

인천국제환경영상제를 위한 시각디자인 개발

Inchon International Environmental Film Festival Visual Design Development

김영희, 이은석

시립인천전문대학 산업디자인과,
한남대학교 정보통신·멀티미디어공학부

Kim Young-hee, Lee Eun-seok

Dept. of Industrial Design, Incheon City College.,
College of Multimedia, Hannam University.

● Keyword : Film, Environmental, Incheon

1. 서론

1-1. 개발배경

‘인천국제환경영상문화제’는 세계 각국의 우수한 환경관련 다큐멘터리 영상물을 보여주는 영상축제로 2001년도 하반기 9, 10월 중 개최될 예정이다. 인천의제21실천협의회는 환경보전을 문화와 결합시키는 국제규모 행사를 개최해 환경친화적인 도시로 탈바꿈하는 인천의 이미지를 세계에 알린다는 취지에서 이 행사를 추진하고 있다.

예로부터 인천은 중국교역의 국가 관문인 동시에 다가올 남북 통일시대의 전초 도시이다. 또한 인천은 인천국제공항 건설·송도 정보화 신도시 조성·항만기능의 확충 등 하늘과 땅, 그리고 바다에서의 동시적인 도시기반시설 구축을 통해 21세기 동북아의 중심도시로 응비하고 있다.

그러나 새 천년, 환경의 세기를 맞아 이러한 대규모 도시개발은 환경보전과 조화를 이루어 환경적으로 건전하고 지속 가능한 개발(Environmental Sound and Sustainable Development)이 되어야만 국제적인 도시 경쟁력을 제고시킬 수 있다. 이를 위해서는 인천을 지구환경보전이라는 국제적 협약을 이행하는 친환경적 도시로 그 위상을 높이고 현실의 한계를 고려하여 지속적으로 삶의 방식을 개선해 나가는 시민의식이 정착된 환경 모범도시로 만들어 가려는 범시민적 노력이 요구된다. 이를 실천하기 위하여 국내 최초로 기획된 구체적인 행동의 하나가 인천국제환경영상제이다.

따라서 인천국제환경영상제는 환경과 인간을 테마로 한 영상물의 표현을 통하여 세계적 흐름인 개발과 보전의 이면에 부응하고 지역적으로는 인천을 자연생태환경과 인간문화 환경이 어우러진 도시로 만들기 위한 범시민적 참여와 노력의 집합이다. 또한 우리 국민들에게는 지구적으로 생각하고 지역적으로 행동하는(Globally Thinking, Locally Acting) 새 천년 세계국민으로서 갖추어야 할 새로운 패러다임을 제시하는 것이 그 배경이라 할 수 있다.

이러한 인천의 의지를 기본으로 하고 환경영상제의 의미를 부합하여 행사의 이미지를 효율적으로 홍보하고 알리는데 효과적으로 적용토록 시각디자인 개발을 추진한다.

1-2. 개발목적 및 방향

국내에서는 최초로 인간과 환경을 주제로 한 다양한 영상을 통해 국민들에게 지구 환경의 위기를 바르게 인식시키고 인천을 환경적으로 건전하고 지속 가능한 개발이 실천되는 도시로 만들기 위한 국제적인 노력과 시민참여 행동을 확산시키는데 그 목적이 있다. 그 기본 방향은

- 모든 시각·홍보 물질을 제작하고 또한 On-Line상에 적용할 때 용이하도록 표현한다.
- 지구환경보전에 대한 국민적 공감대를 형성할 수 있는 시각적인 소재를 발굴하여 인지도를 높인다.
- 인천의 지역적인 소재를 토대로 이미지를 정립한다.

2. 본론

2-1 디자인 전략 및 컨셉

2-1-1. 상징성

상징에는 언어, 수학, 과학 그리고 그래픽 등 다양한 유형이 있다. 상징의 힘은 그것이 잠재 의식에 발휘하는 효과에 있다고 할 수 있다. 그래서 우선 인천의 지리적 특성과 환경 영상제의 현재의 포지션을 파악하여 소비자 우위의 정보획득과 네트워크에 기반한 CI를 추구함으로써 상징의 다원적 접근의 시대에 접목하는 디자인 개발을 최대 과제의 하나로 목표를 둔다. 또한, 인천국제환경영상제의 마케팅 전략의 표현 및 마케팅의 상징적 이미지 도입으로 행사의 이익창출과 경영질서만을 추구하는 기능에서 탈피하고 최종적으로는 글로벌 네트워크에 입각한 디자인의 창출이 멀티미디어시대에 종합적인 아이덴티티의 형성이 중요하다.

2-1-2. 환경

현재는 새로운 형태의 정보 아이덴티티는 네트워크와 양방향 정보통신에 의존한다. 이에 따라 행사와 관련하여 사용상의 환경을 중심으로 수집·분석함과 동시에 다양한 소비자와 이용자의 환경을 조사실사(調査實査)를 진행하고 분석내용은 해당 영역의 시장추이와 현상, 앞으로의 전망, 그 외 주목할 만한 가치가 있는 것들의 동향 등을 분석한다. 또한, 생활 환경변화에 따른 행동추이와 앞으로의 경향 등도 분석하여 적용토록 한다.

2-1-3. 목표의 설정

소비자들은 그들이 원하는 이미지와 그들 자신의 Life Style, 환경, 성격 등을 비교 대조하게 되며, 인천국제환경영상제 행사의 무게감 등을 그들의 생활환경 등에 무의식적으로 적용하게 된다.

행사의 이미지는 그 자체가 신용으로서 부가가치를 높여준과 동시에 새로운 생활의 만족감을 높여주는 역할을 겸하게 된다.

- KEY WORD추출



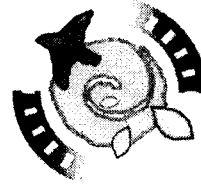
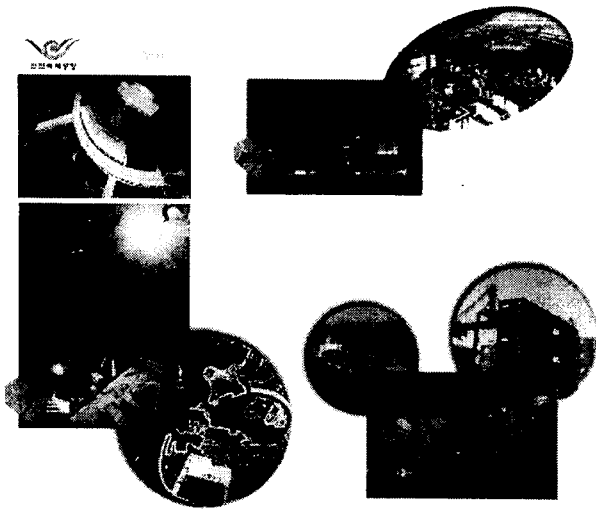
2-1-4. 포지셔닝 전략

인천의 지역적인 성격과 행사의 기본 목표를 토대로 심볼의 목표를 설정하고, 그로부터 어느 정도의 세어를 취할 수 있는지를 검토한다. 차별화가 명확히 되도록 엄밀히 이미지로 규정된 후에 적용한다.

a. 목표와 Share 시장

(구체적인 방법은 디자인 진행과 동시에 인천국제환경영상제의 마케팅 계획을 충실하여 적용한다.)

- b. 차별화점의 규정(인천의 지역적 특성, 환경영상제, 등)
- c. 포지셔닝의 결정 및 이미지 정립



인천국제환경영상제
Incheon International Environmental Film Festival



Incheon ECO-REPORT 21
Incheon International Environmental Film Festival



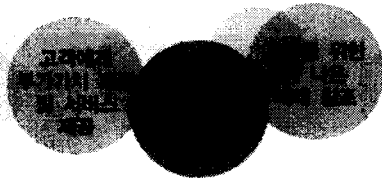
Incheon International Environmental Film Festival



Incheon International Environmental Film Festival

2-1-5. 디자인 컨셉

앞에서 설정된 행사 포지셔닝에 가장 적합한 사용자 층을 가늠한 한 구체적으로 정리한다. 인천국제환경영상제의 특성과 활용성 타 영상제와 차이점을 상호의존적으로 검토한다. 영상제의 이미지를 고객의 관점에서 서비스를 제공하여 글로벌 문화에 접근하는 시민의식을 형성하는데 포함시켜 진행한다.



- a. 소비자 타겟의 설정 (전 연령층)
- b. 사용장면과 용도(시각물의 경우)
- c. 영상제의 특성과 장점(영상물의 경우)
- d. 환경 이미지

2-1-6. 디자인 진행

a. 1-Step 분석

우선 정보를 모으고, 문제를 정의하며 목표를 세운 것을 그 행사를 내부적으로 주체하고 운영하는 조직체의 인지 방향을 제대로 설정하고 대외적으로 사용자의 분석의 결과를 정리한다

b. 2-Step 디자인 모색

디자인 모색의 단계에서는 창의력과 행사의 아이덴티티의 핵심이 되므로 커뮤니케이션 목표가 설정되어 있는 상태에서 마케팅 및 여러 가지 상황을 고려해서 디자인을 진행한다.

c. 3-Step 디자인 구체화

이 구체화 과정 동안은 심볼의 구체적인 방향을 결정한다.

- 유연성 : 그 디자인이 다른 것에도 쉽게 응용할 수 있는가?
- 정보의 충실성 : 필요한 내용(행사명, 핵심적인 요약어 등)
- 일관성 : 디자인 요소가 다른 대상물에도 일관되게 적용될 수 있는가

2-2 디자인 개발

- 디자인 결정안

3. 결론

인천국제환경영상제는 국내 최초의 환경영상제로 개최지인 인천지역만의 행사가 아니라 영상을 통한 전 국민의 환경영상축제로 인식을 높인다. 따라서 이번 시각디자인 개발은 인천국제환경영상제가 갖는 유·무형의 기대효과를 높이는데 일익을 담당할 것으로 기대된다.

a. 기능성

다른 영상제 행사에 비해 독특한 성격의 시장 점유율을 가지고 있다. 또한 문화제 전체 시장에서도 가장 높은 시장을 갖고 있어 영상제로는 가장 높다고 할 수 있다. 환경과 인간에 대한 의식을 제고하고 환경친화적 삶의 체험장을 느낄 수 있는 이미지를 함양하는 동시에 영상을 통한 청소년들의 조기 환경의식 고취 및 종합적인 지구 환경 보전에 대한 공감대를 형성하는데 지대한 영향력이 있다.

b. 디자인

인천국제환경영상제의 이미지를 다른 문화행사와 차별화 전략에 따라 새롭게 개발된 환경영상제를 인천을 근거로 하는 지역민의 이미지를 최대한 살려 시각적으로 가독성이 높은 Symbol Mark의 표현으로 효과적으로 개발하였다.

1. 인천국제환경영상제의 환경의 일체감 부여로 국민들에게는 커뮤니케이션 기능을 증대시키고
2. 환경영상제를 기억하게 하는 효과와 함께 타문화 행사와의 차별화를 느낄 수 있으며
3. 환경영상제의 활성화와 더불어서 새로운 문화의 이미지창조를 가증시킬 수 있다.
4. 또한 행사와 관련하여 홍보와 이미지의 강도, 지명도 등을 강화시킬 수 있으며
5. 환경영상제의 경영 이미지 통일에 따른 홍보, 투자, 경영관리 등에서의 상승효과가 기대된다.

인천국제환경영상제는 주로 인천지역 주민 및 전 국민을 대상으로 불특정다수에게로 시각적인 인지도에 많은 영향력을 주는 소재와 색상에 디자인의 중점을 두어 적용을 하였다.