

기획

세계 창조도시를 가다

<23> 유럽편 '도시와 간판'



네덜란드 암스테르담의 차이나타운 거리. 작은 사각형의 세로 간판과 글씨만 새겨넣은 가로 간판이 정연하게 늘어서 있다.



영국 에딘버러 시내 중심가 상점. 점포의 전체 색채는 다르지만 간판의 규격은 일정하며, 글자체나 재질을 달리해 점포의 특징을 반영했다.

가게의 얼굴이 보인다, 도시가 살아난다

도심 전체 미관 고려 문화적 특성·매력 함축 아기자기한 골목 매력 발산... 도심거리 명소화 획일적인 정비로 간판에 뒤덮인 광주와 대조

가로를 구성하는 것은 도로와 건축물, 그리고 공공시설물이다. 여기에 하나가 추가된다면 바로 옥외광고물, 즉 간판이다. 간판은 상업 행위를 하는 점포나 업체가 소비자를 끌어들여려는 목적으로 설치한 광고물로, 거리에는 좀 더 크고, 화려하며, 빛까지 동원된 간판들이 난무하고 있다. 이목을 집중시키기 위해 건축물 앞뒷면을 온통 치장하는 것도 모자라 요즘에는 아예 보도까지 침범하는 경우도 비일비재한 실정이다.

문제는 간판이 도시의 이미지를 구성하는 중요 요소라는 점이다. 서울을 비롯한 각 지자체들이 정연한 가로를 만들기 위해 공공예산까지 투입하며 정비에 나서는데도 이 같은 이유 때문이다. 상업행위의 산물이자, 민간 영역일 뿐인 간판에 예산을 써야하는 지에 대한 논란은 있으나 이들 지자체는 아무런 규제 없이 난무하고 있는 간판으로 인해 추락하는 도시 이미지를 좌시할 수 없다는 명분을 내걸고 있다.

그러나 간판 정비는 명목으로 추진된 결과물은 그 취지와는 정반대로 나타나고 있다. 서구 양동시장이나 동구 계림동 나무전거리, 북구 일동 자동차거리 등은 막대한 예산을 들여 간판을 바꾸거나 새 간판을 추가 설치했지만 건축물과

점포의 특수성이나 개성, 파는 상품의 특징 등은 무시한 채 통일된 규격과 같은 색채 및 글자체 등의 간판을 설치해 마치 복제품을 찍어놓은 것 같은 인상을 주고 있는 것이다. 민간영역인 '간판'을 지방자치단체가 획일적인 디자인을 적용하면서 생겨난 산물인 셈이다.

도시 전체를 위해 주거·상업 등 용도지역별로, 각 구역 별로 가이드라인을 만든 뒤 그 범위 안에서 민간영역이 자유롭게 글자체나 색채, 디자인, 조형 등을 선택하도록 해야함에도 불구하고 이 같은 과정을 생략한 채 '정비'만 해버린 것이 그 원인이라고 볼 수 있다.

사실상 간판에 대한 규제 역시 전혀 없는 것이나 마찬가지다. 광산구가 지난 2008년 조성된 수

안지구의 간판 3300여 개를 조사한 결과 관련 규정에 근거한 간판은 거의 없었다. 관련 법에 따라 철거한 간판이 538개, 불수한 풍선광고는 549개, 현수막은 3만5000장에 이르며, 철거를 거부한 식당·당구장은 물론 병원·교회엔 파테료·이행강제금을 물리기도 했다. 광산구의 조치에 상인들이 강력하게 반발한 것은 물론이다. 그러나 광산구를 제외한 다른 지자체들은 상인들의 집단 반발 및 민원을 회피하기 위해 정당한 행정처분을 주저하고 있으며 이로 인해 도시가 간판으로 뒤덮이는 결과를 초래하고 있는 것이다.

유럽의 도시들의 간판은 건축물과 비슷한 재질과 색상으로 구성된다. 또 튀는 것보다는 가로 전체의 이미지를 고려하고 우리나라의 그것보

다 크기가 작다는 것이 가장 큰 특징이다.

네덜란드 암스테르담의 차이나타운과 같이 특징 있는 장소에 대해서는 간판 배경색을 붉게 할 수 있으나 그 외 지역은 아예 배경색 없이 글씨만 새겨넣도록 했다. 프랑스 파리의 '조 알렌(Joe Allen)' 레스토랑은 광고판 없이 자신들이 내건 차양에 그 이름만 적었을 뿐이다.

건물 3층 이상 높이에 간판을 설치할 수 없으며, 2층 높이에 가까이가야 볼 수 있을 정도의 작은 규격의 사각형 또는 원형의 간판이 있을 뿐이다. 보는 이의 부담도 적을 뿐 아니라 강한 바람 등으로 인한 간판 추락 등의 사고도 예방할 수 있다.

중세나 근세 건축물이 대부분인 영국 에딘버러의 시가지 내 점포는 아예 점포 전체의 색채를 파란색이나 붉은색, 흰색 등으로 자유롭게 선택하고 있지만 간판만은 일정한 규격을 지켰다. 독일 프라이부르크의 카페 카사노바(Casanova)의 간판은 전체 건축물의 색채와 동일하게 만들어졌다. 간판을 멀리서 보고 찾아가는 것이 아니라 거리를 걸다가 마음에 드는 간판을 보고 점포를 찾도록 하는 시스템인 것이다.

/글·사진·윤현숙기자 chadol@kwangju.co.kr



독일 프라이부르크 내 카사노바라는 레스토랑의 간판. 건축물의 색채와 일체감을 주면서 해당 도시를 멋스럽게 하는 상징이 되고 있다.



깨끗하고 건강한 캐나다 청정자연에서 탄생한 - Natural Factors (내추럴팩터스) 드디어 한국에서도 공식 판매 합니다!

청정자연 캐나다에서 태어난
50년 역사 건강기능식품 브랜드

50여 개국으로 수출하여 글로벌
시장에도 우수한 품질확신!

2010년 12월 내추럴팩터스를
국제약품이 공식 판매 합니다!



청정자연에서 건강을 찾아 연구하는 캐나다 건강기능식품 전문기업-내추럴 팩터스

50년 내추럴팩터스 역사를 담았습니다!



Natural Factors는 캐나다 내추럴팩터스의 등록상표입니다.



인공색소
자연에서 배양하고 사료로 담았습니다.

캐나다 대표 브랜드 내추럴팩터스는 수십만 평의 자체 허브농장에서 재배한 자연원료를 최첨단 자체연구소에서 우수한 연구기술진이 탄생시킨 고품질 명품 건강기능식품으로 원료에서부터 완제품까지 철저한 품질관리 시스템은 50여년 동안 명성을 이어오고 있습니다. 사랑하는 가족의 건강을 위해 철저하고 꼼꼼한 선택!-내추럴팩터스입니다!

Natural Factors 한국총판
가장 좋은 약은 사랑입니다.
국제약품공업주식회사
경기도 안산시 단원구 초지동 648번지
http://www.kukjepharm.co.kr

제품문의 : 031) 781.9081 (고객지원팀)

심의를번호 | 2112073