

OD7 광주광역시 도심가로경관 개선방안에 관한 연구

김은일, 김은영*, 송태갑¹

전남대학교 조경학과, ¹광주·전남발전연구원

1. 연구의 개요

지속적인 경제성장과 더불어 도시환경이 악화되고 이로 인하여 환경의 중요성이 부각되고 있으며, 우리 주변의 거주환경에 대한 관심도 높아지고 있다. 또한 도시내의 각종 산업의 집적화가 이루어지면서 주위 정보량도 증대되고 이로 인하여 도시환경도 크게 변모하고 있다. 특히 도시환경 중에서 도시의 질을 좌우하는 중요한 요소인 가로경관에 대한 인식 또한 높아져 가고 있는 실정이다.

하지만 우리나라 대부분 도심 가로경관은 너무 개성적인 건물, 규격화된 건물형태, 현란한 색과 거대한 크기, 특이한 재질 등으로 이루어진 수많은 간판·광고물, 복잡한 가로시설물, 불법주차, 노점상 등으로 크게 훼손되어 가고 있다. 특히, 가로경관의 이미지를 좌우한다고 볼 수 있는 건물, 간판·광고물의 무질서함은 더 이상 간과할 수 없는 수준에 이르렀다.

따라서 본 연구에서는 도심부에 위치하고 있는 예술의 거리 일부 구간을 연구 대상으로 선정하고, 대상지 내의 건물색, 간판종류, 수량, 재질, 크기 등의 설치현황을 분석하여 가로경관의 문제점을 도출하고, 상가 입주자 및 이용자, 일반인 등을 대상으로 설문조사를 실시하여 이용자들의 시점에서의 문제점과 가로경관 개선방향성을 찾아내어 그 결과를 토대로 컴퓨터 시뮬레이션을 통한 조합 그림을 가지고 제2차 선호도 조사를 통해 예술의 거리에 적합한 가로경관의 개선방안을 제시하고자 한다.

2. 연구결과 및 고찰

2.1. 가로시설물 현황

간판·광고물을 보면 중심가인 충장로와 금남로처럼 개인의 이익을 위해 화려하고 이질적인 간판색과 재질, 크기 등으로 특별한 변화가 없었다. 가장 많은 간판은 창문이용 광고로 117개로 전체간판 수량의 34.1%를 차지하고 있었는데, 대부분이 미술학원이었다. 다음으로는 가로형 간판으로 전체간판의 26.2%를 차지하고 있었다.

그러나 수량으로는 창문이용간판이 많았으나, 간판면적면에서는 전체 간판면적의 51.0%를 차지하고 있는 가로형 간판이 높게 나타났다. 그 이유는 창문이용간판은 창문 하나하나에 붙이기 때문에 수량만 많을 뿐이지 많은 면적을 차지하고 있지 않는 반면에 가로형간판은 입주한 상가가 70여개로 평균적으로 하나정도는 입주상가마다 설치되어 있으면서 건물에서 이용면적율도 높다는 것을 알 수 있었다.

건물전체 입면적과 간판전체 간판면적의 비율을 보면 건물전체 입면적이 2,649.01㎡으로 전체적으로 간판이 건물에서 25.8%를 차지하고 있었다.

간판의 색, 글자색에 대해 살펴보면, 간판색이나 글자색 모두 흰색이 가장 많았는데 간판색은 대부분이 흰색에 검정색 글자를 쓴 간판이거나 간판글자만을 이용하여 건물면에 검정색글자를 가지고 있는 간판이었다. 글자색으로 다색(多色)이 많은 것은 하나의 간판에 글자색을 이용한 것이 아니라 눈에 띄게 하기 위해서 자극적인 색을 조합하여 간판문구를 넣었다.

간판재질로는 어디에서나 볼 수 있는 아크릴을 많이 사용하였으며 일부분의 상가에서는 예술의 거리와 이미지를 맞추기 위해서 목재로 된 재질을 사용하거나 가장 간단하게 설치하기 위해서 세로간판으로 목재를 사용하였다. 또한 시각적으로 눈에 띄게 하기 위해 재질을 조합하여 사용한 간판도 50개로 전체 간판수량의 14.5%를 차지하고 있었다.

간판에 있어서 글자만 사용한 간판만 있는 것도 있지만 상호에 알맞은 그림이나 부호, 메뉴를 넣는 간판도 있었다. 예술의 거리에서도 상호만 사용한 간판은 271개로 79.0%를 차지하는 반면 나머지 21.0%는 상호와 메뉴를 함께 넣는 간판이었는데 대부분이 전통찻집이나 전통음식점이 주를 이루고 있었다. 또한 부호나 그림을 넣는 간판은 53개로 15.4%를 차지하였는데 개인의 업종에 알맞은 부호나 그림을 넣어 광고효과를 더 극대화시키려고 하였다.

2.2. 설문조사결과

예술의 거리 도심가로 경관에 대한 의식을 조사하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문조사 대상자는 예술의 거리 상가 입주자와 예술의 거리를 이용자, 대상지 외의 일반시민을 대상으로 하였다.

설문지 표본수는 15세 이상 광주광역시민 총 1,064,856명을 기준으로 신뢰수준 95%, 유의수준 $\pm 5\%$ 수준인 약 300명으로 하고, 2003년 3월 30일부터 2003년 4월 4일까지 6일간 본 대상지인 예술의 거리에서 이용자들 중 무작위로 선별하여 조사하였다.

그 결과, 예술의 거리를 개선해야 할 사항에서 일반인은 33.8%로 『어지러운 옥외광고물(간판 등)』, 상가 입주자와 이용자는 각각 32.0%와 33.3%로 『불법주·정차』가 개선되어야 하는 결과가 나와 차이점이 보였다. 예술의 거리를 전체적으로 보았을 때 경관적으로 마음에 드는 부분에 대한 질문에서는 48.7%가 『없다』라고 응답했는데, 그 원인은 일반적인 거리로 인식될 뿐 예술의 거리다운 특색이 없기 때문이라고 사료된다.

간판디자인에 관한 질문에서는 『예술의 거리와 어울리는 간판』과 『전체적인 경관과 어울리는 간판』으로 각각 47.5%, 29.4%를 차지하였는데 이는 간판디자인이 상업적 이익뿐만 아니라 경관적으로 조화를 이루는 것을 선호하는 것이라고 판단하였다. 간판색은 상업적인 이익도 있으면서 건물과 이질적인 느낌을 주지 않기 위해서 상가 입주자들은 36.4%가 『건물과 조화된 색을 사용』, 일반인과 예술의 거리 이용자들은 각각 60.3%와 58.8%가 『전체적인 경관과 어울리는 색을 사용』이라고 응답하였다. 또한 간판글자색도 50.4%가 『전체적인 경관과 어울리는 색을 사용』에 높은 응답율이 나왔는데 이는 상호만을 눈에 띄게 하는 것보다는 간판색, 간판디자인 등과 어울리는 색을 선호하는 것을 알 수 있었다.

그리고 건물형태는 51.6%가 『예술의 거리라는 특성에 맞게』, 건물색은 41.0%로 『건물 형태 및 주변경관과의 조화된 색』으로 응답했다. 이는 규격화된 건물형태보다는 거리의 이미지와 어울리는 건물형태로 특징이 있고, 건물색으로는 각각 개성있는 색으로 눈에 띄는 것보다는 주변경관과 조화를 이룬 색을 선호하는 것으로 판단된다.

이와 같이 예술의 거리를 다른 지역과 차별화하기 위해서는 간판의 수량을 줄이고 간판형태를 예술의 거리 이미지와 맞게 설치하며, 건물형태, 건물색, 간판색, 글자색을 조화를 이루도록 설치해야 한다는 의견이 많다는 것을 알 수 있었다.

3. 결 론

「예술의 거리」의 가로경관을 개선시키기 위해서 첫째, 차량을 통제하고, 둘째, 간판·광고물을 다른 지역과 차별화시켜 재정비하며, 셋째, 건물의 형태는 그대로 보존하더라도 건물색은 건물형태 및 주변경관과 조화된 색을 사용하여 경관적으로 이질감을 최소화시킬 필요성이 있다고 판단되어졌다.

차후 연구과제로써는, 건물과 간판·광고물의 형태, 색, 재질, 그리고 포함되는 내용들에 대한 복합적인 상황에서의 검토 및 가로시설물과의 관련성 등에 관한 연구가 심도있게 진행될 필요성이 있으며, 이를 통한 가로경관의 실질적인 개선방안이 구체화 될 수 있을 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

- 송태갑 (2002), 광주시 도심가로경관 개선방안에 관한 연구, p133~144
- 한국방송공사 (1993), 도시옥외광고물Ⅱ, p163-165
- 황재훈 (1998), 도시가로경관의 향상을 위한 옥외광고물의 경관성 연구, 건설기술연구소 논문집 17(1), p167~182
- 이규목 (2002), 한국의 도시경관, 열화당, p123~138
- 임승빈 (1998), 조경이 만드는 도시, 서울대학교출판사, p186~196
- 이선규 (2001), 기성시가지내 상업가로의 환경개선을 위한 연구, 한국지역개발학회지, 13(2), p183~198
- 김현숙 (1997), 가로시설물의 정비계획에 관한 연구, 대한국토·도시계획학회(국토계획), 32(6), p131~153
- 임태윤 (1999), 옥외광고가 도시환경에 미치는 영향에 관한 연구, 경남대학교, p36~47