑 코트 평면 .....	125
그림 3-33	"Look at Your Neighborhood?" MOMA 전시회 판넬 .....	128
그림 3-34	모리스 케첩의 Rye 타운센터 재생계획 .....	129
그림 3-35	쇼핑스트리트를 연상 시키는 하비파크의 몰 공간 스케치 .....	131
그림 3-36	노스랜드 쇼핑센터: 몰공간을 마주하는 아케이드와 하드하게 포장된 몰공간의 바닥 ..	132
그림 3-37	사우스테일 쇼핑센터: 실내 몰 공간 / 몰 단면도 .....	132
그림 3-38	도시 요소의 부재에 대한 건축적 대응으로 나타나는 교외성의 관계 다이어그램 .....	142
그림 4-1	포드재단빌딩 아트리움의 인공정원과 지상층 평면도. Kevin Roche. ....	148
그림 4-2	오피스 빌딩의 아트리움을 설명하는 케빈로쉬의 포드재단빌딩 프레젠테이션 .....	149
그림 4-3	씨티코프빌딩의 진입층 평면도와 아트리움 전경 .....	151
그림 4-4	'atmosphere of captivity'의 주제가 반복되는 포트만 스타일의 아트리움 .....	153
그림 4-5	인공가로체계를 구성하는 미네아폴리스의 스카이웨이 전체 도면 .....	156
그림 4-6	인공가로체계가 도시를 대체할 수 있도록 조성된 IDS 센터 .....	157
그림 4-7	캘거리의 인공가로체계 '플러스피프탄'으로 구성된 "유비도시(analogous city)" .....	158
그림 4-8	도시로부터 분리된 '유비도시'로서 인공가로체계 .....	160
그림 4-9	1960년대와 현재의 라스베가스 스트립 풍경 변화 .....	162
그림 4-10	1972년과 2000년의 라스베가스 스트립 공간 밀도 변화 .....	162
그림 4-11	미라지호텔의 외부 전경과 주변 시설들과 연결된 내부 평면도 .....	162
그림 4-12	라스베가스 스트립의 복합상업시설 사이를 연결하는 인공보행통로 .....	163
그림 4-13	브랜드아이덴티티와 테마화된 환경으로 장소를 만드는 복합상업시설 .....	165
그림 4-14	교외쇼핑센터-복합상업시설-복합도시건축의 관계 프레임 .....	167
그림 4-15	도쿄도의 도시재생긴급정비지역 위치도 .....	173
그림 4-16	도시재생정책에 의한 복합도시건축 프로젝트 생성의 흐름 .....	174

그림 4-17 'Place Ville-Marie'의 연속적 실내 .....	179
그림 4-18 VSBA의 미식축구 명예의 전당 출품작과 델라웨어 대학의 학생회관 .....	180
그림 4-19 교외쇼핑센터의 건축 유형과 복합도시건축 디자인 언어의 관계 .....	183
그림 4-20 라조나 카와사키 플라자의 오리엔테이션 기능을 하는 내부의 공공공간 .....	185
그림 4-21 복합도시건축의 중심영역을 형성하는 롯폰기힐스의 '66플라자' .....	187
그림 4-22 개별적 개발의 집합인 마루노우치 나카도리의 상점가 .....	187
그림 4-23 도쿄도 도시계획사업 시오도메 토지구획정리사업 계획도 .....	188
그림 4-24 중층적으로 형성되는 시오사이트의 공공공간들. 시오사이트 스미토모빌딩 .....	190
그림 4-25 복합도시건축의 내부화된 광장 .....	191
그림 4-26 미드타운의 광장 구성 다이어그램, EDAW .....	193
그림 4-27 미드타운의 'plaza' 단면도 .....	194
그림 4-28 인프라공간을 통해 근경이 제거되는 롯폰기힐스의 배치 .....	197
그림 4-29 주변환경과 녹지공간으로 이격된 미드타운의 배치도 / 녹지를 통한 근경의 제거 .....	198
그림 4-30 롯폰기힐스의 개발 전후의 도로 인프라스트럭처 정비 상황 비교 .....	199
그림 4-31 시오사이트와 오다이바의 '여백화'된 경계 공간 .....	201
그림 4-32 근접성과 연결성을 소통 기반으로 하는 공간 경험 다이어그램 .....	205
그림 4-33 도쿄미드타운의 다층적 모빌리티 체계 수용 .....	208
그림 4-34 과정이 삭제되고 인프라스트럭처를 기반으로 지점으로 존재하는 도시 공간 .....	211
그림 4-35 통로와 외관에서 반복적으로 등장하는 미드타운의 루버 테마 .....	212
그림 4-36 롯폰기힐스의 자체 미디어 <Hills Life> .....	218
그림 4-37 시나가와 'Grand Common'의 지층부 구성 다이어그램 .....	219
그림 4-38 롯폰기힐스 배치 개념 다이어그램, Jerde Partnership .....	220
그림 4-39 롯폰기힐스의 경관과 테마파크와 유사한 가이드 일러스트 .....	221
그림 4-40 도시 가로를 모사한 쇼핑몰과 시장의 아케이드 상점가를 모사한 식품가 .....	222
그림 4-41 소비공간의 연장으로 자연을 사용하는 Midpark Project 가이드 .....	223
그림 4-42 소비기능 체계의 일부인 유사-자연과 녹지를 위의 미드타운 고층오피스 빌딩 .....	223
그림 4-43 경험을 디자인하는 '의도적인 도시 대본', Canal City .....	225
그림 4-44 감각적으로 인식가능한 장소의 이미지로 구현되는 공동체적 경험: City Walk .....	226
그림 4-45 외부의 일상적 세계와 대조되는 스펙타클을 모사하는 Makuhari Town Center .....	227
그림 4-46 <수직정원도시>, 도시를 표방하는 롯폰기힐스의 컨셉 이미지 .....	228
그림 5-1 교외쇼핑센터와 복합도시건축의 개념 관계 구조 .....	232
그림 5-2 전형적인 덤벨형 평면형으로 계획된 교외쇼핑센터. The Mall at Cribbs Causeway .....	233
그림 5-3 자연으로부터 보호되는 교외주택과 정원. 케이스스터디하우스 #24의 단면도. ....	236
그림 5-4 교외쇼핑센터의 교외-도시성 개념 .....	240
그림 5-5 라스베가스 스트립의 복합상업시설들에서 나타나는 내향적 체계 .....	243
그림 5-6 경제권을 형성하는 내부 네트워크. The Light / Jubilee Place .....	246

그림 5-7 아고라를 재현한 Canal City와 자연 지형의 탐사 경험을 디자인한 Namba Parks	249
그림 5-8 복합도시건축의 도시-교외성 개념	251
그림 6-1 도시-교외성과 교외-도시성 개념의 전개 흐름도	263

## 표 차례

표 2-1 현대도시의 교외 문제에 대한 입장들	22
표 2-2 '비장소적 도시 영역(non-place urban realm)'의 구성요소 비교	40
표 3-1 건축가, 연구자, 대중매체의 교외쇼핑센터 계획 기준 분류	86
표 3-2 교외쇼핑센터를 구성하는 층위와 설계 기준 요소의 관계	89
표 4-1 미라지 호텔 이후의 라스베가스 복합상업시설 개발 사례들	165
표 4-2 현대 도시계획의 주요 어젠다들에 나타난 목적과 원칙	172
표 4-3 도시재생프로젝트로 형성된 복합도시건축의 사례들	175
표 4-4 도시의 공공적 이벤트를 담아내는 시저 펠리의 '공공의 방(Public Room)'	181
표 4-5 현대건축에서 나타나는 교외쇼핑센터 몰 공간의 다양한 차용 방식	182
표 4-6 가로 레벨에서 경험되는 롯데기힐스의 광장을 형성하는 기반	187
표 4-7 시오도메 시오사이트의 다층적으로 존재하는 공공공간	190
표 4-8 미드타운의 가로에서 형성되는 공공공간의 현황	193
표 4-9 미드타운의 진입영역에서 형성되는 공공공간의 현황	193
표 4-10 미드타운의 내부 광장에서 형성되는 공공공간의 현황	194
표 4-11 미드타운 광장 시퀀스 구성 (가로-통로-광장)	195
표 4-12 다양한 층위에서 형성되는 롯데기힐스의 'observatory deck'	197
표 4-13 롯데기힐스 경계에서 내부 연결을 한정하는 요소들	200
표 4-14 시나가와 인터시티의 경계부와 몰 공간에서 발생하는 공간적 대비	204
표 4-15 도쿄 미드타운의 이동 경험을 매개하는 브릿지 시스템	207
표 4-16 롯데기힐스 사용자의 정위(定位)를 지원하는 다층적 독해 방식들	209
표 4-17 인프라스트럭처에 기반하는 롯데기힐스의 실내화된 도시 경험 시퀀스	210
표 4-18 인공적인 도시 요소로 조성된 미드타운 지하레벨 시퀀스	214
표 4-19 롯데기 cross point 건물을 통한 롯데기힐스 진입 시퀀스의 단편적 도시 경험	216
표 4-20 테마화된 롯데기힐스의 도시 구성 요소들	219



# 제1장 서론

## 1.1. 연구의 배경과 목적

### 1.1.1. 도시건축의 ‘郊外性’ 문제

현대의 대도시는 고도로 자본화된 환경 속에서 존재한다. 이는 대도시가 일상적 소비를 강조하는 서비스 산업을 중심으로 하는 구조에 적합한 공간 체계를 유지하고 있다는 것을 의미한다. 도시를 원활하게 유지하고 작동시키는 산업 구조는 도시 구성의 전제 조건으로서 중요한 의미를 지닌다. 도시의 진화 과정 속에서 서비스 산업으로의 변화는 도시에 요구되는 기능 구성에도 영향을 준다. 이를 수용하지 못하는 공간들이 재개발의 요구에 직면하게 되는 것은 대도시 속에서 보편적으로 나타나는 현상이며, 동시에 도시의 풍경을 가장 극적으로 변화시키는 요인이 되고 있다.

이러한 맥락 속에서 나타나는 도시 개발의 형식은 소비공간을 중심으로 업무, 주거, 상업, 문화, 공공, 교통 시설들이 대규모의 복합체를 이루는 것이 일반적인 해법으로 통용되고 있다. 여기서 건축적으로 문제가 되는 것은 이러한 도시 개발의 결과물이 물리적으로 ‘대형화’되는 것과 기능적으로 ‘복합화’된다는 사실이다. 이는 도시 계획을 통해 2차원적으로 규정하는 용도 구분의 규칙으로부터 자유로워진 복합체의 모습으로 도시건축이 구현되는 현상이 증가되고 있음을 설명해준다. 이렇게 형성된 도시건축은 도시 속에서 발현하는 공간적 성격에 있어서 전통적인 방식으로 형성된 도시건축과 구별되는 특별한 성격을 지닌다고 유추할 수 있다. 이러한 문제 인식이 가능한 이유는 복합체로서 존재하는 건축과 도시에서는 더 이상 가로, 공지, 건축물의 도시 요소 구분으로 설명할 수 없는 경계적 성격들이 생성되고 있기 때문이다. 현대 건축을 이야기할 때, 흔히 등장하는 ‘도시의 내부화’, ‘공적 영역과 사적 영역의 모호한 분리’와 같은 논의들이 이러한 경계적 성격과 관련되어 있다고 할 수 있다. 하지만, 이러한 주제들은 명쾌하게 논증되어 이론으로 구축되어 있기 보다는, 현상을 설명하기 위해 피상적으로 동원되는 경우

가 대부분이다.

다시 말해, 현대 도시 속에서 대규모의 복합용도건축과 같은 형식으로 구현되는 공간 환경은 도시 건축론에 있어서 새로운 인식을 이끄는 원인이 되고 있다. 반면에, 이에 대한 이론적 논증이 미비하다는 것은 소비 문화의 세례를 받은 도시 건축의 시도에 대해서 면밀하게 검토해야 할 필요가 있음을 이야기한다.

이에 따라, 본 연구는 현대 대도시의 공간 환경을 둘러싸고 발생하는 ‘현상’들을 건축의 ‘교외성(郊外性)’과 연관지어 규명하려는 것을 목적으로 한다. 이때, ‘현상’은 도심지에 대규모 자본이 투입되어 소비공간을 기반으로 복합용도개발의 형태로 건설되는 대형 건축물들이 도시를 내부화 시키고, 공적공간의 성격을 모호하게 이끌면서 비롯되는 대도시 공간 환경의 변화를 말한다.

문제의 대상이 되는 것은 소비 공간을 기반으로 문화시설, 주거시설, 업무시설, 공공시설 등이 복합적으로 구성되는 도심의 복합용도개발 건축물들과 그에 부속된 도시 구성 요소들이다. 따라서, 본 연구에서는 개발 사업의 프로세스 측면에 집중하여, 복합용도개발로 건설된 건축물 자체에 초점을 맞추는 기존 연구들과 구분하기 위해서 ‘복합도시건축’이라는 개념을 정의하여 전개할 것이다. 즉, ‘복합도시건축’이란 복합용도개발로 건설된 건축물과 이에 접하는 가로공간, 공공공간, 도시의 인프라스트럭처가 통합적으로 만드는 공간환경<sup>1)</sup>을 의미한다.

‘복합도시건축’에서 ‘교외성’이 문제가 되는 것은 그것이 본질적으로 모빌리티의 다층화와 소비 문화의 지배구조라는 공통된 분모를 교외건축과 함께 공유하고 있기 때문이다. 그렇기 때문에 쿠마 켄고(隈研 舂)와 미우라 아츠시(三浦 展)가 지적하듯이 ‘대규모의 패키지화된 교외상업시설유형<sup>2)</sup>이 도시의 복합용도개발 건축에 이식되는 양태를 보이고 있는 것이다.

교외 건축의 방법론이 복합적인 도시 건축의 디자인과 관련을 가지는 것은 빌딩타입으로서 교외쇼핑센터의 계획수법에서 기인한다. 교외쇼핑센터의 형식적 정

---

1) “공간환경”은 도시 및 지역의 건축물이 이루는 공간구조와 그 안에 부속되는 내용물, 공공공간 및 경관을 말한다. 『건축기본법 연구』, 대한건축학회, 2006에서 참조.

2) 쿠마 켄고와 미우라 아츠시는 도쿄의 건축이 교외형시설이 도입되는 대규모 재개발과 도시 변두리의 시타마치류 건축의 양극화 현상을 빚고 있다는 점에 주목한다. 隈研 舂, 三浦 展, 『三低主義』, NTT出版, 2010

립의 과정을 통해 건축화된 ‘몰(mall)’의 공간 유형이 도시 건축의 보편적인 방법론으로 등장하여, 미술관, 쇼핑몰, 공항, 관공서와 같은 다양한 시설들에 있어서 소비 기능을 중심으로 하는 공공적 내부를 만드는데 일조하고 있기 때문이다<sup>3)</sup>. 교외쇼핑센터의 실내공공공간인 ‘몰(mall)’ 공간의 보편화는 도시 건축의 빌딩타입이 진화되는 과정을 ‘도시공간의 내부화’라는 특징적인 현상으로 설명할 수 있는 계기를 마련해주었으며<sup>4)</sup>, 그 현상의 맥락위에 복합도시건축이 자리하고 있다.

따라서, 건축의 교외성은 복합도시건축이 대도시 공간 환경 속에서 발현하는 건축적 성격을 설명할 수 있는 중요한 근거를 지닌다고 볼 수 있다.

### 1.1.2. 교외쇼핑센터: 소비사회의 시설

건축의 교외성 논의는 교외쇼핑센터가 새로운 빌딩타입으로서 완성되어간 시기를 배경으로 두고 시작해야한다. 20세기 초반 급격한 산업화와 동반하여 진행된 도시화는 새로운 사회 문제들을 발생시켰다. 특히, 일자리와 주거가 밀집된 도심은 환경적 열악함과 자본주의 체제가 만든 경제적 계급이 서로 뒤엎히면서 갈등을 빚어내며 위생과 안전에 대한 위기의식을 불러일으켰다. 여기에 전통적인 도시구조 속에 자동차라는 새로운 이동수단이 병합되고, 이를 물리적 공간이 지원해주지 못하면서 무질서에서 비롯되는 불안감을 야기했다. 이때, 축적된 자본으로 경제적인 여유를 지닌 중산층 계급들은 발달한 모빌리티 기술을 이용하여 주거지를 확장하고, 도심의 불리한 조건에서 벗어난 이상적인 도시를 형성<sup>5)</sup>하려고 했다.

이와 같이, ‘교외(郊外)’는 20세기 초중반 모빌리티의 증가, 전기의 발명등과 같은 기술적 변화에서 비롯한 근대 사회의 장소적 생산물이라고 볼 수 있다. 하지

---

3) 이에 대한 리서치 출판물로는 다음을 참고. Chuihua Judy Chung, Jeffrey Inaba, Rem Koolhaas and Sze Tsung Leong ed. Harvard Design School Guide To Shopping: Harvard Design School project on the city, Taschen, 2001

4) 도시 건축의 빌딩 타입이 진화되는 과정을 외부 도시의 내부화라는 관점에서 서술한 것으로는 Mark Pimlott, Without and Within: Essays on Territory and Interior, Episode Publishers, 2007을 참조.

5) 중산층의 유토피아로서 형성된 도시로서 교외를 다룬 견해는 Robert Fisham의 “Bourgeois Utopias: The Rise and Fall of Suburbia”, Basic Books, 1989의 chapter 2를 참조.



만, 건축적 현상으로서 ‘교외’가 의미하는 바는 단순히 주거지가 확산하여 전통적인 도시의 구조에서 벗어나 미개척지에 정주하기 시작했음 이상의 시사점이 있다. 근본적으로 교외도시는 전통적 도시 발생의 조건으로부터 벗어난 완전하게 새로운 형식의 도시였다. 이것은 근대의 교통, 소비문화를 통해서 가능한 새로운 유형의 도시를 드러내는 계기로 작용했다. 다시 말해, 교외는 역사, 맥락 등의 설계상 제약 조건으로부터 자유로운 환경을 제공해주었다. 덕분에 온전히 근대 문화의 영향을 받은 새로운 유형의 건축을 실험할 수 있는 인큐베이터와 같은 역할을 수행하였다.

그 결과로 교외에 등장한 새로운 건축 유형으로 중요성을 부여할 수 있는 것은 교외 주택과 교외쇼핑센터이다. 그 중에서 교외 주거는 경제적 능력을 갖춘 대중의 등장과 관련을 맺고 있다. 과거의 중산층과 구분되는 이들 대중은 도시로부터 벗어나서 이상향으로서 자연 속에 주택을 소유하며, 주거 건축에 대해서 이상적인 이미지를 지니고 있었다. 이러한 이상적 욕망이 구현되어 대중적 합의점을 드러낸 결과물로 교외 주택의 성립을 이해할 수 있다. 특히, 본 연구에서 주목하는 교외 건축 유형은 교외쇼핑센터이다. 그 이유는 교외쇼핑센터라는 것이 주거지가 군집된 사회로서, 도시와 동등하게 교외의 기능을 유지시키기 위한 사회적 중심이자, 교외인의 삶에 정체성을 부여하는 소비문화를 실현하는 장소로서 발전했기 때문이다. 즉, 소비공간과 도시성을 근간으로 하여 건축 시설이 성립되었기 때문이다.

이는 현대 도시에 중요한 시사점을 지니는데, 거대 자본이 투입되는 대규모 개발사업의 결과물로서 복합도시건축에 의해 도시공간이 재편되면서, 자연스럽게 건축물의 경제적 퍼포먼스가 시설 성립의 중요한 기준으로 자리 잡았기 때문이다.<sup>6)</sup>

---

6) 도시의 개발이 고도로 진화하면서, 건축이 만드는 도시의 구조를 결정짓는 사회, 문화, 경제적 요인들은 보다 복합적인 양상을 띄고 있다는 견해를 내세울 수 있는데, 특히, 자본주의 사회의 도시들이 지닌 실용주의적 특성의 결과로, 도시 개발은 경제적인 원리가 지배적 이데올로기로 작용하게 되었다는 주장이 일반적으로 제기되고 있다. 이는 도시 건축의 행위 주체로 공공이 아닌 민간이 차지하는 비중이 점차 커지는 현상으로 이어지고 있기 때문에 중요한 의미를 지닌다. 이에 대해서는 델 업튼(Dell Upton)이 “정치적인 경제”와 “경제적인 문화”의 양자 간에 상호작용하는 힘에 의해 건축 지형을 구성하여 도시 건축의 주요한 동인으로 자본을 살펴보고 있는 부분을 참조할 만하다. Dell Upton, *Architecture in the United States*, Oxford University Press, 1998, pp.187~246를 참고.

이때, 교외쇼핑센터가 경제성과 대중성을 바탕으로 오랜 건축실험을 통해 구축한 ‘몰(mall)’이라는 공간형식이 관심의 대상이 된다. 왜냐하면, 몰의 공간형식을 이용한 ‘연속된 내부 공간’이 복합도시건축의 경제성 확보를 위한 공간적 원형의 역할을 수행하며, 글로벌한 장소의 균질화를 이끄는 주요 요인으로 작용하고 있기 때문이다.

이러한 문제의식의 기저에는 교외쇼핑센터의 문제가 비단 미국과 같이 교외화가 진행된 지역적 특성에 한정된 이슈가 아니라, 교통과 대중매체, 소비문화를 근간으로 발달해온 현대 도시의 보편적 문제라는 점이 자리하고 있다. 현대도시공간의 상업화, 표준화, 보편적인 비장소<sup>7)</sup>의 등장과 같은 현상은 교외에서 출발한 건축적 현상과 그 맥락을 함께할 때, 문제의 본질에 더 접근할 수 있다고 생각하기 때문이다. 물론, 유럽의 모더니즘 건축가 진영에서도 모빌리티 기술의 변화와 대중소비문화의 중요성을 인식하고 이에 대한 건축적 제안은 지속적으로 등장했다. CIAM이나 TEAM X과 같은 건축 운동으로부터 슈퍼스튜디오, 상황주의와 같은 아방가르드 실험들에 이르기 까지, 이들은 역사적 맥락에서 중요한 위치를 차지하고 있는 것은 사실이지만, 대중적 효용성이라는 측면에서는 현대도시에 실질적으로 그다지 큰 영향력을 행사하지 못한 것이 사실이다. 오히려, 대중적이고 통속적이라 할 수 있는 교외건축의 공간유형이 여전히 현대도시 속에서 통용되고 있다. 이러한 사실에 미루어 볼 때 교외의 주거건축과 복합도시건축을 통해 등장한 건축적 실천은 모더니즘 건축가들의 실험과 구별되는 계통을 이루는 것으로 볼 수 있다. 그렇기 때문에 모더니즘 도시이론의 흐름과 동떨어져서 부각받지 못한 계보로서 교외 건축을 근대도시의 생산자들로서 재평가 해보는 시도가 필요한 시점이라고 할 수 있다.

---

7) 마르크 오제(Marc Auge)에 의해 본격적으로 주창된 개념으로서, ‘장소’라고 여겨질 만큼의 의미를 내재하지 않으면서 철저히 기능적인 목적을 지니고, 순간적인 현상이 반복되는 장소인 슈퍼마켓, 공항, 자동차도로, 호텔, 쇼핑센터와 같은 곳을 일컫는다. 이에 대해서는 Marc Auge, *Non-Places: an introduction to Supermodernity*, Vero, 2008을 참조. 비장소성과 교외화를 연관 지어 논한 것으로는 마루타 하지메(丸田 一)의 저작이 유용하다. 그는 테마파크적인 ‘장소의 별세계 지향성’을 가진 ‘자스코(대형마트)’를 중심으로 하여 정소의 균질성과 표준화가 진행되었고, 이는 ‘비양식성의 인간적인 스케일과 질서가 결여’된 교외화라고 주장한다. 丸田 一, 『장소론: 웹상의 리얼리즘과 지역의 로맨티시즘』, 박화리, 윤상현 역, 심산, 2011

본 연구에서 교외건축을 연구한다는 것은 ‘교외’라는 지리적 상황에 방점을 찍는 것이 아니라, 교외를 성립시킨 혹은 교외가 촉진시킨 근대의 기술과 문화라고 할 수 있는 모빌리티, 커뮤니케이션, 대량소비문화와 같은 배경적 요인들이 건축에 어떤 영향을 주며 발전했으며, 현대도시 속에서 어떠한 현재적 의미를 띠고 있는지에 관한 것이다. 이러한 의문 속에, 본 연구는 교외건축에 새롭게 등장했던 건축유형들이 현대도시공간의 복합도시건축의 프로토타입으로 사용되면서 도시 속에 또 다른 ‘교외성(郊外性)’을 드러내고 있다는 가설 속에서 시작한다.

이 연구가 목표로 삼는 것은 대규모 자본이 투입되면서, 변화를 겪고 있는 도시공간의 양상을 이론적으로 해석해보려는 시도이다. 이러한 점에서 복합도시건축에서 보편적으로 통용되고 있는 건축 언어가 교외쇼핑센터의 형식실험이 생산한 ‘몰’공간의 ‘연속된 내부공간’으로 대표되는 모더니즘 엘리트 건축과 분리된 또 다른 전통 속에 자리하고 있다는 사실에 주목한다.

이에 따라, 본 연구는 일차적으로 교외쇼핑센터의 건축형식이 의미하는 바를 건축의 교외성이라는 개념으로 구성하려고 한다. 여기에는 전후에 대중화된 교외 사회라는 근대의 상황적 조건 아래서 모빌리티와 물류기술의 혁신, 대중소비문화의 등장이 상호 영향관계를 이루면서 교외쇼핑센터라는 건축시설을 정립하였다는 관점이 바탕을 이룬다.

이를 문제의식의 배경으로 두고 소비문화와 모빌리티를 근간으로 하는 대규모 도시 개발의 결과물로서 복합도시건축이 현대 도시의 공간 환경에 미치고 있는 영향을 건축의 교외성과 연관된 현상으로 살펴 볼 것이다. 이를 통해, 복합도시건축이 만드는 공간 환경이 기존의 도시 구조와 공존 하면서 도시 내부의 새로운 ‘교외성’이라는 현상을 드러내고 있음을 밝힐 것이다.

## 1.2. 연구의 대상과 방법

연구는 크게 두 부분으로 나뉜다. 우선적으로 진행되어야 할 작업은 교외쇼핑센터의 형식실험 전개과정을 통해서 건축에 있어서 ‘교외성’이 어떻게 정립되었는지 살펴보는 것이다. 이를 위해, 20세기 중반 미국의 교외쇼핑센터 변화과정<sup>8)</sup>을 추적해 보는 것이 필요하다. 특히, 미국의 사례를 다루는 것은 전후의 물질적 풍요로움과 대중문화의 확산을 바탕으로 교외화 현상이 뚜렷하게 나타났으며, 이에 동반하는 대량소비문화의 융성과 함께 교외쇼핑센터라는 새로운 유형의 건축 형식을 완성시킨 장소로서 중요성을 지니고 있기 때문이다. 이 때, 교외쇼핑센터의 건축형식이 현대의 도시건축에서 현재적으로 유효한 의미를 내재하는 이유는 교외화와 함께 소비공간을 기반으로 대규모, 복합화되어 가는 도시적 공간이 건축물 내부 영역에 형성되어, 도시건축의 프로토타입으로서 역할하는 바가 있다고 여겨지기 때문이다. 이 연구에서는 이를 ‘집합소비공간’으로 정의하여 사용하기로 한다.

연구의 대상으로 삼는 건축물은 20세기 중반 교외쇼핑센터의 건축 실험을 이끌었던 건축가들인 빅터 그루엔(Victor Gruen), 모리스 케첩(Morris Ketchum), 케네스 웰치(Kenneth Welch), 존 그래험(John Graham)의 계획안들을 중심으로 살펴본다. 이에 더해 교외쇼핑센터 담론 형성에 주도적인 역할을 수행한 아키텍춰럴 포럼(Architectural Forum)과 아키텍춰럴 리뷰(Architectural Review) 등의 건축잡지 아티클들을 연구의 대상으로 삼는다. 또한 일본의 도시사회학자들의 교외화 담론을 중요하게 다루는데, 그 이유는 교외화를 특정시기의 특정한 지역에 국한된 현상으

---

8) 20세기 초중반 교외쇼핑센터는 두 시기로 구분해서 살펴볼 필요가 있다. 1920-30년대는 도시의 과밀화로 인한 여러 문제점들로 인해 근린커뮤니티의 개념이 형성되고 상업시설이 교외로 빠져나가기 시작한 시기이다. 이때의 교외쇼핑센터는 근린커뮤니티에 부속된 시설의 개념이 강했으며, 건축계획의 공간적 범위가 커뮤니티 단위에 한정되었다는 측면에서 구분할 필요가 있다. 또한 이차대전 이후 등장하게 되는 ‘광역쇼핑센터’는 전후의 물질적 풍요로움과 대량소비문화의 융성과 관계되면서 대형화와 복합화가 진행되는 변화를 수반한다. 이 시기에는 자본의 투입 규모가 달라지면서 머천다이징(merchandising)과 메니지먼트(management)에 있어서 기술적인 개입이 나타나기 시작하며 이로 인한 형식적 변화과정을 갖게 된다. 이렇게 통시적으로 살펴보는 것은 교외쇼핑센터가 단기간에 완성된 시설이 아니라, 20세기 초중반의 경제적, 사회적 변화에 대응하며 오랜 형식의 실험을 거쳤기 때문이다.

로 보지 않고, 글로벌한 도시들을 통해 보편적으로 발생하는 현상이라는 관점을 유지하기 위해서이다. 이들을 통해 교외화의 과정 속에 형성된 교외 사회의 건축이 도시와의 대립관계 속에서 지향하고자 한 ‘교외성’이 무엇이었는지 살펴보는 것이 연구의 전반부를 차지한다.

연구의 후반부에서는 교외 사회의 성립 조건에 대한 건축적 해결책으로 형성된 건축의 ‘교외성’이 복합도시건축을 통해서 대도시의 공간 환경 속으로 전이되는 현상을 분석한다. 이를 위해서는 교외쇼핑센터가 교외와 맥락적 조건이 상반된 도시의 고밀도 환경에 적합한 건축유형으로 변형되는 과정을 추적하는 것이 중요하다. 왜냐하면, 복합도시건축으로 건축유형이 변용되는 과정 속에는 도시와 교외가 장소를 형성하는데 있어서 지니고 있는 논리의 차이가 연관된다고 볼 수 있으며, 동시에 교외건축과 도시건축을 연속된 역사적 전개 of 흐름 속에서 논의할 수 있는 근거를 마련할 수 있는 토대로 역할하기 때문이다. 따라서, 교외쇼핑센터의 건축유형에 테마파크와 엔터테인먼트 산업을 결부시켜 도심형 상업시설로 전이되는 과도기적 단계로서 역할했던 라스베가스의 건축도 중요한 현상으로 다루어야 할 필요가 있다.

교외로부터 도시로 전이되는 과정을 거치면서, 복합도시건축은 민간이 주도하는 상업적 도시 개발의 보편적인 수단으로서 하나의 도시건축 유형으로 정립되었다. 본 연구에서는 이러한 복합도시건축의 실행 과정에 두 가지 특성이 있다고 보고 있다. 하나는 대규모의 자본이 투입되며 전문적인 계획과 자금의 관리가 필요한 프로젝트이기 때문에, 일반적으로 기업형 건축설계사무소를 통해 실행된다는 사실이며, 다른 하나는 복합도시건축이 대도시의 상업지역을 경제적으로 재생시키기 위한 건축유형으로 통용되면서, 지역과 무관하게 글로벌한 현상으로 나타나고 있다는 점이다. 따라서, 연구의 후반부에서 다루는 복합도시건축의 분석 사례는 KPF, SOM, Jerde, RTKL등과 같은 대표적 기업형 건축설계사무소에 의해 글로벌한 대도시들에서 실행되고 있는 프로젝트들을 대상으로 한다.

이에 따라, 본 연구는 서론과 결론을 제외하고 다음과 같이 크게 네 단계로 구성된다.

2장에서는 사회학에서 통용되고 있는 교외론을 검토하여 교외의 문제에서 중요하게 대두되는 이슈들을 살펴본다. 그리고 ‘교외화’가 진행되면서 등장하게 되는 교외의 특성을 기술적, 문화적 변화 요인에 따라 살펴본다. 이를 통해, 건축적으로 의미를 지니는 교외라는 장소의 성립조건을 도출한다.

3장에서는 소비공간과 공공공간이 혼합된 교외의 공간을 ‘집합소비공간’으로 개념화하여, 집합소비공간이 건축화 되었을 때 나타나는 교외쇼핑센터의 ‘교외성’ 개념이 어떻게 구성되는지 살펴보고자 한다. 교외쇼핑센터 초기의 커뮤니티쇼핑센터로부터 광역쇼핑센터로 건축 유형이 변형되어가는 과정을 대표적인 쇼핑센터 건축가들의 작업과 미디어의 기사들을 통해 알아본다.

4장에서는 라스베가스 건축과 70년대 다운타운의 교외화 이슈를 통해, 교외쇼핑센터가 고밀도의 도시 환경에 적합한 건축 유형으로 변화되는 과정을 살펴보면, 교외쇼핑센터와 복합도시건축의 연속성을 살펴본다. 그리고, 복합도시건축의 사례들을 통해서, 이러한 연속성 위에서 대도시 공간 환경 속에 교외성이 어떻게 발현되고 있는지 분석한다.

마지막으로 5장에서는 건축의 교외성을 교외와 도시의 관계 속에서 나타나는 문제로 보고, 이것이 도시를 만들어 가는 원리에 있어서 지향하는 바에 어떠한 차이점을 지니는지 밝힐 것이다. 그리고, 복합도시건축의 교외성 문제가 현대의 도시건축을 생성하는 방법론과 맺고 있는 관계에 대하여 논증할 것이다.

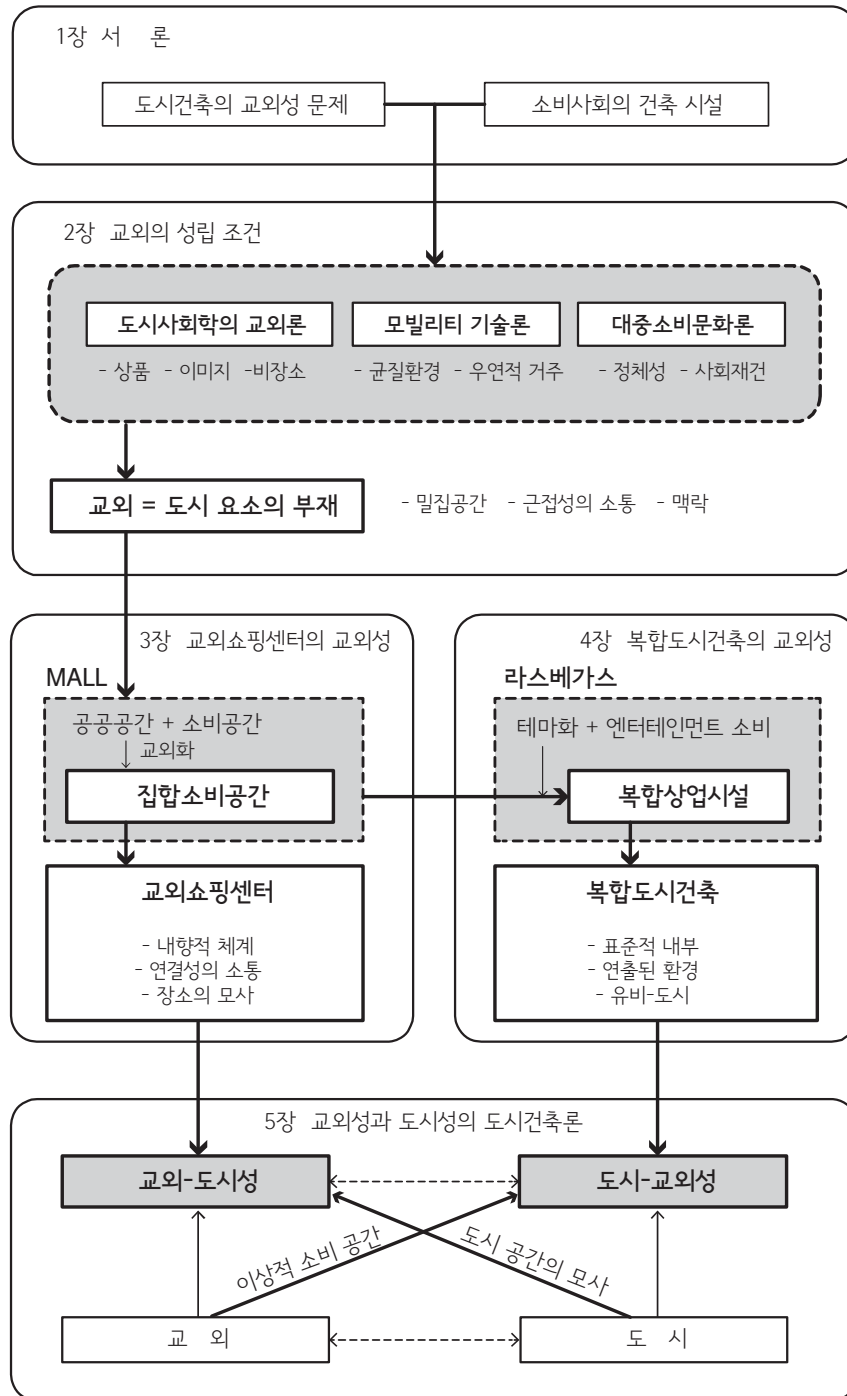


그림 1-1 연구의 흐름도

### 1.3. 기존 연구의 고찰

본 연구와 관련된 기존 논의를 살펴보면 우선, 20세기 중반의 교외쇼핑센터의 건축유형 정립과정을 다룬 연구들은 사회학이나 경제학 방면의 연구와 함께 건축, 도시 분야 역시 다양한 관점으로 진행되고 있다. 기존 연구들을 시설의 발전과정을 이끈 주요 동인을 보는 시각과 새로운 건물유형을 통해서 교외 쇼핑객들과 건축가, 도시계획가, 사업가들이 지향하고자 한 공간의 성격을 바라보는 연구자의 입장에 따라서 구분할 수 있다.

리처드 롱스트레스(Richard Longstreth)는 교외쇼핑센터라는 건축 형식의 전개를 교통 기술과 모던머천다이징의 두 축에 따라 진행되었다는 관점에서 바라보고 있다. 롱스트레스는 ‘로스앤젤레스의 드라이브인, 슈퍼마켓, 그리고 상업 공간의 변형(The Drive-in, the Supermarket, and the Transformation of Commercial Space in Los Angeles), 2000’<sup>9)</sup>에서 자동차와 건축이 만나는 점점의 과정으로 쇼핑센터의 변형을 서술한다. 이에 따라 자연스럽게 쇼핑센터 공간의 구조는 보행자의 행위를 강조하던 초기의 쇼핑센터에서 주차와 쇼핑의 연결과정에 더욱 중요성을 두게 되는 방향으로 진행되었다고 주장한다. 이를 입증하기 위해 보행자와 건물 외관의 공간적인 관계와 쇼핑센터를 둘러싼 공공영역과 사적영역의 관계에 초점을 두고 있다. 롱스트레스는 1920년대부터 50년대 까지 LA의 쇼핑센터를 추적한 이전의 저작인 ‘시티센터로부터 광역몰로(City Center to Regional Mall), 1997’<sup>10)</sup>에서도 같은 논지의 이야기를 하는데, 자동차와 연관된 건축적 문제 해결책이 변화하는 과정이 교외쇼핑센터 디자인의 중심역할을 수행한다고 이야기한다. 또한, 개발사업의 관점에서 사업전략에 따라 주거지 개발의 편의시설로서 쇼핑센터, 교외의 랜드마크 역할을 하는 다운타운 백화점의 분점들, 상업공간의 중추적 장소인 보행몰 공간 등으로 상업시설의 타입을 구분한다. 한편, 롱스트레스는 교외쇼핑센터 형식을 이끈 가장 근본적인 요인으로 “소비하는 대중(consuming public)”의 영향을 꼽는다. 이는 교외쇼핑센터의 형성에 대중소비공간의 역할을 강조하려는 본

---

9) Richard Longstreth, The Drive-In, The Supermarket, and The Transformation of Commercial Space in Los Angeles, The MIT Press, 2000

10) Richard Longstreth, City Center to Regional Mall, The MIT Press, 1997



연구와 맞닿는 부분으로 볼 수 있어서 중요한 연구사례이다. 하지만, 자동차의 교통 문제 해결에만 치중하여 도시다운타운과 교외의 관계, 쇼핑행위가 발생하는 공간들에 대해서는 논의가 부족한 면이 있다.

이에 비해 하워드 질레트(Howard Gillette Jr.)의 연구<sup>11)</sup>는 도시다운타운이 지니는 근대적인 문제들에 대한 해결책으로 이상도시와 같은 역할을 수행한다는 사실을 교외쇼핑센터에서 발견하여 롱스트레스의 부족한 논의를 보충해준다. 또한 1950년대 후반에 교외쇼핑센터가 도시다운타운 재생의 언어로 사용되는 과정을 언급하는데 의미가 있다. 하지만, 그 구체적인 연결고리를 건축적 요소로 분석하지 못하고 추상적인 논의에 머문다. 질레트는 기본적으로 건축을 비롯한 디자인 제분야가 사회 개혁의 수단이 될 수 있다는 입장을 견지한다. 그에 따르면, 쇼핑센터 공간이 지향하는 바는 커뮤니티의 공공공간이며, 이 공간이 사회적 역할을 수행하며 교외도시인들에게 결여된 시민정신을 고양시킨다.

하지만, 쇼핑센터의 사회적 커뮤니티로서의 역할을 강조한 견해에 대해 피터 로우(Peter G. Rowe)<sup>12)</sup>는 커뮤니티 센터로서 쇼핑센터는 사회 개혁가의 입장을 지닌 건축가, 도시계획가들의 노력에도 불구하고 불분명하게 남겨졌다고 반박한다. 그는 질레트의 견해와 달리 쇼핑센터는 사회적 공공공간의 역할을 수행했다기 보다는 사적인 레저와 여가를 위한 기능이 더 강하다고 말한다. 이에 대해, 티모시 멘넬(Timothy Mennel)<sup>13)</sup>은 보다 급진적인 견해를 피력하는데 쇼핑센터는 자본주의 사회의 그림이 형상화 된 것이며, 사회적인 공동체 이상은 실패했다고 비판한다.

---

11) Howard Gillette Jr., 'The Evolution of the Planned Shopping Center in Suburb and City', Journal of the American Planning Association, 51:4, pp.449~460

12) Peter G. Rowe, Making a Middle Landscape, The MIT Press, 1991, pp.109~147 이 책은 미국 교외 도시개발의 물리적 특성들을 탐구한다. 세가지 주제로 나뉘어 있다. 첫째로, 교외의 건축물과 인프라스트럭처가 복합화, 다용도화 되는 과정에서 무엇이 건조되었는지 다루고 있으며, 둘째로, 교외가 구축한 문화적인 건축물과 그것이 담고 있는 신화를 논하며, 마지막으로 미들랜드스케이프로 정의되는 교외를 위한 시학과 디자인원칙을 탐구한다. 교외쇼핑센터는 두번째 파트에 수록되어있다.

13) Timothy Mennel, 'Victor Gruen and the Construction of Cold War Utopias', Journal of Planning History, 2004, 3:116, pp.116~150

쇼핑센터의 건축유형에 대한 접근으로는 피터 로우의 연구가 유용한데, 그는 쇼핑센터를 교외 형성과 함께 등장한 새로운 유형 중 하나로 다루면서 시기별로 ‘strip commercial developments’, ‘roadside franchise’, ‘shopping village’, ‘pedestrian mall’로 나누었다<sup>14)</sup>. 이와 같이 진화과정에 따라 유형을 세분화하는 것은 의미있는 시도로 볼 수 있지만, 각각의 단계를 구분하는 기준이 명확하게 나타나지 않고, 건물의 크기와 공간의 형태로 구분하였다.

모더니즘 건축가들의 작업을 통해 쇼핑센터를 모더니즘 담론의 영역에 포함시키려 시도한 데이빗 스마일리(David Smiley)의 연구<sup>15)</sup>는 이전의 논의들과 달리 쇼핑센터를 교외화 현상에 종속된 과정으로 프레임 짓지 않고, 모더니즘 건축의 담론 속에서 전개한다. 이를 위해 상업건축에서 주목할 만한 업적을 남긴 건축가 케네스 웰치(Kenneth Welch), 모리스 케첩(Morris Ketchum), 빅터 그루엔(Victor Gruen)의 작품들에 포커스를 맞추고 있다. 특히, 개발사업으로서 쇼핑센터에 집중한 이전의 논의들이 간과한 문화적 배경과 관련된 문제들을 쇼핑센터와 연계하였다. 20세기 중반의 또 다른 중요 이슈이기도 한 대중매체의 문화와 어떻게 관련을 맺었는지를 비롯해서, 근린단위, 슈퍼블록등의 도시이론들, 보행이라는 행위의 근대성과 대량소비문화와 연관시킨 시각은 시사하는 바가 크다. 이처럼, 스마일리의 연구는 20세기 중반 쇼핑센터를 건축과 도시 이론, 대중문화가 통합되는 영역에 위치시킨데 의의가 있다.

한편, 교외화로 인한 도시와 건축의 변화에 대해서는, 이로 인해 발생한 사회적 문제점을 강조하는 연구가 다수를 이룬다. 와카바야시 미키오(若林 幹夫)는 교외라는 장소를 문화적인 배경의 얕음, 공동성의 부재, 역사와 전통의 상실 등 결여태로서 무언가 부족함이 채워져야 하는 성격으로서 기술하고 있다<sup>16)</sup>. 미우라 아츠시(三浦 展)는 이러한 부재의 성격으로 인해 교외도시가 소비생활에 지배받게 되었으며, 그 결과로 교외인은 사회화하는 능력이 저하되어 공공공간을 형성하지 못한다는 점을 지적한다<sup>17)</sup>. 교외화로 인해 나타나는 현상들을 보다 건축적인 관점에

14) Peter G. Rowe, *Making a Middle Landscape*, The MIT Press, 1991, Chapter 4.

15) David Smiley, *Pedestrian Modern: Shopping, Modern Architecture and the American Metropolis, 1935-1955*, Princeton Univ., PhD dissertation, 2006

16) 若林 幹夫, 『郊外の社会学－現代を生きる形(ちくま新書)』, 筑摩書房, 2007

17) 三浦 展, 『ファスト風土化する日本－郊外化とその病理』, 洋泉社, 2004

서 다른 연구는 마이클 소킨<sup>18)</sup>(Micahel Sorkin)에게서 볼 수 있다. 소킨은 교외화가 만든 새로운 건축으로서 쇼핑센터와 테마파크를 다루는데, 이들이 공공공간을 사유화하고 거리문화를 변형시키는 결과를 초래한다는 이유로 극복해야할 대상으로 다룬다. 소킨의 연구는 교외화의 결과를 건축적인 변화의 문제로 접근하였다는 점에서 본 연구에 시사하는 바가 있다. 이처럼, 부정적인 견해로 기술되는 교외화의 문제에 대해 로버트 피쉬만<sup>19)</sup>(Robert Fishman)은 기존의 교외성에 대한 정의가 한계가 있음을 지적한다. 피쉬만에 의하면 기존의 교외성에 대한 논의는 이분법적인 사고를 바탕으로 도시는 도시성을 지니고 교외는 그것이 부재하다는 것이기 때문에 문제가 있는 것으로 본다. 이러한 관점은 교외성을 교외라는 장소에서만 국한된 현상이 아니라, 도시 안에 내재하는 현재적인 현상으로 드러나고 있음을 밝히려는 본 연구에 중요한 근거를 제공해준다.

이상과 같이 기존의 연구는 교외쇼핑센터의 공간적 구성이 소비문화, 교통기술의 변화와 연관해 어떻게 변형되고 정립되어 왔는지 다루고 있다. 하지만, 교외화와 쇼핑센터의 연관관계를 밝히지 못하여, 건축의 교외성을 어떻게 바라볼 것인지에 대한 해답은 의문으로 남겨두고 있으며, 부정적인 사회문제 지적에 그치고 있다. 이에 따라 본 연구는 교외화로 인해 발생한 사회적 변화를 물리적 공간으로 설명하려 한다는 점에서 기존 연구와 차이를 두고 있다. 이 물리적 공간이 교외쇼핑센터를 통해 건축화되는 방식으로서 교외성을 정의하고, 이것이 현대도시의 복합도시건축과 영향관계 아래 놓여 있다는 부분을 밝히는 것이 연구의 의의를 지닌다고 하겠다.

---

18) Michael Sorkin ed., Variations on a Theme Park: The New American City and The End of Public Space, Hill And Wang, 1992

19) Robert Fishman, "Urbanity and Suburbanity: Rethinking the 'Burbs'", American Quarterly, Vol.46, No.1, Mar 1994, pp.35~39

## 제2장 교외의 성립 조건

교외는 전통적인 도시 형성 원리로부터 비껴나서, 근대의 기술과 문화가 발명해 낸 도시건축적 창조물이라고 볼 수 있다. 따라서, 교외의 건축적 성격을 이해하기 위해서는, 교외라는 새로운 장소가 성립할 수 있었던 조건들에 대해서 파악하는 것이 선행되어야 한다. 이에, 본 장에서는 사회학적인 논의에서의 교외론과 도시 건축적인 현상으로서 교외의 형성과정을 분석하여, 교외라는 장소를 구축한 원리를 살펴보고자 한다. 일단, 교외라는 개념을 명확히 정의하는 것으로 시작하여, 도시사회학자들의 논의를 바탕으로 현대도시에서 교외가 어떤 사고의 출발점을 제시해주는지 검토할 것이다. 그리고, 현대의 대중적인 교외의 원형적 특성이 형성된 20세기 중반 미국의 교외 형성과정을 기술적, 문화적 배경으로 나누어서 도시 건축적인 해석의 문제를 다룰 것이다.

### 2.1. 교외론의 검토

#### 2.1.1. 교외의 정의 문제

교외는 근, 현대 사회의 기술적 제도적 변화를 통해 탄생한 일종의 발명품과 같은 의미를 지닌 사회이며, 기술과 문화의 변화에 따라 그 단어가 지칭하는 바가 유동적으로 변화하고 있다. 따라서, 본 연구에서 ‘교외’를 대상으로 하기 위해서는 몇 가지 배경적 논의를 검토하여, 교외의 개념을 명확하게 정의할 필요가 있다.

##### (1) 어원을 통한 개념 정의

교외의 개념을 분명하게 밝히기 위해서, 우선 어원을 통해서 개념의 정의를 짚어야 할 필요가 있다. 이를 동양문화권의 표현인 ‘郊外<sup>1)</sup>’와 영어식 표현인 ‘suburb’

---

1) ‘郊外’의 한자어 ‘郊(교)’는 뜻을 나타내는 우부방(阜(=邑) 마을)部와 음(音)을 나타내는 동시

의 단어가 의미하는 바를 나누어서 살펴보면, 교외를 다루는 동일한 태도를 발견할 수 있다. 먼저, 한자로 교(郊)는 형성 문자로서 마을을 의미하는 읍(邑)과 ‘오고가다’의 왕래와 ‘주고 받다’의 교통을 의미하는 교(交)가 더해져서 이루어진 문자로서, 사람이 왕래하며, 교통을 발생하는 범위를 나타내는 말이 된다. 여기에, 밖을 의미하는 외(外)가 더해지면서 마을과의 왕래와 교통으로부터 제외된 주변적인 땅을 가리킨다<sup>2)</sup>. 한편, 교외의 영어 표현인 ‘suburb’는 ‘도시적인 성채시설’을 의미하는 ‘urbs’와 ‘아래에, 근처에’를 의미하는 ‘sub’가 결합한, ‘도시의 가까운 곳’을 의미하는 라틴어의 명사 ‘suburbium’을 어원으로 하고 있다<sup>3)</sup>.

이러한 어원이 의미하는 것은 ‘교외’가 자립적인 지역으로서 대도시의 외부에 위치하는 것이 아니라, ‘읍(邑)’과 ‘urbs’와의 관계를 통해 성립하는 지역임을 말해준다. 하지만, 이것이 지시하는 고대 중국이나 중세 유럽에서의 ‘郊外’나 ‘suburb’이 의미하던 도시 주변의 장소가 동시대 사회 속에서 차지하는 위치나 의미가 근현대적인 의미와 동일하다고 볼 수는 없다. 중세적 의미의 ‘교외’와 근현대 대도시 주변부를 떠올리는 ‘교외’를 구분하기 위해서는 ‘근교’라는 표현을 사용할 수 있다. ‘근교’는 단지 도시 근방의 지역이며, 직장도 그 장소에 있는 지역사회를 의미하는 말로 도시 주변의 농촌 지역과 같이 자립성이 높은 사회를 의미한다. 그러한 측면에서, ‘근교’는 중세적 의미의 ‘교외’에 더 가깝다. 근대 이후의 ‘교외’는 ‘근교’가 근대기술과 문화적 변화요인에 따라 ‘교외화’되는 과정을 거쳐서 새로운 사회적 지형으로 등장한 것으로 보는 것이 적합하다. 이에 따라 ‘교외’는 도시에서 일하는 고용노동자들이 살기 위한 장소로 성립해왔다. 즉, ‘교외’는 거주 기능이 도시의 외부에 형성된 것으로 보는 관점이 적합하다.

이처럼, ‘교외’의 어원적 개념은 교외 문제에 있어서 ‘교외는 도시와의 관계로부터 나타는 영역이며 사회이다.’라는 입장을 지녀야 한다는 주장<sup>4)</sup>을 지지해준다.

(同時)에 넓다는 뜻을 가진 교(郊)로 이루어져서, 두리의 넓고 넓은 곳을 뜻한다. 네이버 한자사전 <http://hanja.naver.com> 참조.

2) 今橋 映子, 『リーディングズ 都市と郊外: 比較文化論への通路』, NTT出版, 2004, p390

3) 今橋 映子, ibid., p391

4) “‘교외는 도시와의 관계로 나타나 오는 영역이며 사회이다’라고 하는 것이다. 그것은, 교외에 관해서 생각하기 위해서는 도시와 교외의 관계에 대해 생각하지 않으면 안될 것이라고 말하는 것을 의미한다.”, 若林 幹夫, “都市と郊外の社会学” 『「郊外」と現代社会』, 青弓社,

이는 교외인의 의식에서도 나타나는데, 예를 들면, 도쿄의 교외인 ‘카나가와’, ‘치바’, ‘사이타마’의 도민들은 도쿄로 통근하는 사람들이 대다수이다. 부동산 광고에서도 주택지를 설명하기 위해서 도쿄로부터의 거리와 통근 시간으로 기준을 제시한다. 그렇기 때문에, 교외인의 생활권은 도심으로 확장되며, 의식으로는 도쿄라는 사회에 속한다고 여기고 있다.<sup>5)</sup> 즉, 교외는 도시 외부의 완결된 지역으로 존재하는 장소가 아니라, 문화적, 경제적으로 도심에 부속된 장소로 근접해있지만, 물리적으로는 모빌리티에 의해 연결되는 원거리의 지역이라는 이중적 상황을 내포한다. 이는 교외가 현대도시의 특징적인 현상을 드러내는 장소로 존재하는 계기로 작용하며, 흥미로운 문제점들을 던져준다.

## (2) 교외의 형성 과정을 통한 개념 정의

근대적 의미에서 교외의 개념은 고정적으로 유지되었다기 보다는, 시대에 따라 변용되면서 형성되었다. 현대도시에서 논의하는 교외의 계보가 시작된 것은 18세기 경의 영국으로 보는 것이 적당하다.

18세기 영국에서는 산업혁명을 거치면서 도시에서 상업이나 산업에 종사하며 부를 축적하는 중산 계급이 등장하였다. 이러한 중산 계급이 18세기의 근대화 속에서 산업화의 담당자로 활약하며 도시는 폭발적으로 성장하고, 상업적인 활동의 중심지이자 생산의 중심지로 공장이 들어서게 되면서 거주지로서의 환경은 악화되게 되었다. 도시의 과밀화, 노후화와 함께 상인들은 늘어난 부로 계급이 상승하게 되면서, 부에 걸맞는 더 좋은 환경에서 생활하고 싶다는 욕구가 생겨나기 시작했다. 이는 구체적으로 ‘넓은 장소’에서 ‘귀족처럼 생활’하고 싶다는 공통적 이상향으로 드러나게 되었다. 이러한 배경 아래 업무는 도시에서 행하지만, 생활은 그 외부에서 영위하는 것을 원하게 되었다. 마차를 이동수단으로 이용하여 도달가능한 거리에 주택지를 건설하게 되면서, 교외주택지의 원형이 형성되었다. 이 시기에 교외의 상인빌라를 광고한 문구를 인용해보면 다음과 같다.

런던에서 약 5마일 떨어진, 에섹스 월담스토(Walthamstow) 부근 레이턴(Layton)의 아주 쾌적하고 위생적인 곳에 위치한, 상인이나 지체 높은 가족에게 어울리는, 둔덕

---

2000, p23

5) 若林 幹夫, *ibid.*, pp.29~30

위에 있어 전망이 좋은, 아주 값진 부동산. 넓고 견고한 벽돌 맨션, 넓은 안마당과 객차 조차장, 두 개의 훌륭한 6필용 마구간, 말 8필을 넣는 마구간과 인접한 물림(간)이 있다. 네 개의 마차 차고, 넓은 부엌과 유원지, 쾌적한 그늘을 드리우는 담장, 아름답게 조성된 관목 숲, 유실수를 정성 들여 심어놓은 길과 정원.<sup>6)</sup>

이 광고가 호소하는 바처럼, 상인은 귀족의 삶을 누리기 위해 교외주택지로 이동한 것이다. 이렇게 부자의 상인이 사치스러운 생활을 위해, 인공적으로 예쁜 경관을 만들어 공원과 같이 가공하는 교외 주택지는 현대의 교외이미지와는 적지 않은 차이점을 지닌다.<sup>7)</sup> 하지만, 교외의 장소가 지니는 원형적 특징이 초기에 형성이 되었다고 볼 수 있다. 즉, 교외는 도시의 악화된 환경으로부터 도피하기 위해 형성이 되었지만, 이는 완전하게 반도시적인 것으로 볼 수 없다. 상인 계급은 도시에서 일상적인 생활을 영위하는 것을 전제로 하면서, 주말의 휴식이라는 생활의 일부분만을 다른 공간으로 옮겨놓는 것이기 때문이다. 즉, 도시의 경제성을 즐기려는 욕구와 도시의 악화된 환경에 반발하여, 전원의 쾌적함에 대한 기대감이 균형을 이루는 지점에 교외가 형성되었다는 중요한 측면을 보여준다.

이렇게 교외의 원형으로 등장한 18세기 영국의 교외는 특권적인 계층에 한정되었다. 현대적 의미의 교외의 생활양식이 일반화되는 것은 20세기 미국에서 그 전형을 볼 수 있다. 초기 미국의 교외는 영국의 상인빌라로 형성된 교외를 모방하여 고급주택지로 만들어졌다.<sup>8)</sup> 그러나, 사무직의 중산계급이 증가하면서, 통근하여 도심의 사무실에서 근무하는 라이프스타일을 지닌 사람들이 도시 외곽에 주택지를 요구하게 되었다. 이것이 가능해지면서, 교외가 대중화 되는데 결정적인 역할을 한 것은 통근 교통수단으로서 철도 덕분이었다. 철도의 노선을 따라 통근하기

6) Robert Fishman, 『부르주아 유토피아: 교외의 사회사』, 박영한, 구동회 역, 한울, 2000, p60에서 재인용.

7) 若林 幹夫, “都市と郊外の社会学” 『「郊外」と現代社会』, 青弓社, 2000, p32

8) “영국의 교외지역이 미국에 동화되는 현상이 정점을 이룬 것은 뉴저지의 루엘린 파크(Llewellyn Park, 1857)였을 것이다. 이는 오렌지 산기슭에 정교하게 조경을 한 빌라 단지였다. .... 루엘린 파크는 파크 빌리지를 필두로 턴브리지 웰스의 켈버리파크, 리버풀의 프린스 파크, 맨체스터의 빅토리아 파크에 이르는 반세기전 영국의 그림과 같은 교외단지의 전통을 그대로 따른 것이다.” Robert Fishman, 『부르주아 유토피아: 교외의 사회사』, 박영한, 구동회 역, 한울, 2000, pp.162~3



그림 2-1 (좌)영국 교외빌라를 모방한 초기 교외 Llewellyn Park와 (우)자동차와 함께 대중화된 교외 Levittown

위한 교외가 성립되었다. 그렇지만, 철도가 처음부터 교외의 대중화를 가능하게 만든 것은 아니다. 철도의 요금은 저렴하지 않았기 때문에, 경제적으로 지불 가능한 능력을 갖춘 계층들만이 교외로 이주를 할 수 있었다.

본격적인 교외의 대중화는 노면전차와 같은 저렴한 대중교통기술이 개발이 된 이후에 가능해졌다. 이처럼, 교외의 성립에 있어서 모빌리티 기술은 가장 핵심적인 역할을 수행했다. 교외는 대중교통에 기반하여, 거주인들의 직장을 도심에 두는 구조를 기본으로 하고 있다. 이러한 구조 속에서 도심에서는 실현할 수 없었던 이상적인 생활을 가능하게 하는 커뮤니티를 만들고자하는 장소로 선택된 곳이 교외였다고 할 수 있다.<sup>9)</sup>

전후가 되면서, 이러한 교외화가 더욱 일반화되어서 현재의 모습의 직접적인 전형을 이루게 된다. 이를 촉진한 것은 자동차와 고속도로의 등장인데, 이 모빌리티 기술이 예전과 근본적으로 달라지는 것은 모빌리티가 개별적으로 소유되는 수단이 되면서, 그 이동범위의 한계가 사실상 무한대로 확장되었다는 점이다. 이는 현대적 교외를 형성시킨 매우 중요한 요인으로 볼 수 있기 때문에, 본 연구에서는 특별한 의미를 부여하고 있다. 이에 대한 보다 상세한 고찰은 다음 절에서 독립적으로 다룰 것이다.<sup>10)</sup>

자동차로 대표되는 개인적 모빌리티 수단으로 도시에 통근한다는 교외의 라이

9) 若林 幹夫, *ibid.*, p36

10) 모빌리티 기술이 교외화에 미친 영향에 대해서는 2.2.에서 상세하게 기술하였다.



프스타일은 교외를 대량으로 확산시키면서, 진정한 의미로 교외를 대중화시킨다. 자동차의 이용은 교외 생활의 큰 변화를 야기하는데, 철도를 이용할 때는 거주지의 주위에 도시 공간을 경험함으로써 근린의 커뮤니티라는 것이 형성되었다. 하지만, 자동차를 비롯한 통신수단과 교통수단의 발달로, 사람들은 집 주위의 공간을 단지 통과하는 풍경에 머물도록 변화시키고 근린의 사람들과 대면하는 일이 줄어들게 되었다. 이는 교외가 도시 공간을 이동하면서 소통하는 방식을 전통적인 근접성으로부터 네트워크를 통해 접속하는 연결성으로 그 가치의 중심을 전이시켰다. 이러한 변화는 교외 공간의 경험에 근본적인 영향을 미친 요인으로서, 후에 교외성을 성립시키는 매우 중요한 요소로 주목해야할 부분이다.

이상과 같이 교외의 형성과정을 통해서 교외의 개념을 정립해보면, 교외란 단지 대도시 주변에서 도심으로 통근하는 사람들의 인구가 증가하면서 그러한 사람들이 거주하는 지역이 확대한 결과로 형성된 것이 아니다. 교외는 그러한 확산과 함께, ‘풍요로움’이나 ‘이상적인 생활’을 표상하는 장소가 대량으로 생산되어, 그러한 생활을 꿈꾸는 사람들이 거주하기 시작한 것이며, 동시에 장소가 경제적인 변인에 따라서 대중화된 형태로 증식해 나간 결과로 도시가 형성되었음을 의미한다.

### 2.1.2. 현대 도시와 교외 문제

일본의 건축가와 도시사회학자들이 현대사회에서 교외를 문제로 삼는 태도를 살펴보면 다음과 같이 정리할 수 있다. 류지 후지무라(藤村龍至)는 1995년 이후에 나타난 중요한 사회 변화를 ‘정보화’와 ‘교외화’로 나누어 분석하면서, 교외의 문제를 커뮤니티의 개념에 새로운 패러다임을 요구하는 원인을 제공하는 현상으로 보고 있다. 특히 ‘전국종합개발계획’(1962~1998)과 ‘일본열도개조론’(1972)등의 국토계획의 영향으로 일본 전국에 주택지 개발이 폭등했던 1970~80년대가 일본의 현대적 교외를 형성한 시기로 보고 있다. 이 때의 교외 개발은 도시에 근대적인 인프라스트럭처들을 갖추게 하면서, 농업 위주의 국가 산업 구조가 공업국으로 변모하게 되는 과정의 반영이었다. 이러한 과정의 영향은 교외 지역의 농촌적인 공동체를 해체하고, 기존의 커뮤니티 개념으로 볼 때 지역사회를 공동(空洞)화해 갔다는 것이 그의 논지이다<sup>11)</sup>. 따라서, 커뮤니티 개념의 변화가 필요하다는 의견을 펼치

고 있다.

교외의 공동화를 발생시킨 주요 원인을 스즈키 켄스케(鈴木謙介)는 장소성의 부재와 자본의 영향으로 보고 있다. 교외라는 현상은 애초에 장소에 맥락으로 존재하는 관습과 고유의 문화가 동반되지 않기 때문에, 대규모 자본에 의해 본래 공동체가 지녔던 생활의 기반이 붕괴되는 과정으로 나타나기 때문이다<sup>12)</sup>.

이를 좀 더 정교하게 이론화한 미우라 아즈시(三浦展)는 일본의 교외 지역을 ‘패스트 풍토화(風土化)’라고 개념화 하면서, 교외화의 과정을 몇 가지 단계로 나누어 설명한다.<sup>13)</sup> 이러한 단계를 통해서 교외는 ‘고향상실’, ‘공동성의 결여’, ‘균질성’을 통해 형성되는 장소라고 주장한다.

이러한 교외의 커뮤니티 해체 문제를 비롯한 사회적 문제들은 교외라는 한정된 지역에서만 발견되는 문제가 아니다. 와카바야시 미키오(若林幹夫)가 지적하고 있듯이 전통적으로 상반된 장소의 성격으로 존재하던 도시와 교외의 이분적 구도는 더 이상 유효하지 않다. 이는 교외 지역에 전통적인 도시의 기능이 분산해 퍼져가면서, 도시와 교외가 섞이면서 영역이 확장되는 것이 현대도시의 주요한 특징으로 나타나고 있기 때문이다.<sup>14)</sup> 그렇기 때문에, 교외 문제는 현대성을 획득하게 되고, 교외라고 하는 장소를 현대사회의 문제가 표면화하는 장소로 파악하는 입장들이 설득력을 얻고 있는 것이 도시사회학자들의 공통적인 입장이다.

11) 藤村 龍至, “郊外化を考える” 『アーキテクト2.0: 2011年以後の建築家像』, 彰国社, 2011, p163

12) 鈴木 謙介, “濃密な場所を設計するための想像力” 『アーキテクト2.0: 2011年以後の建築家像』, 彰国社, 2011, pp.170~172

13) 1. 태어나서 자란 지역이 다른 사람들이 모이는 것에 의한 ‘고향상실’ / 2. 1의 결과로서 생기는 지역의 ‘공동성의 결여’ / 3. 동시기에 개발된 교외지역의 일제 입주에 의해서 생기는 연령, 소득, 가족구성등의 ‘균질성’ / 4. 균질한 교외인들 사이에서 작은 차이가 큰 차별로 느껴지면서 생기는, 교외인 사이의 경쟁의 격렬함. 특히, 아이의 학력 경쟁의 격화. / 5. 직장과 거주가 분리되어 있기 때문에, 아아가 어른의 일하는 모습을 볼 기회가 줄어들고, 도시가 아이 중심의 소비생활로 퍼지는 것. / 6. 차가 없으면 이동할 수 없기 때문에, 아이만으로 이동할 기회가 줄어들어, 부모에게 의존하는 생활이 되는 것부터 생기는 사회화의 저해. 三浦 展, 『ファスト風土化する日本—郊外化とその病理』, 洋泉社, 2004, p26

14) 若林 幹夫, “都市と郊外の社会学” 『「郊外」と現代社会』, 青弓社, 2000, pp.42~44

현대도시의 관점에서 바라보는 교외화의 문제에 대해 건축가들은 환경의 밀도와 강도의 문제로 접근하고 있다. 이가라시 준(五十嵐淳)은 ‘왜 건축가가 도시에 관해 논의할 필요가 있는가?’라는 글에서, 도시와 교외가 혼합되면서 발생하는 도시 환경의 ‘교외적인 희박함’을 해결하여 ‘진함’을 되찾을 수 있는 방법을 고민해야한다고 지적한다.<sup>15)</sup> 여기서 ‘희박함’이란, ‘역사’와 ‘커뮤니티’가 상실된 교외의 특징을 가리키는 표현으로, 도시의 공간이 지니는 밀도에 대한 상대적 개념으로 이해할 수 있다.

이렇게 교외적인 특성이 도시에서 등장하는 현상을 야쓰카 하지메(八束はじめ)는 ‘논 카테고리 시티(non-category city)’의 출현으로 파악했다.<sup>16)</sup> 이는 도시의 공간이 전통적으로 다루었던 ‘도시’ 혹은 ‘교외’의 개념 어느 쪽에서도 명쾌하게 설명할 수 없는 ‘교외화된 현대도시’의 현상을 독자적으로 다루기 위해서 설정한 개

저자	논지의 요점	교외 문제의 핵심
류지 후지무라 (藤村龍至), 2011	- 교외화는 기존의 공동체 개념으로 볼 때, 지역사회를 공동화하는 현상. - <b>공동체 패러다임</b> 의 변화 필요.	공동체
스즈키 켄스케 (鈴木謙介), 2011	- 교외의 문제는 <b>장소성의 결여</b> 에서 유래. - 교외는 <b>자본의 지배구조</b> 에 의한 도시 형성.	자본 공간
이가라시 준 (五十嵐淳), 2011	- 도시와 교외가 혼합되면서 역사와 커뮤니티를 상실. - 도시환경의 ‘ <b>교외적인 희박함</b> ’의 문제.	도시의 교외화
미우라 아츠시 (三浦展), 2004	- 교외는 <b>고향상실, 공동성의 결여, 균질성</b> 을 통해 형성되는 장소.	공동체
와카바야시 미키오 (若林幹夫), 2000	- 교외에 전통적인 도시의 기능이 전이되면서, <b>이분적 구도의 해체</b> . - 현대都市는 <b>도시와 교외의 특성이 혼합</b> 하면서 확장.	도시의 교외화
야쓰카 하지메 (八束はじめ), 1994	- <b>교외화된 현대도시</b> 는 도시와 교외에 속하지 않는 특성. - 논카테고리 시티로서 교외화된 현대도시.	도시의 교외화

표 2-1 현대도시의 교외 문제에 대한 입장들

15) 五十嵐 淳, “なぜ建築家が都市について議論する必要があるのか!?” 『アーキテクト 2.0: 2011年以後の建築家像』, 彰国社, 2011, pp184~185

16) 논자에 따라서 ‘논카테고리 시티(non-category city)’ 혹은 ‘초(超)도시(para-urban)’이라 부르기도 한다. 八束はじめ, “ノン・カテゴリー・シティ多摩” 『10+1』 No.1, INAX出版,

념으로 볼 수 있다.

이상과 같이, 현대 도시에서 교외의 문제는 자본의 지배적인 역할 수행 속에서 성립된 장소라는 성격에 주목하고 있다. 이러한 경제적 논리에 의한 사회 구성은 전통적인 개념의 커뮤니티를 해체시키면서, 공동의 장소에 대한 새로운 패러다임을 요구한다. 교외에서 발생하는 현대 사회의 문제는 교외라는 지역에 국한된 것이 아니라, 현대 도시 속에서 환경의 밀도 문제로 등장하면서, 교외와 도시의 이분적 구도에서 벗어난 새로운 범주의 도시 인식을 요청하고 있는 것으로 정리할 수 있다.

이러한 교외에 대한 문제의식은 비단 교외라는 한정된 지역에 머무는 담론이 아니라, 도시의 문제와도 깊은 관계를 맺고 있음을 발견할 수 있다. 이를 일본의 사회학자들이 형성하고 있는 도시건축의 교외화 담론을 통해서 살펴보면, 대체적으로 도시 공간이 ‘균질화’, ‘브랜드화’, ‘이미지화’되고 있는 현상에 초점을 맞추어 전개되고 있음을 발견할 수 있다.

우선, ‘균질화’에 주목한 입장을 보면 도시건축이 교외화되게 된 원인과 직접적으로 연관되어있다. 즉, 낙후된 도심이 여러 장소에서 재개발되면서 고층맨션을 중심으로 하는 환경이 조성되면서 교외도시의 ‘뉴타운적인 환경’을 닮아가는 현상이 나타났기 때문이다. 이 때, 도시의 장소를 점유하는 쇼핑몰을 중심으로 하는 ‘뉴타운적인 환경’은 교외도시의 그것과 구별되지 않는 균질한 환경을 도시 곳곳에 전파하기 시작했다<sup>17)</sup>. 사회학자인 미우라 아츠시가 ‘도시의 퍼스트 풍토화’, ‘도시의 이온화’라는 용어를 사용하는 것은 도시건축의 균질화에 대한 시각에서 비롯된 것으로 볼 수 있다.

이 때, 장소의 ‘균질화’에 기여하는 건축유형은 교외쇼핑센터의 공간형식을 모방한 복합상업시설로 보고 있는데, 이는 교외쇼핑센터의 유형이 효율성과 경제적 수익성을 보장하는 능력에 힘입어 도시개발의 기본적 요소로 전파되고 있기 때문이

---

1994

17) 미우라 아츠시는 ‘도시의 퍼스트 풍토화’, ‘도시의 이온화’라는 개념으로 도시가 교외적인 환경을 닮으며 균질화되는 현상을 논한다. 三浦 展, 『ファスト風土化する日本—郊外化とその病理』, 洋泉社, 2004을 참조.

다. 이는 일본의 도시 건축을 교외상업시설유형과 시타마치류의 소규모 건축이 양극화되어 전개된다는 다소 극단적인 견해가 가능해지는 원인이 되고 있다.<sup>18)</sup> 이러한 교외형 상업시설의 전파는 교외에서 지니고 있던 빌딩타입의 속성을 도시건축에 고스란히 전이하게 되면서 도시의 공간들을 테마파크화하며 브랜드화하는 특성을 지니게 되었다고 지적하고 있다.<sup>19)</sup>

와카바야시 미키오는 이렇게 교외건축에 영향을 받은 도시공간의 현상적 특징에 주목하여 ‘도시공간의 무대장치화 이론’을 전개한다.<sup>20)</sup> 이러한 현상이 나타나는 도시는 교외의 개발수법에 영향을 받아서 공간적, 역사적으로 아무런 필연적인 맥락이 없는 이미지와 기호를 배치해서 도시공간을 스펙타클에 의해 지배받는 무대로 변형시켜가며 확장해간다는 견해이다. 이는 교외화된 도시 공간이 공간 그 자체를 소비의 대상으로 변모시켜 가고 있음을 이야기한다.

이처럼, 도시사회학의 차원에서 교외화의 영향에 의해 창출되고 있는 도시 공간을 ‘균질화’, ‘브랜드화’, ‘이미지화’에 주목하여 다양한 연구가 이루어지고 있다. 하지만, 이처럼 사회학적 접근을 통해 교외화가 도시에 미친 영향들을 연구한 사례들은 다양하게 나타나고 있지만, 건축의 물리적인 구조에서 드러나는 교외화의 영향에 대해서는 아직 뚜렷한 성과가 나타나지 않고 있다.

### 2.1.3. 상품의 교외론

일본 교외주택의 정보를 제공하는 ‘주간주택정보 suumo’를 보면 교외라는 지역의 공간과 그곳에 존재하는 주택으로 대변되는 거주 공간은 매우 단순화된 정보들로 환원되고 있음을 알 수 있다. 각각의 주택정보가 제시되는 방식에서 교외

18) 隈研 吾, 三浦 展, 『三低主義』, NTT出版, 2010을 참조.

19) 이 글에서 교외형 건축이 도시로 역류하게 되는 것은 일본의 규제형 도시계획이 지닌 한계라는 점을 지적하고 있다. 이에 착안해서 저자들은 역방향의 도시계획을 대안으로 제안하고 있다. 隈研 吾, 清野 由美, 『新・都市論TOKYO』, 集英社, 2008, p19

20) 1980년대 파르코를 중심으로 하는 시부야 거리를 대표적인 예로 들고 있다. 若林 幹夫, “여백화하는 도시 공간”, 『도쿄 스테디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 커뮤니케이션 북스, 2006, pp.14~20

의 장소감각이 어떻게 형성이 되고 있는지 유추할 수 있다.

이를 좀 더 자세히 살펴보면, 가장 커다란 글씨로 쓰인 것은 인접하여 이용할 수 있는 기차역의 이름이며, 그 위에 그 기차역이 속한 노선의 명칭과 역으로 부터의 거리가 기재되어있다. 그 아래에 자세한 주소가 적혀있지만, 사실상 교외의



그림 2-2 교외의 장소가 취급되는 방식을 보여주는 교외주택정보 (출처: '주간주택정보 suumo')



그림 2-3 교외주택정보지의 정보 구성 구조 (출처: '주간주택정보 suumo')

위치 정보를 인식하는 것은 도시로부터의 네트워크 관계를 유추할 수 있게 해주는 노선명, 노선상의 위치를 알게 해주는 역이름, 그리고 가장 세부적인 단계로 역으로부터 어느 정도 떨어졌는가를 알려주는 도보시간이면 충분하다. 이러한 방식의 정보 구조는 교외의 장소가 매우 체계적인 단계의 정보(네트워크 단계: 노선명, 네트워크내 위치: 역이름, 생활의 범위: 도보시간)를 통해 인식된다는 점을 알려준다.

그리고, 우측에는 주택의 구조, 주차, 용도지역, 인접도로의 폭, 건축년도, 방의 수 등등의 데이터로 거주자의 장소를 ‘물건화’한다. 여기서 ‘물건화’란 사는 장소의 특성과 생활의 스타일, 지역의 생활 형태, 사람들의 생활의지와 함께 있어야 할 주택이 매매되는 상품으로서 조건이 제시되는 정보로서 존재하는 것을 나타낸다.<sup>21)</sup>

이러한 매체에서 물건화된 정보는 실제로 교외의 주거를 구입하려는 사람들이 선택을 위해 필요한 조건의 매트릭스와 같은 역할을 한다. 이는 교외라는 장소가 시장에서 매매되는 상품으로서 성립하기 위해서는 서로 비교 가능한 조건의 패키지로 환원시킬 필요가 있었기 때문이다.

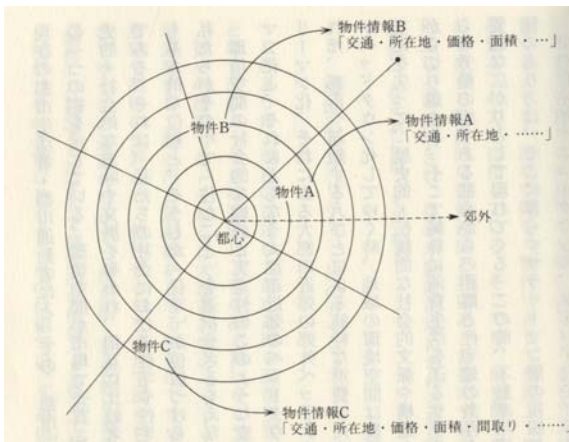


그림 2-4 교외의 장소감각을 형성시키는 상품화된 공간의 의미 구조

(출처: 若林 幹夫, 『イメージのなかの生活』)

이렇게 상품화되는 교외의 장소 감각은 왼쪽의 도표와 같이 도심으로부터 연결되는 모빌리티의 방사선 공간과 그 노선에 따라 도심으로부터 동심원으로 퍼지는 동일한 시간대의 위상공간 속에서 자리하게 된다.

교외의 장소가 이렇게 상품화되는 것이 가능한 이유는 교외라는 것이 도심으로 통근하는 노동자들의 거주지로 조성되었기 때문이다. 즉, 지역을 형성한 배경이 공통의 문화나 역사로 전해오는

21) 若林 幹夫, “イメージのなかの生活” 『情報社会の文化2: イメージのなかの社会』, 東京大学出版会, 1998, pp.38~39

습속에 있는 것이 아니라, 단지 도시로의 통근거리와 경제적 비용의 문제에 근거한 것이기 때문이다. 따라서, 도시나 지역사회의 기반을 이루던 장소성이 소거되고, 시장에 있어서의 상품으로서 장소의 조건을 표시하는 추상적인 정보가 대신하는 것이 가능해진다.<sup>22)</sup> 교외의 장소감각은 이렇게 몇 가지 객관적 정보로 추상화하여 비교 선택하면서 발생한다.

이와 같은, 상품의 교외론이 지니는 관점은 교외가 추상적인 정보를 통해 물건화되어 손쉽게 거래되는 것이 가능해진 공간임을 시사한다. 여기서 중요한 사실은 교외가 장소성을 만드는 전통적인 도시의 맥락적 조건의 부재로 성립되었기 때문에 이러한 관점이 가능해졌다는 점이다.

#### 2.1.4. 이미지의 교외론

전술한 것처럼, 교외가 장소를 상품화한다는 것은 장소성이 소거되었다는 조건에 대해서 긍정하는 태도를 취하는 것이다. 상품화된 교외는 통근범위와 경제적 조건에 맞추어 장소를 결정한 사람들이 모여서 공동체를 이룬다. 따라서 교외에서는 공동체가 형성된다고 하더라도 자연이나 혈연으로 맺어지는 사람들이 집합되어 존재하는 전통적인 지역사회와 다른 양상을 보일 수밖에 없다.

이 때, 상품화라는 것은 앞서 살펴본 것처럼, 개발된 토지나 건설된 건물이 상품으로서 팔린다고 하는 사실만을 의미하는 것이 아니다. 상품으로서 구매한 교외 장소에서 이루어지는 생활의 이미지도 또한 형식화되고 표준화되어 대량으로 생산되어 판매되고 소비된다.

교외는 사람들의 생활양식을 파는 사회로 존재한다. ‘생활’을 제안하는 신문이나 잡지, 광고, 드라마, 백화점 디스플레이 등이 부단하게 ‘풍요롭고 멋진 생활’의 이미지를 소비하도록 부추긴다.<sup>23)</sup>

위의 인용문에서 보듯이, 교외의 생활은 이미지의 소비를 통해 형성된다. 이를 교외의 라이프스타일을 전달하는 한 매체의 콘텐츠를 통해 보면 다음과 같은 메

---

22) 若林 幹夫, op. cit., p40

23) 今橋 映子, 『リーディングズ 都市と郊外: 比較文化論への通路』, NTT出版, 2004, p403



시지로 구성되어있음을 알 수 있다. “오전 9시. 해외에서의 느긋한 생활을 그대로 실현할 수 있는 일상에 만족.” “오전 11시. 좋아하는 케이크와 홍차교실에 참가.” “금요일 오후 4시. 아들의 스포츠 스쿨.” “휴일. 어른도 아이도 함께 즐길 수 있는 문화시설로의 주말 외출.”<sup>24)</sup> 이처럼, 교외의 이미지는 가장 이상적으로 공유하고 있는 전형적인 삶의 모습을 시나리오로 제공하며, 지역의 프로그램 구성도 이에 맞추어서 개발되는 것이 일반적인 사례이다.

이러한 현상이 나타나는 이유에 대해서는 와카바야시 미키오의 설명이 설득력이 있다. 그는 그 이유를 교외가 지닌 두 가지의 독특한 조건 때문이라고 서술한다. 하나는 교외가 사람들에게 의해 생활하는 장소로 나타나기 이전에, 구매되는 것을 기다리는 상품으로서 먼저 존재하기 때문에, 매력적인 상품이 되기 위해 이상적인 생활의 기호나 이미지가 투입되었기 때문에 발생한다.<sup>25)</sup> 즉, 전통적인 도시가 사람들의 삶이 집합되어 역사와 문화가 축적되면서 생활이 먼저 발생하고 그에 적합한 건축이 성립되는 과정을 따랐다면, 교외는 생활이 존재하기 전에 상품으로서 건축이 먼저 존재하는 전혀 다른 상황을 만드는 것이다.

또한, 교외에 거주하는 사람들은 도심에 통근하기 때문에, 전통적인 지역사회에



그림 2-5 교외생활의 시나리오로 제공하는 라이프스타일의 이미지  
(출처: 토큐그룹 주택사업 <http://www.109sumai.com>)

24) 토큐그룹 주택사업부에서 발간하는 라이프스타일 매거진 ‘토쿠라쿠’에서 발췌.

<http://www.109sumai.com/areaguide/index.php>

25) 若林 幹夫, “都市へのからの視線” 『都市と郊外』, NTT出版, 2004, p403



그림 2-6 (좌)가우디를 모사한 교외쇼핑센터와 (우)미국을 이미지로 차용한 일본의 워싱턴마을

존재하는 생산활동의 협동을 중심으로 하는 공동체적인 관계가 존재하지 않는다. 사람들 사이에는 공동체적 정체성이 부재하게 되는데, 이러한 여백을 상업적으로 생산된 이미지나 이를 환기하는 다양한 상품을 통해 의미를 부여하려고 하기 때문이라고 주장한다.<sup>26)</sup> 즉, 지역의 공동체적 동류의식을 소비를 통한 라이프스타일을 공유하며 소속감을 확인하려는 교외만의 특징으로 볼 수 있다.

이처럼, 교외는 이미지를 통해 이상적인 생활을 주입하여 풍요로운 환경을 표상하고, 이를 통해, 공동체의 부재를 대신해서 소비의 라이프스타일을 통한 동질의식을 고양시키려 하는 특성을 보인다. 이러한 이미지는 이상적인 생활로서 뿐 아니라, 교외의 장소를 만들기 위한 수단으로 동원되기도 한다. 이때의 이미지는 이상적인 환경을 떠올릴 수 있는 특정 문화의 양식이나 기호를 인용하는 방식으로 나타난다. 아래의 예에서 볼 수 있는 것처럼, 교외의 장소와 무관하지만 대중적인 이미지를 지니고 있는 가우디의 건축을 모사한 교외쇼핑센터를 만든다든지, 교외 주택의 이상향처럼 여겨지는 미국의 양식을 모방하여, 장소의 감각을 고양시키려고 한다. 이처럼, 대중적인 의미를 부여받는 이미지를 기호로서 인용한다는 것은 특정 양식이 존재하는 맥락으로부터 분리하여 자의적으로 사용하여, 교외의 장소 감각을 ‘모사’를 통해 조성하기 위한 것으로 볼 수 있다.<sup>27)</sup>

26) 若林 幹夫, op. cit., p404

27) 内田 隆三, "郊外ニュータウンの欲望" 『郊外と現代社会』, 青弓社, 2000, pp.187~188

이와 같이 살펴본 이미지의 교외론은 두 가지 사실의 시사점을 드러낸다. 우선, 교외는 이미지를 통해 이상적인 생활을 추구한다. 소비상품으로서 라이프스타일의 형식으로 대중에게 보급되는 이상적인 생활의 추구는 공동체적 의식이 희미한 교외 사회에서 소속감을 부여하며, 구성원들 간의 동질감을 제공하는 역할을 한다. 즉, 교외의 공동체는 소비를 기반으로 라이프스타일로 존재하는 것이다. 그리고 장소성의 부재라는 문제를 안고 있는 교외는 이를 상쇄하기 위해서 이미지를 사용한다. 이때, 이미지는 대중적으로 통용되어 의미를 발생시킬 수 있는 전형적인 문화적 아이콘을 차용하는데, 원래 이미지가 존재하는 문화적, 역사적 맥락으로부터 분리하여 자의적으로 사용함으로써 장소감각을 의도적으로 모사하여 조성하게 된다.

## 2.2. 교외 성립의 기술적 배경

앞선 절에서는 사회학의 논의를 중심으로 교외를 형성시킨 배경 요인들을 검토하였다. 교외의 성격을 규정짓는 중요한 사회적 배경요인으로 상품이 되는 장소와 이미지로 표상되는 장소를 살펴보았다. 그 기저에는 장소를 균질화하여 장소성을 제거한 모빌리티기술과 이상적인 삶의 이미지를 주입한 대중소비문화가 중요한 역할을 수행했음을 알 수 있다.

따라서, 교외화에 따른 건축의 변화를 이해하기 위해서는 기술적 측면에서 모빌리티의 증가와 문화적 측면에서 소비문화가 결부된 현상으로 바라보는 관점이 중요한 위치를 차지한다. 로버트 보르가드(Robert A. Beauregard)가 말한 것처럼 교외가 표상하는 것은 “시장에서의 선택의 자유(대중소비)와 원하는 곳에서 살 수 있는 자유(모빌리티)”<sup>28)</sup>였기 때문이다. 그가 말하는 ‘시장에서의 선택의 자유’란 대중소비문화를 지칭하는 것이며, ‘원하는 곳에서 살 수 있는 자유’란 모빌리티기술을 가리키는 것으로 볼 수 있다.

이번 절에서는 근대의 기술적, 문화적 배경요인으로서 모빌리티와 대중소비가 교외 형성에 어떤 특징을 형성시키게 되었는지, 대중화된 교외가 현재의 원형을 갖추게 된 20세기 중반의 미국을 중심으로 살펴볼 것이다.

### 2.2.1. 모빌리티 기술의 영향

우선, 기술적 변화 요인으로서 모빌리티 기술의 변화는 이것이 집단적 사용 수단으로부터 개인화되는 과정이 교외화에 있어서 중요하게 관찰해야 할 부분이다.

산업도시의 중산층 교외화 패턴을 확립시킨 19세기 초반 런던과 맨체스터 외곽의 초기 교외는 모빌리티 기술이 아직 발달된 단계가 아니었다. 그렇기 때문에, 느리고 값비싼 승합마차노선이나 개인마차로 연결되었지만, 교외를 통해 최초로 나타났던 계급분리 및 작업장과 주거의 분리 경향을 완성시킨 시기였다.<sup>29)</sup> 일반적

---

28) Robert A. Beauregard, *When America Became Suburban*, Univ of Minnesota Press, 2006, p147

29) 로버트 피시만은 런던이 19세기 후반에 이르기까지 산업화를 거의 경험하지 못했다는 점을



그림 2-7 Federal Highway Act로 건설된 고속도로(1954년)와 교외 자동차 광고  
(출처: Albrecht ed., World War II and The American Dream)

으로 교외화는 중심부로부터 주변부로의 편리한 접근에서 비롯되는 것으로 이해하기 쉬운데, 초기의 교외화는 접근성보다는 비접근성에 의존했음을 알 수 있다. ‘값비싼 승합마차노선이나 개인마차’는 교외로의 접근을 경제력을 갖춘 계층에 한정한다는 의미이기 때문이다. 따라서 초기 교외는 ‘제한된 모빌리티’에 의해 한정된 특별한 지역으로 이해할 수 있다. 19세기 후반에 개발업자들과 주민들에 교외화에 있어서 철도노선의 잠재력을 이해하기 시작했을 때에도, 철도체계는 접근성과 비접근성의 절충이었다. 도시 중심부로 연결하는 신속함을 획득하면서 동시에, 그 이용요금이 상대적으로 비쌌기 때문에, 부르주아가 거주하는 교외는 하층민들의 침입으로부터 격리되었다.<sup>30)</sup>

이처럼, 교통기술이 초기부터 교외도시로의 확산에 적극적으로 기여한 것은 아니었다. 본격적인 교외화의 기틀이 마련된 것은 20세기로 접어들면서 개인적 모빌리티(individual mobility)의 등장으로부터 보는 것이 타당하다. 가장 주목해야 하는

강조하면서, 산업도시의 형태를 갖춘 맨체스터의 중산층 교외화가 더 큰 영향력을 발휘했다고 강조한다. 로버트 피시만, 『부르주아 유토피아: 교외의 사회사』, 박영한, 구동희 역, 한울, 2000, pp.102~104

30) 소득수준과 허용통근거리, 사용가능한 교통노선의 체계에 관한 상세한 글은 Sam Bass Warner, Jr., Streetcar Suburbs: The Process of Growth in Boston, 1870~1900, Harvard University Press, 1978를 참조.

부분은 철도에 의존하던 종래의 선형 교통방식이 ‘개인적 모빌리티’인 자동차 교통으로 대체되는 혁신에 있었다. 자동차 교통의 증가는 도심지로부터 도시의 경계를 외곽으로 확산하는 역할을 수행하는데, 여기에는 두 가지의 원인이 있다.

철로를 따라서 생성되던 도시는 개발지에 한계가 있기 때문에, 철로를 따라 선형을 띄거나 철도역을 중심으로 형성이 되었다. 하지만, 자동차 교통은 새로운 도시 개발지에 한계를 제거했다. 여기에는 루즈벨트<sup>31)</sup>와 아이젠하워<sup>32)</sup> 정부가 유지한 교통정책이 큰 영향을 끼쳤는데, 이들은 철도교통이 중심이 된 대중교통의 개발을 대체하여 도로교통을 우선으로 삼는 정책을 유지했다. 이를 통해, 전 국토를 뒤덮은 고속도로 네트워크는 교외의 확산을 전방위적으로 가능하게 하는 요인으로 작용했다.

또한, 밀도가 높은 도심의 시선에서 보면 자동차의 증가는 교통 혼잡과 더불어서 도로를 자동차들이 무분별하게 점거하면서 비롯된 환경의 악화와 보행의 위험, 공공공간으로서 거리가 소멸되는 현상으로 이어졌다. 이로 인해 도시 거주자들은 보다 쾌적한 환경의 거주지와 쇼핑환경을 원하게 되면서, 개발업자들이 교외의 가치에 주목하기 시작하게 된 것이다. 이처럼, 자동차로 인한 모빌리티의 증가는 거주지로서 교외의 확산 뿐 아니라, 상업환경의 변화를 불러일으키는 것으로 보아야 한다.<sup>33)</sup>

모빌리티의 변화를 도시 확장의 중요한 동인으로 보는 견해는 루이스 머포드(Lewis Mumford)에게서 볼 수 있다. 머포드는 미국 도시의 역사를 이주와 정착이 교차하여 연속되는 과정으로 분류하면서 “The Fourth Migration(1925)”에서 1920년대의 미국 상황을 ‘세번째 이행단계’라고 지칭했다.<sup>34)</sup> 이는 대도시를 중심으로

---

31) 루즈벨트 정부는 철도를 구시대의 유물로 보아 지양해야 할 수단이라고 생각하고 대부분의 대중교통 예산을 도로 건설에 전용한다. Joseph Rykwert, *The Seduction of Place*, Oxford University Press, 2000, pp.172~173

32) 아이젠하워 정부가 1956년 제정한 “연방지원 고속도로건설 법안(Federal Aid Highway Act)”는 250억 달러를 투자하여 66,000km 길이의 고속도로를 전국토에 건설하는 사업으로 미국 역사상 최대의 토목공사로 기록되어있다.

33) 루이스 머포드(Lewis Mumford)가 모빌리티의 성격이 변화하는 것을 상품과 시장에 있어서 중대한 변화를 발생시킬 것으로 연결시킨 것은 이러한 주장을 뒷받침한다. Lewis Mumford, “The Fourth Migration”, *The Urban Prospect*, Harcourt, Brace & World, Inc., 1968, pp.ix~xx

고밀화되면서 성장하는 단계의 문제점을 비판적으로 설명하기 위한 용어이다.

멤포드는 결국 현재의 도시가 ‘네번째 이행단계’를 지향해야 한다고 주장한다. 이는 대도시 지역의 발전을 위해 희생되고 있는 대도시 이외의 지역이 지니는 불균형을 해소하여, 드러나지 않은 경제적 잠재력을 실현할 수 있다고 생각했기 때문이다. 멤포드가 이런 주장을 할 수 있었던 이유는 모빌리티의 성격에 변화가 발생했음을 인식했기 때문이다. 철도 교통이 산업을 주도하던 시기에는 상품과 시장이 선형의 패턴을 따라 장소가 고정되는 성격을 띄었지만, 자동차의 시대는 모빌리티의 자유로움으로 인해 장소의 제한이 사라지게 된 것이다<sup>35)</sup>. 즉, 교통기술은 경제적 활동이 발생하는 영역을 확장할 수 있는 기회로 연결되었다.

도시의 확장이 가능하다고 믿는 데는 교통기술뿐 아니라, 커뮤니케이션과 에너지 기술의 변화도 중요한 역할을 했다. 전화나 라디오, 무전기등 전기적 소통 기술의 등장은 사람들이 면대면으로 접촉해야 할 필요가 없어지게 만들어서 물리적인 거리에 상관없이 고립된 사회생활을 가능하게 했다. 또한, 노동자와 철도등이 컴패니타운을 이루어 생산하던 화력발전소를 대체하는 수력발전의 등장은 산업의 입지 선택에 다양성을 부여해주었다.

1939년 뉴욕월드페어는 당시 교통패러다임의 변화가 도시계획에 미치는 영향을 설명해준다. 이상적인 도시의 계획안을 전시한 모형인 “Democracity”는 고층의 대형 건물들 사이로 모던하게 디자인된 오픈스페이스들을 곳곳에 배치한 계획안이다. 그리고, 광활하게 넓은 파크웨이와 프리웨이의 인프라스트럭처가 빌딩들 사이를 가로 지르며 끝없이 연결된다. 이 도로 위에는 수많은 자동차로 뒤덮혀있는데, 이 전시가 전달하고자 했던 메시지가 “적절하게 계획된 도시는 깨끗한 공기와 번영, 자유를 모두에게 보장한다”<sup>36)</sup>였음을 상기하면 당시 자동차에 대한 믿음은 유

34) 루이스 멤포드의 분류에 따르면, 1기는 식민지 시기부터 동부를 따라서 공동체가 정립되던 시기. 2기는 서부 개척지에 정착하며 도시가 산업화 하던 때. 3기는 대도시 체계가 강화되는 당시. 4기는 regional planning을 통해 지역의 균형발전을 이루는 시기로 나뉜다.

35) “자동차를 사용하는 경향은 인구를 집중시키기 보다는 확산한다. 그리고 대도시 권역 안으로 사람들을 집중시키려는 프로젝트가 있다면, 그것은 자동차의 시대가 열어젖힌 기회를 보지 않고 반대의 길을 따르는 것이다.” Lewis Mumford, “The Fourth Migration”, The Urban Prospect, Harcourt, Brace & World, Inc., 1968

36) 1939년 뉴욕월드페어는 운송, 소통과 비즈니스 시스템, 음식, 정부, 커뮤니티, 생산과 배급,



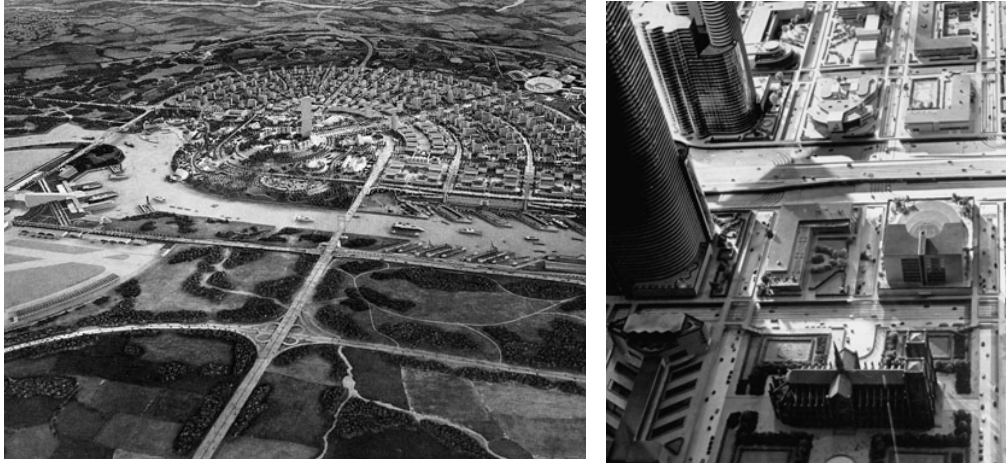


그림 2-8 1939 년 뉴욕월드페어에 출품된 이상적인 도시계획안.  
 (좌) Henry Dreyfuss가 디자인한 'Democracity' 와  
 (우) GM이 전시한 Norman Bel Geddes의 'Highways and Horizons: the Futurama'

토피아적인 신념과 마찬가지로 었다고 추측할 수 있다.

이처럼 자동차 기술의 유토피아를 꿈꾼 또 다른 전시로 자동차 회사 제너럴 모터스(General Motors, GM)가 출품한 '고속도로와 지평선: 미래계획(Highways and Horizons: the Futurama)'가 주목할 만하다.

GM은 이 전시를 통해 도시의 변성과 아름다운 풍경은 자동차와 끝없이 연결된 고속도로 인프라스트럭처 덕분에 가능해질 수 있음을 대중들에게 주시키려고 했다. 즉, 대중이 보편적으로 자동차를 소유하기 위해서는 전국적으로 고속도로 네트워크가 갖추어져야만 함을 인식하고 있었다. 이처럼 모빌리티 기술을 기반으로 하는 교외화된 도시의 계획은 공공기관, 산업계, 소비자 대중의 역할이 합치되는 지점에서 가능해지는 것이다.

---

어뮤즈먼트 등의 테마로 나뉘어졌는데, 근대기술로 인한 새로운 라이프스타일과 산업을 엿볼 수 있는 분류법이다. Bill Cotter, *The 1930-1940 New York World's Fair*, Arcadia Publishing, 2009, pp.25~39



## 2.2.2. 모빌리티에 의한 장소 균질화

‘교외’라는 장소는 근대 기술에 의해 도시가 확장하여, 일터와 주거지가 구분되는 것이 가능해지면서 형성된 곳이다. 도심의 일터로부터 주변부에 위치하는 장소에서 통근해야 하는 고용노동자의 경제적 활동 패턴에 따라 만들어진 교외도시는 역사와 기억이 축적되면서 오랜 시간 구성되어온 전통적인 도시와 장소의 성격에 있어서 큰 차이점을 보인다. 이러한 차이를 이끈 원인을 모빌리티 기술과 소통매개의 변화 두 가지 요인으로 볼 수 있다.

### (1) 장소 형성의 우연성

와카바야시 미키오는 “거주하는 것의 우유성(偶有性)”이라는 개념으로 교외도시가 장소적으로 지닌 특징적 상황을 설명한다.<sup>37)</sup> 즉, 전통적 도시에서 구성되는 삶이란, 지역사회의 습속이 남겨진 토지 위에 특징의 지역에서 비롯한 건축 양식과 생활양식을 기반으로 구성되는 것이다. 반면에, 교외화는 표준화되고 공업화된 대량생산주택에 거주하며, 지역에 전승되어온 생활양식이 부재한 채 대중미디어가 매개하는 문화로 형성되는 현상으로 보는 것이다. 이는 이동의 자유로움을 가져다 준 모빌리티의 기술이 생활의 장소를 형성하는 데 있어서 장소와 사회와의 결합 관계를 희박하게 만든 것으로 이해할 수 있다.

그렇기 때문에, 교외에서의 거주에 있어서 장소의 선택에는 모빌리티에 따라 새로운 기준이 결부된다. 그 선택은 직장으로부터의 통근 거리, 통근 교통 수단의 종류, 방의 배치, 편의점과 같은 근린 시설과의 접근성, 그리고 지불이 가능한 가격대와 같은 조건에 따라 거주 장소의 장소를 결정하게 된다.<sup>38)</sup> 따라서 교외의 특정한 장소에 대한 의미는 ‘우연히 토지가 그곳에 있었던 것’으로 환원된다. 단지 도심과의 위치 관계에 의해 장소의 의미가 생성되며, 장소의 고유한 성격은 “통근시간 40분, 전철역 5분 거리”와 같이 수치들로 추상화되어 개량이 가능해진다. <그림 9>에서 보듯이 교외는 도심의 상징적인 위치인 도쿄와 신주쿠로 이동하는데 JR 무사시노선으로 19분과 28분 소요된다는 것으로 지역의 장소성이 설명된다. 모빌

37) 若林 幹夫, 『郊外の社会学—現代を生きる形(ちくま新書)』, 筑摩書房, 2007, p190.

38) ibid., pp.191~192.



그림 2-9 일본 교외 주택 광고에서 강조되는 장소 감각  
(출처: '타마홈(Tama Home)' 홈페이지: <http://www.tti61.com>)

리티로 설명되는 로케이션과 접근가능한 도시의 매력적인 이미지 몇 장으로 사람들은 거주 의 장소를 결정하게 된다.

이러한 사실에 미루어 볼 때, 모빌리티 기술에 의해 교외는 장소를 설명하기 위한 인문적 배경이 불필요해지게 되었다. 앞서 보듯이 몇 가지 객관적 정보로 장소의 성격을 설명할 수 있기 때문에, 교외는 균질한 환경으로 유인되었다는 이해가 가능해진다. 교외가 “도심 주변지역에 자리한, 도심에 통근하는 사람들의 거주에 특화된 지역”이라고 하는 의미에서 분명히 장소적, 지역적 개념이다. 하지만, 추상화된 도심과의 위치 관계에 따라 보편적으로 존재하는 장소라는 면에서, 다른 무엇으로도 대체 불가능한 고유의 장소라는 성질을 지니지는 않는다. 이는 교외가 지역의 토착 문화와 생활양식을 기본으로 구성되지 않고, 자본주의 사회에 보편적으로 작용하는 대중문화가 대중매체로 매개되어 장소의 근거가 되었기 때문이다.

## (2) 근접함(propinquity)의 소거

전통적인 도시에서 구성원 사이의 관계를 지탱하던 원리를 마이클 소킨(Michael Sorkin)은 ‘근접함의 정치(politics of propinquity)’라고 설명한다.<sup>39)</sup> 도시인을 엮어 주며 사회적인 관계를 이끄는 것이 전통적인 도시 구조 속에서 시간과 공간의 ‘근접성’<sup>40)</sup>이었다면, 현대의 도시에서는 인스턴트한 방식을 사용하는 인공적인 도구들이 이를 대체한다고 보고 있다. 즉, 컴퓨터, 전화, 팩스와 같은 새로운 기술에 의해 도시인의 사회적 관계가 유지되는 것이다. 소킨은 이러한 현상이 발생하게 된 도시의 구성요소는 전통적인 도시와 다르다고 이야기 하면서 그 요소들을 다음과 같이 묘사한다.

촉촉하게 연결된 고속도로가 만드는 ‘장’에 기대선 고층빌딩들, 전국적인 체인을 지닌 백화점이 들어서있으며 수많은 자동차로 둘러싸인 쇼핑몰, 곳곳의 건물들에 복제되는 아트리움의 호텔들, 획일적인 역사적 양식을 차용한 디자인, 축제분위기를 이끄는 마켓들, 끊임없이 확산하는 ‘도시’를 지니지 않은 교외들.<sup>41)</sup>

여기서 소킨이 설명하는 “근접함이 사라지는 도시”의 구성요소는 교외화 현상에서 비롯하여 생산된 건축유형(쇼핑몰), 인프라스트럭처, 실내공간(아트리움) 등과 같은 ‘비-장소’<sup>42)</sup>적인 도시 영역들을 지칭하는 것임을 알 수 있다. 이와 같이, 모

---

39) 마이클 소킨은 “근접함(propinquity)” 이 사라지게 되는 원인을 모던테크놀로지의 영향에서 찾는다. 도시의 생활이라는 것은 직접적인 대화와 인터렉션으로 유지되던 사회의 관계망에 의한 것인데, 이것이 점차 희미해져가는 과정을 현대사회의 특징으로 본다. 그 구체적인 변화로 도시인의 관계를 엮는 도구가 인스턴트한 방식에 의존하는 컴퓨터, 신용카드, 전화, 팩스와 같은 기계를 예로 들고 있다.

40) 현상학적인 관점에 근접성은 지각적으로 장소를 한정하는 요소이다. 숄츠의 견해에 따르면 도시를 조직화하는 것은 근접성, 연소성, 폐합성이라는 기본 원리에 근거한다. Christian Noberg-Schulz, 『실존, 공간, 건축』, 김광현 역, 태림문화사, 1997, pp.44~45, p140

41) Michael Sorkin, "Introduction: Variations on a Theme Park", Variations on a Theme Park, Hill and Wang, 1992, p11

42) 프랑스 인류학자인 Marc Auge에 의하면 '비-장소(non-place)'란 ‘장소’라고 여겨질 만큼의 의미를 내재하지 않으면서 철저히 기능적인 목적을 지니고, 순간적인 현상이 반복되는 장소인 슈퍼마켓, 공항, 자동차도로, 호텔, 쇼핑센터와 같은 곳을 일컫는다. 이에 대해서는 Marc Auge, Non-Places: an introduction to Supermodernity, Vero, 2008을 참조. 한편 마이클 소킨은 같은

빌리티 기술과 대중 매체가 장소 성립의 매개가 된 교외의 가장 큰 특징은 ‘근접함’이 사라지는 현상이다.

‘근접함’의 소거가 의미하는 것을 도시건축적인 측면에서 보면, 교외의 경우처럼 도시의 기본적인 기능을 수행하는 주택, 오피스, 공장, 쇼핑몰 등의 개체들은 존재하지만, 도시에 활력을 불어넣는 형태적, 사회적 혼합이 존재하지 않는 것이다. 다시 말해, 전통적인 도시구조 속에서 서로 다른 개체들을 연관시켜 ‘근접함’을 구현하는 기능을 수행하던 아고라(agera), 플라자(plaza), 다운타운(downtown)과 같은 도시 공간 요소가 부재하는 것이다.

이렇게, 어떤 영역을 ‘비-장소’라고 지칭할 때, 도시건축의 관점에서 부재하는 것은 특정한 건물을 말하는 것으로 이해할 수 있는 문제가 아니다. 그보다는, 도시의 질서를 구축하는 매개로서 도시 형태를 읽을 수 있는 감각을 만들어주는 장소인 아고라, 플라자처럼 도시건축을 연결시켜주고 도시의 중심적 요소로서 기능하는 장소가 소거된 것이다.

같은 논지에서 피터 로우(Peter G. Rowe)는 교외가 ‘비-장소’적인 성격을 띠는 것은 “근접성이 부재하는 접근성(accessibility without propinquity)” 때문이라고 지적한다. 여기서 근접성이라는 것은 물리적으로 체험이 가능한 행위를 의미하는데, 로우는 교외도시의 인프라스트럭처 시스템이 모든 교통과 소통, 교환의 행위를 대체하기 때문에 효율은 좋지만, 근접성이 상실되었다고 서술한다.<sup>43)</sup> 표현을 달리하



그림 2-10 근접함이 소거된 현대도시의 비-장소인 두바이 쇼핑몰과 판크라스 철도역

개념을 ‘비지형적 도시(ageographical city)’라는 다른 표현을 사용하여 설명한다.

43) Peter G. Rowe, Making a Middle Landscape, The MIT Press, 1991, pp.56~57

고 있지만, 소킨과 로우는 동일하게 아고라, 플라자와 같은 상징적인 전통 도시 요소가 인프라스트럭처로 변환되면서 교외의 장소가 균질화되는 특성이 드러나게 되었음에 주목하고 있다.

	마이클 소킨 (Michael Sorkin)	피터 로우 (Peter G. Rowe)
교외도시의 비장소적 특성	근접성의 희박화	근접성이 부재하는 접근성
근접성의 정의	사회적 소통	물리적인 체험
도시의 부재요소	전통적 중심요소 (아고라, 플라자, 다운타운)	교통, 소통, 교환의 행위
근접성의 대체 기술	컴퓨터, 전화, 팩스	인프라스트럭처 시스템

표 2-2 '비장소적 도시 영역(non-place urban realm)' 의 구성요소 비교

이와 같이, 전후에 본격화된 교외화로 형성된 교외는 모빌리티의 증가, 대중매체의 변화와 같은 기술적 요인들의 영향으로 전통적인 도시 형성 요인과 구별되는 균질한 환경이라는 새로운 특성을 지닌 장소로 발현되었다고 볼 수 있다. 이때, 교외화는 도시의 장소를 균질화하여 삶의 방식을 동일성으로 유인하는 동력으로 이해할 수 있다.

## 2.3. 교외 성립의 문화적 배경

### 2.3.1. 소비문화의 영향

전후의 경제적 번영으로 인한 소득의 증가, 자동차 보유 확산, 주택 수요 증가, 고속도로 건설 붐 등은 사회적으로 사람들과 투자를 교외로 유인하는 계기가 되었다. 이들은 모두 경제적 단위로서 핵가족이 구성하는 “가정의 풍요로움(domestic prosperity)”을 전제로 하고 있었다. 그렇기 때문에, 교외화가 가정을 단위로 하는 대중소비문화의 융성과 직결될 수 있었다. 다시 말해, 교외화의 현상과 소비문화가 만나는 접점에는 전후 사회를 재건하려는 이데올로기로서의 소비문화, 그리고 소비문화를 대중에게 전파하기 위한 장소로서 교외의 문제가 얽혀있었다.

#### (1) 사회 재건의 이데올로기

대중적인 교외화가 본격적으로 나타나기 시작한 것은 2차세계대전 이후의 현상으로 볼 수 있는데, 여기에는 주택 구매를 촉진하기 위한 대출 프로그램, 주택 공급을 촉진하기 위한 정책, 인프라스트럭처 구축을 지원하는 법안이 삼각편대를 이루어 지원했기 때문에 가능해졌다.<sup>44)</sup> 전후의 사회는 갑자기 증가한 퇴역 군인들로 인한 도심에서의 주택부족현상이 나타났는데, 이때 저렴한 모기지 대출을 통한 교외 주택 구입이 자연스럽게 유도되었으며, 가구의 경제력 증가로 자동차 소유가 원활하게 이루어졌다. 동시에 대량생산기술의 발전은 주택건설비용의 절감으로 이어졌다.<sup>45)</sup> 이즈음인 1950년과 1960년 사이 1300만의 주택이 지어졌으며, 이중 1100만이 교외에 건설되었을 정도로 폭발적인 성장세를 보였다.<sup>46)</sup> 이들 교외인들은 수입의 29퍼센트를 소비하며 자동차와 주택구매를 위한 지출이 같은 시기 동안 3배가량 증가했으며, 주택소비율도 62%에 다다랐다<sup>47)</sup>.

44) 해당 법안들은 1944년 참전 군인들을 위한 대출프로그램인 “GI Bill of Right”, 1949년 주택 공급 촉진 법안인 “Housing Act of 1949, 고속도로 건설을 지원하는 1956년 "Federal Aid Highway Act"등이 있다.

45) Robert A. Beauregard, When America Became Suburban, Univ of Minnesota Press, 2006, p33

46) Gwendolyn Wright, USA, Reaktion Books, 2008, p167





를 다양하게 사용하는 것을 권장했다. 이렇게 생각한 이유는 소비가 촉진되어야만 교외인들이 다양한 생산업에 고용될 수 있고, 이를 통해 산업을 활성화시킬 수 있을 뿐 아니라 정신적인 생활까지 풍부해질 수 있다고 생각했기 때문이다.

이렇게 소비문화의 역할을 강조하게 된 것에는 1930년대에 경험했던 경제위기의 영향이 크다. 당시 제조업의 호황으로 대량생산된 풍족한 공산품들을 소비자의 경제적 능력이 뒷받침하지 못하면서 소화시키지 못하여 원활하게 자본이 순환되지 못한 것이 큰 이유가 되었다고 판단했기 때문이다. 이 때문에, 경기침체를 막기 위한 방책으로서 소비독려의 정부정책을 내세우는데<sup>50)</sup>, 사람들이 교외로 이동하여 집을 사고, 그 집안을 채울 제품들을 구입하고, 길어진 이동거리를 감당하기 위한 자동차를 사서, 에너지를 소비하게 만드는 것이 교외 소비 정책의 전체적인 흐름을 이룬 것으로 이해할 수 있다.

이와 같이 이데올로기로서 작용한 교외화의 기저에는 자본주의 경제체제 아래서 사회를 재건하기 위한 수단으로서 가치가 내재하고 있었다.<sup>51)</sup> 즉, 교외화는 소비 행위를 교외인의 문화적 양상으로 발전시켜 대중소비문화로 전이시키는 흐름과 동반하여 일어난 현상으로 볼 수 있다.

## (2) 소비문화의 프로파간다

교외는 모든 것을 소비재로 변형시켰다. 주택의 문제에 있어서도 예외는 아니었는데, 주택은 은행가, 부동산업자, 목재업자, 가전용기기 제조업체, 시공업체 등의 다양한 산업주체들의 이해관계 속에 놓이게 되었다. 정부에서는 주택과 관련된 산업을 키우기 위해 “자가 주택 소유(Own Your Own Home)”와 같은 캠페인을 진행하기도 했는데, 이것이 계기가 되어 그 이전까지 융성하던 우편주문건축업체들이 시들해지고, 기업화된 대규모 부동산 개발회사들로 대체되면서 교외주택은 본

---

50) 소비 장려를 위해 트루만 정부는 현금 대신 신용을 통한 거래를 독려했으며 금융기관과 밀접한 작업을 통해 저렴한 모기지론 프로그램을 도입하는 등, 지출액을 높이는데 노력을 경주하였다.

51) 로버트 보르가드(Robert Beauregard)는 이데올로기로서 작용한 교외적인 생활방식에 대해 청결함(clean)과 미국적인 것을 의미하는 경향이 컸음을 지적한다. Robert A. Beauregard, *When America Became Suburban*, Univ of Minnesota Press, 2006, p147



격적으로 소비상품화 되었다.<sup>52)</sup> 교외의 소비문화는 단지 주택과 자동차 구입의 증가에만 관여했던 것이 아니다. 새롭게 구매한 집을 채워줄 새로운 가구, 카펫, 세탁기, 잔디깎기, 마당의 벤치 등등 일상생활을 지원하는 수많은 물품들이 공산품화되어 교외에 공급되었다.

교외가 소비문화의 프로파간다로서 역할을 하며 교외인의 삶을 바꾸게 된 것은 새로운 소비를 지탱해주는 새로운 일상의 등장에 힘입은바가 크다. 예를 들어, 자기 집 마당의 잔디를 깎는 일이라든가, 출근하기 위해 자동차를 운전하거나, 남편의 출근을 배웅하는 주부의 일상과 같은 행위들은 자연스럽게 그에 적합한 소비품목을 증가시켰다. 한편, 소득의 증가는 중산층의 여가생활을 만드는 방식으로 일상생활의 범주를 확장시켰다. 골프, 테니스, 수상레저, 등산 등과 같은 일상생활의 범주 확장은 곧 소비항목의 증가로 이어져서, 골프 클럽, 테니스 의류, 요트, 크로켓 세트, 등산복, 해수욕용품 등을 지출항목에 새롭게 추가시켰다.<sup>53)</sup> 또한, 모빌리티의 증가를 바탕으로 발생한 교외화의 현상은 자동차 도로에 기반하여 성행한 ‘로드사이드 비즈니스<sup>54)</sup>’를 발달시키면서 도로변의 패스트푸드 레스토랑을 통한 외식문화를 형성하기도 했다.

이처럼 교외의 대중소비문화는 일상생활의 모든 영역을 차지했다. 즉, 교외인이 구입하는 것은 삶의 양식이자 교외의 문화 그 자체라고 할 수 있다. 교외가 대중매체의 광고를 통해 형성되는 대중소비문화로 전달되는 소비상품들을 담아내는, 중산층의 소비문화를 위한 무대와 같은 곳이라는 점에 여러 교외 연구자들이 의견을 같이하고 있다. 윌리엄 레빗(William Levitt)이 교외화에 대해서 “교외의 주택구입자들은 단지 주택을 구입하는 것이 아니라 삶의 방식(way of life)을 구매하는 것”<sup>55)</sup>이라고 언급한 것도 같은 맥락으로 이해할 수 있다.

---

52) Dolores Hayden, *Building Suburbia*, Vintage Books, 2003, p118

53) Robert A. Beauregard, *When America Became Suburban*, Univ of Minnesota Press, 2006, p113

54) 주요한 교외대로를 따라, 편의점(convenience stores), 주유소(filling stations), 모텔, 패스트푸드 레스토랑등의 로드사이드 프랜차이즈가 성황을 이루었다. 이러한 건물들은 대개 공격적인 광고로 건물의 이미지를 형성해나갔다.

55) “집을 구매할 때, 교외인들에게 단단한 벽이나 튼튼한 지붕만큼 중요한 것은 수영장이나 야구장으로의 접근성이다. 왜냐하면 그는 단지 주택을 구매하는 것 뿐 아니라, 삶의 방식을 구

돌로레스 헤이든(Dolores Hayden)은 교외도시의 대중소비문화에 있어서 특히 TV의 역할에 주목했다<sup>56)</sup>. TV는 교외의 커뮤니티에 거주하는 전형적인 가정의 이야기를 드라마나 영화와 같은 형식으로 교외인들에게 전달하면서, 동시에 교외가정이 갖추어야 할 가정용 전기기기와 소비해야 할 상품들을 알려주는 장치로서 기능했다. 즉, TV가 중산층의 표준적인 삶의 방식을 정하는 역할을 하면서 교외주택을 소비문화의 전시장과 같이 변형시켜갔다.

이와 같이 소비문화의 프로파간다의 역할을 수행하는 교외는 "소비자 공화국(consumers' republic)"<sup>57)</sup>이라고 부를 만큼, 개발업자, 제조업자, 공공정부, 소비자등 모든 사회 구성원들이 공유하는 관점이었다. 그리고, 교외화를 통한 경제적 번영을 누릴 수 있었던 것은 그것이 "가정의 풍요로움(domestic prosperity)"을 바탕으로 했기 때문이었다.

### 2.3.2. 교외의 정체성을 부여하는 소비문화

교외화의 역사는 다양한 이데올로기적 관심사가 얽힌 문제인데, 전체로서 사회 속에서 개인적 욕망이 어떻게 실현되었는가의 문제와 관련되어있다.<sup>58)</sup> 교외는 이러한 욕망의 추구를 대중소비문화의 소비상품을 매개로 실현하도록 구성된 체계라고 볼 수 있다. 교외의 대량생산된 상품들은 저렴하고 동등한 기회에 놓여있기 때문에, 사회 속에서 개별성의 실현은 그 어느 때 보다 민주화되었다고 볼 수 있으나, 개별성이 소비상품의 카테고리 속에 존재한다는 점에서 시장이 대중을 지배한다는 문제를 지니고 있기도 하다.<sup>59)</sup> 시장은 특성상 팔리는 경향이 있는 상품들

---

매하는 것이기 때문이다.” Rosalyn Fraad Baxandall, Elizabeth Ewen, *Picture Windows: how the suburbs happened*, Basic Books, 2000, p131에서 재인용.

56) Dolores Hayden, *Building Suburbia*, Vintage Books, 2003, pp.148~151

57) 리자베스 코헨(Lizabeth Cohen)이 전후미국의 번영을 이끈 대중소비문화가 정치적인 역할을 수행하며 미국의 삶을 변형시켰음을 강조하기 위해 교외를 지칭하는 표현으로 사용했다. Lizabeth Cohen, *A Consumers' Republic*, Vintage Books, 2004를 참조.

58) John Archer, *Architecture and Suburbia: from English villa to American dream house, 1690-2000*, University of Minesotta Press, 2005, p334

59) *ibid.*, p335

을 생산하기 때문에, 소비로 추구하는 개별성에는 한계가 있을 수밖에 없다.

이러한 대중소비문화에 대한 논쟁은 전체로서 사회시스템 내에서 개별자의 정체성에 대한 이슈로 이어져서, 소비문화가 생산하는 환경이 지닌 특성이 획일성으로 귀결되는지 자율적 개별성이 가능한 것인지에 대한 이슈가 형성되었다.

### (1) 소비문화의 획일성 비판

소비문화의 획일성에 주목하여 교외가 표준적인 개인을 생산한다고 비판하는 진영에는 테오도어 아도르노(Theodor Adorno)가 자리하고 있다. 그는 2차세계대전 중에 미국에 피난하며 머무는 동안 LA의 교외지역에 세워진 수많은 주택들과 이를 둘러싼 교외소비문화의 양태를 보고 다음과 같이 썼다.

위로할 길 없는 도시에 널려 있는 삭막한 주거 집단과 사무실들은 이러한 기업(주: 다국적 기업)들이 만들어낸 기념물이다. 시멘트로 이루어진 도시 중심가 주변에 남아 있는 옛 가옥들은 슬럼처럼 보이며, 국제 상품 전람회장엔 세워진 임시 구조물들처럼 도시 변두리의 새로 지어진 간이 주택들은 기술 진보를 찬양하지만 잠시 사용된 후에는 통조림 캔처럼 버려지기를 기다리고 있다. 도시의 주택사업은 위생적인 소주택을 보급하여 개인들을 자율적인 주체로 보이게 하지만, 사실은 그들의 반대편에 있는 절대적인 자본의 힘에 개인들을 좀 더 철저히 종속시키고 있다.<sup>60)</sup>

교외 주택을 “위생적인 소주택”이라고 칭하면서, 그 내부에 거주하는 교외인들이 스스로를 대중문화를 수용한 대표자처럼 여기겠지만, 그것은 “보편과 특수성의 잘못된 동일성”이라고 비판한다. 다시 말해, 교외의 건물들이 마치 일회용 제품처럼 변질되어 버린 상황을 지적하면서, 이러한 집들이 대량생산되고 표준화되었기 때문에, 이를 바탕으로 하는 대중소비문화는 궁극적으로 인간의 정체성을 표준화시키도록 부추긴다고 주장했다. 존 키츠(John Keats) 역시 “거주가 거주인을 형성시킨다”고 말하면서 동일한 주택과 상품이 반복되면서 닥치는 가장 큰 위협은 교외인의 개별성 상실에 있다고 지적했다.<sup>61)</sup>

60) Theodor Adorno, Max Horkheimer, 『계몽의 변증법: 철학적 단상』, 김유동 역, 문학과 지성사, 2001, pp.183~184

61) John Keats, The Crack in the Picture Windows, Houghton Mifflin, 1956, p61, 193 재인용: John Archer, Architecture and Suburbia: from English villa to American dream house,

이들의 견해를 종합해보면, 대량으로 생산된 다양한 상품들이 진열된 교외의 대형 마켓에 노출된 소비자는 선택의 자유에 놓이는 것이 아니라, 시장의 수요에 따라 제조업체가 디자인한 시나리오에 유인되는 것이라고 볼 수 있다. 이 때, 대중소비문화는 풍족한 상품들로 교외인의 개별성을 증가시키는 수단이 되는 것이 아니라 제한된 카테고리 속에서 선택할 수밖에 없는 "customer", "consumer"로 환원시키는 획일화의 수단이 된다고 볼 수 있다. 이렇게 대량소비 속에 개별성을 상실해가는 교외인의 일상은 교외의 지루하게 반복되는 동일한 규격과 형태의 주택들(tract house)이 만들어내는 풍경이 상징적으로 증명해주는 셈이다.

## (2) 소비문화와 정체성

일군의 비평가들이 교외의 소비문화가 미치는 영향에 대하여 부정적인 관점을 유지했던 반면에 소비가 개별성과 정체성 확립에 긍정적인 영향을 줄 수 있다는 견해를 볼 수 있다. 다니엘 밀러(Daniel Miller)의 대중소비문화에 대한 분석은 소비가 정체성을 유지시키는데 필수적인 역할을 담당했다는 사실에서 출발하면서, “사람들은 그들 자신의 이미지를 창출해내기 위해 대량공산품이나 물건들을 사용한다.”는 점을 지적한다.<sup>62)</sup> 여기서 흥미로운 것은 물건의 구매행위 뿐 아니라, 구입한 물건들을 개인의 공간에 어떻게 배열하는지가 중요한 문제로 작용한다는 사실이다. 이때, 개인의 공간에 배열하기 위해 구입한 물건이 사회적인 의미를 발생시키는 것은 이를 위해 구매를 포기한 물건과의 차이점에서 출발한다.<sup>63)</sup> 아도르노가 획일적이라고 비판한 대중소비문화의 상품들이 만드는 풍경이 개인의 선택과 공

---

1690-2000, University of Minnesota Press, 2005, p337

62) Daniel Miller, *Material Culture and Mass Consumption*, Blackwell, 1987, p147

63) 나아가 존 아처는 소비행위는 이중적인 방식으로 기능함을 말한다. 하나는 대량생산된 다양한 상품들은 어떤 타입을 지니고 의미를 지닌가는 문화적인 공통인식으로 인해, 소비가 사회적인 화합을 유지하고 규범적인 질서를 형성한다는 점이다. 다른 한편으로, 소비자가 구매하거나 포기한 특정의 물건들이 그 사람의 개별성을 설명하는 수단이 된다. 즉, 소비가 개별성을 만들기도 하지만, 사회의 규범적인 질서를 만들기도 한다는 이중적인 방식이다. Daniel Miller, *Material Culture and Mass Consumption*, Blackwell, 1987, p147; John Archer, *Architecture and Suburbia: from English villa to American dream house, 1690-2000*, p354

간의 배열이 이루어지는 방식으로부터 정체성이 확립될 가능성을 열어둔다는 면에서, 밀러의 견해를 긍정적으로 받아들일 수 있다.

이에 대한 보다 이론적인 접근으로는 발터 벤야민(Walter Benjamin)의 경우를 살펴볼 수 있다. 벤야민은 “기술적으로 복제가 가능”하며 “대중에 의해 소비되는” 매체인 영화와 건축에 대하여 언급하면서<sup>64)</sup>, 이러한 대중문화매체를 고전예술매체와 구분지어 달라진 성격을 설명한다. 즉, 고전예술매체는 감상자를 일정하게 정해진 목적에 맞게 몰입시키고, 모두에게 동일한 효과를 일으키도록 작용한다. 이에 비해, 대중예술매체인 영화와 건축은 감상자가 그 안에 담긴 내용을 이미 자신들의 습성(habitus)에 익숙해진 방식으로 전용(appropriation)하여 그들 자신의 목적에 맞게 해석하고 사용하게 된다.<sup>65)</sup> 이는 소비자의 창조적인 개입이 가능함을 의미한다.

다시 말해, 전통적인 매체는 작가의 의도 속에서 작동하여, 작가의 프로젝트로 남겨지는 반면, 복제가 가능한 대중매체는 이를 수용하는 대중에 의해 자율적으로 그들 자신의 프로젝트로 만들어서 개별화시킨다. 대중소비문화의 소비자로서 살고 있는 교외에서, 벤야민의 관점은 획일화되는 장소적 성격에 대한 반작용으로서 사용자의 개념을 암시한다. 다시 말해, 사용자는 창조적 개입을 통해 상품으로서 사물을 전용하여 교외인의 개별성 혹은 정체성을 추구했다고 볼 수 있는 가능성을 열어준다고 볼 수 있다. 이러한 점에서 벤야민의 관점은 이 연구에서 의미있게 다룰 수 있다.

여기에서 교외라는 공간은 공통의 문화나 환경이 로컬리티의 내부에서 발견되는 것이 아니라 지역을 넘어선 대중매체가 매개하는 대중소비문화 속에 있음을 지적해야 할 필요가 있다. 와카바야시 미키오는 이러한 교외의 공간적 특징을 빗대

---

64) Walter Benjamin, "기술복제시대의 예술작품", 『발터 벤야민의 문예이론』, 반성완 편역, 민음사, 1983, pp.199~229

65) 벤야민은 건축물의 수용을 사용과 시각의 두가지 측면, 정확히 말해서 촉각과 시각을 통해 이루어진다고 말한다. 이에 따르면 건축을 관조하여 시각하는 시각을 통해서 건축물을 수용하지 못한다. 왜냐하면 촉각을 통한 사용의 측면이 소거되어 있기 때문이다. 이러한 촉각적 수용은 한시적인 긴장된 주의를 통해서 얻을 수 있는 것이 아니라, 익숙함(habitus)을 통해서만 해결되는 것이다. 여기서 익숙함이 수용자의 개별성을 열어주는 연결고리의 역할을 하는 것이다. *ibid.*, p228

어서 교외를 “집렬체(集列體)”<sup>66)</sup>라고 불렀는데, 이때 “집렬체”는 교외인이 특정한 공동성을 지니며 집단을 이루는 것이 아니라, 개별적인 존재들이 모인 집합의 상태를 강조하기 위해 사용한 표현이다.

교외는 전통적인 지역사회가 공동체를 유지하기 위해 지녔던 공동성이 부재하는 데서 출발하여, 대중소비를 중심으로 전달되는 대중문화를 공유하며 군집을 이루는 공간이다. 따라서, 균질하게 나뉘어져 확산하는 교외에서 소비공간은 개인의 사회적 지위, 정체성 등을 표현할 수 있는 기회를 제공하는 역할을 했다. 라이프스타일과 문화라는 것은 시장에서 구입한 상품이 지닌 이미지에 의해 만들어질 수 밖에 없다. 여기에서 걸 외양을 치장하여 익명의 다수에게 드러낸다는 의미인 “익스테리어(exterior)”와 “인테리어(interior)”, “가드닝(gardening)”이 교외의 삶에서 중요해지는 이유를 알 수 있다. 특히, 이러한 포장으로 형성된 풍경에 빗대서 교외 주택을 “연기하는 상자”<sup>67)</sup>, “쇼트케이크하우스”<sup>68)</sup>라고 부르는 데에는 교외의 동일화하는 논리에 대한 반동을 읽을 수 있다.

모빌리티에 의지해 형성된 교외는 교통기관을 통해 도시를 경험하기 때문에, 장소 사이의 적층된 층위를 인지하기 어렵다. “연기하는 상자”는 균질화되는 교외에서 드러나지 않는 거주단위를 가시화하려는 욕망과 함께 한다. 따라서, 교외에서 대중소비공간은 균질화되어 개별성을 상실하며 동일성의 논리에 잠식당하는 교외

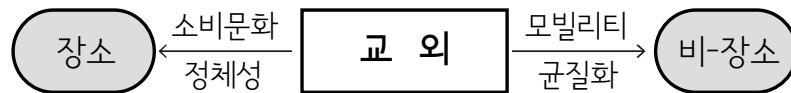


그림 2-12 장소와 비장소의 경계에 존재하는 교외

66) 집렬체로서 교외의 집단이 드러나는 특성으로 “크리스마스 일루미네이션”이 마을의 축제를 대신하는 현상으로 설명한다. 즉, 일루미네이션이라는 것은 지역사회의 공동이나 협동이 상실된 채 개별이 집합한 풍경이 지나지 않기 때문이다. 若林 幹夫, 『郊外の社会学—現代を生きる形(ちくま新書)』, 筑摩書房, 2007, p178

67) 若林 幹夫, op. cit., p174

68) 쇼트케이크하우스란 교외 주택의 나열된 모습이 제과점의 진열된 케 과 같이 구조는 같고 장식만 조금씩 달리하는 쇼트케이크가 진열된 모습과 흡사하다고 여겨 사용한 용어이다. 若林 幹夫, op. cit., p25

인들이 개별적인 존재를 가시화하여 아이덴티티를 이룰 수 있게 해주는 역할을 한다.

교외화라는 현상은 주지하는 바처럼, 모빌리티의 발달로 인한 거주지의 확산으로 균질한 비-장소적 공간환경을 조성하는 것 이상의 의미를 내포한다. 교외화와 더불어 형성된 대중소비공간은 동일화되는 교외의 환경에 대해서 소비를 통해 정체성을 실현할 수 있는 기회를 제공하는 곳의 기능을 담당했다. 이는 교외에서 대중소비공간은 장소적 감각을 형성하고 전달하는 매개가 되었음을 추론할 수 있도록 해준다. 따라서, 교외화로 형성된 장소는 균질화와 이질화의 이슈가 만나는 접점에 존재하는 성격을 지닌 것으로 파악하는 것이 타당하다고 할 수 있다.

## 2.4. 교외: 도시 요소의 부재(不在)

이상과 같은 고찰을 통해서 현대적인 교외를 성립시킨 조건에 대해서 몇 가지 주목할 만한 부분을 도출해낼 수 있다.

우선, 교외는 직장을 도심에 두고 일상적으로 통근하는 사람들을 위한, 거주와 소비 생활에 특화된 장소인 ‘통근 교외’로서 나타났다는 점이다. 이는 교외라는 장소가 직주분리라는 근대적인 도시화와 생활방식의 변화에 따른 결과라는 사실을 알려준다. 이때의 생활방식은 통근하는 남편과 가사 일을 돌보는 아내와 교외에서 통학하는 아이들이라는 핵가족의 생활인데, 교외는 이러한 생활방식으로 만들어진 장소이다. 즉, 전통적인 도시가 기능의 조닝을 통한 산업구조에 따라 형성되었던 것과 달리 교외는 라이프스타일을 통해 만들어지는 도시라고 볼 수 있다.

또한, 이러한 교외의 라이프스타일은 18세기 영국의 마차, 19세기 철도교통, 20세기 자동차와 고속도로와 같이 사람들의 모빌리티를 변화시키는 교통수단의 발전에 의지해왔다는 것이다. 즉, 도시의 구조가 물리적인 장소 뿐 아니라 모빌리티의 기술과 이로 인해 변화된 시, 공간의 확대를 토대로 한다는 점이다.

세 번째로 교외는 경제적으로 성공한 사람이 생각하는 이상적 가정이나 커뮤니티를 실현하는 “풍요로운 생활”을 연출하는 장소로 기능했다. 교외의 주택지에서 자주 등장하는 ‘파크’, ‘가든’, ‘벨리지’와 같은 명칭은 그곳에 평온한 생활이 존재한다는 기호로서 작용했다.<sup>69)</sup>

마지막으로, 이렇게 연출된 풍요로움의 이미지에 의해 교외는 도시 생활과 전원 생활의 인공적인 절충으로 만들어졌다. 그리고 부동산 개발업자들이 판매하는 상품으로서 건축에 의해 구체화되었다. 따라서 교외의 건축은 자본주의의 상품 생산과 동일한 매커니즘으로 만들어져서 인공적인 이미지가 차용되어 실현된 것으로 볼 수 있다.

---

69) 교외가 대중화되기 이전 시기에는 이러한 유토피아적인 특징이 도시로부터 탈출할 수 있었던 경제적 여유를 지닌 특권적 계층에 한정되어 있었다. 그런 의미에서, 와카바야시 미키오는 교외에 있어서 모빌리티는 ‘결합의 미디어’인 동시에 ‘절단의 미디어’로 기능했다고 지적한다. 若林 幹夫, 『都市への/からの視線』, 青弓社, 2003, p129



이러한 교외론의 검토를 통해서, 교외를 성립시키는 것은 전통적인 도시 형성에 서 중요하게 작용하던 요소들이 부재(不在)하면서 발생하는 사태로 파악할 수 있다. 이때, 부재의 요소를 다음과 같이 구분할 수 있다.

1. 교외는 도심으로 통근하는 고용노동자의 라이프스타일에 따라 저밀도로 확산되어 조성된 지역이기 때문에, 앞서 살펴본 바와 같이, 주거와 소비에 특화된 구성을 지닌다. 이러한 구성 방식에 더해, 도심과 같이 이질적 환경을 수용하는 공간의 부재는 교외의 공동화(空洞化) 문제를 발생하는 원인으로 작용한다. 즉, 교외는 태생적으로 전통적인 도시의 광장이나 시민공간(civic space)<sup>70</sup>처럼, 도시의 다양한 구성원들이 모여서 밀도 높은 환경을 조성하는 ‘밀집공간’이 결여된 상태를 의미한다.

2. 교외는 단기간에 도심에 부속된 지역으로 새롭게 만들어진 장소이다. 따라서, 사회를 이루는 공동체의 문화를 기반으로 조성되는 전통적인 도시와 달리, 도심으

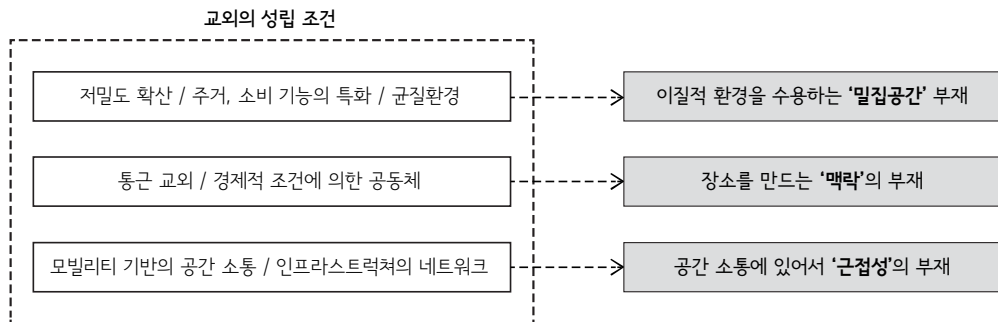


그림 2-13 교외의 성립 조건

70) Jonathan Sacks에 따르면, 시민공간(civic space)는 계급이나 인종의 장벽을 가로지르는 인간 관계를 형성할 수 있는 환경이라고 설명한다. 이 시민공간은 역사적으로 경배의 장소가 해운 역할을 대신하는 공원이나 광장, 다양한 사람들이 어울려 사는 근린과 같은 곳에서 발견할 수 있다고 말하면서, 현대사회는 시민공간의 만남이라는 구체적인 맥락의 행위를 전화와 이메일과 같은 소통기술로 대체되면서, 그 결과로 인간적인 접촉이 상실되며 가상의 공동체를 조성하게 된다고 분석하면서 그 위험성을 언급한다. 이는 교외의 시민공간 부재의 현상과 동일한 것으로 볼 수 있다. Jonathan Sacks, 『차이의 존중: 문명의 충돌을 넘어서』, 임재서 역, 말글빛냄, 2007, p259

로의 접근성, 거주자의 경제력이라는 추상적인 정보에 따라 모여서 성립된 장소이다. 이에 관해서는, 역사적인 장소나 공동체의 기억으로 지지되는 랜드마크가 존재하지 않는 ‘비-장소’로서 존재하는 것을 앞서 확인하였다. 즉, 교외는 장소성을 만드는 ‘맥락’이 부재한 채로 사회를 이루는 것이 중요한 특성이다.

3. 자동차와 철도와 같은 근대적 모빌리티 기술을 전제로 하여 형성된 교외는 공간을 이동하며 소통하는 방식을 변화시켰다. 전통적인 도시에서는 신체를 소통의 매개체로 하여 공간을 경험하는 ‘근접성’으로 설명할 수 있다면, 교외는 인프라스트럭처의 네트워크를 통한 ‘연결성’으로 경험의 수단을 대체하는 변화를 일으킨다. 이는 마뉴엘 카스텔의 서술에서 보다 명확히 드러나는데, 그는 원거리에서 느슨하게 서로 연결된 교외 지역들이 발전하려면 지리적 인접성의 역할을 최소화시키는 동시에 통신 네트워크의 역할을 최대화시키는 것으로서 교환의 흐름을 만든

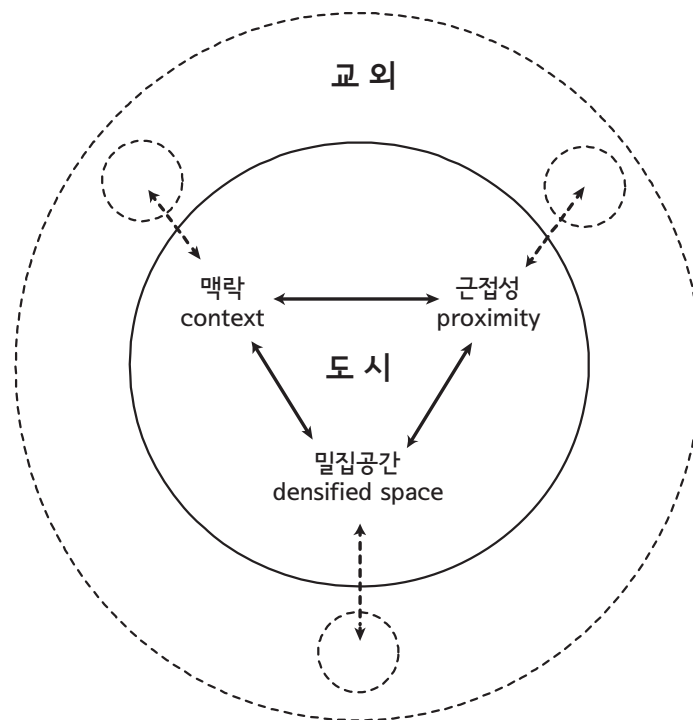


그림 2-14 교외를 형성하는 부재의 도시 요소

는 것이 교외에서 중요해지고 있다는 점을 지적하면서<sup>71)</sup>, 근접성의 개념이 연결성으로 변화되고 있음을 이야기하고 있다. 다시 말해, 근접성이란 공간의 경협이 사람들 간의 소통을 발생시키던 가로 공간, 근린 지역 등을 통해 신체적으로 이루어졌음을 뜻한다. 하지만, 교외는 모빌리티 기술에 의존하여 네트워크를 이루어 형성되면서, 시, 공간의 개념에 근본적인 변화를 발생시킨다. 이는 ‘근접성’이 사라지는 것이 교외 형성의 원리가 되고 있음을 말해준다.

---

71) Manuel Castells, 『네트워크 사회의 도래』, 김묵한, 박행웅, 오은주 공역, 한울아카데미, 2003, p523

## 제3장 교외쇼핑센터의 교외성

본 연구에서는 교외라는 현상이 전통적인 도시 형성 요소의 부재를 통해 구체화되었다는 관점을 지닌다. 따라서, 교외의 건축이 지니는 ‘교외성’이라 정의할 수 있는 것은 이러한 부재의 요소들에 대한 건축적 입장을 통해 형성된다고 볼 수 있다. 본 장에서는 교외에서 도시적 기능을 수행하는 건축 유형인 교외쇼핑센터가 이러한 부재의 요소들을 통해서 도시건축과 구별되는 교외건축의 성격을 어떻게 확립해나갔는지 살필 것이다.

3장에서는 교외쇼핑센터의 형성 과정에서 드러나는 건축적 특징들을 살펴봄으로써 건축의 교외성이라는 개념이 어떻게 형성될 수 있는지를 알아 볼 것이다. 이 때 건축의 교외성이 중요한 의미를 가지는 이유는, 이것이 소비공간 속에서 구현된다고 보고 있기 때문이다. 교외에서 소비공간은 도시의 공공공간과 소비공간이 뚜렷한 구분없이 혼성되며 교외화되어 형성된다고 볼 수 있다. 이러한 소비공간의 공공공간이라는 특성은 교외쇼핑센터의 중요한 관찰점이라고 할 수 있다. 이에 따라 본 연구에서는 이를 ‘집합소비공간’이라고 개념화할 것이다. 교외의 조건과 밀접하게 관련된 집합소비공간은 ‘연속적 실내(continuous interior)’, ‘공공적 내부(public interior)’, ‘공공의 방(public room)’등 다양한 어휘<sup>1)</sup>로 나타나면서 도시건축의 원형적 역할을 담당하고 있다. 이는 박물관, 철도역, 오피스, 호텔, 공공기관 등 현대도시의 다양한 복합도시건축을 형성하는 디자인 언어로 사용되어 오고 있기 때문에 현재적으로 중요한 함의를 지니고 있다.

---

1) 이는 시저펠리, 로버트벤처리, 아이엠페이와 같은 현대건축가들이 자신의 건축언어를 설명할 때 등장한 어휘들이다. 각기 다른 용어로 설명하고 있지만, 본질적인 부분을 들여다보면 교외쇼핑센터의 공간형식을 차용하는 것으로 볼 수 있다. 보다 자세한 설명은 본 논문의 4장을 참고.

### 3.1. 교외의 소비공간

교외화는 단순히 주거지를 확장하여 도시의 범위를 넓힌 것 이상으로, 모빌리티와 소비문화를 기반으로 도시건축과 대중이 소구하는 공간의 형식에 큰 변화를 일으킨 결정적인 계기로 작용했다. 특히, 소비공간에 공공적 감각을 결부 시키면서, 집합소비공간이라는 새로운 특질을 이끌었는데, 이 집합소비공간은 교외쇼핑센터라는 유형을 통해 건축화되었다. 이를 통해, 교외쇼핑센터는 교외 속에서 도시성<sup>2)</sup>을 지니는 건축유형으로 자리잡아갔다.

#### 3.1.1. 교외 소비공간의 형성

본 연구에서는 교외화를 이끈 두 가지 축을 모빌리티 기술과 대중소비문화로 두고 전개하고 있다. 교외라는 새로운 도시 형태가 창조된 것은 모빌리티 기술의 발전에 의한 이동의 자유로움으로 가능해졌다. 그리고, 이렇게 만들어진 자유로움은 장소 형성의 유연성을 배태하는 계기로 작용했다. 교외가 도심으로 통근하는 고용노동자의 거주로 특화된 도시 근교 지역의 의미를 띠게 되면서, 본질적으로 ‘지역성’을 부정하는 속성을 지니게 되었다<sup>3)</sup>. 이는 전통적인 도시와 달리 지역의

---

2) 교외도시의 도시성에 대해서는 로버트 피시만의 연구가 유용한 견해를 담고 있다. 로버트 피시만은 도시성을 diversity, cosmopolitanism, political culture, public life로 정의하는데 동의한다. 하지만, 도시는 도시성을 지니고 교외는 그렇지 않다는 이분법적인 견해에 대해서는 의문을 던진다. 로버트 피시만에 따르면 전통적인 관점으로 교외와 도시를 분류하던 사고, 말하자면, 교외라는 것은 베드룸 커뮤니티로서 도시와 시골의 경계선에 자리한 지역이라는 생각은 수정되어야 한다는 것이다. 교외는 광대한 지역이 되면서 중심도시로의 의존으로부터 멀어지고, 도시를 정의하던 중심과 주변부의 체계가 사라지며, 성장하는 선형코리도어 (growth corridor)를 따라서 뻗어나간다. 교외는 점차 전통적인 도시, 교외, 시골지역을 병합해나간다. 로버트 피시만은 교외로부터, 탈중심화되는 도시로 변이되는 과정에 주목하면서 도시-교외의 이분법적인 구태의연한 사고로부터 벗어나야지만 지역주의를 회복할 수 있는 기틀을 마련할 것이라고 주장한다. Robert Fishman, "Urbanity and Suburbanity: Rethinking the 'Burbs'", American Quarterly, Vol.46, No.1, Mar 1994, pp.35~39

3) 若林 幹夫, “교외에서 산다는 것: 공허함 속의 과잉” 『도쿄 스테디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄

공동체를 유지하기 위해 공유하는 관습이나 지역문화가 부재하게 되는 결과로 이어졌다. 다시 말해서, 교외라는 장소는 존재하고 있던 지역이나 문화에 의해 규정되는 것이 아니라 ‘도심으로 통근하는 고용노동자’라는 사람들이 공유하는 대중문화와 라이프스타일로 규정되는 사회인 것이다. 이러한 상황 아래서 교외를 지배하는 대중소비문화는 존재하지 않는 장소의 정체성을 회복하려는 수단으로 작용한다. 즉, 이들이 공유하는 것은 공동체가 아니라 대중매체가 매개하는 대중소비문화의 이미지들이다.

교외 형성의 특징을 보다 건축적인 현상에 초점을 두고 보면, 교외는 애초에 에벤에저 하워드(Ebenezer Howard)가 전원도시 사상을 제창하며 실천했던 20세기 초반의 렛치워스(Letchworth)와 같이 공장이나 업무기능까지 갖춘 완벽한 형태의 도시로 건설되지 않고, 주거에만 집중하여 교외 주택지로 확산한 것이다. 그렇기 때문에, 도시의 기능을 지탱하는 기본적인 요소라고 할 수 있는 상업 시설과 공공시설이 빈약했다. 그런 이유로 뒤늦게 등장한 교외쇼핑센터는 도시적 상업 시설을 하나의 패키지로 묶어서 교외에 분산입지 시켰다.<sup>4)</sup> 즉, 교외의 도시는 주거, 상업, 업무, 문화, 공공이 유기적으로 하나의 세트가 되어 공급된 것이 아니라, 기능별로 분산되어 구성되었다.

마크 피뎀(Mark Pimlott)은 이렇게 형성된 교외는 도심과는 다른 성격의 공간패턴이 나타난다고 지적한다.<sup>5)</sup> 도로가 긴밀하게 연결되는 지역에 교외쇼핑센터가 들어서면서 이 상업시설은 유사공공기관(quasi-civic regional centers)의 기능을 수행하면서 교외인들에 의해 공유되는 장소가 된다. 순수히 자동차에 의한 접근성에 따라 디자인된 이러한 상업시설들은 그 이전에 도심에 들어서던 건축들과 유형적으로 완전하게 다른 새로운 것이었다. 그리고 중요한 것은 이곳에 모여 일종의 공공장소를 형성하는 사람들은 지역사회에 기반하여 서로 근접성을 유지하고 있는 커뮤니티의 단위가 아니라 단지 소비를 목적으로 모이며 자동차로 접근이 가능한 광역의 단위였다는 사실이다.

---

를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 커뮤니케이션 북스, 2006, pp.147~151

4) 쿠마켄고는 이러한 현상이 미국에 국한된 것이 아니라, 일본에서도 동일하게 진행된 현상이라고 지적한다. 隈研 吾, 三浦 展, 『三低主義』, NTT出版, 2010

5) Mark Pimlott, Without and Within: essays on territory and the interior, Episode Publishers, 2007, pp.182~183

## (1) 교외화된 공공공간

그렇기 때문에, 교외의 공공장소는 공동체로서 공유하는 의식(ritual)을 지닐 때 발현되는 ‘공공성’이 부재한 채로 모이게 되는 성격을 지닌다. 교외도시에서 발견되는 이러한 집단성이 결여된 채 대중이 모이는 장소를 ‘공공공간’과 구별할 수 있도록 개념의 정리가 필요하다.

마누엘 드 솔라-모랄레스(Manuel de Sola-Morales)는 ‘집합적 공간(collective space)’을 설명하면서 공공공간도 사유공간도 아닌 일상적인 공간이며, 공과 사의 구분 이전에 이 양자가 동시에 발생할 수 있는 공간이라고 이야기했다.<sup>6)</sup> 이는 공공공간과 사유공간의 성격이 특정 분류에 제한되지 않고 의미가 확장되는 현상을 가르킨다고 할 수 있다. 모랄레스가 예로 든 백화점과 광장의 경우를 보면 의미가 보다 명확해진다. 백화점은 소유의 개념으로 보자면 사적인 영역이지만, 집단적으로 사용하고, 구성원들에게 도시 속에서 특정한 의미가 부여된다는 점에서는 공적이다. 반면 광장은 그것이 도시 속에서 지닌 역할을 보자면 공적이지만, 광장에 모인 개인들이 자유롭게 개별적으로 사용한다면 사적인 의미를 내포하게 된다. 이러한 상황들을 두고 ‘집합적(collective)’라는 표현을 사용하는 것이다.

이렇게 공공공간과 사유공간으로 나누는 공간의 카테고리에 포섭되지 않는 분류가 필요하게 된 것은 집단의 특정한 용도로 전용되는 공공공간, 개별자의 사적 의도에 맞게 공간을 점유하여 집합을 이루는 사적공간들처럼 전통도시 속에서 정해져 있는 사용방식에 따른 기대에 어긋나게 모순적인 상황이 발생하는 것이 도시의 새로운 특징으로 부각되었기 때문이다. 여기에는 교외화로 발생한 새로운 건물 유형들인 슈퍼마켓, 놀이공원, 스타디움, 대형주차장, 쇼핑센터<sup>7)</sup>등이 해당된다고 볼 수 있다.

---

6) “집합적 공간은 공공공간도 사적공간도 아닌 일상적인 공간이며, 공과 사가 동시에 발생하는 장소이다. 특정한 용도로 사용되는 공공공간, 집합적으로 사용하게 되는 사적공간 이 모두를 포함한다.“ Manuel de Sola-Morales, "Public Spaces, Collective Spaces" in Architectural Positions: architecture, modernity and the public sphere, Avermaete, Tom, Havik, Klaske and Teerds, Hans ed. SUN Publishers, 2009, p89

7) Manuel de Sola-Morales, op. cit., p87

헤르만 헤르츠버거(Herman Hertzberger)는 극장, 디스코클럽, 스타디움, 뮤지엄, 쇼핑센터, 기차역과 같이 수많은 사람들에 의해 점유되면서, 특정한 상황이 발생하지 않고 단순히 집합된 상태가 지속되는 장소를 말하면서 모랄레스의 ‘집합적 공간’이 지닌 개념과 맥락을 같이 한다.<sup>8)</sup> 여기에 헤르츠버거는 ‘집합적 공간’이 물리적으로 지녀야 할 특성을 덧붙이는 데, 그에 따르면, ‘집합적 공간’은 카페나 로비와 같이 타인과 쉽게 접촉하여 상호작용(interaction)을 일으킬 수 있지만, 집합된 개인은 각자의 의도에 따라 개별적인 방식으로 공간을 점유할 수 있는 디자인을 지녀야 한다. 카페나 로비와 같은 공용공간에 부재하는 것은 전체를 묶어주는 집단성이다. 이처럼, 전체를 하나로 집중시키는 집단성이 결여되면서, 동시에 타인이 점유하는 공간의 존재를 인지하는 것이 용이한 상황으로 전개되는 지의 여부가 ‘집합적 공간’과 ‘공공공간’을 구분하는 중요한 개념적 요소가 된다.

교외 도시는 도시로 통근하는 노동자를 위한 거주 지역이라는 기능적인 개념이 강하기 때문에, 앞서 살펴본 바와 같이, 공유하는 지역의 문화와 역사를 바탕으로 만들어진 장소가 아니다. 그렇기 때문에, 교외에 모인 사람들은 개별자로서만 존재한다. 미우라 아츠시는 이렇게 개별자들이 모인 교외 도시가 지니는 공간적 특질을 ‘패스트 풍토화(風土化)’라고 개념화 하면서, 그러한 방식으로 형성되는 교외화의 과정을 다음과 같은 단계로 나누어 설명한다.

1. 태어나서 자란 지역이 다른 사람들이 모이는 것에 의한 ‘고향상실’
2. 1의 결과로서 생기는 지역의 ‘공동성의 결여’
3. 동시기에 개발된 교외지역의 일제 입주에 의해서 생기는 연령, 소득, 가족구성 등의 ‘균질성’
4. 균질한 교외인들 사이에서 작은 차이가 큰 차별로 느껴지면서 생기는, 교외인 사이의 경쟁의 격렬함. 특히, 아이의 학력 경쟁의 격화.
5. 직장과 거주가 분리되어 있기 때문에, 아아가 어른의 일하는 모습을 볼 기회가

---

8) Herman Hertzberger, Space and the Architect: lessons in architecture 2, 010 Publishers, 2000, pp.134~135



줄어들고, 도시가 아이 중심의 소비생활로 퍼지는 것.

6. 차가 없으면 이동할 수 없기 때문에, 아이만으로 이동할 기회가 줄어들어, 부모에게 의존하는 생활이 되는 것부터 생기는 사회화의 저해.<sup>9)</sup>

이상과 같이 여섯단계로 ‘패스트 풍토화’하는 교외의 특성을 서술하지만, 일본의 특수한 사회문제에서 비롯된 현상을 설명한 몇 단계를 제외한다면, 본 연구에서 관심이 가는 부분은 1~3단계이다. 즉, ‘고향상실’, ‘공동성의 결여’, ‘균질성’으로 설명되듯이 교외 도시의 공간은 공동체를 구성하는 집단성이 부재하는 것을 특성으로 한다. 이와 같이, 교외에 형성된 공공공간은 그 개념상 ‘집합적 공간’의 개념에 더 가까운 양태를 드러낸다고 볼 수 있다.

## (2) 교외화된 소비공간

이 때, 교외의 공공공간으로 기능하는 교외쇼핑센터를 생각할 수 있다. 앞선 장에서 살펴보았듯이 교외에서 소비라는 행위는 교외인들이 정체성을 형성하는 수단이었으며, 동시에 사회생활의 원천으로 작용했기 때문이다. 그런데 이때 쇼핑은 교외화의 영향으로 그 의미에 있어서 큰 변화를 겪었다. 본격적인 교외화가 진행되기 이전인 2차세계대전 이전 시기에는 도심의 소수 대형 백화점을 제외하고는 대부분의 상업행위가 커뮤니티 베이스로 이루어졌다. 각 상점은 지역민이 소유하고 운영했으며, 상점의 주인과 소비자는 커뮤니티 내부에서 서로 알고 지내는 사이였다.<sup>10)</sup> 그렇기 때문에, 이 시기의 소비행위는 단순히 금전적인 거래 이상의 의미를 지니고 있었음을 유추할 수 있다. 소비행위가 커뮤니티 베이스 였다는 것은 상점들이 커뮤니티의 구심점의 역할을 담당했다는 뜻이기도 하다.<sup>11)</sup> 즉, 커뮤니티

---

9) 일본의 특수한 교육열로 인한 교외 문제가 강조되었지만, 공동성이 결여된 교외의 구성과정을 보여준다는 측면에서 의미가 있다. 三浦 展, 『ファスト風土化する日本—郊外化とその病理』, 洋泉社, 2004, p26

10) Robert A. Beauregard, When America Became Suburban, Univ of Minnesota Press, 2006, p127

11) Ann Satterthwaite, Going shopping : consumer choices and community consequences, Yale University Press, 2001, p75

의 공공공간으로서 소비공간이 일정한 영향력을 행사했음을 알 수 있다.

이러한 관계에 변화가 생기게 된 계기는 교외화에 수반된 대중소비문화와 고속도로를 기반으로 들어서게 된 교외쇼핑센터가 큰 역할을 한 것으로 볼 수 있다. 다시 말해, 교외화의 결과로 쇼핑이라는 행위는 물리적으로 사회적으로 점차 고립된 행위로 변형되었으며, 쇼핑은 자동차를 타는 여정과 동일한 의미를 지니게 되었다. 대형화와 대중화의 영향으로 교외에서 쇼핑은 점차 근린이나 마을의 단위를 벗어나서 전국적인 규모의 체인점 시스템 내에서 발생하는 것으로 변화했다. 로버트 보르가드(Robert A. Beauregard)가 교외의 쇼핑이 비인간화(depersionalized) 되었다고 지적한 것도 이러한 맥락 속에 있는데, 사람들 간의 소통이라는 의미에서의 쇼핑이 지니는 성격이 점차 제거되어갔기 때문으로 보인다.<sup>12)</sup> 이렇게, 지역의 커뮤니티로부터 분리되는 교외쇼핑센터의 소비공간은 전술한 집합적 공간의 성격을 띄게 되는 과정에 놓였다.

집합적 공간으로서 교외쇼핑공간을 바라보는 시각은 마가렛 크로포드(Magaret Crawford)가 쓴 글에서도 발견할 수 있다. 크로포드는 쇼핑센터의 유토피아적 속성에 주목하여, 쇼핑센터가 마치 백과사전처럼 모든 행위를 집합시킨 거대한 혼합체인데, 여기에 주거까지 덧붙여진다면 하나의 완전한 세계나 다름없을 것이라고 주장했다<sup>13)</sup>. 이렇게 된다면 물을 상징하는 천장의 돔 구조 아래, 근대도시의 기능에 따라 파편화되어 산재하게 된 근대적 삶이 하나의 구조물 아래 통합될 수 있다는 유토피아적인 시선을 쇼핑센터에 두고 있었다.

이러한 관점에서 쇼핑센터를 푸리에(Fourier)가 꿈꾸던 사회주의적 생활 공동체인 ‘팔랑스테르(Phalanstery)<sup>14)</sup>’와 비교하여 그 차이점을 밝힌 부분이 의미가 있다. 크로포드가 두 건물유형을 비교할 수 있었던 것은 ‘몰(mall)’이라는 공간형식을 공

---

12) Robert A. Beauregard, op.cit., p128

13) Magaret Crawford, "The World in a Shopping Mall", Variations on a Theme Park: the new American city and the end of public space, Hill and Wang, 1992, p6

14) 19세기에 푸리에에 의해서 고안된 유토피아적인 커뮤니티로서 1500~1600명 가량의 사람들이 함께 거주하고 일하면서 상호 이득을 취하는 이상적인 커뮤니티였다. 푸리에에는 몇몇 저널들이 그 계획안을 발표했지만, 재정적 지원의 부족으로 실현시키지는 못했다. 팔랑스테르에는 센터의 문제가 또한 내포되어 있는데, 전통적인 주택의 구조가 여성을 억압하는 기제로 작용한다고 비판하면서 팔랑스테르의 커뮤니티에서 자유를 추구할 수 있다고 믿었다.

유하기 때문인 것으로 보인다. 하지만, 둘 사이에는 커다란 차이점이 존재한다. 19세기의 이상주의적 공동체인 팔랑스테르는 집단적으로 생산활동을 벌이면서 사회적인 교류를 통해 커뮤니티를 조직하기 위해 디자인된 것이었다. 반면에, 교외의 쇼핑센터 역시 근대적 삶을 지원하는 기능의 통합을 꿈꾸는 시설이라고 볼 수 있지만, 통합의 수단이 소비를 독려하는 자극에서 비롯된다는 점에서 차이를 지닌다. 그러한 측면에서, 팔랑스테르의 공간은 공동체로서의 감정을 고양시키기 위해 존재하기 때문에 ‘공공공간(public space)’이라고 부를 수 있지만, 쇼핑센터의 공간은 사회적 통합이라는 집단적 의식 없이 개별자의 소비를 위한 공간이라는 점에서 ‘집합적 공간(collective space)’의 성격을 지니고 있는 것이다.

### (3) 교외 소비공간의 이중 체계

교외 소비공간을 두 가지의 대조적인 체계가 공존하는 구조로 보는 견해는 크로포드에게서 발견할 수 있다. 크로포드는 교외쇼핑센터의 소비공간이 모순된 두 가지 성질을 지닌다고 말하는데, 하나는 물건의 판매를 위해 효율성을 중시하여 기능적으로 구성된 공간의 특성이며, 다른 하나는 소비를 결정하기 위해 소비자의 욕망과 관여하는, 공간의 분위기를 중요시 하는 특성이다.<sup>15)</sup> 다시 말해, 전자의 경우는 공간의 구성이 경제적인 논리에 따라 물류의 흐름과 판매의 퍼포먼스에 따라 디자인되는 부분이며, 다른 한쪽은 소비자와 물건들 사이에 시선이 교류하거나 소비와 무관한 행위를 허용하는 느슨한 공간이다. 따라서 건축적 구성에 있어서도 경제성이 중요시 되는 공간은 물류의 효율적 흐름, 소비자의 접근에서의 용이함, 연속적인 소비를 자극하는 반복 등과 같이 매우 구조적으로 실행되는 부분이 있으며, 동시에 극적인 공간을 표현하기 위해 빛으로 가득차거나, 의장, 기호의 사용으로 소비자에게 장소의 연상작용을 불러일으키거나, ‘화이트 노이즈’와 같은 무자크(Muzak)<sup>16)</sup>등을 사용해서 비현실적 공간의 분위기를 조성하기 위해 기능하는 요소들이 공존한다.

이러한 소비공간의 이중적 특성은 현대의 쇼핑센터에서만 나타나는 현상이 아니라, 대중이 점유하는 소비공간이 본래적으로 지닌 특성이다. 쇼핑센터의 원형적

---

15) Magaret Crawford, op. cit., p14

16) 상점, 식당, 공항 등에서 배경음악처럼 내보내는 녹음된 음악을 가르킨다.

모델로 볼 수 있는 18세기의 상품거래소에 대한 분석에서도 유사한 특성을 발견할 수 있다. 토머스 말커스(Thomas Markus)는 이러한 건축물을 구성하는 요소들을 크게 “기능적이고 명료하게 분절된 공간”과 “시계, 종루, 의식을 위한 발코니, 의전적인 계단, 그림, 조각”등이 들어선 부분으로 구분했다.<sup>17)</sup> 사실, 후자의 경우는 쇼핑센터와 다르게 권력을 과시하기 위한 목적을 지닌 공간이었다. 하지만, 이것이 건물의 효율적 기능과 이와 대조적으로 감정을 고양시키는 공간으로 구분하는 구도라는 면에서, 소비공간의 이중체계와 동일한 것으로 볼 수 있다.

### 3.1.2. 집합소비공간의 조건

전술한 바와 같이 교외의 소비공간은 지역 사회의 공공공간과 같은 역할을 수행하는 장소이면서 동시에 집합적 공간의 성격을 지닌다고 규정할 수 있다. 또한 이 공간은 커뮤니티 기반의 사회적 교류를 목적으로 하지 않고, 개별성이 강조되는 소비라는 특정한 기능을 기반으로 구성되었다는 점에 주목할 수 있다. 즉, 교외쇼핑센터를 중심으로 형성되는 교외의 공공공간은 개별성이 강조되는 집합적 공간과 같은 성격을 지녔으며, 동시에 소비 기능을 기반으로 존재하는 공간이다. 따라서, 본 연구에서는 이러한 특징에 따라서 교외쇼핑센터를 둘러싸고 발생하는 공공공간들을 ‘집합소비공간(collective consumption space)’이라고 개념화할 것이다. 이를 특별히 정의하는 이유는 ‘집합소비공간’이 단지 교외쇼핑센터라는 건축 유형에 국한되어 나타난 현상이 아니라, 추후에 다룰 현대도시의 복합도시건축의 프로토타입으로서의 역할을 하며 그 성격이 여전히 유효하게 드러나고 있기 때문이다.

이 절에서는 교외화를 이끈 동인으로 분석한 모빌리티 기술의 변화와 대중소비문화의 등장이 ‘집합소비공간’을 구체화 할 수 있었던 계기로 작용했음을 밝히려고 한다. 그리고, 구체화의 과정에서 ‘집합소비공간’이 지니게 된 조건들을 명확히 할 것이다.

---

17) 이러한 건물들로 지칭한 것은 1729년 맨체스터 거래소(Manchester Exchange), 1745년의 브리스톨 거래소(Bristol Exchange), 1753년 에딘버러 거래소(Edinburgh Exchange), 1754년 리버풀 거래소(Liverpool Exchange)등이다. Thomas A. Markus, Buildings & Power: freedom and control in the origin of modern building types, Routledge, 1993, p318

## (1) 판매 방식의 변화

쇼핑행위의 방식이 변화하는 데에서 집합소비공간의 조건이 구성되는 면을 볼 수 있다. 1차세계대전 이전 시기의 쇼핑행위는 주로 도시 중심지역의 대형 백화점과 함께 메인스트리트를 따라 늘어선 소규모 상점들의 집합 속에서 이루어졌다. 백화점이 한 공간 안에서 다양한 품목의 물건들을 만날 수 있는 공간이었다면, 도로변의 소규모 상점들은 품목별로 전문화하는 역할을 맡았다. 도로변의 상점들은 쇼핑거리를 형성하며 군집되어 있기는 했지만, 각각의 상점은 독립적으로 소유되고, 관리도 개별적이어서, 근대적인 쇼핑센터의 모습과는 차이점을 보인다. 이 시기까지는 아직 집합이라는 조건이 근대적 쇼핑행위를 결정짓는 중요한 조건이었음을 인식하는 현상이 발견되지 않았던 것으로 보여진다. 집합을 경제적 이익으로 연결할 만한 머천다이징의 시스템이 발생하기 이전 시기였기 때문으로 볼 수 있다.

상점의 관리 방식은 내부에서 발생하는 쇼핑행위의 반영이었다. 이때의 판매행위는 현대의 고급 부띠끄 매장에서 여전히 그 형식을 유지하고 있는 풀서비스(full-service)가 보편적인 형식이었다. 쇼핑객은 상품의 목록을 따로 받아보고, 특정 물품을 지정하여 구매 전에 미리 살펴볼 수 있었다. 쇼핑객은 ‘샵키퍼(shopkeeper)’

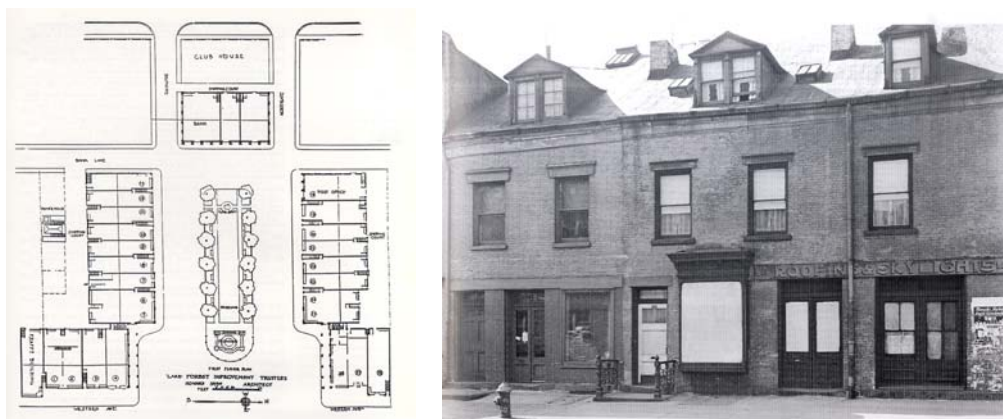


그림 3-1 (좌) 마켓스퀘어의 전형적인 상점 평면과 (우) 뉴욕 상점/주거 건축의 외관, 1937년  
(출처: Davis, Living over the Store)

라고 불리는 가게 주인이나 직원들이 일대일로 응대를 하였다<sup>18)</sup>. 따라서, 판매인과 쇼핑객의 개인적인 관계가 쇼핑행위를 성립시키는 중요한 요인으로 작용했다. 일반적인 상업건축의 형식도 이러한 쇼핑의 관계를 반영하였다. 대개의 경우 상점은 도로를 면한 1층에 위치하고, 그 상부 층에는 상점주인의 거주영역이 배치된다.<sup>19)</sup>

이러한 머천다이징 형식에 중요한 변화가 발생한 것은 1차세계대전 중으로 볼 수 있다. 1916년 멤피스에 클레런스 손더스(Clarance Saunders)가 식료품점인 ‘피글리 위글리(Piggly Wiggly)’를 창업하면서, 셀프서비스라는 혁신적인 판매방식을 적용했다.<sup>20)</sup> 셀프서비스 방식이 성공적으로 안착하면서 상점 평면 내부에서 나타난 변화 중에서 가장 주목할 만한 부분은 기존에 상점마다 특화하여 독립적으로 판매되던 물품들이 하나의 상점 공간 안에 놓이게 되었다는 점이다. 이러한 변화는 교외의 ‘빅박스(big box)’ 형식의 슈퍼마켓 등장에 있어서 초창기 발전단계의 역할을 했다.

셀프서비스 방식의 이점은 크게 두 가지로 볼 수 있다. 고객이 직접 물건을 고르고 취급한다는 점은 노동력의 절감 효과를 가져와서 상점운동을 보다 효율적으로 만들어 주었다. 이는 1차세계대전 중의 전반적인 노동력 부족 현상과 잘 맞아 떨어졌다. 상점 내부의 건축적 구성의 측면에서 보면, 셀프서비스는 상품의 진열이라는 행위를 필요로 했다는 점이 중요한 의미를 지닌다. 고객들의 동선이 어떻게 진행될 것인지를 예측하고, 선반 위에 배열되는 상품들의 위치에 대해서 과학적인 분석방식을 적용하기 시작했다. 이러한 상품의 진열은 소비자의 충동 구매를 유도한다는 목적 하에 결정되었다.

셀프서비스로 인한 변화는 판매 형식의 측면에만 국한된 것이 아니라, 상점의 내부와 건축의 형태에도 영향을 미쳤다. 그 대표적인 사례로 셀프서비스를 최초로

---

18) Chester H. Liebs, *Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture*, Johns Hopkins University Press, 1995, pp.7~10

19) *ibid*, p.39

20) Kim Humphery, *Shlf Life: Supermarkets and the Changing Cultures of Consumption*, 1998, pp.66~67 클라런스 손더스 이전인 19세기말에도 셀프서비스 형식을 실험한 대형 상점들이 존재하지만, 패키징 기술과 보관 기술의 발달로 건축적으로 의미있는 변화를 가져온것은 “Piggly Wiggly”로 보는 것이 적당하다.

도입한 ‘피글리 위글리(Piggly Wiggly)’의 평면을 보면, 소비자는 다음과 같은 시퀀스를 가지게 된다. 우선 회전문으로 상점에 들어서서 쇼핑바구니를 집어든다. 쇼핑바구니는 전통적인 상점에서 점원이 맡은 역할을 대신해준다. 그리고, U자형이 연속되는 동선이 상점 내부를 순환한다. 일방 통행의 규칙으로 놓인 상점 내부의 거리는 상점 내에 진열된 모든 물건들을 지나칠 수 있게 디자인된다. 내부 거리는 물건들을 계산하고 포장하는 장소에서 끝을 맺고 외부로 나오게 된다. 이때 입구와 출구는 분리되어있다. 점원들은 물건을 고객에게 전달하는 역할에서 물건 값을 계산하고 확인하는 역할로 변화되어, 고객 응대 능력보다는, 마케팅의 능력이 더 중요시되게 되었다.<sup>21)</sup>

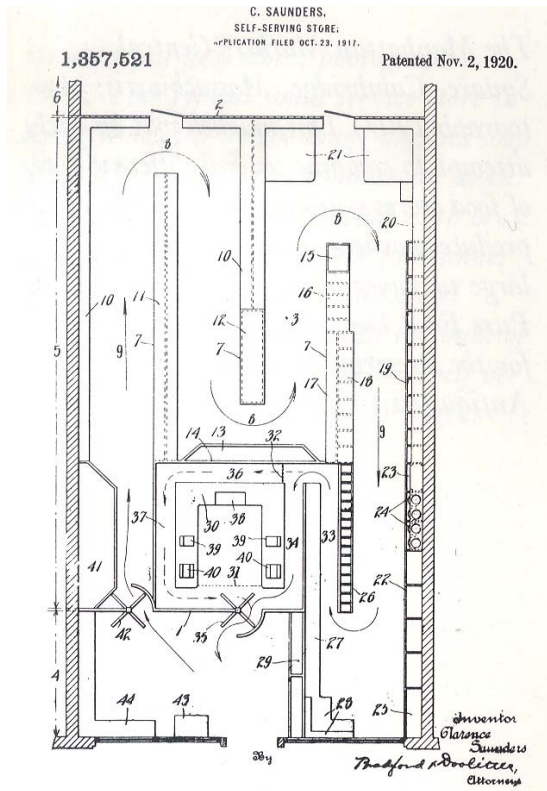


그림 3-2 Piggly Wiggly의 셀프서비스 평면

이와 같이, 소비공간 내에서의 상품 배치가 중요성을 획득하게 된다. 배치에 있어서 가장 중요하게 고려하는 부분은 소비자의 시각에 상품들을 효율적으로 노출시켜야 된다는 점에 있었다. 따라서, 상점의 내부는 보다 넓은 바닥이 필요해졌다. 넓은 바닥이 요구된 이유는 소비자가 이동하는 동선과 같은 레벨에서 동시에 여

21) Lieb는 이와 함께 소비자 스스로 물건을 선택할 필요가 생기면서, 브랜드가 중요하게 되었고 서술한다. 수많은 물건들을 훑어보고 빠른 소비결정을 하기 위해 물건들이 스스로를 광고하기 시작한 것이다. 소비의 진화는 시각의 문화에 상당부분 의존함을 알 수 있다. Chester H. Liebs, *Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture*, Johns Hopkins University Press, 1995, pp.119~120

러 종류의 진열된 물건들에 노출될 수 있고, 상품들의 집합이 만들어내는 화려한 스펙타클이 충동구매를 이끌었기 때문이다. 또한, 전통적인 상점 구조에서 소비자에게 노출되는 진열 상품들이 단순히 샘플의 역할을 수행했던 것에 반해서, 넓은 바닥 위에 놓인 상품들은 디스플레이의 역할과 동시에 바로 구매하여 소유하게 되는 물건이 되었다. 이렇게 되면서, 디스플레이를 위해 대기하는 재고의 물품들과 바로 판매되는 물품이 디스플레이된 공간의 구분이 생겼다. 상점을 점유하는 요소인 물건들의 성격이 구분되기 시작하면서, 접근 가능한 사람들의 분류에 따라 상점 내부의 공간을 구분하여 관리 할 수 있도록 영역의 분리가 생겼다.

이처럼 셀프서비스의 등장으로 인한 머천다이징의 변화는 집합소비공간에 있어서 상품의 진열과, 브랜드, 광고의 노출 문제를 만들었다. 이는 쇼핑센터의 건축 계획에 있어서 중요하게 고려되어야 할 점으로, 평면적으로 넓은 바닥이 요구되는 물리적인 요건 뿐 아니라, 넓은 바닥 위에 놓이는 상품의 배열도 디자인의 대상이 되는 것을 의미한다. 또한 재고와 판매용 물건의 분리가 가져온 평면의 변화는 스케일이 거대해지는 쇼핑센터에 있어서 물류의 흐름과 쇼핑의 흐름을 독립적으로 다루어야 될 필요를 이끌게 되면서, 모빌리티의 문제를 보다 복합적으로 만들었다. 이는 상업건축에 있어서 건축가의 역할이 입면의 디자인 수준에 머무르던 것에서 벗어나서<sup>22)</sup>, 내부 공간의 구성에 있어서도 건축가의 디자인이 개입해야 할 복합적인 문제를 낳았다. 즉, 셀프서비스의 등장과 이로 인한 상품의 진열 문제는 결과적으로 집합소비공간에 있어서 개별 상점의 내부가 균질한 조건을 지니는 평면의 요구라는 공간적 조건의 변화로 연결되는 결과를 만들었다.

## (2) 상점의 표준화

집합소비공간이 지니는 물리적 조건에는 모빌리티 기술의 변화가 미친 영향이 크게 작용하였을 발견할 수 있다. 자동차로 대변되는 개인적 모빌리티의 등장은

---

22) 상업시설에서 건축가의 역할에 대해 논한 데이빗 스마일리(David Smiley)의 글을 보면, 그는 “기념비는 외부에, 기계는 내부에(monuments outside, machines inside)”라는 말로 건축가의 역할이 외관의 치장에 국한되었다고 비판한다. 하지만 이는 도심의 단일한 빌딩으로 전제하던 백화점의 경우를 지칭한 것으로 보인다. 쇼핑센터가 이런 비판에서 벗어날 수 있었던 것은, 그것이 스케일의 거대함과 기능적 복합화를 통해 도시적인 형태를 획득했기 때문으로 여겨진다.



산업, 공공, 도시를 걸쳐 전 방위로 큰 영향력을 행사했다. 자동차 보급은 고속도로 건설<sup>23)</sup>의 증가로 이어져서 인프라스트럭처로 연결되는 도시라는 새로운 패턴을 만들었다. 이와 함께, 상업지역의 형성에도 변화가 생겨서 주요 도로에 따라서 선형으로 형성되던 것이 예전보다 느슨하고 비연속적으로 모자이크의 패턴으로 진행되었다. 이러한 비연속적 공간 구조는 고속도로에 의해 지역사이를 연결하는데 있어서 목적지를 제외한 지역은 건너뛰게 만든다. 이 때문에 도시 간 장소의 경험에서 연속성이 사라지게 되었다고 볼 수 있다.<sup>24)</sup>

자동차 보급의 영향은 단지 인프라스트럭처에 국한된 것이 아니라, 수많은 건축적 문제들을 야기했다. 특히, 소비가 증가하면서 쇼핑시설은 자동차의 문제에 가장 직접적으로 노출되게 된 시설이 되었다. 판매를 위한 화물의 수송을 철도가 아닌 자동차가 대체하게 되면서 물류처리를 위한 트럭이 건축과 만나면서 발생하는 문제, 소비자들이 쇼핑을 위해 자동차를 이용하여 이동하면서 발생하는 문제들이 동시에 드러나면서, 종래에 없던 대규모의 건축제안들을 불러 일으켰다.

1936년에 광역계획협회(The Regional Plan Association)는 건축물이 자동차를 수용하는데 문제가 발생하고 있음을 인식하고, 블록 내부를 주차를 위해 사용할 것을 권고하였다.<sup>25)</sup> 이 보고서의 아이디어는 이후에 미국 전역에서 반복되면서 건축계획에 중요한 영향을 미쳤다. 당시에 건축가들과 도시계획가들이 안고 있던 전형적인 문제의식은 1932년 아키텍처럴 레코드(Architectural Record)지에 근린쇼핑센터의 디자인 문제를 다룬 기사에 실린 사진에서도 볼 수 있다.<sup>26)</sup> 이 기사에는 두 장의 대조적인 풍경의 사진이 담겨져 있는데, 한 장은 도심 메인스트리트의 쇼핑

23) 아이젠하워 정부가 고안한 "interstate highway system"이 가장 큰 영향을 미쳤다. 이 체계는 freeways, highways, expressways로 구성된다.

24) 자동차 이동으로 인한 도시 경험의 비연속적인 변화에 대해서는 ek음을 참조. Richard Ingersoll, "Jump-cut Urbanism: Cinema, the Automobile, and the New Code of Urban Perception", *Sprawltown: looking for the city on its edges*, Princeton Architectural Press, 2006, pp.73~97

25) Regional Plan Association, "Parking Facilities Found Inadequate in Communities of the Region", Information Bulletin No. 30 (May 18, 1936), p7의 block proposal 참고

26) "Drafting and Design Problem: Neighborhood Shopping Centers", Architectural Record 71 (May, 1932) pp325~332

지역이다. 거리에는 각기 다른 입면을 지닌 상업건축물이 빼곡히 들어서있으며, 상점전면은 자동차로 가득 들어차 있다. 다른 한 장의 사진은 쇼핑건물의 균집을 건축가가 계획하여 주차 공간을 전면에 여유있게 확보하였으며, 전체적으로 시설관리가 원활하게 이루어져서 모던한 인상을 심어주는 “파크 앤 샵 (Park and Shop)”의 사례이다.

기사는 이 두 장의 사진에서 자동차가 얽히면서 발생했던 당시의 혼잡한 풍경을 단일한 건축가의 디자인으로 조화로운 통일성을 획득하는 것이 문제의 해결책이라 여긴 것으로 보여진다. 여기서 볼 수 있듯이 당시 쇼핑시설의 평가에 있어서 주차의 용이함과 소비자들의 접근에 있어서 쾌적함이 매우 중요한 요소로 작용하고 있었다고 추측할 수 있다. 따라서 쇼핑시설 개발업자들은 토지의 가격이 노기 때문에, 주차와 접근의 측면에서 불리하지만 “100%의 위치<sup>27)</sup>가 확보되는 다운타운과 계획의 용이함이 보장되지만 수익이 불분명한 교외 도시 사이에서 각각의 이익에 대해 상반되는 입장을 보인다. 이는 도심의 다운타운에 백화점의 본점을 유지하면서, 부도심이나 교외지역에 지점을 건립하기 시작하는 움직임으로 연결되었다.

이렇게 상업시설을 세울 수 있는 지역이 확장하면서 본점과 지점을 두는 체인점의 형태는 보편적인 방식이 되었다. 체인점의 기하급수적인 증가는 상업지형이

27) 모던머천다이징에서 “100% location”은 다운타운의 도로가 교차하는 부분과 같이 유동인구를 충분히 확보할 수 있는, 상업시설의 최적지를 가르키는 용어로 사용된다.

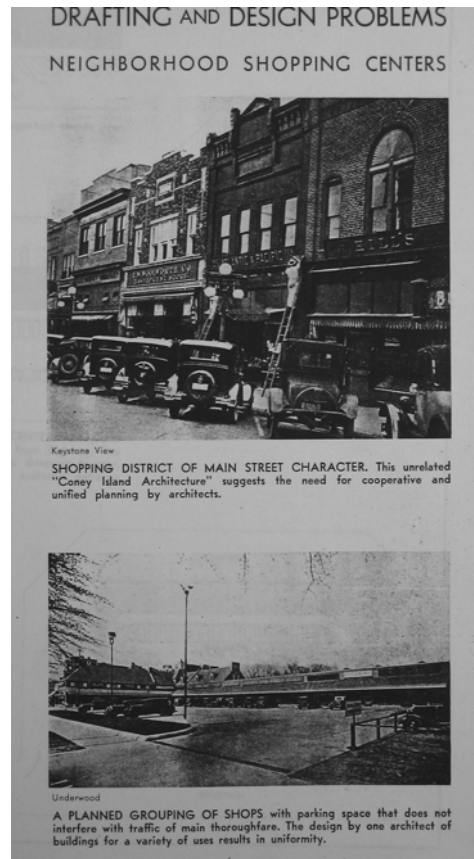


그림 3-3 'Drafting and Design Problems': 커뮤니티 쇼핑센터의 디자인 문제 (출처: Architectural Record, 1932년 5월호)

도시 외곽으로 그 무게중심을 옮기는 것을 설명하는 현상이었다.

체인점의 발생은 교외의 소비공간 형성에 두 가지 중요한 영향을 끼친다. 하나는 ‘로드사이드 프랜차이즈 (Roadside Franchise)’ 유형의 쇼핑시설의 성립이다. 이는 교외쇼핑센터의 전조를 담고 있는 과도기적 형식으로 볼 수 있다. 미국의 주요 교외대로를 통행하는 자동차 이용 쇼핑객을 대상으로 하였기 때문에, 건물의 공간구성은 이들의 특성에 최적화되었다. 자동차 이용 쇼핑객들이 빠른 이동 중에도 손쉽게 인지하도록, 건축물은 그 기능과 연



그림 3-4 초기 로드사이드 프랜차이즈, 1955년  
(출처: Liebs, Main Street to Miracle Mile)

관된 모방적 형태를 지니거나, 광고를 위한 사인물들로 입면을 뒤덮었다. 쇼핑객이 물건을 사기 위해 멈추고, 구입하고, 바로 떠나는 일련의 과정이 원활하게 이루어지는 것이 건축계획의 가장 중요한 부분이었다.<sup>28)</sup> 건물은 도로로부터 뒤로 물러나 있으며, 주차장이 건물의 삼면을 둘러싸는 것이 일반적이었다.<sup>29)</sup> 이렇게 건물의 내용을 기호와 이미지로 전달하는 타입의 쇼핑시설이 가능했던 것은 체인점이 고객들에게 제공하는 예측가능함 때문이다. 소비자는 체인점 브랜드의 기호와 이미지만으로 건물 내부에서의 경험을 미리 예측하는 것이 가능해지는 것이다. 이는 동일한 체인점은 제품의 품질이 일정한 만족도를 유지할 수 있으며, 고객 서비스를 어느 장소에서나 균질화하여서 소비 결정을 빠르게 연결시킬 수 있다는 점을 건축계획에 반영시킨 결과물이다.

당신은 수천명 중에 한명이며, 똑같은 의자에 앉아 있으며, 당신이 먹는 햄버거는 동일한 방식으로 만들어진 것임을 기억하십시오.<sup>30)</sup>

28) 이 부분은 교외쇼핑센터 공간 시퀀스의 가장 기본적인 요소로 적용되게 된다.

29) Peter G. Rowe, Making a Middle Landscape, The MIT Press, 1991, p.116

30) 화이트캐슬햄버거(White Castle Hamburger)의 체인점을 광고하는 브로슈어였는데, 이 체인

초창기 한 체인점을 안내하는 광고용 브로슈어에 삽입된 이 문구는 균질화, 표준화를 근간으로 하는 체인점의 논리를 잘 설명해준다.

한편, 쇼핑객에게 제품과 서비스의 예측가능성을 부여한다는 점은 쇼핑센터 개발업자가 임차인을 선정할 때 마찬가지로의 입장이 가능하다는 것을 의미한다. 각각의 체인점들은 어느 정도의 객관화된 데이터를 이용하여 영업 시 예상되는 수익과 방문객의 수치를 예상할 수 있게 되었다. 즉, 이전까지의 쇼핑시설은 단순히 동등한 개별 단위 상점들이 모여 있는 집합체에 불과했었다면, 체인점은 상점별 위계 관계를 발생 시킨다. 이로 인해, 개발업자들은 입점하는 상점들의 위계를 고려하게 되며, 임차인의 단위공간들을 “어떻게 배열해야 할 것인가”라는 개념이 등장하게 된다. 따라서, 집합소비 공간에서는 이러한 단위 배열의 문제가 형태와 외양의 디자인과 함께 중요한 고려사항이 된다. 이로 인한 상점들의 위계관계는 공간의 흐름을 결정짓는 역할을 하기 때문에, 개체로서 상점들의 배열이 건물의 물리적 실체와 함께 집합소비공간의 성격을 구축해나가는 주요한 요소로 자리잡게 된다.

**RENT SCHEDULE FOR HYPOTHETICAL REGIONAL SHOPPING CENTER (PART I)**

	Rentable Area (Sq. Ft.)	Guaranteed Rent		Estimated Stabilized Sales		Total Rent	
		Per Sq. Ft.	Total	Per Sq. Ft.	Total	Rate (%)	Total
<b>Food</b>	<b>32,000</b>		<b>\$ 91,875</b>		<b>\$3,927,000</b>		<b>\$ 90,150</b>
Candy & Nuts	500	\$4.00	2,000	\$100	20,000	10%	2,000
Deli/Bakery	1,500	3.25	4,875	85	127,500	6	7,500
Supermarket	20,000	1.50	45,000	125	3,750,000	2% to Min. 1% Over	67,500
Department Store	140,000	1.25	200,000	60	9,600,000	2 1/2%	240,000
<b>Junior Department Store (of the variety store type)</b>	<b>40,000</b>	<b>1.25</b>	<b>75,000</b>	<b>50</b>	<b>3,000,000</b>	<b>4% to Min. 3% Over</b>	<b>108,750</b>
<b>Apparel</b>	<b>118,000</b>		<b>274,900</b>		<b>7,261,500</b>		<b>412,980</b>
Women's Specialty	10,000	2.00	20,000	65	650,000	4 1/2%	29,250
Women's Wear	8,000	2.25	18,000	65	520,000	4 1/2%	23,400
"	3,000	2.50	7,500	60	180,000	6	10,800
"	2,500	2.50	6,250	60	150,000	6	9,000
"	3,000	2.50	7,500	60	180,000	6	10,800
Men's Quality Wear	2,000	2.50	5,000	60	120,000	7	8,400
Men's Wear	14,000	2.25	31,500	65	970,000	5	45,500
"	10,000	2.25	22,500	65	650,000	5	32,500
"	8,000	2.25	18,000	65	520,000	5	26,000
Apparel Store	4,000	2.50	10,000	55	220,000	6	13,200
Children's Wear	2,500	2.50	6,250	55	192,500	6	11,250
Women's Shoes	8,500	2.50	21,250	65	650,000	6	39,000
"	10,000	2.50	25,000	65	650,000	6	39,000
Family Shoes	8,000	2.50	20,000	65	520,000	6	31,200
Men's & Boy's Shoes	4,500	2.50	11,250	65	292,500	6	17,550
Children's Shoes	3,000	2.50	7,500	60	180,000	7	12,600
Millinery	1,200	3.00	3,600	30	60,000	10	6,000
Hosiery	800	3.25	2,600	25	44,000	7	3,080
Lingerie	800	3.25	2,600	70	56,000	8	4,480
Hosiery	800	3.25	2,600	70	56,000	8	4,480
Teen Shop	3,000	2.50	7,500	60	180,000	7	12,600
Bridal Shop	1,200	3.25	3,900	55	66,000	8	5,280
Women's Accessories	2,200	3.00	6,600	60	132,000	8	10,560
<b>Furniture</b>	<b>37,000</b>		<b>84,000</b>		<b>1,355,000</b>		<b>89,775</b>
Furniture	23,000	2.00	46,000	45	1,035,000	4 1/2%	46,575
China & Glassware	4,000	3.50	14,000	25	320,000	6	13,200
<b>Hardware</b>	<b>9,000</b>	<b>1.75</b>	<b>15,750</b>	<b>45</b>	<b>405,000</b>	<b>5</b>	<b>20,250</b>

그림 3-5 광역쇼핑센터를 위한 테넌트 위계별 임대료 산정표  
(출처: Victor Gruen, Shopping Towns USA)

### (3) 공공공간의 내부화

19세기 파리에서 탄생한 아케이드는 집합소비공간의 오픈스페이스에 있어서 원은 물류의 기술로 가능한 표준화를 전략적으로 사용해서 1921년 5개로 출발해서 10년사이에 115개로 성장한, 초기 체인사업의 성공적인 예이다. Philip Langdon, Orange Roofs, Golden Arches: the Architecture of American Chain Restaurants, Alfred A. Knopf, p.30

형적 역할을 했다. 아케이드는 상점의 집합을 위한 목적으로 계획되어 소비의 기능으로 만들어진 최초의 건축이었다.<sup>31)</sup> 이것이 계획되게 된 것은 도시의 도로와 광장 등의 공공공간이 군중들로 붐비어 복잡해지고, 환경적으로 악화되어 위협해지는 것에 대해서 안전하고 편리한 쇼핑환경을 조성하기 위해서 였기 때문이다. 피터 콜맨(Peter Coleman)은 아케이드의 중요한 목적이 사회적 산책(social promenading)에 있었다고 말하는데, 여기에는 아케이드 내부에서 판매하는 고가의 사치품을 구매할 수 있는 일정한 소비력을 갖춘 부르주아들의 장소로 한정되었다는 함의를 품고 있다. 이는 집합소비공간의 대중적 요건과는 큰 차이를 보이는 부분이다. 이에 대해서는 뒤에서 다시 언급하기로 한다.

아케이드의 공간적으로 가장 큰 특징은 자연광을 투과시킨다는 것이었다. 지붕이 덮힌 거리이면서 천창을 통해 빛이 내리 쬐는 풍경은 아케이드로부터 내부화된 공공공간의 감각을 느끼기 충분했을 것이라고 짐작할 수 있다. 이 부분이 아케이드가 집합소비공간의 원형으로 작용하게 된 가장 큰 부분이라고 할 수 있다.

하지만, 앞서 말한 것과 같이 본 연구에서 정의하는 집합소비공간과는 다소 차이를 보인다. 계급적 구분과 오픈스페이스가 단지 디스플레이를 감상하며 산책하기 위한 장소로만 기능했다는 점은 집합소비공간이 담아내려는 공간적 속성과는

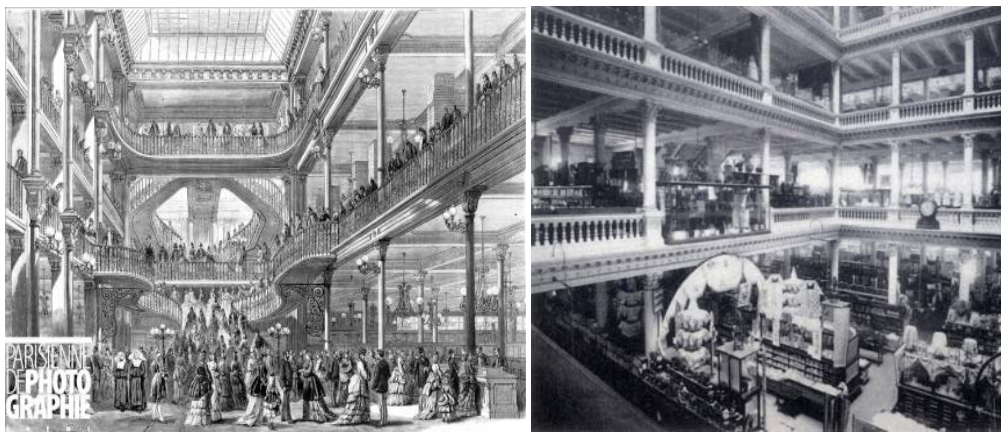


그림 3-6 상업건축의 내부의 오픈스페이스. (좌)Bon Marche와 (우)Marshall Field Store

31) 18세기부터 20세기 초반까지 계획된 아케이드의 역사적 전개는 다음을 참조. Peter Coleman, Shopping Enironments: evolution, planning and design, Elsevier, 2006, pp30~32

거리가 있다. 따라서, 아케이드로 만들어진 가로 쇼핑공간 보다는 아케이드의 공간 유형이 보다 고밀화된 도시 건축의 유형인 백화점과 같은 대형쇼핑공간에서 본 연구의 관점에 근접한 특징들을 발견할 수 있다.

백화점과 같은 대형의 소비공간을 지닌 건물 유형이 등장하게 된 것은 대량생산으로 인한 소비의 대중화로 다양한 물건 판매를 위해 많은 쇼핑객이 모일 수 있는 대규모의 쇼핑공간이 요구되게 되었기 때문이다. 파리의 봉마르쎬(Bon Marche)는 이러한 요구에 반응하여 계획된 건물유형의 시초에 해당하는데, 가장 특징적인 부분은 빛으로 가득 찬 대형 오픈스페이스가 건물의 중심에 위치한 것이다. 마크 뎀롯(Mark Pimlott)은 이 오픈스페이스가 민주적이며 스펙타클한 성격을 지닌다고 서술한다.<sup>32)</sup> 민주적이라는 것은 파리의 또 다른 모던쇼핑공간인 아케이드와의 비교 때문인 것으로 보여진다.

아케이드에 늘어난 부띠끄들은 비록 전면 유리창으로 시선의 관통을 허용하기는 하지만, 공간적으로 상점 내부와 외부를 확연히 구분하여, 물건을 구입할 수 있는 사람들에게만 내부가 허용되는 형식이다. 그렇기 때문에, 소비력의 정도에 따라서 일종의 특권이 부여되는 계급구분의 성격을 지닌다고 볼 수 있다. 하지만, 봉마르쎬의 오픈스페이스에서 소비자들은 가격이 분명하게 적혀있는 수많은 물건들을 구매능력이나 구매의사에 상관없이 보고 즐길 수 있었다. 그렇기 때문에, 소비상품들과 소비자들은 평등하게 오픈스페이스를 매개로 만날 수 있었다.

이러한 상업건축 형식은 미국의 대형 상점들이 등장하면서 수입된다. 이는 미국의 자본가들로 구성된 시카고커머셜클럽(Chicago Commercial Club)이 유럽의 에폴드보자르에서 수학한 건축가들을 고용하면서 가능해졌다. 이 클럽의 회원인 마샬필드(Marshall Field)가 고용한 헨리 라차드슨(Henry Richardson)과 다니엘 번햄(Daniel Burnham)이 설계한 마샬필즈백화점(Marshall Fields & Co.)은 하나의 블록 전체를 차지하는 12층 높이의 대규모 건축물이었다.

이 건물이 봉마르쎬로부터 발전된 특징은 쇼핑객들을 위한 공공적인 기능을 담으려는 시도를 했다는 점이다. 쇼핑객의 휴식을 위한 라운지, 쇼핑하는 시간동안 동반한 아이를 돌봐주는 서비스, 레스토랑과 같은 시설을 두었다. 특히, 다수의 소

---

32) Mark Pimlott, Without and Within: Essays on Territory and Interior, Episode Publishers, 2007, p.128

비 참여를 촉진시키기 위해 대형오픈스페이스에서 오케스트라의 공연, 각종 전시 회등의 이벤트를 개최하였다. 마샬필즈백화점의 티파니돔 아래 천창 빛이 쏟아지는 수직으로 높이 솟은 내부공간은 그 자체로 쇼핑객들에게 대도시 경험의 상징 처럼 인식되었다. 또한 천창을 통하여 들어오는 빛은 천창의 철 구조물을 거치면서 자연광 보다 부드럽게 산란되어서 마치 스튜디오 조명에 가까운 것으로 변화 시킨다. 이것은 천창 아래 오픈스페이스를 비현실적인, 이상적인 도시 공간의 분위기를 풍기게 만드는 기능을 했다.<sup>33)</sup> 쇼핑공간에 이러한 방식을 사용한 것은 소비와 문화적인 행위를 결부시키는 것이 수익을 얻는데 도움이 된다는 점을 발견 하게 되었기 때문이다. 특히, 오픈스페이스의 이상적인 감각은 집합소비공간이 중 산층의 안락한 도시를 표상하는 것이었음을 설명해준다. 집합소비공간에 공공적인 성격이 부과되는 것은 미국의 도시가 그리드 시스템을 바탕으로 구축되었기 때문 이라는 견해도 발견할 수 있다. 이러한 견해가 근거로 하는 것은 그리드 시스템 이 민간으로 하여금 도시개발의 주된 역할을 담당하게 만들어서 공공공간이 부족 하게 되는 문제점을 낳았다는 점이다.<sup>34)</sup> 즉, 소비문화가 근대도시의 정체성을 형성하면서 그리드 시스템의 블록 내부에 세워지는 쇼핑을 위한 공공적인 내부 (public interior)가 자연스럽게 도시의 공공장소의 역할을 맡게 된 것이라고 볼 수 있다.<sup>35)</sup>

#### (4) 집합소비공간의 조건

앞서 살펴본 것처럼, 본 연구에서 ‘집합소비공간’은 교외에서 소비를 매개로 집합적 공간을 이루는 사태를 개념화한 것이다. 이 때, 집합적 공간이란 불특정 다수의 집단이 모이는 공간이지만, 이들이 특정한 의식을 공유하며, 공간의 점유를 하나의 목적에 맞추어 집중하는 공간과는 다르다. ‘집합소비공간’은 집합적 공간에서 집단으로 모인 개별자들이 타인의 존재를 확인할 수 있으며, 타자와의 관계

33) Johann Friedrich Geist, *Arcades: the History of a Building Type*, the MIT Press, 1983, p.24

34) Mark Pimlott, *Without and Within: Essays on Territory and Interior*, Episode Publishers, 2007, pp.135~136

35) 당시에 공공적인 내부를 형성한 것은 백화점의 오픈스페이스 뿐 아니라, 박물관의 입구 홀, 은행 로비, 철도역 콘코스 등이 유사한 역할을 담당했다.

속에서 개인의 공간을 해석하여 자율적으로 점유할 수 있는 공간을 의미한다.

본 연구에서 집합소비공간은 교외화의 동력이 된 모빌리티 기술의 발전, 대중소비문화의 등장으로 도시의 공적 공간이 변형되어 교외의 대규모 상업건축이 형성되면서 구체화 되는 것으로 보고 있다. 이러한, 집합소비공간은 소비라는 기능을 공유하며 대중들이 집단을 이루어 공간을 점유하는 사태이면서, 그 공간을 각각의 개인이 자율적으로 해석하여 사용하게 된다. 따라서, 집합소비공간에는 집단의 공동체를 이루는 상호작용이 부재하는 유사-도시적 상황이라고 할 수 있다.

이러한 집합소비공간의 형식적 조건이 갖추어지게 된 계기를 교외화를 이끈 동인들과 관련지어 판매 방식의 변화, 상점의 표준화, 공공공간의 내부화로 나누어 살펴보면, 그 조건의 특징들은 다음과 같이 정리 할 수 있다.

근대의 상품 판매 방식에 있어서 가장 큰 변화는 셀프서비스로의 변화였다. 이는 소비자와 진열된 물건이 내부공간에서 직접 대면하게 되는 것을 의미한다. 이로 인해, 집합소비공간은 상품들을 펼쳐놓아 소비의 스펙타클을 만들 수 있는 포괄적 공간을 요구하며, 동시에 상품의 배치를 자유롭게 변형시킬 수 있는 균질한 공간을 지니게 되었다. 이러한 개별 상점들은 모빌리티에 의한 물류의 네트워크 개념이 정립되면서 체인점이 지배적인 상점 유형으로 자리잡게 되었다. 체인점의 체계는 개별 상점들이 표준화되어 수치로 환산되는 예측 가능성을 만들었다. 이는 상점이 복잡하게 집합되는 쇼핑센터의 집합소비공간에 있어서 과학적인 분석에 의해 관리와 운영이 수월하게 만들어 쇼핑센터 개발을 용이하게 만들었다. 그리고, 개별 상점의 표준화는 집합소비공간에 있어서 이들을 어떻게 배열하고 전체의 연속을 구성할 수 있는가를 중요한 문제로 만들었다. 마지막으로 집합소비공간은 공유 영역을 중요한 구성 요소로 지니게 된다. 이 공유 영역에서 쇼핑객들은 상호 교류하며 공공적 감각을 창출하지만, 이는 익명적 다수가 순간적으로 점유하는 도시적 상황과 특정한 목적을 공유하는 사회적인 공공공간 사이에 존재하는 모호한 장소적 성격을 집합소비공간이 띄게 만들었다.

### 3.1.3. 도시적 소비공간으로서 교외쇼핑센터

일반적인 교외쇼핑센터는 가까운 도시로부터 30~60km가량 떨어진 황무지 한가



운데 고속도로에 기대어 건립되었다. 이는 시공이 용이하고, 건설 비용이 절약되기 때문이다. 사방은 주차장으로 둘러 싸이고, 건물은 낮은 볼륨으로 디자인되며, 창 없는 외벽은 육중한 인상을 심어주어 꿈을 실현하는 장소로 보이기 보다는 감옥이나 성채와 같은 인상을 준다. 중동의 바자르나 파리의 아케이드와 같은 여타 쇼핑공간들은 도시를 유기적으로 연결해주는 역할을 수행하지만, 교외쇼핑센터는 아스팔트의 바다 한가운데 섬처럼 존재한다. 때문에 쇼핑센터는 물리적으로, 문화적으로, 사회적으로 어느 커뮤니티의 일부분도 아니고, 외부와 무관한 것과 같은 인상을 풍긴다.

하지만, 역설적으로 교외쇼핑센터의 외관이 주는 특성과 달리 그 계획에 담긴 목적은 교외도시 속에서 부재하는 도시적 기능들을 수용하여 교외생활의 중심공간이 되는 것이었다<sup>36)</sup>. 교외쇼핑센터가 도시적 건축으로서의 역할을 부여 받은 것은 빅터 그루엔(Victor Gruen)이 쇼핑센터가 도시를 생성하는 시설로서 가능성을 지닌다는 점을 역설한 “쇼핑타운 USA”에서 다음과 같은 구절에서도 짐작할 수 있다.

사회적 삶의 기회와 외부로부터 보호된<sup>37)</sup> 보행자 환경에서의 휴식을 제공하고, 공공 기능의 시설과 교육적 시설을 병합함으로써, 쇼핑센터는 교외도시에 존재하는 공허함을 채울 수 있다. 쇼핑센터는 교외가 필요로 하는 장소와 고대 그리스의 아고라, 중세의 시장 그리고 현 시대의 마을 광장등에서 가능했던 근대적인 커뮤니티 삶에 참여할 수 있는 기회를 제공할 수 있다.<sup>38)</sup>

빅터 그루엔이 기대한 바에는, 교외쇼핑센터가 아고라, 시장, 마을 광장과 같은 공공적, 사회적 기능을 수행하여 교외 도시의 황폐한 환경을 개선하는 촉매가 되려는 사회주의적인 관점에 내재해 있었다. 그러한 측면에서 그의 예상이 성공적인 결과를 낳지는 못했다고 볼 수 있지만, 소비문화를 매개로 도시적인 다양한 기능을 수용하여 교외의 중심적인 역할을 수행하는 건물유형으로 자리잡을 수 있었다.

36) Julie Holck, "Shopping Malls and the Urban Utopian Imagination Behind Them" in Fun City, The Danish Architectural Press, 2007, p.159

37) 교외는 일반적으로 자연 속에 고립의 이미지를 지니고 있기 때문에, 외부 환경에 대한 불안감을 내재하고 있다. 따라서 안전과 보호가 보장된 환경을 중요시했다.

38) Gruen, Victor and Smith, Larry. Shopping Towns USA: the Planning of Shopping Center, Reinhold Publishing, 1965, pp.23~24

도시적 기능을 이행하는 소비공간을 지닌 건축유형으로서 교외쇼핑센터에 대한 서술은 다음 인용문에서 더 명확해진다.

(교외)쇼핑센터는 대중 교통의 수단으로서 자동차 모빌리티의 등장에 대한 응답을 재현한 얼마 안 되는 새로운 빌딩타입 중 하나이다. (교외)쇼핑센터는 건물들과 이와 연계된 공간들의 군집을 말하며, 20세기의 삶에 새로운 환경을 만들어주면서, 쇼핑뿐 아니라 여타 다양한 활동을 위해 세워졌다. (교외)쇼핑센터의 건물 군과 그와 연관된 공간들은 기존에 존재하는 도로를 따라서 늘어서는 것이 아니라, 그들 자체의 새로운 계획 패턴을 구성한다. 이 새로운 환경은 보행자들에게 헌정되는 것이다.<sup>39)</sup>

여기서 관심이 가는 부분은 교외쇼핑센터가 “건물들과 이와 연계된 공간들의 군집”이며, “그들 자체의 새로운 계획 패턴을 구성”하고, “보행자들에게 헌정”되는 장소라는 설명이다. 이러한 부분들은 교외쇼핑센터가 도시처럼 구성되고 작동된다는 면모를 설명한다. 이에 덧붙여서, 마가렛 크로포드(Magaret Crawford)도 역시 쇼핑센터가 소비사회의 중심적 시설이라고 말하면서, 쇼핑센터는 물건과 행위를 조합하여, 상품이 일상생활에 깊숙이 관통하도록 만드는 제도(institution)이라고 지적한다.<sup>40)</sup> 이처럼, 교외에서 대중소비문화가 지니는 지배적 영향력을 생각한다면, 교외쇼핑센터가 교외에 부재하는 도시적 시설로서의 임무를 부여받아 집합 소비공간으로서 기능했음을 추론할 수 있다.

---

39) Gruen, Victor and Smith, Larry. Shopping Towns USA: the Planning of Shopping Center, Reinhold Publishing, 1965, p140

40) Magaret Crawford, "The World in a Shopping Mall", Variations on a Theme Park: the new American city and the end of public space, Hill and Wang, 1992, p12

## 3.2. 교외쇼핑센터 분석의 프레임

교외쇼핑센터는 집합소비공간을 건축적으로 구현한 것이었다. 그 과정에서 교외쇼핑센터는 근대의 모빌리티 환경과 대규모 자본이 투입된 건물의 경제적 효과를 고려하여 형성되었기 때문에, 전통적 건축 유형에서 발견되지 않는 건축적 언어들이 새롭게 등장하였다. 이는 앞서 살펴본 바와 같이, 경제적인 논리에 따라 물류의 흐름과 판매의 퍼포먼스를 중점적으로 계획되는 부분을 지나면서 동시에, 소비자의 감정적 고양을 이끄는 분위기 조성과 관계된 비합리적 공간의 이중 체계로 유지된다.

이 절에서는 교외쇼핑센터 계획에서 중요하게 다루었던 요소들을 실무자, 연구자, 대중매체의 관점에 따라 분석해 볼 것이다. 이를 통해, 교외쇼핑센터를 하나의 교외건축 유형으로 정립되는데 있어서 기준점으로 역할을 했던 계획 요소들을 살펴볼 것이다. 그리고, 이를 바탕으로 교외쇼핑센터의 건축적 특성을 분석하기 위한 구성 층위를 정리할 것이다.

### 3.2.1. 교외쇼핑센터 계획의 기준

교외쇼핑센터 계획에 있어서 중요하게 다루어야 할 디자인 기준의 설정에 대한 견해는 다양하게 등장했다. 교외쇼핑센터의 형식이 정립되던 시기의 영향력을 미쳤던 대표적인 계획 이론들을 통해서, 계획의 기준이 어떻게 설정되었는지 살펴볼 것이다. 이 때 사례의 선정은 전후의 쇼핑센터를 발명한 건축가 빅터그루엔(Victor Gruen), 교외쇼핑센터를 연구한 학자인 지오프리 베이커(Geoffrey Baker)와 브루노 푸나로(Bruno Funaro)와 쇼핑센터의 이슈를 풍부하게 다루었던 미국의 대표적인 건축잡지 '아키텍춰럴 레코드(Architectural Record)'에 실린 자료들을 대상으로 분석해 본다. 이렇게 세 가지를 사례로 선정하는 이유는 이들이 각각 실무 건축가, 계획이론 연구자, 대중 매체의 관점을 대표하기 때문이다.

## (1) 실무자의 관점: 빅터 그루엔(Victor Gruen)

빅터 그루엔은 쇼핑센터 부동산 개발업자인 래리 스미스(Larry Smith)와 함께 집필한 ‘Shopping Town USA’에서 교외쇼핑센터의 디자인 방법론을 집대성하였다. 이 책에서 그루엔은 교외쇼핑센터 설계의 요소를 다음과 같이 8가지로 구분했다.<sup>41)</sup>

### a. 상점 건물(tenant buildings)

개별적 상점들이 들어서는 건물로서, 유지 비용이나 효율성 측면에서 ‘집합’되어 배치해야 할 것을 강조한다. 한편, 작은 상점의 군집과는 별개로 백화점, 슈퍼마켓과 같은 대형공간은 별개의 구조로 존재하여, 쇼핑센터 전체 품이 영향을 미치는 요소가 될 수 있다고 언급한다. ‘집합’과 함께 중요한 요소는 ‘유연성’이다. 다양한 변화 가능성에 대처해야하는 상점 건물에는 유연성을 지닌 평면이 중요하다는 것인데, 이를 위해 개체 유니트의 전면폭과 깊이, 높이를 정하는 다양한 변인을 설명하고 있다.<sup>42)</sup>

### b. 보행자 영역(pedestrian areas)

보행자를 위한 전용 구역의 등장이 쇼핑센터 계획의 가장 혁신적인 부분이라고 의미를 부여한다. 이는 자동차로 인한 트래픽의 발생으로부터 분리된 안전한 환경에서 쇼핑객이 소비행위에 몰두할 수 있도록 만들려는 기능적 의도가 바탕에 있다. 보행자 영역이 가져야할 속성에 대해서, 바쁜 활력과 화려함, 감정의 고조, 다양성을 언급하며, 도시적인 환경을 재현하는 것이 중요하다고 말한다.

---

41) Victor Gruen and Larry Smith, Shopping Towns USA: the planning of shopping centers, Reinhold Publishing, 1965, pp.140~170

42) 평면은 상점을 지원하는 서비스 시설의 위치에 따라 깊이가 변한다. 서비스 시설이 지하에 위치하는 경우 평면의 폭이 가장 작고, 스토리지가 평면 내부에 포함되면 깊이가 깊어진다. 여기에 쇼핑객의 접근이 전면과 후면 동시에 이루어지느냐 한쪽에서만 발생하느냐도 중요하다. 이렇게 상점의 평면은 전적으로 기능적인 측면에 의해 결정된다. Victor Gruen and Larry Smith, op. cit., p142

c. 커뮤니티 건물(community buildings)

그루엔이 말하는 커뮤니티 건물이란, 보행자 영역과의 연계가 중요시 되는데, 보행자 영역에서 교외의 사회적 삶이 발생한다고 보고 있다. 교외인은 이것을 통해 정체성을 감지하는데, 커뮤니티 빌딩은 이것을 보다 강화시키는 기능을 하는 건물이다. 기능적으로 영화상영이나, 콘서트, 연회, 회의, 예배, 강연과 같은 공공적 행사를 상징하고 있다.

d. 조명(lighting)

교외쇼핑센터의 쇼핑행위는 대부분 오후시간 이후에 발생하기 때문에, 조명이 쇼핑공간 형성에 중요한 역할을 한다. 이때, 조명은 쇼핑의 축제 분위기(festive shopping atmosphere) 형성을 위해 기능한다. 한편, 미적인 목적에서 뿐 아니라, 자동차와 관련된 영역이나, 대중교통, 상점건물 외부의 보행구역 등에서는 조명이 실용적인 목적으로 안전의 기능을 위해 계획된다.

e. 자동차 스케일(automobile scale)

교외쇼핑센터의 전체를 인지하는 방식은 주변도로에서의 자동차의 이동 속도 상에서 이루어지기 때문에, 자동차의 스케일에 적당한 디자인이 고려되어야 한다. 여기에서 일종의 디자인상의 딜레마가 생긴다고 보는데, 쇼핑센터는 일반적으로 대규모의 주차장에 둘러싸여 있기 때문에 접근과정에서 형태의 인지가 용이하지 않다. 따라서 자동차를 이용하는 쇼핑객들의 건물 인지와 보행인들의 쾌적하고 안전한 쇼핑환경을 공존시켜야 하는 것은 어려운 문제가 된다. 이를 해결하기 위해 건축가는 그의 지식과 능력을 발휘해야 한다고 서술한다.

f. 조경(landscaping)

조경이 부가적인 요소로 외부 치장의 성격으로 단순히 적당한 장소에 식물을 심는 행위와 등가가 되는 것에 반대하면서, 대지계획, 건축설계, 보행자 영역 디자인과 통합적으로 이루어져야한다고 주장한다. 인공적 구조물인 건물들과 대비하여 자연적인 요소가 함께하는 효과가 중요하기 때문에, 기존의 자연 상태를 보존하고, 지역적 식생에 적합한 것을 고르는 스터디가 필요하다.

g. 그래픽(graphics)

쇼핑센터는 그 이름을 외부에 알리기 위한 간판에서부터 화장실의 위치를 알려주는 아주 작은 표지판 까지 다양한 크기의 사인들이 무수하게 존재하기 때문에, 쇼핑센터의 미학적 효과에 매우 큰 영향을 끼치는 요소들이다. 그루엔은 건축가들이 사인을 건물의 디자인을 망가뜨리는 요소로 여기는 태도를 비판하면서, 이는 상업시설의 속성에 적합하지 않은 태도라고 언급한다. 사인과 그래픽은 전체 건축 구성 속에 통합적으로 다루어져야 함이 강조된다.<sup>43)</sup>

h. 실내중심공간(centers with covered pedestrian areas)

그루엔은 실내중심공간이 매우 특별하게 불리한 기후적 조건을 가진 대지에 계획되는 교외쇼핑센터를 위한 요소라고 분류하고 있지만,<sup>44)</sup> 실질적으로 이 요소는 쇼핑센터의 필수적으로 자리잡았다. 실내중심공간의 등장으로 쇼핑센터의 유형은 큰 변화를 맞이했다고 보는데, 건물을 그루핑하여 분산시키는 방식 대신에 하나의 단일한 대형건물로 디자인 하는 것이 효율성의 측면에서 훨씬 유리했기 때문이다.

이처럼 실무 건축가인 그루엔의 분류에 따르면, 상점 건물, 커뮤니티 건물, 자동차 스케일과 같은 디자인 고려요소가 기능적 체계에 종속되는 것으로 보이며, 보행자 영역, 조명, 조경, 그래픽, 실내중심공간과 같은 요소들은 유보적 체계를 이루며, 미적 분위기의 연출이 중요해지는 것으로 볼 수 있다.

**(2) 연구자의 관점: 지오프리 베이커, 브루노 푸나로(Geoffrey Baker and Bruno Funaro)**

건축잡지 ‘프로그레시브 아키텍처(Progressive Architecture)’를 통해 발표된 지오

---

43) 이러한 이유로 그루엔은 유일하게 그래픽을 건축가의 일이 아닌 전문 디자이너의 몫이라고 말한다. Victor Gruen and Larry Smith, op. cit., p165

44) 이 책을 만든 1960년 당시의 기준으로 보면 미네아폴리스의 사우스데일(Southdale), 볼티모어의 헤이런데일(Harundale)의 대표적인 경우와 몇몇 사례에서만 실내공공공간이 등장한다.

프리 베이커와 브루노 푸나로의 교외쇼핑센터 연구<sup>45)</sup>를 분석해보면 교외쇼핑센터의 주요 계획 포인트를 7가지로 구분할 수 있다.

a. 쇼핑객과 화물의 순환(circulation of shoppers and freight)

자동차를 이용하는 쇼핑객, 보행자로서 쇼핑객, 화물의 상차 하차 등을 포함하는 것으로서 쇼핑센터의 계획에서 가장 중요한 것은 이들의 순환(circulation)이다. 이때 건물을 에워싸는 넓은 주차장<sup>46)</sup>은 순환의 흐름에서 고속도로를 따라 흐르는 트래픽과 쇼핑센터 주위의 보행흐름을 매개하는 중요성을 띤다.

b. 주차(parking for shopping centers)

주차의 방식 결정은 온전히 경제적 효과에 달려있다. 푸나로는 이를 계산하여 규모별로 셀프주차와 대리주차, 단층주차와 복층주차 등의 비용효과 차이를 공식화했다. 주차장의 레이아웃 결정에 있어서도 효율이 우선시 된다. 그 결정요인을 세 가지로 설명하는데, (i) 자동차와 상점사이의 보행자의 순환 (ii) 자동차의 주차장 진입, 진출 그리고 주차공간의 탐색 (iii) 공간의 절약 등이다.

c. 물류처리, 서비스영역(freight handling, service areas)

화물의 통행과 쇼핑객의 흐름이 적절하게 분리되어야 한다는 것인데, 서비스 코트(service court)와 승하차공간(loading dock)에 적절한 면적을 배분하여 디자인 하는 것이 공간 사용의 효율성 향상에 중요한 요인이 된다.<sup>47)</sup> 하지만, 이러한 세부

---

45) 푸나로는 컬럼비아대학의 펠로우쉽을 통해 이 연구를 완성했다. 베이커는 조력자로서 프리 웹 건축의 개발연구를 아메리칸 타입 파운더스(American Type Founders)와 함께 진행했으며, '아키텍처럴 포럼'과 '하우스 앤 가든'지에서 글을 썼다. Geoffrey Baker and Bruno Funaro, *Shopping Centers: design and operation*, Reinhold Publishing, 1954, pp.28~77

46) 주차장과 쇼핑센터가 만나는 형식을 푸나로는 전면주차(front parking), 배면주차(rear parking), 분할주차(split parking), 아케이드 배면 주차(rear parking with arcades)로 구분하는데 문제는 건축가가 의도한대로 주차접근의 면과 보행접근의 면이 분리되어 사용되지 않는 것이다. Geoffrey Baker and Bruno Funaro, op. cit., p32

47) 당시의 건축가들은 쇼핑객과 화물 동선의 분리를 공간적으로 하는 것이 아니라, 시간적으로 사용을 구분하면 충분할 것이라고 믿었다. 이러한 방식은 대부분 혼잡한 환경을 낳았다.

적인 문제 이전에, 대지계획의 범위에서 순환동선 계획이 제대로 이루어지는 것이 우선되어야 한다. 물류처리에 있어서 건축가와 개발업자들을 사로잡은 것은 지하층을 이용한 레벨을 복합화하여 동선을 구분 짓는 방식이었다.

d. 상점 건물(store buildings)

상점의 구성을 결정하는 요인은 점유하는 사람들의 수와 상점 내부에 배치되는 기물들이었다. 또한, 이와 동시에 미래의 변화에 대응하는 공간의 유연한 대응 가능성 확보가 필요했다. 상점평면의 깊이가 쇼핑센터 전체의 형태에 영향을 받는다면, 상점평면의 폭은 구조시스템과 연관되어 결정되어야 된다. 따라서 상점의 종류에 따라 다양하게 요구되는 상점의 깊이를 맞추는 것이 어려운 문제가 되었다. 소형 상점들과 대형 상점들 사이의 깊이 차이는 건물 내부에 데드스페이스를 만들 수 있기 때문이다. 이를 해결하는 과정에서 쇼핑센터의 전체적인 형태가 결정된다.

e. 어메니티(amenities)

교외쇼핑센터에서 불특정 다수인 소비자들에게 매력적인 분위기를 조성해 줄 수 있는 것은 아케이드, 파티오, 화려한 조경 등과 같은 어메니티의 요소들이다. 이러한 어메니티는 휴식의 감정을 이끌고, 다운타운의 번잡한 쇼핑에서 가질 수 없는 교외쇼핑센터만의 특별한 경험을 선사한다.

f. 사인(signs)

사인의 역할은 쇼핑센터의 전체성을 인식하는 것이 중요해졌음을 의미한다. 교외쇼핑센터를 통해 원스톱쇼핑(one-stop shopping)의 개념이 생기면서, 일관된 사인 디자인이 통일성을 부여하고, 쇼핑센터 전체를 하나의 브랜드로 이미지화한다. 이 때 사인은 인식의 스케일에 따라서 세 가지 단계로 구분이 되는데<sup>48)</sup>, 가장 큰 위계는 쇼핑센터의 아이덴티티를 알리는 가장 큰 사인이며, 두 번째는 도로위의

---

Geoffrey Baker and Bruno Funaro, op. cit., p51

48) 이는 2.3.2절에서 다룬 집합소비공간의 조건 중 하나로 교외쇼핑센터의 원형인 로드사이드 프랜차이즈 형식의 상점들에서 나타난 특징들이 고스란히 전달되어 형성된 것으로 보인다.



운전자나 주차장에서 인지 가능한 상점 사인, 세 번째는 쇼핑객들이 상점 간에 보행 중에 인식할 수 있는 상점 사인이다.

g. 조경(landscaping)

푸나로는 조경이 줄 수 있는 효과를 ‘기쁨(delight)’에 있다고 설명한다. 조경은 다양한 공간들이 배열된 쇼핑센터와 같은 복합적인 건물에서 서로 다른 요소들이 만나는 부분의 자연스러운 연결을 이끄는 것이 중요한 역할이다. 레벨이 다른 두 공간의 연결이나 아스팔트로 덮힌 광활한 주차장에서 삭막함을 감소하여 인간적인 스케일을 만들거나, 쇼핑센터 내부에서 공공공간이 의도하는 것과 마찬가지로, 건물 외부에서 이완된 분위기를 불어넣는 역할을 한다.

**(3) 대중매체의 관점: 아키텍춰럴 레코드(Architectural Record)**

1948년부터 1953년에 걸쳐 ‘아키텍춰럴 레코드’지에 실렸던 기사와 작품들을 종합한 특별 이슈<sup>49)</sup>에서 ‘일반적으로 좋은 쇼핑센터를 만들기 위한 구성요소’를 설명한 부분을 정리하면 다음과 같이 분류될 수 있다.

- (i) 대지 위의 배치레이아웃은 주차장으로부터 상점, 상점 그룹 사이에서의 이동 거리를 최소화할 수 있는 배치여야 한다.
- (ii) 상점의 군집은 서로 간의 상호 이익이 최대화 될 수 있도록 고려해야한다.
- (iii) 쇼핑센터의 평면은 상점이 들어서면 불리한 위치나, 주차로부터 접근이 불편한 부분을 최소화해야한다.
- (iv) 보행동선과 차량동선을 분리하고 모든 서비스 기능의 시설은 공공이 인식할 수 없는 곳에 있어야 한다.
- (v) 상점의 군집이 이룬 전체는 잡다한 건물이 모여 있는 인상이 아니라, 하나의 쇼핑센터로 보여야 한다.

‘아키텍춰럴 레코드’지의 교외쇼핑센터 구성요소의 분류는 앞서 살펴본 두 관점

---

49) Architectural Record ed. Design for Modern Merchandising: stores, shopping centers, showrooms, Dodge, 1954, p147

과 달리 쇼핑센터의 기능적 체계에 속하는 요소들에 집중되어 있다. 설계상의 중요사항을 정리한 또 다른 파트에서 요소를 보다 간략하게 네 가지로 분류하면 다음과 같이 구성할 수 있다.

a. 상점 군집(store grouping)

쇼핑센터의 성공적인 계획을 위해서는 앵커테넌트를 어느 위치에 두는가가 가장 중요하다. 따라서 배치 계획의 시작은 앵커테넌트의 위치를 결정하면서 시작되어야 한다. 그 다음의 원칙은 이득을 취할 수 있는 상점을 그룹으로 분리하여 조닝을 하는 것이다. 예를 들면, 슈퍼마켓은 그 자체로 앵커(anchor)가 될 수 없지만, 백화점과 이웃할 때 서로에게 가장 큰 이득을 제공한다는 식의 분류가 데이터화되어 적용된다. 또한 상점의 군집은 쇼핑센터 내의 쇼핑객, 자동차, 물류의 흐름을 기반으로 디자인되는데<sup>50)</sup>, 이때의 원칙은 흐름들이 서로 다른 영역을 방해하지 않으면서, 동시에 최대의 흐름량을 만드는 것이다.

b. 소요 주차(necessary parking)

쇼핑센터에 필수적인 주차장을 디자인하는 것은 “필요한 양”과 “소요 공간을 최소화하는 배치”를 찾는 것이다. “필요한 양”을 찾기 위해서는 주차장과 건축연면적의 비율인 'parking ratio'<sup>51)</sup>와 같은 수치 데이터를 계획에 활용할 것을 제안하고 있다. 적합한 배치를 찾기 위해서는 ‘단순(simple)’, ‘무장애(trouble-free)’, ‘안전(safe)’과 같은 객관화할 수 없는 기준이 제시된다. 그리고 화물 차량과 쇼핑객 차량의 동선 분리를 요구하며, 주차장 어느 부분에서도 쇼핑센터까지의 접근거리가 비슷하게 유지되게 계획해야 한다. 또한 흥미로운 부분은 주차구획으로부터 쇼핑센터까지의 접근로가 특별히 포장되어 구분이 될 필요가 없다는 부분이다. 대부분의 쇼핑객은 최단경로로 접근하기 위해 차로와 인도를 구분하지 않고 이동하기 때문

---

50) 여기서 ‘흐름’은 네가지로 분류된다. (1) 자동차로 이동하는 쇼핑객의 흐름 / (2) 주차장과 쇼핑센터 간의 쇼핑객 이동 / (3) 서비스와 화물 차량의 흐름 / (4) 건물 내부에서의 보행자들의 흐름 Architectural Record ed. Design for Modern Merchandising: stores, shopping centers, showrooms, Dodge, 1954, p155

51) 예를 들면, 주차/건물=2/1 일 때 연면적 1000sq ft당 주차대수 6대가 필요하며, 비율 값이 1/3일 때, 연면적 1000sq ft당 주차대수는 10대가 필요하다.

이다.

c. 서비스와 어매니티(services, amenities)

서비스의 문제는 곧 쇼핑객과 화물이동의 구분과 등가로 여겨졌다. 이를 해결하기 위한 가장 이상적인 방법은 지하에 터널을 만들어서 두 영역을 레벨의 차이로 구분하는 것이다. ‘아키텍춰럴 레코드’는 만약 터널이 불가능하다면<sup>53)</sup>, 차선책으로 ‘서비스 코트’를 두는 것을 제안한다. 이때는 동일한 레벨의 평면에서 서비스 코트와 다른 부분 사이의 시야를 적절하게 차단하는 것이 중요하다. 기타 고려할 어

교외쇼핑센터 계획의 기준 분류			설계 요소
건축가	연구자	대중매체	
Victor Gruen	Baker and Bruno	Architectural Record	
상점건물	상점건물	상점군집	상점
커뮤니티 빌딩		다양한 요소들	기타시설
보행자영역	어매니티		보행공간
실내중심공간			오픈스페이스
자동차스케일	주차	소요주차	주차
	쇼핑객과 화물의 순환	서비스 & 어매니티 <sup>52)</sup>	순환
	물류처리, 서비스		물류
그래픽	사인		기호
조경	조경		자연
조명			빛

표 3-1 건축가, 연구자, 대중매체의 교외쇼핑센터 계획 기준 분류

52) 브루노의 연구와 ‘아키텍춰럴 레코드’지에서 언급하는 어매니티(amenities)는 각기 다른 대상을 가르키고 있다. 전자의 경우는 쇼핑센터의 경험을 컨트롤 하는 요소로 다양한 감정을 불러 일으키는 기물을 주로 언급하고 있으며, 후자의 경우는 물류처리와 자동차 이동 상에 필요한 기타 장식적 요소들을 뜻한다.

53) 서비스 터널은 1953년 기준으로 대략 \$800,000정도가 소요되어야 하기 때문에 비용의 문제

매니티의 요소로 ‘조경(landscaping)’, ‘버퍼(buffers)’, ‘지하와 창고(basement and storage)’, ‘2층(second stories)’, ‘픽업스테이션(package pick-up station)’등을 제시하고 있다.

d. 다양한 요소(variations)

‘다양한 요소’들은 교외에 부족한 각종 공공시설을 쇼핑센터에 포함시켜야 한다고 이야기하는 부분이다. 그 예시로 드는 것들은 주유소, 오피스, 은행, 레저센터, 교회, 영화관에 이르기 까지, 도시의 편의성을 증진하는 모든 시설이 쇼핑센터와 공존하는 것이 가능하다고 보고 있다.

이처럼 ‘아키텍춰럴 레코드’지는 앞서 살펴본 실무 건축가나 연구자의 관점과 달리, 쇼핑센터의 수익과 직결되는 공간의 계획요소에 치중하여 설명하고 있다. 다시 말해, 물류의 흐름과 순환의 적절한 분리를 위한 기능적인 문제를 설명하는 파트는 상세하게 제시되고 있지만, 소비자의 공간 경험에 대하여 고려하는 부분은 상대적으로 미진하게 다루고 있다.

### 3.2.2. 교외쇼핑센터의 구성 층위

교외성은 건축이 교외화되어 근대의 새로운 기술적 조건과 환경적 요인 속에서 가지게 되는 특질이라고 말할 수 있다. 본 연구에서는 이런 특질이 드러나는 건축 유형을 교외쇼핑센터라는 관점 아래 진행하고 있다. 이러한 관점이 가능한 것은 2장에서 살펴본 바와 같이 교외화의 성격을 규정하는 가장 중요한 요소는 모빌리티 기술과 대중소비문화였기 때문이다. 닐 해리스(Neil Harris)가 언급한 것처럼 교외쇼핑센터는 상점이 집합했을 때와 주차공간으로 둘러싸였을 때의 이점을 간파하여 만들어진 건물유형이다.<sup>54)</sup> 즉, 집합되어 형성하는 소비문화와 모빌리티의 수용이 시설 성립의 핵심이라고 볼 수 있다. 다시 말해, 모빌리티와 소비가 지

---

가 있었다.

54) Neil Harris, "Spaced-Out at the Shopping Center" in *The Public Face of Architecture: civic culture and public spaces*, The Free Press, 1987, pp.320~321

쇼핑센터 주요기능	구성 층위	교외쇼핑센터 계획의 기준 요소 분류			교외의 부재요소
		건축가	연구자	매체	
		Victor Gruen	Baker and Bruno	Architectural Record	
판매	건물의 층위	상점건물	상점건물	상점군집	집합공간
순환	인프라스트 럭처의 층위	자동차스케일	쇼핑객과 화물의 순환	소요주차	근접성
			주차	서비스 & 어매니티	
			물류처리, 서비스		
공유		커뮤니티시설		다양한요소	
분위기	표상의 층위	그래픽	사인		맥락
		조경	조경		
		조명			
장소감		보행자영역	어매니티		
		실내중심공간			

표 3-2 교외쇼핑센터를 구성하는 층위와 설계 기준 요소의 관계

년 사회적 합의가 제도화되어 등장한 새로운 유형의 건물이라는 관점에 동의하기 때문에, 교외쇼핑센터를 건축의 교외성이 드러나는 시설로 볼 수 있다.

이에, 교외성 개념 전개를 위한 분석의 프레임은 다음과 같은 단계로 구성할 수 있다. 집합소비공간이 건축화되어 나타난 것을 교외쇼핑센터라고 했을 때, 이는 쇼핑센터의 기능적 목적에 소요되는 합리적 공간 구성의 원리를 지니는 ‘기능’의 체계와 소비행위와 무관하게 쇼핑객의 감정적 조절을 위한 환경을 조성하는 ‘분위기’와 관련된 체계의 이중 체계로 구성된다고 볼 수 있다. 앞서 당시 교외쇼핑센터 계획의 기준에 대한 건축가, 연구자, 매체의 견해를 종합해 봤을 때, 집합소비공간의 이중체계와 교외쇼핑센터 계획의 요소는 다음과 같은 관계로 조합할 수 있다.

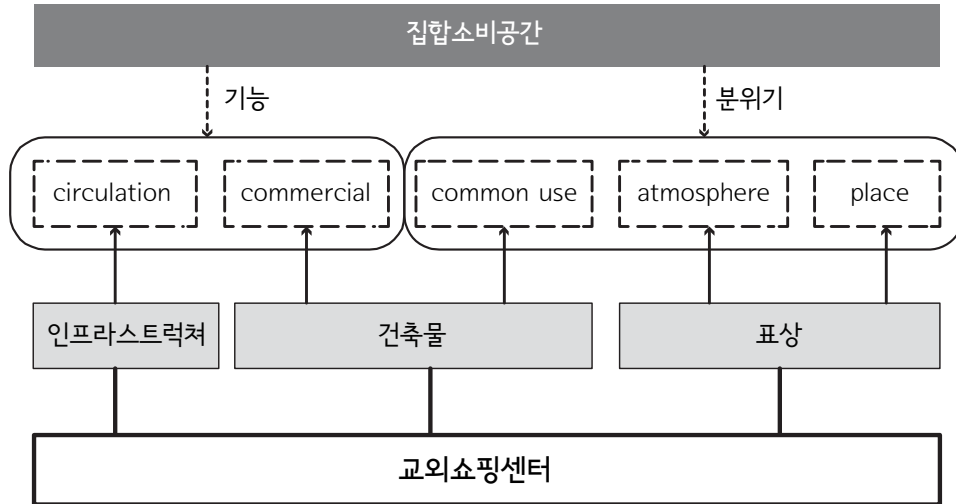


그림 3-7 교외쇼핑센터 구성 층위와 집합소비공간의 이중 체계와의 관계 다이어그램

앞에서 살펴본 바와 같이, 실무건축가, 건축연구자, 대중매체의 관점을 통해 교외쇼핑센터 계획의 기준 요소를 살펴본 결과는 다음 표와 같은 구성이 가능하다. 이 세 분야에서는 관점에 따라 서로 다른 표현을 사용하고 있지만, 공통되는 디자인 지침을 지니고 있는 항목들을 모아서 교외쇼핑센터의 계획요소를 일반화시키면, ‘상점’, ‘기타시설’, ‘보행공간’, ‘오픈스페이스’, ‘주차’, ‘순환’, ‘물류’, ‘기호’, ‘자연’, ‘빛’의 요소로 분류할 수 있다. 이렇게 나뉜 계획의 요소들에 따라 쇼핑센터의 기능에서 중요하게 다루어져온 것은 판매의 기능, 순환의 기능, 공유의 장소, 분위기의 연출, 장소감각을 만드는 기능들로 나눌 수 있다.

교외쇼핑센터의 주요한 기능이 위와 같이 구성된다는 점을 인식할 때, 교외쇼핑센터의 구성은 세 가지 층위로 나누어 분석하는 것이 가능해진다. 즉, 상점의 군집으로 형성되는 ‘건물’의 층위와 물류의 순환과 모빌리티의 수용을 위한 요소들로 이루어지는 ‘인프라스트럭처’의 층위, 쇼핑센터의 장소가 지니는 감각과 분위기를 조성하는 기능을 하는 ‘표상’의 층위로 나누어진다. 이러한 관계는 <표4>를 통해서 확인할 수 있다.

여기서 잠시 앞선 장에서 서술한 부분으로 돌아가면, 본 연구는 교외라는 현상이 전통적인 도시 형성 요소의 부재를 통해 구체화되었다는 관점을 유지하고 있다. 따라서, 교외쇼핑센터의 교외성을 분석하기 위해서는 전술한 부재의 요소에

대한 건축적 입장을 살피는 것이 중요하다. 교외에 존재하는 부재의 도시 요소를 정리하면 ‘밀집공간’, ‘맥락’, ‘근접성’임을 앞선 장에서 이미 살펴보았다. 교외쇼핑센터의 계획요소들이 교외의 부재 요소와 맺고 있는 관계를 정리하면 위의 표와 같이 구성할 수 있다. 즉, 도시의 다양한 구성원들이 모여서 밀집된 환경을 조성하는 ‘밀집공간’이 부재하는 측면은 교외쇼핑센터의 ‘건물의 층위’와 관련된다. 교외쇼핑센터는 물리적 환경을 구체적으로 조성하는 요소들과 더불어 각종 기호와 그래픽을 통해 보행자환경의 분위기와 장소감각을 조성하는 부분들이 중요하게 대두된다. 이러한 기능을 하는 요소는 교외쇼핑센터의 표상의 층위를 이루고 있기 때문에, 도시의 장소성을 만드는 ‘맥락’이 결여되어있다는 교외의 특성은 ‘표상의 층위’와 연관된다고 볼 수 있다. 마지막으로 교외는 모빌리티에 의한 시, 공간의 재편에 의존하여 형성되었기 때문에 도시 공간 조직에서 나타나는 ‘근접성’이 부재하는 것으로 파악할 수 있다. 이는 교외쇼핑센터의 물류의 순환 기능을 유지시키는 ‘인프라스트럭처의 층위’와 깊은 관련이 있다. 다음 절에서는 이에 대한 보다 상세한 분석을 다룰 것이다.

### 3.3. 교외쇼핑센터의 교외성

이 장에서는 전술한 교외쇼핑센터의 구성 층위를 분석의 프레임으로 삼아 교외 쇼핑센터의 시설유형이 완성되는 과정에서 드러나는 현상들을 통해 교외쇼핑센터가 형성하는 교외성을 정의하려고 한다.

건축의 교외성을 20세기 중반 미국에서 등장한 교외쇼핑센터라는 상업건축 유형을 통해 밝히려는 것에는 두 가지 이유가 있다. 우선, 20세기 초중반 미국의 교외에서 하나의 시설 유형으로 형식을 정립해나간 교외쇼핑센터는 모빌리티 기술, 대중소비문화등이 유형의 정립에 큰 영향을 미쳤다는 점에서 교외화로 인한 건축의 교외성이 가장 직접적으로 드러난 건축유형으로 볼 수 있기 때문이다. 또한, 교외성을 재현하는 교외쇼핑센터가 하나의 건축적 타이폴로지로 자리를 잡은 것이 50~60년대의 쇼핑센터 붐이 일어나던 시기였고, 이때 완성된 형식이 현재적으로 여전히 유효하게 현대도시건축의 설계 언어로 차용되고 있는 것으로 보고 있기 때문이다.<sup>55)</sup>

이 시기의 교외쇼핑센터 형성과정은 크게 두 시기로 구분해서 살펴볼 필요가 있다. 1920~30년대는 도시의 과밀화로 인한 여러 문제점들로 인해 근린커뮤니티의 개념이 형성되고 상업시설이 교외로 빠져나가기 시작한 시기이다. 이때의 교외 쇼핑센터는 근린커뮤니티에 부속된 시설의 개념이 강했다. 이 시기는 경제대공황으로 접어들기 전으로 커뮤니티 단위로 경제활동이 이뤄졌다는 측면에서 구분할 필요가 있다. 이 시기의 등장한 쇼핑센터에 대해서 지오프리 베이커(Geoffrey Baker)와 브루노 푸나로(Bruno Furano)는 ‘근린쇼핑센터(neighborhood shopping center)’, ‘커뮤니티쇼핑센터(community shopping center)’로 분류해서 설명하고 있지만,<sup>56)</sup> 건축적으로 의미있는 차이가 두드러지지 않으며, 실제로 최근의 연구들에

---

55) 50~60년대에 완성된 교외쇼핑센터 유형이 현재적으로 유효한 가치를 지니고 있음을 연구한 것으로는 Harvard GSD의 리서치를 묶어서 Project On The City 2권으로 발간된 Guide To Shopping의 아티클들이 참고할 만하다. Chuihua Judy Chung, Jeffrey Inaba, Rem Koolhaas and Sze Tsung Leong ed. Harvard Design School Guide To Shopping: Harvard Design School project on the city, Taschen, 2001

56) Geoffrey Baker, Bruno Funaro, Shopping Centers: Design and Operation, Reinhold



서 두 시설은 한 쪽의 이름으로 동일하게 사용되고 있다.<sup>57)</sup> 본 연구에서는 커뮤니티와 연관된 기능로서 쇼핑센터의 의미를 강조하여 사용하기 때문에 ‘커뮤니티 쇼핑센터’라고 통칭하기로 한다. 20세기 중반 제2차세계대전 이후 등장하게 되는 광역쇼핑센터는 미국의 물질적 풍요로움과 대량소비문화의 융성과 관계되면서 대형화와 복합화가 진행되는 변화를 수반한다. 이 시기에는 자본의 투입 규모가 달라지면서 머천다이징과 메니지먼트에 있어서 기술적인 개입이 나타나기 시작하며 이로 인한 형식적 변화과정을 갖게 된다. 이렇게 통시적으로 살펴보는 것은 교외 쇼핑센터는 단기간에 완성된 시설이 아니라, 20세기 초중반의 경제적, 사회적 변화에 대응하며 오랜 형식의 실험을 거쳤기 때문이다. 이 두 시기의 비교를 통한다면 교외쇼핑센터가 건축유형으로 정립되는 과정 속에서 자본의 영향을 크게 받는 소비공간과 비효율적인 구성을 지니는 공공공간의 양 축의 대립관계 속에서 지향하고자 한 바를 밝혀내는데 유용한 방식이 될 것이다.

이때, 교외쇼핑센터를 유형학적으로 분석하기 위해서, 앞선 절에서 살펴본 바와 같이 건물, 인프라스트럭처, 표상의 세 가지 층위로 나누어 살펴보는 적합할 것으로 보인다. 이러한 관점이 가능한 것은 이 층위들은 각각이 교외쇼핑센터가 여타의 건축 유형들과 구별되는 독자적인 성격을 내재하고 있기 때문이다. 즉, 교외쇼핑센터의 형식을 정립하는데 영향을 미쳤던 중요한 요인은 건축물의 물리적 구조 단독으로 설명할 수 없는 부분들이 있다. 복합적인 물류의 흐름을 내포하는 교외 쇼핑센터의 기능적 특성상 모빌리티가 공간의 주체로서 부각되어야 하기 때문에 인프라스트럭처의 층위에서 살펴보는 것이 의미를 지닌다. 또한, 교외 사회에서 교외쇼핑센터는 단순한 상업시설이 아닌, 커뮤니티와 연관된 다양한 장소를 수행하는 역할을 했다. 이 과정에서 교외쇼핑센터는 인공적으로 의도된 장소에 따라 차용된 이미지가 투영되는 독특한 특성을 지닌다. 그렇기 때문에, 표상의 층위가 중요성을 띤다. 이처럼, 교외쇼핑센터는 전통적인 건축 유형에서 간과하던 건물

---

Publishing, 1951 에서 참조

57) 리처드롱스트레스는 1차대전과 2차대전사이의 쇼핑센터 연구에서 이 시기의 쇼핑센터를 “커뮤니티쇼핑센터”로 통칭하여 사용하고 있다. Richard Longstreth, “The Diffusion of the Community Shopping Center Concept during the Interwar Decades”, Journal of the Society of Architectural Historians, Vol. 56, No. 4 (Sep, 1997)

구성의 층위들을 함께 다루어야 온전한 전체의 특성을 도출해낼 수 있다. 이러한 사실이, 교외쇼핑센터를 근대 사회의 기술과 문화 속에서 독자적인 건축 유형으로 등장하게 된 원인이기도 하다.

### 3.3.1. 건물의 층위

교외쇼핑센터는 기본적으로 상점이라는 개별 단위가 집합되어 전체를 이루는 ‘집합건축’의 유형으로 보는 것이 타당하다. 그리고, 앞선 절에서 살펴본 것처럼, 교외쇼핑센터의 계획 기준들 중에서 건물의 층위에 해당하는 것들로 언급되는 것은 주로 상점 혹은 상점군집과 관련되는 항목들이었음을 주지하고 있다. 따라서 교외쇼핑센터의 구성 요소를 건물의 층위를 통해 살펴보는 것은 쇼핑센터 내부에서 개별 상점들이 집합을 이루는 방식을 분석하는 것을 통해서 알 수 있다. 특히, 상점의 집합으로 형성되는 교외쇼핑센터의 내부를 통해 교외를 성립시킨 조건 중에서 ‘밀집공간’의 부재라는 상황에 대한 건축적 대응을 읽을 수 있다.

이에 따라, 이 절에서는 개별 단위 상점에 대한 태도와 이를 집합시키는 태도에 따라 교외쇼핑센터에 교외성을 형성시킨 부분이 있다는 관점을 지닌다. 이를 교외쇼핑센터계획에서 집합공간에 대한 개념이 확립되지 않은 시기의 소규모 단순집합으로 부터 상점 개체 간의 위계 관계가 발생하면서 상점 배치에 수학적 분석과 함께 플래닝의 개념이 깊게 관여하게 되는 변화과정을 따라서 살펴볼 것이다.

#### (1) 소비공간의 균질한 집합

1920년대에 형성된 초기의 커뮤니티쇼핑센터는 통과교통의 흐름이 가장 빈번하게 발생하고, 당시 주된 대중교통수단인 트롤리의 선로가 놓인 위치를 선호했다. 그 이유는 명료하다. 통과교통이 많은 것은 잠재적 쇼핑객을 더 많이 확보할 수 있음을 의미하는 것이고, 곧 더 높은 수익을 얻을 수 있다는 것이 경제적 원칙이었기 때문이다. 피터 로우는 이러한 초기의 형식이 지닌 형태적 특성에 주목하여 ‘Strip Commercial Centers’라고 분류했는데,<sup>58)</sup> 이 형식이 고려한 점은 매우 단순

58) 피터로우가 분류한 방식은 형태와 주차 수용 방식의 변화과정을 추적하기에는 적당한 구분

했다. 상점은 접근이 쉽고, 편리한 위치의 확보가 가장 중요한 사항이었다. 자동차의 수용에 관해서도 특별한 문제의식이 아직 형성되지 않았기 때문에 주차는 상점전면의 도로를 이용했다. 상점들은 트롤리 정류장에서 가까운 위치를 확보하는 것이 가장 중요했기 때문에 특정 위치에 밀집되었다. 한정된 도로변에 최대한 많은 상점이 면할 수 있도록, 상점의 전면은 폭이 좁은 “ten-foot store”<sup>59)</sup>가 되었다. 따라서 개별상점들은 아직 상점 간의 관계에 대한 개념을 갖지 못하고, 각자 도로에 동일한 폭으로 열린 동등한 개채일 뿐이었으며, 집합의 의미가 쇼핑시설의 배치에 드러나지 않고 있다.

통과 도로를 따라 일렬로 배치되는 초기 형식에서 벗어나서 본격적으로 집합을 의식하고 계획한 쇼핑센터는 1923년에 캔사스 부동산 개발업자 Jesse Clyde Nichols가 계획한 “컨트리클럽플라자(Country Club Plaza)”로 볼 수 있다. 니콜스

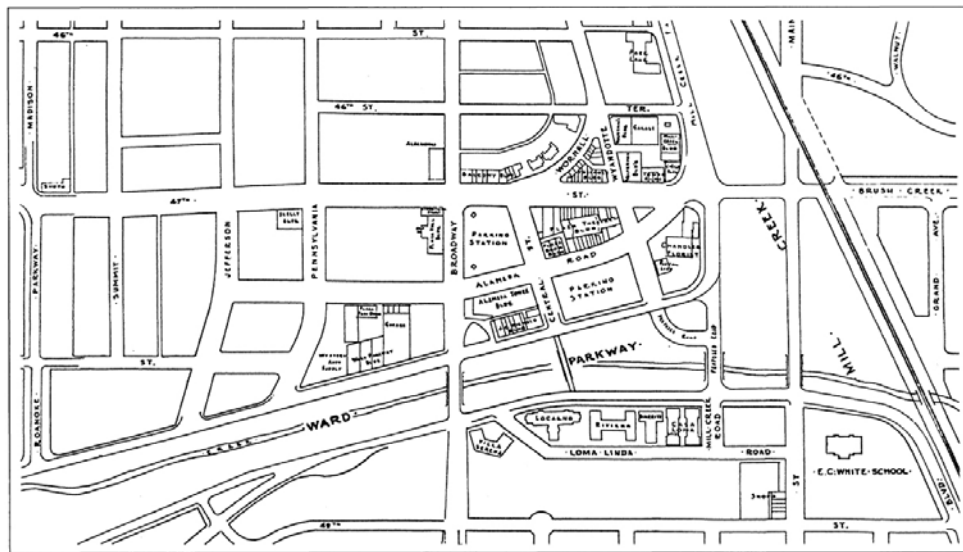


그림 3-8 Country Club Plaza 단지 배치도, 1923

방식이지만, 교외쇼핑센터를 둘러싸고 영향을 주는 복합적인 요소들(머천다이징, 커뮤니티기능, 물 형식)의 상관관계를 다루기에는 부족한 점이 있다. 피터로우의 분류방식은 Peter G. Rowe, Making a Middle Landscape, The MIT Press, 1991, pp.119~110을 참고.

59) Chester H. Liebs, Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture, Johns Hopkins University Press, 1995, pp.13

는 본인이 1909년부터 개발하기 시작한 주거커뮤니티인 ‘컨트리클럽지구(Country Club District)’의 커뮤니티쇼핑센터로 이 건물을 계획하였다. 쇼핑센터 계획 상 컨트리클럽플라자의 가장 큰 변화는 쇼핑센터 내에 모든 상점들이 동등한 위계를 지니도록 전체를 배치하려고 시도한 점이다. 이를 배치도 상에서 살펴보면 컨트리클럽플라자는 전체 단지를 가능한 한 여러 개의 불규칙한 형태의 블록으로 나누려고 하였다. 이는 다운타운 상업시설 계획에 존재하는 이른바 “100% location”

을 의식한 것으로 보이는데, 최대한 교차로의 갯수를 늘여서, 상점이 제일 선호하는 위치를 최대화 시키려고 했다.<sup>60)</sup> 컨트리클럽플라자의 이러한 계획 방식은 전체로서 쇼핑센터 이전에 개별 단위들이 동등한 위치를 가질 수 있도록 고려된 것으로, 개별 단위 사이의 관계가 만드는 전체, 혹은 단위가 집합된 단지로서 전체의 구조를 다루는 수준에는 도달하지 못했다.

컨트리클럽플라자와 같은 방식의 단지 구성은 웨스트체스터(Westchester Business District)에서도 발견되는데, 전자와의 차이점은 불규칙한 블록의 구성 대신에 다운타운을 연상시키는 그리드로 전체가 구획된 것이다. 컨트리클럽플라자 계획에서 발전된 부분은 상점단위 뿐 아니라 주차를 위한



그림 3-9 웨스트체스터 쇼핑센터 단지 배치도  
(출처: Longstreth, City Center to Regional Mall)

60) 당시 상업시설 계획의 원론을 보자면, 100% location에서 수익은 최고가 되고, 교차로로부터 멀어질 수록 상점이 얻는 수익은 급감한다. 이는 메인스트리트 쇼핑지역에서 얻은 자료에 근거한 것으로, 교외쇼핑센터 계획에서도 마찬가지로 적용되었다. Richard Longstreth, “The Diffusion of the Community Shopping Center Concept during the Interwar Decades”, Journal of the Society of Architectural Historians, Vol. 56, No. 4 (Sep, 1997), pp.271~272

영역도 단위로 다루어 자동차의 수용문제를 고려했다는 점이다. 이 계획에서도 초기 ‘Strip Commercial Centers’의 생각이 남겨져 있어서, 주변의 잠재적인 소비자를 이끌기 위해서는 지역을 통과하는 교통량이 중요하다고 판단하였다. 쇼핑센터의 수익을 위해서는 이 부분이 계획과 밀접하게 연계되어야 했다. 이에 따라, 전체 단지의 정 가운데에 ‘세풀베다 대로(Sepulveda Boulevard)’가 통과하도록 계획하였다. 이는 의도와 다르게 쇼핑지역을 양분하는 결과를 낳았다. 쇼핑객은 한쪽 블록에서 길 건너 블록으로 이동하는데 큰 불편함을 겪었고, 쇼핑지역의 활기를 빼앗았다.<sup>61)</sup> 또한 웨스트체스터는 쇼핑센터의 개별 단위를 동등하게 만들기 위해 대로를 따라 병렬하여 길게 늘어지게 상점을 배치했다. 이러한 방식이 대로를 통과하는 소비자들에게 상점단위가 동일하게 인식되는데 성공했을 수는 있다. 하지만, 단순하게 나열된 전체는 하나의 쇼핑센터로 읽기 어려웠을 뿐 아니라, 쇼핑객의 이동거리를 지나치게 길어지게 만들었다. 웨스트체스터는 단지 내에 세풀베다 대로를 포함하면서 다운타운의 패션에비뉴와 같은 풍경을 만들기를 원했다. 따라서, 그리드 구성 속에서 개별 단위를 위계 없이 모이는 배치를 시도했다. 하지만, 교외지역에 다운타운의 레이아웃을 그대로 모사하는 것은 두 장소가 환경적인 조건이 다르다는 부분을 간과하여 실패한 사례라고 볼 수 있다.

전후의 시기에 이르면서 쇼핑센터의 규모가 커지면서 광역쇼핑센터의 초기 모습에 대한 계획이 등장하기 시작했다. 이 시기에는 쇼핑센터 유형의 과도기적인 양상으로 커뮤니티쇼핑센터의 ‘균질한 단위를 집합’하는 방식이 시도되기도 했다. 웨스트코비나커뮤니티(West Covina Community)를 위한 쇼핑센터 계획에서 로버트 알렉산더(Robert Alexander)는 대지 내부를 체크보드의 무늬처럼 나누어서 오픈스페이스와 상점건물을 분산배치했다. 쇼핑센터 내부는 두개의 평행한 물이 동등하게 나뉜 조각단위들을 연결하고 백화점과 광장에서 연결되어서 순환동선을 만들었다. 이는 전자의 예들과 달리 쇼핑센터를 전체 집합의 관점으로 바라보고 균질한 부분들을 만들어내는 발전된 모습을 보인다. 전체 단지에 단위들을 균질하게 고루 펼쳐서 주차와 상점, 오픈스페이스가 반복되도록 계획하였다. 하지만, 1.2km

61) 웨스트체스터는 세풀베다 대로를 다운타운의 패션스트리트와 같은 “fabulous boulevard”가 되기를 꿈꿨지만, 실패로 끝난 계획으로 남았다. Richard Longstreth, City Center to Regional Mall, The MIT Press, 1997, pp.241~242

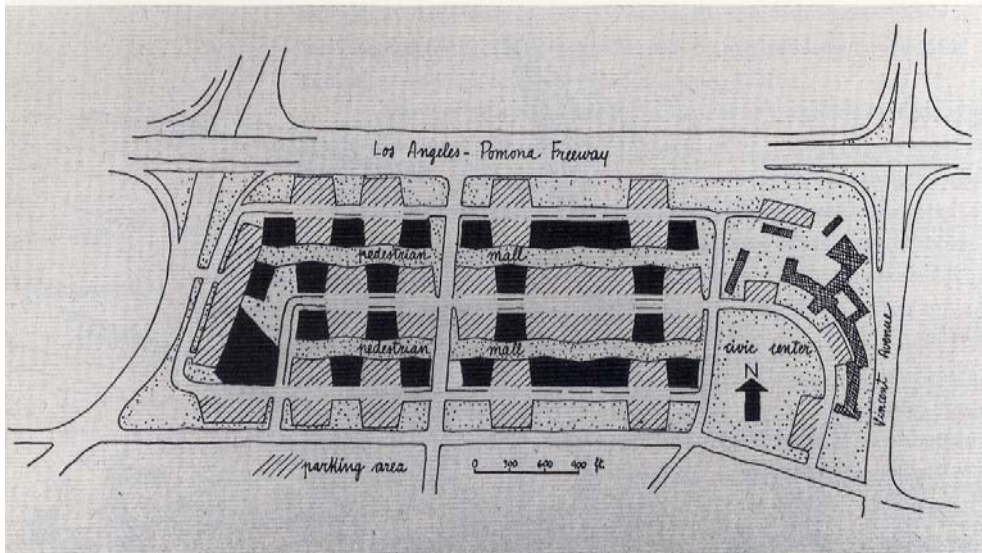


그림 3-10 웨스트코비나 커뮤니티 쇼핑센터의 배치도  
(출처: Longstreth, City Center to Regional Mall)

에 달하는 단지 통과 동선은 큰 혼잡을 불러일으킬 것으로 예상되어, 계획안은 디자인 발전의 기회를 얻지 못하고 시 계획위원회로 부터 거부당한다.

이처럼 쇼핑센터 발달의 초기 단계인 커뮤니티쇼핑센터의 범주에서는 쇼핑센터의 균질한 개별단위의 나열이 전체성을 획득하여 운영되는 것이 가능해 보였지만, 모빌리티, 소비, 인구가 급증하고, 단지의 규모가 커지면서 전체를 조절할 필요성이 생기게 되었다. 즉, 전체의 조절을 위해 단위 간의 위계가 발생하는 과정으로 연결되었다.

## (2) 소비공간과 공공공간의 절충

전후의 교외광역쇼핑센터의 가장 큰 변화는 물리적인 규모의 변화와 함께 메니지먼트와 머천다이징의 기술이 통합되어 시설화되었다는 점이다. 쇼핑센터의 레이아웃도 유기적으로 얽힌 전체성이 중요해지면서 단위 상점간 관계의 코디네이션에 대한 요구가 증가했다.<sup>62)</sup> 전체로서 쇼핑센터가 중요해지면서 임차인의 혼합,

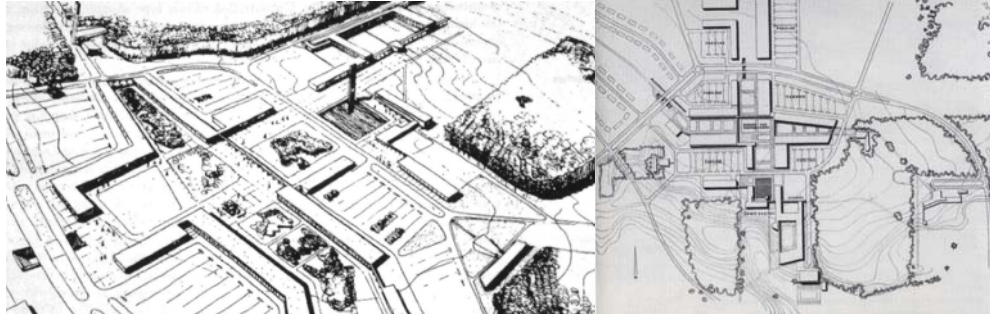


그림 3-11 윌로우런 커뮤니티 센터: (좌) 조감스케치 (우) 배치도

그루핑과 같이 개별 상점들의 관계 설정에 대한 이슈가 중요해졌다. 따라서 상점 단위별로 개별 소유하여 전체적으로 동등한 관계를 맺는 초기 커뮤니티쇼핑센터의 방식은 새로운 환경에 적응하기 어려워졌다.

전후 쇼핑센터에 영향을 미친 초기 실험계획안 중에서 에로 사리넨(Eero Saarinen)이 설계한 윌로우런(Willow Run)<sup>63)</sup>의 쇼핑센터를 살펴보면 전체를 만드는 새로운 방식이 드러난다. 초기의 쇼핑센터들은 상점과 도로교통의 관계를 밀접하게 만들기 위해 선형계획이 주를 이루었지만, 윌로우런은 전체 단지의 구조가 강조되는 십자가형 평면으로 계획했다. 여기에서는 커뮤니티쇼핑센터가 포함하는 메인스트리트를 삭제하여 통과도로와의 밀접한 관계를 유지하려는 노력이 보이지 않았다. 대신에, 쇼핑센터가 통과하는 곳이 아닌 머무는 목적지와 같은 장소라는 인식을 형성하려고 한다. 이는 초기의 커뮤니티 쇼핑센터와 달리 규모가 커지고 여러 기능이 복합되면서 가능해진 것으로 보인다. 윌로우런은 단지의 중앙에 비즈니스센터와 쇼핑센터를 집중시키고, 타운센터, 학교와 같은 커뮤니티 시설을 함께

62) 쇼핑센터 내에서 고객을 끌어 들이는 기능을 갖는 메인상점을 뜻하는 magnet store나 쇼핑센터의 큰 면적을 차지하는 핵심임차인을 뜻하는 anchor tenant의 개념이 형성된 것도 이러한 맥락에서였다. “ICSC Shopping Center Definition: Basic Configuration and Types for the United States”, International Council of Shopping Center, 1999

63) 1943년 3월 아키텍처포럼지는 윌로우런 계획에 대해서 “전후 시기에 플래너, 빌더, 부동산업자, 투자자들이 경쟁해야만하는 미국커뮤니티의 모델”이라고 평했다. “The Town of Willow Run”, Architectural Forum 78 (Mar 1943), p37



배치했다.

이처럼, 통과하는 장소가 아닌 인근 커뮤니티의 기능을 집중시켜 중심성의 감각을 확보하려는 시도는 하비파크(Harvey Park)에서도 볼 수 있다. 월로우런과 동일하게 십자가형 평면을 사용했지만, 중심성을 획득하는 방식에는 차이가 보인다. 월로우런이 서로 다른 기능의 영역 배치로 중심성을 획득하였다면, 하비파크는 단위 상점 간의 위계를 통해 쇼핑센터 자체의 중심성을 이루었다는 부분에서 차이점을 지닌다. 몰 공간이 교차하면서 만나는 중심코어에 해당하는 부분에 원형매스의 건물을 두어서 전체 단지의 시각적 중심성을 부여했다. 그리고, 하비파크를 설계한 빅터 그루엔(Victor Gruen)은 형태상의 위계와 기능상의 위계를 동일하게 처리하여, 7층짜리 중심코어에는 쇼핑센터 단지의 기능상 앵커테넌트 역할을 하는 백화점을 두었다. 롱스트레스는 이러한 구성에 대해서 중앙의 백화점은 마치 르네상스의 이상적인 도시계획에서 교회의 역할, 또는 미국의 카운티 계획에서 코트하우스가 차지하는 “지휘자(commanding presence)”로서의 역할을 떠오르게 한다고 평했다.<sup>64)</sup> 즉, 쇼핑센터 전체가 개별단위의 위계를 통해 맺어지는 관계에 의해 연합의 감각을 획득하는 것으로 보는 관점이다.

빅터 그루엔이 하비파크 계획 안에서 실험한 “지휘자”로서 단일 앵커테넌트의 개념은 쇼핑센터가 중심성의 감각을 획득하려는 시도로 평

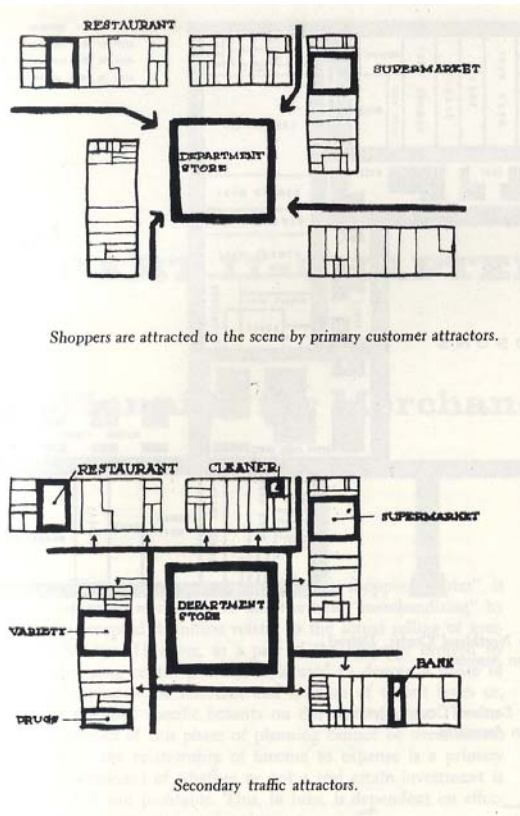


그림 3-12 노스랜드쇼핑센터: 테넌트의 위계 단계에 따라 발생하는 흐름  
(출처: Gruen, Shopping Towns USA)

64) Richard Longstreth, City Center to Regional Mall, The MIT Press, 1997, p.328



가할 수 있다. 이는 이후 광역쇼핑센터 계획에 영향을 미쳐 중요한 흐름을 형성한다. 빅터 그루엔은 하비파크의 중심성의 감각을 쇼핑센터 머천다이징 계획과 연계하면서 노스랜드(Northland) 쇼핑센터 계획에서 발전된 모습을 보여준다. 노스랜드 쇼핑센터의 계획 원칙을 설명하는 글<sup>65)</sup>에서 빅터 그루엔은 머천다이징 계획의 가장 중요한 점은 가능한 한 다수의 쇼핑객을 매혹시킬 수 있는 상점을 선정해서 배치하고 이를 중심으로 흐름이 생기도록 고려하는 것이라고 했다. 즉, 이 앵커테넌트를 통해서 최대한의 통행량을 이끌고 기타 작은 위계의 단위들에게 접근의 기회를 부여할 수 있다. 다시 말해 빅터 그루엔이 생각하는 쇼핑센터의 배치의 핵심을 이루는 것은 전체 단지의 활기를 부여하는 쇼핑객 흐름의 원활한 흐름이다. 이를 구현하기 위해서는, 개별 단위들을 여러 개의 위계로 구분하여, 중심을 이루는 앵커테넌트로부터 점점 아래 단계의 위계를 지닌 단위들<sup>66)</sup>로 연결이 되면서 흐름을 형성하는 방식을 따라야 한다는 것이다. 즉, 쇼핑센터가 중심성의 감각과 개별 단위의 위계를 통해 이루려고 한 것은 쇼핑센터 전체 공간에 소비의 활기를 잃지 않게 하는 쇼핑객의 흐름을 형성하기 위한 것이다.

### (3) 몰(mall): 밀집공간의 모사

초기의 교외쇼핑센터는 상점들의 군집을 단일한 건물에 수용하기는 했지만, 단위 개체들의 집합으로 이루어지는 전체 체계에 대한 개념이 미숙했다. 이는 1920년대 초기 쇼핑센터들이 상점들을 개별 소유하는 방식으로 유지했던 운영방식에서도 확인할 수 있다.<sup>67)</sup> 그렇기 때문에, 전체의 배치 계획에서 가장 중요한 것은 모든 단위 상점들이 위치 상 동등한 위계를 지니는 균질한 공간을 만들어서 수익 발생의 불공평함이 없도록 계획하는 것이었다. 그렇기 때문에 집합의 이점을 살리

65) Victor Gruen, Larry Smith, Shopping Towns USA: the Planning of Shopping Center, Reinhold Publishing, 1965, pp.132~139

66) 빅터그루엔은 최상위 위계에 해당하는 상점을 백화점, 주니어백화점, 대형패션스토어, 대형전문점, 슈퍼마켓, 대형레스토랑을 언급하며 2차위계로 은행, 우체국, 의류상점그룹, 수선가게, 세탁가게, 이발소등의 서비스상점이라고 이야기한다. *ibid*, p.134

67) Peter G. Rowe, Making a Middle Landscape, The MIT Press, 1991, pp.110~116

는 계획으로는 생각이 미치지 못한 것으로 보인다.

전후의 광역쇼핑센터(Regional Shopping Center)의 단계에 들어서며, 개발에 소요되는 자본의 규모가 커지면서 보다 과학적인 분석으로 교외쇼핑센터를 계획하려는 접근이 등장했다. 당시에 발간된 교외쇼핑센터 계획론을 다룬 책들에서는 설계에 있어서, 디자인의 방법뿐 아니라, 교통처리, 머천다이징 기술, 재정운영, 수요예측 등의 다양한 방면으로 디테일한 사항을 제시했다.<sup>68)</sup> 이 때부터 테넌트 믹스(tenant mix)나 그룹짓기(clustering) 등 교외쇼핑센터의 개별 상점을 배치를 위한 방법론이 등장했다.

앞선 절에서 살펴본 노스랜드 쇼핑센터의 사례처럼, 테넌트들은 규모와 종류에 따라 메이저-2차-3차-소규모 테넌트와 같은 방식으로 분류되고 관리되었다.<sup>69)</sup> 이렇게 테넌트의 위계를 정하고 분류하여 관리하는 방식이 나타난 것은 쇼핑센터 내에서 공간의 이용자의 흐름을 생성하기 위한 배치 방식을 결정하는 것을 의미하는 것이다. 즉, 공간의 이용자들이 만드는 흐름을 건축의 요소로서 디자인하기 시작했다는 사실을 이야

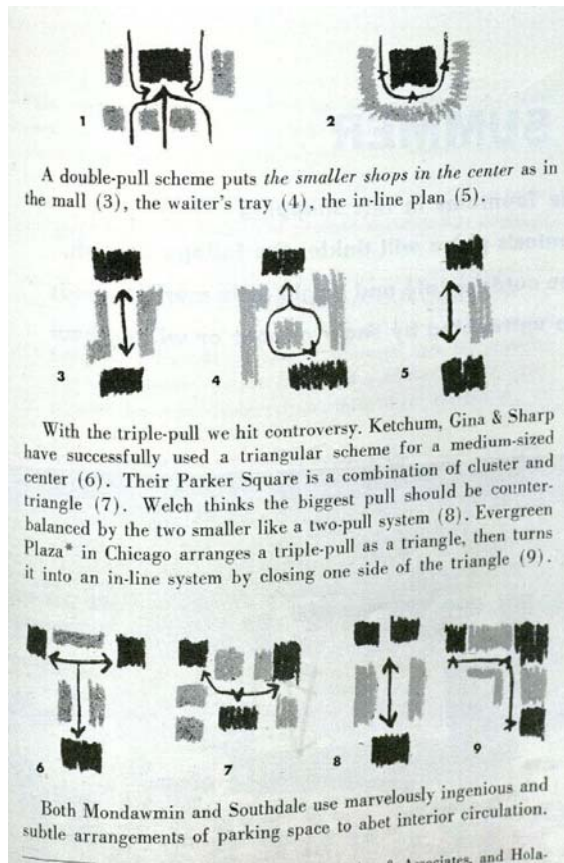


그림 3-13 앵커테넌트의 배치에 따른 쇼핑센터 흐름 계획 스타디  
(출처: Architectural Forum, Mar 1953)

68) Victor Gruen이 쓴 “Shopping Town USA”나 1947년 Urban Land Institute의 보조로 발간된 “Community Builders Handbook”이 교외쇼핑센터의 계획론 정립에 큰 영향을 끼쳤다.

69) Victor Gruen, Larry Smith, Shopping Towns USA: the Planning of Shopping Center, Reinhold Publishing, 1965, pp.132~139

기한다. 앵커테넌트가 쇼핑객을 이끄는 용도로 계획된 것은 테넌트 배치도면을 ‘pull plan’이라고 명명한 점에서도 알 수 있다. 앵커테넌트의 갯수에 따라 ‘single-pull plan’, ‘double-pull plan’, ‘triple-pull plan’등의 이름을 사용했다.

이렇게 발전되어온 교외쇼핑센터의 평면형이 ‘덤벨형 평면’으로 귀결되는 것은 교외쇼핑센터 내부 공간의 흐름을 극대화 시키는 지점에 이르렀음을 의미한다. 즉, ‘덤벨형 평면’이 목적으로 한 것은 쇼핑객의 흐름으로 붐비는 내부의 풍경을 만들고자 하는 것이다. ‘덤벨형 평면’은 대형백화점이나 대형아웃렛, 슈퍼마켓, 창고형 할인점과 같은 앵커테넌트를 이중으로 배치하는 것이었는데, 이 경우 앵커테넌트는 몰 공간의 양쪽 끝 단부에 두어서 그 앵커테넌트 사이를 오가는 쇼핑객의 행렬이 만드는 풍경이 전체 공간을 지배하도록 연출했다. 이는 도시적 환경의 상징인 쇼핑센터가 교외에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 도시의 다운타운이 지닌 고밀도의 활력을 가지고 있어야만 소비를 유도할 수 있다고 믿었기 때문이다.

쇼핑센터 개체의 위계 관계를 이용하여 전체 단지의 흐름을 생성하는 방식에서 비롯된 ‘덤벨형 평면’은 쇼퍼스월드(Shoppers World)를 통해 관찰할 수 있다. 1951년에 건축가 모리스 케첩(Morris Ketchum)이 설계하여 완공된 쇼퍼스월드는 중앙의 좁고 긴 몰 공간의 양 끝단에 메이저백화점을 배치하였다. 평면이 덤벨을 닮아서 ‘덤벨형 평면’이라고 불리는 이러한 쇼핑센터의 평면레이아웃은 쇼핑센터의 양 끝단에 쇼핑객의 이용률이 높은 앵커테넌트들을 배치한다. 이 때, 중요한 역할을 하는 교외쇼핑센터의 구성 요소는 몰(mall) 공간이 된다. 덤벨형 평면은 양단의 앵커테넌트들을 왕복하는 쇼핑객의 행렬을 몰 공간에 집중하여 발생시키도록 유

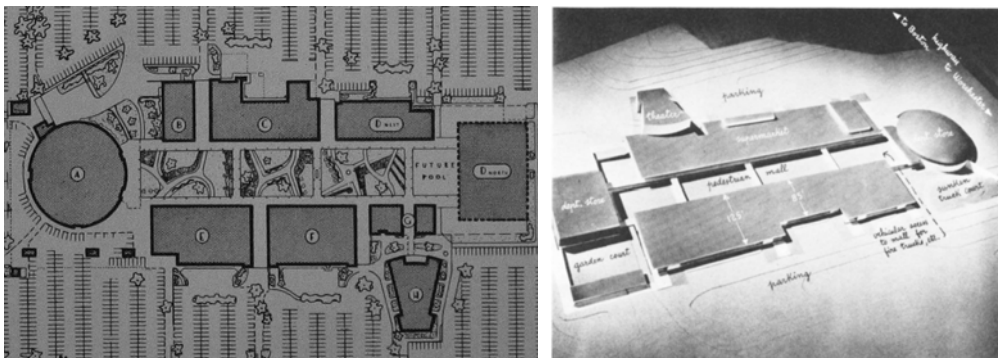


그림 3-14 더블 앵커 테넌트를 지닌 쇼퍼스월드(Shoppers' World)의 덤벨형 평면

도하는 형식이다.

쇼퍼스월드에서는 이러한 효과를 보다 극대화하기 위해 두 대형백화점을 좁고 긴 몰 공간을 마주 보게 하고, 2층짜리 아케이드로 연결했다. 교외쇼핑센터는 낮은 지가로 넓은 대지를 확보할 수 있었기 때문에, 초기에는 상점의 1층 배치가 원칙이었다. 쇼핑객이 접근성이 떨어지는 2층의 상점은 선호하지 않기 때문이었다. 그렇기 때문에 2층짜리 아케이드의 계획은 당시 쇼핑센터 계획의 불문율이었던 단층 배치를 벗어난 획기적인 방식이었다. 건축가가 이 아케이드 공간을 “복층 데크를 지닌 메인 스트리트(double-decked main street)”라고 설명한 것에서 알 수 있듯이 이러한 디자인은 마치 두개의 메인스트리트가 포개어져 있는 것 같은 효과를 의도한 것이다.

에스컬레이터와 같이 공간의 연속성을 유지하면서 수직으로 이동할 수 있는 기술을 통해 2층 이상의 구성이 교외쇼핑센터에서 사용되기 시작한 것이다. 높이 차 극복에 대한 부담에도 이러한 시도를 한 것은 대지를 밀도 높게 사용하여 지대를 절감하려는 이유보다는 밀집의 환경이 쇼핑의 분위기에 더 긍정적으로 작용한다는 생각 때문이었다. 이는 교외쇼핑센터가 몰 공간을 통해 도시의 다운타운 스트리트를 모사하여 밀집의 장소 감각을 공간의 분위기로 사용하였음을 설명해준다.

즉, 이와 같은 몰 공간의 설계 방식을 통해서 교외쇼핑센터가 획득하고자 의도한 공간의 성격은 몰 공간에 집중된 흐름에 의해 봄비는 풍경을 더욱 강조하려는 것으로 보는 것이 타당하다. 이렇게 얻어진 공간의 활기는 충동 소비를 유도하는 수단으로 사용되었다. 이처럼 소비를 자극하는 언어들로 구성된 쇼퍼스월드의 몰 공간을 두고 당시에 매체에서는 “원스탑 쇼핑기계(one-stop shopping machinery)<sup>70)</sup>”라는 다소 비판



그림 3-15 쇼퍼스월드의 복층 아케이드를 지닌 몰 공간  
“double-decked main street”

적인 표현을 사용하기도 했다. 하지만, 쇼핑센터의 수익이라는 측면에서 좋은 성과를 이루었다고 인정받아, ‘이중 앵커테넌트’를 이용한 ‘덤벨형 평면’은 1950년대 후반 광역쇼핑센터 디자인의 중요한 특성으로 자리잡았다.

집합된 상점을 배치하는 방식이 ‘덤벨형 평면’이라는 특정한 형식을 지향하며 공간의 밀도를 증폭시키는 역할을 수행했다고 한다면, 교외쇼핑센터 내부의 공공 공간을 형성하는 물 공간의 계획에 있어서도 이러한 경향을 파악할 수 있다.

1940년대 후반의 교외쇼핑센터는 커뮤니티 공동체의 중심공간으로서 기능하는 이미지가 잔존해 있었다. 1943년의 아키텍춰럴포럼지의 표지에 등장했던 “Grass on Main Street”와 같은 주장은 이런 이미지를 반영하는 것이었다. 이를 실현한 린다비스타 쇼핑센터는 물 공간을 근린주구의 공원과 같이 녹지로 꾸미고 조경과 벤치등을 두어 쇼핑객의 휴식공간으로 조성했다. 물 공간의 폭도 이후의 교외쇼핑센터들 처럼 좁고 긴 선형이 아니라 곡선의 형태로 넓은 폭을 유지해서 미국 전통 도시의 빌리지 그린과 같은 역할을 수행했다.

이와 같은 태도는 교외쇼핑센터의 규모가 커지면서 변하기 시작하는데, 개별 상점의 배치가 밀집된 감각을 불러일으키는 흐름을 유도하는 방향으로 전개된 것과 같은 맥락으로 다운타운의 쇼핑스트리트와 같은 이미지를 물 공간에 담으려고 했



그림 3-16 노스게이트 쇼핑센터 (좌) 개장 초기의 물 공간 (우) 1960년대 지붕구조물이  
 부가되고 2층으로 확장된 물 공간  
 (출처: Clausen, Northgate Regional Shopping Center-Paradigm from the Provinces)

70) “Shoppers World”, Architectural Forum (Dec 1951), p181

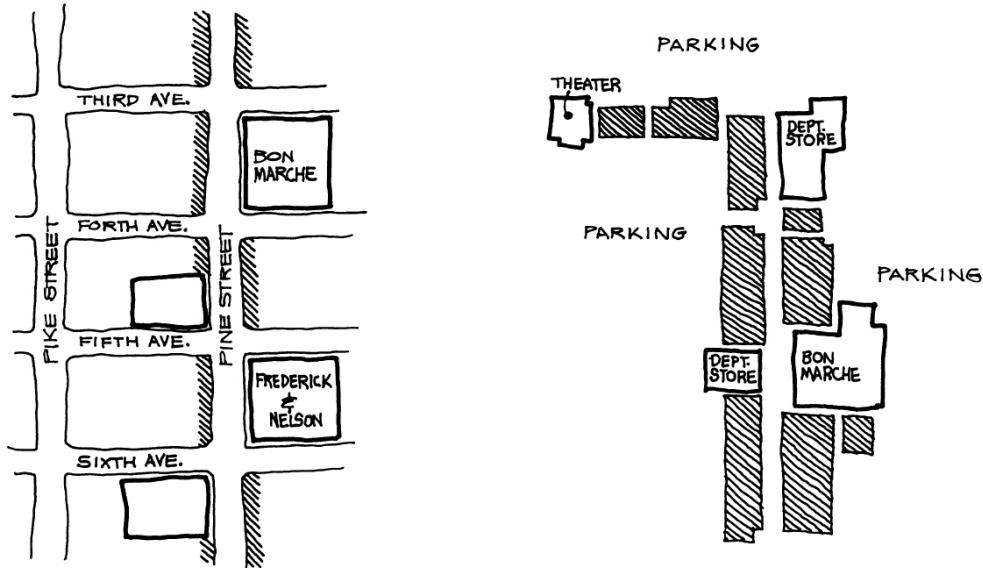


그림 3-17 노스게이트 쇼핑센터의 물공간 개념 다이어그램, 존 그래험 (좌)시애틀  
 다운타운스트리트 (우)물 공간 배치 개념도  
 (출처: Clausen, Northgate Regional Shopping Center-Paradigm from the Provinces)

다. 이를 위해 몰 공간은 그 폭이 상당히 좁아져서 쇼핑객들이 몰 공간의 양 측면을 손쉽게 오가며 쇼핑에 편의를 얻도록 했다. 1950년 완공한 노스게이트(Northgate) 쇼핑센터는 몰의 폭을 14.4m까지 좁혔으며 바닥의 포장도 녹지가 아닌 가로를 연상시키는 하드한 재료의 포장을 했다. 또한 상점의 전면에 캐노피를 설치하여 다운타운의 아케이드와 같은 밀집된 공간감을 더욱 강화했다. 노스게이트를 설계한 존 그래험(John Graham)은 이렇게 좁은 폭의 몰 공간의 아이디어를 시애틀 다운타운의 구조에서 가져왔다고 직접적으로 설명하기도 했다.<sup>71)</sup>

‘이중 앵커테넌트’와 밀집된 환경의 ‘몰’ 공간의 성공적인 도입이 교외쇼핑센터 계획에 미친 중요성은 당시 빅터 그루엔이 설계하던 ‘사우스데일(Southdale) 쇼핑센터’의 설계 수정 과정 속에서도 나타난다. 미네소타의 대형 백화점인 ‘데이튼스(Dayton's)’가 계획하던 사우스데일은 노스랜드 쇼핑센터처럼 중앙의 앵커테넌트를

71) Meredith L. Clausen, “Northgate Regional Shopping Center-Paradigm from the Provinces”, Journal of the Society of Architectural Historians, Vol. 43, No 2 (May 1984), p.151

중심으로 단계별로 위계가 작아지는 상점들이 연결되는 ‘single pull plan’의 구성 방식으로 디자인이 진행 중 이었다. 하지만 지역의 백화점 라이벌인 ‘도날드슨(Donaldson’s)’이 계획된 대지 부근에 새로운 지점을 계획한다는 소식을 듣고, 데이튼스는 경쟁으로 인한 피해를 막기 위해 도날드슨이 사우스데일의 또 다른 앵커 테넌트가 될 것을 제안했다. 이에 따라 빅터 그루엔의 디자인은 변경 과정을 거치고, 덤벨 평면 형식을 채택했다.<sup>72)</sup> 사우스데일이 쇼퍼스월드와 차이점을 가지는 부분은 흐름이 강조되는 중앙 몰 공간을 실내화시킨 부분이다. 실내화를 통해서 몰 공간 양 측의 상점과 몰 공간 속의 쇼핑객들이 보다 직접적으로 관계를 맺게 되고, 선형의 흐름이 강조되는 메인스트리트 보다는 도시의 마켓스퀘어에 가까운 분위기를 형성한다. 이와 함께, 사우스데일 쇼핑센터는 실내 몰 공간에서 외부 환경의 감각을 얻기 위해서 천장 조명을 따로 두지 않고, 조도가 낮은 랜턴만 설치했다. 이는 시간의 흐름과 둘러싸는 상점에서 나오는 빛에 따라 몰 공간의 빛이 바뀌게 만들어서 다운타운의 가로와 같은 분위기를 이끌었다.

이처럼, ‘덤벨형 평면’으로의 진화와 ‘몰’ 공간의 등장은 교외쇼핑센터 내부에서 쇼핑객의 흐름을 통해 활기찬 상업지역의 분위기를 유지하려는 시도였다. 이는 쇼핑객의 흐름을 시각적 머천다이징의 수단으로 사용하여 소비를 자극하려는 의도가 담겨있었다고 할 수 있다. 이중 앵커 테넌트를 이용한 배치 방식의 등장과 도시의 밀집 공간을 모사하는 몰의 처리 방식을 통해서 알 수 있는 것은 교외쇼핑센터가 다운타운 스트리트의 이미지를 담기 위해 밀집된 공간 환경을 지향하며, 바닥마감, 벽체의 장식을 처리하는 방식과 공간의 컴팩트한 배열로 도시적인 분위기를 창출하려고 했다는 점이다. 이와 같이, 교외쇼핑센터의 몰 공간을 중심으로 나타나는 건축적 특성들은, 교외쇼핑센터가 계획의 과정에 있어서 도시를 의식적으로 차용하는 태도를 지니고 있었음을 설명해준다. 그리고, 이렇게 교외쇼핑센터가 도시를 모사하는 방식 속에는, 도시성이 밀도에 기반하는 환경에서 발생하는 것이라는 관점이 내재하고 있음을 알 수 있다.

---

72) Alex Wall, Victor Gruen: From Urban Shop to New City, Actar, 2005, pp.96~97



### 3.3.2. 인프라스트럭처의 층위

교외는 도시의 기능들이 분산 배치되어 모빌리티의 인프라스트럭처와 밀접하게 연관되면서 일종의 ‘세포조직(tissue)’<sup>73)</sup>과 같은 패턴으로 확산했다. 교외쇼핑센터는 이러한 교외의 구조에 의해 성립된 빌딩타입 중 하나였다. 빅터 그루엔 역시 교외쇼핑센터는 근대의 모빌리티 기술의 발전에 가장 대중적으로 응답한 건물 유형 중 하나라고 하면서<sup>74)</sup> 여타 건축유형과 달리 모빌리티의 인프라스트럭처가 건축적 성격 형성에 큰 영향을 미치고 있음을 서술하고 있다. 이러한 인프라스트럭처의 강조는 교외가 근접성의 원리로 구성되는 도시구조로부터 거리를 두고 있음을 말한다. 즉, 교외쇼핑센터의 인프라스트럭처의 층위에서 발견되는 건축적 특성은 근접성의 부재에 대해 교외건축이 어떻게 대응하고 있는지를 알려주는 부분이 된다.

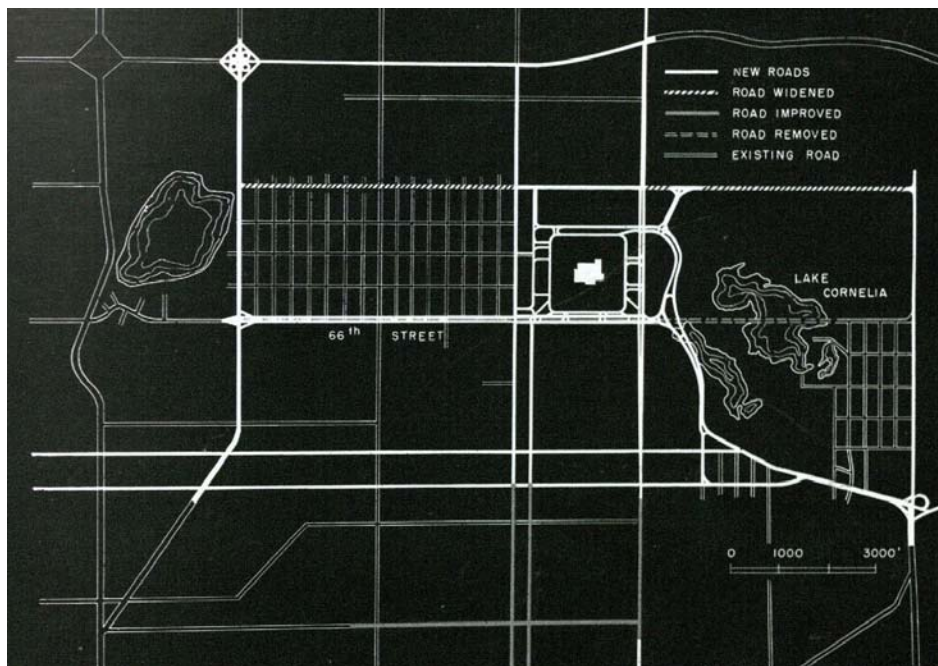


그림 3-18 교외의 ‘세포조직(tissue)’ 패턴의 구조 속에서 인프라스트럭처와 교외쇼핑센터, 노스랜드 쇼핑센터  
(출처:Architectural Forum, 1953 Mar)



교외쇼핑센터가 인프라스트럭처를 둘러싸고 발생하는 문제들은 쇼핑객의 소비행위가 요구하는 안전하고 쾌적한 보행환경과 효율적이고 편리한 모빌리티를 이용한 접근성이라는 상반된 문제가 원인이 된다. 따라서, 물류의 이동과 자동차의 접근을 위한 공간과 쇼핑환경을 위한 공간이라는 이분적 구조를 어떻게 다루어야 하는지에 관심을 두게 된다. 이는 곧 도시 구조로서 교외의 부분으로서 교외쇼핑센터가 외부와 관계 맺는 방식에 대한 문제로 볼 수 있다. 이 절에서는 이를 쇼핑경험에서 모빌리티가 차지한 역할의 변화, 교외쇼핑센터와 인근 커뮤니티와의 관계변화를 내부와 외부의 문제를 통해 살펴본다.

### (1) 커뮤니티와의 연계성

1934년에 클라렌스 슈타인(Clarance Stein)은 아키텍춰럴레코드(Architectural Record)지에서 이상적인 커뮤니티 쇼핑센터 계획안을 제안한다.<sup>75)</sup> 이 커뮤니티 쇼핑센터의 상점들은 아이들의 놀이터를 중심에 두고 공원을 면하는 배치를 지니고 있다. 그리고 공원을 버퍼로 주거지역과 연결되도록 되어 있다. 자동차의 동선은 건물의 측면에 주차장을 두어 쇼핑영역과 분리되도록 하였으며, 물류 교통의 접근은 메인도로변을 따라 상점의 전면에서 이루어지도록 했다. 동시에 쇼핑센터는 도로로부터 등을 지고 공원과 커뮤니티 주거단지를 향해 열려서 도로로부터 보행자를 보호하는 환경을 조성하려는 시도를 한다. 이와 같은 배치는 물류의 효율적인 관리를 위한 것이기도 했지만, 쇼핑센터의 전면을 메인도로 측이 아닌 커뮤니티의

---

73) 세포조직과 같은 네트워크로 이루어진 교외지역의 구조적 특징은 교외쇼핑센터 이외에도 교외화되는 기업빌딩(regional corporate headquarters)과 같은 새로운 빌딩타입을 이끈 요소로 보고 있다. 이들의 공통점은 전형적인 도시의 기능과 도시적 내부 공간이라는 교외공간이 요구하는 캐릭터를 담아내었다는 부분이다. Mark Pimlott, *Without and Within: Essays on Territory and Interior*, Episode Publishers, 2007, p175

74) Victor Gruen and Larry Smith, *Shopping Towns USA: the Planning of Shopping Center*, Reinhold Publishing, 1965, pp.23~24

75) Clarence Stein, Catherine Bauer, "Store Buildings and Neighborhood Shopping Centers", *Architectural Record* 75 (Feb 1934), p.181

주거단지를 향하는 공원 측면으로 생각한 결과로 보인다. 이와 같이 커뮤니티 쇼핑센터 계획은 주거커뮤니티의 공용시설로서의 의미가 강했다. 따라서 지역 거주민들의 상호교류가 일어나는 중심으로서 여가센터이자 공공적 시설이며 커뮤니티의 장소를 정의하는 역할을 했다.<sup>76)</sup>

앨버트 프레이(Albert Frey)는 글과 도면을 통해 커뮤니티 쇼핑센터의 전형적인 계획 방식을 설명한다.<sup>77)</sup> 이를 보면, 커뮤니티의 부분으로서 쇼핑센터가 담당했던 역할에 대한 보다 자세

한 서술을 볼 수 있다. 세 가지 전형적인 계획 방식의 경우는 각각 ‘대지의 크기가 한정된 경우의 드라이브인 마켓 배치’, ‘상점들과 주유소가 같이 놓인 경우’, ‘상점과 주유소와 커뮤니티 공공시설이 함께 배치될 경우’를 보여준다. 이들 배치에서 공통적으로 드러나는 표현은 커뮤니티 진입의 도로와 다운타운으로 향하는

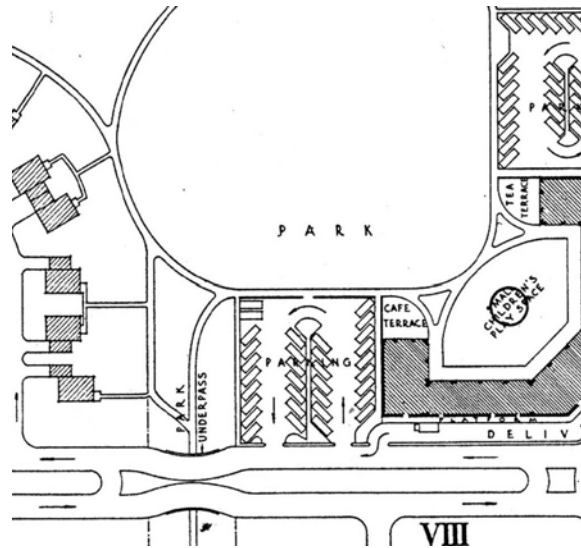


그림 3-19 클라렌스 슈타인, "Store Buildings and Neighborhood Shopping Center"

76) Richard Longstreth, "The Diffusion of the Community Shopping Center Concept during the Interwar Decades", *Journal of the Society of Architectural Historians*, Vol. 56, No. 4 (Sep, 1997), p.270

77) 도면 1: 고객의 주차와 서비스 동선을 분리. 메인스트리트의 일렬배치된 쇼핑가로에 의해 마당을 형성하는 배열이 자동차 쇼핑객들에게 더 매력적임 / 도면 2: 도로의 위계관계를 고려. 지선도로와 간선도로의 진행방향을 고려. 상점과 주유소를 함께 설치. 고객을 유인하는 전략으로 작용 / 도면 3: 교외커뮤니티 입구의 쇼핑센터. 주거커뮤니티와 통근을 위한 고속도로의 경계공간에 자리. 커뮤니티 하우스와 소방서는 교통혼잡 유발을 피해배치. 쇼핑시설을 커뮤니티 입구에 배치하여 고속도로 진입 동선을 고려. 물류비용 절감. Albert Frey, "Drafting and Design Problems: Neighborhood Shopping Centers", *Architectural Record* 71 (May 1932), p.327



그림 3-20 빅터 그루엔 194X 쇼핑센터 프로젝트 (좌) 배치도 (우) 단지 내부 투시도

고속도로의 위계 관계에 따라 시설의 배치를 결정짓는 태도이다. 즉, 커뮤니티 쇼핑센터는 커뮤니티와 외부를 연결하는 관계에서 관문의 역할을 하는 것이다. 이는 쇼핑센터가 쇼핑의 목적을 위해 독립적으로 존재하는 시설이 아닌, 커뮤니티의 부속 시설의 의미가 더 강하게 드러나는 것이다.

빅터 그루엔의 ‘194X 쇼핑센터 프로젝트’<sup>78)</sup>는 쇼핑객의 동선을 단지 내부로 한정시키고 내부성을 강화하여 커뮤니티 단지로 부터 등을 돌리는 시도로 잘 알려져 있다. 또한 이러한 방식이 이후에 광역쇼핑센터에 나타나는 내향적 구성에 영향을 끼친 초기적 단계의 계획안 역할을 한다. 하지만, 1943년의 제안은 그 내향적 구성이 커뮤니티 전체단지의 고려에서 출발했다는 점에서, 완전히 내부성을 강화하는 계획으로 보기 어렵다.

빅터 그루엔은 계획안을 설명하는 글에서 기존의 쇼핑센터는 커뮤니티의 주거 단지로 상점이 열려있어서 조용한 주거지의 분위기를 방해하는 문제점을 가지고 있다고 설명한다.<sup>79)</sup> 그리고 가로에서 보이는 상점의 각종 사인물이 주거지를 혼란

78) “194X 쇼핑센터 프로젝트”는 아키텍처럴포럼지의 1943년 5월호에서 “New Buildings For 194X”라는 특집의 일부다. 이 특집은 전후 미국 도시 시설들의 새로운 유형을 제안하는 여러 건축가의 프로젝트를 담고 있다. 이 프로젝트에 포함된 시설은 슈퍼마켓, 고등학교, 시청, 교회, 박물관, 극장, 은행, 오피스, 제과점, 레스토랑, 철도-버스터미널, 우체국, 건강시설, 쇼핑센터, 주유소, 공항등이 있다.

79) “Shopping Center, Gruenbaum & Krummeck, Designers”, Architectural Forum 78 (May 1943), p.101

스럽게 만들 수 있다고 생각했다. 따라서, 가로를 향하지 않고 쇼핑센터 단지 내부를 향하는 구성을 취한 방식은 커뮤니티의 부분으로서 문제점을 해결하기 위한 결과로 볼 수 있다. 또한 쇼핑센터가 포함하는 중요한 시설로 우체국, 도서관, 병원, 클럽활동공간 등과 같이 커뮤니티 시설을 강조한 부분도 커뮤니티의 일부분으로서 쇼핑센터를 강조하고 있다고 볼 수 있다.

## (2) 보행 시퀀스의 보전: store-to-street 개념 폐기

1930년대 후반에 접어들면서 클라렌스 슈타인이 이상적 커뮤니티 쇼핑센터에서 제안했던 보행자 개념이 실제 계획안에서 활용되기 시작했다. 이 시기에 교외쇼핑센터의 디테일한 사항을 제시한 커뮤니티빌더스핸드북(Community Builders Handbook)에서 커뮤니티빌더협회는 “어떤 상점에게도 가장 가치있고 중요한 보행의 흐름은 상점 전면에 배치된 주차 때문에 그 활력을 잃게 된다.”며 차량과 보행자의 관계를 재고할 것을 권고하는데, 이는 전자와 맥락을 같이하는 것으로 볼 수 있다. 이와 같은 변화는 종래에 쇼핑시설이 일반적으로 유지하던 “store-to-street<sup>80)</sup>” 개념을 재고하게 된 것을 의미한다. “store-to-street”는 쇼핑시설에서 물건을 사고 파는 행위에 초점을 두고, 최대한 빠르고 효율적으로 상점에 들어서서 물건을 사고 상점 밖으로 나오는 프로세스를 중심에 두고 상업시설을 계획한 것이다. 이와 달리 클라렌스 슈타인의 개념은 상점과 외부환경 사이에 보행공간 또는 가든을 덧붙인다. 이는 기능적으로 사이공간의 역할을 하는 영역이 된다. 스마일리는 이러한 상점과 쇼핑센터 외부 사이의 중간적 공간의 도입이 상점, 소비자, 자동차간의 상호 관계에 큰 변화를 야기하게 되었다고 평가한다.<sup>81)</sup>

쇼핑센터 계획에서 “store-to-street”의 개념을 폐기하게 되면서 관심은 안전하게 보호되는 보행자 환경을 어떻게 연결시킬 수 있는 가로 옮겨졌다. 클라렌스 슈타인이 제안한 LA의 휘티어대로(Whittier Boulevard) 쇼핑센터 계획안을 보면 자동

---

80) “store-to-street”는 상점과 외부가 가로에서 직접 연결되어, 전이공간의 역할을 하는 부분이 필요하지 않은 구성이다.

81) David Smiley, Pedestrian Modern: Shopping, Modern Architecture and the American Metropolis, 1935-1955, Princeton Univ., PhD dissertation, 2006, p.72

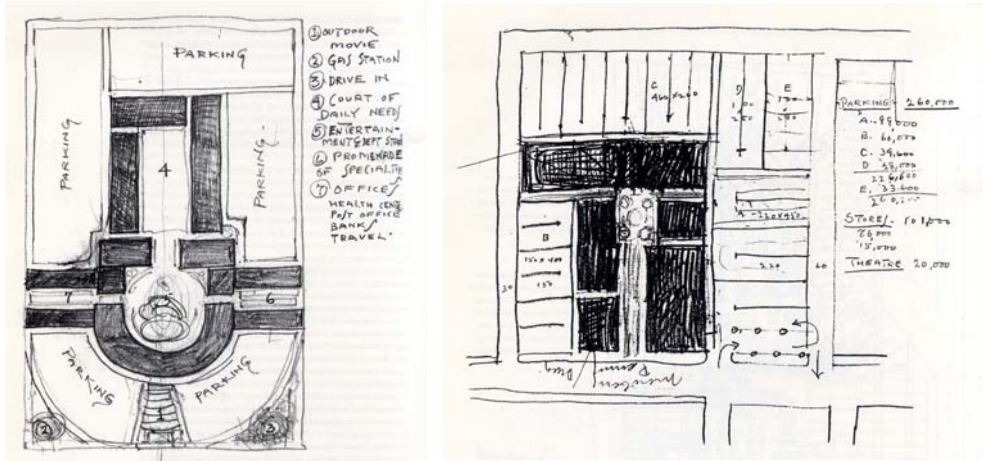


그림 3-21 클라렌스 슈타인의 “enclave” 스테디: (좌)휘티어대로 쇼핑센터, 1948  
(우)툼슨대로 쇼핑센터, 1949  
(출처: Longstreth, City Center to Regional Mall)

차 교통으로 부터 위협받는 보행자의 안전한 환경을 만들려는 시도가 잘 드러난다. 클라렌스 슈타인은 이 보행자 환경을 “enclave”라는 단어로 설명하면서 안전성의 확보를 강조했다.

칼 파이스(Carl Feiss)가 1939년에 “House and Garden”지에 제안한 쇼핑센터 역시 보행자의 이동을 어떻게 쉽고 안전하게 이끌 것인가를 중점적으로 다룬다. 아케이드와 함께 병렬된 작은 상점들이 면한 부분은 자동차와 행인들이 오가는 가로가 아니라, 쇼핑객의 관심을 이끄는 조경된 정원이다. 주차는 건물의 양쪽 끝으로 비껴나있다. 칼 파이스는 이러한 구성으로 쇼핑객들은 “상점사이를 매우 쉽고 안전하게 이동할 수 있으며, 아이들, 애완동물들과 함께 쇼핑할 수 있게 만든다”고 이야기한다.

이러한 쇼핑센터로 의도한 것은 “사회적인 교류가 발생하는 공공센터”<sup>82)</sup>로서의 기능이였다. 이러한 1940년 이전의 쇼핑센터 제안들이 내세운 디자인 전략은 자동차를 수용하면서 동시에 보행자에게 우선권을 주려고 한다. 이는 당시의 상업적 요구에 대해서 실용적인 태도를 보인 결과였다.

82) Carl Feiss, “Shopping Centers”, House and Garden 76 (Dec 1939) pp.48~49

“store-to-street”의 개념을 버리면서 쇼핑센터 제안들이 새로운 형식을 보여주고는 있지만, 아직까지 완전한 내향적 구성을 획득하지는 못한 것으로 보인다. 쇼핑센터 내부와 거리와의 연결방식을 여전히 고민하고 있으며, 가로에서 보이는 쇼핑센터의 외관에 대해서도 상당한 디자인이 이루어지고 있다. 대형 몰 공간을 갖게 되는 광역쇼핑센터의 초기 제안들에서도 이러한 태도가 이어진다. 1948년에 제안한 그루엔의 하비파크의 경우도 대형 쇼핑센터의 중심을 차지하고 있는 십자형의 몰 공간은 대지의 모서리 부분에서 가로와 연결된다. 열린 몰 공간은 보행으로 접근하는 쇼핑객과 주변 커뮤니티와의 공간적 연계를 유지하며 주차장을 거치지 않고 쇼핑센터에 접근할 수 있도록 하고 있다. 1949년의 파크포레스트플라자(Park Forest Plaza)는 주변 커뮤니티와의 연속된 공간으로서 쇼핑센터의 몰 공간이 더욱 적극적으로 구현했다. 파크포레스트 커뮤니티의 메인대로가 연장된 개념으로 축선 상에 쇼핑센터의 중앙 몰 공간을 배치하여서 커뮤니티와 보행연계를 유지했

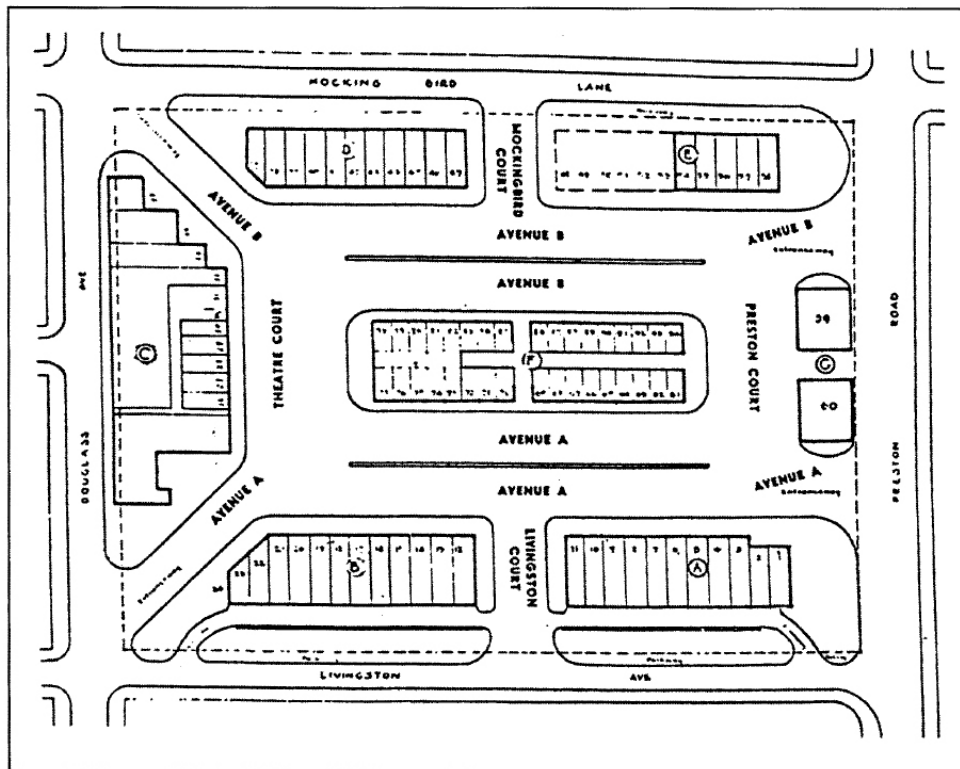


그림 3-22 하이랜드파크빌리지의 배치도, 1931년

다.

이처럼, 초기 광역쇼핑센터로 이행하는 단계에서 자동차 교통량의 증가는 쇼핑객의 안전한 보행환경을 강조했다. 따라서 상점의 배치는 “store-to-street”의 방식을 버리고, 다양한 방식으로 커뮤니티에서 상점으로 연결되는 안전한 시퀀스를 제안했다. 이는 내부성이 강화되는 과도기적 단계로 이해할 수 있다.

### (3) 공간의 주체가 되는 모빌리티: “car-to-store” 개념 포용

전술한 바와 같이 쇼핑센터계획에서 쇼핑경험은 거리를 산책하며 늘어선 상점들을 경험하는 “store-to-street”의 개념으로부터 자동차를 타고 온 쇼핑객의 상점 접근 프로세스를 중시하는 방향으로 변모하였다. 이러한 개념을 시도한 초기의 사례로 1931년의 하이랜드파크빌리지를 생각할 수 있다. 이 건물의 평면에서 가장 주목할 만한 점은 쇼핑센터 대지 내부에 외부의 가로가 그대로 연장되어 있다는 것이다. 내부의 중심공간도 “에비뉴 A”, “에비뉴 B”의 이름이 붙어있었는데, 이는



그림 3-23 하이랜드파크빌리지의 전경 사진, 1931년

자동차로 쇼핑센터에 접근하는 행위를 최우선에 둔 것이다. 쇼핑센터 건물을 제외한 외부바닥은 대부분 아스팔트 포장을 하였다. 명칭으로 봤을 때 쇼핑센터 내부에는 광장으로 계획된 것으로 보이는 “theater court”, “preston court”, “livingston court”, “mockingbird court” 등 네 개의 코트가 있다. 하지만, 이 코트들에는 조경이나 재료가 분리된 바닥 포장, 바닥면의 높이 차이를 두는 등의 특별한 장소를 만들려는 시도를 볼 수가 없고, 도로와 동일하게 아스팔트 포장으로 되어있다. 이는 자동차가 접근할 수 있는 면적을 최대한으로 확보하려고 한 디자인으로 보이는데, 사람이 모이는 장소로서 ‘코트’가 아니라 자동차와 상점들이 만나는 주요한 장소를 명명하기 위해 붙인 단어로 보인다. 이처럼 쇼핑센터에서 자동차의 흐름을 쇼핑객의 흐름과 동일시한 부분은 “car-to-store”의 개념을 단순화해서 번안한 것으로 볼 수 있다. 이 시기까지는 보행환경의 쾌적함을 고려한 모빌리티의 체계적인 디자인은 나타나질 않고 있다.

하이랜드파크빌리지가 내향적 구성에 자동차를 포함한 것에 비해, 몰 공간을 쇼핑센터의 중심요소로 사용하기 시작한, 1944년에 완공된 린다비스타 쇼핑센터는 그 방식을 달리했다. 린다비스타 역시 내향적 구성을 지닌 배치를 했지만, 상점의 둘레에 주차장을 두어서 쇼핑센터 단지의 내부는 보행자를 위한 영역으로 조성했다. 쇼핑센터가 외부와 면한 부분은 물류의 배송과 기타 서비스를 위한 기능에 맞춰져 있어서, 외부의 입면은 쇼핑스트리트의 상점 입면과 같은 이미지를 지니지 않았다. 린다비스타를 설계한 휘트니 스미스는 이러한 특성을 “inside out”<sup>83)</sup>이라는 단어로 표현했는데, 쇼핑센터에서 상점의 전면은 외부의 도시와 만나는 부분이 아닌 외부와 분리된 내부의 몰 공간을 향하는 부분에 형성되었다. 또한 린다비스타는 주출입구의 표현이 모호한데, 이는 보행접근의 중요성이 조금씩 약해지는 과정에서 드러난 현상으로 보이며, 외부의 도시를 배제하기 시작하는 초기의 모습으로 이해할 수 있다.

롱스트레스는 전후 쇼핑센터에서 발견되는 이러한 특징은 쇼핑센터의 계획에 있어서 큰 변화를 야기한다고 서술한다. 즉, 쇼핑센터의 상점들이 가로나 주차장과 맺는 관계보다 상점들 간의 관계가 계획상에서 결정적인 위치를 차지하게 되었다.<sup>84)</sup> 이는 이렇게 쇼핑센터가 외부를 배제하고 내향적인 구성을 지니게 되면서

83) Whitney Smith, “No Cars on Main Street”, Better Homes and Gardens 23 (Jan 1945), p.20





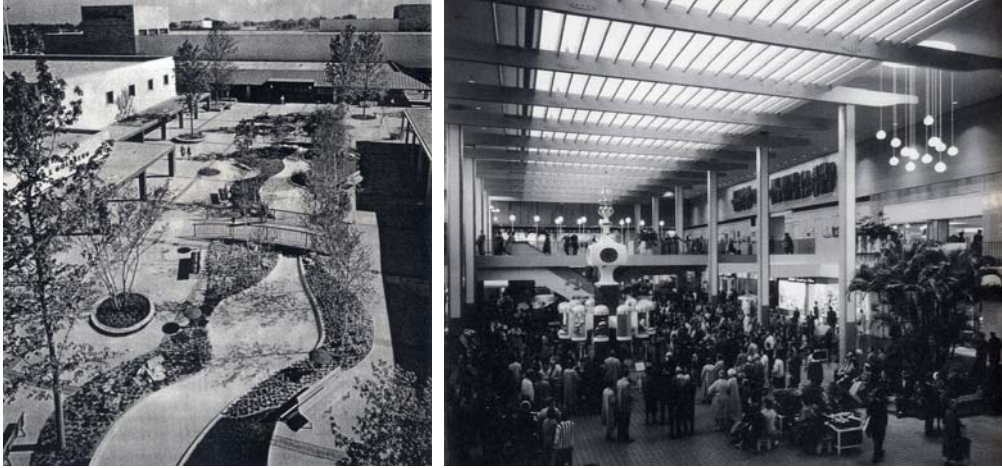


그림 3-25 (좌) 모빌리티와 분리된 안전한 환경의 쇼핑센터 내부 영역. Old Orchard Shopping Center. (우) 광장을 모사하는 물 공간의 이벤트. Midtown Plaza  
(출처: Gruen, Shopping Town USA)

도로에 의해 분리되도록 했다.<sup>85)</sup> 이를 통해 주변에서 쇼핑센터의 건물을 쉽게 인지하도록 하면서, 동시에 쇼핑객과 물류의 모빌리티를 자연스럽게 분리하는 효과를 의도했다.

하지만, 이렇게 진입 시퀀스에서 인지되는 공간의 경험을 중시하던 생각은 교외 쇼핑센터의 효율적 구성이 중요하게 대두되면서 되도록 빠르게 자동차와 쇼핑객을 분리하여 시퀀스를 약화시키는 방향으로 변화했다. 쇼핑객이 상점으로 얼마나 효율적으로 접근할 수 있는가가 중요한 고려대상이 되면서 주차와 상점 간의 거리는 90m 이내로 제한해야 한다는 계획 방법론이 표준으로 받아들여지기도 했다.

모빌리티의 효율적인 처리가 전체 디자인을 지배하게 되는 현상은 1947년의 노스쇼어(North Shore) 쇼핑센터에서 분명하게 드러난다. 노스쇼어 쇼핑센터는 교외 쇼핑센터가 본격적으로 대형화 복합화된 광역쇼핑센터 계획안이 심도 깊게 발전된 첫번째 사례였으며, 이후의 같은 유형의 건물들에 공통적으로 나타나는 디자인 특징이 정립되었다.

점차 내부성을 강화하는 교외쇼핑센터 계획의 흐름이 계속적으로 이어져서, 노스쇼어에서는 건물군 전체를 거대한 주차장이 둘러싸는 배치를 했다. 이는 쇼핑센

85) Richard Longstreth, City Center to Regional Mall, The MIT Press, 1997, pp.312~317

터 건물이 주변 도시로 부터 등을 돌리고 자족적인 능력을 갖춘 섬과 같은 모습을 띄게 했다.<sup>86)</sup> 모빌리티 기술에 주요한 영향을 받고 생성된 광역쇼핑센터는 쇼핑객의 거주지역과의 물리적인 거리가 중요한 요인으로 작용하지 않았다. 이는 노스쇼어의 독특한 배치방식에서 살펴볼 수 있는데, 노스쇼어는 보스턴(Boston) 교외지역들을 연결하는 고속도로 1A와 128이 교차하는 인터체인지에 인접하여 계획되었다. 이로 인해 노스쇼어는 주변의 인구가 집중되어 있는 보스턴 교외지역인 글로체스터(Gloucester), 입스위치(Ipswich), 마블헤드(Marblehead), 웨이크필드(Wakefield)등에서 15분 내에 접근할 수 있게 되었다고 한다.<sup>87)</sup> 이는 다운타운 스트리트의 상점들이 “100% location”이라고 선호하던 도로의 교차점을 연상시킨다. 광역쇼핑센터는 주변 커뮤니티와의 관계 속에 자리하는 것이 아니라 보다 넓은 범위의 소비자들이 자동차를 접근하는 것을 최우선으로 고려하였음을 알 수 있다. 쇼핑센터의 내부성 강화는 효율적인 교통처리를 위해서 쇼핑센터 외부를 도시적인 인프라스트럭처로 둘러쌀 수 있게 했다. 노스랜드의 경우를 보면 쇼핑센터 단지 내부에 교통순환처리 개념을 도입해서 물류처리, 자동차이용 쇼핑객, 대중교통이용 쇼핑객의 동선들을 체계화하였다. 지하층은 서비스 동선을 위해 계획하여

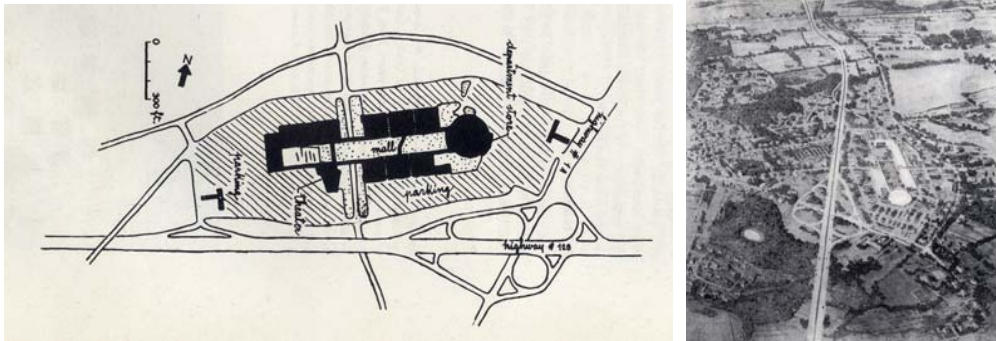


그림 3-26 고속도로 인터체인지와 연결된 노스쇼어 쇼핑센터 배치도

86) 광역쇼핑센터의 내부성 강화에 대해 비판적인 견해도 있었는데, 피터로우는 광역쇼핑센터 영향을 미치는 사회적 경제적 스케일이 워낙 방대하기 때문에 커뮤니티의 감각을 만들기 어려우며, 자동차의 흐름을 중요시하여 주변 도시와 분리되어 커뮤니티와의 연결을 희생해야만 했다고 서술한다. Peter G. Rowe, *Making a Middle Landscape*, The MIT Press, 1991, pp.40~41

87) *Architectural Record*, *Design for Modern Merchandising: stores, shopping centers, showrooms*, Dodge, 1954, p.195

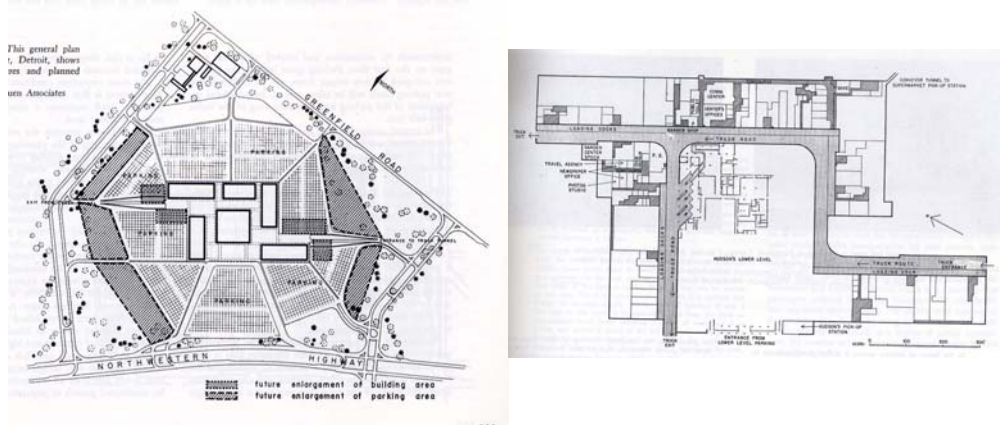


그림 3-27 노스랜드 쇼핑센터 (좌)교통처리계획도 (우)물류처리 계획도면  
(출처: Gruen and Smith, Shopping Towns USA)

물류처리를 위한 동선과 쇼핑객의 동선이 섞이지 않도록 했으며, 앵커테넌트인 허드슨백화점(Hudson department store)은 별도의 램프를 설치하여 대중교통을 이용한 쇼핑객이 직접적으로 접근할 수 있게 했다. 주차장은 10개의 구역으로 나누어 각각 쇼핑센터의 목적지에 따라 쇼핑객이 구역을 정하여 주차하도록 유도하였다. 이는 자동차로 부터 쇼핑상점으로의 편리하고 신속한 접근과 접근 과정에서 보행자가 얼마나 쾌적하고 안전한 환경을 지닐 수 있는지를 고려한 결과였다.

이처럼 외부는 온전히 교통의 처리를 위해 남겨지고, 쇼핑객에게 외부의 이미지는 의미를 지니지 않는다. 단지 최대한 빠르게 쇼핑센터 내부로 접근할 수 있도록 기능하는 시스템의 장소로 남겨졌다. 이와 같이, 교외쇼핑센터가 모빌리티를 건축적으로 수용하는 과정에서 두드러지게 나타난 현상은 공간의 경험 주체로 자동차와 같은 모빌리티 수단을 중요하게 부각시키면서, 내부성을 강화하였던 점에 주목할 수 있다.

### 3.3.3. 표상의 층위

건축유형으로서 정립되어 가는 과정 속에서 교외쇼핑센터가 교외에서 지니는 위치는 불안정한 상태였다. 공동체의 공공공간과 같은 역할을 하기도 했으며, 때로는 익명의 다수가 모여 소비문화를 즐기는 집합소비공간이 되기도 했다. 그렇기 때문에, 교외쇼핑센터의 표상의 층위에서 투사하는 이미지는 교외에서 중심적 장소가 부여받는 역할에 따라 변화하면서 발전해갔다. 이는 교외가 성립되기 위한 전제로 장소성을 형성하는 맥락이 부재하는 것에서 기인한다고 볼 수 있다.

그 이유를 살펴보면, 교외에서 교외쇼핑센터는 소비를 매개로 커뮤니티의 구성원들이 모여서 사회적 교류를 할 수 있는 장소의 역할을 수행한 것에서 원인을 찾을 수 있다. 이는 교외쇼핑센터가 상업행위 이외의 교외에서 필요로 하는 공공적 기능, 즉 시민공간(civic space)으로 기능할 것을 요구받았다는 것을 의미한다. 그렇지만, 시민공간을 형성하기 위한 지역의 역사와 문화라는 사회적 기반이 교외에는 형성되어 있지 않았다. 따라서, 인공적으로 교외쇼핑센터를 통해 교외의 장소감을 조성하려 하는 바가 있었다고 여겨진다.

이는 건물의 외부성이 강조되던 초기에 역사적인 양식을 차용하여 치장하던 방식에서 쇼핑센터의 규모가 변화하고 내부의 이미지가 중요해지면서, 몰 공간의 여러 형식 실험을 통해서 각기 사회적 요구에 맞는 이미지를 투사하는 방향으로 변화했다. 이 절에서는 교외 도시의 장소를 만들기 위해서 교외쇼핑센터가 표상의 층위에서 어떤 태도를 보였는지 살펴본다.

#### (1) 대중적 이미지로서 노스텔지어

초기의 커뮤니티 쇼핑센터는 변화한 기술과 문화에 적합한 양식을 갖추지 못하였다. 컨트리클럽플라자는 근대적인 자동차시대에 필요한 편의를 갖춘 쇼핑센터 건설을 목적으로 했다. 하지만, 아직 교외쇼핑센터에 대한 개념이 충분히 논의되지 않고 있던 시기였기 때문에, 교외쇼핑센터는 도시와의 대척점에서 부족한 부분을 보완해야 한다는 생각을 지니고 있었다. 그런 배경으로 쇼핑센터의 외관은 남부 유럽의 전통마을을 떠올리는 픽처레스크한 모습을 띄고 있다. 이렇게 도시다운



그림 3-28 웨이커하이츠 커뮤니티의 (좌)Van Sweringen 타워와 (우)웨이커 스퀘어 쇼핑센터  
(출처: Forest City Enterprises)

타운 쇼핑스트리트의 카운터 파트로서 교외쇼핑센터를 강조한 방식은 1929년에 계획된 웨이커스퀘어(Shaker Square) 에서 더 분명하게 드러난다. 웨이커하이츠 커뮤니티의 쇼핑센터로 조성된 웨이커 스퀘어는 커뮤니티의 관문 역할을 한다. 그리고 그 중심공간에는 트램의 정류장이 들어서서, 커뮤니티의 중심광장인 Van Sweringen과 연결되도록 되어있어서 쇼핑객들이 손쉽게 접근할 수 있도록 했다.

한편, 웨이커하이츠의 쇼핑센터와 중심광장은 제각기 다른 이미지를 투사하고 있다. 커뮤니티의 중심장소에 위치한 Van Sweringen의 메인 건물인 터미널 타워는 모던한 대도시를 재현하는 디자인으로 세워졌다. 즉, 커뮤니티의 중심장소는 도시의 다운타운을 담아내고 있다. 반면에, 웨이커스퀘어를 둘러싸는 커뮤니티 쇼핑센터 건물은 상류층의 전통을 지닌 유산과 같이 보인다. 이에 더해, 웨이커스퀘어 주변에는 40그루의 느릅나무를 조경하여 전통적인 감각을 강화하고 있다. 이처럼 교외쇼핑센터는 도시의 다운타운이 지니지 못하는 상반되는 이미지를 투사하여 도시의 쇼핑공간과 구별되는 장소임을 강조하고 있다.

컨트리클럽플라자와 웨이커스퀘어가 전통의 이미지를 담는 방법은 건물의 외관을 지배하는 스타일을 통해서였다. 쇼핑센터로서의 기능과의 연관없이 역사적인 마을의 이미지를 담아내는 것이다. 이러한 디자인 방식을 통해 쇼핑센터 디자인이



획득하려 한 것은 “가정적인 평온(domestic tranquility)”<sup>88)</sup>을 담아내려는 것이라는 평가가 있는데, 이는 쇼핑센터가 기반하는 지역의 스케일이 커뮤니티를 기반으로 가정을 기본 단위로 하고 있음을 말해준다.

한편, 노스텔지어를 담아내는 또 다른 방식은 전통의 공간형식을 차용하는 것이다. 1931년에 세워진 하이랜드파크빌리지는 쇼핑센터의 레이아웃을 텍사스 카운티의 전통적인 중심 광장의 배치에서 아이디어를 얻었다.<sup>89)</sup> 비록, 자동차를 쇼핑센터 대지 안에 주차시키고 서비스 영역을 나누는 등 매우 기능적인 배치를 통해 모던한 구성을 만들기는 했지만, 스페인 전통양식으로 장식된 개별 건물들의 외관과 전통광장의 배치 방식은 오랜 역사가 기록된 마을의 분위기를 지니게 만들었다.

파머스마켓(Farmer's Market)의 경우도 마찬가지로 전통적인 공간형식의 차용으로 노스텔지어를 만드는데, 전자와 다른점은 공간의 형식과 기능이 일치되었다는 점이다. 파머스마켓은 건물의 주변에 주차장이 둘러싸고 있으며, 중심에는 쇼핑공간이 밀집되어 있다. 쇼핑공간에는 전통적인 바자(bazaar)나 시장처럼 가판대와 개별성이 강조된 작은 규모의 상점들이 모여있다.<sup>90)</sup> 이렇게 커뮤니티쇼핑센



그림 3-29 파머스마켓, LA, 1934  
(출처: Baker and Bruno, Shopping Centers)

88) Richard Longstreth, “The Diffusion of the Community Shopping Center Concept during the Interwar Decades”, Journal of the Society of Architectural Historians, Vol. 56, No. 4 (Sep, 1997), p.276

89) 피터 로우는 하이랜드파크빌리지에 대해 초기 쇼핑센터들의 경향을 따라 전통적인 이미지를 모사하고는 있지만, 자동차를 대지 안에 주차시켰고, 쇼핑센터의 서비스 인프라 영역을 구분하는 등 매우 발전된 방식을 쓰고 있다고 서술한다. Peter G. Rowe, Making a Middle Landscape, The MIT Press, 1991, p.120

터에 노스텔지어의 이미지를 담는 방법은 두 가지가 존재한다. 건물의 양식을 차용하여 도시 다운타운 쇼핑스트리트에서 취할 수 없는 경험을 제공하는 방식은 교외쇼핑센터를 자립적인 쇼핑시설로 보는 시선이 형성되기 이전이다. 이는 도시 쇼핑의 보완재로 교외를 설정하는 태도를 설명한다. 또한, 전통적인 공간 형식을 차용하는 것은 모빌리티의 수용과 규모의 확장, 기능의 복합화에 대해 아직 공간적인 해법을 내놓지 못한 결과이다. 이는 쇼핑공간과 변화된 근대의 기술이 조화를 이루지 못하는 상황으로 이해할 수 있다.

## (2) 코트(court): 빌리지그린의 이상

외부에서 보여지는 외관이 쇼핑센터의 캐릭터 형성에 중요한 역할을 하는 커뮤니티 쇼핑센터는 앞서 살펴본 바와 같이 역사적인 양식의 재현을 통해서 장소의 이미지를 형성하려고 했다. 하지만, 규모가 대형화되는 광역쇼핑센터는 외관이 특별한 의미를 가지지 못하게 된다. 이에 따라 커뮤니티쇼핑센터에서 광역쇼핑센터로 이행하는 과정에서 공간적으로 가장 두드러진 특징은 몰 형식의 탐구였다. 쇼핑센터는 몰 공간의 형식을 실험하면서 새로운 유형으로서 쇼핑센터가 담아내야 하는 이상적인 이미지가 무엇인지를 표출하려고 했다. 당시의 쇼핑센터가 획득하려고 한 이미지는 1943년에 잡지 ‘아키텍춰럴포럼’의 편집인이 커뮤니티의 공공공간이 가져야할 성격에 대해 서술한 글인 ‘Planning with You’에서 유추해볼 수 있다. 아키텍춰럴포럼은 뉴잉글랜드의 커먼을 예로 들며 커뮤니티 공공공간을 설명했다. 그에 따르면, 커뮤니티의 공공공간은 “상점, 집, 교회, 학교가 둘러싸는 사회적 삶의 중심”이었기 때문에, 그 덕택으로 커뮤니티는 공공공간을 중심으로 상업적 교역을 손쉽게 행할 수 있었다. 그리고, 커뮤니티의 구성원들은 이 공공공간에서 “퍼레이드를 열기도 하고, 관조하기도하며, 커뮤니티는 이 장소로 부터 빛과 공기를 공급받는다.”라고 설명<sup>91)</sup>한다.

---

90) 지오프리 베이커(Geoffrey Baker)의 표현을 빌리자면, 파머스마켓은 “주차장이 덧붙여진 옛날 마켓스퀘어의 근대적인 등가물”이다. Geoffrey Baker, Bruno Funaro, Shopping Centers: Design and Operation, Reinhold Publishing, 1951, p.94

91) “마을의 초기 정착민들은 대개 종교적 숙박에서 탈출한 사람들이었기 때문에, 교회가 그들의



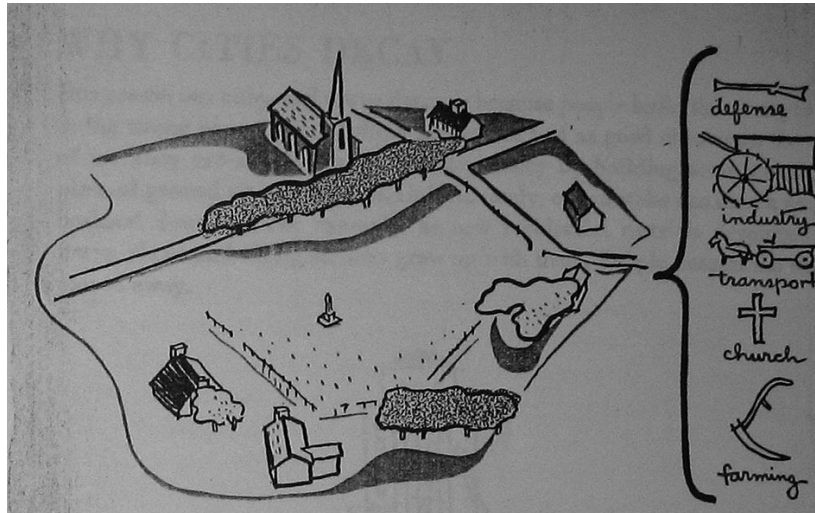


그림 3-30 뉴잉글랜드 빌리지 그린의 커뮤니티 형성 요소  
 (defense + industry + transport + church + farming)  
 (출처: Architectural Forum 79, Aug 1943)

교외쇼핑센터에 커먼의 개념이 투영된 중심 공간의 등장은 피에트로 벨루치 (Pietro Belluschi)의 다음과 같은 서술에서도 분명하게 드러난다.

사람들은 쇼핑센터를 커뮤니티 삶의 중심과 상징으로 생각하게 되었다. 특히, 순수하게 쇼핑과 관련된 시설과 별도로 극장, 카페, 연회장과 같이 사람들이 다양한 사회적 문화적 목적으로 여가 시간에 이용하는 장소들이 덧붙었다. 우리가 잔혹하고, 무형태, 무질서인 근대도시와 상반되는 완성된 커뮤니티의 삶을 발견하기 시작한 것은 이러한 새롭게 갱신된 커뮤니티의 연계가 지닌 광범위한 가능성을 사고한 덕분이다. 이 커뮤니티의 연계는 뉴잉글랜드의 오래된 마을에 존재하는 것들과 유사

첫번째 생각이었다. 그들의 삶은 고되었고, 건물을 짓는 것은 오랜 시간을 필요로 하기 때문에, 교회는 단순히 종교적인 건물 이상의 역할을 하였다. 교회 건물에서 마을의 회의를 열고, 민주적인 정부의 역할도 했다. 사람들은 안전을 위한 이유도 있기는 하지만, 넓게 비워진 땅에서 서로 가까이 살고 싶어했기 때문에 교회 근처에 집들이 모였다. 이는 교역과 수공업제작과 사회적 교류를 손쉽게 만들었다. 상점, 집, 교회, 학교가 모여서 둘러싸는 커먼은 사회적 삶의 중심이며, 퍼레이드가 열리는 장소이며, 관조의 대상이 되기도 하고, 커뮤니티에 빛과 공기를 불어 넣어줬다.” “Planning With You”, Architectural Forum 79 (Aug 1943), pp.66~67



그림 3-31 린다비스타 쇼핑센터 (좌)빌리지그린을 담은 쇼핑 코트 (우)쇼핑센터 오픈  
광고 "Grass on Main Street Becomes a Reality"

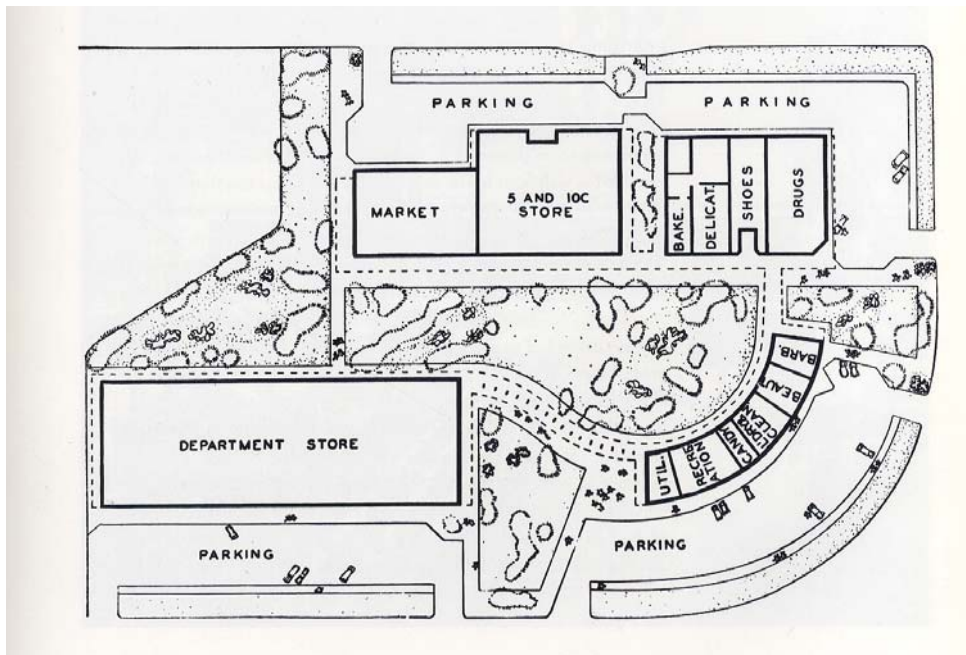


그림 3-32 린다비스타 쇼핑센터의 빌리지그린을 둘러싼 쇼핑 코트 평면  
(출처: Longstreth, City Center to Regional Mall)

하다.<sup>92)</sup>

이렇게 뉴잉글랜드 커먼과 쇼핑센터와의 관련이 논의되던 시기에 세워진 린다 비스타(Linda Vista) 쇼핑센터는 당시의 커뮤니티 공공공간에 대한 생각이 반영된 것으로 보인다. 하지만, 이 때의 쇼핑센터 중심공간은 몰의 형식으로 완성되기 이전 단계로 코트(court)에 가까운 성격을 지니고 있었다. 린다비스타 쇼핑센터는 이 코트 공간을 상업시설의 중심 요소로 가장 합당하게 사용한 예가 되어서 전후 광역쇼핑센터의 몰 디자인에 중요한 영향을 끼쳤다. 각각 다른 형태와 크기를 지닌 4개의 건물이 중앙의 녹지공간을 에워싸며 쇼핑객들이 산책할 수 있는 루트를 따라서 캐노피가 설치되었다. 중앙의 코트 공간은 쇼핑센터 전체 면적 중에서 가장 넓은 부분을 차지하면서 상당한 폭을 가지고 쇼핑센터 건물들의 코어를 차지한다. 코트 공간은 잔디와 몇 그루의 나무들로 조경되었으며, 곳곳에 휴식을 위한 벤치가 놓였다. 이는 상업시설로 둘러싸인 커뮤니티의 공원과 같은 감각을 형성한다. 린다비스타 쇼핑센터를 설계한 휘트니 스미스(Whitney Smith)는 이 건물이 의도한 것은 기존의 쇼핑센터들이 지닌 화려한 상점 입면들과 각종 기호와 간판들로 뒤덮힌 무질서를 벗어나려 한 것이라고 설명한다. 대신에 그가 원했던 것은 미국의 전통적 도시에서 빌리지그린이 상징하던 질서와 평화를 담는 것이었다.<sup>93)</sup> 이는 당시 쇼핑센터의 코트 공간에 투사한 의미가 상업시설의 중심공간으로서 역할보다 커뮤니티의 사회적 삶이 이루어지는 공공장소로서의 성격을 더 중시했기 때문이라고 볼 수 있다.

공공장소로서의 성격을 강화하는 태도는 교외쇼핑센터가 공동체 감각을 고양해야 한다는 일련의 주장들 속에서 분명하게 드러난다. 근린커뮤니티를 계획한 슈타인과 페리는 쇼핑센터의 역할을 커뮤니티의 학교와 플레이그라운드와 동일한 것으로 보았다.<sup>94)</sup> 레드번과 그린벨트 등의 예를 통해 쇼핑센터가 뉴타운 건설에서 커뮤니티의 공공공간으로 다루어지는 것을 확인할 수 있는데, 그린벨트 커뮤니티

---

92) Pietro Belluschi, "Shopping Centers" in *Forms and Functions in Twentieth-Century Architecture*, 4 vols, Columbia University Press, 1952, p129

93) Whitney Smith, "No Cars on Main Street", *Better Homes and Gardens* 23 (Jan 1945), p.20

94) Clarence Stein, Catherine Bauer, "Store Buildings and Neighborhood Shopping Centers", *Architectural Record* 75 (Feb 1934), pp.178~187

의 쇼핑센터 계획을 설명하는 글에서 슈타인은 다음과 같이 설명한다.

커뮤니티 쇼핑센터는 비공식적인 모임의 장소이며, 커뮤니티의 새로운 소식을 듣고, 타운의 정책에 대해서 토론하고, 사교댄스, 렉처등이 개최되는 장소이다<sup>95)</sup>.

즉, 쇼핑센터가 상품의 소비와 함께 자본의 교환이 일어나는 상업적 성격 이전에 교외공동체의 감각을 고양시키는 사회적 역할을 수행해야 한다는 입장으로 이해된다. 이와 같은 사회 개혁가(social reformer)<sup>96)</sup>의 관점으로 쇼핑센터를 바라보는 관점은 커뮤니티 쇼핑센터의 단계에 머무르지 않고, 대규모의 형식을 갖춘 광역쇼핑센터에까지 영향을 주었다.

그루엔은 쇼핑센터에 가능한 범위 내에서 다양한 비 상업적인 기능을 포함하여 쇼핑행위를 사회적 삶의 일부로 만들어야 한다는 생각을 했다. 이러한 생각은 194X 쇼핑센터 프로젝트에서 발견할 수 있다. 이 프로젝트에 관해 서술한 글에서 그루엔은 쇼핑센터가 일상거주를 위한 필수품들을 공급해주는 역할을 하며, 우체국, 도서관, 병원, 클럽활동실을 쇼핑시설과 함께 담아야한다고 주장한다.<sup>97)</sup> 이를

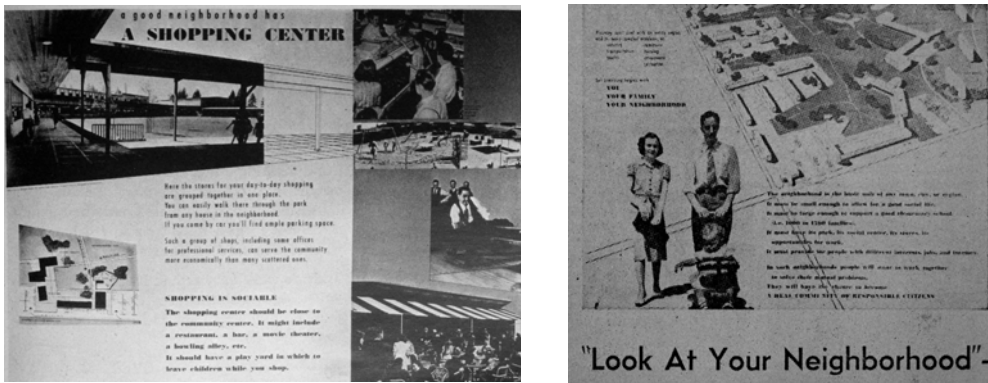


그림 3-33 커뮤니티의 공동체 공간으로서 쇼핑센터 “Look at Your Neighborhood”, MOMA 전시회 판넬

95) Clarence Sterin, *Toward New Towns for America*, The MIT Press, 1989, p.153

96) 사회개혁가(social reformer)는 사상적으로 자유주의를 기반으로 하면서 사회변화를 꾀하는 데, 급진적인 사회운동을 내세운 개혁운동들과 달리 사회의 기초적인 요소부터 서서히 변화하는 것을 의도했다.

97) Gruenbaum, Krummeck, “Shopping Center”, *Architectural Forum* (May 1943), p.101



전후에 모리스 케첩이 설계한 두 계획안에서 이런 특질이 연속적으로 나타난다. 케첩은 1946년의 Rye의 타운센터재생 계획안에서 “Grass on Main Street”의 아이디어를 도시 계획에 적용하였다. Rye 시가지의 중심상업지역에서 자동차 교통을 제거하고 보행자를 위한 섬과 같은 장소를 만드는 것이 주 목적이었다. 이를 위해 케첩은 주차와 순환을 위한 인프라를 타운센터의 후면에 배치하고, 상점가의 전면을 개조하여 아케이드를 두었다. 이는 태양빛과 비로 부터 쇼핑객을 보호하며, 상점가 후면의 주차구역으로 연결하는 루트를 제공했다. 기존 타운센터의 메인스트리트에는 식재를 하여 린다비스타 쇼핑센터의 몰 공간과 같은 장소를 도시에 만들었다.

Rye의 재생계획안이 지닌 건축적 비전에 대해 모리스 케첩은 “선형의 뉴잉글랜드 빌리지 그린”이라고 표현하였다. 다시 말해, 전통마을의 빌리지그린을 도시에 실현하려 한 것이었다. 하지만, 이러한 급진적인 제안은 아직 공감대 형성이 미흡하였기 때문에, 세금 등의 경제적 요인 발생을 우려한 시민들의 투표에 의해 거부되게 되었다. 도시계획의 담론에서는 아직 영향력을 행사하기 어려웠지만, 쇼핑센터 계획에 있어서는 하나의 경향을 이루고 있었다.

케첩이 설계한 노스쇼어(North Shore) 쇼핑센터는 본격적인 광역쇼핑센터의 스케일로 계획된 전후의 첫 사례이다. 노스쇼어는 린다비스타의 개념을 확장했는데, 빌리지그린의 이상을 담아내는 몰 공간은 30m의 폭을 유지하고 있으며, 녹지 공간의 배경에 상점들이 늘어서 있다. 노스쇼어가 린다비스타와 차이를 드러내는 부분은 녹지로 채워진 몰 공간의 쓰임새이다. 린다비스타는 명백히 커뮤니티의 공원의 역할을 의도하여 쇼핑객들이 쇼핑과 관련없는 휴식과 레저의 행위를 몰 공간에서 이루어지도록 유도하는 기물들이 설치되어있다. 이에 비해 노스쇼어는 몰 공간의 디자인이 소비자로서 쇼핑객에게 어필하여 산책을 불러일으키려는 목적이 더 강했다. 이는 커뮤니티의 공공공간으로서 기능하던 몰 공간이 쇼핑공간으로서의 성격이 강해지는 광역쇼핑센터로의 변화 과정 상에서 과도기적인 태도를 취하는 것으로 보인다.



### (3) 몰(mall): 도시 가로 의 모사

앞서 살펴본 케첩의 계획안들은 쇼핑센터의 몰 공간을 통해 작은 마을의 분위기, 목가적인 분위기를 이끌어내려고 하였다. 반면에 비슷한 시기에 광역쇼핑센터를 디자인하는 기회를 얻게 된 그루엔은 상반된 입장을 취했다. 케첩의 노스쇼어 쇼핑센터 계획안 발표 1년 후인 1948년에 설계한 하비파크는 그루엔이 대규모의 쇼핑센터를 디자인하는 첫번째 기회였다. 그루엔은 십자가 형태로 교차하는 하비파크의 몰 공간을 아주 좁게 디자인 했다. 이는 케첩의 선례들과 달리 쇼핑의 기능적인 부분을 더 중요하게 고려한 결과로 좁은 폭은 쇼핑객들이 몰을 사이에 두고 양쪽 건물의 상점들을 쉽게 인지하고 건너다닐 수 있게 했다. 결과적으로 몰 공간의 디자인에서 중요한 것은 에워싸는 건물들의 배치가 되었고, 몰 공간은 건물들 사이의 흐름을 원활하게 하는 역할로 성격이 변화했다.

다시 말해, 그루엔의 몰 공간은 도시의 쇼핑스트리트를 연상시키는 부분이 강해졌다. 이에 대해 롱스트레스는 작은 마을의 거리나 마켓스퀘어, 빌리지그린을 연상시키기 보다는 “fabulous boulevard”를 불러일으킨다고 평하면서, 이는 그루엔이 유럽의 대도시였던 비엔나에서의 어린 시절, 대도시 뉴욕에서의 실무 경험이 영향을 준 것으로 보인다고 설명한다.<sup>99)</sup>

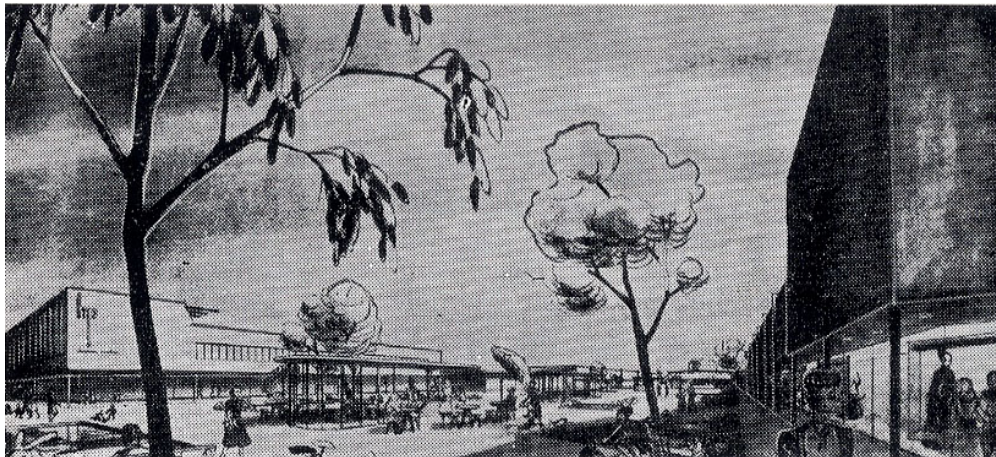


그림 3-35 쇼핑스트리트를 연상 시키는 하비파크의 몰 공간 스케치  
(출처: Longstreth, City Center to Regional Mall)

99) Richard Longstreth, City Center to Regional Mall, The MIT Press, 1997, p.328



그림 3-36 노스랜드 쇼핑센터: (좌) 물공간을 마주하는 아케이드와 (우)하드하게 포장된 물공간의 바닥

(출처: Wall, Victor Gruen From Urban Shop to New City ; Architectural Forum, 1954)

이러한 그루엔의 방법론은 1954년 완공된 노스랜드(Northland) 쇼핑센터에서 완성된다. 노스랜드는 이전의 형식들과 달리 단지의 한가운데 대형 백화점을 배치하고 그 주위로 작은 상점들을 배치하면서 그리드의 물 공간이 도시의 구조처럼 영역들을 연계한다. 10개의 오픈스페이스로 이루어진 각각의 영역들은 다운타운의 어느 지역을 연상시키는 court, mall, terrace, lane 등의 이름으로 불리웠다. 이들은 공통적으로 아케이드 구조가 덧붙여진 채로 바닥은 하드포장으로 되어 있어서 도시적인 분위기를 창출한다. 노스랜드의 오픈스페이스는 농촌지역의 커먼이나 초기 미국 타운의 빌리지그린을 연상시키는 레퍼런스를 모두 제거하고, 높은 수준의 도시성을 획득했다고 평가를 받는다.<sup>100)</sup> 그루엔은 건물사이에 계획된 이 오픈스페이스들에 대해 “유럽의 도시처럼 한적하게 걸어다니는 분위기”를 만들기 위한 디자인이었다고 설명한다.<sup>101)</sup> 이처럼 오픈스페이스들을 연결하는 연속성을 중요시하는 것은, 그루엔에게 쇼핑은 도시의 연속된 공간을 경험하는 것과 닮아 있음을 의미

100) “노스랜드는 계획의 측면에서 고전이 될 만하다. 왜냐하면 이 건축은 도시의 마켓타운 평면을 최초로 근대적인 상업시설에 사용했으며, 보행자의 쇼핑환경에 적합한 물리적, 심리적으로 컴팩트한 형태를 지녔다.” “Northland: A new yardstick for shopping center planning”, Architectural Forum (Jun 1954), pp.102~119

101) Victor Gruen, Centers of Environment: Survival of the Cities, Reinhold Publishing, 1973, p.33



한다.

또한, 노스랜드의 쇼핑상점들이 오픈스페이스를 면하는 길이가 최대한 길어지도록 계획하여 1.6km에 달한다는 사실에도 주목할 필요가 있다. 즉, 쇼핑건물 사이의 개별 공간을 파편적으로 이해하는 것이 아니라, 연속된 경험이 축적되어 전체를 완성시키는 것이라는 의미로 이해할 수 있다.

다운타운의 쇼핑스트리트가 지닌 캐릭터를 쇼핑센터의 디자인에 담으려는 그루엔의 방식은 실내에 몰 공간을 디자인한 사우스데일 쇼핑센터에서 발전된 형태로 드러난다. 아키텍춰럴포럼지에 1956년에 실린 “A Breakthrough for Two-Level Shopping Centers”라는 글은 사우스데일이 도시적인 성격을 확보하는 방식에 포커스를 맞추었는데, 이 글에 따르면 노스랜드가 다른 교외쇼핑센터들과 차이점을 보이는 것은 여타 건물들과 달리 위치라는 요소를 제외하면 교외적인 것이 아무 것도 없더라고 서술한다.<sup>102)</sup> 이는 약간의 수사가 덧붙여진 과장이긴 하지만, 그만큼의 신선함이 이 건물에 담겨져 있었다는 의미로 읽혀진다.

또한 앞의 글에 따르면 그루엔은 도시의 다운타운이 가지는 특성을 “다양성, 개별성, 풍부한 빛, 색감, 봄비는 인파” 등의 요소로 이해했다. 이에 따라 사우스데일은 다운타운의 분위기를 자아내기 위해 전술한 요소를 중요하게 다루었다. 이전의 사례들은 쇼핑스트리트의 분위기를 만들기 위해 분수, 하드포장된 거리, 인공적인 조경등과 같은 고정된 요소를 주로 사용했다. 하지만 사우스데일은 몰 공간을 실내화하면서 생긴 이점을 활용하여서 이전의 물리적 요소에 더해, 심포니 공연이나 미술 전시회처럼 다운타운에서 개최되는 이벤트를 쇼핑센터의 오픈스페이스에서 수용했다는 점에서 보다 적극적이고 효과적인 방식을 찾았다고 볼 수 있다.

이처럼, 교외쇼핑센터가 다운타운의 가로를 표상하는 방식은 마감재료의 선택, 인공성을 강화한 조경, 스트리트 퍼니처와 같은 물리적인 요소와 함께, 내부의 몰 공간에 도심에서 발생하는 엔터테인먼트 이벤트를 재현하는 것을 통하기도 한다.

교외쇼핑센터들은 서로 간의 경쟁을 위해 쇼핑이외의 기능들을 담아내려고 했는데, 이전의 쇼핑센터들과 가장 큰 차이점은 다양한 이벤트의 수용이다. 예를 들

---

102) “A Breakthrough for Two-level Shopping Centers”, Architectural Forum 105 (Dec 1956), pp.114~126

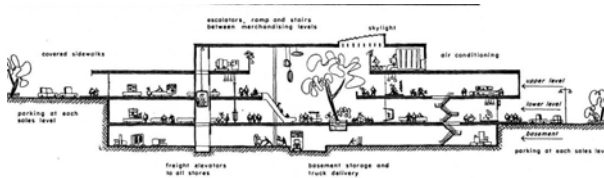


그림 3-37 사우스데일 쇼핑센터 (위)실내 물 공간 (아래) 물 단면도

쇼핑센터에 물건을 사는 장소 이상의 역할을 심어줘야한다고 말한다.<sup>103)</sup> 그는 이러한 역할은 극장, 야외음악공연, 전시와 같은 문화적인 소양을 증진시키고 휴식을 취하게 해줄 수 있는 행위를 통해 이루어야 한다고 서술한다.

이는 전술한 사회개혁가로서의 입장이 사회 공동체의 센터로서 정체성, 공유 등의 개념을 중시했던 것에 비하면, 보다 엔터테인먼트의 측면으로 변화한 것으로

어, 쇼핑의 배경으로 흐르는 부드러운 음악이나, 불꽃놀이, 콘서트, 댄스, 패션쇼, 거리공연, 전시회 처럼 쇼핑과 무관한 도시 다운타운에서 만날 수 있는 문화적인 이벤트를 개최하기 시작했다.

사회개혁가의 입장을 견지하던 그루엔 역시 상업의 규모가 전례없이 크게 확대되면서 쇼핑센터에 대한 관점을 변경하기 시작한다. 1948년에 상업시설 전문잡지인 체인스토어에이지(Chain Store Age)에 쓴 ‘쇼핑센터에 기대하는 것(What to look for in shopping centers)’이라는 글에서, 쇼핑센터의 인상을 사람들 마음 깊숙히 남아 있게 하기 위해 건축가는 쇼핑

103) “여러지역에서 모인 사람들의 마음속에 쇼핑센터의 시설들을 인상 깊게 남기는 것이 우리 제안의 목표이다. 쇼핑센터는 단지 사람들이 물건을 구입하는 장소가 되는 것 이상이 되어야 한다. 이 장소는 사람들에게 극장, 야외음악공연, 전시회를 통해 문화 고양, 휴식의 행위와 관련된 모든 것과 함께 연관되어야 한다.” Victor Gruen, “What to Look for in Shopping Centers”, Chain Store Age (Jul 1948), pp.63~66

보인다. 여기에는 경제적인 풍요로움과 대중매체 문화가 큰 영향을 끼친 것으로 보인다. 룽스트레스는 이러한 점에 대해서 그루엔이 삶의 근본적인 변화를 이끄는 수단으로서 쇼핑센터를 여전히 지지하고 있기는 하지만, 소비행위가 엔터테인먼트의 측면과 연관되는 행위를 이끄는 장소로서의 관점으로 변화했다고 평하고 있다.<sup>104)</sup>

물적 풍요로움이 레저를 위한 시간의 증대로 연계되고 있음을 인식한 그루엔은 광역쇼핑센터 디자인에 있어서 여가 행위를 행하는 장소의 의미를 강화할 물리적 시설을 강조했다. 그는 1954년에 개장한 노스랜드를 통해 쇼핑센터는 휴식과 즐거움의 분위기를 제공할 수 있도록 오락을 위한 디자인을 지녀야 한다고 주장했다. 이러한 경험을 두드러지게 부각시키기 위해 그루엔은 니콜스(Nichols)가 컨트리클럽플라자에서 고안했던 어메니티를 사용한다. 이 어메니티들은 쇼핑객의 주의를 이끌기 위한 것들이었는데 깃발, 키오스크, 조경, 조각 등이 주로 사용되었다. 레오나르드 이튼(Leonardo Eaton)은 이러한 어메니티들이 “대중들의 관심을 끌어당기고, 사람들이 직접 쇼를 만들게 했다”<sup>105)</sup>고 했다. 이는 쇼핑센터의 물 공간이 커뮤니티의 공동체적 기능을 넘어서서 도시적 오락 이벤트를 수용하는 장소로 그 성격이 변화하는 과정에 들어섰음을 의미한다.

1956년에 그루엔이 미네소타에 설계한 사우스테일 쇼핑센터에서도 그러한 변화의 면모가 잘 드러난다. 사우스테일은 최초로 실내 오픈스페이스를 가진 교외쇼핑센터인데, 소유주인 데이튼백화점은 이 오픈스페이스를 다운타운이 지닌 축제의 분위기로 가득찬 공공공간으로 만들고 싶어했다. 곧 이 장소에서 다양한 공공적 문화 이벤트가 개최되기 시작했다. 오픈스페이스의 무대는 각종 패션쇼와 콘서트, 강연회가 열릴 수 있게 디자인 되었으며, 회화 작품 부터 신차의 전시회까지 다양한 스케일의 이벤트를 열었다. 전국적으로 방영된 퀴즈쇼인 “Truth or Consequences”의 녹화를 보기 위해 5,000명이 모이기도 했다고 기록되어있다.<sup>106)</sup>

104) Richard Longstreth, City Center to Regional Mall, The MIT Press, 1997, p.304

105) Leonard Eaton, “A Historic Pattern: Pedestrian planning in 17th-century Holland”, Progressive Architecture 40,7: pp.120~125, 재인용, Howard Gillette Jr., “The Evolution of the Planned Shopping Center in Suburb and City”, Journal of the American Planning Association, 51:4, p.453

106) Alex Wall, Victor Gruen: From Urban Shop to New City, Actar, 2005, p.99

즉, 광역쇼핑센터에서 나타나는 이러한 현상들은 쇼핑센터의 일상에서 사회적 공동체 장소로서 의미를 강조하던 초기의 흐름이 약화되는 것으로 볼 수 있다. 대신, 소비행위와 연계된 엔터테인먼트를 위한 장소의 의미가 강화되는 과정으로 진행되었다.

이렇게 도시의 상업가로를 재현하는 몰 공간의 특성은 1950년대 이후 광역쇼핑센터의 전반적인 특징으로 자리를 잡는다. 이는 쇼핑센터가 점차 대형화, 복합화되는 현상과 연관되는데, 쇼핑센터 구성에 막대한 자금이 투입되면서 경제적인 능력의 발휘가 건물의 디자인 결정요소로 중요한 자리를 차지하게 된다. 따라서, 커뮤니티의 공공장소로서 쇼핑센터의 의미를 탐구하던 초기의 경우들과 달리 개별상점간의 관계를 맺어주는 기능으로서 몰 공간의 역할이 중요해졌다. 즉, 앵커테넌트를 중심으로 상점사이의 움직임을 몰 공간 내에서 어떻게 유발할 것인지에 집중했다. 다시 말해, 쇼핑객의 소비를 어떻게 이끌어 낼 것인지가 교외쇼핑센터 계획의 중요한 부분을 차지하는 변화의 의미로 보인다.

특히, 몰 공간은 물리적인 공간 구성에 있어서 나타나는 내향적 체계를 강화하는 역할을 하는 것과 동시에, 엔터테인먼트로서 소비되는 이벤트를 교외인에게 제공하는 것을 중요하게 다루었다. 이는 전후의 물질 풍요로움에서 비롯된 여가시간의 증대에 호응하는 현상이었다. 교외쇼핑센터는 도시의 다운타운의 광장이나 TV와 같은 대중매체로 즐기던 콘서트, 공연, 전시회, 강연회, 방송녹화 등의 이벤트를 몰 공간에 수용하였다. 이는 소비행위와 레저가 병합되어 동일한 공간 속에서 발생하였다는 것을 의미한다. 즉, 교외쇼핑센터의 내부는 소비 행위를 기반으로 도시적 프로그램들을 안전하고 쾌적하게 조절된 환경에 수용하는 장소로서 기능한 것이다.

### 3.4. 도시 요소의 부재와 교외성

앞선 2장에서 교외론을 검토하며 결론을 내린바와 같이, 교외라는 새로운 장소의 조건을 성립시키는 것은 전통적인 도시 형성에서 중요하게 작용하던 요소들이 부재하면서 발생하는 상황에 의한 것이라고 할 수 있다. 여기에는 도시의 다양한 구성원들이 모여서 밀도 높은 환경을 조성하는 ‘밀집공간’이 결여된 상태와 장소성을 형성하는 ‘맥락’이 부재한 패로 이루어진 사회, 그리고, 공간 소통에 있어서 ‘근접성’의 약화와 같은 교외 성립의 조건들이 결부되어 있다.

이러한 관점에 따라서, 교외는 부재를 통해 그 장소적 성격을 공고히 한다고 주장할 수 있다. 이로 인해, 교외쇼핑센터는 이 부재의 요소들에 대한 건축적 대응에 따라 건축이 교외의 조건에 따라 발현되는 건축적 특질들을 성립해왔다고 할 수 있다.

이 절에서는 20세기 중반 형식적인 실험을 거쳐 하나의 건축 유형으로 완성되어간 교외쇼핑센터의 건축적 특성에 대한 분석을 바탕으로 교외쇼핑센터의 교외성 개념을 구성하려고 한다. 이를 위해서, 교외쇼핑센터의 구성 요소를 ‘건물’, ‘인프라스트럭처’, ‘표상’의 층위로 분류하여 살펴보았다. 이때, 각각의 층위는 교외를 성립시킨 조건으로 작용하는 부재의 요소들에 대해서 각각 일정한 건축적 해결 입장을 견지하면서 빌딩타입으로서 교외쇼핑센터를 형성해갔다. 이렇게, 교외쇼핑센터를 세 층위로 살펴보는 것이 유용한 이유는 교외쇼핑센터의 계획론에서 주로 강조하는 세 가지 요소들과 일치하는 측면이 있기 때문이다. 일례로, 1953년에 ‘아키텍춰럴 포럼’지에서 기획한 “쇼핑센터에 대한 새로운 사고(New Thinking on Shopping Centers)”에 대한 아티클을 살펴 보면 성공적인 교외쇼핑센터 계획을 위해서 고려해야할 요소를 ‘개별 임차 상점 배열의 전략’, ‘건축물 주변의 도시 구조와의 관계’, ‘장소의 분위기 전략’으로 나누어 설명하고 있다<sup>107)</sup>. 이는 앞서 살펴본 건축의 교외성을 구성하는 세 가지 층위와 각각 대응되는 측면이 있다.

---

107) 'Better Tenants', 'Better Neighborhood', 'Better Atmosphere'를 키워드로 나누어 설명하고 있다. "New Thinking on Shopping Centers" in Architectural Forum, Mar 1953, p127

### 3.4.1. 밀집공간의 부재: 내향적 체계

교외쇼핑센터의 물리적 실체인 건물의 층위를 이루는 가장 중요한 요소들은 균집한 상점들이다. 앞선 장에서 살펴본 바와 같이 상점이 집합하면서 의도한 첫 번째 목표는 ‘집합’의 의미 탐구였다. 이는 교외가 전통적인 도시와 같은 ‘밀집공간’이 부재하면서, 소비공간인 교외쇼핑센터가 이 역할을 담당하게 되었기 때문이다. 이는 집합된 전체의 수익성 향상이라는 지향점으로 구체화되었다. 컨트리클럽 플라자나 웨스트체스터, 웨스트코비나와 같은 초기의 사례들에서 나타났듯이 상점들의 크기와 위치관계의 결정은 순전히 공간의 경제적 효율성에 어떻게 도달할 수 있는지에 따라 변형되어왔다. 그 실험의 과정 속에서 교외쇼핑센터는 그 부분을 이루는 단위들이 균질하게 차이를 제거하는 것이 아니라, 위계를 발생시키는 것이 전체를 만들기 위한 선결 조건이라는 교훈을 얻게 된다.

균질한 전체에서 벗어나서 부분 단위들의 위계를 통한 장소의 차이화를 발견하면서, 교외쇼핑센터에 교외 도시에 부재하는 구심적 공간 형성이라는 새로운 임무가 주어졌다. 즉, 차이화는 교외인들이 ‘모이는’ 장소의 감각을 형성할 수 있는 계기로 작용했고, 윌로우런이나 하비파크와 같은 사례를 통해서 도시의 광장이 수행하는 역할을 대체하는 교외의 ‘유사-광장’의 역할을 쇼핑센터에 구현하기 시작했다. 이때, ‘유사-광장’은 공공이 모일 수 있는 오픈스페이스의 형상을 띠기도 하고(윌로우런 커뮤니티), 공간의 밀도가 가장 큰 백화점의 형식으로 대신하기도 한다(하비파크).

이러한 발상이 보다 세련된 쇼핑센터 계획 기법과 만나면서 외부 환경과의 관계에서 구심적 장소를 만드려는 시도에서 건축 내적으로 위계 구조를 조성하여 자율적인 체계를 만드려는 시도로 연결된다. 그 중요한 사례로 ‘노스랜드쇼핑센터’에서 빅터 그루엔이 고안한 계획 방법론에서 볼 수 있듯이, 경제효과분석을 바탕으로 수학적 계산을 통해 단위들의 위계를 결정하고, 각각의 단계가 차지해야 할 위치를 정하여 건축 내적인 흐름을 상징하였다. 이러한 방식은 건물과 교통으로 구성되는 도시를 계획하는 태도와 유사하다. 이렇게 만들어진 흐름의 구조 속에, 개별 단위의 다양한 변주와 집합으로 밀집의 환경이라는 요소를 덧붙였다. 이로서 공간의 구성에서 뿐 아니라 가시적 경관에서도 내부적으로 완결된 도시를 의도하는 내향적 체계를 만드려는 시도가 분명해졌다. 이렇게 교외건축은 점차 외부와의

관계를 포기하고 내부적으로 완성된 자율적 도시를 구성하려는 특성을 보인다.

요약하면, 교외쇼핑센터의 교외성은 건물의 층위에서 다음과 같은 성격을 형성시킨다.

- i) 집합된 상점들 간의 불균질한 위계
- ii) 도시의 유사-광장 형성
- iii) 위계를 가진 단위들의 도시 계획적 구성에 의한 자율적 도시 체계

이러한 요소들에 의해 교외 건축이 지니는 '내향적 체계'의 성격을 형성하게 된다.

### 3.4.2. 근접성의 부재: 연결성의 소통

교외쇼핑센터는 대지 위에 놓이는 건물의 형상과 배치를 결정하는데 있어서 외부 도시로부터 건축물의 내부까지 어떠한 방식으로 접근하는가의 문제, 즉 경험의 시퀀스의 문제가 중요하게 대두되었다. 여기에는 사람들의 이동이 신체를 이용한 체험이외에 교통수단에 의지하여 인프라스트럭처로 매개되는 공간을 경험하게 된 근대적 기술 배경의 변화에 영향을 받은 바가 크다고 볼 수 있다. 이는 도시의 공간 간의 소통에 있어서 전통적인 도시가 근접성을 원리로 구성되었던 것이, 점차 교외에서의 네트워크에 의해 조직되는 구조를 통해 공간의 연결성이 보다 중요하게 부각되어 가는 과정이 발생하였음을 시사한다. 초기의 교외쇼핑센터는 근린커뮤니티의 부분으로서 도시를 완성시키는 부분적 요소로서의 역할이 강조되었다. 클라렌스 슈타인의 '이상적인 커뮤니티를 위한 쇼핑센터' 계획안이나 빅터 그루엔의 '194X 쇼핑센터 프로젝트'에서도 볼 수 있듯이, 초기 교외쇼핑센터는 모빌리티에 대하여 적극적인 디자인 대응이 나타나지 않은 채, 도시 공간의 경험이 보행의 연속되는 과정 속에 시설의 입지가 제안되었다. 이는 공간의 관계에 있어서 근접성의 중요성이 아직 사라지지 않았음을 의미한다.

하지만, 교외쇼핑센터가 대형화, 복합화를 통해 집합소비공간으로서의 기능이 강조되어 가면서, 신체적인 근접성에 의해 유지되는 도시 공간의 연속성에 변화가 발생하기 시작했다. 즉, 모빌리티를 지원하는 인프라스트럭처와 같이 신체를 공간과 매개하는 수단에 의해 연결되는 도시 공간이 지배적인 조건이 되면서, 공간의

경험은 연결성에 따라 좌우되게 되었다. 이는 소비 공간 경험의 단계가 ‘가로-상점’ 체계에서 ‘자동차-상점’ 체계로 변화하면서 구체화되었다. ‘가로-상점’ 체계에서 공간 조직은 안전한 보행 시퀀스를 구성하는 것을 목적으로 했으나, ‘자동차-상점’ 체계를 받아들여지게 되는 것은 교외쇼핑센터가 효율적으로 작동하는 인프라스트럭처와의 연결성을 더욱 강조하게 되었다는 것을 의미한다. 체계 변환의 과도기적 단계에서 자동차 환경으로부터 보행자 경험 환경의 안전함을 확보하기 위한 ‘enclave’<sup>108)</sup>와 같은 요소의 고안은 모빌리티의 수용 문제를 의식하기 시작했음을 의미하며, 모빌리티와 보행 공간의 외부 도시와 연속성을 동시에 유지하려고 했다.

모빌리티를 지원하는 인프라스트럭처의 급성장<sup>109)</sup>은 교외인의 이동거리를 확장시켰고 교외쇼핑센터의 대형화로 연결되었다. 즉, 교외쇼핑센터의 스케일은 보행자로부터 교통의 스케일로 전환되게 되었다. 이로 인해, ‘자동차-상점’체계가 지배적인 계획 개념으로 등장하게 되었고, 내향적 구성이 본격화되었다. 노스랜드쇼핑센터의 사례에서 분명하게 드러났듯이, 교외쇼핑센터의 공간 배열은 쇼핑이 발생하는 내부 영역과 이를 지원하는 인프라스트럭처의 영역이 확연하게 구분되는 특징을 나타낸다. 내부성의 강화는 교외쇼핑센터 내에서, 외부 도시와의 시퀀스로서 존재했던 공간의 경험을 대체하는 요소로서 ‘몰(mall)’이라는 유형의 등장으로 연결되었다. 이는 교외쇼핑센터와 외부 환경과의 경계 공간이 지닌 경험적 측면에서 중요성이 축소되고, 도시 경험이 모빌리티라는 신체와 환경을 매개하는 수단에 의존하게 되는 과정을 설명해준다.

위와 같은 과정을 거치면서, 인프라스트럭처의 층위에서 건축의 교외성은 다음과 같이 형성된다.

#### i) 경계 공간의 의미 축소

108) ‘enclave’는 클라렌스 슈타인이 LA의 휘티어대로(Whittier Boulevard) 쇼핑센터 계획 안을 통해 제안한 것으로 모빌리티 공간으로부터 보행의 안전한 환경을 만드려는 시도를 담아내는 교외쇼핑센터의 구성요소이다.

109) 아이젠하워 정부가 1956년 제정한 “연방지원 고속도로건설 법안(Federal Aid Highway Act)”이 큰 영향을 미쳤다. 역사상 최대의 토목사업으로서 250억 달러를 투자하여 66,000km 길이의 고속도로를 건설하였다. 자세한 내용은 미국 내무부의 ‘내셔널아틀라스’ 사이트를 참조. ([http://nationalatlas.gov/articles/transportation/a\\_highway.html](http://nationalatlas.gov/articles/transportation/a_highway.html))



- ii) 외부 경험을 대체하는 ‘몰(mall)’ 공간 등장
- iii) 인프라스트럭처를 통한 공간의 연결성 강조

이러한 요소들이 건축과 도시의 관계에 있어서 ‘연결성의 공간’이 강조되는 성격을 형성하게 된다.

### 3.4.3. 맥락의 부재: 장소의 모사

교외쇼핑센터가 표상하는 이미지는 교외의 형성 원인과 관련이 깊다. 앞선 장에서 살펴본 바와 같이, 교외는 직주분리의 관계를 모빌리티에 의해 원거리로 연결하면서 존재했다. 직주분리에 의거한다는 것은 도시에 근무지가 존재하고, 이곳으로 통근하기 위한 노동자들의 통근교외로서 교외가 기능하였다는 뜻이다. 통근자들을 위한 도시로서 교외는 주거와 소비에 특화되는 성격을 띠게 되었다. 따라서, 교외는 전통적인 도시 공간 형성에 중요한 요인으로 취급되어온 맥락적 조건인 역사, 기억, 지역문화 등과는 전혀 다른 소비, 스타일, 경제성 등의 새로운 계획 기준을 통해 형성되었다. 이 때문에, 교외를 ‘결여태’의 개념으로 설명하기도 한다.<sup>110)</sup> 결여태라는 교외의 장소적 특성은 교외쇼핑센터에 장소만들기의 역할을 부여하였다. 이는 교외에 결여하는 부분들을 교외쇼핑센터를 통해 재현하는 것으로서 구체화되었다. 돌로레스 헤이든도 이러한 재현의 기능에 주목하여, 이것이 목적했던 바를 “memory point”로서 기능하는 랜드마크가 되는 것이었다고 설명했다.<sup>111)</sup> 주로 공공의 이용이 집중되는 부분에서 쇼핑센터의 중성적인 이미지를 감

110) ‘결여태’로 설명되는 교외 도시를 기술하는 관점은 와카바야시 미키오의 교외의 사회학 중에서 2장인 “입장없는 장소”를 참조한다. 若林 幹夫, 『郊外の社会学—現代を生きる形(ちくま新書)』中 ‘この立場なき場所’, 筑摩書房, 2007

111) "교외쇼핑센터 개발업자들은 장소와 관계없이 대형공간을 만들기 위해 세워진 쇼핑센터건물의 거대한 스케일과 중성적인 이미지를 감추기 위해 공공의 이용이 집중되는 입면에 빅토리안의 양식을 흉내내거나 하여서 마을의 이미지를 표상하려고 했다. 이때 키치적인 소품들이 사용되기도 하는데, 요트나 기차와 같은 것들이 부가되기도 했다. 이러한 방식이 목적하였던 것은 “memory points”로 기능하는 랜드마크가 되어서, 쇼핑객이 장소를 의미있게 인지하길 바랬던 것이다." Hayden, Dolores. Building Suburbia: green fields and urban growth,

추고, 전통적인 양식이나 마을의 이미지를 표상하여, 쇼핑객에게 쇼핑의 장소를 의미있게 인지하도록 만들려고 했던 것이다. 앞선 절의 분석에 의하면, 이러한 재현의 대상은 도시의 공공장소, 도시 문화의 이벤트, 다운타운 가로의 밀집 환경 등의 세 가지로 구분되어 나타났다.

초기의 교외쇼핑센터에서 건축물이 표상하는 바는 주로 양식적인 차원에서 드러났다. 컨트리클럽플라자나 웨이커스퀘어에서 볼 수 있듯이, 모사의 대상이 되는 이미지는 주로 남부유럽의 전통마을의 타운스퀘어를 떠올리는 양식적 요소의 차용으로 표현되었다.

이렇게 노스탤지어로서 표현되는 교외쇼핑센터의 이미지는 투사의 건축요소가 외부의 형태를 만들고 치장하는 장식적 요소로부터 ‘몰(mall)’ 공간으로 변화하면서 새로운 양상을 드러낸다. 이는 교외쇼핑센터를 통해 교외 커뮤니티의 공동체 감각을 고양시키려던 당시 사회개혁가적 관점을 지닌 건축가들에 의해 주도되었는데, 이들은 미국 전통 마을에 존재하는 ‘빌리지 그린’의 이상을 ‘몰’ 공간 속에 담아내려 했다.

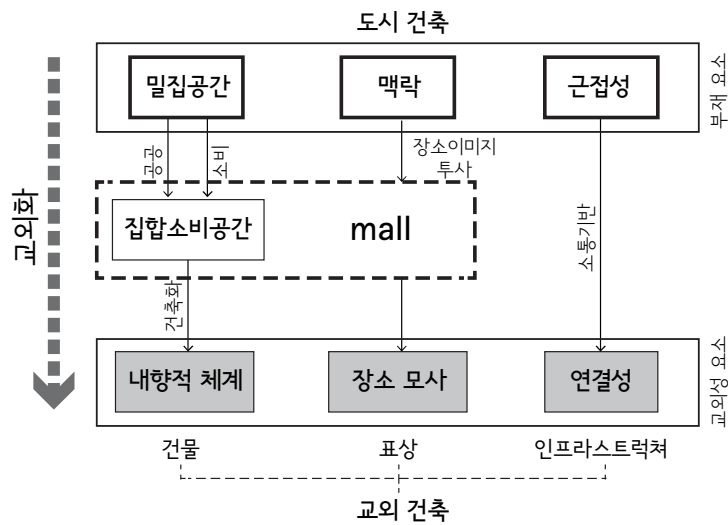


그림 3-38 도시 요소의 부재에 대한 건축적 대응으로 나타나는 교외성의 관계 다이어그램

1820-2000, Vintage Books, 2004, pp.176~177

전후의 소비문화의 폭발적인 성장은 교외쇼핑센터가 새로운 표상의 대상을 가지도록 이끄는데, 그 원인은 교외가 부재한 것을 전통 도시의 근린을 만드는 요소로부터 찾던 것에서, 그 대상을 대도시의 밀집 환경으로 관점이 이동되는 것에서 연유하는 것으로 볼 수 있다. 쇼핑센터 내부의 ‘몰’ 공간은 외부 도시의 부재의 풍경으로부터 등을 돌리고 도시적인 밀집의 환경을 이끄는 ‘분위기’ 연출에 디자인의 초점이 맞추어지게 되었다. 이는 도시의 감각을 조성하는 요소들을 모사하여 인공적인 장소성을 만들거나, 도시의 이벤트를 수용할 수 있는 세팅을 수용하여 문화적인 측면에서 모사의 대상을 찾았다. 즉, 교외쇼핑센터는 도시의 모사를 통해 장소성을 인공적으로 조성하면서 집합소비공간으로서 존재하게 되었다.

이상과 같이, 교외 건축은 ‘표상의 층위’에서 다음과 같은 계기들을 통해 교외성을 형성하게 되었다.

- i) 장소를 만들기 위한 대중적 이미지의 재현
- ii) 공공장소의 변형으로서 집합소비공간
- iii) 도시의 밀집 환경 재현

맥락이 부재하는 환경 속에서 건축은 ‘모사’를 통해 장소를 인공적으로 조성했으며, 이는 건축의 교외성을 표상의 층위에서 드러내는 것으로 볼 수 있다.

### 3.5. 소결

교외화는 공공공간과 소비공간을 도시에서 드러나던 형식으로부터 변형하여 집합소비공간이라는 새로운 양태로 만들었다. 여기에는 교외의 공동체적 구조의 결여로 인한 집합적 공간의 특성과 주거와 소비라는 기능에 한정되어 이루어진 교외의 특수한 상황이 영향을 미친 것으로 볼 수 있다.

이렇게 형성된 집합소비공간은 교외인의 정체성을 규정하는 라이프스타일이 요구하는 일종의 이상적 환경으로 존재하는 것이었는데, 교외쇼핑센터는 이러한 집합소비공간이 건축화되는 과정에서 성립된 시설이라고 볼 수 있다.

교외쇼핑센터의 계획론이 활발하게 논의되던 20세기 중반 매체를 중심으로 건축 실무자와 학자들의 관점을 보면, 교외쇼핑센터에는 물리적 실체를 이루는 건물에 더해서, 건물과 환경의 관계를 연결짓는 인프라스트럭처와 인공적으로 장소를 만들기 위한 표상의 요소들이 동시에 관여하는 것을 볼 수 있다. 이는 전통적인 도시의 건축에서 다루지 않던 교외의 건축에서만 나타나는 특징적인 현상으로 볼 수 있다. 따라서, 건축이 도시성과 상대되는 개념으로 교외성을 형성한다면, 앞서 말한 세 가지 층위를 살펴보는 것이 중요한 것으로 보았다.

또한, 교외의 형성 과정에서 중요하게 개입되는 조건은 전통적인 도시를 이루었던 요소들이 부재하는 상황이라는 점이다. 이는 전술한 것처럼, 도시의 밀집공간, 지역의 토대를 이루는 맥락, 근접성을 기반으로 하는 소통 공간의 부재라고 볼 수 있다. 따라서, 건축의 교외성은 이러한 부재의 요소들에 대한 건축적 대응 속에서 형성한다고 볼 수 있다.

이에 따라, 교외쇼핑센터를 통해 드러나는 건축의 교외성은 다음과 같은 성격을 통해 규정된다. 우선, 소비를 통해 공공이 공유공간처럼 사용하게 된 교외쇼핑센터는 자연스럽게 교외에 부재하는 밀집공간의 역할을 수행하게 되었다. 이때 상점의 군집으로 교외의 중심적 공간을 조성하려는 시도는 점차 내부에서의 쇼핑객 흐름이 만드는 밀집된 스펙타클을 강조하는 방향으로 전개되었다. 이는 집합소비공간으로서 교외쇼핑센터가 경제적 효율성이라는 시설의 본래적 목적과 공공공간이라는 부가적 목적이 절충되는 과정으로 볼 수 있다.

또한 인프라스트럭처를 통해 모빌리티가 공간을 경험하는 수단이 되는 교외는 전통적인 도시에서 공간의 소통을 이루었던 근접성을 희박하게 만들었다. 이러한 조건이 건축화된 교외쇼핑센터는 물류와 쇼핑객의 흐름과 같이 모빌리티가 공간의 주체가 되는 디자인을 지니게 된다. 이는 공간의 소통방식을 신체적인 경험을 근거로 하는 근접성에서 인프라스트럭처에 의존하는 연결성으로 대체하는 교외적 특징이 구현된 것으로 볼 수 있다.

그리고, 교외쇼핑센터의 몰 공간은 교외의 사회가 필요로 하는 이미지가 투사되는 장소의 역할을 했다. 몰을 통해 교외쇼핑센터가 표상하였던 바는 점차 커뮤니티의 공동체에 이바지하는 공공적 삶의 장소로부터 소비 행위로 동질의식을 공유하는 대중을 위한 집합소비공간으로 변모하는 과정을 보여준다. 이는 장소성을 형성하는 문화적 역사적 맥락이 부재하는 교외에서 건축은 장소를 만들기 위해 무언가를 표상하여 인공적으로 장소의 감각을 만드는 성격을 띄게 되었음을 의미하는 것이다. 이러한 성격은 장소적 맥락이 분명하게 존재하여 설계행위를 통해 이러한 맥락이 중요하게 연관되는 도시의 건축이 아닌 맥락이 부재하는 교외의 건축에서 형성되는 특징으로 볼 수 있다.

## 제4장 복합도시건축의 교외성

앞선 논의에서 살펴보았듯이 교외 건축은, 단지 모빌리티 기술을 기반으로 확장된 장소에 인프라스트럭처의 네트워크를 통해 존재한다는 입지 조건의 차이만으로 규정되는 현상이 아니다. 교외 건축이 드러내는 독자적인 속성에는 그러한 위치적 차이를 넘어서는 함의를 그 이면에 지니고 있다. 다시 말해, 근대사회를 형성한 기술적, 문화적 배경에 기반하여 형성된 교외의 발생적 특이성은 교외 건축에 있어서 도시 건축과 구별되는 독자적인 성격을 부여해나갔다. 이는 교외화의 두드러지는 배경요인인 모빌리티와 소비문화의 제도를 유형화시킨 교외쇼핑센터라는 새로운 빌딩타입의 형식을 정립하는 실험과정을 통해서 분명하게 구체화되는 바가 있다고 볼 수 있다. 이는 건축의 다층적인 측면을 통해서 발현되는 ‘교외성’이라고 개념화한 바 있다.

이 장에서는 교외에서 형성된 건축의 ‘교외성’이 어떠한 과정을 거쳐서 교외와 대조적인 맥락적 조건을 지니고 있는 도시 환경 속에 전이되어 나타나게 되었는지 살펴볼 것이다. 여기에는, 70년대 다운타운의 도시건축과 라스베이거스에서 나타난 복합상업시설이 교외건축 언어를 도시 환경 속에 전이한 선례로서 역할하였다고 할 수 있다. 전이 과정은 대도시 공간 환경 속에 교외건축의 언어가 내재되는데 관여했기 때문에 중요하게 다루어야 될 필요성이 있다. 이러한 논의를 통해, 복합도시건축에 내재된 교외건축의 언어가 도시 안에서 교외성을 발현시키는 특징적 양상을 분석할 것이다.

### 4.1. 복합상업시설: 교외건축의 변용

교외쇼핑센터에서 발현되는 건축의 교외성은 앞선 장에서 살펴본 바와 같이, 특정한 도시 구성 요소의 부재라는 교외의 성립 조건에 대한 건축적 대응으로 나타났다. 이때, 건축의 교외성은, 내향적 체계, 연결성의 소통 공간, 모사된 장소로 대

변되는 특징적인 양상으로 발현되는 것을 알 수 있었다.

이 절에서는 교외라는 맥락에서 형성된 건축의 교외성이 대조적인 도시 상황을 지닌 대도시의 공간 환경에 내재될 수 있었던 원인을 살펴볼 것이다. 이 과정에는 전이 단계로 작용했던 선례들이 중요한 역할을 수행했다고 볼 수 있다. 이 선례들은 교외와 도시의 다운타운에서 동시에 발견된다. 교외는 테마파크와 브랜드 환경의 영향으로 촉발된 쇼핑센터의 유형 변화를 관찰할 수 있으며, 도시의 다운타운에서는 교외 공간의 이미지를 투사한 새로운 유형의 공공공간들이 등장하는 현상을 통해 나타나고 있다.

#### 4.1.1. 다운타운의 교외화

##### (1) 아트리움: 교외 공간의 이미지

건축의 교외성이 도시로 전이되는 현상을 살펴보기 위해서는, 그 배경으로 전후 교외 개발 이후 도시와 교외가 가지고 있던 관계에 대해서 지적해야 할 필요가 있다. 도시 중심과 교외의 관계에 대한 다양한 작업과 글들을 남긴 댄 그래햄(Dan Graham)의 견해를 빌리면, 전후에 교외가 형성되었을 때 교외는 도시의 거주자와 노동자들을 교화시키고 문명화시키는 장소의 역할을 수행하였다. 이는 교외가 자연의 이미지와 거주지 장소를 이상적으로 합치시켜, ‘믿을만한 장소(authentic place)’로서 자리잡게 되었음을 의미한다. 댄 그래햄은 이때 교외인들은 오히려 도시를 다듬어지지 않은 거친 야생의 환경으로 인식하고, 도시 중심은 사회적인 삶을 누릴만한 장소로서의 신용을 점차 잃게 되어간다고 서술한다.<sup>1)</sup>

이는 교외와 도시의 관계에 역전이 발생했음을 의미하는데, 개척의 대상이었던 교외가 사회적으로 공감대를 형성하는 보편적인 거주지 지역이 되고, 도시의 중심은 안전을 보장할 수 없는 혼잡하고 불안정한 장소로서 개발을 통한 조절이 필요한 곳으로 인식되었다.

이러한 배경 속에서 1960~70년대 도시 건축의 중요한 과제 중 하나는 교외로

---

1) Dan Graham, "Video View of Suburbia in an Urban Atrium" in Rock My Religion: Writings and Projects 1965-1990, The MIT Press, 1994, pp.242~243

빠져나간 사회적 장소의 역할을 어떻게 도시로 다시 불러들이는가에 있었음을 짐작할 수 있다. 마크 필롯은 이를 위해 등장한 도시 건축의 방법론은 교외의 특성과 신화를 수용해서 도시 중심이 안전하게 정제된 곳이 될 수 있다는 감각을 제공하여 장소적 가치를 복원하는 것이었다고 분석하고 있다.<sup>2)</sup>

그리드 시스템을 기반으로 하는 뉴욕과 같은 미국의 도시는, 공공공간을 만들기 위한 여유가 남아있지 않다. 센트럴파크나 이형을 만드는 블록의 코너부를 제외한다면, 맨하탄은 모든 블록들이 빌딩으로 가득 채워진 단순한 그리드의 도시이다. 이러한 도시 속에는 가로를 제외한다면 공공공간으로 할애될 수 있는 부분이 없다. 건축주가 도시의 공공기관, 민간기업이거나 재력을 가진 개인이든지 상관없이 건축주는 언제나 도시를 형성하는 권력의 원천이다. 나의 목표는 이러한 권력을 사용하는 것이다. 즉, 건축주의 필요로부터 비롯되는 즉각적인 목표를 달성하면서, 동시에 공공의 사용을 위한 공간을 제공하는 것을 덧붙이는 것이다. 만약 도시의 모든 건물들이 이렇게 만들어진다면, 이러한 태도는 도시에 엄청난 기여를 할 수 있을 것이다. 이것은 우리의 도시가 지니는 성격에 중요한 영향을 미칠 수 있다.<sup>3)</sup>

위에 인용한 건축가 케빈 로쉬(Kevin Roche)의 견해처럼, 교외인들을 도시로 이끌 수 있는 정제되고 안전한 환경의 공공장소는 사적인 영역에 속한 개별 건축물들 속에서 구현될 수 밖에 없었다. 이 때, 교외 건축의 공간에 익숙한 교외 통근자들을 위해 기업빌딩 내부의 공공공간에는 교외적인 특성이 나타나기 시작했다. 거대한 규모로 건설되는 기업빌딩의 공공공간 역할을 한 아트리움 공간 속에, 전통적인 로비 공간과는 다른 특성들을 통해 나타나는 현상을 몇 가지 주요한 건물의 사례에서 발견할 수 있다.

케빈 로쉬가 설계한 포드재단빌딩(Ford Foundation Headquarters)<sup>4)</sup>은 1970년대

2) Mark Pimlott, Without and Within: Essays on Territory and Interior, Episode Publishers, 2007, p220

3) Francesco Dal Co와 Kevin Roche의 대담중에서 발췌. 프란체스코달코의 질문은 “당신은 건축의 사회적 의미를 이야기 할 때 항상 Federal Reserve Bank의 기단부에 계획한 집합적 공간을 예로 들어서 설명한다. 이러한 디자인 방식은 당신의 건축에서 전형적으로 나타나는 것인데. 사회적 전망의 아이디어를 정확하게 어떻게 보고 있는 것인가?”였다. "Kevin Roche on design and Building", Kevin Roche, Rizzoli, 1985, p46

4) Kevin Roche John Dinkeloo and Associates에서 설계하여 1968년에 뉴욕 맨하튼에 완공되었



도심의 오피스 건축의 전형을 구축한 사례라고 볼 수 있는데, 여기서 흥미롭게 관찰해야할 부분은 전통적인 오피스 로비의 형식 변화이다. 포드재단빌딩의 로비는 10층의 높이를 유리로 내, 외부를 구분하며, 우거진 열대 정원이 연못들과 함께 디자인되어 자연광이 쏟아지는 거대한 내부의 아트리움을 형성한다.<sup>5)</sup> 프란체스코 달코의 설명에 따르면, 로쉬의 포드재단빌딩의 로비는 인공정원의 형식을 통해서 전통적인 오피스 건축의 로비의 형식을 대체하여, 무질서한 공간으로 규정되는 도시 외부와 온건한 질서를 지니는 사무 공간의 오피스빌딩 내부 사이에서 매개 공간의 역할을 하는 요소로 작용한다.<sup>6)</sup>

로쉬는 이 건물의 아트리움을 디자인하면서 ‘강요된 전체의 집합이 아닌, 커뮤니티의 감각을 획득하기 위해 만든 것’이라고 강조하는데, 이에 대해 비평가인 폴 골드버거(Paul Goldberger)는 사적 영역과 공적 영역사이의 흥미로운 모호함이라고 평가기도 했다. 이처럼, 도시의 오피스빌딩이 지닌 아트리움 공간은 교외 통근자들에게 집과 같은 감각을 불러일으키면서, 아트리움을 둘러싼 개별 오피스 공간

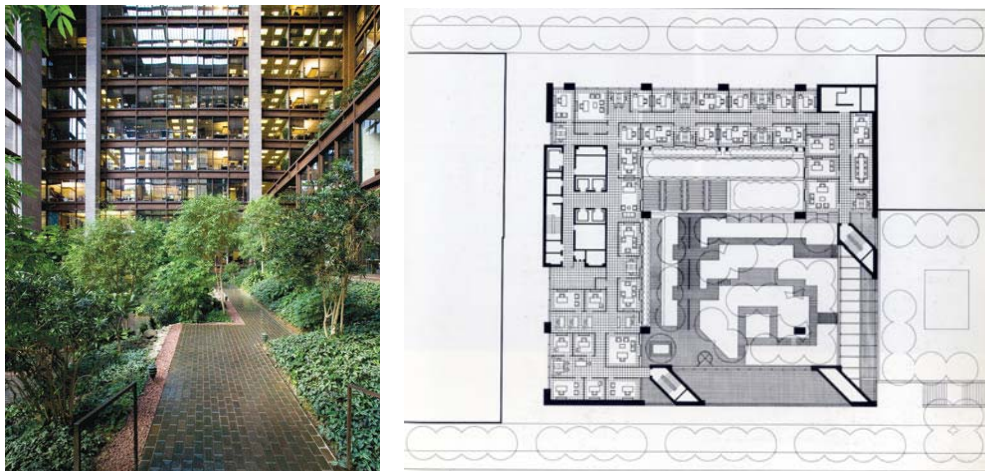


그림 4-1 포드재단빌딩 아트리움의 (좌)인공정원과 (우)지상층 평면도. Kevin Roche.

다.

5) Mason Currey, "Rediscovered Masterpiece: The Ford Foundation", Metropolis 28, no.5 (December 2008), pp.95~101

6) Francesco Dal Co, "Introduction Kevin Roche", Kevin Roche, Rizzoli, 1985, p8

을 통해 사적인 감각을 얻을 수 있는 장소가 되었다. 로쉬의 표현을 빌리자면, 이러한 아트리움은 거실(living room)과 같은 역할을 지향하며 계획되는 것이다.<sup>7)</sup> 로쉬는 포드재단빌딩을 통해 공공공간의 모호함에 대하여 작업하려고 했다고 서술하는데, 프램튼은 이러한 모호한 성격을 지닌 오피스 빌딩의 아트리움 공간에 대하여 사람들이 모여서 교류하며, 사색할 수 있는 공공공간으로서의 기능을 위한 디자인이 부족하다고 비판했다.<sup>8)</sup> 하지만, 이는 전통적인 공공공간이라는 개념적 틀에 기대서 바라보는 관점이 지닌 한계점으로 여겨진다.

반면에, 비슷한 시기의 뉴요커(New Yorker)지에서 비평가인 엘런 템코(Allan Temko)는 포드재단빌딩의 아트리움을 ‘완전히 새로운 종류의 도시 환경’이라고 평하면서, 도시 공간의 새로운 유형의 도래를 인지하였다. 앞서 언급한 것처럼, 도시의 아트리움은 공적공간과 사적공간의 모호한 영역이라는 골드버거의 견해를 떠올리면, 포드재단빌딩의 아트리움은 도시의 공공공간에 대한 개념을 확장하도록 요구하는 사례로 보는 관점이 보다 의미있어 보인다.

이러한 새로운 종류의 공공공간이 지닌 모호한 특성은 교외쇼핑센터의 내부에 형성되는 공공적 성격을 지닌 몰 공간이 주는 감각과 유사하다. 포드재단의 부사장인 데이빗

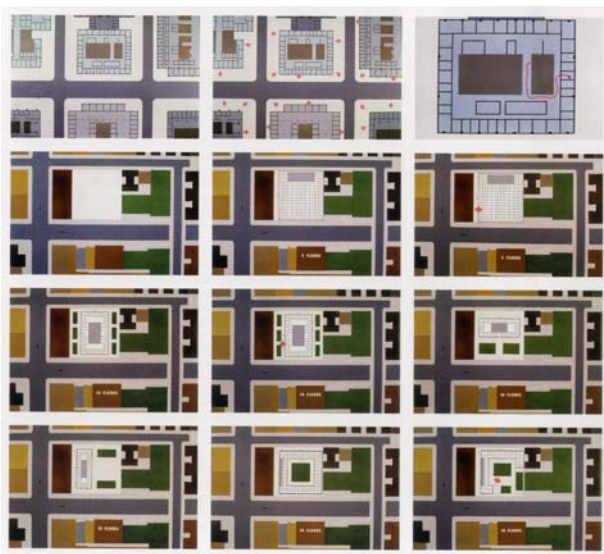


그림 4-2 도시의 공공공간으로 오피스 빌딩의 아트리움을 확장하는 디자인을 설명하는 케빈로쉬의 포드재단빌딩 프레젠테이션 슬라이드들 (출처: Metropolis 28, 2008)

7) Olga Pantelidou, "Designing for the Workflow", Kevin Roche: Architecture as Environment, Yale University Press, pp.103~107

8) Mason Currey, "Rediscovered Masterpiece: The Ford Foundation", Metropolis 28, no.5 (December 2008), pp.95~101

치엘(David Chiel)은 이 건물의 아트리움 공간에 대해서 “출장을 마치고 건물로 돌아올 때, 언제나 집으로 돌아오는 감정을 느낀다.... 비록 거대한 건물의 거대한 스케일의 아트리움 공간이지만, 나는 이곳에서 휴먼스케일을 느낀다.”<sup>9)</sup>라고 서술하는데, 이러한 점은 교외쇼핑센터와 같은 공간의 경험에 익숙해진 사용자들에게 휴먼스케일의 의미가 변화하고 있음을 유추해볼 수 있다.<sup>10)</sup> 즉, 오피스빌딩의 거대한 아트리움은 전통적인 공공공간의 전체성이 결여되면서, 사적인 개인이 집합되어 있다는 감각을 전해주면서, 이 로비 공간은 기업의 소유물로서 민간의 시스템으로 작동하는 공공적으로 사용되는 공간이라는 점에서 교외쇼핑센터의 공공공간이 지닌 성격과 동일하다고 볼 수 있다.

이와 같이, 포드재단빌딩이 확립한 오피스빌딩의 전형적 유형은 오피스 내부와 가로 공간의 전통적인 관계를 뒤바꾸어서, 공공공간을 내부에 담는 특징을 지닌다. 이 내부의 공공공간은 실내 공원의 기능을 하는 인공정원으로 디자인되는 경향이 주를 이루는데, 이러한 실내의 이미지는 자연 그대로의 모습이 담긴 야생의 이미지도 아니고, 이전의 백화점과 같은 곳에서 발견되던 이국적인 온실의 이미지도 아닌, 세련되게 다듬어진, 조절된 가든의 이미지이다. 즉, 교외가 이상적으로 그렸던 자연의 이미지를 도시의 한가운데 불러와서 내부화하는 것으로 볼 수 있다.

교외성을 도시로 전이하는 역할을 하는 기업빌딩의 아트리움 공간은 휴 스티빈스(Hugh Stubbins)가 설계한 씨티코프(Citicorp)의 뉴욕 본사 사옥에서도 볼 수 있다. 스티빈스에 따르면, 씨티코프빌딩의 아트리움을 통해 구현하고자 했던 것은 앞서 로쉬가 지적한 것처럼, 도시에 구조적으로 부족하게 존재하는 공공적 삶을 지원하는 장소였다. 스티빈스는 이러한 전통적인 도시 활동을 도시 중심에서 발생시키기 위해서는 아트리움에 카페와 같은 시설이나, 런치타임 콘서트와 같은 공연이 열릴 수 있도록, 교외쇼핑센터의 성격을 디자인에서 활용하였다고 한다.<sup>11)</sup> 그

9) Mason Currey, op. cit., pp.95~101

10) 이러한 고층 오피스빌딩의 대형 로비 공간을 통해서 일반적인 로비 공간을 확대하고 강화하여 과장된 감각을 불러 일으키려고 한다. 도시안의 도시로서 고층 오피스 빌딩을 다루려는 로쉬의 태도는 단일한 건물로서 빌딩의 독자성을 강조하려는 것의 일환으로 볼 수 있다. Francesco Dal Co, "Introduction Kevin Roche", Kevin Roche, Rizzoli, 1985, p12

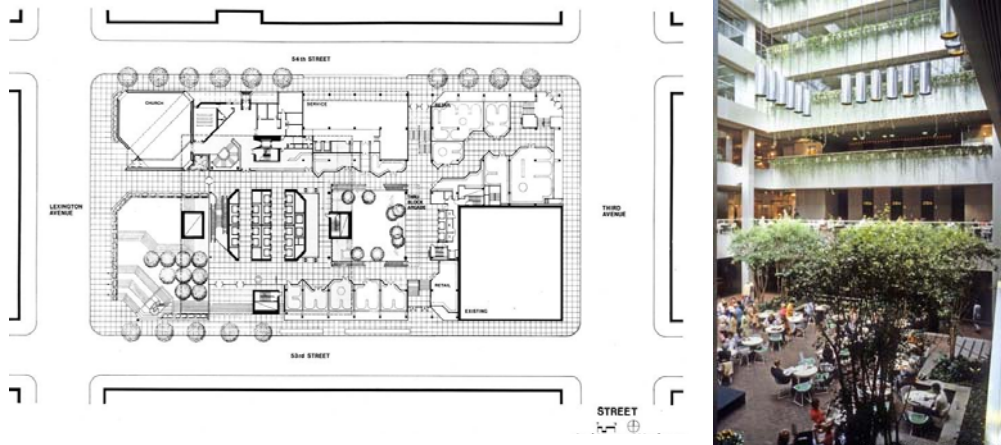


그림 4-3 씨티코프빌딩의 진입층 평면도와 아트트리움 전경

렇기 때문에, 씨티코프의 아트트리움 내부 공간은 교외에서 공공공간으로 사용했던 교외쇼핑센터의 몰 구성과 매우 유사한 측면을 보이고 있다. 예를 들어, 파티오와 같은 휴식영역과 사인을 전면부에 부착한 상점들, 나무 조경, 차양을 지닌 통로공간 등과 같은 요소들이, 식재의 방식이나, 가구와 같은 기물 요소들과 함께 공존하면서 교외 공간의 이미지를 더욱 강화하고 있다. 이렇게 씨티코프의 아트트리움 공간에 교외쇼핑센터의 언어를 사용하는 것은, 대다수의 사용자들이 교외 통근자들이기 때문에, 이들에게 보다 가독성있는 공간을 만들기 위한 해법 중 하나이기도 했다.<sup>12)</sup>

하지만, 도시 건축에 대한 이러한 접근 방식에 대해서 비판적인 견해도 존재하였다. 조셉 리퀴트(Joseph Rykwert)는 그 이유에 대해 씨티코프 빌딩의 아트트리움은 교외쇼핑몰의 단순하게 하부 카테고리에 속하는 유형으로 보이며, 그렇기 때문에 아트트리움의 내부공간은 배타성을 지니게 되었다는 비판적 견해를 드러냈다.<sup>13)</sup> 또한, 기업빌딩의 아트트리움은 교외쇼핑센터의 몰 공간이 지니는 교외 공공공간의 특성을 공유하는 측면이 있다고 볼 수 있는데,<sup>14)</sup> 이 아트트리움이 도시에 제공하는

11) Mark Pimlott, *Without and Within*, Episode Publishers, 2007, p216

12) Mark Pimlott, *op. cit.*, p217

13) Joseph Rykwert, *The Seduction of Place*, Oxford University Press, 2000, p217

14) Lisabeth Cohen, "Is There an Urban History of Consumption?" in *Journal of Urban History*,

거대한 공공공간은 내부성을 통해 외부 세계인 도시로부터 단절시키는 경향이 있었다. 따라서, 리퀴트가 지적인 배타성을 지니는 도시 건축의 내부공간은 교외성이 도시로 전이되는 과정에서 생성된 것으로 볼 수 있다.

내부화된 공공공간 혹은 인공적으로 조성된 정원을 아트리움 형식을 통해 오피스 빌딩과 같은 대규모 건축물의 로비로 사용하는 방식은 앞서 살펴본 건물들뿐 아니라, 이에 영향을 받은 이후의 다른 용도를 지닌 도심의 대규모 건축물들의 전이 공간 디자인에서 전형적인 언어로 등장하게 되는 현상을 발견할 수 있다. 존 포트만(John Portman)이 설계한 일련의 호텔 건축은 그 연장선상에서 도시의 실내화되는 공공공간의 내향적 체계를 더욱 강화하는 또 다른 특성을 보여준다. 포트만이 설계한 아틀란타의 하얏트 리젠시 호텔(Hyatt Regency Hotel)의 경우를 보면, 이 프로젝트에서 건축가에게 요구되었던 것은 도시의 환경에 대하여 불신하는 교외인들과 도시 주변부 거주자들의 관심을 이끌 수 있을 만한 랜드마크의 역할을 하는 도심의 사이트에 호텔을 설계하는 것이었다.<sup>15)</sup>

이를 위해 포트만은 관습적인 호텔설계로부터 벗어나서 거대한 내부의 아트리움을 디자인하였다. 건축가는 하얏트 호텔의 아트리움을 220피트 높이의 대공간으로 디자인하고, 내부에서는 수직으로 왕복하는 유리 엘리베이터가 역동적인 장면을 만들도록 설계하였다. 이것이 의도하는 바에 대해서 포트만은 “아트리움의 모든 것들을 시각적 흥분(visual excitement)을 위해 설계하였다.”고 서술하고 있다.<sup>16)</sup> 즉, 포트만의 아트리움은 앞서 살펴본 오피스 건축의 교외적 성격에 더해, 스펙타클로서 기능하는 내부공간을 구상하였다. 즉, 압도적인 스케일이 주는 현기증날 만큼 화려하게 높은 공간과 반사율 높은 재료를 이용한 표면 등을 통해서, 방문자로 하여금 내부의 공간이 전달하는 스펙타클에 몰입하도록 유도하는 한편으로 거대한 내부를 형성하는 아트리움과 외부 도시와의 연계는 극도로 제한하고 있다.<sup>17)</sup> 이러한 포트만 스타일의 아트리움 공간의 특성을 ‘감금의 분위기(atmosphere

---

vol.29 no.2 (Jan 2003), pp.98~99

15) Paul Goldberger, "The Architecture of John Portman", Rachel Bohan, Kelly Morris eds., John Portman : art and architecture, High Museum of Art/University of Georgia Press, 2009, p12

16) Paul Goldberger, op. cit., p12

17) Rem Koolhaas, "Atlanta", S,M,L,XL, 010 Publishers, 1995, p841





그림 4-4 'atmosphere of captivity' 의 주제가 반복되는 포트만 스타일의 아트트리움:  
(좌로부터) 하얏트리젠시 샌프란시스코, 하얏트리젠시 아틀란타, 웨스틴 보나벤처

of captivity)<sup>18)</sup>라고 표현하는 경우도 있는데, 도시 주변 조직과의 관계를 포기하면서, 내부의 조직을 강화하는 포트만 방식의 설계가 지닌 특징을 일컫는 것으로 볼 수 있다. 이렇게 도시 외부를 평범한 일상의 세계로 두고, 내부의 아트트리움 공간의 스펙타클이 이를 대체하여 대조적인 세계를 만드는 설계 방식은 이후의 대형 건축물의 실내공공공간 설계에 큰 영향을 미치게 된다.

이처럼, 교외쇼핑센터의 내부화된 도시가 만드는 내향적 체계는 도시라는 상반되는 맥락 속에서, 대형건축물들의 아트트리움 공간을 통해 드러나고 있음을 볼 수 있다. 이러한 현상이 발생하게 된 것은 앞서 지적하였듯이 1960~70년대를 거치면서, 미국의 교외 개발이 절정기에 다다르면서 황폐화된 도심의 환경을 되살리기 위해 교외에 거주하는 사람들의 라이프스타일에 적합한 공간을 도심에 어떻게 조성할 것인가의 문제가 중요하게 남겨졌기 때문이다. 즉, 교외인들에게 도시는 혼잡하고 불안정한 장소로 인지되면서, 건축이 이에 대한 안식처를 도시에 제공해주는 것이 공통된 지향점이었다. 이때, 대형건축물의 아트트리움은 교외의 익숙한 건축 공간인 교외쇼핑센터와 공공공간의 형식이라는 측면을 공유하면서, 도시의 공간을 활성화하려고 시도하게 되었다.

18) Mark Pimlott, op. cit., p223

이때, 내향적 체계를 만드는 교외쇼핑센터의 공간 구성 방식이 고밀도의 도시환경 속에서 반복적으로 등장하면서, 도시 속에 건축의 교외성을 드러내게 되는 것을 발견할 수 있다. 즉, 도시의 아트리움 공간들은 외부 도시와 대조적으로 경험자들의 이목을 이끄는 스펙타클을 유지하며, 이상적인 자연의 이미지를 인공적으로 조성하여 담으려고 한 것으로 볼 수 있다. 이러한 방식들을 통해서 외부와의 분리된 세계를 내부에 구성한다는 측면을 강조하여, 내부의 공간에 이상화된 공공공간의 교외 이미지를 부여하는 교외성을 드러내고 있음을 발견할 수 있다.

## (2) 인공가로체계: 안전하고 정제된 환경

앞선 장에서 살펴본 것과 같이, 교외라는 장소가 성립될 수 있었던 것은 모빌리티 기술의 발전으로 인해 이동의 범위가 자유롭게 확장되었기 때문에 가능했던 일이다. 교외쇼핑센터는 이러한 모빌리티의 변화를 통해서 경험하는 시간과 공간이 압축되었기 때문에 성립이 가능했던 시설이었음을 지적한 바 있다. 즉, 교외에서 건축의 경험과 도시의 소통은 신체를 기반으로 하는 근접성의 원리로부터, 고속도로의 인프라스트럭처와 같은 경험의 매개체를 통해 공간의 구조를 인지하는 연결성의 구조로 변화되는 양상을 드러내고 있다고 볼 수 있다. 이러한 연결성을 통해 나타나는 교외성이 지니는 의미는 전통적인 도시 구조 속에서 가로 공간이 차지하고 있던 역할에 변화가 발생하게 된 것임을 말해준다. 다시 말해, 가로는 사람들의 교류와 갈등, 관용과 같은 공공적 삶을 상징하는 곳이었다.<sup>19)</sup> 건축의 교외성이 연결성의 공간을 이끈다는 사실은 이러한 도시 가로가 근접성의 원리에 의해 오래도록 맡아온 도시 소통의 장소로서의 역할을 건축 내부의 구조로 전이하게 되었음을 의미하는 것이라고 볼 수 있다.

1970년대 교외화로 도심이 쇠퇴하는 시기를 맞이했던 도심지역들을 통해 등장하기 시작한 다운타운의 인공가로체계는 이러한 건축의 교외성이 지니는 연결성의 구성 원리가 도심에 적용되어 도시 공간의 구조를 새로운 패러다임으로 변화시킨 과정의 일환으로 살펴볼 수 있다. 인공가로체계를 교외성이 도시화된 것으로 보는 시각이 타당하다고 생각하는 데에는 다음과 같은 이유가 있다.

---

19) Zeynep Celik, "Streets and the Urban Process", Street: critical perspectives on public space, University of California Press, 1994, p6

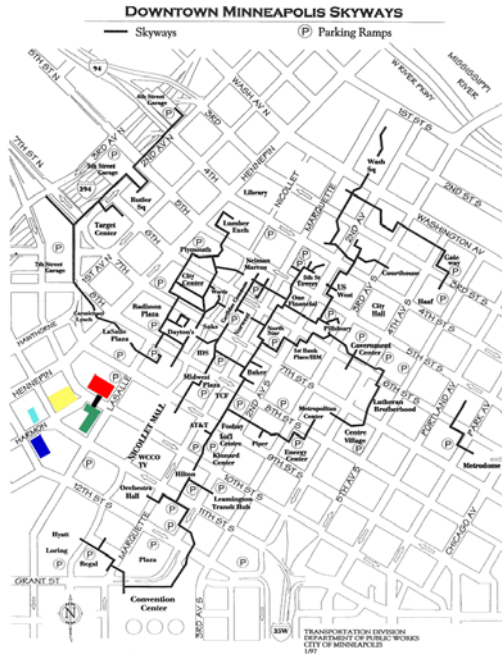


그림 4-5 인공가로체계를 구성하는  
미네아폴리스의 스카이웨이 전체 도면

우선, 이 인공가로체계는 기본적으로 사적으로 소유된 지역들이기 때문에, 내부와 외부를 구분짓는 분리와 배제의 원리가 작동하는 체계이다. 그리고, 이는 기존의 도시구조와 무관하게 개별 건물을 소유한 기업들의 이윤창출을 위한 구조로 이루어지기 때문에, 이 인공가로체계 속의 경험자는 기업들의 경제권 속에 속하는 소비자가 된다. 트레버 바디(Trevor Boddy)에 의하면, 이러한 경제적 효과를 성공적으로 이루어내기 위해 인공가로는 교외생활에 적응된 세대들에게 익숙하고 편안한 환경이면서, 소비 공간으로 최적화된 교외쇼핑센터의 공간 구조를 모사하는 경향이 있었다고 설명하고 있다.<sup>20)</sup>

이러한 연결성이 구현된 공간의 사례로 미네아폴리스(Minneapolis)의 스카이웨이(Skyway)를 들 수 있다. 스카이웨이는 1959년에 미네아폴리스 중심부 계획(Central Minneapolis Plan)에서 처음 제안된 이래로, 교외쇼핑센터<sup>21)</sup>의 실험을 통해 실내물 공간의 성공적 정착을 확인한 이후에, 본격적으로 건설되기 시작했다. 이 인공적인 공중보행가로 체계를 구축하는 스카이웨이는 모빌리티의 혼재로 환경이 악화되는 도심의 환경 속에서, 차량과 보행의 공간 구조를 분리하여, 이동의 효율성과 쾌적함을 얻기 위해서 고안된 것이었다. 스카이웨이의 네트워크 속에는 IDS

20) Trevor Boddy, "Underground and Overhead: building the analogous city", Variations on a Theme Park, Hill and Wang, 1992, p124

21) 1956년 최초의 실내쇼핑몰을 지닌 교외쇼핑센터인 사우스데일(Southdale) 쇼핑센터가 완공된 지역도 미네아폴리스의 교외지역이었다.





그림 4-6 (좌)인공가로체계가 도시를 대체할 수 있도록 조성된 IDS 센터의 실내광장 (우)IDS 센터와 스카이웨이의 연결을 보여주는 평면도

센터의 크리스탈 코트(Crystal Court)와 같은 도시의 공공공간 역할을 하는 실내공공공간이 포함되는 것을 볼 수 있다. 이러한 사실은 인공가로체계는 단순히 안전한 보행 통로를 도심 속에 조성하는 것 이상의 파급효과를 지니면서, 전통적인 도시 외부공간이 맡아온 가로 역할의 대체하는 효과를 가지게 되는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

이에 대해 다음과 같은 서술을 보면,

두 개의 스카이 웨이가 가로 위를 가로 지른다. 그리고, 세 번째 다리가 시티센터와 연결되기 위하여 지어지고 있다. 공중에 이러한 보행다리들을 건설하는 것은 가로 공간을 본질적으로 변화시킨다. 그 가로가 아무리 평범한 곳이라고 하더라도, 보행네트워크 안에서 가로를 내려다 보는 것은 우리가 도시 공간의 구조를 인지하기 위해서 매우 중요한 방식이다. 다운타운 가로 위에 건설되는 스카이웨이 연결의 급증은 이러한 공간의 인지를 방해한다. 그리고, 가로에서의 공간 경험을 변화시킨다.<sup>22)</sup>

위의 인용문에서 지적하는 도시 공간의 인지는 전통적인 도시 소통의 원리인 근접성에 기반하는 것을 일컫는 것으로 볼 수 있다. 이 근접성의 원리에 근거한 도시의 인지를 스카이웨이가 방해한다는 것은, 인공보행통로가 네트워크를 중시하여 목적지 사이의 연결성의 원리로 구성되면서 물리적인 도시 구조의 전체를 경

22) Sam Bass Warner Jr, "The Liberal City", Design Quarterly, No.129, 1985, p21

협자들이 인식하기 어렵다는 것을 지적하는 것이다. 즉, 이러한 특성은 모빌리티의 연결 관계로 환원된 교외건축이 지니는 특성의 일면이 도심의 다운타운에서 재현되고 있는 것으로 해석할 수 있다.

이러한 연결성으로 나타나는 교외성의 일면은 본질적으로 도시의 공간을 분리하여 다층화시키는 특성을 띤다. 이에 대해서는 다소 비판적인 견해가 많이 있었는데, 트레이버바디는 도시의 불안전함에 대해서 스카이웨이가 의도치 않게 정제된 안전한 피난처와 같은 역할을 하면서, 스카이웨이를 통해 대중의 두려움이 건축적으로 재현된 것이라고 언급했다.<sup>23)</sup> 이렇게 도시 속에서 내부에 포함되는 것을 통해 보호받고 지지받는 안전함을 느끼고, 네트워크의 외부에 놓이는 것에서, 노출되고 고립된 상태에 놓인 불안전함을 느끼는 것은 교외건축이 미지의 환경 속에서 사회적인 안식처를 만들려고 동원했던 건축적 수법들이 도시로 전이되어왔음을 이해할 수 있는 배경이 되고 있다. 이에 대해, 건축가 자클린 로버트슨(Jacquelin Robertson)은 “스카이웨이가 도심을 교외화하는 현상의 연속이며, 다운타운을 사유화”하는 것이라고 지적하기도 했다.<sup>24)</sup>

유사한 사례를 더 살펴보면, 캘거리(Calgary)의 플러스피프틴(Plus Fifteen)은 건설의도에서부터 교외성의 영향이 더 분명하게 드러난다. 건축가 해럴드 하넨(Harold Hanen)에 의해 고안되어 1970년에 건설된 플러스피프틴은 다운타운의 주요한 두 백화점인 이튼스(Eaton's)와 허드슨베이컴패니(Hudson's Bay Company)를 인공가로체계를 통해 연결시키기 위한 것이다. 두 앵커테넌트를 양단에 두고 이를 왕복하는 흐름을 만드는 방식은 교외쇼핑센터의 일반적 유형인 덤벨평면의 형식을 도심의 다운타운에 적용한 것으로 볼 수 있다. 이 네트워크를 활성화시키

---

23) Trevor Boddy, op. cit., p138

24) "역설적으로, 공중보행교를 지닌 도시인 미네아폴리스는 다리가 주는 모든 기쁨을 잃어버렸다. 도시 인프라스트럭처에 대한 맹목적인 판단은 계속해서 희망없고 비효율적인 스포를 만들어갈 것이다. 그리고 그것들은 공간들을 사유화 할 것이다. 미네아폴리스의 스카이웨이가 그 예이다. 공공영역의 개념은 이제 미국의 도시에서 사라져버렸다. 우리가 도시가로를 실내화되고 통제되는 스카이웨이로 대체하는 순간, 우리는 도시의 사유화의 길에 들어서는 것이며, 시민들을 도시로부터 멀리 내보내는 것이된다.“ Jacquelin Robertson, "Private Space in the Public Realm", Design Quarterly, No.129, 1985, p7



그림 4-7 켈거리의 인공가로체계 ‘플러스피프틴’ 으로 구성된 “유비도시(analogous city)”

기 위해 켈거리 시에서는 보행네트워크와 연계된 개발을 하는 건물에 보너스 용적율을 지급하면서 이를 독려했다. 도시 가로와 분리된 인공가로체계의 네트워크가 상업적으로 성공하는 것에 자극을 받아 이후의 민간개발에서도 적극적으로 이를 위해 건물의 일부를 공유하게 되었다. 플러스피프틴의 사례에서도 이 공중의 인공가로체계가 전통적인 도시의 가로를 대체하는 현상이 발생하게 되었다.

이렇게 공중보행통로에 의해 구성되는 도시의 경험에 대해서 비평가들은 장소 감각상실(disorientation)이 중요한 문제로 대두되며, 이는 디자인으로 해결할 수 없는 본질적인 문제라고 지적한다.<sup>25)</sup> 이것은 앞서 언급했던 연결성의 원리로 구축되는 건축의 교외성이 지닌 특성과 일치하는 부분이다. 또한, 도시 가로를 대체하는 공중보행통로는 지상의 도시와 다른 균질한 환경을 지니게 된다. 다시 말해, 지상 레벨의 현실로서 도시 공간은 다양한 요소가 혼재하여 예측하기 어려운 상황이 전개되는 것이 본질이라고 볼 수 있는데, 플러스피프틴과 같은 공간의 내부는 별 균된 환경을 떠올릴 만큼 청결하며, 우아하게 잘 관리되어 있어서, 예측 가능한 공간을 경험자에게 제공한다.<sup>26)</sup> 이는 교외의 공간이 도시를 이상적으로 필터링하여 균질한 쾌적함을 담아냈던 특질이 역으로 다운타운 가로에 대하여 안전한 환

25) Trevor Boddy, op. cit., pp.148~149

26) 잔모리스는 켈거리 플러스피프틴 내부의 공간이 지닌 청결함과 완벽함이 캐나다인이 지닌 가장 은밀하고, 치명적인 악습 중 하나인 “niceness”가 과도하게 구현된 것이라며 비판하고 있다. Jan Morris, City to City, Macfarlane Walter & Ross, 1990

경으로 재현되는 것으로 볼 수 있다.

이처럼, 도시에 인공적으로 조성된 보행네트워크가 만드는 내부 공간의 연속은 교외에 분산된 쇼핑센터에서 재현했던 도시의 모사를 다시 불러들인 것 과 같은 양상으로 이해된다. 즉, 이 보행네트워크는 도시에 단편적으로 흩어진 공간들을 연결하고 기존 구조 위에 중층적으로 존재하면서 도시 경험을 정제하여 담아내는데, 그러한 측면에서 이를 도시성의 모사(simulation of urbanity)라고 부를 수도 있을 것이다. 이러한 특성에 대해서 트레버바디는 ‘유비도시(analogous city)’라고 부르기도 하며, 윌리엄화이트(William Whyte)는 ‘대체가로(surrogate streets)<sup>27)</sup>라 명명하기도 했다.

이들이 공통적으로 지적하는 것은 인공적으로 조성된 네트워크가 도시의 가로 구조와 무관하게 존재하면서 이를 대체한다는 사실이다. 이러한 인공성은 도시의 현실에 존재하는 다양한 요소의 뒤섞임으로 인한 “너저분한(messy) 활력”을 제거하고 정제하여 이상적인 균질환경으로 대체하며, 교외건축에서 습득한 이상화된 공공공간의 성격을 도심에서 구현하는 것이다. 또한, 이렇게 네트워크 내부를 통해 형성되는 도시 공간의 경험은 외부의 도시 공간 구조와 무관하게, 각종 아이콘과 기호, 인포메이션을 통해 이루어진다.

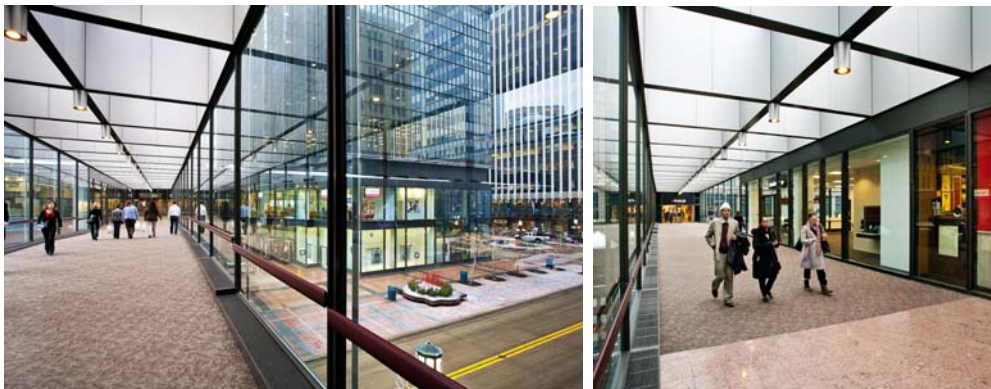


그림 4-8 (좌)도시로부터 분리된 '유비도시'로서 인공가로체계 (우)이상화된 도시 경험을 제공하는 인공가로의 내부

27) William H. Whyte, City: rediscovering the center, Double Day, 1988, p199

피터블레이크(Peter Blake)의 견해처럼, 이렇게 도시 경험에서 연결성의 원리가 우위에 서게 된 것은 도시의 개발이 연계를 바탕으로 이루어지게 되면서 공공에게 소구되는 공간은 연결관계로 환원되는 공간 구조로 변화되었기 때문이다.<sup>28)</sup> 이는 도시의 기능들이 모빌리티를 매개로 인프라스트럭처의 말단에 자리하며, 도시 공간의 소통에 근접성이 부재하며, 대신에 경험의 매개체인 모빌리티를 통한 연결성을 기반으로 전체를 이루었던 교외 공간 경험의 방식과 동일한 현상이다. 즉, 연결성의 공간 구조가 인공가로체계라는 형식으로 도심의 다운타운에 영향을 주어 교외성을 내재하게 되는 현상으로 볼 수 있다.

#### 4.1.2. 라스베가스의 복합상업시설

교외쇼핑센터는 본질적으로 저밀도로 확산하는 교외 지역의 낮은 지가와 고속도로와 접속하여 대량의 수송이 용이한 입지적 조건을 바탕으로 성립한 시설이었다. 이렇게 지역적 조건이 중요한 발생 요인으로 자리하고 있는 교외쇼핑센터의 형식이 대도시의 환경 속에서 차용되어, 건축의 교외성을 드러내게 된다는 본 연구의 논지를 전개하기 위해서, 교외건축이 도심으로 전이할 수 있었던 주요한 요인들을 살펴보는 것이 선행되어야 한다. 이 절에서는 이를 라스베가스를 중심으로 하는 라스베가스 위락건축의 성립 계기와 그 특성을 통해서 살펴보고자 한다. 이는 카지노를 기반으로 하는 라스베가스 위락건축이 복합상업시설(UEC, Urban Entertainment Center)이라는 새로운 건물 유형을 정립하게 되는 계기로 작용했으며, 이 복합상업시설이 대도시의 공간환경 속에서 복합도시건축을 이루면서 보편적으로 통용되게 되었다고 보고 있기 때문이다.

라스베가스는 전형적인 교외의 상업스트립을 형성하던 지역으로서 많은 연구에서 교외건축의 특성을 연구하기 위한 대상으로 등장했었다. 특히, 가장 주목할 만한 것은 로버트 벤츄리(Robert Venturi)와 데니스 스콧 브라운(Denise Scott Brown)의 일련의 저작들일 것이다. 이들은 최근의 저술에서, ‘라스베가스의 교훈(Lessons from Las Vegas)’을 통해 포스트모던의 건축이론을 정립하려 시도했던

---

28) Peter Blake, "Downtown in 3D", Architectural Forum (September 1966), p41





그림 4-9 (좌)1960년대와 (우)현재의 라스베가스 스트립 풍경 변화

1960년대의 상황과 지금의 상황은 많은 변화를 거쳤다고 밝힌 바 있다. 즉, 1960년대 라스베가스는 어반스프롤의 영향을 받아 교외의 전형적인 상업지역을 보여주는 네온사인의 거리였다면, 1990년대에는 도시의 기호로 작용하던 네온사인은 약화되고, 이를 픽처레스크한 디자인으로 뒤덮힌 세노그라피(scenography)가 대체하고 있다는 점을 지적한다. 이와 함께, 자동차 이동에 최적화된 도시 구조가 대중교통의 증가와 함께 보행환경이 중요시 되는 등, 라스베가스의 역사에 변화가 발생하고 있다고 서술한다.<sup>29)</sup> 즉, 라스베가스는 교외의 컨텍스트를 여전히 간직하

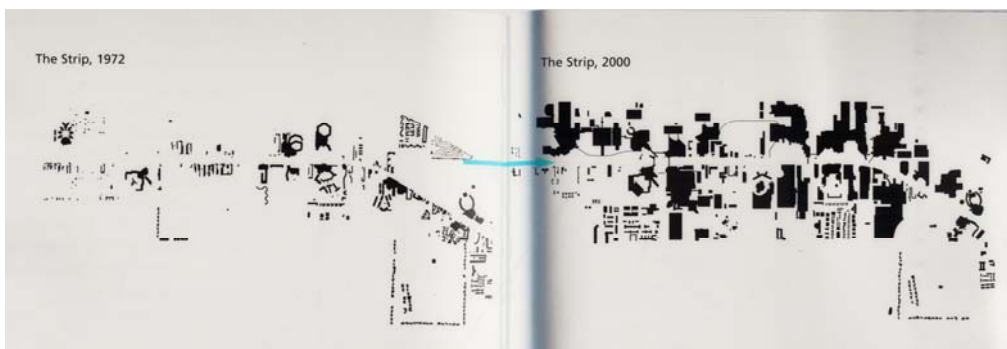


그림 4-10 (좌)1972년과 (우)2000년의 라스베가스 스트립 공간 밀도 변화  
(출처: Chung and Leong, Guide to Shopping)

29) 데니스 스콧 브라운은 라스베가스 건축의 변화된 새로운 미학을 테리빌리타(terribilita)라고 설명한다. 이는 예술작품에서 지각되는 압도적인 힘의 에너지를 뜻하는 용어인데, 라스베가스 가로에서 감지되는 압도적인 화려함을 지적하는 표현이다. Denise Scott Brown, "Latter-Day Las Vegas", Architectural Record (August 2010)

고 있으면서, 교외형 상업시설이 고밀도의 복합상업시설로 변화되는 과정을 거친 장소로서 의미를 지니고 있다. 그렇기 때문에, 라스베가스의 복합상업시설의 형성 계기와 특성을 살펴본다면, 교외쇼핑센터가 대도시의 과밀한 환경 속에 나타나게 된 현상이 지닌 의미를 밝히기 위한 배경으로서 유용성이 있을 것이라고 유추해 볼 수 있다.

라스베가스가 이러한 역할을 할 수 있었던 이유는, 역사적으로 카지노 산업을 기반으로 여타 상업시설과 오락시설들을 복합하여 새로운 사업모델을 구상하는 테스트 베드와 같은 역할을 수행해왔기 때문이다.<sup>30)</sup> 그 덕분에, 새로운 개발 경향으로서 교외쇼핑센터의 건축유형에서 영감을 얻은 복합상업시설을 실험할 수 있는 자본이 공급될 수 있었다.

#### (1) 테마화된 소비공간과 상업적 스펙타클

교외형 상업시설을 고밀도로 복합화, 대형화하면서, 현대의 복합도시건축의 원형적 역할을 하게 되는 라스베가스 위락시설의 시초는 미라지호텔(Mirage Hotel)로 볼 수 있다. 1989년 완공된 미라지호텔은 라스베가스의 도시 개념을 근본적으로 개조하고, 현대적인 라스베가스를 만들기 시작한 계기로 평가받고 있다.<sup>31)</sup> 그렇게



그림 4-11 미라지호텔의 (좌)외부 전경과 (우)주변 시설들과 연결된 내부 평면도

30) Klenbanow Andrew, "The Coming of the Entertainment Superstort", Indian Gaming (June 2006), p34

31) 谷岡一郎, 『라스베가스 이야기』, 양형은 역, 한울, 2004, pp.154~169



그림 4-12 라스베가스 스트립의 복합상업시설 사이를 연결하는 인공보행통로

보는 시각이 가능한 이유는 미라지호텔의 경제적 원칙 변화에서 발견할 수 있다. 그 이전까지 카지노와 결합된 호텔은 어떻게 하면 고수익을 올릴수 있을 것인가에 집중하여, 모든 공간의 계획을 경제적 원칙에 맞추어서 만들었다. 하지만, 미라지호텔을 개발한 스티브 윈(Steve Wynn)은 보다 높은 수익을 위해서는 사람들의 욕구를 충족시키는 것이 더 중요하다고 생각하였고, 그로 인해, 미라지호텔에서는 경제적 원칙에서 벗어나는 다양한 수단들이 등장하게 되었다.<sup>32)</sup> 예를 들면, ‘남태평양, 남국의 파라다이스’이라는 특정한 테마를 위해 9층 높이에 달하는 고대 로마식의 아트리움을 만들고, 수족관, 해양환경을 재현하는 공간을 계획하고, 외부에 이국적인 빌라 레지던스를 계획하였다. 그리고, 미라지호텔과 가로가 만나는 전면에서 인공분화구를 만들어 대중들에게 무료로 분화구 쇼를 규칙적으로 상연하는 등 다양한 스펙타클을 결부시켰다.<sup>33)</sup>

이러한 테마화된 환경이외에도 상호배타적이었던 주변 복합상업시설들과 내부의 연결통로를 두고 내부 도시화하여 단위간의 연계를 통한 시너지 효과를 의도하기 시작하기도 했다. 즉, 집합적 공간이 만드는 수익의 중요성을 깨닫기 시작하면서, 전체가 연결된 고밀도의 환경이 등장하기 시작한 것이다. 하지만, 이러한 내부의 가로는 인프라스트럭처를 통해서 이루어지기 때문에, 라스베가스 도시의 가로는 교외와 마찬가지로 자동차 스케일에 맞추어서, 사람들의 행위로부터 분리된 영역

32) 谷岡一郎, op. cit., pp.195~199

33) Myrik Land, Barbara Land, A Short History of Las Vegas, University of Nevada Press, 2004



이름	Mirage	Excalibur	Treasure Island	Luxor
이미지				
테마	대중적 장소 이미지 (남태평양의 열대)	픽션의 허구 이미지 (중세 기사단)	픽션의 허구 이미지 (보물섬, 해적)	대중적 장소 이미지 (고대 이집트)
연도	1989	1990	1993	1993
이름	MGM Grand	Monte Carlo	New York New York	Bellagio
이미지				
테마	픽션의 허구 이미지 (오즈의 마법사)	대중적 장소 이미지 (지중해 모로코)	대중적 장소 이미지 (맨하탄)	대중적 장소 이미지 (이탈리아 코모호)
연도	1993	1996	1997	1998
이름	Mandalay Bay	Venetian	Paris	Aladdin
이미지				
테마	대중적 장소 이미지 (열대 파라다이스)	대중적 장소 이미지 (베니스)	대중적 장소 이미지 (파리)	대중적 장소 이미지 (중동, 사막)
연도	1999	1999	1999	2000

표 4-1 미라지 호텔 이후의 라스베가스 복합상업시설 개발 사례들

으로 남겨두었다. 이와 같은 특성들은 앞선 절에서 살펴본, 이상화된 공공공간의 이미지나 연결성의 공간을 드러내는 도심에서의 교외성과 동일한 건축적 특징들 이라고 볼 수 있다.

이렇게 라스베가스의 복합상업시설들은 교외쇼핑센터의 언어를 고밀도의 형식으로 변형시키면서 표준적 모델을 구축해 나아갔다. 미라지 호텔의 영향을 받아 이후의 개발에서도 테마화된 환경과 거대한 스펙타클을 공공에게 노출시키는 특성이 반복적으로 등장한다. 예를 들어, 1993년에 완공된 트레저 아일랜드(Treasure Island)는 건물 전면의 광장에서 해적의 전투를 상연하며 공공의 이목을 이끌었고, 1996년에 세워진 몬테 카를로(Monte Carlo)는 모나코의 카지노 궁을 모델로 하여, 우아한 노스텔지어와 유럽풍의 호사스러움을 통해 장소의 이미지를 구축해 나아갔다.

## (2) 교외쇼핑센터의 엔터테인먼트 기능 강화

라스베가스에서 나타나는 새로운 형식의 복합상업시설은 교외쇼핑센터가 고밀도의 환경속에서 변형되는 과정으로 볼 수 있다고 앞서 지적한 바 있다. 라스베가스에서 이러한 현상이 나타날 수 있었던 것에는 쇼핑센터 개발 흐름의 변화와 관련된 바가 있다.

교외쇼핑센터는 1980~90년 사이에 16,000개가 건설되면서 전성기를 맞이하고, 시설당 면적이 800,000sqf를 넘는 “super regional mall<sup>34)</sup>”의 시대를 맞이했다. 이것이 1990년대 불황을 겪으면서, 개발의 방향을 전환하게 되었다. 여기에는 두 가지 배경요인이 있는데, 공공공간에 대한 정부의 투자가 감소하고, 정부의 재정에 있어서 판매세(sales tax)에 대한 의존도가 커지면서, 공공공간을 만들기 위한 상



그림 4-13 브랜드아이덴티티와 테마화된 환경으로 장소를 만드는 복합상업시설 - Universal City Walk

34) 국제쇼핑센터협의회인 ICSC(International Council of Shopping Center)가 쇼핑센터를 규모에 따라 분류한 카테고리를 보면, Neighborhood Center 30,000~150,000sqf / Community Center 100,000~350,000sqf / Regional Center 400,000~800,000sqf / Super Regional Mall 800,000sqf~ 으로 나누어진다. www.icsc.org 참조.

업시설의 역할이 중요하게 대두된 것이다. 이로 인해 교외쇼핑센터는 두 가지 갈래로 나뉜다. 하나는 쇼핑센터 본래의 기능에 충실하여 효율적인 공간구성을 최우선으로 하는 시설들로서, 이들은 교외 지역에 빅박스(big box)의 형태로 창고형 할인매장을 형성하게 되었다. 그리고, 쇼핑센터를 통해 도심을 재생하고, 공공공간을 형성하려는 시도들이 민간개발에 의해 복합상업시설(UEC)이라는 형식으로 발전하게 된다.<sup>35)</sup>

라스베가스의 상업건축들은 기존의 교외쇼핑센터의 유형에 엔터테인먼트의 요소와 레저의 기능이 강화되고, 이것이 특정한 이미지를 모사하는 테마화된 환경속에서 하이브리드 되면서 복합상업시설을 형성하는 토대를 만들었다.<sup>36)</sup> 아나 클링만(Anna Klingmann)은 복합상업시설이 경험자의 4가지 행동시스템인 오락, 소비, 음식, 문화경험을 테마화된 환경 속에서 합치하는 것을 기반으로 한다고 서술한다. 이에 따라, 복합상업시설은 기본적으로 세 가지 요소로 구성된다고 이야기하는데, 이는 대형 멀티플렉스 시네마와 같은 순수하게 오락을 위한 요소와 테마레스토랑, 엔터테인먼트 지향의 상점들이다.<sup>37)</sup> 이처럼 복합상업시설은 테마파크의 테마화된 공간 환경과 브랜드 아이덴티티를 공간 디자인의 중요한 요소로 사용하고 있다.<sup>38)</sup> 이는 교외쇼핑센터가 교외성을 형성하던 장소를 모사하는 특성이 복합상업시설에서 보다 주도적인 위치를 차지하게 되는 것을 유추할 수 있게 한다.

이처럼, 교외쇼핑센터는 라스베가스의 개발을 통해, 브랜드 아이덴티티와 테마화된 환경을 기반으로 엔터테인먼트, 소비시설, 레저가 혼합된 도시형 복합상업시설로 변화하였다. 이는 교외라는 특수한 환경에서 형성된 교외쇼핑센터가 고밀도의 대도시 환경 속에서 기능할 수 있는 형식적 변화를 이끄는 역할을 했다. 이러한 복합상업시설은 그 뛰어난 경제적 효율성과 도심에서의 랜드마크로서의 기능에

---

35) Frances Anderton, "Urban Transformations", You are here : the Jerde Partnership International, Phaidon, 1999, pxx

36) op. cit.,pXX

37) 1. pure entertainment attraction 2. theme restaurants 3. entertainment-oriented shops. Anna Kilngmann, Brandscapes: architecture in the experience economy, The MIT Press, p89

38) ETH의 Kerstin Hoeger 교수는 이러한 복합상업시설의 융합된 환경을 '브랜드허브 (brandhub)'라고 부르는데, 이는 브랜드 정체성을 통해 전체가 조직되는 경험들의 허브라는 의미이다.

협업, 유흥산업용지나 쇠퇴하는 환경의 재생을 필요로 하는 도시들에서 개발방식으로 사용되게 되었다. 라스베가스를 중심으로 하는 미국 서부가 그 진원지가 되어서, 1990년대 이후 RTKL, HOK, Gensler, Jerde와 같은 기업형 건축설계회사들을 통해서 전세계적으로 전파되어 보편적인 개발방식으로 자리잡게 되는 현상을 발견할 수 있다.<sup>39)</sup>

이상과 같이, 교외화된 다운타운의 공간과 라스베가스의 복합상업시설을 통해 알 수 있는 사실은 교외성을 형성하는 건축적 특징들이 도시의 환경 속으로 전이되는 과정에는 몇 가지 과도기적 단계가 존재했다는 사실이다. 이 전이과정은 교외쇼핑센터의 모든 요소가 통합적으로 진행된 것이 아니라, 부분적인 전이가 선행되었다는 점에 주목할 필요가 있다. 즉, 도심 다운타운의 대형건축물의 아트리움은 교외 생활자에게 익숙한 건축 공간인 교외쇼핑센터의 내향적 체계를 공공공간의 형식이라는 측면에서 공유하면서, 도시의 공간을 활성화하려고 시도하였다. 이

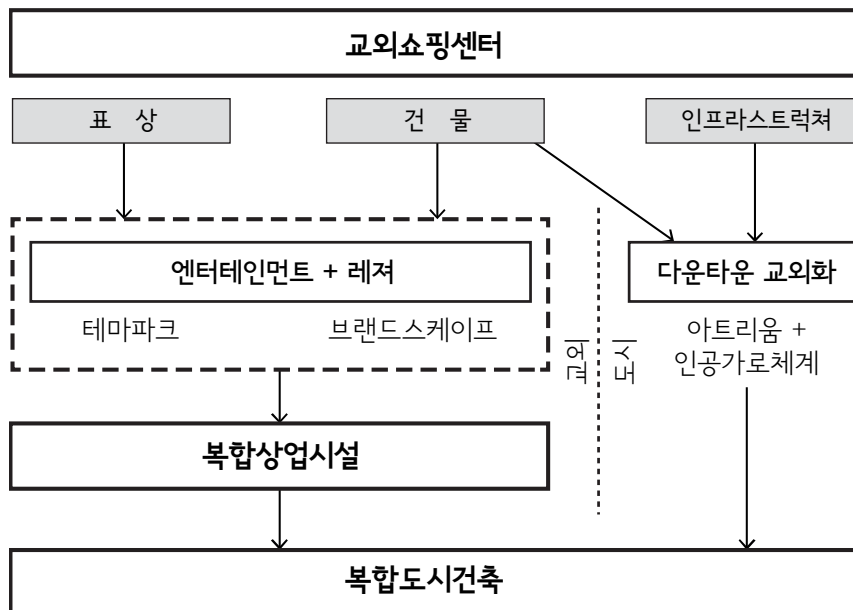


그림 4-14 교외쇼핑센터-복합상업시설-복합도시건축의 관계 프레임

39) Frances Anderton, "Urban Transformations", You are here : the Jerde Partnership International, Phaidon, 1999, pxx

렇게 대도시 환경 속에서 드러나는 건축의 교외성은 아트리움 공간을 통해 외부 도시로부터 분리될 수 있도록 스펙타클을 유지하며, 이상적인 자연의 이미지 혹은 도시의 이미지를 인공적으로 조성하려고 한다. 또한, 인공가로체계는 도시의 기능들을 모빌리티를 매개로 인프라스트럭처의 말단에 자리하게 하여, 도시 공간의 소통에 근접성을 대체하여, 연결성을 기반으로 도시 구조가 형성되는 교외성의 일면을 드러낸다.

이렇게 부분적으로 전이되어 도시 속에서 나타나는 교외성을 살펴보면, 이것이 교외쇼핑센터의 그것으로부터 성격의 변화가 발생하였음을 발견할 수 있다. 즉, 부재하는 것을 대체한다는 의미가 강하였던 건축의 교외성이, 고밀도의 환경 속에서 이상화된 환경의 분리를 지향하는 점이 강화된 것을 볼 수 있다. 이는 교외쇼핑센터가 통합적으로 도시 환경 속의 건축 유형으로 변용된 라스베가스의 건축에서도 동일하게 발견된다. 라스베가스에서 성립된 복합상업시설은 앞서 부분적으로 도시 환경에 전이되어 사용된 요소인 아트리움이나 인프라스트럭처를 통한 연결성의 공간이 동일하게 등장하면서, 이에 더해 교외성의 장소와 이미지 모사의 측면이 더 강화되었다. 이때, 브랜드의 아이덴티티와 테마화된 환경의 판타지를 자극하는 수단으로 사용된 모사의 특성은 단지 이상적인 장소를 모사하는 것이 아니라, 복합상업시설 외부의 세계로부터 구별되는 내부의 경험을 강화하기 위한 성격이 더욱 강해졌다고 볼 수 있다. 이처럼, 교외쇼핑센터의 건축적 요소들은 대도시의 환경 속에서도 그 유형적 특성을 유지하고 있지만, 이 건축적 요소들이 목적하는 바에 있어서는 변화된 부분이 있음을 알 수 있다. 이에 대한 보다 자세한 논의는 이후의 절들에서 이어가도록 하겠다.

## 4.2. 복합도시건축의 형성

복합도시건축의 형성에는 교외쇼핑센터가 변형 과정을 거치면서 구축한 공간 형식이 중요한 역할을 수행했다. 여기에는 도시와 교외가 동시에 관여하였다고 할 수 있는데, 우선 도시에서는 다운타운의 교외화 현상을 통해서 교외 공간의 이미지가 도시 건축의 공공공간 속에 투사되었다. 도시 공간의 레퍼런스로 존재했던 교외쇼핑센터 공간의 이미지는 도시 건축의 교외화된 공공공간 형식이라고 할 수 있는 아트리움과 인공가로체계의 성격을 결정짓는 역할을 했다고 할 수 있다. 이와 동시에, 라스베가스는 교외쇼핑센터를 고밀도의 환경 속에 적합한 유형으로 변형시키는 보다 직접적인 계기가 되었다. 유흥 기능에 특화된 교외인 라스베가스에서, 교외쇼핑센터는 테마파크의 영향을 받아 테마화된 환경이 내부의 장소만들기 수단으로 사용되고 엔터테인먼트의 기능이 강화되면서 복합상업시설로 유형의 변화를 가져왔다.

이와 같이, 교외화된 다운타운의 공공공간 형식과 엔터테인먼트와 테마파크의 성격이 더해진 복합상업시설로의 변화는 대도시 공간환경에서 복합도시건축이 형성되는 계기로 작용하였다. 이 절에서는 이렇게 형성된 복합도시건축이 현대 도시의 지배적인 개발 방식으로 등장하게 된 이유를 다양한 도시 계획의 어젠다들과 도시재생 프로젝트들을 통해 살펴볼 것이다. 이와 함께, 현대의 건축가들에 의해 다양한 언어로 표현되고 있는 복합도시건축의 물 공간 형식들이 결국 교외쇼핑센터의 전통 속에 자리하고 있음을 지적하여, 교외와 도시의 건축이 유형적으로 동질성을 지니고 있다는 논의의 기반을 마련할 것이다.

### 4.2.1. 도시 개발 수단으로서 복합도시건축

이 절에서는, 현대 도시의 공간 환경이 지니는 문제점들을 해결하기 위한 다양한 어젠다(agenda)들을 살펴봄으로써, 복합도시건축이 대도시의 공간 환경 속에서 보편적으로 등장하게 된 당위성을 짚어볼 것이다. 이와 함께, 복합도시건축이 교외쇼핑센터를 타이포로지로 사용하면서 공간적인 유사성을 담지하게 되었음을 밝힘으로써, 교외성이 대도시의 복합도시건축 속에 내재하게 되었다는 이후의 논지

에 대한 토대를 마련하려 한다.

### (1) 도시계획의 어젠다

현대의 대도시에서 복합용도개발에 의해 건설되는 건축물을 보편적인 도시개발의 수단으로 사용하게 된 배경에는 도시의 근대화에서 비롯된 여러 가지 환경적인 문제를 일으키는 원인과 관련된 부분이 있다. 여기서 환경적인 문제란, 저효율적인 토지 사용과 경직된 도시 구조를 가리킨다. 보다 자세히 살펴보면, 도시가 자동차 기반으로 조성되면서 무분별하게 확산되어 저밀도로 개발되었으며, 도시의 영역이 조닝에 의한 구분에 의존하게 되면서, 도시의 기능들을 유기적으로 연계하지 못하고, 사회의 상황 변화에 따른 유연성을 확보하기 어려워지는 점들을 일컫는다.<sup>40)</sup>

이에 따라, 현대적 도시 공간 계획의 어젠다(agenda)들은 지역의 차이에 따라 다양한 모습으로 전개가 되지만, 그 발생 배경에는 자동차에 의존하여 저밀도로 부분별하게 분산 개발된 도시와 그에 대한 반대 급부로서 도시 중심지가 환경악화로 공동화되는 문제에 대한 해결책을 강구해야할 필요성이라는 공통점을 지니고 있다. 그 중에서 최근까지 활발한 논의되며 도시재생의 관점을 이끌고 있는 시도들은 미국의 ‘스마트 성장(Smart Growth)’, ‘뉴 어바니즘(New Urbanism)’, 유럽의 ‘컴팩트 시티(Compact City)’ 그리고 영국의 ‘어반 빌리지(Urban Village)’등을 대표적인 사례로 볼 수 있다. 이와 같은 현대 도시계획의 주요한 어젠다들 속에 나타난 도시 건축의 비전을 목적과 주요 원칙의 항목으로 정리해보면 다음과 같다.

우선, 스마트 성장(Smart Growth)은 교외화의 영향으로 무질서하게 진행된 스프롤 현상으로 인한 도시 환경의 황폐함을 치유하고자 대두된 도시운동이다. 그 구체적인 실천 방법에 있어서는, 기존에 개발된 지역 안에서 신규주택건설과 상업적 개발을 강조함으로써 새로운 도로와 공공시설, 어메니티의 확보에 투입되는 공공투자의 사회적 비용을 감소하자는 취지에서 시작되었다. 즉, 이러한 스마트 성장

---

40) 이러한 문제점들은 현대 사회의 도시 문제 해결책으로 등장하는 여러 패러다임의 논의들 속에서 나타나는데, 여기서는 스마트성장, 뉴어바니즘, 컴팩트시티, 어반빌리지들을 대표적인 사례로 보고 있다.

이 목표로 하는 것은 토지 자원을 효율적으로 이용하는 것인데, 이를 위해 고밀도의 복합용도 재개발을 시도하거나, 도시의 저이용 토지를 고밀도로 활용하는 방안을 강구하는 것으로 귀결된다.<sup>41)</sup>

한편 뉴어바니즘(New Urbanism)은 스마트 성장과 마찬가지로 급속하게 진행되는 도시의 확산과 난개발에 대한 문제의식에서 출발했다. 1980년대 미국과 캐나다를 중심으로 나타난 설계지향적 도시계획 패러다임으로서, 도시 환경의 사회경제적 다양성을 목표로 내세우고 있다. 이를 위해, 토지이용결정에 시민을 참여시키고, 저소득층을 위한 주거공간을 제공하며, 친자동차적인 환경에서 탈피하여 인간적인 스케일의 도시 공간을 창출할 것을 주장했다. 본 연구에서 다루는 복합용도개발은 뉴어바니즘의 주요 계획 기법들 - '전통적 근린주구 개발 TND, Traditional Neighborhood Development', '대중교통 지향적 개발 TOD, Transit Oriented Development', '복합용도개발 MXD, Mixed Use Development' - 중의 하나로 대두되었다.<sup>42)</sup>

유럽에서는 콤팩트 시티(Compact City)의 어젠다가 등장했는데, 이는 확고한 공통적 정의 없이 계획가들에 따라 다양한 견해로 나타나고 있지만, 일반적으로 저밀도 주거단지 개발로 인한 녹지 공간의 손실 가속화와 도시의 확산으로 인한 공간이용에서의 비효율성을 도시 환경의 문제점으로 인식한 운동을 일컫는다. 그 해결방안으로 사용된 것은 새로운 도시를 개발하는 것을 대신해서 기존의 도시지역을 집중적으로 이용하며, 기능을 분산시키기 보다는 복합하여, 고밀도 건물을 설계하는 것이 주로 등장하고 있다.<sup>43)</sup>

마지막으로 어반빌리지(Urban Village)는 영국에서 개념이 정립된 어젠다이다. 1970년대 이후 교외화로 인한 도심지 쇠퇴 현상으로 나타난 도시문제의 해결책을 강구하기 위해 등장했다. 어반빌리지는 이를 해결하기 위해 도시에 마을과 같은 스케일감과 친밀함을 회복하고자 하는 것으로서 자동차의 이용없이 모든 일상생

41) Smart Growth Network(SGN), This is Smart Growth, Smart Growth Network Publication, 2006, <http://www.epa.gov/smartgrowth/tisg.htm> 에서 참조

42) Congress for the New Urbanism. 『뉴 어바니즘 현장: 지역, 근린주구·지구·회랑, 블록·가로·건물』, 안건혁, 온영태 역, 한울아카데미, 2003

43) Louise Thomas and Will Cousins, "A New Compact City Form: concepts in practice" in The Compact City: a sustainable urban form?, Spon Press, 2002, pp. 328~338



활이 가능하며, 다양한 계층의 사람들이 함께 거주하면서 복합적인 용도의 시설이 혼재하는 커뮤니티를 형성하고자하는 이론으로 볼 수 있다.<sup>44)</sup>

이처럼 지역적 조건에 따라 다양하게 전개되고 있는 현대 도시 공간 계획의 어젠다들이 문제로 삼는 것을 정리해보면, 공통적으로 자동차 중심의 도시환경이 빚어낸 폐해 속에서 저밀도로 조성되는 도시 공간과 이로 인한 도심지의 쇠퇴 현상이다. 이에 따라 주요 어젠다들이 목표로 하는 것은 훼손된 도시 환경을 인간적인 스케일의 밀집된 환경으로 되돌리는 것을 통해서 도시를 재생하는 방식을 탐구하는 것이다. 밀집 환경을 통한 도시 재생이라는 도시건축의 지향점 변화 속에

어젠다	목적	주요 원칙
<b>뉴 어바니즘</b> (New Urbanism)	교외화 현상이 시작되기 이전 휴먼스케일의 근린주구가 중심의 도시로의 회귀.	- 거주 타입의 다양성 - 콤팩트하고 친근한 근린 - 가로와 공공공간의 네트워크 - 복합용도개발
<b>스마트 성장</b> (Smart Growth)	교외화의 영향으로 무질서하게 진행된 스프롤 현상으로 인한 도시환경의 황폐화 치유.	- 토지용도간의 혼합 - 고밀도의 건축 설계 - 보행에 편리한 커뮤니티 - 교통수단의 다양성
<b>컴팩트 시티</b> (Compact City)	유럽 도시개발의 저밀도 토지 사용에 의한 자연 훼손 문제를 고밀도 개발로 해결.	- 높은 인구밀도와 집적 - 공간이용의 고도화 - 토지이용의 고도화 - 집중된 활동 영역
<b>어반 빌리지</b> (Urban Village)	영국의 도심지 쇠퇴 현상으로 나타난 도시문제의 해결. 인간적인 스케일의 도시환경 창출.	- 복합용도개발 - 대중교통 연계개발 - 보행환경과 공공공간의 강화

표 4-2 현대 도시계획의 주요 어젠다들에 나타난 목적과 원칙

서, 이러한 주요 어젠다들이 공통적으로 강조하는 지향점은 공통적인 건축적 요구사항을 지니는데, 이는 ‘용도의 복합성’, ‘토지 이용의 고밀화’, ‘구성 요소의 다양성’ 등으로 대변된다.

44) [http://en.wikipedia.org/wiki/Urban\\_village](http://en.wikipedia.org/wiki/Urban_village) 에서 참조.

## (2) 도시재생의 프로젝트

복합도시건축이 도시 개발의 보편적인 수단으로 등장한 배경에는 도시재생의 필요성 증대와 관련된 바가 있다. 그러한 흐름이 명확하게 드러나는 일본의 예를 들면, 일본은 급속도로 경제가 발전하면서 도시화가 진행되는 과정을 겪었다. 이 과정에서 도시개발정책은 대도시의 한계를 넘어서 집중되는 인구와 산업을 주변 지역으로 분산시키는 방향으로 추진되었다. 이는 1962년 수도권 기본 개발계획부터 1988년 제4차 국가기본개발계획에 이르기까지 정책의 변화과정에서 수도권의 집중을 막고 지역으로 분산시켜 균형적인 국토개발을 추진하는 패러다임에서 잘 드러난다.<sup>45)</sup> 일본의 도시개발정책은 교외도시의 개발을 촉진하여 도시 밀도의 과밀화를 해결하려는 태도를 취했지만, 이는 도시로의 장거리 통근, 교통의 정체로 인한 비용증가, 녹지의 감소 등 여타 다른 국가의 도시들에서 교외화로 인해 나타난 부작용과 같은 과정을 겪게 된다. 여기에 산업구조의 변화와 인구의 감소추세는 도심회귀현상을 가속화하여 기존 도시개발정책의 방향을 전환해야 할 필요성을 요구하게 되었다. 이에 따라, 도쿄와 같은 대도시에서 중심시가지의 기능을 재생하여 경제활동에 활력을 부여하기 위해 새로운 도시재생정책들이 수립되기 시작했다.

이렇게 도심활성화를 위한 복합용도개발의 필요성이 시급하게 대두되면서, 복합용도개발을 통한 도시재생프로젝트를 수행하기 위해 수차례 제도를 정비해왔다. 그 중에

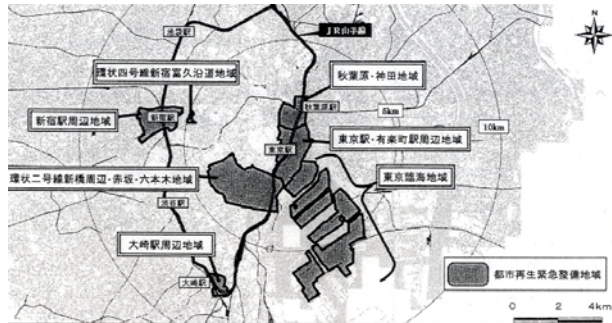


그림 4-15 도쿄도의 도시재생긴급정비지역 위치도

45) 국가개발계획의 변천과정을 보면 1962년의 수도권기본개발계획에서는 지역 간 균등개발을 통해 소득을 증대시키려했으며, 1969년의 신국가기본개발계획은 대규모프로젝트들을 통해 풍요로운 환경 조성을 모토로 삼았으며, 1977년의 제3차국가기본개발계획은 인구 및 산업을 분산시키기 위한 노력으로 새로운 생활환경 창출을 중시했고, 1988년의 제4차국가기본개발계획에서는 도쿄에 대한 집중을 방지하기 위해 다핵, 분산 국가 건설을 목표로 했다. 이주형, 21세기 도시재생의 패러다임, 보성각, 2010, pp.163~164

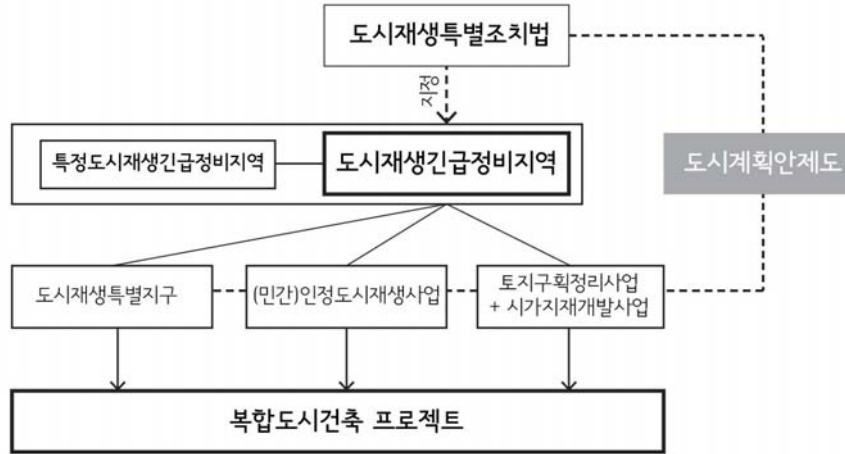


그림 4-16 도시재생정책에 의한 복합도시건축 프로젝트 생성의 흐름

서 2001년 일본 정부에서 도시재생정책을 발표하며 도시재생본부를 설치하게 된 것이 가장 중요한 전환점의 계기가 되었다. 이후 2002년에 긴급하게 정비가 필요한 지역에 대해서 도시계획 특례와 용적률 보너스제도를 마련한 도시재생특별조치법이 효력을 발휘하기 시작했다. 그리고 이러한 도시정책을 대도시 뿐 아니라 지방 도시 등 전국적인 차원에서 추진할 수 있도록 전국 도시재생 모델조사사업(2003년)을 시행하고, 마치즈쿠리 보조금 제도(2004년)을 운영하기 시작했다.

특히, 도시재생특별조치법은 도시 재생의 거점으로서 긴급하게 정비해야 할 지역을 ‘도시재생긴급정비지역’으로 지정하여 도시계획 상의 특례를 부여하는데, 이는 대도시 도심과 부도심 지역의 기성시가지지를 중심으로 지정된다.<sup>46)</sup> 이는 다시 ‘도시재생특별지구’와 ‘(민간)인정도시재생사업’으로 세분화된다. ‘도시재생특별지구’는 기존 용도지역의 용도, 용적률등의 규제를 배제하고 다양한 도시계획이 가능하도록 유도하기 위해 지정한 것이며, ‘(민간)인정도시재생사업’: 국토교통대신에 의해 인정된 도시재생사업으로 특별금융지원 가능한 민간 개발 사업에 지정한다.

도시재생프로젝트들이 구체화되는 과정은 도시계획안제도를 기반으로 한다. 이 제도는 기존 도시계획 규제를 백지화한 상태에서 사업자 및 관련 조직이 창의성

46) ‘도시재생본부’의 자료에 따르면 현재(2012.3) 63개지역이 지정되어있다. 일본 도시재생본부 홈페이지 참조 ([www.toshisaisei.go.jp](http://www.toshisaisei.go.jp))

을 살려 도시계획안을 제안할 수 있도록 만든 제도이다. 개발주체인 기업, 학교법인, 토지구획정리조합, 백화점등의 민간사업자들은 그들의 자금과 창의성을 활용해서, 행정과 동등한 입장으로 도시계획을 제안할 수 있다.<sup>47)</sup> 그렇기 때문에 도시재생프로젝트로 완성되는 복합도시건축들은 기존의 용도지역으로 구분한 추상적인 2차원적 도시계획에서 나타나지 않았던 새로운 유형의 빌딩타입으로 현대 도시의 특징적인 현상을 나타내는 배경요인으로 작용할 수 있다.

이러한 정책적 배경 하에서, 일본은 본격적인 도시재생프로젝트가 가동되기 시작한 2002년을 전후하여 도심 활성화의 수단으로서 복합용도개발을 적극적으로 추진하였다. 그 결과 최근까지 도시재생프로젝트에 의해 다양한 복합도시건축의 사례들이 도출되게 되었다.

이러한 배경아래, 현대 도시를 재건하는 프로젝트들은 복합용도개발의 형식이

구분	사업명	규모 완공년도	개발주체	관련규정	부지성격
군 집 형	시나가와역 동구재개발	16.2ha 2004	코와 부동산 , JR, 각 사업자	- 재개발지구계획제도 <sup>48)</sup>	국철 화물철 도기지 부지
	시오도메 시오사이트	31ha 2007	도쿄도 , 시오도메지구 마을조성협의회 , 각 사업자	- 도시재생긴급정비지역 - 토지구획정리사업 (5구24가구)	화물역 이전적지
단 일 형	롯데기힐스	11.6ha 2003	재개발조합	- 재개발유도지구(롯데기6초메지구) - 제1종 시가지재개발사업 - 순수민간사업(조합시행 방식)	낙후된 기성 시가지
	도쿄 미드타운	7.8ha 2007	미즈이부동산 킨소사업	- 민간개발 - 민간인정도시계획사업	일본 방위청 부지

표 4-3 도시재생프로젝트로 형성된 복합도시건축의 사례들

47) 이주형, 21세기 도시재생의 패러다임, 보성각, 2010, p38

48) 대규모 저, 미 이용지의 재개발 수행시 용도지역등으로 정해진 건축형태의 규제완화를 도시 계획으로 정하는 제도로서 2003년 ‘지구계획’제도와 통합되었다. 토지소유자간의 용적이전이 가능하고, 대상구역은 토지의 고도이용과 도시기능의 활성화를 도모하기 위하여 일체적이고 종합적인 시가지재개발을 실시하는데 적절한 구역이다. 대상지의 조건은 아래와 같다. 1. 토지

주종을 이루게 된 이유를 이해할 수 있다.<sup>49)</sup> 따라서, 현대 도시 공간의 변화된 특징적 현상을 대표적으로 드러내는 도시 요소를, 복합용도개발과 이를 중심으로 그에 부속된 도시 요소들이 조성하는 도시의 공간 환경으로 보는 것은 타당성을 가진다고 여겨진다.

그렇기 때문에, 이 장에서 분석의 대상으로 삼는 현대도시공간은 소비문화를 기반으로 문화시설, 주거시설, 업무시설, 공공시설 등이 복합적으로 구성하는 복합용도개발 건축물을 그 중심에 둔다. 여기서 문제가 되는 부분은 건축물 그 자체 뿐 아니라, 도시의 공공적인 부분과 만나는 주변 환경들을 통합적으로 보아야할 필요가 있기 때문에, ‘복합용도개발’과 구분해서 ‘복합도시건축’이라는 용어를 따로 정의해서 사용하는 것이 연구의 전개에 도움이 될 것으로 보인다. 이때, ‘복합도시건축’이란 복합용도개발로 건설된 건축물과 이에 접하여 연관되는 가로공간, 공공공간, 도시 인프라스트럭처가 통합적으로 만드는 공간 환경을 의미한다.

#### 4.2.2. 복합도시건축의 공간 언어

앞서 살펴본 바와 같이 도시의 공간 환경을 재생하기 위한 대안으로 복합도시건축이 현대 도시에 있어서 중요성을 획득하고 있다. 이렇게, 대도시의 공간환경에서 구심점으로 작용하는 복합도시건축을 디자인하는 건축적 언어는 ‘내부화된 가로’를 특징적인 현상으로 지니는 ‘몰’ 공간을 기반으로 하고 있다. 건축 유형으

---

이용상황이 현저하게 변화하고 있거나 변화할 것이 확실한 구역 2. 토지의 고도이용에 필요한 적절한 규모의 공공시설이 없는 구역 3. 당해구역의 토지를 고도이용하는 것이 당해 도시의 기능을 활성화 시키는데 공헌할 수 있는 구역 4. 용도지역이 정해져있는 구역

49) 뉴어바니즘이 제창한 도시계획 기법들(전통적 근린주구 개발 TND, Traditional Neighborhood Development / 대중교통 지향적 개발 TOD, Transit Oriented Development / 복합용도개발 MXD, Mixed Use Development) 중에 하나로 부각되기 시작했다. 다양한 지역 사회활동, 서비스, 그리고 직장파 주거가 근린지구 내에 공존하도록 배치하는 토지이용계획 전략이다. 여기서 중요하게 강조되어야 할 점은 과거 도시계획의 중요한 수단이었던 용도지역의 분리에서 탈피하려는 시도라는 부분이다. 이는 현대 도시에서 변화된 산업구조와 연관되는데, 서비스 산업 중심으로 재편됨에 따라 용도분리의 근거가 많이 약화되었기 때문이다.

로서 ‘몰’의 반복적인 등장은 복합도시건축이 교외쇼핑센터 유형의 전통 속에 자리하고 있다는 것을 시사해준다. 교외쇼핑센터의 건축언어가 대도시의 공간 구조 재생을 위한 수단으로 사용된 원인은 현대도시계획의 어젠다들이 지향하고 있는 도시건축의 유형이 ‘복합성’, ‘고밀화’, ‘다양성’을 강조하고 있으며, 이를 실현하기 위해 도시의 상업적 기능을 도시만들기의 중심적 요소로 활용하고 있기 때문이다.

상업적 기능을 기반으로 구성되는 복합도시건축이라는 관점을 가질 수 있는 이유는 복합도시건축의 프로젝트들이 대형화되는 경향에서 기인한다. 이에 대해, 프로젝트의 대형화는 자금 조달 기술의 진화와 맥을 같이한다는 견해가 있는데, 이 때문에 프로젝트의 자금은 한 개인이나 단일 기업으로는 불가능해지고, 복수의 주체로부터 조달받게 된다.<sup>50)</sup> 전통적인 건축물들과 달리 대규모의 자본이 복잡한 시스템으로 투입되는 복합도시건축 프로젝트는 투자에 대한 수익성이 건축이 수행해야할 역할로 자리잡게 되면서, 수익을 극대화할 수 있는 예측가능성이 프로젝트 성립의 기초를 이룬다. 그렇기 때문에, 복합도시건축의 모든 요소들은 교외쇼핑센터의 경우처럼 ‘브랜드’화 되어 예측가능한 데이터를 제공해야만 하게 되었다. ‘브랜드’의 의미는 예전부터 해오던 약속된 스타일을 다시 반복하여 결과의 수준을 예측하여 기대할 수 있다는 점에 있기 때문이다.

이에 따라 교외쇼핑센터의 주요한 건축언어인 ‘몰’형식의 공간구조가 복합도시건축을 형성하는 보편적인 형식으로 받아들여지고 있다. 이에 대해 쿠마켄고(隈研 吾)는 ‘교외형 상업패키지’라고 지칭하면서, 이러한 형식이 도심의 상업지와 업무지를 점령해가며 도시의 거리를 지역의 차이 없이 본질적으로 같은 것으로 보이게 만든다고 지적한다.<sup>51)</sup> 이는 콤팩트 시티라는 어젠다에 대해 상업적 효용성에만 집중하여 고층복합빌딩을 통해 도심부를 고밀도 재개발하는 해법에만 편중한 결과로 볼 수 있다. 이러한 교외쇼핑센터의 공간 형식은 도시를 보행자 중심의 환경으로 변모시키면서 ‘몰’ 공간을 보편적으로 사용하게 된다. 이로 인해, 현대 도시의 호텔, 오피스, 문화센터, 박물관, 미술관과 같은 다양한 빌딩 타입에 있어서

50) 이러한 시스템의 변화는 건축주와 건축가의 관계에 대해서도 큰 변화를 야기하는데, 후원자인 건축주가 예술가로서 건축가에게 일을 의뢰하는 고전적, 목가적인 관계성은 현대도시의 대형프로젝트에서는 성립되지 않는다. 隈研 吾, 清野 由美, 『新・都市論TOKYO』, 集英社, 2008, pp.20~23

51) 隈研 吾, 三浦 展, 『三低主義』, NTT出版, 2010, pp.15~27

‘몰’ 공간의 형식이 반복되면서 유사한 경험을 도시 전체에 확산시키기 시작하는 계기로 작용하게 되었다<sup>52)</sup>.

복합도시건축에 사용되는 이러한 교외쇼핑센터의 몰 공간 형식은 현대 도시 속에서 다양한 건축 언어로 표현되어온 것을 볼 수 있다.

### (1) 연속적 실내(continuous interior)

‘연속적 실내’는 마크 피뮷(Mark Pimlott)이 북미 도시 건축의 반복적인 현상을 지칭하기 위해 사용한 표현이다.<sup>53)</sup> 그리드 시스템으로 개발의 영역이 블록단위로 제한된 북미 도시에서 ‘연속적 실내’는 그 공간적 한계를 넘어서서 도시의 연속성을 창출해내기 위해 나타났다. 이러한 ‘연속적 실내’의 전통은 빅터 그루엔의 전후 교외쇼핑센터 계획을 통해 발전되기 시작한 것인데, 쇼핑센터의 ‘몰’공간이 복합도시건축의 내부 공간의 모델이 될 수 있었던 것은 다음과 같은 특징을 지녔기 때문인 것으로 볼 수 있다.

- (i) 아케이드의 인공적인 거리와 유사한 방식으로 만들어진 이상적 도시 환경
- (ii) 컨트롤하고 관리하는 것이 가능한 도시 환경
- (iii) 공공공간을 연상시키는 도시 네트워크의 중심

빅터 그루엔 역시 교외쇼핑센터 형식이 다운타운 재생에 유용한 수단이 될 수 있음을 인식하고 포트워스 재개발의 계획안을 만들지만 성공시키지는 못했다. ‘연속적 실내’를 도시 건축에서 구체화 시키는데 성공하며 프로토타입의 역할을 한 건축물로 마크 피뮷은 아이엠페이(I.M.Pei)의 프로젝트인 몬트리올의 'Place Ville-Marie'를 언급한다<sup>54)</sup>. 광장을 통해 오피스빌딩들을 연결하고, 교통인프라와 입체적으로 결합되며, 다양한 레벨을 통해 접속하며, 도시의 지상레벨에서의 경험

---

52) Magaret Crawford, "The World in a Shopping Mall", Variations on a Theme Park: the new American city and the end of public space, Hill and Wang, 1992, pp.29~30

53) Mark Pimlott, Without and Within: Essays on Territory and Interior, Episode Publishers, 2007, p243

54) Mark Pimlott, op. cit., pp.245~252



그림 4-17 'Place Ville-Marie' 에서 나타나는 전형적인 도시 공간으로서 '연속적 실내(continuous interior)' (좌)실내공간 네트워크 (중)광장과 내부의 경계 (우)지하 콘코스  
(출처: www.pcf-p.com / Pimlott, Without and Within)

을 대체하는 지하 공간 네트워크가 여기에 접속한 수많은 건물들을 하나의 공간으로 엮는 것과 같은 다양한 수법들이 'PVM' 프로젝트를 통해 구현되었기 때문이다. 이러한 디자인 방식은 현대 도시의 밀집된 환경으로 조성된 어느 곳에서도 존재하는 복합성을 띤 내부화된 공간환경의 프로토타입이라고 할 수 있다. 이처럼, '연속적 실내'라는 개념은 네트워크를 구성하는 복합도시건축의 역할을 강조한 표현으로서 유사공공성을 드러내는 공공공간의 역할을 수행하면서, 도시 구성요소들이 접속할 수 있는 교통의 장소로서 역할을 중요하게 다룬 형식으로 볼 수 있다.

## (2) 공공적 내부공간(public interior space)

현대 도시에서 공공공간이 건물의 내부로 들어오며 도시경험이 변화해가는 현상에 주목한 '공공적 내부공간'이라는 테마는 로버트 벤츄리(Robert Ventury)의 작품들 속에서 '건물을 통과하는 거리(the street through the building)'라는 개념으로 반복적으로 등장한다. 벤츄리의 공공적 내부공간은 외부의 도시 네트워크와 공공공간의 구조와 건물 내부의 공간이 조화를 이루어야 한다는 점을 강조하는 입장이다. 우선적으로 벤츄리가 강조하는 '건물을 통과하는 거리'의 역할은 '순환'에 있다. 이 순환은 건물 내외부의 공간을 엮어주며 이동체계를 형성하는데 기여하는데, 이렇게 공공적 내부공간을 다루는 태도는 도시계획의 그것과 유사한 모습을



떨다. 벤츄리가 스스로를 건물 내부 공간의 도시계획가라고 부르는 것도 이러한 이유에서 비롯된 것으로 보인다.<sup>55)</sup> 벤츄리는 건축 공간의 디자인에 있어서 토지이용계획, 교통계획과 같은 도시계획의 용어를 사용하는데, 이는 단지 언어를 비유하여 사용하는 것에 머무는 것이 아니라, ‘건물을 통과하는 거리’라는 표현에서 유추할 수 있듯이, 건물 내부 공간에서의 도시적 체계를 세우는 것이 중요한 문제라고 생각하는 것으로 볼 수 있다.

벤츄리가 설계한 ‘미식축구 명예의 전당 출품작’(1967년)이나 ‘텔라웨어 대학 학생회관’(1996년)의 계획에서 보듯이 건축의 내부 공간은 교외쇼핑센터의 몰 공간의 형식을 변형하여 건축물 내부에 도시의 거리와 같은 공간을 만들었다.<sup>56)</sup> 이 공공적 내부 공간은 도시의 일상적 거리에서 볼 수 있는 것처럼, 네온사인과 기호, 광고 이미지들로 내부를 채우고 있어서 구성적인 면에서 뿐 아니라 감각적인



그림 4-18 VSBA의 (좌)미식축구 명예의 전당 출품작과 (우)텔라웨어 대학의 학생회관에서 나타나는 공공적 내부공간

55) Maurice Hartveld and Denise Scott Brown, "On Public Interior Space" in AA Files, No. 56, The Architectural Association, 2007, p65

56) Robert Venturi and Denise Scott Brown, 『기호와 시스템으로 읽는 건축: 매너리즘 시대를 위하여』, 유혜경 역, 애플트리테일즈, 2009, p60과 해당 건축가의 웹사이트([www.vbsa.com](http://www.vbsa.com))에서 참조.

면에 있어서도 거리를 내부화하는 효과를 의도하고 있다. 이처럼 ‘건물을 통과하는 거리’로 표현되는 ‘공공적 내부공간’은 건물 내부의 공공공간을 외부 공간의 도시 조직과 네트워크를 이루며 순환하는 개념을 강조하며, 도시의 밀집된 분위기를 건축내부로 끌어오려는 의도를 지닌다. 이는 교외쇼핑센터의 ‘몰’공간이 다운타운의 분위기를 재현하려고 시도했던 것과 동일한 현상으로 볼 수 있다.

### (3) 공공의 방(public room)

시저 펠리(Cesar Pelli)는 아트리움 구조로 이루어져서 상업시설과 레스토랑 등으로 둘러싸인 내부 공간을 계획하는 프로젝트를 ‘공공의 방(Public Room)’이라고 명명하며 독립된 카테고리로 다룬다.<sup>57)</sup> 그 대표적인 사례로 복합용도개발 건축물인 ‘월드파이낸셜센터(World Financial Center)’의 윈터가든(winter garden)을 들 수 있다. 이 프로젝트에 대한 설명에서 시저 펠리는 광장에 인접한 유리볼트 구조의 윈터가든이 거대한 ‘공공의 방’을 만든다고 설명한다.<sup>58)</sup> 그에 따르면 ‘공공의 방’이 성립되는 것은 상점들과 레스토랑이 둘러싸고 있으며, 주위의 시설로 개방되어 시선의 초점을 이루는 장소라는 조건을 만족시켜야 한다. 이 공공의 방은 월드파이낸셜센터의 거실(living room)이자, 뉴욕이라는 도시의 거실로 기능한다고 서술한다.




	Columbus Commons (1973년)	Founders Hall (1992년)	World Financial Center (1988년)
Public Rooms			

표 4-4 도시의 공공적 이벤트를 담아내는 시저 펠리의 ‘공공의 방(Public Room)’

57) Pelli Clarke Pelli Architects의 홈페이지(pcparch.com) 에서 참고.

58) Cesar Pelli, Cesar Pelli: selected and current works, The Images Publishing Group, 1993, p54

타이폴로지	건축가/이론가	사례	강조점
연속적 실내 (continous interior)	Mark Pimlott	 Place Ville-Marie, I.M.Pei	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시 공간의 네트워크 구성</li> <li>- 도시요소와의 접속</li> <li>- 교통의 장소</li> </ul>
공공적 내부공간 (public interior spcae)	Robert Venturi, Denise Scott Brown	 Trabant Student Center at the University of Delaware	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 건물을 통과하는 거리</li> <li>- 거리를 내부화</li> <li>- 도시의 순환</li> </ul>
공공의 방 (public room)	Cesar Pelli	 World Financial Center	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 광장의 유비</li> <li>- 이벤트를 담는 장소</li> <li>- '방'의 도시화</li> </ul>

표 4-5 현대건축에서 나타나는 교외쇼핑센터 물 공간의 다양한 차용 방식

이러한 그의 설명에서 유추해 보자면, ‘공공의 방’은 앞선 개념들과 차이점을 보이는 부분이 있다. 전술한 ‘연속적 실내’나 ‘공공적 내부공간’은 도시 공간의 네트워크 속에서 순환하는 흐름을 건물내부에서 유기적으로 연결하여 도시가 내부화 되는 것을 의도하였다면, ‘공공의 방’은 도시의 공공적인 이벤트를 담아내는 장소로서 광장의 유비의 의미가 강하게 나타나면서 ‘방’이나 ‘거실’이라는 단어를 사용하는 태도에서 나타나듯이, 안락하게 사람들이 모여서 장소를 이루는 내부의 공간이 도시의 구조 속에 나타나는 것으로 볼 수 있다. 하지만, 이러한 개념상의 차이점에도 불구하고, 공간의 형식을 이루는 방식은 교외쇼핑센터의 내부공간과 큰 차이점을 지니지 않고 있다.

이와 같이, 현대 도시의 복합도시건축에서 주로 사용되는 디자인 언어는 ‘연속

적 실내’, ‘공공적 내부공간’, ‘공공의 방’과 같이 제각기 다른 표현으로 나타나고 있다. 이들은 각각 도시건축을 이루는 방식에 있어서 강조하는 특성에 차이점이 존재한다. ‘연속적 실내’는 네트워크를 이루면서 주변의 요소들이 접속하는 장소를 만드는 부분을 중요시하는 반면, ‘공공적 내부공간’은 도시의 구조와 유기적으로 연결되는 내부 공간을 만들기 위해 거리를 내부로 끌어들이 ‘순환’의 기능을 강조하고 있다. 앞선 두 개념이 흐름과 연결을 이야기하고 있다면, ‘공공의 방’은 광장의 유비로서 공공적인 이벤트를 담아내는 장소의 기능에 더욱 치중한 개념이다.

이렇게, 서로 간의 차이점이 존재하지만, 도시적 상황을 건축의 내부에서 재현하려는 점에서 동일한 시도로 볼 수 있다. 이 때 사용되는 디자인 수법은 교외쇼핑센터에서 실험한 ‘물’ 공간의 형식을 차용하는 것이 공통적인 현상으로 나타나면서, 복합도시건축이 교외쇼핑센터의 타이폴로지가 이어져온 전통 속에 자리하고 있다고 볼 수 있다. 따라서 복합도시건축을 통해 도시 속에 발견되는 교외성은 교외쇼핑센터의 공간 형식을 통해 잔존되어왔으며, 이것이 교외와 환경적 차이를 지니는 대도시의 컨텍스트 속에서 변형된 공간 환경에 맞추어 또 다른 성격을 드러내고 있음을 가정하여 살펴보는 것이 가능해진다.

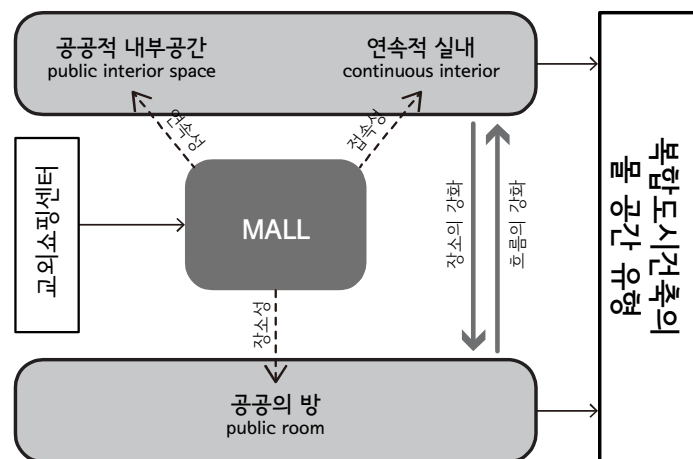


그림 4-19 교외쇼핑센터의 건축 유형과 복합도시건축 디자인 언어의 관계

### 4.3. 복합도시건축의 교외성

전 장에서 살펴본 바와 같이 건축의 교외성은 교외가 결여하는 도시의 요소에 대한 건축적인 해결방식을 추구하는 과정에서 다층적으로 드러나는 현상이다. 이는 건축물의 공간 형식에 있어서 내향적 체계를 지향하여 외부에 부재하는 밀집 공간을 대체하는 장소를 만들고, 장소들의 소통을 인프라스트럭처에 의존하는 연결성을 기반으로 발생시키며, 이러한 장소의 감각은 모사를 통해 인공적으로 조성하려는 속성으로 정리할 수 있다.

본 연구에서 관심을 두는 부분은, 도시의 외부적 존재로서 교외에서 발생한 건축의 교외성이라는 현상이 현대의 대도시 공간 환경 속에서 역으로 영향을 미치며 나타나고 있다는 점이다. 이 장에서는 대도시의 복합도시건축의 사례들을 분석하여 건축의 교외성이 대도시의 공간 환경 내에서 발견되고 있다는 사실을 지적할 것이다. 여기서 복합도시건축은 교외쇼핑센터가 복합상업시설로 변주되는 과정의 연속선 상에 있다는 관점을 취하고 있다. 그렇기 때문에, 복합도시건축의 건축적 특징을 분석하는 데 있어서는 교외쇼핑센터의 경우와 마찬가지로 건물, 인프라스트럭처, 표상의 세 층위로 구분하는 방식을 사용하여 살펴보는 것이 적합하다고 할 수 있다.

#### 4.3.1. 건물의 층위: 내향적 체계

이 절에서는, 복합도시건축이 건물의 층위에서 내향적 체계를 구성하는 방식을 살펴볼 것이다. 복합도시건축의 공간 형식이 지향하는 내향적 체계는 건물군 내부의 공공공간을 조성하는 방식과 외부와의 관계를 형성하는 경계공간을 디자인하는 태도에서 드러난다.

##### (1) 단지 내부의 공공공간

공간 환경의 내향적 체계를 강화하면서 교외성을 드러내는 현상은 복합도시건축의 내부의 중심적 영역을 형성하는 공공공간과 외부와의 관계를 형성하는 경계



그림 4-20 <라조나 카와사키 플라자> 건물 군 전체의 오리엔테이션 기능을 하는 복합도시건축 내부의 공공공간

공간의 두 측면으로 구분하여 살펴볼 수 있다.

그 중에서, 우선하여 살펴볼 복합도시건축의 ‘건물군 내부의 공공공간’은 복합적인 용도의 건축물이 이루는 단지로서 복합도시건축 내부에서 전체의 기능적 연계를 원활하게 만들기 위해 필연적으로 발생하는 공간이다. 이 공간은 복합도시건축의 사용자가 개별적인 목적에 따라 동시에 이용하며, 군집된 건물들 전체의 오리엔테이션을 위한 장소로 기능하기 때문에, 공공성을 띄는 장소이며, 공간의 형식적 측면에서 건물군을 이루는 이질적인 요소들이 동시에 존재할 수 있도록 장소를 형성해주는 기능을 한다.

#### 가. 외부 도시와 비연속적인 공공공간

복합도시건축의 공공공간은 기본적으로 사유재산의 영역으로서 공간을 사용하는 방식은 공공적인 성격이 강하지만, 본질적으로 사적인 소유물로서 공공의 행동을 의도에 따라 조절할 수 있다는 모호한 위치에 자리하고 있다.<sup>59)</sup> 이러한 특성이 복합도시건축의 공공공간 형성에 영향을 주어서 여타 도시 공간과 구별되는 지점을 만든다. 이를 반영한 현상으로서, 복합도시건축의 중심 영역을 형성하는 공공공간을 지표레벨로부터 분리하여 주변 도시조직으로부터 거리감을 갖는 분리된

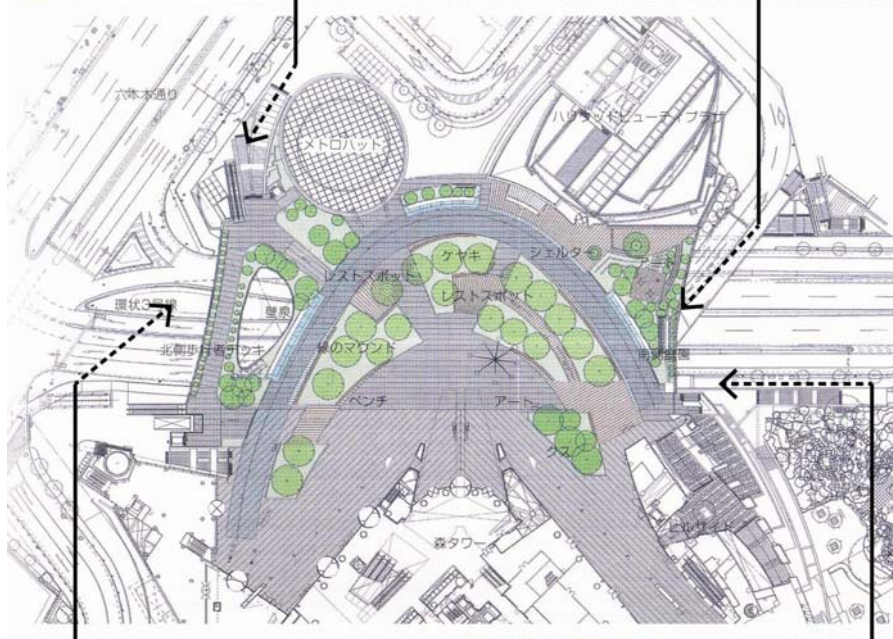
59) 사적으로 소유되는 공공공간에 대한 고찰은 Luc Nadal, Discourse of Urban Public Space: USA 1960-1995 a history critique, Columbia Univ., PhD dissertation, 2000, pp.144~146 참조.



<메트로 헛> 측면으로 접근하는 계단



도로 상부에 떠있는 광장 데크



가로 레벨과 분리된 데크 위 광장



모리정원 쪽에서 광장으로 접근

표 4-6 가로 레벨에서 경험되는 롯데기힐스의 광장을 형성하는 기단

환경으로 만드는 방식은 롯폰기힐스에서 볼 수 있다.

롯데기힐스의 건물군이 이루는 단지 내에서 가장 중심적인 영역을 형성하는 것은 모리빌딩의 전면부에 조성된 ‘66플라자’이다. 이 ‘66플라자’는 도시의 광장이 그러하듯이 주변 도시 조직에서의 흐름이 모이는 결절점과 같은 장소로서 평면에서 보듯이 소규모 에스컬레이터, 넓은 폭의 계단, 거대한 게이트 구조물을 관통하는 대형 에스컬레이터 등의 다양한 연결 구조를 통해서 흐름이 집중하고, 원하는 방향으로 분배되도록 배치되어있다. 여기서 주목할 만한 부분은 이 광장이 주변 도시의 지표레벨로부터 6m가량 올라가서 롯폰기힐스의 ‘기단’과 같은 역할을 하는 것이다. 이렇게 ‘기단’으로 공공공간을 조성하여 발생하는 효과는 주변 경계부에서 인식되는 방식에서 알 수 있다. 외부에서 인식되는 66플라자는, 내부로 연결하는 구조물만을 통해서 존재를 유추할 수 있으며, 시각적으로 공공공간의 존재를 확인할 수 없다. 단지 방문자들은 관습적으로 수직동선을 연결하는 구조물들이 모이는 장소에 광장이 있을 것이라고 예상할 뿐이다.



그림 4-21 복합도시건축의 중심영역을 형성하는 롯폰기힐스의 ‘66플라자’

이렇게 롯폰기힐스의 공공공간이 ‘기단’의 유형을 통해 도시의 지표레벨로부터 분리되도록 디자인된 것은 내부 도시와 외부 도시를 차이화시키는 역할을 한다고 볼 수 있다. 즉, 도시의 유비로서 복합도시건축의 내부에 존재하는 도시와 외부의 도시 공간을 연속적인 관계로 보지 않고 구별을 하는 것이다. 키이노 유미(清野由美)가 “마루



그림 4-22 개별적 개발의 집합인 마루노우치 나카도리의 상점가



노우치 나카도리<sup>60)</sup>는 무료로 지나칠 수 있는 거리같지만, 룩폰기 힐스는 이와 달리 입장료가 필요한 영역으로 진입하는 느낌을 준다.’<sup>61)</sup>라고 언급하는 것도 이런 맥락으로 이해할 수 있다.

또한, ‘기단’의 형식을 지닌 공공공간은 외부 도시와의 관계로부터 자유로워지면서 내부적으로 완결된 이상적인 영역을 제공할 수 있다. 도시의 레벨로부터 벗어난 ‘기단’으로서의 공공공간은 공간 경험의 레벨을 외부의 도시보다 높게 설정하여서, 복합도시건축 내부에서 외부를 인식하는 방식에 영향을 준다.

이는 내향적 체계를 구축하는 또 다른 요인으로 작용한다. ‘기단’의 공공공간에서 인식되는 외부 도시와의 관계는 신체적인 이동으로 연속된 공간을 만드는 ‘근접함’을 통해 이루어지지 않는다. 이때의 복합도시건축의 내부에 있어서 외부의 의미는 공존하는 환경으로서가 아니라, 거리감이 존재하는 원경으로만 존재하여서 배경의 이미지로 인식된다.

복합도시건축의 공공공간은 앞서 본 것과 같이 지표면으로부터 분리된 기단의 형식을 통해서 외부 도시와의 차이를 생성하여 자율적인 환경을 만드는 것으로 내향적 체계에 기여한다. 이 때, 공공공간은 단일한 형식으로 나타나는 것이 아니라 부여받은 역할에 따라 다양한 층위에서 발생하기도 한다. 이는 복합도시건축이 토지를 입체적으로 사용하면서, 다양한 교통수단을 지원하는 경우가 발생하기 때문이다.

그 대표적인 사례로 시오도메의 시오싸이트를 보면 건물군 내부의 공공공간들은 룩폰기힐스와 마찬가지로 외부 도시의 지표면과 다른 레벨에서 형성된다. 하지만, 위치하는 레벨에 따라서 복합도시건축을 작동시키는 서로 다른 기능을 수행하고 있다. 이러한 현상이 나타나는 것은 시오싸이트가 대규모의 합필된 토지 위에 조성된 것이 아니라 토



그림 4-23 도쿄도 도시계획사업 시오도메 토지구획정리사업 계획도 (출처: 도쿄도 도시정비국)

60) 도쿄의 금융 오피스 거리인 마루노우치의 빌딩 저층부에 연속적으로 형성된 가로형 상점가.

61) 隈研 吾, 清野 由美, 『新・都市論TOKYO』, 集英社, 2008, p118.

지구획정리사업<sup>62)</sup>으로 조정하여 도시의 기존 조직을 기반으로 형성이 되었기 때문이다. 그렇기 때문에, 롯폰기힐스와 같이 자유롭게 거대한 스케일의 통합적 공공공간을 자유롭게 계획하지 못하고, 공공공간이 분산되어 네트워크 조직처럼 연

		평면도	풍경
지상 레벨			
형식	공공공간의 네트워크를 만드는 기반		
기능	모빌리티를 분리하여 안전한 이동성		
시오사이트 단면구조개념			
지하 레벨			
형식	광장으로서 공공공간		
기능	건물군의 흐름을 분배하는 노드로서 중심성		

표 4-7 시오도메 시오사이트의 다층적으로 존재하는 공공공간

62) 일본의 ‘토지구획정리사업’은 토지구획정리법에 의거하여, 도시 계획 구역 내의 토지에 대한 공공 시설의 정비 개선 및 택지 이용의 증진을 도모하기 위해서 행해지는 공공시설의 신설 및 변경에 관한 사업이다.

결되어 전체를 이루었다. 이렇게 프로젝트의 배경은 차이를 보이지만, 복합도시건축의 속성을 동일하게 유지되어 공공공간의 성격은 유사하게 나타나고 있다.

시오도메 시오사이트에서 공공공간들은 지하의 레벨과 지상 2층의 보행데크 레벨을 통해 중층적으로 형성된다. 이 공공공간들은 시오사이트의 전체 건물군을 연결하고 포괄한다는 면에서 공통적인 성격을 지니지만, 각기 맡고 있는 역할은 다소 차이가 있다. 먼저 지하레벨의 공공공간은 유형적으로 광장을 따르고 있다. 이 공간은 건물군 전체의 흐름이 모이는 장소이자 분배하는 장소로서 포괄적인 성격이 중요하게 다루어지면서, 시오사이트의 각종 이벤트들이 개최되면서 건물군 전체의 동질성을 유지하는 기능을 한다.

반면, 2층레벨의 보행데크로 연결되는 공공공간은 노드로서의 성격보다는 네트워크를 이루는 선형의 이동성이 강조된다. 이는 본래 지상의 모빌리티와 분리하여

안전한 보행 이동 환경을 만들기 위해서 형성된 공간이다. 하지만, 보행데크가 건물군 전체의 네트워크를 이루는 공공공간의 성격이 강해지면서, 개별 건물들은 지하광장을 면한 레벨과 보행데크를 면한 레벨에 동시에 진입층을 두었다. 이는 2층 레벨이 그 자체로 기능적으로 완결되면서, 독자적인 영역을 이루게 되었다.

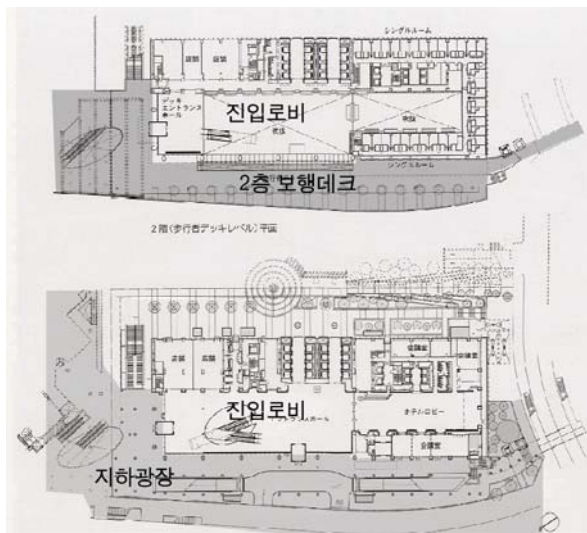


그림 4-24 중층적으로 형성되는 시오사이트의 공공공간들. 시오사이트 스미토모빌딩의 (상)보행데크레벨평면과 (하)지하광장레벨평면.

이는 도시의 지표레벨을 교통을 처리하기 위한 장소로 남겨 두면서, 공공공간의 경험을 분리된 안전한 환경에 입체적으로

수용하려는 복합도시건축의 공통된 특징에서 비롯된다. 그 가장 큰 이유는 지상레벨은 도시의 본래 구조로부터 연속되어 있기 때문에, 복합도시건축이 내부적으로 조성해야하는 이상적인 환경을 수월하게 조절할 수 없기 때문인 것으로 보

인다. 즉, 복합도시건축은 차이를 만드는 공공공간을 통해 스스로가 표상하는 도시의 상(象)을 형성해야하는데, 이는 외부 도시의 환경에 의해 영향을 받는 지표 레벨로부터 멀어지는 것으로 가능해진다는 문제가 본질적으로 자리하고 있기 때문이라고 볼 수 있다.

#### 나. 내밀한 환경을 만드는 공공공간

복합도시건축의 내향적 체계는 공간 요소의 단계를 달리하면서 연속적으로 나타난다. 전술한 것처럼, 복합도시건축의 단지의 내부는 외부 도시 환경에 대해서 내향적 체계를 구축한다. 롯폰기힐스 자체를 하나의 도시체계를 지니는 군집이라고 본다면, 이 도시체계에서 사람들이 모이고 공공적인 삶을 누리는 장소는 외부 공간들에 대해서 다시 내향적인 체계를 유지한다.



그림 4-25 복합도시건축의 내부화된 광장

롯데백화점은 집합소비공간을 기반으로 형성되는 복합도시건축의 유형을 지니기 때문에, 장소의 성격은 소비의 성격에 따라서 변화한다. 즉, 사람들이 모이는 장소는 카페의 휴식기능과 서점, 레코드점의 문화소비기능과 동반해서 나타난다. 롯폰기힐스 내부에서 사람들이 모이고, 만남과 사교의 행위가 발생하는 것이 ‘츠타야(Tsutaya)’와 같은 건물의 내부에 형성되는 것은 그러한 맥락에서 이해할 수 있다.

전 절에서는 복합도시건축의 단지 내 공공공간이 도시의 지표 레벨과 차이를 지니면서 비연속적으로 형성되었으며, 이를 통해 내향적 체계라는 특성을 드러내었다. 내부의 공공공간이 외부 도시의 지표면과 동일한 레벨에서 연속적으로 형성되는 경우에는 다른 방식을 통해 내부 지향적인 구성을 지니는 것을 볼 수 있다. 이러한 경향은 미드타운의 사례에서 관찰된다.

미드타운은 앞서 살펴본 롯폰기힐스나 시오도메 시오사이트가 내부의 공공공간을 통해 내향성을 지니는 방식과 차이점을 보인다. 롯폰기힐스나 시오사이트가 지

하광장이나 기단 역할을 하는 인공 지반을 형성하여서 주변 도시와 분리된 환경을 조성함으로써 내부성을 강화했다면, 미드타운은 주변 도시와 연속된 구조 속에서 동일한 특성이 나타나는 방식을 보여준다. 이는 미드타운의 광장이 건물 군 내부로 들어오면서 점차 변화하는 공간적 성격에서 명확하게 볼 수 있다. 이를 미드타운 외부의 도시 환경에 속하는 가



그림 4-26 미드타운의 광장 구성 다이어그램, EDAW  
(출처: Tokyo Midtown)

로로부터 내부의 광장에 이르는 진입시퀀스를 통해 상세히 살펴보면, 진입과정에서 통과하는 영역은 세 부분으로 나누어진다. 이 때, 각각의 영역에서 공공공간이 하는 역할은 차이점을 지닌다. 미드타운의 마스터플랜을 맡은 SOM은 ‘미드타운 컨셉트 가이드북’에서 이 공공공간들의 연속에 있어서 각각을 ‘공공적인 것과 반공공적인 것 사이의 뚜렷한 서열을 명시할 것’을 밝혀두기도 했다.<sup>63)</sup> 첫 번째로 진입하는 부분은 가로와 연속된 경계부의 영역이다. 여기서 미드타운의 공공공간은 가로와 연속된 공간으로 존재하면서, 미드타운의 영역 내부로 들어왔음을 알리

가로 연결부



공간 현황

- 가로 공간의 확장
- 쾌적한 보행 환경

- 지시물을 통해서 건물군의 진입 영역 표시

- 지하레벨과 연계해주는 계단 구조물

표 4-8 미드타운의 가로에서 형성되는 공공공간의 현황

63) ‘特集: 東京ミッドタウン’ 『月刊 近代建築』 2007年 6号, p57



기 위해 정보키오스크와 오벨리스크같은 지시물들을 세우는 장소로서 작용한다.

가로와 진입부 역할을 하는 공간을 거쳐서 가로와 수직으로 연결된 영역에 들어서면 이는 광장으로 연결하기 위한 공간으로 그 자체가 광장으로 볼 수 있는 요소가 부재한다. 평면상에서 보이는 바닥의 형태는 광장으로서의 기능을 짐작할 수 있게 하지만, 영역을 한정하는 주변 입면의 구성에서 의도적으로 광장의 기능을 피했다고 볼 수 있다. 주변 입면을 보면 건물의 이용자가 출입하기 위한 출입구가 배치되어있지 않고, 유리커튼월이 견고한 면을 이루며 바닥과 만나고 있어서 광장을 형성하는 건물 내부로의 출입흐름이 발생하지 않는다. 따라서 이 영역에서의 방문자의 행동은 빠르게 지나치는 것으로 한정된다. 바닥 위에 드러난 요소들 역시 지하광장으로 연결되는 에스컬레이터가 강조된 구조물로 서있어서 방문자에게 선택의 상황에 놓이게 하여 지하로 내려가거나 더욱 안쪽으로 이동하는 선택을 하도록 이끈다. 반면에 광장의 넓은 바닥은 조경과 스트리트 퍼니처로 작은 단위로 분절되면서 사람들이 모여서 장소를 형성할만한 여지의 공간이 나타나지 않는다. 이처럼, 전체적으로 이동을 유도하는 요소들로 구성이 되어있어서 진입 영역의 공공공간은 경계 영역으로 인지된다.

진입영역			
공간 현황	- 기물들과 조경을 통한 선형 공간의 강조	- 공간을 소규모 단위로 분할하는 가구와 조경	- 다른 영역으로의 이동을 유도하는 구조물

표 4-9 미드타운의 진입영역에서 형성되는 공공공간의 현황

이 두 영역을 통과하여 'Plaza'로 명명된 세 번째 영역에 진입하게 되면 사용자들이 모여서 공통적인 경험을 할 수 있는 광장의 기능을 하는 공공공간이 나타난다. 공공공간은 집단 속에서 도시적 경험을 동시에 느끼게 만드는 공간이라고 할 수 있다. 그렇다면, 빌딩으로 둘러싸인 미드타운의 이 'Plaza'에서 중요한 것은 경험을 공유하는 하나의 공간이라는 감각을 강화시키는 것이다. 여기에는 'Plaza'의 셸터(shelter)로서 기능하는 거대한 지붕 구조물이 중요한 역할을 하고 있다. 이 지

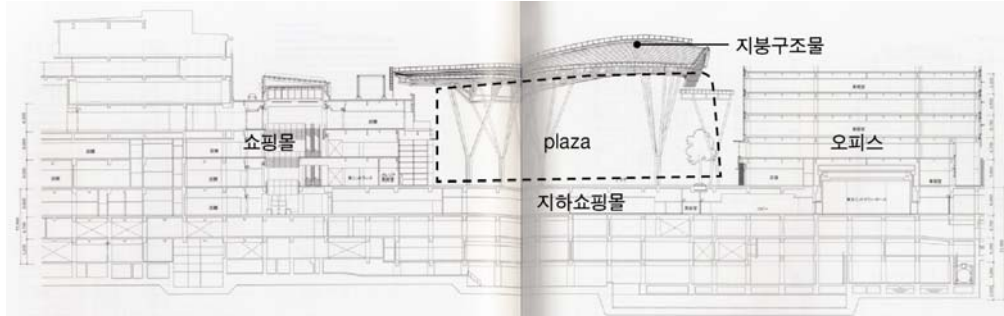


그림 4-27 미드타운의 'plaza' 단면도

붕구조물은 나무의 구조를 연상시키며 'Plaza'에 숲과 같은 이미지를 부여하는데, 방문객들은 이 구조물 주위에 기대어 모이거나 앉아서 자신의 장소를 형성한다. 광장에서의 행위를 지원해줄 뿐 아니라, 광장이라는 공간의 경계를 한정해 주면서 일정한 영역으로 인식하도록 만든다.

이와 같은 물리적인 지붕구조물에 더해서, 광장을 향해 면하고 있는 상업시설이 소비행위를 지원해주며 경계 공간을 형성하는 것이 내부의 공공공간으로의 인식을 강화한다. 또한, 미드타운의 내부의 공공공간인 'Plaza'에는 이를 둘러싸는 건물들의 흐름이 집중되도록 구성되어 있어서 밀집된 환경을 연출한다. 이처럼, 내부의 공공공간을 구성하는 것은 기능적(소비행위), 구조적(공간을 한정하는 지붕구조물), 현상적(밀집된 환경)인 측면에서 동시에 발생한다.

이와 같이, 미드타운에서 'Plaza'는 진입 시퀀스의 경험을 통해 외부 도시와의

<p>내부의 광장</p>			
<p>공간 현황</p>	<p>- 공유하는 하나의 거대한 공공공간이라는 감각을 강화하는 지붕구조물</p>	<p>- 광장 기능을 지원해주는 상업시설과의 경계 공간</p>	<p>- 내부 광장을 둘러싸며 흐름을 형성하는 상점들.</p>

표 4-10 미드타운의 내부 광장에서 형성되는 공공공간의 현황

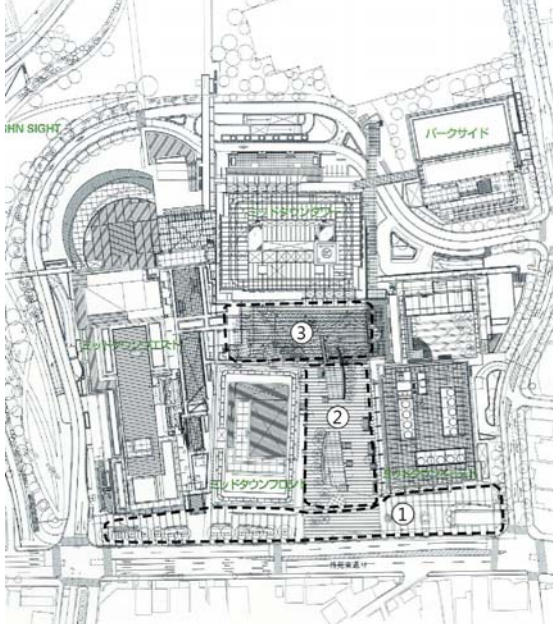




내부 진입 시퀀스	미드타운 배치도	
1. 가로 진입부의 키오스크		
2. 통로로 기능하는 광장		
3. 내밀하게 커튼월로 둘러싸인 광장		
	미드타운 광장 구성 스터디	
		

표 4-11 미드타운 광장 시퀀스 구성 (가로-통로-광장)

연계를 약화시키고, 내부 공공공간이 지나는 환경의 밀도를 기능적, 구조적, 현상적인 측면에서 강화한다. 이는, 결국 미드타운의 중심을 이루는 내부의 공공공간을 외부 도시에 대하여 내밀한 환경을 만들기 위한 시도로 해석할 수 있다.

이처럼, 복합도시건축의 공공공간을 형성하는데 있어서, 외부 도시와 비연속적인 바닥면을 형성하여 기단이나, 지하에 광장을 두는 태도, 그리고, 내부의 공공공간이 지나는 밀집된 환경의 감각을 강화하여 외부 도시에 대하여 내밀함을 강조하는 방식들은 복합도시건축을 주변 환경으로부터 분리하여 내향적 체계를 더욱 강



화하려는 의도로 해석할 수 있다.

## (2) 단지 외부의 경계공간

내부와 외부의 경계공간은 물리적, 인식적인 측면에서 발생한다. 복합도시건축에서 건물 군 단지와 그 외부의 도시 환경의 경계부에서 발생하는 현상은 물리적인 측면에서의 경계공간이라고 할 수 있다. 반면, 인식적인 측면에서의 경계공간은 복합도시건축 내에서 외부 도시 환경을 받아들여지게 되는 공간에서 발생하는데, 이는 최상층의 전망대가 될 수도 있으며, 단지 외부와 연결되는 광장의 한부분일 수도 있다. 이 절에서는 복합도시건축의 경계 공간을 이와 같은 두 측면으로 나누어 살펴본다.

### 가. 외부 환경의 이미지화

복합도시건축의 내부와 외부의 관계를 살펴볼 때, 인식에 있어서 일종의 일방향성이 형성됨을 알 수 있다. 즉, 내부에서 외부를 인식하는 방식을 보면, 이 양자가 서로 동등한 공간 환경의 단위로서 전체를 형성하는 개별 부분들로 다루어지는 것이 아니라, 외부의 환경은 내부를 형성하기 위해 차용하는 이미지 요소로 종속되어 사용되는 것을 볼 수 있다.

롯데기힐스의 예를 들면, 내부의 광장에서 인지되는 외부 도시는 단편적인 풍경으로 인식되는데, 이는 경험자의 눈높이가 도시의 지표 레벨로부터 벗어나면서 발생한 공간적인 감각에서 비롯하기도 하지만, 내부에서 볼 수 있는 외부의 풍경을 제한된 부분에서만 가능하도록 유도하기 때문이다. 요시미 순야는 롯데기힐스와 같은 복합도시건축의 이런 특성이 공간경험에 있어서 방향상실을 불러일으켜 전체의 동선 파악을 어렵게 만든다고 서술한다. 그에 따르면 롯데기힐스는 의도적으로 주변전망을 가리고, 시각적으로 혼란시킨다.<sup>64)</sup> 이렇게 공간 경험의 미로성을

---

64) 특히 게이트 역할을 하는 ‘메트로헛’에서부터 쇼핑가인 ‘웨스트워크’를 거쳐 레스토랑가를 이루는 ‘아리나’로 연결되는 과정을 서술한다. 吉見 俊哉, ‘미로와 조감: 디지털한 도시의 상상력’ 『도쿄 스타디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 커뮤니케이션 북스, 2006, pp26~27

광장 레벨	쇼핑몰	전망대
		
중경(中景)으로서 외부 환경을 인식할 수 있는 광장의 테크	내부공간의 이미지로 차용되는 원경으로서 외부환경	소비 상품화되는 스펙타클로서 외부 환경

표 4-12 다양한 층위에서 형성되는 롯데기힐스의 'observatory deck'

획득하기 위해 외부 도시의 전망은 특정한 부분에 의도적으로 장소를 마련해놓는다. 경험자들은 쇼핑몰 내부의 테크나 빌딩 최상층의 전망대에서 외부 도시를 인식할 수 있는데, 이 때 외부도시는 차경의 대상으로서 내부의 공간 경험을 장식하기 위한 '이미지'의 기능을 할 뿐이지, 내부에서 외부환경과 관계지을 수 있는 계기를 제공하지 않는다. 이는 이러한 장소들에게 '전망대(observatory deck)'라고 특별하게 명명하는 태도에서도 읽을 수 있다.

이 때문에, 롯데기힐스 내부에서 인지하는 복합도시건축 외부의 환경은 경험자의 신체로 '근접함'을 느낄 수 있는 물리적인 환경의 연속으로 존재하지 않는다. 내부의 경험을 구성하기 위한 이미지로서 대상화되어 원경으로만 존재한다. 이는 주변 환경에 대해 거리감을 부여하여 멀리서 관망하는 위치에 놓이게 하며, 연속적인 공간 환경을 구성한다는 인식을 약화시킨다.

이처럼, 근경으로 존재해야할 외부 도시가 부재하여 복합도시건축의 내부 영역과 외부 도시와의 연속성을 약화시키는 또 다른 현상을 '도쿄미드타운'에서 볼 수 있

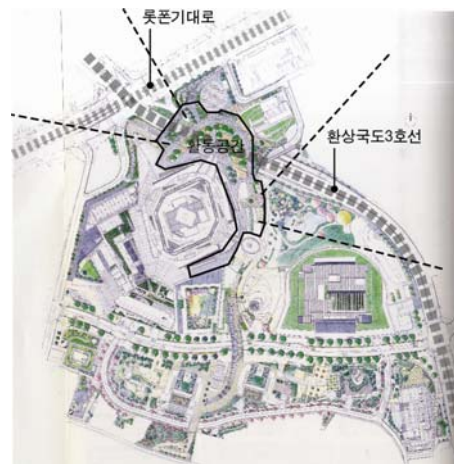


그림 4-28 인프라공간을 통해 근경이 제거되는 롯데기힐스의 배치

다. 롯폰기힐스는 주요 활동 공간의 레벨을 주변 도시 조직보다 높게 두고, 동시에 주변의 인프라스트럭처에 할애되는 공간들로 인해 거리가 발생하는 방향으로 조망을 열어서 근경이 제거되었다. 반면에, 외부 도시 조직과 동일한 지표 레벨에 메인 활동 공간을 형성한 미드타운은, 이와 달리 건물 군 내부에 자체적으로 근경의 역할을 수행할 수 있는 녹지공원을 인공적으로 조성했다. 이는 도시적 구성을 획득하려고 하는 복합도시건축에서 보편적으로 나타나는 현상이다. 즉, 도시 가로와 직접적으로 만나는 것보다는 내부적으로 오픈스페이스를 두고 이를 매개로 도시와 연계되는 것이 복합도시건축이 지향하는 자율적 도시와 일치하기 때문이다.

따라서, 미드타운의 후면에 형성된 이 대규모의 녹지공간은 도시의 밀집된 환경 속에서 비일상적인 요소로 받아들여지며, 이 복합도시건축을 도시의 쇼핑환경과 자연의 환경이 이상적으로 합치된 장소인 이미지를 부여하려고 만든 것이라고 할 수 있다. 결국, 롯폰기힐스와 그 방식은 다르지만, 근경으로 녹지공간을 두게 됨으로서, 마찬가지로 근경으로서 외부 환경이 삭제되었다. 이로 인해 주변의 풍경이 원경으로 물러나게 되면서, 인접한 연속된 환경으로 인지되는 것이 아니라, 미드타운 내부에서 관조할 수 있는 이미지로서 역할을 하게 되는 효과를 낳았다.

이와 같이, 복합도시건축에서 내부와 외부 환경의 관계는 물리적으로 인접한 환경으로 인식되는 연속성이 의도적으로 제거되고 있다. 이로 인해 복합도시건축에



그림 4-29 (좌)주변환경과 녹지공간으로 간격을 둔 미드타운의 배치도 (우)녹지공간을 통한 근경의 제거

있어서 외부 도시의 환경이라는 것은 신체적인 경험으로부터 떨어진 이미지 장치로서 활용된다. 이는 복합도시건축이 외부를 이미지화하여 물리적인 실체로서의 의미를 약화시키는 것으로서, 내향적 체계를 강화하는 원리를 지니기 때문에 나타나는 건축적 속성이라고 해석할 수 있다.

#### 나. 주변을 여백화하는 경계

도심에 형성되는 복합도시건축은 대부분 기존 구시가지의 저밀한 토지이용과 비효율적 공간구성을 개선하기 위한 목적으로 실행된다. 이는 일본에서 발견되는 대부분의 최근 사례들이 도시재생프로젝트의 일환으로 진행되고 있음으로도 확인할 수 있다. 따라서, 복합도시건축을 형성하는 대규모 개발이 성공적으로 수행되기 위해서는 공공의 인프라스트럭처를 얼마나 잘 정돈하는가가 중요한 부분을 차지한다. 가장 공간적으로 분명한 영향을 미치는 예가 도로라고 볼 수 있는데, 롯폰기힐스의 경우를 보면, 지역에 부족한 도로망을 확충하기 위해 롯폰기힐스 내부에 간선도로로서 기능하는 ‘케야자키자카로’를 개설해야만했다. 그리고, 이에 더해 대규모 개발로 인해 발생할 혼잡한 교통 문제를 해결하기 위해 ‘롯데몰 6초메길’과 ‘환상3호선’의 교차점을 입체교차도로로 재정비해야만 하는 상황에 처했다. 이처럼 복합도시건축은 필연적으로 도시 기반시설의 정비가 뒤따라야하기 때문에 프로젝트 자체가 고수익을 거두어야 하는 구조를 지닌다.<sup>65)</sup> 이러한 수익성에 대한 검토는 개발지구 내에 가능한 한 많은 용적의 건물을 채우는 계획으로 연결되고,

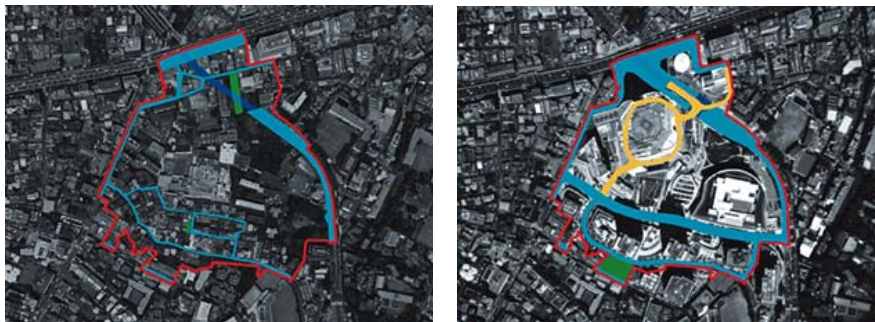


그림 4-30 롯폰기힐스의 개발 전후의 도로 인프라스트럭처 정비 상황 비교

65) 이는 현재 일본도시재개발을 평가할 때 자체의 수명과 같이 존재하는 패러독스라고 평가되고 있다. 隈研 吾, 清野 由美, 『新・都市論TOKYO』, 集英社, 2008, pp.120~121

결과적으로 주변 도시조직이 지닌 컨텍스트와 유기적으로 조응하지 못하고 배타적인 경계를 만드는 요인으로 작용하고 있다.

이는 모리미노루와 안도타다오가 롯폰기힐스에 대해서 대답을 나눈 ‘도시와 문화’라는 아티클에서 더욱 분명해진다. 이들은 롯폰기힐스가 사람들에게 “도시를 보고 싶다는 생각”을 충족시켜주는 공간이라는 점에 동의하면서, “이용자들은 쇼핑보다 거리를 보러 오고 있다”는 점이 중요하다고 강조한다.<sup>66)</sup> 이 때 이들이 사용하는 ‘도시’라는 언어는 스펙타클하게 다양한 요소가 펼쳐진 풍경으로의 도시를 의미하는 것으로 주변 도시와의 연속된 관계에 대한 언급은 나타나지 않는다. 다시 말해, 이들이 말한 도시는 내부적으로 완결된 이상적인 환경으로 치장된 장소라는 측면을 의미하며, 롯폰기힐스 외부 환경에 대해서는 배타성을 기반으로 조성되었다는 점을 추측하게 한다. 이를 보다 자세히 살펴보기 위해 롯폰기힐스의 경계부에서 내부로 진입하는 방식들을 조사해보면 내부로의 접근루트는 매우 한정된 구조물을 통해서만이 가능하다. 이는 도시라는 것이 본질적으로 지닌 공간의 연속적 구조와는 다른 양상으로서, 복합도시건축의 사유화된 장소를 컨트롤하기 위한 불가피한 통제로 인한 현상으로 볼 수 있다. 이러한 특성들이 복합도시건축이 조성되는 지구의 경계선에서, 도시공간에 확연하게 단절선을 각인시켜서 공간을 양분하지만, 내부적으로는 이 단절이 인식되지 않게 된다는 관찰이 가능하도록

쇼핑몰 내부와의 경계		광장과의 경계		
				
데크하부	문	에스컬레이터	건축물	지하보도-광장
				

표 4-13 롯폰기힐스 경계에서 내부 연결을 한정하는 요소들

66) 安藤 忠雄, 森 稔, ‘対談: 都市と文化’ 『月刊 近代建築』 2003年 8号, pp. 62~67



만든다.<sup>67)</sup>

위의 표에서 보는 것처럼, 롯데기힐스는 외부 도시로부터 내부로의 진입 공간을 형성하는 경계부에서 의도적으로 새로운 장소로 전이하게 되는 것을 다양한 건축적 장치를 통해 인지시킨다. 또한, 쇼핑몰 내부로 연결되는 것이나, 도시 공간의 연속이라고 생각할 수 있는 광장으로 연결되는 경우에도, 경계공간의 처리 방식에는 큰 차이가 없다. 양쪽의 경우 모두, 경계 영역의 존재를 강하게 표출하는 구조물들이 사용되었다. 이는 롯데기힐스의 오픈스페이스로 기능하는 광장과 사유재산의 성격이 더욱 강하게 나타나는 쇼핑몰 모두 외부에 대해서 동일하게 경계를 강화하는 관계를 유지하는 것으로 볼 수 있다.

이처럼, 복합도시건축들은 스스로 ‘도시성’을 표상하여, 내부 영역에 다양한 요소들을 모아놓고 도시처럼 열린 공간의 개방적인 구조로 유기적으로 얽혀있음을 보여주기 위한 디자인을 한다. 하지만, 이러한 ‘도시성’은 복합도시건축 내부 영역에 한정되어 자체적으로 완결되는 경우가 많다. 실제로 복합도시건축은 내향적 체계를 강화하기 위해 그 경계 영역을 특정한 의도대로 유지하면서, 경계의 내부에 포함되지 못하고 배제된 일종의 건축적인 잔여물들을 공간 환경의 외부에 남겨두



그림 4-31 (좌)시오사이트와 (우)오다이바의 ‘여백화’ 된 경계 공간

67) 이러한 결과가 도래되는 원인으로 복합도시건축 내에서 모든 도시의 기능을 충족 시켜버리기 때문에 주변으로의 파급력이 의외로 작기 때문인 것이 또 다른 이유로 작용하고 있다. 吉見俊哉, 『미로와 조각: 디지털한 도시의 상상력』 『도쿄 스테디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 커뮤니케이션 북스, 2006, p39

면서 주변 도시를 여백화<sup>68)</sup>한다. 이때 ‘여백화’라는 표현은 와카바야시 미키오가 외부에 대해서 배타적인 태도를 지니는 복합도시건축이 이끌어내는 현상을 지칭하는 표현이다. 즉, 복합도시건축은 교외와 마찬가지로 공간적으로 역사적으로 아무런 맥락이 없이 의사적인 도시공간을 형성하면서, 주위의 도시 공간은 이 건축의 내부와 아무런 적극적인 의미를 지니지 않는 ‘여백’과 같은 위치를 차지함을 지적하는 것이다.

예를 들면, 복합도시건축에서 사용자들의 활동 공간을 형성하는 부분을 내부에 집중하고, 반대로 이러한 기능들을 지원하는 건물의 서비스부분들이 외부로 노출되면서 이들은 대체적으로 커다란 볼륨으로 도시의 외관을 형성한다. 이 때문에 복합도시건축의 경계부는 외부에 대해서 배타적인 태도를 취하게 된다. 미우라 아츠시는 이렇게 개체화, 단편화되는 복합도시건축의 성향을 두고, ‘이온화’라고 설명하면서 비판적인 태도를 취한다.

이렇게 복합도시건축이 ‘이온화’되는 것은 교외쇼핑센터의 건축언어를 차용한데에서 비롯된 문제로 생각된다. 앞서 살펴보았듯이 교외쇼핑센터라는 빌딩타입은 저밀도로 분산된 교외에 부재하는 밀집공간을 대체하는 구심적인 장소를 만들어야 될 필요에 의해 형성되었기 때문에, 한정된 영역의 밀도를 높여 도시적인 밀집환경을 만드는 것이 목표였다. 이는 건물의 복합화와 내부의 물 공간화라는 건축적 해법으로 연결되어서, 상업시설을 기반으로 도시적인 스케일의 대규모 공간을 만드는 복합도시건축에서 효율성과 경제성이라는 면에서 장점을 지니는 장소를 만드는 역할을 했다. 이 때문에 소비기능을 기반으로 다양한 용도들이 복합되는 건축계획에서 보편적인 해법으로 사용되고 있다. 이러한 방식을 고밀도 도시의 한복판에 사용하게 된 복합도시건축은 부분의 밀도를 강화시키면서 반대급부로 주변부를 ‘여백화’하게 되었다. 이 때문에 명확한 경계가 형성되어 내, 외부의 공간환경에 있어서 콘트라스트가 강해지고, 도시구조가 미우라 아츠시의 표현대로

---

68) ‘여백화’라는 표현은 와카바야시 미키오로부터 빌려온 것이다. 본래 ‘여백화’는 오다이바에 형성되는 복합도시건축을 설명하기 위해 사용된 표현으로 교외와 마찬가지로 공간적으로 역사적으로 아무런 맥락이 없는 지역에서 의사적인 도시공간을 형성하면서, 주위의 도시 공간은 이 건축적 장치와 아무런 적극적인 의미를 지니지 않는 ‘여백’과 같은 위치 밖에 차지하지 못하고 있음을 지적한다.

배타적인 경계부	사용 행위가 밀집된 몰 공간
	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 경계부는 지표 레벨에 형성.</li> <li>- 경계부에 면하는 기능은 차량 진출입 공간.</li> <li>- 공간의 공동(空洞)화 현상 발생</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 내부의 몰공간은 스카이웨이로 형성.</li> <li>- 몰공간에 면하는 기능은 상점, 레스토랑, 오피스 로비.</li> <li>- 사용행위가 밀집되어 활발한 흐름이 형성.</li> </ul>

#### 시나가와 인터시티 배치도

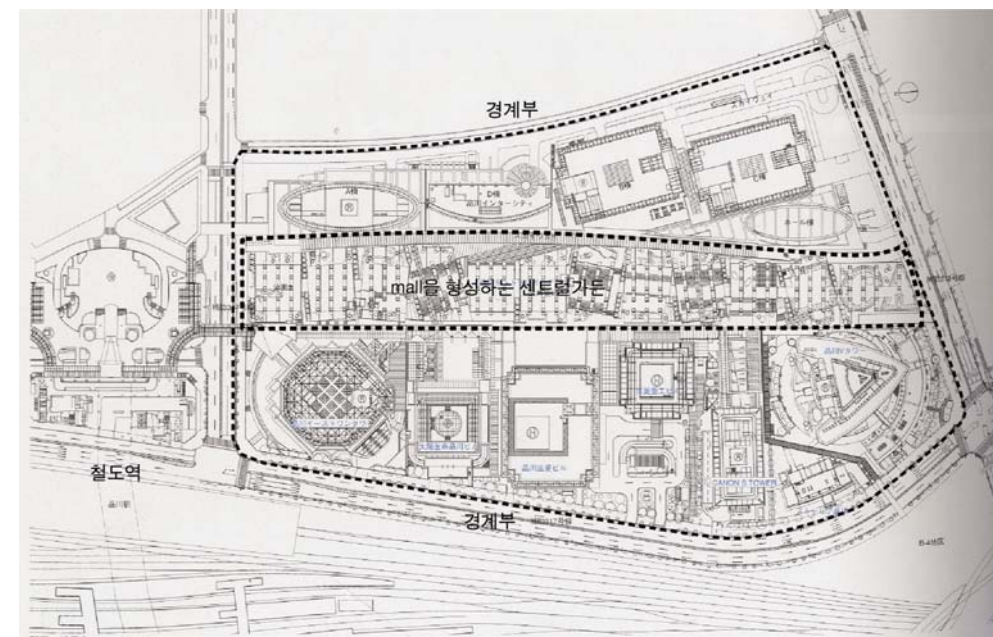


표 4-14 시나가와 인터시티의 경계부와 몰 공간에서 발생하는 공간적 대비

‘이온화’되어 도시 위에 얹혀진다. 이를 설명하기 위해 시나가와 재개발지구를 예로 들 수 있다. 고층오피스의 집합인 그랜드커먼과 인터시티가 연합하여 형성된 시나가와 재개발지구는 중앙부에 센트럴가든을 두고 회유하는 몰공간의 구조를



지냈다. 초기 교외쇼핑센터의 물공간 형식과 동일한 공간 구조를 지니는데, 이 물공간은 건물을 배경으로 중앙의 도시형 인공정원을 향하여 열려있어서 내향적 체계를 강화하는 역할을 한다. 이 물 공간을 형성하는 스카이웨이는 중앙으로의 시선과 운동을 이끌지만, 외부의 인식은 차단하고 있다. 스카이웨이를 따라 이동하면 외부도시를 경험하지 않은 채, 인접한 철도역을 통해서 다른 장소로 이동할 수 있다. 사용자가 공간 구조를 인식하는 차원에서 보면, 시나가와 지구는 철도역과 스카이웨이를 통해 지상과 분리되어 연결이 되어 있기 때문에, 철도역이 연장된 내부 공간을 이루는 하나의 건물과 같은 구조를 지닌다. 이렇게 복합도시건축의 내부는 밀집한 이용자들의 풍경으로 활력을 띄지만, 그 경계부에서는 앞서 말한 것처럼, 건물 서비스기능을 유지하기 위해 차량의 진출입을 위한 공간들이 형성된다. 이로 인해 복합도시건축 주변의 도시 공간이 공동화되고 도시 외부 공간의 활기를 잃게 된다.

이러한 복합도시건축의 구성방식은 내부 사용자의 관점에서 보면, 입체적인 보행브릿지 시스템을 통해 안전하게 교통수단과 접속하며, 각종 소비공간과 편의시설들이 이 보행브릿지를 통해 연결되면서 이상적인 도시 공간을 창출하는 것으로 보일 수도 있다. 하지만, 복합도시건축 외부의 관점에서 본다면, ‘이온화’, ‘여백화’라는 표현과 같이 외부에 대하여 배타적인 공간을 경계부에 만들어서 내향적 체계를 강화하는 것으로 볼 수 있다. 이는 주위의 도시 공간을 외부적인 위치에 자리하게 하여, 도시 건축을 단위로서 강조하여 상대 단위를 타자화하는 현상을 이끌고 있다.<sup>69)</sup>

---

69) 미우라 아츠시는 ‘이온화’라는 표현을 쓰는 한편 쿠마켄고는 ‘엔클로저화’라는 단어로 동일한 현상을 지칭하고 있다. 이러한 ‘엔클로저’로서 도시건축은 상대 단위를 테마파크화 하여 나와 동떨어진 세계로 드러난다. 隈研 吾, 三浦 展, 『三低主義』, NTT出版, 2010

### 4.3.2. 인프라스트럭처의 층위: 연결성의 소통

건축의 교외성은 교외쇼핑센터를 둘러싸는 인프라스트럭처의 층위에서 공간의 경험을 모빌리티와 인프라스트럭처 구조물로 매개하는 추상적인 것으로 환원하였다. 이는 건축에서 영역 간 소통의 기반이 신체적인 경험에 의존하던 것으로 부터 다양한 차원에서 존재하는 것으로 변화되는 의미를 지닌다. 복합도시건축에서 이러한 성격은 내부에서의 ‘정위(orientation)’이라는 측면과 외부 도시로 부터의 접근 시퀀스가 경험적인 것에서 기호와 구조물로 매개되는 측면에서 드러난다. 이들은 공통적으로 경험을 공간의 물리적 환경 단독에 기대어 형성하는 것이 아니라, 정보와 인프라스트럭처를 기반해서 축적시킨다는 점을 지닌다. 이는 복합도시건축의 연속된 공간의 소통을 다차원적으로 존재하게 하면서 교외성의 한 측면을 드러내는 현상으로 이해할 수 있다.

#### (1) 기호의 독해를 통한 정위(定位)

복합도시건축은 개념적으로 ‘도시’가 되는 것을 지향하기 때문에 다양한 영역들이 혼재되어 고밀도로 집합되는 형식을 공통적으로 지닌다. 그렇기 때문에, 서로 다른 영역 사이를 소통시키면서 사용자의 정위를 돕는 것이 기능적으로 중요한 부분을 차지하고 있다. 롯데기힐스의 예를 보면, 사용자는 내부의 공간 구조를 이

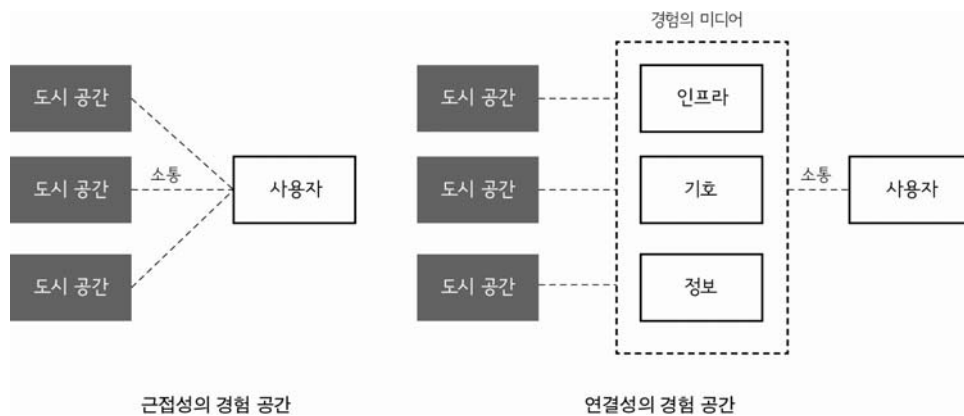


그림 4-32 근접성과 연결성을 소통 기반으로 하는 공간 경험 다이어그램

해하는데 있어서, 경험을 통해 공간이 소통하는 관계를 지각하여 전체를 파악하는 것은 불가능에 가깝다. 이는 롯데기힐스와 같은 상업시설들이 경험자로 하여금 공간을 이리저리 배회할 수 있도록 유람성을 실현하는 것을 건축계획의 주요한 사항으로 지니고 있기 때문에, 쉽게 파악되지 않는 전체를 만들려고 하기 때문이다<sup>70)</sup>.

사용자가 전체 구조를 이해하고 정위(orientation)할 수 있도록 돕는 것은 규칙적으로 곳곳에 배치된 키오스크가 전달하는 정보가 그 역할을 수행하고 있음을 알 수 있다. 이는 복합도시건축으로서 롯데기힐스가 도시의 밀집된 환경을 재현하기 위해 의도적으로 주변 도시의 시야를 제한하고, 공간을 분산시키는 것이 그 원인 중 하나로 볼 수 있다. 이러한 공간의 경험에 대해서 요시미 순야는 다음과 같이 그의 관찰을 기록하고 있다.

곳곳에 대형 영상스크린이 놓이고 오픈스페이스도 적은 것은 아니다. 하지만 그러한 것들이 상호 연결되어 어떠한 연속적인 내러티브를 구성하고 있는 것으로는 도저히 보이지 않는다. 여기에서 어떤 장면에서 다른 장면으로의 이행은 거의 순간적으로 발생하고 있고, 더구나 의도적으로 보일 정도로 동선이 착종되어 있다는 점은 한편으로는 내부의 지리를 알기 어렵게 만들고 있다. .... 롯데기힐스를 비롯한 1990년대 이후의 도쿄 도심의 거대 재개발은 웹 사이트를 잇달아 서핑해가는 것 같은 산만한 경험밖에 제공하지 않는다.<sup>71)</sup>

이와 같은 분석은 복합도시건축 안에서 사용자가 정위하기 위해서는 공간의 경험에 더하여 가이드라인으로서 역할을 하는 경험의 매개체가 필요함을 의미한다. 롯데기힐스에서 이러한 매개의 역할을 하는 것은 휴대하는 메뉴얼의 기호들을 통해 습득하는 정보와 주요 포인트에 기물로 서있는 키오스크들에서 확인하는 정보들의 두 가지 층위로 나누어져서 존재한다. 즉, 이 공간을 경험하는 사용자들은 신체의 감각으로는 불충분한 ‘정위(orientation)’를 경험의 매개체들을 ‘독해’하는 행위를 통해서 수행한다. 롯데기힐스에서 사용되는 경험의 매개체는 다음의 표와 같다.

이 도구들을 통해 복합도시건축의 경험방식을 유추해 볼 수 있다. 우선, 사용자

70) 隈研 吾, 清野 由美, 『新・都市論TOKYO』, 集英社, 2008, p107

71) 吉見 俊哉, 『미로와 조각: 디지털한 도시의 상상력』 『도쿄 스테디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 커뮤니케이션 북스, 2006, p.33

는 휴대할 수 있는 지도와 공간의 경험 과정에서 만나는 기물을 통해 도시를 독해하는데, 전자는 사용자가 능동적으로 경험의 경로를 작성하도록 이끄는 도구이며, 후자는 사용자의 현재를 도시 구조 속에서 확인시켜주는 역할을 한다. 이때, 주목할 부분은 사용자가 휴대하는 매뉴얼로서 가이드 지도는 도시 경험의 목적에 따라서 쇼핑이나 지원서비스, 경험하는 모빌리티에 따라서 주차, 노약자 등과 같은 분류로 나뉘어서 다양한 층위로 존재한다는 것이다. 즉, 경험의 목적과 이동의 방식에 따라서 도시 공간은 다르게 읽히며, 경험과 관계하는 시설과 공간들도 다르게 존재한다는 점이다. 이를 통해, 경험 공간으로서 복합도시건축은 사용자가 기호를 독해하는 행위를 통해 매개되어, 사용자의 목적과 이동의 성격에 따라서 다층적으로 존재한다는 사실을 유추할 수 있다. 이러한 독해를 통한 공간의 인식은 도시를 단일한 구체적인 물리적 실체로 존재하는 대상으로 만들기보다는, 사용자와 공간의 실체를 기호나 정보를 통해 연결하여 추상적인 것으로 변화시킨다.

이렇게, 복합도시건축 내부에서 영역 사이의 이동 경험을 추상화시키는 다른 방식을 미드타운의 사례에서 볼 수 있다. 미드타운 개별 건물들의 집합을 조직으로 엮어주는 것은 복합도시건축 내부의 교통 인프라스트럭처로서 기능하는 공중브리τζ 통로들이다. 이 브릿지들을 통해서 공간을 이동하는 것은 안전한 환경을 제공

브릿지 시스템 배치도	브릿지 시스템의 진입부
	 <p data-bbox="933 1444 1260 1478">브릿지 시스템 내부의 경험</p> 

표 4-15 도쿄 미드타운의 이동 경험을 매개하는 브릿지 시스템

하여 오로지 이동의 효율성에만 충실하도록 되어있다. 이 통로를 걷는 방문자에게는 시작점과 분기점에서의 선택, 목표 지점만이 존재하며 과정으로서의 이동의 경험은 존재하지 않는다. 이때 경로를 선택하는 사용자의 행위도 공간의 방향을 인식하여 감각을 동원하는 적극적인 것이 아니라, 기호와 글자로 이루어진 그래픽을 통해서 인지하는 추상적인 수동적 감각이라고 할 수 있다. 이러한 요소들이 하는 역할에 대해서는 미드타운의 마스터아키텍트였던 SOM이 작성한 디자인가이드라인에서 분명하게 언급된다.

복합시설로서 콤플렉스의 다양한 프로그램 요소를 통합하는 액세스 및 유람의 시스템을 확립하는 것..... 사람들의 안전 및 보장을 확실한 것으로 하는 것. 그리고 가장 중요한 일로 이용자에게 탁월한 편리성을 제공하는 것<sup>72)</sup>

이는 공간의 소통에 있어서 연결성을 기반으로 이동의 경험을 매개하는 건축의 교외성이 지니는 특징을 복합도시건축 내부에서 드러내는 것으로 볼 수 있다. 이 브릿지시스템으로 진입하는 장소는 대지 주변부에서 영역의 진입을 분명하게 인식시켜주는 게이트의 역할을 하는 구조물들과 인포메이션 키오스크를 통해서 발생한다. 내부의 도시 이동 시스템과 도시 구조와의 연계는 연속적으로 나타나지



그림 4-33 도쿄미드타운의 다층적 모빌리티 체계 수용. (좌)지상층 평면도와 (우)보행브릿지 구조물과 지상층의 분리

72) ‘特集: 東京ミッドタウン’ 『月刊 近代建築』 2007年 6号, p57


사용자가 경로를 작성하도록 돕는 가이드 지도들		
프로그램	경험수단	
쇼핑	주차	
		
지원서비스	노약자	
		
기물로 배치되어 현재를 확인하는 도구들		
이벤트 정보메이션	외부 도시와의 관계	현재의 위치
		

표 4-16 롯폰기힐스 사용자의 정위(定位)를 지원하는 다층적 독해 방식들

않고, 이곳에서부터 미드타운의 영역으로 진입하게 됨을 명확히 방문자에게 알려 준다. 이러한 방식으로 이동의 시스템이 건축화되는 것은, 복합도시건축의 계획에



필연적으로 따르는 복잡한 모빌리티 체계를 수용하기 위해 지표레벨과 분리한 결과로 나타나는 현상이다. 이는 교외쇼핑센터에서 고민했던 모빌리티와 쇼핑객의 분리의 문제가 도시 속에서 동일하게 나타나는 것으로 볼 수 있다.

## (2) 인프라스트럭처에 기반하는 경험 공간

### 가. 실내화되는 도시 경험

공간의 경험이 연결성을 기반으로 소통하는 현상은 복합도시건축의 내부에서 뿐 아니라, 외부 도시로부터 접근하는 시퀀스의 경험을 통해서도 발견된다. 특정한 장소로 접근하는 시퀀스라는 것은 사용자가 신체적인 경험을 기반으로 주변 환경과 교감하면서 자신의 경로를 작성하는 것이라고 볼 수 있다. 즉, 이동의 과정 속에서 주변 환경을 통합적으로 인지하는 특성을 지니는 것이 건축적 공간의 본래적 특성인 것이다. 하지만, 복합도시건축에서는 이러한 근접성을 기반으로 하는 공간의 경험과 다른 양상이 발견된다.

롯데몰의 경우를 살펴보면, 주된 시퀀스는 지하철역으로부터 롯데몰의 게이트 역할을 하며 지하와 지상의 광장을 연결해주는 구조물인 매트로드트로 접근하는 과정에서 발생한다. 이처럼, 복합도시건축의 시퀀스에서 발견되는 중요한 특성은 그것이 인프라스트럭처의 구조에 의존하여 생성된다는 점이다. 이 때 지하

1. 동선을 분배하는 정보	2. 통로 공간으로의 진입	3. 비장소로서 통로공간	4. 기호체계의 변화로 알려주는 영역의 변화	5. 통로 분위기의 변화로 영역 이동을 인식
				
6. 외부도시를 연계하는 구조물	7. 사용자의 정위를 돕는 정보	8. 인포메이션 키오스크	9. 관문의 역할을 하는 동선의 중심	10. 목적지점에 도달
				

표 4-17 인프라스트럭처에 기반하는 롯데몰의 실내화된 도시 경험 시퀀스

철과 뭇폰기힐스를 연결하는 지하의 터널공간을 만드는 인프라스트럭처는 체류하며 장소를 형성할 여지를 주지 않고, 빠른 속도로 지나치도록 만드는 ‘비장소73)’의 전형적인 예이다. 즉, 시퀀스는 이미 결정되어 있으며 사람들은 이를 가이드로 삼아서 충실히 따르도록 되어있다. 이 시퀀스의 전개과정을 살펴보면 주로 기호를 통해 시스템을 독해하는 구성이다. 지하철역으로부터 뭇폰기힐스로 접근하는 과정에서 영역의 구분은 재료의 텍스춰, 혹은 조명의 변화로 인한 통로 공간의 질감 변화로 이루어진다. 동일한 인프라스트럭처 구조물로 연속된 공간 속에서 사람들은 분위기의 변화, 기호체계의 변화 등으로 영역의 이동을 느끼게 된다. 여기에 속해있는 시스템 공간의 체계를 독해하도록 돕는 인포메이션 키오스크의 등장으로 자신이 속한 영역이 어디에 속하는지 명확하게 읽게 된다.

이처럼, 인프라스트럭처에 기반하여 공간을 경험하는 복합도시건축은 자신의 주변공간과의 관계 속에서 목적하는 지점을 탐색하는 것과는 다른 양상을 지닌다. 즉, 신체가 환경과 상호작용하는 것이 아니라 기호와 그래픽으로 도시공간이 추상화된 지도, 인프라스트럭처에 의지하게 된다. 다시 말해 연속된 공간의 경험이 실체를 상실하고 추상화되어 사용자들은 오감으로 이해하는 것이 아니라, 읽고 해석



그림 4-34 과정이 삭제되고 인프라스트럭처를 기반으로 지점으로 존재하는 도시 공간:  
(좌)지하통로 도면 (우)지하통로와의 관계를 알려주는 위치도

73) 프랑스의 인류학자 마르크 오제가 사용한 표현으로서 장소라고 여겨질만큼의 의미를 소유하지 못하는 일시적인 장소를 가르킨다. 예를 들면, 자동차도로 위나 호텔의 방, 공항, 슈퍼마켓과 같이 순간적으로 점유했다가 사라지는 장소들을 일컫는다. Marc Auge의 Non-Places: an introduction to supermodernity, Verso, 2008을 참조.



하는 과정을 거친다.

도시 공간의 경로를 만드는 축선을 따라 선형으로 운동하는 사용자의 시퀀스는 전체로서 통일된 감각을 이끈다고 일컬어진다.<sup>74)</sup> 하지만, 롯폰기힐스에서 이동을 위한 인프라스트럭처들, 기호, 그래픽의 추상적인 정보들로 매개되는 도시의 경험은 전체를 구성하지 못하고 장면들을 단편적인 것으로 남긴다. 즉, 개별 장면들이 누적되어 이를 경험하는 사용자에게 전체로서 롯폰기힐스라는 장소를 인지하도록 만들지 못하고, 도시의 경험은 단편적으로 분산되어서 사용자가 총체적인 환경을 이해하기 어렵게 만든다.

이처럼, 복합도시건축의 경험공간은 정보와 인프라스트럭처에 의존하게 되면서, 도시와 분리된 환경을 통해 실내화되는 경향을 보인다. 이러한 특징은 미드타운에서 보다 분명하게 드러난다. 지하철역으로부터 미드타운으로 접근하는 주동선을 따라 살펴보면, 롯폰기힐스의 경우와 마찬가지로 통로의 재료 마감의 변화를 통해 영역의 전이를 암시한다. 즉, 미드타운 건축물의 외장재에서 사용되어 전체적인 형태를 만드는 테마를 지하터널의 내장재로 사용하여 미드타운의 영역 안에 들어왔음을 사용자에게 전달한다.<sup>75)</sup>

이 지하통로를 따라 미드타운의 지하층까지 연속된 공간으로서 경험하며 진입

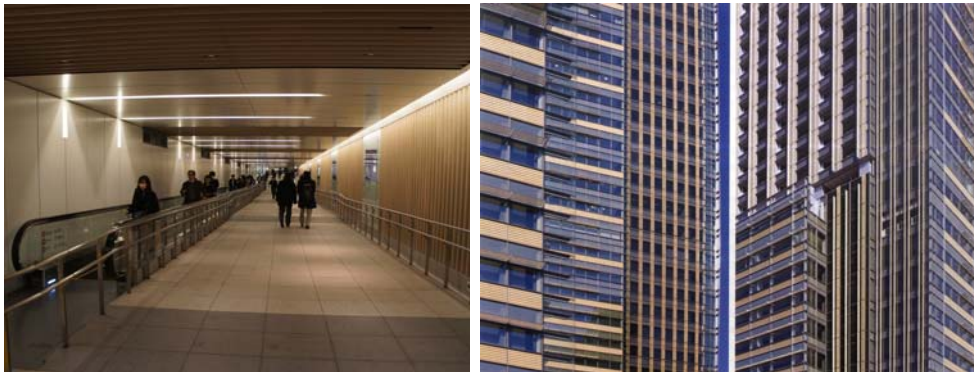
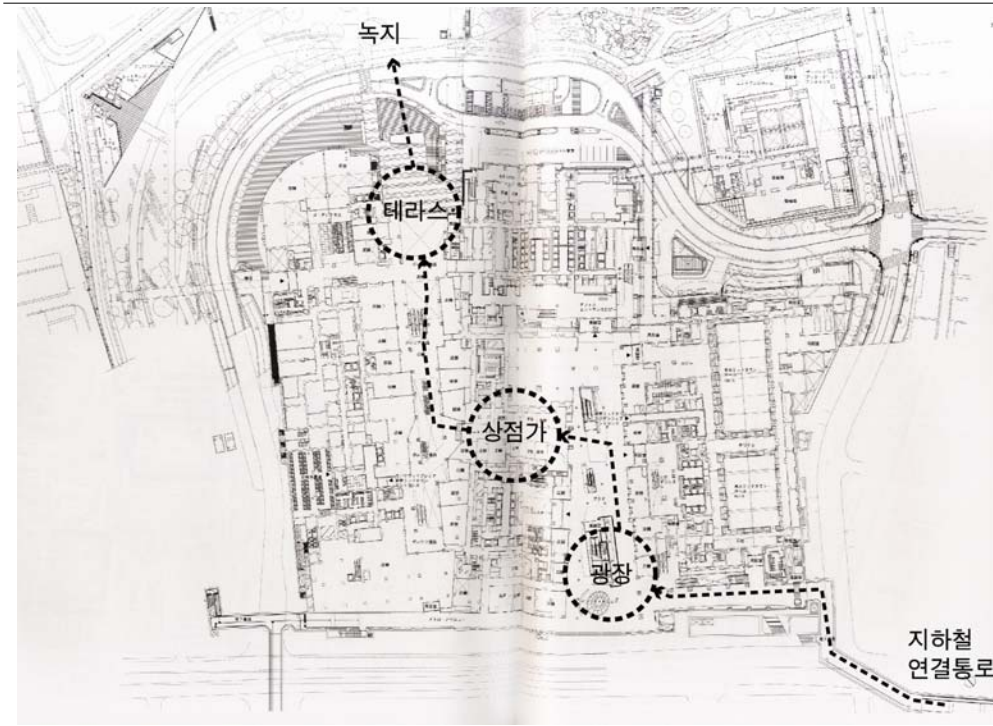


그림 4-35 통로와 외관에서 반복적으로 등장하는 미드타운의 루버 테마

74) Norberg-Schulz, Christian. 『실존, 공간, 건축』, 김광현 역, 태림문화사, 1997, pp.101~112

75) 미드타운의 외장 계획 상에서 중요하게 강조된 부분은 ‘레이어 디자인’을 적용해서, 차양 시스템이 건물 전체의 표정을 결정짓는 양식적 도구로 사용되고 있다. ‘特集: 東京ミッドタウン’ 『月刊 近代建築』 2007年 6号, p68

미드타운 지하층 평면도



인공적인 도시 구성 요소



표 4-18 인공적인 도시 요소로 조성된 미드타운 지하레벨 시퀀스

하게 된다. 이렇게 진입하여 지하층을 경험하는 과정에서 외부를 인지할 수 있는 것은 지하층에서 미드타운의 광장 역할을 하는 조각광장과 인포메이션 데스크가 위치한 장소에 도착했을 때이다. 이 때, 외부 환경은 상부 천장에서 내리쬐는 빛의 공간으로 드러나는데, 이 때의 외부환경은 단지 장소의 분위기를 장식하기 위한 요소로만 쓰였을 뿐, 내부공간과의 관계를 방문자에게 전달해주지는 않는다. 그리고 이 광장은 미드타운 내부의 지하도시를 경험하기 위한 출발점의 역할을

한다. 이렇게 외부도시와 관계 없이 인공적으로 조성된 내부의 도시공간을 관통하면 건물 후면부의 거대한 녹지공간의 뷰가 등장하고 이 영역으로 이동할 수 있다. 즉, 미드타운의 녹지공간에 이르기 까지 이 공간을 경험하는 사람들에게 외부의 도시환경은 아무런 의미를 전달해주지 않고, 인프라스트럭처와 집합소비공간의 타이폴로지로 디자인된 공간에 의해 매개되는 경험을 통해 인공적인 자연요소에 까지 이르게 된다. 이때, 복합도시건축은 ‘도시’로서 전체 환경의 부분으로서 역할을 하기 보다는, 오히려 자체적으로 도시와 같은 조직을 구성하면서, 도시 속의 요소들을 재현한다. 이러한 과정을 거치면서 복합도시건축의 시퀀스 경험은 외부 도시환경과 완전히 무관한 독립적인 경로를 구성하며, 시퀀스의 장면들은 연속된 전체를 이루지 못하고 단편적인 시스템의 요소들로만 잔존한다.

이러한 복합도시건축의 현상에 대해서 일본의 사회학자들은 “enclosure”화라고 서술한다.<sup>76)</sup> 도시 공간의 경험이 닫힌 공간의 패키지가 되면서 도시에서 신체가 감각하던 경험들이 변화하게 됐다는 부분을 지적하기 위해 사용한 표현이다. 예를 들어, <집-자동차-쇼핑몰주차장-쇼핑몰-오피스>로 연결되는 일상생활의 공간 경험처럼 복합도시건축의 실내화된 도시 경험은 대도시의 보편적인 현상으로 나타난다.

#### 나. 외부의 구조물이 매개하는 도시 경험

앞서 살펴본 것처럼, 인프라스트럭처에 기반한 복합도시건축에 개입되는 도시 경험은 그것과 연계되는 영역을 전이하며 진행되는 과정에서 영역들 간의 관계를 인지하도록 유도하여 전체로서 장소를 이해하도록 만들지 못하고 있다. 이러한 현상은 지하의 통로 구조물에서 뿐 아니라 지상에서의 도시 경험에서도 동일하게 드러난다.

롯데월드타워의 내부 영역으로 진입하는 게이트 빌딩 역할을 하는 롯데월드타워 빌딩의 사례를 보면, 외부의 구조물이 매개하는 도시의 경험을 살펴볼 수 있다. 다음의 표에서 보는 바와 같이 롯데월드타워로 접근하는 과정의 경험은 연속된 도시 공간의 경험으로 보기 어렵다. 개별 장면들은 단편적으로 잔존하며 끊임없이 내,외부를 교차하며 경험자의 시선을 지속적으로 외부 혹은 스펙타클, 기호, 소비

---

76) 隈研 吾, 三浦 展, 『三低主義』, NTT出版, 2010

관계	1. 도시-문	2. 문-도시	3.문-내부	4. 외부-외부	5. 외부-도시
장면 요소					
진입 빌딩 평면도					
관계	6. 외부-내부	7. 내부-외부	8. 외부-도시	9. 외부-내부	10. 외부-외부
장면 요소					

표 4-19 롯데 cross point 건물을 통한 롯데힐스 진입 시퀀스의 단편적 도시 경험

이미지로 이끈다. 이 때문에 롯데힐스의 내부 영역으로 진입하는 과정에서, 주변 도시 환경과 맺는 관계에 의해 형성이 되어야 할 전체의 상이 남겨지지 않는다. 그렇기 때문에, 롯데 힐스라는 도시 공간 속에서 롯데 힐스가 외부 도시의 조직과 어떤 관계로 연결되는지 사용자들이 쉽게 인식하기 어렵다. 이는 사용자의 도시 경험에 항상 인프라스트럭처 역할을 하는 구조물이 개입되어 이동의 방향과 경험하는 공간들의 연계를 수동적으로 만들기 때문이다. 따라서 경험자는 전체로서 롯데 힐스의 환경을 이해하기 위해 기호(맥도날드 50m)와 추상화된 그래픽 다이어그램들에 의존할 수 밖에 없다. 이러한 것들이 복합도시공간에서 사용자의 경험을 독해를 통해서 가능하도록 만드는 요소로 작용한다.

이처럼, 인프라스트럭처에 기반하여 복합도시건축이 형성하는 도시 공간의 경험의 특성은 다음과 같이 요약할 수 있다.

우선, 도시 공간의 경험을 인프라스트럭처가 매개하게 된다. 이때의 경험은 사용자의 인식에 의한 공간 구조의 이해가 아니라, 공간의 정보를 추상화한 기호와 그래픽에 기반하는 경험으로 환원된다. 이는, 전통적인 도시 경험에서 신체적인 근접성에 의한 공간의 인식으로부터, 공간의 매개체에 의한 연결성으로 인지되는 정보로 독해하는 도시 경험으로 전환되는 현상이라 할 수 있다.

### 4.3.3. 표상의 층위: 장소의 모사

설계라는 행위에 있어서 복합도시건축과 교외쇼핑센터가 공유하는 중요한 사실은 양자가 모두 ‘도시를 만든다’를 목표로 한다는 점이다. 앞서 살펴본 것처럼, 교외는 모빌리티에 근거하여 경제적인 조건이 합치하는 통근 노동자들이 군집하여 이루어진 도시였다. 그렇기 때문에, 공동체 구성의 배경으로 존재하는 역사나 지역 등의 맥락이 부재하기 때문에 장소를 인공적으로 만들어야 할 필요가 있었다. 이점이 복합도시건축의 설계와의 공통점으로 작용한다. 복합도시건축은 다양한 기능의 건물이 군집하는 형식이기 때문에, 내부에 인공적으로 도시적인 구성을 취해야 할 필요가 발생한다. 이때 장소의 의미를 만들어내는 원리가 필요하지만, 인공적으로 도시를 만들어야 되기 때문에, 교외와 마찬가지로 배경으로 작용하는 맥락이 부재하게 된다. 이러한 특성을 교외쇼핑센터와 공유하면서, 복합도시건축의 공간 환경에서 교외성을 드러내는 요인으로 작용한다. 이 절에서는 이렇게 장소를 만드는 요소를 크게 도시와 자연, 경험으로 구분하여, 복합도시건축에서 이들을 어떻게 모사하면서 교외성을 내재하기 되는지 살펴볼 것이다.

#### (1) 도시의 모사

복합도시건축이 도시를 재현하는 태도는 두 가지 관점으로 볼 수 있다. 하나는 도시를 다양성으로 표상하는 것으로서, 부분의 요소를 명확하게 ‘테마화’하여서 차이를 부각시키는 것이다. 또 다른 방식은 도시를 밀도로 표상하는 것이다. 이를 위해서, 복합도시건축은 사용자가 내부에서 밀집된 감각을 전달받을 수 있도록 환경을 조절해 나아간다.

##### 가. 차이를 통해 테마화되는 ‘부분’ : 도시의 다양성

롯데기힐스는 ‘거리를 소비’하는 ‘도시를 표방’하기 위한 방편들 중 하나로 내부의 영역을 부분별로 테마를 부여하여 조성한다.<sup>77)</sup> 이는 자체 미디어를 통해 도시로서 롯데기힐스 자체를 하나의 사회로 구성하기 위한 기반으로 사용되기도 한

77) 安藤 忠雄, 森 稔, ‘対談: 都市と文化’ 『月刊 近代建築』 2003年 8号, pp. 62~67



다.<sup>78)</sup>

롯데폰기힐스에서 장소를 만들기 위해 테마를 부여하는 방식은 두 가지로 나타난다. 이 두 가지는 영역의 차이를 통해 개별의 특성을 드러내려는 목적으로 사용되는데, 이는 마감 재료와 공간의 형식과 같이 물리적인 실체를 통해서 차이를 드러내는 방식과 이미지를 연상시키는 명칭을 부여하여 브랜드로 사용하면서 표상하는 바의 차이를 통한 장소감각을 부여하는 것이다. 이러한 방식은 테마파크가 도시를 만드는 수법과 동일한 것으로 볼 수 있다. 키요노 유미(清野 由美)가 “롯데폰기힐스는 마치 입장요금이 있는 테마파크와 같은 장소라는 감각이 있다.”<sup>79)</sup>라고 이야기하는 것은 이와 같이 차이를 통해 부분을 강조하는 장소만들기의 방식이 사용자로 하여금 스펙타클한 광경에 노출되게 하기 때문인 것으로 볼 수 있다.



그림 4-36 롯데폰기힐스의 자체 미디어 〈Hills Life〉

다음의 표에서 보는 것과 같이, 롯데폰기힐스의 내부 영역은 건물의 유형에 따라 구분되어 있다. 이렇게 구분된 영역들은 각각 공간적 특성과 판매하는 상품에서 성격의 차이를 보이면서, 각각에 테마를 부여하고 있다. 이때, 각각의 영역은 랜드마크, 쇼핑스트리트, 경사지, 근린과 같은 장소를 표상하며 디자인되어서 도시를 이루는 각각의 요소들을 연상하도록 디자인 되어있다. 이러한 특성은 테마파크의 구성 방식과 유사하다. 예를 들어, ‘힐사이드’는 언덕과 같은 경사지의 레벨차를 이용한 공간이 전개되는 것을 네이밍을 통해서 사람들에게 전달하고, 동시에 마감 재료의 사용에 있어서도, 황색 석재를 고의적으로 불규칙적이고 요철이 발생하도록 마감하여서 자연의 계곡과 같은 장소감각을 전달하려고 한다. 반면, ‘웨스트위

78) 모리빌딩인 롯데폰기힐스의 소식지로 ‘Hills Life’를 만들어서 무료배포한다. 이 ‘에어리어 메거진’은 문화, 비즈니스, 쇼핑, 이벤트의 섹션으로 구성되어 롯데폰기힐스를 비롯한 자사의 복합쇼핑건축들의 소식을 전달함으로써 사용자들에게 하나의 사회로 인식되려고 한다.

<http://www.roppongihills.com/hillslife> 참조.

79) 隈研 吾, 清野 由美, 『新・都市論TOKYO』, 集英社, 2008, p118

건물명	메트로 헛	웨스트워크	힐사이드	케이키자가
도시요소	랜드마크	쇼핑스트리트	자연경사지	저밀도 근린
평면형식				
분위기				
특징	- 롯데기힐스의 관문 - 교통의 허브	- 순환구조의 물 공간형식	- 계단식 구조 - 자연암반을 모사한 마감재	- 저밀도의 상가권 - 주거지 인접

표 4-20 테마화된 롯데기힐스의 도시 구성 요소들

크'는 도시의 쇼핑스트리트를 표상하기 위해서, 상점이 길게 늘어선 선형의 공간 구성을 하면서, 원형의 배치를 하여 끊임없이 유람하는 도시의 가로와 같은 경험을 사용자에게 부여한다.

시나가와 인터시티의 경우에도 마찬가지로 장소의 감각을 만들기 위해서 구성 요소들을 테마화시킨다. 소비기능이 큰 비중을 차지하는 롯데기힐스와 달리 시나가와 인터시티는 오피스가 군집한 시설이다. 따라서, 소비기능이 중심이 되는 복합도시건축과 부여하는 테마에서 차이점으로 보인다. 이 경우는 이러한 직장인의 사회가 지닌 성격을 강조하기 위해서, 인공적으로 조성된 오피스 타운에 부재하는 공동체의 감각으로 테마를 만든다. 이는 'Grand Common', 'Grand Passage'와 같은 이름으로 표상하여, 개별 오피스들의 저층부 공간을 공공공간으로 내어주어

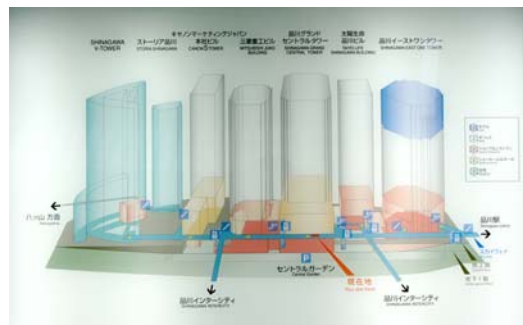


그림 4-37 시나가와 'Grand Common'의 저층부 구성 다이어그램







그림 4-39 (좌)밀집된 환경의 감각을 강조하는 경관과 (우)테마파크와 같이 부분의 집합으로 이루어진 전체가 강조된 가이드 일러스트

루는 요소와 공간적 연계의 요소로 나뉘도록 테마화 된 것을 알 수 있다. 우선 도시의 경관을 재현하는 요소들을 살펴보면, 각각 ‘자연’(모리정원), ‘유기적인 집합’(힐사이드), ‘쇼핑가로’(웨스트워크), ‘하이테크의 고밀도 빌딩’(모리빌딩)등과 같은 도시환경의 요소를 연상시키는 것들로 구성되었다. 여기에 이들을 연계하는 요소로서 ‘광장’(66plaza), ‘생활가로’(보행테크), ‘도로’(케야키자카)’를 모사하여 재현하는 요소들이 전체를 이루고 있다. 이처럼, 개연성없는 배열에 대해 사회학자들은 도쿄디즈니랜드의 도시 구성 방식이 도시건축에 영향을 주고 있다고 분석하고 있다.<sup>80)</sup> 즉, 테마파크와 복합도시건축이 공유하는 것은 ‘도시를 만든다’는 지향점과 전체가 아닌 부분이 강조되고 이를 위해 공간을 단편적으로 나열하며, 부분들에게 내러티브를 부여한다는 것이다. 이로 인해, 사용자들은 롯폰기힐스와 같은 복합도시건축의 내부에서 하나의 영역이 아닌 혼재된 요소들의 다양성을 인식하게 되고, 유사-도시로서 이상적인 환경을 경험한다.

도시가 지닌 밀집의 감각을 모사하는 또 다른 방식은 내부의 특정한 영역에서 밀도가 증가되는 환경을 조성하는 것이다. 이는 롯폰기힐스의 쇼핑스트리트 기능을 하는 ‘웨스트워크’와 미드타운 지하의 메인 루트를 차지하는 ‘갤러리아’로 명명된 쇼핑거리에서 유사하게 나타난다. 전자의 경우는 디스플레이 파사드가 연속된 고급스러운 쇼핑스트리트를 모사하고 있으며, 후자의 경우는 파사드의 경계가 모

80) 吉見 俊哉, ‘미로와 조감: 디지털한 도시의 상상력’ 『도쿄 스테디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 커뮤니케이션 북스, 2006, pp.29~30



그림 4-40 (좌)도시 가로를 모사한 쇼핑몰과 (우)시장의 아케이드 상점가를 모사한 식품가

호한 전통적인 상점가의 아케이드 공간을 연상시켜서 각기 다른 디자인 언어를 사용하고 있다. 하지만, 공통적으로 사용자들이 도시의 밀집환경을 연상시킬 수 있는 익숙한 풍경을 보여주어서 밀집된 장소의 감각을 불러일으킨다는 점에서 동일하다.

## (2) 자연의 모사

복합도시건축은 도시의 부분들을 만들기 위해 ‘자연’을 인공적으로 조성하여 구성요소로 사용하는 특성을 보인다. 일반적인 대규모건축에서 녹지공간은 건물의 부분들을 이용하여 나타나며, 건물 전체를 경험하는 과정 속에서 자연의 이미지를 엮게 만든다. 그러나 미드타운의 사례에서는 대지의 한편으로 고밀도의 빌딩을 세우고 용적을 집중하여 넓은 면적의 녹지를 조성했다. 이렇게 조성된 녹지 공원에 대해서 미드타운의 개발주체인 ‘미즈이부동산’은 마케팅의 대상으로 차용하여 건물 공간 전체적으로 자연환경을 보호하는 친환경적인 도시라는 테마를 유지한다. 즉, ‘자연’의 요소를 공간계획을 통하여 건물 전체를 관통하는 내러티브를 만들기 위해 사용하고, 미드타운이라는 복합도시건축의 공간 환경 이미지를 구축하는데 활용한다. 이처럼, 복합도시건축은 단순히 기호와 매체를 통하여 도시를 재현하는 것에 그치지 않고, 롯데기힐스의 테마파크나 미드타운의 녹지공원과 같이 공간을

테마로 활용하여 장소의 의미를 인공적으로 구축한다.

이렇게 조성된 미드타운의 녹지공간은 도시의 일상생활에서 마주하는 공공적인 공원으로 느껴지기 보다는 다소 비현실적으로 느껴지는데, 이는 고밀도의 건축물이 대지 한쪽에 밀집되어 있으면서, 한쪽의 공지가 건물을 향해 오픈되어있는 구성 자체의 생경함 때문이다. 이렇게 녹지와 녹지를 향해 경계없이 공간이 연속된 고층 오피스 빌딩의 관계는 오히려, 이 오픈스페이스로서 녹지가 미드타운의 사유재산이라는 것을 강하게 표명하고 있기 때문이다. 그렇기 때문에 녹지와 이를 배경으로 선 복합도시건축은 유토피아를 떠올리는 이상적인 도시의 환경이면서 동시에 고밀도 도시에 비일상적인



그림 4-41 소비공간의 연장으로 자연을 사용하는 Midpark Project 가이드



그림 4-42 (좌)소비기능 체계의 일부로서 사용되는 유사-자연과 (우)녹지를 배경으로 선 미드타운의 고층오피스 빌딩  
(출처: 미츠이부동산, 미드타운 개발 컨셉트 북)



보이드라는 상황이 만드는 인공적인 자연의 감각을 사용자에게 전해준다.

또한 미드타운의 거대한 녹지공간이 ‘유사-자연’으로서 장소 감각을 인공적으로 만들기 위해 사용한 것으로 볼 수 있는 이유는 이 공간이 의도적으로 계산되어 구성된 자연의 모사이기 때문이다. 즉, 인공적인 자연의 요소로서 복합도시건축의 상업기능체계 속에 포함되어, 방문자에게는 도시의 보이드 공간처럼 느껴지게 하지만, 실질적으로는 소비를 유도하는 다양한 이벤트를 위해 할애된 공간이다.<sup>81)</sup> 이 녹지공간에서 자유롭게 피크닉을 즐기는 풍경마저 의도적으로 미드타운의 캠페인을 방문자들에게 광고하기 위한 일부분의 역할로서 스펙타클로 기능한다. 그렇기 때문에, 이 녹지는 공공성을 띤 오픈스페이스로 남겨졌다기 보다는 복합도시건축이 기반하는 소비공간의 일부라고 보는 것이 타당하다.

### (3) 경험의 연출

장소 형성에 있어서 이미지의 차용을 통해 도시와 자연을 모사하는 복합도시건축의 특성은 교외쇼핑센터의 영향이 연속적으로 이어져 오는 과정으로 볼 수 있다. 즉, 복합도시건축은 인공적으로 장소를 만드는 데 있어서 그 참조점이 일상적 장소의 이상적 환경에 있다는 점을 교외쇼핑센터와 공유하고 있다. 한편, 대도시의 소비 공간이 지니는 역할의 변화로부터 발생하는 경험의 연출이라는 특징적인 현상은 이러한 도시와 자연의 모사와는 구분되는 지점을 차지한다.

저디(Jerde)는 도시 구조가 파편화되면서 공동적 경험을 상실한 현대도시에서 복합도시건축이 공동체를 복원할 수 있는 기회를 제공한다고 주장한다.<sup>82)</sup> 이러한 관점은 현대도시의 공동체적 삶이 남겨진 마지막 장소를 소비공간이 집합된 쇼핑센터라고 생각하기 때문이다. 이를 위해 저디가 강조하는 것은 경험 디자인(experiential design)을 통한 장소만들기(place-making)의 전략이다. 즉, 복합도시건

---

81) 미드타운의 녹지 공간은 항상 특정한 이벤트의 무대로 사용된다. 이벤트가 변경되는 휴지기에 자유로운 사용이 불가능하다.

82) Jon Adams Jerde, "Visceral Reality", Architectural Positions: architecture, modernity and the public sphere, SUN Publishers, 2009, p307

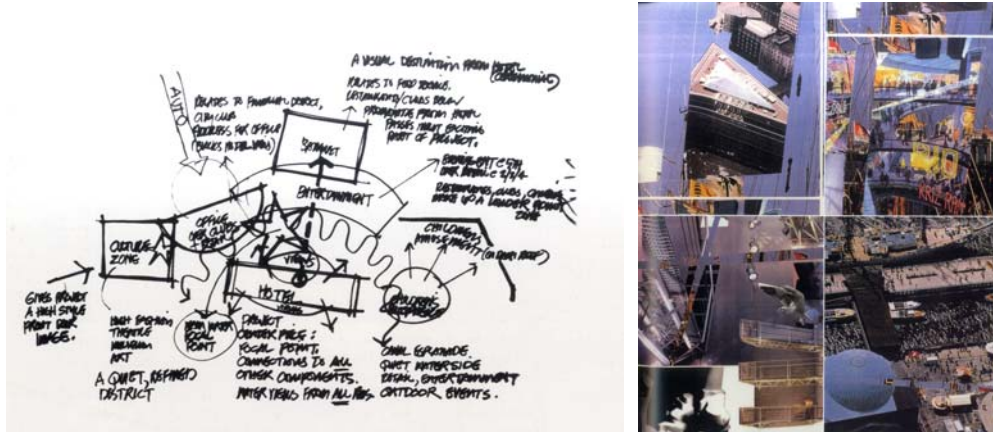


그림 4-43 (좌)경험을 디자인하는 ‘의도적인 도시 대본’, Canal City, Hakata (우)장면의 시각적 표현으로 작성된 경험의 연출. One Reeperbahn, Hamburg

축의 소비 공간을 통해 ‘경험’을 제공하여 공동체적 장을 디자인하는 것이다. 그런데, 여기서 문제가 되는 것은 대규모 자본이 투입되는 시장경제의 속성과 공동체적 경험을 제공하는 장소를 만든다는 행위 사이의 간극이다.

공동체적 경험을 형성하는 도시의 예로 저디는 오래된 역사를 지닌 파리와 베니스와 같은 사례를 든다. 저디가 이상적이라고 생각하는 장소는 오랜 시간의 집합적 노력이 누적된 결실로 완성되는 것이다. 하지만, 시장경제에서 복합도시건축은 단시간에 이를 성취해야 하기 때문에, 장소와 이미지를 모사하는 특성이 사용 되는 것이라고 볼 수 있다. 이를 위해 필요한 것으로 저디는 ‘의도적인 도시 대본 (deliberate urban script)’를 사용하여 의식적으로 그러한 이상적 장소를 디자인해야 한다고 서술한다.<sup>83)</sup> 이러한 저디의 서술은 복합도시건축이 경험을 디자인하기 위해 공간 환경을 의도적으로 연출하는 속성을 지니게 되는 점을 설명해준다. 특히, 경험을 디자인하기 위해서는 사물이 아니라, 어떠한 시간과 장소에서 일어나는 일들에 초점을 맞추어야 된다는 점은 교외쇼핑센터의 장소 모사가 지니는 표상의 범위로부터 보다 확장된 견해로 볼 수 있다.<sup>84)</sup>

전통적인 관점의 공동체가 공동적인 의식을 바탕으로 하는 것이라는 점을 상기

83) Jon Admas Jerde, op. cit., p308

84) Jon Admas Jerde, op. cit., p312

한다면, 저디가 ‘공동체적 경험’이라고 주장하는 이러한 방식의 결과물은 다른 노선 위에 자리하는 의미로 받아들여야 한다. 즉, 그가 ‘감각적 현실 (Visceral Reality)’이라고 복합도시건축의 개념을 설명하는 것처럼, 어떤 이념적인 공동체라기보다는 차용된 가상의 현실이 부각되면서 소비의 감각적인 부분을 강화하는 장소로서 복합도시건축이 기능하게 된다고 보는 것이 더 적합하다고 생각된다. 이는 저디가 현대도시의 과업은 레저나 오락의 만족을 통한 공동적 경험을 만드는 것리며, 이를 위해 장소의 감각을 인공적으로 조성하고 경험을 디자인하는 것이라고 설명하는 부분에서 분명해진다.<sup>85)</sup>



그림 4-44 감각적으로 인식가능한 장소의 이미지로 구현되는 공동체적 경험. 시티워크(City Walk)의 몰 공간.

예를 들어 시티워크(City Walk)의 경우를 보면, 저디가 공동체적 경험이라고 묘사한 것이 분명하게 드러난다. 시티워크의 몰 공간은 LA 도시의 일상적 환경의 상징들이 50% 축소된 스케일로 모사되어 밀집된 보행 스케일의 의도하여 활기찬 도시적 환경을 조성하는 것을 의도하였다. 이때 몰 공간은 전략적으로 시각적으로 두드러지는 요소들을 배열하면서, 쇼핑객의 드라마와 판타지를 이끄는 경험의 효과를 연출하여 이를 경험자에게 전달하는 장소로서 기능했다.<sup>86)</sup> 여기서 저디의 작업은 모든 프로그램의 사용패턴을 최대로 유지하여, 경험의 연출을 극대화하는데 초점이 맞추어져 있었다.<sup>87)</sup> 이때, 경험의 연출을 위해 동원되는 장소의 이미지들은 특별한 지식없이 감각적으로 인식이 가능한 것들이다.

85) Jon Admas Jerde, "Capturing the Leisure Zeitgeist: creating places to be", Architectural Design, Vol 68 No 1/2, John Wiley & Sons, 1998, pp.69~72

86) Anna Kilngmann, Brandscaes: architecture in the experience economy, The MIT Press, pp.103~104

87) Anna Kilngmann, op. cit., p106



그림 4-45 외부의 일상적 세계와 대조되는 스펙타클을 모사하는 복합도시건축, Makuhari Town Center, Japan (출처: Jerde, You Are Here)

이처럼, 경험의 연출은 차용된 이미지에 투영하고 있는 경험자들의 집합적 감정을 드러내면서 공동체적 경험을 고양하기 위한 수단으로 나타나는 현상이라고 볼 수 있다. 즉, 저디가 복합도시건축을 통해 도시에 형성해야 한다고 주장하는 ‘공동체적 경험’이라는 것은 의도적인 연출을 통해 조직되는 소비 공간의 스펙타클과 같은 것으로서, 외부 도시의 일상적 세계와 차이를 지니는 비일상적 공간을 복합도시건축을 통해 구현하는 것임을 알 수 있다.



#### 4.4. 소결

이 장에서 살펴본 복합도시건축의 사례들이 지닌 브랜드명들에서 알 수 있듯이 (언덕이라는 지형적 특징을 이름으로 사용하여 도시의 경관을 이루는 일부분을 연상시키는 ‘롯데힐즈’, 도심의 상업지역과 도시 외곽의 주택지 사이를 뜻하는 ‘미드타운’) 스스로를 단일한 건축물로 보는 것이 아니라 군집된 환경을 만드는 도시의 영역으로 위치시킨다. 이렇게, 브랜드 네이밍이나 부동산 개발의 컨셉을 통해서 이들은 유기적으로 주변 공간 조직과 연관을 맺으면서 도시의 연속으로 존재하는 것을 표방하려는 의도를 지닌다고 볼 수 있다.<sup>88)</sup>



그림 4-46 <수직정원도시>, 도시를 표방하는 롯데힐즈의 컨셉 이미지  
(출처: 모리, 힐즈 도전하는 도시)

하지만, 복합도시건축에서 드러나는 교외성은 이러한 표면적인 의도와 배치되는 현상으로 볼 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이, 복합도시건축은 공공공간을 외부 도시와의 연계된 공간으로 다루지 않고, 외부 도시에 대하여 내밀한 공공공간을 조성할 수 있는 장으로 설정하여서, 내부적으로 완결된 도시적 환경을 조성하려고 한다. 또한, 복합도시건축의 내부 영역과 외부 도시의 관계에 있어서 인접한 공간으로서 서로 소통관계에 있는 것이 아니라, 거리감을 발생시켜 내부의 장소 감각을 만들기 위한 이미지로 차용하는 경향을 보인다. 이러한 내부 영역과 외부 도시와의 관계 설정은 복합도시건축을 자체적으로 완결된 단위로 만들어서 주변의 공간을 배제하는 태도를 보인다. 이는 도시사회학자들이 비판하듯이 상대 단위의 영역을 타자(他者)로 다루는 현상이다. 이러한 결과가 도래되는 원인을 요시미 순

88) 롯데힐즈의 예를 들면 스스로를 ‘수직의 정원도시’라고 칭하면서 건축의 모토에 ‘거리를 만든다’는 문구를 강조하고 있다.

야는 복합도시건축이 내부에서 모든 도시의 기능을 충족시켜 버리기 때문이라고 서술한다.<sup>89)</sup> 이렇게, 외부 도시 구조에 대한 부정적인 태도와 함께 내부적으로 밀집된 환경이 강화된 공공공간을 조성하려는 태도는, 밀집공간의 부재라는 조건 속에서 교외 건축이 대체 공간을 조성하려했던 교외성의 한 측면을 복합도시건축이 내재하고 있는 것으로 볼 수 있다.

한편, 복합도시건축에서 공간의 소통은 신체적인 근접함을 기반으로 이루어지지 않고, 인프라스트럭처, 기호, 그래픽과 같은 미디어를 통해 매개되는 특성을 띤다. 즉, 공간의 전체를 인식하기 위해 물리적인 환경을 이해하는 것이 아니라, 일정하게 정해진 룰에 의해 사용하는 기호와 그래픽들을 독해함으로써 공간의 관계를 인지하게 되는 것이다. 이는 공간의 구조를 추상적인 정보로 인식하게 만드는 역할을 한다. 또한, 한정된 토지에 최대한 고밀도로 개발하며, 도시 공간을 효율적으로 사용해야하는 복합도시건축은 공간의 경험을 인프라스트럭처 기반으로 이루어지게 만드는 원인이 된다. 이때, 인프라스트럭처에 의존해서 도시를 경험한다는 것은 전통적인 도시의 건축이 근접성으로 공간의 관계를 이해했던 것과 달리, 경험을 구조물이 매개함으로써 연결성으로 도시를 경험하게 되었음을 의미한다. 이는 저밀도로 확산되며 모빌리티 기술에 의존하여 공간사이가 연결되던 교외의 건축을 만들었던 방식이 도시에서 재현되는 현상이다.

도시 개발로서 복합도시건축이 지니는 특성은 건축의 내부에서 도시를 만들어야 할 필요가 강조된다는 점이다. 이는 서로 다른 기능과 사용자를 상정하는 공간이 복합적으로 균집을 이루기 때문인데, 따라서 이들 사이의 소통을 조절하는 것이 복합도시건축을 형성하기 위해 중요성을 띤다. 이 때, 공간의 균집은 부분들이 아이덴티티를 동일하게 유지하는 영역을 형성하며 집합하여 전체로서 도시를 형성한다. 이 때, 문제가 되는 것은 복합도시건축은 인공적으로 도시를 만드는 행위이기 때문에, 도시의 장소를 재현할 맥락이 부재하는 상황에 처한다. 앞서 살펴본 것처럼, 복합도시건축이 ‘도시’와 ‘자연’의 요소들을 모사하여 테마로 만들어서 전체 장소의 분위기를 만들어 나가는 것은 이러한 이유에서 비롯되는 것이다. 이는 건축을 통해 인공적으로 장소의 내러티브를 만들어서, 사용자들에게 외부 도시

---

89) 吉見 俊哉, 『미로와 조각: 디지털한 도시의 상상력』 『도쿄 스테디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 커뮤니케이션 북스, 2006, p39

와 분리된 자율적 세계 속에 속해있음을 인지시킨다.

한편, 연구의 초반부에서 밝혔듯이 건축의 교외성은 도시 요소의 부재에 대한 건축적 대응과정 속에서 발현되는 특성으로서, 도시의 외부로 존재하는 교외의 조건에서 비롯되는 것이다. 반면, 이미 도시 내부에 존재하는 복합도시건축은 교외 공간을 소비기능에 최적화된 이상적인 공간으로 받아들이는 경향을 보인다. 그렇다면, 복합도시건축이 형성하는 교외성은 교외쇼핑센터의 그것과 다른 목표를 지향한다고 볼 수 있다. 따라서, 다음 장에서는 교외와 도시의 관계가 복합적으로 교차하는 과정에서 도시 건축과 교외 건축이 형성되었다는 논리를 바탕으로 도시와 교외에서 형성되는 교외성이 지닌 차이점을 밝히고, 이것이 도시 속에서 지니는 의미를 살펴 볼 것이다.

## 제5장 교외성과 도시성의 도시건축론

교외의 입지 조건에 의해 교외쇼핑센터는 종래의 건축유형과 구별되는 독자적 형식을 구축해나갔다. 이렇게 형성된 교외쇼핑센터의 건축 요소들은 1970년대 다운타운의 교외화 현상과 라스베가스의 도심형 복합상업건축을 통해 변형되어 고밀도의 도시적 컨텍스트에 전이될 수 있었다. 교외건축의 특징적 수법들은 대도시 공간 환경 속에서 소비기능을 기반으로 하는 도시개발의 보편적 수단으로 자리잡게 된 복합도시건축으로 구체화되었다.

그렇기 때문에, 앞서 살펴 본바와 같이, 교외쇼핑센터와 복합도시건축은 건축적으로 공유하는 지점을 지니고 있다고 볼 수 있다. 본 연구에서는 이를 ‘교외성’이라는 개념으로 서술하고 있다.

한편, 교외쇼핑센터가 교외 공간에 형성하는 교외성은 교외에 부재하는 도시의 요소를 건축을 통하여 보완하려는 입장을 지닌다. 교외쇼핑센터에게 교외성은 도시를 모사하는 것을 목적으로 하는 바가 크다고 할 수 있는 것이다. 반면에, 복합도시건축이 일종의 원(原)도시로서 이상적인 공간 모델로 삼는 것은 교외의 정체된 공간이다. 그렇기 때문에, 교외쇼핑센터와 복합도시건축이 발현하는 교외성에

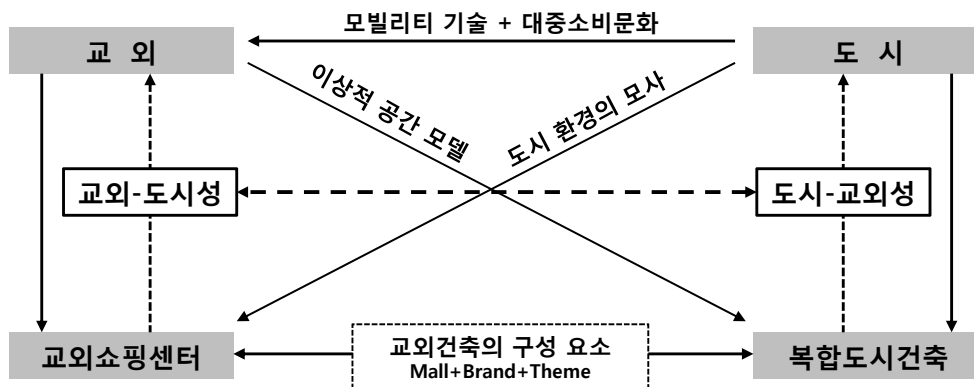


그림 5-1 교외쇼핑센터와 복합도시건축의 개념 관계 구조

는 구별되는 지점이 발생하게 된다.

이 장에서는, 이렇게 교외성이 지니고 있는 차이가 ‘도시’와 ‘교외’의 상호 영향 관계의 프레임 속에서 발생한다는 관점을 정립하고, 이에 따라, 교외건축과 도시 건축이 생성되는 원리를 ‘교외-도시성’과 ‘도시-교외성’이라는 개념으로 살펴볼 것이다.

### 5.1. 교외-도시성: 도시의 재현

교외쇼핑센터가 도시 외부의 교외라는 공간에 도시적 기능을 전이하여 형성한 교외성은 근본적으로 교외에 부재하는 도시적 요소를 모사하는 과정에서 생성된 것이라고 볼 수 있다. 이는 교외쇼핑센터가 새로운 빌딩타입으로 정립되어 가는 과정에서 나타난 건축적 특징들을 통해서 유추해 볼 수 있었다. 즉, 내향적 체계, 연결성의 소통, 장소의 모사와 같은 교외쇼핑센터의 유형적 특징들은 교외에 부재하는 도시 요소를 모사하기 위한 수단이었다. 다시 말해, 도시에 존재하는 사용자들의 고밀도 공간 점유에 의해 형성되는 밀집환경이나, 공간 단위의 소통에 있어서 근접성을 전제로 하는 건축 형식, 역사와 문화의 적층에 의한 컨텍스트의 영향과 같은 도시적 요소들이 교외에 결여되면서 교외 건축만의 독특한 성격들이 나타난 것으로 정리할 수 있다.

그렇기 때문에, 교외쇼핑센터가 형성하는 교외성은 교외라는 상황 속에서 독자적으로 발생한 현상이 아니라, 도시와의 상관관계 속에서 특정한 태도를 관찰시키는 과정 속에서 그 특성을 갖추어갔다고 보는 것이 적합하다.

따라서 교외쇼핑센터의 교외성이라는 문제에 대해서 주목해야할 부분은 이것이 도시라는 대조적인 공간 환경을 어떻게 해석하여 교외의 공간을 만들어갔는가에 관한 것이다. 이때, 교외쇼핑센터가 취한 해석의 태도는 도시가 지닌 조건에 대한 긍정적 관점과 비판적 관점이 공존하고 있었다고 할 수 있다.

우선, 도시의 조건에 대하여 교외쇼핑센터가 취했던 긍정적 관점을 살펴보면,

이는 도시를 모사해야할 대상으로 두는 태도에서 나타난다. 교외쇼핑센터가 도시를 모사하게 된 배경에는 이 새로운 상업건축의 유형이 교외 사회에서 담당했던 역할의 변화와 관련되어있다. 초기의 교외쇼핑센터는 이상적인 커뮤니티로서 교외 사회에서 공공적 생활을 유지하는 중심적 공간을 형성하는 역할이 강조 되었다. 초기 교외쇼핑센터의 공공공간 속에 ‘코트(court)’나 ‘광장(plaza)’과 같이 뉴잉글랜드 빌리지에서 비롯된 전통적 마을의 구성요소를 투영하려고 했던 시도들에서 이와 같은 현상을 발견할 수 있다.<sup>1)</sup> 여기에는 상업적 교역을 행하는 장소가 커뮤니티의 공공공간이면서 동시에 집, 교회, 학교와 같은 다양한 시설들이 둘러싸는 사회적 삶의 중심으로서 기능한다는 관념이 개입하고 있다.

하지만, 이렇게 전원의 목가적인 층위에서 논의하던 교외 사회는 전후의 급작스런 교외 주거지의 대중화와 함께 새로운 단계로 접어들었다. 교외쇼핑센터가 대형화되고, 고속도로로 인한 모빌리티의 증가에 영향을 받아, 더 이상 커뮤니티 단위의 중심 장소인 교외쇼핑센터의 의미가 약화되고 소비사회의 중심 공간으로서 지니는 의미가 강화되었다. 이러한 요구 조건의 변화는 교외쇼핑센터가 모사해야할 대상이 변화되었음을 뜻한다. 교외 주택지가 도시와 같은 규모로 확장하면서, 교외에 부재하는 도시의 요소 중 하나인 밀집환경에 대한 갈망을 교외쇼핑센터가 대신하게 된 것이다. 이를 해소하는 과정에서 나타난 공간 유형을 ‘몰(mall)’이라고 할 수 있을 것이다. 교외쇼핑센터의 몰 공간이 변형되면서 완성된 형식을 갖추어가는 과정을

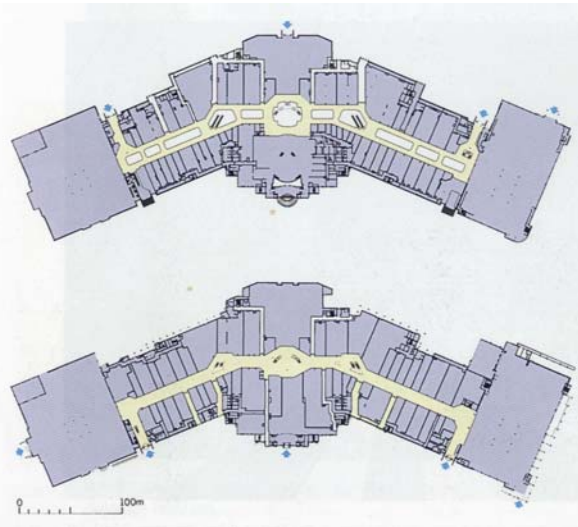


그림 5-2 전형적인 덤벨형 평면형으로 계획된 교외쇼핑센터. The Mall at Cribbs Causeway (출처: Coleman, Shopping Environments)

1) 3.3.3에서 교외쇼핑센터의 공공 공간이 빌리지 그린의 이상을 담게된 과정을 설명하고 있다. 이를 참조.

추적하면, 그것은 사용자들의 흐름을 강조하고, 기능들을 집중하여 공간의 밀도를 증가시키는 방향으로 전개되었음을 알 수 있다. 평면형에서는 몰 공간을 중앙에 두고 양 끝단부에 사용의 밀도가 높은 앵커테넌트를 두는 ‘덤벨형 평면(dumb-bell plan)’이 교외쇼핑센터의 표준적인 형식으로 등장하게 되었다. 이는 앵커테넌트 사이를 왕복하는 쇼핑객의 흐름을 공공 공간에 노출하여 밀집의 감각을 강화시키려는 의도에서 나타났다. 밀집 환경을 조성하려는 시도는 단층 구성의 교외건축이라는 통념적 구성 방식으로부터 벗어나서 몰 공간을 복층으로 구성하는 현상으로 연결되는 원인이 되기도 했다.

도시를 모사하는 태도가 두드러지는 것은 공간의 형식적인 측면에서 뿐 아니라, 몰 공간 속에서 표상하려는 바에서도 분명하게 나타난다. 교외쇼핑센터의 몰 공간은 분위기를 형성하는데 있어서, 다운타운 쇼핑가로의 캐릭터를 모사의 레퍼런스로 삼았다고 할 수 있다. 예를 들어, 교외쇼핑센터 몰 공간의 전범을 확립했다고 평가받는 노스랜드(Northland) 쇼핑센터에 대해 아키텍춰럴 포럼지(Architectural Forum)지는 “도시의 마켓 타운 평면을 최초로 근대적인 상업시설에 사용했으며, 보행자의 쇼핑환경에 적합한 물리적, 심리적으로 컴팩트한 형태를 지녔다”는 이유로 선구적 사례라고 설명하고 있다. 즉, 교외쇼핑센터는 몰 공간에 빌리지 그린을 연상시키던 레퍼런스를 제거하고, 다운타운을 모사하면서 높은 수준의 도시성을 획득하게 되었다고 할 수 있다. 이러한 도시의 다운타운 쇼핑가로가 지닌 도시 환경을 모사하는 교외쇼핑센터의 특징적인 현상들은 몰이 실내화되어, 외부 환경으로부터 완전하게 분리된 자율적 내부를 구성하게 되면서 더 급진적으로 나타나게 되었다.

교외쇼핑센터가 공간 구조의 형식이나 몰 공간에 투영된 이미지를 통해 유추해 보면, 장소를 만들어가는 논리에서 도시의 환경을 상징하는 요소들이 중요한 계획의 레퍼런스로 역할을 했었다고 할 수 있다. 여기서, 교외쇼핑센터가 도시적 환경을 구성하는 요소들을 어떻게 해석하였는지 읽을 수 있다. 즉, 도시성을 구성하는 것은 공간의 밀도로 조성되는 밀집환경과 다양한 개체들이 군집되어 있는 환경, 그리고 다운타운을 연상시킬 수 있는 표상들로 해석되어 교외쇼핑센터 계획 속에서 구체화되었다고 할 수 있다.

도시와 교외의 관계 구도 속에서 볼 때, 교외쇼핑센터는 물 공간을 중심으로 다운타운의 공간 환경을 이루는 요소들을 차용하면서, 이와 동일화하는 방식으로 건축적 방법론을 구축해왔다. 하지만, 이렇게 단순히 도시를 교외가 모사해야 할 동경의 대상으로 보는 관점만이 단독으로 작용한 것이 아니라, 여기에는 도시를 극복해야 할 대상으로 다루며 대안을 모색하는 건축적 태도가 공존하고 있다.

이러한 교외쇼핑센터의 계획에서 표출되는 도시 환경의 해석적 접근은 상업시설의 기능적인 측면과 연관된다. 이는 교외쇼핑센터의 공간형식을 이끈 가장 큰 동력 중 하나를 도시의 다운타운 스트리트가 가지고 있던 환경적 문제를 보완하여 대안을 제시하는 것으로 보는 관점이다. 교외와 상대적인 위치에 있던 당시의 도시 다운타운은 산업의 성장으로 인구유입이 급증하고 과밀해지면서 도시 거주인들의 주거환경과 소비환경이 악화되는 도시의 공간적 질에서 문제점을 안고 있었기 때문이다. 여기에 급격하게 증가했던 개인적 모빌리티를 상징하는 자동차의 보급은 이를 수용하지 못하는 낡은 도시 구조와 충돌하면서, 다운타운의 거리는 쾌적한 환경과 점차 거리가 먼 존재로 남게 되었다. 따라서 교외쇼핑센터 계획의 핵심에는 도시의 다운타운이 제공할 수 없는 안전하고 쾌적한 환경의 조성이 자리하고 있었다. 이러한 관계가 형성된 것은 교외쇼핑센터의 개발업자들에게 다운타운 쇼핑가로는 경쟁 관계에 놓인 경쟁자였으며, 입지적 불리함을 극복하기 위해서는 도시 환경이 결여하는 부분을 교외 속에 조성함으로써 쇼핑객들을 유인한다는 경제적 배경이 중요한 요인으로 자리하고 있다.

따라서 교외쇼핑센터의 계획에 있어서 공간 구성의 중요한 문제는 모빌리티와 기능 공간과 어떻게 연계시켜서 안전과 편의가 보장되는 환경을 계획할 수 있는가에 초점이 맞추어지게 되었다. 이는 쇼핑객이 이동 수단으로 사용하는 자동차를 수용하는 영역과 쇼핑행위가 발생하는 보행의 영역의 관계를 어떻게 정립해야 하는가의 이슈를 통해 교외쇼핑센터의 건축 유형이 수정 보완되어 갔음을 통해 구체적으로 나타난다.

‘store-to street’의 공간 개념으로부터 ‘car-to-store’로 변모되는 과정은 이러한 이슈가 교외쇼핑센터의 디자인에 어떠한 영향을 미치게 되었는지 시사하는 현상이었다. 이러한 형식 변화의 과정이 의미하는 바는 교외쇼핑센터의 외부는 인프라스트럭처의 연장선에서 효율성의 논리에 의해 디자인되는 공간으로 치환되고, 쇼핑



객을 위한 장소는 내부로 집중하게 되었다는 점이다. 내향적 체계를 갖추며 콤팩트하게 밀집된 공간 형식으로 발전한 ‘몰’은 이를 상징적으로 보여준다. 이를 통해, 점차 교외쇼핑센터는 거리와 단절되고 자체적 환경을 조성하게 되는데, 이는 모빌리티 공간과 쇼핑 경험의 영역을 구분하여 도심에서 경험하지 못한 안전하고 쾌적한 밀집 환경을 교외인들에게 제공해 준다는 점 때문에 교외쇼핑센터의 일반적인 특징이 되었다.

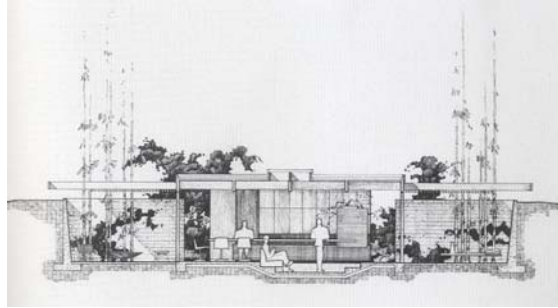


그림 5-3 자연으로부터 보호되는 교외주택과 정원. 케이스스터디하우스 #24의 단면도. (출처: Macy and Bonnemaision, Architecture and Nature)

이처럼, 외부의 불확실한 환경으로부터 보호되는 정제된 환경을 내부에 조성한다는 건축적 특징은 교외라는 컨텍스트 속에서 쇼핑센터 뿐 아니라, 주거건축에서도 동일하게 나타났던 현상이다. 크리스틴 메이시(Christine Macy)가 지적한 것처럼, 교외의 주거건축은 주택과 정원을 외부의 불확실한 야생의 환경으로부터 보호하려는 심리적 요구에 의해 전형적 형식을 갖추게 된 것이다.<sup>2)</sup> 교외쇼핑센터가 교외의 상업시설에 있어서 모빌리티로부터 분리된 쾌적한 보행자 지향 쇼핑환경의 요구에 의한 결과물이라는 점을 상기한다면, 안전한 쉼터로서 기능하는 교외성의 일면은 교외건축의 공통적 현상이라고 할 수 있을 것이다.

이와 같이, 교외의 건축을 정립해가는데 있어서, 교외는 도시의 환경에서 경험할 수 없는 쾌적함과 안전한 환경을 조성하는 건축적 수단들이 교외성 형성의 중요한 요소로 작용하였다. 이러한 현상은 교외쇼핑센터가 도시에 대해서 단순히 추종하여 복제해야할 대상으로 해석한 것이 아니라, 도시의 공간 환경이 지닌 문제점에 대한 대안적 가능성을 모색할 수 있는 공간으로 변안되는 특성이 중요하게 작용하였다는 점을 이야기해준다.

2) Christine Macy, Sarah Bonnemaision, Architecture and Nature: Creating the American landscape, Routledge, 2003, pp.282~283

도시의 환경을 모사함으로서 도시성을 교외에 이식하려는 태도, 그리고 도시의 환경이 극복하지 못하는 부분에 대한 대안을 교외쇼핑센터를 통해 교외 공간에 제시하려는 현상이 공존하면서 교외쇼핑센터가 도시건축과 구별되는 교외적 성격을 형성하는 것이라고 볼 수 있다. 여기서 주목해야하는 부분은 이러한 대조적 입장이 공존하면서, 하나의 사태로 수렴할 때, 지배적인 논리로 작용한 것이 무엇이었는가 하는 점이다.

전술한 바처럼, 교외쇼핑센터가 형성하는 교외성은 그것이 의도하는 장소의 성격에 있어서 상반된 지점을 향하고 있다. 한편으로는 몰의 공간을 통해 도시의 다운타운을 모사하여, 교외가 지니지 못하는 밀집의 환경을 조성하려고 한다. 이와 동시에, 모빌리티가 혼재된 도시 환경의 지닌 불안전함과 혼잡함의 대책점에서, 교외 공간을 안전하게 보호받는 안락한 장소를 조성하려는 시도가 나타난다. 빅터 그루엔이 ‘도시환경을 위한 중심(Centers for the Urban Environment)’에서 교외쇼핑센터의 공간이 가져야할 성격을 설명하는 대목을 보면, 교외의 중심 공간으로 쇼핑센터를 성공적으로 계획하기 위해서 개발업자들과 건축가들이 고려해야 할 점을 다음과 같이 지적한다. 그루엔은 쇼핑센터의 소비공간이 가지는 캐릭터를 도시적인 특성을 표현하는 부분과 인간의 경험적인 측면을 표현하는 부분의 두 요소로 나누면서, 이들을 어떻게 통합할 수 있는냐에 성패가 달려있다고 서술한다.<sup>3)</sup>

이에 따르면, 전자인 도시적인 특성은 쇼핑객의 주의를 이끄는 다양한 요소들의 스펙타클을 일컫는 것이며, 후자인 경험의 성격은 교외인이 갈망하는 환경적인 공기(environmental climate)와 관련된 것으로 설명된다. 이를 통해 유추한다면, 교외쇼핑센터 공간의 성격을 결정하는 두 요소는 앞서 살펴본 교외쇼핑센터의 도시성을 재현하는 몰 공간의 특성과 안전한 감각을 만드는 요소들과 맥락을 같이 하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 특성은 교외쇼핑센터에서 교외인들이 도시의 삶을 선택적으로 수용하려는 경향이 있었다는 것을 설명해준다.

이와 같은 맥락의 주장은 로버트 쟈센(Robert Jensen)에게서도 발견할 수 있다. 쟈센은 교외쇼핑센터의 몰 공간에서 교외인들이 군집하고, 소비 이외의 이와 무관한 다양한 행위들을 행하는 것에 주목했다. 그는 이러한 현상에 대해, 교외인들이

---

3) Victor Gruen, Centers for the Urban Environment: Survival of the cities, Reinhold, 1973, p.22

도시의 기능적 풍요로움으로부터 동떨어진 교외의 조건이 주는 불리함 속에서도, 도시의 삶에서 누리던 경험을 포기하고 싶지 않다는 의지를 강력하게 표출하는 신호로 해석하였다. 중요한 것은 이러한 교외쇼핑센터에서의 행위들이 도시가 지닌 이상적인 특성들만을 선택하려한다는 점이다. 즉, 교외쇼핑센터라는 새로운 유형의 장소를 완성시키는 과정에서 교외인들이 지닌 욕망은, 현실 도시 환경에서 획득하기 어려운 이상적인 도시의 삶을 교외의 공간에 투사하려는 것이다<sup>4)</sup>. 이는 교외쇼핑센터가 대중의 욕망을 건축화한 상업시설이었기 때문에 가능했던 결과로 보인다.

즉, 교외쇼핑센터의 물 공간이 재현하는 도시성이 다운타운 쇼핑스트리트의 도시적 분위기에서 비롯되는 것이라고 할 때, 이는 다운타운을 그대로 모사한 결과가 아니라, 교외인의 욕망에 부합할 수 있도록 ‘수정된 도시 경험’이라는 점을 지적할 수 있다.<sup>5)</sup>

이처럼, 교외쇼핑센터는 도시의 경험을 선택적으로 수용하여 이상적인 형식을 만들어내려고 시도하였다. 교외쇼핑센터의 두 가지 상반된 지향점인 도시성의 재현과 안전한 쉼터의 감각을 동시에 만족시키려고 했던 사실이 이를 가능하게 했다고 볼 수 있다. 이는 구체적으로, 타인과 함께 어우러지기를 바라는 인간의 사회적 본능을 만족시키는 ‘밀집된 환경의 거리 풍경’을 물 공간에 재현하는 것과 동시에, 모빌리티로부터 분리된 공간 속에서 도시의 예측불가능성에서 비롯되는 위협하고 쾌적하지 못한 요소들을 통제하는 환경을 조성하는 것을 통해 달성하려고 했다. 다시 말해, 교외쇼핑센터의 공간을 만드는 과정에는 이상적인 도시를 만

4) Robert Jensen, “Shopping Malls in Suburbs”, Architectural Records Vol.151 No.3, 1972, p113

5) 교외쇼핑센터가 도시성을 모사하는데 있어서 선택적으로 수용하여 재현하는 특성을 지닌다는 점에 대한 지적은 다양한 글들에서 발견할 수 있다. 교외쇼핑센터의 물 공간을 실내화하여 가장 현대적인 유형에 가깝게 계획되었다고 평가받는 빅터 그루엔의 사우스데일(Southdale) 쇼핑센터에서도 이같은 특성이 지적되고 있다. 아키텍처포럼지(Architectural Forum)에 1956년에 실린 사우스데일에 관한 아티클에서 주목할 만한 부분은 사우스데일이 단순히 도시의 다운타운을 모방하려한 것이 아니라, “다운타운을 매력적으로 만드는 것을 창의적으로 걸러낸 것(it is an imaginative distillation of what makes downtowns magnetic...)”이라고 설명하는 대목이다. “A Breakthrough for Two-level Shopping Centers”, Architectural Forum 105 (Dec 1956), p.82

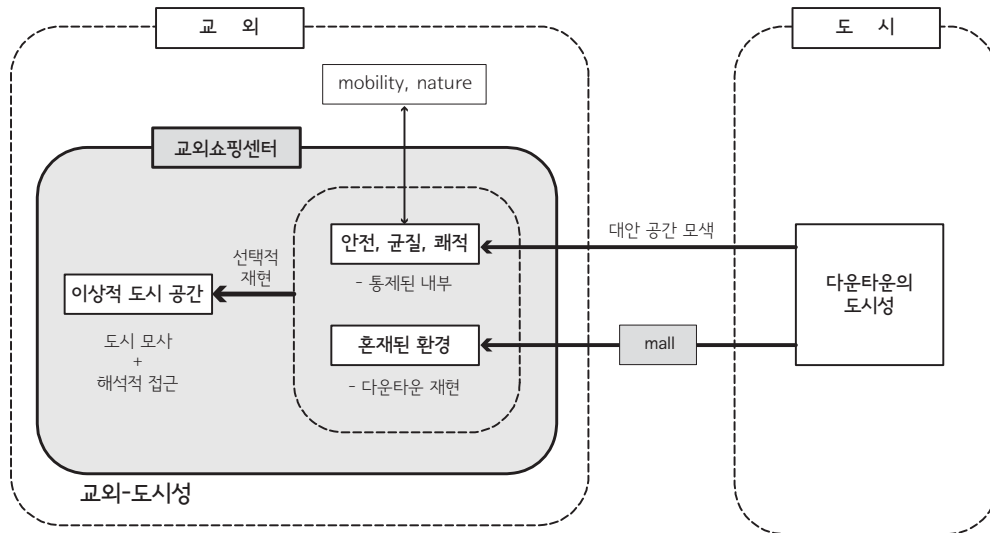


그림 5-4 교외쇼핑센터의 교외-도시성 개념

들러는 행위가 개입되었다고 생각할 수 있다.

교외쇼핑센터는 도시와 전원, 사적영역과 공적영역 사이의 이상적 중간지대의 역할을 하며 경계의 장소에 놓여있다. 즉, 교외쇼핑센터가 지향하는 장소의 감각은 도시의 밀집된 환경의 프로그램적 다양성을 지향하는 도시성과 자연으로 둘러싸인 교외 생활의 안락한 영위를 지향하는 감각이 공존하는 경계의 지점에서 발생하고 있다. 이러한 도시적 분위기를 통해 이상적 공간 환경을 만들려는 면모는 교외쇼핑센터가 단지 교외화 현상의 일부로 성립된 건축시설에 머무는 것이 아니라 도시의 건축을 지향하는 바를 드러내고 있다는 점을 재차 확인시켜준다.

이러한 사실들에 비추어 보았을 때, 교외쇼핑센터는 교외라는 비장소적 컨텍스트 속에서 도시의 언어를 차용하여, 도시적인 장소성을 모사하려는 시도를 통해 교외성을 형성했다고 할 수 있다. 그렇기 때문에, 교외쇼핑센터의 교외성은 도시 건축에서 나타나는 특성과의 차이점을 명확히 하기 위해서, ‘교외-도시성’이라는 표현을 사용하는 것이 더 적합해 보인다.

정리하자면, 교외쇼핑센터가 형성하는 공간의 ‘교외-도시성’은 몰 공간이라는 특징적 형식과 모빌리티의 수용을 위해 갖추어진 이질적 공간을 매개로 발현된다고

볼 수 있다. 교외쇼핑센터의 중심 공간을 형성하는 물은 기능적 밀도를 집중시켜, 환경의 밀집도를 극대화하는 방향으로 설계되었다. 이는 교외쇼핑센터가 공간의 레퍼런스로 삼았던 도시 다운타운의 쇼핑스트리트를 모사하기 위한 수단으로 사용되는 과정에서 나타난 현상이었다. 또한, 교외쇼핑센터의 공간 조직을 결정시킨 중요한 원리는 도시의 공간 환경을 악화시킨 원인으로 받아들여졌던 모빌리티로부터의 분리와 내향적 체계를 강조하여 외부로부터 보호되는 쉼터와 같은 조절된 장소 만들기였다고 할 수 있다. 이러한 상반된 지향점 속에서, 교외쇼핑센터는 이상적 도시 공간을 형성하기 위해 선택적 재현 공간으로서 기능하게 되었다.

## 5.2. 도시-교외성: 표준적 장소

복합도시건축이 유형적 특성을 갖추게 된 근저에는 다음과 같은 두 가지 원인이 결정적 역할을 하였다는 관점을 본 연구는 유지하고 있다. 우선, 기능적인 측면에서 볼 때, 교외쇼핑센터가 브랜드로 구축되는 소비공간의 아이덴티티, 테마화된 환경의 소구와 같은 경험경제의 요소들과 결부되면서 복합도시건축의 형식으로 전환되었다. 그리고, 저밀도의 교외 환경을 위한 시설로 나타난 교외쇼핑센터가 고밀도 도시 환경에 적합한 건축 유형으로 변용되는 과정이 중요한 역할을 수행했음을 앞선 장에서 살펴보았다. 이처럼, 복합도시건축은 유형적으로 교외쇼핑센터로부터 파생된 것이며, 그렇기 때문에 교외쇼핑센터가 교외성을 형성했던 공간적 요소들은 복합도시건축 속에 내재하게 되었다. 이는 복합도시건축이 도시의 공간 환경 속에서 여타 도시건축이 발전하는 도시성과 구별되는 교외성을 드러내는 역할을 하게 되는 원인으로 작용하고 있다.

교외쇼핑센터와 복합도시건축 이 양자가 본질적으로 동일한 건축적 특성을 지니고 있다고 할 수 있지만, 그것이 작용하여 만들어내는 교외성은 각각 교외와 도시의 상반된 컨텍스트 속에서 장소를 형성하는 논리가 차이점을 지닌다고 할 수 있다. 이 부분이 두 건축 유형의 교외성을 구분하게 만드는 지점이 된다. 교외쇼핑센터가 도시를 교외 속에 재현하는 과정에서 교외성을 발현한 것이라면, 복합도시건축은 이를 역으로 도시에 옮겨와, 교외를 일종의 원(原)도시 모델로서 이상적 공간으로 바라보는 관계를 형성하고 있다. 이에 따라, 이 절에서는 교외와 도시의 건축이 지니는 교외성의 지향점을 구별하여, ‘도시-교외성’으로 복합도시건축의 특징적 현상을 규정할 것이다.

복합도시건축이 도시 속에서 교외성을 드러내는 현상은 교외쇼핑센터가 유형적으로 지니는 교외성의 구성 요소들을 매개로 나타나고 있음을 앞선 장에서 밝힌 바 있다. 따라서, 이 절에서는 내향적 체계, 연결성의 소통, 장소의 모사로 나누어서 각각의 현상이 지니는 의미들을 살펴볼 것이다.

내향적 체계라는 교외쇼핑센터의 특징적 현상에서 중요한 것은 이것이 ‘몰’이라는 공간 형식을 기반으로 등장했다는 점이다. 이 ‘몰’은 교외가 지닌 균질한 환

경이라는 태생적 조건으로부터 이질성을 수용하기 위한 수단으로 사용되었다고 볼 수 있다. 교외가 균질하다고 하는 것은, 도심으로 통근하는 고용노동자들을 위한 주거지역으로 특화되어 만들어진 근대의 기술과 문화가 생산한 새로운 장소로서 교외가 존재하게 된 것과 깊은 연관을 지닌다. 통근이라는 새로운 생활양식에 대응하여 직장과 주거지가 분리된 결과, 교외는 통근자의 거주 공간이라는 보편적인 조건아래서 균질한 환경의 특성을 띄게 되었다. 핵가족을 구성하는 주부와 아이들의 사생활이 인공적으로 자연을 조성한 녹지사이에 분포하며, 청결하고 단조로운 반복이 발견된다는 관찰은 균질한 환경을 상징적으로 서술하는 것이다.<sup>6)</sup> 이러한 교외라는 장소에서 교외쇼핑센터는 이질성을 수용하기 위한 시설로 고안된 것이라고 볼 수 있다. 따라서, 교외쇼핑센터는 사회를 유지하기 위한 공공적 기능들이 소비공간을 기반으로 혼합되어있다. 기능적인 측면에서 뿐 아니라, 공간의 형식에 있어서도 교외쇼핑센터는 교외의 공공적 장소의 역할을 수행하기 위해서 몰(mall)의 공간을 유형화하여 사용하게 된 것이다.

이처럼, 몰의 공간을 통해 형성된 교외쇼핑센터의 내향적 체계는 교외에 부재하는 밀집공간을 형성하기 위한 수단으로 사용되었다. 이를 위해서, 내부의 공공공간은 밀도를 강화하기 위해서, 쇼핑객들의 끊임없는 흐름과 시각적 노출로 풍요로운 다운타운의 거리를 모사하는 다양한 방법을 동원했다. 즉, 교외건축의 구성 원리인 내향적 체계는 교외라는 사회가 결여하는 밀집공간을 만들기 위해, 외부를 내부화하여, 공공적 기능의 공간을 실내화하는 것이었다. 즉, 이때 교외건축을 구성하는 원리는 교외의 사회적 중심을 만들려고 하는 사고를 바탕으로 작동하는 것이었다.

이러한, 내향적 체계라는 교외건축의 구성 원리는 몰(mall)공간과 대형 아트리움, 단지 내부의 광장과 같은 형식으로 도시로 전이되는 과정을 거쳤다. 이를 통해, 복합도시건축은 대도시 공간 환경 속에서 교외쇼핑센터와 동일한 구성 원리를 공유하면서, 교외성을 형성하게 되었다. 이렇게 교외건축의 특성이 도시에 나타날 수 있었던 것은, 몰과 아트리움의 형식이 실내화된 대규모의 공공공간을 외부의 도시와 무관한 공간 환경으로서 인공적인 방식으로 조성하는데 용이했기 때문이

6) 内田 隆三, "郊外ニュータウンの欲望" 『郊外と現代社会』, 青弓社, 2000, pp.187~188

다. 여기서 인공성에 주목해야 되는데, 이는 사적 소유물로서 모호한 위치를 차지한 사유화된 공공공간이 통제와 연출을 통해 건축물의 소유주가 원하는 방향으로 환경을 조성할 수 있다는 것을 의미하기 때문이다. 이에 대해 마크핌롯은 다음과 같이 서술하였다.

도시중심에 있는 기업건물의 아트리움은 쇼핑몰이 지니고 있는 교외 공공공간의 특성을, 특히 재현의 측면에서 공유한다. 아트리움은 거대한 공공공간을 제공하는데, 이 공간은 교외 쇼핑몰처럼 규칙의 통제를 통해서 사용자를 감시하거나, 판옵티콘과 같은 공간의 성격으로 컨트롤한다.<sup>7)</sup>

이렇게 내향적 체계의 구성 원리에 의해 나타나는 도시건축의 교외성은 크게 두 가지 현상으로 나타나는 것을 볼 수 있는데, 우선, 내향적 체계를 강화한 내부의 공공공간은 복합도시건축의 소유주인 기업이 주창하는 가치를 재현하는 역할을 수행한다.<sup>8)</sup> 즉, 교외건축의 특성이 공공공간을 이미지의 브랜딩 장소로 사용하



그림 5-5 라스베가스 스트립의 복합상업시설들에서 나타나는 내향적 체계  
(출처: Chung and Leong, Gudie to Shopping)

7) Mark Pimlott, Without And Within, Episode Publishers, 2007, p220

8) Lizabeth Cohen, "Is There an Urban History of Consumption?", 2003, pp98~99



게 되는 계기로 작용되었다는 의미로 볼 수 있다. 또한, 공간의 경험자들에게 도시의 다양한 요소를 이상화된 환경 속에서 제공하면서, 내부에서 일상의 모든 기능을 경험할 수 있도록 하는 것이다. 여기서 ‘이상화된 환경’이란 조절된 인공기후를 통해 쾌적함과 청결함을 갖추었으며, 도시의 위험요소로부터 분리되어 안전을 보장할 수 있는, 중산층의 취향에 맞춘 고급화된 공간을 의미한다. 이는 교외쇼핑센터가 교외에 부재하는 도시적 공간을 모사하기 위해, 도시의 이상향만을 선택하여 수용했던 태도가 도시에서 반복되는 것이라고 볼 수 있다.

이처럼, 교외쇼핑센터에서 내향적 체계는 교외에 부재하는 공간 요소인 밀집된 도시적 환경을 조성하기 위해 등장한 구성원리였지만, 도시의 공간환경에서는 이러한 구성원리를 차용하여서 외부 도시로부터 분리된 자체적인 세계를 형성하기 위해 작동하였음을 알 수 있다. 다시 말해, 도시건축의 내부화된 공공공간은 도시적으로 부재하는 공공공간을 조성하려는 사회적 관점 보다는, 의도에 따라 인공적으로 공간 환경을 조절하여 원하는 이미지를 브랜딩하는 매개로 사용한다. 또한, 외부 도시의 위험요소로부터 안전을 보장받을 수 있으며, 어느 곳에서나 동일한 환경을 경험할 수 있는 표준적 공간을 이상적인 이미지를 통해 구현할 수 있는 장소의 역할을 한다.

다음으로, 인프라스트럭처의 역할 강화로 인해 나타난 복합도시건축의 건축적 특성은 전통적인 도시 소통 방식이었던 근접성(proximity)의 원리로부터 연결성(connectivity)이 부각되는 변화가 중요한 이슈였다. 연결성의 소통이 교외의 장소를 만드는데 있어서 중요한 구성원리로 작용하게 된 것은 모빌리티의 수용과 그것이 미친 영향과 관련된 문제였다.

모빌리티 기술의 발전은 도시 형성의 원리를 근본적으로 뒤흔든 사건이었다. 이는 거주지의 무한정한 개발이 가능해졌음을 의미하며, 기존 도시 구조와 무관하게 새로운 도시를 만들 수 있게 되었음을 뜻한다. 이렇게 자유롭게 확장된 이동을 통한 정주지의 개발은 교외를 형성하는 중요한 동인으로 작용했다. 그렇기 때문에, 교외의 도시 공간을 소통하는 원리는 모빌리티를 지원하는 인프라스트럭처를 기반으로 형성되었음을 알 수 있다. 이는 교외라는 새로운 사회가 전통적인 도시

에서 공간의 소통을 유지하던 근접성의 원리가 약화되는 것을 말해준다. 즉, 모빌리티에 의해 네트워크를 형성하는 구조를 지닌 교외는 광장, 다운타운, 아고라와 같이 도시를 구성하는 서로 다른 공간들을 연계하며 소통의 장소로서 역할을 하던 구성 요소의 결여되는 특성을 보이고, 이는 교외를 연결성의 소통 구조에 따라 형성하는 원인으로 작용했다.<sup>9)</sup>

물류 흐름의 말단으로 기능하면서 자동차를 공간 경험의 주체로 설정하는 교외 쇼핑센터는 이러한 연결성의 구조를 구성 원리로 지니면서 성립된 시설이다. 이로 인해 교외쇼핑센터는 공간의 경험 주체에 따라 다르게 구성된 영역이 혼합되는 성격을 지닌다. 즉, 교외 공간 구조의 일부로서 네트워크를 만들기 위한 외부의 공간은 자동차의 스케일에 따라 계획되고, 쇼핑객의 경험 공간은 건축 내부에 물의 형식을 사용하여 내부화시키게 된다. 이처럼, 교외쇼핑센터는 도시와의 소통에 있어서 연결성의 구성 원리에 기반 하여 디자인되면서, 공간을 경험하고 독해하는 방식이 경험의 매개체가 무엇인가에 따라 다층적으로 존재할 수 있음을 발견하는 역할을 하였다.

이러한 교외건축의 구성 원리에 영향을 받은 복합도시건축은 주변 도시 조직과의 관계에 있어서 공간 경험을 인프라스트럭처 혹은 추상적 정보로 매개하면서 연결성의 원리를 드러낸다. 이를 통해, 복합도시건축의 공간을 경험하는 구조는 외부 도시의 물리적 환경과 무관한 독자적 체계를 구축하며 요소 간의 연결 관계에 따라 도시를 간접적으로 경험하게 만든다.

이처럼, 고밀도의 대도시 공간환경 속에서 교외건축을 구성하는 연결성의 원리가 지배적인 패러다임으로서 자리잡을 수 있었던 것은, 이것이 도시의 네트워크를 내부화하여 자체적으로 조절 가능한 시스템을 만들 수 있는 능력을 지녔기 때문이라고 볼 수 있다. 즉, 연결성의 원리에 의해 내부화된 도시의 경험은 외부 도시

---

9) “느슨하게 서로 연결된 이러한 교외지역들이 발전하려면 지리적 인접성의 역할을 최소화시키는 동시에 모든 차원의 통신 네트워크의 역할을 최대화시키고, 이를 통해 먼 거리에 있는 도시 체계의 다른 단위나 과정들과 기능적으로 상호 의존하는 것이 중요하다. 교환의 흐름이 미국의 변방도시의 핵심이다.” Manuel Castells, 『네트워크 사회의 도래』, 김묵한, 박행웅, 오은주 공역, 한울아카데미, 2003, p523

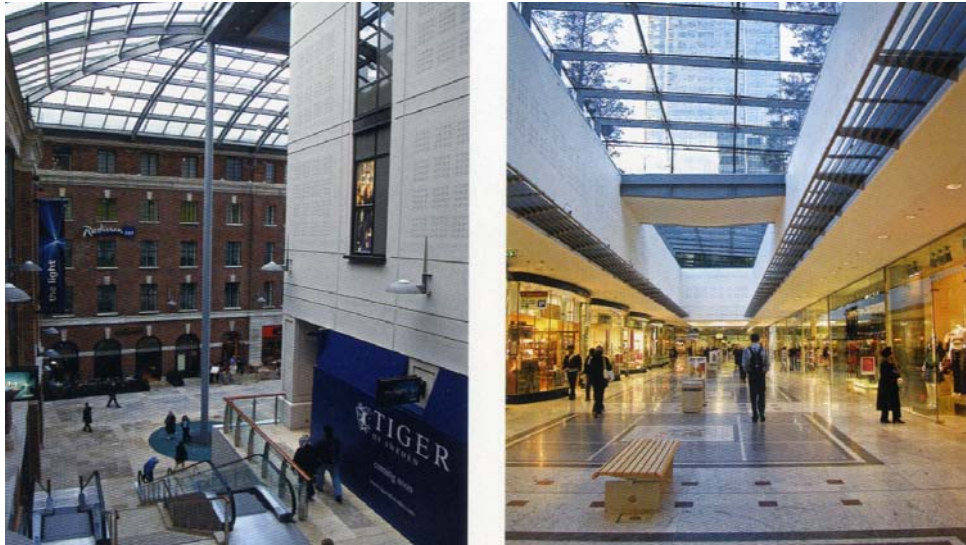


그림 5-6 (좌) 경제권을 형성하는 내부의 네트워크. 더라이트(The Light) (우) 도시의 체계를 분리하는 연결성의 소통 공간. 주빌리플레이스(Jubilee Place)

가로가 지닌 비예측성과 환경적 불안정성으로부터 안정된 수준의 예측가능함을 보장할 수 있기 때문이다.<sup>10)</sup> 예측가능한 표준적 환경이라는 것은 도시 경험을 정제하여 이상적으로 제공하는 유비도시(analogous city)의 재현이라고도 일컬어진다.<sup>11)</sup> 이러한 유비도시가 대도시의 공간 환경 속에 나타나는 것은 도시가 지니는 다양한 사회, 문화적 요소와 계층 간의 혼재에서 오는 이질적 활력을 제거하고, 균질한 환경으로 대체하는 것을 의미한다.

윌리엄 화이트는 유비도시로 존재하는 인공적 도시 환경에 대해서 “다운타운 전체를 정제된 기업 도시(filtered corporate city)”로 확장하는 것이 가능하게 만든다고 지적한다.<sup>12)</sup> 즉, 민간의 기업에 의해 수익성을 목적으로 개발되는 복합도시 건축이 전통적인 도시 기능을 내부화하면서, 도시의 공공공간이 경제성과 효율성의 패러다임에 따라 운영되게 되는 현상을 이끌었다. 이는 연결성의 원리에 의해

10) Trevor Boddy, "Underground and Overhead: building the analogous city", Variations on a Theme Park, Hill and Wang, 1992, pp.123~127

11) Trevor Boddy, op. cit., p124

12) William H. Whyte, City: rediscovering the center, Double Day, 1988, p199

복합도시건축이 조성하려는 내부의 네트워크가 도시 공간을 사유화하여 일종의 ‘경제권’과 같은 기능을 하게 되었음을 뜻한다. 이는 도시의 경험을 소비자의 성격을 띄는 주체에 의해 발생하는 행위로 환원시켜서, 도시 공간을 계층화하는 역할을 하게 된다.

교외건축의 교외성은 도시적인 요소가 부재하는 교외의 맥락에서 이러한 부재에 의해 발생하는 환경적 조건에 대한 건축적 해결책을 구하는 과정에서 형성되었다고 주장한바 있다.<sup>13)</sup> 이러한 관점에서 본다면, 경제적 조건, 통근 거리와 같은 추상적 정보를 근거로 주거지를 형성하며 하나의 사회를 이루게 된 교외는 도시를 형성하는 역사적, 문화적 배경이 부재하는 조건을 본질적으로 내재하고 있을 수 있다. 이때, 교외의 건축은 이러한 부재의 조건 속에서 이상적인 장소의 이미지를 인공적으로 꾸며내기 위해서, 역사적, 대중적 이미지를 차용하는 특성을 지닌다. 이렇게, 건축의 표상 원리로서 대중적 이미지를 모사하는 태도는 교외 사회가 교외쇼핑센터에게 요구하는 바에 따라 변형되며 발전하는 과정을 살펴볼 수 있다. 교외 사회에서 쇼핑센터는 사회적 커뮤니티를 형성하는 중심적 장소의 성격을 부여받았다. 이 때, 교외쇼핑센터는 전통적인 마을의 중심을 재현하는 노스텔지어의 이미지를 모사하기 위해, 역사적인 양식을 차용하거나 몰 공간을 커뮤니티의 중심을 형성하는 빌리지 그린을 모델로 디자인되었다. 또한, 교외쇼핑센터는 교외인들이 향유하고 싶은 도시적 분위기를 재현할 것을 요구받기도 했다. 이 때, 도시적 분위기는 쇼핑객의 흐름이 강조되는 밀집환경을 이끄는 디자인을 통해 구현되었는데, 모사하여 드러난 교외쇼핑센터의 표상의 층위에는 도시 환경의 혼잡이 불러일으키는 불안전함과 예측불가능함이 제거하여 이상적인 것으로 정제된 공간이 투영되었다.

이와 같이, 모사를 통해서 공간 환경을 이미지로서 조절하는 교외 건축의 태도는 포스트모던 어바니즘의 주요한 이슈로 등장하면서, 대규모 복합도시건축의 주요한 언어로 사용되었다. 특히, 찰스무어(Charles Moore)와 같은 포스트모던 이론가들은 현대도시의 어바니즘에 있어서 가장 중요한 존재로 디즈니랜드를 내세우

---

13) 도시 요소의 부재와 이에 대한 건축적 대응으로 설명한 교외건축에 대한 부분은 본 논문의 2.4.를 참조.

는데<sup>14)</sup>, 이는 이미지의 모사를 통해 발현되는 건축적 특성이 현대 도시에서 지니는 중요성을 확인시켜주는 것이다.

이처럼, 대도시의 복합도시건축의 계획에 있어서 교외건축의 구성 원리로 나타난 대중적 이미지를 모사하여 장소를 만들어가는 특성은 동일하게 반복되고 있다. 하지만, 이미지를 재현하여 획득하고자 하는 건축적 특성에는 차이점이 존재한다. 즉, 교외건축의 모사가 지닌 특성에는 커뮤니티의 삶을 지원하는 중심적 장소라는 사회적 관점을 투영하고자 하는 의도가 내재해있다. 반면에, 복합도시건축의 경우에는 소비 행위를 독려하는 스펙타클을 통해서 비일상적인 경험을 제공하여, 도시의 일상적 장소와 구별된 공간을 내부의 자율적 공간 속에 만들고자 하는 목적이 있다.

이러한 현상이 나타나는 배경에는 도시의 공공공간 역할을 하는 소비공간이 경험경제(experience economy)<sup>15)</sup>의 시스템에 따라 조직되는 경향이 요인으로 작용하고 있다고 볼 수 있다. ‘경험경제’는 소비자에게 경험을 둘러싼 환경을 판매할 수 있다는 것을 주요 개념으로 하고 있다. 즉, 경험이 경제적 가치를 지닐 수 있다고 보는 관점으로, 경험경제에서는 어떤 경험을 제공할 것인가가 핵심으로 부상한다. 그렇기 때문에 건축에 있어서 소비자를 이미지의 주체로 만들기 위해 경험 환경을 구축하는 것이 중요성을 획득하게 된다. 클링만에 따르면 이는 건축의 포커스가 ‘what it has’(형식)과 ‘what it does’(기능)의 강조로부터 ‘what you feel’(경험)과 ‘what you are’(정체성)으로 옮겨지는 과정이라고 설명한다.<sup>16)</sup> 이러한 변화는 건축

---

14) 디즈니랜드와 현대도시와의 관련을 다룬 텍스트는 Charles W. Moore, "You Have to Pay for the Public Life", *You Have to Pay for the Public Life*, The MIT Press, 2001, pp.111~141; Michael Sorkin, "See You in Disneyland", *Variations on a Theme Park*, Hill and Wang, 1992, pp.205~232를 참조

15) 조셉 파인과 제임스 길모어에 의해 주창된 것으로 ‘경험경제’는 소비자에게 경험을 둘러싼 환경을 판매할 수 있다는 것을 주요 개념으로 하고 있다. 즉, 경험이 경제적 가치를 지닐 수 있다고 보는 관점으로, 경험경제에서는 어떤 경험을 제공할 것인가가 핵심으로 부상한다. B. Joseph Pine II and James H. Gilmore, *The Experience Economy: work is theater & every business a stage*, Harvard Business School Press, 1999

16) Anna Kilngmann, *Brandscapes: architecture in the experience economy*, The MIT Press,

에서 형태와 기능이 여전히 중요한 기준이 되고 있으면서, 동시에 개인에게 제공하는 경험이 건축을 평가하는데 중요해지고 있음을 설명한다.

이렇게, 장소 환경의 모사를 통해 경험을 제공하는 것은 소비공간이 단지 쇼핑을 위한 기능적인 공간으로 역할을 수행하던 것으로 부터 고도로 계획적으로 연출된 환경으로 변모하였음을 의미한다. 경험경제의 소비공간 사례로 스타벅스를 예로 들면, 분쇄되는 커피의 소리, 신선하게 제조된 커피의 향, 안락한 좌석, 테마화된 상품들, 유럽의 바를 연상시키는 디자인, 적절한 배경음악과 같은 감각적인 요소들이 종합된 환경이 경험을 판매하는 것이다.<sup>17)</sup> 버지니아 포스트렐(Virginia Postrel)은 스타벅스는 경험경제를 상징하는 공간이라고 서술하는데, 포드가 대량 생산, 맥도날드가 편의의 미학이라는 패러다임을 대표했었다면, 스타벅스는 경험의 미학을 상징한다고 하였다.<sup>18)</sup> 이렇게 소비공간을 기반으로 형성하는 복합도시 건축이 새로운 경험과 인식을 위한 촉매 역할을 하게 되면서, 장소 환경의 모사는 스펙타클을 통해서 비일상적인 새로운 경험을 제공하는 역할을 한다. 저디(Jerde)가 복합상업시설에 있어서 ‘경험의 디자인(experiential design)’을 통해 장소



그림 5-7 (좌) 도시 중심의 고전 모델인 아고라를 재현한 카날시티(Canal City)와 (우) 자연의 지형을 탐사하는 경험 디자인을 소비 공간화시킨 남바파크(Namba Parks)

---

2007, p1

17) Anna Kilngmann, op. cit., p36

18) Virginia Postrel, The Substance of Style: how the rise of aesthetic value is remaking commerce, culture, and consciousness, Harper Perennial, 2004

에 대한 판타지를 도시인에게 제공하는 것이 성공적인 도시 개념을 위해 필수적이라고 주장하는 것도 이러한 맥락에서 이해할 수 있다.<sup>19)</sup>

이와 같이, 복합도시건축은 대도시에서 비일상적 공간 환경을 인공적으로 조성하기 위해 장소 환경의 모사를 내포하는 교외 건축적 구성 원리를 반복하고 있다. 존 해니건(John Hannigan)은 복합도시건축을 판타지 시티(fantasy city)라고 명명하면서, 이러한 경험 경제의 영향에 주목하여 복합도시건축이 지니게 되는 건축적 특성에 대해서 서술했다.<sup>20)</sup> 이를 요약해보면 다음과 같다.

1. 공간의 모든 것들이 역사, 대중 문화로부터 가져온 연출된 테마를 따르면서 ‘테마 지향 환경’을 조성한다.

2. 도심형 복합상업시설은 테마화될 뿐아니라, 브랜드화(branded)되어, 나이키, 코카콜라, 유니버설과 같이 수익의 시너지를 이끌 수 있는 쇼비즈니스 브랜드들을 재현한다.

3. 전통적인 교외쇼핑센터와 다르게 복합상업시설의 프로그램은 24시간 밀도있게 사용될 수 있도록 구성된다.

4. 복합상업시설은 표준적 구성들을 조합하여(modular) 전체를 이룬다.

5. 복합상업시설은 독자적으로 존재하기 위해서(solipsistic) 주변 근린으로부터 물리적, 경제적, 문화적으로 분리되어 있다.

6. 복합상업시설은 시뮬레이션(simulation)의 기술, 가상 현실, 스펙타클로 구축되는 포스트모던의 장소이다.

정리하자면, 복합도시건축의 공간 환경에서 강조되는 것은 역사, 대중문화와 같이 공공이 공유하는 대중적 이미지를 기반으로 전체를 특정의 테마로 연출하여, 의도된 장소 감각을 만드는 것이다. 그리고, 이 테마를 구성하는 매개는 브랜드의 체계적인 시스템인데, 이는 표준적인 구성을 취하면서 입지에 관계없이 재조합되

---

19) Karin Jaschke, "Jon Jerde's Consuming Fantasies and Other Urban Interiors", Architectural Design, Vol 68 No 1/2, 1998, John Wiley & Sons, pp.68~73

20) John Hannigan, Fantasy City: pleasure and profit in the postmodern metropolis, Routledge, 1998, pp.3~4

어 전체를 구성하게 된다. 이와 같이, 복합도시건축의 공간 환경은 일종의 모듈과 같이 표준화되고, 주변 도시 요소로부터 자율적으로 존재되어 분리된 도시를 조직하는 것을 특성으로 한다.

이러한 복합도시건축의 특성은 교외쇼핑센터와 공유하는 구성 원리인 장소 환경의 모사가 교외와 도시라는 맥락의 변화 속에서 지향하는 바가 차이를 드러내고 있음을 말해준다. 교외쇼핑센터에서 도시를 모사하는 태도는 커뮤니티의 감각 혹은 도시적 활기와 같은 현실적 모티브에서 일상적 생활 환경을 교외에 조성하고자하는 의도에서 나타난 특성이었다. 하지만, 경험경제의 시스템에 따라 공간 환경이 작동하는 복합도시건축에서 공간 환경을 모사하는 특성은 소비 기능을 강화하기 위해서 브랜드의 환경을 스펙타클로 사용하고, 이를 테마화하여 의도된 장소를 만들기 위한 연출의 수단으로 사용하였다. 이는 복합도시건축이 공간 환경의 모사를 통해 조성했던 공간은 소비 기능이 강화되면서, 도시 외부의 일상적 경험과 대조되는 비일상적인 경험의 장소를 제공하려는 의도를 지녔다는 점을 설명해준다.

이상과 같이, 복합도시건축은 교외의 공간을 레퍼런스로 삼아서 대도시 공간 환경에 교외성을 발현하였다. 그 구현 방식으로 유추해 볼 때, 도시에게 교외쇼핑센터의 공간은 상업적 효율성을 획득할 수 있는 매개이면서 동시에 도시 속에 존재하는 공공공간과 유사한 성격을 부여할 수 있는 장소를 내부에 조성할 수 있는 건축 언어라는 측면에서 선호되었던 것이라고 볼 수 있다. 이렇게 형성된 복합도시건축의 교외성은 교외쇼핑센터의 ‘교외-도시성’과 상대적인 개념으로 ‘도시-교외성’이라고 규정할 수 있다. 이러한 ‘도시-교외성’을 드러내는 도시 공간이 지닌 특성은 다음과 같은 복합도시건축의 공통적 현상에서 확인된다.

복합도시건축은 도시 속에서 내향적 체계를 통해 외부 도시로부터 분리된 자율적 도시를 내부에 조성하였다. 이는 사적인 소유물인 복합도시건축을 경제적 의도에 따라 공간 환경을 조절하면서, 동시에 내부를 도시의 공공적 환경과 동일하게 연출하여 사람들의 행위를 자연스럽게 집중시키게 된다. 이러한 유사-공공공간이라고 부를 수 있는 복합도시건축의 공간은 인프라스트럭처를 공적영역으로 적극적으로 활용하면서, 복합도시건축의 내부가 도시 속에 독립된 네트워크를 구성하



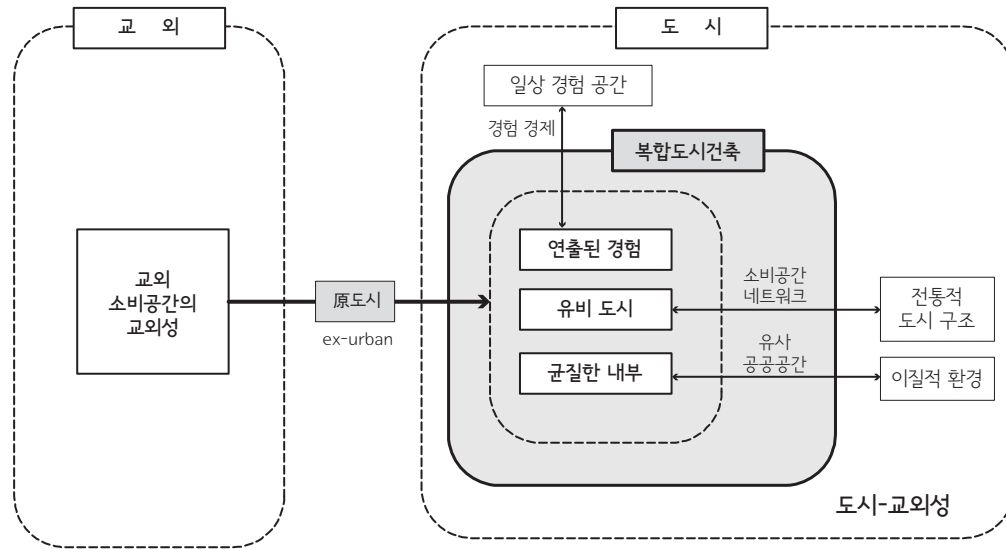


그림 5-8 복합도시건축의 도시-교외성 개념

면서, 유비도시적인 상황을 이끌어낸다. 이때, 공간을 조성하는 언어는 대중적 이미지를 모사하여, 장소에 무관하게 인공적으로 멸균된 안전한 장소 감각을 만든다. 이처럼 도시적인 규모의 영향력을 미치면서, 인공적으로 장소 환경을 만들어가는 복합도시건축의 방식은 도시 속의 공간들을 표준적인 장소들로 채워가는 역할을 한다. 이는 복합도시건축이 만들어가는 도시가 공공적인 양태를 의도하는 사적인 공간이며, 소비 공간으로서 지니는 목적을 지향하고 있기 때문에 나타나는 현상이라고 할 수 있다.

### 5.3. 도시와 교외의 관계 속에 형성되는 도시건축

각각 교외와 도시라는 상반된 맥락 속에서 형성된 소비 공간을 대표하는 건축 유형인 교외쇼핑센터와 복합도시건축은 건축의 도시적 영향력이라는 측면에서 공통점을 지니고 있다. 여기서 도시적 영향력을 지녔다고 하는 것은, 이 두 건물 유형이 상업시설로서 기능하는 단일한 건축물을 설계하는데 머무르지 않고, 도시의 삶을 지원하는 기능들을 연계하고, 공간적으로 공공적 감각의 장소를 조성하는 것을 중요한 테마로 지니고 있었음을 의미한다. 즉, 교외쇼핑센터와 복합도시건축은 교외와 도시의 공간 환경 속에 도시적 복합체로서 성격을 지니는 건축을 의도했다는 공통점을 지닌다고 할 수 있다. 그렇기 때문에, 교외와 도시의 대규모 상업 시설을 계획하는 행위 속에 건축물이 도시를 만드는 원리를 내재한다는 관점을 지닐 수 있다.

따라서 교외쇼핑센터와 복합도시건축이라는 특정의 건축 유형 속에는 소비 문화가 도시 형성의 지배적인 요소로 작용하는 현대 도시의 도시건축론과 연관된 문제가 존재한다. 그리고 두 건축 유형은 동시에 모빌리티와 대중소비문화라고 하는 근대적 조건에 의해 생산된 교외와 도시의 장소가 지니는 사회적 조건의 차이점을 상징하는 대상으로 읽을 수 있다.

이처럼, 교외쇼핑센터와 복합도시건축은 도시의 외부로서 존재하는 교외의 건축적 특성의 문제, 소비문화를 수용하는 소비공간의 형성 문제를 넘어서서, 근대의 사회적 조건을 체화하여 도시의 건축을 만드는 방법론과 관련된 주제를 담고 있는 대상이라고 할 수 있다.

건축에서 드러나는 현상으로서 ‘교외성’은 앞선 논의들을 통해 살펴본 것처럼, 교외의 형성 조건과 관련된다. 교외는 전통적인 도시 구성 요소들이 부재를 통해 성립된 장소라고 서술한바 있다. 즉, 건축의 교외성은 역사와 정체성과 같은 도시의 맥락적 조건을 이루는 건축 설계의 영향인자들로부터 독립되어 존재한다. 맥락적 조건으로부터 자율성을 획득하였다는 것은, 근대의 사회를 성립시킨 기술, 문화적 조건인 모빌리티와 대중소비문화가 건축 공간을 어떻게 변화시켰는지를 순수하게 관찰할 수 있는 장소로서 교외가 의미를 지닌다고 해석하는 것을 가능하

게 만드는 사실이다.

따라서 건축이 지니는 교외성이라는 특징적인 현상은 모빌리티의 변화와 소비 문화가 지배하는 사회상이 반영된 건축의 변화를 뚜렷하게 독해할 수 있는 대상이 된다. 그렇기 때문에, 다층화되는 모빌리티를 수용하는 건축의 문제를 안고 있으며, 소비공간을 기반으로 기능의 복합체를 구성하는 양태를 보이고 있는 도시건축의 방법론은 건축의 교외성 논의와 깊은 관련을 맺고 있다고 할 수 있다.

건축의 교외성은 교외쇼핑센터라는 교외 사회의 집합적 소비시설의 공간 형식을 정립하는 과정에서 나타난 것이라는 관점을 본 연구는 취하고 있다. 교외성을 지니는 건축 공간은 내향적 체계, 연결성의 소통, 장소의 모사와 같은 건축 언어를 특징적으로 지니면서, 소비 사회의 공공적 요구에 적합한 공간을 생산하는 특성을 지닌다. 즉, 내부성을 강화한다는 것은 외부 도시와 무관한 자율적인 도시 공간을 건축 내부에 조성한다는 것을 의미한다. 이 공간 속에서 소비자로서 경험자들에게 소비와 엔터테인먼트에 최적화된 유사-도시의 체험을 제공하면서, 안전하고 쾌적하게 조절되는 공공공간을 경험할 수 있게 해준다.

교외쇼핑센터가 지닌 이러한 도시적 특성으로 인해, 교외의 건축 유형은 도시의 고밀도 공간 환경에 적합한 형식으로 변용되는 과정을 거쳐서 복합도시건축이라는 도심형 소비 공간을 이끌어내는 원형적 역할을 수행한다. 복합도시건축이 유형적으로 교외쇼핑센터와 동일한 원리를 지니고 있다는 사실은 도시 속에서 교외성이 드러나게 된 원인을 설명해주는 근거가 된다고 볼 수 있다.

하지만, 이렇게 교외쇼핑센터와 복합도시건축의 유형적 동질성으로 인해 드러나는 교외와 도시의 교외성은 그것이 도시건축을 만드는 원리에 의해서 분명해지는 차이점을 지니고 있다.

우선, 교외쇼핑센터가 교외라는 장소에 드러내는 교외성은 그 형성의 배경에 있어서, 전통적인 도시가 지닌 구성 요소들이 교외에 부재하고 있다는 상황에 대한 건축적 해결책을 강구하는 과정에서 나타난 것이었다. 따라서, 교외쇼핑센터의 교외성은 교외의 상대적인 개념으로 존재하는 도시를 모사하는 것을 근본적인 원리로 지니고 있다. 그런데, 교외쇼핑센터에서 나타나는 도시의 모사는 단순하게 다운타운의 상업가로가 지닌 환경을 그대로 옮겨오는 것이 아니었다. 즉, ‘몰’이라는

교외쇼핑센터의 특징적인 건축 요소를 기반으로 도시의 밀집된 환경을 모사하는 동시에, 도시의 환경이 지닌 이질적 요소의 공존으로 인한 불안전함과 예측 불가능한 환경의 위험요소를 제거하여 외부 도시로부터 안전하게 보호받는 쾌적한 공간 환경을 만들려고 했다. 이러한 도시 모사의 태도를 통해 살펴볼 때, 교외쇼핑센터가 도시를 선택적으로 재현했다고 설명하는 것이 타당해보인다. 이는 교외쇼핑센터가 현실의 도시를 모델로 이상적인 도시 공간을 만들어서, 이를 교외의 공공적 장소를 만들기 위해 사용했다고 할 수 있다. 따라서, 이러한 교외쇼핑센터의 교외성이 지닌 특성은 교외 속에 도시를 이상화하여 재현한다는 의미가 중요하기 때문에 교외-도시성이라고 개념화하는 것이 보다 타당하다고 할 수 있다.

한편, 교외쇼핑센터는 도시 환경이 요구하는 고밀도 프로그램의 수용과 상품의 소비 공간에 더불어 엔터테인먼트의 체험을 소비하는 테마파크화된 공간이라는 조건들을 만족시키는 과정에서 복합도시건축의 유형으로 변용되어서 도시 속으로 전이되었다. 그렇기 때문에, 복합도시건축은 교외쇼핑센터와 유형적으로 동질하다고 볼 수 있는 특성을 교외의 건축 언어를 통해 내재하고 있다. 이러한 교외의 건축 언어들은 대도시의 공간 환경 속에서 외부로서 존재하는 도시와 무관한 자율성을 지니는 내부 도시를 만들어간다. 그리고 이러한 내부성을 통해, 복합도시건축이 직접적으로 도시 공간의 네트워크를 이루어서 도시 구조와 무관한 유비-도시(analogous city)를 만들어 도시적인 영향력을 행사하게 되고, 그 내부를 치장하는 것은 기존 도시의 정체성을 형성하는 맥락과 무관한 대중적 이미지들을 투사하는 특성을 지닌다.

이렇게 복합도시건축이 대도시 공간 환경 속에 드러내는 교외성은 교외의 소비 공간이 지닌 균질하고 안전한 장소 감각을 보편화시켜 도시의 이질적 공간을 대체한다. 그렇기 때문에 이를 교외쇼핑센터의 교외-도시성과 구별하여 도시-교외성이라고 표현할 수 있다. 교외쇼핑센터가 도시를 모사하여 이를 이상적으로 재현하여 교외의 공간을 만들어갔다는 점을 상기할 때, 복합도시건축의 도시-교외성은 교외와 도시 사이의 순환관계를 보여준다. 다시 말해, 도시를 이상적으로 모사하여 재현한 교외의 공간을 복합도시건축은 도시성이 이상적으로 담긴 일종의 원(原)도시로 보고, 이를 다시 도시로 전이하는 역할을 하고 있다. 그 원인으로 볼 수 있는 것은 교외쇼핑센터의 소비 공간에 공공적인 의미가 부여되면서, 소비 문

화에 적합하게 가공된 유사공공공간의 형태로 도시 환경 속에서 중요성을 지니게 되었기 때문이라고 할 수 있다.

이와 같이, 교외쇼핑센터와 복합도시건축의 소비 공간이 지니는 차이를 살펴볼 때, 교외-도시성과 도시-교외성이 드러나는 공간은 물리적 환경이라는 측면에서는 동일한 양태를 띄고 있지만, 이들이 지향하는 도시 형성의 논리에는 중요한 차이점이 발견된다. 즉, 교외-도시성은 교외의 사회를 유지하는데 필요한 도시적 기능을 부여받은 사회적 삶의 중심을 형성하는 역할을 하고 있다. 이는 교외쇼핑센터를 통해 전통적 마을 공동체의 빌리지 그림을 표상하거나, 타운센터와 학교와 같은 커뮤니티 시설들을 쇼핑센터의 일부로 포함하는 계획방식들에서 나타나고 있다. 이에 반해, 복합도시건축의 도시-교외성은 기존의 도시 구조에 대해 자체적으로 완결된 도시적 구성의 공간을 내부에 조성하고, 인프라스트럭처를 포함하는 계획을 통해 유비-도시라고 할 수 있는 소비 공간의 사적인 네트워크를 만들어서, 도시적인 영향력을 피하고 있다. 즉, 도시-교외성은 도시 속에서 외부 도시와 분리된 내향적 도시 공간을 조성하려는 의도가 강하게 표출된다고 할 수 있다. 이처럼, 교외-도시성과 도시-교외성이 지니는 본질적인 차이점은 이것이 건축을 통해 도시를 만들어가는 태도에서의 지향점에 존재한다. 각각이 지향하는 도시의 논리의 측면에서는 전자인 교외쇼핑센터의 경우, 교외의 외부 조직과의 관계 속에서 소비 공간을 전체와 '동일화'하는 논리에 의해 형성이 하는 것이라고 한다면, 후자인 복합도시건축의 도시-교외성은 복합도시건축을 외부의 도시와 '차이화'하여 독립적인 유비-도시를 만들고자 하는 의도가 중요하게 부각된다고 할 수 있다.

이처럼, 대규모의 복합 건축을 통해 도시 속에 드러나는 교외성이라고 부를 수 있는 건축적 특성은 도시와 구별되는 교외라는 한정적 지역에 국한된 현상이라고 단정하는 것 보다는 도시와 교외의 조건이 상호 영향을 주는 관계 속에서 형성된 것으로 보는 것이 올바른 관점이라고 할 수 있다. 교외-도시성에서 도시-교외성으로 변용되어 도시 공간 속에 드러나게 되는 과정은 이러한 도시와 교외의 상호 영향 속에서 발생하고 있다고 할 수 있는데, 이때 교외성이 변용되는 과정에는 뚜렷한 경향성이 발견된다. 도시를 교외에 재현한 교외쇼핑센터는 도시 공간의 경

협에서 이상적인 요소들만을 취하여 교외 공간에 선택적으로 재현하는 역할을 했다. 그리고, 도시와 무관한 맥락 속에서 인공적으로 도시적인 공간을 모사한 교외의 소비공간은 복합도시건축에 의해 도시 속에서 재현되게 된다. 복합도시건축은 교외의 소비공간에 테마와 엔터테인먼트의 체험을 위한 대형의 유사-공공공간을 강화하여, 소비공간을 도시의 공공공간과 등가로 만드는 역할을 했다고 할 수 있다. 즉, 도시를 이상화한 교외를 다시 도시가 소비 공간의 이상적인 모델로 삼아 모사하는 순환의 관계를 지닌다.

이 순환의 연결 관계는 교외와 도시가 집합적 소비 공간을 만들기 위해 각기 이상적인 공간 모델을 재현하면서 형성된다. 도시의 공간을 교외가 모사하고, 이를 다시 도시의 이상적 원형으로 삼아서 도시 속에 재현하는 과정 속에는 소비 문화에 의해 형성되는 도시 공간을 만드는 경향성이 지니는 특질이 드러난다. 즉, 교외쇼핑센터와 복합도시건축의 소비 공간은 점진적으로 소비 기능과 도시의 공공적 기능을 연합해갔다. 이 과정에서 모사된 도시는 내부 공간에 표준적인 장소 감각을 부여하여 균질한 소비 공간을 획득할 수 있는 양태로 전개되었는데, 이는 도시를 이상화하여 해석한 것이 교외와 도시가 상호 모사를 반복하는 동력이었음을 의미한다.

교외와 도시의 관계 속에서 도시 공간의 이상향을 정제해 나아간 과정에 주목해야 하는 것은 건축의 교외성을 형성하는 과정 속에 현대 도시에서 중요하게 부각되는 도시건축론의 이슈가 개입되어있기 때문이다. 이는 역사, 내부도시, 공공영역의 문제로 나누어서 살펴볼 수 있다. 우선, 역사와 관련된 문제는 건축의 교외성이 역사적 문화적 맥락이 부재하는 교외에서 형성되었다는 점과 연관되어 있다. 인공적으로 장소를 만들어야 했던 교외쇼핑센터의 소비 공간은 표상해야 할 역사, 문화의 요소가 결여된 상황에서 소비 공간에 부여하려는 이미지에 따라서 교외의 맥락과 무관한 대중적 이미지를 투영하였다. 이렇게 장소를 인공적으로 만드는 방식은 상업 시설에 필요한 공간적 특성과 호응되면서, 역사를 도구화하여 상업적인 수단으로 모사하는 대상으로 환원시켰다.

또한, 교외쇼핑센터와 복합도시건축이 공유하고 있는 건축적 특징인 내향적 체계는 이들이 지니고 있는 내부의 집합적 소비공간을 외부 도시로부터 독립된 자

울적 공간으로 만들려는 의도를 지니고 있다. 이를 위해서, 내부의 공간에 도시적인 경험을 모사하여 담아내며, 외부의 도시를 대체하여 소비 문화에 최적화된 이상적 도시 공간을 내부에 포괄하는 성향을 지닌다. 이는 소비 기능을 기반으로 대형화, 복합화되는 과정을 겪고 있는 현대의 도시건축이 의도적으로 내부에 도시를 포괄적으로 재현하며 공공적인 공간임을 표명하려고 하는 현상과 맞닿아 있다.

건축의 교외성은 이와 함께, 도시의 공공영역에 대한 사고를 확장시킬 여지를 제공해준다. 소비 문화와 함께 교외를 형성한 주요 동인인 모빌리티 기술의 발전은 구체적으로 복합적인 건축 시설에서 모빌리티를 어떻게 수용하고, 도시의 네트워크를 유지할 것인지를 건축 설계의 영역 내부로 끌고 들어왔다. 복합도시건축의 경우에서 나타나는 것처럼, 단순히 윤택한 도시 기능 유지를 위한 영역이라고 여겨져왔던 인프라스트럭처가 오히려 이 공간이 지닌 연결성으로 인해 도시의 공공공간으로서 중요한 비중을 차지하게 되었다.

이와 같이, 도시의 공간 환경 속에서 발현되는 교외성은 교외와 도시의 관계 속에서 형성되었지만, 현재의 도시건축과 관련된 문제들을 내재하고 있다. 따라서, 복합도시건축은 소비 기능의 시설로서 뿐 아니라, 다양한 도시 기능들이 복합체를 이루는 대규모 도시건축을 형성하는 일반적인 방법론으로서 중요한 의의를 지니는 문제들을 담고 있는 건축유형으로 볼 수 있다. 즉, 복합도시건축의 교외성 문제는 대중소비문화와 모빌리티의 문제가 중요하게 대두되는 현대의 도시건축을 생성하는 방법론을 교외와 도시의 관계로 확장하여 새롭게 사고 할 수 있는 가능성을 지닌다고 할 수 있다.

## 제6장 결 론

일반적으로, 교외 혹은 상업건축과 관련된 주제는 건축학적으로 비중있게 다루어지지 않았다. 그 원인은 교외와 상업건축을 생산하는 과정에는 복합적인 사회경제적 변인들이 결부되어 있기 때문이다. 특히, 대규모의 자본이 투입되는 부동산 개발의 결과물로서 지니는 의미가 강하게 내재되어있기 때문에, 경제학적인 접근이나, 사회학적인 접근이 우세했다. 반면에, 제작의 주체로서 건축가를 중요시해 온 모더니즘 전통의 건축학 담론에서는 상업건축의 영역이 외관의 디자인에만 치중하고, 예술적 역량 보다는 비즈니스의 측면이 중요시된다고 여기며 소홀하게 다루었던 것이 사실이다. 하지만, 현대의 도시 건축이 형성되는 과정이 부동산 개발과 깊은 연관성을 지니고, 소비문화의 지배적 역할이 점차 커지면서, 도시를 만드는 주체로서 상업건축의 문제가 중요성을 획득하고 있다. 본 연구가 기획된 것은 이러한 문제의식을 기저에 두고 있다. 이에 따라, 본 연구는 현대의 대도시 공간환경을 둘러싸고 발생하는 일련의 현상들에 대해서 건축의 교외성으로 규명하려는 것을 목적으로 한다. 이를 위해, 우선 교외라는 장소적 조건이 건축적으로 지니는 의미를 어떻게 규정해야하는지 살펴보고, 이를 바탕으로 교외의 조건이 생산한 건축유형인 교외쇼핑센터의 실험과정을 분석하여 건축의 교외성 개념을 정립하였다. 그리고, 교외쇼핑센터의 건축 유형이 교외의 특수한 조건에서만 기능했던 것이 아니라, 소비 문화를 통해서 하나의 계보를 이루며 그 연속선 상에 복합도시건축이라는 도시적 유형으로 잔존하면서, 도시 내부에 교외성이라는 현대 도시의 특징적 현상들을 드러내고 있음을 살펴보았다.

이상과 같은 목적과 방법 아래 수행된 연구는 다음과 같은 사실들을 결론으로 도출할 수 있었다.

우선, 도시사회학에서 다루는 교외론의 검토를 통해서 교외를 성립시키는 조건들을 정리할 수 있었다. 근대 사회의 대중소비문화와 모빌리티기술의 발전을 배경으로 생산된 교외는 전통적인 도시와 근본적인 차이점을 지닌다. 교외는 장소를 상품화시켜 추상적인 정보로 환원하여 비교와 거래가 가능하도록 하였으며, 교외



의 라이프스타일을 이미지화하여 대중적으로 통용이 가능한 소비의 대상으로 변화시켰다. 이는 교외의 건축이 전통적인 도시의 논리와 본질적으로 차이를 지니게 되는 요인으로 작용한다. 여기에는 기술과 문화적인 배경이 복합적으로 영향을 준다. 모빌리티기술은 거주지의 확산으로 균질한 비장소적 공간 환경을 교외에 형성시키는 요인으로 작용하며, 대중소비문화는 소비를 통해 교외인의 정체성을 구축하는 역할을 했다. 이처럼 교외화는 장소와 비장소의 경계에서 발생한 문제였다. 이를 통해서, 교외를 성립시키는 것은 전통적인 도시 형성의 주요한 요인들이 부재하면서 발생하는 상황이라고 정리할 수 있다. 부재의 요소는 세 가지로 나누어 살펴볼 수 있는데, 첫째로, 교외는 도시의 다양성을 수용하는 광장이나 시민공간(civic space)과 같은 밀집공간을 결여하고 있다. 그리고, 저밀도로 확산된 공간 구조를 지니는 교외는 인프라스트럭처로 연결되는 모빌리티에 공간의 경험을 의존하게 되면서, 공간 소통의 원칙인 근접성이 약화된다. 마지막으로, 교외는 도시로의 접근성과 거주자의 경제력이라는 추상적인 정보에 따라 모여서 형성된 사회이기 때문에, 공동체의 기반을 이루는 역사, 문화가 결여되어있다. 이는 장소성을 만드는 맥락이 부재한 채로 사회가 먼저 형성된다는 전복된 상황을 이끈다.

교외는 근대 문화의 영향을 온전하게 담고 있는 새로운 장소로서 중요성을 띠는 동시에, 대중이 소구하는 공간의 형식에도 변화를 가져왔다. 특히, 교외화는 공공공간과 소비공간을 도시에서 드러나던 형식으로부터 변형하여 ‘집합소비공간’이라는 새로운 양태를 이끌었다. ‘집합소비공간’은 교외인의 정체성을 규정하는 라이프스타일에 적합한 이상적 환경으로 존재하는 것이었는데, 교외쇼핑센터는 이러한 ‘집합소비공간’이 건축화되어 성립된 시설로서 의미를 지닌다. 여기에는 20세기 중반, 전후의 미국 교외쇼핑센터가 정통적인 모더니즘 건축의 계보로부터 벗어나서, 경제성과 대중성을 주요한 가치로 내건 건축유형이라는 특성이 중요하게 관찰된다. 이러한 교외쇼핑센터를 통해 드러나는 건축의 교외성은 교외를 성립시킨 부재의 도시 요소들인 ‘도시의 밀집공간’, ‘지역의 토대를 이루는 맥락’, 그리고 ‘근접성을 기반으로 하는 소통공간’에 대한 건축적 해결책을 구축해가는 과정에서 형성이 되었다.

이에 따라, 건축의 교외성은 다음과 같은 교외 건축의 언어들을 통해 규정된다.

우선, 교외쇼핑센터의 물 공간이 도시의 다양성을 수용하는 밀집공간의 역할을 수행하면서, 물은 교외의 중심적 장소로 조성되었고, 이를 위해, 외부 환경의 조건으로부터 거리를 두는 ‘내향적 체계’를 띄게 되었다. 또한, 물류와 쇼핑객의 이동을 담지하는 모빌리티가 공간 경험의 주체로 중요하게 부각되면서, 교외쇼핑센터는 공간의 소통에 있어서 근접성의 역할을 약화시켰다. 이는 장소의 경험이 인프라스트럭처로 조직되는 네트워크에 의존하는 ‘연결성의 소통’에 따라 디자인되었음을 의미한다. 그리고, 교외쇼핑센터의 물은 교외의 사회가 요구하는 이미지가 투사되는 장소의 역할을 했다. 물을 통해 교외쇼핑센터가 표상했던 바는 점차 커뮤니티의 공동체에 이바지하는 공공적 삶의 장소로부터 소비행위로 동질성을 공유하는 대중을 위한 집합소비공간으로 변모하는 과정을 보여준다. 즉, 장소를 만드는데 영향을 미치는 문화적 역사적 맥락이 부재하는 교외에서 건축은 표상을 통해 인공적으로 ‘장소를 모사’하는 성격을 지닌다.

교외쇼핑센터를 통해 형성된 교외성이 대도시 공간 환경에 전이되는 과정에는 70년대 다운타운의 교외화 현상과 라스베가스 건축이 과도기적 단계로서 존재했다. 도심의 다운타운은 대형 건축물의 아트리움과 인공가로체계를 통해 외부 도시와 분리된 멸균된 소비 공간을 조직하였다. 이는 소비에 최적화되어 도시인들이 이상적이라고 여겼던 교외의 공공공간을 도시화시키는 역할을 했다. 그리고, 경험경제의 영향을 받은 라스베가스의 복합상업시설은 교외쇼핑센터의 건축 유형에 엔터테인먼트와 레저의 요소를 강화하며 형성되었다. 이때, 복합상업시설은 테마파크의 디자인 수법과 브랜드 아이덴티티를 통해 내부의 스펙타클을 강화하면서, 고밀도의 도시 환경에 적합한 건축 유형으로 교외쇼핑센터를 변용해 나아갔다. 이러한 사실들은 복합도시건축이 대중성과 경제성의 원리에 기반하는 건축 유형인 교외쇼핑센터의 계보 위에 연속된 과정으로 존재한다는 것을 의미한다.

복합도시건축은 교외쇼핑센터와의 유형적 동질성을 통해 대도시 공간 환경에서 교외성을 발현한다. 이 유형적 동질성은 ‘내향적 체계’, ‘연결성의 소통’, ‘장소의 모사’와 같은 교외건축의 언어들을 공유하면서 형성되었다. ‘내향적 체계’는 복합도시건축을 자체적으로 완결된 도시 단위로 만들어서 주변의 공간을 배제하는 태도를 보인다. 이는 외부의 도시를 타자로 다루는 현상으로서 복합도시건축이 외부

에 대해 지니는 부정적 태도를 표출한다. 공간의 경험에 있어서는 두 가지 의미 있는 현상이 발견된다. 하나는 도시의 경험이 신체적인 근접함을 통한 이해보다는 인프라스트럭처, 기호, 그래픽과 같은 미디어를 통해 매개되는 특성을 띤다. 즉, 공간의 구조를 인식하기 위해서 추상적으로 환원된 정보를 독해하는 과정이 소요된다. 그리고, 고밀도 개발을 통한 효율적 공간 사용이 요구되는 복합도시건축은 인프라스트럭처에 의존한 도시 경험을 생성한다. 이와 같이, 복합도시건축은 경험에 있어서 신체적, 물리적 측면을 약화시키고, ‘연결성의 소통’을 강화시킨다. 한편, 복합도시건축은 인공적으로 도시를 만들고, 경험을 소비할 수 있는 환경을 조성하기 위해서 특정한 테마에 따라서 인공적으로 장소의 분위기를 만들어간다. 이때, 동원되는 테마는 대중적으로 소구되는 경제성을 지니는 이미지에 국한되어 맥락과 무관한 시각적 수단으로 소비된다. 테마와 이미지를 통해 인공적으로 장소의 내러티브를 만드는 것은 복합도시건축이 외부 도시와 분리된 자율적 세계에 해당된다는 것을 인지시키려는 목적을 지닌다.

이와 같이, 건축의 교외성은 모빌리티의 변화에 따른 도시의 소통과 소비 문화가 도시 조직의 논리로 작용하는 사회상에서 기인한 것으로 규정된다. 따라서, 건축의 교외성은 교외라는 특정한 지역적 조건에 국한되지 않고, 보편적인 대도시의 공간 환경을 설명하기 위한 개념으로서 가능성을 내재하고 있다. 이 가능성은 교외와 도시의 맥락에서 교외성이 지니는 지향점의 차이로부터 명확해진다. 교외쇼핑센터가 지닌 교외성은 도시 요소의 부재에 대한 건축적 대응에서 비롯되어, 교외의 상대적인 개념으로 존재하는 도시를 모사하는 것을 근본적인 원리로 지닌다. 도시의 모사는 ‘몰’이라는 교외쇼핑센터의 특징적인 건축 요소를 기반으로 도시의 밀집환경을 모사하는 동시에, 도시의 환경이 지닌 예측불가능한 위험 요소를 배제하여, 안전하게 보호받는 쾌적한 공간 환경을 만들려고 했다. 이는 교외쇼핑센터가 현실의 도시를 모델로 이상적인 도시 공간을 만들기 위해 선택적으로 재현하는 태도였다. 따라서, 교외쇼핑센터는 교외 속에 도시를 이상화하여 재현하는 역할을 했기 때문에, 본 연구에서는 이를 ‘교외-도시성’이라고 정의하였다.

‘교외-도시성’이 도시의 모사라는 동일화의 논리로 작동하였다면, 복합도시건축의 교외성은 외부 도시와 무관한 자율성을 지니는 내부 도시를 조성하기 위해 교

외의 건축 언어가 활용되었다. 즉, 복합도시건축의 영역에 포함되지 않는 외부 도시를 배제하며 교외의 소비 공간이 지닌 균질하고 안전한 장소 감각을 보편화시켜 유사-도시를 형성한다. 이처럼, 복합도시건축의 ‘도시-교외성’은 외부를 타자적 영역으로 두고 배타적인 내부를 만드는 차이의 논리를 따른다. 교외쇼핑센터가 도시를 이상적으로 재현했다면, 복합도시건축은 교외를 다시 도시성이 이상적으로 집약된 원(原)도시 모델로 보고 이를 다시 도시로 전이하는 역할을 한다. 즉, ‘교외-도시성’과 ‘도시-교외성’은 교외와 도시 사이에서 상호 참조하는 순환의 개념 관계를 지닌다. 그 참조의 과정은 결국 소비사회의 도시 공간 모델을 생성하기 위해 이상화와 정제의 과정을 반복한다.

건축의 교외성이라는 주제는 현대적인 도시건축을 생성하기 위해 도시와 교외의 상호 관계 속에서 구축되는 것이라고 정리할 수 있다. 이것이 궁극적으로 중요성을 지닌다고 본 연구가 다루고 있는 이유는 교외와 도시의 상호 관계 속에서 현대 도시건축론에서 중요하게 다루는 이슈들인 역사, 내부도시, 공공영역의 재설

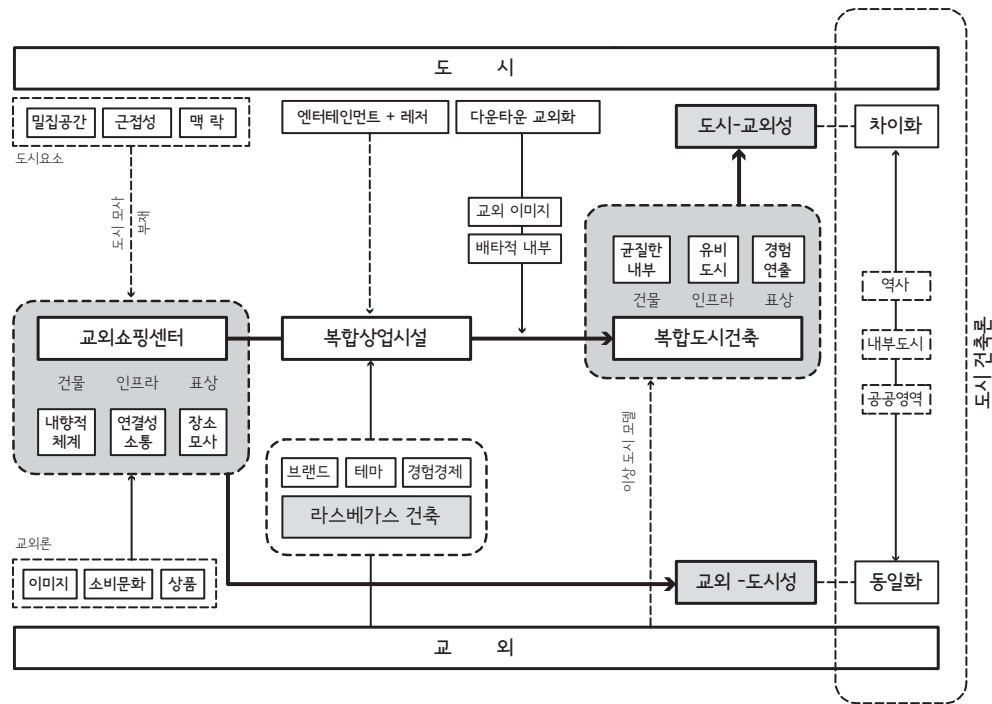


그림 6-1 도시-교외성과 교외-도시성 개념의 전개 흐름도

정의 문제가 드러나고 있기 때문이다.

본 연구가 의도한 바는 교외와 도시의 이분적 구도를 정립하여, 이를 도시건축론을 사고하는 하나의 개념들로 구체화시키기 위한 것이었다. 그 이유는 소비 문화, 모빌리티, 공공성과 같은 현대도시의 주요한 문제들이 교외와 도시의 구도 속에 내재된 바가 있다고 판단했기 때문이다. 일반적으로 건축의 교외성에 대한 논의가 본격화되지 않은 상황에서 이 문제를 선명하게 드러내기 위해서, 본 연구에서는 이를 대규모 복합화된 상업시설에 한정하여 진행했다. 하지만, 건축의 교외성은 현대 도시 문화의 전반에 영향을 미치고 있는 문제로 확장될 수 있는 가능성을 지니고 있다는 점을 고려할 때, 주거 커뮤니티, 공공건축, 교통시설과 같은 도시건축의 여타 유형들에 대한 후속 연구가 이루어질 필요가 있다.

## 참고문헌

### a. 단행본

- Adorno, Theodor and Max Horkheimer. *Dialektik der Aufklärung : philosophische Fragmente*, 『계몽의 변증법: 철학적 단상』, 김유동 역, 서울 : 문학과 지성사, 2001
- Albrecht, Donald, ed. *World War II and The American Dream: How Wartime Building Cahnged a Nation*, Washington, D.C. : National Building Museum ; Cambridge, Mass. : The MIT Press, 1995
- Architectural Record, ed. *Design for Modern Merchandising: stores, shopping centers, showrooms*, New York : Dodge, 1954
- Archer, Joan. *Architecture and Suburbia: from English villa to American dream house, 1690-2000*, Minneapolis : University of Minnesota Press, 2005
- Auge, Marc. *Non-Places: an introduction to Supermodernity*, London ; New York : Verso, 2008
- Avermaete, Tom, Klaske Havik and Hans Teerds, ed. *Architectural Positions: architecture, modernity and the public sphere*, Amsterdam : SUN Publishers, 2009
- Baird, George. *The Space of Appearance*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 1995
- Baker, Geoffrey and Bruno Funaro. *Shopping Centers: Design and Operation*, New York : Reinhold Publishing, 1951
- Barr, Vilmar and Stephen A. Kliment. *Building Type Basics for Retail and Mixed-Use Facilities*, New York : Wiley, 2004
- Baxandall, Rosalyn Fraad and Elizabeth Ewen. *Picture Windows: how the suburbs happened*, New York : Basic Books, 2000
- Beauregard, Robert A. *When America Became Suburban*, Minneapolis : Univ of Minnesota Press, 2006

- Benjamin, Walter. *Illuminations: essays and reflections*, Hannah Arendt, ed. New York : Schocken Books, 1969
- \_\_\_\_\_. 『발터 벤야민의 문예이론』, 반성완 편역, 서울 : 민음사, 1983
- Bohan, Rachel and Kelly Morris, ed. *John Portman : art and architecture*, Atlanta : High Museum of Art/University of Georgia Press, 2009
- Bradbury, Ray and Jerde Partnership International. *You are here : the Jerde Partnership International*, London : Phaidon, 1999
- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society: the information age: economy, society, and culture*, 『네트워크 사회의 도래』, 김묵한, 박행웅, 오은주 공역, 서울 ; 파주 : 한울아카데미, 2003
- Celik, Zeynep, Diane Favro and Richard Ingersoll, ed. *Street: critical perspectives on public space*, Berkeley : University of California Press, 1994
- Chafe, William Henry. *The Unfinished Journey: America since World War II*, New York : Oxford University Press, 1995
- Chung, Chuihua Judy, et al. ed. *Harvard Design School Guide To Shopping: Harvard Design School project on the city*, Köln : Taschen ; Cambridge, Mass. : Harvard Design School, 2001
- Cohen, Lizabeth. *A Consumers' Republic: the politics of mass consumption in postwar America*, New York : Vintage Books, a division of Random House, 2003
- Coleman, Peter. *Shopping Environments: evolution, planning and design*, Amsterdam : Elsevier/Architectural Press, 2006
- Congress for the New Urbanism. *Charter of the New Urbanism*, 『뉴 어바니즘 현장: 지역, 근린주구·지구·회랑, 블록·가로·건물』, 안건혁, 온영태 역, 서울 :한울아카데미, 2003
- Cotter, Bill. *The 1930-1940 New York World's Fair*, Charleston, S.C. : Arcadia Publishing, 2009
- Cuff, Dana. *The Provisional City: Los Angeles stories of architecture and urbanism*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 2000
- Davis, Howard. *Living over the Store: architecture and local urban life*, Lonodn ; New

- York : Routledge, 2012
- Dehaene, Michael and Lieven De Cauter, ed. *Heterotopia and the City: public space in a postcivil society*, London ; New York : Routledge, 2008
- Dennis, Charles, Andrew J. Newman and David Marsland. *Objects of Desire : consumer behaviour in shopping centre choices*, New York : Palgrave Macmillan, 2005
- Esperdy, Gabrielle M. *Modernizing Main Street: architecture and consumer culture in the New Deal*, Chicago ; London : University of Chicago Press, 2008
- Fishman, Robert. *Bourgeois Utopias: the rise and fall of suburbia*, 『부르주아 유토피아: 교외의 사회사』, 박영환, 구동희 역, 서울 : 한울, 2000
- Gandel, Cathie. *Jon Jerde in Japan: designing the spaces between*, Glendale, CA : Balcony, 2000
- Garreau, Joel. *Edge City: life on the new frontier*, New York : Anchor Books, 1992
- Geist, Johann Friedrich. *Arcades: the History of a Building Type*, Cambridge, Mass. : the MIT Press, 1983
- Glazer, Nathan and Maek Lilla, ed. *The Public Face of Architecture: civic culture and public spaces*, New York : Free Press ; London : Collier Macmillan, 1987
- Graham, Dan. *Rock My Religion: Writings and Projects 1965-1990*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 1994, pp.242~243
- Graham, Stephen and Simon Marvin. *Telecommunications and the city : electronic spaces, urban places*, New York : Routledge, 1996
- Gruen, Victor. *Centers for the Urban Environment: Survival of the Cities*, New York : Reinhold Publishing, 1973
- \_\_\_\_\_. *The Heart of our cities : the urban crisis : diagnosis and cure*, New York : Simon and Schuster, 1964
- \_\_\_\_\_ and Larry Smith. *Shopping Towns USA: the planning of shopping center*, New York : Reinhold Publishing, 1965
- Hamlin, Talbot ed. *Forms and Functions in Twentieth-Century Architecture*, 4 vols, New



- York : Columbia University Press, 1952
- Hannigan, John. *Fantasy City: pleasure and profit in the postmodern metropolis*, London ; New York : Routledge, 1998
- Hardwick, M. Jeffrey. *Mall maker : Victor Gruen, architect of an American dream*, Philadelphia : University of Pennsylvania, 2004
- Harvey, David. *The Condition of Postmodernity : an enquiry into the origins of cultural change*, 『포스트모더니티의 조건』, 구동희, 박영민 역, 서울 : 한울, 1994
- Hayden, Dolores. *Building Suburbia: green fields and urban growth, 1820-2000*, New York : Vintage Books, 2004
- Hertzberger, Herman. *Space and the Architect: lessons in architecture 2*, Rotterdam : 010 Publishers, 2000
- Humphery, Kim. *Shelf Life: Supermarkets and the Changing Cultures of Consumption*, Cambridge, United Kingdom ; New York : Cambridge University Press, 1998
- Ingersoll, Richard. *Sprawlown: looking for the city on its edges*, New York : Princeton Architectural Press, 2006
- Jenks, Mike, Elizabeth Burton and Williams Katie, ed. *The Compact City: a sustainable urban form?*, London ; New York : E & FN Spon, 2002
- Ketchum, Morris. *Shops & Stores*, New York : Reinhold, 1957
- Kilngmann, Anna. *Brandscapes: architecture in the experience economy*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 2007
- Koolhaas, Rem, et al. *S,M,L,XL: Office for Metropolitan Architecture, Rem Koolhaas and Bruce Mau*, New York: Monacelli, 1998
- \_\_\_\_\_ and Office for Metropolitan Architecture. *Content*, Köln : Taschen, 2004
- Land, Myrik and Barbara Land. *A Short History of Las Vegas*, Reno, NV : University of Nevada Press, 2004
- Langdon, Philip. *Orange Roofs, Golden Arches: the Architecture of American Chain Restaurants*, New York : Knopf, 1986

- Liebs, Chester H. *Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture*, Johns Baltimore : Hopkins University Press, 1995
- Longstreth, Richard. *City Center to Regional Mall: architecture, the automobile, and retailing in Los Angeles, 1920-1950*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 1997
- \_\_\_\_\_. *The Drive-In, The Supermarket, and The Transformation of Commercial Space in Los Angeles*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 2000
- Lukas, Scott A. *Theme Park*, London : Reaktion Books, 2008
- Macy, Christine and Sarah, Bonnemaision. *Architecture and Nature: Creating the American landscape*, London ; New York : Routledge, 2003
- Marcus, Thomas A. *Buildings & Powers: freedom and control in the origin of modern building types*, London ; New York : Routledge, 1993
- Marling, Gitte and Martin Zerlang, ed. *Fun City*, Copenhagen : The Danish Architectural Press, 2007
- Marling, Karal Ann. *As Seen on TV : the visual culture of everyday life in the 1950s*, Cambridge, Mass. : Harvard University Press, 1994
- Marx, Leo. *The Machine in the Garden: technology and the pastoral ideal in America*, London ; New York : Oxford University Press, 1964
- Mertins, Detlef ed. *Metropolitan Mutations: the architecture of emerging public spaces*, Little, Boston : Brown and Company, 1989
- Miller, Daniel. *Material Culture and Mass Consumption*, New York : Blackwell, 1987
- Moore, Charles W. *You Have to Pay for the Public Life: selected essays of Charles W. Moore*, ed. by Keim Kevin, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 2001
- Morris, Jan. *City to City*, Toronto : Macfarlane Walter & Ross, 1990
- Mumford, Lewis. *The Urban Prospect*, New York : Harcourt, Brace & World, Inc., 1968
- Nadal, Luc. *Discourse of Urban Public Space: USA 1960-1995 a history critique*, Ph.D. diss.. Columbia University, 2000
- Nicolaides, Becky M. and Andrew Wiese, ed. *The Suburb Reader*, New York : Routledge,

2006

- Norberg-Schulz, Christian. *Existence, Space & Architecture*, 『실존, 공간, 건축』, 김광현 역, 서울 : 태림문화사, 1997
- \_\_\_\_\_. *Architecture: presence, language, place*, Milan : Skira ; London : Thames & Hudson, 2000
- Pastier, John. *Cesar Pelli*, New York : Whitney Library of Design, 1980
- Peli, Cesar. *Cesar Pelli : selected and current works*, Mulgrave, Vic. : Images Pub. Group, 1993
- Pelkonen, Eeva-Liisa. *Kevin Roche: Architecture as Environment*, New Haven : Yale University Press, 2011
- Pimlott, Mark. *Without and Within: Essays on Territory and Interior*, Rotterdam : Episode Publishers, 2007
- Pine, B. Joseph and James H. Gilmore, *The Experience Economy: work is theater & every business a stage*, Boston : Harvard Business School Press, 1999
- Plama, Vittoria Di, Diana Periton and Marina Lathouri, ed. *Intimate Metropolis: urban subjects in the modern city*, New York : Routledge, 2009
- Postrel, Virginia. *The Substance of Style: how the rise of aesthetic value is remaking commerce, culture, and consciousness*, New York : HarperCollins, 2004
- Roche, Kevin and Francesco Dal Co. *Kevin Roche*, New York : Rizzoli, 1985
- Rothman, Hal. *Neon Metropolis : how Las Vegas started the twenty-first century*, New York : Routledge, 2003
- Rowe, Peter G. *Making a Middle Landscape*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 1991
- Rykwert, Joseph. *The Seduction of Place: the city in the twenty-first century*, New York : Pantheon Books, 2000
- Satterthwaite, Ann. *Going shopping : consumer choices and community consequences*, New Haven : Yale University Press, 2001
- Sacks, Jonathan. *The Dignity of Difference: How to Avoid the Clash of*

- Civilizations*, 『차이의 존중: 문명의 충돌을 넘어서』, 임재서 역, 서울 : 말글빛냄, 2007
- Schaffer, Daniel ed. *Two Centuries of American Planning*, Baltimore : The Johns Hopkins University Press, 1988
- Schupp, Stefanie. *Shopping Architektur : die neue welt des kaufens*, Berlin: Verlaghaus Braun, 2005
- Scully, Vincent Joseph. *American Architecture and Urbanism*, New rev. ed. New York : H. Holt , 1988
- Shane, David Grahame. *Recombinant Urbanism: conceptual modeling in architecture, urban design, and city theory*, Chichester, England ; Hoboken, NJ : Wiley, 2007
- Silverstone, Roger. *Visions of Suburbia*, London ; New York : Routledge, 1997
- Smart Growth Network(SGN). *This is Smart Growth*, Washington, D.C. : U.S. Environmental Protection Agency : Smart Growth Network Publication, 2006
- Smiley, David. *Pedestrian Modern: Shopping, Modern Architecture and the American Metropolis, 1935-1955*, Ph.D. diss. Princeton University, 2006
- \_\_\_\_\_ ed. *Sprawl and Public Space: Redressing the Mall*, New York : Princeton Architectural Press, 2002
- Smithson, Alison Margaret. *Team 10 Primer*, 『현대 도시 건축의 언어』, 이경찬 역, 서울 : 태림문화사, 1994
- Sorkin, Michael ed. *Variations on a Theme Park: the new American city and the end of public space*, New York : Hill and Wang, 1992
- Stein, Clarence. *Toward New Towns for America*, Cambridge, Mass. : The MIT Press, 1989
- Stubbins, Hugh. *Hugh Stubbins : Architecture : The design experience*, New York : John Wiley & Sons, 1976
- Sykes, A. Krista ed. *Constructing a New Agenda: architectural theory 1993-2009*, New York : Princeton Architectural Press, 2010
- Tuan, Yi-Fu. *Topophilia: a Study of environmental perception, attitudes, and*

- values*, 『토포필리아: 환경 지각, 태도, 가치의 연구』, 이옥진 역, 서울 : 에코리브르, 2011
- Upton, Dell. *Architecture in the United States*, Oxford ; New York : Oxford University Press, 1998
- Ventury, Robert. *Iconography and Electronics upon a Generic Architecture : a view from the drafting room*, Cambridge, Mass. : MIT Press, 1996
- \_\_\_\_\_ and Denise Scott Brown. *Learning from Las Vegas*. Cambridge, Mass. : The MIT Press, 1972
- \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_. *Architecture as Signs and Systems: for a mannerist time*, 『기호와 시스템으로 읽는 건축: 매너리즘 시대를 위하여』, 유혜경 역, 서울 : 애플트리테일즈, 2009
- Vinegar, Aron and Michael J. Golec, ed. *Relearning from Las Vegas*, Minneapolis : University of Minnesota Press, 2009
- Wall, Alex. *Victor Gruen: From Urban Shop to New City*, Barcelona ; New York : Actar, 2005
- Warner, Sam Bass. *Streetcar Suburbs: The Process of Growth in Boston, 1870~1900*, Cambridge : Harvard University Press, 1980
- Weston, Richard. *100 Ideas That Changed Architecture*, London : Laurence King, 2011
- Whyte, William H. *City: rediscovering the center*, New York : Double Day, 1988
- Wright, Gwendolyn. USA, London : Reaktion Books, 2008
- 芦原 義信, 『東京の美学: 混沌と秩序』, 東京 : 岩波書店, 1994
- 今橋 映子, 『リーディングズ 都市と郊外: 比較文化論への通路』, 東京 : NTT出版, 2004
- 内田 隆三 編著, 『情報社会の文化2: イメージのなかの社会』, 東京 : 東京大学出版会, 1998
- 吉見 俊哉, 『都市のドラマトウルギー—東京・盛り場の社会史』, 東京 : 弘文堂, 1987
- \_\_\_\_\_, 若林 幹夫 編著, 『東京スタディーズ』, 『도쿄 스타디즈: 일본 문화의 중심, 도쿄를 바라보는 38개의 시선』, 오석철 역, 서울 : 커뮤니케이션 북스, 2006
- 隈研 吾, 三浦 展, 『三低主義』, 東京 : NTT出版, 2010

- \_\_\_\_\_, 清野 由美, 『新・都市論TOKYO』, 東京: 集英社, 2008
- 小林 康夫, 船曳 建夫 編著, 『知の現場』, 『知之 현장』, 이근우 역, 서울: 경당, 2000
- 平本 一雄 編著, 『東京プロジェクト―風景を”変えた都市再生12大事業の全貌』, 東京: 日経BP社, 2005
- 丸田 一, 『「場所」論: ウェブのリアリズム, 地域のロマンチズム』, 『장소론: 웹상의 리얼리즘과 지역의 로맨티시즘』, 박화리, 윤상현 역, 서울: 심산, 2011
- 三浦 展, 『ファスト風土化する日本―郊外化とその病理』, 東京: 洋泉社, 2004
- 三井不動産, 東京ミッドタウンマネジメント, 『東京ミッドタウン』, 東京: 新建築社, 2007
- 森 稔, 『ヒルズ挑戦する都市』, 東京: 朝日新聞出版, 2009
- 藤村 龍至, 『アーキテクト2.0: 2011年以後の建築家像』, 東京: 彰国社, 2011
- 松葉一清, 『モール、コンビニ、ソーホー: デジタル化がもたらす都市のポピュリズム』, 東京: NTT出版, 2002
- 町村 敬志, 西沢 晃彦, 『都市の社会学―社会がかたちをあらわすとき』, 東京: 有斐閣, 2000
- 谷岡一郎, 『ラスヴェガス物語: 「マフィアの街」から「究極のリゾート」へ』, 『라스베가스 이야기: 거대한 카지노 제국에 숨겨진 탄생 비화』, 양형은 역, 서울: 한울, 2004,
- 若林 幹夫, 『都市への/からの視線』, 東京: 青弓社, 2003
- \_\_\_\_\_, 『郊外の社会学―現代を生きる形 (ちくま新書)』, 東京: 筑摩書房, 2007
- \_\_\_\_\_, 『メディア・デザイン研究所, 『都市のアレゴリー』, 東京: INAX出版, 1999
- \_\_\_\_\_, 山田 昌弘, 内田 隆三 編著, 『「郊外」と現代社会』, 東京: 青弓社, 2000
- 이주형, 『21세기 도시재생의 패러다임』, 서울: 보성각, 2010

## b. 학술지 및 연속간행물

- \_\_\_\_\_. "A Breakthrough for Two-level Shopping Centers" in *Architectural Forum* 105 (Dec

1956)

\_\_\_\_\_. "A New Suburban Department Store, Gruen and Krummeck architects" in *Art and Architecture* (Jun 1949)

\_\_\_\_\_. "Boomtown, USA" in *The Economist*, Vol. 341, Issue. 7997, (21 Dec 1996)

\_\_\_\_\_. "Community Development" in *Art and Architecture* (Feb 1946)

\_\_\_\_\_. "Drafting and Design Problem: Neighborhood Shopping Centers" in *Architectural Record* 71 (May, 1932)

\_\_\_\_\_. "Green Meadows, a community development" in *Art and Architecture* (Aug 1954)

\_\_\_\_\_. "ICSC Shopping Center Definition: Basic Configuration and Types for the United States" in *International Council of Shopping Center*, 1999

\_\_\_\_\_. "New Thinking on Shopping Centers" in *Architectural Forum* 98 (Mar 1953)

\_\_\_\_\_. "Northland: A new yardstick for shopping center planning" in *Architectural Forum* (Jun 1954)

\_\_\_\_\_. "Planning With You" in *Architectural Forum* (Aug 1943)

\_\_\_\_\_. "Shoppers World" in *Architectural Forum* (Dec 1951)

\_\_\_\_\_. "Shopping Centers of Tommorrow" in *Art and Architecture* (Jan 1954)

\_\_\_\_\_. "The Town of Willow Run" in *Architectural Forum* (Mar 1943)

Bergren, Ann. "Jon Jerde and the Architecture of Pleasure" in *Assemblage*, No.37 (Dec 1998), The MIT Press

Blake, Peter. "Downtown in 3D" in *Architectural Forum* (September 1966)

Blumenthal, Ralph. "It's Lonesome in The Old Town, Until You Go Underground" in *The New York Times* (21 Aug 2007)

Borret, Kristiaan. "On Domains: the public, the private and the collective" in *OASE* 54, NAI Publishers, 2001

Brown, Denise Scott. "Latter-Day Las Vegas" in *Architectural Record* (August 2010)

- Buck-Morss, Susan. "The City as Dreamworld and Catastrophe" in *October*, Vol. 73 (Summer, 1995), The MIT Press
- Chase, John. "The Role of Consumerism in American Architecture" in *Journal of Architectural Education*, Vol. 44, no. 4 (Aug 1991)
- Clausen, Meredith L. "Northgate Regional Shopping Center-Paradigm from the Provinces" in *Journal of the Society of Architectural Historians*, Vol. 43, no. 2 (May 1984)
- Cohen, Elizabeth. "Is There An Urban History Of Consumption?" in *Journal of Urban History*, Vol. 29, no. 2 (Dec 2003)
- \_\_\_\_\_. "From Town Center to Shopping Center: the reconfiguration of community marketplaces in postwar America" in *American Historical Review* (Oct 1996)
- Currey, Mason. "Rediscovered Masterpiece: The Ford Foundation" in *Metropolis* 28, no. 5 (December 2008)
- Davis, Tracy C. "Theatrical Antecedents of the Mall that Ate Downtown" in *The Journal of Popular Culture*, Vol. 24, no. 4 (Spring 1991)
- Didier, Oscar Oliver. "Carefully Reading the Generic City and Junkspace: from an affirmative description of urbanity to an experiential pessimism of our built environment" in *Polimorfo* Vol 1, ArqPoli, 2009
- Eaton, Leonard. "A Historic Pattern: Pedestrian planning in 17th-century Holland" in *Progressive Architecture*, Vol. 40, no. 7
- Feiss, Carl. "Shopping Centers" in *House and Garden* 76 (Dec 1939)
- Fishman, Robert. "Urbanity and Suburbanity: Rethinking the 'Burbs", in *American Quarterly*, Vol. 46, no.1 (Mar 1994)
- Flanagan, Richard M. "The Housing Act of 1954: The sea change in national urban policy" in *Urban Affairs Review*, Vol. 33, no. 2, 1997
- Frey, Albert. "Drafting and Design Problems: Neighborhood Shopping Centers" in *Architectural Record* 71 (May 1932)
- Gillette Jr., Howard. 'The Evolution of the Planned Shopping Center in Suburb and City' in *Journal of the American Planning Association*, Vol. 51, no. 4



- Goldstein, Barbara. "Context Consumerism" in *Architectural Review*, Vol. 184 No. 1099, (Sep 1988)
- Goodman, Robert. "Still Learning from Las Vegas: the new face of urban redevelopment in a scavenger economy" in *Perspecta*, Vol. 29, The MIT Press, 1998
- Gruen, Victor. "What to Look for in Shopping Centers" in *Chain Store Age* (Jul 1948)
- \_\_\_\_\_. "Dyanmic Planning for Retail Areas" in *Harvard Business Review* Vol. 32, no. 6, 1954
- \_\_\_\_\_. "Cityscape and Landscape" in *Arts & Architecture* (Sep 1955)
- Gruenbaum and Krummeck. "Shopping Center" in *Architectural Forum* (May 1943)
- Hajer, Maarten. "The Generic City" in *Theory, Culture & Society*, Vol. 16, no. 4, SAGE, 1999
- Hartveld, Maurice. "Bigness is All in Mind: bigness viewed in terms of public space" in *OASE71*, NAI Publishers, 2006
- \_\_\_\_\_ and Denise Scott Brown. "On Public Interior Space" in *AA Files*, No. 56, The Architectural Association, 2007
- Hill, David R. "Sustainability, Victor Gruen, and the Cellular Metropolis" in *Journal of the American Planning Association*, Vol. 58, no. 3, 1992
- Hooimeijer, Fransje. "Designing the Collective Domain: Floris Alkemade, Edzo Bindels and Ruurd Gietema in conversation" in *OASE71*, NAI Publishers, 2006
- Jaschke, Karin. "Jon Jerde's Consuming Fantasies and Other Urban Interiors" in *Architectural Design*, Vol. 71, no. 3, John Wiley & Sons (Jun 2001)
- Jensen, Robert "Shopping Malls in Suburbs" in *Architectural Records*, Vol. 151, no. 3, 1972
- Jerde, Jon Admas. "Capturing the Leisure Zeitgeist: creating places to be" in *Architectural Design*, Vol. 68, no. 1/2, John Wiley & Sons, 1998
- Klenbanow, Andrew, "The Coming of the Entertainment Superstort" in *Indian Gaming* (June 2006)
- Koolhaas, Rem. "Junkspace" in *A+U Special Issue: OMA@Work* (May 2000)

- Kroloff, Reed. "The Other Las Vegas" in *Architecture*, Vol. 84, no. 4 (Apr 1996), VNU eMedia, Inc.
- Longstreth, Richard "The Diffusion of the Community Shopping Center Concept during the Interwar Decades" in *Journal of the Society of Architectural Historians*, Vol. 56, no. 4
- Mennel, Timothy. 'Victor Gruen and the Construction of Cold War Utopias' in *Journal of Planning History*, 2004, Vol. 3, no. 2
- Mumford, Lewis. "The Fourth Migration" in *The Survey, Graphic* no.54, no.6. (1 May 1925)
- Ndalianis, Angela. "Neo-Baroque Entertainment Spaces and Experiential Design" in *Design as Rhetoric*, Birkhauser Verlag (Feb 2008)
- Norberg-Schulz, Christian. "Kahn, Heidegger and the Language of Architecture" in *Oppositions 18*, The MIT Press (Fall 1979)
- O'Brien, James. "Las Vegas Today - Rome in a Day: corporate development practices and the role of professional designers" in *Journal of Architectural Education*, Vol. 54, no. 2, ACSA, Inc. (Nov 2000 )
- Pearson, Clifford A. "Shopping Centers: Cultural Icons" in *Architectural Record* (Feb 2007)
- \_\_\_\_\_. "Building Types Study 866: Shopping Centers" in *Architectural Record* (Feb 2007)
- Pettersen, Lief. "Take the Skyway" N. d. <<http://www.vita.mn/story.php?id=116353724>> (17 Feb 2011)
- Pollock, Naomi R. "Tokyo Midtwon" in *Architectural Record* (Nov 2007)
- Regional Plan Association, "Parking Facilities Found Inadequate in Communities of the Region" in *Information Bulletin* No.30 (May 18, 1936)
- Robertson, Jacquelin. "Private Space in the Public Realm", in *Design Quarterly*, No.129, 1985
- Shurcliff, Sidney N. "Shoppers' World: the design and construction of a retail shopping

center" in *Landscape Architecture*, American Society of Landscape Architecture,  
(Jul 1952)

Silver, Allison. "Jon Jerde: pioneering architect who put 'experience' into downtowns" in  
*Los Angeles Times* (20 Dec 1998)

Smith, Whitney. "No Cars on Main Street" in *Better Homes and Gardens* 23 (Jan 1945)

Spierings, Bas. "Making Downtown Funshopping Centers: an urban comic" in *Material  
Culture*, Vol. 35, no. 1, 2003

Stein, Clarence and Bauer, Catherine. "Store Buildings and Neighborhood Shopping  
Centers" in *Architectural Record* 75 (Feb 1934)

Theunissen, Karin. "Flows from early Modernism into the Interior Streets of Venturi,  
Rauch and Scott Brown" in *ARQ*, Vol. 14, no. 1, 2010

Warner Jr, Sam Bass. "The Liberal City" in *Design Quarterly*, No. 129, 1985

Wolf, Gary. "Exploring the Unmaterial World" in *Wired*, Wired Digital, Inc., June 2000

\_\_\_\_\_, "特集: 東京ミッドタウン" 『月刊 近代建築』 2007年 6号

\_\_\_\_\_, "特集: 空の下で楽しむ東京ミッドタウン" 『Landscape Design』 2007年 8月, 55号

\_\_\_\_\_, "三井不動産による大規模商業施設の展開" 『月刊 近代建築』 2007年 1号

\_\_\_\_\_, "商業施設の計画と設計" 『月刊 近代建築』 2009年 1号

\_\_\_\_\_, "都市に住むために: 超高層集合住宅による都心再構築" 『月刊 近代建築』 2006年 5号

安藤 忠雄, 森 稔, "対談: 都市と文化" 『月刊 近代建築』 2003年 8号

石川 貴也, "都市再生特別措置法の適用状況"

八束はじめ, "ノン・カテゴリー・シティ多摩" 『10+1』 No.1, INAX出版, 1994

原田敬美, "政治の世界から見た建築の世界: 港区における大規模開発" 『月刊 新建築』 2005年  
2月

森ビル株式会社, "六本木ヒルズ" <<http://www.mori.co.jp/projects/roppongi>> (2012年 1月)

來住 尚彦, 柴田 雄二, 林 年男, 三浦 健, "座談会: 赤坂サカスからの発信" 『月刊 近代建築』

2008年7号

東京都都市整備局, “土地区画整理事業”

<[http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/bosai/tk\\_seiri.htm](http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/bosai/tk_seiri.htm)> (2012年 2月 21日)

東京都都市整備局, “大規模跡地開発土地区画整理事業”

<[http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/bosai/tk\\_seiri\\_02-1.htm](http://www.toshiseibi.metro.tokyo.jp/bosai/tk_seiri_02-1.htm)> (2012年 2月 24日)

塚本由晴, 藤村龍至, “郊外大規模ショッピングセンターの構えにおける建築的特徴”

『2009年度大会 (東北) 学術講演梗概集 建築歴史・意匠 F-2』 (2009年 9月)

都市整備部まちづくり課, “土地区画整理事業の事例について”

『察大学校等跡地整備特別委員会資料』, (2003年 12月5日)

ABSTRACT

**Architectural Suburbanity  
in the Urban Consumption Complexes**

**Hong, Jihak**

Ph.D. Dissertation

Department of Architecture

The Graduate School of Seoul National University

Advised by Prof. Kim, Kwang-Hyun

This study has attempted to investigate a series of phenomena in the contemporary metropolitan built environment through the concept of 'architectural suburbanity'. Initially, by examining the requirements when forming a suburban place, I established the concept of 'architectural suburbanity' by analyzing the experimental design development of suburban shopping centers of the United States in the mid-20th century, which was affected by suburban requirements. Subsequently, I verified the hypothesis that the building types of suburban shopping centers were not limited within suburban areas but transformed continuously into the urban commercial complexes by casting architectural suburbanity in metropolitan areas.

The conclusions are stated below.

Suburban areas under the influence of the mass consumption culture and the development of mobility technology in modern times were essentially different

from traditional cities. Suburban areas reduced a physical built environment to abstracted information, and introduced consumer goods into lifestyles to establish new types of suburban businesses. This acted as the basis for differentiating suburban architecture from traditional urban architecture. Suburban areas were invented in the absence of urban elements, which played an important role in organizing traditional cities. The absent urban elements in suburban areas included the following three factors. First, suburban areas were lacking in highly dense spaces such as plazas or civic spaces which bring diversity to cities. Secondly, as the suburban space organization became more dependent on mobility accompanied by the transportation infrastructure, proximity, the principle of experiencing the space structure, was undermined. Lastly, due to suburban randomness in forming a society, the context of history and culture which should create foundations for the community environment did not exist in suburban areas.

Suburbanization led to the emergence of a new type of public and consumption space called a 'collective consumption space', which the masses desired as their ideal space. Accordingly, suburban shopping centers concretized this conception of a collective consumption space. Architectural suburbanity can be defined as the characteristics of design solutions for reaction to the absence of urban elements as revealed by suburban shopping centers.

Hence, this study proposes the term 'architectural suburbanity' considering the characteristics of suburban shopping centers' design. Above all, as the mall type of suburban shopping center was intended to perform like the densified space in urban cities, it became a focus of suburban society and featured an 'interiorizing system' which kept it distant from the outside world. The mobility related to the flows of logistics and shoppers diminished the role of proximity in experiencing suburban shopping centers. This can be construed as designing the spatial structure of suburban shopping centers according to a 'connective configuration' which relies on suburban networks organized by the transportation infrastructure.

Moreover, the mall type of suburban shopping center became the image of the place required by suburban societies. Thus, suburban shopping centers had the characteristic of a 'simulating place' by representing images desired by the public.

The transition of architectural suburbanity as established by suburban shopping centers into a metropolitan built environment involved the suburbanization of downtown areas in the 70s and Las Vegas-style architecture. These two historical facts acted to urbanize suburban public spaces and reinforce the economic impacts on commercial mixed-use buildings. The language of Las Vegas architecture developed by theme parks and brand-oriented design transformed suburban shopping centers into commercial mixed-use buildings applicable to the metropolitan built environment. This implies a typological identity between the suburban shopping center and the urban commercial complex.

Therefore, the urban commercial complexes expressed architectural suburbanity in contemporary cities using suburban idioms such as an 'interiorizing system', 'connective configuration', and a 'simulating place'. The interiorizing system treated surroundings as 'the other' by creating an interior city with commercial architecture. When it came to the experience of the urban space, the urban commercial complexes, depending on infrastructure and information, emphasized a connective configuration rather than physical proximity. In addition, for the purpose of place-making and the experience of consumption, the urban commercial complexes simulated popular images and themes.

As such, the concept of architectural suburbanity has the ability to explain universal metropolitan characteristics. This ability is clarified with opposed goals in urban and suburban contexts. Originating from the seeking of a solution to the aforementioned absence, architectural suburbanity in suburban shopping centers fundamentally simulated the downtown environment in the mall to imitate urban density and secure a pleasant air in a consumption space. Thus, the attitude was to create a selective representation of a city as a means of constructing an ideal

one. For these reasons, this study defines architectural suburbanity as appearing in suburban shopping centers as 'suburban-urbanity'.

'Suburban-urbanity' aims to identify with existing cities, whereas architectural suburbanity in urban commercial complexes is utilized for building an interior city, an analogous city which maintains a secure and homogeneous place, separate from the outside world. Like this, 'urban-suburbanity' in urban commercial complexes conformed to the differentiating logic of an exclusive interior city. Whereas suburban shopping centers recreate a downtown environment as an ideal city, urban commercial complexes treat suburban areas as the model of an ex-urban city, where urbanity is ideally integrated. Thus, 'suburban-urbanity' and 'urban-suburbanity' have a rotating relationship with reciprocal references between a suburb and a city. The process of the reciprocal references which repeat idealization and refining stages finally serves to generate an urban model in a mass-consumption society.

It can be summarized that the issue of architectural suburbanity is related to the conceptual framework construction of suburbs and cities so as to produce contemporary urban architecture. As its underlying reason, this study deals with architectural suburbanity because this theme is deeply related to various contemporary issues such as history, interiority, and the public realm.

---

Keyword: Suburban, Architectural Suburbanity, Urban Commercial Complex  
Suburban Shopping Center, Consumption Space, Simulated City  
Student Number: 2007-30165