

엔터테인먼트 요소 구분을 통한 상업시설 공간계획에 관한 연구

A Study on the Plan of Entertainment Commercial Center by Analyzing the Entertainment Factors

최은희* / Choi, Eun-Hee

Abstract

Commerce has been taking a part of important on composing structure and system, having been started with simple role on exchange goods. In this point, We can say that commerce is the condensation of life based on understanding human cultures. Commercial center has been changing on a form as well as a function all through the history, following the changes of society. The attentional point is that there are always entertainment factors and have the relationship with space of the building in constant

The purpose of consume is not only just for a product but also enjoy consuming time and space. Most people have concentration spending their free time city where they live. This study identify the entertainment factors for a commerce an entertainment center

키워드 : 상업시설, 엔터테인먼트 구성 요소, 쇼핑

Keywords : Commercial Center, Entertainment Factor, Shopping

1. 서론

1.1. 연구의 목적 및 의의

상업공간은 기원전 과거 잉여 물물교환으로 상업행위가 이루어지면서부터 시작된 원시적 형태의 시장에서 보다 나은 판매환경을 위해 시대적으로 변화하면서 그 역할에 맞는 새로운 개념의 공간으로 발달하여 왔다.

현대 고도로 성숙된 소비사회의 소비자들은 상품을 선택함에 있어서 매우 신중해진 동시에 단순히 물건을 구입하려는 목적 외에 어떤 즐거움을 추구하려는 경향을 보이고 있다. 이는 소득의 상승, 삶의 질적 향상, 외국문화의 도입 등 복합적 요인들로 인해 소비자의 개성이 다양화 되면서 상품을 선택하는데 있어 새로운 소비형태가 나타난 것으로 보여 진다.

현대사회에서 소비형태란 단조로운 일상 생활으로 부터의 탈피를 위한 또 다른 형태의 오락으로 간주할 수 있으며, 이는 상업시설이 빠르게 변화하는 현대인의 복잡 다양한 사회 활동에 부응하는 새로운 요소로 작용하고 있음을 의미한다. 상업시설의 가장 큰 변화는 상업 뿐 아니라 몇 개의 다른 기능들이 복합되어 나타난다는 것과 대중의 오락, 놀이를 지향하는 엔터테인먼트 성격이 부각된다는 것이다. 엔터테인먼트화는 고대로부터 현대에 이르기까지 공통적인 현상으로, 불특정 다수에 의해 형성되는 유의 행위가 건축과의 접목을 통해 보다 활성화된

장소를 구축할 수 있게 된 것이다.

이러한 측면에서 본 연구는 엔터테인먼트 상업시설의 건축 계획 특성을 엔터테인먼트 구성요소를 통해 살펴보고자 한다. 상업시설의 지속적인 엔터테인먼트화를 고려하였을 때 그에 맞는 건축해석과 정의가 요구되어지며, 이는 곧 상업시설의 공간적 성격을 엔터테인먼트의 관점으로 재해석해야 할 필요성으로 이어진다. 앞으로 지속 발전하게 될 상업건축을 가장 개념적이고 실질적인 특정요소를 통해 재고해 봄으로서 건축계획특성을 명확히 이해할 수 있고, 나아가 상업건축의 계획에 반드시 전제되어야 할 사항을 제시하고자 하는 것이다.

1.2. 연구의 범위 및 방법

(1) 연구의 범위

본 연구는 엔터테인먼트와 건축의 관점에서 논의를 전개하면 4단계로 구성되어진다. 첫째, 엔터테인먼트 상업시설에 대한 이론적 고찰로서 엔터테인먼트의 개념과 엔터테인먼트화 원인 및 필요성에 대해 살펴보았다. 둘째, 본 연구에 분석틀로 사용되어질 엔터테인먼트 요소를 특성별로 구분하였다. 셋째, 본 연구의 대상은 엔터테인먼트 상업시설을 엔터테인먼트 요소 구분에 따라 가로형(Street Type), 탑상형(Tower Type), 다발형(Bundle Type)¹⁾로 구분하였다. 넷째로, 이러한 내용을 바탕으로

* 정희원, 홍익대학교 건축학과 석사과정

1)유형에 대한 개념은 학자에 따라서 모든 학문분야에 따라서 다르게 정

로 엔터테인먼트 상업시설사례 분석을 통해 엔터테인먼트요소와 공간구성과의 관계를 살펴보았다.

(2) 연구의 방법

본 연구의 방법은 문헌조사와 사례분석을 통해 진행하였다. 특히 사례분석은 인터넷 통해 외국 웹에서 관련도면과 사진등을 조사하여 자료 분석을 실시하게 되었다.

2. 엔터테인먼트에 대한 이론적 고찰

(1) 엔터테인먼트의 개념

<ENTER>와 <TAIN>의 합성어인 <ENTERTAIN>은 본래 <가지다, 잡다, 쥐다 : HOLD>를 뜻하는 <TAIN>을 어근으로 하고, <가운데, 사이에, 함께 : TOGETHER>를 의미하는 ENER가 합쳐져서 ENTERTAIN 즉, <HOLD TOGETHER : 함께 붙들어 모아주다>라는 어원적 의미를 갖는 동사이다. 엔터테인먼트는 바로 이 <ENTERTAIN>의 명사형으로 사람들을 한곳에 모아 놓고 벌이는 일체의 행위로 정의할 수 있다.²⁾

또한 엔터테인먼트<ENTERTAIN>의 사전상 의미는, '즐겁게 해주는 행위', '공연', '쇼', '기분전환' 또는 '손님을 위한 여흥' 등으로 정의하고 있는데, 이 모든 정의들이 자신을 위한 자체 행위로서의 놀이를 의미하는 것이 아니라, 특정대상을 염두에 두고 집단적으로 이루어지는 놀이와 관련된 서비스를 제공하는 의미로 해석할 수 있다. 이는 엔터테인먼트가 재미의 요소를 추구하면서도 놀이와 차별적 속성을 가지고 있음을 의미하는 것으로, 서비스 기초로 하여, 산업적인 요소로 발전하기 용이한 형태의 활동으로 판단할 수 있는 것이다.

(2) 상업시설의 엔터테인먼트화 원인 및 필요성

① 상업시설의 엔터테인먼트화 원인

소비의 대상이 직접적인 물질에서 보다 추상적 시간과 공간 개념으로 전이되면서 사람들은 정신적 소비활동에 관심을 기울이게 되었다. 인간의 개성과 감성적 측면보다 기계의 기능이 중시된 공업화 시대에도, 휴식시간의 오락을 통해 쌓인 스트레스를 풀고 정신적 에너지를 재충전 하는 등 오히려 엔터테인먼트 욕구가 더 부각되었다. 이는 놀이공원에서 가족 단위의 여가선용이나, 영화, 스포츠 관람등, 보다 확대된 오락문화로 발전한다.

백화점이 처음 등장하였을 때 신개념 전시·판매 시스템은 당시 사람들로 하여금 놀라움의 대상이 되었지만, 더 본질적

차별성은 이전까지 외부공간에만 존재하던 오락 기능이 건물 내부로 유입되면서 상업시설에 '시간'과 '공간'의 소비 개념을 부여하였다는 것이다. 또한 상업시설은 사회의 공공공간으로서 다양한 오락적 요소들이 산업화되어 나타나게 된 것이다.

상업시설이 크게 발달한 대표적 자본주의 사회인 미국의 경우, 도심 상업시설의 엔터테인먼트화 원인에 대한 ULI(Urban Land Institute)의 해석은 6가지로 종합되어진다. 즉, 판매경쟁의 심화, 라이프스타일 판매의 증가, 외식수요의 상승, 엔터테인먼트 산업의 편재, 엔터테인먼트산업 관련 자본의 확대, 도심 활성화에 대한 재인식이며 산업이 발달한 자본주의 경제사회의 공통적 특성이라 할 수 있다.

② 상업시설의 엔터테인먼트화의 필요성

도심상업시설의 엔터테인먼트화에 대한 필요성은 개발자의 입장과 소비자의 입장이라는 2가지 측면에서 해석되어질 수 있다. 개발, 운영 업체들은 소비자를 끌어들이고 장시간 쇼핑행위를 유지할 수 있도록 해당시설로 유인하고자 하는 것이다. 게임센터, 멀티플렉스 영화관, 아이스링크등의 시설을 복합 개발하여 운영하고 있으며 최근 국내 대형 쇼핑센터나 백화점에서도 도시민의 집객력을 강화하기 위한 목적으로 멀티플렉스 영화관등 엔터테인먼트 시설등을 복합적으로 계획하는 것도 이러한 이유이다. 이용객의 입장은 단순히 상품을 구매하는 단일 목적만으로 쇼핑시설을 이용하려는 것이 아니라 다양한 볼거리와 체험을 요구하게 되는 것이다. 소규모 상업시설의 경우에 있어서도 이러한 엔터테인먼트적 특성이 전체 상업공간을 결정하는 주요소로 활용되어졌다. 인사동의 '쌈지길'은 전통문화상품의 전시·판매를 위한 시설로서 사람들의 휴식처가 될 수 있는 엔터테인먼트공간임과 동시에 판매공간이라 할 수 있다.



<그림 1> 인사동 '쌈지길' 내부 전시, 판매 공간

이처럼 도시인의 일상에서 쉽게 찾을 수 있는 가장 보편적 장소인 상업시설의 엔터테인먼트화는 대중문화의 일부로 자리하게 되었다.

3. 상업시설의 엔터테인먼트 요소

ULI(Urban Land Institute, 2001)는 엔터테인먼트 요소를, 배경

의 되고 있지만, 공통적 사항은, 구체적인 형태를 가르치는 것이 아닌 '형태를 만들어내는 구성적 범칙이나 개념'으로 해석하고 있다. - 강정구, 우리나라 도심 엔터테인먼트 상업시설의 건축계획에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문, 2006

2)박장순, 학문으로서의 엔터테인먼트, 그 개념적 접근과 시대구분, 한국 엔터테인먼트학회, 2002

엔터테인먼트, 충동엔터테인먼트, 목적엔터테인먼트로 구분하였다. 배경엔터테인먼트의 요소는 방문자의 직접행위에 의한 체험적 요소라기 보다, 이미 주어진 장소의 분위기를 결정하는 주어진 배경으로서 상업시설의 물리적 건축요소와 관계된다. 이는 고객들을 끌어들이기 위한 인터랙티브(intracative)의 역할을 수행하며, 간접적이나 강력한 체험발생의 요인으로 작용한다. 그러한 예로는 건축물, 사인(Sign)과 조명, 조형물(분수, 키오스크), 그리고 거리에서 행하는 퍼포먼스, 각종 이벤트등을 들 수 있다. 충동엔터테인먼트는 방문자의 충동 심리를 자극하여 직접 경험을 유발케하는 요소로서 상업적 효율에 있어서 의도하지 않은 즉흥적 구매를 조장하는 요소들로 구성되어지며, 이는 또한 비참여자들에게는 그곳의 분위기를 조정하는 배경엔터테인먼트로 작용하며 회전목마, 유람선과 같은 유희적 놀이기구, 암벽등반, 초상화코너, 비디오게임등이 있다.

<표 1> 상업엔터테인먼트의 요소구분

엔터테인먼트 요소			특성	종류
하드웨어적 요소	배경	고정공간	물리적건축요소와 관계 상업시설의 분위기 및 이미지를 결정하는 요소	건축물의 외관(형태, 컬러, 재료), 조형물, 조명, 수목, 매대, 거리, 통로
	시설		프로그램화된 내·외부 기능 고정된 공간에 위치 상업시설의 실효적 기능	영화관, 수족관, 게임센터, 극장, 레포츠시설, 테마파크, 카지노, 문화 및 교육시설
소프트웨어적 요소	이벤트	비고정공간	접객을 위한 단거석, 즉흥적 행사, 시설의 분위기를 고조하고, 충동구매를 조장	패션쇼, 테마축제, 신상품 홍보 바겐세일
	충동		방문자의 충동심리 자극, 직접경험유발, 즉흥적 구매조장 요소	연예인코너, 게임대회

4. 엔터테인먼트 상업시설

(1) 엔터테인먼트 요소에 의한 상업시설 분류

오늘날 도심에서 나타나는 엔터테인먼트 상업시설에 있어 엔터테인먼트요소의 공간위치에 따라 일반적으로 가로형(Street Type), 탑상형(Tower type), 번들형(Bundle Type)으로 구분하였다.

① 가로형 (Street Type)

가로형은 일반적으로 저층으로 구성되며, 연속된 보행로 주변으로 점포들이 배치된다. 이용자들은 주어진 공간에서 서서히 움직이며 상품뿐 아니라 계획된 장면 및 엔터테인먼트를 경험할 수 있다.

② 탑상형(Tower type)

탑상형은 지가가 높은 도심가운데 설치되어 대부분의 상업시설 유형이라 할 수 있다. 이는 내부공간에서 가로형 상업시설처럼 연속적 보행통로가 용이하지 아니하므로, 최소한의 공간이 소요되는 엘리베이터나 에스컬레이터와 같은 기계장치를 사용하므로 이동에 따른 공간의 장면변화보다 상품의 배치와 장식에 의존하는 경향이 있다.

③ 번들형(Bundle Type)

동별로 복합화된 형태로 서로 연관성 있는 인프라, 시설, 기능, 기술, 소프트웨어를 효과적으로 결합하고 이들간에 서로 유기적인 상승효과를 내도록 하여 경쟁력과 효율을 극대화 할 수 있다.

<표 2> 엔터테인먼트요소에 의한 분류

명칭	평면위치	단면위치
가로형		
탑상형		
다발형		

A:배경 B:시설 C:이벤트 D:충동

(2) 엔터테인먼트 상업시설 사례분석

① 사례선정

본 연구는 엔터테인먼트 상업시설로서 활용도가 높고 사례들에게 잘 알려진 국·내외 사례를 선정하였다. 가로형으로는 일본의 오모메산도와 찜지길을 선정하였고, 탑상형은 테크노마트와 선정하였으며, 다발형은 용산역사를 선정하였다.


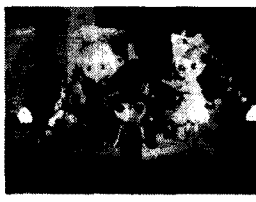






<표 3> 선정사례 및 이유

명칭	개요	이유	
가로형	일본 '오모메산도'	· 일본동경 오모메산도 · 대지면적 : · 연면적: · 지하 2/ 지상 4	건물내부와 시도의 관입으로 상호 적극적인 연계, 저층보행중심의 가로형 쇼핑몰로서 기존의 고층 도심상업시설과 차별화
	인사동 '찜지길'	· 서울종로구관훈동 · 대지면적 : 1,503㎡ · 연면적: 4,065㎡ · 지하 2/ 지상 4	
탑상형	테크노마트	· 서울시광진구 구의동 · 대지면적 : 7,641평 · 연면적: 78,568평 · 지하 6/ 지상 39	협소한 내부 공용공간에서 엔터테인먼트요소의 활용방법에 대한 고찰이 필요
다발형	용산역사	· 서울용산구한강로 · 대지면적 : 38,396평 · 연면적 : 78,568평 · 지하6/지상9 · 2004년 준공	명확한 동선구분과, 이용객들의 공간 점유율이 합당한 시설이 요구됨

② 사례분석

각 사례에서 나타나는 엔터테인먼트 요소는 <표 4>와 같다.

<표 4> 사례

사례	엔터테인먼트 요소			
	배경	시설	이벤트	충동
가로형	일본 오모테산도 힐즈 한눈에 펼쳐지는 매장	패션샵, 악세사리샵	경품행사, 이벤트행사	패션쇼, 팬싸인회, 신상품전시회
				
인사동샘지	건물이러기 보다는 골목길	레스토랑, 전통공방, 북카페	전시회, 이벤트행사	팬싸인회, 신상품전시회
				
탑상형	하늘공원, 실내의 조형물, 대형중정	멀티플렉스영화관, 푸드코트, 게임센터	경품행사, 이벤트행사	루미에르축제, 불꽃놀이
				
다발형	테마건축외관, 분수형외부계단, ktx 콘코스	멀티플렉스영화관, E-Sports관, 푸드코트	팬싸인회, 음악공연	게임대회, 신상품전시회, 레이저쇼
				

트의 요소의 분석과 그 요소들이 어떻게 실제하는가를 살펴 보았다. 가로형은 탑상형과 다발형에 비해 저층으로 구성되며, 보행통로가 주요 배경엔터테인먼트가 되고 그속에서 이벤트, 충동, 시설등의 요소들이 고루 분포한다. 탑상형은 내부공간의 공용부분이 협소하여 부분적으로 입구나, 중정을 두어 구성하고 있으며, 이벤트, 충동엔터테인먼트는 상품과 직접적 연관성을 가지며 나타난다. 다발형은 몇 개의 건물동이 연결된 것으로 내부중정을 형성하거나 주변과의 시각적 연계속에 엔터테인먼트요소를 발견할 수 있다. 세가지 유형중 엔터테인먼트요소가 가장 적극적으로 나타나는 형태는 가로형이라 할 수 있고, 탑상형이 가장 소극적이다.

참고문헌

1. 강정구, 우리나라 도심 엔터테인먼트 상업시설의 건축계획에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문, 2006
2. 성정아, 테마개념을 도입한 상업공간 계획에 관한 연구 -쇼핑센터 공공공간 디자인을 중심으로-, 홍익대학교 석사학위논문, 2001
3. 박장순, 학문으로서의 엔터테인먼트, 그 개념적 접근과 시대구분, 한국엔터테인먼트학회, 2002
4. 김윤희, 엔터테인먼트 복합상업시설의 3가지 소비모드 수용특성 연구, 연세대학교 건축공학과 박사학위 논문, 2007
5. <http://insa.ssamziegil.com>

5. 결론

첫째, 상업시설의 엔터테인먼트요소는 건물의 고정 공간 점유 여부에 따라 하드웨어적요소와 소프트웨어적요소로 구분할 수 있다.

둘째, 엔터테인먼트요소의 평면구성과 단면위치에 따라 가로형, 탑상형, 다발형으로 나누어진다.

셋째, 엔터테인먼트 상업시설의 사례를 선정하여 엔터테인먼트