

도시는 무엇으로 사는가

도시를 바라보는
열다섯 가지 인문적 시선

유현준 홍익대학교 건축대학 교수
유현준건축사사무소 소장



도시는 무엇으로 사는가
유현준, 을유문화사, 2015.

어떤 거리는 왜 걷고 싶은가? 현대 도시들은 왜 아름답지 않은가? 강북의 도로는 왜 구불구불한가? 교회는 왜 들어가기 어려운가? 우리는 왜 공원이 부족하다고 말할까? 왜 사람들은 라스베이거스의 네온사인을 좋아하는가? 이 책은 많은 사람들이 궁금해하는 것들에 대해 이야기한 책이다.

도시 이야기를 하지만 그 이야기를 풀어가면서 경제, 사회, 정치, 문화에 대한 다방면의 학문 분야와 함께 통섭적으로 전개해 나간다. 건축 이야기를 하는가 싶다가도 어느새 생물학에 대한 이야기를 하고, 그러다가 다시 정치 이야기로 넘어가는 식이다. 쉽고 간결한 문체로 쓰여 누구나 재미나게 읽을 수 있다.

한국은 좋은 건축가를 배출하기에 좋은 교육시스템을 가지고 있다. 청소년기까지 여러 가지 과목에 대해 밀도 있는 교육을 받는데, 만약 나이가 들어서 다른 과목끼리 연결시키는 수평적인 사고만 가능해진다면 창의적인 발상을 하기에 좋은 교육 환경인 것이다. 이 책이 다양한 분야를 넘나드는 것도 그런 영향이 적지 않다고 생각된다.

걷고 싶은 거리의 법칙

이 책에서 처음 보이는 독특한 이론이 있다. 바로 걷고 싶은 거리를 만드는 공식이다. 나는 걷고 싶은 거리의 특징을 ‘이벤트 밀도’라는 이론으로 설명하였다. 이벤트 밀도란 쉽게 이야기하면 ‘단위 거리당 가게 입구의 수를 정량화한 것’이다. 예를 들어서 홍대앞 거리는 100m를 걸어가면서 총 17개의 가게 입구를 만난다. 반면 테헤란로는 8개밖에 없다. 홍대앞 피카소 거리의 경우에는 길 건너편을 횡단보도 없

걷고 싶은 거리를
만드는 공식을
‘이벤트 밀도’라는
독특한 이론으로
풀어냈는데,
이는 단위 거리당
가게 입구의
수를 정량화한 것이다.

이 건너갈 수 있기 때문에 이곳을 걷는 사람이 실제로 선택 가능한 가게의 수는 34개이다. 수치적으로 테헤란로의 4배 이상이다. 결국 홍대앞 거리는 테헤란로보다 4배 정도의 선택권을 보행자에게 주는 셈이다.

만약에 출입구가 2개가 나와서 결과적으로 선택의 경우가 2번 나오면 둘 다 안 들어가고 지나치는 경우, 앞의 가게만 들어가는 경우, 뒤의 가게만 들어가는 경우, 두 가게 모두 들어가는 경우 등 모두 4번의 '이벤트 경우의 수'가 발생한다. 따라서 상점의 수가 'n'이라면 보행자가 겪을 수 있는 이벤트 경우의 수는 '2ⁿ'이 된다. 그야말로 기하급수적으로 선택의 다양성이 증가하는 것이다. 공영방송 4개 채널만 있던 1980년대 TV 리모컨과 100개 이상의 채널을 제공하는 요즘의 케이블TV 리모컨을 비교해 보면 어떤 느낌인지 알 수 있을 듯하다.

보행자에게 다양한 선택권이 주어진 거리가 곧 보행자에게 더 많은 권력을 양도하는 거리이다. 여기에 더 많은 이벤트가 주어진다면 보행자는 마치 채널이 100개가 넘는 요즘 TV를 계속 돌려보는 것과 같은 경험을 하게 된다.

거리를 분석하는 두 번째 공식은 '거리의 속도'이다. 공간은 원래 비어 있는 것이고, 그 비어 있는 공간에 움직이는 물체가 공간에 운동에너지를 부여한다. 운동에너지는 $E = 1/2mv^2$ 이라는 공식으로 표현된다. 공식에서 나오듯이 속도의 제곱으로 에너지가 만들어진다. 따라서 같은 공간이라고 하더라도 자동차가 시속 60km로 달리는 것과 사람이 시속 4km로 다닐 경우 그 공간이 가지는 에너지와 속도는 확연히 다르다. 이러한 차이가 어떤 거리는 더 걷고 싶게 만들고, 어떤 거리는 걷기 부담스러운 거리로 만든다.

예를 들어 테헤란로는 넓은 차선의 도로 위로 빠른 자동차들이 이동한다. 그래서 전체적으로 공간의 속도는 빨라진다. 하지만 홍대앞 피카소 거리는 차선도 적고 주변에 있는 카페의 테크가 전체적인 공간의 속도를 떨어뜨린다. 카페의 테크는 사람들이 앉아 있는 공간이기 때문에 운동에너지가 아주 작다.

각각의 공간 면적에 그 공간 속 오브제의 평균속도를 곱해서 더한 후 전체 면적으로 나눈 값이 그 공간의 속도가 된다. 이 계산 값에 의하면 홍대앞은 4.68의 공간속도 값이 나오고, 테헤란로는 52의 값이 나온다. 걷고 싶은 거리는 이처럼 사람의 보행속도인 시속 4km의 속도와 비슷한 값을 가지는 공간에서 형성된다.

현대 도시를 둘러싼 흥미로운 분석

현대 도시가 아름답지 않은 이유에 대해서도 설명해 놓았다. 과거에는 기술적인 제약이 많아 사람들은 자신이 사는 주변에 있는 재료를 가지고서 건축을 하였다. 따라서 모든 건축물들이 동일한 재료를 가지고 만들어져서 통일감이 있었다.

반면에 현대는 물류가 워낙 발달해서 같은 거리에서도 벽돌 건물 옆에 유리 건물이 있고, 그 옆에 중국산 돌 건물과 시리아산 돌 건물이 연이어 늘어서는 등 아주 다양한 재료의 건물이 한곳에 있다. 그런데 건축물의 형태는 단순한 박스 형태다. 이것이 현대 도시를 아름답지 못하게 만드는 요소이다.

또 과거에는 사람의 노동력을 가지고만 건축을 해야 하였기에 사람이 움직일 수 있는 규모의 건축자재만을 가지고 휴먼 스케일로 마을을 만들었다. 따라서 땅의 모양에 따라 건축물이 다양하게 변화하였다. 하지만 현대에 와서는 토목기술이 발달하면서 박스 형태의 건물에 맞추어 땅의 모양을 바꾸는 쪽으로 변화였다. 형태는 단순해지고 재료만 다양해진 것이 현대 도시이다. 아름답지 못한 것이 당연하다.

한편 한국 사람들은 종로의 간판은 싫어하면서 라스베이거스의 네온사인은 좋아한다. 그 이유는 뭘까? 사람의 교육 배경에 그 답이 있다.

공간은 인간이 머릿속에서 만들어 내는 관념의 산물이다. 따라서 한글을 읽는 한국 사람들에게는 한글 간판이 지나치게 많은 정보이지만, 라스베이거스의 네온사인 간판은 외국어인 영어로 쓰여 있어서 정보라기보다는 장식으로 느껴진다. 같은 이유로 미국 사람들은 한국의 네온사인 간판을 화려한 조명으로 바라보고 즐긴다. 개인적인 차이 속에서 다르게 인식되는 도시 공간, 그 이야기는 누구에게나 읽는 재미를 안겨 줄 것이다.

도시 공간에도 권력이 숨어 있다

이 책에서는 도시 속 공간에서 보이는 권력에 대해서도 논하고 있다. 보통 '바라볼 수 있는 사람'이 '보여지기만 하는 사람'보다 더 권력을 가진다고 말한다. 일상에서 이러한 경험을 쉽게 하는데, 아파트에서 한 층이라도 더 높은 곳에 살아서 낮은 층에 사는 사람을 내려다볼 수 있는 경우가 이에 해당한다. 펜트하우스는 꼭대기에서 내려다보기만 하는 곳이기 때문에 가장 비싸다는 이야기가 그래서 나왔다.

그렇다고 높은 곳이 항상 비싼 것은 아니다. 옥탑방은 높이 있지만 보안 시스템 같은 것이 없는 탓에 옆에서 쉽게 넘어 들어갈 수 있다. 당연히 쌀 수밖에 없다.

같은 원리로, 어떤 공간에 들어가는 데 제약이 있을 경우, 공간의 안쪽은 더 많은 권력을 가진 사람이 사용하는 공간이 된다. 자금성의 가운데서 살았던 황제와 항상 비서실을 통해서만 전화를 받는 회장님도 같은 경우다. 나이트클럽에 문지기가 서 있는 것 역시 마치 중요한 공간에 들어가는 것으로 착각하게 만들어서 달콤한 권력을 판매하는 고도의 상술이다.

물론 '보여지는 것'이 항상 나쁜 것만은 아니다. 우리가 부러워하는 뉴욕의 센트럴 파크는 실제로 밤에는 대부분의 공간이 감시가 되지 않아 위험한 우범지대인 반면, 그보다 크기는 작지만 서울의 한강 둔치는 주변의 아파트와 강변도로의 불빛으로 항상 감시를 받아 안전한 공간이 되고 있다.

따라서 초등학교 운동장 주변에 건전한 상가 아케이드를 배치하는 것도 나쁘지 않다. 그렇게 되면 학교 운동장은 주변의 문방구 아줌마와 카페에서 차를 마시는 사람들에게 의해서 항상 감시를 받아 안전한 공간이 된다. 한 걸음 더 나아가서 학교 운동장은 저녁시간에 동네 사람들이 찾는 커뮤니티 광장이 될 것이다.

보행자에게 다양한
선택권이 주어진
거리가 곧
보행자에게
더 많은 권력을
양도하는 거리이다.

더 많은 이벤트가
주어진다면
보행자는 마치
TV를 돌려보는
것과 같은 경험을
하게 된다.

건축, 환경과 문화 속에 완성되는 유기체

좋은 건축과 나쁜 건축은 포도주와 소주로 비유할 수 있다. 어느 지역에서나 동일한 맛이 나는 소주는 지역성이 반영되지 않은 국제주의 양식 혹은 브랜드 아파트와 같다. 반면에 포도주는 같은 품종, 같은 와이너리라고 하더라도 그해의 날씨에 따라서 다른 맛이 나고, 같은 포도라고 해도 술을 담그는 사람에 의해서 다른 맛이 난다. 이는 마치 각기 다른 땅의 조건에서 다른 건축가에 의해서 그 땅에만 있는 건축물을 만들어 내는 과정과 비슷하다. 좋은 건축이 되려면 포도주처럼 각기 다른 땅에 맞게 주문 제작된 건축설계가 필요하다.

더 나아가서 제품 디자인을 하듯이 건축물을 디자인하는 것은 잘못된 일이다. 제품 디자인은 외부에서 바라보는 시각에서 디자인하는 것이고, 건축 디자인은 밖에서 바라보는 것뿐 아니라 내부에서 외부를 바라보는 시각도 중요하다. 따라서 모든 디자인은 사람의 몸보다 작냐 아니면 크냐에 따라서 완전히 다르게 접근이 이뤄져야 한다. 자동차는 늘 이동하는 것이어서 그 디자인이 주변 환경과 상관이 없지만 건축은 한 장소에 정착하는 것이므로 향(向)을 비롯하여 대지가 가지고 있는 각종 조건에 맞추어서 디자인되어야 한다.

읽어 가는 것에 대한 흥미로운 고찰

이 밖에도 이 책에서는 재미를 주는 다양한 주제를 다뤘다. 한자와 알파벳, 바둑과 체스 등을 비교하면서 동양과 서양의 건축적 특징이 나타나게 된 문화적 배경을 이야기하고, 개미집과 벌집이 왜 다른 특징을 가지게 되는지도 설명해 놓았다. 한편 우리가 TV를 많이 보는 이유는 마당이 없는 집에서 살기 때문이라는 해석도 내놓는다. 시시각각 변화하는 자연을 담아내는 마당이 없기 때문에 우리는 공간의 단조로움에 지쳐서 TV 속 변화와 이벤트에 더 몰입하게 된다는 것이다.

물론 이들 각각의 이야기들이 논문 등으로 증명된 내용은 아니다. 다만 도시를 둘러싼 많은 질문들에 독특하면서도 합리적인 답을 전하고 싶었을 뿐이다. 새로운 창조는 새로운 시각에서 시작되는 법이기에... 도시에 대한 새로운 시각을 엿보고 싶다면 「도시는 무엇으로 사는가」를 읽어 보기를 권한다.