

# 지방자치단체 C.I. 경향 분석

## Analysis of Korea Local Governments Identity

김민천

경성대학교 디지털 디자인 대학원

Kim, Min-Chen

Graduate School of Digital Design, Kyungsoong University

• Key words: Identity, Visual Communication

### 1. 연구배경과 목적

본격적인 지방자치제도의 실시와 고령화, 정보화, 국제화 등 현대사회의 급격한 사회적·경제적 변화는 기존 행정체계상의 지역개념뿐 아니라 진정한 의미의 자치를 실현하기 위한 다각적인 노력을 요구하고 있다.

이런 노력의 대표적인 사례는 전국 각 지방자치단체(이하 '지자체')의 웹사이트 제작, 지역특화사업(부산국제영화제<PIFF>, 경상북도 청도소싸움, 경기도 고양세계꽃박람회 등), C.I.구축 등이 있다.

C.I.(City Identity)란 기업의 이미지 통일화 작업인 C.I.(Corporate Identity)를 지역에 적용한 것을 통칭하고 미래 지향적이며 창조적인 이념을 시각적으로 상징화한 것을 말한다. 이는 일관성 있고 호의적인 이미지를 형성하고 나아가 지방자치단체 조직원들의 행동양식과 이념을 통일화시켜 지역 구성원간의 일체감 조성을 통해 지역의 홍보 및 발전을 목적으로 하는 일련의 작업이다.

본 연구에서는 지자체의 C.I.에서 심볼마크(이하 '심볼')만을 분석함으로써 현재 우리 나라 지자체 심볼의 표현경향을 알아보고자 하였다. 그리고 지자체 심볼의 조형적인 특성을 살펴본 후, 일체감 조성 및 지역적 홍보·발전에 기여할 수 있는 효율적인 C.I. 구축 및 활용방안을 제시하고자 한다.

### 2. 연구범위 및 방법

인터넷 상에서 검색이 가능한 218개 지자체의 심볼을 검색 후 정리하였다. 218개 지자체 모두 심볼이 존재하고 있었으며, 이의 표현경향을 분석했다.

분석은 크게 "형태분석", "컬러분석", "상징분석"으로 나누어 실시하였으며, "형태분석"은 조형별 특징에 의한 분석과 조합형식으로 나누었다. 그리고 "컬러분석"은 '빨강', '주황', '노랑', '초록', '파랑'의 5가지 컬러로 나누었으며, "상징분석"은 총 47가지의 상징물로 나누었다.

자료는 통계프로그램인 SPSS10.0을 통해 통계처리하였다. 사용된 통계방법은 빈도분석, 다중응답분석, 교차분석 등이다.

### 3. 연구결과 및 해석

#### 3-1 형태분석

#### 3-1-1 조형별 특징에 의한 분석

("형태분석"의 첫 번째 분석인 조형적 분석에서는) 심볼을 '구상적 형태의 강조', '추상적 이미지의 표현', '문자위주 표현'으로 분류했다.

분석 결과 전체 218개의 지자체 중 138개 지자체(63.3%)가 '구상적 형태의 강조'를 표현하고 있었다. 그리고 42개 지자체(19.3%)와 38개 지자체(17.4%)가 각각 '추상적 이미지 강조'와 '문자위주'의 표현을 사용하고 있었다.

이처럼 많은 지자체가 '구상적 형태의 강조'를 선호하는 이유는 각 지역의 특산물, 유적지, 명소 등 지역을 대표하는 구체적인 형상들을 심볼로 표현하는 것이 자신들의 지자체 심볼을 사람들이 쉽게 알아볼 수 있다는 장점이 있기 때문이다. 또 지역의 특수성과 차별성을 표현하는데도 좋은 효과를 줄 수 있기 때문이다. 이런 구체적인 형태로는 각 지자체의 시조, 시화, 시목 등을 심볼로 표현한 것도 있다.

'추상적 이미지'를 강조한 지자체 심볼은 '구상적 형태'로서 눈에 보이는 1차적인 의미보다는 눈에 보이지 않는 2차적인 의미를 강조하고 있다. 예를 들면 깨끗한 도시, 친환경적, 진취적 기상, 미래지향, 발전의지 등의 의미를 표현하고 있다.

'문자위주'로 심볼을 표현한 지자체는 대부분 지명을 사용해 이미지화 시킨 것이다. '한글'이 대부분이지만, '한자'와 '영어'의 표현(이니셜 포함)도 사용하고 있다. 그러나 문자사용에 있어서는 완성된 문자 한 자를 사용하기보다는 이니셜('ㄱ', 'ㄷ', 'ㄷ', 'C' 등)을 이미지화하여 표현하였다.

#### 3-1-2 조합형식에 의한 분석

"형태분석"의 두 번째 분석인 조합형식 분석에서는 '구상+추상', '구상+문자', '추상+문자'의 세 가지 방법으로 분류하여 분석을 시도하였다.

110개 지자체(50.5%)가 '구상+추상'의 조합형식으로 표현하여 가장 높은 비율을 보였다. 그리고 73개 지자체(33.5%)가 '구상+문자'의 조합형식으로 표현하였다. 반면 35개 지자체(16.1%)만이 '추상+문자'의 조합형식으로 표현하여 낮은 비율을 보였다.

많은 지자체들이 '구상+추상'의 조합형식을 선호하는 이유는 지역을 대표하는 이미지를 구체화하여 표현하고, 동시에 2차적인 의미를 이미지화하여, 이 두 가지 이미지를 조합함으로써 지역의 특성을 다각적으로 표현한 것으로 보인다. 지자체가 두 번째로 많이 표현한 '구상+문자'의 조합형식은 지역을

대표하는 이미지와 함께 지역명을 이미지화하여 의미를 부여하고, 이 두 가지 이미지를 조합한 형식이다. 이를 통해 심볼을 보는 사람들에게 해당지역임을 알리거나 특정지역임을 알아차릴 수 있도록 표현한 것으로 보인다. 지자체의 선호도가 낮은 '추상+문자'의 조합형식은 2차적인 의미와 지역명을 이미지화하여 조합한 형식으로 타지자체와의 차별성을 나타내하고자 했다.

### 3-2. 컬러분석

'빨강', '주황', '노랑', '초록', '파랑'의 5가지로 분류한 컬러분석에서는 분석결과 전체 218개 지자체 심볼 중 '파랑'을 사용한 심볼이 183개(83.9%)로 가장 높은 비율을 보였다. 또 '초록'을 사용한 심볼이 158개(72.5%)로 두 번째로 높은 비율을 보였다. 그리고 '빨강'을 사용한 심볼은 90개(41.3%)였고, 41개 심볼(18.8%)과 27개 심볼(12.4%)에서 각각 '노랑'과 '주황'을 사용한 것으로 나타났다.(다중응답분석)

이처럼 파랑과 '초록'의 선호가 높은 이유는 많은 지자체들이 공직의 청렴결백성, 지역의 맑은 자연 환경, 희망찬 미래 등 밝고 친근한 이미지를 표현하고자 하였기 때문이다. 또 삼면이 '바다'로 둘러싸이고, 산이 많은 지형의 특성도 '파랑'과 '초록'의 색상 선호에 영향을 미친 것으로 보인다. 그리고 지자체가 사용한 '빨강'은 대부분 태양을 표현하기 위한 색상이었지만, 청도의 '소뿔'과 같은 강렬한 이미지를 표현하는 색상으로도 사용되었다. 선호도가 가장 낮은 '노랑'과 '주황'을 사용한 지자체 심볼은 대부분 '벼', '금', '인삼', '종' 등 사물 그대로의 색상을 표현하기 위한 것이었다.

### 3-3. 상징분석

70개 지자체(32.1%)가 '산'의 모양을 사용하고 있어 가장 높은 비율을 보였다. 다음으로는 '태양'(54개 지자체 24.8%), '바다'(37개 지자체 17%), '강'(33개 지자체 15.1%), '국어'(32개 지자체 14.7%), '새'(29개 지자체 13.3%), '땅'(25개 지자체 11.5%), '영어'(23개 지자체 10.6%) 등의 순으로 나타났다.(다중응답분석)

총 218개의 지자체의 심볼 중 '산'과 '태양', '바다'의 모양이 많이 나타난 이유는 우리 나라가 '산'이 많고, 삼면이 '바다'로 둘러싸여있는 지리적·지형적 특성과 '태양'을 신성시하기 때문이라고 생각한다.

위에서 언급한 것과 같이 많은 지자체가 지리적·지형적 특성, 또는 지역의 문화적 유산과 특산물 등을 심볼화 한 것으로 나타났다.

## 4. 결론

본 논문의 분석 결과 우리 나라 지자체의 심볼에서 선호되는 형태와 모양, 색상이 무엇인지 알 수 있었다.

'구상적인 형태', '파랑'과 '초록'의 색, '산'과 '태양', '바다' 등 상징적인 모양을 사용하고 있었다. 이런 분석 결과는 지자체들의 심볼이 매우 비슷한 형태와 색, 모양으로 표현되었다는 것이다. 각 지자체들이 내세우는 심볼의 2차적인 의미 또한 다수의 지자체가 친환경, 맑은 공기, 희망찬 미래, 진취적 기

상 등의 의미를 내포하고 있다. 이런 분석결과 우리 나라의 지자체 심볼이 상징하는 바가 너무 비슷하여, 보는 이로 하여금 혼란을 초래할 가능성이 높다고 생각한다.

부산광역시의 예를 들면, 17개의 지자체 심볼이 존재한다. 총 17개의 지자체 심볼 중 모양을 중심으로 분석한 결과 7개 지자체의 심볼이 '바다', 5개 지자체의 심볼이 '태양', 다른 5개 지자체의 심볼이 '산'의 모양을 포함하여 표현하고 있다. 그리하여 각 구별로 정체성을 찾기가 쉽지 않다. 현재 부산광역시 산하 지자체의 심볼들은 구만의 정체성을 나타내기보다는, 오히려 광역시 전체의 정체성을 나타낸다고 할 수 있다.

이렇기 때문에 필자는 지자체 C.I.의 통합을 하나의 대안으로 제시하고자 한다. 현재 우리 나라는 특별시 1개, 광역시 6개 그리고 9개의 도로 이루어져 총 16개의 광역 지자체가 있다. 즉, 16개의 광역 지자체가 주체가 되어 아래와 같은 C.I. 통합 정책을 펼치는 것이다.

- ① 각 광역 지자체 C.I. 통합 정책 방안 마련.  
(산하 지자체와 충분한 논의가 필요하다.)
- ② 각 광역 지자체 C.I. 통합 또는 새로운 통합 C.I. 구현.
- ③ 산하 지자체는 광역지자체 C.I.를 같이 사용.
- ④ 산하 지자체의 특수성 및 차별성을 표현한 캐릭터의 개발.

물론 이러한 대안이 반드시 바른 대안은 아닐 것이다. 다만, 지금까지 전국의 지자체가 유사한 모양, 색상, 형태를 가짐으로써, Identity의 분질, 즉 통일성, 명확성, 정체성, 차별성이 제대로 이루어지고 있는지에 대한 의문이 생기기 때문에 이러한 대안을 제시한다.

이 같은 방법은 예산의 절감 효과와 명확한 지역명의 인식 등으로 지역홍보에 많은 효과를 거둘 수 있으리라 생각된다. 또한 지역주민의 단결 및 애향심도 함께 고취시킬 수 있을 것으로 기대한다.

### 참고문헌

- 공병주, 지방행정의 경쟁력 강화를 위한 CI·BI 및 캐릭터 개발방안, 지구출판사, 1998
- 경노훈, 시각디자인과 브랜드 이미지, 서울, 예경, 1998
- 김태우, 전략적 CI의 전개, 서울, 광고정보, 1979
- 메이틀랜드 그레이브스 저, 배만실 역, 디자인과 색채, 이화여자대학교 출판부, 1998
- 이운수, 첨단이미지 심볼의 구조(하이테크산업 심볼을 중심으로), 한국정보디자인학회, 1998
- 현동희, 임승욱, 병원 심볼 마크의 표현 경향 분석, 한국기초조형학회, 2001