

# 테마파크 형 쇼핑센터의 공간구성에 관한 연구

- 저드파트너십의 설계 작품을 중심으로 -

An study on the Space Composition of the Theme Park-style Shopping Center

- Focused on Designed Projects by Jerde Partnership -

하성주\* / Ha, Sung-Joo

## Abstract

The idea of shopping is changed from a purchase of merchandise to an experience of pleasure. This study is a space composition analysis for the introduction of theme in multi-plex shopping center design to reflect variable consumer trend and company marketing strategy. The study progressed through theoretical consideration and substance analysis about the shopping centers which had been designed by Jerde Partnership in Japan since 2000. The following is result. The path is a sole main street that is made of curve form, parallel and vertical circulating rout and movement of human being. It leads continuity. The node and landmarks have a circular court with typifier as powerful center, character of transition space and event for experience. It makes locational quality. The districts are composed of retail shops, restaurants and culture facilities and the edge is represented by closed vertical wall and parapet. It induces a domain. The characteristic of Jerde shopping center is an experience of theme environment through the path as betweenness with a story based on a main theme. It is mostly related nature or exotic element and is obviously represented at path and node. The node takes a round shape and bring about event as a court. The application of theme to the shopping center by Jerde has a significant meaning for place marketing.

키워드 : 테마파크, 쇼핑센터, 저드파트너십  
Keywords : Theme Park, Shopping Center, Jerde Partnership

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경 및 목적

최근 쇼핑의 개념이 달라지고 있다. 단순히 물건을 사는 행위를 넘어서 쇼핑 자체를 하나의 즐거운 경험으로 생각하는 소비자가 늘고 있기 때문이다. 이러한 소비 트렌드의 변화를 반영하는 기업의 마케팅 전략이 요구되고 있으며 이는 쇼핑센터가 단순한 상품 거래를 위한 장소가 아니라 현대도시민들의 생활을 반영하는 복합체로서 그들의 문화를 반영해주는 공간으로의 전환을 의미 한다. 쇼핑센터의 상업적 성공이 상품의 구매 뿐 아니라 구매를 즐길 수 있는 분위기의 조성을 통해 이루어짐에 따라 즐거움의 소비를 판매와 수익의 궁극적 수단으로 활용해 온 테마파크의 공간연출방법이 쇼핑센터 계획에서 주목 받고 있다. 따라서 현실 세계로부터의 일탈을 통해 다양한 체

험을 할 수 있는 테마형 쇼핑센터로의 접근이 필요하다.

대규모 복합공간으로서의 쇼핑센터 계획에 있어서 테마는 다양한 기능으로 이루어진 복합공간을 하나로 통합시킬 수 있는 이미지 구축의 요인으로서 소비자들의 장소 인식에 영향을 준다. 본 연구는 테마환경 측면에서 쇼핑센터의 공간 구성을 분석함으로써 변화하는 소비 트렌드와 기업의 마케팅 전략을 반영할 수 있는 국내 복합 쇼핑센터 공간 계획 시 테마 성 도입을 위한 기초 자료로 활용하고자 한다.

### 1.2. 연구의 범위 및 방법

연구범위는 상업건축에서 테마개념을 전개하고 있는 저드(Jerde)가 설계한 쇼핑센터이다. 저드 파트너십(Jerde Partnership) 웹 사이트상의 작품 리스트에서 리테일 엔터테인먼트(Retail & Entertainment)와 복합시설(Mixed-use) 카테고리 중 2000년 이후 일본에 완공된 덴츠본사 (Dentsu's

\* 정희원, 우송정보대학 인테리어디자인과 초빙전임강사

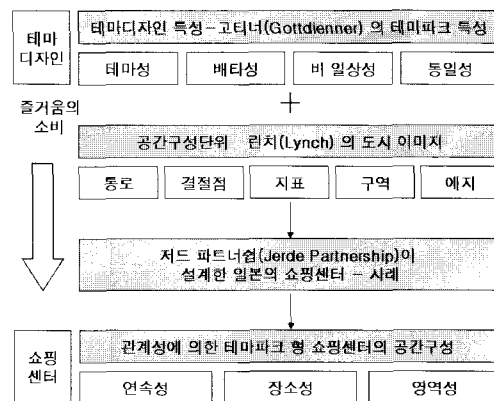
headquarters at Shiodome, 2002), 남바파크(Namba Parks, 2003), 리버워크(Riverwalk Kitakyshu, 2003), 라시타델라(La Cittadella, 2003) 4곳으로 조사대상을 한정 하였다.<sup>1)</sup> 대상건축물이 UEC(Urban Entertainment Center)의 성격을 가지고 있기에 공간분석은 대상 건축물 중 기타 상업시설 부분을 제외한 쇼핑 공간으로 하였다.

쇼핑센터는 “자체의 주차장을 완비하고, 한 단위체로 계획, 개발, 소유, 관리가 이루어지는 상업시설의 집합체”로 정의되며, 주요 임대시설의 종류와 임대면적의 크기에 따라 다시 세분화된다. (Urban Land Institute, 1985) 쇼핑센터가 집합적인 상업시설을 일컫는 일반적 용어라면 쇼핑몰은 구체적인 배치 형태를 지칭하는 용어로 구별된다. 즉 쇼핑센터의 주 동선을 따라 형성된 보행자 중심의 상점가로서 쇼핑센터 내 핵 점포간의 통로를 중심으로 주차장, 지상보도, 대중교통등과 연결된다. 고객을 각 점포로 유도하는 보도인 동시에 각종 행사나 이벤트를 즐기는 광장을 포함하는 도시민들의 공공장소로서의 성격을 갖는다.<sup>2)</sup>

미국의 대형 쇼핑센터 대부분이 이러한 배치개념을 사용하고 있기 때문에 쇼핑몰과 쇼핑센터의 구분 없이 쓰여 지고 있다. 이처럼 양자 간의 구분이 모호한 채 혼용되고 있다는 점에서 문헌연구에서는 쇼핑센터의 의미로 사용된 쇼핑몰 자료도 포함시켰으나 혼란을 피하기 위해 쇼핑센터로 용어를 통일하였다.

연구방법은 이론적 고찰을 위한 문헌조사와 도면, 자료사진, 웹 사이트 등을 통해 사례공간을 비교 검토하는 내용분석으로 이루어졌다. 도면을 통한 수평적 공간분석은 주출입구와 연결되는 층의 평면을 기준으로 하였다. 고티너(Gottdiener)의 테마파크 특성을 바탕으로 한 테마디자인의 특성과 린치(Lynch)의 도시이미지 요소를 이론적 배경으로 하여 공간구성요소를 분류한 후 각 구성요소를 저드(Jerde) 쇼핑센터 사례에 적용시켰다. 그리고 각 사례와 공간구성요소 별로 테마파크 적 특성의 적용여부를 분석하여 테마건축이라는 측면에서 관계성에 의한 저드 쇼핑센터 공간구성의 특성을 도출하였다.

<표 1> 연구진행도



## 2. 쇼핑센터 테마디자인적 특성에 대한 이론적 고찰

### 2.1. 쇼핑센터 테마디자인의 등장 배경

#### (1) 테마디자인의 특성

테마(Theme)는 어떤 논쟁의 정의 또는 주제를 의미하는 그리스어 Thema를 어원으로 한다. 그 사전적 의미는 작품의 중심이 되는 사상내용을 일컬으며 주로 문학이나 음악 등에서 작가의 의도를 나타내는 중심주제로서 사용되고 있다. 이러한 테마의 개념이 이제 문학이나 음악의 영역을 벗어나 도시, 건축물, 상점, 공원 등의 전체 환경에 걸쳐 도입되고 있으며 주테마를 중심으로 한 테마환경 속에서 사람들은 비현실적인 이미지에 의한 유사한 체험을 하게 되었다. 비현실적 체험의 공간으로서 테마파크는 테마성을 적용한 대표적 사례이다. 테마파크는 하나의 중심적 테마나 연속성을 지닌 몇 개의 테마들이 결합하여 구성됨으로써 공간 내 각종 시설들이 하나의 주제로 통일되어 사람들에게 비일상적인 현실적 배타성을 제공하는 놀이와 체험의 장이다.

고티너(Gottdiener)는 테마파크의 특성을 테마성, 비일상성, 배타성, 통일성 등의 4가지로 구분하고 이러한 요소들이 하나의 환경 안에 통일된다고 보았다.<sup>3)</sup> 이러한 고티너에 의한 테마파크 특성은 선행연구인 한국실내디자인학회지에 발표된 이미경의 논문 ‘테마파크 환경연출기법에 있어서 감성디자인 연구’(2003)와 권순관의 ‘어트랙션 요소를 적용한 테마파크형 뮤지엄의 유형분석’(2007) 논문에서도 재인용되었다. 본 연구에서의 테마파크형 쇼핑센터란 테마성, 비일상성, 배타성, 통일성이 반영되어 실체가 아닌 유사체험을 할 수 있는 공간을 의미한다.

3)Gottdiener, Mark, Postmodern Semiotics-material culture and the forms of postmodern life, Oxford, Blackwell, 1995  
이미경 외, 테마파크 도입부의 특성과 디자인 적용방법에 관한 연구, 한국실내디자인학회, 1999, p.70 재인용

1)일본지역으로 제한을 둔 것은 저드의 아시아진출에 있어 일본이 교두보로서의 역할을 하였기 때문이다. 카날시티의 성공이후 일본 내에서 다수의 쇼핑 공간 디자인을 통해 입지를 굳혀가고 있으며, 최근 국내에서도 그에 의한 상업 공간 계획이 이루어지고 있다는 점에서 추후 국내쇼핑센터 디자인의 테마성 적용을 위한 선행 사례가 된다.

2)문은미, 서울시 쇼핑몰의 테마디자인 적용에 관한 분석연구, 한국실내디자인학회, 2002, p.4 요약

<표 2> 테마디자인의 특성

테마성	중심테마나 연계된 주제로 구성
배타성	현실과의 단절 제공
통일성	건축물, 거리, 휴지통 등에 이르는 테마와의 일치
비 일상성	일상에서 벗어난 꿈과 환상의 세계 속으로의 체험

(2) 현대 쇼핑센터로의 변화

지붕으로 덮인 아케이드 밀라노 비토리오 엠마누엘레 2세 갤러리아(Galleria Vittorio Emanuele II)<sup>4)</sup>의 등장으로 기상조건과 무관한 쇼핑환경이 마련되었다. 아케이드는 리테일 마켓의 실외로부터 실내로의 변화를 가져왔고 레저 시간의 경험으로서 쇼핑개념이 도입된 최초의 사례로서 근대 쇼핑센터의 청사진을 제공하였다. 쇼핑센터가 발달한 대표적 자본주의 사회인 미국의 경우 19세기 후반 생겨난 백화점의 등장으로 다양한 재화와 서비스를 선택할 수 있는 윈스토프 쇼핑이 가능해졌고 판매자들 간의 경쟁 심화로 고객서비스 개념으로의 점진적변화가 이루어졌다.<sup>5)</sup>

19세기말 무렵 자동차의 대량생산은 근대 쇼핑센터 산업에 영향을 주어 급증하는 자동차의 수요를 수용할 수 있는 주차장 시설이 요구되었다. 미주리 주 캔자스시티 근처의 컨트리클럽 플라자(Country Club Plaza, 1922)는 개별적인 복합 상가들이 한 건물에서 한 경영업체에 의해 통합 관리되고 편의시설과 주차장 등을 공유하는 교외 쇼핑센터였다.<sup>6)</sup>

1950년 이후 미국교외 지역의 성장과 함께 독립된 개별 상점 대신 다양한 상점들을 한곳에 모아놓은 쇼핑센터가 대규모 프로젝트로 개발되었다.<sup>7)</sup> 미국 최초의 실내 쇼핑센터는 비엔나 출신의 건축가 그루엔(Victor Gruen)이 미니애폴리스의 근교 에디나에 설계한 사우스데일 센터(Southdale Center, 1956)이다. 당시 외부로 개방된 한개 층의 쇼핑센터와는 달리 냉난방 시설을 갖춘 2개 층으로 된 건물로 실내의 양극단에 핵심 점포인 두 개의 대형백화점을 두고 그것을 연결하는 통로의 양편에 개별 소형 상점들과 그 뒤로 주차장을 배치하여 고객의 동선이 통로에 집중되도록 하였다. 통로 중앙에는 중정을 설치하여 레저의 개념을 부여하였다. 이것이 미국교외쇼핑센터의 대표적 유형이 되었다. 최초 실내 쇼핑몰의 등장으로 미네소타의 겨울 혹한에도 일 년 내내 편안한 쇼핑이 가능해졌다.<sup>8)</sup> 그러나 외부 공간과 시각적, 물리적으로 차단된 내부공간은 가로가 지나는 경제, 사회, 문화적 기능을 저하시키고, 쇼핑몰을 에워싸는 거대한 주차장은 도시적 맥락과는 무관한 비 건축적 양상을 보였다.

1960-70년대 소비와 광고의 급증 속에서 교외로의 인구이동

은 도심외곽의 쇼핑센터개발의 지속적인 성장을 가져왔다. 새로운 타운의 개발에서 쇼핑센터가 지역사회의 핵심으로 부각되면서 버려졌던 도심에 새로운 활력을 불어넣기 시작했다. 그루엔이 설계한 로체스터의 미드타운 플라자(Midtown Plaza, 1962)는 도심개발의 대표적인 성공사례이다. 도심 내 새로운 오피스타워들의 건설과 함께 미드타운 플라자와 주변 오피스타워들을 연결하는 고가보도를 통해 오피스타워와 플라자가 하나로 통합되었다. 이후 쇼핑센터를 통한 도심 개발 사업이 줄을 이었다. 과거에 보였던 도시 내 고립된 커다란 박스가 아닌 도시 맥락 내에서 적용할 수 있는 새로운 형태였다. 시카고에 개장한 미국 최초의 고층 쇼핑센터인 워터타워플레이스(Water Tower Place, 1975)는 74층의 복합건물로 쇼핑센터 8층을 통해 호텔, 레스토랑, 사무실, 주거지, 주차장등으로 연결되었다.<sup>9)</sup>

1980-90년대 이후 쇼핑센터의 규모는 더욱 확대되었으며 지역쇼핑센터들의 리모델링과 확장사업이 이어졌다. 민간개발업자들에 의한 경제 활성화 움직임의 결과 엔터테인먼트, 판매, 레저가 결합된 쇼핑센터 즉 UEC가 등장하였다.

(3) 쇼핑센터에 도입된 테마디자인

1980-90년대 상업건축에서 나타난 테마 디자인적 특성은 소비주의의 만연과 전 세계적 불안감이라는 이중적 힘에 의해 가속화 되었다. 대중의 소비주의의 경향이 1960년대부터 80년대까지 개별적인 건축물 등을 통한 포스트모더니즘적인 성향으로 표출되었으나 90년대에 이르러 전체 건축 환경으로 확대되었다. 국가적인 투쟁, 이데올로기 붕괴, 도시쇠퇴, 사회적 프로그램 포기, 정치적 힘의 부재 등으로 인해 사회적 불안감이 증대되었다. 안전에 대한 사회적 요구와 문화적, 개인적 정체성의 상실에 대한 집단적 인식 반응은 특히 공공영역에서 두드러진 변화를 야기 시켰다.<sup>10)</sup> 이 과정에서 개인적, 지역적 정체성의 상실감에 대한 대안으로 등장한 것이 대중에게 친숙한 과거와 연속성을 갖는 역사적 양식이나 유토피아적 미래를 상상할 수 있는 것의 재현이었다. 일상으로부터 차단된 환상과 가상의 세계가 디즈니랜드를 통해 구현 되었으며 이는 대표적 공공장소인 리테일 샵, 레스토랑 등의 상업 공간 전반으로 확대되었다.

테마디자인 등장의 또 다른 원인을 19세기말-20세기 초에 절정을 누렸던 만국박람회에서 찾을 수 있다. 1893년 신고전주의의 피렌체 스타일로 지어진 시카고 만국박람회장은 인공호수, 분수, 그리스, 로마, 르네상스 풍의 백색전시건물과 조각품 등으로 연출된 과거 도시의 모습이었다. 전시장내 무빙워크(Moving walk)는 디즈니랜드의 라이드(Ride)가 되었고, 조지 페리스의 대관람차(Giant Ferris Wheel) 및 유희 거리(Amusement Midway) 등 역시 오늘날 테마파크에서 재현되었다.<sup>11)</sup>

4)1865년부터 1877년에 걸쳐 지어졌으며, 글라스로 된 천정은 길게 빛을 비추도록 장식되었고, 미국, 아프리카, 유럽, 아시아 등 4개의 대륙을 특징적으로 그린 프레스코화로 장식되었다.  
 5)The Jerde Partnership, Building Type Basics for Retail and Mixed-Use Facilities, Wiley, 2004, pp.16-17 요약  
 6)Ibid., pp.17-18 요약  
 7)Ibid., p.18 요약  
 8)Ibid., p.19 요약

9)Ibid., pp.20-21 요약  
 10)James Steele, Architecture Today, Phaidon Press, 1998, p.340  
 11)Ibid., p.340

테마는 쇼핑산업에 있어서 고객을 즐겁게 해줌으로써 그들을 끌어들이 수 있는 차별성을 갖게 되었다.<sup>12)</sup> 디즈니랜드를 비롯한 테마파크의 상업적 성공이 쇼핑센터를 환상과 가상의 이미지로 된 테마공간으로 연출하고자 하는 경향으로 이어졌다. 샌디에고의 호튼프리카(Horton plaza)<sup>13)</sup>는 엔터테인먼트적 요소가 강한 페스티벌 마켓을 테마로 하였다. 상점, 레스토랑, 대형 백화점, 극장, 오피스 등의 시설이 아케이드로 연결되고, 베니스, 아랍의 성채 등의 형태를 내부입면구성에 적용시켜 라틴 아메리카인의 삶을 표현하였다. 고객에게 친숙한 테마의 설정과 통일된 연출을 통해 그들을 현실과 구별되는 배타적인 가상의 공간체험에 동참시켰다. 고객을 유입할 수 있는 차별화된 테마성은 쇼핑센터 설계의 중요한 전략이 되었다.

## 2.2. 쇼핑센터의 공간구성 요소

쇼핑센터는 내부화된 보행자도로와 도시 구성요소인 독립된 시설들을 한 건물 내에 집약시킨 또 하나의 도시와도 같다. 파씨니(Passini)는 다양성과 복잡성을 갖춘 총체적 독립된 공간으로서의 쇼핑센터의 성격이 도시의 특성과 유사하다는 전제하에서 린치(Lynch)의 도시계획요소를 쇼핑센터 디자인에 적용하였다.<sup>14)</sup> 저드(Jerde) 역시 쇼핑센터 프로젝트를 메인스트리트에서의 경험을 전해주는 모형화된 전달매체<sup>15)</sup>로 간주하고 도시에 대한 은유적 표현으로서 디자인 컨셉을 전개하였다. 따라서 린치의 도시계획의 이미지요소인 통로(path), 결절점(node), 지표(landmarks), 구역(district), 에지(edge) 등을 공간구성의 분석유목으로 하였다.

<표 3> 도시 이미지 요소의 건축으로의 적용

	도시관점	건축관점	
	린치 (Lynch)	파씨니 (Passini)	저드 (Jerde)
통로 (path)	도로, 보도, 수로, 운송로	통로, 복도, 수직 동선	도시 중심 도로, 틈새 공간
결절점 (node)	초점 및 중요 장소	내부광장, 교차로	중심지, 초점, 광장, 이벤트장소
지표 (landmarks)	건물, 표지, 상점, 산	특별한 상점, 조각, 장식물	핵심
구역 (district)	구분가능한 특징 있는 도시 지역	기능적, 디자인적 특징이 있는 지역 또는 각 층	특성 있는 소단위 지역, 길 찾기를 위한 안내, 입대상점의 효율적 배치
에지 (edge)	물가, 철로경계, 개발의 경계, 벽	건물 내의 경계	구역의 경계

### (1) 통로 (path)

통로는 출발점을 갖고 연속된 공간을 통해 목적지에 이르는 과정, 즉 어떤 목표에 이르기까지의 방향이다. 수평축과 수

직축으로 이루어진 공간에서 통로는 목표를 향한 강한 방향성과 상징성을 내포한다. 기준점과 목적지가 분명한 통로는 강한 아이덴티티를 통해 도시를 통합시키고, 통로를 지나는 사람들에게 자신의 위치를 지각할 수 있는 감각을 제공한다.<sup>16)</sup>

### (2) 결절점 (node)

관찰자가 안으로 들어올 수 있는 거점으로서 초점이며 전형적인 것은 통로의 접합점 또는 어떤 특징을 갖추고 있는 집중점이다.<sup>17)</sup> 린치는 중심을 결절점으로 표현하였으며 중심으로서 형태는 원형을 이룬다. 통로에서의 결절점은 개방되며 서로 교차되는 통로로의 연결 및 크기에 의해서 주 통로 또는 부 통로가 결정된다. 도시나 공간내부의 주요지점으로서 구심적 힘과 원심적 힘 사이의 긴장감을 통해 장소성을 이루는 접합점이다.

### (3) 지표 (landmarks)

길 찾기를 위한 방향성을 제공해주는 기하학적 형상으로서 중심의 대표적 표현 방법으로 상징적 대상을 배치하여 구심적 역할을 부여한다. 사람들이 실제 이용하지 않아도 늘 참고로 하는 물리적 대상을 의미한다.

### (4) 구역 (district)

개인 또는 집단이 장소나 지역을 소유하거나 점유하여 나타나는 행위의 유형이다. 공간과 공간의 분리를 통한 영역성이 부여된다.

### (5) 에지 (edge)

에지는 경계선이며 가장자리이다. 영역을 안에 에워싸고 그 영역에서 밖으로 향하게 된다. 가장자리에서 중요한 것은 파사드(facade), 난간(parapet), 벽면, 담장 등 건물에서의 꺾이는 부분에 해당된다.

## 3. 저드파트너십(Jerde Partnership) 쇼핑센터 사례 분석

### 3.1. 저드파트너십<sup>18)</sup>

저드는 '장소의 창조(place making)', '체험건축(experience architecture)'등을 통해 비밀상적 경험을 위한 공간을 계획하고 있다. 샌디에고 도심 재개발사업의 일환이었던 호튼플라자 디자인을 통해 세상에 알려졌다. 후코오카의 커널시티 이후 일본에서 다수의 복합 상업시설을 디자인하는 등 아시아로 활동범위를 넓히고 있다. 최근에는 국내 프로젝트에도 참여하였다.<sup>19)</sup>

그는 테마파크에서 사용되었던 테마건축의 개념을 도시민들의 삶의 영역으로 가져오는데 기여하였다.<sup>20)</sup> 그가 설계한 쇼핑센터는 많은 사람들을 공간으로 끌어들이어 클라이언트들에게는

12)Gottdiener, Mark, The Theming of America, Westview press, 2001, p.105

13)1985년 개장한 테마개념을 적용한 저드의 최초 쇼핑센터

14)Passini, Romedi, Wayfinding in Architecture, McGraw-Hill Companies, 1992, pp.112-113

15)The Jerde Partnership, Building Type Basics for Retail and Mixed-Use Facilities, Wiley, 2004, p.139

16)Lynch, Kevin, The Image of The City, MIT Press, 1960, p.54

17)이일행, 현대건축의 구성 체계와 본질에 대한 연구, 홍대박사논문, 1994

18)1977년 존저드(Jon Jerde)에 의해 LA에 설립된 회사이다.

19)Hot Springs Resort(천안, 2005) 와 Sewoon District 4 Redevelopment (서울, 2004), www.jerde.com

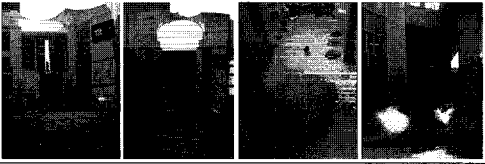
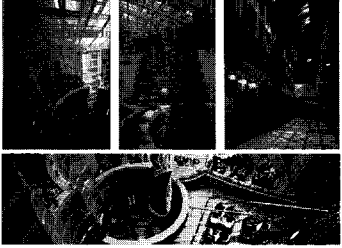
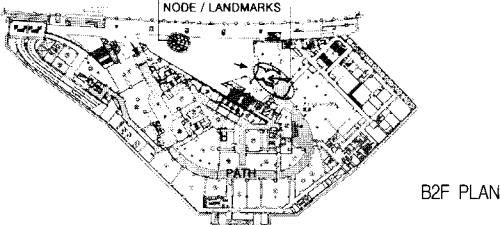
20)J. Steel, Op. cit., p.346

상업적 성공을 가져다주었으나 이런 성공이 국수주의적인 모더니스트 비평가들로부터 공격의 대상이 되었다.<sup>21)</sup> 그에 대한 비판에도 불구하고 실내 쇼핑몰을 창안한 그루엔과 함께 쇼핑센터 디자인의 발전에 기여한 두 명의 건축가 중 하나로 평가 받고 있다.<sup>22)</sup>

### 3.2. 사례 분석

#### (1) 덴츠본사 (Dentsu's headquarters at Shiodome)

<표 4> 덴츠본사 (Dentsu's headquarters at Shiodome) 공간개요

시설 개요	위치	도쿄 (Tokyo)
	완공년도	2002
공간구성	B1-B2F: 리테일, 레스토랑, 문화시설 (극장, 도서관, 미술관) / 1-4F: 레스토랑	
외부		
내부		
평면		
테마	협곡	
공간 구성 요소	동로	곡선형의 메인스트리트
	결절점	선큰 플라자
	지표	분수 (분수 쇼)
	구역	카레타몰 (CarettaMall) B1-B2F: 리테일샵, 레스토랑 협곡테라스 (Canyon Terrace) 1-3F: 레스토랑, 극장
	에지	수평: 주변 빌딩, 지하철역, 수직-협곡테라스의 암벽

시오도메 재개발 사업의 중심지에 덴츠본사 오피스 타워가 있다. 저드는 그 옆의 저층부에 도시생활로부터의 휴식을 위한 장소로서 카레타몰(Caretta mall)과 협곡테라스(Canyon Terrace)로 이루어진 상업 시설을 계획하였다. 도시와의 관계에서 에지에 해당하는 시오도메역과는 보행 데크를 통한 지상과 지하보도를 통한 카레타몰로의 접근이 가능하며 리테일샵, 레스토랑, 광고박물관, 사계극장 등의 구역을 포함한다.

바위 이미지를 주테마로 하여 오랜 시간 물줄기에 의해 깎인 듯 보이는 계단형상은 바위의 강인함과 대지의 확장을 표현한

21)도시에서의 경험을 쇼핑과 같은 상업적인 것으로 보는 저드의 건축 이야기말로 도시에 위해를 가하는 위험한 것이라고 평가하였다.

22)Margaret Crawford, You are here, Phaidon Press, 1999, p.45



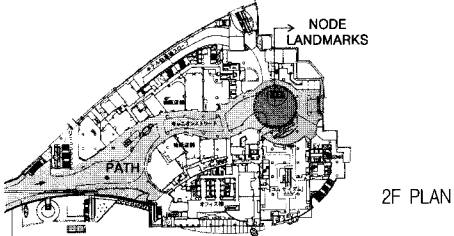
다. 주변을 감싸는 암벽은 쪼개진 커다란 블록들이 수평 층을 이루며 겹겹이 쌓인 퇴적층을 연상시킨다. 바위를 이용한 은유적 표현은 암벽모양을 본 딴 협곡테라스의 입면과 폭포수, 천장을 통한 자연광의 유입 등과 연결되어 전 층으로 이어진다.

지하2층의 선큰 플라자는 주변 빌딩으로부터 지하 쇼핑몰로의 접근이 가능한 실내.외 간의 전이공간으로서 쇼핑센터 내부로의 동선을 모으는 구심점인 동시에 그로부터 통로를 따라 장면의 변화를 이어나가는 원심점의 역할을 하는 결절점이 된다. 휴식 장소이기도 한 보행 결절점내의 거북 모양의 분수는 오가는 길목의 랜드마크로서 이벤트를 제공해준다. 카레타몰에서의 쇼핑을 위한 보행은 테마파크의 메인스트리트에 해당하는 주 통로를 따라 이루어지며 리테일샵의 전면이 통로를 향해 배치되어 있다.

선큰 플라자로부터 내부로의 이동을 통해 바위의 틈새 안으로 들어가듯 협곡장면의 연속성과 통일성을 체험하게 된다. 결절점, 지표, 1층에서 3층에 이르는 실내아트리움의 협곡 테라스의 입면을 형성하는 에지부분에서 협곡내의 암벽을 형상화 한 테마성과 장면의 연속성이 강하게 표현된다.

#### (2) 남바파크 (Namba Parks)

<표 5> 남바파크 (Namba Parks) 공간개요

시설 개요	위치	오사카 (Osaka)
	완공년도	2003
공간구성	1-8F: 쇼핑 및 상업시설 / 상업동의 옥상: 공원 / 9-30F: 업무	
외부		
내부		
평면		
테마	협곡	
공간 구성 요소	동로	곡선형의 센터 몰 (협곡 스트리트), 브리지를 통한 수직연결
	결절점	협곡 코트
	지표	분수 (분수 쇼)
	구역	센터몰 / 상업공간(1-8F): 리테일샵, 레스토랑 / 옥상: 공원
	에지	수평: 지하철역, 수직: 협곡벽면, 테라스

쇼핑 및 상업시설, 공원, 업무시설 구역으로 이루어진 남바파크는 자연과 도시로 부터의 즐거움을 동시에 체험할 수 있는 복합공간이다. 도시와 자연의 만남이 옥상공원과 대협곡을 모

티브로 한 보행자 전용 통로인 센터몰을 통해 도시(Big City) 위에 자연(Big Park)이 겹쳐진 형태로 구현되었다.

경사면을 계단 모양으로 깎아 만든 언덕 모양의 옥상공원은 마치 지표가 융기한 듯 지상 층에서 최상부에 이르기 까지 넓어지는 대지의 형상이다. 자연 체험을 위한 외부 공간이며 이것을 통해 옥상과 접해 있는 리테일샵은 외부와 연계성을 갖는다.

대지가 침식된 협곡을 상징하는 센터 몰은 옥상공원과 상업 공간의 가운데를 관통한다. 지하철역과의 연결은 고가보도 시스템을 통해 쇼핑센터로의 주출입부인 2층으로 연결된다. 침식된 고원을 형상화 한 2층의 협곡코트(canyon court)는 지하철역 으로부터 진입한 사람들을 모아주고 이를 출발점으로 하여 협곡통로(canyon street)로의 연속성과 수직이동을 위한 결절점이 된다. 협곡통로의 커브형태의 부드러움과 역동성 그리고 하늘을 볼 수 있는 개방성은 걷는 즐거움을 제공해주는 체험의 장이다. 협곡 위를 엇갈리듯 가로지르는 투명 유리 박스인 하늘브리지는 분리된 공간의 양편을 이어준다. 브리지를 걸으며 아래 협곡통로에 있는 보행자들을 바라보는 사람들과 이와 반대로 아래 통로에서 투명박스 내의 사람들을 바라보는 모습이 상호간 장면을 연출한다. 협곡통로는 사람들을 내부로, 위로 끌어들이는 구조를 통해 수변시설, 테라스, 투명한 브리지 등의 연속 장면을 만들어낸다. 협곡코트내의 분수시설은 이벤트를 발생시키는 장소이다.

상업시설 구역은 협곡통로에 의해서 동, 서의 두 부분으로 나뉜다. 자연을 모티브로 하는 복잡하고 다채로운 형상은 사람들의 길 찾기를 보다 쉽고 분명하게 하기 위한 8자형의 유연한 곡선 형태의 순환동선체계를 이룬다. 유일한 동선인 협곡통로를 따라 모든 리테일 샵들이 주 동선인 통로를 대면하도록 배치되어있다.


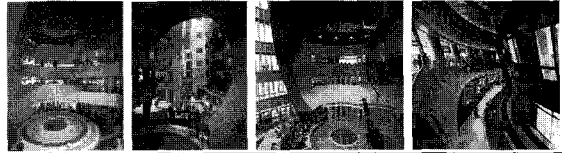
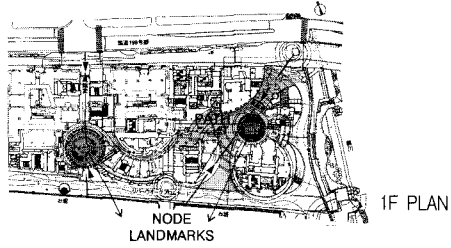
### (3) 리버워크 (Riverwalk)

리버워크는 고쿠카성, 카츄야마 공원과 인접하고 동쪽으로는 일본의 전통적인 상업구역과 맞닿은 무라사키 강변에 위치한다. 전통과 현대성의 결합으로 이루어진 도심재생 사업의 상징인 리버워크 쇼핑센터는 상업시설, 시네마 콤플렉스, 레스토랑, 문화 및 업무시설들로 이루어진 복합 쇼핑센터이다.

남, 북으로 이어지는 보행도로 양방향으로부터의 진입은 곡선의 통로를 따라 각각의 코트로 연결된다. 자연을 모티브로 한 에너지 코트, 미스틱 코트의 두 개의 광장(court)을 결절점으로 이들을 연결하는 통로 어반워크, 캐년워크가 8자 형의 수평, 수직 동선을 형성한다. 상징적인 색채로 이루어진 기하학적 매스의 외관과 내부공간은 주변 환경을 반영하듯 강변길을 테마로 한다. 건물의 기하학적 형태 사이로 나 있는 구불구불한 길이 보행통로로서 동선체계를 이룬다.

중앙의 아트리움 공간을 에워싸는 통로는 1층 중앙의 광장

<표 6> 리버워크 (Riverwalk) 공간개요

시설 개요	위치	키타큐슈 (Kitakyushu)		
	완공년도	2003		
공간구성	B1-4F: 리테일, 레스토랑 / 5-6F: 문화시설(미술관, 극장) / 8-14F: 업무시설			
	외부			
내부				
평면				
테마	강변길			
공간 구성 요소	통로	곡선형의 통로 (어반워크, 캐년워크), 8자형의 수평, 수직 동선		
	결절점	에너지 코트, 미스틱 코트		
	지표	분수 (분수 쇼)		
	구역	리테일 샵, 레스토랑, 연회장, 공연장		
	에지	수평: 지하철역, 수직: 통로난간		

을 무대로 하여 그것을 내려다보는 관람석과도 같은 역할을 한다. 통로를 이동하면서 보행자들은 광장과 곡선형의 통로 반대편에서 이루어지고 있는 사람들의 움직임을 연속된 장면으로 기억하게 된다. 이는 또 하나의 비밀상적인 경험이 된다. 광장 중심의 랜드마크인 분수대는 사람들의 움직임과 어우러져 이벤트를 창출하는 상징성이 있는 구심역할을 하는 테마성 강한 장소이다.

### (4) 라 시타델라 (La Cittadella)

이탈리아의 힐 타운을 모티브로 레스토랑, 리테일샵, 시네마, 나이트클럽 등이 독립된 건물로 이루어진 복합쇼핑센터<sup>23)</sup>이다. 층별로 각기 다른 형태의 평면과 다양한 층고로 구성된 독립된 건물들은 외부의 보행 경사로를 통해 연결된다. 시네시타 (Cinecitta)와 클럽시타(Clubcitta) 거리와 접해 있는 중앙 건물이 분석대상이다. 이곳은 리테일 샵과 레스토랑으로 이루어진 마지오레(Maggiore), 극장과 대형 라이브 홀로 된 시네시타 (Cinecitta), 미용 및 웨딩서비스를 위한 시타웨딩(Citta' Wedding)의 3개 구역으로 구성된다.

플라자와 길로 이루어진 실제 이탈리아의 타운처럼 다양한 도시경관과 길을 모티브로 내, 외부를 관통하는 물을 통해 다

<sup>23)</sup>중앙의 마지오레 (Maggiore, B1-3F)를 중심으로 그 오른쪽에 시네 피트 (Cinepit, 주차장)와 클럽시타 (ClubCita, 라이브클럽) 그리고 아래 부분에 비바체 (Vivace, 레스토랑, B1-6F)와 시네그랜드 (Cine Grande, 대극장)가 있다.

<표 7> 라 시타델라 (La Cittadella) 공간개요

위치	가와사키 (Kawasaki)	
시설 완료년도	2003	
공간구성	B1-F: 리테일, 레스토랑 / 2F: 리테일, 레스토랑, 시네시타(Cinecitta) / 3F: 레스토랑, 시타웨딩(Citta' Wedding)	
외부		
내부		
평면		
테마	이탈리아의 힐타운	
공간 구성 요소	통로	곡선형의 외부 경사로, 건물사이의 브리지
	결절점	중앙 플라자 (plaza), 리프트로비(Lift Lobby)
	지표	분수 (분수 쇼)
	구역	마지올레(Maggiore): 상점, 레스토랑 / 시네시타(Cinecitta): 영화관, 공연장 / 시타웨딩(Citta' Wedding): 웨딩
	에지	수평: 지하철역, 수직: 파사드, 테라스

양한 공간적 경험과 시선을 제공한다. 사람들이 건물 안으로 사라지는 다른 쇼핑센터와 다르게 사람들을 외부로 유도한다. 외부 보행통로와 실내의 개별 상점들 간을 오가며 나타났다 다시 사라지는 사람들의 모습은 끊임없이 변화하는 움직임의 연속 장면인 동시에 그들 스스로가 장면을 연출하는 주체가 된다.

두 도로부터 진입한 사람들을 모아주는 중심지이면서 이탈리아 마을로의 여행을 시작하는 출발점인 원형의 중앙 플라자와 계단으로 이어지는 유리 홀 안의 리프트로비는 엘리베이터 및 에스컬레이터를 통한 수직 이동을 위한 결절점이 된다. 중앙 플라자 중앙의 분수대는 실제 이탈리아의 광장에서도 쉽게 볼 수 있는 랜드마크 적 조형요소로서 테마성의 부각과 함께 빛과 물에 의한 분수 쇼 이벤트의 장이 된다. 동선체계는 플라자를 출발점으로 언덕을 오르듯 마지올레(Maggiore)의 리테일 샵과 레스토랑을 보며 경사진 통로를 따라 올라가다 보면 3층에 다다르게 되고 이어지는 곡선의 통로를 통해 옆 비바체(Vivace) 건물의 레스토랑과 최상층의 엔터테인먼트시설에 이르게 된다. 사람들이 걸어감에 따라서 통일된 테마의 상점들의 전면이 나타났다 사라지고 또 다시 등장하는 연속성을 통해 3차원적인 체험을 하게 된다. 이때 시각에 들어오는 셋백형태의 테라스 공간은 통로 이동에서 경험하게 되는 입면상의 결절점이 된다.

좁은 석조길, 테라스, 브리지, 분수 등은 이탈리아를 연상시

키는 요소이다. 자연적 환경으로서 언덕이 없는 가와사키 지역에 실제의 힐 타운처럼 경사진 통로를 통해 마치 언덕을 오르는 듯 가상의 공간을 조성함으로써 배타적 경험을 제공해준다. 이탈리아의 힐 타운을 테마로 하는 이국적 주제가 통로, 결절점, 지표 등에서 통일성 있게 계획되었다.

### 3.3. 소결

이상의 분석 결과 각 대상 사례별 공간구성요소에 적용된 테마파크 적 특성이 매우 적극적으로 반영된 것은 ◎ 보통은 ○ 소극적인 것은 △로 구분하여 그 경향을 표시하였다.

<표 8> 테마파크 적 특성 비교

공간구성요소	테마 파크 특성	사례			
		덴츠본사 (Dentsu's headquarters)	남바파크 (Namba Parks)	리버워크 (Riverwalk)	라 시타델라 (La Cittadella)
통로	테마성	△	◎	◎	◎
	배타성	△	◎	○	◎
	통일성	△	◎	◎	◎
	비일상성	△	△	△	△
결절점	테마성	◎	◎	◎	◎
	배타성	○	○	◎	◎
	통일성	◎	◎	◎	◎
	비일상성	△	△	△	△
지표	테마성	△	△	◎	◎
	배타성	◎	◎	◎	◎
	통일성	△	△	◎	◎
	비일상성	△	△	△	△
구역	테마성	△	△	△	○
	배타성	△	△	△	○
	통일성	△	△	△	△
	비일상성	△	△	△	△
에지	테마성	◎	◎	○	◎
	배타성	◎	◎	○	◎
	통일성	○	○	○	◎
	비일상성	△	△	△	△

결과표에서 보여지 듯 각 사례 별로 보았을 때 일상에서 벗어난 꿈과 환상의 세계 속으로의 체험이라는 측면에서의 비일상성을 제외하고 정도의 차이는 있지만 테마파크 적 특성을 모두 취하고 있음을 알 수 있다. 공간구성 요소별로는 통로, 결절점, 지표, 에지 등에서 테마 성, 배타성, 통일성 등이 적극적으로 나타난 반면 구역에서는 소극적으로 나타났다. 그 중 테마성은 통로, 결절점, 에지 등에서, 배타성은 지표와 에지에서 그리고 통일성은 통로와 결절점에서 적극적으로 반영되었음을 알 수 있다. 이상의 분석결과는 테마파크 적 특성이 저드의 쇼핑센터에 반영되어 있음을 보여준다.

### 4. 결론

쇼핑공간계획에서 즐거움이 중요한 요소가 된다는 점에서 테마파크적 특성을 반영한 쇼핑공간구성의 특성을 분석하였다. 분석 결과 저드가 설계한 쇼핑센터의 경우 공간 표현에 있어 테마파크에서 볼 수 있는 기법을 사용하고 있음을 알 수 있었

으며 이를 통해 테마파크 적 특성이 적용된 공간구성의 특성을 도출하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 연속성은 테마개념을 형성하는 구조적 장치로서 공간사이의 유사성에 의해 발생한다. 선형적 통로와 공간구성은 이동하는 시선에 따른 장면의 변화를 통해 공간 체험을 가능하게 해주는 요소이다. 분석대상의 통로는 길 찾기의 명료성을 위한 단순화된 곡선형을 띄며 브리지 또는 경사면 등에 의해 수평과 수직 동선이 연계된 회유적 동선체계를 이룬다. 물리적 공간속에서 오가는 사람들의 끊임없는 움직임은 장면의 연속성을 만든다.

둘째, 장소성의 표현으로서 중심의 강조이다. 결절 점의 위치는 외부와 내부쇼핑공간으로의 이동에 있어 진입부에 해당하는 전이적 공간의 성격을 갖는다. 표현방법으로서 원형의 광장을 배치하고 그 광장의 중심에 상징적인 오브제를 두어 중심적 역할을 강조한다. 상징성을 나타내는 오브제인 분수는 저드가 즐겨 사용하는 침수공간의 표현을 위한 매개체이면서 이탈리아의 광장을 연상시키는 요소가 된다. 사람들의 다양한 행위를 담고 있는 광장으로서 결절 점은 쇼핑공간을 찾는 사람들의 체험의 공간으로서 이벤트를 발생시킨다. 장소성의 부각을 위하여 중심공간을 중심으로 하여 축을 따라 개별공간으로의 접근 및 순환이 이루어진다. 수평, 수직의 순환체계에서 중심공간은 전체의 테마 성을 대표하며 다른 구역으로부터 구분된다.

셋째, 영역성이다. 공간은 경계의 형태에 의해 달라지며 경계성의 표현은 벽, 바닥, 천장, 기둥, 발코니 등에 의해서 이루어진다. 영역은 수직면의 높이 차이와 물성에 의해 공간의 개폐성과도 관련된다. 분석대상의 경우 복합 상업시설들로 구성된 각 구역은 통로와 결절점에서 보여 지는 개방성과는 대조적으로 폐쇄성을 갖는 공간이다. 주 층으로부터 상승하여 수직면을 이루는 경계에 해당되는 통로의 벽과 난간부분에서는 전체적인 테마와 연결된 형태와 색, 재료 등이 나타나고 있으나 이를 제외한 각 구역에서의 테마성은 상대적으로 미약한 편이다.

<표 9> 공간구성 분석 결과

공간구성요소	분석결과	
통로	주 통로 곡선형태 수평, 수직회유동선 (경사면, 브리지)	연속성
	통로와 사람의 움직임이 어우러진 장면	
결절점	중심의 강조 (상징성부여)	장소성
	원형의 광장	
지표	진이 공간	영역성
	이벤트성	
구역	지하철역과 연결되는 경계	영역성
에지	수직면의 경계성 경계의 폐쇄성	

저드쇼핑센터의 공통된 특징은 통로를 따라 이루어지는 테마 환경의 체험이다. 구조물들 사이에 생겨난 틈새공간은 다수의 사람들이 통과하는 통로(path) 중심의 디자인으로 표현되었으며 그곳에 다양한 스토리를 삽입함으로써 사람들을 불러들였

다. 동선에 의한 장면의 연속성과 하나의 주제를 중심으로 한 통일성에 의해 현실로부터 벗어난 배타적인 환경을 경험할 수 있다. 테마성이 가장 두드러진 부분은 통로와 함께 공간의 결절점이며 공공성의 장소로서 원형의 광장 형태가 주를 이룬다. 또한 광장내의 중심에는 상징물로서의 수변시설이 랜드마크 역할을 하고 있다. 주된 테마는 자연과 이국적인 것이 주를 이루며 자연을 주제로 한 경우에는 시간적 흐름에 의한 퇴적물로서의 대지의 형상을 주로 사용하였다. 이는 협곡, 층층이 쌓여 올려진 움기된 지반 등으로 표현되었다. 쇼핑센터의 입구, 광장, 통로, 개별 구역 등에 이르기까지 정도의 차이는 있지만 통일된 테마 성을 갖는다.

사람들은 구매를 통해 자신의 정체성을 확인하고 자신의 이미지를 다른 사람들에게 전달하고자 한다. 여성 사회학자 샤론 주킨(Zukin, Sharon)에 따르면 장소를 보고 느끼는 '미적' 인자와 '문화'가 주요한 경제적 요인이 된다. 매력 있는 장소는 단순히 상품의 소비를 촉진시키는 단위에서 벗어나 사람들을 불러들이고 인접 장소에 영향을 준다. 지금까지 살펴본 저드가 계획한 쇼핑센터에서의 테마도입은 이러한 장소마케팅을 위한 사례로서의 의미를 갖는다. 장소의 이미지 구축 및 공간의 경쟁력 강화를 위한 요소로서 국내 쇼핑센터 계획뿐 아니라 다른 상업시설에서의 테마의 적용 가능성에 대한 지속적인 연구가 필요하다고 사료된다.

## 참고문헌

- Lynch, Kevin, The Image of The City, MIT Press, 1960
- James Steele, Architecture Today, Phaidon Press, 1998
- The Jerde Partnership, Building Type Basics for Retail and Mixed-Use Facilities, Wiley, 2004
- Margaret Crawford, You are here, Phaidon Press, 1999
- Gottdiener, Mark, The Theming of America, Westview press, 2001
- Passini, Romedi, Wayfinding in Architecture, McGraw-Hill Companies, 1992
- Shopping Environments: Evolution, Planning and Design, Peter Coleman, Architectural press, 2006
- 이토마사미, 박석희 역, 테마파크의 비밀, 일신사, 1995
- 권순관, 어트랙션 요소를 적용한 테마파크형 뮤지엄의 유형분석, 한국실내디자인학회, 2007
- 문은미, 서울시 쇼핑몰의 테마디자인 적용에 관한 분석연구, 한국실내디자인학회, 2002
- 성정아, 테마개념을 도입한 상업공간계획에 관한 연구, 홍대산업미술대학원 석사논문, 2001
- 이미경 외, 테마파크 도입부의 특성과 디자인 적용방법에 관한 연구, 한국실내디자인학회, 1999
- 이일행, 현대건축의 구성 체계와 본질에 대한 연구, 홍대박사논문, 1994
- 장인경 외, 저드파트너십 쇼핑몰 공간에 나타난 디자인적 특성에 관한 연구, 한국실내디자인학회, 2005
- 조정현, 실내구성에 있어서 공간체험의 연출에 관한 연구, 홍대산업미술대학원 석사논문, 2001
- 상점건축, 2003.1
- 상점건축, 2003.2
- 상점건축, 2003.7
- 상점건축, 2003.12
- www.jerde.com

<접수 : 2007. 10. 31>