

문화·예술의 도시 이미지 개선을 위한 시각적 아이덴티티의 적용에 관한 고찰 - 광주광역시 예술의 거리를 중심으로

A Study on an application of visual identity : Improving the image of Gwang-ju the city of culture and art

정지윤

조선대학교 디자인대학원 시각정보미디어학과

Jung, Jee-Youn

Graduate School of Design, Chosun Univ.

김남훈

조선대학교 미술대학 디자인학부

Kim, Nam-Hoon

Division of Design, Chosun Univ.

• Key words: visual identity, cultur and art

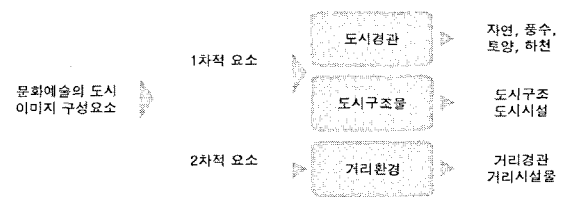
1. 연구 목적

급성장하고 있는 도시 환경 속에서 최근 여러 도시들은 특징과 개성을 갖는 도시로 외부에 표현시키려 노력하고 있다. 이를 위해서는 도시공간의 외적인 모습뿐만 아니라 문화·예술의 특성에 맞는 도시의 이미지와 정체성을 디자인을 통해 표현 하는 것이 중요하다. 가로등, 버스정류장 처럼 사소해 보이는 거리 시설물의 디자인이 도시의 아름다움을 결정하는 주요 요소이다. 거리시설물 즉, 스트리트퍼니처(street furniture)는 공공계사판, 버스정류장, 쓰레기통, 공중화장실, 공중전화부스, 우체통, 신문 간판대, 식수대, 보도 블록, 차량 진입로, 맨홀뚜껑에 이르기까지 광범위하다. 이러한 시설물들의 형태적인 요소도 중요하지만 우선적으로 거리의 간판이나 표지판 등을 도시의 문화를 대변해 줄 수 있는 시각적인 아이덴티티로 개선하는 일이 시급하다고 본다. 다른 도시와 비교 하여 차별성과 독자성이 있도록, 부정적이기 보다는 긍정적인 시각에서 개선방향을 모색하고 도시 고유의 이미지와 조화를 이루어 도시로서의 환경 정체성을 획득할 수 있어야 한다. 문화와 예술 그리고 디자인을 추구하고 있는 광주광역시는 아직까지 어느 부분에서도 '문화·예술 도시', 작게는 '디자인 도시'라는 분위기를 느끼게 해줄 수 있는 이미지나 공간이 없다. 여기에 광주광역시가 문화·예술의 진흥을 위해 명명한 '예술의 거리'를 광주의 문화 자산을 다시 한번 새로운 눈으로 재조명하여 광주만의 문화적 아이덴티티를 이끌어 내어 문화도시 광주의 정체성을 갖는 여러 가지 방법론 중에 시각적인 아이덴티티 디자인의 적용 현황을 살펴보고자 한다. 본 연구는 전통과 첨단이 조화된 광주광역시예술의 거리를 대상으로, 도시환경과 관련된 이미지 구성 요소를 알아보고, 문화·예술의 도시 이미지에 대한 문제점과 개선점을 파악하고, 그에 따른 시각적인 아이덴티티의 적용 방안에 대해 고찰하고자 한다.

2. 문화·예술의 도시 이미지 구성요소

문화·예술 도시 디자인은 도시환경의 이미지를 의미하며, 도시환경의 이미지는 도시경관, 도시구조물, 거리환경으로 구성된다. 도시경관은 산, 토양, 하천, 수목 등의 자연요소와 고수부지, 근린공원 등의 오픈스페이스를 의미하며 도시구조물은 도시 전반에 있는 건축·시설물, 지표사인으로 활용되는 인공의 대형건축물과 생활공간을 구성하는 건축물로 구성된다. 마지막으로 거리 환경은 구역을 규정짓거나 도시민의 생활 속에

흐름이 되어지는 곳으로 구조물들 사이에 스트리트퍼니처, 안내사인, 조명시설 등의 거리시설물로 이루어진다.



[그림1] 문화예술의 도시 이미지 구성요소

3. 문화·예술의 도시의 디자인현황

3-1. 거리환경 시설물 디자인의 문제점 및 개선 방향

광주광역시 예술의 거리 시설물이 차지하는 비중은 상당히 크다. 특히 건물에 부착되어 있거나 건물 주변에 있는 옥외 간판이 거의 전체적인 이미지를 결정하는 주요 경관요소로 부각되고 있다. 이러한 요소들을 주변 가로나 건물의 경관과 조화를 이룰 수 있도록 가로경관 이미지 정립과 다양한 가로 시설물의 개발이 필요한 실정이다. 또한 상점들의 일반 간판들이 명시성에 치중한 색상의 선택으로 시각적 피로를 초래하고 있는데, 이러한 상황을 체계적인 정비로 공익성 사인물과 배치되지 않도록 하고 사인물의 정보기능을 보다 원활하게 이용할 수 있도록 거리환경 시설물들에 대한 시각적인 이미지를 통일화 시켜야 한다.



[그림2] 광주광역시 '예술의 거리' 전경

3-2. 경관디자인의 문제점 및 개선 방향

예술의 거리 전체적인 경관은 대부분 거리의 건물 외장이 마감상태가 세련되지 못하고, 건물의 외관이 낙후되고 스카이라인도 일관성 있게 형성되지 못하고 있다. 또한 예술의 거리가 광주 시내에서 차량 통행이 가장 많은 곳 가운데 하나인 금남로에 위치하고 있어 주차금지 구역임에도 불구하고 주차장으로 이용되고 있다. 가로환경 조성 사업을 위해 설치한 화분들

또한 보행자들의 통행을 방해하고 있다. 이러한 전체적인 경관의 이미지의 문제점을 통일성과 조화를 고려한 계획성 있는 가로경관 조성이 요구되며 도심 건축물의 색채 계획을 수립으로 예술적인 고유의 칼라, 모티브를 이용하여 시각적으로 건축물간의 조화로운 배색을 유도해야 한다.

3-3. 구조물디자인의 문제점 및 개선 방향

예술의 거리 대부분의 구조물들이 회색(Gray) 일벌로의 칙칙하게 형성되어져 있어 시각적으로 Gray Torn으로 거리 대부분이 특성 없는 회색 거리임을 알 수 있다. 또한 차로와 보행로의 단조로운 선형을 따라 4층 이하의 건축물이 가로 양쪽으로 형성되어 폐쇄적인 느낌을 주기도 한다. 이러한 느낌을 보완하기 위해서는 공공기관을 비롯한 거리의 도시건축물들의 실내·외 시설의 이미지 통일화가 요구되며, 공공건축물 및 주변경관의 조화를 위하여 지역의 통일성 있는 이미지와 채색 작업 및 사인 등의 활용이 요구된다. 또한 거리의 생활 문화공간이 상업지의 무분별한 건·개축으로 가려지지 않도록 행정적인 규제방안을 모색해야 하며, 생활에 여유를 제공하는 다양한 공원의 개발로 시민에게 쾌적한 생활 및 휴식공간을 제공하여 정주의식과 야행심을 고취시켜야 한다. 문화·예술공간 내에 인공적인 구조물과 시설물들의 설치로 시각적인 이미지 아이덴티티 효율에 의한 효과적인 공간배치도 필요하다.

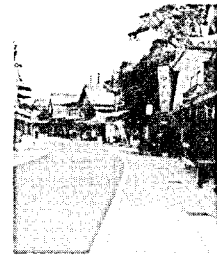
4. 시각적인 아이덴티티의 적용

4-1. 거리경관 디자인

다양한 문화예술행사 및 각종 이벤트가 지속적으로 열리는 광주광역시의 예술의 거리는 민주화의 역사성과 첨단사업으로의 발전의지를 시각화하여, 전통차 전문점, 문화상품 상점, 음식점들의 고풍스러운 분위기와 향토성, 문화예술성의 향취를 진하게 느낄 수 있도록 각 요소들이 조화되는 여유로운 이미지를 시각화하여 문화·예술의 공간으로 적용 시켜야 한다. 또한 예술의 거리 이미지에 걸맞는 거리경관을 형성하기 위해서는 어느 곳에서나 흔히 느낄 수 있는 유형의 경관이 아니라 장소적 특성, 즉, 정체성이 살아 있는 표정이 풍부한 경관을 시각적으로 연출 지향해야 한다. 전체적으로 거리 경관이 일체성을 형성하지 못하고 산만해 보이는 예술의 거리주요원인은 색채의 조절이 이루어지지 못하고 있기 때문이다. 따라서 가로의 특성에 따라 전반적으로 주조색을 설정하여 일정한 색조를 유지하도록 하는 것이 바람직하다. 또한 밝은톤의 유채색을 사용하고, 형태적 측면에서는 육면체 보다 거리에 부드럽고 절도 있는 원형의 디자인이 바람직할 것이며, 건물, 옥외광고물, 가로시설물, 바닥포장 등이 전체적인 조화를 이루어야 한다. 또한 건물의 외장이나 옥외광고물의 재료를 사용할 경우에 있어서도 지나치게 화려하거나 기계적이지 않고, 인간 친화적인 디자인을 할 필요가 있다. 거리의 진입을 위한 입구에서부터도 특색 있는 거리 상징조형물을 세워 도시 속의 또 다른 시간과 공간감을 느낄 수 있어야 한다. 거리의 한쪽 벽면에는 상시 전시공간을 마련하여 시민의 예술적 감성을 고양시키고 문화·예술 공간의 역할을 수행하여, 구조물과 시설물들의 전통적인 이미지와 자유스러운 동선으로 독창적인 거리를 형성하는데 시각화 하여 디자인 하여야 한다.

4-2. 거리시설물 디자인

최근 들어 우리나라의 난립된 도시의 거리 시설물들에 대한 자성의 목소리가 높아지고, 서울의 종로 일대는 이미 거리시설물디자인 정비 계획에 의해 새롭게 탈바꿈하고 있다. 여기에 우리 광주광역시가 한발 더 앞서서 단순한 거리시설물 디자인 정비계획의 차원을 넘어서 일관성 있는 도시의 시각적인 아이덴티티 문화를 바꾸는 일에 발 빠르게 대처해야 한다. 거리시설물은 인간의 외부생활 공간속에서 직접 사용되는 실외 가구로서 인간공학적 접근을 통하여 사용성, 안전성, 편리성을 고려해야 한다. 독일과 일본의 사례를 보면 도시의 벽과 유리창, 간판 등을 사인물에 활용하여 거리 이미지를 빠르게 변화시켰다. 전통 문화·예술의 중심지인 예술의 거리의 거리 시설물은 '빛'을 이미지로 영속성과 지역문화를 조명하는 밝은 공간으로 표현하여 거리의 이미지 요소라고 볼 수 있는 처마 지붕의 한국적인 선, 석등, 골동품, 솟대 등의 고풍스러운 이미지를 모티브 하여 시각적인 아이덴티티디자인 하여야 한다.



[그림3] 독일 뒤셀도르프 문화거리 [그림4] 일본 이세시의 전통거리

5. 결론

광주광역시의 예술의 거리는 이미지에 걸맞게 문화와 예술의 정취를 느낄 수 있는 가로 경관을 형성하지 못하고 있다. 내부와 외부공간이 시각적인 측면에서 볼 때 자연스럽게 연결되지 못하고 단절되어 있다. 또한 문화·예술적 측면에서 전반적으로 침체되어 있는 상태로서 활력을 찾을 수 없는 실정이다. 또한 예술의 거리는 전통과 문화의 거리라는 특정 이미지를 구현하고 있다. 그러므로 다양한 상점이나 안내 표지판들을 각각의 문화적이 요소를 갖춘 시각이미지로 표현시켜 전체를 위해 개별적인 요소에, 상대성을 강요하기 보다는 디자인적인 분석을 통해 '예술의 거리'의 성격과 개성을 일차적으로 시각적인 아이덴티티화를 시키는 것이 바람직하다. 이러한 일련의 계획이 성공리에 시행된다면 이 자체가 주는 볼거리가 하나의 새로운 문화적 명소가 될 것이며, 결과적으로 문화수도 광주의 이미지를 쇄신하는데 일대 분수령이 되리라고 생각한다. 결국 아시아 문화의 전당 대한민국 광주광역시에 가면 세계 어디에서도 찾아보기 힘든 수준 높은 간판, 표지판, 버스나 택시의 외관 디자인 등을 볼 수 있다는 것 자체만으로도 문화·예술의 도시 이미지 구현에 성공할 것이다. '예술의 거리'의 이미지를 함축하고 지배적인 이미지를 상징하는 가운데 시민들에게 '예술의 거리'이라는 특정 이미지의 인지도를 향상을 위한 지속적인 노력 지속되어야 할 것이다.

참고문헌

- 송태갑, 광주시 도심가로 경관 개선방안에 관한연구, 2003
- 조선대학교, 광주광역시 TCI개발 2단계 전략보고서, 2000