

심미성을 적용한 심볼개발 사례연구

The Case Study on the Development of Symbol Design through Aesthetic

김 지애, 홍 찬석, 양 종열, 조 동민
전북대학교 산업디자인학과

Kim Ji-Ae, Hong Chan-Seok, Yang Jong-Youl, Cho Dong-Min
Dept. of Industrial Design, Chonbuk National Univ.

● Keywords: Aesthetic, Symbol Design

I. 연구배경 및 목적

심볼의 선정은 도입목적에 맞는 이상적인 이미지 목표를 세우고 그것을 현실화하기 위해 이루어지는 디자인 활동이며 모든 디자인이 동일한 시각적 이미지를 갖는 방향으로 전개됨으로써 서로 상승효과를 거둘 수 있도록, 이미지의 제반요소를 일관성 있게 창출하는 조형활동이다. 이러한 심볼의 중요성에도 불구하고, 어떤 심볼들은 부정적 평가를 받아 회사의 이미지를 해치게 되는데 이것은 초기의 잘못된 심볼 선택으로부터 야기된다. 최초로 형성된 그릇된 이미지는 오랜 기간에 걸쳐 해당 기업 또는 단체의 발전에 장애요인으로 작용하게 되므로 심볼 디자인과 소비자의 반응 그리고 이에 영향을 미치는 요소에 대한 연구가 필요하다.

많은 출판물들을 살펴보면 오늘날 시장환경에서의 성공여부를 결정짓는 중요한 요인으로 심미성과 디자인의 중요성이 부각되고 있다. 그것은 심미성에 관한 연구가 디자인의 심미적 요소평가에 대한 통찰력을 제공해 주고 소비자의 감정 및 행동에 영향을 주는지에 대한 통찰력을 제공해주기 때문이다. 따라서 심볼 디자인에 있어서 심미성에 관한 연구와 소비자의 심미적 요구에 관한 이해가 필요하다.

이에 본 연구에서는 지방자치단체 심볼을 중심으로 소비자의 긍정적 감정을 유도하기 위한 심미적 영향요소와 디자인 영향요소를 살펴보고 이를 통한 효과적 심볼 개발 프로세스를 정립하고자 한다.

II. 연구방법

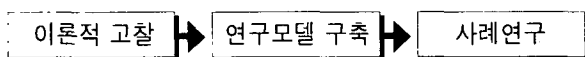


그림 1. 연구방법

III. 디자인에 관련된 심미성 문헌 고찰

1. 심볼 디자인에 있어서 심미성의 중요성

심볼 디자인에 있어서 심미성을 살펴보면 심볼 디자인은 주의와 강력한 긍정적 감정을 내포함으로써 소비자들에게 심미적 반응을 이끌 수 있다. 심미성에 의한 긍정적 감정은 디자인된 심볼에서부터 제품이나 기업으로 전이될 수 있기 때문에 심볼의 성공에 있어서 중요하다.

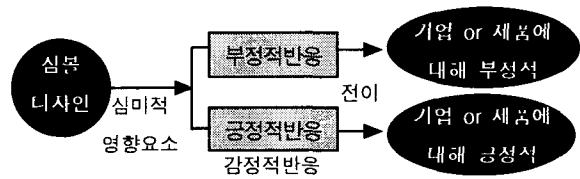


그림 2. 심볼디자인과 심미성

2. 디자인의 심미성 평가를 위한 차원 고찰

상대주의적 관점에서 심미성을 평가할 수 있는 측정도구(심미적 요소)들이 고안될 수 있는데 각각의 차원을 살펴보면 다음과 같다.

자연적인 것 (Natural)	유기성 (Organic)
조화 (Harmony)	균형 (Balance)
정교성 (Elaborate)	대칭 (Symmetry)
반복성 (Repetition)	복잡성 (Complexity)
비례 (Proportion)	율동 (Rhythm)
곡선 (Round)	깊이 (Depth)
추상성 (Abstract)	게슈탈트 (Gestalt)

표1. 심미성 평가를 위한 14개 차원

IV. 심미성을 고려한 심볼개발 연구모델

소비자의 감정반응에 영향을 미치는 요소와 선호요인을 추출하기 위하여 다음과 같은 연구모델을 구축하였다.



그림 3. 연구모델

V. 사례연구

구상형 심볼이 큰 비중을 차지하는 지방자치단체 가운데 자연물의 대표성이 강한 도시로 추측되는 '정읍시'를 채택하여 본 연구를 진행하였다.

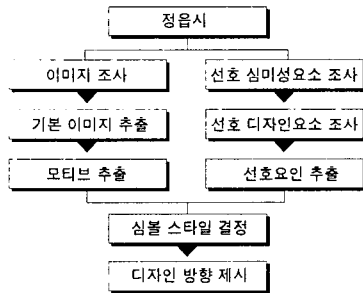


그림 4. 사례연구 프로세스

1. 지역이미지 조사

이미지 조사에서는 정읍시를 대표할 수 있는 '상징물'과 '지역발전방향'을 찾아내는데 있어 객관성을 높이기 위하여 정읍시민과 타지인을 대상으로 설문조사를 실시 하였다.

현재 인식도	'문화유적' 많고 '환경'이 보존된 고장'
미래 발전방향	'전통'과 '환경'을 보존하는 농촌지역
정읍의 자랑거리	'멋진 자연경치'
대표적 상징물	'단풍축제'
어울리는 색상	'빨강색' '녹색'

표 2. 정읍시 지역이미지 조사 결과

2. 선호디자인 요소 조사

2-1. 실험을 위한 자극물 선택

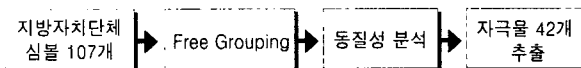


그림 5. 사례연구를 위한 자극물 선택

2-2. 선호도조사

측정방법	각 항목을 5점 의미척도로 측정
조사방법	show card와 설문지에 의한 면접방식
통계처리	· SPSS/PC+카테고리에 의한 전산처리 실시 · 기술분석, 요인분석, 동질성분석, 분산분석 실시

표 3. 선호도 조사 방법

2-3. 선호집단에 따른 선호요인 추출

요인 1차원	균형, 대칭, 비례
요인 2차원	자연적인 것
요인 3차원	단순, 정교하지 않음
요인 4차원	전체적 아름다움

표 4. 선호집단에 따른 각각의 선호요인

2-4. 선호집단과 주관적 디자인 요소와의 관계

- 균형, 대칭, 비례가 적절한 정도가 선호된다.
- 자연스러울수록 선호된다.
- 복잡하지 않으며 단순할수록 선호된다.
- 전체적으로 아름다운 심볼이 선호된다.

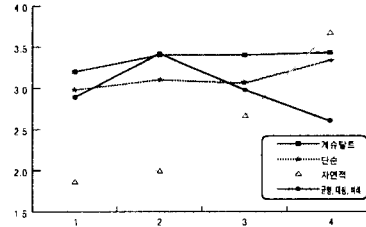


그림 6. 심미적 영향요소와 긍정적 감정반응

2-5. 선호집단과 객관적 디자인 요소와의 관계

선호집단	객관적(형태적) 디자인 요소	비선호집단
자연물	소재	기하학적
비전형적 자유곡선	선	전형적인 선, 직선 및 90도 아래각 주로 사용
다 색상, 한 난색 계열혼합	색상	한색계열 및 단색주류

표 5. 소비자반응과 디자인 요소의 관계

VI. 조사결과

이미지조사, 선호 디자인요소조사, 선호 심미성요소 조사를 통한 결과를 바탕으로 정읍시 심볼 마크의 디자인방향을 제시하면 다음과 같다.

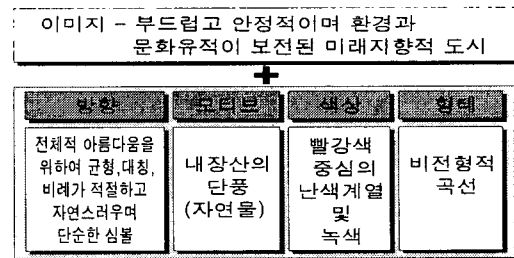


그림 7. 디자인 방향

VII. 결론 및 향후연구과제

심볼디자인의 궁극적 목적인 소비자의 긍정적 감정 반응을 유도하기 위하여 본 연구에서는 이미지 조사와 함께 심미적 영향요소를 도입하여 심볼 디자인 개발을 진행하였다. 심미성을 구성하고 있는 객관적 디자인요소와 주관적 디자인요소로 구분하여 각각의 선호요소를 추출하고 이를 심볼 디자인 개발에 도입하므로써 좀 더 체계적이고 분석적인 심볼 개발을 가능하게 할 수 있었다. 향후 연구에서는 광범위한 표본수를 이용한 조사를 통하여 본 연구와의 비교 검토가 필요하다.