http://doi.org/10.34227/tjocc.2021..22.7

# 문화민주주의에서 문화산업으로의 전환과 산업문화유산의 상업적 재활용 – 독일 오버하우젠시 신 중심지를 중심으로 –

사지원*

**국문초록**

1970년대에는 신좌파적 젊은이들이 계급의식의 상징인 산업체 건물들을 사회문화센터로 활용함으로써 노동자들을 문화예술 활동에 참여시키는 사회문화운동을 펼쳤고, 1980년대에는 전후에 꽃피웠던 중공업 시기를 경험해보지 못하고 그 흔적만을 보게 된 60년대 이후 출생한 세대들이 산업체 건축물들에 매력을 느끼고 이를 재생하는 일에 몰두했다.

하지만 1980년대 후반부터는 공공기관이 나서서 역사적 · 문화적 · 건축학적으로 가치가 있는 기념비적인 건축물들을 문화재로 지정하여 보존하거나 개조하여 재활용하는 방향으로 전환되었고 그럼으로써 도시를 재생하여 경제적 부를 창출했다. 즉 도시의 오점이었던 예전의 산업단지와 공장들이 공공기관에 의해서 합법적으로 이윤추구의 단지로 전환된 것이다. 이는 지역을 대표하는 산업문화 유산들이 더 이상 문화민주주의와 사회문화를 실행하기 위한 곳이 아니라 경제 활성화를 위한 투자처가 되었다는 의미이다.

당시를 지배한 이런 사유에 따라 구축된 독일 오버하우젠시의 신 중심지는 문화산업으로 도시구조를 바꾼 루르지역의 대표적인 사례로 꼽히고 있다. 그러나 신 중심지의 형성은 원도심뿐 아니라 인근 도시까지 쇠퇴시키는 결과를 초래했다. 말하자면 오버하우젠시의 신 중심지 구축은 제로섬 게임이 되어버린 셈이다. 따라서 오버하우젠시 정부는 도시 전체의 공동이익을 위한 도시발전에 대한 과제를 여전히 안고 있으며, 산업구조의 변화로 재생을 꾀하는 도시들이 흔히 겪는 딜레마에 빠져 있다고 할 수 있다. 이런 딜레마는 산업문화 유산을 문화민주주의의 실현을 위해서 재활용하던 1970년대에는 발생하지 않은 문제이다. 따라서 만약 산업문화의 문화

* 건국대학교 문화콘텐츠학과 교수(Department of Culture Contents of Konkuk Univ.)
접수일(2021년 7월 16일), 게재 확정일(2021년 7월 26일)

산업으로의 전환이 시대적 요구라면. 산업문화를 오직 시장화 전략으로 산업화하는 것이 아니라 문화민주주의를 토대로 산업화하는 방안을 강구해야 할 필요가 있다.

**주제어:** 오버하우젠시, 신 중심지, 산업문화, 문화민주주의, 문화산업

## I. 들어가는 말

전후 신속한 경제복구를 하고 경제호황을 누렸던 독일연방공화국은 이 호황이 초래한 임금상승과 과다생산으로 인해 1960년대 중반 경제위기를 겪었다. 하지만 중동전쟁으로 인해 오일쇼크가 일어나자, 1973년 제 2차 경제위기를 맞았다. 이후 에너지의 전환과 자동기술화조치 및 기업들의 해외 이전으로 인해 산업구조의 변화가 일어났다. 산업구조의 변화는 독일의 선두산업이었던 철강업과 광산업 및 기계 제작업을 붕괴시켰으며 대량실업을 야기했다. 이후 노동자문화나 수공업 지식과 같은 개념은 사라지고 서비스업이 주를 이루었다. 요컨대 컴퓨터에 의한 기술의 시대가 열리고, 제 3차산업의 시기가 도래한 것이었다.[1] 즉 가치의 전환이 이루어진 것이었다.

이러한 가치의 전환과 함께 독일 사회에는 다양한 세력에 의한 대안운동이 활발해졌다. 즉 생명체의 역동성을 강조한 생태운동, 소비지향사회를 지양한 생활개혁 운동, 옛 것을 되살리자는 재생운동, 기존의 고급문화를 거부하고 문화민주주의를 주장하는 사회문화 운동 등 다양한 운동이 일어났다. 이 중에서 '모두에 의한 모두를 위한 문화'라는 문화민주주의를 외친 사회문화 운동은 당시 "더 많은 민주주의에의 도전"이라는 슬로건으로 사회문화정책을 펼쳤던 빌리 브란트 정부의 지원에 힘입어 사회문화센터 건립을 활성화했다. 이에는 지역의 역사적 정체성에 관심을 갖고 이를 되살려내어 보존하고자 하는 젊은이들이 지대한 역할을 했다. 1970년대에는 신좌파적 젊은이들이[2] 계급의식의 상징인 산업체 건물들을 사회문화센터로 재활용함으로써 노동자들을 문화예술 활동에 참여시키는 사회문화 운동을 펼쳤고, 1980년대에는 전후에 꽃피웠던 중공

---

1) Friedrich Pohlmann, *Die europäische Industriegesellschaft*, Opladen, 1997, p.103.

2) 당시 신좌파들은 권위적인 사회와 기성제도의 전복을 목표로 반파시즘, 반자본주의, 반제국주의를 주장하면서 다양한 사유들을 편의에 따라 자신의 이론적 근거로 삼았다. 오제명 외, 『68·세계를 바꾼 문화혁명』, 도서출판 길, 2006, 119쪽.

업 시기를 경험해보지 못하고 그 흔적만을 보게 된 60년대 이후 출생한 세대들이 산업체 건축물들에 매력을 느끼고 이를 재생하는 일에 몰두했다.[3] 독일의 경제를 이끌었던 산업체 건물들은 대부분 당대의 건축 기술을 대표하는 기념비적 건축물이어서 예술적·건축사적 가치가 있었기 때문이다. 이처럼 당시 사회문화운동을 일으키고 방치된 산업체 건물들을 사회문화센터로 활용했던 사회문화운동가들은 대부분이 젊은 시민운동가들이었다.

하지만 1980년대 후반부터는 방치된 산업체 건물들과 오염지역을 재생시킴으로써 일자리를 창출하고 인구 감소를 막기 위해서 공공기관이 나서기 시작했다. 즉 공공기관이 나서서 역사적·문화적·건축학적으로 가치가 있는 기념비적인 건축물들을 문화재로 지정하여 보존하거나 개조하여 재활용하는 방향으로 전환되었고 그럼으로써 도시를 재생하여 경제적 부를 창출했다. 다시 말하면 68운동 이후 일어난 신사회 운동 시기에는 시민운동가들, 특히 신좌파적 젊은이들이 주축이 되어 산업문화 유산을 문화민주주의의 실현과 지속가능한 사회로 전환하기 위해서 사회문화센터로 재활용했다면, 1980년대 후반부터는 공공기관들이 주축이 되어 산업문화 유산을 문화산업[4]으로 재활용했던 것이다. 그 대표적인 사례가 독일경제의 심장이자 유럽경제의 주축이 되었던 루르지역을 재생시킨 《엠셔 공원 프로젝트》이다.[5] 《엠셔 공원 프로젝트》의 정식명칭은 《국제건

3) 사지원, 「산업문화에서 지속가능한 문화로의 전환 - 독일 헤르네시의 풀로트만-할렌 문화센터를 중심으로-」, 『독일어문학』 91집, 한국독일어문학회, 2020, 141-143쪽.

4) 문화산업이라는 용어는 프랑크푸르트학파의 호르크하이머와 아도르노가 「문화산업-대중기만으로서의 계몽」이라는 글에서 자본주의 사회의 대중문화 발달 경향을 비판하기 위해서 사용했으며, 문화 생산물이 상업적·경제적 고려에 의하여 하나의 상품으로 생산 및 판매되는 산업 형태를 말한다.(크리스 바커, 『문화연구사전』, 이경숙/정영희 역, 커뮤니케이션북스, 2009, 121-123쪽.

5) 루르지역의 재생은 엄밀하게 말하면 3단계로 이루어져있다. 제1단계는 1984년 시작하여 현재까지 전국적으로 이루어지고 있는 《주 정원 박람회》이며, 제2단계는 《엠셔 공원 프로젝트》이고, 제 3단계는 첨단산업을 육성하기 위해서 2000-2006년에 실행된 《루르 프로젝트》이다.

축박람회 엠셔 공원 IBA Emscher Park》으로 탈공업화 이후 쇠퇴해가는 루르지역의 엠셔 강을 중심으로 17개의 도시를[6] 테크놀로지 및 주거단지, 자연정경공원, 산책로, 자전거길, 놀이 및 스포츠 시설, 박물관, 전시관 등으로 연계한 프로젝트를 말한다. 즉 루르지역의 녹슨 철강공장과 석탄시설들을 재생시키고 오염된 산업단지를 정화하여 노동과 주거와 연구와 문화예술과 스포츠 등의 여가공간이 유기적으로 연계된 열린 시스템을 구축하는 프로젝트이다. 이 프로젝트의 진행 결과 탄생한 관광코스를 '산업문화 루트 Route der Industriekultur'라고 부른다.

본고에서 고찰하고자 하는 오버하우젠시 신 중심지 Neue Mitte 프로젝트도 이《엠셔 공원 프로젝트》에 속해 있다. 본고가 이 거대 프로젝트 중에서 오버하우젠시 신 중심지 프로젝트를 연구주제로 택한 이유는 오버하우젠시가 이 프로젝트를 통해서 도시의 구조변화를 완벽히 이루었기 때문이다.[7] 다시 말해 오버하우젠시의 신 중심지 프로젝트는 공업단지를 현대적인 상업과 비즈니스 단지 및 쇼핑과 레저단지 등 문화를 근간으로 한 새로운 산업단지로 완벽히 변화시켰다고 할 수 있기 때문이다.

하지만 1980년대 후반부터 일어난 이런 트렌드로 인하여 지역주민들에게 문화예술을 향유하게 했던 문화민주주의는 희미해졌다. 따라서 본고는 산업문화 유산이 문화민주주의 시기를 거쳐서 문화산업 시대로 전환되는 과정을 짚어보고, 문화민주주의에서 문화산업으로의 전환이 지역사회에 어떤 영향을 미치며 무엇을 의미하는지를 파악하기 위해서 오버하우젠시의 신 중심지 구축을 조명해보고자 한다.

국내외에서 오버하우젠시 신 중심지에 대한 연구는 활성화되어 있지 않으며 신 중심지를 견학한 이후에 작성된 보고서들과 기사들이 주를 이

---

6) 두이스부르크, 오버하우젠, 뮐하임, 보트롭, 에센, 글라트벡, 보훔, 겔젠키르헨, 레클링하우젠, 헤르네, 헤르텐, 카스트롭-라욱셀, 발트롭, 뤼넨, 도르트문트, 카멘, 베르크카멘이다.

7) Das Einkaufszentrum CentrO, https://www.ruhrgebiet-industriekultur.de/neue-mitte.html 참조(검색일 2021년 5월 10일).

룬다.[8] 따라서 문화민주주의에서 문화산업으로의 전환이 무엇을 의미하는지를 조명하고자 한 이 연구가 의미가 있을 것이다.

## II. 산업문화의 문화민주주의에서 문화산업으로의 전환

앞서 언급했듯이 1969년 "더 많은 민주주의에의 도전"이라는 슬로건으로 정권을 쟁취한 사회민주당이 문화정책에 사회문화 Soziokultur라는 용어를 부여하여 강조함으로써 신좌파적 시민운동가들의 사회문화센터 운동이 활발해졌다. 이에 따라 1970년대에는 오래된 산업체 건물들이 사회문화센터로 전환되어 "모두에 의한 모두를 위한 문화"라는 문화민주주의를 실현하는 장이 되었다.[9] 그로 인하여 평생 노동만을 해왔던 지역주민들과 거리를 방황하던 청소년들이 사회문화센터에서 문화예술 활동에 참여하여 창작을 하고 고급문화라고 여겼던 문화예술을 향유했다. 이처럼 문화에 대한 관심이 증폭되자, 1980년대에는 문화정책의 중요성이 한층 강조되고 문화예산이 증폭되었다. 연방과 주와 지역공동체들의 총

---

8) 오버하우젠시 신 중심지 구축과 관련한 국내의 논문은 도시재생을 건축학적인 관점에서 접근한 신동호의 연구와《엠셔 공원 프로젝트》를 논하면서 가스저장탱크 가소메터에 대해서 서술한 신명훈 및 문화예술 공간으로 재활용된 가소메터에 대하여 연구한 김홍기/박창호의 논문이 있다(신동호, 「독일 루르지역의 도시재생정책: 오버하우젠시와 겔젠키르헨시를 사례로」, 『한국경제지리학회지』제18권 제1호, 한국경제지리학회, 2015, 60-75쪽; 신명훈, 「역사문화유산과 도시재생 -독일 루르지역 엠셔공원의 사례」, 『열상고전연구』제48권, 열상고전연구회, 2015, 97-129쪽; 김홍기, 박창호, 「문화 예술 공간으로 재활용된 오버하우젠의 가스탱크 재생사례 분석」, 『한국가구학회지』제26권(제3호), 한국가구학회, 2015, 252-261쪽. /국외에서는 바스텐의 연구 및 브루네와 품프-울만의 저술과 빙켈만의 간단한 서술이 있다. Ludger Basten, *Die Neue Mitte Oberhausen. Ein Grossprojekt der Stadtentwicklung im Spannungsfeld von Politik und Planung, Stadtforschung aktuell.* 67, Basel 1998; Brune, Walter; Pump-Uhlmann, Holger, *Centro Oberhausen. Die verschobene Stadtmitte. Ein Beispiel verfehlter Stadtplanung*, Wiesbaden 2009; Winkelmann, Arne, *Kulturfabriken. Zeichenwandel der Fabrik in der freien Kulturarbeit,* Berlin 2006, p.194, pp.204-205.

9) 문화민주주의에 대해서는 사지원, 「사회문화운동에 의한 문화민주주의 실현과 산업문화유산의 재활용-《함부르크 파브릭》을 중심으로-」, 『독일어문학』 제89권, 한국독일어문학회, 2020, 203-207쪽.

공적 지출 비율이 1985년과 1990년 사이에 26.2% 상승했고, 같은 시기에 문화지출은 35.9%로 증가했다.[10] 이 비율은 문화 분야의 지출이 급격히 상승했던 1970년대 초에 비하면 대단한 비율은 아니었다. 하지만 문화에 대한 연방 및 주정부와 지역들의 문화정책에 대한 논의가 지속되고 문화에 대한 교육이 증가하고 도시축제와 거리축제를 비롯한 다양한 문화행사가 자유롭게 펼쳐졌다.

이런 다양한 문화행사가 수익을 내기 위해서 점점 대형화되고 화려해지면서 1970년대처럼 신좌파적 젊은이들과 문화입안자들이 추구했던 문화민주주의나 사회정치적 이상들은 점점 희미해졌다. 또한 1989년 동독이 해체되자, 1970년대의 문화민주주의를 이끌었던 좌파적인 이념들이 힘을 잃었다. 그러니까 1980년대 후반부터의 문화정책은 실용성과 경제적 수익에 초점이 맞춰졌고 문화프로그램들의 양적 확대와 방문객의 증가에 비중을 두었던 것이다. 이 문화프로그램들은 주로 지역 이미지 쇄신과 경제 활성화를 위해서 다른 지역들로부터 관람객을 불러들이는 스펙터클한 여름축제들이나 페스티벌들로 거리와 광장에서 이루어졌다. 이때 고장의 특산물이나 음식을 팔기 위한 시장이 형성되기도 했다. 특히 도시들은 여름 비수기의 경제 활성화를 위해서 실행한 여름축제 프로그램들을 점점 대형화하고 호화로운 문화공연들로 채웠다. 그에 따라 주와 지방정부에 의한 문화정책은 사회문화라는 개념이나 사회정책으로부터는 멀어지고 경제정책과 중첩되어 갔고, 문화 분야에 공적 자금을 지출할 때에 수익성이나 경제성의 원칙이 더 고려되었다.[11] 그라이너는 당시의 문화발전상황을 이렇게 표현한다. "문화는 단순히 경제성장분야가 되었고, 공동체들은 경제성장 분야에 투자를 한다. 왜냐하면 공동체들은 연극 페스티벌이 도시를 광고하는 데 가장 효과적인 형태일 수 있다는 것

10) Bernd Wagner, "Die Neue Kulturpolik und das neue Interesse an der Kultur" *Kulturpolitische Mitteilungen* 26(61/62), Bonn 1992, p.11.

11) Nobert Sievers/Bernd Wagner, *Soziokultur und Kulturpolitik. Bestandsaufnahme Soziokultur: Beiträge-Analysen-Konzepte,* Stuttgart/Berlin/Köln 1992, p.19.

을 파악했기 때문이다. 그리고 사람들이 밤 문화행사를 즐긴 이후 맥주를 마시고 숙박을 함으로써 돈을 쓰면 투자 손실이 없다는 것을 알았기 때문이다. [예술가]의 후원자들은 경제성장 분야에 투자를 한다. 왜냐하면 젊은 예술가들의 전시회가 대리석으로 만들어준 휴게실보다 슈파르카세와 같은 은행에 더 큰 명성을 가져온다는 것을 알았기 때문이다. 그리고 연방도 경제성장분야에 투자한다. 왜냐하면 문화적인 자기 서술이 없는 외교정책은 작동하지 않는다는 것을 알았기 때문이다."[12]

요컨대 1980년 후반부터는 공공기관이 나서서 지역의 경제 활성화와 이윤추구에 중점을 두다보니 음악과 연극에 의한 대형 축제나 스펙터클한 문화행사와 같은 고급문화 모티브가 문화민주주의에 대한 모티브 내지는 사회문화 모티브보다 우선시되었다고 할 수 있다.[13] 즉 공공기관들은 비싼 값을 치르고 문화행사를 즐기고 스포츠 활동을 하고 쇼핑을 할 수 있는 고객들을 도시 내로 끌어들이기 위해서 고객들에게 최상의 서비스를 제공했고, 고객들은 자신의 취향과 만족을 위해서 기꺼이 그에 상응하는 대가를 지불했던 것이다. 이런 현상을 문화 사회학자 게르하르트 슐체는 이제 문화체험이나 예술작품의 인지와 소비가 객관적으로 측정할 수 있는 질적 수준을 목표로 하지 않고 관람자의 주관적인 내적 상태, 즉 감성적인 일체감을 목표로 한다고 주장했다.[14]

정리하면, 1980년대 후반부터 지자체들은 개인의 취향에 최대로 상응하고자 노력했고, 개인들은 세련되고 호화로운 문화행사들과 다양한 서비스에 만족하며 기꺼이 지불을 하는 사회로 패러다임이 전환된 것이다. 요컨대 신좌파들이 방치되었던 산업체 건물들을 계급의식의 상징으로 여

12) Ulrich Greiner, "Brot im Überfluss und Spiele satt. Kultur: die grosse Wachstumsbranche", *Die Zeit* Nr. 33, 1987, https://www.zeit.de/1987/33/brot-im-ueberfluss-und-spiele-satt 참조(검색일 2021년 05월 12일).

13) Max Fuchs, *Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe,* Wiesbaden 1998, p.233.

14) Gerhard Schulze, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart,* Frankfurt a. Main/New York 1992, p.40.

기며 이를 재생시켜 문화민주주의의 실현소로 활용했던 추세는 약화되고, 산업문화 유산들이 지역의 경제를 활성화하고 일자리를 창출하는 산업의 장이 된 것이다. 달리 표현하면 문화와 상업성이 한 쌍이 된 것이다. 따라서 주 정부와 지방 정부들은 건축적·문화적·역사적으로 가치가 있는 기념비적인 건축물들에 대해 대단한 관심을 보이며 도시나 지역의 발전에 이 건축물들을 최대로 활용했다. 이에 대한 가장 대표적인 성공사례가《엠셔 공원 프로젝트》이며, 이 프로젝트 중에서 상업적으로 가장 성공한 한 사례가 오버하우젠시의 신 중심지 구축이라고 할 수 있다.[15]

## III. 공업단지의 문화산업단지로의 재활용을 통한 오버하우젠시의 신 중심지 구축

### 1. 오버하우젠시 공업단지의 쇠퇴와 재활용 계획

오버하우젠시는 19세기 중반까지는 존재감이 미미했으나, 1850년대 오버하우젠시의 기차역이 북 루르지역의 철강업을 위해서 중요한 위치를 차지하게 되면서 성장하기 시작했다. 또 구테호프눙스휴테 Gutehoffnungshütte(이하 GHH로 약칭함) 제철 기업이 기계 제작과 광산업으로 사업을 확장하고 철강기업들을 인수하여 '광산 및 철강 주식연합회'로 되자[16], 오버하우젠시도 함께 급성장했다. 이 지역은 독일의 공업단지인 만큼 제2차 세계대전 동안에는 주거지 대부분이 훼손되었다. 하지만 석탄과 철강단지를 중심으로 독일의 경제복구가 이루어지자, 오버하우젠시의 대규모 공장지대에도 새로운 주택단지가 조성되었다. 이후 1950년 – 60년대에 오버하우젠시는 경제적으로 다시 부흥하며, 인구밀도가 제곱

15) 《엠셔 공원 프로젝트》는 역사적·문화적 정체성과 그곳의 주민들과 주위환경을 신중하게 고려하여 정비하고 전환한 경우로 오버하우젠시 신 중심지 구축과는 차이가 있다.

16) 이 지역에서 제철업을 가장 먼저 시작한 기업은 장 안토니 휴테 St. Antony-Hütte이나, 1808년 GHH에 합병되었다.(Walter Brune/Holger Pump-Uhlmann, ibid. p.15).

미터당 2900명으로 독일에서 가장 높은 인구밀도를 가진 도시 중의 한 곳이 되었다.[17] 하지만 녹지도 휴식처도 여가공간도 없이 오직 노동만을 하는 지역으로 주민들의 주거환경은 매우 열악했다.

앞서 언급했듯이 1960년대의 1차 경제위기와 1970년대의 오일쇼크로 인하여 산업구조의 전환이 이루어지기 시작하자, 오버하우젠시의 경제를 담당하고 있던 광산 및 철강기업 GHH가 타격을 입었다. 그러자 티센 주식회사 Thyssen AG가 GHH의 주식 과반을 인수했다.[18] 그러나 티센의 예상과 달리 석탄갱들의 폐쇄와 철강업의 지속적인 하강으로 인해서 재정이 회복되지 않았고, 주민들은 일자리를 잃었다. 1987년까지 오버하우젠시에서 40,000명의 실업자가 생겨났다.[19] 이 산업의 위기는 곧 오버하우젠시의 경제위기를 의미했다. 왜냐하면 광산업과 철강업의 몰락은 이 분야에 종사했던 주민들을 실업으로 만들었고, 이는 실업수당을 증가시키고 시정부의 세금수입의 감소로 이어졌기 때문이다. 동시에 실업자들은 새로운 일자리를 찾아서 이 지역을 떠났으며, 그로 인한 주민수의 감소는 다른 업계에도 타격을 주었다. 이런 악순환이 이어지자, 오버하우젠시 정부는 이 위기로부터 도시를 구하고자 시도했다. 그 시도가 오버하우젠시의 경제심장부였던 GHH의 143헥타르의 부지에 신 중심지를 구축하여 이 지역을 재산업화 하는 것이었다.

1980년대 중반부터 GHH 공업단지를 재생시키기 위한 논의가 본격화되었고, 제안된 첫 안은 녹색 중심의 오버하우젠시라는 계획이었다.[20] 그러나 이 계획은 일자리를 창출하지 않을 것이라는 이유에서 철회되었다. 이어서 1988년 노르트라인-베스트팔렌의 주도 뒤셀도르프 행정부

17) Werner Krötz, *Die Industriestadt Oberhausen. Geschichtlicher Atlas der Rheinlande*, Köln, 1985, p.15.

18) Neue Mitte Oberhausen. Entwicklung, https://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Mitte_Oberhausen 참조(검색일 2021년 5월 2일).

19) Walter Brune/Holger Pump-Uhlmann, ibid. p.7.

20) Neue Mitte Oberhausen. Entwicklung. ibid.

에 캐나다 투자회사 트리플 파이브가 거대 규모의 쇼핑몰 건축을 제안했다, 트리플 파이브는 폐쇄된 GHH 산업단지 100헥타르에 캐나다의 웨스트 에드먼톤 몰 West Edmonton Mall을 모델로 하여 85만 제곱미터 규모의 여가센터이자 쇼핑센터를 짓고자 했다. 그러나 이 계획은 3년을 논의한 끝에 시의 도시발전계획과 부합하지 않는다는 이유로 무산되었다. 오버하우젠시 정부는 도시의 핵심 공업단지였던 GHH 지대를 도시의 새로운 중심지로 대체하여 이전의 단독적인 경제구조가 지속적으로 극복되고 도시가 성장하며 도시의 중심들이 새로운 방식으로 서로 연계되어야 한다는 도시발전계획을 수립했었다.[21] 따라서 신 중심지는 쇼핑몰이자 여가공간이자 관광 및 비즈니스 단지로서 오버하우젠시의 새로운 경제단지가 되어야 했다. 당시 오버하우젠시의 가장 큰 목표는 서비스업을 통한 일자리 창출이었고 2000년까지 10,000개의 일자리 창출이었다.[22] 이후 영국의 투자그룹이 도시건축적인 계획안과 연계된 여가 및 문화공간과 상권으로 구성되어 있는 쇼핑몰을 제안했다. 결국 영국투자그룹이 '센트로 CentrO'[23]라고 하는 건축물을 중심으로 한 오버하우젠시의 핵심경제 단지 형성을 위해서 GHH지대 일부를 차지했다.

쓸모없어진 GHH 공업단지를 재활용하여 오버하우젠시의 신 중심지 구축을 위한 조치는 10개의 영역으로 구성되어 있다.[24] 1. 대형 가스탱크 가소메터를 전망대를 가진 전시장으로 재생/2. 센트로 단지 구축/3. 총 30만 제곱미터 면적에 해당하는 주차장 건설/4. 대중교통망 확충/5. 오버하우젠시 성을 갤러리로 개조/6. 니더라인 경기장 개조/7. 생태를 위한 테크놀로지 센터 건축/8. 연방 리그에 적합한 테니스장 건축/9. 주정원박람회를 위한 오버하우젠시 정원 구축/10. 오버하우젠시 하이테크

---

21) Ibid.

22) Walter Brune/Holger Pump-Uhlmann, ibid. p.41.

23) CentrO의 O는 오버하우젠 Oberhausen의 약자이다.

24) Stadt Oberhausen, *Oberhausen 2000. Eine Stadt verändert sich. Ziele und Projekte*, Oberhausen 1997, pp.12-13.

놀로지 단지 구축

이 계획을 바탕으로 오버하우젠시는 GHH의 공업지대를 재활용하여 신 중심지를 창출해냈다.

## 2. 오버하우젠시 신 중심지 구축[25)]

### 1) 가소메터 오버하우젠 Gasometer Oberhausen의 재활용

오버하우젠시 남동쪽의 아이젠반 슈트라세와 엠셔강으로 흐르는 라인-헤르네-카날 사이에 우뚝 서있는 가소메터[26)]는 높이 117.5미터와 직경 67.6미터 및 둘레 210미터로 유럽에서 가장 큰 가스저장탱크였다. 가소메터는 GHH에 의해 1929 설립되었으나 1988년 가동을 멈춘 이후, 오버하우젠시의 시민들과 의회와 주정부와 엠셔 공원 프로젝트 팀이 4년간을 논의한 끝에 약 8백만 유로를 들여서 유럽 최고의 전시장으로 개조하기로 합의했으며, 이 개조에는 건축가 유르크 슈터이너와 영국의 밥콕 주식회사가 참여했다.[27)] 가조메터의 내부는 대체적으로 그대로 유지되었으며 이 내부를 크게 두 공간으로 나누기 위해서 약 4.20미터의 높이에 가스압력 디스크가 설치되었다. 즉 가소메터의 내부는 이층으로 되어 있으며, 방문객은 일반적으로 3,500제곱미터 면적의 아래층 둥근 공간으로 입장한다. 약 110미터 높이의 상층은 원형 연기장과 연단 및 500명이 앉을 수 있는 객석 등으로 이루어져 있다. 또 내부와 외부에 있는 승강기가 전망대까지 연결되어 있어서 주변경치를 보면서 가소메터의 전망대

25) 지면관계상 신중심지의 건축물을 모두 살펴볼 수는 없기 때문에, 이 장에서는 GHH의 산업유물을 재생시킨 가소메터와 신 중심지의 핵심이 되는 건축물 중심으로 고찰한다.

26) 가소메터에 대해서는 Jeanette Schmitz(Hg.), *Gasometer Oberhausen : Kathedrale der Industriekultur*, Essen 2019; Gasometer Oberhausen, https://www.gasometer.de/de/der-gasometer/geschichte 참조(검색일 2021년 5월 5일).

27) Gasometer Oberhausen-Umnutzung. Europas größter Scheibengasbehälter in seiner finalen Nutzung, 07/1994 https://www.steiner.archi/architecture/gasometer-oberhausen 참조(검색일 2021년 5월 5일).

까지 오를 수 있게 되어 있다. 이런 개조를 통해서 거대한 가스저장탱크가 GHH의 유일한 공장 건축물로 보존되었으며 도시의 상징이자 루르지역의 랜드마크가 되었다.

이곳에서 행해진 행사들은 그 거대한 크기에 상응하게 새로운 차원의 대형전시와 공연들이었다.[28] 그동안 개최되었던 전시를 예로 들어보면, 첫 전시회의 주제는 GHH와 오버하우젠시뿐만 아니라 루르 지역을 대변하는 〈불과 화염〉이었다. 이 전시는 붉은 기운이라는 이미지로 가소메터의 또 지역산업의 역사를 단적으로 보여주었다. 이 전시를 46만 명이 관람했다. 1999년에는 크리스토와 장 클라우드가 13,000개의 기름통으로 벽을 세우는 〈벽〉이라는 작품을 발표했다. 약 39만 명이 이 전시회를 찾았다. 2000년에는 〈공은 둥글다〉라는 주제로 독일 축구연맹 100년의 역사가 전시되었고, 216,000명이 전시회를 방문했다. 2009/2010년에는 〈운명의 시간 – 태양시스템의 기적〉이라는 주제로 우주와 천체에 대한 사진들과 달에 대한 조각품이 전시되었으며, 96만 명이 전시회를 찾았다. 이 전시회는 〈유럽문화수도 루르 2010〉[29]의 행사에서 가장 성공적인 전시회였다. 2016/17년에는 〈자연의 기적〉이라는 주제로 동식물의 다양성과 특유함에 대해서 전시했다. 이때 20미터 크기로 만들어진 지구본을 공중에 띄워서 움직이는 위성사진을 투사함으로써 밤과 낮과 계절들이 바뀌는 모습을 보여주었다. 135만 명이 방문함으로써, 이 전시회는 가장 많은 관람객 수를 기록했다. 2018/19년에는 〈산이 부른다〉라는 주제로 산의 생성과 매력에 대한 대형 사진들과 영화 장면들 및 그곳의 동식물

28) 가소메터에서 행해진 전시에 대해서는 Gasometer Oberhausen. Ausstellungskataloge, https://www.gasometer.de/de/ausstellungen/ausstellungsarchiv 참조(검색일 2021년 5월 5일).

29) 〈유럽문화도시〉제도는 유럽문화정책의 일환으로 1984년 유럽 문화부 장관회의에서 결정되었다. 1985년 그리스 아테네를 시작으로 1986년 이탈리아 피렌체, 1988년 독일 베를린 등으로 이어졌으며, 동유럽의 공산주의가 사라지고 유럽연합이 형성되면서부터는 〈유럽문화수도〉로 명칭이 변경되었다. 2010년에는 에센을 중심으로 한 루르지역이 "문화를 통한 전환 – 전환을 통한 문화"라는 모토로 〈유럽문화수도〉로 선정되었다.

세계를 전시했다. 이 전시의 정점은 100 미터 높이로 띄운 마터호른산의 조각품에 3D 기술을 활용하여 산의 낮과 밤의 모습과 사람들이 등산하는 모습들을 생생하게 보여주었다는 데 있다. 2021년 여름에는 〈깨지기 쉬운 파라다이스〉라는 주제로 기후역사와 열대우림 지대 및 동식물 세계를 사진과 비디오 동영상으로 보여주고 3D 기술을 이용하여 직접 체험할 수 있게 하는 전시회가 예정되어 있다.

종합해보면 산업문화 유산이 문화민주주의의 실현의 장이 되었던 1970년대와 달리, 1990년대에는 대형의 독특한 공간이 화려하고 스펙터클한 전시장으로 변모되었다. 또 그 공간에서 이루어진 전시회는 주로 200여 년의 산업역사를 가진 루르 지역과 100여 년의 축구 역사 및 대자연을 대형사진들과 동영상 및 3D 기술 등을 활용하여 보여줌으로써 산업문화가 거대 문화산업으로 전환되었음을 드러냈다. 이처럼 거대 문화산업이 이루어지는 곳에 관객이 몰렸고, 주최 측은 이런 결과에 열광하며 점점 더 화려하고 고급스런 대형 전시회나 공연을 기획했다. 요컨대 산업문화의 문화산업으로의 전환은 시대적 요구일 수 있지만, 문화산업은 문화민주주의를 실행하기 이전의 고급문화로의 전환 또는 문화의 시장화를 의미하며 각광 받는 경제정책의 요소가 되었다고 할 수 있다.

### 2) 대형 쇼핑센터 센트로 Centro의 건립

〈그림 1〉 센트로 외부와 내부 전경

출처: https://www.ruhr-tourismus.de/en/the-ruhr-area/cities/oberhausen/centro-oberhausen.html

센트로[30]는 1996년 GHH 지대에 완공된 대형 쇼핑몰이다. 정면 입구는 유리와 철강으로 되어 있으며, 센트로 CentrO라는 커다란 글자가 멀

리서도 보이게 되어 있다. 지붕은 유리로 된 반구천정이며, 내부는 화강암과 강철과 유리로 되어 있어서 옛 산업 시대의 건축물을 연상시킨다. 또 취향대로 택하여 쉴 수 있는 다양한 형태의 좌석과 풍부한 식물들과 음악에 맞춘 분수의 물결이 화려하고 세련된 분위기를 자아낸다.

프로젝트 실행 당시 약 125,000제곱미터 면적의 이 대형 쇼핑몰은 루르 지역에서 가장 큰 구조변화를 가져올 프로젝트였고, 오버하우젠시 신 중심지의 핵이 될 예정이었다. 실제로 완공과 동시에 1997년에 5,000개의 일자리가 창출되었고, 오버하우젠시는 "완전히 새로운 이미지"[31]를 만들어냈다. 이후 오버하우젠시의 신 중심지가 유럽 최대의 쇼핑센터이자 레저단지가 되면서 2000년까지 10,000개의 일자리가 창출되었다.[32]

센트로는 다양한 상품들을 판매하는 상가와 식당가가 완전히 분리되어 있다. 상가에는 아베크롬비앤피치, 데시구엘, 애플, 카우프호프와 같은 브랜드를 비롯한 250개의 점포가 들어 있으며, 이 상가를 지나서 식당가가 펼쳐진다. 즉 400미터 길이의 산책로에 바와 선술집과 디스코텍 및 세계 각국의 음식점이 이어져 있다. 여름에는 이 식당가에 약 4,000석의 야외 식탁이 마련되고, 겨울에는 성탄을 위한 시장이 생긴다. 또한 주말에는 밤 문화를 즐길 수 있는 칵테일 바들과 클럽들이 새벽까지 문을 연다. 이 산책길은 다양한 레저시설들과 맞닿아 있다. 즉 센트로 주변에는 쾨니히-필제너 경기장, 센트로 공원, 멀티플렉스 극장, 가소메터, 메트로놈 연극관, 아쿠아 파크 등 문화예술과 스포츠 활동을 하고 삶을 음

30) 센트로에 대해서는 Walter Brune/Holger Pump-Uhlmann, ibid; Ludger Basten, ibid.; Stadt Oberhausen. CentrO, https://www.oberhausen.de/de/index/tourismus-freizeit/stadtportrait/sehenswuerdigkeiten/centro.php/CentrO, https://de.wikipedia.org/wiki/CentrO 참조(검색일 2021년 5월 10일).

31) Helmut Breuer, "Ein Glücksfall für das Ruhrgebiet. Europas größtes Einkaufszentrum in Oberhausen zieht nach einem Jahr positive Bilanz – "Killer-Effekt" für das Umland blieb aus", *Die Welt,* 12.09.1997, https://www.welt.de/print-welt/article641158/Ein-Gluecksfall -fuer-das-Ruhrgebiet.html 참조(검색일 2021년 5월 20일).

32) Ibid.

미할 수 있는 다양한 시설과 공원들이 조성되어 있다.

요컨대 관광객과 방문객이 센트로가 있는 신 중심지로 몰리는 이유를 정리하면 이러하다. 첫째, 신 중심지에서 쇼핑과 산책과 스포츠 및 문화예술 활동으로 여가 시간을 보낼 수 있으며, 둘째, 취향대로 음식을 선택할 수 있는 먹거리들이 즐비하게 있고 셋째, 14,000대의 자동차를 주차할 수 있는 거대 무료주차장과 대중교통망이 잘 구축되어 있으며, 넷째, 다양한 놀이의 대형 어린이 놀이터가 있어서 가족 단위의 방문객이 많으며, 다섯째, 중앙건물을 중심으로 동서남북으로 연결된 건축물이 날씨와 관계없이, 또 상가들이 문을 닫은 이후에도 열려있어서 호화로운 쇼핑거리를 배회할 수 있기 때문이다.

### 3) 아쿠아 파크 오버하우젠 Aqua Park Oberahusen 건립

〈그림 2〉 아쿠아 파크 외부와 내부 전경
출처: https://www.aquapark-oberhausen.com/der-aquapark-oberhausen

아쿠아 파크[33]는 실내 체험 구역, 식당 구역, 스포츠 구역, 야외수영장 구역으로 나뉘어 있다.

실내 체험구역은 옛 광산업에 대해 체험할 수 있는 세계 최초의 워터파크로 제련소를 연상시키는 18미터 높이의 철제 탑과 크고 작은 수조와 대형 파이프로 된 미끄럼틀로 이루어져 있다. 미끄럼틀은 20미터 길이로 대형파이프를 통해 수조에 떨어지는 느낌이 마치 용광로에 떨어지는 느

33) 아쿠아 파크에 대해서는 https://www.aquapark-oberhausen.com/der-aquapark-oberhausen 참조(검색일 2021년 5월 15일).

낌이 나도록 만들어져있다. 탈의실은 광부들의 옛 탈의실 스타일을 그대로 유지한 채 개조되었다. 또한 매표소는 광부들이 갱으로 들어갈 때, 검열을 받았던 곳을 떠올리도록 입구에서 매표원이 글뤽 아우프 Glück auf"![34]라고 말한다. 300제곱미터 크기의 야외수영장은 실내에서 대형 파이프를 통해서도 갈 수 있게 되어 있다. 유리로 된 반구 천정은 일부가 개폐식으로 되어 있어서 날씨가 좋은 날에는 하늘 바로 아래서 또 별이 빛나는 밤하늘 아래서 수영을 하는 느낌이 나도록 열려 있다. 이런 디테일한 요소들이 아쿠아 파크가 "검은 황금"이라고 불렸던 시기의 탄광산업 지대였음을 알리고 있다.

하지만 아쿠아 파크는 단순히 경제적 이익만을 위해서 다양한 시도들을 하고 있는 것은 아니다. 《엠셔 공원 프로젝트》가 지속가능성을 추구하기 때문에, 이 프로젝트의 하나인 아쿠아 파크도 지구촌의 지속가능성을 위해서 사회적·생태적으로 기여를 하고 있다. 즉 아쿠아 파크는 채굴에 대한 세계 최초의 체험 수영장으로서 친환경적인 수영장과 지구촌의 지속가능성을 위해서 2013년 7월에 3가지 원칙을 결정했다.[35] 첫째, 모든 분야의 구성원들로 이루어진 '지속가능성위원회'를 구성하고, 둘째, 요식업에 사용되는 식자재들을 지역에서 조달하기로 하며[36], 셋째, 아이디어를 공모하여 지구촌의 지속가능성을 위한 프로젝트를 실행한다.

이후 아쿠아 파크는 이 세 원칙을 바탕으로 지구촌의 사회적 기여를 위해서 두 가지 프로젝트를 기획했다.[37] 첫 번째 프로젝트는 〈물 소비 전시회〉의 개최이다. 약 1년에 걸쳐서 개최된 〈물 소비 전시회〉에서는 관람객들이 지구촌의 부족한 수자원 실태를 파악하고 물과 지속성에 대하

34) 광부가 어두운 갱에서 다시 땅위로 무사히 올라오기를 바라는 루르지역의 인사.

35) Nachhaltigkeit Kommunikation, https://www.aquapark-oberhausen.com/nachhaltigkeit/kommunikation 참조(검색일 2021년 5월 15일).

36) 이는 장거리 수송으로 인한 교통 혼잡과 에너지의 낭비를 막고 지역민에게 혜택을 주기 위한 방안이다.

37) Nachhaltigkeit. Soziales, https://www.aquapark-oberhausen.com/nachhaltigkeit/soziales 참조(검색일 2021년 5월 15일).

여 연계할 수 있도록 일상에서의 물의 사용에 대한 다양한 사진들이 전시되었다. 이 전시회의 협력파트너는 세계야생기금, 월드비전, 아쿠아 테크닉, 오버하우젠시 사우나 시설 졸바트 폰데어오르트, 밀레, 라인란트-베스트팔렌의 수자원 협회, 쾨니히 필제너였다.

사회적 기여를 위한 두 번째 프로젝트는 〈아프리카를 위한 식수〉와 자선단체 《오버하우젠 타펠》[38]을 위한 기부프로그램의 운영이었다. '지속가능성위원회'는 〈아프리카를 위한 식수〉프로젝트를 실행하기 위해서 지역의 다양한 축제에 참여하여 모금 운동을 했고, 이 프로그램은 지금도 진행 중이다. 또 《오버하우젠 타펠》에 가정형편이 어려운 어린이들을 위해서 수영장 티켓을 기부했고 성탄절에는 60박스의 선물을 기부했다. 아쿠아 파크는 이 기부 프로젝트를 지속적으로 확장해나갈 계획이다.

아쿠아 파크는 지구촌에 생태적으로 기여하기 위해서 여러 사항을 실천하고 있다.[39] 첫째, 자원을 절약하고 쓰레기를 줄이기 위해서 식당가의 일회용 물품과 포장지를 없앴다. 둘째, 주차장의 전구를 LED로 교체하고 센서를 부착하여 자동 점화되고 소등되도록 함으로써 전기에너지 사용을 15% 감소시켰다. 셋째, 밤에는 자동으로 실내 온도가 약 섭씨 4도로 유지되고 날이 새면 데워지는 자동온열시스템 장치를 설치했다. 다섯째, 세제 계량기를 설치하여 세제의 낭비를 막고, 모든 인쇄물들은 지속가능성 마크가 있는 것들을 구매했다. 여섯째, 수영장 물의 80%를 재활용 물을 사용하고 있다. 이 재활용 물은 울트라 필터로 독성을 제거하고 자동 살균장치에 의해서 살균 소독을 하는 정수과정을 거친 물이다. 또 이때 자외선에 의해서 물속의 박테리아를 제거할 수 있도록 자외선 발광 소재로 된 물 수송관을 사용하고 있다. 이런 과정을 통해서 아쿠아 파크는 오염의 배출을 줄이고 환경호르몬의 발생을 차단하며 물과 전력 낭비를 막고 있다.

---

38) 《오버하우젠 타펠》은 가난한 사람들에게 생필품을 전달하는 자선단체이다.

39) Nachhaltigkeit. Ökologisches, https://www.aquapark-oberhausen.com/nachhaltigkeit/oekologisches 참조(검색일 2021년 5월 15일).

요컨대 옛 광산업을 연상시키는 아쿠아 파크 수영장은 오버하우젠시에 경제적으로 기여 할 뿐만 아니라 사회적·생태적으로 긍정적인 영향을 미치고 있다. 이런 기여로 인하여 아쿠아 파크는 2011년 독일에서 채굴에 대한 체험을 가장 잘 할 수 있는 워터 파크 3위로 선정되었고 2018년에는《수영문화를 위한 독일협회》로부터 공공 가치 기여 상을 수상했다.[40]

## 3. 오버하우젠시 신 중심지의 사회적·경제적·문화적 기여와 한계

오버하우젠시는 가스저장탱크 가소메터와 센트로를 중심으로 신 중심지를 구축함으로써 도시의 구조변화를 완벽히 성공시켰다는 평가를 받고 있다. 따라서 신 중심지는 도시구조변화에 대한 하나의 모델이 되고 있으며 오버하우젠시를 넘어서 루르 지역에 경제적·사회적·문화적으로 기여하고 있다. 이를 정리해보면 다음과 같다.

첫째, 센트로 내의 3,000개의 일자리를 비롯하여 신 중심지에서 12,000개의 일자리를 창출했다. 둘째, 대형 쇼핑센터 센트로와 가소메터를 중심으로 한 신 중심지가 루르 지역의 '산업문화 루트'가 됨으로써 연간 23백만 명 이상의 방문객이 이곳을 찾고 있다.[41] 셋째, 쓸모없어진 가스저장탱크 가소메터를 리모델링하여 전시장으로 사용하고 방치된 공업단지를 정비하여 새로운 건축물을 건립함으로써 지역의 역사적 정체성을 보존하고 오버하우젠시의 미관과 이미지를 개선했다. 넷째, 아쿠아 파크 수영장이 물과 에너지 소비의 장소라는 이미지를 개선하기 위해서 LED 전구와 재활용 물을 사용하고 자동온열시스템 장치를 설치하여 에너지를

40) Das Erlebnisbad der Superative, https://www.aquapark-oberhausen.com/ unsere-reviere/erlebnis-revier 참조(검색일 2021년 5월 15일).

41) Ökonomischer Motor, https://www.oberhausen.de/de/index/wirtschaft-arbeit/stadtentwicklungsprojekt-neue-mitte -oberhausen.php 참조(검색일 2021년 5월 20일).

절약하고 쓰레기를 줄임으로써 사회적·생태적으로 기여하고 있다. 다섯째, 여가공간도 휴식처도 녹지도 없던 열악한 환경의 도시에 다양한 문화시설과 스포츠 시설 등 여가활용공간과 공원들을 조성하여 주민들의 생활환경을 개선했다. 여섯째, 오버하우젠시의 숙박과 교통 등 서비스업 분야의 경기를 활성화했다.

하지만 이런 여러 긍정적인 평가에도 불구하고, 신 중심지의 구축은 오버하우젠시 전체의 이익을 저해했다는 비판을 적지 않게 받고 있다. 따라서 오버하우젠시 정부는 이를 해결해야 할 과제를 안고 있다.

## 4. 오버하우젠시의 과제

도시계획이란 장기적으로 공동이익을 목표로 해야 하며 공간과 그곳의 활용도를 도시 전체에 분배하는 것을 말하는데, 오버하우젠시는 신 중심지의 구축으로 인하여 도시 전체를 쇠퇴시켰다는 지적을 받고 있다.[42] 신 중심지 구축 이후 오버하우젠시에 발생한 문제를 짚어보면 이러하다.

첫째, 오버하우젠시에 관광객과 쇼핑객이 몰리지만, 이들은 오버하우젠시 전체에 관심을 갖는 것이 아니라 신 중심지에만 관심이 있다. 따라서 오버하우젠시의 중심지이자 전통적인 상가지대였던 마르크트 거리와 슈테르크라데와 오스터펠트지역의 상가들은 문을 닫았고, 건물의 가치가 하락했다. 이로 인해 제로섬 게임 Null-Summen-Spiel이 발생했다. 둘째, 주로 젊은 고객들이 센트로를 방문하기 때문에, 실제로 구매력이 크지는 않다. 또 센트로에 있는 글로벌 기업 매장들의 지사가 오버하우젠시에 있지 않기 때문에 기업의 영업세가 오버하우젠시 자체의 경제에는 도움이 되지 않는다. 셋째, 센트로와 주변의 건축물들이 83헥타르에 해당하는 면적의 땅을 대부분 콘크리트로 막아 버려서 자연공간이 파괴

42) Walter Brune/Holger Pump-Uhlmann, ibid, p.93.

되었고, 증가한 교통물량과 방문객과 소음이 오버하우젠시의 환경을 훼손했다. 넷째, 40,000 명이 일자리를 잃었는데, 총 12,000개의 일자리만이 창출되었다.

사실 오버하우젠시 정부도 이런 문제를 인지하고 있으며 이의 해결을 위해서 노력하고 있지만 큰 진척을 보이지 못하고 있다. 왜냐하면 오버하우젠 시가 계획한 "첨단과학 기술단지를 조성"[43]은, 루르지역의 3단계 프로젝트 '첨단산업육성'에서도 볼 수 있듯이, 여러 도시들에서 동시에 실행되고 있기 때문이다.

## Ⅳ. 나가는 말 – 문화민주주의에서 문화산업으로의 전환에 대한 의미와 시사점

이상에서 살펴본 바와 같이 1980년대 후반부터는 산업문화 유산들의 재활용이 새로운 차원의 전략을 토대로 대단한 투자액을 필요로 하는 거대 프로젝트로 전환되었으며, '도시의 정비와 개조'가 표제어가 되었다.[44] 동시에 이 표제어 하에서 도시들과 주변 지역들이 생태적으로 감당이 가능한 범위 내에서 문화적·경제적·사회적으로 발전할 수 있도록 계획되어야 한다는 사유가 지배했다. 즉 지속가능한 사회 내지는 지속가능한 공동체의 추구가 도시정비 내지는 도시재생의 목표가 되었다. 그 대표적 사례가 1989년 시작된《엠셔 공원 프로젝트》이다. 하지만 이 거대 프로젝트의 일환으로 구축된 오버하우젠시 신 중심지 구축은《엠셔 공원 프로젝트》와는 다른 방향으로 진행되었다. 방치되고 쓸모없어진 산업단지를 재활용하여 일자리를 창출하고 지역경제를 활성화한다는 목표는 크게 다르지 않아 보이나, 오버하우젠시의 신 중심지 구축은 도시구조의 완벽한 변화를 위한 것이었다. 따라서 오버하우젠시 신중심지의 구축은 도시

43) 신동호, 위의 글, 68쪽에서 재인용.

44) Arne Winkelmann, ibid, p.204.

의 재생보다는 재개발에 초점이 맞춰졌고, 인구 약 21만 명의 도시에 125,000제곱미터 면적의 대형 쇼핑센터 '센트로'가 건설되었다. 또 방치되어 있던 가스저장탱크 가소메터는 그 상징성을 유지하면서 특이한 공간의 화려한 전시장이자 공연장으로 탈바꿈되었다. 이는 가소메터의 전시와 공연을 관람한 관객들이 자연스럽게 대형 쇼핑센터로 이동할 수 있도록 하는 전략이었다. 다시 말하면 가소메터의 문화적 경영과 신 중심지의 소비 사이에 경제적 공생관계가 이루어진 것이다.[45] 이후 대형 쇼핑센터 '센트로'는 오버하우젠시의 상징이자 랜드마크가 되었다. 나아가 이 신중심지는 독일에서 대단위 지대의 개발에 대한 하나의 모델이 되었다. 따라서 오버하우젠시는 계획대로 도시의 구조개혁을 완벽히 이룬 대표적인 사례가 되고 있다.

그러나 이 거대 프로젝트에서 '문화'는 여가시간을 비싼 대가를 지불하고 즐길 수 있는 대형 전시회와 스펙터클한 공연과 다양한 오락시설과 요식업과 서비스업과 같은 요소로 구성되어 있다. 또한 가소메터의 전시회를 찾는 많은 방문객 수가 그 전시회의 질적 수준을 담보하지는 않는다. 좀 더 구체적으로 표현하면, 이 산업문화유산은 그 상징성을 유지함으로써 역사적 정체성을 지녔다는 평가를 받으면서 더 높은 이익을 얻어내기 위한 하나의 전략이자 상표로 작용하고 있는 것이다.[46] 즉 문화는 '산업문화유산'이라는 상표 덕분에 상품으로서의 가치를 인정받고 있는 것이다. 요컨대 가소메터처럼 옛 산업체 건물이 지니고 있는 역사적 정체성과 고유성 자체가 대형 행사장이 될 수 있는 가능성을 충분히 담보하고 있기 때문에, 공공기관이 앞장서서 이들을 리모델링하고 있는 것이다.

정리하면 도시의 오점이자 부담이었던 예전의 산업단지와 공장들은 1980년대 후반부터 시장화 전략이라는 명분하에서 공공기관에 의해서 합법적으로 관객몰이를 하는 매력적인 장소로 탈바꿈하였고 이윤추구의

45) Ibid.

46) Ibid, p.205.

단지로 전환되었다. 즉 지역을 대표하는 건축적·역사적·사회적 가치가 있던 산업문화유산들이 이제는 더 이상 문화민주주의와 사회문화를 실행하기 위한 장소가 아니라 경제 활성화를 위한 투자처가 되었다는 의미이다.

당시를 지배한 이런 사유에 따라 구축된 오버하우젠시의 신 중심지는 도시의 구조변화를 확연히 이루었지만, 원도심뿐 아니라 인근 도시들을 쇠퇴시키는 결과를 초래했다. 그러니까 오버하우젠시의 신 중심지 구축은 사실상 제로섬 게임이 되어버린 셈이다. 따라서 오버하우젠시 정부는 도시 전체의 공동이익을 위한 도시발전에 대한 과제를 여전히 안고 있으며, 산업구조의 변화로 도시재생을 하는 도시들이 흔히 겪는 딜레마에 빠져있다고 할 수 있다. 사실 이런 딜레마는 산업체 건물을 문화민주주의 실현을 위해서 재활용하던 1970년대에는 발생하지 않은 문제이다. 따라서 만약 산업문화의 문화산업으로의 전환이 시대적 요구라면, 산업문화를 오직 시장화 전략으로 산업화 하는 것이 아니라 문화민주주의를 토대로 산업화 하는 방안을 강구해야 할 필요가 있다.[47]

47) 도시의 구조를 변화시키고자 한 오버하우젠시의 신 중심지 구축과는 규모에 있어서 비교가 안 되고 동기와 목표도 다르지만, 베를린의 우파파브릭의 사례는 문화민주주의를 토대로 지역을 활성화 시킨 경우라고 할 수 있다. 우파파브릭 공동체는 문화예술인들을 비롯한 젊은이들이 방치되어 있던 우파영화사 단지를 재활용함으로써 일자리를 창출하고 지역에 사회적·문화적·경제적·생태적으로 기여함으로써 인근 지역까지 활력을 불러일으킨 사례가 되고 있기 때문이다.(사지원, 「생태공동체 탄생에 의한 지역재생과 지역사회의 활성화-독일 베를린 우파파브릭 생태공동체를 중심으로」, 『독일어문학』, 제87권, 한국독일어문학회, 2019, 265-289쪽).

# 참고문헌

김홍기·박창호, 「문화 예술 공간으로 재활용된 오버하우젠의 가스탱크 재생 사례 분석」, 『한국가구학회지』제26권(제3호), 한국가구학회, 2015.

바커 크리스·이경숙, 정영희 역, 『문화연구사전』, 커뮤니케이션북스, 2009.

사지원, 「산업문화에서 지속가능한 문화로의 전환 - 독일 헤르네시의 풀로트만-할렌 문화센터를 중심으로」, 『독일어문학』제91권, 한국독일어문학회, 2020.

_____, 「사회문화운동에 의한 문화민주주의 실현과 산업문화유산의 재활용 -《함부르크 파브릭》을 중심으로-」, 『독일어문학』제89권, 한국독일어문학회, 2020.

_____, 「생태공동체 탄생에 의한 지역재생과 지역사회의 활성화 -독일 베를린 우파파브릭 생태공동체를 중심으로」, 『독일어문학』제87권, 한국독일어문학회, 2019.

신동호, 「독일 루르지역의 도시재생정책: 오버하우젠시와 겔젠키르헨시를 사례로, 『한국경제지리학회지』 제18권(제1호), 한국경제지리학회, 2015.

신명훈, 「역사문화유산과 도시재생 -독일 루르지역 엠셔공원의 사례-, 『열상고전연구』 제48권, 열상고전연구회, 2015.

오제명 외, 『68·세계를 바꾼 문화혁명』, 도서출판 길, 2006.

Basten, Ludger, *Die Neue Mitte Oberhausen. Ein Grossprojekt der Stadtentwicklung im Spannungsfeld von Politik und Planung, Stadtforschung aktuell.* Bd. 67, Basel 1998.

Breuer, Helmut, "Ein Glücksfall für das Ruhrgebiet. Europas größtes Einkaufszentrum in Oberhausen zieht nach einem Jahr positive Bilanz – "Killer-Effekt" für das Umland blieb aus" *Die Welt*, 1997, http://www.welt.de/printwelt/article641158/Ein-Gluecksfall-

fuer-das-Ruhrgebiet.html.

Brune, Walter/Pump-Uhlmann, Holger, *Centro Oberhausen. Die verschobene Stadtmitte: Ein Beispiel verfehlter Stadtplanung,* Wiesbaden 2009.

Fuchs, Max, *Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe*, Wiesbaden 1998.

Greiner, Ulrich, "Brot im berfluss und Spiele satt. Kultur: die grosse Wachstumsbranche", *Die Zeit* Nr. 33, 1987, https://www.zeit.de/1987/33/brot-im-ueberfluss-und-spiele-satt

Jeanette Schmitz(Hg.), *Gasometer Oberhausen : Kathedrale der Industriekultur.* Essen 2019.

Krötz, Werner, *Die Industriestadt Oberhausen. Geschichtlicher Atlas der Rheinlande*, Köln 1985.

Pohlmann, Friedrich, *Die europäische Industriegesellschaft,* Opladen 1997.

Sievers, Norbert/Wagner, Bernd, *Soziokultur und Kulturpolitik. Bestandsaufnahme Soziokultur: Beiträge-Analysen-Konzepte,* Stuttgart/Berlin/ Köln 1992.

Schulze, Gerhard, *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*, Frankfurt a. Main/New York 1992.

Stadt Oberhausen, *Oberhausen 2000. Eine Stadt verändert sich. Ziele und Projekte,* Oberhausen 1997.

Wagner, Bernd, "Die Neue Kulturpolik und das neue Interesse an der Kultur", *Kulturpolitische Mitteilungen* 26(61/62), Bonn 1992.

Winkelmann, Arne, *Kulturfabriken. Zeichenwandel der Fabrik in der freien Kulturarbeit,* Berlin 2006.

Aqua Park Oberhausen, https://www.aquapark-oberhausen.com/der-aquapark-oberhausen

CentrO, https://de.wikipedia.org/wiki/CentrO

Das Einkaufszentrum CentrO, https://www.ruhrgebiet-industriekultur.de/neue-mitte.html

Das Erlebnisbad der Superative, https://www.aquapark-oberhausen.com/unsere-reviere/erlebnis-revier

Gasometer Oberhausen, https://www.gasometer.de/de/der-gasometer/geschichte

Gasometer Oberhausen Ausstellungskataloge, https://www.gasometer.de/de/ausstellungen/ausstellungs archiv

Gasometer Oberhausen-Umnutzung. Europas größter Scheibengasbehälter in seiner finalen Nutzung, https://www.steiner.archi/architecture/gasometer-oberhausen

Nachhaltigkeit Kommunikation, https://www.aquapark-oberhausen.com/nachhaltigkeit/kommunikation

Nachhaltigkeit. Ökologisches, https://www.aquapark-oberhausen.com/nachhaltigkeit/oekologisches

Nachhaltigkeit. Soziales, https://www.aquapark-oberhausen.com/nachhaltigkeit/soziales

Neue Mitte Oberhausen. Entwicklung, https://de.wikipedia.org/wiki/Neue_Mitte_Oberhausen

Ökonomischer Motor, https://www.oberhausen.de/de/index/wirtschaft-arbeit/stadtentwicklungsprojekt-neue -mitte -oberhausen.php

Stadt Oberhausen. CentrO, https://www.oberhausen.de/de/index/tourismus-freizeit/stadtportrait/sehens wuerdigkeiten/centro.php

## 〈ABSTRACT〉

# Transition from Cultural Democracy to Cultural Industry and Commercial Recycling of Industrial Heritage – Focusing on the "Neue Mitte" of Oberhausen, Germany –

Sa, Jiwon

In the 1970s, new leftist youth launched a social and cultural movement to engage workers in cultural and artistic activities by using industrial buildings, a symbol of class consciousness, as social and cultural centers. In the 1980s, generations born after the 60s were attracted to industrial buildings and focused on regenerating them.

However, from the late 1980s, public institutions took the initiative to designate historical, cultural, and architecturally valuable monumental buildings as cultural assets, and to preserve or renovate them and recycle them, thereby regenerating the city and creating economic wealth. In other words, the former industrial complexes and factories, which were the stains of the city, were legally converted into profit-seeking complexes by public institutions under the pretext of a marketization strategy. This means that industrial heritages with architectural, historical, and social values representing the region are no longer a place for cultural democracy and social culture, but an investment for economic revitalization.

The "Neue Mitte" of Oberhausen, Germany, built according to this reason that dominated at the time, is considered a representative example of the

Ruhr region that has transformed the urban structure into a cultural industry. However, the formation of the “Neue Mitte” resulted in the decline of not only the original city center but also the neighboring cities. In other words, building a “Neue MItte” in Oberhausen has become a zero-sum game. Therefore, the government of Oberhausen still has the task of urban development for the common good of the entire city, and it can be said that it is in a dilemma commonly faced by cities seeking urban development due to changes in the industrial structure. This dilemma did not arise in the 1970s, when industrial buildings were recycled for the realization of cultural democracy. Therefore, if the transition from industrial culture to cultural industry is the demand of the times. It is necessary to devise a plan to industrialize industrial culture based on cultural democracy, rather than just industrializing it with a marketization strategy.

Key Words : Oberhausen, Neue Mitte, Industrial Culture, cultural democracy, cultural industry