

“테마(Theme)”를 중심으로 한 할리웃의 오락건축산업

Entertainment Architecture Industry of Hollywood with Specialized Themes

박태형 / 재미건축가, First Enterprise 대표

by Arthur T. Park

21세기의 신중 건축설계 및 건축업분야로서 할리웃에서 새로이 각광을 받으면서 등장하고 있는 분야가 바로 테마를 중심으로 한 오락건축산업이다. 매년 각종 영화, 텔레비전방송, 만화, 비디오 게임들이 무더기로 쏟아져 나오고 있는 할리웃에서는 새로운 영화, 방송, 만화 주인공들 뿐만 아니라 각종의 아이디어들이 동원된 영화세트들이 양산되고 있다. 할리웃은 단지 1회성 제작에 이들 아이디어들을 사용하는데 그치지 않고 이 히트친 아이디어들을 그대로 오락사업으로 확대하여 더 많은 돈을 벌어들이고 있다. 즉 테마공원, 테마식당 등을 만들어 두고두고 히트친 영화, 만화의 아이디어들을 일반 대중들이 즐길 수 있게 만들고 있다. 이와 같은 미국 오락산업의 발전을 뒷받침해준 것이 바로 할리웃의 오락건축분야이다.

이를 바탕으로 할리웃의 건축업계는 지금까지 미전역뿐 아니라, 전세계에 걸쳐 전문적으로 “테마공원” 등을 건설하는데 필요한 디자인 컨설팅부터 설계, 실제 건축 및 관리에 이르기까지 종합적인 패키지 서비스를 해주고 있다.

테마공원

미국의 경우, 1950년대전까지만 해도 서커스를 비롯하여 마을 카니발형태의 오락공원(Amusement Park)이 주종을 이루었지만, 50년대부터 디즈니랜드의 등장으로 새로운 테마공원의 수가 급속한 증가를 보이기 시작하였다. 이 테마공원은 오락, 관광, 대중유희시설을 종합적으로 갖추고 입장수입과 더불어, 각종 판매수입을 극대화시키도록 오락시설물과 기념품 및 음식 판매대를 갖추고 있으며, 공원내의 모든 시설물들이 특정한 테마를 연상시킬 수 있도록 이미지 구성을 하고 있다는 특징을



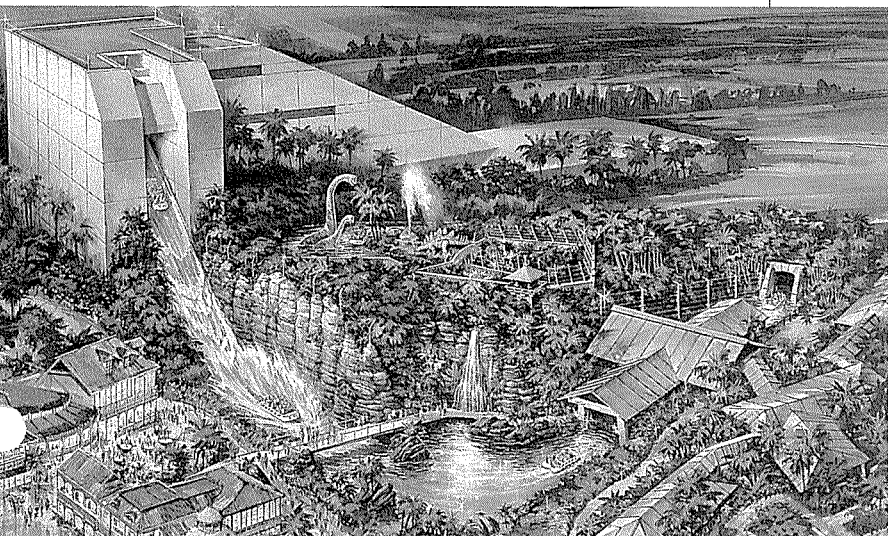
테마 레스토랑「Apple Cafe」

갖고 있다. 미국인들이 인식하고 있는 테마공원은 언제든지 방문하여 즐길 수 있는 마을 오락공원이 아니라 가족들이 휴가를 즐기기 위하여 일년 내내 준비를 하고서 며칠 동안 내려오는 그런 휴가 놀이 장소로 인식되고 있다. 이를 위하여 테마공원은 휴가철 관광객들이 머물 수 있는 각종 부대시설들이 같이 위치하게 된다. 호텔, 쇼핑물, 음식점, 파킹장, 카지노, 골프코스 등이 같이 위치하게 되므로 점점 더 대형화되고, 도시전체의 취업자들의 구성을 바꾸고, 도시전체의 발전에 영향을 미치게 된다. 테마공원의 디자이너들은 한정된 공간에서 각종 오락 시설물들을 배치하여야 하는데 특히 오락시설들간의 이동거리마다 이용객들이 쇼핑을 하고 음식을 사먹을 수 있도록 공간배치 구성을 합리화함으로써 공원측에 판매수입 극대화를 할 수 있도록 하는 것이 최대의 관건이다.

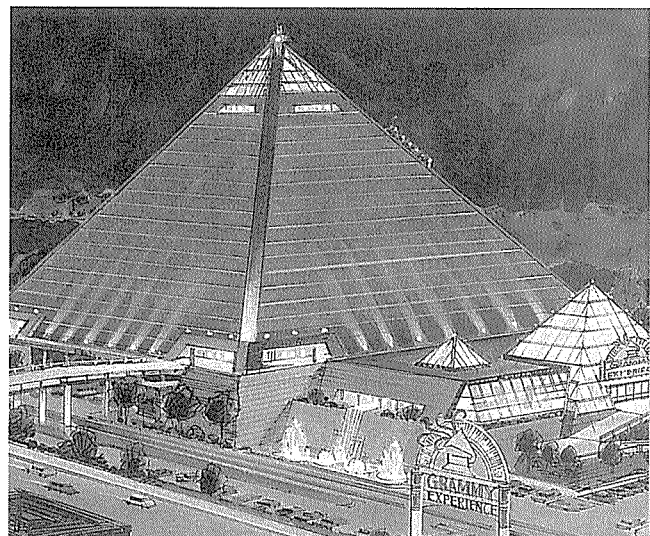
한 통계에 따르면 미국과 캐나다에는 약 7백 개 이상의 테마공원이 있으며 매년 2억5천만명 이상의 입장객들이 찾아들어 60억달러의 돈을 쓰고 있다. 체인화된 대형 테마공원들은 디즈니랜드, 엔호이저부쉬, 타임워너사, 파라마운트사(비아콤), MCA사와 같은 5개의 주요 대기업들에 의해 운영되고 있다. 이 5개사는 북미에 총 24개의 테마공원을 갖고 있는데, 한 통계에 따르면 이들 5개사가 매년 동원하는 입장객수는 1억2백만 이상이 넘는 것으로 집계되고 있어 총 테마공원 방문객 수의 거의 40% 정도를 주요 대형 테마공원사들이 차지하고 있다. 디즈니사의 경우 4천2백만 이상의 입장객들을 동원하고 있고, 엔호이저부쉬사의 경우 미국내 10개의 테마공원에서 매년 2천만 이상의 관객을 동원하여 두 번째로 가장 큰 테마공원사업을 하고 있다.

과거의 미국의 오락공원들이 도시의 하층계층을 겨냥하였다면 이 테마공원들은 도시 중산계층의 증가한 소득을 타겟으로 하여 이들의 소비를 이끌어 낼 수 있는 상품이다. 테마공원은 미국식 상업자본주의가 만들어낸 최고의 상품으로 평가되고 있다. 테마공원의 대형화와 첨단화는 이제 21세기를 맞아 더욱더 가속화될 전망이다. 특히 멀티미디어 기술의 보편화로 테마공원이 방문객들에게 전달하여 줄 수 있는 오락적인 소재들이 더욱 많아지고 있으며, 그 전달 기술 역시 상상을 초월하는 수준에까지 이르게 되었다. 그럼에도 불구하고 계속하여 지켜지고 있는 테마공원의 주요 디자인 요소는 공간내에 방문객들의 흐름이 자연스럽게 이어지도록 테마공원내의 각종 이벤트, 공연, 타고 노는 놀이시설을 배치하는데 있으며, 이들 시설의 배치들이 특정의 테마를 극적으로 표현할 수 있도록 하는데 있다.

미국의 테마공원은 현재 전 세계로 수출되고 있다. 전 세계의 공원중에서 2백만명 이상이 방문하고 있는 오락공원은 모두 50개 정도가 있는데 이중에 24개가 미국, 캐나다에 위치하고 있고, 15개가 아시아에, 9개가 유럽, 2개가 중남미에 위치하고 있다. 미국은 현재 미국 및 외국자본과 합작하여 미국식 테마공원의 수출에 전력하고 있다. 2001년까지 MCA는 오사카에 10억~20억달러 규모의 유니버설 스튜디오를 건립할 예정이다. 10년내로 7개의 싸사미 스트리트 플레이스가 일본내에 건축될 예정이며, 캘리포니아의 아이웍사의 경우 일본의 이토구사와 "시내트로폴리스"라는 영화 테마공원을 일본에 5곳, 다른 아시아국가에 25곳 건립할 예정이다. 비디오 게임사인 세가의 경우 요코하마와 오사카 등지에 "인터



테마공원(모든 시설물들이 특정의 테마를 연상시킬 수 있도록 이미지 구성을 하고 있다.)



Grammy Expo

액티브 테마공원"을 세우고 50개 지역에 이 테마공원을 추가 건축한다는 계획을 추진중이다.

이와 같은 전 세계적인 테마공원 조성붐은 아시아에 있어서 일본에 국한되고 있지 않다. 싼씨내티에 본부를 두고 있는 국제테마공원사의 경우 일본 건축회사를 도와 북경오락공원과 나인 드래곤공원의 건축에 참여하였다. 또한 유니버살스튜디오의 경우 중국 북경의 헨더슨 센터내에 미로 스엔젤레스의 유니버살스튜디오를 본뜬 2만 스퀘어피트의 2층상가를 홍콩의 헨더슨사와 함께 조성할 계획을 98년 3월 발표하였다.

중국관서성의 경우 5개 대륙의 특징을 담은 "지구" 테마의 공원을 조성하려는 계획을 추진중이다. 60만 스퀘어미터 규모의 이 공원에서는 아마존 정글, 온천, 에베레스트산, 일본식 정원, 미국의 사막을 함께 볼 수 있도록 설계를 하였다.

방콕에서는 7천5백만달러 규모의 "지중해" 테마공원이 미국과 유럽의 투자사에 의해 진행되고 있으며, 말레이시아에서는 2억달러 규모의 사마일드 리조트가 건축되고 있다.

필리핀에서는 마닐라 인근 50마일지역의 1천 8백만인구를 끌어들이 수 있는 테마공원이 미국회사에 의해 건축되고 있다.

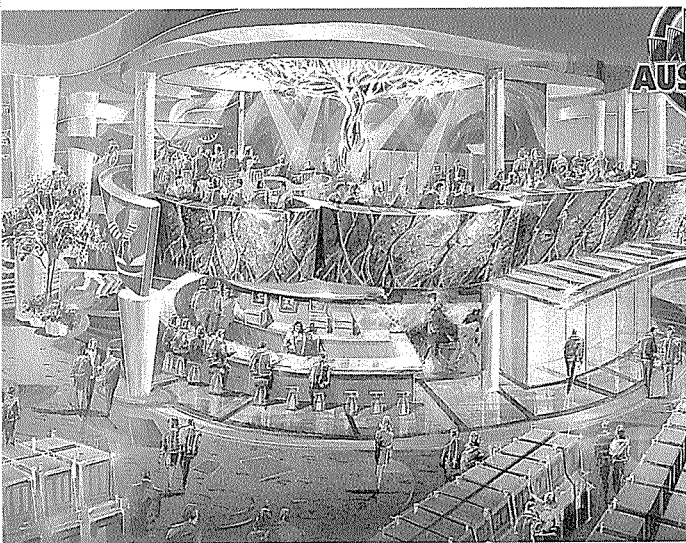
이와 같은 테마공원 조성붐은 빙산의 일각이다. 비록 IMF로 인하여 타격을 받기는 하였지만 아시아에 있어서 미국이 주도하는 테마공원 조성붐은 계속될 것이며 이는 어쩌면 전 세계적인 현상이다.

서유럽의 경우, 프랑스에 이미 유로 디즈니랜드가 설립되었고, 타임워너사는 1996년에 영화제작사와 테마공원을 결합한 형태의 "무비월드"를 독일의 뒤셀도르프에 개장하였다.

타임워너사가 이 곳에 부지를 선정한 이유는 약 100마일 인근 지역에 2천3백만이라는 인구가 밀집되어 있기 때문이다. 유럽의 여러 지역에서는 문화적인 차이에도 불구하고 헐리웃 영화가 이미 길을 닦아 놓은 자리위에 미국식의 테마공원이 손쉽게 더욱 자리를 잡아 나가고 있다.

이미 한국에도 진출한 헐리웃의 랜드마크사의 경우, 대전 엑스포에 스타퀘스트 파빌리온을 선보였고, 경주의 오락단지 조성사업에도 이미 1단계사업을 추진 완료하였지만 IMF로 인하여 현재 추가사업진행이 보류된 상태이다. 랜드마크사의 테마공원 조성사업은 미국내의 경우, 유니버살스튜디오의 주라식팍, 라스베가스 시저스 호텔, 캔사스시티의 오즈 마법사공원, 플로리다 유니버살스튜디오의 터미네이터, 고스트버스트 등이 있으며 남아프리카공화국, 오스트레일리아, 인도네시아, 태국, 일본 등 전 세계적으로 그 규모가 계속 늘어나고 있다.

이와 같은 테마공원 설계 및 건축회사들이 취급하는 업무들은 실로 복합 다양하다. 이 회사들이 제공하는 첫 번째 서비스는 건축사, 디자이너, 조경사들이 함께 참여하여 만든 마스터플랜의 제공이다. 동원 관중의 규모, 설치시설들의 규모, 타고 노는 시설들의 수용능력, 매점 및 기념품점 등의 규모에 대한 종합평가를 바탕으로 하여 마스터플랜을 마련한다. 이 작업이 끝난 후 일러스트레이터들에 의한 모형이 제



Sydney Harbour Casino's Lightning Ridge Bar and Cafe(호주)



Casper's Toontown(인도네시아)

공되며, 각 테마공원의 시설들이 표현하고자 하는 주요 테마의 설정과 이에 따른 외장공사의 이미지 구성이 다르다. 이와 같은 회사들은 테마공원의 설계에만 그치지 않고 소구성, 로고선정 등과 같은 건축외적인 요소들에 대한 자문을 해주고, 특수 효과 등과 같은 헐리웃 영화제작기술의 활용지원도 해주고 있다. 따라서 다가올 21세기에 미국회사들은 그 동안 미국내에서 쌓아온 테마공원 건축 노하우와 전세계적으로 퍼져나가고 있는 헐리웃 대중문화를 바탕으로 세계시장에서 오락건축산업을 더욱더 주도하여 나갈 것이다. 이 고부가가치의 테마공원 건축 붐은 아직까지 헐리웃식 자본주의의 대중소비문화에 깊이 접하지 못하였던, 중국, 동구권 등과 아프리카, 중남미 등의 소비자층을 대상으로 더욱 확대되어 나갈 전망이다.

테마 레스토랑

새로이 각광을 받으며 등장하고 있는 테마 레스토랑은 흔히 알려진 '영화배우'를 주요 테마로 한 플래닛 헐리우드, '하드 록'을 주제로 한 하드록 카페외에도 '환경'을 주제로 하여 97년 문을 연 레인포리스트 카페가 있는 가하면 미프로농구협회와 미식축구협회가 건축 계획중인 '스포츠'를 주요 테마로 한 전문체인 레스토랑들이 있다. 이 레스토랑에서는 식사를 하면서 기념품도 사고 직접 농구 및 미식축구를 즐길 수 있게 내부장식을 만들 계획이다. 단순히 미식축구나 프로농구를 식당의 대형화면을 통하여 지켜보면서 식사를 즐기던 차원을 넘어서 이제는 레스토랑과 경기장을 직접 연결시켜 놓으려 하고 있다. 또한 김슨 뮤직사가 네슈빌에 처음으로 세운 음악박물관식 카페 역시 미 음악역사를 한 눈에 볼 수 있게 만들어 '음악'을 주요 테마로 한 것이다. 김슨사는 이를 체인점화하는 것을 구상중이다. 이와 같은 테마 오락식당들은 건축설계, 내외장 디자인, 조경 등이 하나의 정해진 주제를 최대로 표현하도록 이루어져 있으며, 단순히 음식을 먹는 식당의 개념을 떠나, 쇼핑을 하고 오락을 함께 즐길 수 있는 복합적인 요소를 갖추고 있다.

이와 같은 테마식당들은 관광객들이 크게 물리는 라스베가스를 비롯하여 올란드 플로리다에서는 오래전서부터 대단한 성공을 거두었지만, 관광명소뿐 아니라 미전역의 소비자층을 상대로까지 확대되고 있다는 점이 새로운 추세인 것이다. 일면에서는 테마 식당들의 확대가 성공 여부가 불분명해 위협스럽다고 진단하고 있다. 그 이유는 테마 레스토랑은 한 번 가서 볼만한 장소로 그치고 다시 찾아가게 만드는 유인 요소가 없다는 점이다. 레스토랑의 속성상 계속적으로 손님들이 식사를 하러 오게 만들어야 하는데 한 번 테마레스토랑을

찾은 손님들이 또다시 이 테마레스토랑을 찾게 만들만큼 강력한 유인요소가 테마 레스토랑에 있는지에 대하여 회의적으로 보는 견해다.

테마 레스토랑들의 영업결과는 가까운 미래에 결판이 나겠지만 현재 미국에서는 체인점으로 운영되는 테마 레스토랑을 건립하려는 여건 및 분위기가 무르익었다. 테마 레스토랑은 건축비 자체도 기존의 레스토랑 건축에 드는 비용을 훨씬 상회한다. 예를 들어 레인포리스트 카페의 경우 6백만달러 이상을 투자하였으며, 오그덴 엔터테인먼트사가 건축준비 중인 라이브 오락과 더불어 영화 클립을 동시에 보여주는 디너극장은 약 1천5백만달러의 건축비가 예상되고 있다. 하드록 카페는 26년동안 한 테마를 주제로 한 레스토랑을 성공적으로 운영한데 기반을 두고 작년 라스베가스에 호텔을 새로 여는 등 괄목할 만한 성장을 거듭하였다. 특히 9천만달러를 투자하여 현재 미프로농구협회를 위한 음식체인점을 올란드와 로스앤젤레스 등의 미국내뿐 아니라 10여개 이상의 해외 체인점을 열 계획이다.

미식축구협회 역시 4만 스퀘어피트의 테마 음식점을 뉴욕, 로스앤젤레스 등지에 개장하려 하고 있다. 스포츠 테마 레스토랑은 미식축구협회와 미프로농구협회가 갖고 있는 유명선수들의 경기모습뿐 아니라 인터뷰를 늘 방영하므로 스포츠팬들을 즐겁게 하여 주게 만들어 질 계획이다. 미프로농구협회의 경우 대체로 레스토랑에 추가로 오락 및 쇼핑을 할 수 있도록 기능을 더하는 사업으로써 신규투자를 내다보고 있는데 반하여 미식축구협회의 경우는 레스토랑개념을 파괴하고 미식축구경기장처럼 느껴지도록 내외의 디자인을 만든다는 계획을 갖고 있다.

이와 같은 테마공원, 테마 레스토랑의 성공은 보편화되고 있는 미국 대중문화의 힘을 바탕으로 가능한 것이다. 그렇다고 미국식 테마공원, 식당이 전세계적인 세계문화의 일환이 되고 미국 건축설계 기업들만이 이 과정에서 이득을 볼 것이라고 생각하는 것은 단견이다. 오히려 이와 같은 새로운 건설분야의 등장과 함께 한국의 건축계가 할 일은 이에 대한 적극적으로 대응할 수 있는 전략과 준비를 하는데 있다. 왜냐하면 각 국가들이 모두 각기 다른 문화유산을 갖고, 자기 나라 나름대로의 테마를 갖고 있어 이와 같은 테마를 개발하고 그간 쌓아온 건축기술을 잘 응용할 수만 있다면 해당국가의 오락산업과 문화에 어필할 수 있고 아이디어 경쟁에서 얼마든지 승산이 있다고 보기 때문이다.

* <http://www.1stent-const.com>, e-mail: park @ 1stent-const.com