

## 옥외광고물의 형태분석법에 관한 연구 -서울시 좋은 간판 수상작을 중심으로-

이경아 / 동서울대학교 디자인융합학과 교수

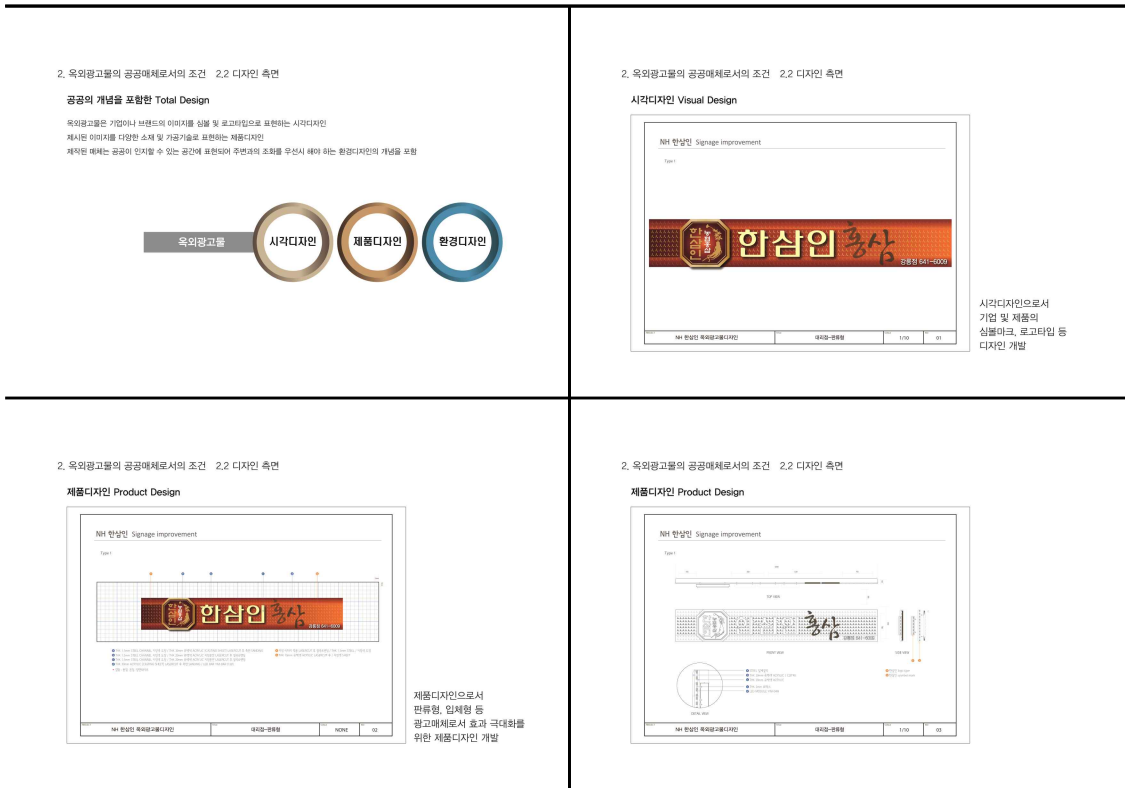
keyword : 옥외광고물 / 형태분석법 / 좋은 간판 / 제품디자인

### 1. 서론

옥외광고물은 시각디자인, 제품디자인, 환경디자인의 총합으로 우리의 생활환경에 노출되는 매체이다. 기업이나 브랜드의 이미지를 심볼 및 로고타입으로 표현하는 시각디자인과 이에 따라 제시된 이미지를 다양한 소재 및 가공기술로 표현하는 제품디자인 과정을 거쳐 제작된 매체는 공공이 인지할 수 있는 공간에 표현되어 주변과의 조화를 우선시해야 하는 환경디자인의 개념을 포함한다.<sup>1)</sup> 그러나 간판시범가로서 사업을 통한 옥외광고 현황을 살펴보면 획일화, 광고디자인 환경의 하향평준화를 논하지 않을 수 없어 본 연구에서는 아름다운 또는 좋은 간판은 어떠한 요소로 구성되어있는지 형태분석법을 통해 연구해 보고자 한다.

도시의 기능을 수행하기 위한 최저한의 물적 환경요소로서 옥외광고물은 각 요소들을 조화시키고 합리적으로 조정함으로써 미적효과의 극대화를 추구해야 하며 서울시, 경기도, 한국옥외광고센터 다양한 기관에서 아름다운 광고경관 형성을 위한 좋은 간판, 아름다운 간판 지정 사업을 꾸준히 지속해오고 있다. 본 연구에서는 거리의 좋은 간판을 선정 및 홍보함으로써 바람직한 광고문화를 형성하고 도시경관을 향상시키는 디자인이 우수한 간판, 창의적이고 아름다운 간판, 옥외광고물 등 관리법령을 준수한 간판을 선정하고자 2009년부터 시행되고 있는 서울시 좋은 간판 제도의 2017년도 선정작을 중심으로 시민이 직접 선정한 좋은 간판을 형태분석법을 적용하고 좋은 간판의 조건을 도출해 보고자 한다. 이다. 본 연구에서는 단, 이번 연구에서는 2017년도 선정작으로 제한하여 연구하였다.

1) 이경아. 「 공공매체로서 옥외광고물의 아름다운 경관 형성을 위한 디자인 지침 연구 」 (한국OOH광고학회, 2015)



## 2. 형태분석법에 대한 고찰

형태분석법이란 기계공학 분야에서 생겨난 기법으로 사물을 그 구성 요소로 자세하게 분해하여 차트화한 것이다. 특정 사물의 문제해결 시 선입견과 사전 평가의 영향을 감소시킬 수 있으며, 모든 사물 중에서 그것이 물질적인지 정신적인지 진정한 상호관계를 볼 수 있으며, 불가능하다고 명확하게 증명되지 않는 한 어떠한 것도 불가능하다고 할 수 없다고 규정하고 있다.

이건표<sup>2)</sup>에 의하면 디자인에서 아이디어의 도출을 돕고 있는 여러 창조성 기법 중에서 매트릭스 분석(Matrix Analysis) 혹은 형태상자(Morphological Box) 등으로 불리는 형태분석법(Morphological Analysis)은 캘리포니아 공대 츠위키(Zwicky) 교수가 1951년 제안한 이래 제품디자인, 기술혁신, 시장조사, 사회문제분석 등 다양한 분야에 걸쳐 활용되어 왔다. 형태학(Morphology)은 원래 생물의 형태나 구조를 다루는 생물학의 한 부분으로 이 개념을 디자인에 적용한 것이 형태분석법이다. 디자인에 적용된 형태분석법은 제품이 락게 될 형태를 분석하는 체계적 방법이라 정의내릴 수 있으며 이의 주된 목표는 가능한 새로운 아이디어의 탐색영역을 넓히는 것이다. 특히, 형태분석법은 창조성기법으로서 몇 가지 강점을 가지고 있다. 아이디어 도출

2) 이진표. 「 형태분석법을 활용한 창조적 제품디자인 개발 」 (한국마케팅연구원. 1992)

단계에 활용되는 대부분의 창조적 기법이 시네틱스(Synectics) 등과 같이 직관, 경험, 유추, 요행에 의존하는데 비해 형태분석법은 체계적 탐색에 의해 디자인 문제의 구조를 살펴, 문제의 주요차원을 간과하지 않고 해결한다는 강점을 가지고 있다. 둘째, 이 방법은 일단 주요변수(Parameter)와 부분적 해결안(sub-solution)이 파악되면 짧은 시간 내에 주요변수와 부분적 해결안의 모든 가능한 많은 수의 다른 조합 아이디어를 도출해낼 수 있다. 이뿐 아니라 형태분석기법은 여타의 창조성기법들과는 달리 시각적 접근이 가능하기 때문에 보다 구체적 해결안을 도출시킬 수 있다는 점, 아이디어의 도출단계뿐 아니라 문제 분석단계, 평가단계나 해결안의 활용단계 등 거의 모든 프로세스에 활용될 수 있다.

형태분석법의 전개기법은 다음과 같다. 첫째, 해결해야 할 대상 또는 문제를 가능한 한 폭넓고 일반화된 형태로 필수적 기능 및 속성으로 정확하게 기술한다. 둘째, 주어진 대상 또는 문제에 관한 독립변수가 제시되고 성격이 부여되면 이에 대한 부분적 해결안(sub-solution)을 파악한다. 셋째, 기능 및 속성, 부분적 해결안(sub-solution)을 포함하는 형태분석 차트(Morphological Chart) 또는 형태분석 상자(Morphological Box)에 있는 해결책 전체를 분석·평가한다. 이를 통해 가장 적당하다고 생각되는 해결책을 선택한다.

### 3. 옥외광고물 형태분석

서울시 좋은 간판은 거리의 좋은 간판을 선정 및 홍보함으로써 바람직한 광고문화를 형성하고자 2009년부터 시행되고 있으며 도시경관을 향상시키는 디자인이 우수한 간판, 창의적이고 아름다운 간판, 옥외광고물 등 관리법령을 준수한 간판을 선정하는 제도이다. 본 연구에서는 시민이 직접 선정한 좋은 간판을 대상으로 형태분석법을 적용하고 좋은 간판의 조건을 도출해 보고자 한다. 단, 이번 연구에서는 2017년도 선정작으로 제한하여 연구하였다.

<표1> 2017 서울시 좋은 간판 선정작

구분	전경	근경
사례1		

구분	전경	근경
사례2		
사례3		
사례4		
사례5		
사례6		


아래의 도표는 옥외광고물을 위한 형태분석표이다.

<표2> 옥외광고물을 위한 형태분석표(Morphological Chart)

변수		부분적해결안 Sub-solutions			
기능·속성		A	B	C	D
1	종류	가로형	연립가로형	돌출형	파사드적용형
2	몸체	사각형	원형	문자형	기타
3	조명	내부	외부	점멸	비조명
4	서체	고딕류	명조류	캘리그래피	CI·BI적용
5	색채	난색	한색	중성색	무채색


형태분석법에 의해 도출된 사례1의 옥외광고물이다.

변수		부분적해결안 Sub-solutions			
기능·속성		A	B	C	D
1	종류	가로형	연립가로형	돌출형	파사드적용형
2	몸체	사각형	원형	문자형	기타
3	조명	내부	외부	점멸	비조명
4	서체	고딕류	명조류	캘리그래피	CI·BI적용
5	색채	난색	한색	중성색	무채색



형태분석법에 의해 도출된 사례2의 옥외광고물이다.

변수		부분적해결안 Sub-solutions			
기능·속성		A	B	C	D
1	종류	가로형	연립가로형	돌출형	파사드적용형
2	몸체	사각형	원형	문자형	기타
3	조명	내부	외부	점멸	비조명
4	서체	고딕류	명조류	캘리그래피	CI·BI적용
5	색채	난색	한색	중성색	무채색



형태분석법에 의해 도출된 사례3의 옥외광고물이다.

변수 기능·속성	부분적해결안 Sub-solutions			
	A	B	C	D
1 종류	가로형	연립가 로형	돌출형	파사드 적용형
2 몸체	사각형	원형	문자형	기타
3 조명	내부	외부	점멸	비조명
4 서체	고딕류	명조류	캘리그 라피	CI·BI적 용
5 색채	난색	한색	중성색	무채색




형태분석법에 의해 도출된 사례4의 옥외광고물이다.

변수 기능·속성	부분적해결안 Sub-solutions			
	A	B	C	D
1 종류	가로형	연립가 로형	돌출형	파사드 적용형
2 몸체	사각형	원형	문자형	기타
3 조명	내부	외부	점멸	비조명
4 서체	고딕류	명조류	캘리그 라피	CI·BI적 용
5 색채	난색	한색	중성색	무채색



형태분석법에 의해 도출된 사례5의 옥외광고물이다.

변수 기능·속성	부분적해결안 Sub-solutions			
	A	B	C	D
1 종류	가로형	연립가 로형	돌출형	파사드 적용형
2 몸체	사각형	원형	문자형	기타
3 조명	내부	외부	점멸	비조명
4 서체	고딕류	명조류	캘리그 라피	CI·BI적 용
5 색채	난색	한색	중성색	무채색



형태분석법에 의해 도출된 사례6의 옥외광고물이다.

변수		부분적해결안 Sub-solutions			
기능·속성		A	B	C	D
1	종류	가로형	연립가 로형	돌출형	파사드 적용형
2	몸체	사각형	원형	문자형	기타
3	조명	내부	외부	점멸	비조명
4	서체	고딕류	명조류	캘리그 라피	CI·BI적 용
5	색채	난색	한색	중성색	무채색



#### 4. 결론 및 추후연구 과제

본 연구를 통하여 광고물의 기능·속성의 변수와 이의 개선을 위한 부분적 해결안을 도출하여 디자인 수용자인 시민이 선택한 좋은 간판의 조건 도출을 위한 형태분석법을 제시하였다. 디자인 수용자의 관점에서 좋은 간판이란 보편적으로 개별 파사드를 적용한 가로형광고물의 내부조명방식을 채택한 무채색류의 광고물로 서체에 있어서는 캘리그래피를 적용하고 개별업소의 정체성(Identity)를 적용한 디자인으로 요약 할 수 있었다. 상기의 결과는 2017년도 서울시 좋은 간판으로 국한된 제한적인 연구이나 다양한 사례에 대한 조사 및 기능·속성, 부분적 해결안(sub-solution)을 포함하는 형태분석 차트(Morphological Chart) 또는 형태분석 상자(Morphological Box)에 대한 면밀한 보완을 거쳐 좋은 간판의 조건을 도출할 수 있을 것이라 판단된다.

#### 참고문헌

- 이경아. 공공매체로서 옥외광고물의 아름다운 경관 형성을 위한 디자인 지침 연구. 한국OOH광고학회. 2015
- 이건표. 형태분석법을 활용한 창조적 제품디자인개발. 한국마케팅연구원. 1992
- 최민영. 제품디자인의 형태분석을 위한 통합적 접근 방법에 대한 연구. 한국디자인학회. 2006
- N.F.M.Roozenberg, J.Eekels, Product Design:Fundamentals and Methods, JOHN WILEY & SONS, 1995