해남군 CI 시스템 개발에 관한 연구

A study on the development of County Identity Program for Haenamkun

송진희

호남대학교 산업디자인학과

Song, Jean-Hee

Dept. of Industrial Design, Honam Univ.

◆ Keywords: Community Identity, Haenam, Symbol mark

1. 서론

1995년 우리는 안으로는 지방화 시대의 개막과 함께 밖으로는 세계화, 정보화라는 거대한 파도 속에서 "가장 한국적인 것이 가장 세계적이다"라는 범 국가적인 슬로건을 창조하였다.

우리만이 지닌 '유니크한 것들'이 21세기의 문화전쟁에서 결국 우리를 승리로 이끌 것이라는 확신을 가지게 된 것이다. 이에 세계화(globalization), 지방화(localization)가 병존하는 세방화(glocalization)의 시대를 맞아 각 자치단체에서도 자신들만이 가지는 이미지로서 자신들만의 Identity를 만드는 것이 21세기의 치열한 정보, 문화경쟁에서 존재의 의미를 깨닫게 하는 중요한 수단임을 인정하게 되었다

특히 지방 자치제와 더불어 지역적 특성이 부각되고 나름대로의 독자적인 지역 문화 정립으로 시, 군민들이 애향심을 가지고 생활할 수 있도록 하기 위해 자치단체 이미지 통일화 계획(Community Identity Program)이 활성화되고 있다. 유럽이나 일본의 경우에는 이미 거의 모든 자치단체에 CI가 확대 실시되고 있어 이제 시민들에게도 일반화된 개념이다.

이러한 시점에서 그동안 1차 산업의 의존율(53%)이 너무 컸던 전라남도 해남군에서 국제화, 지방화시대에 '관광해남'으로 거듭나기 위한 이미지 제고 전략의 일환으로 CI 개발 사업이 추진 되었다.

본 연구에서는 1996년 7월-1998년 3월까지 1년 8개월동안 수행하였던 전라남도 해남군의 CI 개발사업 사례를 소개하고 그 과정과 내용을 중심으로 결과물를 제시하였다. 즉 남도 관광의 시발지인 땅끝탑과 세계 최초의 공룡 발자욱을 보존하고 있는 해남군은 군민들에 대한 자긍심과 애향심을 고취시키고 국내외 관광객들에게 해남군만의 개성있는 이미지를 형성할 수 있도록 CI 프로그램을 연구 개발 하고자 하였다.

해남군의 군민과 국내,외 관광객들에게 관광도시로서 거듭나기 위한 해남군의 노력을 이미지로 표현하기 위해, 연구의 범위는 노출 빈도가 높은 디자인 시스템 요소들을 중심으로 군청의 CI 담당 부서와 협의하여 아래와 같이 선정하였다.

1) 기본 시스템 - 상징마크, 상징색상, 전용서체, 로고타입, 시그니춰, 캐릭터 전용패턴등.

2) 응용시스템 - 서식류 10종, 증서류 5종, 청사 외부사인류 7종, 청사 내부사인류 4종, 관광안내 사인류 3종, 차량류 5종, 홍보용품류 4종 유니폼류 2종등이다.

연구 방법은 국내외에서 발간된 논문과 서적등의 참고자료들을 수집 검토한후 해남군의 군정방침과 사업 계획및 국내외의 CI 개발 사례를 조사하여 참고하였다.

2. 본론

1) 설문조사 실시

해남군의 상징마크 및 디자인 시스템의 컨셉을 추출하기 위하여 설문조사를 실시하고 이를 토대로 디자인 시스템을 개발하였다.

(1) 설문기간 : 1996. 7. 25 - 8. 5

우선 설문 대상 그룹을 3개로 나누어 총 300명에게 설문한 결과를 수집, 분석하였다.

첫째, 해남군에 거주하고 있는 해남군민

둘째, 해남 외 지역에 거주하고 있는 시(군)민

셋째, 해남군청 및 면 직원

설문지는 총 300부를 6명의 사전교육을 받은 조사요원들을 통해 배부되었다.

(2) 분석방법

3개 대상그룹 모두 설문지는 7월 31일 1주일 만에 회수되었다.

설문지는 300부 모두 회수되었으며 조사 요원들이 설문직전에 자세히 설명한 결과 비 적격 판정을 받은 답안지는 없었다. 회수된 설문지는 다이어그램과 체크리스트법(Check List Method)을 이용하여 분석하였다.

(3) 조사결과

①해남군을 대표할 수 있는 것으로는 대흥사, 토말, 두륜산을 비슷한 비율로 응답하였고

②해남군이 앞으로 중점을 두어야 할 사업분야로 는 관광업이 68%로 압도적이었다.

③해남군을 나타낼 수 있는 색상으로는 파랑이 47%, 녹색이 27%로 해남군을 대표하는 것들과 일맥상통하는 점이 있었다.

④해남과 동시에 연상되는 생각이나 느낌의 단어는 고구마, 배추,쌀등의 농산물이 24%로 1위이고 토말과 바다라는 단어가 각각 20,17%의 응답율을 나타냈다. 여기서 우리는 해남군을 대표할 수 있는 것은 '관광지'이며 해남군의 앞으로의 사업은 관광업을 절대 다수가 희망하고 있으나 그 이미지가 전혀 정착되지 않아 여전히 해남은 1차 산업, 농경지로서 더 친근하다는 것이다. 즉 해남군 CI의 필요성이 강력히 입증되고 있다.

⑤ 해남군이 상징마크의 형태는 Initial과 의미상징을 포함하는 형태를 선호하였다.

⑥해남군을 상징하는 캐릭터는 물감자, 배추, 황소등 역시 농사와 친근한 것 들이었다.

2) 아이디어 전개 및 디자인개발 과정

(1) 군정기본방침 (*화합하고 활력있는 군민 *투명하고 공정한 열린군정 *특색있는 문화관광진흥 *풍요롭고 살기

좋은 해남)과 군정역점시책(*군민과 함께 하는 일등군정 실현 *더불어 사는 복지사회정착 *살기좋은 생활환경 보전 *풍요로운 선진 농어촌 건설 *활기찬 지역균형개발 *세계속의 관광해남과 문화예술진흥 *경제살리기 범군민실천운동)을 토대로 현장조사를 실시하여 주요관광지를 견학한후 군청 CI 담당부서와 토론

(2) 타 시, 군 및 외국의 CI사례를 조사

(3) CI 컨셉트와 디자인 컨셉트 결정

◆CI 컨셉트

*군정구호와 군정방침의 기본이념

*관광해남의 이미지 극대화

*군민들의 의사반영으로 소속감 강화

◆디자인컨셉트

*해남의 고유특성을 살린 창의적인 내용으로 시각화

*해남의 천혜의 자연적(지리적) 특성 표현

*21세기 도약하는 해남군의 기상 표현

*관광해남으로서의 이미지 표현

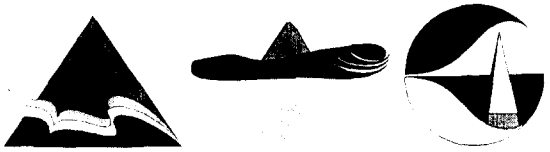
(4) 1, 2차 프리젠테이션과 선호도 조사를 실시하여 먼저 상징마크의 최종안을 확정하였다.

3) 기본시스템 결정

(1) 상징마크 개발을 중심으로 CI 기본시스템 연구결과

상징마크 개발을 중심으로 기본시스템 연구는 1996. 7. 1부터 시작하여 1997. 2월에 완성되었다.

2차 프리젠테이션과 간부회의를 거쳐 선정된 3종안으로 오피니언리더 그룹의 선호도 조사를 실시하여 1번안이 최종안으로 결정되었다.



1안 2안 3안

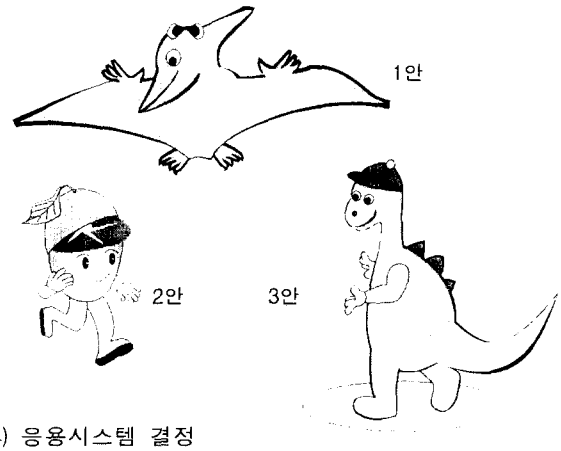
(2) 캐릭터 연구결과

캐릭터 개발도 상징마크와 같은 아이디어 전개과정을 거쳐서 2차 프리젠테이션 후 해남의 특산물인 '물감자'와 '참다래'로 의견이 집약되었다.

그러나 이들 디자인의 반응조사를 하던중 1996년 10월 해남군 황산면 우항리 해안 일대에서 세계 최초의 익룡, 공룡, 물갈퀴새 발자국이 동일 지층에서 발견 되어 해남의 이미지를 바꾸어놓는 커다란 전환점이 되었다.

세계에서 가장 오래된 물갈퀴새 발자국(중생대 백악기 후기 : 약 8천~9천만년 추정), 아시아에서 최초이자 세계에서 7번째로 발견된 익룡 발자국과 초식공룡, 육식공룡의 발자국 등이 산출되었다.

따라서 해남군에서는 간부회의를 소집하고 이를 해남군을 차별화 시키는 21세기 역점사업으로 추진하여 '관광해남' 의 이미지를 극대화하겠다고 하였다. 아울러 이 사업의 홍보와 앞으로의 해남의 이미지를 대내외에 전달할 캐릭터는 '공룡' 이어야 한다는 여론으로 캐릭터의 소재가 정책적으로 바뀌게 되어 공룡으로 다시 작업이 진행되었다. 우항리에 살았던 공룡들은 익룡 프레라노돈과 오리주둥이 공룡의 이구아노돈 가장 사나운 티라노사우르스 그리고 파라사우롤로푸스등이다. 설문조사결과로 시도 되었던 참다래등은 새로 마련된 군정 방향에 따라 취소 되었다. 그리고 이들 공룡의 특성을 나타내는 여러 종류의 공룡과 익룡 중에서 다음의 3안이 결정 되었다.



4) 응용시스템 결정

슬라이드 감상을 참고한다.

3. 결론

해남군의 CI 작업 결과가 실제 활용되어서 그 효과를 극대화 시키기 위해서는 다음과 같은 사항을 염두에 두어야 한다.

첫째, CI 사업의 효과를 배가시키기 위해서는 모든 군의 행사나 서류에 이를 사용하여 시각적으로 통일된 해남군의 이미지를 최대한 자주 노출 시켜 군민들 누구나 친숙해지고 자부심을 갖도록 한다.

둘째, 해남군의 특산품이나 관광상품, 기념품을 제작하는 일을 반드시 CI의 통합된 시각적 이미지와 연계성이 있도록 추진한다.

셋째, 군의 홍보관리, 봉사 및 대민 업무의 신뢰성은 필수적이며 참된 군의 이미지 성취는 CI 효과를 증가시킨다.

넷째, 상징마크와 전용서체 마스코트 등은 여러 곳에 응용되므로 반드시 그 비례와 색상, 형태를 원본대로 사진 제판을 통하여 사용하도록 한다.

다섯째, 응용시스템의 경우 제시된 것은 반드시 그 규정을 그대로 준수하며 그 외 발생하는 상황은 군청의 기획실내 CI 담당 부서나 CI 개발 팀과 협의하도록 한다.

결국 이러한 체계적이고 과학적인 CI 결과의 관리를 통하여 지방화 시대에 해남군의 차별화된 이미지를 확고히 할 수 있다.

아울러 대외적인 인지도를 높여 관광사업의 활성화를 위한 기틀이 마련되며 또한 민, 관의 아이덴티티 형성은 모든 군정 사업의 극대화를 이루는 계기가 될 것이다.

따라서 지방화 시대의 자치단체 CI는 무엇보다도 중요한 과제이며, CI 작업은 반드시 전문가를 통해 이루어져야 하고 CI 도입후의 체계적인 관리는 개발 작업 그 자체보다 더 중요한 과제라 생각된다. 그러나 예산이 풍부하지 못한 자치단체의 경우 처음부터 너무나 많은 응용 시스템 작업은 실행과 관리의 어려움이 뒤따르므로 단계적인 CI 작업도 실시할 수 있다.