

논문접수일 : 2014.03.19

심사일 : 2014.04.05

게재확정일 : 2014.04.26

## 버내쿨러 디자인 특성을 반영한 전통시장 간판의 표현 전략

The creative strategy in signboard of korea traditional market  
reflecting vernacular design

**주저자 : 현은정**

영남대학교 대학원 미술디자인학과 박사과정

**Eunjeong Hyun**

Dactor;s Course, Graduate School in Yeungnam University

**교신저자 : 임경호**

영남대학교 디자인미술대학 시각커뮤니케이션디자인학과 교수

**Kyungho Lim**

Professor, College of Design&Art in Yeungnam University

## 1. 서론

- 1.1. 연구목적
- 1.2. 연구범위 및 방법

## 2. 문화적 가치로서의 버내쿨러 디자인

- 2.1. 버내쿨러 디자인의 개념
- 2.2. 버내쿨러 디자인의 분류 및 특성
- 2.3. 버내쿨러 디자인의 고유가치와 경쟁력

## 3. 버내쿨러 디자인과 간판의 상관관계

- 3.1. 전통시장 간판과 버내쿨러 디자인의 연관성
- 3.2. 국외 버내쿨러 디자인의 간판 사례

## 4. 전통시장 버내쿨러 디자인 간판의 차별화

- 4.1. 전통시장 버내쿨러 디자인 간판의 사례
- 4.2. 전통시장 버내쿨러 디자인 간판의 표현 전략

## 5. 결론

### 참고문헌

### 논문요약

시대적 흐름의 양상으로 '우리 것을 통하여 세계로 나아가자'의 의미를 가진 글로벌리즘(globalism)과 로컬리즘(localism)이 결합한 용어인 글로컬리즘(glocalism)이라는 새로운 개념을 탄생시켰다. 세계화와 지역화라는 양립적인 이분법을 극복하는 글로컬리즘은 세계화와 상응을 이루면서, 지역화로서의 고유한 문화 정체성을 보존하는 것을 의미한다.

연구자는 세계적 흐름에 발맞추어 지역적, 시대적, 문화적 가치가 축적된 대표 상업공간인 전통시장과 버내쿨러 디자인을 글로컬리즘에 부합하는 산물로 여기고 새로운 가치를 창출하고자 하였다. 전통시장의 버내쿨러 디자인 간판 사례를 파악하여 경쟁력을 분석하고, 버내쿨러 디자인 특성을 반영한 전통시장 간판의 표현 전략을 수립하였다. 전통시장 간판의 차별화 방법을 지역 방언의 활용, 구어적 의사소통, 캘리그래피, 소재의 다양화로 바라보았다. 이러한 표현 방법은 정부의 간판개선사업으로 천편일률적으로 동질화·획일화되어가고 있는 전통시장의 문화 정체성을 확립하는 데 도움이 될 수 있을 것으로 생각된다. 본 연구를 통해 전통시장의 정체성을 확립하고 특색 있는 거리 분위기를 조성해 전통시장이 지역 주민들의

커뮤니티 공간으로 거듭나기를 기대해본다.

### 주제어

버내쿨러 디자인, 간판, 전통시장

### Abstract

New concept, Glocalism which combined Globalism symbolizing 'Let's go out into the world with ours.' with Localism was born. As Glocalism which overcame compatible dichotomy responds to Globalism, it means to preserve unique and original culture identity, as Localism.

Following global trend, researchers regarded traditional markets which are representative commercial spaces with accumulated regional, periodical, and cultural values and vernacular designs as products which correspond to Glocalism and tried to create new values. Therefore, identifying the signboard cases with vernacular designs in traditional markets, competitiveness was analyzed. The expression strategies of traditional market's signboard reflecting the features of vernacular designs were established. The differentiation methods of traditional market signboards were reviewed by local dialect application, colloquial communication, calligraphy, and diversification of materials. These expressions are considered helpful to establish cultural identity of traditional market which is becoming assimilated and standardized groovily. Through this study, it is expected that the identify of traditional market is established and reborn as a community space for the local citizen by creating and building unique and original street atmosphere.

### Keyword

Vernacular design, Signboard, Traditional market

# 1. 서론

## 1.1. 연구목적

현대사회는 세계화와 지역화를 결합한 글로벌리즘<sup>1)</sup>의 등장으로 한국의 문화와 전통을 세계화하면서 동시에 유지하는 체계로 나아가고 있다. 문화상대주의의 가치가 더욱 강조되는 현시점에서 우리는 자국 문화의 정체성을 확립하고 발전시키기 위한 노력을 기울여야 한다. 따라서 연구자는 지역 풍토와 생활관습의 영향으로 자연스럽게 발생한 문화 현상인 전통시장과 버내쿨러 디자인을 글로벌리즘에 상응하는 매개로 바라보고 긍정성을 이끌어내고자 하였다.

해외관광 루트에 어김없이 등장하는 장소인 전통시장은 그 나라의 문화와 정서, 생활 수준을 대변해주는 척도의 역할을 해 왔다. 물건을 사고파는 상업적 경제 순환의 장이자, 지역 고유의 역사와 문화가 깃든 지역민의 삶의 터전으로 국민의 정취를 느낄 수 있는 공간으로 대두되어 왔다. 하지만 오늘날, 전통시장에 현대화 바람이 불면서 전통이라는 단어가 무색할 정도로 변모되고 있다. 아름다운 거리를 지향하는 간판 정비사업으로 쾌적한 환경이라는 궁극적인 목적은 달성하였으나 동질화·획일화된다는 점에서 고유의 문화 정체성을 무너뜨리는 문제를 낳고 있다. 이는 전통시장의 사회문화적 가치가 상실되어 정체성이 없는 장소로 변화되고 있다는 측면에서 바람직하지 않다. 그래서 이와 같은 문제를 해결하는 방안으로 버내쿨러 디자인을 제시하였다. 본 연구는 전통시장 버내쿨러 디자인 간판의 사례를 분석함으로써 버내쿨러 디자인의 특성이 반영된 전통시장 간판의 표현 전략을 모색하는 데 목적이 있다. 궁극적으로 전통시장을 지역적 특수성이 깃든 장소로 구현하여 전통시장의 활성화를 도모하고자 하였다.

## 1.2. 연구범위 및 방법

본 연구는 단행본 및 선행연구를 바탕으로 버내쿨러 디자인의 이해를 돕고, 버내쿨러 디자인이 지닌 문화적 가치 및 경쟁력을 살펴보았다. 또한, 버내쿨러 디자인과 간판의 상관관계를 파악하고, 전통시장 버내쿨러 디자인 간판의 사례를 분석하였다. 결과적으로 문화적 특수성이 내재된 전통시장 버내쿨러 디자인

1) 세계통합주의(globalism)와 지역중심주의(localism)가 결합해 탄생한 새로운 개념의 용어로, 2001년부터 등장하기 시작하였다. 특정 분야에 한정하지 않고, 정치·경제·사회·문화 등 각 방면에 걸쳐 널리 쓰이기 시작해 빠른 속도로 사회 전 분야로 확산되고 있다. | 두산백과

인 간판의 표현 전략을 모색함으로써 연구를 마무리하였다.

## 2. 문화적 가치로서의 버내쿨러 디자인

### 2.1. 버내쿨러 디자인의 개념

‘버내쿨러(Venacular)’는 라틴어에 뿌리를 둔 단어로 기득권층의 표준어를 대립하는 토착어나 방언의 영역에 속하는 문화를 지칭한다.

(<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=009&aid=0000154756> 일부 내용발췌)

하나의 문화를 의미하는 버내쿨러 디자인의 정의를 [표 1]에서 살펴볼 수 있다.

| 구분                         | 버내쿨러 디자인의 정의  |  |      |   |               |
|----------------------------|---|--|------|---|---------------|
| 20세기 디자인전                  | 사전적 정의  | 자국어, 방언, 토착의, 풍토적인, 일상 구어 즉, 비주류의 것, 주변적인 것, 하위 지칭   |      |   |               |
|                            | 포괄적 정의  | 디자이너가 디자인하지 않은 디자인 즉, 전문가가 디자인하지 않았으나 훌륭한 기능성과 아름다운 형태로 미적 감동을 주는 디자인  |      |   |               |
| 티보 칼맨 디자인으로 세상을 발가벗기다      | 철학적 정의  | 미학적인 세련미는 덜할지라도 나름의 인간미를 가진 주변 환경  |      |   |               |
| 버내쿨러 디자인의 개념에서 끌어낸 다양한 가능성 | 일반적 정의  | 저급 문화, 팝 아트, 키치적인 것에 찾아볼 수 있으며, 충분히 특정 문화, 지역을 대변할 수 있는 디자인  |      |   |               |
|                            | 시대적 양상에 따른 정의   | <table border="1"> <tr> <td>버내쿨러</td> <td>전통적인 버내쿨러 오브제, 모던/컨템포러리 오브제를 말함. 토착적이고 민예적인 사물들이나 디자이너라는 자의식을 가진 주체들이 디자인하지 않은 사물</td> </tr> <tr> <td>버내쿨러를 전유한 디자인</td> <td>디자이너가 명백한 의도를 가지고 과거로부터 전유하거나 당대의 하위문화로부터 전유한 것</td> </tr> </table> | 버내쿨러 | 전통적인 버내쿨러 오브제, 모던/컨템포러리 오브제를 말함. 토착적이고 민예적인 사물들이나 디자이너라는 자의식을 가진 주체들이 디자인하지 않은 사물 | 버내쿨러를 전유한 디자인 |
| 버내쿨러                       | 전통적인 버내쿨러 오브제, 모던/컨템포러리 오브제를 말함. 토착적이고 민예적인 사물들이나 디자이너라는 자의식을 가진 주체들이 디자인하지 않은 사물 |  |      |   |               |
| 버내쿨러를 전유한 디자인              | 디자이너가 명백한 의도를 가지고 과거로부터 전유하거나 당대의 하위문화로부터 전유한 것                                   |  |      |   |               |
| 근대화 과정에 나타난 버내쿨러적 사물들의 욕망  | 일반적 정의  | 전통공예 사물이나 토산품과 같이 이전부터 이어져 내려오는 방법에서 만들어진 습관적이고 일상적인 디자인   |      |   |               |
|                            | 포괄적 정의  | 디자이너가 디자인 하지 않은 디자인 즉, 모더니즘의 흐름에서 벗어나 있는 디자인   |      |   |               |
|                            | 현대적 정의  | 지역적 토속성에서 유래된 요소를 현대적으로 재해석한 디자인   |      |   |               |
|                            | 문화적 정의  | 산업 생산과정을 거쳤지만 특정 문화를 반영하는 사물의 디자인  |      |   |               |

[표 1] 단행본 및 선행연구에 따른 버내쿨러 디자인의 정의<sup>2)</sup>

2) 출처 : a)The Vernacular Mirror, ICSID, 2002, 20세기 디자인전, p.138 b)이원제, 티보칼맨 디자인으로 세상을 발가벗기다, 디자인하우스, 2004, p.80 c)유화열, 버내쿨러 디자인의 개념에서 끌어낸 다양한 가능성, 디자인연구: 경희대학교부설디자인연구

특히 20세기 디자인전에서는 버내쿨러 디자인의 개념에 대해 다음과 같이 설명한다.

인류의 역사가 시작되고 도구와 주거를 위한 공간을 만들면서부터 버내쿨러 디자인이 사용되었다고 본다. 따라서 버내쿨러라고 하면 디자인계에서는 흔히 근대 디자인의 이념이 성립되기 이전 자본주의 문화 초기에 등장했던 사물들과 생산물들을 '버내쿨러 디자인'이라고 지칭하는 경향이 있다. (The Vernacular Mirror, ICSID, 2002, 20세기 디자인전, p.138)

단행본 및 선행연구에서 버내쿨러 디자인의 개념은 다각적으로 설명되는 만큼 그 경계가 뚜렷하지 구분되지 않는다. 따라서 본 연구에서는 20세기 디자인전 및 여러 단행본과 선행연구의 이론을 바탕으로 버내쿨러 디자인을 근대 이전과 근대 이후로 구분하였다. 연구자에 의해 새롭게 정의된 버내쿨러 디자인은 [표 2]와 같다.

| 구분       | 버내쿨러 디자인의 정의 |  |
|----------|--------------|--|
| 버내쿨러 디자인 | 근대 이전        | 자연스레 전래한 디자인으로써 사용자가 필요성에 의해서 직접 디자인한 사물 즉, 수공업적 사물을 의미, 오랜 역사에도 형태가 크게 변하지 않는 것 |
|          | 근대 이후        | 전통적 생활관습과 테크놀로지가 결합하여 새롭게 만들어진 사물으로써 디자이너가 전유하는 하위문화를 의미                         |

[표 2] 본 연구에서의 버내쿨러 디자인 정의

서양의 시대상 근대 디자인의 모태가 되는 사상은 모더니즘이다. 모더니즘은 과학이나 합리성을 중시하는 사상으로 기계문명과 도회적 감각을 중요시하기 때문에 과학 만능주의와 인간중심주의, 서구백인 남성 우월주의라는 부작용을 낳았다. 따라서 이에 반대하는 문화운동이 일어나면서 포스트모더니즘 시대를 맞이하였다. 포스트모더니즘은 엘리트 취향에 반대하고 상호간의 우월함을 인정하기보다는 차이를 인정하여 다양성을 받아들이는 사상으로 대중성·자율성·차별성·다양성을 가진다. 포스트모더니즘에 부합되는 디자인으로 토속적이고 지역적인 버내쿨러 디자인을 이해할 수 있다.

김희량의 현대 버내쿨러 디자인의 역사적 맥락과 이를 사유화하는 디자이너의 작업논리 연구에서 버내쿨러 디자인이 포스트모더니즘 시대에 대안으로 활용되었음을 알 수 있다.





모던디자인에서 '버내쿨러'라는 단어는 부정적인 의미로 쓰였으나 포스트모던 디자이너들에 의해

대안적인 디자인 언어로 거듭나면서 버내쿨러는 모더니즘의 자기검열 스타일로부터 자유로운, 교육으로 길들여지지 않은 감수성과 자연스러움을 일컫는 일상적 용어가 되었다. (김희량, 현대 버내쿨러 디자인의 역사적 맥락과 이를 사유화하는 디자이너의 작업논리 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1998, p.11)

새로운 것에 대해 강박적인 모더니즘 디자이너들 사이에서 버내쿨러 디자인은 끊임없이 재생하고 발전시키는 방안이 되었다.

## 2.2. 버내쿨러 디자인의 분류 및 특성

버내쿨러 디자인의 스타일은 네 가지로 분류된다.

| 구분      | 버내쿨러 디자인의 특성   |   |
|---------|--|---|
| 하위문화    |                |    |
|         | 전체문화 속에서는 채울 수 없는 욕구를 충족시켜주는 역할 및 상위문화가 생략하고 간과하고 있는 것들, 숨기고 싶어 하는 것들을 직설적으로 또는 은유적으로 폭로         |   |
| 수공업 이미지 |              |  |
|         | 손과 간단한 도구를 이용하여 수요자가 필요에 의해 자급자족 형태로 제작된 민중의 조형예술  |   |
| 복고의 이미지 |              |  |
|         | 과거에 사용했던 사물, 어린 시절 추억의 물건에서 자연스레 생기는 친근함과 푸근함은 과거의 향수를 자극하고, 옛 추억을 회상시킴으로써 심리적 안정감 제공            |   |
| 저급한 이미지 |              |  |
|         | 원색칼라의 화려하고 글씨의 크기가 매우 크기 때문에 명시도가 높은 것이 특징이며 섹슈얼, 찢어진 청바지, 패러디, 팔방과 같이 과감한 사진과 직설적이며 구어적인 언어를 사용 |   |

[표 3] 버내쿨러 디자인의 분류 및 특성3)

구원논문집 vol. 10 no. 1, 2007, pp.77-84 d)채혜진, 오창섭, 근대화 과정에 나타난 버내쿨러적 사물들의 욕망, 디자인학연구 제22권 제3호 통권83호 2009, pp.53-66

3) 출처 : 황새봄, 문화의 특수성에 근거한 키치와 버내쿨러 디자인의 상관관계에 관한 고찰, 디자인지식저널, vol.3 No., 2006, pp.101-102



첫째, 사회의 일부 집단에 공통하는 특유의 가치 기준에 의해 형성화된 문화를 의미하는 하위문화, 둘째, 디자이너의 손을 거치지 않은 산업화 이전 사물들의 디자인을 나타내는 수공업 이미지, 셋째, 과거의 모양, 정치, 사상, 제도, 풍습을 의미하는 복고의 이미지, 넷째, 버내쿨러는 그 의미상에서 ‘비주류’, ‘주변’, ‘하위’, ‘저급’의 개념을 내포하는 저급한 이미지이다. 이와 같은 버내쿨러 디자인의 분류 및 특성은 [표 3]과 같다.

### 2.3. 버내쿨러 디자인의 고유가치와 경쟁력

www. lab-zine.com에 기재된 내용을 바탕으로 버내쿨러 디자인의 고유가치 및 디자인 속성을 파악할 수 있다.

*버내쿨러 디자인은 비단체적이며 비디자인적이다. 버내쿨러는 교육을 받은 것보다 훨씬 더 창조적이라는 의미의 은어로 통용된다. 버내쿨러 디자인은 시각적인 은어(visual slang)로서, 사람들이 실제로 보지 못하는 것을 친근하게 디자인한다는 속뜻이 있다. 종종 버내쿨러 디자인은 소규모 자영업자가 그 고장의 페인트가게, 인쇄업자, 상업적인 예술가에게 자신이 원하는 디자인을 주문하고 때론 버내쿨러 디자인은 디자인 수요자가 직접 제작하기도 한다. 이런 유형의 디자인에서는 노스텔지어가 적절히 녹아있는데, 그 이유는 버내쿨러가 과거의 지나간 것이거나 다시 재생될 수 있는 스타일이기 때문이다. 제작 과정을 들여다볼 것 같으면 곧장 거침없이 디자인되는데 이때 감성적인 부분은 여과되지 않은 채 그대로 드러난다. “여기는 소시지를 파는 가게입니다.”, “이것은 소다 병입니다”와 같이 말하는 방법이 선명하다. 이렇듯 버내쿨러 디자인은 전략전술, 마케팅, 다방면의 자료조사 없이도 충분히 커뮤니케이션이 가능하다. (www.lab-zine.com에서 Tibor Kalman과 Kerrie Jacobs의 1990년 Print에 문화 디자인의 규범에 따른 반론 내용을 부분발췌)*



[그림 1] 버내쿨러 디자인의 표지판

흔히 우리 주변에서 접할 수 있는 버내쿨러 디자인의 표지판은 [그림 1]에서 확인해볼 수 있다. 골목

길 벽면이나 주택가 대문 앞, 전봇대에서 주로 보이는 이 표지판은 주차금지, 쓰레기 불법 투기 금지, 소변 금지, 개 조심 등, ‘알림’의 용도로 제작된다. 투박하지만 특색 있는 손글씨, 주변의 것을 활용한 재료에서 사용자의 필요성에 의해 제작된 창의적 소산물임을 알 수 있다. ‘버리지 마시오’를 ‘버리지 마시오’로 표기한 잘못된 맞춤법에서 다소 부족하고 어수룩한 모습에서 인간미를 느끼게 한다. 이러한 인간미는 손 조판으로 제작되었을 때 더욱 두드러지게 나타나는데, 손 글씨체는 캘리그래피의 하나로 손으로 그린 그림문자로 글자를 아름답게 쓰는 기술을 의미한다. 컴퓨터의 보급 이후에 단조롭고 균질화된 폰트로 제작된 표지판 사이에서 손 조판으로 제작된 표지판은 창작자의 미에 대한 철학이 필적으로 여과 없이 드러나기 때문에 차별화된다. 이는 각박한 현실에 지친 현대사람들에게 여운을 제공하는 감성적 표현으로 정신적 즐거움과 삶의 쾌락적 만족감을 전달한다.

*티보칼맨이 최고의 디자이너이며 가장 중요한 디자인으로 버내쿨러 디자인으로 손꼽는 이유는 버내쿨러 디자인의 심성이 꾸미지 않은 자연 그대로의 감성을 갖고 있기 때문이라고 밝힌다. 예컨대 할렘가의 식료품점 간판이라든가 얼음베달 트럭의 외관을 치장한 조악하지만 고민의 흔적이 역력한 비주얼을 가진 것은 미학적 세련미는 덜할지라도 나름의 인간미를 가지기 때문이다. (이원제, 티보칼맨 디자인으로 세상을 발가벗기다, 디자인하우스, 2004, p.80)*

버내쿨러 디자인은 꾸미지 않은 순수함이 드러나기 때문에 ‘아마추어’가 만든 제작물로 여겨지기 쉽다. 하지만 이와 같은 버내쿨러 디자인은 우리의 삶의 맥락과 밀접하다는 점에서 한국 문화의 정체성을 파악하는 소재로 그 활용범위가 넓다.

버내쿨러 디자인이 가지는 긍정성에는 익명성, 타자성이 존재한다. 버내쿨러 디자인은 지역의 풍토와 관습에서 발생한 디자인으로 언제, 누구에 의해서 왜 제작되었는지를 파악할 수 없는 것이 특징이다. 그래서 민중의 생활습관에서 자연스럽게 발생한 디자인으로 미적 측면 보다는 실용적인 측면이 강조된다. 타자성이란 자기 속에 있지만, 평소에 보지 못하는 측면을 말하는 것으로써 ‘낯섦’으로 해석할 수 있다. 익숙하기 때문에 의식하지 않으면 알아차릴 수 없는 버내쿨러 디자인은 심미성이 뛰어난 결과물들이 넘쳐나는 현대에서는 오히려 주목되어진다. 이 때문에 버내쿨러 디자인은 의도적으로 엘리트적인 고급문화와 차별화할 때 더욱 효과적이다.

### 3. 버내쿨러 디자인과 간판의 상관관계

#### 3.1. 전통시장 간판과 버내쿨러 디자인의 연관성

안영갑, 최경주, 박상익은 ‘한국의 재래시장’에서 전통시장은 오랫동안 우리나라 유통의 중심기능을 담당해 온 전통적 유통공간이라고 말한다.

우리에게 전통시장이 중요한 이유는 생존과 생활에 필요한 물품의 교환이 이루어지는 하나의 장터일 뿐만 아니라 삶의 활력을 느끼거나 신기한 것들을 새로이 만나는 장소라는 점이다. 주기적으로 생활 물품을 사기 위해서, 도구를 사기 위해서 가기도 하지만, ‘장보러 간다’는 말처럼 물건을 사지 않더라도 시장이 만든 풍경과 사람들과 상품들을 보러 가는 공간이었다. 또한, 다중이 모이는 시장을 다양한 공공적인 메시지가 전달되는 장소였고, 삼일운동이 시장통에서 일어났듯이 대중들이 제 뜻을 표현하는 장소였고, 연희패, 약장수, 품바 공연이 펼쳐지던 문화적 장소였다.

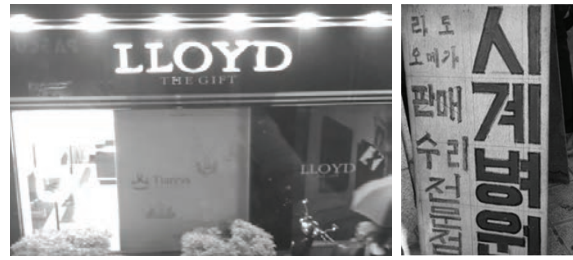
(<http://blog.naver.com/filoveddp?Redirect=Log&logNo=100186035171>)

전통시장은 물건을 파는 곳을 넘어서 정서적 휴식의 공간이자 삶의 역사가 있는 장소이다. 하지만 전통시장은 서구의 유통환경 산업의 발전으로 그 문화적 가치를 잃어가고 있다. 근대 이후로 급격한 성장과 함께 서양 우월문화의 모방으로 잃어가는 한국 정체성의 전통적 조형미를 찾는 과정에서 전통시장은 중요한 문화 공간이 된다.

간판은 중국에서 유래된 것으로 ‘판에 써서 보인다’는 뜻에서 비롯된 것으로 ‘보이는 판’이란 뜻의 전통적 자기 광고물이라 할 수 있다. 점포에 부착되어 그 영업내용을 나타내는 것으로 시각에 호소하여 정보를 전달하는 것이 목적이다. 즉 옥외에서 선전하는 광고로서 그곳을 지나는 다수의 대중을 대상으로 업주의 의사를 호소하기 위해 설치하는 것이다. (광고전략연구소, 광고대사전, 나남, 1986, pp.6~7요약)

간판은 광고매체로서 여러 사람과의 커뮤니케이션을 이루기 때문에 기록 및 정보 전달은 물론이며 지역 이미지를 결정짓는 시각적 환경 요인이다. 따라서 공공적 차원에서 간판은 지역을 아울러 한 나라의 문화 수준의 척도이자 표상으로 인식된다.

[그림 2]는 거리에서 흔히 마주하는 파나플렉스 간판으로 전문 디자이너 또는 간판 업체에 의해서 제작된 간판이다. [그림 3]은 사용자의 필요와 편의로 만들어진 창의적 소산물으로써, [그림 2]의 간판이 보편화하기 이전부터 사용되어온 수공업 버내쿨러 디자인의 간판이다.



[그림 2] 파나플렉스 간판



[그림 3] 버내쿨러 디자인 간판

버내쿨러 디자인은 낙서나 손으로 쓴 간판에서부터 장신구, 생활 소품에 이르기까지 산업화된 디자인 프로세스를 아우르는 말로 광범하다. (이원재, 티보칼맨 디자인으로 세상을 발가벗기다, 디자인하우스, 2004, p.80) 버내쿨러 간판은 일차적으로 알람과 표시의 기능을 가지는데 이와 같은 기능적 측면 이외도 간판을 통해 그 시대의 생활상을 엿볼 수 있고, 디자인이나 표현기법 등을 통해서 그 시대의 문화코드도 읽을 수 있다.

(<http://viewsign.blog.me/10149273996> 일부내용 발췌)

전통시장에서 버내쿨러 디자인 간판들을 쉽게 확인할 수 있는데, 그 이유는 백화점처럼 고급 마케팅으로 소득 수준이 높은 타깃들을 대상으로 판매하지 않을뿐더러, 생업을 위해 최소한의 자본력으로 경영하기 때문에 비용을 절감하기 위해서다. 더불어 점포를 소유하지 않은 길거리 노점상 상인들이 주를 이루기 때문에 더욱이 일회성, 즉흥성, 자율성을 가진 간판이 눈에 많이 띈다.



[그림 4] 음식점에서의 버내쿨러 디자인 간판

[그림 4]와 같이 전통시장 음식점 간판에서 버내쿨러 디자인의 표현기법을 살펴볼 수 있다. 빼뿔빼뿔한 글자의 형태와 비슷한 듯 제멋대로인 글자의 크기와 간격, 글자 주변에 두른 테두리와 그림자 효과에서 무심한 듯하지만 고뇌한 흔적이 느껴진다. 이는 간판정비사업으로 균일성과 획일성으로 이루어진 간판에서는 얻을 수 없는 아날로그 감성을 전달한다.

민중의 생활관습이 묻어난 공간인 전통시장과 버

내쿨러 디자인은 그 연관성이 매우 깊다. 전통시장은 백화점, 대형할인점, 온라인 쇼핑몰과 달리, 오래된 전통을 유지하는 공간으로써 가치가 있다. 버내쿨러 디자인은 지역성·공간적 특성의 차별을 이끌어내는 시각적 표현전략으로써 획일화되는 전통시장의 이미지를 변화하는 요소를 마련한다. 결과적으로 전통시장이 가진 감성적 가치를 부각하기 위해서는 고유의 시각 문화의 지표인 버내쿨러 디자인을 활용한 다양성이 요구된다. [표 4]를 통해 전통시장과 버내쿨러 디자인의 상관관계를 파악할 수 있다.

| 구분  | 전통시장               | 버내쿨러 디자인      |
|-----|--------------------|---------------|
| 형성  | 자생적                | 자생적           |
| 성격  | 토속적                | 풍토적, 관습적, 토속적 |
| 이미지 | 저가격, 저품질, 질 낮은 서비스 | 주변의 것, 하위의 것, |

[표 4] 전통시장과 버내쿨러 디자인의 상관관계

### 3.2. 국외 버내쿨러 디자인의 간판 사례

[그림 5]는 미국 버내쿨러 디자인의 간판 사례이다. 미국의 변두리에 위치한 허름한 식료품 가게의 외관에는 식품창고라는 의미인 푸드데포(food depot)가 쓰여 있다. 프라이드 치킨과 맥주를 판매하는 이곳은 음식점(eatery, restaurant, cafe)이라고 표기하지 않고 우리말 해석으로 창고(depot)라고 표기하여 쓰고 있다. 우측의 식료품 가게의 외관에는 겿 앤드 그로서리(get and go grocery)로 표기되어 있는데, 목적이 생략되어 있어 무엇을 얻어가는지에 대한 정보를 파악할 수 없다. 이러한 상호는 영어권 문화의 사람들조차 이해하기 어려우며, 우리말로 해석할 수조차 없다. 아래의 사진에는 크리스트 세울 에스쁘아(christ seul espoir)라고 쓰여 있는데, 이는 프랑스 언어로 그리스도 유일의 희망을 의미한다. 영국 다음으로 식민지가 많았던 프랑스는 20세기 초까지 제1의 국제어는 프랑스어였다. 하지만 세계 1, 2차대전 이후 미국의 우세로 제1의 국제어는 영어로 선정되면서 잊혀진 프랑스어가 아직 사용되고 있어 시대적 흐름을 읽을 수 있다. 건물 외벽을 캔버스 삼아 페인트한 방법은 낙서에서 표출된 그래피티와 비슷한 양상을 찾아볼 수 있다.

4) 그래피티(graffiti)의 어원은 ‘긋다, 긋다’라는 뜻의 이탈리아어 ‘graffito’와 그리스어 ‘sgraffito’이다. 분무기(스프레이)로 그려진 낙서 같은 문자나 그림을 뜻하는 말로 ‘spraycan art’ ‘aerosol art’라고도 한다. 유럽에서는 ‘거리의 예술(street art)’로서 자리를 잡았다. | 두산백과

현대 그래피티는 1960년대 말 미국의 필라델피아에서 콘브레드(Cornbread)와 쿨 얼(Cool Earl)이라는 서명(tag)을 남긴 인물들로부터 시작되었으며, 뉴욕의 브롱크스 거리에서 낙서화가 범람하면서 본격화되었다. 처음에는 반항적 청소년들과 흑인, 푸에르토리코인(人)들과 같은 소수민족들이 주도했다. 분무 페인트를 이용해 극채색과 격렬한 에너지를 지닌, 속도감 있고 도안화된 문자들을 거리의 벽에 그렸다. 이것들은 즉흥적·충동적이며 장난스럽고 상상력이 넘치는 것들이었다. (두산백과)



[그림 5] 미국 버내쿨러 디자인의 간판5)

형식에 구애받지 않은 그래피티적 표현 방식은 문자의 구조 및 레이아웃에서 자유롭게 드러난다. 그래피티는 규율과 규칙 없이 자유롭게 디자인되지만, 판매 상품의 정보전달에는 전혀 부족함이 없어 보인다. 오히려 적절한 일러스트레이션이 가미하여 정보를 더 효과적으로 전달한다. 아이스 콜드(ice cold)라는 단어가 가진 의미에 맞게 얼음으로 차가움의 표현하여 이해도와 주목성을 높이고 있다.

## 4. 전통시장 버내쿨러 디자인 간판의 차별화

### 4.1. 전통시장 버내쿨러 디자인 간판의 사례

문화적 공간의 활용성을 높이기 위해서 전통시장은 점차 문화와 예술이 공존하는 복합문화 공간으로 발전하고 있는 추세이다. 복합문화공간에서 버내쿨러 디자인의 특성이 반영된 간판의 사례는 [그림 6]에서 보는 바와 같이 전주의 남부시장, 성남의 상대원시장, 춘천의 낭만시장이 있다.

전주의 남부시장은 2003년부터 현대화 사업의 진행으로 쾌적하고 깨끗한 쇼핑 환경을 조성하고자 점포의 리모델링을 조성했다. 개선된 간판은 각 점포의 컨셉에 맞는 복고적인 일러스트레이션과 글씨체를 사

5) 출처 : <http://vernaculartypography.com>



용과 더불어 '적당히 별고 아주 잘살자', '순자씨 밥줘'와 같은 문구를 사용하여 전통시장의 활기와 역동성을 부각시킨다.



[그림 6] 국내 버네쿨러 디자인의 특색이 드러난 전통시장 간판

성남에 위치한 상대원시장은 2009년 초, 간판정비 사업의 일환으로 개선된 공간이다. 균질적인 폰트를 사용하는 일반적인 방법과 차별된 손글씨체(캘리그래피)를 사용하였다. 또 '하나하나 손으로 정성스레 닦은 고추처럼 정갈함과 소신으로 지켜온 30년의 상인인생', '결눈질 없이 살아온 상인인생'과 같은 구어체적인 문구로 상인의 진심을 꾸밈없는 솔직함과 소박함을 드러내고 있다. 화려함보다는 진심을 담은 문구와 정성껏 디자인한 손글씨와 손 그림에서 상대원시장만의 특색이 묻어난다.

춘천의 낭만시장은 2010년 문화체육관광부와 중소기업청으로부터 '문화관광형 시장 육성 사업'의 대상

으로 선정되어 제1호 국제시범시장이다. 낭만 시장에 있는 낭만살롱은 70~80년대에서 느낄 수 있는 방사 패턴과 촌스러운 컬러매치, 미러볼 소재의 활용은 전혀 예상치 못한 공간에서 접하게 하여 고객의 호기심과 궁금증을 자아낸다. 이처럼 향유와 창작으로서의 버네쿨러 디자인은 무한한 긍정적 가능성이 있다.

#### 4.2. 전통시장 버네쿨러 디자인 간판의 표현 전략

오늘날 전통시장에서 버네쿨러 디자인 간판의 표현 전략은 첫째, 방언의 활용, 둘째, 구어적 의사소통, 셋째, 캘리그래피, 넷째, 재료의 다양성으로 살펴볼 수 있다.

첫째, 표준어는 교양 있는 사람들이 두루 쓰는 말로 행정적, 문화적, 역사적 중심부의 위치한 지역 언어이다. 대개 방언은 표준어와 비교하면 덜 세련되고 상대적으로 열등한 언어처럼 생각하는 경향이 있다. 그러나 언어학적으로 보면 방언은 상대적 우월은 없으며, 서울말도 하나의 방언으로 간주한다. 따라서 표준어를 세련된 언어라고 말할 수 없다. 서울말을 표준어로 정하고 사용하는 이유는 다양한 사회활동 영역에서 여러 계층의 사람들이 원활한 소통을 하도록 돕기 위해서다. 다양화를 추구하는 다원화 주의에서 사회적, 문화적 양상을 한정하는 표준어의 사용은 지역 고유의 문화 정체성을 무너뜨리는 행위로 글로벌리즘의 상용하는 매개로서 발전에 한계를 가진다. 지역 방언은 특정 지역 사람들이 사용하는 언어로써, 그 자체가 독자적인 체계를 가진 언어이므로 지역 특성을 . 지역의 방언은 지리적, 사회적, 교육적 배경과 관련되어 지방 고유의 문화를 대표하기 때문에 지역적 특색을 드러낸다.

둘째, 상인들은 간판을 통해 상호 및 상품에 대한 정보를 표현하고자 한다. 이때 쉽고 친근하게 다가갈 수 있는 일상적 대화형식인 구어적 표현 방법은 메시지를 원활하게 전달할 수 있다. 설득력을 가지는 구어적 표현 방법의 긍정성은 다음과 같다.

첫째, 문어가 표현하지 못하는 미묘한 감정이나 정서를 표현할 수 있다. 구어는 실제적인 발화현장에서 이루어지기 때문에 발화현장에 가시적인 요소에 대한 언어표현을 지시대명사로 바꾸거나, 특히 국어의 경우 주어나 목적어 등의 성분을 생략하는 것은 물론이고, 조사나 서술어의 생략이 가능하다. 둘째, 구어는 직접적인 청자를 대상으로 말해지므로 청자에 대한 배려가 필요하다. 따라서 청자에 대한 배려 때문에 구어가 갖는 또 다른 특성의 언어 기능 중 하나인 친교적 기능이 부각된다. 셋째, 구어는 음성을 매개형식으로 하므로 문자로 고정된 문자언어에 비하여 언어변화에



진보적이다. (최윤, 동화구연 프로그램이 아동의 구어적 표현에 미치는 영향, 광주대학교 교육대학원, 석사학위논문, 2008, p.10, 재인용 요약)

버내쿨러 디자인 특성이 드러난 전통시장 간판의 사례에서 본 것과 같이 상인의 인생의 철학과 판매 철학이 묻어난 구어적 표현의 상호는 문어보다 덜 다듬어진 것 같으나, 익살스러우면서도 재치 있다. 이러한 구어적 소통을 하기 위해서는 표출할 메시지의 사실적 타당성과 사회적 맥락상의 적합성이 고려되었을 때 효율적이다. 따라서 간판은 상점의 종목을 표시한 것으로써 고객을 주목시키고 오랫동안 상기될 수 있는 디자인으로 구축되어야 한다.

셋째, 개성적인 표현과 우연성이 중시되는 캘리그래피는 디지털 매체에서 볼 수 있는 계획적이고 규율적인 글자와 상반된다. 표현적 수단이 제한적인 기계적 폰트를 사용하는 데서 벗어나 자유롭게 디자인할 수 있기 때문에 전통시장의 활기차고 역동적인 분위기를 보다 잘 표현할 수 있다. 또한 캘리그래피는 어떠한 재료를 사용하여 표현했느냐에 따라 다른 느낌을 전달한다. 따라서 적절한 재료를 선택하여 장식적으로 아름답게 꾸미기보다는 점포의 목적을 고려해 개성있는 형태의 디자인으로 표현하는 것이 좋다. 이때 콜라주, 방사 패턴, 테두리와 같은 그래픽 이미지를 부가해 메시지를 전달하면 효과적이다.

넷째, 간판의 소재는 경제적으로 직결된다. 표현의 경제성과 시각성을 충족시키기 위해서는 일관된 포맷과 보편적으로 사용되는 간판의 소재에서 벗어나야 한다. 더욱이 시대성, 장소성, 특유성이 드러나는 소재를 선택하여 간판의 차별적 요소를 이끌어내야 한다. 이때 주변에서 쉽게 사용할 수 있는 소재로 복고와 관련된 소재를 선택하는 것이 긍정적일 수 있다. 예를 들어, 어릴 적 정취를 느낄 수 있는 구식전화기, 찌그리진 주전자와 철가방과 같은 것들의 차용이다. 소재의 선택은 점포의 업종에 연관되므로 소재를 선택할 때에는 크기, 형태, 컬러와 적절히 조화를 이루어야 한다. 이러한 소재의 활용은 경제적 비용을 줄일 수 있을 뿐만 아니라 옛 추억을 회상하는 공간으로 기억되게 한다.

## 5. 결론

기술 발전은 인간의 소외 문제를 일으키는데, 디지털 기술이 보편화할수록 옛것에 대한 관심, 아날로그에 대한 향수가 더욱 강해지기 마련이다. 사회 문화적 측면에서 버내쿨러 디자인은 차별성, 경쟁력 디자인의 요소로서 다시금 조망 받아진다.

간판재정비사업 명목 아래, 재미있는 간판들은 없애지고 획일적이고 큼지막한 간판들로 채워진 전통시장의 거리는 거리감마저 들게 한다. 부자연스러운 현대화 사업으로 지역민의 삶의 정취가 녹아든 전통시장은 점차 쇠퇴하여 간다. 전통시장의 문화 정체성에 대한 고민의 해결은 버내쿨러 디자인의 요소를 활용으로 벗어날 수 있다. 버내쿨러 디자인이 적용된 간판은 정보 제공에서 벗어나 상호작용의 기반으로 하나의 문화 경험을 창출하기 때문이다. 모두가 쾌적하고 아름다운 것을 지향하는 사회에서 버내쿨러 디자인은 인간다운 감성을 제공한다. 생활 문화적 가치를 실현할 수 있는 버내쿨러 디자인은 규칙이나 유행을 따르지 않는 디자인으로 개인의 다양한 창작과 취향에 따른 존중으로 받아들여진다. 버내쿨러 디자인은 자연 발생적으로 형성되어 의식적 사고가 결핍된 디자인이지만 지방적, 토속적 풍토에 영향을 받아 지역의 성격을 내포하기 때문에 국제화와 지방화라는 세계적 흐름에 맞춰 지역의 장소성을 나타내는 문화적 가치를 지닌다.

## 참고문헌

- 광고전략연구소 (1986). 『광고대사전』. 나남.
- 김희량 (1998). 「현대 버내쿨러 디자인의 역사적 맥락과 이를 사유화하는 디자이너의 작업논리 연구」, 서울대학교 대학원 대학원 석사학위논문.
- The Vernacular Mirror (2002). 『20세기 디자인전』. ICSID.
- 이원제 (2004). 『티보칼맨 디자인으로 세상을 발가벗기다』. 디자인하우스.
- 안 치홀트 (2006). 『안 치홀트의 타이포그래픽 디자인』. 안그래픽스.
- 황세봄 (2006). 『문화의 특수성에 근거한 키치와 버내쿨러 디자인의 상관관계에 관한 고찰』. 디자인지식저널.
- 유화열 (2007). 버내쿨러 디자인의 개념에서 끌어낸 다양한 가능성. 『디자인연구: 경희대학교부설디자인연구원논문집』.
- 채혜진, 오창섭 (2009). 근대화 과정에 나타난 버내쿨러적 사물들의 욕망. 『디자인학연구』.