문화콘텐츠 관점에서의 전신주 디자인 연구

A Study on Utility Pole's Design Through the Perspective of Cultural Contents

김 기 정*, 신 헌 충**, 양 승 운***,
김 성 희(교신저자)****
전주대학교*, 한국탄소융합기술원**,
휴먼 컴퍼지트***, 중원대학교****

Kim ki-jeong*, Shin hon-chung**,
Yang seung-un***, Kim seong-hee****
Jeon-Ju Univ.*,
Korea Institute of Carbon Convergence Technology**,
Human Composite Inc***, Jungwon Univ.****

요약

본 연구에서는 흉물스러운 외관으로 도심의 애물단지로 전락해버린 전주에 대한 인식을 변화시키기 위해 문화콘텐츠 관점에서 전주 디자인을 제시하였다. 여기에서는 문화콘텐츠의 핵심 함의를 대중들과의 경험과 감정의 소통을 긴밀하게 하고, 문화적 의미가 생산·순환하게 하는 창구 역할로 보았다. 이러한 전제 아래 전주 디자인이 가져야 하는 가치 즉, 기능성, 통합성, 연속성, 감응성을 도출하였으며 이를 반영하는 전주 디자인 다섯 가지를 제시하였다.

I. 서론

우리 주변에서 흔하게 보는 전주(Utility Pole)는 전선이나 통신선, 케이블 방송용 전선 등을 연결하기 위한 기둥으로 통상 전봇대, 또는 전신주로 불리기도 한다. 이러한 전주에 대한 우리의 일반적인 느낌은 매우 부정적인 편이다. 예를 들어, 전주에 관한 사람들의 다양한 심상을 확인하기 위해 인터넷을 살펴보면 전주를 묘사하는데 자주 동원되는 수식어는 '흉물스런', '미관을 찌푸리게 하는', '애물단지로 전락한', '광고공해', '천덕꾸러기 신세', '경관을 훼손하고 생명을 위협하는 위험물' 등이며, 전주에 설치된 각종 케이블에 대한 수식어는 '얼키설키 엉켜있는', '덜렁덜렁 붙어 있는', '아무렇게나 어지럽게 널린', '쳐다보기만 해도 어지러운' 등으로 전주는 주변 환경 미관을 해치는 도심 속 애물단지로 인식되고 있음을 알 수 있다.

▶▶ 그림 1. 환경 공해로 인식되는 전주

지역과 주변 환경의 미관을 해치는 전주에 대한 해결책으로 지중화가 있지만 여기에는 막대한 자금과 시간이 소요되므로 다른 대안도 필요하다. 이러한 입장에서 전주가 설치되는 주변 환경과 어울리고 시민들이 거부감 없이 받아들일 수 있는 새로운 전주의 디자인의 개발이 요청된다.

이를 위해 본 연구에서는 새로운 전주가 가져야 하는 의미작용(signification)을 문화콘텐츠 관점에서 도출하고 결론으로써 이를 반영한 전주의 디자인을 제시하고자 한다. 이에 앞서 전주의 변모에 대한 몇 가지 국내외 사례를 살펴봄으로써 새로운 전주에 대한 사회적 수요가 충분함과 동시에 어떤 방향으로의 변화가 요청되고 있는지를 생각해보고자 한다.

Ⅱ. 새로운 전주의 의미작용

1. 전주의 변모에 관한 국내외 사례

본 연구에서는 전주에 변화를 준 국내외 사례 몇 가지를 페인팅, 기능성, 조형성 3가지 유형으로 나누었다.

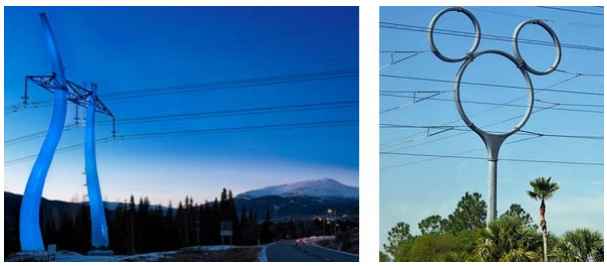
첫 번째 유형 페인팅은 흔히 전주에 그림을 그려 손쉽게 예술적 가치를 더함으로써 전주가 설치된 장소의 미관을 꾸미고자 하는 의도에서 행해진다. 하지만 이러한 유형의 전주의 변화는 흉물스러운 전주를 보다 친근감 있도록 변화시키고자 한다는 점에서는 의의가 있으나, 본격적으로 전주를 변화시키려는 노력으로 보기는 어렵다.

▶▶ 그림 2. 왼쪽부터 서울 효자동, 부산 중구, 일본 하라주쿠

두 번째 유형 기능성은 전주 본연의 기능 외에 전주에 휴지통이나 의자 등의 기능을 추가한 것이지만 이러한 유형의 변화는 전주가 도시의 미관과 어울리기를 바라는 사회의 심미적 요구를 충족시키지 못한다.

▶▶ 그림 3. 전주에 부가기능을 추가한 사례

세 번째 조형성의 경우 사례를 찾아본 결과 소수의 전신주에 조형성을 부여하여 미적 가치를 향상시키는 경우는 있었으나, 실제로 전주가 일정한 간격을 두고 설치된 것과 같이 다수의 전주에 조형성을 부여하는 형태는 찾아볼 수 없었다.



▶▶ 그림 4. 전주에 조형성을 부여한 사례

2. 문화콘텐츠 관점에서 전주의 변화 방향성

문화콘텐츠는 여러 연구자에 의해 상이하게 정의되어 왔으나 본 연구에서는 문화콘텐츠의 가장 중요한 함의를 “진화하는 미디어를 통해 주체들의 경험과 감정의 소통을 더욱 긴밀히 만들며 문화적 의미가 생산순환되는 창구 역할”[1]로 간주한다.

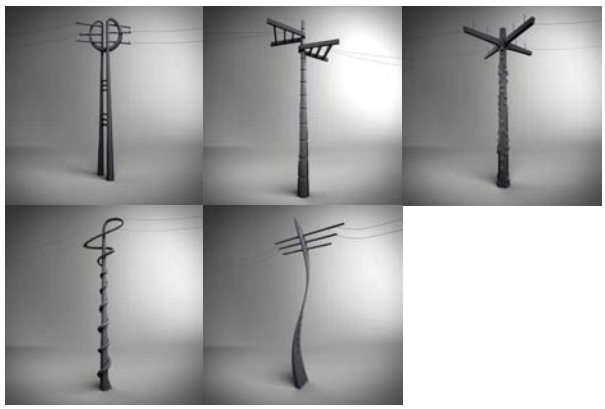
이러한 관점에서 새로운 전주가 가져야 하는 가치는 네 가지로 규정될 수 있다. ‘전주 본연의 기능성’, ‘주변 환경과의 통합성’, ‘문화적 연속성’, ‘미적 감응성’. 즉 문화콘텐츠 관점에서 전주의 새로운 디자인은 위의 네 가지 가치를 가질 수 있을 때 대중들이 가지고 있는 종래의 전주에 대한 부정적 인식을 바꾸고 친밀감을 느낄 수 있을 것이다.

그러나 전주 디자인이 위 네 가지 가치를 모두 가지기 어려울 수 있으며, 본 연구에서 제시하는 네 가지 가치가 정작 구체적으로 무엇을 의미하는지 사람에 따라 달리 해석할 가능성이 있다. 또한 문화콘텐츠 관점에서 전주 디자인을 고려하는 것과 공공예술의 측면에서 전주 디자인을 고려하는 것 사이에는 공통점과 차이점이 존재한다.

이를 확인하기 위해 문화콘텐츠 관점에서의 새로운 전주의 가치와 흔히 사용되는 공공예술의 핵심가치[2]와의 관계성을 살펴보면 그림 5와 같다. 예를 들어, ‘전주 본연의 기능성’의 가치는 공공예술의 측면에서 사용성과 안전에 무게 중심을 두어 디자인을 해야 한다는 것을 뜻한다.

▶▶ 그림 5. 새로운 전주의 가치 관계도

이러한 전체적인 의미를 담아 제작한 전주의 디자인 5가지는 다음과 같다.



Ⅲ. 결론

본 연구에서는 문화콘텐츠 관점에서 전주 디자인의 가치를 도출하고 이를 토대로 새로운 전주 디자인 5가지를 제시하였다. 사실 문화콘텐츠 관점에서 전주를 새롭게 변모시키는 것은 쉬운 일은 아닌데 그 이유를 세 가지로 요약하면 다음과 같다. 첫째, 전주의 수가 너무 많아서 단일한 이벤트 효과 연출에 어려움이 있다. 둘째, 전주의 목적이 너무 분명하다. 즉, 전주는 전기 운반이라는 목적 외에 여타의 의미 파생이 쉽지 않다. 다시 말해, 전주 변형의 자유도가 매우 떨어져 변화를 주기가 매우 어렵다는 말이다. 셋째, 전주에 대한 부정적 고정관념이 뿌리가 깊고 넓기 때문에 그만큼 새로운 의미를 부여하기가 매우 어렵다.

이 논문은 한국산업기술진흥원(KIAT) 후원으로 연구되었습니다.

■ 참 고 문 헌 ■

[1] 김기정, “문화콘텐츠 개념과 의의에 관한 연구”, 동국대 석사학위 논문, p.68, 2008.
[2] 권영걸, 공공디자인 산책 : 55 topics in public design, 사미헌, 2008.