

공공 디자인 매체로서 공사장 가림벽

우성백* · 배정한**

*서울대학교 대학원 · **서울대학교 조경 · 지역시스템공학부

I. 머리말

도시의 역사와 특징을 보여주는 도시 경관의 변화는 우리의 일상과 밀접한 관련을 맺고 있다. 도시의 변화와 건설 현장은 따로 떼어놓고 생각할 수 없으며, 지금도 많은 건축물이 도시 곳곳에서 생겨나고 있다.

건설 현장 주위의 물리적 위험성과 더불어 공사 기간 중 시각적 혐오감을 최소화하기 위해 공사 구간에 공사장 가림벽¹⁾을 설치하는 다양한 방법이 강구되고 있다. 한시적으로 공사 현장의 소음과 분진 확산을 차단하는 기본 기능 외에 공사장 가림벽은 거대한 수직 평면을 통해 도시 가로 환경 이미지에 적지 않은 영향을 미치고 있다. 하지만 많은 경우, 공사장 가림벽은 한시적 관심의 대상으로 인식되어 주변의 도시 환경이나 전체 도시 이미지에 대한 고려 없이 계획되고 있다.

이 연구의 목적은 공사장 가림벽을 단순한 임시 시설물이 아닌, 일상적 도시 환경에 활기를 불어넣을 수 있는 공공 디자인 매체로서 인식하고, 그 특성을 파악하는 데 있다. 이를 위해 공사장 가림벽의 특성과 공공 디자인 매체로 기여한 사례를 분석하고, 시사점을 도출하고자 한다.

II. 공사장 가림벽의 특성

서울시가 발표한 '공사용 임시시설물 디자인 가이드라인'에 의하면, 공사용 임시시설물은 건축물 공사 현장의 위험을 예방하고, 지저분한 현장을 가리기 위해 공사 현장에 공사 기간 동안 임시로 설치되는 벽을 의미한다(서울시, 2013: 11).

우리나라 공사장에 쓰이는 공사장 가림벽은 대개 회색의 아연도금강판으로 제작되며, 인도 폭과 주변 상황에 따라 1.8m에서 4m의 높이로 설치된다(권영길, 2008: 38). 서울시에서는 너비 8m 이상의 간선 도로변 건축 공사장과 5층 이상, 연면적 3,300m² 이상인 건축 공사장에 대해서는 의무적으로 가설울타리를 설치하도록 행정 지도하고 있다.

일반적으로 한시적 설치물인 공사장 가림벽에 대한 예산은 전체 공사 예산에 비해 많지 않다. 때문에 대부분의 경우, 다른 현장에서 사용하던 구조물을 조립해서 재활용하는 경우가 많았

고, 관심의 대상이 되지 못했다. 그러나 2010년 7월부터 건설 현장 가림막 광고가 합법화되면서 다양한 소재와 역동적인 도시의 이미지를 담아내는 공간으로 변화하고 있다. 또한 최근 예술적 표현이나 복합 기능을 제공하는 공사장 가림벽이 많이 나오고 있으며, 특히 신도시나 재개발 지역, 대단위 복합건물 건축 현장에서는 강한 메시지를 전달하는 상징적 아이템으로 내세우기도 하고, 예술가들의 독창성 있는 설치 미술의 장이 되기도 한다(이혜연, 2012: 72).

III. 공공 디자인 매체로서 공사장 가림벽 사례

1. 신세계 백화점(2005)

신세계 백화점은 본관 외벽 리뉴얼 공사를 위해 초현실주의 거장인 르네 마그리트의 '겨울비'를 담은 대형 공사장 가림벽을 설치했다. 실제 화가의 작품을 그대로 가림벽에 입혀 건물 전체가 마치 하나의 작품인 것처럼 느껴지게 하였다. 도시 공간 한 가운데 노천 갤러리와 같은 이미지를 구현하였으며, 상업 공간인 백화점에 문화 공간으로서의 장소성을 더하여 독특한 경관을 만들어냈다.

신세계 백화점이 건물이 사거리의 모서리에 위치하여 시각적 개방성을 가진다는 특징을 활용하여 많은 사람들에게 친근감을 제공하고, 지역의 랜드마크적인 요소가 된 사례이다.

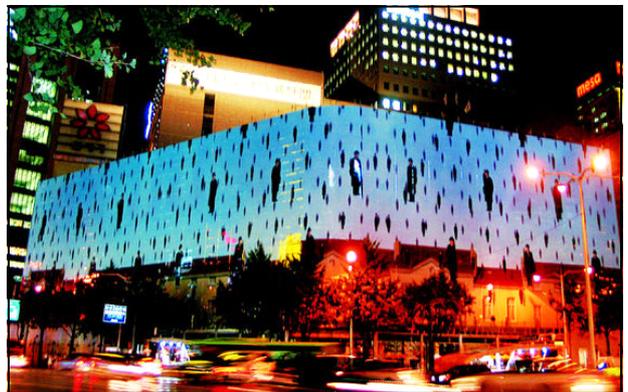


그림 1. 신세계 백화점 공사장 가림벽

2. 국립현대미술관 서울관(2011)

국립현대미술관 서울관의 공사장 가림벽에 사용된 문구인 "NAKED MUSEUM", "It's open for ALL"와 모나리자의 누드를 통해 일반의 대중, 남녀노소 누구에게나 오픈된 미술관으로 거듭나기 위해 "솔직히 다 보여주겠다!"라는 미술관의 솔직함을 표현했다.

미술관의 특성에 맞는 미술 작품을 사용함으로써 장소성을 잘 살린 사례라고 볼 수 있다. 자칫 딱딱하게 받아들여질 수 있는 공사 안내판의 역할을, 국립현대미술관이 내세우는 모토를 개성 있게 수행하고 있다.



그림 2. 국립현대미술관 서울관 공사장 가림벽

3. 일본 도쿄 마츠야 긴자 백화점(2013)

마츠야 긴자 백화점 건물을 두르는 길이 약 100m의 공사장 가림벽을 독특한 그래픽 이미지로 장식하였다. 처음에는 실제와 거의 흡사하게 생긴 긴 지퍼를 그리고, 완공이 다가옴에 따라 이 지퍼를 2번에 걸쳐 조금씩 열어나가는 방법으로 완공 후에 대한 기대감을 높였다. 시각적인 정보를 넘어 거리 퍼포먼스로 즐거움을 준 긴 공사장 가림벽의 특징을 유용하게 활용한 디자인이다.



그림 3. 일본 도쿄 마츠야 긴자 백화점 공사장 가림벽

4. 영국 런던 킹스 크로스 스테이션(2012)

런던의 킹스 크로스 스테이션에 설치된 35m의 공사 가림막이다. 2,940개의 반은 노란 공, 반은 검은 공으로 이루어져 있으며,

공을 회전시켜서 다양한 이미지를 만들어낼 수 있다. 런던예술대학 학생들에 의해 디자인된 공사 가림막은 지나가는 이들의 시선을 사로잡고, 자신만의 독특한 패턴과 이미지를 만들게 유도함으로써 시민들의 참여를 이끌어낸다.



그림 4. 영국 런던 킹스 크로스 스테이션 공사장 가림벽

공공 디자인 매체로서 기여한 공사장 가림벽의 특징으로는 첫째 대상지의 장소성을 고려한 디자인, 둘째 대중과 소통하는 창구로서의 역할, 셋째 도시 이미지를 향상시키는 랜드마크로서의 역할을 들 수 있다. 이와 같이 공사장 가림벽은 도시 경관에서 두드러진 시각 요소로서 사람들로 하여금 그 지역을 인식시켜주며, 나아가서는 도시 자체의 독특한 이미지를 갖게 해주는 공공 디자인 매체로서 기능할 수 있다.

IV. 맺음말

공사장 가림벽은 도로와 건설 현장을 구분 짓거나, 동선을 연결하는 역할을 하고, 방어나 보호의 기능만을 기본적으로 지키는 단순한 성격뿐만 아니라, 공공 공간에서 시민과 접촉하는 특성을 갖는다. 그러므로 도시와 환경, 가로 공간의 특성, 그 시대의 문화를 반영하는 공공 디자인 매체가 되어야 한다.

Ⅲ장의 사례와 같은 공사장 가림벽은 대부분 문화재, 공공 기관의 공사 현장이나 대규모 자본에 의한 공사에 한정된다는 한계가 있다. 그러나 실제로는 개인 또는 기업에 의한 일반 부분의 공사 현장 사례들이 공사장 가림벽의 대부분을 차지한다. 따라서 일반 부분의 공사장 가림벽 조성 활성화를 위한 예술가 소개나 인센티브 도입과 같은 제도 마련과 함께 공사장 가림벽에 대한 지속적인 관심과 연구가 이루어져야 할 것이다.

주 1. 공사장 가림벽은 건설용어로 '가설 울타리(temporary enclosure)', '임시 울타리(Hoarding)', '비계(Scaffolding)' 혹은 '공사용 임시시설물' 등으로 불린다. 이 연구에서는 일상적인 명칭인 공사장 가림벽을 사용한다.

참고문헌

- 권영걸(2008) 공공디자인산책. 서울: 사미헌, p.38.
- 서울시(2013) 공사용 임시시설물 가이드라인, p.11.
- 이혜연(2012) 도시경관 구성요소로서의 공사가림막의 물리적 특성에 관한 연구. 한국공간디자인학회지 7(2): 72.