

[ 기획 ]

문화수도 위한 긴급제안 —
광주 도심 리모델링



깔끔한 디자인과 세련된 양식으로 눈길을 끌고 있는 일본 도쿄 긴자거리와 도심 건물들의 간판들.

8간판은 도시의 얼굴이다

서울 광진구 '노유의 거리'의 변화



이 거리가 이렇게 바뀌었다

서울 광진구 노유의 거리는 상가간판 정비 등 도심 도로 환경 개선사업을 통해 거듭난 대표적인 거리다. 주민들은 스스로 노유의 거리 환경관리 규범을 제공했고, 일반상가 대포, 패션상가 대포, 건축주대포 등 모두 12명으로 구성된 주민협의체를 만들어 거리 가꾸기 사업을 전개했다. 주민들은 우선 이 사업을 통해 거리 간판을 예술성과 조형성을 가미한 형태로 바꿨다. 이에 따라 거리를 찾는 사람들도 사업시행 전보다 30% 가량 늘어나는 등 도심 가꾸기를 통해 활력이 숨쉬는 곳으로 변모했다.

변모 뒤 행인 30% 늘어

특히 주민협의체는 거리관리의 주체로서 주민간 약속의 이행, 행정기관과의 대화창구 역할을 함으로써 이 사업을 견인했다. 주민협의체의 큰 틀은 '걷기 좋은 거리만들기'와 '특색있는 거리 만들기'였다. 구청은 이를 위해 도로정비, 하수도 정비, 가로등 정비 등 사업비를 과감하게 지원했다. 노유의 거리 가꾸기 사업이 좋은 결실을 맺은 것은 거리 조성 총괄 계획가를 선정하고, 계획가의 의도와 지역주민의 의견을 충분히 반영한 때문이다. 이것은 개별 점포별 환경개선보다 지역 이미지 특색을 함께 하는 것이 좋겠다는 공감대가 있었기 때문에 가능한 일이었다.



충장·금남로 '3S 운동' 펼쳐라

(single·small·simple)



이상배

간판은 도시의 얼굴이다. 간판은 도시 전체의 사회, 문화적 인식을 반영하기 때문에 자연스럽게 그 도시의 표정이 드러나고 품위가 결정되는 중요한 요소가 되고 있다. 특히 간판은 도시의 인상을 결정하는 주된 시각적 인상의 대상이 되기 때문에 간판을 단순한 광고물로 인식하기 보다는 도시의 문화를 대변하는 상징으로 다루는 것이 세계적인 추세다. 그러나 금남로와 충장로 등 광주 도심은 간판 공해로 몸살을 앓고 있다. 어지럽고 지저분한 간판들은 문화도시 광주의 미관을 저해하는 대표적인 흉물들이 되고 있는 것이다. 현재 광주 도심 간판들은 시각적 공해를 일으키는 주범이다. 오로지 상업적 메시지 전달만을 위해 존재하기 때문이다. 여기에서 심야에 자극적인 색채를 내뿜는 네온사인들은 시각적 고통 그 자체다. 이 같이 조화가 전혀 없이 무질서하고 혼란스런 간판들은 도시의 품격을 떨어뜨린다. 도로 위 공공 시설물인 전신주, 가로등, 우편함, 교통 표지판, 조각물 등도 주변과 조화를 이루지 않고 개별적이지가 도로 이미지 형성에 별 기여할 없이 오히려 우리의 눈살만 찌푸리게 하고 있다.

문양·색채 지역색 담아

이제 간판은 공공재라는 인식의 전환과 더불어 도시의 어메니티(amenity·호감·쾌적함)를 높이는 효과적인 수단으로 활용되어야 할 때다. 또 간판을 중심으로 한 거리경관을 공공자산으로 생각하는 인식의 전환이 필요한 때다. 그렇다면 광주 도시의 간판을 어떻게 바뀌어야 할까. 우선 현재 광주 도심의 간판 광고물 등이 파사드(facade·외관·건물의 정면)를 전부 가리고 있어 건축물 자체를 감상할 수 없으므로 파사드의 조형적인 틀 속에서 조화를 이루도록 재배치해야 한다.

여기에서 간판을 건물 전체 가운데 한 부분으로 디자인함으로써 건물과 일체감을 확보하도록 해야 한다. 이를 위해서는 건축물 허가 당시부터 간판의 위치와 규모, 디자인을 설계자와 유기적인 협의를 통해 정하도록 하는 것이 필요하다. 건축가 역시 인근 건물과의 맥락과 연계성을 고려하여 디자인함으로써 거리의 개성이 드러나게 할 필요가 있다. 가로 시설물들은 가로이미지 형성을 위해 복합적이고 종합적인 기능을 갖추도록 하고 연속성과 함께 이야기가 있는 가로경관의 요소가 나가야 한다. 여기에는 전문 디자인 커미셔너의 참여나 경관 전문가의 활용 및 거리 조성을 위한 디자인 지침 등을 이용할 수 있다. 누구나 장소성이 있는 거리에서 추억을 만들고 싶어하고 매력을 느낀다. 아름답고 개성있는 공간과 고유의 테마가 있는 곳에서 사람들이 깊은 인상을 느끼며 그곳을 기억하게 되는 것은 인지상정이다. 일본, 프랑스, 독일 등 외국은 강한 광고물 규제를 통해 도시미관 가꾸기에 많은 노력을 쏟고 있다. 미국 미네아 폴리스의 니콜렛 물은 가로경관 조성을 위해 보행자 공간과 함께 가로시설물이 종합적인 도시설계의 바탕 위에서 구현된 것이다. 독일의 뉘셀도르프시는 차량 위주의 도로를 보행자위주의 녹색교통체계로 바꾸고 건축물을 비롯한 가로시설물, 그리고 간판규제와 색채의 조화 등을 통해 수준높은 도시경관체계를 유지하고 있다. 좋은 간판을 만들기 위해서는 간판의 형태, 크기, 소재, 색채, 타이포그래피, 일러스트레이션, 레이아웃 등 모든 요소에서 질적 수준을 확보하는 것이 필요하다. 현재 광주 시내 간판은 어디를 가나 똑같이 아크릴이나 파나프렉스를 쓰고 있어 전혀 지역 특성을 반영하지 못하고 있다. 이같은 획일적인 간판을 버리고 이미지업에 따라

다양한 재료를 과감하게 써야 한다. 또 보행자들에게 친근감을 주기 위해 건물 외장재를 간판에 활용하거나 목재나 철재, 석재 등과 같은 소재를 혼용하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다. 간판의 문양도 우리 지역만의 특색과 예술성을 가미한 디자인을 고안해 지역주민에게는 공감대를 얻고 외국인에게는 특별한 기억을 간직하도록 하는 것이 필요하다.

日·獨·佛, 간판 규격·색채 규제

이를 위해서는 우선 도심 간판의 밀도를 낮춰야 한다. 현행 수량위주가 아닌 건물 면적비에 따라 간판의 총량을 정하는 총량제 도입을 검토해야 할 때다. 간판의 위치 및 규모는 건축물이 접하고 있는 도로의 폭과 해당 건물의 높이 비례에 따라 정하도록 하고 인접 건물과의 관계를 고려하는 것도 하나의 방안이다. 물론 간판의 색채도 지역색을 발골하여 활용하는 방법을 모색해야 한다. 제도 개선과 함께 무엇보다도 중요한 것은 지역 주민의 참여다. 주민들이 자체적으로 '사람들이 교류하는 거리', '이야기가 있는 거리'라든지 하는 거리의 미관상을 설정하고 가꾸는 것이다. 가로 경관을 아름답고 개성 있게 가꾸기 위한 시민공감대가 형성될 경우 주민들은 자연스럽게 자신들의 삶터에 대한 관심과 애정을 갖게 되고 더불어 삶의 질이 높아지게 될 것이다. 좋은 디자인과 품격을 갖춘 도시 간판들이 연속성을 가진 이미지를 창출할 때, 거리의 아이덴티티가 형성되고 도시민의 삶의 질은 한층 높아진다. 더 많이, 더 크게, 더 튀게가 아닌 하나만(single), 작게(small), 개성있게(simple) 연출하는 노력이 필요할 때다.

(interchage@paran.com)

Real estate advertisements for various properties in Gwangju, including listings for '대인동삼일부동산', 'LC타워(주)', '일가공인중개사', '한일지도판매(주)', '효성공인중개사', '토우드공인중개사', '다우공인중개사', and '법원경매 지지경매컨설팅(주)'. Each listing includes contact information and details about the properties for sale or rent.