

지자체 심벌마크의 정체성 표현 방법에 관한 연구

A study on the method of expressing the identity of the symbol mark of local governments

주 저 자 : 김희아(Kim, Hi A)

한양사이버대학교 디자인대학원 석사과정

교 신 저 자 : 엄기준(Um, Gi Jun)

한양사이버대학교 디자인학부 교수

umkj@hycu.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2022.3.288>

접수일자 2022. 8. 24. / 심사완료일자 2022. 9. 15. / 게재확정일자 2022. 9. 25.

Abstract

Identity does not change as the essence of existence or the quality that identifies it. It is an arbitrary self-awareness accompanied by other recognition. The design of the 'symbol mark' of the local government for the expression of identity should express the unique characteristics that do not change well. However, in the case of local governments in Korea, despite the enormous cost and effort, there are constant debates as to whether the 'symbol mark' well represents the characteristics and identity of the region or whether the meaning of the symbol is well conveyed to the local residents.

As a result of examining the identity expression method of the 'symbol mark' of local governments in this study, it was found that local governments in Korea found the expression of identity in the natural environment the most, followed by the name of the local government. Relatively, there were not many that express historical and cultural characteristics in the symbol mark.

A method of expressing the identity of a local government, just as the history and culture of a country shape the present shape, the local history and culture shape the current shape of the region, and a person's past life creates the person's present shape. Therefore, it is suggested that historical and cultural characteristics are more desirable.

There may be differences in the degree of splendor of history and culture for each local government, but there is no place where the history of the region is absent. The future can be changed at any time by the election of the head of the local government. Therefore, we propose a design methodology that expresses the identity of the local government that reflects the past in the 'symbol mark' posted by the local government and the identity of the local government that reflects the future in the 'brand slogan'.

Keyword

지자체(Local government), 심벌마크(symbol mark), 정체성(Identity)

요약

정체성은 존재의 본질이나 이를 규명하는 성질로써 변하지 않는 타의적 인정이 동반되는 자의적 자기인식이다. 정체성 표현을 위한 지자체의 '심벌마크' 디자인은 변하지 않는 독창적인 특징을 잘 표현하여야 한다. 그러나 우리나라 지자체의 경우, 막대한 비용과 노력에도 불구하고 '심벌마크'가 그 지역의 특징과 정체성을 잘 나타내고 있는지, 또는 지역 주민에게 상징물의 의미가 잘 전달되고 있는가에 대해 끊임없이 논란이 제기되고 있다.

본 연구에서 우리나라 지자체의 '심벌마크' 정체성 표현방법에 대해 알아본 결과 우리나라의 지자체들은 정체성 표현을 자연적 환경에서 찾는 경우가 가장 많게 나타났고 다음으로는 지자체 명칭(문자)이었다. 상대적으로 역사·문화적 특징을 심벌마크에 표현하는 경우는 낮은 수치를 보였다.

그러나 한 나라의 역사와 문화가 현재의 모습을, 지역의 역사와 문화가 그 지역의 현재의 모습을, 한 사람의 과거의 삶이 그 사람의 현재의 모습을 만들어 가는 것처럼, 지자체의 정체성을 표현하는 방법으로 역사·문화적 특징이 더욱 바람직하다고 제안해 본다.

지자체마다 역사와 문화의 찬란함 정도의 차이가 있을 수 있으나 해당 지역만의 역사가 부재한 곳은 없다. 미래적인 것은 지방자치단체장이 선출로 언제든지 바뀔 수 있다. 따라서 현재 지자체가 게시하고 있는 '심벌마크'에는 과거를 반영한 정체성을, '브랜드 슬로건' 등에는 미래를 반영한 지자체 정체성을 표현하는 디자인 방법론을 제안해 본다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 범위 및 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 지자체의 정체성 디자인
- 2-2. 지자체의 심벌마크 디자인
- 2-3. 선행연구 분석

3. 지자체 심벌마크 디자인 분석

- 3-1. 전국 지자체 심벌마크 현황
- 3-2. 시각화 요소와 의미 분석
- 3-3. 시각화 요소 사용빈도 분석
- 3-4. 표현 관점 분석

4. 결론 및 제언

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

우리나라는 1995년부터 본격적인 지방자치제를 시행하게 되면서 각 지자체의 고유 정체성을 홍보하고 나타낼 필요성이 더욱 커졌다. 1990년 부천시가 선두로 지자체의 정체성 디자인을 시행하였고, 이어서 다른 지자체들도 지역의 정체성과 지향하는 바를 담아 상징물을 제작하기 시작했다.

그러나 지자체의 상징물 디자인이 그 지역의 특징과 정체성을 잘 나타내고 있는가, 혹은 상징물의 의미가 지역 주민에게 잘 전달되고 있는가에 대해 끊임없이 논란이 제기되고 있다.

따라서 우리나라 지자체는 어떤 방법으로 정체성을 표현하고자 했는지 지역별로 분석하여 그 특징을 알아보고 문제점에 대한 대안을 제시하여 향후 지자체의 정체성 디자인에 도움을 주고자 한다.

1-2. 연구의 범위 및 방법

현재 우리나라의 행정구역은 총 226개이다. 전국을 대상으로 지역의 정체성 표현방법을 연구함에 있어 행정구역의 위계 관계는 배제했고, 상위 행정구역과 공간적으로 중복되는 점을 감안하여 특별시 및 광역시 내 '구'와 8개의 도는 배제했다. 따라서 67개를 제외한 159개의 지자체를 대상으로 인터넷에 게시된 상징물을 조사·분석했다. 상징물은 각 지자체마다 다양한 명칭(상징물, 로고, 워드마크, 휘장, 심벌 등)으로 게시하고 있는데 본 연구에서는 통일된 명칭으로 '심벌마크'를 사용하기로 했다.

[표 1] 연구대상 지자체 수

지역	해안가	내륙	합계	비고
경기	5	26	31	특별·광역 시 내 67개 구 제외
강원	6	12	18	
충남	4	8	12	
충북		11	11	
경남	9	12	21	
경북	4	18	22	
전남	12	7	19	
전북	7	10	17	
특별·광역시 등	3	5	8	
합계	50	109	159	

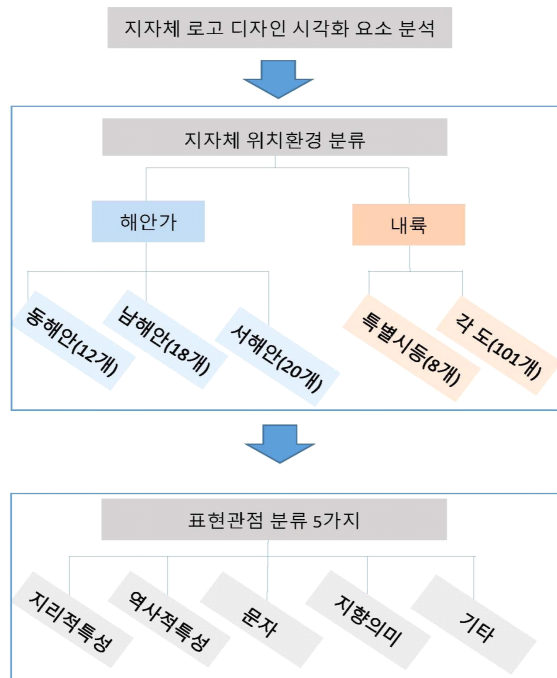
① 지자체가 심벌마크를 표현하고자 하는 시각화 요소에 대해 분석했다. ①-1 심벌마크 디자인을 위해 어떤 시각화 요소를 사용하고 있는지 그리고 ①-2 시각화 요소의 종류별로 어떤 의미를 함축하려고 했는지 분석했다.

② 지자체 심벌마크에 자주 등장하는 시각화 요소의 종류를 분류하여 ②-1 해안가와 ②-2 내륙의 차이점을 분석한 다음 ②-3 종합적인 특징을 분석했다. 시각화 요소의 종류 분류 시 자연 환경적인지 인문 환경적인지도 동시에 분석했다.

③ 시각화 요소의 표현 관점 특징을 지리적 특성, 역사적 특성, 문자, 지향 의미, 기타로 분류하여 분석하되 지자체의 위치적 특징인 ③-1 해안가와 ③-2 내륙으로 분류하여 차이점을 분석한 다음 ③-3 종합적 특징을 분석했다. 해안가 분석 시 동해안, 남해안, 서해안

을 분류하여 방향별로 표현 관점의 차이점도 분석했다.

자자체가 위치한 지리적 환경이 정체성 표현에 얼마나 반영되고 있는지, 또한 같은 해안가일 경우라도 방향에 따라 정체성이 어떻게 다르게 표현되고 있는지 알기 위해 해안가와 내륙으로 분류하고 해안가는 2차적으로 동·남·서 측으로 분류하여 분석했다.



[그림 1] 연구분석 흐름도

2. 이론적 배경

2-1. 지자체의 정체성 디자인

정체성은 존재의 본질이나 이를 규명하는 성질¹⁾으로써 시간 흐름에 상관없이 타의적 인정이 동반되는 자의적 자기 인식이며, 자기 내적 요소들을 종합하여 지속적으로 표현되는 통합적 성질이다.²⁾ 따라서 지자체의 정체성 표현은 그 지자체의 변하지 않는 존재 또는 본질을 나타내야 하고 이에 대한 내·외부적인 인정이 되어야 바람직한 지자체의 정체성 디자인이라고 할 수 있다. 또한 어떤 것을 지시하거나 의미한다는 디자인

(De+Signare)의 어원에서도 알 수 있듯이 지자체 정체성 디자인을 통해 시각적, 함축적으로 지자체를 나타낼 수 있어야 한다.

해외의 지자체 정체성 디자인의 배경을 보면 한 가문이 차별화되어야 하는 필요성과 욕구에 의해 가문을 상징하는 그림이나 이미지를 가문의 소유물에 표시하거나 휘장 및 깃발에 장식하면서 시작되었다. 이후 산업화로 사회가 발전하면서 정체성 표현은 이익을 목적으로 하는 기업에서 먼저 체계화하여 활용하기 시작한 것이 CI, BI이다.³⁾

우리나라는 지자체가 각자의 정체성을 표현하기 위해 기업의 CI, BI 개념을 도입했으나 공공의 차별화된 프로세스 없이 자율적으로 행해지고 있고, 용어도 다양하게 게시되고 있으며, 정체성 디자인에 대한 중요성과 필요성, 활용성에 대한 인식이 미약하게 형성되어 있는 곳도 많다. 이에 지자체 심벌마크에 대해 지속적으로 문제가 제기되고 있는 실정이다.

2-2. 지자체의 심벌마크 디자인

지자체 정체성을 디자인한 심벌마크는 상징물, 휘장, CI, 심벌마크, 심벌, 심벌마크, 도기(도의 경우), 군기(군의 경우), 상징마크(부산시, 대전시 등) 등 각 지자체마다 다양하게 불리고 있다. 본 연구에서는 이것을 '심벌마크'라고 통일된 명칭을 사용하기로 했다.

심벌마크란 Symbol과 mark의 합성어로서, Symbol은 그 어원이 그리스어 Symbolon이며 이는 기호라는 말로 발전하여 각종 조직, 기관 등의 목적, 정신, 주체, 내용 등을 상징하는 간단한 형상을 의미하게 되었다. Mark는 자신을 대표하고 타인으로부터 구별하기 위한 표시로서 결국 지자체의 심벌마크(Symbol mark)는 지자체를 상징하고 대표하며 타 지자체와의 차별화된 정체성을 나타내야 한다.⁴⁾

2-3. 선행연구 분석

2020년 고단비⁵⁾의 연구는 162개의 지자체 심벌마

1) 위키백과.(2022.08.24.). URL: <https://ko.wikipedia.org/wiki/정체성>

2) 김영식 외, 지방자치단체 C.I의 심벌마크 유사성에 관한 연구, 한국디자인트렌드학회, 2007, vol.16, p.115

3) 2020, 고단비, 지방자치단체 심벌마크 개발을 위한 아이덴티티 속성 활용에 관한 연구 pp.9~11

4) 이재현, 국내 기업심벌마크의 변천, 한국콘텐츠학회논문지, 2006, vol.7, p.208

5) 고단비, 지방자치단체 심벌마크 개발을 위한 아이덴티티 속성활용에 관한 연구, 조선대학교 대학원 석사학위논문, 2020

크의 호감도를 조사했다. 고단비는 지자체의 아이덴티티 디자인의 속성과 시각 모티브 간 상관관계 분석을 통해 활용 방안을 제시했다. 호감도가 높은 집단에서는 위계질서가 있었고 낮은 집단은 상호 관계와 위계질서 없이 무분별하게 심벌마크를 개발하는 것으로 나타났으며 시각 모티브를 획일적으로 사용하여 차별성이 떨어지는 문제점을 도출했다.

2018년 이철⁶⁾의 연구에서는 전국 248개의 지자체를 대상으로 심벌마크의 어떤 조형요소가 긍정 또는 부정적 감성을 유발하는지를 알아보고, 긍정과 부정의 공통점과 특성을 분석했다. 그 결과 색채, 형태, 형상 사이의 상호작용이 공감도를 높이는 데 가장 큰 역할을 하고 있고 상호작용을 유도하는 것은 공간이며 이 공간은 심벌마크 제작에 필수 요소로 자리한다는 점을 도출되었다.

여기서 말하는 공간이 '한국만의 CI 미학을 구성하는 독특한 인자인가에 대한 고민이 필요하고 디자인 계획의 첫 단계부터 수용자와 공감하는 의미와 표현이 적용되어야 한다고 주장했다.

2008년 김영식 외⁷⁾의 연구에서는 16개의 광역시와 86개의 기초자치단체의 심벌마크를 대상으로 형태, 색상, 상징 이미지 등을 비교·분석한 결과 심벌마크들의 유사성이 높아 각 지자체만의 차별화된 정체성을 표현하지 못했다는 결론을 내렸다.

전국을 대상으로 한 지자체 정체성(Identity) 디자인에 대한 선행 연구를 분석해 본 결과 고단비의 연구는 디자인 관련 전공자 입장에서의 선호도를 중심으로, 이철의 연구는 수용자 입장에서의 감성 중심으로 데이터를 도출하여 향후 지자체의 심벌마크 디자인에 도움을 주고자 했다.

김영식의 연구는 심벌마크 표현 방법에 대한 연구라는 점이 본 연구와 유사하며, 고단비의 연구는 심벌마크 속성에 대해 키워드를 도출하고 도출된 키워드에 대해 정의하며 그것을 기준으로 분석했다는 점이 본 연구와 유사하다.

그러나 위의 세 가지 선행 연구는 전국을 지역 구분 없이 연구한 결과지만 본 연구는 지역의 특성인 지리적 환경이 지자체의 정체성 표현에 영향을 미친다는 점을 나타냈다는 점에서 차별점이 있다. 그 방법으로 1

차 분류로 해안가와 내륙을, 2차 분류로 해안가 중에서도 동·남·서 측을 분류하여 그 특징을 분석하여 지자체의 심벌마크 제작 시 참고 자료로 활용하여 해당 지자체만의 독창적인 디자인을 도출하는 데 도움을 줄 수 있다.

또한, 지자체가 표현하고자 하는 정체성은 무엇인지, 어디서 정체성을 찾고 있는지를 분석하여 지자체 정체성 디자인에 근본적인 문제점을 찾아 대안을 제시하고자 했다.

3. 지자체 심벌마크 디자인 분석

3-1 전국 지자체 심벌마크 현황

현재 전국 지자체 226개 중 섬 지역과 특별·광역시 내 구 67개를 제외하고 159개를 대상으로 연구·분석을 진행했다. 지역별로 지자체 대상 수와 심벌마크 현황은 아래와 같다.



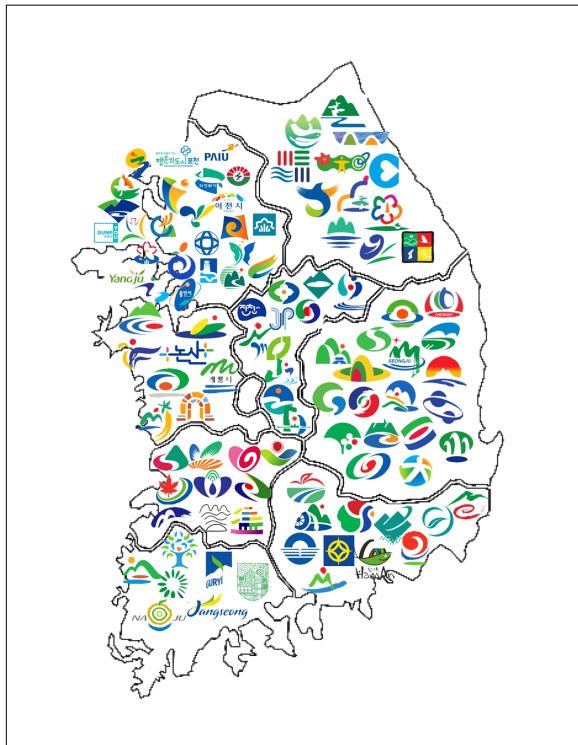
[그림 2] 전국 지자체 심벌마크 현황

6) 이철, 한국지자체 심벌마크의 수용자 인식, 한국일러스트레이션학회, 2018, vol.19, no.56

7) 김영식 외, 지방자치단체 C.I의 심벌마크 유사성에 관한 연구, 한국디자인트렌드학회, 2007, vol. no.16



[그림 3] 해안가 지자체 심벌마크 현황



[그림 4] 내륙 지자체 심벌마크 현황

3-2. 시각화 요소와 의미 분석

지자체 심벌마크의 형태를 결정하기 위해 어떤 시각화 요소를 사용했는지 알아보았다. 자연적 환경 요소로는 태양, 바다(파도), 산·들, 천(川), 새, 나무, 꽃·잎

등이 나타났으며 인문적 환경 요소로는 역사·유적, 문자(지자체 명칭), 사람 등 기타 여러 가지로 나타났다. 이러한 시각화 요소들이 어떤 의미로 활용되었는지 알아본 후 지자체가 의미 부여하려는 시각화 요소들은 무엇인지 교차 분석을 해보았다.

특이한 점은 서해안과 동해안에서 태양을 사용한 지자체는 의미 부여에 차이가 있었다. 동해안은 미래에 대한 비전의 의미로 사용했지만 서해안은 청정이라는 현재 의미로 사용했다.

[표 2] 심벌마크 디자인 시각화 요소와 의미 분석

구분	의미	지자체
태양	풍요로운 미래발전, 기상, 국제도시로서의 비전 암시, 진취적인 기상, 번영 기원, 희망, 개방적이고 긍정적인 사고, 영원한 생명력, 떠오르는 도시, 청정환경	서울, 안양, 속초, 동해, 강릉, 태백, 삼척, 서울, 안양, 속초, 동해, 강릉, 태백, 삼척, 강릉, 양양, 고성, 광양, 장흥, 김제, 서천, 거제, 김해, 사천, 울진, 광주, 의왕, 합천, 영천, 순창, 합천, 함양, 김천, 옥천, 보은, 단양, 구리, 광명, 의왕, 양산, 합천, 함양, 순창
바다(파도)	세계로 뻗음, 군민화합, 밝은 미래와 희망, 역동, 좌절하지 않는 군민의 기질, 시민의 높은 기상, 끊임없는 움직임, 무한한 잠재력, 다이내믹한 발전성, 힘차게 나아가는 번영, 무한한 발전 가능성, 청정, 풍요롭고 넉넉한 포용, 다채롭고 수려한 경관	인천, 부산, 인천, 부산, 속초, 동해, 서산, 원도, 목포, 통영, 강진, 영광, 남해, 강릉, 고성, 울진, 거제, 여수, 고성, 사천, 보성, 장흥, 강진, 완도, 무안, 영광, 군산, 부안, 서천
산·들	기 흐르는 자연, 자연의 아름다운 환경 친화, 강한 기개들(역동적이고 근면한 군민/김해)(풍요로움/옥천)	서울, 삼척, 동해, 부산, 고성, 목포, 보성, 장흥, 속초, 태백, 의정부, 양주, 파주, 남양주, 군포, 대구, 금산, 계룡, 청양, 금산, 옥천, 괴산, 제천, 단양, 원주, 인제, 철원, 동두천, 오산, 하동, 함양, 고령, 성주, 군위, 의왕, 창녕, 영천, 의성, 청송, 봉화, 예천, 문경, 구례, 임실, 영암, 진안, 산청, 김천, 거창
천	힘, 협동, 화합, 역동	서울, 영월, 계룡, 예산, 단양, 태백, 영월, 파주, 양평, 의정부, 양산, 밀양, 함안, 화천, 창녕, 영천, 예천, 영암, 진안, 산청, 김천, 청양, 옥천, 보은, 괴산, 단양, 성주, 나주, 순창, 정읍
새, 갈매기	평화, 균형, 화합, 미래지향	거제, 남해, 군산, 인제, 철원, 의정부, 부산,

구분	의미	지자체
		하동, 화천
나무	상승, 화합, 공생, 풍요와 평안, 행복과 미래, 믿음과 소통	태백, 영월, 충북, 곡성, 태안
꽃 · 잎	지역의 대표식물, 풍부한 자연환경, 뽐어나가는 기상	대전, 군산, 영동, 횡성, 포천, 용인, 의정부, 영주, 고창, 보성, 인제, 홍천, 동두천, 성남, 부천, 의령, 영주, 화순, 정읍, 양평
바위	강인한 의지	거제
새싹	희망, 도약	평택
씨앗	생명, 창조적 가치	청주
벼	농경문화 발상지, 청정환경	김제
나비	문화, 다양한 매력, 일류도시로 비상	과천
보름달	군민 단합	영암
역사 · 유적	전통과 역사가 있는 도시	수원, 공주, 순천, 홍성, 담양, 익산, 고창, 완도, 강진, 함양, 광주, 이천, 안성, 진천, 문경, 경주, 고창
문자	지자체 명칭 (지자체 명칭 외 문자 사용 없음)	인천, 광주, 대구, 포항, 울진, 영덕, 진도, 서산, 김포, 시흥, 논산, 청주, 영암, 진천, 증평, 밀양, 옥천, 서천, 괴산, 고창, 무안, 영광, 시흥, 고흥, 고성, 익산, 연천, 포천, 파주, 양주, 화천, 양구, 김해, 양산, 의령, 경산, 성주, 영천, 양양, 영양, 문경, 장성, 춘천, 세종, 칠곡, 구리, 태안, 상주
사람	진취적인 기상, 시민과 함께하는 도시, 휴식공간(보은), 레포츠의 도시	서울, 광주, 가평, 아산, 고성, 울진, 보은, 단양, 괴산, 봉화, 영주, 문경, 곡성, 칠곡, 광주
용 · 여의주	비상, 세계로의 발전	울산
바람개비	새로운 바람을 불러넣는 핵심도시	창원
창	기회, 가능성이 열리는, 생각이 열려 있는 도시	화성,
문	열려있는 포용력의 도시, 행복한 미래로 가는 문	김포, 공주
엄지척	최고의 도시	보령
봉황	비상, 도약	부여
하트	행복도시, 사랑	남원, 춘천
태극	진취적 기상, 화합, 단결	안동, 영양
핵,외 바우스 의고리	도시의 무한 가능성, 첨단	구미

[표 3] 의미별 시각화 요소

지자체가 부여한 의미	심벌마크 시각화 요소
-------------	-------------

지자체가 부여한 의미	심벌마크 시각화 요소
풍요 · 번영	태양, 바다, 들판,
세계적인 도시	태양, 바다, 배, 용 · 여의주
새로운 도시	바람개비
진취 · 기상	태양, 바다, 사람
비상	용 · 여의주, 나비
미래비전	태양, 바다, 새
희망	태양, 바다,
창조 · 생명력	태양, 씨앗, 새싹
기개	산,
강한의지	바위,
협동 · 화합	원모양, 천, 나무
자연친화 환경	산, 나뭇잎, 천, 나무 태양
역동	들판, 바다(파도), 천
청정	바다, 물, 잎, 태양
포용	문
개방	바다
기회 가능성	창
열려있는 도시	창, 문
무한한 발전	핵, 외바우스의 띠, 우주
문화 매력	나비,
전통 역사	지역역사, 인물, 유적, 와당, 왕관
특산물	녹차, 인삼, 배, 사과, 쌀, 감, 산업물 등

3-3. 시각화 요소 사용빈도 분석

지자체 정체성을 표현하고자 시각화 요소 중 어떤 종류를 얼마큼 사용했는지 알아보았다. 주로 많이 등장하는 종류는 태양, 바다, 산, 천, 등 자연적 요소이며 그 밖에 지자체 명칭(문자)이 많이 사용되고 있었다. 그 종류가 너무 다양하게 나타나서 2차적으로 크게 자연적 환경, 인문적 환경으로 구분했다.

3-3-1. 해안가

해안가의 경우 자연적 환경이 높게 나타났고 그 종류로는 바다, 태양, 산, 지자체 명칭 순이다. 동해안의 경우 태양이 가장 높게 나타났고 남해안은 바다, 서해안은 지자체 명칭이 가장 높게 나타났다. 기타로 분류된 것들도 지도, 햇불, 크레인, 교량, 바람개비, 용 · 여의주, 창 등 매우 다양하였다. 서해안은 바다와 지자체 명칭의 사용 빈도가 똑같이 높았다. 이는 서해안에 위치한 지자체는 지리적 조건을 통해 산업이 발전하고 있음을 나타내는 것으로 판단된다.

동해안과 서해안은 자연적 환경과 인문적 환경에서 정체성 디자인 시각화 요소가 대등하게 나타났는데 남해안은 자연적 환경에서 월등히 많이 나타났다.

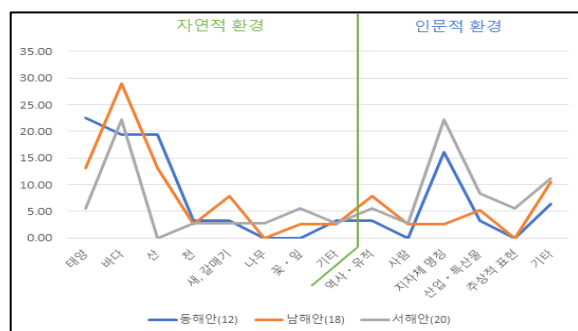
그리고 남해안과 서해안의 경우 태양, 바다, 산 등

의 사용 빈도 차이가 낮지만 동해안의 경우 대양, 바다, 산 등의 사용 빈도 차이가 미비하다. 해안가의 지 자체는 자연적 환경이 고스란히 정체성 디자인 시각화 요소에 반영되어 있다.

[표 4] 시각화 요소 사용빈도 분석표(해안가)

구분 (지자체 수)		동해안 (12)	남해안 (18)	서해안 (20)	계	
표현 관점 수 분석 (개)	자연 환경	태양	7	5	2	14
		바다	6	11	8	25
		산	6	5	0	11
		천	1	1	1	3
		새, 갈매기	1	3	1	5
		나무	0	0	1	1
		꽃·잎	0	1	2	3
		기타	1물고기	1하늘	1소머리	3
	인문 환경	역사·유적	1	3	2	6
		사람	0	1	1	2
		문자	5	1	8	14
		산업·특산물	1	2	3	6
		추상적 표현	0	0	2	2
		기타	2	4	4	10
합계		31	38	36	105	

표현 관점 비율 분석 (%)	자연 환경	태양	22.58	13.16	5.56	
		바다	19.35	28.95	22.22	
		산	19.35	13.16	0.00	
		천	3.23	2.63	2.78	
		새, 갈매기	3.23	7.89	2.78	
		나무	0.00	0.00	2.78	
		꽃·잎	0.00	2.63	5.56	
		기타	3.23	2.63	2.78	
	인문 환경	역사·유적	3.23	7.89	5.56	
		사람	0.00	2.63	2.78	
		지자체 명칭	16.13	2.63	22.22	
		산업·특산물	3.23	5.26	8.33	
		추상적 표현	0.00	0.00	5.55	
		기타	6.44	10.54	11.10	
합계		100	100	100		



[그림 5] 시각화 요소 사용빈도 분석 그래프(해안가)

3-3-2. 내륙

내륙의 경우도 자연적 환경이 높게 나타났지만 해안가에 비교하면 자연적 환경(115)과 인문적 환경(90)의 차이가 크지가 않았다.

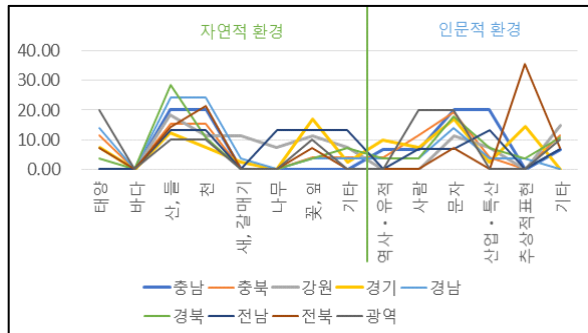
또한 지자체 심벌마크에 사용된 종류는 산·들, 지자체의 명칭(문자), 천, 꽃·잎, 태양 순으로 많이 사용했다. 기타를 차지하고 있는 것은 봉황, 씨앗, 우주, 지구, 태극무늬, 구름, 하트, 기와, 나비, 질그릇, 빛, 핵·외비우스의 띠 등 다양한 종류를 사용하고 있었다.

바다는 단 한 건도 나타나지 않았음을 확인할 수 있었고 전북의 경우는 추상적 표현이 월등히 많았다.

[표 5] 시각화 요소 사용빈도 분석표(내륙)

구분 (지자체 수)		충남 (8)	충북 (11)	강원 (12)	경기 (26)	경남 (12)	경북 (18)	전남 (7)	전북 (10)	광주 (5)	계	
표현 관점 수 분석 (개)	자연 환경	태양	0	3	0	3	4	1	0	1	2	14
		바다	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		산, 들	3	4	5	5	7	8	2	2	1	37
		천	3	4	3	3	7	3	2	3	1	29
		새, 갈매기	0	0	3	1	1	0	0	0	0	5
		나무	0	0	2	0	0	0	2	0	0	4
		꽃, 잎	0	1	3	7	1	1	2	1	1	17
		기타	0	1	2	1	1	2	2	0	0	9
	인문 환경	역사·유적	1	1	0	4	1	1	0	0	0	8
		사람	1	3	0	3	1	1	1	0	2	12
		문자	3	5	3	7	4	5	1	1	2	31
		산업·특산	3	1	2	1	1	2	2	0	0	12
		추상적 표현	0	0	0	6	1	1	0	5	0	13
		기타	1	3	4	0	0	3	1	1	1	14
합계		15	26	27	41	29	28	15	14	10	205	
표현 관점 비율 분석 (%)	자연 환경	태양	0.00	11.54	0.00	7.32	13.79	3.57	0.00	7.14	20.00	
		바다	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
		산, 들	20.00	15.38	18.52	12.20	24.14	28.57	13.33	14.29	10.00	
		천	20.00	15.38	11.11	7.32	24.14	10.71	13.33	21.43	10.00	
		새, 갈매기	0.00	0.00	11.11	2.44	3.45	0.00	0.00	0.00	0.00	
		나무	0.00	0.00	7.41	0.00	0.00	0.00	13.33	0.00	0.00	
		꽃, 잎	0.00	3.85	11.11	17.07	3.45	3.57	13.33	7.14	10.00	
		기타	0.00	3.85	7.41	2.44	3.45	7.14	13.33	0.00	0.00	
	인문 환경	역사·유적	6.67	3.85	0.00	9.76	3.45	3.57	0.00	0.00	0.00	
		사람	6.67	11.54	0.00	7.32	3.45	3.57	6.67	0.00	20.00	
		문자	20.00	19.23	11.11	17.07	13.79	17.86	6.67	7.14	20.00	
		산업·특산	20.00	3.85	7.41	2.44	3.45	7.14	13.33	0.00	0.00	
		추상적	0.00	0.00	0.00	14.63	3.45	3.57	0.00	35.71	0.00	
		기타	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	

구분 (지자체 수)	충남 (8)	충북 (11)	강원 (12)	경기 (26)	경남 (12)	경북 (18)	전남 (7)	전북 (10)	광역 (5)	계
표현 기타	6.67	11.54	14.8	0.00	0.00	10.7	6.67	7.14	10.00	
비율합계	100	100	100	100	100	100	100	100	100	



[그림 6] 시각화 요소 사용빈도 분석 그래프(내륙)

3-3-3. 소결

지자체 심벌마크 디자인의 시각화 요소 사용 빈도를 종합해 보면 전체 159개의 지자체에서 총 310개의 요소를 사용했으며, 평균 한 지자체에서 1.95개의 시각화 요소를 사용하고 있었다. 종합적으로 많이 사용된 시각화 요소는 산·들, 지자체 명칭, 천, 태양, 바다, 꽃·잎 순으로 나타났다. 해안가일 경우 바다가 압도적으로 많이 사용되었지만, 내륙일 경우 산·들이 가장 많이 사용되었고 다음이 지자체 명칭이다.

역사·유적은 12가지 중에 10위를 차지하고 있는 것을 보아 정체성 표현에 있어 지역의 역사적 배경을 고려하는 지자체는 많지 않은 것으로 사료된다.

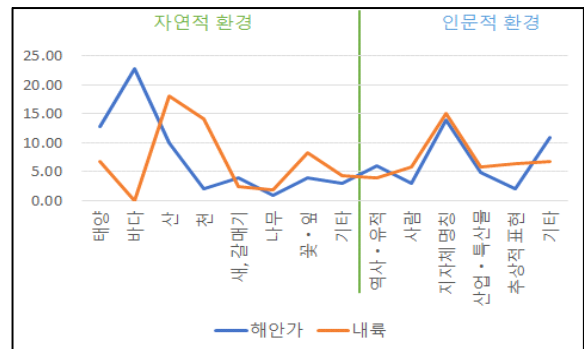
그리고 눈에 띄는 시각화 요소는 태양의 크기였다. 해안가 지자체에서 사용한 태양은 대부분 큰 원으로 표현되었지만, 내륙의 지자체는 안양, 김천, 구리, 김천을 제외하고는 모두 점과 같은 작은 원으로 소극적으로 표현되었다는 특징이 있다.

전국에서 가장 많은 지자체를 보유한 경기도는 시각화 요소 중 가장 많은 빈도수를 보인 산·들이 4위를 차지하고 꽃·잎, 문자가 공동 1위다. 도시가 많이 모여 있는 지역이라는 것을 반증하는 것으로 판단된다.

[표 6] 시각화 요소 사용빈도 분석표(전국)

구분			해안가	내륙	계	순위
지자체 수			50	109	159	
표현 관점 수	자연적 환경	태양	14	14	28	4
		바다	25	0	25	5
		산·들	11	37	48	1

분석 (개)		천	3	29	32	3
		새, 갈매기	5	5	10	11
		나무	1	4	5	12
		꽃·잎	3	17	20	6
		기타	3	9	12	순위제외
		소계	65	115	180	-
	인문적 환경	역사·유적	6	8	14	10
		사람	2	12	14	8(공동)
		문자	14	31	45	2
		산업·특산물	6	12	18	7
		추상적 표현	2	13	15	8(공동)
		기타	10	14	24	순위제외
		소계	40	90	130	-
		합계	105	205	310	비율산출기준수
표현 관점 비율 분석 (%)	자연적 환경	태양	12.87	6.83	8.82	
		바다	22.77	0.00	7.52	
		산	9.90	18.05	15.36	
		천	1.98	14.15	10.13	
		새, 갈매기	3.96	2.44	2.94	
		나무	0.99	1.95	1.63	
		꽃·잎	3.96	8.29	6.86	
		기타	2.97	4.39	3.92	
	인문적 환경	역사·유적	5.94	3.90	4.58	
		사람	2.97	5.85	4.90	
		지자체 명칭	13.86	15.12	14.71	
		산업·특산물	4.95	5.85	5.56	
		추상적 표현	1.98	6.34	4.90	
		기타	10.89	6.83	8.17	



[그림 7] 시각화 요소 사용빈도 그래프(전국)

3-4. 표현 관점 분석

지자체 심벌마크에 표현하고자 하는 관점을 크게 [표 6]과 같이 5가지로 분류하고 정의하여 해안가와 내륙의 표현 관점의 특징을 알아보았다. 또한 해안가는 동·남·서 측으로 분류하여 해안가의 위치에 따른 지자체 심벌마크 표현 관점의 특성을 알아보았다. 한 개의 지자체가 한 개 이상의 표현 관점을 내포하고 있는 경우 내포하는 있는 숫자를 모두 더하여 비율에 적용

했다.

[표 7] 시각화 요소 표현관점 5가지의 정의

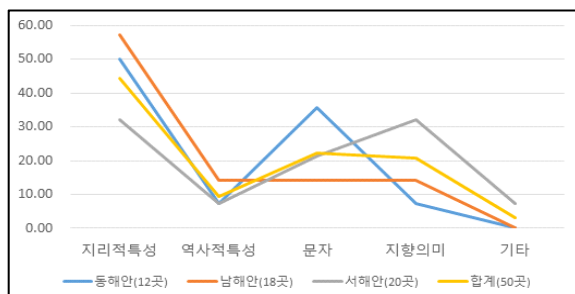
구분	정의
지리적 특성	자자체가 위치한 곳의 자연환경
역사적 특성	지역의 역사 및 문화적 배경
문자	지자체 명칭
지향의미	무형의 상징적 의미(꿈, 비전, 발전, 기상, 열정, 단결, 안정, 풍요 등)
기타	특산물, 산업 등

3-4-1 해안가

해안가에 위치한 지자체는 동·남·서 측 모두 지리적 특성을 월등히 많이 반영한 것으로 나타났다. 다음으로는 문자, 역사적 특징, 기타 순으로 나타났다. 기타에 해당하는 것은 서해안 지역의 산업이 차지하고 있었고 비교적 지리적 특성이 덜 높게 나타났다. 대신 지향 의미가 상대적으로 높게 나타났다. 이는 서해안의 지자체는 산업이 크게 발달한 지자체가 많기 때문이라 판단된다. 3개 지역 모두 역사적 특성이 가장 적게 나타났다.

[표 8] 지자체 심벌마크 표현 관점 분석표(해안가)

구분	지리적 특성	역사적 특성	문자	지향 의미	기타	계
표현 관점 수 분석 (개)						
동해안(12)	7	1	5	1	0	14
남해안(18)	12	3	3	3	0	21
서해안(20)	9	2	6	9	2	28
합계(50)	28	6	14	13	2	63
표현 관점 비율 분석 (%)						
동해안	50.00	7.14	35.71	7.14	0.00	100
남해안	57.14	14.29	14.29	14.29	0.00	100
서해안	32.14	7.14	21.43	32.14	7.14	100
비율평균	44.44	9.52	22.22	20.63	3.17	100



[그림 8] 지자체 심벌마크 표현 관점 분석 그래프(해안가)

3-4-2 내륙

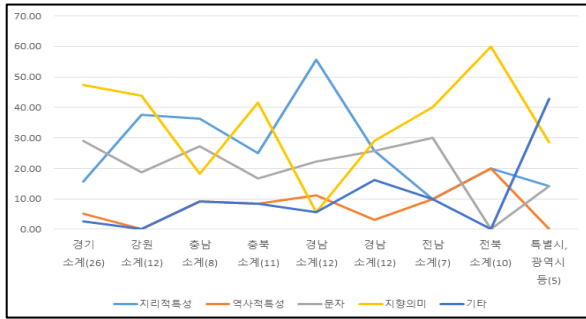
내륙의 표현 관점은 지향 의미가 제일 많이 사용되었으며 다음으로는 지리적 특성, 문자, 기타, 역사적 특성 순으로 나타났다. 기타에 해당하는 속성은 특산물과 산업이다.

경남의 경우 지리적 특성이 월등히 높았고 전북의 경우는 지향 의미가 월등히 높게 나타났다. 역사적 특징이 비교적 높게 나타난 지역은 전북이다. 강원도의 경우 역사적 특징과 산업이나 특산물을 표현 관점으로 사용한 지자체는 없었다. 전북의 경우는 문자와 산업이나 특산물을 표현 관점으로 사용한 지자체가 없었고, 지향 의미를 이어 역사적 특징이 두 번째로 많이 사용되었다.

내륙에 있는 특별시 및 광역시는 산업 및 특산물에 해당하는 기타가 가장 높게 나타났고 이어서 지향 의미가 두 번째로 높게 나타났다. 기타에 해당되는 내용은 활력, 도시, 인간, 꿈과 이상, 기와 등이다. 내륙의 경우에도 역사적 특징이 전체적으로 가장 적게 나타났다.

[표 9] 지자체 심벌마크 표현 관점 분석표(내륙)

구분		지리적 특성	역사적 특성	문자	지향 의미	기타	계
표현 관점 수 분석 (개)	경기(26)	6	2	11	18	1	63
	강원(12)	6	0	3	7	0	28
	충남(8)	4	1	3	2	1	18
	충북(11)	3	1	2	5	1	22
	경남(12)	10	2	4	1	1	29
	경북(18)	8	1	8	9	5	44
	전남(7)	1	1	3	4	1	16
	전북(10)	2	2	0	6	0	20
	특별·광역 시 등(5)	2	0	2	4	6	13
	합계 (109)	42	10	36	56	16	160
표현 관점 비율 분석 (%)	경기	15.79	5.26	28.95	47.37	2.63	100
	강원	37.50	0.00	18.75	43.75	0.00	100
	충남	36.36	9.09	27.27	18.18	9.09	100
	충북	25.00	8.33	16.67	41.67	8.33	100
	경남	55.56	11.11	22.22	5.56	5.56	100
	경북	25.81	3.23	25.81	29.03	16.13	100
	전남	10.00	10.00	30.00	40.00	10.00	100
	전북	20.00	20.00	0.00	60.00	0.00	100
	특별·광역 시 등(5)	14.29	0.00	14.29	28.57	42.86	100
	비율평균	26.25	6.25	22.50	35.00	10.00	100



[그림 9] 지자체 심벌마크 표현 관점 분석 그래프(내륙)

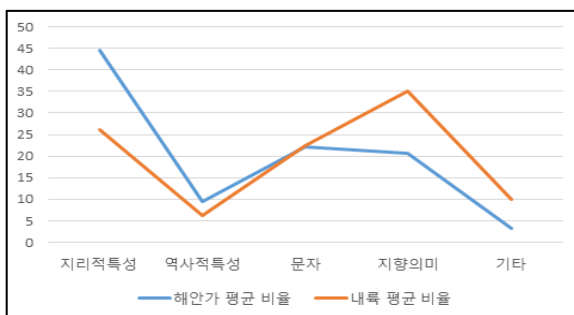
3-4-3 소결

지자체 심벌마크의 표현 관점을 해안가와 내륙을 종합적으로 분석한 결과 내륙의 경우 지향 의미를 담은 기호체가 가장 많이 나타났고 해안가는 지리적 특징이 가장 많이 나타났다. 나머지 역사적 특징, 문자, 기타 산업이나 특산물은 약간의 차이를 보였다.

지자체 심벌마크는 지역의 정체성을 표현하는 상징적인 디자인인데 의외로 역사적 특징을 표현 관점으로 많이 쓰이지 않았다.

[표 10] 지자체 심벌마크 표현 관점 분석표(전국)

구분	지리적 특성	역사적 특성	문자	지향 의미	기타	합계
해안가평균 비율(%)	44.44	9.52	22.22	20.64	3.18	100
내륙 평균 비율(%)	26.25	6.25	22.50	35.00	10.00	100



[그림 10] 지자체 심벌마크 표현 관점 분석 그래프(전국)

4. 결론 및 제언

본 연구를 통해 시각화 요소의 종류와 의미, 종류별 사용 빈도, 표현 관점, 이렇게 3가지로 살펴본 결과 우리나라의 지자체들은 지역의 정체성을 지역의 자연환경

에서 가장 많이 찾고 있었다. 지자체 명칭(문자)에서 정체성을 표현한 지자체는 해안가에서는 사용빈도가 낮았지만 내륙의 경우 지자체 명칭(문자)이 산·들을 이어 두 번째로 많이 사용되었다. 지역의 지명유래를 찾아보면 그 지역의 정체성을 이해하기에 도움이 많이 되는 것처럼 지자체 명칭(문자)을 적절히 사용하여 지역의 정체성을 표현하는 방법도 바람직하다고 판단된다. 그러나 아래 [표 11]과 같이 문자를 많이 변형하여 직관적으로 다른 것을 떠오르게 하거나 지자체 명칭으로 연상되기 힘든 심벌마크도 있었다.

[표 11] 지자체명을 과도하게 변형한 심벌마크 예시

심벌마크	지자체	지자체명 적용내용
	춘천시	C춘천(chuncheon) 시민(citizen)의 영문이니셜 C, C 를 결합
	해남군	해남의 첫 글자 'ㅎ'
	문경시	문경의 영문표기 첫 글자 'M'
	의령군	의령의 'ㅇ'자
	의성군	의성의 'ㅇ'과 'ㅅ'을 형상화
	동두천시	동두천의 한글 이니셜 'ㄷ'

앞서 살펴본 결과 지역의 정체성을 그 지역의 자연적 환경에서 찾는 경우가 가장 많이 나타났는데 이것이 적절한가라는 의문을 제기해 본다. 심벌마크는 그 심벌마크가 가리키는 대상의 정체성을 잘 나타내 주는 것이 중요하다. 따라서 '그 지역의 정체성을 어떤 관점에서 어떤 시각화 요소를 통해 나타낼 수 있을지'에 대해 의문을 가져야 할 것이다.

한 나라의 역사와 문화가 현재의 모습을, 지역의 역사와 문화가 그 지역의 현재의 모습을, 한 사람의 과거의 삶이 그 사람의 현재의 모습을 만들어 간다는 것을 우리는 알고 있다. 그렇다면 지자체의 정체성 디자인에 있어 그 표현 관점과 방향은 [표 12]와 같은 지자체처럼 역사·문화적 특징이 바람직하다고 제안해 본다. 지자체마다 역사와 문화의 찬란함 정도의 차이가 있을 수 있으나 해당 지역만의 역사가 없는 곳은 없다는 것을 고려한다면 가능한 일이라고 판단된다.

그러나 우리나라 지자체는 역사·문화적인 부분을 심벌마크에 표현하고 있는 곳이 많지 않았다. 시각화 요소 사용빈도에서 12개의 분류 중에 9위를 차지하고 있고 표현 관점에서도 가장 낮은 수치를 보이고 있었다. 또한 선행연구에서 지적함과 같이 지자체 정체성 디자인의

무분별함과 모호함의 원인은 지자체의 정체성을 표현함에 있어 적절한 가이드라인 없이 지자체마다 달리 표현하기 때문이라고 판단된다.

[표 12] 역사적 특징을 반영한 심벌마크 예시

심벌마크	지자체	역사적 특징	심벌마크	지자체	역사적 특징
	수원시	화성		공주시	무령왕릉
	경주시	금관 등		순천시	낙안읍성
	고창군	고인돌		완도군	장보고

우리나라는 지방자치법에 따라 지방자치단체장이 선출되므로 미래적인 표현은 언제든지 바뀔 수 있는 여건이다. 그러나 지자체의 역사와 문화를 반영한 현재의 정체성은 변하지 않는 것이다. 그렇다면 현재 지자체가 제시하고 있는 상징물을 체계적으로 확립하되 그 명칭과 쓰임새를 구별하여 정체성을 나타낸다면 보다 바람직할 것이다.

따라서 [표 13]의 지자체와 같이 ‘심벌마크’는 과거를 반영한 정체성을, ‘브랜드 슬로건’ 등은 미래를 반영한 지자체 정체성을 표현하는 디자인 방법론을 제안해 본다. 이 두 개의 적절한 배치와 사용을 통해 지자체 정체성 디자인에 대한 가이드라인을 정한다면 효과적인 정체성 표현에 도움을 줄 것으로 판단된다.

[표 13] 지자체 정체성의 표현의 심벌마크와 브랜드 슬로건 구분 예시

심벌마크 (과거적 정체성 표현)	브랜드 슬로건 (미래적 정체성 표현)
수원시 	수원을 새롭게 시민을 빛나게
대표문화유산인 수원화성의 ‘서북공심돈’을 주요 모티브로 수원만의 독창적인 정체성을 표현	민선8기 수원시정 비전
경주시 	
신라시대 고도로 발전한 정방형 도시형태와 문화적 권위와 역사성을 상징하는 금관 등의 역사배경과 유적들을 모티브로 한 독창적인 정체성 표현	신라의 황금유물을 새로운 역사관광 콘텐츠로 개발하여 세계적인 도시로 확립
익산시 	
백제문화 유산인 미륵사지석탑과 익산의 ‘더할 익(益)’의 모양을 모티브로 한 익산시의 독창적인 정체성 표현	역사문화도시, 대한민국 식품산업의 메카이자 아시아 식품산업의 도시로 거듭날 놀라운 도시 익산

본 연구에서의 분류는 명확하지 않은 경우 연구자의 주관적인 판단으로 분류했기 때문에 향후 다음 연구를 진행하게 된다면 이에 대한 심층적, 객관적 검증이 필요할 것으로 판단된다. 또한 지자체의 미래적 정체성 반영을 위한 브랜드 슬로건 등에 대해서는 후속 연구를 기대해 본다.

참고문헌

1. 고광연, 도시상징 디자인 아이덴티티에 대한 기호학적 분석, 한국엔터테인먼트산업학회, 2011, vol.5, no.3
2. 김영식 외1, 지방자치단체 C.I의 심벌마크 유사성에 관한 연구, 한국디자인트렌드학회, 2007, vol., no.16
3. 이재현, 국내 기업심볼마크의 변천, 한국콘텐츠학회논문지, 2006, vol.7, no.1
4. 이철, 한국지자체 심벌마크의 수용자 인식, 한국일러스트레이션학회, 2018, vol.19, no.56
5. 고단비, 지방자치단체 심벌마크 개발을 위한 아이덴티티 속성활용에 관한 연구, 조선대학교 대학원, 석사학위논문, 2020
6. 각 지자체 홈페이지, 기관소개, 상징물 소개
7. ko.wikipedia.org