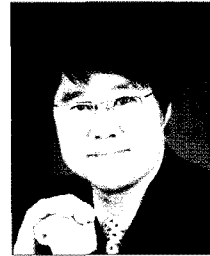


한옥디자인의 새로운 시각

전통한옥과 신한옥의 조건



이 현 수
(연세대학교 주거환경학과 교수)

사람들은 무한한 욕망을 채우면서 살아가기를 원한다. 그러한 많은 욕망 가운데에서도 한 단계 업그레이드되려는 욕망을 갖는 사람들이 많다. 다시 말해, 한 단계 신분 상승을 통해 다른 사람들에게 인정받으면서 자기 자신의 존재를 확인하고 싶어 한다. 그렇다면 자기 자신의 존재를 왜 우리들은 확인하려고 하나? 그건 근본적으로 자신의 행복을 위해서 일 것이다. 자기 자신의 마음속에 행복과 불행이 함께 있다고 하지만 또, 우리들의 마음을 움직이는 건 우리를 둘러싸고 있는 환경이다. 우리들은 주거환경과 건축 환경, 나아가서는 도시환경에 많은 영향을 받으면서 살아가다. 이와 같은 환경에 따라서 즐거워하기도 하고, 우울해하기도 하며 감동을 받기도 한다. 그러면서 사람과 많은 인연을 맺으면서 살아가고 있는 것이다.

이러한 삶의 과정 속에서 우리는 우리의 행복을 보장해주는 주거를 꿈꿔 왔다.

하나의 장소로서 주거는 우리들에게 잊지 못한 추억을 남기기도 하며, 또한 우리에게 미래의 비전을 보여주기도 한다. 미래 학자에 따르면 앞으로 주거는 공간의 중심이 된다고 한다. 감성 사회로 대변되는 21세기에 있어서 사람들에게 생각할 수 있는 여유를 준다는 것은 무척이나 흥미로운 일이다. 문화의 시대에 있어서 주거에 대한 개념을 바꿔 삶의 질을 높이려는 많은 노력을 하고 있다. 주택이 사람들에게 매력적인 건축물로 거듭나기 위해 한옥을 현

대화 하려는 연구개발이 최근 국내에서 태동되고 있다. 주거가 주거답기 위해서는 사람들에게 쾌적한 환경을 제공하고 오감을 풍부하게 자극하면서 문화와 예술을 삶의 중심으로 하는 그런 주택을 제공하여야 한다. 이러한 점에서 전통한옥은 미래에 주거가 어떻게 나아가야하는지를 알려주는 지식의 쉼을 담고 있다. 전통한옥이 오래되었다고 해서 현대주택에 비해 상대적으로 열등하다고 생각하는 건 안 된다. 어떻게 보면 우리가 살고 있는 현대주택은 전통한옥에 비해 풍부한 삶의 형태를 제공하고 있는지도 모른다. 이러한 시각에서 전통한옥을 재해석하여 신한옥으로 진화시키려는 노력은 우리들에게 강한 호기심과 관심을 일으키면서 또 우리들을 설레게 한다. 전통한옥의 계승·발전은 전통한옥에 대한 재해석을 통해 신한옥을 구현함으로써 가능하다. 그렇다면 신한옥을 만들기 위한 전통한옥에 대한 재해석의 조건은 무엇인가?

스타일, 전통한옥의 품격, 라이프스타일, 문화경쟁력이 바로 그것이다.

한스타일

전통한옥을 재해석함에 있어 생각하여야 할 첫 번째 요소로 전통한옥의 스타일을 생각할 수 있다. 주택이 스타일을 갖는다는 것은 자기다움을 갖는 것이다. 타 주택과 차별화된 개성 있는 주택을 스타일이 만든다. 자기 자신의

한옥디자인의 새로운 시각

스타일을 갖기 위해서는 지역성을 충분히 반영하여 주택의 아이덴티티를 갖고 있어야 한다. 지역화를 위해서는 장소적 특성근거로 주택을 만드는 것이 필요하다.

종종 건축가의 스타일은 지역화를 이루는데 큰 역할을 하는 경우가 있다. 대표적인 예가 프랭크 게리(Frank Gehry)가 설계한 구겐하임 빌바오 미술관(Guggenheim Bilbao Museum)이다. 유동적이고 조각으로 표현한 구겐하임 빌바오 미술관은 도시의 랜드마크 건물로서 지역의 특성을 강화시키는 역할을 했다. 베를린에 있는 유대인 박물관도(Jewish Museum, Berlin) 다니엘 리베스킨트(Daniel Libeskind)의 건축적 스타일을 잘 보여주며 역사적 이야기를 들려준다. 다니엘 리베스킨트의 베를린 유대인 박물관은 유대인의 고통의 과거를 상징화하며 방문객들에게 색다른 체험을 제공한다. 마리오 보타(Mario Botta)가 설계한 샌프란시스코의 현대 미술관도 벽돌과 원통을 사용하며 고대 건축의 흔적을 보여주며, 빛의 교회를 설계한 타다오 안도(Tadao Ando)는 콘크리트와 정방형의 형태로 방문자와 교감한다.

이들 건축가는 나름대로의 고유 스타일을 건물을 통해 보여준다. 우리가 처음 건물을 보더라도 쉽게 건축가가 누구인지 추측해 볼 수 있는 것은 스타일 덕분이다. 스타일에는 사람들의 관심을 모으는 힘이 있으며, 사람들의 흥미를 자극하는 힘이 있다. 스타일이 있는 지역에 사람들이 모이게 되며, 그 스타일은 주거단지의 특성을 만들며 사람들과 교감과 추억을 만든다.

주택을 만들기에 있어 고유의 스타일을 갖게 한다는 것은 무척이나 중요한 일이다. 스타일을 만들기에 있어 지역성과 장소적 특성, 그리고 인문학적 특성을 토대로 하는 것은 무엇보다 중요하다. 전통한옥에는 타 문화와 차별화되는 스타일이 있다. 그 스타일을 지속할 수 있을 때 그것은 거주자에게 즐거운 미적 체험을 제공한다. 우리에게 잘 맞는 스타일은 우리들을 편안하게 할 것이다. 전통한옥에 있는 스타일을 현대에서 그대로 적용하기는 어렵다. 현대 생활과 현대 건축 재료에 맞는 스타일로 발전시키는 것이 필요하다. 이러한 스타일을 한스타일로 불러도 좋을 것이다.

앞으로 한 스타일의 개념과 정의를 연구·개발하여 전통한옥의 미래의 발전방향을 제시하여야 할 것이다.

전통한옥의 품격

두 번째 신 한옥의 조건은 한옥의 미적 외관이다. 주택의 아름다운 외관은 사람들에게 삶의 활력을 제공한다. 아름다움을 보고 우리는 감동하기 마련이다. 자연의 아름다움을 보고 우리의 정서가 순화되고 마음은 선해지기 마련이다. 그래서 자연을 접하는 환경에 사는 사람들이 범죄자가 없다는 말이 있지 않는가? 획일화 되지 않고 개성 있는 주택을 만들기 위해서는 많은 건축가와 디자이너의 참여가 필요하다. 또, 그들에 대한 존중이 필요하며 이들이 창의적인 생각을 마음껏 발휘할 수 있는 여건을 조성해 줘야 할 것이다. 아름다운 건축이라는 것은 그 건물을 바라보는 사람들에게 감동의 메시지를 줄 수 있는 건물이다. 전통한옥은 감동의 메시지와 풍부한 사색을 제공하는 품격 있는 주택이다. 그 품격의 중심에는 자연과 교감하는 전통한옥의 미적 질서가 있는 것이다.

사람들은 아름다운 미적 체험을 통하여 행복을 느낀다. 우리가 미술관에 가서 유명화가의 작품을 보며 감동의 눈물을 흘리는 것도 예술가의 내면세계를 통한 정신적 교감이 있기 때문이다. 이 세상에는 사람들에게 정신적 안식처와 영혼의 소리를 전달해 주는 미술 작품들이 많다. 그 대표적인 예로 우리는 에두아르 마네(Edouard Manet)의 ‘풀밭위의 점심’, 빈센트 반 고흐(Vincent van Gogh)의 ‘아를의 침실’, 조지시겔(George Segal)의 ‘러시아워’ 등을 꼽는다. 이런 작품에서 우리들은 많은 즐거움과 행복을 발견한다.

이러한 즐거움과 행복을 단지 미술 작품에서만 느낄 수 있는 것은 아니다. 아름다운 마을의 골목길과 바닷가의 건물에서도 아름다움을 느낀다. 예를 들어, 가우디(Antoni Gaudi i Cornet)의 사그라다 파밀리아 성당(Sagrada Familia)에서 인간의 많은 맘과 정신을 느끼며, 일본 요코하마 국제 여객 터미널의 도시 풍경에서 즐거운 사색을 한다.

남산 꼭대기에서 바라보는 서울의 도시 풍경은 시원함과 많은 것을 가진 것 같은 포만감을 준다. 이처럼 사람들

한옥디자인의 새로운 시각

에게 행복감을 줄 때 도시는 아름답다.

마치 예술작품과도 같이 인간의 내면세계와 정신을 담은 건물이 산재하는 아름다운 주거단지는 사람들에게 삶의 기쁨과 존재감을 선사한다. 아무런 자극이 없고 무덤덤한 그런 주거단지보다는 긍정적 에너지를 자극할 수 있는 요소가 많은 주거단지가 명품주거단지일 것이다.

아름다운 주거단지는 사람들의 오감을 자극하는 주거단지일 것이다. 거주자에게 미적 체험을 제공하는 요소로서 전통한옥의 비례체계를 생각할 수 있다. 전통한옥의 있는 비례체계를 그대로 적용할 수 있지만 비례체계에 대한 재해석을 통하여 미적질서의 본질을 그대로 지속시키려는 노력이 필요하다. 비례체계에 대한 체계적인 연구는 신한옥의 대량생산시스템을 가능하게 할 것이다. 예를 들어, 치수하나를 결정하면 그것에 관련된 각종 치수를 자동으로 결정해 주고, 그러한 치수를 갖는 부재를 컴퓨터에 의해 대량생산할 수도 있을 것이다. 마치 레고처럼 조립할 수 있는 주택시스템을 만든다면 우리 한옥의 활성화와 보급에 크게 기여할 수 있을 것이다. 전통한옥의 비례체계를 고려하지 않는다면 전통한옥의 내재되어있던 미적질서를 지속시킬 수 없을 것이다. 미적비례체계를 고려한 신한옥의 개발은 선택사항이 아니라 필수사항이다. 전통한옥의 품격은 사람들이 가지고 있는 미의식, 비례체계, 재료의 미적 특성, 그리고 색채를 통해 구현해 볼 수 있을 것이다. 전통한옥이 담고 있는 삶의 품격이외에도 주택외관이 주는 품격은 우리의 문화 경쟁력을 강화시키는 요인으로 작용할 것임이 틀림없다.

라이프스타일

감동의 메시지는 문화를 배경으로 하였을 때 이루어질 가능성이 크다. 문화를 배경으로 한 주택에는 많은 스토리가 담겨 있다. 어떤 건물이 사람의 관심을 많이 모으고 적게 모으는 것은 그 건물에 얼마나 다양한 스토리를 담느냐에 달려있다. 이와 같은 다양한 스타일은 라이프스타일에 의하여 만들어 진다. 경제와 문화를 활성화 시키는 데 있어서 스토리에 기반 한 주거단지를 만드는 것이 필요하

다. 스토리는 문화콘텐츠이며, 소프트웨어이다. 문화 콘텐츠가 풍부한 주거단지는 21세기 명품 주거단지 모델이다.

스토리는 라이프스타일을 근거로 하여 만들어지며, 라이프스타일은 그 시대의 상황을 그대로 반영하고 있는 것이다.

세 번째 신한옥의 조건으로 라이프스타일을 생각할 수 있다. 라이프스타일은 우리가 주택을 설계해줌에 있어 반드시 고려해야 할 요소이다. 이러한 점에서 많은 학자들이 주택을 삶을 담은 그릇이라고 말하지 않았던가. 우리가 아무리 좋은 설계를 해서 주택을 만든다고 해도 그 주택을 사용할 실 거주자가 그 주택을 좋아하지 않거나, 그것을 수용할 능력이 없다면 주택을 건축한다는 것은 큰 의미가 없다. 현대화와 산업화에 따라서 사람들은 자연과 교감하고 싶어 하며 잠시 도시를 떠나 전원 속에 몸과 마음을 묻고 싶어 하는 때도 있다. 어떤 사람은 세컨드 하우스로서 전원주택을 생각하기도 한다. 이미 우리들은 근대화에 따라서 서양의 주택, 예를 들어 아파트의 생활에 익숙해져 있다. 사회가 변함에 따라 우리들의 생각도 바뀌었고, 행동도 많이 달라졌다. 예전에 사회에서는 그 나름대로 삶의 방식이 있었고 현대에 삶의 방식도 그 이면에는 특정한 이유가 있다. 신한옥은 옛날의 삶의 방식을 그대로 고수하는 것이 아니라 현대인의 생활에 맞는 그런 주거환경을 주는 것이다. 새것에 대한 관심도 있지만 옛것에 대한 향수도 사람들은 가지고 있다. 다시 말해, 신한옥은 옛것과 새것을 모두 담으려는 그런 주택이다.

외관은 옛날의 향수를 자극하면서도 생활은 현대인의 생활을 영위하는 것이다. IT의 가속화에 따라서 주택도 그것에 많은 영향을 받는다. IT기술이 발전은 사람들의 라이프스타일을 바꿔왔다. 라이프스타일은 본질적 특성상 바뀌기 마련이다. 급속한 속도로 질주하고 있는 현시대에서 사람들은 자기의 존재감과 삶의 의미를 되돌아보기 위하여 여유를 생각한다. 전통한옥의 장점 중 하나는 사람들에게 삶의 여유를 제공하였다는 점이다. 그냥 여유를 갖는 것이 아니라 자연 속에 한 구성요소로서 자연과 동화되며, 교감하며, 자연을 즐기며 행복해 하는 삶의 여유를 제공했

한옥디자인의 새로운 시각

던 것이다. 그러나 현대 아파트에서 그런 삶의 여유를 찾아보기는 무척이나 힘들다. 자연과 교감하고 순응하는 라이프스타일을 다시 되찾는 것이 신한옥의 기본 정신인 것이다.

문화 경쟁력

네 번째 신한옥의 조건은 한옥의 문화 경쟁력을 강화시키는 것이다. 문화 경쟁력의 중요성은 많은 사람들이 익히 알고 있을 것이라고 생각한다.

예를 들어, 우리 인류의 최고의 유산이라고 하는 피라미드 앞에서 많은 사람들이 사진을 찍는 이면의 심리에는 고대의 원시성을 체험해 보려는 욕망이 있을 수 있다. 피라미드와 같은 완벽한 사람이 되고 싶은 욕망이 있을 수 있다. 굳이 사람들에게 강요하지 않아도 찾아보고 싶은 마음을 만들 수 있는 것이 문화 경쟁력이다. 전통한옥은 왠지 모르게 사람들을 끌어들이는 흡입력이 있다. 그렇다면 왜 전통한옥이 사람들을 끌어들이는 공간 흡입력을 가지고 있는 것일까? 그것은 바로 우리 문화 그 자체를 솔직하고 담백하게 보여주고 있기 때문이다.

문화를 통한 도시의 경쟁력을 높이기 위해 뉴욕은 '아이러브 뉴욕'이라는 슬로건으로 뉴욕 시민에게 자부심과 공동체 의식을 불어 넣어 도시의 정체성을 강화시켰다. 대영 박물관과 버킹검 궁전이 있는 런던은 예술의 도시를 표방하며 도시의 문화 경쟁력을 만들어 가고 있다. 분단의 아픔을 겪었던 베를린은 역사적 소재를 스토리화하고 '곰'이라는 상징 동물로 베를린 도시의 아이덴티티를 만들고 세계 유명 건축가를 초빙하여 많은 건축물을 세웠다. 이러한 흐름에 대응하여 대한민국의 서울도 한강 르네상스 사업을 펼치며 '해치'를 상징로고로 사용하는 등 '하이 서울'의 슬로건으로 문화 경쟁력의 파워를 높이려는 노력을 하고 있다. 문화 경쟁시대에 우리는 살고 있는 것이다.

사람들이 가고 싶은 도시를 만드는 것과 문화 경쟁력은 많은 상관관계를 갖는다.

문화 경쟁력은 주택이 편안하고 쾌적하며, 안전하고, 아름답고, 스타일이 있을 때 만들어진다. 사람들이 이상향

으로 삼는 유토피아적 주거단지가 문화 경쟁력을 갖는 마율이 될 것이라는 점에 대해서는 이견이 없을 줄 안다.

우리가 생각하는 유토피아적 주거단지는 인간이 인간을 배려하듯 환경이 사람을 따뜻하게 배려함으로써 존중받는 느낌을 주는 주거단지이다. 이런 환경에서 사람들은 많이 의지하며 안심해 할 것이다. 진정한 주거단지가 되려면 사람들의 심리를 충분히 이해하여 사람과 사람간의 다양한 관계를 창조할 수 있는 그런 환경을 제공하여야 한다. 다양한 자극이 있는 주거환경은 다양한 생각을 만들어 낼 것이며, 그것은 우리가 염원하는 창의적인 주거단지를 궁극적으로 만들어 줄 것이다. 전통한옥의 재해석을 통한 문화 경쟁력은 다른 어떤 것이 흉내 낼 수 없는 독특함과 차별성을 우리들에게 제공한다.

신한옥을 통해 세계 'NO.1'이 아니라 'only one'을 만드는 것은 우리 문화의 자존심을 세계에 보여주는 좋은 시발점이 될 것이다.

전통한옥의 미래 방향: 신한옥

주택 나름의 스타일을 갖는 주택은 궁극적으로 아이덴티티를 갖게 될 것이고, 주택 고유의 아이덴티티는 그 주택을 사용하는 사람들에게 미적 경험을 제공할 것이다. 아름다움을 본능적으로 추구하는 사람들은 미적 경험을 통해 자존감과 자아실현의 기회까지도 가질 수 있을 것이다. 미적 체험은 사람들의 마음을 여유롭게 만들게 될 것이다. 다양한 미적 경험과 직결되어 있는 것은 다양한 라이프스타일을 제공하는 것이다. 다양한 라이프스타일의 수용을 통한 신한옥의 구현은 우리의 주거문화를 보다 성숙한 단계로 이끌 것이다.

21세기가 다른 어떤 시대보다도 상상력을 필요로 하고 상상력이 우리 사회를 주도 한다는 점에 반론의 여지가 없을 줄 안다. 그래서 사람들은 어떻게 하면 상상력을 발휘할 수 있는지에 대해 알고 싶어 한다. 풍부한 상상력을 자극 시키는데 있어서 좋은 방법 중 하나는 거주자의 참여를 통해서이다. 거주자의 참여가 가능한 주택은 열린 주택이다. 열린 주택 속에서 다양한 거주자들이 모여 서로 의견

한옥디자인의 새로운 시각

을 교환하고 그 결과 집단 지성을 이끌어 낼 수 있을 때, 그 공간은 창의적 주거공간이 된다.

앞만 보고 달려왔던 과거를 되돌아보며 우리가 추구해야 될 주택의 방향을 다시 한번 생각해 볼 필요가 있다. 창의력이 넘치는 민주 사회를 만들기 위해서는 시민 교육 및 참여를 적극 유도해야 할 것이다. 시민의 참여는 역동적인 도시를 구현함에 있어서 핵심 역할을 할 것이다. 사회는 역동성이 있어야 하며, 다양성이 있어야 한다. 이런 역동성과 다양성의 중심에는 21세기에 꿈꾸는 신한옥이 있다.

아파트로 대표되는 서양 주거문화를 우리의 주거 표준

으로 생각해 왔다. 그러나 서양의 주거가 우리의 몸에 꼭 맞지 않는다는 것을 이제 우리들은 심각하게 생각하게 되었다.

현시점에 이런 생각을 했다는 것은 어찌 보면 너무나 적절한 일이다. 세계의 중심에 서서 우리의 문화를 보여주고, 궁극적으로는 대한민국의 국민의 삶의 질을 향상시키기 위한 첫 걸음이 신한옥 개발에 담겨져 있다고 생각한다. 장기적인 시각과 안목에서 전통한옥에 대한 다양한 해석과 또 현대화를 위한 다양한 논의를 통해 쾌적한 환경이 있고 삶의 즐거움이 있는 신한옥을 만들어야 할 것이다.