

MI(Museum Identity)를 반영한 미술관 QR코드 디자인 개발 -제주지역 공립 미술관 4개소를 중심으로-

김서영*

요약

제주지역은 지역별 인구대비 등록 미술관 수가 전국 최고이나 상대적으로 낮은 인지도로 대중과의 소통에 뒤떨어져 있어 시대에 맞는 홍보대안이 필요하다. 호감도와 접근도면에서 탁월하고 정보의 아이덴티티를 제공하는 디자인 QR코드가 미술관의 홍보매개체로 다양하게 활용되고 있으나 제주지역 등록 미술관의 대부분이 디자인 QR코드의 개발이 미비하여 현실적으로 실현 가능한 디자인 개발이 필요한 실정이다. 본 연구에서는 제주지역 등록 공립미술관 6개소의 Museum Identity현황을 기표와 기의로 나누어 의미체계를 분석하고 분석한 자료를 바탕으로 개발 선정된 4개소의 Museum Identity를 반영한 QR코드디자인을 개발하였다. 개발된 디자인 QR코드를 가치적 특성에 따른 디자인의 활용 사례로 제안한 연구이다.

키워드 : 미술관 아이덴티티, QR코드, 등록 미술관

QR Code Design of Museum that incorporates Museum Identity -focused on four public art gallery in Jeju-

SEOYOUNG KIM*

Abstract

Jeju're behind in communicating with the public and local population compared to the national registration number of the best art galleries and the relatively low awareness needed to promote alternative that fits the times. QR Code excel in design and favorable approach to provide the identity of the drawing and the information is being used to promote a variety of mediators of the museum. However, most of the Jeju Museum of Art is the situation with incomplete registration of the design development design development requires QR code is a feasible reality. In this study, I analyze the semantics of the Museum Identity divided into six places in Jeju registered public art gallery in the signifier and signified. Proposed a design QR code QR code developed and developing design reflects the Museum Identity of development based on a selection of four places to the use case analysis of the design according to the value of properties.

Keywords : Museum identity, QR Code, Registered Museum

1. 서론

1.1 연구배경 및 목적

21세기는 급변하는 과학기술과 다양한 문화와 가치관의 혼재로 나날이 복잡다양화 되어가고 있다. 이러한 사회구조는 구성원들로 하여금 다양한 문화적 호기심과 욕구를 충족시켜 주어야 한다. 이러한 지적 욕구를 충족시키면서 인류의 물적 증거를 보존하는 사회적 도구 및 장치를 담당하고 있는 것이 오늘날의 박물관과 미술관이다[2]. 현재 전 세계의 박물관과 미술관의 숫자는 계속적으로 증가하고 있고 이는 비단 국내

※ Corresponding Author : SeoYoung Kim

Received : February 26, 2015

Revised : April 19, 2015

Accepted : April 25, 2015

* Honam University, Dept. of Cultural Industry Management

email: sykim@honam.ac.kr

■ 이 논문은 2013년도 호남대학교 학술연구비 지원을 받아 연구되었음

와 제주지역도 예외는 아니다. 제주도의 등록된 박물관과 미술관은 도내 관광지의 42%로 70여 개소가 있다[8]. 그만큼 제주지역의 박물관과 미술관은 지역민 뿐 아니라 지역을 방문하는 방문객에게 문화예술시설로서의 문화적 욕구충족은 물론 원 도심 재생과 지역경제 활성화에 기여[4]하는 역할을 한다. 그러나 정보와 홍보가 미비하여 그 역할을 하지 못하고 있는 실정이다. 그러기 위해서는 먼저 미술관은 자체적으로 MI(Museum Identity)와 QR코드 디자인을 개발하고자 노력하여야 한다. MI는 미술관만의 철학과 의미를 담고 있으며 타 기관과의 차별성을 부여하고 있다. MI는 모든 시각적 대상물에 일관성을 부여함으로써 대내·외에 전달하는 수단을 체계적으로 관리하는 것이다.

스마트기기의 대중화로 스마트폰을 통하여 정보를 공유하고 홍보하는 방식에 새로운 변화를 가져왔는데 그 중 하나의 매체가 QR(Quick Response)코드이다. QR코드를 통해 사용자는 간편하게 원하는 정보를 접근할 수 있고 제공자는 홍보 수단으로 활용할 수 있다. 기업들이 제품이나 브랜드 홍보 등에서 기본적인 형태의 QR코드보다 디자인 QR코드를 활용하는 이유는 디자인 QR코드가 호감도와 접근도면에서 탁월하여 [7] 홍보효과가 더 크기 때문이다.

본 연구에서는 현재 제주지역의 등록미술관 대부분이 디자인 QR코드의 개발이 미비하여 현실적으로 실현 가능한 공립 등록 미술관 4개소의 MI를 반영한 QR코드 디자인을 개발, 활용하여 제주지역 공립 미술관의 아이덴티티 확립을 통한 이미지 제고와 대중과의 효율적 소통관계를 형성하여 인지도를 향상시키고 관람객의 만족도를 높이는 것을 목적으로 한다.

1.2 연구 범위 및 방법

박물관과 미술관에 관련된 연구주제는 매우 다양하게 진행되고 있다. 특히 박물관/미술관의 효율적운영이나 활성화 방안, 교육프로그램 운영 및 제안 등은 많은 연구가 거듭되고 있다. 하지만 미술관의 아이덴티티 디자인 개발에 관한 연구는 아주 드물다. 그리고 제주지역의 미술관 관련 연구 또한 미비한 실정이어서 제주지역 등록공립미술관을 연구 대상의 범위를 전하였다.

본 연구에서는 기본적인 형태의 QR코드와 디자인 QR코드의 이론적 개념에 대한 정의를 서술하고 QR코드 디자인을 유형별로 분류하여 수신자의 주목을 끌 수 있는 우선순위의 디자인 유형을 시안 개발의 참고 자료로 활용하였다. 제주지역 등록 미술관 18개소 중 공립미술관 6개소의 MI 현황을 시각적 구성요소와 표현적 구성요소로 분류하여 체계적인 분석을 통하여 QR코드 디자인 개발의 필요성을 입증하였다. MI를 반영한 미술관 QR코드 디자인을 개발할 4개소(제주도립미술관, 제주현대미술관, 이중섭미술관, 기당미술관)는 이론적 현황 사례 분석 연구를 바탕으로 실제 디자인 작업에 필요한 현장자료, 미술관 자료, 현장사진촬영, 인터뷰, 학술자료 등의 내용을 토대로 MI와의 연관성을 찾아 미술관의 브랜드 가치와 인지도를 높일 수 있는 QR코드 디자인을 개발 방향을 설정 하였다. MI를 반영한 시안을 개발하고 개발된 QR코드 디자인을 가치적 특성에 따른 디자인의 활용 사례로 분류하여 제안하였다.

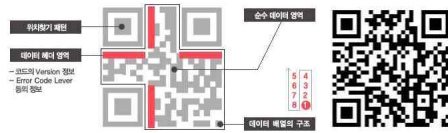
2. QR Code와 디자인 QR코드

2.1 QR코드와 디자인 QR Code의 이해

2.1.1 QR Code의 개념

QR코드는 1994년 일본의 Denso Wave사가 개발하였고 'QR'이란 'Quick Response'의 머리글자이다[10]. 이차원 구조 기호인 QR코드는 흑백 또는 칼라 격자무늬 패턴으로 정보를 나타내는 매트릭스 형식으로 사각형에 모서리엔 네모가 꼭꼭 찍혀있는 선과 숫자가 아닌 '그림'으로 이뤄져 있다. 중형의 정보를 가져서 대용량, 많은 기록, 고밀도, 오류정정 기능 등의 기능과 숫자 외에 문자의 데이터, 알파벳과 한자 등을 저장할 수 있다. 농담의 관별이 가능한 색조라면 색상이 들어가도 상관없고 숫자 최대 7089자, 문자(ASCII) 최대 4296자, 이진8비트 최대 2953바이트, 한자등 아시아 문자 최대 1817자를 담을 수 있다. QR코드는 30%의 손상까지 읽는데 무리가 없다[4][10][14][18][19].

(그림 1) QR 고속인식[17] / 기본적인 형태의 QR코드



(Figure 1) QR high speed recognition / basic form of QR code

QR코드는 단순한 이미지와 제품정보전달이라는 일방향 커뮤니케이션이 아닌 상호작용을 할 수 있는 기반을 마련해준다. 단순한 상품광고나 기업이미지의 노출을 넘어서 소비자들에게 제품에 관해 더 상세한 정보를 제공할 수 있을 뿐만 아니라 인터넷 홈페이지나 모바일 웹 페이지 등으로 유도하여 소비자에게 정보전달의 편의성을 제공한다[12]. QR코드는 용도와 목적에 맞도록 손쉽게 만들어 사용할 수 있고 QR코드를 만든 Denso Wave가 QR코드에 대한 특허권을 행사하지 않기 때문에 QR코드 사용 및 활용 자가 속도로 늘어나고 있는 실정이다.

2.1.2 디자인 QR코드의 개념

디자인 QR코드는 디자인과 QR코드가 합성되어 현재까지 사전적 정의는 내려지지 않고 있지만 ‘기본적인 형태의 QR코드에 시각적 구성요소를 결합하여 브랜드 아이덴티티를 표현’하는 것이라고 정의할 수 있다[1][4].

QR코드는 오류 복구율이 높기 때문에 브랜드 아이덴티티와 맞물려 QR코드의 다양한 디자인을 만들어 낼 수 있다. 시각적으로 잘 표현된 디자인 QR코드는 연상 매치로서의 역할로 관람자에게 친근감과 호감을 주는 바탕을 마련한다. 디자인 QR 코드는 기본적인 형태의 QR 코드와 비교했을 때 사용자의 호감도가 높아 접속률이 매우 높고 이를 통해 브랜드 이미지를 향상시킬 수 있다. 뿐만 아니라 QR 코드를 노출시키는 것만으로도 정보의 아이덴티티를 제공할 수 있으며 사전 정보를 인지하게 함으로써 정보를 미리 파악할 수 있으므로 사용자의 편의성이 더욱 높아진다. 디자인 QR 코드의 사용을 통해 보다 나은 마케팅 효과를 볼 수 있다는 연구 결과가 있다. 닛케이MJ(일본언론사) 연구 자료에 따르면 디자인 QR코드 사용이 호감도나 접근도 면에서 기본적인 형태의 QR코드 보다 탁월한 것으로

나타났다[7]. 기본적인 형태의 QR코드가 편의성, 신속성, 정보성의 가치가 있다면 디자인 QR코드는 편의성, 신속성, 유용성, 유희성, 정보성[12], 차별성의 가치적 특성이 있어 홍보 매개체로 활용도도 높고 수용자의 선호도가 더 높다는 것을 알 수 있다.

2.2 QR코드 디자인의 유형별 분류

MI를 반영한 QR코드 디자인 개발에 필요한 참고 자료로 활용하기 위하여 연구 논문 및 보고서 등의 자료를 바탕으로 본 연구에 맞게 재구성하였다. 국내외 디자인 QR코드 사례에서 브랜드 아이덴티티의 시각적 구성 요소를 컬러, 로고와 심벌[14], 실사, 일러스트의 표현 형태에 따른 4가지 사례로 나누어 분류하였다

<표 1> QR코드의 디자인 분류[13]

Design QR Code			
QRCode+Logo, Symbol		QRCode+Graphics	
QRCode+ Logo in the same color, symbol	QRCode+ Logo of a different color, symbol	QRCode+ Photorealistic images	QRCode+ Illustration

<Table 1> Design classification of the QR code

로고는 소비자들이 상품을 잘 인식하도록 하거나 브랜드를 표기할 때 그 이름을 시각화하여 표현한 것이다. 심벌은 브랜드의 시각적 상징물로서 워드마크가 없이 구체적이거나 추상적으로 표현한 것이다. 실사이미지는 실제 존재하는 이미지로 카메라로 포착할 수 있는 이미지를 시각화한 것이다. 일러스트는 의미나 내용을 시각적으로 전달하기 위하여 사용되는 삽화, 도안 따위를 시각적으로 표현한 것이다. 양해진의 ‘디자인 QR코드가 수신자 반응에 미치는 영향’에는 수신자의 주목도에서 가장 긍정적인 반응을 보이는 디자인 QR코드의 유형은 이미지 형 디자인(일러스트) > 도상 형(실사이미지) > 로고 형 순으로 연구 결과가 나타났다. 정해진 규격의 QR코드에 로고를 결합한 유형보다는 실사이미지와 QR코

드를 결합한 유형과 형태를 변형하거나 일러스트적 요소를 결합한 디자인 QR코드가 주목도에서 더 긍정적인 반응을 일으킨다는 것은 단순한 디자인 보다는 차별성과 독창적인 디자인 QR코드가 수신자의 주목을 끌 수 있다는 것을 알 수 있다.

3. 제주지역 등록 미술관 현황 및 MI 분석

3.1 제주지역 등록 미술관 현황

미술관(1종)의 등록요건에 따른 시설기준은 100제곱미터 이상의 전시실 또는 2,000제곱미터 이상의 야외전시장, 수장고, 사무실 또는 연구실, 자료실·도서실·강당 중 1개 시설 화재·도난 방지 시설, 온습도 조절장치를 갖추고 있어야하며 등록 시설기준과 별도로 100점 이상의 소장 자료가 있어야한다[9]. 2014년 전국문화시설총람의 정보에 의하면 전국에 등록된 미술관은 190개소이고 제주지역에 등록된 미술관은 18개소로 통계되어 있다. 지난 5년간의 미술관 개소 현황 통계에 의하면 미술관 시설은 매년 꾸준히 증가하고 있으며 문화기반시설 중에서도 미술관의 증가율이 가장 높은 것으로 나타난다.

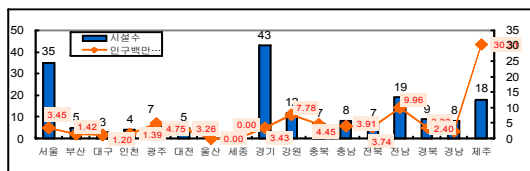
<표 2> 국내 미술관 현황[9]

year	2009	2010	2011	2012	2013
Art Museum	141	145	154	171	190

<Table 2> Status of national art museum

미술관이 가장 많은 지역은 경기(43개소), 서울(35개소), 전남(19개소), 제주지역(18개소) 순이다. 그러나 지역별 인구대비 등록미술관시설수를 살펴보면 제주가 30개소로 가장 높다.

(그림 2) 지역인구대비 등록미술관[8]



(Figure 2) Registered Museum status against the local population

제주지역 등록된 미술관 18개소 중 공립미술관이 6개소, 사립미술관 12개소이다. 그러나 등록되지 않은 크고 작은 규모의 미술관을 포함하면 제주지역 미술관은 약30여 개소 정도일 것이다. 제주도는 크게 제주시와 서귀포시로 나뉘는데 제주시와 서귀포시에 각각 8개소의 미술관이 위치해 있다. 제주시에는 2개의 공립미술관인 제주도립미술관과 제주현대미술관이 위치해있으며 서귀포시에는 기당미술관, 소암기념관, 이중섭미술관, 제주 추사관, 4개소의 공립미술관이 위치해 있다. 공립미술관 중 제주도립미술관의 시설이 가장 넓고 다음이 현대미술관이다. 미술관 시설이란 전시실, 수장고, 연구실, 세미나실·강당, 자료·도서실, 기타시설을 의미한다.

<표 3> 제주지역 등록 미술관 현황[9]

City	Division	Museum Name	Facilities (단위 : m²)	Year Watching people	Exhibit form
Jeju City	Public	Jeju Museum of Art	7,087	128,814	
		Jeju Museum of Contemporary Art	2,107	49,065	
	Private	Greek Mythology Museum	2,820	115,000	Theme Part
		Museum Kumohdong (Closed)	-	-	
		dolharubang Museum	288	45,400	Theme Park
		SungAnn Museum	638	13,470	Seong-Ahn Church
		WooSan Museum (Closed)	-	-	
		Love Land Museum	1,208	608,000	Theme Park
		Jeju Glass Castle	482	770,077	Theme Part
		Seogwi city	Public	Gidang Museum	715
Soam Memorial	484			14,142	
Lee Jung-seob Art gallery	370			179,047	
Private	Jeju Chusagwan		496	71,543	
	Kim Yǒng-gap Gallery		965	81,198	
	Domoak Museum				
		alivemuseum	5,310	620,882	Theme

				Park
	Wajong Museum	780	-	Theme Part
	Natural Love of Art	1,322	18,000	
	Jeju Sculpture Park Museum	1,668	18,456	Theme Part

<Table 3> Registration status in Jeju Museum of Art

2014년도 제주 공립미술관의 연 관람인원은 이중섭 미술관(179,047명)>제주도립미술관(128,814명)>제주추사관(71,543명)>제주현대미술관(49,095명)>소암기념관(14,142명)>기당미술관(10,212명) 순으로 나타난다. 이중섭 미술관의 관람객은 2013년도에 비해 40.6%나 증가했다. 이중섭미술관이 서귀포 시내에 위치하고 있으며 미술관과 생가 등이 TV드라마의 촬영지로 활용되면서 자연스럽게 홍보로 이어져 관람객이 증가[5]했다는 분석이다. 지리적 위치와 정보, 프로그램도 중요하지만 미술관의 대중적 노출에 따른 인지도 상승이 홍보효과가 높아 관람객 증가와 밀접하다는 것을 알 수 있다.

3.2 MI 현황 및 사례 분석

회사나 기업은 CI(Corporate Identity), 브랜드는 BI(Brand Identity) 박물관/미술관은 MI(Museum Identity)가 있다. MI는 타 기관과의 차별성, 철학, 의미를 담고 있다. 이러한 미술관의 아이덴티티를 구축하는 시각적 구성요소로 형태, 색상, 서체가 있다.

<표 4> 국내외 미술관 MI 사례

Museum Name	Pompidou Museum (France, Paris)	Seoul Museum of Art (Korea, Seoul)	Tokyo Museum of Contemporary Art (Japan, Tokyo)
MI			
Visual components	Form(Building), Colors	Form(Building), Colors, Typography	Colors, Typography

<Table 4> Cases of Museum MI

제주지역 6개소 공립 미술관 중 이중섭 미술관, 소암 미술관, 제주 추사관은 작가의 삶과 예술을 조명하기위하여 개관한 미술관으로 작가명 또는 호가 미술관명으로 사용되고 있다. 그중 이중섭미술관만 현대 미술작가이고 추사관과 소암관은 서예작가이다. 이렇게 미술관의 설립목적과 철학적 의미는 MI를 시각적으로 표현하는데 중요한 자료가 된다.

본 장에서는 보다 체계적인 MI 분석을 위하여 미술관별로 MI의 구성요소를 기표와 기의로 나누어 분석하였다. 기표에서는 시각적 구성요소로 분석하였고 기의에서는 미술관의 철학과 의미, 정보 등을 표현적 구성요소로 분석하였다.

<표 5> 제주지역 공립미술관의 MI 현황 분석

Museum Name	Component		
	signifier	signified	
Jeju Museum of Art		<ul style="list-style-type: none"> - Form: Symbol Mark(Shaped building) - Colors: Green, blue, orange - Typography: Korean & English 	<ul style="list-style-type: none"> - opened 2009.6. 26 - registered 2010.9.27 - The building was shaped - People, art were produced by including images of nature.
Jeju Museum of Contemporary Art		<ul style="list-style-type: none"> - Form: Symbol Mark(Shaped Jeongrang, galleries, Jeju Island 형상화) - Colors: blue, orange(Except jeongrang color) - Typography: Korean & English 	<ul style="list-style-type: none"> - opened 2007.9.1 - registered 2007.7.23 - Jersey Village culture artists - Cultural and artistic enjoyment - Jeongrang, galleries, expressed by shaping the island.
Jeju Chusagwan		<ul style="list-style-type: none"> - Form: None - Colors: Black(Ink color) - Typography: Chinese 	<ul style="list-style-type: none"> - opened 2010.5.13 - registered 2010.12.27 - Expression of Kim Jung Hee handwriting

Soam Memorial	素卷記念館	
	<ul style="list-style-type: none"> - Form: None - Colors: Black(Ink color) - Typography: Chinese 	<ul style="list-style-type: none"> - opened 2008. 10.04 - registered 2008.12.9 - Soam hyeonjunghwa is lighting the teacher's life and art - Representation of handwriting soam hyeonjunghwa
Lee, Jung-seob Art gallery	이중섭 미술관	
	<ul style="list-style-type: none"> - Form: None - Colors: Green, blue, orange - Typography: Korean 	<ul style="list-style-type: none"> - opened 2002.11.28 - registered 2004.9.15 - Lee, Jung-seob's Utopian space, Birthplace - Representative works: Bull - Celebrate the immortality of the artistry in the later provided an opportunity to empathize with respect to the artistic footsteps.
Gidang Museum	제주특별자치도립 기당미술관 Gidana Art Museum	
	<ul style="list-style-type: none"> - Form: None - Colors: blue - Typography: Korean & English 	<ul style="list-style-type: none"> - opened 1987.7.1 - registered 1997.6.4 - The pioneer of domestic Museum of Art. - Gidang is built by the steel ball pan is donated to Seogwipo. - Reminiscent of a traditional house of Korea ceiling and accepted the natural architecture of the exhibition space and comfortable.

<Table 5> MI analysis of public art gallery in Jeju

시각적 구성요소의 분석결과 MI를 ‘형태’로 표현한 미술관은 제주도립미술관과 제주현대미술관 2개소이고 나머지 4개소는 ‘서체’로 시각화하

여 표현하였다. 추사관과 소암미술관은 서예가의 삶과 예술을 조명하고자하는 미술관의 철학적인 의미를 반영하여 서예가의 필체를 MI로 표현하였다. 시각적 구성요소의 ‘색상’ 표현은 제주도립미술관과 이중섭미술관이 검은색을 제외한 녹색, 청색, 주황색을 공통적으로 표현하였고 제주현대미술관은 청색과 주황색만 표현하였고 기당미술관은 청색만 표현하였다. 추사관과 소암미술관을 제외한 4개소 미술관이 공통적으로 표현한 색상은 제주특별자치도의 BI에서 표현된 3가지 ‘색상’의 시각적 구성요소를 그대로 활용한 것이다.

(그림 3) 제주특별자치도 BI[14]



(Figure 3) Jeju BI

3가지색상의 의미는 푸르른 한라산과 자연환경을 표현한 녹색, 청정한 제주의 바다를 상징하는 청색, 특별자치도로서의 미래지향적 가치와 우뚝 솟는 제주의 희망을 상징하는 주황색이다[14]. 지역의 공립미술관들이 도의 BI ‘색상’을 MI와 연계하여 통일감 있게 시각적 의미로 표현한 것으로 분석된다.

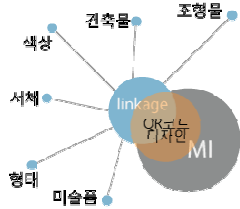
4. MI를 반영한 미술관 QR코드 디자인 시안 개발: 공립미술관 4개소를 중심으로

현재 제주지역 미술관들은 제주도립미술관을 제외하고는 디자인 QR코드의 개발 사례가 미비하다. 도립미술관이 유일하게 QR코드를 활용하고 있지만 MI를 반영한 QR코드 디자인과는 거리가 있고 시각적으로 주목성도 부족해 보인다.

제주지역 6개의 공립미술관 중 2개소(추사관, 소암관)는 서예가 미술관으로 작가의 서체를 MI로 활용하고 있어 본 연구에서는 제외하였다. MI를 반영한 미술관 QR코드 디자인을 개발할 4개소는 <표 4>의 MI 현황 사례를 분석한 연구 자료를 바탕으로 실제 디자인 작업에 필요한 자료 조사 및 수집, 미술관 자료, 현장사진촬영, 인터뷰, 학술자료 등의 거의 연구자료 내용을 토

대로 MI와의 연관성을 찾아 시각적 구성요소와 결합하여 미술관의 브랜드 가치와 인지도를 높일 수 있는 QR코드 디자인의 개발 방향을 설정하였다.

(그림 4) QR코드 디자인의 개발 방향



(Figure 4) QR code design that reflects the direction of development MI

4.1 제주도립미술관

제주도립미술관의 MI는 제주를 대표하는 미술관으로 미술관의 건축물을 형상화하여 표현하였고, 그 속에는 사람, 예술, 자연의 이미지를 포함시켜 제작하였다[16]. 제주도립미술관의 QR코드 디자인은 2가지 시안으로 구성하였다. 첫 번째 시안은 기존에 사용하고 있는 QR코드의 기본을 유지하여 QR코드 내에 MI의 색상만 구성하고 상단의 텍스트의 위치가 하단의 QR코드와 조화롭지 못하여 위치를 QR코드 중앙에 배치하였다. 두 번째 시안은 MI의 형태와 QR코드를 결합하는 시안으로 MI의 색상이 많아 QR코드 내에는 색상을 구성하지 않았다.

<표 6> 제주도립미술관의 MI를 반영한 QR코드 디자인 개발 시안

MI Component		제주도립미술관 Jeju Museum of Art	
	Form(Symbol)	Typography	QRCode
Color	■ ■ ■ (PANTONE DS 36-1C, DS 278-1C, DS 218-1C)		
Reflected QR code design			

<Table 6> QR code design development reflects the MI of Jeju Museum of Art

4.2 제주 현대 미술관

제주현대미술관의 MI는 정광, 미술관, 제주도의 이미지를 시각적으로 형상화하였다. 미술관의 특징은 입구에 설치된 최평근 작가의 ‘안녕하세요’ 작품과 미술관 외관이 너무도 조화롭게 상징적 의미를 내포하고 있다. 조형물과 건축물이 현대미술관의 아이덴티티를 결정한 중요한 요소가 되었다. 따라서 QR코드 디자인 시안은 미술관 외관의 특징적요소를 함축적으로 표현하고 MI의 색상을 반영하여 개발하였다.

<표 7> 제주현대미술관의 MI를 반영한 QR코드 디자인 개발





MI&linkage Component		Jeju Museum of Contemporary Art 제주현대미술관	
	Form(Symbol)	Typography	QRCode
Color	■ ■ (PANTONE DS 36-1C, DS 218-1C)		
Reflected QR code design			

<Table 7> QR code design development reflects the MI of Jeju Museum of Contemporary Art

4.3 이중섭미술관

이중섭미술관은 작가 이중섭의 예술적 발자취에 대하여 공감할 수 있는 계기 마련하고자 작가의 생가 근처에 개관한 미술관이다. QR코드 디자인 시안 과정에서는 미술관의 철학적 의미를 시각적으로 표현하고자 이중섭 작가의 가장 대표적인 작품인 황소그림과 미술관 입구 정원에 있는 황소 조형물을 형상화하고 MI의 색상을 반영하여 개발하였다.

<표 8> 이중섭미술관의 MI를 반영한 QR코드 디자인 개발

MI&linkage Component	이중섭		
	Typo.	Painting	Sculpture
Color	 (PANTONE DS 36-1C, DS 278-1C, DS 218-1C)		
Reflected QR code design			

<Table 8> QR code design development reflects the MI of Lee, Jung-seob Art gallery

4.4 기당미술관

전국최초의 시립미술관으로 기당 강구범에 의하여 건립된 미술관은 농촌의 '놀이'를 형상화하여 나선형의 동선으로 이루어진 전시실이 한국의 전통가옥을 연상시키는 천정과 자연광을 받아들여 쾌적한 전시공간을 연출하는 것이 특징[2]이다. 기당미술관의 MI는 제주지역 공립미술관 중 가장 단순한 시각적 구성요소로 되어있다. 다양한 자료와 인터뷰 등을 통하여 나선형 건축의 의미를 형상화하고 MI의 색상을 반영하여 QR코드를 디자인을 개발하였다.

<표 9> 기당미술관의 MI를 반영한 QR코드 디자인 개발

MI&linkage Component	제주특별자치도립 기당미술관 Gidano Art Museum	
	Typography	Building
Color	 (PANTONE DS 218-1C)	
Reflected QR code design		

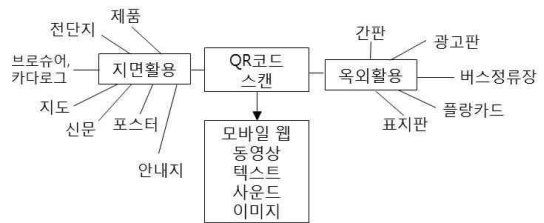
<Table 9> QR code design development reflects the MI of gidang Museum

5. 미술관 디자인 QR코드의 활용

5.1 미술관 디자인 QR코드의 활용 사례 분석

스마트폰을 이용한 상호인증 시스템 기술로는 QR코드와 NFC가 가장 많이 활용되고 있고 환경에 따라 활용 방법도 다양화되고 있다. NFC는 접속이 용이하나 태그 기능이 있어야 사용 가능하기 때문에 예산이 필요하여 다양한 환경에서의 활용제한이 따른다. QR코드는 쉽게 접속이 가능하고, 프린트해서 사용할 수 있으며 기술적 기능이 필요 없어 예산이 거의 필요하지 않기 때문에 정해진 정부 예산으로 운영하고 있는 공립미술관에서 저예산으로 관람객의 인지도와 만족도를 향상 시킬 수 있는 최고의 활용 방안이다. QR코드는 'push'라는 일방적 밀어붙이기가 아닌 사용자의 자발적인 스캔을 통해 이루어지기 때문에 옥외 및 지면을 활용하여 미술관의 인지도를 높이기 위해 적합하다. 리더기로 찍으면 바로 홈페이지, 모바일 페이지, 동영상, 텍스트, 이미지로 이동이 가능하여 이용자들이 쉽게 얻고자하는 정보를 얻을 수 있고 발신자는 쉽게 홍보를 할 수 있는 쌍방향 커뮤니케이션이다.

(그림 5) QR코드의 활용 사례



(Figure 5) QR Code of Best Practice

국내 미술관의 QR코드 활용 사례는 사비나 미술관이 국내 미술품 전시 공간으로는 먼저 그림이나 사진, 동영상, 웹 문서에 접속하도록 해주는 QR코드를 도입하였다[3]. 사비나 미술관을 시작으로 현재까지 20여개소의 미술관이 QR코드를 적극적으로 활용하고 있는데 90%가 QR코드를 정보제공을 통한 전시물을 설명하기 위한 매체로 활용하고 있을 뿐 아이덴티티 확립 및 인지도 향상을 위한 노력은 부족하다.

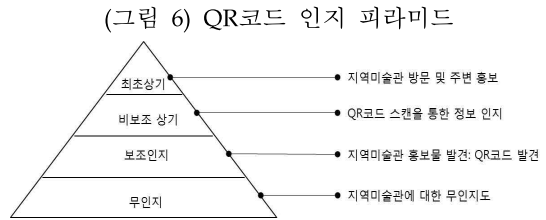
<표 10> 국내 미술관의 QR코드 활용 사례 분석

Museum Name	use case		Use Case classification
	outdoor case	paper case	
Savina Museum		○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
Lceum Museum	○	○	Exhibits Guide
daegu art Museum	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
Daelim Museum	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
HoAm Art Museum	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
Coreana Museum		○	Exhibits Guide
Aram Art Gallery		○	Exhibits Guide
Pohang Museum of Art		○	Exhibits Guide
Hangaram Museum	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
Total Museum		○	Exhibits Guide
The Museum of Photography, seoul		○	Exhibits Guide
National Museum of Modern and Contemporary Art	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
Seoul Museum of Art	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
Young Eun Museum of Contemporary Art	○	○	Exhibits Guide
Buk Seoul Museum of Art	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide, MI
Amway Museum		○	Exhibits Guide
Daejeon Museum of Art	○	○	Posters, billboards, brochures, Exhibits Guide
Kumho Museum		○	Exhibits Guide
Samjin Museum	○		Signboard
Jeju Museum of Art	○	○	brochures, MI

<Table 10> QR code use case analysis of the Museum

정보안내 및 전시 안내 시스템은 관람객의 방문 만족도를 향상시킬 수 있는 긍정적인 활용 방법이다. 하지만 미술관의 존재 및 정보에 무인 지 관람객에게 미술관의 존재를 인지 시켜서 보

조인지 단계로 발전하려면 디자인 QR.코드를 활용하여야 한다.



(Figure 6) QR code Awareness Pyramid

디자인 QR코드가 기본적인 형태의 QR코드보다 호감도가 높다는 연구 자료는 2장에서도 언급하였다. 미술관의 디자인 QR코드를 통하여 인지도를 향상시킬 수 있는 가장 효과적인 방법은 옥외광고, 포스터, 안내 책자 등을 무인지 관람객의 호기심을 유발하도록 디자인 QR코드를 통한 광고를 노출하는 것이다.

5.2 미술관 디자인 QR코드의 활용 제안

디자인 QR코드를 활용하여 홍보할 경우 CI QR코드, BI QR코드, MI QR코드는 변하지 않는 고정된 것으로 공식적인 채널에서 일괄적으로 사용하고 세부 단위의 홍보 프로그램(이벤트, 전시문화 프로그램 등)에서는 각각의 프로그램 성격별로 메시지를 표현해 줄 수 있는 이미지를 넣은 QR코드 디자인을 개별 제작하여 사용하면 좀 더 효과적일 것이다[10].

<표 11> MI QR코드와 프로그램별 QR코드 예시

Lee, Jung-seob Art gallery MI QRCode	Lee, Jung-seob Art gallery MI QRCode by program

<Table 11> MI QRCode and QR code application examples

디자인 QR코드의 활용사례를 편의성, 신속성, 유용성, 유희성, 정보성[12], 차별성의 가치적 특성에 따른 활용사례로 분류하여 다음과 같이 제안한다.

첫째는 편의성, 유용성, 유희성, 정보성, 차별성의 가치적 특성으로의 활용 사례로 디자인 QR코드를 미술관 홍보물과 보도 자료에 사용하여 인지를 상승시키는 것이다. 미술관 홍보 포스터의 주 디자인으로 제작하여 버스정류장이나 유동인구가 많은 장소 등에 게시하여 주목을 끌어 정보 수용자가 정보를 적극적으로 찾아보게 만드는 사례이다.

(그림 7) 디자인 QR코드의 옥외 홍보 활용[20]

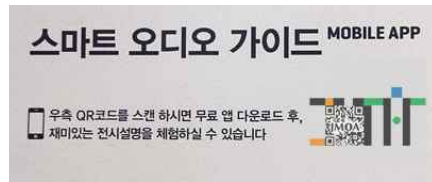


(Figure 7) Suggested of Design QR Codes on Outdoor Promotion

둘째는 편의성, 신속성, 유용성, 정보성의 가치적 특성으로의 활용사례로 미술관 입구 안내 표지에 삽입하여 이용자에게 미리 관람 정보를 제공하는 것 있다. 그리고 관람 시 작품이나 작가의 설명 등이 필요할 때 대부분의 관람객들은 도슨트를 신청하거나 오디오 가이드에 의존한다. 하지만 도슨트의 설명을 들으면서 관람하다보면 본의 아니게 타 관람객에게 방해가 되거나 설명을 놓칠 수 있고 전시설명 스케줄에 맞춰야하는 단점들을 디자인 QR코드를 활용하여 보완할 수 있다. 전시실의 작품제목 옆 QR코드를 스캔하여 접속할 수 있도록 전시물과 함께 제공함으로써 작가의 감성과 의도를 바로 전달할 수 있다. 작품제목이 적힌 종이 또는 도록에 있는 QR코드로 도슨트 없이 쉽게 작품해설을 보고나 들을 수 있다. 또한 미술관은 미리 작가의 인터뷰나 해설을 등록해놓기 때문에 자동으로 온라인 아카이브가 구축되는 이점도 있다. 국내 몇몇 미술관들이 QR코드를 관람가이드로 활용하여 관람객들의 만족도를 높이는 효과를 보고 있다. 제주지역 미술관은 단 한 개소도 활용

한 사례가 없어 시급한 도입이 필요해 보인다.

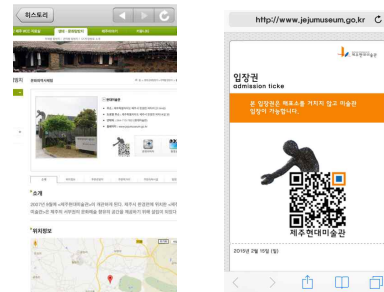
(그림 8) 디자인 QR코드의 스마트 도슨 활용



(Figure 8) Suggested of Design QR Codes on Smart Dawson

세 번째는 편의성, 신속성, 유희성, 차별성의 가치적 특성으로의 활용사례로 QR코드에 미술관 예매 시스템을 연결하여 미술관 관람 시 티켓을 구매하고 입장하는 시간을 단축하고 QR코드 입장권을 사용함으로써 종이티켓의 사용을 줄일 수 있어 친환경 미술관의 이미지 홍보의 효과와 연결 할 수 있다. 10번 입장 시 한번은 무료로 입장 할 수 있는 유희적 이벤트 프로그램도 운영할 수 있다.

(그림 9) 미술관 디자인 QR Code의 스마트 입장권 활용



(Figure 9) Design QR Code Smart Tickets of Art Museum

네 번째는 편의성, 유희성, 정보성, 차별성의 가치적 특성으로의 활용사례로 디자인된 QR코드를 다양한 미술관 홍보 상품으로 제작하여 판매하는 것이다. 디자인 QR코드를 낙관으로 제작하여 개인의 작품이나 편지나 기타 지면용으로 멋스럽게 활용하여 낙관의 역할과 동시에 QR코드를 스캔하게 연결하여 디지털 메시지를 더하여 감동을 주는 것이다.

(그림 10) 디자인 QR코드의 제품을 활용한 홍보[21]



(Figure 10) Design QR Codes of Using paper promotional products

6. 결론

본 연구에서는 제주도립미술관, 제주현대미술관, 이중섭미술관, 기당미술관의 아이덴티티를 확립하고 이미지 제고를 통하여 미술관의 브랜드 가치와 인지도를 높이며 대중과의 효율적 소통관계를 형성하는 방안으로 MI를 반영한 QR코드 디자인의 디자인 시안을 개발하고자하였다. 일차적으로 국내외에서 개발된 QR코드 디자인을 유형별로 분류하여 수신자의 주목을 끌 수 있는 우선순위의 디자인 유형 사례를 분석하고, 제주지역 등록 공립미술관 6개소의 MI 현황을 시각적 구성요소와 표현적 구성요소로 분류하여 체계적인 분석을 통하여 미술관별로 독창적인 디자인 QR코드의 아이덴티티를 확립할 수 있는 디자인 시안을 개발하는 자료로 활용하여 QR코드 디자인의 개발 방향을 설정 하였다. 이차적으로는 MI를 반영한 QR코드 디자인 개발의 필요성과 활용가치를 입증하고자 사비나 미술관을 비롯한 국내 20여개소의 미술관들의 QR코드를 이용하여 전시물의 정보를 제공하는 매체로 활용하고 있어 관람객의 만족도를 향상 시키고 있는 사례를 분석하였다. 분석된 자료를 토대로 미술관의 디자인 QR코드의 활용가치에 대한 사례를 제시하였다. 미술관의 존재 및 정보에 무인지관람객에게 미술관의 존재를 인지시키고 보조인지 단계로 발전하려면 디자인 QR.코드를 활용하여야 한다. 인지도를 향상시킬 수 있는 가장 효과적인 방법은 옥외광고, 포스터, 안내 책자 등을 무인지 관람객의 호기심을 유발하도록 디자인 QR코드를 통한 미술관의 아이덴티티를 노출하는 것이다. 개발된 미술관의 디자인 QR코드가

미술관의 대내외적 이미지 정립과 가치적 특성을 살려서 대중과의 효율적 소통관계를 형성하여 인지도를 향상시키고 국제적 수준의 문화예술시설로써의 지역민 뿐 아니라 지역의 방문객에게 문화적 욕구충족은 물론 지역경제 활성화에 기여 할 것을 기대해 본다.

References

- [1] Choi Ko-eun, "Museum of Contemporary Art, Branding Strategy through the BI", Hongik University graduate school, Dec. 2011.
- [2] Cho, Han-Hee 2 others, Museum System Improvement Study, 1st Seminar Museum, Oct. 2004.
- [3] Dae - Hee Kim, "Enjoy the art in the hand, 'Smart' art_Museum in mobile tour-Auction bid - once to the exhibit information", CNB News, 24 Nov. 2010.
- [4] Jeong, chang-deok, QR Code Item 50 kinds of new industries, Naeha Publisher, pp.5-20, Feb. 2011.
- [5] Jwa Yongcheol, "Seogwipo culture and arts policy, what is the problem?", The sound of Jeju, Feb. 2015.
- [6] Kim ho-cheon, Lee Jung-seob popular Seogwipo Museum visitors increase 40%, AP, Jan. 2014.
- [7] Kim, ok-ja, "Seoul City, Start corrective guide you through the design one step further from the existing black and Design QR code", News Daily, Sep. 2010
- [8] Kim, wan-byeong, "[Start the day]Culture flourished and the Museum of Performance Index", Halla Ilbo, Feb. 2014.
- [9] National cultural infrastructure Overview, Cultural Policy Research Institute, Local ethnic culture section, Ministry of Culture, Sports and Tourism, pp14-51 5, Nov., 2004.
- [10] Park Eun-suk, Park Yun-sun, Social mobile era QR Code marketing strategy, Hanbit Media Inc., pp.1-183, May, 2011.
- [11] Status and demand investigation of cultural infrastructure, pp43, 2004.

- [12] Sun, Yan-Hai, "The effect of value characteristic factor of QR code to consumert use intention and use satisfaction", Graduate School Chonnam National University, pp.9-24, Aug, 2012.
- [13] Yang Hae-jin, "The influence of Design QR Code on the a receiver's response: Focusing on Attention and Regognition", The Graduate School of Chung-Ang University, pp.27-38, Aug. 2011.
- [14] <http://www.jeju.go.kr/>, jeju, 2015.
- [15] <http://gidang.seogwipo.go.kr/>, gidang Museum, 2015
- [16] Symbol Mark, Jeju Museum of Art, jmoa.jeju.go.kr
- [17] <http://ubiu.net/imagecode/>, ubiu, 2015.
- [18] 'QR Cade', doopedia Encyclopedia, <http://www.doopedia.co.kr>, 2014.
- [19] <http://jslee.seogwipo.go.kr>, Jung-seob Lee Art gallery, 2015.
- [20] <http://hankyung.com/news/app/newsview>, Korea's economy, Mar. 2014.
- [21] <http://news.unipack.ru>, Unipack News, Dec. 2014.

김 서 영



1999년 : Arizona State University (B.A-Studio Art: Intermedia)
2000년 : Texas A&M University-Commerce (M.S-Computer Graphic design)

2003년~현재 : 호남대학교 문화산업경영학과 교수
관심분야 : 콘텐츠디자인, 애니메이션, 캐릭터, 디자인경영, 문화예술