

도시가로변 사인디자인 요소 및 특성에 관한 조사 연구 - 광주광역시 시가지 간판을 중심으로 -

A Study on the Characteristics of Planning Factors Applied to the Sign Design in the Street

이 화 숙*
Lee, Hwa-Sook

Abstract

Considering the present outdoor environment of city landscapes, the improvement of well-formed street landscapes is a very important issue in Korea. At this point of time, it is very meaningful to understand the sign design and the planning condition of buildings and examine various problems about this and the possibilities for improvement. Thus the purpose of this study is to accumulate basic data to establish design guideline and visual factors for the sign design for useful environment. The conclusions of this study are as follows: to understand the factors of sign designs is through survey and analysis of building condition and city landscape. Planning factors for outdoor advertising design should be developed systematically and more fit to the street environment and designers in the aspect of control and guidance.

Keywords : City landscape improvement, Sign design, Design factors, Planning characteristics

I. 서 론

1. 연구의 배경 및 목적

서울시를 선두로 하여 여러 도시에서 도시환경의 정비 및 개선 시책의 일환으로써 가로경관에서 가장 주요한 간판의 규제 및 유도에 의한 도시가로변 환경의 정비사업이 주요 이슈가 되고 있다.

가로변 사인 요소로부터 도시 이미지를 형성하는 과정은 간판의 색상이나 숫자의 규제와 같은 면적 정비가 목적이 아니라 무엇을 목표로, 어떠한 요소를 중심으로 어떻게 연출하고 그것이 주변 건축물의 정서와 맥락성에 이어지도록 지원하는 통합된 대안이 요구된다. 공공부문에 있어서 도시의 사인 규제 시책이 도시의 사인을 획일화하는 것을 목표로 하는 것은 아니며, 필요한 사인의 효과를 살리면서도 전체 도시 경관이나 건축물의 표현과 조화롭게 공존할

수 있도록 하기 위해 무분별한 사인의 억제와 제거를 통해 건축물과 가로 이미지의 적절한 조화를 연출하는 등 도시 전체적인 관점에서 체계적인 접근을 시도하여야 한다. 사인디자인의 궁극적인 목표는 민간부문과 공공부문에 의한 사인물이 주변환경과 조화로운 이미지를 창출하는 데에 있다. 그러나 이에 수반되는 기존 간판이나 불법간판의 난립, 광고주의 간판에 대한 의식 등의 법규적·제도적 측면에서 보완이 요구된다.

본 연구에서는 도시의 가로변 경관을 개선하기 위하여 사인물의 디자인 지침 설정을 위한 방향을 제시하는 데에 있다.

2. 연구의 범위 및 방법

사인디자인의 계획요소와 특성을 파악하기 위하여 사인디자인에 관한 일반적인 사항들을 문헌고찰을 통해 간판의 구성요소와 특성을 파악하였고, 계획시 반영할 디자인지침을 파악하고자 광주시 도시가로변 간

*정회원, 광주여대 인테리어디자인학과 전임강사

판의 실태를 조사하였다.

I. 사인 디자인을 위한 일반적 고찰

1. 사인의 문제점과 개선방향

서울시가 간판에 대한 강력한 규제 제도를 마련하여 운영하고 있는 상황에서 향후 도시의 성장과 도시 환경 이미지의 제고라는 측면에서 사인의 정비는 지속적인 관심을 가지고 유도 및 규제를 하여야 한다. 이를 통해 지속적인 사인의 개선 효과를 기대할 수 있을 것이다. <표 1>은 사인의 문제점과 잠재력을 분석하였다.

2. 사인 디자인의 유형별 분류

옥외광고물 등 관리법 시행령에는 옥외광고물의 분류를 16가지로 분류하고 있다. 옥외광고의 종류를 보면 '가로형 간판, 세로형 간판, 돌출간판, 공연간판, 옥상간판, 지주 이용 간판, 현수막, 애드벌룬, 벽보, 전단, 공공시설물 이용 광고물, 교통수단 이용 광고물, 선전탑, 아치광고물, 창문이용 광고물'로 구분하고 있다. 또 다른 측면에서 간판의 유형을 보면 간

표 1. 간판의 문제점과 잠재력 분석

	문 제 점	잠 재 력
규 제 성	· 90% 이상 간판이 불법광고물 · 건축물당 가판의 수 난립 · 상업적 조명설치와 간판 등의 난립 규제 미비 · 도로측의 간판에 대한 규제가 부족	1) 도시환경 개선에 의한 간판 지역 차별화 정책을 유도 2) 광고물법의 보완 3) 간판 행정의 효율화를 통해 현재 관리행정 부서의 비조직성과 담당자의 비전문성을 해결
조 형 성	· 재료, 형태의 획일성 · 무분별한 네온사인과 조명설비	1) 건축물고유의 색과 주변 경관과 어울리는 색채의 사용 2) 간판크기의 소규모 지향을 통한 가독성의 확보
상 징 성	· 간판을 통한 전망공간 부재 · 원경의 랜드마크가 되는 간판 요소 부재	1) 랜드마크적 간판 경관을 형성할 수 있는 특정 가로 존재 2) 도시이미지를 재고할 수 있는 가로경관의 이미지 요소의 존재
조 화 성	· 건축물과 주변가로경관과 간판의 연계성 미흡 · 간판의 형태, 색채 등의 디자인적 부조화	1) 주변환경과 지역이미지와의 조화 2) 간판크기의 소규모 지향 3) 설치위치의 통일성 4) 업종별 통일성 부여

표 2. 설치위치와 시각적 특성을 기준으로 한 간판의 분류

	건축물 벽면	건축물 옥상	창문	대지	기타
설 치 위 치	가로형광고물 세로형광고물 돌출광고물 현수막 벽보	옥상 광고물	창문 부착 광고물	지주이용 광고물 플래카드	공공시설물 이용 광고물 교통시설 이 용 광고물 선전탑, 아치 애드벌룬 전단
시 각 특 성	기본형태 구성물	부속물	부가물		이동물
	스탠드 사인 지주이용간판 선전탑 아치 대형광고탑	가로형 간판 세로형 간판 돌출간판 현 수막 옥상간판 공 연간판	벽보 공공시설물 이용 교통시설 이용 교통수단 이용 창문이용 광고물 아치광고물		애드벌룬 전단

판은 본질적으로 옥외설치물이므로 환경조건의 영향을 크게 받는데, 공간적인 기준에서 광고물은 영업현장인 '건축물'에 부착되는 유형, '구조물'에 부착되는 유형, '토지'에 설치하는 유형 그리고 '공중'에 게시하는 유형으로 구분된다. 아울러 한 장소에 고정되는 것이 대부분이나, 이동하는 차량이나 비행물체를 사용하는 유형도 있다. 간판의 일반적인 설치위치와 시각적 특성에 따라 분류해 보면 <표 2>와 같다.

3. 가로경관형성을 위한 사인 디자인의 개념

1) 건축물에 대한 이해

도시의 경관은 대부분 건축물군으로 형성되어 있다고 볼 수 있다. 그리고 그 중에서도 가로변에 면한 건축물들은 더욱 더 중요한 도시 경관요소로서의 역할을 담당한다. 이와 같이 건축물의 입면은 '창'과 '출입구' 그리고 기타의 어떤 구조물로 구성되어 있으며, 그 대부분이 창과 벽으로 되어 있다. 사인물은 도시 가로경관을 형성하는 주요요소인 건축물과 시각적으로 연결되어 있다. 그러므로 사인디자인의 기본적인 구성개념은 건축물에 대한 시각적인 측면에서의 이해를 통해 도출해 낼 수 있다. 건축물은 시각적으로 1층을 포함하는 기단부, 기준층, 지붕층으로 구분된다.

① 기단부

땅과 건축물을 결합시켜 주는 부분이며, 보행자에

계 가장 구체적이고 현실적으로 지각되는 곳이다.

② 기준층

건축물의 본체이며 시선을 곧바로 지붕 부위로 유도시켜 주는 역할을 한다. 가로변 건축물의 파사드는 그 구성요소를 '도형과 배경'의 관계로 구분지어 파악할 필요성이 있으며 창이나 간판과 같은 요소는 시각적 초점이 되므로 '도형'으로 벽은 '배경'으로 작용한다.

③ 지붕층

지붕부위는 유도된 시선이 종결되는 파사드의 끝단으로 도형의 윤곽선에 해당하는 부분이다. 윤곽선에 해당하는 건축물의 지붕부위는 주변의 건축물과 상위 또는 대립되어 있기 때문에 통일감을 주어야 한다. 단지 시각적 노출 양만 평가함으로써 선호되는 옥상간판의 설치는 주변과의 조화를 깨트리게 된다. 현행 관리법은 5층 이상 건축물에 옥상간판을 설치할 수 있도록 허가해 주는데, 이는 노출이라는 차원에서의 허가 기준이지 환경미화 차원에서의 허가 기준은 아니다.

2) 가로경관의 공공성에 대한 이해

사인은 특정한 사인대상이나 한정된 범위의 공간만을 대상으로 하기 때문에 그 경관적 효과가 좁고 사유성이 강할 것으로 생각하기 쉽지만 사인대상은 도시라는 배경에서 떠오르는 그림과 같은 존재가 되기 때문에 사인이 도시의 사인경관을 좌우할 수도 있으며 경관관리 측면에서 문제점을 야기하기도 한다. 마치 도시경관을 위해 건축물의 높이나 형태를 콘트롤 하는 것과 마찬가지로 사인도 같은 관점에서 공공 및 민간 개별 건축에 대해 적절한 계획과 규제, 심의, 조례 아울러 인센티브나 세제 혜택 사인 시장 등이 필요하다.

III. 사인 디자인 구성요소

사인은 일반 디자인과는 근본적으로 다른 설계 접근 방법을 요구하고 있다. 디자이너가 사적으로 통제할 수 있는 부분과 디자이너가 전적으로 통제할 수 없는 공공 부분으로 나누어져 있기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 사인의 조형적 시지각적 측면에서의 문제점을 통해 이를 디자이너가 컨트롤할 수 있는 디자인 전략으로서의 구성개념을 설정하고 이

를 분석틀로 하여 구체적인 디자인 구성요소를 추출하고자 한다.

1. 사인 디자인의 구성개념

사인디자인의 구성개념은 배경과 도형의 지각적 구성원리를 기반으로 하여 간판에 있어 배경은 건축물 요소로 도형은 간판요소로 추출하였다. 사인의 배경으로 작용하는 건축물요소는 어떠한 공간적 범위 및 거리에서 연출할 것인가에 따라 단일건축물, 연속된 건축물군, 고층건축물로 구분하고, 각각의 유형은 지붕층, 기준층, 기반부로 구성된다<그림 1 참조>. 다른 접근방법은 간판의 도형적 특성에 따라 옥외광고물의 유형을 가로형 광고물, 세로형 광고물, 돌출 광고물, 현수막 및 공연 광고물, 창문부착물, 옥상 광고물(대형광고탑)로 분류하였다<그림 2 참조>.

2. 사인 디자인 구성요소

앞서 설정된 건축물특성과 광고 유형에 의한 구성개념을 토대로 사인디자인의 구성요소를 간판위치와 간판유형에 따라 건축물외벽 특성요소로 창문처리방법, 외장재, 외벽색, 외벽면적이 포함되고, 광고내용

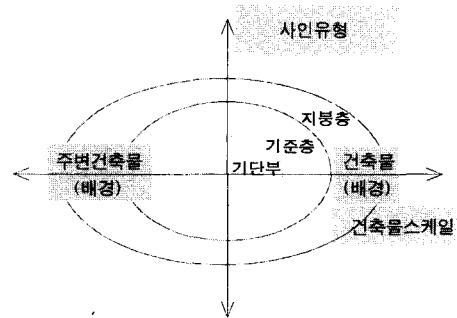


그림 1. 건축물의 특성에 의한 구성개념

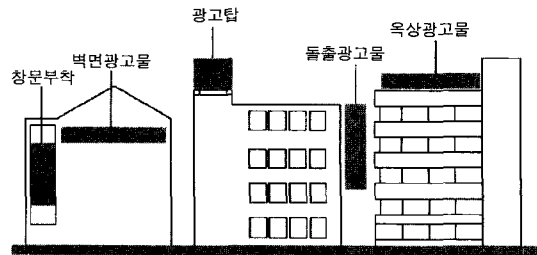


그림 2. 간판의 유형에 의한 구성개념

표 3. 간판위치와 유형별 사인디자인 구성요소

기본개념		사인 디자인 구성요소	
간판위치	광고물 유형	건축물 외벽특성	광고내용
지붕층	옥상광고물	·창문처리방법 ·외장재 ·외벽색 ·외벽면적	·업종 특성 ·문자 ·색채 ·재료 ·간판 크기
	광고탑		
기준층	세로형광고물		
	돌출광고물		
	창문부착물		
기단층	현수막		
	가로형광고물		
	세로형광고물		

요소에는 업종별 특성, 간판의 문자, 색채, 재료, 크기가 포함된다. 이를 정리하면 <표 3>과 같다.

IV. 가로변 간판환경 실태조사

1. 조사개요

사인물의 현황을 파악하기 위하여 광주광역시를 채택하였고, 광주광역시 시가지내 가로경관의 중점지구 역할을 하는 충장로, 금남로, 예술의 거리를 조사대상으로 선정하였다.

조사기간은 2002년 7월 1일부터 7월 15일까지 도시 가로변 간판의 특성을 실측하고 사진을 찍고, 기록하는 현장조사를 실시하였다. 조사대상의 가로는 도로의 시각적 연속성을 기준으로 A, B, C... 등의 블록으로 나누어 가로변 간판의 현황을 조사하였다. 조사대상에 관한 일반적인 사항을 파악하면 다음 <표 4>와 같다.

표 4. 조사대상의 간판수

조사내용	가로명			
	충장로	금남로	예술의 거리	합계
블럭수	4	4	2	10
전체건축물의 수	59	32	28	117
전체 간판의 수	379	311	220	910

2. 조사내용

조사내용은 건축물요소와 간판요소로 구분된다. 건축물요소는 조사 거리의 업종들을 파악하고 업종별 간판수를 조사하였다. 간판요소에는 광고물의 내용이 차지하는 면적과 간판의 종류별 수량, 간판의 디자인적인 요소들을 조사항목으로 하였다.

표 5. 간판의 구성요소에 의한 조사내용

분류	조사 내용	조사 항목
건축물 환경	거리별 업종 분석	상호명
	건축물과 간판과의 조화	주광고 내용, 내용해설
간판 환경	옥외광고물의 면적비율	건축물입면의 면적 광고물의 면적
	간판의 종류별 수량	벽면부착간판(평면/입체)의 수 입간판의 수 평면간판의 수(플랭카드) 창문에 부착된 광고물 수
	디자인적 측면	간판의 재료 간판문자와 배경의 색채계열 사용된 문자 문자체 유형

인적인 요소들을 조사항목으로 하였다.

3. 분석결과

1) 업종별 간판의 수

예술의 거리에서 조사된 업종별 간판의 수를 살펴 보면, 전반적으로 학원이나 화방이 예술의 거리에서 간판의 수가 매우 많았으며, 상대적인 업종의 수에 비해서도 간판의 수가 많게 나타났다. 이는 1개의 상점에서 사용하는 간판의 수가 가장 많다는 것을 의미한다. 한편, 화방이나 필방, 사무실과 같은 용도의 업종은 학원과는 반대적인 현상을 보였다. 즉 상대

표 6. 예술의 거리에 나타난 업종별 간판의 수

조사내용	예술의 거리에 나타난 업종별 간판의 수			
	간판의 수	간판비율 (%)	업종의 수	업종별 간판비율 (%)
학원/서점	42	0.20	12	0.14
화방/문구/필방	37	0.17	17	0.20
카페/다방/식당	36	0.16	11	0.13
화랑/공예/전시장	35	0.16	12	0.14
사무실/작업실/상담소/대서소/은행	31	0.14	15	0.18
오락실/극장/비디오/노래방	15	0.07	4	0.05
슈퍼/편의점/음반/사진관/미용실/커피	12	0.05	7	0.08
기타: 철학원/주차장/병원/교회	12	0.05	7	0.08
합 계	220	1	85	1

적으로 상점당 낮은 간판비율을 보여주는 것이다.

2) 옥외광고물의 면적

예술의 거리의 경우, 전체 가로의 특징은 28개의 일련의 건축물군의 특성은 1층에서 3층까지의 저층의 연속된 건축물군으로 구성되어 있다. 전체 건축물입면의 면적은 1,942 m²로 나타났고, 간판의 면적은 667 m²로 나타났다(간판의 면적의 경우 창문에 처리된 간판은 각각의 면적을 산정하지 않고 대표적인 1개의 면적만을 산정한 것임). 이것은 예술의 거리의 가로변 시각 환경의 대부분을 건축물이 형성하고 있으며, 그 중 건축물입면의 면적대비 간판의 비

가 65.6% 대비 34.4%로 간판이 차지하는 면적인 매우 높음을 알 수 있다.

3) 간판의 유형

조사된 가로의 간판의 유형별로 간판수를 파악하면, 벽면에 부착된 평면간판이나 돌출간판의 수가 현저하게 많은 것으로 나타났다. 플랭카드를 포함한 일시적인 평면간판들도 많은 것으로 나타났으며, 유리에 부착된 간판, 입간판의 순으로 나타났다. 특히 예술의 거리의 경우, 입간판이 다른 거리에 비해 상대적으로 높게 나타났고, 층장로는 유리부착간판이 상대적으로 높았다.

표 7. 예술의 거리에서 나타난 건축물입면면적과 간판면적 비율

건축물	1층폭	층수	건축물 입면면적	광고면적	비율 (%)
A1	1.5	1	3.75	0.54	14
A2	16.8	3	126	84.48	67
A3	19	3	142.5	90.79	64
A4	24.12	3	180.9	40.55	22
A5	17.7	3	132.75	59.17	45
A6	7.6	3	57	2.13	4
A7	11.2	4	112	44.42	40
A8	13.7	3	102.75	31.83	30
A9	11.1	1	27.75	5.03	18
A10	7.4	1	18.5	23.68	128
A11	5.1	1	12.75	4.19	33
A12	4.7	1	11.75	4.62	39
A13	3.8	1	9.5	3.04	32
B1	6.1	4	61	6.29	10
B2	4.5	3	33.75	15.92	47
B3	6.3	3	47.25	28.10	59
B4	18.6	4	186	53.24	29
B5	24.8	2	124	15.23	12
B6	12	3	90	19.15	21
B7	12.3	4	123	17.19	14
B8	5.9	2	29.5	25.33	86
B9	10	4	100	13.06	13
B10	11.9	2	59.5	31.06	52
B11	10	4	100	27.3	27
B12	4.5	1	11.25	5.51	49
B13	4.8	1	12	11.76	98
B14	3.9	1	9.75	3.96	41
B15	6.9	1	17.25	8.91	52
합계	294.32		1,942.15	667.57	34.4

표 8. 간판의 유형별 간판수

조사내용	간판의 유형				
	부착형		입간판	플랭카드	유리
	평면	돌출			
거리별					
층장로	91	65	14	56	117
금남로	161	149	3	64	5
예술의 거리	106	99	36	63	12
합계	358	313	53	183	134

4) 간판의 디자인적 측면

간판의 디자인적인 통제가 가능한 요소로 간판에 사용된 재료와 간판의 문자와 배경에 사용된 색채 계열, 사용된 문자와 문자체 유형을 조사분석하였다.

간판의 재료는 아크릴이 현저하게 높게 나타났고, 철재, 기타, 목재 순으로 사용되었다. 층장로의 경우, 상대적으로 목재 사용비율이 높은 것으로 나타나며, 예술의 거리의 경우는 철재의 사용이 높게 나타났다.

사용된 문자는 한글, 영어, 한자의 순으로 나타났고, 거의 대부분이 그림문자체로 구성되었다.

간판에 사용된 색채는 하얀색 글씨가 가장 높았으며, 빨강, 파랑, 녹색, 노랑의 순으로 원색계열이 비슷하게 사용되었다. 바탕색은 다양한 원색들이 대비

표 9. 거리별 간판의 디자인적 요소 분석

조사내용	간판의 디자인적 측면							
	재료					문자체 유형		
	페인트	아크릴	목재	철재	기타	한글	영어	한자
층장로	1	154	22	67	26	216	28	29
금남로	0	301	6	68	39	321	95	13
예술의 거리	0	247	6	87	28	274	46	9
합계	1	702	34	222	93	811	169	51

를 이룰 수 있도록 색조합을 이루며 강렬한 원색계가 사용되었다.

V. 결론 및 제언

간판의 연출은 도시의 특성을 나타내거나 보이고 싶은 장소들을 방향을 제시함으로써 알기 쉽고, 정체성이 있는 도시로 탈바꿈할 수 있는 주요한 디자인 도구로 작용할 수 있다. 간판의 역할은 관광객 등과 같이 한정된 조망점에서 짧은 시간내에 도시공간의 총체적인 이미지를 체험할 수 있도록 하는 것과, 생활의 정보를 얻기 위해 사인을 통해 정보를 취득하는 것이다.

사인 디자인은 건축물의 배경과 주변 광고물과의 관계에 의해 크게 좌우되는데 주변 건축물의 입면계획 및 설계시 해당 건축물의 간판 정비 목적을 벗어 나지 않는 범위에서 경관적 배려와 유기적 전체 개념의 기법 등을 참조하는 것이 필요하며, 기준으로서의 적용보다는 유동적이며 유연한 방식의 준용이 바람직하다.

이와 같이 도시의 가로경관 개선을 위한 사인물은 배경의 역할을 하는 건축물요소와 도형역할을 하는 간판요소의 두가지 측면을 함께 고려하여야 한다. 또한 사인을 단순히 색채의 조화, 다양한 문자체의 활용 뿐만 아니라 배경이 되는 건축물과의 조화, 설비에 대한 고려, 다양 속에서의 통일 등의 총체적인 관점으로 바꾸어야 할 필요가 있다. 즉 색채나 질감, 글자체의 형태 등의 디자인 요소의 변화나 활력을 제공하는 것 뿐만 아니라, 역으로 주변 환경요소와의 총체적인 이미지와의 조화를 피하거나 시각적인

측면에서 건축물내에서 간판의 위치나 면적을 주변의 환경조건과 조화롭게 연출함으로써 간판에 의해 매력과 감동을 제공하여 세련된 사인 디자인을 유도할 수 있다.

도시 가로변 간판의 디자인 특성을 파악하기 위한 광주광역시 간판의 실태조사 결과를 요약하면 다음과 같다. 간판은 거리의 특성에 따라서 많은 영향을 받으며, 이는 업종에 따라 사용되는 간판의 수로서 파악되었다. 또한 옥외광고물이 건축물입면 면적에서 차지하는 면적비율이 34.4%로 매우 높게 나타났다. 특히 간판의 유형별로 분석을 했을 경우, 입간판이나 플랑카드, 유리에 부착된 간판과 같은 불법간판들이 매우 많아 시각적인 정보 인식에 혼란을 초래하고 있다. 간판의 색채나 재료, 문자는 획일적이고 너무 자극적인 강한 대비를 위해 주변의 건축물과 주변 간판의 색상과 조화를 이루지 못하고 있음을 알 수 있다.

참 고 문 헌

1. 서범석(2001). 옥외광고론, 나남출판사.
2. 서울시정개발연구원(1994). 서울시 옥외광고물 정책관리방향(I).
3. 배현진(1999). 가로변 건축물의 광고물 및 간판의 시지각적 평가 방법에 관한 연구, 연세대 건축공학과 대학원 석사학위논문.
4. 전태형(2000). 도시경관 관리측면에서 본 간판의 문제점과 정비방향에 관한 연구, 경원대학교 도시계획학과 대학원 석사학위논문.
5. Nasar, J.L.(1988). Perception and evaluation of residential street scenes, in Nasar, J.L.(Ed.), Environmental aesthetics, Cambridge: Cambridge University Press.