

# 도시브랜드 진화와 도시컬러 적용에 대한 연구 인도 아그라 (Agra) / 포르투갈 (Porto) / 벨라루스(Minsk) 민스크 브랜드 / 러시아 (moscow) / 이태리(Bologna)를 중심으로

김 종 성, 김 준 환  
청운대학교 광고홍보학과  
e-mail:sungkim58@chungwoon.ac.kr

## Reserch of City Brand evolution with Color Focused on India Agra, Portugal Porto, Belarus Minsk, Russia Moscow and Italy Bologna

Jong Sung Kim\* Junhwan Kim\*  
\*Dept. of Advertising Public Relations, Chungwoon University

### 요 약

세계 유명 도시들이 각자 도시가 지닌 특색을 나타내는 도시브랜드를 제정하여 사용하고 있다. 한국에도 수도 서울 포함하여 대다수의 도시에서 경쟁적으로 도시브랜드를 만들어 사용하고 있다. 그러나 성공하는 도시브랜드는 많지 않으며 그 도시와는 잘 맞지 않은 브랜드를 채택하여 브랜드를 활용하는 측면에서 많은 문제점을 들어내고 있다. 자치단체의 장이 취임하여 그의 업적으로 작업한 후 바뀌면 새로운 브랜드가 만들어지는 경우도 많다. 성공적인 도시브랜드는 브랜드 자체의 디자인도 뛰어나지만 활용하는 측면에도 컬러 및 어플리케이션에 철저한 계획에 의해 적용되고 있다. 본 연구에서는 비교적 성공적인 도시브랜드 5곳을 선정하여 브랜드와 도시컬러를 적용사례를 살펴보고자 한다.

### 1. 서론

도시브랜드와 함께 도시의 색채 디자인 도입은 도시가 가지고 있는 고유의 색채 문화를 살리는 아이덴티티에서 시작되었다. 이러한 도시 이미지를 형성하기 위해서는 원거리에서 인식되는 특성상 디테일적인 텍스트나 형태보다는 시각적 자극 효과가 큰 색채가 많은 영향을 미치게 한다. (도시전체 이미지 : 색채 80%, 형태 20%) 도시디자인 (Urban design)은 매력적이고 살기 좋은 도시환경을 창출하기 위한 도시를 만드는 과정이다. 이러한 도시경관을 특색있고 잘 정돈하기 위한 색채의 도입하여 경제적 고부가가치로 창출하는 사례를 찾아볼 수 있다. 본 연구에서는 도시브랜드 어플리케이션에 적용된 도시컬러를 적극적으로 도입한 사례로 다음과 같은 5개 도시에 적용된 사례를 찾아보았다.

1. 인도 Agra 도시브랜드 어플리케이션과 컬러정책
2. 포르투갈 포르투 (Porto)의 도시브랜드 어플리케이션과 컬러정책
3. 벨라루스의 민스크(Minsk) 도시브랜드 어플리케이션과 컬러정책
4. 러시아의 모스크바(Moscow) 도시브랜드 어플리케이션과 컬러정책
5. 이태리 볼로냐의 도시브랜드 어플리케이션과 컬러정책

### 2. 도시의 색채 계획 효과

#### 2.1 도시색채계획

색채계획을 수립하는 것은 다양한 관점에서 진행되어야 하며 도시의 개성과 조화를 이루어 시각적 대상에서 느끼며 쾌적한 환경에서 영위할 수 있도록 만드는 심미적 요인을 담고 있다. 색채로 도시 정체성의 확립과 도시의 개성과

문화의 의미를 부여할 수 있다.

#### 2.2 도시 색채의 개념

도시의 자연공간과 도시를 이루는 모든 구성 요소들을 포함해서 색채는 다양한 환경에 있어 경험의 축적과 문화 형태에 따라서 정해진다. 소프트웨어인 도시브랜드를 하드웨어로 유형화하기 위해서는 도시경관에 대한 고찰이 필요하며 도시색채에 대한 고려가 필요하다.

#### 3. 도시브랜드와 컬러정책

도시의 색채 디자인 도입은 도시가 가지고 있는 고유의 색채 문화를 살리는 아이덴티티에서 시작되었다. 이러한 도시 이미지를 형성하기 위해서는 원거리에서 인식되는 특성상 디테일적인 텍스트나 형태보다는 시각적 자극 효과가 큰 색채가 많은 영향을 미치게 한다. (도시전체 이미지 : 색채 80%, 형태 20%)

도시디자인 (Urban design)은 매력적이고 살기 좋은 도시환경을 창출하기 위한 도시를 만드는 과정이다. 도시경관을 특색있고 잘 정돈하기 위한 색채의 도입하여 경제적 고부가가치로 창출하는 사례를 찾아볼 수 있다. 이러한 도시브랜드에 도시컬러를 적극적으로 도입한 사례는 해외 일부 도시에 적용된 사례를 찾을 수 있다.

4. 5개도시의 도시브랜드의 어플리케이션과 컬러정책

사용하고 있다.

1) 인도Agra도시브랜드 컬러정책과 활용

인도의 Agra는 오랜 역사를 가진 도시로 한때는 무굴제국의 수도로 발달된 도시로 도시이름의 첫글짜 “A”를 이용하여 도시의 다양한 특징들을 소개하고 있다.도시컬러는 3개의 색을 지정하여사용하고 있다.



[그림 1] 아그라의 도시컬러



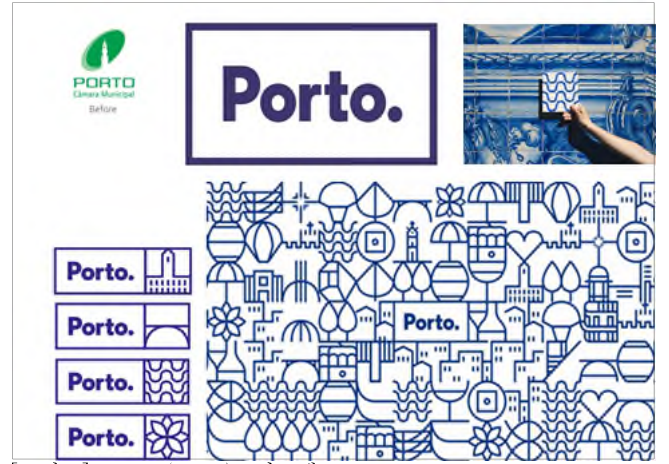
[그림 2] 아그라 어플리케이션



[그림 3] 아그라 어플리케이션

2) 포르투갈 포르트의 도시브랜드 컬러정책과 활용

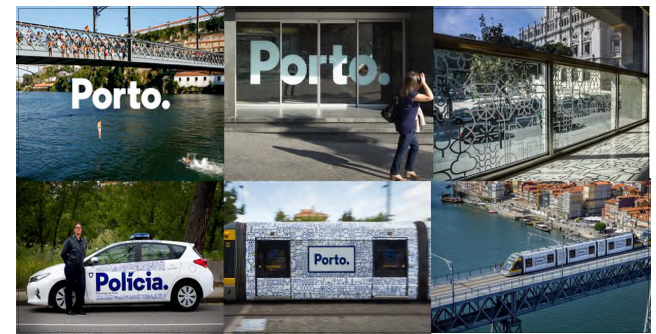
로고는 타일에서 영감을 받아 개발되었으며, 타일이 계속 이어지는 것과 같은 원리의 그래픽이미지로 발전하였다. 복잡계 도시의 다양한 요소를 상징하는 아이콘이 결합되어, 효과적으로 도시의 다양한 맥락을 연결하고 표현하였고 아이콘을 통해 도시의 이야기, 도시의 풍경, 도시의 열정을 표현하였다. 도시의 컬러는 코발트 블루와 흰색을 사용하여



[그림 4] 포르토(Porto)도시브랜드



[그림 5] 포르토(Porto)도시브랜드의 어플리케이션



[그림 6] 포르토(Porto)도시브랜드 적용사례

3) 벨라루스의 민스크(Minsk)도시브랜드 컬러적용사례

러시아 인근의 인구 170만명의 도시로 기계, 목재가공, 식품공업 등이 주산업인 도시이다. 로고는 도시명을 담담하게 전달하였으며 그래픽 모티프의 확장성을 통해 도시의 독특한 이미지를 전달하는 주력하고 있다. 그래픽 모티프를 민스크 시의 기술적, 과학적 특징을 모티프로 표현하고 있으며 도형의 가장 기본요소인 선을 플렉서블하게 활용하였다. 선은 간결하면서도 다양한 형태로 변형에 용이한 모티프로 활용되고 도시컬러는 라이트블루와 화이트 선의 다양한 조합에서 다양하게 패턴 확장하여 사용하고 있다.





[그림 7] 민스크(Minsk)의 도시브랜드



[그림 10] 모스크바(Moscow)의 도시브랜드 적용사례

건축가 니콜라스 페레스게이나(Nicholas Pereslegina)와 디자이너 알렉산더 페르시코바(Alexander Pershikova)는 시정부의 상관없이 모스크바를 위한 자체 브랜드를 개발했으며 디자인 제한으로 끝나지 않고 실제 관광 기념품으로 출시하여 인기를 모으고 있다.



[그림 8] 민스크(Minsk)의 도시브랜드 적용사례



[그림 12] 모스크바(Moscow)의 또다른 도시브랜드

#### 4) 러시아의 모스크바(Moscow) 도시브랜드 적용사례

모스크바브랜드의 별모양은 모스크바의 공식 상징이다. 시각적 정체성은 균형 잡힌 구성을 위해 빨간색 액센트와 검은색 로고타입, 흰색 배경을 우아하게 사용하였다. 모스크바는 전통적으로 별모양으로 표시되어 있으며 모스크바의 상징인 붉은 별은 특히 크렘린Kremlin의 별(the ruby stars)때문에 오래 전부터 대중의 인식 속에 각인되어 있다. 별은 단순하고, 분명하며, 알아볼 수 있고, 이해할 수 있는 상징이다. 어떤 상황에서든지 쉽게 사용할 수 있으며 어떤 서체의 표준 문자를 사용하여 손으로 또는 텍스트로 쉽게 복제할 수 있다. 러시아인들 사이에서 논란을 일으켰다. 그들은 이 로고가 평범하다고 주장한다



[그림 13] 모스크바(Moscow)의 도시브랜드 적용사례

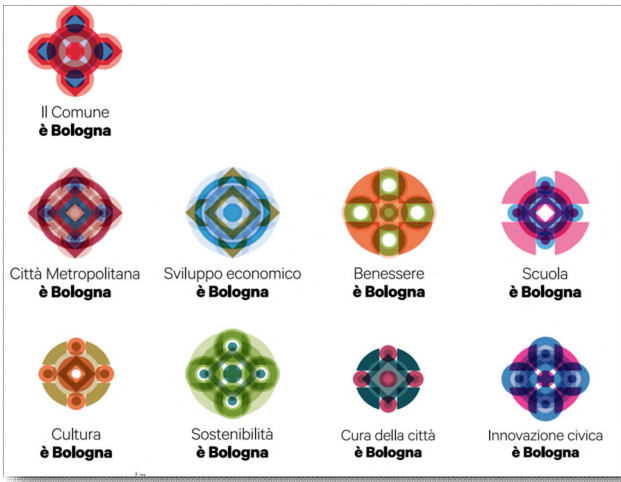


[그림 9] 모스크바(Moscow)의 도시브랜드 적용사례

#### 5) 이태리 볼로냐의 도시브랜드 컬러 적용사례

볼로냐는 유럽에서 가장 중요한 중세, 바로크스타일의 기념물을 많이 보존되어 있는 도시이다. 로마시대의 영향을 받은 볼로냐시의 많은 중심가 거리들은 지금까지도 로마제국당시의 그리드 양식의 보도블록을 가지고 있다. 유럽지식인들을 끌어모았던 유럽의 지적활동의 중심지였다. 도시가 가지고 있는 문화유산의 다양한 모습을 모티브로 도시브랜드를 재현하였다. 도시의 시각 자산을 디지털 시대의 새로운 커뮤니케이션 코드로 개발하여 다채롭고 아름다운 문향을 브랜드에 접목시켰다.

**è Bologna**      **is Bologna**  
 Innovazione is Bologna      Innovation is Bologna  
 Contemporaneo is Bologna      Contemporary is Bologna  
 Cultura is Bologna      Culture is Bologna



[그림 14] 볼로냐의 도시브랜드

시민이 단어나 생각이 볼로냐의 그래픽 패턴으로 만들어진다.



[그림 15] 볼로냐 도시브랜드 적용사례

### 결론

제정된 도시브랜드의 어플리케이션과 도시컬러를 어떻게 적용할 것인가 결정이 매우 중요하다. 향후 도시 브랜드 컬러를 적용하는 경우, 다음과 같은 기본원칙을 적용하는 것이 필요기존 건물보다는 새로운 건물에 우선하여 적용하며 시가 운영하는 대중 교통 수단에서 적용이 바람직 하다.또한 도시에 설치된 각종 사인과 도시 행동에 광범위하게 적극적으로 적용을 유도하여야 한다.

또한 도시컬러 정책과 운용을 통하여 무엇을 얻을 것으로 기대하는가? 일관된 컬러의 사용은 시각적으로 도시에 통일감을 주어 정돈된 느낌을 가지게 한다. 이러한 정서적 환경의 개선을 통해 시민의 정서적 안정과 쾌적한 환경 조성 효과를 가져올 수 있다.

도시브랜드의 적용은 많은 예산이 소요되는데 당장 시작해야할 가장 급선무는 무엇인가를 먼저 파악하여야 한다.

과거에 제정된 브랜드에서 현재의 도시브랜드 컬러에 대한 심도 높은 검토를 통해 도시브랜드 컬러의 재정립이 필요하다.

적용시 대두되는 도시컬러정책으로 인해 도시브랜드 자체 수정은 필요한가를 면밀히 검토하여야 한다. 현재 서울 브랜드에 사용 중인 짙은 블루 색만으로는 도시브랜드 컬러 적용이 어렵고 새로운 보조색의 지정과 도시 환경에 맞는 컬러 적용 매뉴얼의 도입이 필요하다

### 참고문헌

- 이희복(2007), 평창 동계올림픽 유치와 개최 과정에서의 강원도 브랜드 이미지 제고방안, *홍보학연구*, Vol.11, pp.161-196.
- <https://idtc.tistory.com/1481> [인천도시공사 블로그]
- 김준환, 김종성(2017), 디지털 환경이 도시브랜드 디자인의 확장성에 미친 영향, *광고PR실학연구*, Vol.10 No.1, pp.9-31.
- 이정훈(2010), 장소브랜드와 지역관광 활성화, 2010 *지역문화관광포럼*, pp.135-155.
- 정수진, 김초원(2013), 도시브랜드 마크의 기호학적 표현양식 연구, *브랜드디자인학연구*, Vol.11 No.2, pp.23-34.
- 김유경 (2006), 장소브랜드의 역할과 전략적 관리, *제일기획 브랜드 포럼*, Vol.51 pp.8-23.
- 장동련, 장대련, 권승경(2013), 미디어확장과 진화에 따른 트랜스브랜드, *Archives of Design Research*, Vol.26 No.1, pp.435-463.
- 김준환, 김종성(2018), 서울과 도쿄의 도시브랜드 디자인 확장성 비교, *커뮤니케이션디자인학연구*, Vol.64 pp.91-102.