

**에버랜드 비주얼사인의 개선방안**  
Refinement of Visual Signs for the Everland

박 미 영

용인공업전문대학 산업디자인과

## ABSTRACT

The development of the industrial culture has made a man to think the recovery of humanism and choose the active leisure. But the expansion of quantity has not made the quality grown. Sign system is the only communication between resort and the person who want to enjoy in there. However the visual sign including incorrect, misleading and unknown sign or symbol add streath to person occasionally. Only visual sign can guide easily the person some place where everyone wants to get there.

In this respect, the visual sign of resort has only elementary function in our country. The special characteristics of resort gathers person who has different level of knowledge, live any place and different culture area. Therefore, in order to satisfy the above chacteristics the visual sign in resort must be the result of well designed. In this paper, all sign in searching area were classified into there fields such as sign of zoo, botanical and the rest. Then common problem which was involved in the Everland.

As the above result, lackin of design room was most important mistake in there. So, such of improvised and disunited sign was made new sign is needed.

This paper offers the fact that present visual sign does not mean simple function for indication. Such of that visual sign must be independent element fot recrtation.

A humorous, familiar and expressive sign makes man comfortable and in such atmosphere person can be communicated with beautiful and functional sign.

## I. 서론

경제가 안정되고 사회구조가 전문화 될수록 그 사회는 휴식을 위한 레저 문화가 발달하게 된다. 우리나라의 경우는 70년대에 들어서며 사회구조의 산업화로 얻게된 시간적 여유가 소비생활의 질적 향상과 휴식에 대한 필요성을 실감하게 만들었다. 이에 의해 레저문화의 개념이 형성되기 시작했고, 기업의 적절한 참여는 대규모 위락시설을 만들어 냈으며, 레저 산업이 선두자격으로 출발한 '자연농원'은 올해로서 개장 20주년을 맞으며 '에버랜드'로의 개칭과 함께 국제적인 위락시설로의 변신을 꾀하고 있다. 그러나 우리나라 대부분의 다중이용 시설물들이 그러하듯 이곳 역시 비주얼 사인(Visual Sign)의 미흡한 운영은 많은 혼란과 문제점을 안고 있다. 단순한 상품의 진열 차원의 현실을 극복하지 못한다면 토탈 마케팅(Total Maketing)의 한 요소로서 다 루어져야 할 비주얼 사인은 디자인의 근원적 요소인 심미적 기능으로도 제 역할을 다하지 못할것이다. 특히 현재 교체중인 캐릭터(Character)는 그 사용에 있어서 일관성을 잃고 있으며 문화와 인습을 초월여 인식이 가능한 픽토그램(Pictogram)의 활용이 무엇보다 시급한 실정이다. 비주얼 사인은 다중이용 시설물내에서 가능한 유일한 커뮤니케이션 (Comunication)이며 이곳을 찾는 사람들에게는 곧 상품적 의미와 직결되는 것이라 할 수 있다.

정신적 여유가 없었던 과거나 또 적극적 여가의 방법을 찾는 오늘날이나 비주얼 사인은 발전의 폭이 무척 좁다고 볼 수 있다. 우리나라는 88년 올림픽을 계기로 시작된 많은 국제 회의나 행사를 치르며 디자인 관련산업이 크게 발전되었다. 특히 디자인은 오늘날 상품의 부가가치를 높이는 가장 중요한 요인으로 부각되고 있다 이렇게 우리의 모든 생활환경의 발전만큼 비주얼 사인이라는 시각적 커뮤니케이션도 발전의 계기를 마련하여 균형있는 디자인계획이 실시될 수 있도록 하는 데 그 의의를 두었고 또 대규모 위락시설들이 지속적인 투자와 발전을 꾀하고 있는 것을 감안할 때 바람직한 방향을 모색할 수있는 좋은 기회가 되었으면 한다. 나아가 국제 도시화되어 가는 서울이 더욱 훌륭한 도시환경을 갖추는데 에버랜드의 20주년 사업이 일익을 담당할수 있기를 기대한다.

## II. 이론적 배경

### A. Visual Sign의 개념

한 사회집단의 공동약속기호인 언어는 사람의 사상이나 감정을 표현하거나 교환하기 위한 커뮤니케이션으로서의 기호라고 할 수 있다. 라틴어의 Communis가 어원인 커뮤니케이션은 영어의 comon을 뜻한다. 유기체들이 기호(Sign)를 통하여 서로 정보나 메시지를 전달하고 수신해서 공통된 의미를 수립하고 나아가서는 개인의 행동에 영향을 미치는 과정 및 행동으로서 모리스(Moris)는 좁은 의미로 '두개 이상의 개체가 기호를 매개로 하여 공유하는것'이라고 정의를 내리고 있다.<sup>1)</sup> 이는 인간과 인간사이 뿐 아니라 온갖 생물과 생물, 인간과 자연, 인간과 환경, 나아가서는 개체 내의 심리적 전달까지도 포함하고 있음을 의미한다. 지금과 같이 구체적인 의사전달의 수단이 없었던 과거에나 또 오늘날과 같이 이문 화권과의 교류가 빈번해질때나 똑같이 사람들은 어떤 시각적인 기호로 인간의 의사를 전달해 줄 필요성을 느낄것이다. 정보를 전달하는 수단의 하나인 문자가 있기 전부터 인간들은 어떤 상징적 기호나 부호로 비언어통신(Non Verbal Communication)을 하였는데 그 종류로는 마크, 도로표시, 도표, 지도, 일러스트레이션 (Illustration)과 같은 Non Iconic Symbol과 회화사진, 영화등의 Iconic Symbol이 있다. 그 밖에 음악에 의한 음향적 심볼과 점자같은 촉각적 심볼이 있다. 이와 같은 비언어적이며 시각적인 통신의 방법중에서도 다양한 목적에 적합한 전달수단으로서 현대적 개념인 비주얼 사인을 들 수 있다.

이것은 인간이 서로의 의사전달을 가장 정확하고 빠르게 할 수 있는 수단이라고 보여진다. 시각을 통한 전달이라는 측면에서 본다면 사인이나 심볼등은 동굴화나 종교화를 거쳐 고대에 이르기까지 전체가 비주얼 커뮤니케이션이라는 기능의 확대과정이 있었다. 란드버그(Lundberg)의 신호와 기호를 사용한 상호작용(Interaction By Means and Symbol)이라는 견해나 브렐슨(Berelson)이나 스타이너(Steiner)의 "기호-언어, 그림, 도형, 도표등을 사용하여 정보, 사상(Idea), 감정, 기술등을 전달하는 행위(Act)나 과정(Process)을 뜻한다."하는 견해는 비주얼 사인의 커뮤니케이션으로서의 개념을 적절히 표현하고 있다.<sup>2)</sup> 우리는 다

1)이건호, 「디자인개론」, (서울:이화출판사, 1983), p.148

2)차배근, 커뮤니케이션학 개론 (서울:세영사, 1976), p.19

른 감각기관보다 눈을 통하여 먼저 그리고 많은 것을 인지하며 나아가 추상적 사고를 가능케한다. 이는 비언어적 방법을 통한 전달은 일단의 상황을 설명하는 데 있어서 언어보다 빠르고 정확할 수 있음을 뜻한다. 현대는 점차 언어에 의한 정보가 비언어에 의한 정보로 바뀌고 있는데 폭발적으로 늘어나는 정보의 양을 감안한다면 이는 당연한 결과이다.

1944년 케페스(G.Kepes)의 '시각언어(Language of Vision)'가 간행되면서 형상에 의한 커뮤니케이션이 주목을 끌게 되었고, 문자를 대신하여 시각정보가 이용되는 가장 큰 이유는 전달 효율상의 이점 때문이라는 것이 이론적으로 체계화 되었다. 이는 순수예술에서도 마찬가지인데 작품을 제작하는 예술가는 대중에게 무엇을 전달하고자 하는 욕구를 지니지 않으나 어떤 대상을 선택하여 작품을 제작하는 일은 전달한다는 의미에서 기호나 상징으로 자기의사를 표현하는 것이다.

“예술속의 상징(Symbol)은 하나의 비유요, 그것은 뚜렷이 보이는 또는 사람눈에 띄지 않는 축 어적인 표시작용을 갖는 하나의 이미지(Image)다. 축어적으로 표현하려면 비합리적인 것이 되는 것이 이지미다.”라고 랭거(S.K Langer)는 밝히고 있다.<sup>3)</sup>

어네스트 네이젤이 「의미체계와 과학」이라는 논문에서 '상징이란 흔히 그 지위는 언어적인 것으로서, 명확한 언어상의 관계 내지는 통칙으로서 어떤 것을 지시하는 기호라고 생각되는 사상'이라고 정의한 바와 같이 말이나 문자는 시간적, 연속적 배열에 의해서 의미를 전달하지만 그래픽 심볼은 동시적 직관적으로 의미를 이해한다. 이점이 커뮤니케이션 매체로써 보다 유리하다. 언어와 똑같이 정확하게 의미를 나타내고 더욱 순간적으로 인식을 가능하게 하는 것이 유효적절한 커뮤니케이션을 행하게 하는 필수적인 조건이다.<sup>4)</sup>클라렌스 파로우(Clarence Parrow)는 “사실과 형태와 생각을 가장 효율적으로 전달하기 위해서는 시각적인 표현이 쓰여져야 한다.”고 결론을 내림으로써 시각언어는 인간과 그 지체를 통일하는 불가결한 방법임을 강조하였다.<sup>5)</sup>시각언어는 언어나 글의 표현을 시간적 공간적으로 절약하며 쉽게 이해하여 어느 사용자나 이해 가능한 전달매체인 것이다.

현대인은 읽는 사람에서 보는 사람으로, 이해하는 사람에서 느끼는 사람으로 변모되어 간다고 한다. 이것은 곧 비주얼 사인의 현대적 의미를 나타내는 표현이다.

오늘날과 같이 구체적인 의사전달의 수단이 없었던 과거에는 공동약속기호로서의 어떤 시각적 표시가 필요했을 것이다. 그리하여 대상의 형태를 단순화시켜 현대 알파벳 문자의 기원을 이룬 상형문자가 나타난 것이다. 그것은 문명의 발달이 없었던 당시 한자의 고대어(표의문자)나 은나라의 갑골문자등이 그 예가 된다. 스페인의 알타미라 동굴벽화, 프랑스의 라스코 동굴벽화는 인간의 유희적 본능에 의한 예술의 기원이자 공동의 커뮤니케이션이라 할수있다. 이를 가르켜 차일드(C.Child)는 '문자언어를 대신하는 일종의 원시적 커뮤니케이션'이라고 말함으로서 6만여년전부터 상징기호가 커뮤니케이션의 수단으

3)S.K Langer,「예술이란 무엇인가」, 박우종(역) (서울:민예사, 1977), p.184

4) 大智浩, 「デザイン개론」, p.160

5)Matthew P. Murgio, Communications Graphics(New York:Van Nostrand Reinhold Company, 1969), p.15

로 사용되어 왔음을 주장하고 있다. 이처럼 현대에서의 문자의 역할을 고대에서는 대상에 대한 사실적 표현으로 대신했던 것이다. 즉, 문자와 그림은 인류의 근원적으로 불가분의 관계인 것이다. 그러나 본고에서 다루어질 에버랜드 비주얼 사인 의 측면에서 본다면 그 사실적 근원은 19세기 말에서 20세기에 들어서 찾아볼 수 있는데 바우하우스(Buhaus)의 출범과 제1,2차 세계대전 후의 사회적변화는 비주얼 사인의 폭을 넓히고 나아가 현대적 감각을 지닌 시각언어의 탄생에 발전적 계기가 되었다. 특히 자동차의 발명은 새롭고 많은 사인의 제작을 요구하게 되었으며 이에 1895년 Italian Touring Club에서 제작한 도로교통 사인 시스템이 처음 사용되었고, 그후 1909년 유럽 7개국에서 그림을 이용한 심볼이 도로 표지에 채택됨으로써 급속히 현대화되기 시작하였다. 또한 월터 그로피우스(Watter Gropis)가 설립한 바우하우스의 반기계화 활동이 현대 디자인에 새로운 장을 열었으며 시각언어의 발전의 폭을 더욱 넓혔다.<sup>6)</sup> 오늘날 비주얼 사인은 언어와 문화를 초월한 커뮤니케이션의 수단으로 시각언어의 국제화가 요구되고 있다. 지구상에는 5000여 개가 넘는 언어를 사용하는 서로 다른 국가나 민족이 있지만, 사물을 인지하는 기본적 시각양식이나 패턴의 질에는 놀랄 만큼의 균일성이 있다. 그예로 사람들은 일몰하는 해를 보며 자기 성찰적 내면 세계와 접하게 되는 역학적 개념을 갖게 되는데 이것은 유사한 시각적 개념이 서로 독립적인 환경에서 나타남을 보여준다.<sup>7)</sup>이처럼 비주얼 사인은 그 형태나 사용영역에 있어서 의미가 명확하게 정의되어 이해가 쉽고 또한 더욱 효과적이고 실질적인 커뮤니케이션이 이루어질 수 있게 되었다.

#### B. Visual Sign의 역할과 종류

미지의 환경에서 서로 다른 사람들과 접하게 되었을때 우수하게 디자인되고 올바른 평가 과정을 거친 사인은 매우 유용한 것이다. 언어는 언제나 유동적이고 고정된 형태로 보존될 수 없으며 더우기 합리적이고 정확한 개념을 나타내기란 어렵다. 우리가 매일 대하고 있는 신호등의 경우만 하더라도 적(赤)과 청(靑)의 사인은 '멈추시오'와 '가십시오'의 기능을 넘어서 긍정과 부정의 의미로 우리의 생활속에 깊숙히 침투되어 있다. 미래는 완전한 전자 미디어의 시대가 도래할 것이며 인류 전체는 다시 하나의 부족사회화되어 마샬 맥루한(H. M. Macluhan)의 지구촌(Global Village)의 의미를 실감하게 될것이다. 정보화 시대의 특징의 하나로서 전(全)감각적인 발상과 사고방식을 가진 시각사고형 인간이 늘어날 것이며 바로 이점이 '그림은 언어보다 커뮤니케이션 하기에 더 좋은 방법일 수 있다.' 라는 헨리 드레퍼스 (Henry Drefuss)의 말을 충분히 긍정하게 할 것이다.<sup>8)</sup>오늘날과 같은 첨단과학의 시대에 기호화되지 않은 상태로 모든 회로와 설계를 완성해야 한다면 지금과 같은 발전은 생각할 수도 없을 것이다. 물론 비주얼 사인이라는 시스템 자체가 하나의 완벽한 정보수단이라고는 말할 수 없다. 그러나 인간은 시각적 동물이다. 즉 갖가지 시각적 정보가 눈을 통하여 우리의 의식세계로 수용되고 있다.<sup>9)</sup>이는 정보수용체계에 대한 로버트 뮌르(Robert Muir)의 통계로도 알 수 있듯이 미각1%, 청각10%, 촉각20%, 후각4%, 시각

6)정시화, 현대디자인 연구 (서울:문왕사, 1975), p.139

7)R. Arnheim, 예술심리학 하권 (서울:이대 출판부, 1984), p.318

83%로 인지되고 있다. 시각언어는 의미와 내용을 논리적으로 이해시키는 것 보다 직감적으로 인식시키는데 효과적이기 때문에 시각언어를 어떻게 조직하는가에 따라 그 우월이 좌우될 때가 많다.

사인은 많은 커뮤니케이션 메시지중의 하나에 불과하지만 그 편리함과 정확성이 더 많은 발전된 형태의 사인을 생산케 할 것이다. 이런 상황에서 에버랜드라는 제한된 공간속에서의 비주얼 사인의 역할은 모든 사물이 고유의 이름을 가지듯이 시설물에 대한 단순한 명명으로서의 기능이 아니라 인간을 위한 인위적 환경이 가진 레크리에이션(Recreation)의 목적에 부합하는 사인이 되어야 한다. 즉 시각적으로 아름답고 기능적으로 우수한 사인은 에버랜드를 찾는 사람에게 최적의 휴식공간을 영위할수 있도록 함에 중요한 역할을 할 것이다. 비주얼 사인이 커뮤니케이션을 가능하게 하는 모든 기호를 의미한다면 그 종류는 실로 방대하다 하겠다. 그러나 본고에서 다루어질 에버랜드 비주얼 사인을 이해하는 데 필요한 사인만을 설명하면 다음과 같은 것들이 있다.

### ① 심볼(Symbol)

심볼은 행사나 운동, 어떤 기관등의 목적, 주제, 내용을 상징하는 간단한 형상으로 각종 매체에 쓰여 빨리 그리고 쉽게 인지되고 기억되며 환기되어야 하는 것이다.<sup>10)</sup> 그러므로 그것들은 사물의 내용을 요약하여 나타내는 기호이고 시각전달을 위한 조형의 단위이다. 즉 비둘기는 평화, 십자(+)는 그리스도, 붉은색은 혁명을 상징시키듯이 설명이 필요없는 특정한 의미를 줌으로써 추상적인 정신내용을 구상적, 실제적, 사물로 구체적으로 나타내는 것을 말하고 있다. 특히 사인들 중 심볼은 초기 임팩트(Impact)의 강력함에 따라 좌우되고 부분적으로 강조함에 따라 달라지며 단순한 형태일수록 대담하게 만들어질수 있고 강한 임팩트를 줄 수 있다.

단순성이란 시각적으로 보기 편한 기능을 넘어서 미학을 추구하는 하나의 지표가 되어야 하며 심볼의 조형적 요소가 확립되어지는 중요한 일이다. 에버랜드내의 유기시설(遊器施設)이나 공공시설물(公共施設物)의 표현에 있어서 심볼은 상징을 낳는 구조이어야 하며, 창조적 요소와 조형적 요소를 지녀야 하며, 미적 요소와 구조적 요소가 조화될 때에만 독창성을 지닌 훌륭한 심볼이라 할 수 있다. 에버랜드내의 비주얼 사인에 있어서 심볼이 가장 큰 영향을 미치는 곳은 역시 동물과 식물에 대한 심볼이다. 이들은 모두 구상적인 자연물에 의한 사인으로 조형방법에 따라 다음과 같이 분류할 수 있다.

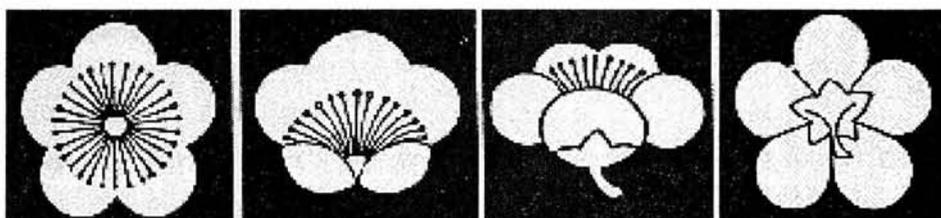
#### · 사물의 보는 법, 잡는 법에서

동양의 문장에 서는 하나의 물건이라도 여러 방향에서 잡아 풍부함을 살리고 있다. 꽃을 정면에서 잡는 것을 향(向)이라고 하는데 피는 매화를 비스듬히잡거나 또 옆에서, 뒤에서 보는 매화등 변화가 풍부하다.

8) Henry DreFuss, Symbol Source Book(New York:Mcgraw Mill Book Co, 1975), p.24

9) 김경숙 역, 사인, 심볼, 문양(서울:미진사, 1985), p.7

10) Gregg Berryman, 꾸밈편집실역, 그래픽디자인, 시각커뮤니케이션 노트(서울:토탈디자인, 1985), p.14

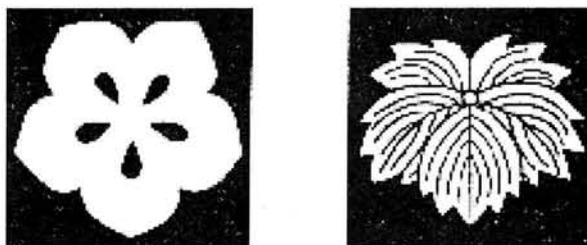


(도.1) 사물의 방향에 의한 표현

물론 이것은 동물의 심볼에 있어서도 마찬가지이다. 어느 방향에서 잡든지 그 사물의 특징을 잘 살리고 있으면 그것은 누구의 눈에도 착오없이 아름다운 심볼이 될 것이다.

· 형태의 부가나 변화에서

모양을 갖추기 위해 직선만으로 혹은 곡선만으로 표현하는 것은 흔히 있는 일이다. 엄격한 선을 쓰지 않고 부드러운 곡선으로 표현하거나 완만한 곡선을 지그재그로 강하게 나타내어 표현하는 방법도 있다.



(도.2) 곡선에 의한 표현

· 선과면, 네가(Nega), 포지(Posi)의 고려

면으로 다루어 강해지거나 같은 선이라도 열린 선을 주로하여 선적인 특성을 강조하거나 또 선의 굵기를 고려하여 네가(Nega), 포지(Posi) 양면의 사용효과를 생각한다.

· 방향성의 변환

같은 물건을 왼쪽, 오른쪽으로 돌게 하느냐, 위, 아래로 뺄게 하느냐 하는 것처럼 좌우, 상하를 바꾼것도 많다. 또 같은 정방형이라도 평평하게 놓은 것에 대해 대각선이나 수직방향으로 한 것또는 중간적인 방향이 있으며, 이들은 모두 각각 다른 느낌을 갖고 있다. 이러한 단순화 과정에 있어서 앤드슨(Andersen)은 단순화를 '더 할수도 뺄수도 없는 형태의 상태'라고 하였다. 즉, 단순화의 남아있는 부분들은 우리가 지각할때 단순히 그 형만을 보는 것이 아니라 없어진 부분까지도 포함시켜 함께 지각하는 것이다.

이처럼 심볼은 말과 문자의 차이를 해소시키고 인간사회에 있어서 더욱 발달된 시각에 의한 전달방법이라고 할 수 있다.

## ② 픽토그램 (Pictogram)

픽토그램은 하나의 물체, 하나의 행위, 하나의 과정, 하나의 개념(Concept)을 가리켜주는 사인이다. 이것은 그림이 글자를 대신하는 것으로 언어의 장벽을 깨트리는데 아주 효과적이며 에버랜드에서 사용되고 있는 픽토그램의 대표적인 것으로는 일반적인 시설물 사인(General Sign)과 교통표식등의 공공사인(Public Sign)이 주를 이루고 있다. 오스트리아의 오토 노이라스(Otto Neurath)와 일본인 가스미 마사루(Kazumie Masaru)는 논리적 응용에 따라 효과적인 심볼을 개발하였는데, 픽토그램의 선구자라 불리는 오토 노이라스는 아동용 교재로 사용하는 알기 쉬운 도형으로서 이른바 아이소타입(Isotype)을 창안하여 오늘날에는 통계도, 지도등에 사용되는 등 그림언어의 일반화를 위해 커다란 공적을 남기고 있다.<sup>11)</sup>

언어나 문자는 시간적, 연속적 배열에 따라서 비로소 전달될 수 있지만 일련의 사인들은 동시적 직관적으로 그 의미를 해결할 수 있으며 국제적 행사시 국가간의 언어장애를 해소시킬 수 있는 유일한 시각언어이다. 물론 여기에도 한계는 있다. 민족에 따라 특정한 패턴이나 모양에 대한 습성의 차이도 있겠고 종교의 차이, 또는 같은 모양이라도 전혀 다르게 해석될 경우도 있을 것이므로 주의하지 않으면 안된다. 그 다양한 예로서 십자가를 들 수 있다. 십자가는 중동지방뿐 아니라, (크레타섬에서 기원전 15세기로 거슬러 올라가는 대리석 십자가가 발견되었다) 극동지방과 아메리카 대륙에서도 발견되는 가장 오래된 상징 중의 하나이다. 십자가는 기독교 시대전부터 존재하던 세계적인 상징이며 수평방향의 가로대는 지상의 차원인 수동적 축을, 수직선은 천상의 차원인 능동적 축을 상징한다.

그리스도의 상징인 십자가가 시대에 따라 비밀스럽게 표현하기 위해 삼지창(삼위일체의 상징)을 기독교인들은 '인간을 낚는 어부인 그리스도'로 상징하기도 했다. 또 2세기와 3세기의 유대의 카타콤 안에서 장식무늬로 사용된 물고기가 발견되었고 이것이 초기 기독교인들 사이에서는 마치 상형문자처럼 사용되었는데, 그리스어 이크투스(Ichthys, 물고기) 하나하나의 알파벳이 '예수 그리스도, 하나님의 아들 구세주'라는 내용의 머리글자가 되고 있기 때문이다.<sup>12)</sup>

이처럼 시간, 스타일, 문화, 언어등을 초월해야 되는 조건 때문에 훌륭한 픽토그램을 디자인하기란 쉬운일이 아니다. 픽토그램이 효과적인 형태를 하고 있느냐 하는 판단기준은 심볼의 경우와 같다. 하지만 픽토그램의 경우, 하나 이상의 물체를 나타내는 편이 많기 때문에 시각적으로 아주 복잡하다. 이들 미디어(Media)가 그 시각적 성질이 전달할 내용과 일치되어 있다는 점에서 문자라고 말할 수 없지만 그 기능은 어떤 특징개념의 전달에 있으므로 언어, 즉 누구나 이해가능한 언어라 할 수 있다. 특히 에버랜드같은 다중이용시설물에서는 연령이나 학식을 초월한 시각언어를 필요로 하는 지역이며, 모든 정보를 사인에 의존한다고 볼 수 있다.

11)李相喆, 커뮤니케이션 발달사 (서울:일지사, 1982), p.1

12)조르주 나타프 저(著), 金正蘭(譯), 상징, 기호, 표지 (서울:열화당, 1995) p.134

오늘날 여가 시간은 동적 및 정적 레크리에이션에 의하여 충족될 수 있다는 것을 인식시키고자 하는 몇개의 정의들 중에서 차알스 도웰(Charles Doell)의 표현을 보면 "레크리에이션이란 그 자체로서 즐거움을 주는 어떤 수단을 통하여 정신 또는 육체, 혹은 이들 양자의 원기를 회복시켜 주는 것' 이라고 했다.<sup>13)</sup> 현대는 인간으로 하여금 충분한 휴식의 공간을 더욱 필요로 하게 만들것이며 더불어 여러 형태의 레저시설이 자연발생적으로 생겨날 것이다. 참고로 연령, 직업별 레저활동의 현황을 살펴보면 다음과 같다.

국가	국가별	평 일			토 요 일			일 요 일		
		1 위	2 위	3 위	1 위	2 위	3 위	1 위	2 위	3 위
연령별	한 국	남10~15 (63.2%)	남20~29 (50.9%)	남60~69 (48.5%)	남10~15 (78.5%)	남20~29 (59.%)	남16~19 (54.4%)	남10~15 (85.4%)	남16~19 (66.7%)	남20~29 (63.4%)
	일 본	남10~15 (64.0%)	여10~15 (56.8%)	남16~19 (51.0%)	남10~15 (72.4%)	여10~15 (68.2%)	남16~19 (66.7%)	남10~15 (79.7%)	여10~15 (77.4%)	남16~19 (68.0%)
직업별	한 국	국민학생 (67.5%)	무 직 (51.6%)	전문자유직 (46.2%)	국민학생 (72.5%)	전문자유직 (61.5%)	대학생 (59.5%)	국민학생 (79.6%)	경영관리직 (70.8%)	중학생 (60.2%)
	일 본	국민학생 (79.6%)	대학생 (64.4%)	무 직 (50.2%)	국민학생 (90.6%)	대학생 (65.3%)	중학생 (53.4%)	국민학생 (92.1%)	대학생 (67.9%)	중학생 (67.3%)

<도표1> 전체레저 활동의 행위자 구성비<sup>14)</sup>

오늘날 우리 문화의 특징인 노동력 절약방법(Labor - Saving Devices)은 인간의 창조력을 점점 약화시키고 있다. 이런 입장에서 에버랜드를 비롯한 다른 레크리에이션 장소가 성인에게는 휴식의 제공과 인간성의 회복, 그리고 아동에게는 훌륭한 지적 능력을 기울수 있는 교육적 놀이 공간이 되어야 할 것이다.

### III. 에버랜드 비주얼 사인에 대한 현황과 분석

경기도 용인군에 위치하고 있는 에버랜드는 총 450만평의 리조트 타운으로 이곳의 비주얼 사인은 대체로 질서있고 계획적으로 진행되었다. 비주얼 사인은 크게 공공 사인과 유가물 시설의 사인으로 나누어 진다. 이것에 설치된 130개의 시설물 중 놀이기구는 39개로, 에버랜드내의 비주얼 사인의 35%가 유회기구의 사인에 해당한다. 앞에서 비주얼 사인의 가장 중요한 역할은 커뮤니케이션의 기능이며 누구나 쉽게 인지할 수 있는 장점에 대해 기술한 바 있다. 그러나 이런 사인 시스템이 제 구실을 하기 위해서는 여러가지 조건을 필요로 한다. 다음은 AIGA (The American Institute of Graphic Art)에서 선정한 사인 시스템의 평가 내용이다.<sup>15)</sup>

13) A.J. Rutledge 저(著) 金源, 李撥穆 譯 공원계획과 설계 (서울:동명사, 1983) p.5

14) 李昌模, "자아개발"의 시간활애에 인식한 한국인", 광고정보41(서울:한국방송공사,1984) p.30

15) 金美環, "한국민속촌의 sign system에 관한 연구" (이화여자 대학교 대학원 석사학위 논문, 1984), p.22

평가 기준	평가 내용
의미성 (expressive)	<p>의미성이란 비주얼 이미지(visual image)의 의미와의 관계를 가 르키는 것이다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 메시지를 어느정도 표현하고 있는가?</li> <li>· 표현하고 있는 메시지를 사람들이 이해할수 있는가?</li> <li>· 문화가 다른 나라에서 온 사람들이 오해하지 않는가?</li> <li>· 메시지와 관련없는 요소들이 포함되어 있지 않은가?</li> </ul>
통일성 (synthetic)	<p>통일성이란 하나의 비주얼 이미지와 다른 것과의 관계를 의미 한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 사인 시스템이 어떻게 보이고 있는가?</li> <li>· 사인 시스템의 각 부분은 서로 잘 연관이 되고 있는가?</li> <li>· sign board 구조상 아래 사항에 대한 전체적인 통일성을 갖고 있는가? 문자와 그림과의 관계 주체성과 outline과의 관계</li> <li>· 제일 중요한 요소에 최초로 눈을 끄는가?</li> <li>· 표준 규격이나 풍습에 저촉되지 않는가?</li> <li>· 사인시스템이 그 기본개념(concept)과 부합되도록 제작되었는가?</li> <li>· 자연물 경관과 구조물 관계에서 조화로운가?</li> </ul>
의미성 (Pragmatic)	<p>비주얼 이미지와 이용자와의 관계를 말한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 관광객에게 사인 시스템이 보이는가?</li> <li>· 통상 이용거리내에 어느곳에서든지 잘 보이게 되어 있는가?</li> <li>· 사인 시스템이 파손되거나 손상되기 쉽지 않은가?</li> <li>· 보완 및 재제작이 용이한가?</li> </ul>

〈도표2〉 The American Institute of Graphic Art의 제안

우리 눈에 비치는 모든 물체나 현상은 다음과 같은 일곱가지 인자로 구분되어 인지되며 이들은 서로가 복합된 상태로서 우리에게 판단의 기준을 마련해 준다. 이 일곱가지 인자란 위치와 크기, 색과 색감, 형태, 선, 질감, 농담을 말하는 것으로서 특히 에버랜드 비주얼 사인에서 중요한 역할을 하는 사인의 위치 사인의 형태, 사인의 색감에 대해 살펴보고 문제 점과 개선방향을 찾고자 한다. 먼저 사인의 위치에서 개선점을 생각해 보면 다음과 같다. 16)

- 사인의 위치는 높이가 사람의 머리위가 좋다. Visual Sign Board를 외부의 높은 곳에 설치할 경우에는 바람에 의해 움직여서 사람들에게 피해를 주지 않도록 견고하게 고정시키거나 자유스럽게 회전할 수 있도록 설치해야 한다.
- Free-standing sign 은 기동성을 창작하여 무게가 가벼워야 하나 뒤집어 엎어지는 것을 방지 할 정도로 강해야 한다.
- Projecting Sign의 경우 높이는 사람머리위로 하고 무게는 지주를 사용하여 어느 방향에서 잡아주거나 압력을 가하여 준다.
- Panels Sign Board는 문이나 혹은 벽의 편평한 곳에 설치하는 것으로 떨어지지 않도록 붙이거나 눈에 보이지 않도록 장치하여 고정시킨다.

16) Crosby, Fletcher and Forbes, A sign systems manual (New York: Praeger Publishers, 1970), p.49

이와 같이 Visual Sign Board 를 설치할 때에는 위치와 설치방법을 고려해야 한다. 다음으로는 사인의 형태를 들 수 있는데 비주얼 사인은 보는 사람이 정확하고 명료한 정보를 얻을 수 있도록 일반적이고 객관적인 형으로 제작하여야 한다. 본고에서 조사한 에버랜드내의 사인에는 그 형태가 대부분 식별에 착오가 생기지 않는 형이었으며 흔히 볼 수 있는 임대방식을 취하고 있는 상점에서의 무분별한 사인의 사용이 여기서는 많이 개선되었으며 통일감을 지향하는 노력이 보인다. 그러나 사인은 그 형태에 있어서 전달내용에 대한 호기심이 일어나는 곳에서 전달받는 자의 시각이 미치는 거리에 적당한 크기와 어느 정도의 통일성을 가지는 것이 바람직하다. 규격의 통일성은 시각자들에게 보다 쾌락감을 주며 그 반면 그것들의 불규칙성은 오히려 불쾌감을 들게 한다.



〈도표3〉 에버랜드내의 통일성이 없는 사인들

통계에 의하면 착오가 가장 적고 정확하게 보여지는 형태는 사각형이었고, 그 다음이 ◊, ▷, ◁순인데 여기서 보면 아무리 기하학적형태라도 단순한 형태가 판별의 오차가 적고 같은 형태일지라도 가리키는 방향에 따라 차이가 있음을 알 수 있다. 그러므로 Visual Sign Board의 형태는 단순한 사각형, 삼각형, 원 등이 좋으며 에버랜드 Sign Board의 대부분이 사각형을 이루고 있는 것도 이런 이유에서 기인한 것이라 하겠다.

마지막으로 사인의 색채를 들 수 있는데 색채에 있어서는 명시성과 주목성이 큰 영향을 미치고 있다. 명시성은 어느정도 뚜렷하게 보이는가에 대한 것으로 이것은 어느정도 떨어진 거리에서도 잘 보이느냐 하는 거리개념이 함유된 것이고 주목성은 거리에 별상관이 없이 어느 정도 사람의 시선을 잘 끌어 들이느냐에 대한 주목의 정도를 말하는 것이다. 즉 배경과의 명도차가 뚜렷해야 한다. 아무리 조화있는 배색을 하더라도 사용되는 색의 수가 많으면 미적 감각을 잃는다. 다음과 같은 미각공식을 보면  $m=0/cp$  ( $m$  : 미감 0 : 질서성  $cp$  : 복잡성)로서 많은 색상의 사용은 제한된 공간 즉 질서의 뒤편은 줄임으로 미감  $m$ 을 떨어뜨리는 것을 알 수 있다. 에버랜드의 전반적사인계획의 경우 다색효과를 노리고자 할 때는, 뜻이 없는 색채는 버리고 각 색채에 그것이 존재해야 하는 이유를 부여함으로써 인식을 명확히 할 수 있게 한다. 그리고 색채의 사용방법이 어둡거나 기본색이 지나치게 선명한 경우, 또는 대비가 너무 강렬할때는 추구하고자 하는 목적이 의미를 잃게 되므로 주의해야 한다. 특히 에버랜드의 경우 동물원의 비주얼 사인이 배제되어 있는데 앞에서 밝힌 비주얼 사인의 커뮤니케이션 기능적인 측면을 고려한다면 적절한 심볼의 사용이 어떠한 설명보다 효과적일 것이며 더구나 국문 해독이 어려운 아동이나 외국인의 입장에서는 더욱 절실하다. 본 고를 바탕으로 제시할 시안에 가장 주안점을 둔것은 먼저 사람에게 친밀감을 주는 사인이 되어야 한다는 부분이다. 커뮤니케이션과 미적인 기능을 적절히 조화시켜 그것을 대하는 사람에게 정보의 제공과 함께 사실을 단순화시킨 표현이나 픽토그램을 자연스럽게 접할 수 있게 하고자 한다. 그렇게 하므로써 대중들의 미의식은 사실적이고 백과사전적인 표현과 만날때 보다 훨씬 향상된다고 믿는다.

#### IV. 결론 및 시안

에버랜드의 비주얼 사인은 우리나라 레저시설이 갖고 있는 문제점을 많이 보완하고 발전된 형태를 갖추고 있다. 그러나 사인의 지시방향이 찾고자 하는 곳을 제대로 가리키지 않는 경우, 또 필요로 하는 곳에 사인이 설치되어 있지 않은 것, 그리고 무엇보다 캐릭터가 통일되어 있지 않아 혼돈과 일체감있는 표현이 되지 못하고 있다. 특히 에버랜드의 경우, 분야별 특성을 살려 테마별 색채계획을 시도해 본다면 부분별할 색채의 사용도 줄일 수 있고, 다른 유사시설과의 차별화도 가능할 것이다.

조사결과 에버랜드내 사인의 가장 중요한 문제점은 표현방법이나 형태의 통일감이었는데, 이것은 사인들이 지속적인 관리를 필요로 하는데 반해 에버랜드내 디자인실의 부재와 오늘날 우리사회가 안고있는 즉흥적인 발상에서 비롯되는 디자인의 문제점등 복합적인 이유에서 오는 것이라고 판단되어진다. 그러나 이런 폐단을 줄일 수 있는 최선의 방법은 픽토그램의 적극적인 활용이다. 이경우 픽토그램은 교체와 재현이 용이하여 전체적인 레이아웃(Lay-out)과 디자인 계획에 차질을 빚지 않을 것이다. 그리고 시설내의 비주얼 사인은 그 대상에 있어서 한 특정인에 그치지 않고 문화와 인습이 다른 외국인에게도 충분히

인식이 가능해야 한다는 기본개념과도 부합되는 효과적인 방법이다. 대중에게 레크리에이션을 제공하는 공간으로서 에버랜드는 찾는 사람들이 단순히 시설의 이용이나 관람에서 그친다고 생각해서는 안된다.

사람들은 좀 더 편안한 휴식공간을 원하고 있기 때문에 여가의 활용을 위해서 선택한 장소에서 조차 사인의 불편함을 느낀다면 레저시설의 근원적의미가 사라지는 결과를 초래하게 된다.

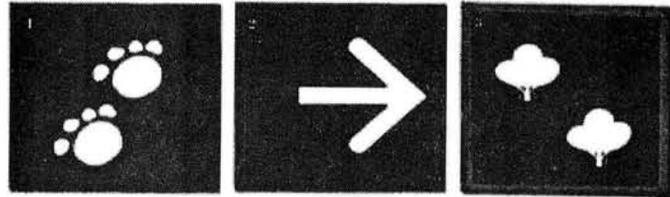
세계는 고도의 발전형태를 갖추고 있는 매스미디어의 시대인 만큼 과거와는 달리 다른 나라의 좋은 아이디어와 접할수있는 기회와 방법이 다양해졌다. 다. 식공간을 원하고 있기 때문에 여가의 활용을 위해서 선택한 장소에서 조차 사인의 불편함을 느낀다면 레저시설의 근원적인 의미가 사라지는 결과를 초래하게 된다.

알랭(Alain)의 지적대로라면, 상상력은 '인식의 유아기'이며, '탄생무렵의 사고'에 불과하다. 그러한 폼하(貶下)는 '합리주의'라는 이름하의 보수적 사고에서 기인한 발상이다. 평화를 나타낼 때 비둘기를 떠올리는 것이나, 해바라기를 보며 여름을 떠올리는 것은 단순한 문화적 관습 이상의 것이다. 뒤랑(G. Durand)은 상징의 발생이 우리의 반사신경과 생체 기능과 밀접하게 연결되어 있음을 증명해 보였다. 더구나 심볼이나 사인은 문화권마다 상이하게 나타나며 또한 개인적 '직관'에 좌우되는 경우가 많다. 이것은 비주얼 사인이 갖는 상징적의미는 일반적으로 생각하듯 간단하거나 임의로 만들어 낼 수 있는 것이 아님을 의미한다.

에버랜드는 수도권내의 레크리에이션 시설중 체계적이고 계획적인 운영에서 뿐만아니라 청결이나 서비스 면에서도 우수하다. 자본주의의 단적 상징의 하나인 코가콜라가 아프리카의 오지에서도 판매되고 있는 시대에 우리는 살고 있다. 이것은 거시적인 안목으로 우리주위를 돌아봐야 할때임을 의미한다.

올해로서 20주년을 맞는 에버랜드가 진정한 의미의 국제적 위락시설로 발돋움 하기 위해서는 시설내의 모든 사인들이 즉흥적 발생과 디자인 계획의 부재에서 오는 생산물이 아니고 재래형식의 표현방법에서도 벗어난 숙련된 디자이너의 새로운 시도가 이루어질 충분한 가치가 있다고 판단되어 대안의 일례를 제시한다.

## 비주얼 사인 시안 I



### <공공 사인>

1. 동물원가는 길 (Way to zoo)
2. 출입금지 (Stop)
3. 식물원 가는 길 (Way to botanicalgarden)
4. 나가는 곳 (Way out)
5. 들어가는 곳 (Way in)
6. 도로 사인 (Road sign)
7. 도로 사인 (Road sign)
8. 도로 사인 (Road sign)
9. 도로 사인 (Road sign)
- 10.紳사 (Gentleman)
11. 숙녀 (Lady)
12. 식수대 (Drinking water)
13. 유모차대여 (Baby carriage lend)
14. 미아 보호소 (Missing child shelter)
15. 화장실 (Toilet)
16. 가족 쉼의 곳 (Rest space)
17. 한식당 (Korean restaurant)
18. 양식당 (Restaurant)
19. 커피숍 (Coffee shop)
20. 의무실 (Medical center)
21. 주유소 (Oil station)
22. 전화 (Phone)
23. 분실물 신고 (Report of the loss)
24. 매점 (store)
25. 주차장 (Parking lot)
26. 주차장 (Parking lot)
27. 주차장 (Parking lot)

의 도 : 모든 사람에게 인지가 가능한 픽토그램을 사용하였고,  
너무 단순화된 형태가 거리감을 주지 않도록 하였다.

## 비주얼 사인 시안 II

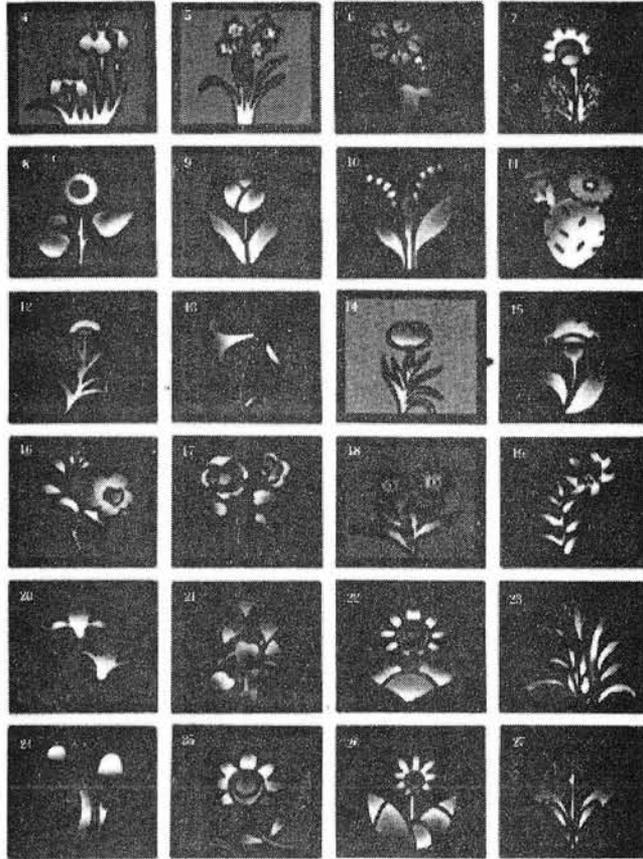


### <동물원 사인>

1. 스컹크 (Skunk)
2. 원숭이 (Monkey)
3. 기린 (Giraffe)
4. 북극곰 (Polar bear)
5. 오랑우탄 (Orabutant)
6. 표범 (Leopard)
7. 사자 (Lion)
8. 워마 (Hippopotamus)
9. 부엉이 (Owl)
10. 물개 (Seal)
11. 펭귄 (Penguin)
12. 타조 (Ostrich)
13. 코끼리 (Elephant)
14. 돌고래 (Dolphin)
15. 여우 (Fox)
16. 얼룩말 (Piebald horse)
17. 사슴 (Deer)
18. 토끼 (Hare)
19. 독수리 (Eagle)
20. 코알라 (Coalla)
21. 팬디 (Panda)
22. 곰 (Bear)
23. 낙타 (Camel)
24. 말 (Horse)
25. 물범 (Sea calf)
26. 캥거루 (Kangaroo)
27. 호랑이 (Tiger)

의도 : 유머리스하고 친밀감있는 표현으로 아동이나 성인에게  
 폭 넓은 커뮤니케이션과 시각적인 효과를 주도록 하였다.

## 비주얼 사인 시안 III



### <식물원 사인>

1. 민들레 (Dandelion)
2. 맨드라미 (Celosia cristata)
3. 사투비아 (Salubia)
4. 난초 (Orchid)
5. 수선화 (Daffodil)
6. 나팔꽃 (Moming glory)
7. 금잔화 (Pot marigold)
8. 해바라기 (Sun flower)
9. 튜울립 (Tulip)
10. 초롱꽃 (Dotted bell flower)
11. 선인장 (Cactus)
12. 개황이꽃 (Dianthus sinensis)
13. 박합 (Lily)
14. 엉겅퀴 (Thistle)
15. 베고니아 (Begonia)
16. 동백꽃 (Camellia blossom)
17. 카네이션 (Carnation)
18. 국화 (Chisnthemun)
19. 나리 (Liparis makinoana)
20. 옥련 (Magnolia)
21. 제비꽃 (violet)
22. 국꽃 (China aster)
23. 군자란 (Gentleman orchid)
24. 방울꽃 (Bell flower)
25. 달리아 (Dehlia)
26. 에델바이스 (Edelweiss)
27. 썩리꽃 (Brush clover)

의도 : 식물의 본래 형태를 잃지 않도록 하여 사람들로 하여금 이해를 돕고 초록의 자연색에 조화될 수 있도록 하였다.

## 참 고 문 헌

- 강인숙 : 한국 visual sign에 관한 연구, 이화대 대학원 석사논문 1977년  
김경용 : 기호학이란 무엇인가, 민음사 1984년  
김경중 : 사인·심볼·문양, 미진사 1984년  
김정란 역 : 상징·기호·표지, 열화당 1995년  
김옥련 : 어린이 이해와 지도, 학문사 1980년  
김광운 : 이화생활지도, 학문사 1982년  
나재오 : 기업 symbol mark에 관한 연구, 홍대 산미대학원 석사논문 1981년  
박인용 : 경영전략으로서의 디자인 / 아메리카, 시각문화사 1980년  
박진숙 : 경영전략으로서의 디자인 / 철도, 지하철, 시각문화사 1979년  
신학수, 한석우 : 인간공학, 창미출판사 1985년  
이상철 : 커뮤니케이션 발달사, 일지사 1982년  
이호일 : DECOMAS(경영전략으로서의 디자인 통합이론편), 문향각 1978년  
유한태 : 그래픽디자인과 비주얼커뮤니케이션의 요점, 창미출판사 1983년  
윤국병 : 조경학, 일조각 1977년  
정시화 : 현대디자인 연구, 문왕사 1975년  
차배근 : 커뮤니케이션학 개론, 세영사 1976년  
한국방송공사 : 광고정보 6 vol.15 1984년  
한국방송공사 : 광고정보 8 vol.41 1984년
- Crosby, Fletcher and Forbes, A sign Systems manual, New York: Praeger Publishers 1970년  
Henry Drefuss, Symbol Source book, New York: Mcgraw Hill Book Co. 1975년





