

# 고대비(高對比) 이미지를 이용한 관광자원의 개발과 이용

Developing Tourism Resources and Use Images with High Contrast

김진영

협성대학교 시각디자인과 교수

**Kim, Jin Young**

Hyupsung University professor

## 1. 서론

## 2. 이론적 배경

- 2-1. 명도대비에 대한 연구
- 2-2. 고대비 사진촬영의 실제

## 3. 국내의 관련 현황

- 3-1. 국외 사례
- 3-2. 국내 사례

## 4. 연구분석

- 4-1. 지역형 공공디자인 개선
- 4-2. 야경의 관광 자원화
- 4-3. 물을 테마로 지역경관 개발
- 4-4. 빛을 테마로 지역형 대형 이벤트 개발
- 4-5. 소리를 테마로 공감각적 소재 개발
- 4-6. 생활 주변의 고대비 이미지 활용

## 5. 결론

## 참고문헌

## 논문요약

관광은 개인에게 차별적인 경험을 제공하는 것이며, 관광 이미지의 개발과 구축은 관광산업 성공에 직결된다고 할 수 있다. 우리는 관광자원을 개발하는 과정에서 막대한 자원이 투입되는 하드웨어식 개발에 편중하는 경향이 있다.

본 연구는 고대비(高對比)를 통한 감성적 차이를 이해하고 현실에서 찾아볼 수 있는 사례를 통하여 현상적으로 이해하고자 하였다. 단순히 밝고 어둠을 떠나서 고대비(高對比)의 차별적 다변화를 통하여 실제 어떻게 구현되는지 조사하여 분석하였다.

우선, 높은 대비를 가지는 이미지가 주는 감성의 차이를 인지하였다. 해외에서 야경을 강조한 홍콩, 시드니항의 오페라하우스 등은 고대비(高對比)가 주는 감성의 차이를 관광자원으로 개발한 좋은 성공사례라고 볼 수 있다. 국내에서 가로수에 설치돼 아름다운 야경을 제공하고 있는 설치예술작품, 야간 시간대별로 개발한 스키장은 야경을 이용하여 환상적 이미지를 제공해 준다.

또한, 고대비(高對比)의 명도 차를 이용하여 관광 이미지 개발을 할 수 있다. 야경 관광 자원화(한국관광공사의 야간여행 추천)와 통영 등 지자체가 앞장서서 공공디자인 사업으로 야경을 관광자원으로 개발하는 것이 좋은 예이다.

그리고 주요 테마를 이용한 것으로 물을 테마로 지역경관 개발(해양공원 등), 빛을 테마로 지역형

대형 이벤트 개발(불꽃놀이 등), 소리를 테마로 공감각적 소재 개발(음악분수 등), 생활 주변의 고대비(高對比) 이미지 활용(조감도를 야경 중심으로 제작 등) 등이 조사된 현상이다.

게다가 게임이라는 가상현실에서도 사실적인 느낌과 멋진 야경으로 게임 유저의 눈을 자극하고 있는 것으로 보아 미래자원적 활용도가 높을 것으로 기대된다.

디지털 미디어 시대에 사진 등의 이미지로 기록되는 가치는 경험의 질이 높은 기억으로 재생되어 관광 서비스의 창출과 제공으로 이어질 수 있다. 고대비(高對比)를 통한 관광 경험의 질적 향상은 독특하고 차별화된 관광자원 개발로 연결될 수 있을 것으로 추론된다.

## 주제어

고대비, 관광 이미지 개발, 경험의 질

## Abstract

Tourism is a personal experience of discrimination is provided by the image of tourism development and success in building its tourist industry can be directly related. We are in the process of developing a vast tourism resources, resources are being committed hardware style tend to concentrate on development.

This is due to the development of photographic images into digital environment that can be recorded and value creation as well as memory unique tourism service providers can take advantage of playing the lead. First, there is a high-contrast image is the difference between a sensibility that. Night sight emphasized that Hong Kong from overseas, including the Sydney Opera House protest ancient rain is the difference between the sensibilities of the good practices developed in tourism resources can be called. In a beautiful night view and full of trees on both sides of the installation works, winter season lights in the night-time schedule to use the ski area has developed to provide fantastic images. Second, high-contrast image with resources to develop tourism. Night view operation is designed for tourists in public business vigorous Tongyoung Bridge is a good case. June 2008 and the Korea National Tourism Corporation, which is a 5-night trip to a place chosen topic. If the experience of the festival, including the lights in the form of contributions to the regional economy.

Nearby on the lights in the service of using our resources, the sky lounge, as well as sales offices highlighted a bird's eye view lights on, and exotic hotel in the city, the program emphasizes the development of mood, the theme park is opening night of fireworks and nightly parade or development night open.

Moreover, a virtual reality game in the realistic feel of the game and a great night view of the user's eye fantastic and can be seen even higher the expected future resource utilization party.

## Keyword

High-Contrast, Tourist Image Development, Quality of Experience

## 1. 서론

관광은 개인에게 차별적인 경험을 제공하는 것이며, 관광 이미지의 개발과 구축은 관광산업 성공에 직결된다고 할 수 있다. 그러나 2006년 2월 한국관광공사가 외국인을 상대로 아시아 각국의 관광매력도를 조사한 결과에서 한국은 여전히 최하위 수준을 면치 못했다. 일본이 27.4%로 가장 매력적인 관광지로 꼽혔고 그 다음이 태국(15.5%), 중국(15.4%), 싱가포르(13.9%), 홍콩(8.8%), 말레이시아(8.1%), 한국(7.9%), 대만(3.0%)순이었다. 이런 조사 결과에 비추어 보면 정부가 밝힌 2010년 외국인 관광객 1000만 명 돌파나 서울시가 목표치를 더 올린 2010년 1200만 명 돌파는 비현실적인 수치로 여겨진다<sup>1)</sup>.

현대의 관광은 3차산업의 꽃으로 '보이지 않는 무역', '굴뚝없는 공장' 등으로 비유된다. 이는 타산업에 비해 경제성이 높고 자원소모율이 낮은 무공해산업으로 외국과의 문화교류 및 국제친선에 유용할 뿐만 아니라 자연과 문화재의 보호·보존과 균형 있는 국토개발에도 기여하고 있다.

관광의 주체인 관광객으로 하여금 관광의 동기와 의욕을 일으키게 하는 대상을 말하는 것으로, 유형이든 무형이든 관광객을 끌어들이고 관광수입을 올릴 수 있는 경제적 자원이다. 일반적으로 관광자원은 자연의 모습 그대로 가치를 지닌 것과 개발을 통하여 이루어진 관광자원이 있다. 관광자원은 인문 관광자원과 자연관광자원으로 나눌 수 있는데, 인문 관광자원에는 유·무형 문화재 및 건축물·예술품·박물관·기념관·풍속·신앙 등의 사회·문화적인 자원이 포함되며, 자연관광자원에는 산악·해양·도서·하천·호소·온천·동물·화초·삼림 등이 포함된다. 더 나아가 오늘날에는 타국과의 경제·무역 및 기술 교류에 직·간접으로 기여하기 위한 산업관광(농업·공업·상업·임업·어업)과 각종 레크리에이션 자원이 새로운 관광자원으로 개발되고 있다<sup>2)</sup>.

우리는 관광자원을 개발하는 과정에서 막대한 자원이 투입되는 하드웨어식 개발에 집중하는 경향이 있다. 관광대상자를 확장해 나가고 관광 사업을 다양화 하는데 있어서 그러한 개발은 다른 나라와 차별화 하는 부분에 한계를 가질 수 밖에 없다. 독특한 야경을 세계적인 관광자원으로 활용하는 홍콩은 좋은 사례라고 볼 수 있다. 발상의 전환을 통하여 신개념의 관광자원이 창출 될 수 있고 세심한 배려와 보호를 통하여 부가가치를 높일 수 있다.

1) 황태훈 외(2007) “‘관광 꼴찌’ 서울을 ‘매력덩어리’로”, 『동아일보』, 1월 3일  
2) 출처: 브리태니커

본 연구는 이러한 소프트웨어적인 관광자원 개발에 있어서 높은 대비의 이미지를 활용하여 개발하는 방안을 제시 하고자 한다. 이것은 디지털 환경의 발달로 인한 사진 이미지로 기록될 수 있는 가치창출이며 아울러 독특한 기억으로 재생되어 활용할 수 있는 관광 서비스 제공으로 이어질 수 있다.

본 연구의 범위 및 방법은 주로 색채에 대한 문헌 연구와 현황조사로 구성되어 있다.

첫째, 높은 대비를 가지는 이미지가 주는 감성의 차이를 인지한다. 둘째, 우리 주변에 고대비(高對比)의 명도 차를 이용한 관광 이미지 자원을 개발 할 수 있다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 명도대비에 대한 연구

#### 1) 색채 지각적 연구

명도는 흰색에서 검정색까지의 범위를 나누어 단계를 매긴 값이다. 그런데 같은 명도를 가진 회색이라도 주위의 명도가 틀릴 경우 실제 명도와 다르게 보인다. 색깔 역시 배경색에 따라 달라보인다. <그림1>을 보면 같은 회색이라도 어두운 배경 속의 회색이 더 밝아 보이는 경향이 있다.



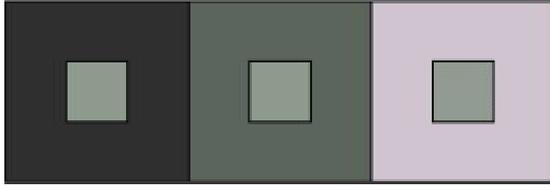
[그림 1] 주위의 명도가 다른 두 회색

이런 현상을 이해한다면 미술전람회에서 벽이 흰색으로 칠해 진 이유를 짐작할 수 있을 것이다. 흰색은 명도가 가장 높은 무채색이다. 따라서 작품들의 색채는 보다 선명하게 드러나기 마련이다. 인상파 화가들은 윤곽선에 보색을 사용함으로써 색을 보다 더 생생하게 보이게 만들었다.

이 효과들은 망막에 있는 세포들이 '외측억제'라는 작용을 하기 때문에 발생한다. 외측억제란 한 세포가 반응할 때 그 옆에 있는 세포에 영향을 주는 현상을 말한다.

예를 들어 검은색에 둘러싸인 회색 도형의 경우 망막세포의 일부는 회색을 바라보지만, 다른 일부는 배경으로부터 오는 파장을 인지한다. 이때 배경을 보는 망막세포는 회색 도형을 보는 세포를 더욱 흥분시켜 도형은 더욱 뚜렷해 보인다. 반대로 흰색 배경을 바라보는 세포는 회색 도형을 보는 세포의 기

능을 떨어뜨린다. 그래서 같은 회색이라도 상대적으로 흐려 보인다. 명도대비는 원추세포, 그리고 색채대비는 간상세포에서 다양한 외측억제가 발생하기 때문에 일어난다<sup>3)</sup>.



[그림 2] 동시적 대비의 예

높은 대비를 가지는 영상들은 어두운 영역과 밝은 영역의 범위가 크다. 좋은 대비를 가진 영상이 광도를 전적으로 잘 표현한다. 영상의 대비가 증가하면, 관찰자는 더욱 상세하게 볼 수 있다. 이것은 영상에서의 정보의 총량은 전혀 증가하지 않는 순수한 지각 작용이다. 우리의 지각 작용은 순수한 광도의 강도에 민감하기 보다는 광도의 대비에 더 민감하다. <그림2>는 이러한 현상을 잘 보여주고 있다.

## 2) 색채심리

색은 정의된 것보다 훨씬 다양하고 복잡하다. 그것은 색에 대한 미학적·심리적인 반응을 포함하여 예술, 유행, 상업 및 물리적·감정적인 감각에도 영향을 미친다. 색채심리학은 색채의 기능과 속성에서 비롯한 색채감각을 통해 일상생활의 조화나 관련산업 분야에서의 효과적인 기여 및 다른 문화권 사람들에게 대한 이해에도 많은 도움을 주고 있다<sup>4)</sup>.

<표1>에도 나타나듯이 색은 심리적 코드에 의해 지지되어 독립된 의미를 지니게 되는데, 만약 서로 상관성이 없는 색과 형이 결합했을 때, 의미 설정에 상대적으로 더 큰 비중을 가지는 것이 색이다.

이는 게슈탈트심리학에서 보다 명확히 하고 있는데, 인간이 형과 색을 볼 때 모양은 갈수록 희미해지지만 색채는 옆이나 중심부분이나 동일하다는 것이 입증되고 있다. 그것은 곧 형보다는 색의 잠재적 전달성이 앞선다는 뜻으로 해석된다.

따라서 선블리 색을 사용하면 오히려 색에 의해 형 자체의 인식을 방해하는 요인이 되기도 한다<sup>5)</sup>.

3) 생활에 필요한 지식 700가지 (네이버)

4) 출처: 브리태니커

5) 박일우(1990) "픽토그램의 기호학적 연구", 경북대학교 박사학위 논문, p.71-73

[표 1] 색채의 특성<sup>6)</sup>

색	생리학적	심리학적
빨강	생동력	자기감정으로서의 자신과 자기억지의 힘, 자기능력에 대한 신빙도를 나타낸다.
파랑	평안함	만족감을 주며 자신을 스스로 자제시키고 변하지 않는 필요성에 대한 질서를 나타낸다.
노랑	분리	가볍고 환하고 자극성 있고 따뜻한 성향을 갖고 있으며 모든 사람들이 좋아한다.
보라	감수성	비밀이 많은 것들을 신뢰할 수 없는 범위에서 신뢰할 수 있는 경계선으로 넘어가는 것을 의미한다.
갈색	무기력	안일함과 수동적인 것을 나타내며 감성적인 만족감을 의미한다.
초록		긴장과 불변을 나타내며 안정 스러우며 변하지 않는 고정적인 느낌을 준다
회색	죽음	사람들과의 거리를 두기 원하고 자기의 의도와 감정을 숨기고자 한다.
검정 흰색		차단, 억압, 죽음, 자유라는 생리적과 심리적인 의미를 갖고 있다.

## 2.2. 고대비 사진촬영의 실제

물리학적으로 사진(寫眞 또는 光畵, Photography)은 물체에서 반사된 빛과 같은 전자기적 발광을 감광성기록재료 위에 기록하여 얻은 빛 그림 즉 광화상을 말한다. 사진은 보통 사진기로 만들어지는데, 사진기는 빛을 모아 사진 필름이나 CCD 또는 CMOS와 같은 이미지센서에 초점을 맞추어 상을 맺히게 한다. 그리스어의 'photos'(빛)와 'graphien'(그리다)에서 유래한 말로, 1839년 존 F.W. 허셜 경에 의해 처음 사용되었다<sup>7)</sup>.

하이키 사진<sup>8)</sup>은 로우키 사진과는 대조적으로 경쾌한 인상을 준다. 밝은 공간 속에 약간의 어두운 톤의 표현이 중요하며, 이것이 만드는 선이나 제품의 형태는 경쾌한 화상을 만든다. 밝음과 청결함을 표현하는 하이키 사진은 여성 사진이나 정물사진 등이 확실한 개성을 표현할 수 있으며 상업광고사진에도 많이 사용하는 수법이다<그림3>.

키는 열쇠라는 뜻도 있지만 소리나 색채, 밝기 등의 상태라는 의미도 지니고 있다. 하이키를 높은 상태라고 해석해보면 하이라이트 부분이 많고 하프

6) Max Luscher(1973) 이미지역, 『Signal of Personality』 (Germany)

7) 출처: 위키백과

8) 대한프로사진가협회 <http://www.kppa.co.kr>

톤에 걸쳐 대부분 밝은 상태의 피사체를 찍은 밝은 사진을 뜻한다는 것을 알 수 있다. 채광, 노출, 현상, 인화의 모든 과정이 적정처리된 상태에서 어두운 부분보다 밝은 부분이 월등히 많은 사진일 경우를 말한다. 인화노광의 부족이나 현상과다에 의해 밝게 된 사진을 하이키 사진이라 하지는 않는다.



[그림 3] 하이키 사진(좌측), 로우키 사진(우측)

로우키 사진<sup>9)</sup>은 주제를 뚜렷하게 나타내는 효과가 있다. 안정된 무드를 느끼게 하며, 가라앉은 분위기와 인간의 심리적 표현에 중요하게 쓰인다. 주제의 강조와 중점의 강조, 강렬한 인상을 주는 효과와 신비적인 분위기를 가진다.

[표 2] 하이키와 로우키로 촬영된 시계와 옆에서 본 촬영도

	촬영된 시계	옆에서 본촬영도
하이키		
로우키		

9) <http://www.fstop.co.kr>

화면에 새도우가 많고 전체적으로 어두운 상태의 사진을 말한다. 촬영시의 노출부족이나 확대시의 과다노광, 현상과다 등에 의한 검은 톤과는 달리 어두우면서도 필요한 디테일이 묘사되는 처리로서 하이키에 대비되는 말이다.

로우키 사진은 하이라이트 부분의 톤을 아름답게 촬영하는 것이 포인트이다. 높은 명도비가 사용되어야 하며 이러한 사진을 얻기 위해 때론 하나의 광원을 사용하여 극단적인 조명 효과를 만들어야 한다. 또한 어두운 피사체와 어두운 조명 그리고 사진에서 밝은 부분이 적은 것을 사용하며 조명은 부드러운 수도 혹은 거칠 수도 있지만 앞에서 비치는 것보다 측면 내지 뒤에서 비춰 주어야 한다. 단지 중요한 요소만을 조명되도록 한다. 피사체와 그 주위 환경은 중간회색보다 어두워야 하며 그림자가 풍부하게 있는 것이 효과적이다. 이러한 장면에서는 약간의 하이라이트 부분이 조금 반짝이게 나타나는 것이 필요하다. 이는 사진이 너무 어둡게 되는 것을 막아준다<sup>10)</sup>.

<표2>를 본다면 같은 제품이라도 하이키와 로우키에 따라서 차이가 생기는데 명도대비가 심한 로우키가 어두움 속에 느껴지는 작은 빛의 화려함과 소중함 그리고 장중하고 깊은 느낌을 이끌어 차원이 다른 감성을 이끌어 내고 있음을 잘 나타나고 있다.

### 3. 국내의 관련 현황

#### 3.1. 국외 사례

- 야경을 강조한 홍콩

2007년 1월 인터넷 여행그룹 투어익스프레스가 한 달 동안 온라인을 통해 설문조사를 한 결과 한 국민이 가장 좋아하는 해외 여행지는 홍콩인 것으로 나타났다. 최고의 여행지로 '백만불짜리 야경'을 자랑하는 홍콩이 9,878표(15%)의 득표를 얻어 1위로 선정됐으며, 뒤이어 시드니(13%), 싱가포르(11%), 라스베이거스(8%) 순으로 나타났다.

최고여행지로 선정된 백만불짜리 야경<그림4, 상>과 천가지 표정을 가진 쇼핑천국 홍콩은 추천자 중 80%가 2,30대로 조사돼, 비즈니스는 물론 친구끼리 연인끼리 부담 없이 여행할 수 있는 2030 세대의 최고의 여행지임이 다시 한번 확인됐다<sup>11)</sup>.

이른바 홍콩야경의 별칭인 '빛의 교향곡'은 지난

10) 심현준(2004) "하이키와 로우키" 『VLUU ZINE』

11) 여행레저팀(2007) "네티즌이 뽑은 2007년 최고 여행지...홍콩" 『스포츠서울닷컴』, 2월 6일

2004년 초 첫선을 보였다고 한다. 매일 오후 8시부터 홍콩문화센터에서 연주하는 음악에 맞춰 시내 중심가에 자리 잡은 20개 가량의 빌딩이 합동으로 벌이는 초대형 쇼다. 빌딩들마다 제각각 개성을 살려 펼치는 네온사인쇼, 그리고 빌딩 위로 쏘아대는 현란한 레이저 빔이 보는 이의 눈을 빼놓기에 충분하다. 20분 가량 지속되는 이 레이저 광선과 네온사인의 향연은 기네스협회로부터 '세계 최대의 빛과 음향 쇼'라는 공인을 받은 것으로 전해진다<sup>12)</sup>.

2위를 차지한 미항 시드니의 랜드마크인 오페라 하우스<그림4, 하>는 뒤편의 현수교가 시드니 하버 브리지로 하버브리지 클라이밍은 다리의 아치를 걸어서 오르는 투어다.



[그림 4] 홍콩의 야경(상)과 시드니 오페라하우스 야경(하) (사진출처 : 뉴사우스웨일스주 관광청)

### 3.2. 국내 사례

<표3>을 통하여 감성을 극대화 시킨 국내 관광 사진 사례를 두 가지 발견하였다.

첫째, 설치미술가 안성희씨의 설치작품인 '봄을 부르는 꽃'이 은행사거리-노원문화예술회관 구간 200m의 가로수 양쪽에 설치돼 아름다운 야경을 제공하고 있는 것이다. 설치작품은 연꽃 모양의 전등 500여 개를 가로수 80여 그루에 매단 것으로 불이 켜지면 주변을 환하게 밝힌다. 이 작품은 노원문화예술회관이 노원구와 산업자원부 지원 공공디자인센터의 지원을 받아 설치한 공공미술작품이다. 회관 측은 흰 눈꽃 모양의 꽃이 차가운 겨울 속 시민들 마음속에 따뜻한 봄을 부른다는 콘셉트로 설치했다고 한다<sup>13)</sup>.

12) 김태훈(2007) "홍콩의 밤 밝히는 '빛의 심포니'" 『세계일보』, 5월 16일

둘째, 겨우내 스키장은 불야성을 이룬다. 스키장마다 야간-심야-밤샘스키 등 시간대별로 이름을 달리하며 스키어를 맞고 있다. 대낮같은 조명 속에서 설원을 질주하는 재미도 가히 환상적 이미지를 제공해 준다<sup>14)</sup>.

이렇게 밤의 가로수를 이용한 설치미술과 야간스키를 시간대 별로 나누는 상품은 밤의 대비가 주는 고도의 감성을 고려한 것이며 명도대비가 주는 화려함과 안정감을 이용한 시도라고 볼 수 있다.

[표 3] 감성을 극대화 시킨 국내 관광사진 사례

항 목	이미지
은행사거리 설치작품	
스키장 불야성	

## 4. 연구분석

### 4.1. 지역형 공공디자인 개선

산업자원부와 한국디자인 진흥원 주관으로 전국의 지자체를 대상으로 한 공공디자인 지역형 개선 사업에 통영시에서 제출한 통영항 및 통영운하 경관개선사업이 선정되어 추진하게 됐다<sup>15)</sup>.

통영시는 디자인개발 사업이 완료되면 먼저 어두운 이미지의 통영대교의 색상과 경관조명이 산뜻하고 아름답게 바뀐다며 통영운하 주변 경관개선 사업을 연차적으로 추진하여 시민들과 관광객들에게 다양한 볼거리를 제공하는 관광자원으로 개발 한다고 한다<그림5>.

13) 정성호(2007) "노원구 은행사거리에 '때이른 봄'" 『연합뉴스』, 2월 14일

14) 야간-심야-밤샘 스키등 인기 '잠들지 않는 스키장'" 『스포츠조선』, 1월 24일

15) 고성인터넷뉴스신문(2008) 고성 철도도 이렇게 하면 안 되나?, 3월 19일



[그림 5] 공공디자인 사업중 관광객을 위한 야경작업이 활발한 통영대교

#### 4.2. 야경의 관광 자원화

야경을 모티브로, 2008년 6월 한국관광공사는 '꿈결같은 야간여행'이라는 테마로 송암천문대에서 별 헤는 밤(경기 양주), 연인들의 밀어처럼 사랑이 피어나는 천년의 도시(전북 전주), 당신의 낮보다 화려한 신라의 달밤(경북 경주), 아름다운 밤을 자랑하는 동양의 나폴리(전남 여수), 달빛 아래 젖는 효심(孝心)-수원화성(경기 수원) 등 5곳을 각각 선정, 발표하였다<표4>16).

[표 4] 감성을 극대화 시킨 국내 관광지

항 목	이미지
송암천문대 야경	<p>(출처 : 여행작가 한은희)</p>
전동성당 야경	<p>(출처 : 여행작가 유철상)</p>

16) 최재원(2008) 6월에는 "꿈결같은 야간여행을 떠나요", 문화저널21 사진 문화, 5월 22일

<p>임해전지 토요 상설 공연 후 불꽃놀이</p>	<p>(출처 : 경주시청)</p>
<p>야경의 진수 돌산대교</p>	<p>(출처 : 한국관광공사)</p>
<p>화성의 밤 전경</p>	<p>(출처 : 수원시청)</p>

#### 4.3. 물을 테마로 지역경관 개발

진해해양공원은 멋진 야간 조명과 함께 공원 내의 군함에 야간에 불을 밝혀 색다른 볼거리를 제공하고 있다.

축제 개발로 살펴 본다면, 담양대나무 물축제는 담양군 대표축제로 개발에 대한 확고한 의지와 군민 다수의 염원과, 호수(장흥댐), 강(담진강), 바다(득량만)를 동시에 보유한 수변환경을 널리 알리고자 기획되었다. 주간에는 물에 흠뻑 빠져 젖어서 체험하는 시간과 야간에는 물·분수·야경·별빛을 보면서 마시고, 노래하고, 춤추는 흥에 겨운 축제로 운영방향을 설정한 체험 축제로 지역경제 활성화를 기대하여 기획되었다. 담양군에 따르면 야경도 맛있는 입소문을 타고 야간 입장객이 몰렸으며 축제기간 중 죽녹원 입장객 수는 12만여명으로 이는 지난해 2007년 축제 기간의 6만여명에 비해 2배나 증가한 숫자다17).

정남진 물 축제는 뚜렷한 대표축제가 없었던 장흥이 3년여 기획과정을 거쳐 준비한 '물축제'로 여

17) 신을호(2008) 담양대나무축제..죽녹원 입장객 2배 증가, 전남조은신문, 5월 16일

름철 관광객을 타겟으로 개발하였다. '물과 빛, 생태 문화가 어우러지는 여름철 대표축제'를 캐치프레이즈로 주행사장인 탐진강과 장흥댐 수변공원 등지에서 펼쳐진다.

진도의 신비의 바닷길은 고군면 회동리와 의신면 모도리 사이 2.8km의 바다가 폭 40~60m로 갈라지는 것을 기념해 열리는 축제다. 수심이 낮아질 때 바닷길이 드러나는 현상이지만 전세계적으로 일시적인 현상을 보기 위해서 가장 많은 인파가 몰려드는 곳으로 알려지고 있다<표5>.

[표 5] 물을 테마로 한 고대비 관광자원

항 목	이미지
진해해양공원	
담양대나무 물 축제	 (출처 : 전남조은신문)
정남진 물 축제	 (출처 : 장흥군)
신비의 바닷길 축제	 진도대교 쌍교야경 (출처 : 사진작가 조경륜)

#### 4.4. 빛을 테마로 지역형 대형 이벤트 개발

야간에 강한 빛과 어둠의 대비를 이용한 개발은 온 국민의 축제로 발돋움 하는 서울세계불꽃축제, 진주남강유등축제, 청계천루미나리에 등 대형 이벤트로 개발된 사례이다. 불꽃축제의 경우 막대한 인원이 모여들고, 사전에 잘보이는 숙소가 매진되는 것은 관광상품의 개발에 있어서 다변화를 모색해야 하는 이유가 될 수 있다<표6>.

[표 6] 빛을 테마로 한 고대비 관광자원

항 목	이미지
서울세계 불꽃축제	
진주남강 유등축제	
청계천 루미나리에	

#### 4.5. 소리를 테마로 공감각적 소재 개발

소리를 주로 이용한 테마는 공감각적 소재 개발의 중요성을 시사하고 있다. 이미 여러지역에 분포된 음악분수 등은 음악이 나오면서 분수가 춤을 춘다. 제천 단양지역의 도담삼봉 음악분수는 이용자가 요금을 내고 노래를 부르면 분수가 소리에 맞추어 움직이는 색다른 구조이다.

그리고 음악영화의 개념을 영화제로 도입한 제천 국제음악영화제는 야간의 고요함에 음악과 영상이 어우러진 새로운 시도이다 <표7>.

[표 7] 소리를 테마로 한 고대비 관광자원

항 목	이미지
음악분수	
국제음악 영화제	

#### 4.6. 생활 주변의 고대비 이미지 활용

스카이 라운지는 우리 주변에서 야경을 이용한 대표적 사례이며 편안한 분위기를 주는 경우가 많아서 대중적으로 선호된다.

호텔 프로그램에서는 도심의 야경을 이용하는 경우인데, 그랜드 하얏트 서울에서는 서울의 야경을 바라보며 바비큐 뷔페를 즐길 수 있는 '풀사이드 바비큐' 프로그램을 개발하였다. 매일 저녁 6시~10시에 바비큐를 즐기며 한강과 도심의 스카이 라인이 장관을 이루는 야경은 이국적인 정취를 제공한다<sup>18)</sup>.

테마파크는 여름에 야경을 주제로 한 기획이 늘고 있다. 낮과는 또 다른 얼굴을 하고 있는 테마파크의 밤은 화려함 재미까지 갖춰 대중적으로 인기 있다. 매일 밤 화려한 불꽃놀이와 공연이 펼쳐지고 있는데 에버랜드는 불꽃을 배경으로, 롯데월드는 야간 퍼레이드를, 서울랜드는 아름다운 야경을 즐기며 놀이기구를 이용하는<sup>19)</sup> 프로그램을 개발하여 운영하고 있다.

특히 주목할 만한 것은 분양 조감도에서 야경이 강조되는 추세이다. 복합 엔터테인먼트 단지로 조성되는 경기도 고양시 한류우드(고양 관광문화단지)<sup>20)</sup>

18) 유인근(2008) 호텔에서 즐기는 야외 바비큐, 스포츠21닷컴, 5월 21일  
 19) 유인근(2008) 낮보다 화려한 테마파크의 밤, 스포츠21닷컴, 5월 14일  
 20) 연합뉴스(2008) 한류우드에 들어설 특급호텔 조감도, 5월

의 경우 조감도가 야경을 강조하여 부각 시키고 있다<그림 6>.



스카이라운지      테마파크      호텔프로그램



주상복합시설 야경조감도  
 [그림 6] 생활주변의 고대비 활용

가상현실의 측면에서 2008년 4월, 북미와 유럽 게임 시장에 최신작 'GTA4'(Grand Theft Auto 4, 그랜드 테프트 오토4)가 발매됐다. 놀라운 점은 이 게임에 사실적인 현장감이다. 이 게임은 실제 유명 도시와 거리를 그대로 재현하되 사실적인 야경이 등장하고 명도차가 큰 색상대비로 게임 유저의 눈을 자극하고 있다<그림 7>.



[그림 7] 야경을 배경으로 한 게임 'GTA4'<sup>21)</sup>

#### 5. 결 론

본 논문은 야경을 대표로 하는 고대비(高對比)를 이용한 관광자원의 개발을 통하여 지역경제 활성화에 기여하고, 가상현실에도 고대비의 사실적 이미지

22일  
 21) 게임동아(2008) 또 다른 뉴욕을 게임 속에서 만나다 'GTA4' 프리뷰, 5월 16일

로 게임 유저의 눈을 자극하여 시각적 효과를 높일 수 있다는 내용이다. 국내관광은 문화유적지나, 향토음식 또는 후진적 아이템에 국한 된 기존의 관광 자원에서 탈피하여 지역전략산업으로서 관광 자원의 개발 노력이 무엇보다도 필요하다.

그 개발 방안의 소프트웨어적 요소로, 세계적으로 유명한 한국의 밤문화를 고려한 명도대비적 활용 측면을 제시하였다. 기존의 고대비(高對比)는 순수미술분야에서 창작을 통하여 연구되었고, 주로 광고사진 분야에서 제품이 돋보이는 역할을 했다. 관광자원으로서 고대비(高對比)는 밤의 어둠이 주는 감성적 접근성과 편안함 속의 화려함이 돋보였다. 고대비를 이용한 야간 관광자원의 개발은 차별적 우위를 통한 선점이 가능하다고 보여진다.

고대비(高對比)를 이용한 관광자원의 개발과 활용은 다음과 같다.

첫째, 높은 대비를 가지는 이미지가 주는 감성의 차이를 인지한다. 해외에서 야경을 강조한 홍콩, 시드니항의 오페라하우스 등은 고대비(高對比)가 주는 감성의 차이를 관광자원으로 개발한 좋은 사례라고 볼 수 있다. 국내에서도 가로수에 설치돼 아름다운 야경을 제공하고 있는 설치예술작품, 야간 시간대별(야간, 심야, 밤샘스키)로 개발한 스키프로그램은 야경을 이용하여 환상적 이미지를 제공해 준다.

둘째, 고대비(高對比)의 명도 차를 이용한 관광 이미지 자원을 개발 할 수 있다. 최근에 강조되는 야경 관광 자원화(한국관광공사 5곳 야간여행 추천)가 좋은 예이다. 특히, 지역형 공공디자인 개선 사업 중 관광객을 위한 야경작업이 활발한 통영대교가 주목할만한 사례이다.

셋째, 테마형 자원개발인데 물 테마 지역경관 자원화(해양공원 등), 빛 테마 지역형 대형 이벤트 개발(불꽃놀이 등), 소리를 테마로 공감각적 소재 개발(음악분수 등) 등이 조사된 현황이다.

넷째, 생활주변에서 고대비(高對比)를 이용한 서비스 자원의 경우, 기존의 스카이라운지를 비롯하여, 도심에서는 호텔에서 이국적인 정취를 강조한 프로그램 개발을, 테마파크는 불꽃이나 야간 퍼레이드 또는 야간 개장으로 개발되고 있었다. 특히, 주목할 부분은 분양사무실 조감도에 야경이 강조되고 있는 추세라는 것이다.

마지막으로 게임이라는 가상현실에서도 사실적인 느낌과 멋진 야경으로 게임 유저의 눈을 자극하고 있는 것으로 보아 미래자원적 활용도가 높을 것으로 기대된다.

## 참고문헌

- 강인선(2007) "하버드 스타일 - 강인선" 『좋은 생각』 6월호
- 김태훈(2007) "홍콩의 밤 밝히는 '빛의 심포니'" 『세계일보』, 5월 16일
- 게임동아(2008) 또 다른 뉴욕을 게임 속에서 만나다 'GTA4' 프리뷰, 5월 16일
- 김형우(2007) "야간-심야-밤샘 스키등 인기 '잠들지 않는 스키장'" 『스포츠조선』, 1월 24일
- 고성인터넷뉴스신문(2008) 고성 철쭉도 이렇게 하면 안되나?, 3월 19일
- 광주인터넷뉴스(2008) 신비의 바닷길이 열리는 진도를 찾아서, 4월 30일
- 대한프로사진가협회 <http://www.kppa.co.kr>  
<http://www.fstop.co.kr>
- 박일우(1990) "픽토그램의 기호학적 연구", 경북대학교 박사학위 논문, p.71-73
- 생활에 필요한 지식 700가지 (네이버)
- 심현준(2004) "하이키와 로우키" 『VLUU ZINE』, 5월호
- 신을호(2008) 담양대나무축제..죽녹원 입장객 2배 증가, 전남조은신문, 5월 16일
- 여행레저팀(2007) "네티즌이 뽑은 2007년 최고 여행지...홍콩" 『스포츠서울닷컴』, 2월 6일
- 이동훈(2007) "은하수 내리는 청계천의 밤" 『뉴스스』, 5월 13일
- 이수형(2006) "웹의 진화와 여행 사이트", 『세계여행신문』, 2월 13일
- 연합뉴스(2008) 한류우드에 들어설 특급호텔 조감도, 5월 22일
- 유인근(2008) 호텔에서 즐기는 야외 바비큐 스포츠 21닷컴, 5월 21일, 낮보다 화려한 테마파크의 밤, 스포츠21닷컴, 5월 14일
- 정성호(2007) "노원구 은행사거리에 '때이른 봄'" 『연합뉴스』, 2월 14일
- 장홍군(2008) 불거리와 감동의 물축제 위해 준비한 창 연합뉴스, 5월 19일
- 최재원(2008) 6월에는 "꿈결같은 야간여행을 떠나요", 문화저널21 사진 문화, 5월 22일
- 황태훈 외(2007) "'관광 꼴찌' 서울을 '매력덩어리'로", 『동아일보』, 1월 3일
- Max Luscher(1973) 이미지역, 『Signal of Dersnality』 (Germany)