

문화 인큐베이터로서 도심지 공간 요소의 기호학적 해석

A Study of Semiotic Analysis of Urban Spatial Elements as Cultural Incubator

주 저 자 : 오은주 (Oh, Eun Ju)

한양사이버대학원 디자인기획과

교 신 저 자 : 엄기준 (Um, Ki Jun)

한양사이버대학교 디자인학부 교수
gijunum@hanmail.net

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2020.2.107>

접수일자 2020. 5. 19. / 심사완료일자 2020. 5. 30. / 게재확정일자 2020. 6. 24.

Abstract

This study analyzes and considers urban space that has been created and changed in time and space in the process of change in Korean society in terms of cultural and semiotic aspects.

As a method of consideration, we first examine the theoretical background of semiotics and the symbol model to be applied, and then understand the temporal and historical background of the subject space as a place of production and the cultural symbolic elements of the subject space through the poetic and synchronic examination of the subject space. According to its characteristics, it was classified into each series. The reason for this work is to identify the status of cultural space and ideological origin of urban space in which we live, and to derive the inter-dynamic relationship between human and space. As a result of this consideration, I would like to reconfirm the sociocultural position of urban space and illustrate the influence of urban space on human life as a cultural incubator. And we want to reconsider the urban space to combine the expectations and dreams of the future we imagine with the present urban space to contribute to achieving an urban space that interacts more actively with humans, and an urban space that plays a role in restoring the human essence.

Keyword

Cultural & semiotic(문화 기호학적), Urban spatial elements(도시지 공간 요소), Cultural incubator(문화 인큐베이터), Restoring human essence(인간 본질 회복)

요약

본 연구는 한국 사회의 변화 과정 속에서 시간적, 공간적으로 발생, 변화되어온 도시지 공간을 문화적, 기호학적 측면에서 분석, 고찰하여 주제 공간 속에 있는 문화적 요소들의 기호학적 의미와 사회문화적 함의를 이해하고자 하는 데 있다. 그 고찰의 방법으로는 먼저 기호학의 이론적 배경과 적용될 기호 모델을 살펴보고 주제 공간의 통시적, 공시적 고찰을 통해 문화 발생과 생산지로서의 주제 공간의 시간적, 시대적 배경을 이해하며 주제 공간의 문화 기호학적 요소를 그 특성에 따라 각각의 계열체로 분류하였다. 이 같은 작업의 원인은 문화 생산지로서 그리고 이데올로기 발생지로서 도시공간의 위상을 확인하며 인간과 공간의 상호 역학적 관계를 도출하고자 하는 데 있다. 이 같은 고찰의 결과로 도시공간의 사회 문화적 포지션을 재확인하고 문화 인큐베이터로서의 도시공간이 인간 생활에 끼치는 영향력을 예시하고자 한다. 또한 우리가 상상하는 미래에 대한 기대와 꿈을 현재의 도시공간에 접목시켜 인간과 더욱 활발한 상호작용을 하는 도시공간, 인간 본질을 회복하는 도시공간을 재조명하고자 한다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 목적
- 1-2. 연구의 범위 및 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 기호학의 이론적 고찰
- 2-2. 기호의 구조와 의미작용
- 2-3. 기호와 도시공간

3. 도심지 공간의 이해와 기호학적 고찰

- 3-1. 문화와 이데올로기 그리고 도시공간의 이해
- 3-2. 건축 기호학과 도시 기호학의 기호적 요소 고찰
- 3-3. 주제 공간 해석을 위한 이론의 적용

4. 주제 공간의 기호학적 고찰

- 4-1. 문화발생지로서 통시적 고찰
- 4-2. 문화생산지로서 공시적 고찰

4-3. 통시적, 공시적 고찰의 종합 해석

4-4. 인간적 차원 회복을 위한 이론적 고찰과 제안

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 목적

본 연구는 한국 사회의 변화 과정 속에서 시간적, 공간적으로 발생되고 변화를 거쳐 온 강남역에서 신논현역 사이의 공간(이하 '주제 공간'이라 칭한다)의 문화적인 측면에서의 의미를 고찰하고자 하며 주제 공간 속에 있는 요소들의 기호학적 의미와 요소들의 사회문화적 관계를 고찰하고자 하는 데 있다.

이 같은 작업은 우리가 살고 있는 도시공간이 어떠한 요소들의 상호작용으로 문화적 코드를 창출하고 있는지를 확인하는 것이며 이를 통해 도시공간의 문화적 포지셔닝 틀이 어떤 방식으로 정립되는지를 제시하는 것이다.

도심공간의 고찰이 이제까지 도시공학적, 기술공학 적, 사회과학적 행정적 차원에서 이루어졌다면 기호학적 면에서 풀어낸 신화와 도시 담론은 심층적인 인간의 생활을 재해석하여 도심공간과 인간의 풍요롭고 조화로운 삶에 목적을 가진다.

1-2. 연구의 범위 및 방법

도시공간을 문화적 기호체계로 해석하기 위해서는 먼저 공간의 의미를 분석, 이해를 위한 기호학적 접근이 필요하다. 이를 위해 기호와 기호학의 이론적 배경을 고찰하였다. 그리고 문헌연구를 통해 문화 발생지로서의 주제 공간의 서사적 성격을 파악하기 위한 통시적 고찰을 시도하였고 기호학의 관점에서 주제 공간의 요소를 분류하여 문화 생성지로서의 공시적 고찰을 시도하였다.

공시적 고찰의 기준시점은 지하철 2호선의 개통으로 인해 주제 공간이 문화 발생지에서 문화 생성지로서의 역할이 전환된 시점이라고 볼 수 있는 1982년으로 잡았다. 통합적인 공간에서 계열체로 분류된 요소들의 해석은 롤랑 바르트의 방법의 따른다.

2. 이론적 배경

2-1. 기호학의 이론적 고찰

2-1.1 기호의 개념

기호란 '다른 무엇인가를 대신하는 모든 것'을 의미하며 일정한 내용을 표시하기 위한 문장, 표장(標章), 부호 등을 이른다.

모든 기호의 존재 이유는 근본적으로 정보와 의미를 전달하는 커뮤니케이션의 기능에 있다. 즉, 기호는 어떤 의미를 전달하는 실질적이고 구체적인 대상을 말한다.

2-1.2 기호학의 정의

기호학은 "인간의 모든 사고과정과 지식체계가 기호로 구성되어 있다"라는 전제하에 기호의 속성 즉, 기호의 구조, 의미, 활용 등을 연구하는 학문이라고 할 수 있다. 기호학은 상징체의 창조와 의미작용이 어떻게 이루어지는가를 연구하는 학문으로 연구의 대상이 되는 상징체가 어떤 구조로 만들어졌으며 어떤 의미를 품고 있는가를 분석하는 것을 목적으로 한다.¹⁾

오늘날 기호학은 독립된 학문의 한 분야로 성장하였고, 언어 기호학, 시각 기호학, 건축 기호학, 음악 기호학, 연극 기호학, 문학 기호학, 텍스트 기호학 등 다양한 분야로 발전하고 있다.

2-2. 기호의 구조와 의미작용

2-2.1 기호의 구조

언어학에서 구조주의의 인식과 방법론을 마련한 소쉬르에 따르면 언어는 하나의 기호이며 그것은 관념을 표현하는 도구이다. 그리고 그것은 전체 안에서 다른 낱말들과의 관계에 따라 그 의미가 결정된다. 예컨대 ‘나무’라는 낱말의 의미는 그것이 가리키는 대상에 의해서가 아니라, 전체 언어 체계 안에서 다른 낱말들과의 관계에 따라 결정된다. 곧 기호는 사물과 관계를 맺는 것이 아니라 언어 체계 안에서 다른 기호들과 관계를 맺으며, 그것의 의미는 전체 체계에서 독립해 존재할 수 없다.

일상의 기호는 언어와 이미지, 표지판 등으로 매우 다양하게 나타나지만, 그것이 가능한 것은 사용하는 공동체의 구성원들이 기호 체계의 규칙들과 약속들을 공유하고 있기 때문이다.

소쉬르는 언어의 조직구조를 통합체²⁾와 계열체³⁾로 그리고 기호를 기호 표현과 기호 내용이라는 두 요소의 형식 구조로 보았으며 기호의 의미는 이 둘의 결합에 의한 것으로 각 요소들의 상호 관계라는 측면에서 해석할 수 있다. 그는 기호의 개념적 측면을 기의, 물리적 측면을 기표라고 구분하였다.

[표 1] 소쉬르의 기호모형

기호-표상세계	기의(Signified)-개념적
	기표(Signifier)-물리적

1) 김경용, 기호학이란 무엇인가, 민음사, 1994, p12
 2) 공통점이 있는 것들의 집합
 3) 계열체들이 엮여져 다중적인 의미를 생성하는 코드

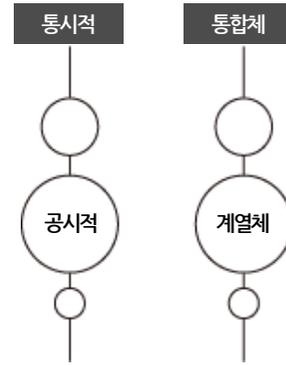


그림1) 기호의 구조주의적 이해

소쉬르의 방법론에 더해 바르트는 기호를 1차 의미와 2차 의미로 제시했는데 1차 의미는 1차 기호와 기표로 이루어지며 외시미(denotation), 즉 직설적이고 객관적인 의미를 말한다.

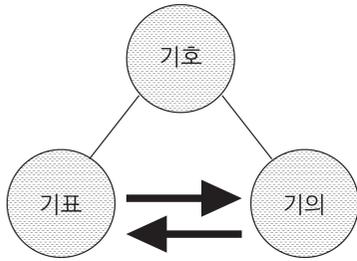
1차 의미에 개인의 관념이나 사회문화적 이데올로기가 더해져 자의성의 차원인 2차 공시의미(Connotation), 함축의미-신화를 가진다고 설명하였다. 바르트가 말하는 신화는 진의를 판단하는 개념이 아닌 문화적 이야기, 사고방식을 말한다. 본 논문에서 사용하는 이론은 소쉬르의 계열체의 개념과 다음과 같은 롤랑 바르트의 기호모형을 따른다.

[표 2] 롤랑 바르트의 기호모형

1단계 외시적 의미		2단계 함축적 의미(신화)
객관적		주관적, 문화적
1. 기표	2. 기의	4. 기의
3. 기표		

2-2.2 기호의 의미작용

인간은 문자를 포함한 상징(symbol)과 도상(icon), 지표(index)를 갖고 자신의 생각을 표현하고, 다른 사람의 생각을 읽으며, 서로 의사를 소통한다. 여기서 자기 생각을 표현하거나 다른 사람의 생각을 읽어 내는 행위를 의미작용(signification)이라 한다.



기호의 의미작용발생

그림 2) 기호의 의미작용

도시공간에서의 의미작용은 발신자(기호, 기표)와 수신자(인간, 행동자) 사이에 외시와 함의 반응으로 일어나며 그 결과는 문화양식 또는 이데올로기의 생성과 공유로 나타난다.

2-3. 기호와 도시공간

현대의 도시공간은 다양한 요소들로 이루어져 있다. 예를 들어 도시공간에 필수적인 요소인 건축물과 그리고 건축물과 건축물 사이의 여백 공간, 도로, 그 밖의 조형물 등의 물리적인 구조물과 그것들을 이용하며 상호작용을 하는 인간 역시 도시공간을 이루는 하나의 요소가 될 수 있다. 그 기호들은 분류 기준에 따라 문화적 기호, 경제적 기호, 인류학적 기호, 시대적 기호, 이데올로기적 기호 등 다양성에 따른 군(群)으로 분류할 수 있다.

3. 도심지 공간의 이해와 기호학적 고찰

3-1. 문화와 이데올로기 그리고 도시공간의 이해

바르트에 의하면 신화는 하나의 의사소통 체계, 곧 하나의 메시지이며 기호학인 동시에 역사과학으로서 이데올로기에 속한다.⁴⁾ 텍스트로서의 공간은 그 공간의 발생과 발전에 따라 문화가 생성, 변화되었으며 다양한 층위의 공간에서 인간들이 자의적으로 만들어내는 기호 체계 속에서 신화를 징검다리로서 한 이데올로기가 탄생을 하게 된다.

도시공간의 신화는 이데올로기를 창출하고 이데올로기는 또 다른 신화를 만들어내며 이데올로기의 진위와는 상관없이 도시공간의 문화와 미래를 이끌어간다.

4) 롤랑 바르트, 현대의 신화, 동문선, 2002, p269

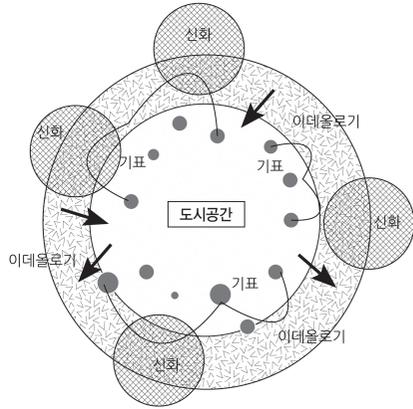


그림 3) 도시공간과 이데올로기의 관계

3-2. 건축 기호학과 도시 기호학의 기호적 요소 고찰

건축 기호학은 공간 기호학의 하위범주⁵⁾ 다음에 소개하는 5가지 건축 기호학의 요소에서 도시공간 기호학으로의 근거를 찾고자 한다.

1)에코의 약호유형론 : 건축적 물체는 약호화 된 방법으로 생산되며 사회적 규약에 따른다⁶⁾

[표 3] 에코의 약호유형론⁷⁾

기술적 약호	돌보, 마루, 원주, 콘크리트, 와이어	건축의 구조적 조건
통사적 약호	원형도면, 미로, 고층	통사론적 규칙을 나타냄
의미론적 약호	지붕, 계단, 창문	외시적 주요기능
	공적공간, 거실, 응접실	거주의 이데올로기
	병원, 별장, 학교, 궁전, 철도역	기능적, 사회적 형태
에코의 건축 기호학 : 일정 종류의 약호에 기초한 효과적인 커뮤니케이션		

2)쟁크스의 건축 기호학 : 문화는 물리적 차원과 이데올로기 차원의 형식을 통해 의미를 전달한다.

5) 김성도, 도시인간학, 안그래픽스, 2014, p488

6) Ibid, p455

7) Ibid, pp452-458

[표 4] 쟁크스의 건축 기호학의 기표와 기의⁸⁾

기표	형태, 공간, 표면, 볼륨	
기의 (개념과 이데올로기)	1차적	의도적 / 미학적 의미 건축적 관념 기능, 활동, 생활양식 상업적 목적 / 기술적 시스템
	2차적	잠복적 상징 / 암묵적 기능 숨겨진 의미 / 근접 공간학
쟁크스의 건축 기호학 : 문화는 물리적 차원과 형이상학적 차원의 상호작용의 형식을 통해 표명된다.		

3)벤투리의 건축 기호학 : 디지털기술과 정보화시대에 있어서 건축은 기술, 설명, 설득의 풍요로운 의미와 암묵적 기능을 부여하는 기호로 작용한다.

[표 5] 벤투리의 정보화 시대와 건축 기호⁹⁾

역사적, 장식적 건축 기호	▶	디지털 시대의 건축 기호	
이집트상형문자	▶	정보시대의 광고판	기술, 설명, 설득의 건축 기호학
성당의 파사드	▶	도심지 삼차원 전광판	
벤투리의 건축 기호학 : 공간으로서의 건축이 아닌 기호로서의 건축			

4)하마드의 건축 기호학 : 건축공간의 기호분석에 토포이¹⁰⁾라는 개념을 도입. 토포이는 공간의 핵심 장소나 요소들을 말하며 이것은 발신자의 역할을 하며 이 인간행동자를 조종한다.

하마드는 사람과 공간과 움직임의 중심으로 기호학적 분석을 시도하였으며 특정 공간인 세미나실을 기호학적으로 분석하여 공간의 물질적, 비물질적 기표와 수신자들에게 대한 해석을 한다.

[표 6] 하마드 교수의 토포이 이론¹¹⁾과 세미나실의 기호학적 분석

토포이(발신자)	양태적 역할	수신자 또는 기의
요소	수신자 조정	공간 사용자(인파)
구분	사회적, 물리적 경계선	공적, 사적공간
의미	인간이 추구하는 가치의 대상	이데올로기
세미나실의 기호학적 분석 ¹²⁾		
공간 또는 참여자	기의화된 행동들	기의
세미나		지식의 생산, 전달과 변형
강사	주제발언	지식 소유의 표현
참여자	세미나 참여	암묵적 계약수용
세미나실		지식의 소통
세미나실의 가구와 배치		행동의 규칙, 제약
하마드 교수의 건축 기호학 : 건물, 사람, 물건, 공간이 혼합되는 융합 기호체계		

5)린치의 도시공간 분류 : 린치에 의하면 도시공간의 요소들은 도시 내의 방향성과 가독성, 이미지 형성에 많은 영향을 미친다. 린치는 사람들이 이동하기 쉬워지고, 기억을 오래 할 수 있으며 방향성을 잃지 않고 도시 생활에 활력을 불어넣어 주는 좋은 도시공간의 5가지 요소를 정의했다.

[표 7] 린치의 5가지 공간 요소¹³⁾

통로	도로, 거리, 철도, 다리 등 통행과 관련
경계	벽, 건물, 해안선등 경계선
지역	문화 공간, 유명한 지역, 분명한 용도
결절점	광장, 교차로, 로터리, 만남의 장소
랜드마크	건축물, 기념비, 개체, 인지의 용이
린치의 공간 요소의 중점 : 좋은 도시공간의 조건, 방향성, 가독성, 이미지 형성	

8) Ibid, pp462-466

9) Ibid, p472

10) Ibid, p493

11) Ibid, pp462-466

12) Ibid, p495

13) Kevin Lynch, The image of the city, The MIT Press, 47p, 1990

3-3. 주제 공간의 해석을 위한 이론의 적용

앞서 살펴보았던 건축 기호학적 이론을 다음과 같이 적용하며 주제 공간의 기호학적 해석을 하고자 한다. 그리고 인위적인 산업도시공간을 비판하며 인간적 차원의 회복을 위해 도시와 기호학을 연결하고자 했던¹⁴⁾ 바르트의 시도를 이 해석의 최종 목적으로 삼고자 한다.

[표 8] 건축 기호학 이론과 주제공간 분석을 위한 적용

분석의 목적		
외적, 내적 공간요소를 통시적, 공시적 분류 해석하여 인간에게 의미 있고 조화로운 도심공간을 정의		
구분	적용 1	적용 2
[에코와뱅크] 약호와 물리적 기표의 분류와 의미해석	공시적, 계열체 적 집합적 약호 의 분류와 함의 해석	[바르트] 인간적 차원 회복을 위한 도시공간 기호학
[벤틀리] 디지털, 정보화 시대의 건축 기호	상업공간과 디 지탈상업광고의 함의해석	
[하마드] 세미나실 분석	물질적 공간의 발신요소와 수 신자인 인간행 동의 내재적 이 데올로기 해석	
[린치] 5가지 공간요소	가독성이 좋은 조화로운 공간 의 조건규정	

4. 주제 공간의 기호학적 고찰

4-1. 문화발생지로서 통시적 고찰

주제 구역은 1960년대 서울의 개발계획과 더불어서 형성된 인위적 공간이다. 현재 강남구의 시작은 지금으로부터 약 50년 전인 1963년 서울시의 확장 계획으로 인해 연주, 신동 두 개 면이 편입되면서이다. 이후 제3 한강교와 경부고속도로가 건설되는 시점에서 세계 어느 나라에도 그 사례가 없는 여의도 면적의 약 11배인 900만 평을 넘는 영동 1, 2지구 구획정리가 시작되었으며 이로 인해 현재의 제3한강교에서 양재동까지 남북을 관통하는 강남 대로 등의 구획이 확장, 정리되었다. 현재의 강남, 서초 두 개구의 개발은 그 당시 김현옥 시장이 시작하여 양택식 시장이 인계받았고 그 후

구지춘 시장의 ‘다핵도시 구상’에서 그 개발이 마무리되었다고 볼 수 있다. 하루가 다르게 늘어가는 인구와 주택의 한없는 부족은 새로운 도시공간을 필요로 했고 구지춘 시장의 3핵 도시에 대한 구상은 서울의 지각변동을 일으킨 제2호선 지하철을 건설하기에 이른다.

2호선 지하철은 전체 5구간으로 나누어 개통되었는데 지금 현재 강남역을 지나는 잠실운동장에서 교대사이의 구간은 1982년 12월 23일에 개통되었다.¹⁵⁾ 지하철 2호선의 공공투자로 강남의 인구가 약 126만이 증가하였고(강북은 같은 기간에 32만 정도)¹⁶⁾ 건축물의 고층화, 대형화가 이루어졌다. 그 당시 대표적인 강남건설의 현상은 테헤란로의 건축¹⁷⁾이며 현재의 주제 공간과 인접한 공간에 대형 빌딩들이 들어서기 시작하여 고층건물 군으로 인한 직장인과 유동인구가 급증하였다.

이러한 흐름은 아무것도 없었던 공간에 사람과 건물의 생성, 그로 인한 문화가 생성되는 요인이 되었음을 의미하는 것이다. 새로운 문화, 새로운 주제 공간의 이데올로기가 발생되고 건축과 도로와 사람에 의한 건축요소가 기호학적 요소의 의미를 서서히 드러내기 시작하게 되었다고 할 수 있으며 이제 그 기호학적 문화는 인큐베이팅을 통해 공시적 고찰을 가능하게 하는 시점에 이른다.



[그림 4] 영동신시가지개발사업-1970년¹⁸⁾



[그림5] 강남역인근의 발전과 변화¹⁹⁾

15) 손정목, 서울도시계획이야기, 한울, 2007, p281

16) Ibid., p282

17) Ibid., p282

18) 강홍빈, 강남 40년 영동에서 강남으로, 서울역사박물관 전시과, 2011, p33

14) 김성도 Op. cit., p525



[그림 6] 강남역 사거리 지하개발계획과 지하철개통 - 1983년¹⁹⁾

주제 공간의 통시적 고찰에서 각 주요한 요소들이 발생한 시점과 내용을 정리해보았다. 이는 한국의 경제 성장과 그 맥을 함께 했다고 말할 수 있다. 다음 도표에서 1970년에서 2020년까지 주제 공간을 이루고 있는 다양한 요소들의 생성, 소멸 변화를 볼 수 있다.

[표 9] 주제공간 요소들의 통시적 변화

연도	주제공간 기호학적 요소의 생성과 변모
1960년대	영동지구 구획정리, 강남대로 개발
1970년대	주거기능 · 근린상업 · 종합 상업기능이 특화된 신축 중산층 주거지역으로 발전
1974년	랜드마크인 뉴욕제과 오픈
1980년대	주거지에서 상업지역과 업무지역으로 변모
1982년	지하철 2호선 강남역 개통
1990년대	유흥가 급격히 확산 / 업무지역이 상업지역으로 용도변경 / 북동쪽의 주거지까지 상업 시설이 확산
2002년	파고다타워(파고다어학원) 개관
2003년	교보빌딩, 교보문고 개관
2004년	커피빈, 스타벅스, 할리스 등 대형 커피 전문점 / 레드망고, 스무디 킹 오픈
2008년	삼성타운 입주, 최고 44층 건물, 3동 딜라이트샵 오픈
2009년	강남역 U-Street 만남의 거리 조성사업완성 미디어 폴 설치 높이 12m, 22개

19) Ibid., pp76-77

20) Ibid., p55

2010년대	유니클로 · 자라 · 미쏘 · 후아유 · BSX 등 국내외 패스트패션 업체들이 경쟁적으로 입점 강남역-서울에서 혼잡도 최고의 역으로 선정 지하도 리노베이션 허브플라자 조성
2011년	신분당선 개통 / 환승역으로 변모한 강남역 롯데시네마 강남 개관
2012년	랜드마크 뉴욕제과 폐업, 패스트 패션업체가 입점 15층 초대형 리젠 성형외과 오픈
2016	메가박스 강남 개관 YES24, 영풍문고 강남 개관 카카오 플래그십 스토어 오픈
2017년	화장품 백화점 시코르 오픈
2019년	커피전문점 블루보틀 오픈 LG U+ 5G 팝업스토어 오픈
2020년	성남시, 수원시, 용인시, 안양시, 인천광역시, 고양시, 남양주시, 화성시, 광주시, 의정부시 등지에서 넘어온 광역버스들이 모두 모이는 유일한 지역 중부권 대학교들의 통학버스 시종착점 지하철 유동인구 하루 20만 주제 공간 유동인구 하루 100만

위의 표를 바탕으로 주제 공간의 공공공간과 공공시설, 공공정보 그리고 유동인구의 측면에서 그 의미는 다음과 같이 정의할 수 있다.

[표 10] 주제공간 요소들의 통시적 변화의 의미

요소	시대에 따른 변화		변화의 의미
	1970	▶ 2020	
공공공간	신축 중산층 주거공간	▶ 메가상업지역 유흥, 패션, 카페, 학원, 성형, 서점	절대소비와 물질의 향유 쾌락의 공간
공공시설	도로시설	▶ 강남대로	분명한 통로와 경계
	교통시설	▶ 지하철2호선, 광역버스 집중 환승지역	공간 이용자의 증가, 타지역과 연계 용이성
공공정보	간판, 포스터, 계시판	▶ 대형간판 전자디지털광 고매체	디지털 홍보의 일반화, 거대화
	랜드마크	▶ 강남역	글로벌 랜드마크와 상징성 보유
이용자		▶ 약 백만명/일	집단 유량 경험의 공간

4-2. 문화생산지로서 공시적 고찰

문화의 발생은 한 지역의 집중된 인구의 유입으로 인하여 이루어지고 그들이 만들어내는 관습, 의식, 행동 유형, 예술 등의 문화는 그 시대사상의 결합과 분리, 이데올로기의 동화와 거부 등으로 생산, 유지, 변화, 소멸된다.

영동지구 구획과 1980년대 중반의 지하철 2호선 개통 이후 인구의 유입과 재배치, 고층 건물 군의 증가로 인한 유동, 주거인구의 증가로 주제공간은 서울 강남의 중심역할을 시작하며 2012년 신분당선의 개통으로 하루 유동인구 백만의 공간²¹⁾으로 그 역할이 확대 변화하였다. 이에 주제공간은 다양한 업종의 상권으로 혼재, 확대되었고 그 다양성과 그 기능에 있어서 강남을 대표하는 복잡하고 정교한 도심공간이 되었다. 또한 그 시점으로부터 주제공간을 사용하는 사람들이 만들어내는 주제공간만의 문화가 점차 형성, 정착, 변화되는 시기를 맞이하게 된다.

이러한 문화생산지로서의 공시적 고찰을 위하여 문화생산지로서 주제 공간을 각 공간의 구성 요소적 공통점에 따라 소수리의 계열체의 관점에서 분류하였고 분류된 각 요소의 의미 해석은 바르트의 기호 모델에 의한다.



그림 7) 주제 공간의 지도상의 위치와 야경²²⁾

4-2.1 공시적 계열체의 분류와 해석

앞에서 우리는 도시공간을 기호학적으로 해석을 할 수 있는 다원적인 논리를 살펴보았다. 도시는 체계적으로 조직화된 요소로 이루어진 집합의 이미지이며 따라서 세분화의 기준에 따라 상이한 기호체계의 성립이 가능하다.²³⁾

21) 손동우, <https://mk.co.kr/news/economy/view/2017/03/163255/>, 2017

22) 강홍빈, Ibid., p122

23) 김성도 Op. cit., p555

주제 공간의 계열체 분류는 쟁크스가 주장한 것처럼 의미론적 차원과 물질적 공간과 사용자를 모두 포함한다. 1단계 의미작용서의 기표는 물리적인 요소를, 2단계 의미작용의 기표로서는 물리적, 비물질적 요소를 제시하였다.

계열체에 따라 약호문화, 지식문화, 유목문화, 디지털문화, 기호(嗜好)문화, 나르시즘문화 계열체로 분류하였다.

이로써 주제 공간의 문화의 흐름과 암묵적인 이데올로기를 살펴보고 또한 주제 공간이 인간과 어떠한 기호 작용을 하고 있는지 고찰하고자 한다.

[표 11] 주제 공간 계열체의 기호학적 분류와 해석

약호문화 계열체			
1. 기표	2. 기의	4. 기의	
도로표지판 신호등 횡단보도	방향 멈춤	계약적 관계 약속과 규칙 무의식적 / 의식적 순응	
3. 기표			
지시와 안내			
			
도로표지판과 신호등 ²⁴⁾		횡단보도	
지식문화 계열체			
1. 기표	2. 기의	4. 기의	
교보문고 예스24 영풍문고 어학원	도서 판매 학습	지식의 욕구와 해소 직업과 스펙 / 비전과 꿈	
3. 기표			
활자와 정보 프로그램			
			
교보문고 ²⁵⁾	예스24 ²⁶⁾	영풍문고 ²⁷⁾	어학원 ²⁸⁾

24) 김영수, <http://www.iloveorganic.co.kr/news/article/Vi-ew.html?idxno=301059>, 2020

25) 김성곤, <https://news.naver.com/main/read.nhn?oid=>

유목문화 계열체		
1. 기표	2. 기의	4. 기의
2호선신당선 광역버스 승객들	지하철 버스 인파	사회적 통합과 분절의 경험 귀소본능의 반복
3. 기표		
개찰구와 정류장 광역버스 출서기		
		
지하철 ²⁹⁾	광역버스와 승객들 ³⁰⁾	
디지털문화 계열체		
1. 기표	2. 기의	4. 기의
딜라이트샵 미디어폴 디지털보드	광고 기술	인공적 감각체험 역동적 상상력 암묵적 강조와 설득
3. 기표		
광고 콘텐츠 시청각 디지털테크닉		
		
딜라이트샵 ³¹⁾	미디어폴 ³²⁾	디지털보드 ³³⁾
기호(嗜好)문화 계열체		
1. 기표	2. 기의	4. 기의
카페 & 클럽 식당 쇼핑샵	커피 앤 드링크 식사 쇼핑	의지적 커뮤니티 타인과의 차별성 기호(嗜好)의 탐구와 순례 물신적 향유
3. 기표		
약속과 만남 메뉴의 선택 시각적 오브제 스타일과 트렌드		

018&aid=0003211697, 2015
 26) 예스 24, <http://ch.yes24.com/Article/View/30459>, 2016
 27) 이채훈, <http://www.viva100.com/main/view.php?key=20151013010002658>, 2015
 28) 김혜진, <http://www.slist.kr/news/articleView.html?idxno=15961>, 2017
 29) 동아닷컴 디지털뉴스팀 <https://news.naver.com/main/read.nhn?oid=020&aid=0002752404>, 2015

		
카페, 클럽, 식당 ³⁴⁾	쇼핑샵 ³⁵⁾	
나르시즘문화 계열체		
1. 기표	2. 기의	4. 기의
성형외과 고객	성형수술 이용자	자애적 갈망과 현존 미적욕구의 표출 가치의 변화
3. 기표		
바디/페이스 시술 모델링 피부관리		
		
성형외과 ³⁶⁾	고객 ³⁷⁾	

4-3. 통시적, 공시적 고찰의 종합 해석

주제 공간은 1970년대 한국경제발전의 맥과 그 흐름을 같이 한다. 따라서 우리나라 경제와 개개인의 소득 향상에 발맞추어 주제 공간 요소가 변화되어 왔다고 볼 수 있다. 다음의 그림에서는 우리나라 소득수준의 향상과 그에 따른 주제 공간 요소들의 통시적 공시적 변화와 공시적 해석을 종합해서 정리해보았다.

[표 12] 대한민국 1인당 국민총소득/연간(단위:만원)³⁸⁾

년도	1970	1980	1990	2000	2010	2019
1인당 GNI	8.80	103.3	467.4	1,376.9	2,673.0	3,735.6

30) 이학수, https://imnews.imbc.com/replay/2019/nwdesk/article/5292635_28802.html, 2019
 31) <https://www.samsungdlight.com>
 32) <https://www.yna.co.kr/view/PYH20161219347200013?input=1196m>, 2016
 33) <http://ad4star.co.kr/product/goods/43>
 34) 최태범, <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2020052316093547517>, 2020
 35) 정정숙, <http://www.ktnews.com/news/articleView.html?idxno=100109>, 2016
 36) 최봉선, http://medipana.com/news/news_viewer.asp?NewsNum=79475&MainKind=A&NewsKind=5&vCount=12&vKind=1, 2012
 37) 장주영, <https://news.joins.com/article/17461469>, 2015
 38) <http://kosis.kr> 국가통계포털

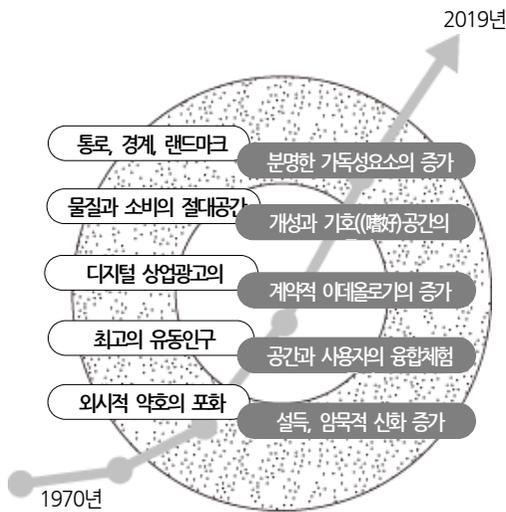


그림 8) 국민 총소득의 변화와 주제공간의 변화

[표 13] 이론에 근거한 주제공간의 종합적 특징

주제공간의 종합적 특징과 이론의 적용	
린치 이론의 적용	
가독적인 공간	인위적인 도시 개발로 통로, 경계, 랜드마크가 분명한 활발하고 가독성 있는 좋은 공간
벤티리 이론의 적용	
정보향유 공간	디지털정보화 요소의 포화로 물질과 소비의 절대 공간이자 개인의 개성과 기호를 향유하는 공간
쟁크스 이론의 적용	
상권지배 공간	전자기술을 사용한 거대한 상업 광고 등으로 계약적 이데올로기가 지배적인 공간
하마스 이론의 적용	
융합적인 공간	교통과 상권 집적지로 또한 서울 최고의 유동인구 공간으로 집단과 개별의 경험이 축적되는 융합공간
에코 이론의 적용	
약호포화 공간	외사적 약호의 포화로 설득적이고 암묵적인 신화가 발생, 성장하는 공간

4-4. 인간적 차원 회복을 위한 이론적 고찰과 제안

이상의 해석을 통하여 주제 공간이 바르트가 말한 인간적 차원의 회복을 위한 공간, 인간과 조화로운 공간이 되기 위한 5가지 제안을 해본다.

먼저 인간적 차원의 회복을 정의하기 위해 다음의 이론을 고찰한다. 공간에는 사회적이고 기능적인 커뮤니케이션을 위한 미술적이고 디자인적인 요소들이 집합되어 있다. 다음의 이론들은 디자인, 미술 또는 건축이 인간에게 어떤 의미로 작용해야 하는지 또는 인간과 어떤 관계를 형성해야 하는지를 말하고 있다. 따라서 미술과 디자인적인 요소들이 집합되어 있는 도심 요소에 적용하여 인간적 차원의 회복과 조화로운 관계를 지닌 공간 요소는 어떤 모습과 기능을 해야 하는지 살펴보고자 한다.

[표 14] 인간적 차원의 회복을 위한 이론적 고찰

▶ 러스킨과 모리스
인간이 자유롭고 즐거운 생활을 할 수 있는, 자연미가 손상되지 않는 체제와 환경. ³⁹⁾
▶ 빅터 파파넬
정신의 교감을 나눌 수 있는 디자인, 물질과 정신이 융합되어 고도의 아름다움과 유용성 그리고 사회적 의지가 명확히 표출된 디자인. ⁴⁰⁾
▶ 발터 그로피우스
일상생활에서 유별나게 특별한 것이 아닌 일상생활을 만들어내는 디자인 ⁴¹⁾
▶ 모홀리 나기
현대 기계 생산의 모순점을 지적하고 사람중중보다도 이윤 추구를 위한 기계 생산을 비판 ⁴²⁾
▶ 김민수
산업전락으로서 우리의 삶을 해석해내고 반영해내고 있는 디자인 ⁴³⁾
▶ 정지용
사람의 일상을 보살피는 공간, 사건이 일어나고 회상할 가치가 있는 공간 ⁴⁴⁾

바르트에게 도시는 만남의 장소로 교환과 공유의 특

39) 승견승 외, 현대 디자인 이론의 사상가들, 미진사, 1983, p10

40) 조영식, 인간과 디자인의 교감 빅터 파파넬, 디자인 하우스, 2000, p15

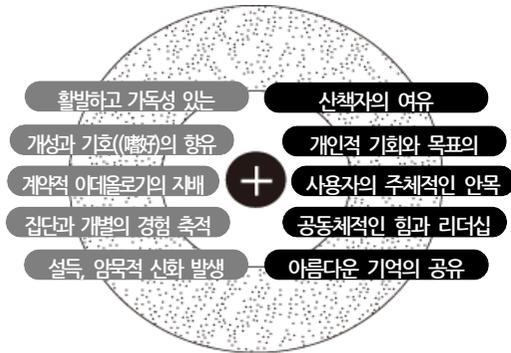
41) 발터 그로피우스, 국제건축, 과학기술, 1995, p62

42) Moholy-Nagy, The New Vision and Abstract of an Artist, New York, 1949, p16

43) 김민수, 21세기 디자인 문화탐사, 솔, 1997, p10

44) 임지영, <http://www.sisainlive.com/news/articleView.html?idxno=12637>, 2012

징을 지닌다. 이것을 바르트는 에로티시즘이라고 표현했으며 이 에로티시즘은 인간적인 만남을 의미한다.⁴⁵⁾ 인간적인 만남, 공간과 인간이 어떤 만남을 가져야 하는지에 대해 앞서 주제공간의 5가지 해석에 다음이 요소를 제안한다.



[그림 9] 인간적 차원 회복을 위한 5가지 제안

[표 15] 주제공간에 대한 제안의 종합

제안 1 : 산책자의 여유가 있는 공간
활발하고 뚜렷한 성격의 인위적인 도시공간에 자연미와 산책자의 여유를 느낄 수 있는 좀 더 성숙한 공간을 제안한다.
제안 2 : 일상 공유와 동기부여의 공간
개성과 기호를 발견하고 향유하는 공간이 개개인의 일상생활과 삶에 기회와 목표를 부여하는 공간이 되길 제안한다.
제안 3 : 인간 주도적인 공간
이윤추구 및 상업적 이데올로기의 지배 공간이 사용자의 주도적이고 주체적인 안목을 세울 수 있는 공간이 되길 제안한다.
제안 4 : 공동체적인 성장 공간
집단과 개별적 경험이 축적되는 공간이 공동체의 힘과 리더십을 세우는 공간이 되길 제안한다.
제안 5 : 아름다운 회상의 공간
설득적이고 암묵적인 신화 발생 공간이 역사적, 문화적 신화를 꽃피워 이용자들에게 회상할 가치가 있는 아름다운 기억을 공유하는 공간이 되길 제안한다.

5. 결론

인간은 문화성과 사회성을 가진 존재로 타인과의 조

화로운 삶을 영위하기 위해 도시를 만든다. 도시는 모든 문화를 수용하는 공간이자 문화를 탄생시키는 공간이다. 이번 논문에서는 주제 공간에서의 문화적인 생성, 발달과정과 도심 공간의 구성요소를 기호학적으로 분류, 분석함으로써 주제 공간의 문화적인 포지셔닝이 어떠한을 알 수 있었다.

다양하고 복잡한 문화 계열체들로 이루어진 텍스트로서의 주제 공간을 새롭게 바라보며, 앞으로 다양한 신화와 이데올로기가 생성될 가능성과 풍부한 잠재력을 지니고 있는 공간에 인간의 인큐베이션이 어떻게 이루어져야 하는지 돌아보는 계기가 되었으리라 생각한다.

이러한 주제 공간의 가능성을 우리는 잘 이해하며 조화롭고 풍요로운 문화 공간으로서 지켜나가고 발전시켜야 할 것이다.

최선을 다해 자료를 찾아보고 고찰하여 주제 공간에 대한 기호학적 해석과 제안을 시도했다. 앞으로 우리가 사는 도시공간이 그 역사만큼의 깊이와 문화적인 풍부함 그리고 진정성 있는 이데올로기의 창조 등으로 사람들의 삶과 함께 행복해지는 터가 되길 바라는 마음이다.

참고문헌

1. 강홍빈, 강남 40년 영동에서 강남으로, 서울역사박물관 전시과, 2011
2. 김경용, 기호학이란 무엇인가, 민음사, 1994
3. 김민수, 21세기 디자인 문화탐사, 솔, 1997
4. 김성도, 도시인간학, 안그라픽스, 2014
5. 롤랑 바르트, 현대의 신화, 동문선, 2002
6. 조영식, 인간과 디자인의 교감 빅터 파파넥, 디자인 하우스, 2000
7. 손정목, 서울도시계획이야기, 한울, 2007
8. 승견승 외, 현대 디자인 이론의 사상가들, 미진사, 1983
9. 발터 그로피우스, 국제건축, 과학기술, 1995

45) 김성도 Op. cit., p804

10. Kevin Lynch, The image of the city, The MIT Press, 1990
11. Moholy-Nagy, The New Vision and Abstract of an Artist, New York, 1949
12. <http://ad4star.co.kr>
13. <http://ch.yes24.com>
14. <https://imnews.imbc.com>
15. <http://kosis.kr>
16. <http://medipana.com>
17. <https://mk.co.kr/>
18. <https://news.join.com>
19. <https://news.mt.co.kr>
20. <https://news.naver.com>
21. www.iloveorganic.co.kr
22. www.ktnews.com
23. www.samsungdlight.com
24. www.sisainlive.com