

# 제2주제 – 다품종 소량생산 시대 세계화 지방화 시대, 공간가치 창출

2016년 10월 6일

주제발표 | 최막중 (서울대학교 교수)

초청토론 | 조경진 (서울대학교 교수)

진행 | 전상인 (서울대학교 교수)

## 발제요지

**‘공간’이 가치를 가질 수 있는가?** 고도 성장기에 계획가는 많은 공간을 만들었지만, 앞으로는 기존 공간에 가치를 더하기 위한 고민이 필요한 시대가 될 것이다. 사람마다 가치관과 삶의 방식이 다르고 공간에 대한 가치가 다르다. 예를 들어 식당에서 식사할 자리를 결정할 때 우리는 자리의 가치를 고민하곤 한다. 강의실에서 앉는 자리를 결정할 때도 개인의 공간에 대한 가치가 판단 기준이 된다. 우리가 어느 자리에 앉을지 고민하는 이유는 근본적으로 공간이 똑같지 않기 때문이다. 모든 공간이 똑같지 않다는 점은 공간이 새로운 가치가 만들어질 수 있는 가능성을 지닌다. 유비쿼터스(ubiquitous) 공간을 논의하는 시대이지만 공간은 유비쿼터스하지 않다.

**고정관념의 칸막이를 허물고 융복합하라!** 근대는 포디즘(Fordism)이 주도하면서 보다 빨리, 보다 많이 만드는 생산성 향상이 곧 가치였다. 표준화에 의한 대량생산 체계인 포디즘의 폐단은 우리나라 아파트 경관에서도 목

격된다. 이제는 각 분야를 융복합하면서 새로운 가치를 창출해야 한다. 바우하우스 운동은 여러 예술 장르를 포괄한 건축을 지향했다. 스티브 잡스(Steve Jobs)는 “새로운 기술은 없다. 다만 기존의 기술을 새롭게 조합할 뿐이다.”고 했다. 새로운 조합을 통해 새로운 가치가 창출될 수 있다는 것이다. 주택을 살 때, 건물 특성 뿐 아니라 출퇴근 시간, 장보는 곳, 자녀의 학군, 교통 등 다양한 요인을 고려해서 결정한다. 공간은 다양한 속성을 갖고 있기 때문에 새로운 조합 가능성이 많다. 여기서 1+1=2와 같은 물리적 결합보다 물(H<sub>2</sub>O)와 같은 화학적 결합이 더 중요해진다. 즉, 하나의 공간이 또 다른 기능을 가짐으로써 공간의 가치를 더 크게 만들 수 있다. 그러한 예로 야구장과 캠핑장을 결합하거나 음식점보다 예식장의 매출액 규모가 큰 것을 들 수 있다.

예전에 여기는 노동력을 재생산을 위한 휴식을 의미했다면 이제는 자기계발을 위해 투자하는 개념으로 바뀌었다. 그래서 어른들의 놀이터가 필요하다. 계획가가 쇼핑과 물을 결합한 쇼핑센터를 계획함으로써 물건을 구매할 수 있을 뿐 아니라 놀 수 있는 장소가 되었다. 이제 물

(mall)은 라이프스타일 플레이스토어(lifestyle playstore) 개념으로 변화할 것이다. 지금까지 상업시설에서 제품의 기능에 따라 분류했지만 이제는 라이프스타일에 따라 분류될 것이다. 일례로 ‘건강’을 주제로 쇼핑도 하고 즐길 수 있는 숲이 등장할 것이다. 돈 없이 여가를 즐길 수 있는 공원과 도서관의 복합 공간이 나타날 것이다. 그리고 일터와 놀이터가 합쳐질 것이다. ‘카공족(카페에서 공부하는 사람)’의 등장은 이제 더 이상 공부로 도서관에서만 하지 않는다는 것을 보여준다. 노는 곳과 공부하는 곳의 경계가 모호해진 것이다. 토론토 로저스센터(아메리칸 리그 동부 지구 제이 블루스(Blue Jays)의 홈구장)는 체육시설과 숙박시설을 복합개발한 성공적인 사례다. 외야석이 비어있는 경우가 많았는데 그 공간을 호텔과 레스토랑으로 리모델링해서 공간의 새로운 가치를 창출했다. 마드리드 아토차역은 역사(驛舍)와 식물원을 복합 개발한 사례다. 일반적으로 열차 출발시각보다 미리 가서 기다리는 경우가 많은데 그 시간 동안 식물원을 구경하면서 쉴 수 있다. 역의 입장에서는 휴식 공간을 제공해서 역 서비스 질을 높일 수 있고 방문객 입장에서는 열차 탑승이라는 목적 외에도 자연을 접할 수 있어 역과 방문객 모두 윈윈(win-win)할 수 있다.

**유일무이(Unique)하게 만들어라!** 두바이의 유니크함은 세계 최고, 세계 최대를 표방한다. 경쟁이 치열한 레드 오션에서 세계 최초, 세계 최대라는 타이틀은 쉽게 도전 받을 수 있다. 2000년대 초에 버즈아랍은 두바이의 세계 최고, 최고급(7성급) 건물로 유명했다. 하지만 버즈아랍을 유니크하게 만드는 것은 아라비안 상인의 정신을 상징하는 돛단배를 형상화한 디자인 모티브이다. 서울을 서울답게 만들기 위해서는 자연환경, 역사문화 환경에 초점을 맞출 필요가 있다. 자연이나 역사문화는 지역마다 결코 똑같을 수 없기 때문이다.

세계화가 보편화되면서 지방화가 더욱 강조되는 것은 세계화에 따라 보편적으로 즐길 수 있는 것과 지역 차원에서 유니크함의 결합이 중요하기 때문이다. 수많은 배낭여행객들이 태국 치앙마이를 가는 이유는 한 집 건너 불교사원이고 한 집 건너 카페가 있어서다. 불교사원

이라는 지역성(locality)과 커피라는 보편성(universality)의 공존이 배낭여행객들을 매료시켰다. 다음은 영국의 뉴캐슬 발틱 미술관 사례로 스칸디나비아 반도에 있는 밀가루 제분 공장을 예술을 생산하는 공장으로 바뀌었다. 외관은 옛날 밀가루 공장(locality)이지만 그 안에 유니버설(universal)한 최첨단 예술이 있다. 발틱 미술관은 작품의 생산과정을 보여주는 것이 특징이다. 이와 유사한 국내 사례로 한옥을 활용한 와인하우스가 있다. 외형은 한옥이지만 내부는 현대 생활에 적합한 공간으로 되어 있다. 또 다른 예는 유럽에서 최초로 전차를 부활시킨 도시로 유명해진 프랑스 스트라스부르다. 오랜 역사 도시 한복판에 우주선 모양의 건물이 있다. 원래 있던 역사 건물을 양파 껍질 모양의 철골 구조로 덮어씌워서 외부공간을 내부화했다. 내부는 기차, 버스, 자전거 등 교통 통합센터로 활용하고 있다. 뮌헨에 있는 Coop's Shot Tower는 납덩어리 총알을 만들던 공장을 중앙에 남겨놓고 그 외부를 철골구조로 내부화해서 영화관, 푸드코트, 쇼핑센터 등 각종 문화 공간을 조성하였다. 다음은 갈라바트라(Santiago Calatrava Valls)가 설계한 ‘말피 토르소’이다. 이것은 현대조선소에 매각된 옛 말피 조선소의 크레인을 상징하는 형상으로 ‘말피의 눈물’이라는 별명도 갖고 있다.

**세 번째, 사람을 생각하라!** 이제 아이폰(iphone)처럼 기존 기술을 새롭게 조합하는 방식의 융복합 기술이 더 중요해질 것이다. 융복합의 기준은 사람의 감성에 맞춰져야 한다. 이는 공간을 장소로 만드는 것이다. ‘공간’은 3차원적인 객체이지만 공간이 인지체계를 통해 어떤 이미지로 각인되면 ‘장소’가 된다. 만약 어떤 외국인이 밤에 동대문을 보았다면 동대문에 대한 다이내믹한 이미지가 남을 것이다. 미국 한 슬립지역에서 재개발을 위해 쇼핑몰을 지었을 때 슬립지역이라는 이미지 때문에 손님이 없었다. 디벨로퍼는 1년 동안 지역 명사들의 각종 모임과 이벤트를 유치하는 데 주력했고 마침내 사람들이 찾아오기 시작했다. 디벨로퍼의 전략은 지역의 이미지가 변화였다. 이탈리아 베로나에 가면 로미오와 줄리엣의 비밀스러운 사랑의 장소가 있는데, 이것은 허구다. 이

스토리텔링은 베로나 시청 공무원의 발상에서 시작되었다. 하지만 세계에서 온 관광객들은 그 장소에서 로미오와 줄리엣을 상상한다. 결국 실제보다 그 장소에서의 감성이 더 중요하다.

**보이지 않는 것에서 가치가 창출된다:** 중국-러시아-북한, 태국-미얀마-라오스, 브라질-아르헨티나-파라과이에 골든 트라이앵글(Golden Triangle)이 있다. 세 나라의 국경이 만나는 지역인 골든 트라이앵글에 이미 많은 사람들이 다녀왔거나 가봐야 할 곳이라고 한다. 우리는 보이는 것을 만들지만, 보이지 않는 것에서 가치가 창출된다. 중국의 ‘샹그릴라’ 지명은 소설 ‘잃어버린 지평선’ (1933)에 등장하는 이상향을 의미하는 가상의 낙원에서 유래되었다. 소설에 등장하는 샹그릴라의 실제 위치가 인도의 북쪽인지, 중국의 운남성인지 의견이 분분했다. 하지만 중국이 소설 속에 등장한 지역과 운남성이 흡사한 것을 발견하고 지역명을 샹그릴라로 변경하고 개발을 시작했다. 이후 중국 샹그릴라를 보기 위해 많은 관광객이 몰려들었고 이들을 위한 대규모 호텔을 건설했다. 하지만 개발된 샹그릴라의 모습에 많은 사람들이 실망했다. 태국 콰이강의 다리에 대해 론리플래닛이 ‘an ordinary bridge with an extraordinary history’라고 소개한 것처럼 콰이강 다리에 얽힌 역사는 평범한 다리에 가치를 창출했다. 이후 태국 당국이 다리 옆에 공원을 조성하고 사진 찍기 좋게 정비를 했지만, 오히려 콰이강 다리의 역사적 분위기를 감소시키는 결과를 초래했다. ‘an ordinary bridge with an ordinary park’라는 말이 시사하는 바와 같이 보이지 않는 것이 가치를 만들었지만 결국 보이는 것으로 인해 그 가치가 소멸되기도 한다.

‘Work high, Play high’는 열심히 일하고 잘 노는 것이다. 일터와 놀이터의 경계가 모호해지고 있다. 코워킹 스페이스(co-working space)뿐 아니라, 코플레이잉 스페이스(co-playing space), 즉 함께 일하면서 함께 놀 수 있는 공간을 만드는 것이 중요한 문제로 대두되고 있다. 판교 창조경제밸리는 원래 그린벨트 내 협소한 지역이었고 교통편의성도 좋은 편이 아니었다. 하지만 퇴근 후 사람들이 함께 어울릴 수 있는 취미 동아리를 위한 공간을 제공한

것은 판교 창조경제밸리의 성공 요인이 되었다. “커피 한 잔 하실래요?”라는 말은 단순히 커피를 마시자는 의미보다 이야기를 나누고 싶거나 천천히 쉬어가며 하자는 의미가 내포된 경우가 많다. 커피라는 실체가 중요한 것이 아니라 그 안에 담긴 의미가 중요한 것이다. “커피를 마신다.”와 “아침 햇살을 맞으며 커피를 마신다.”에서 두가지 커피는 다른 상품이다. “아침 햇살을 맞으며”에서 보다 풍부한 의미를 전달한다. “아침 햇살에 빛나는 회룡포를 바라보며 커피를 마신다.” 역시 다르다. 그래서 굽이 흐르는 회룡포를 개발하는 것이 아니라, 회룡포를 내려다볼 수 있는 강 건너산 정상에 부가가치를 창출할 수 있는 개발이 더 바람직하다. 하지만 회룡포를 방문했을 때, 회룡포 마을에 한반도 지도 모양의 연못을 조성하는 작업을 하고 있는 것을 보고 유감이었다. 회룡포처럼 가치 있는 곳은 우리 세대가 선불리 개발하지 말고 일단 기다리는 자세가 필요하다.

런던의 캠든 타운(Camden Town)은 지나가는 사람들을 구경하는 것만으로도 시간 가는 줄 모를 정도로 재미 있는 곳이다. 공간이라는 그릇을 만드는 것도 중요하지만 그것을 어떻게 채울 것인가도 중요하다. 과연 서울을 서울답게 만드는 것은 무엇일까? 남산과 같은 자연환경도 있고 고성(古城)과 같은 역사문화 환경도 있다. 하지만, 수많은 세계인들이 기억하는 서울은 바로 붉은 악마일 것이다. 붉은 악마는 서울의 다이내믹함 그 자체다.

## 초청토론

**조경진 교수:** 지난 40여 년 동안 환경대학원 졸업생들이 공간이라는 하드웨어를 만드는 데 주력했다. 그 과정에서 토목 조경분야가 비판을 받기도 했다. 앞으로는 공간을 만드는 것 뿐 아니라 공간에 가치를 더하는 콘텐츠를 만드는 것도 중요해질 것이다. 그에 따라 경영, 소셜 디자인, 전략, 콘텐츠 등 다각적이고 포괄적인 지식이 필요할 것으로 예상된다. 서울에 근린공원이 1,000여 개가 있다. 공원이 보육시설, 도서관 등의 교육시설과 결합했을 때, 지역의 독특한 장소성을 만들고, 지역주민들이 모일 수 있고 애정을 갖고 관리를 할 수 있는 계기가 될 것이

다. 예전에 남산식물원이 없어진 이후로 서울 시내에 식물원이 없다. 현재 마곡지구에 17만평 규모로 서울식물원을 조성하고 있다. LG아트센터가 서울식물원으로 이전한다면 공원과 문화가 결합되어 시너지 효과를 기대할 수 있을 것이다.

공간 자체도 중요하지만 가치도 중요하다. 시간이 누적된 가치인 역사적 가치를 비롯해서 개인적 가치, 사회적 가치 등 가치의 차원이 조금씩 다르다. 공간에 부여할 수 있는 가치의 유형과 성격이 무엇인지 고민해볼 필요가 있다. 그리고 진정성 있는 장소에 새로운 공공 프로젝트가 추진되면서 원래 장소의 속성을 왜해시키는 문제가 발생하는데 그 이유가 무엇인지 함께 고민해보아야 한다.

**최막중 교수** : 다양한 가치가 공존하고, 서로 다른 가치에 대해 존중하는 사회적 분위기가 필요하다. 오랜 역사 문화재나 장소를 변화시킬 때 확신이 없으면 일단 그대로 두는 지혜가 필요하다. 후대에 누군가가 자신이 생겼을 때 개선할 수 있는 선택 가치(option value)를 존중하는 것이 바람직하다. 하지만 현실적으로 행정상 회계 연도 내 사업예산을 집행해야 하는 여건으로 인해 서두르는 경우가 많은데 시간을 갖고 보다 신중하게 접근해야 한다.

## 종합토론

**지역성 제고 방안** : **최진욱 해안건축 소장(33기)**은 대부분의 지방이 서울을 목표로 하면서 지역 여건에 맞지 않는 과도한 개발과 지역 간 차별성 부재라는 문제점을 제기했다. 지역의 개발사업 추진과정에서 경제적 관점에 의해 가치 판단을 하는 경우가 많으며 인문사회학적 성찰이 없는 개발사업은 지역 갈등을 유발할 수 있으므로 사회적 합의가 전제되어야 한다는 의견을 밝혔다. **최막중 교수**는 지역 간 복제 현상과 대기업에 의한 지역성의 상업화에 따른 지역성의 위기를 지적하면서 그 지역만의 이야기를 만들어가는 것이 중요하다고 강조했다. 결국 개인의 자유와 가치를 추구하는 것이 인류사의 호

름이었고, 먼저 지역성(locality)을 발굴하는 사람이 새로운 가치를 제시할 수 있을 것이라는 견해를 밝혔다. **전상인 교수**는 지역 간 복제를 통해 도시가 공산품이 되고 있다고 지적하면서 각 도시가 공산품이 아닌 공예품이 되어야 한다는 견해를 밝혔다.

**공간의 가치 창출** : **김상연 김종합건축사사무소 대표(33기)**는 공동체가 실현하고자 하는 가치와 비전을 표현함과 동시에 공간의 가치를 높일 수 있는 방법으로 가족이 함께 집의 이름을 짓거나 아파트 브랜드명을 고안하는 것을 소개했다. **박상권 교통안전공단 연구위원(33기)**은 가상공간(virtual space)와 증강현실(augmented reality) 차원에서 공간의 가치창출 이슈와 공간 가치 제고 방안으로서 조명을 활용한 도시공간 연출에 대한 의견을 밝혔다. **최막중 교수**는 필리핀과 프랑스 리옹의 조명 페스티벌 사례를 들면서 조명에 의해 연출된 도시의 모습이 도시의 진정한 모습인가 하는 의문을 제기했다.

**융복합을 위한 고민** : **김학진 서울시청 도시계획국 국장(33기)**은 새로운 가치 창출을 위해 융합적인 사고와 방식이 필요하지만 기능적인 공직 시스템에서 칸막이를 없애는 것이 어려운 문제라는 견해를 밝혔다. **전상인 교수**는 대학에 존재하는 칸막이 문제를 제기하면서 문제 해결의 어려움에 동의했다. 인간의 본성에 비추어 보면 때로는 함께하는 일도 필요하고 때로는 혼자 하는 일도 필요하며, 혼자서 하는 일에는 칸막이가 필요하다는 의견을 밝혔다. 단순히 칸막이를 극복할 대상으로 인식하기 보다는 “개폐(開閉)적 삶”이 가능한 공간과 구조로 만드는 것이 중요하다고 강조했다.