

메가 이벤트와 도시건축의 진화와 가치

Mega Event: the catalyst of the evolution and new value for city



김도년 / 정회원, 성균관대 건축학과 교수
Kim, Donyun / Professor, Sungkyunkwan University
dnkim@skku.ac.kr

We have experienced with the mega events contributing to international society and to image improvement of the host city. Mega events have mobilized enormous capital on the basis of national consensus. And they were acting as the catalyst for the evolution of the city and new value. Therefore we need to find the meaning of mega events in terms of momentariness along with the lasting of the cities as the clusters of civilizing history throughout long time.

Mega events have contained 'supporting projects' in additions to 'essential projects' in the physical settings. Supporting projects are important in terms that they could introduce cities during festival as well as they could make cities function well, though they were not essential for operating the event, so the investments for them are right. Therefore the host city can be settled within the short time concentrating on the investments in the general infrastructure through the supporting projects.

In the mean time we have had lack of the consideration of the city and architecture because of excessive concentration on the success of events throughout preparing process. As the result, historical resources and the image of the city were sullied easily. These defamations were heard with the voices of criticism on many issues and subjects along the paradigm shift with the urban context in municipal environment. The insufficient level of consideration of long term usage plan at the time of intensive supplies of the large scale buildings and infrastructures used to resulted in host cities being burdened with managing and operating these facilities. So after the event, they were remained as the afflicted things against the way of practical use.

Though we could not solve all the problems through the performing various kinds of mega events, some degrees of evolution have been achieved by trial and error, with struggling to identify our cities and try to find out new proper values for the needs of the times. Prior to the success of short-term events, we must have deep discussions about the principles and the ways toward universal value and a point of long term view in order to put the right function into the city and architecture for the self-creation of new value. These must be at the side of the municipal knowledge industry as well.

1. 메가 이벤트(mega-event)의 의미

세계적 축제인 올림픽, 축구월드컵, 국제박람회와 같은 메가 이벤트가 이를 개최하는 도시에 다양한 방면에 걸쳐 막대한 영향을 미친다는 것은 이미 새로운 사실은 아니다. 올림픽이나 월드컵과 같은 메가 이벤트는 대규모의 투자를 발생시키고, 많은 방문자들을 끌어들이며, 평소와 달리 국내외 매스컴의 광범위한 관심과 주목을 받게 된다. 결국 한 도시는 평소에 생각하기 어려운 수준의 자원동원력과 시민 공감대를 기반으로 급변의 기회를 맞이하게 된다.

역사를 살펴보면 많은 도시들이 이 같은 메가 이벤트를 활용하여 도시의 도약과 진화를 위한 도시기반시설(Infrastructure)을 구축하여왔다. 파리는 국제 박람회의 계승을 통해 샹 드 마르스(Champs de Mars)의 낙후지역을 재생하였고 시카고 역시 1898년 컬럼비아 박람회를 통해 현대 도시의 체계와 기반을 마련했다. 1960년 올림픽 준비를 통해 도

쿄는 기반시설을 현대화하고 위생문제를 개선하였다. 바르셀로나(Barcelona)도 올림픽 개최를 계기로 많은 노후 지역들을 재생하였으며, 시드니는 그린 올림픽(Green Olympics)이라는 캐치프레이즈(catch phrase) 아래 버려지고 오염되었던 홈부쉬 베이(Homebush bay)를 모범적인 지역사회로 재생하였다. 북경은 막대한 도시기반시설 개선과 함께 대기환경에 대한 중요성을 인식하였고, 상해는 엑스포를 통해 낙후된 공장지역을 재생시키는 등 도시문제 해결과 국가이미지 개선의 기회로 활용하였다.

메가 이벤트는 이벤트 자체가 가지는 국제사회 기여의 의미 외에, 도시 이미지 향상을 위한 가장 광범위하고 구체적인 접근이며, 한 도시를 구성하는 모든 분야의 시스템을 실제적으로 바꾸는 것이다.

다시 말해서 도시와 국가의 유치 동기와 성취하고자 하는 목적, 이를 실현하기 위한 계획과 과정 그리고 유·무형적 결과는 메가 이벤트 개최 이후 개최도시의 방향성에 여러 형태



그림 1. 올림픽주경기장 (출처 : 서울시)

로 영향을 미치게 되는, 도시의 진화와 새로운 가치를 위한 촉매로서 역할 한다는 것이다. 따라서 우리는 메가 이벤트를, 오랜 시간에 걸쳐 형성된 역사문명의 결집체인 도시의 연속성 속에서 일어나는 일시성이라는 측면에서 그 의미를 살펴볼 필요가 있다고 생각한다.

2. 국가적 이미지 개선과 도시의 변화

우리는 지구촌 축제인 올림픽, 월드컵축구, 세계박람회와 같은 국제적 메가 이벤트가 국제사회에 기여하고, 또 개최하는 국가와 도시의 이미지를 향상시키는 추상적인 목적과 함께 국민적 공감대를 기반으로 막대한 자본을 동원하여 도시 하나가 탈바꿈하게 되는 계기가 되는 것을 경험해 왔다.

1988년 서울 올림픽은 대한민국을 세계에 알리는 기회가 되었고 우리나라와 서울을 전란과 가난의 과거로부터 탈피한 즉 현대화 된 도시로 국가의 이미지를 전환하는 계기가 되었다. 또한 아시아의 도시들이 서양도시를 모델로, 또 모더니즘 도시관을 지향하면서 지속적 변화를 추구하던 시점에서 도시의 정체성(identity)을 생각하고 새로운 가치를 모색하게 하는



그림 2. 1993년 대전 엑스포(출처 : 대전시)



그림 3. 현재 대전 엑스포(출처 : 대전시)

또 하나의 자극으로서도 역할을 했다고 생각한다.

1993년 대전 세계박람회는 개발도상국에서 최초로 개최된 세계박람회로 우리나라가 지식기반사회로 변화하고 과학기술에 대한 국민의 관심을 이끌어내어 IT 강국으로 도약하는 기틀을 마련하였다.

2002년 한일 월드컵 축구 개최는 드디어 우리나라가 세계와 어깨를 나란히 하게 된 중요한 기점이 되었다. 대표적인 산업시대 압축성장의 부산물인 난지도 쓰레기 매립지를 생태공원으로 바꾸었고 인터넷 강국으로서 우리나라를 널리 알리고, 붉은 악마의 축제적 거리 응원문화를 세계에 전파하는 새로운 문화와 가치의 발신지가 되어 국제사회의 앞서나가는 나라들에 우리나라가 합류하는 계기가 되었다. 또한 암울했던 IMF 경제상황 극복과 21세기 초 IT 강국 그리고 한류의 중심으로 대한민국의 자리 매김이 있게 했다. 또한 2012 여수엑스포의 개최는 새로운 해양문화와 산업에 대한 인식제고와 중소도시에서의 지역재생이라는 새로운 화두를 제기하는 계기가 되었다.

우리의 현대사에서 국제적 메가 이벤트(mega-event)는 국가의 도약의 촉매로 사용되었고 우리는 이를 현명하게 활용하여 왔다고 해도 과언이 아니다.

3. 도시 건축을 통한 도시의 진화와 새로운 가치 창출

메가 이벤트를 통해 도시기반시설에 광범위한 투자가 이루어지고 이는 행정능력 향상, 도시 인프라 개선, 시민의식 향상 등 개최 도시 및 국가 전반에 걸쳐 발전을 이끌어 왔다. 이러한 메가 이벤트들은 물리적 장으로서 반드시 필요한 '필수 프로젝트들(essential projects)' 외에 연관성이 높은 '지원 프로젝트들'이 함께 진행되었다. 지원 프로젝트들은 이벤트의 운영을 고려하면 필수적이지 않지만 도시가 잘 기능하도록 만들뿐만 아니라 축제의 기간에 도시를 소개할 수 있다는 측면에서 중요하고 적절한 투자라고 간주되었다.

지원 프로젝트는 그 도시의 열망을 잘 표현한다. 개최 도시는 지원 프로젝트를 통해 도시가 가진 문제점들을 단시간에 해결하고, 집중된 투자로 도시 인프라 전반에 걸친 투자를 집중할 수 있다.

서울올림픽 당시 대표적인 지원 프로젝트인 한강 종합 개

발 프로젝트는 올림픽 고속도로 건설과 한강변 공원 개발 등을 통해 한강의 범람과 하수처리 문제, 서울의 동·서간 연결 등의 문제를 해결하고 한강변 개발을 촉진시켰다.

대전엑스포를 준비하고 개최하는 과정에서 과학 연구 클러스터인 대덕 연구 단지가 연구 인프라로써 활발하게 작동하는 기반을 마련하였다. 월드컵을 통해서 난지도 쓰레기 매립지가 뉴욕 센트럴 파크 규모의 공원으로 변모하였으며, 그 일대에 친환경 주거단지와 첨단산업단지가 어우러진 상암 디지털미디어시티(Digital Media City)로 탈바꿈하였다.

그러나, 우리는 그동안 메가 이벤트를 계획하고 개최하는 과정에서 도시와 건축적 측면에서 간과한 점들이 있다. 성공적 이벤트 개최에 집중한 나머지 우리는 우리의 가치, 즉 지역적 특성에 대해 깊은 고민을 해보지 못했다.

첫째, 메가 이벤트를 개최하는 과정에서 시간과 자본의 제약으로 과정보다는 결과 중심으로 계획과 개발이 이뤄졌고, 그 결과 그 도시가 가진 역사적 도시자원과 이미지들이 쉽게 훼손되었다. 이 같은 훼손은 도시맥락을 변화시켰고, 결과적으로 여러 문제와 과제를 낳아 도시환경에 대한 패러다임 변화와 함께 비판의 목소리를 듣고 있다.

둘째, 메가 이벤트를 통해 도시에 기념비적인 대규모 건축물이 건설되고, 인프라 공급이 이뤄지게 된다는 점을 감안하였을 때, 기획단계에서부터 사후 활용 방안에 대한 고려가 이뤄져야 함에도 불구하고 지금까지 메가 이벤트에서는 중요하게 다뤄지지 않았다. 그 결과 이 같은 건축물은 도시의 이미지 향상에 도움이 되어왔지만, 시간이 지날수록 개최 도시에

관리·운영에 대한 부담으로 작용하고 있고, 활용방안에 대한 고민을 남겨주고 있다. 메가 이벤트의 장이 지속가능하면서 시민에게 사랑받고, 도시를 대표할 수 있는 시설로 자리매김하기 위해서는 기획단계에서부터 사후활용방안에 대한 고려도 필수적으로 이루어져야 한다.

올림픽과 대전 세계박람회에서의 결과 중심의 이벤트 개최가 낳은 문제를 교훈 삼아 2002년 월드컵 준비를 통해 새로운 가치를 실현시키고자 하였다. 이벤트의 목적과 방향은 물론 성공적인 월드컵이었으나 도시적으로 추구했던 가치는 현대적 도시가 아니라 사람이 살기 좋은 도시(Livable)라는 보편적이고, 변하지 않는 가치였다. 무게 중심은 환경과 문화에 두었고 올림픽 당시 건설된 한강변 콘크리트 제방을 생태호안으로 바꾸고, 역사 환경과 문화를 지원하고, 자동차 중심의 도로를 보행중심으로 바꾸어 가는 소프트웨어적이고 치유적인 질적 수준 향상을 위해 노력했다. 월드컵 경기장 옆의 난지도 쓰레기 매립지를 생태공원으로 바꾸어 놓은 프로젝트가 대표적이다. 이 공원은 첨단 폐기물 처리기법과 재활용 기술, 생태복원 및 하천복원기술을 첨단녹색산업의 집약체라고 할



그림 4. 서울 월드컵 경기장(출처:서울시)



그림 5. 1997년 난지도 쓰레기 매립지 일대의 모습(출처 : 서울시)



그림 6. 2010년 월드컵 경기장과 공원, 상암 디지털미디어 시티의 모습(출처 : 구글어스)

수 있다. 최근 에너지제로하우스가 건립되어 생태복원과 녹색 산업의 살아있는 실험실(Living Laboratory)과 체험 가능한 홍보장소가 되고 있는 것을 감안할 때, 월드컵은 이 지역의 저탄소 녹색산업을 견인하는 전방산업의 역할을 톡톡히 수행하고 있음을 알 수 있다. 이와 함께 당시로서는 이해하기 어려운 디지털미디어(Digital Media) 산업을 미래의 대표산업으로 설정하여 버려졌던 월드컵 주경기장 주변 지역을 새로운 산업 거점으로 조성되고 있다. 아무것도 없던 이곳에 현재 600개의 기업, 30,000명의 창의적 전문직 종사자가 50여 개의 크고 작은 건물로 구성된 새로운 미디어 산업 생태계가 만들어져 가고 있다.¹⁾ 기획부터 교육, 생산, 판매의 미디어 산업의 전 과정과 무자본 창업자부터 대기업이 함께 어우러져 있는 상암 DMC는 월드컵주경기장 그리고 월드컵공원과 함께 2002년 월드컵의 유산으로서 전 세계 미디어시티의 중요한 사례로 인식되고 있다.²⁾ 또한 이런 과정은 새로운 미래 산업으로써 '도시지식산업(New Century City Industry)³⁾'의 대표적인 모델로 다루어지고 있다.

대전 엑스포부지에 대한 현재의 논란을 감안 할 때 시후 활용과 주변 지역의 재생을 고려한 서울 월드컵은 서울의 미래를 위한 활용과 과거를 치유하는 기회로 활용되었고 다양하고 넓은 의미에서 좋은 도시건축의 모델이 되고 있다.

우리나라는 올림픽, 두 번의 세계박람회, 월드컵과 같은 메가 이벤트를 치러오면서 아직 그 모든 문제를 풀지는 못했지만, 우리 도시가 가진 정체성(Identity)에 대해 고민하고 시대에 적합한 새로운 가치를 모색해왔고 그 가치를 실현하기 위해 시행착오를 겪으며 진화해가고 있다. 메가 이벤트는 우리의 길을 확인하고 재촉하기 위한 중요한 계기임에는 틀림없다.

이미 우리는 2018년 평창 동계올림픽을 유치하였고, 더 많

은 국제적 이벤트들을 도시 변화와 발전의 촉매로 활용할 것이다. 메가 이벤트가 도시 건축을 통해 도시의 진화와 새로운 가치 창출을 위해 순기능을 하기 위해서는 단기적 이벤트의 성공에 앞서, 우리 도시가 지켜야할 보편적 가치의 추구하고 장기적 관점에서의 나아가야할 방향과 원칙에 대한 깊은 논의가 도시 건축분야 뿐만 아니라 미래를 견인할 새로운 도시지식산업 측면에서 이루어져야 할 것이다.□

참고문헌

1. 강홍빈 2002, MIT annual lecture
2. 김도년 2012, "메가트렌드 분석을 통한 미래 도시사회의 방향 도출", 도시설계, 도시설계학회논문집
3. 김도년 2007, "역사와 기술, 그리고 좋은 도시의 가치", 공간 480호
4. 서울특별시 2000, 「상암 새천년 신도시 기본계획」
5. 서울특별시도시개발공사, 2002, 상암 디지털미디어시티(DMC) 실행 전략
6. 서울시정개발연구원, 2000, 상암 밀레니엄 시티 기본계획
7. 서울특별시, 2011, 서울도시기본계획 2030
5. 여수세계박람회 조직위원회, 2010, 여수세계박람회 종합 기본계획
6. 대전세계박람회 조직위원회, 1993, 대전세계박람회 공식 보고서

1) MBC, SBS, YTN 등 방송사와 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등 언론사, 팬엔터테인먼트, 드래곤플레이 등 엔터테인먼트기업도 조성되어 향후 미디어 네트워크를 활용하여 큰 시너지 효과를 낼 수 있을 것으로 예상된다. CJ E&M센터, 팬택R&D센터, LG텔레콤 사옥, LG CNS, 삼성 SDS, 상암 IT타워 등이 준공되었고 총 684개의 기업이 입주하였으며, 종사자 총 28,815명이 근무하고 있다. DMC 입주기업의 총 연간 매출은 2010년 기준으로 11조 원에 달한다. (출처 : 서울시)

2) MIT Tech, Business Week, IAU Science Cities, Shanghai Urban Planning, El milagro del rio Han 등 전 세계 주요 언론에서 21세기 새로운 도시계획 모델로 제시하고 있다. 또한 MIT의 도시건축대학 교재로도 사용되고 있다. (출처 : MIT 도시건축대학 브로슈어 p.57)

3) 도시지식산업은 건설사뿐만 아니라 기획, 계획 및 설계, 운영관리 등 도시조성 과정 전반을 포괄하는 패키지이며, 기술과 산업표준을 선점하는 전방산업으로 소재 및 소비재산업을 견인하여 고부가가치를 창출하고 문화와 라이프스타일을 반영하여 지속가능한 시장을 형성하는 산업을 의미한다.