都市空間에 演出하는 傳達狀態

金 眞 一
(漢陽大學校 敎授)

■本 論文은 本協會 編纂委員이신 金眞一敎授께서 漢陽大學敎授와 早稻田大學 共同主催의 建築 세미나에 參席하여 早稻田大學 大學院에서 發表한 것입니다. 編輯者 ■

1. 緖 言
2. 看板의 形態와 付着狀態
3. 看板의 面積
4. 看板의 材料
5. Show window
6. 色과 色度
7. 標記와 語源
8. 結 言

1. 緖 言

建築은 空間的인 것이기에 時間的으로 다르려 하지 않는다. 建物이 서기까지는 一次時間이지 만 增築에서 修理, 改築段階에 이르면 二次時間이라 하겠다.

個個의 建物에서도 그러하거니와 都市空間의 變化란 그의 二次時間의 進行을 뜻하며 그의 進行速度는 經濟活動으로 集約할 수 있다.

然이나 都市空間의 二次時間의 進行에 따르는 情報傳達 方法은 數없이 反復되며 그 先行한 方法에 對한 資料集積의 不備는 바람직한 都市空間構成에 貢獻하지 못한다. 따라서 傳達方法이 建築設計의 段階에서 거의 考慮되지 않으므로 都市空間의 一次時間과 二次時間 사이에는 斷層을 自招하여 서로 相反되는 結果가 오늘날 都市空間의 現狀이다.

本硏究에서는 이와같은 點에 着眼하여 都市의 繁華街를 選定하여 物理的 傳達方法인 看板의 狀態를 把握하는데 目的을 둔다.

調査地區로서는 서울의 中心地에서 明洞(圖 2)과 小公洞(圖 3), 副都心地인 永登浦(圖 4)를 1970年 10月 3日부터 11月 5日까지, 그리고 서울의 衛星都市圈外인 平澤(圖 5)을 同年 12月 10日에 各各 日沒時까지 事前에 敎育시킨 調査員에 依하여 該當地區의 看板의 形態, 付着位置, 面積, 材料와 그에 使用된 色과 色度 그리고 標記와 語源等을 建物表面에 나타난 看板만을 基準으로 調査하였다. 이 一連의 硏究로서 調査地區의 將來가 推定이 될 수 있을뿐 아니라 未調査地區의 都市環境의 現狀도 槪算할 수 있을 것이다. 또 近間論議되는 都市環境美化에도 도움이 되리라 믿는다.

2. 看板의 形態와 付着狀態

情報傳達의 手段으로 옛날 中國에서는 揚子江以南과 以北地方에 各己 獨特한 發達을 보아 以南地方에서는 招牌, 以北地方에서는 望子라는 Sign 을 使用하였다. 오늘날 文字記號의 起源은 招牌에서 由來한 것으로 볼 수 있으나 廣告라는 經濟活動을 發展시키는 手段은 招牌와 望子의 兩者를 調和 시켜 高度로 發達한 視覺的 Communication design 로서 展開시켰다.

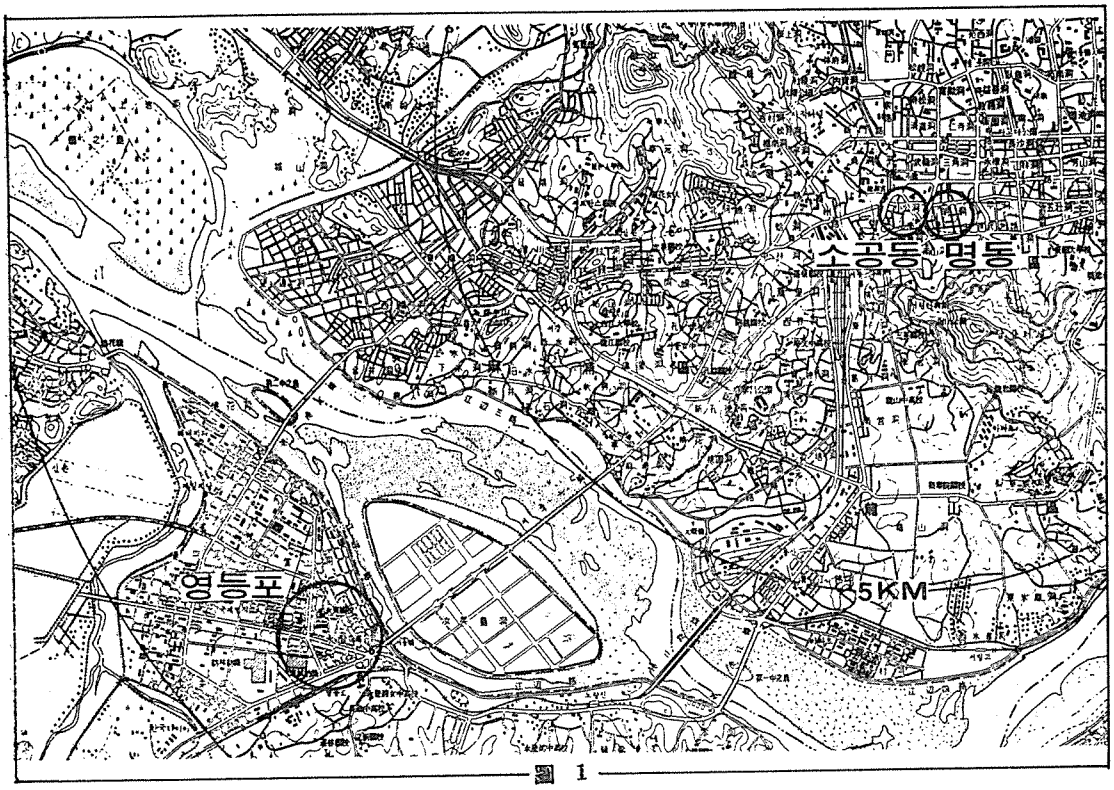


圖 1

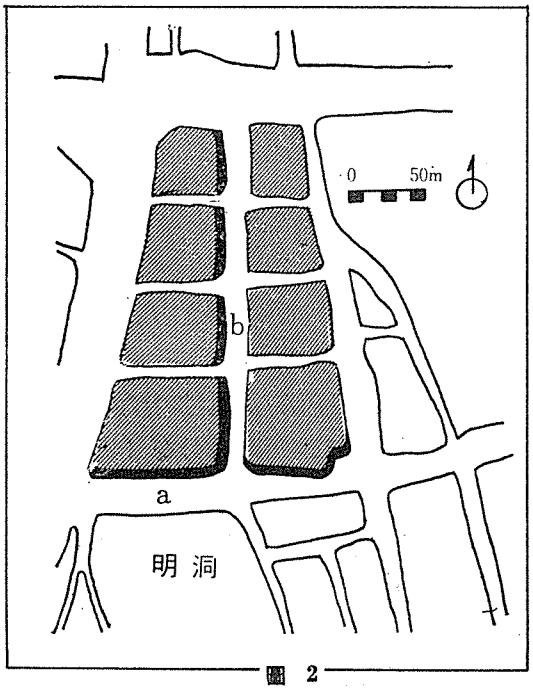


圖 2

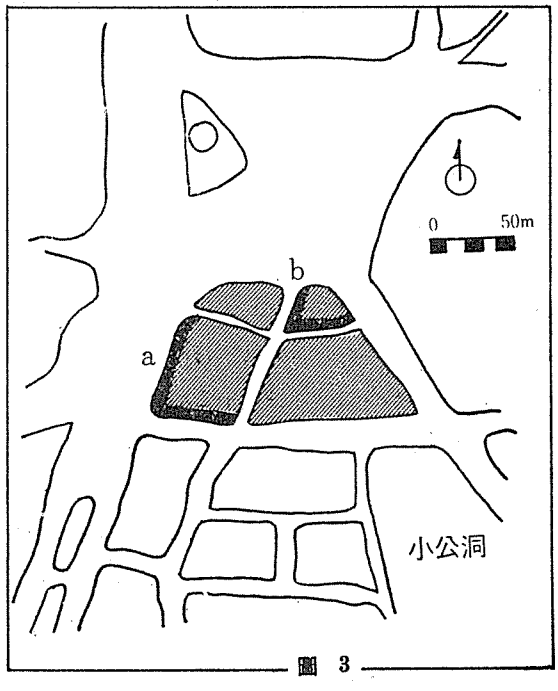


圖 3

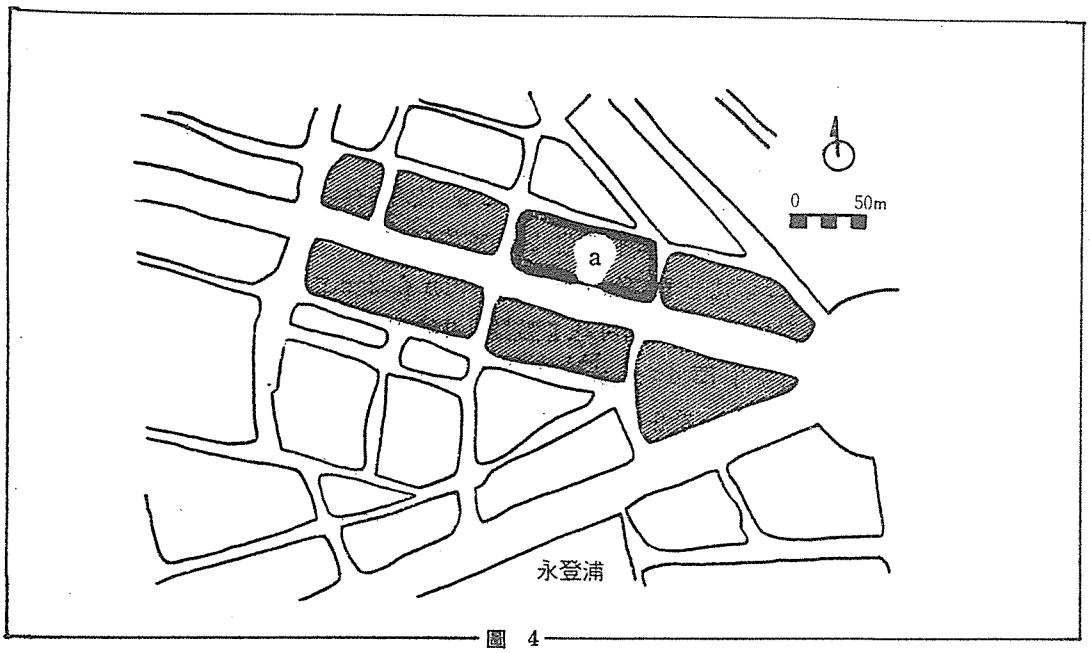


圖 4

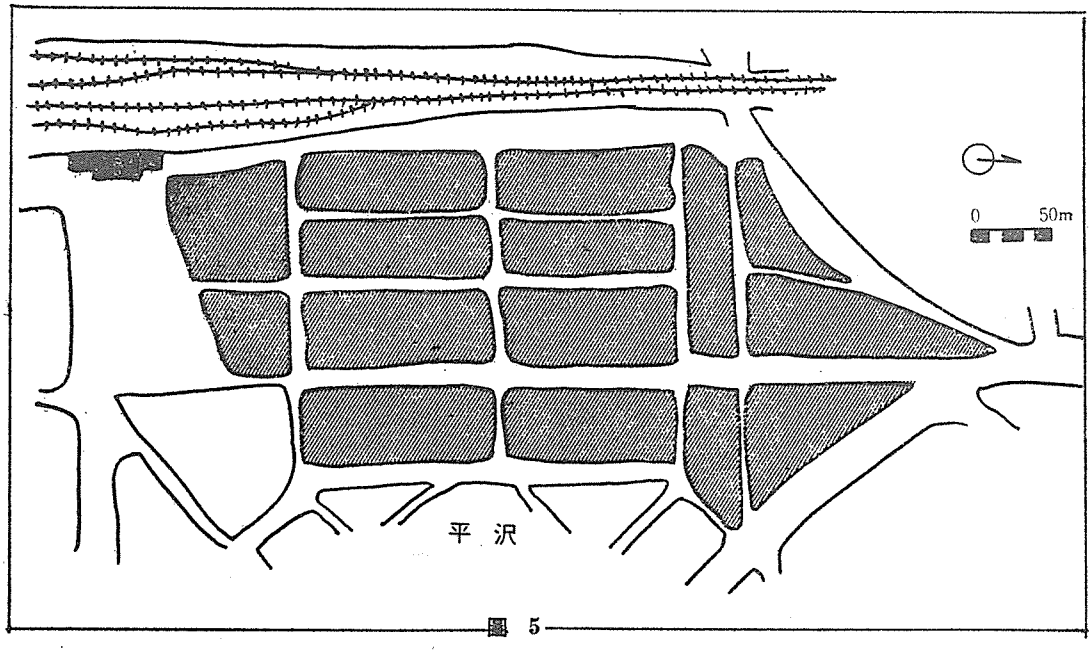


圖 5

小公洞; 圖3의 a, b面만 表 5.6.7과 Fig 7-1,7-2에 表示됨.

永登浦; 圖4의 a Block四周面만 表 5.6.7과 Fig8에 東西南北으로 表示됨

平 澤; 圖5의 全域

明 洞; 圖2의 a. b 面만 調査對象이며 業種은 各地域 共히 全域임(表 13)

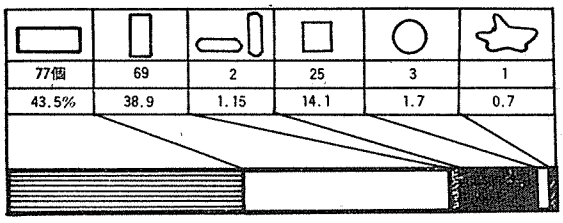
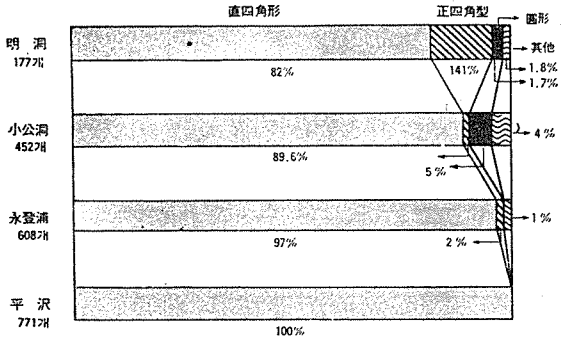


表 1 明洞의 看板形態



看板形態의 가장 一般形이 直四角形이지만 全体數에서의 比率이 平澤에서 100% 永登浦 97% 小公洞 89.6% 그리고 明洞에서 82.4%로 大都市 都心部에 가까와지면서 漸次 多樣한 Form 이 되고 正四角形 圓形 其他도 이와 같은 比率임을 表1이 말하여 준다.

表1은 明洞에서 看版의 Form이 多樣하였으나 便宜上 6種으로 區分한 것이며 縱 橫의 直四角形과 ⬭形의 合은 表2의 明洞의 直四角形에 넣었으며 其他 地區도 이에 準한다.

明洞의 調査範圍는 國立劇場과 明洞劇場에 沿한 面 192m 인 a 面과 鑑査院과 韓國電力을 이어 a 面인 明洞거리까지의 b 面 253m 의 調査値와의 計의 比率이기에 看板形態의 多樣性이 豫測보다 줄어들었다.

看板의 付着位置의 分類는 Front, Side, Hanging으로 三分하고 다시 이것을 各各 Horizontal과 Vertical로 나누었다.

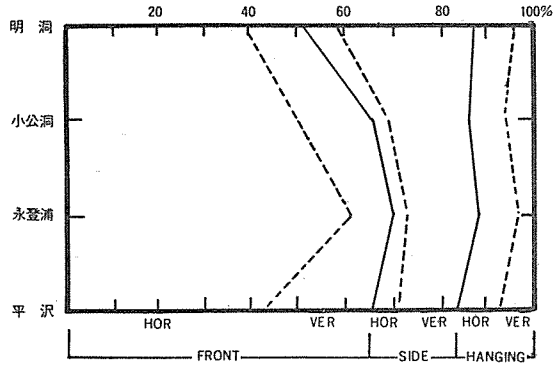
이 付着位置를 定하는 方法으로서는 看板이 視覺的 Communication의 機能發揮에 있음은 勿論이겠지만 여기서 看板의 付着位置設定에 적지 않은 制約은 建物의 Facade 維持에 있었다고 본다.

왜냐하면 柱, 梁, 窓台 또는 Parapet 等은 Front 付着位置가 되는바 이 構造体의 크기와 形態는 看板의 位置뿐 아니라 看板의 크기와 形態도 스스로 規制하게 된다.

一般的으로 建築設計에 있어서 看板付着 位置의 配慮란 構造体에 固定시키는 大理石 銅板 或은 木材 等을 小規模로 使用하여 業種에의 相應보다 建物自体에 調和시키므로 無意識的인 建築化 Sign의 過程을 지녔다고 본다.

表3에서 보는바와 같이 Front付着이 明洞 51% 小公洞 65% 永登浦 70% 平澤 65%이며 建物前面에 直角이 되게 付着시킨 Side看板의 比가 36%, 20%, 16%의 比이고 Hanging 看板이 13%, 15%, 14%, 19%의 比이다.

表 3 看板의 付着狀態

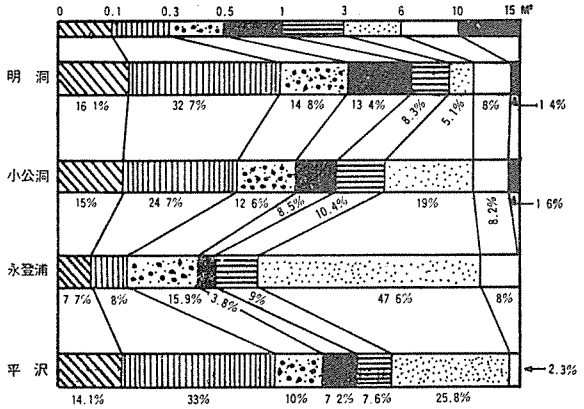


付着시킨 Side 看板의 比가 36% 20% 16%의 比이고 Hanging의 比이다.

3. 看板의 面積

看板의 Form은 表 1, 表 2 처럼 거의 直四角形으로 되어 있으며 그의 面積을 調査한 것이 表4이다.

表 4 看板의 面積比



便宜上 1m² 未滿을 0.1m², 0.3m², 0.5m², 1m² 그 以上을 3m², 6m², 10m², 15m²로 各各 4區分하

여 모두 8種으로 나누었다.

0.1m²에서 0.3m²가 明洞은 32.7% 小公洞이 24.7% 永登浦가 8%로漸次 減少되고 있으나 平澤이 意外로 33%로서 明洞과 거의 同一하다. 그러나 表 7을 보면 그 材料는 全혀 다른 것임을 알 수 있다. 3m²에서 6m²는 明洞이 5.1%, 小公洞이 19%, 永登浦가 47.6%로 漸次 넓어졌다.

特히 10m²에서 15m²는 明洞과 小公洞에서 若干 볼 수 있으나 永登浦와 平澤에서는 보이지 않는다. 各調査地區에서 劇場의 看板은 各項에서 除外하였다.

表5의 面積을 Fig 6-1, 6-2, 와 Fig .7-1 7-2 그리고 Fig. 8에서 各各 圖示하여 道路에 面한 全建物의 前表面積과 比較하여 보았다. 여기 全建物 前表面積 算出基準은 巾을 實測하고 層高는 一層 4m 2層 以上은 3.5m로 간주하였다. 따라서 實際 建物高와는 多少의 差가 있을 것이다.

表5 看板의 建物前面積에 對한 比

地域 \ 區分		A㎡	B㎡	C㎡	C/B×100%
明洞	a	192	3, 114	193. 13	6. 1
	b	235	2, 434	67. 5	2. 8
小公洞	a	127	1, 805	219. 8	12. 2
	b	102	605. 5	46. 5	7. 7
永登浦		330	2, 247	229. 7	10. 3

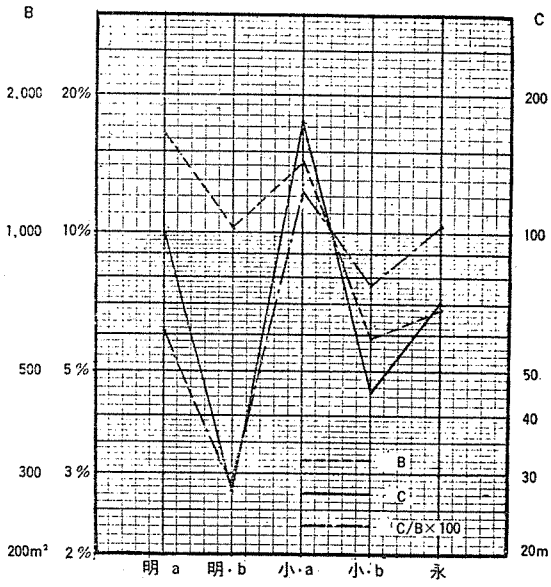
表6 100㎡單位의 數値

地域 \ 區分		A	B㎡	C㎡
明洞	a	100	1, 622	98
	b	—	1, 035	27
小公洞	a	100	1, 421	173. 5
	b	—	593. 6	45. 3
永登浦		—	682	70

A. 調査地域의 道路길이
B. 調査地域道路에 面한 全地域의 前表面積
C. B에 있는 看板總面積

表6, 表7은 調査地域의 道路의 길이를 100m單位로 換算하여 各地域을 比較한 것이다. 各地域을 100m 單位로 換算하였을 때 明洞 a의 建物前面表面積은 1,622m² 明洞 b는 1,035m² 小公洞 a가 1,421m² b가 593.6m² 永登浦가 682m²로 各地域

表7 表6의 圖表



마다 Sprawl現狀이 數値에서도 엿볼 수 있으니 再開發의 對象地임이 證明된다. 이와같은 數値에 對하여 各各 그 看板이 찾이하는 面積은(表7 參照) 明洞 a가 6.1% b가 2.8% 小公洞 a가 12.2% b가 7.7% 永登浦가 10.3%인데 當初 建築設計過程에 어느 程度의 比率로 看板面積比를 配慮하였는가는 建築人에게 興味있는 일이며 一次時間과 2次時間의 時差가 클수록 그 變化도 커졌을 것이다. 이는 初期의 建築의 機能과 後期의 建築機能의 變遷에서 오는 人爲的인 解決策의 하나로서도 無秩序한 看板은 結果되는 것으로 본다.

또, 建物이 그가 存在하는 地域에 相應하지 못하는 境遇는 建物의 本軀体가 完全히 隱蔽되도록 前面全体를 Design化시키는 手法이 흔히 使用되어 Sign化建物로 建物의 表面機能延長을 企圖하고 있다. 이와같은 手法은 韓國뿐 아니라 外國에서도 흔히 볼 수 있는 現狀이다.

따라서 都市가 整備되면 看板의 數도 그러하거니와 特히 個個看板의 面積은 必然的으로 縮少되고 그의 壽命은 業種의 變化가 있기 前에는 半永久的이 될 것이다.

그러나 本調査地域에서는 아직 그 前에 있을 수 있는 變動의 時期의 過程으로 보겠다.

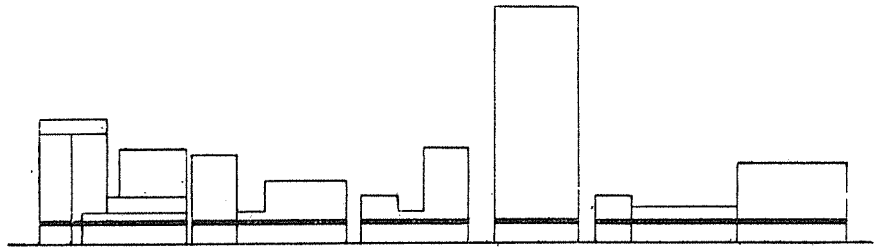


Fig. 6-1 明洞 a

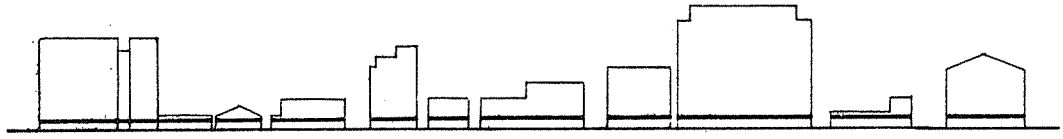
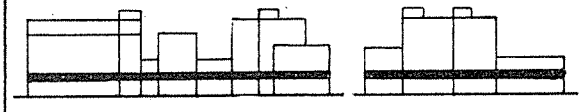
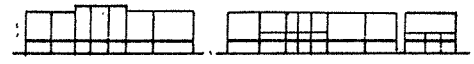


Fig. 6-2 明洞 b



西 南

Fig. 7-1 小公洞 a



西 南

Fig. 7-2 小公洞 b

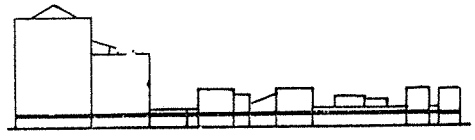


Fig. 8 永登浦 南

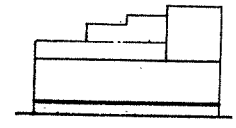


Fig. 8 永登浦 西

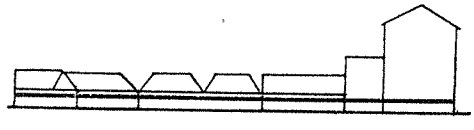


Fig. 8 永登浦 北

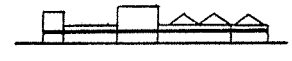


Fig. 8 永登浦 東

4. 材　料

◇**木材**—造形材料로서 意識하기 以前부터 쓰여졌던 木材가 人間들에게 가장 親近感을 가지고 손쉽게 求하고 加工할 수 있다는 長點도 近年의 工業材料의 洪水에 밀려 看板材料로서는 간신히 그의 命脈을 維持하고 있을 뿐이다.

生物의 遺体인 細胞라는 微細한 單体로서 構成되어서 工業材料의 非人間性에서 찾아 볼 수 없는 美學的이며 文化史的인 半面을 지닌 그 表面의 物理的性質은 그 스스로가 지닌 短點 即 風雨下의 壽命의 짧음 뒤틀림과 불에 弱함 等은 合理性에 敏感한 現代人으로 부터 멀어졌으나 明洞에서 15.3%, 小公洞 13.2%, 永登浦 13.6%, 平澤 12.2%로서 都心地에서 副都心地 或은 地方都市에 나가면서 그 比率이 漸次 減少됨을 表8에서 볼 수 있다.

看板材로서의 木材使用方法이 木材의 物理的性格을 살리기 爲한 表面處理보다 虫害等을 防止하기 爲한 Painting의 流行이 오히려 當然視되어 왔다.

地方都市인 平澤 12.2% 보다 流行의 mecca 明洞이 더 높은率인 15.3%이라는 木材使用率은 機能과 合理性만 追究하는 工業材料에서의 反發과, 自然에의 鄕愁 또 그 材質과 材種에 있어서 地方都市와 전혀 다르다는 것을 알 수 있다. 即 明洞에서는 特殊材種에 特別한 彫刻 或은 木材만이지니는 細胞의 微細한 木理를 表現하는 高次的인 看板인 것이며, 平澤地區의 낮은 比率은 無作定, 大都市에 對한 模倣 그럼으로서 現代라는 機械文明의 産物을 無批判的으로 받어드리려는 後進性이 如實히 말하여 준다. 또한 이 平澤에 使用되는 看板用 木材는 材種에 있어서 土産的인 것도 있으며 彫刻이나 그의 生生한 木理를 再現시켜 質感과 人間性을 되찾으려는 흔적은 찾기 어려웠다.

이와 같은 現狀은 地方都市라는 點과 또 平澤이 6.25 以後에 建設된 都市로서 傳統的이며 土着的인 都市開發過程의 陣痛없이 中部韓國의 穀倉의 溫順한 農民에게 선을 보인 것으로 생각된다.

◇**함석**—Product design에 使用되는 材料로서 함석과 Acryle의 看板材의 使用率은 表8과 같이 反比例하고 있음이 注目된다. 함석인 境遇, 明洞의 4.5% 小公洞의 20% 永登浦와 平澤이 各各 34.6%와 38.9%로서 大都市 中心街에서 地方都市에 나가면서 엄청난 比率로 크게 使用된다.

反面 Acryle은 明洞이 52% 小公洞이 36.3% 永登浦 30.3% 平澤이 18.1%이다. 明洞에서는 함석이 거의 자취를 감추는 傾向이지만 이것은 必然코 過去 언제엔가에는 絶對數였었을 木材를 누르고 首位를 찾이 했었을 것이다.

함석이 우리들에게 看板材料로서 처음 紹介되었을 때 木材에서 얻기 어려운 시원스럽도록 넓직한 面, 그리고 믿기 어려울 程度로 가볍고 싼값—이것만으로도 資本主義社會의 利潤追求의 最少單位細胞인 小賣店舖主에게 더 큰 膳物은 없었을 것이다. 거기에다 店舖主와 顧客의 많은 要求를 하나의 表面에 處理할 수 있다는 利點, 簡便한 製作, 한걸음 더 나가 小店舖主의 頭痛거리인 建物自体의 貧困함을 Cover하면서 그게 곧, 看板의 機能을 十分 發揮할 수 있다는 一擧兩得의 標本도 輕하고 얇다란 함석이 지니는 生理와 商人의 心理의 共通性이 함석 看板의 表面處理한 Paint의 脫落함을 볼때마다 露出되는 듯하여 農工商의 封建思想의 轉換期에 또 한번 많은 者들에게 職業選擇의 愼重을 가져왔을 것이다.

同時에 雨水, 乾燥에는 木材보다 强하나 炭酸가스 腐蝕, 强風 等에 依한 被害는 看板 自体의 機能喪失 以前에 그 機能喪失過程이 주는 心理的인 影響이 함석材料가 자취를 감추게된 要因이 되었을 것이다.

◇**Acryle**—Acryle 材料看板이 壓到的인 52%로 서울의 心臟部요, 小市民의 廣場인 明洞에 君臨하게 됨은 前記한 함석의 代置로서 解釋되나 그의 歷史는 아직 日淺하다.

Product design材로서 빛을 透過시키되 反射하지 않고 淸淨度며 平滑度는 牛乳빛을 지닌데서 한層더 品位와 格調를 높여줌으로서 木材看板에서 함석으로 轉換할 때와 多分히 共通性을 지닌 契機가 되었을 것이다.

大都市의 繁華街란 商店街를 稱하며 現代의 商店街는 正午부터 夜間에 이르기까지 客을 불러드리는 것을 말한다. 晝間의 多樣한 色彩들로 表示한 看板도 밤에는 無用之物이었지만 neon'과 같이

야단스럽지 않고 은은한 빛을 透過시켜 줌으로서 晝夜의 看板과 照明의 機能을 十分發揮하여 주고 있다.

눈에 疲勞를 주지 않고 審美性마저 지니고 있으나 그 값의 높음은 아직 地方都市인 平澤에서 18.1%의 낮은 比率이 말하여 준다. 그러나 高速道路等의 影響으로 顧客의 無言의 要求보다 店舖主의 性急함이 近年中에 함석 看板比率인 38.9%와 Acryle 18.1%는 能히 位置를 바꾸고도 남음이 있을 것이다.

◇유리—유리가 看板으로 利用되기는 木材의 다음이었을 것이다. 本調査에서 窓戶의 유리에 標記된 것도 看板으로 간주한 數임을 적어 둔다. 明洞 15.3%, 小公洞 21%, 永登浦 13.9% 平澤地區의 27.2%의 유리 看板利用率을 比較하건대 都心地일수록 적다. 平澤을 除外한 地域의 유리看板은 窓戶 유리 뿐이었으나 平澤의 유리看板은 窓戶 뿐만 아니라 hanging看板에 유리를 使用하여 夜間看板과 照明效果를 兼하고 있다.

◇Neon—Neon은 明洞 7.9%, 小公洞에 4.4% 永登浦에 2.9% 平澤에는 全看板調査數 771件中 6個로서 1% 未滿이다. 모든 看板이 主로 晝間或은 照明에 의해 夜間에도 利用되나 Neonsign은 夜間用看板이다. 電力事情이 不實하여 節電을 호소하던 時代가 먼 옛날이 아니었고 獨占電力會社 配電이 주는 斷電橫暴에 대한 危險은 自家發電機設置로 일부에서는 對應하였으나 一般的으로 束手無策인 現狀下에 neon 看板이란 一種의 冒險이었든 時代 또는 먼 過去가 아니다.

그러나 慰樂街에서 neon을 빼 놓을 수는 없는 일 neon 밑의 事物은 魔術에 노는듯 사람들을 誘引하고 잡아두고 취하게 하는 것은 다른 看板材料가 敢히 흉내낼 수 없는 요물이다. 주로 原色系統의 차분히 가물거리는 것으로부터 어지럽도록 분주히 色과 模樣 그리고 表記文字에서 商標의 形態까지 번쩍거리는 이 看板은 格調높은 品位는 찾기 어려우나 모든 사람들의 心理에 潛在한 어떤 本能을 刺戟하고도 남음이 있다.

다만 價格의 높음과 管理의 難點 그리고 骸骨같이 앙상히 露出되는 晝間에는 善과 惡의 共存함을 實證하니 그때 받는 충격적인 印像이 사람들의 心理에 潛在한 어떤 豪華燦爛한 本能을 자극하고도 남음이 있다.

大都市 繁華街에서 平澤까지의 各地域의 neon의 分布比는 表 8과 같이 Acryle의 分布比와 거의 같게 나타나 있음은 平澤의 業種變動에도 큰 原因이 있겠다. neon看板은 그 스스로 內包한 缺點을 補充하면서 增加할 餘地가 이 地域에도 있음을 店舖主들은 看過하지 않을 것이다.

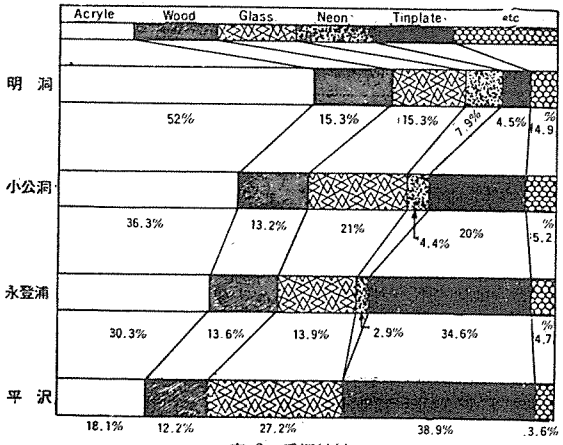


表 8 看板材料

其他 材料는 明洞에 銅板이 1.1%, 돌 2.7%, plastic 1.1%로서 計 4.9% 이것을 同地區의 함석의 比率 4.5%보다 上位에 있다.

小公洞은 鐵 1.2%, 銅板 1.7%, 비닐 Tile, aluminum 等 2.3% 計 5.2%로서, 함석 4.4%의 上位에 있고 永登浦는 鐵 0.8%, 織物 2.4% 雜 1.5% 計 4.7%이다. 平澤은 全調査看板數 771個中 6個의 neon의 Tile Concret 等 3.6%를 차지하고 있다.

明洞과 小公洞의 銅板, 돌의 看板材使用은 高層 BLDG에서 볼 수 있으며 鑛物性이 지니는 物理的인 性格을 企業의 健全性, 信賴性, 永久性等을 無言中에 代辯함으로서 스스로 他建物 或은 他業種 他地域과의 優位性을 誇示하고 있을 뿐아니라 認定을 호소하고 있다.

反面 永登浦地區, 平澤의 其他 看板材料선택 意義는 前者와 같은 貴族的인 優位性의 要求가 아니라 一般 看板材料의 使用以前의 段階임을 말하고 이

것은 當該地區의 業種과 그의 零細性을 말하고 있다.

5. show window

建築的으로 볼 때 看板이라는 것은 어디까지나 二次的 環境으로 客을 刺戟시키지만 show window는 建築的으로 處理되어서 商品의 陣列로 客과 直接的인 對話가 이루어진다. 따라서 古典的인 望子에서 由來한 것으로 본다. show window를 通한 新開發된 商品과 客과의 對話는 어떠한 形態의 廣告宣傳看板보다도 優位에 있게되며 商店街의 槪念도 本質的으로는 이에서 發生한 것이다.

明洞 (a)의 Show window는 一層 店舖수에 對해 77%가 가지고 있으며 또 店舖入口의 位置가 道路面巾의 中央 或은 어느 한便에 치우쳐 있게됨으로 Show window가 一個店舖에 二個를 設置함이 보인다. 그것은 130% 即 店舖當 平均 1.3個의 show window를 가지고 있는 셈이다.

또 Show window의 Glass에 直接 表記를 하여 看板의 機能을 兼用함은 103% 即一個 Show window에 對해 1.03個의 標記가 되어있다.

그러나 이것이 明洞 (b)는 우선 Show window의 數가 18%이며 이의 比率은 永登浦나 平澤과 거의 같은 狀態다. 이것을 미루어 明洞과 其他地區와의 華麗함 特히 商品購入者 뿐 아니라 散策者까지 誘導할 수 있는 程度가 測定된다.

Show window에서 이와같이 顯著한 差異를 보았으나 4個 調査地區의 一個店舖當 道路에 面한 길이는 明洞의 4.25m로서 가장 狹小하며 營業의 零細性과 그 地價의 높음을 엿볼 수 있다.

表 9. Show Window 利用看板

區分 / 地區		店舖巾	S.W有店舖 S	S. W. 數 S	S.W看板數 S. W. 數
明洞	a	4.25 m	77%	130%	103%
	b	8.4	18	18	100
小公洞		7.2	50	64	68
永登浦		4.9	14.8	16	103
平澤		8.7	19	21	83

S : 一層全体店舖數

6. 色과 色度

Colour for profit라는 金言도 있지만 Sign board의 Colour는 單純히 아름답고 鮮明해야할 뿐아니라 企業과 商品의 image를 適切히 顧客의 人格的인 要求를 充滿시켜 주어야 한다는 前提가 있기 마련이다.

Colour 調査分類에서 標記文字는 勿論하고 Sign board의 basement의 Colour도 包含시켰다. 表 10과 같이 小公洞, 永登浦, 平澤의 Colour의 曲線이 거의 같으나 小公洞에서 外部의 Colour 數價가 內部의 China town의 個性을 相殺하였으며 明洞은 他地區에 比하여 Red와 Black 系統이 둔화된 反面에 Blue, Yellow 系統이 많다. 이것은 明洞의 顧客의 趣向이 Red나 Black 系統 같은 刺戟的인 것을 外面하는 것으로 볼 수 있겠다. 이 比率은 表 10 色度에서도 볼 수 있다. 流行과 知性, 그리고 멋의 거리 明洞에서 二度色이 斷然코 높은40%에 對하여 副都心地인 永登浦의 三度色 37%는 좋은 對照가 되겠다.

小公洞은 色度分布가 明洞에 흡사하고 地方都市

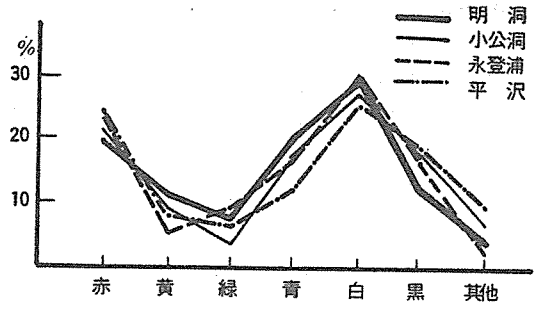


表 10 Colour

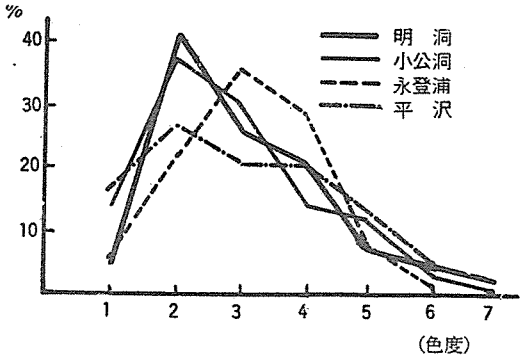


表 11 色度

인 平澤은 二度色, 三度色 그리고 四度色이 各各 26% 20% 20%로 있음은 아직 Colour에 대한 洗練度의 未熟함과 多樣함을 따르는 것과 같다.

이것은 大都市 市民이 接하는 現代의 煩惱의 要因이 될 수 있는 各種事物에서 避하려는 自己本能을 엿볼 수 있다. 다만 小公洞 選擇의 뜻이 China town으로서의 Local colour가 表 9와 表10에서 찾아볼 수 없음은 意外다.

表 10의 1度色이란 看板의 Basement와 表記文字의 色이 同一하여 그의 濃度, 凹凸, 明暗으로 識別케 한것과 透明유리에 一度色이 標記된 것을 뜻한다.

7. 標記와 語源

中國大陸의 楊子江 以南地方의 招牌에서 오늘날의 看板文字記號가 하나의 標記手段으로 發展된 것으로 보이듯이 그의 領域은 廣範하여 許多한 種類에서 文字를 傳達手段으로 하는 것만으로도 印刷媒體廣告, 電波媒體廣告에서 TV 廣告, 屋外廣告에서 neon Signboard, poster, adbaloon 交通廣告, 郵送廣告, 店頭廣告 等의 mass-Communication media를 列記할 수 있드시 文字標記란 가장 效果的인 傳達方法으로 즐겨 쓰이고 있다.

여기서는 Sign board에 標記된 各種 文字를 한글, 漢文, 英語, 三種으로 區分하였다. 明洞地區에서 以外로 獨語, 佛語 그리고 藥房에 아직 廣告라고 말하기에는 이르지못할 程度인 작은 白紙에 藥名을 日本語로 記入하여 店舖한모퉁이에 2 個所 보일세라, 안보일세라 操心스레 붙여놓은 것을 볼 수 있다. 그러나 이 調査分類에서는 前記한 三種外는 英語에다 加算하였다. (表 12)

한글, 英語, 漢字標記가 明洞에서 各各 70%, 20%, 10%에 對하여 語源이 60%, 40%로 나타남은 外來語의 標記에는 아직 市民의 保守的인 思想의 저항보다 그것을 消化할 能力의 缺陷으로 解釋하고 싶다.

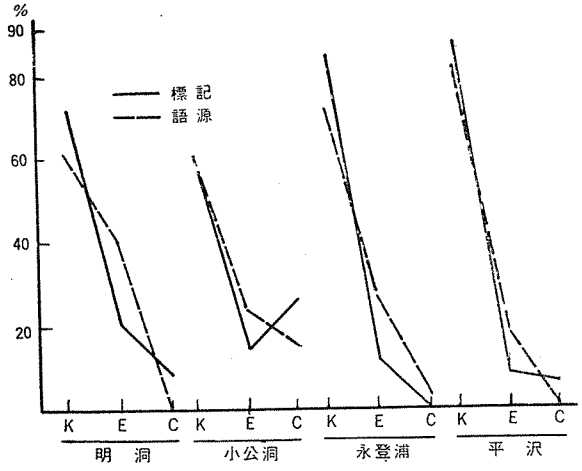


表 12 看板에 나타난 標記와 語源

表 13 業種分類(但 看板에 依함)

業種 \ 區分 \ 地區	明洞 全體	明洞 a	明洞 b	小公洞 全體	小公洞 a	小公洞 b	永登浦	平澤
事務室	46	3	5	37	14	23	47	18
茶房	40	8	5	11	6	5	24	17
酒食堂	16	2	5	31	24	7	35	47
食品店	1	1	—	2	1	1	3	7
娛樂	7	2	3	3	2	1	2	5
劇場	2	2	—	1	—	1	2	1
旅舘	2	—	—	—	—	—	2	49
禮式場	—	—	—	—	—	—	2	—
洋品店	8	3	—	—	—	—	6	2
被服	14	8	1	5	3	2	45	33
裝飾	4	3	1	2	1	1	—	—
醫藥	10	5	—	3	1	2	17	19
理髮·美容	6	—	—	4	4	—	13	12
寶石·時計	3	1	—	—	—	—	4	8
家具	—	—	—	—	—	—	9	—
食器店	—	—	—	—	—	—	2	—
雜貨商	4	1	1	10	6	4	13	34
花園	3	—	—	2	1	1	2	—
學院	2	—	—	1	—	1	5	2
銀行	3	1	—	1	—	1	2	—
文房具	12	1	—	6	3	3	9	5
寫眞	6	1	—	3	—	3	2	4
建材商	—	—	—	—	—	—	66	12
電器具	4	—	2	3	2	1	31	12
機械付屬	—	—	—	—	—	—	104	37
飼料	—	—	—	—	—	—	2	—
BUS TERMINAL	—	—	—	—	—	—	—	2
其他	—	—	—	—	—	—	10	12
合計	199	42	24	125	68	57	459	338

全體 : 調査地區全域임
合計 : 看板에 나타난 店舖數

小公洞 語源比率이 60%, 25%, 15%에 對해 標記比率에 對해 58%, 15%, 27%이다. 이 地域에서 漢字語源이 他地區에 比해 顯著하여 비로소 China town으로서의 個性을 보게되며 中國人의 自己文化에 對한 强한 執着性이 나타난다.

따라서 小公洞, 明洞兩地區는 Sign board에 限해서는 外國人에게도 過히 不便을 주지 않겠다고 自慰가 된다.

地方都市인 平澤이 82%가 한글標記에 18%의 英語標記는 語源에서도 거의같은 比率을 찾이하는바 이것은 近處美軍事基地의 影響도 있을 것이다.

特히 永登浦, 平澤은 東洋의 漢字文化圈에서 文化的 고아가된 感마저 없지않다. 勿論 이것은 政策的으로 Signboard에 한글을 專用하라는 人爲的 結果임은 두말할 것도없다.

여기 語源分類에서 한글과 漢字의 限界가 모호하여 客觀性을 띠기 難하였기에 이미 因襲化 或은 土着化된 것은 한글로 간주하였다. 例컨데 "株式會社"는 한글로 하였다. 따라서 標記와 語源은 調査上 同一數임에도 不拘하고 한글이나 漢文에 있어서 語源보다 標記수가 더 많음을 보여준다.

8. 結 言

看板形態에 直四角形이 많고 平澤에서 看板의 付着이 Side와 Hanging의 比가 큰 것은 低層市街에서 看板數를 느리려 할때 그 付着이 Side 또는 Hanging으로 하여야만 建築構造體의 限定된 空間에서 벗어나 付着이 可能하기 때문이다.

이것은 또 都心地의 自由型 看板의 付着狀態에 있어서도 같다. Fig 7～8에서 볼때 Sign化 建築의 可能性은 보이지 않으나 明洞, 小公洞에서 看板面積比에 $10m^2$～$15m^2$ 이라함은 繁華街에서 不良建物을 Sign化 建築으로 Cover한 例다.

그러나 高度로 發達하는 明洞의 商店街에서 一次時間的 Sign化 建築의 可能性은 充分이 있다. 明洞b는 a에서 一步 옆골목으로 들어갔음에도 不拘하고 a에서의 Show window가 店舖當 1.3個에 比해 b는 0.18個로 平澤과 거의 같은 比다. 이것은 이 地區의 購賣施設이 點에서 線까지 왔으나 面으로 擴大하기에는 요원하든가 딴 方向으로 向함을 말한다.

平澤을 除外한 地區에서 Acryle 材使用 個所가 平澤에서는 유리 箱子에 Painting 하고 內部에 電燈을 두어 晝·夜間 看板의 機能을 하기 때문에 27.2%의 높은 比다. 이것은 補修改裝時에는 Acryle 材로 變할 準備態勢完了의 信號로 보고싶다.

銅板, 大理石 看板의 module이 거의 30cm×45cm로 建物의 一次時間에 建物構造體의 module의 영향에서 온 것이겠다. 即 都市空間에서 看板의 萬華鏡은 商品과 建物의 價値比重에서 後者가 弱할때 오는 現狀이며 이런때 建物의 二次時間의 變化速度는 빠르다.

看板의 Colour에 Blue系統이 많은 것은 Acryle 看板材가 白色 Basement에 表記 Blue系統이match 되기 때문에 急速히 增加된 것으로 본다.

明洞의 看板語源이 英語가 40%에 表記 20%나 되는 것은 善意로 表現하여 西歐化의 過程이라할가. 그러나 市民의 標記文의 뜻 解釋은 未知數다. 反面, 平澤에서 82%의 한글標記에 漢字標記가 거의 없음은 漢字文化圈에서 文化的 孤兒의 感이 짙다.

小公洞 選定의 뜻이, 再開發되기 前에 China town으로서의 特性있는 現狀을 把握하려는데 있었다. 그러나 意外로 中國人 店舖가 少數 였기에 調査資料에서는 語源과 標記에서만 그 個性이 보일 뿐이었다.

商店街表情인 看板의 二次時間 變化 速度要因은 業種의 變化, 값이 싸고 實用的인 看板材의 出現, 企業의 보다 發展的인 示威, 建物의 存在位置에 對한 機能에 應하지 못할 때의 臨時的인 處置 그리고 既存看板의 老朽等에 있으며 市民의 嗜好에 對應하는 要因은 下位에 속한다고 보며 特히 서울의 境遇는 以上 열거한 各要素가 거의 比等하게 作用한 것으로 考察한다.

本人의 寡聞으로 이 分野의 文献研究 없이 着手하였음을 부끄럽게 여긴다. 다만, 이 論文은 1971年 6月21日 早稻田大學 大學院에서 發表하였으며, 이 調査研究가 進行되기까지 廉亨民, 姜世元, 姜潤順君의 手苦가 많았음을 밝혀둔다.