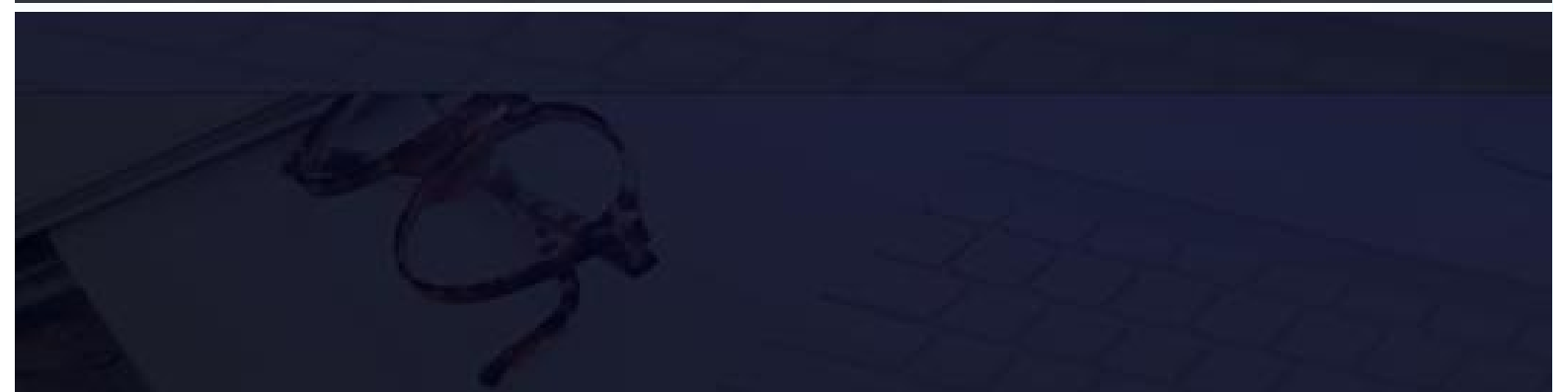




아이덴티티 디자인 개발

심벌 디자인 스타일 마스터





학습목표

- 색채의 단순성 심벌 디자인에 대해 이해하고 설명할 수 있다.
- 유기적 형태의 심벌 디자인에 대해 이해하고 설명할 수 있다.
- 모던한 형태의 심벌 디자인에 대해 이해하고 설명할 수 있다.
- 질감과 입체효과를 살린 심벌 디자인에 대해 이해하고 설명할 수 있다.

학습내용

- 색채의 단순성 심벌 디자인
- 유기적 형태의 심벌 디자인
- 모던한 형태의 심벌 디자인
- 질감과 입체효과를 살린 심벌 디자인



무엇인가를 대리로 나타내는 표시

- ◆ 산업사회의 활동성
- ◆ 아이디어
- ◆ 주제와 이미지
 - 의도된 문자, 사인으로서 구체적·추상적 정리
- ◆ 사회
- ◆ 문화
- ◆ 상업적인 내용
 - 현대사회에서는 필요성이 더욱 커지고 있음



심벌마크의 이론적 고찰



심벌마크의 핵심적인 역할

- ◆ 상품의 가치 상승
- ◆ 이미지 쇄신
- ◆ 이미지 관리



심벌마크가 지니고 있는 배경

- ◆ 개인적
- ◆ 대기업
- ◆ 국가 우상
 - 산업경제발전에서 빼놓을 수 없는 부분



기업의 전략적인 차원으로부터 발전

- ◆ 우리 사회에서는 없어서는 안 될 필수적인 역할
 - 오늘의 이슈(issue)



현대 심벌마크

- ◆ 기업문화 바탕
 - 이론
 - 성격
 - ❖ 가시화
 - 기업의 이미지 형성을 위한 핵심적인 역할



심벌마크의 이론적 고찰



심벌마크

- ◆기업과 단체의 존재와 가치를 알림
- ◆타 기업과 차별화되는 시각적인 상징



중세이전

- ◆물건의 생산자나 소유자를 식별하기 위한 기호



중세

- ◆브랜드 마크(Brand Mark)의 개념
- ◆신뢰의 상징이나 사업내용의 식별



19세기 산업혁명

- ◆대량생산 · 대량소비 가능
 - 상업적인 구별의 필요성이 생김
 - ❖ 효과적인 독자적인 개성과 신뢰 등을 상징할 수 있는 기호가 필요하게 되었음



심벌마크의 중요성

- ◆개인의 차원
- ◆교역자의 차원
- ◆기업의 차원



심벌마크의 중요성

◆ 20세기

- 미디어의 발달 및 광고의 중요성과 함께
- 기업 심벌마크는 중요한 기업에 대한 정보기제일 뿐만 아니라 판매촉진의 역할을 함

◆ 21세기 : 정보산업사회

- 무경계 경제
- 세계화 경제
- 사이버 경제
 - ❖ 기업의 존재와 성격 등의 모든 것을 대표 · 상징
 - 기업의 얼굴



심벌마크 디자인의 요건



객관적인 면을 추구

- ◆ 인간은 사고·발상하는 것을 시각적으로 표현할 때, 합리적인 방법을 필요로 함
 - 심벌이 역할을 다하기 위해서 제작 시 감안해야 할 요건이 있음



상징적 가치

- ◆ 이미지가 떠오른다. (의미성)
 - 심벌을 표현할 때 적절한 이미지 생각
 - ❖ 대중의 설득력을 얻을 수 있어야 함
- ◆ 이미지 검토 → 심벌 제작
 - 심벌
 - ❖ 통일성 있는 이미지 형성의 핵
 - ❖ 업종, 성격, 비전 등이 충분히 반영되어야 함
- ◆ 심벌에 부여된 의미성
 - 정보적, 상징적 가치
 - ❖ 심벌의 성격이나 특징 등을 파악하여 무엇이 그것을 상징하게 하는지 생각해야 함
- ◆ 내용과 형태 사이, 약간의 관련으로는 지극히 평범
 - 공감을 얻을 수 없음
- ◆ 비유
- ◆ 연상
- ◆ 암시
- ◆ 변형
 - 착상에 유도되어 호소력을 갖게 됨
 - ❖ 심벌은 경쟁력과 상징적 파급력을 지님



심벌마크 디자인의 요건



상징적 가치



창조적 가치

◆ 시대는 항상 새로운 그 무엇인가를 요구함

- 현대적 관점에서 부정될 수 없는 것
- 현대에 비전을 주는 것
 - ❖ 자기 자신이 만들어 낸 새로운 가치에 근거
 - ❖ 가치를 발견
 - ❖ 새로운 영역 개척

◆ 새로운 가치

- 첨단을 앞서 감
- 현실과 밀착해서 시대상을 반영하고 표현
- 시대에 적응된 조형에 의해 현대에 알맞은 감상



심벌마크 디자인의 요건



창조적 가치

◆ “현대의 창조적 가치가 감상적이고 사상이 결여되어 있다?”

- 커뮤니케이션 의미 해석
- 창조 방법 활용
- 독창성
 - ❖ 결과는 감상적이지만 그 양면에는 깊은 사상이 내포되어 있음

◆ 개인

- 주변 환경과 불가분의 관계
 - ❖ 어떤 감상적인 반응을 유발시켜야 함
 - ❖ 개성과 다른 무엇인가가 요구되고 있음

◆ 현대적인 감상

◆ 독창성

- 고정시키지 말고 끊임없이 변화시켜 나가는 것이 중요함



현대적 가치

◆ 개성적인 작품

- 놀라움
- 감정의 자극
 - ❖ 논리적인 것과는 전혀 다른 것으로, 이 감동의 힘이 현대적 가치에 입각하고 있음

◆ 현대적?

- 현재보다 한걸음 앞선 관점에서의 현대
 - ❖ 일반의 인식보다 한걸음 앞선다는 것을 뜻함

◆ 우리의 일상적인 것은 별로 주목 받지 않기 때문에, 한 걸음 앞선 것이 필요함

- 신선한 인상을 줄 수 있음



현대적 가치

◆ 상징적인 것

◆ 신선한 것

◆ 고도의 미래성

- 정도를 넘어선 디테일이나 불규칙성
 - ❖ 무의미 · 낭비

◆ 현대적 감상의 심벌

- 강한 임팩트
- 쉬운 인식
 - ❖ 젊은 세대의 감상에 신선한 매력
 - ❖ 현대적인 커뮤니케이션

◆ 논리적인 것보다 감상적인 파악이 우선

- 현대의 특징

◆ 신선하고 명쾌한 것

- 두뇌를 통해 생각하면서 보는 것
- 감상에 직접 호소하는 것
 - ❖ 현대성을 볼 수 있음

— 현대적인 심벌에서는 내용 의미보다는 부정할 수 없는 무엇인가가 존재함



조형적 가치

- ◆ 선(線)
- ◆ 면(面)
- ◆ 흑백 관계
- ◆ 곡직
- ◆ 요철의 형태
 - 조형적 가치가 주는 느낌과 질감을 줄 수 있도록 디자인
- ◆ 아름다운 형태와 분명한 이미지를 보여주는 심벌
 - 기업이미지의 확립과 조형세계를 갖춘 최고의 심벌
- ◆ 내용이나 아이디어가 결여된 심벌
 - 사람을 감동시키지 못함
- ◆ 정서적인 욕구
 - 감상에 의지하고 싶어 하는 것



심벌마크의 커뮤니케이션적 기능



커뮤니케이션적 특성

◆ 심벌마크

- 정보전달의 매체
 - ❖ 사인
 - ❖ 의지 전달

◆ 단체

◆ 공공장소

◆ 대규모 행사

◆ 기업

◆ 제품의 질

- 중요한 커뮤니케이션 수단
 - ❖ 기업의 이념을 시각기호를 통해 전달

◆ 기업의 다각화 진행

◆ 상품 · 서비스 종류가 팽창

- 기업의 윤곽이 희미해짐

◆ 상품 선택의 방법

- 브랜드 이미지
- 기업자체 이미지
 - ❖ 기업전체 또는 기업 경영이념을 널리 바르게 이해시키려는 노력 필요



문자

◆ 의미 전달 및 의사소통

- 다양한 매체를 통해 사용

◆ C.I, B.I를 통한 커뮤니케이션의 목적

- 기업의 의미 전달이 중심



심벌마크의 커뮤니케이션적 기능



C.I, B.I.에서 가장 중요한 요체

◆ 심벌마크

- 언어에 기원을 두고 발전
- 커뮤니케이션을 위한 핵심
 - ❖ 기본적인 조형 요소들로 함축되어 있는 경향, 시각 커뮤니케이션 매체

◆ 메시지를 상징화

◆ 커뮤니케이션

- 행동 유발
 - ❖ 이해하기 쉬운 정리, 시각적 상징화
 - 구체적인 계획 필요

◆ 심벌마크는 수용자의 이해를 위해 메시지를 정확하고 쉽게 정리

- 시각적 호소력을 표현할 수 있는 기호와 계획 필요하고 순간적인 식별력을 가지고 있어야 함

◆ 차별화

◆ 독창성

- 정확한 의미전달
 - ❖ 기호로서 충실함을 지녀야 함



심벌마크의 유형 분류



심벌의 유형별 분류에 관한 비교

| 연구자 | 나폴레스(V. Naples) | 퍼스(기호학) | 일본능률협회종합연구소 |
|-----------|---------------------|------------------|-------------|
| 분류기준 | 심벌의 추상화 정도를 기준으로 분류 | 심벌의 조형적 특징 중심 분류 | |
| 심벌 유형의 분류 | 타이포그래픽 심벌 | 도상성 강한 심벌 | 이니셜을 활용한 심벌 |
| | 구상형 심벌 | 지효성 강한 심벌 | 형상적인 심벌 |
| | 추상형 심벌 | 상징성 강한 심벌 | 추상적인 심벌 |



나카니시 모토오의 심벌마크의 분류 구조

| | | | |
|------------|---------|--------|---------------|
| 심벌의 유형과 형태 | 심벌의 형태 | 언어적 심벌 | 로고타입 |
| | | | 로고타입(회사명의 약칭) |
| | | | 로고타입 일부를 마크화 |
| | | 시각적 심벌 | 심벌마크 |
| | | 복합적 심벌 | 로고타입+심벌마크 |
| | | | 로고타입+이니셜 |
| | | | 로고타입+보조요소 |
| | 심벌의 모티브 | 언어적 심벌 | 회사명 이니셜 |
| | | | 회사명과 브랜드 |
| | | 시간적 심벌 | 기업이념 · 의식 |
| | | | 사업내용 |
| | | | 기업의 역사와 전통 |



형태 재인에 관한 이론적 고찰



형태재인 이론

◆ 시각 정보처리

- 인간의 지각과정



인지심리학의 이해



인간의 '앎'

◆ 상징

◆ 형태

- 재구성
 - ❖ 마음이 다루는 '앎'을 표상(Representation)

◆ 다시(re-)

◆ 나타낸(presentation)

- 결과
 - ❖ 우리의 마음의 내용



심적 표상(Mental Representation)으로 구성

◆ 보유

◆ 변환

◆ 산출

◆ 활용

- 심리적 과정
 - ❖ 인지 과정(Cognitive Processes)



인간의 마음의 주 특성

◆ 인지(認知)

◆ 앎(Cognition)

- 인식
- 주의
- 기억
- 학습
 - ❖ 여러 가지 숙련된 행위를 해냄



자기 자신과 세상에 대한 각종 '앎'

- ◆ 어떻게 얻는지
- ◆ 어떻게 조직화하는지
- ◆ 어떻게 기억하는지
- ◆ 어떻게 인간의 사고와 행동을 결정짓는가



형태 재인의 개념



외부세계 사물들을 보고 그것이 무엇인지 아는 것은 일상적으로 쉽게 하는 일

- ◆ 친숙한 물건·사람
- ◆ 글
- ◆ 친숙한 건물



사람들이 사물을 어떻게 재인하는가?

- ◆ 외부의 정보
 - 내부에서 다시 재현
 - ❖ 형태 재인 과정이 있어야 가능
 - ❖ 이전에 기억 속에 저장하였던 정보 활용



형태 재인의 개념



사물과 망막에 맺힌 영상 간의 대응방식

- ◆ 간접적 방식
- ◆ 추상적 방식



장기 기억

- ◆ 사물의 모양에 대한 정보와 관련된 표상들이 있다고 가정
 - 순간적으로 망막에 떨어진 시각 자극 형태의 복제
 - ❖ 사물의 불변하는 모양 특성들을 지닌 대표적인 모양 정보로 구성
 - 친근한 형태와 부합하지 않을 경우
 - ❖ 관찰자는 기억 속에서 새로운 정보를 저장하고 싶어 할 것
 - 모양, 형태 재인 → 실제로 매우 복잡하고 어려운 일



시각 정보

- ◆ 시각 기제로 입력되는 정보
- ◆ 빛의 강도 · 파장
 - 가변적이고 불안정한 정보



창의적 사고 기법의 종류



발산적 사고 기법

- ◆ 자유연상법(생각나는 대로 자유롭게 발상)
 - 브레인스토밍방법
 - 브레인라이팅방법
 - 마인드맵법
- ◆ 강제연상법(각종 힌트를 강제적으로 결부시켜 발상)
 - 체크리스트법
 - 형태분석법
- ◆ 유추발상법(주제의 본질과 닮은 것을 힌트로 하여 발상)
 - NM법
 - 시네틱스법



창의적 사고 기법의 종류



확산기법의 분류

◆ 확산기법

- 자유 연상법
 - ❖ 브레인스토밍법
 - ❖ 카드 BS법
 - ❖ 브레인라이팅법
 - ❖ 카드 BW법
 - ❖ (기타)
- 강제 연상법
 - ❖ 형태분석법
 - ❖ 체크리스트법
 - ❖ 매트릭스법
 - ❖ 속성열거법
 - ❖ 희망사항 열거법
 - ❖ 결점 열거법
 - ❖ TRIZ법
 - ❖ (기타)
- 유추 연상법
 - ❖ 고든법
 - ❖ 시네틱스
 - ❖ NM법
 - ❖ 바이오닉스법
 - ❖ (기타)



스캠퍼(SCAMPER) 기법

◆ 강제 연상법

- 다각적인 사고를 갖도록 체크리스트 이용
- 독창적인 아이디어를 발상할 수 있음

◆ 오스본(Osborn)의 체크 리스트를 보완

◆ 밥 에버럴(Bob Eberle) 발상 리스트

- 'SCAMPER'로 정리

◆ 아이디어 산출

◆ 출발점 · 착안점

- 다각적인 사고를 전개함으로써 능률적인 아이디어를 얻는 방법

◆ 항목별 미리 작성

◆ 하나씩 체크

- 체크리스트법
 - ❖ 아이디어가 정체되었을 때 체크리스트에 의하여 사고 확산



스캠퍼 체크리스트

| 체크리스트 | | 발문의 형태 |
|-------|--------------------|---|
| | | 발문의 실제 |
| S | Substitute 대체하기 | 무엇과 대체할 수 있는가? |
| | | 어떤 일정한 기존의 장소, 방법, 내용, 색깔, 소리 등을 다른 것으로 대치, 대체하면? 어떤 종류의 것으로 대체하거나 혹은 보충하면? 대상의 전부 혹은 일부분을 어떤 다른 아이디어, 이미지, 소재, 성분으로 대체하면? |
| C | Combine 결합하기 | 어떤 것과 결합할 수 있는가? |
| | | 사물들을 한곳으로 모으면? 연결하고 정돈하고, 통합하고, 섞고, 합치고, 재조정하면? 아이디어를 결합시키면? 유사한 것, 상이한 것을 서로 결합, 혼합 시키면? 주제에 무엇을 연결시키면? 주제의 규칙으로부터 어떤 종류의 연관을 만들어내면? 겹치게 하면? 위에 얹어보고, 덮고, 표면에 무엇인가를 입히면? 상이한 이미지나 아이디어를 덮으면? 새로운 이미지-아이디어나 의미를 생산하기 위해 요소들의 외관을 다른 것으로 덮으면? 다른 전만, 규범 혹은 시간과 다른 요소들을 대상 위에 놓으면? 주제에 어떤 식으로 상징적 특성들을 채우면? |
| A | Adapt 순응하기 | 다른 곳에서 아이디어를 빌릴 수 없는가? |
| | | 이것과 같은 의미는? 어떻게 하면 조건이나 목적에 맞도록 조절할 수 있나? 어떤 형태나 원리-방법을 다른 분야에 활용하면 어떨까? 이것과 비슷한 것은 무엇인가? 기존의 아이디어와 유사한 점은? |
| M | Modify 변경하기 | 변경하면 어떠한가? |
| | | 약간(수정, 변형) 시키면? 새롭게 재구성하면? 의미, 색상, 동작, 음색, 냄새, 형식 또는 모양을 변화시키면? |
| | Magnify 확대하기 | 확대하면 어떠한가? |
| | | 엄청나게 크게 · 강하게 하면? 터무니없이 과장하면? 더 강조하면? 이미지, 대상 혹은 소재에 무엇을 추가하면? 증가, 보완, 전진시키거나 덧붙이면? |
| | Minimize 축소하기 | 축소하면 어떠한가? |
| | | 더 좁혀보면? 생략 · 간소화 · 분리하면? 작게, 쉽게, 짧게 하면? 이미지를 더 압축하면? |

출처 : 밥 베버럴(Bob Eberie)의 스캠퍼 체크리스트



스캠퍼 체크리스트

| 체크리스트 | | 발문의 형태 |
|-------|-----------------|--|
| | | 발문의 실제 |
| P | Put to | 다른 용도로 사용할 수 있는가? |
| | Other use 대응하기 | 하나의 요소를 다른 요소로 대신한다면? 모양 · 무게 · 형태로 보아 다른 용도는? 다르게 접근하면? 수정하면 다른데 사용가능한가? 맥락을 바꾸면? |
| E | Eliminate 삭제하기 | 삭제하는 것은 어떠한가? 이것을 없애 버리면? 특징만을 남기고 없애 버리면? 부품 수를 줄이면? 압축시키면? 낮추면? 더 가볍게 하면? |
| R | Rearrange 재배열하기 | 어떻게 재배열 할 수 있는가? 주제를 새로운 상황, 환경이나 맥락으로 이동시키면? 활용하고 위치를 바꾸고 장소를 바꾸면? 역사적 · 사회적 · 지리적 혹은 정치적 배경이나 시간을 바꿔보면? 분리시키고 떼어놓으면? 대상의 일부분만 사용하면? |
| | Reverse 반대로하기 | 반대로 하는 것은 어떠한가? 거꾸로 · 반대로 하면? 역할을 바꾸면? 위반 · 거부 · 뒤집기를 하면? 상하를 바꾸면? 포지티브와 네거티브를 바꾸어보면 어떨까? |

출처 : 밥 베버럴(Bob Eberie)의 스캠퍼 체크리스트



스캠퍼 기법의 장점

- ◆ 고려할 항목의 누락을 미연에 막을 수 있음
- ◆ 문제를 체계적·논리적으로 짚어 볼 수 있음
- ◆ 무엇이 문제인가를 분명히 할 수 있음
- ◆ 검토나 분석을 명확히 할 수 있음
- ◆ 체크리스트 활용에 의해 아이디어를 발견하기 쉬움
- ◆ 외우기가 쉬워 어디에서나 쉽게 활용
- ◆ 산출된 아이디어는 구체적 이미지를 나타냄
 - 사고 전개에 능률성을 얻을 수 있음



형태의 단순성

◆장식이나 조형요소가 절제

- 기본도형으로 변화한 사례에서 나타남

◆유기적 형태

◆기하학적 형태

- 유기적 형태의 단순성
- 기하학적 형태의 단순성



형태의 단순성 사례



3M : Minnesota Mining & Manufacturing

◆ 많은 정보와 복잡한 형태

- 장식이 없는 산세리프체
- ❖ 단순하고 힘있는 디자인



출처 : 3M



AP

◆ 신문사와 방송국의 협동조합으로 설립된 다국적 비영리 통신사

- 설명이 많은 그림에 가까운 표현
- 문자 중심
- 검정색 문자 빨간색 선
- ❖ 엄밀하고 정확한 보도의 프롬프트 컨셉
- ❖ 안정감과 단순 명료함을 나타냄



출처 : AP



유기적 형태

- ◆ 심벌마크를 구성하는 조형요소가 간결해지면서 유기적인 형태로 단순화 된 것
- ◆ 자연계의 갖가지 형상에서 볼 수 있는 완만한 곡선이나 곡면을 갖는 형태
- ◆ 자연계에 존재하는 또 다른 법칙에 의하여 지배되는 형태
- ◆ 합리적이고 기능적
- ◆ 시각적으로도 유동적 쾌감을 낳고 있음



유기적 형태의 단순성 사례



빙그레

- ◆ 원형 안에 캐릭터 얼굴 묘사

- 이니셜 B를 유기적인 형태로 단순화



출처 : 빙그레



기하학적 형태

- ◆ 수직 법칙 아래 만들어진 형
- ◆ 가장 강력한 질서를 가지며 규칙적
- ◆ 단순 명쾌한 조형적 감정을 냄
- ◆ 합리성과 단순성 때문에 많은 작품이 이용됨
- ◆ 합리주의적 사고와 결합되어 형태적인 만족감이 생겨날 수 있음



유기적 형태의 단순성 사례



LG

- ◆ 나뭇잎을 상징하는 형태의 디자인
- ◆ 영문자 'L'을 넣은 마크
- ◆ 사명의 영문자를 웃는 얼굴로 디자인
 - 변화 속에서 조형요소가 간결해지고 원형으로 응집되는 단순화가 나타남



출처 : LG



포스코

- ◆ 한글 사명을 영문 사명으로 축약
- ◆ 영문자가 기본 원형에 가까운 형태
- ◆ 원형의 반복적인 표현
 - 통일되어 보이면서 단순화 됨



출처 : 포스코



질감의 단순성



볼륨감 없는 평면적인 느낌 유도

◆ 배경과의 거리감 ↓

◆ 깔끔 · 단정한 느낌

- 심벌마크는 평면적인 느낌으로 단순화를 유도할 수 있음



단순성 조형에 해당하는 사례

◆ 질감의 단순성



출처 : NCS 학습모듈 「시각디자인 프로젝트 기획」

출처 : Microsoft, Pepsi, Google, Ford



질감의 단순성 사례



Microsoft

◆ 물결 모양 · 입체감

- 평면적인 표현, 기하학적 도형



출처 : Microsoft



Pepsi

◆ 평면적인 형태

◆ 입체적인 형태 · 질감

◆ 평면적인 표현

- 질감, 형태, 색채가 간결해 짐



출처 : Pepsi



질감의 단순성 사례



Google

- ◆ 입체감 효과, 빛과 그림자 표현
- ◆ 단순화된 표현
 - 그라데이션·굴곡의 느낌을 없애고, 깔끔한 색채만 사용함



출처 : Google



Ford

- ◆ 문자를 조합한 평면적인 형태
- ◆ 금속 질감과 입체 효과
- ◆ 간결한 테두리 선, 단순화



출처 : Ford