

커뮤니케이션 효과를 위한 구청 소식지 (Newsletter)의 디자인요소에 관한 연구: 강북구청 사례를 중심으로

이 향 아*

서울사이버대학교 멀티미디어디자인학과

본 연구는 강북구청 소식지(Newsletter)의 편집디자인이 타 지역 구청 소식지와 차별화 되지 못한 문제점의 원인을 파악하여 디자인 요소의 개선방안을 모색하는 데 목적을 두었다. 연구 방법으로는 5개의 구청 소식지를 분석하고 강북구청 소식지와 비교 분석하였다. 그 결과 강북 구청 소식지의 표지디자인은 저해상도의 사진과 산만한 일러스트레이션으로 표지의 주목성을 떨어뜨리고 본문 디자인은 그리드의 반복적인 레이아웃과 도표 형식으로 산만함과 무질서한 디자인으로 되어 있었다. 이에 표지디자인은 메시지 전달의 기본에 충실한 고해상도의 이미지 선택과 본문 디자인은 통일감 있는 서체들의 선택으로 가독성을 높여야 하며 시각적인 일관성과 통일된 시선의 흐름으로 전달력을 높일 필요성을 확인하였다. 체계적인 편집기획과 창의적인 지면 구성으로 차별성 있는 디자인 요소들로 시각적 브랜드시스템을 갖춰야 한다. 그렇게 되기 위해서는 지속적인 모니터링과 구민들과 소통을 해야 하며 디자인 전문가문단을 구성하여 디자인에 대한 다양한 의견 수렴을 통해 실천해야 할 것이다.

주요어 : 구청 소식지, 차별성, 레이아웃, 디자인요소

* 교신저자: 이향아/서울사이버대학교 멀티미디어디자인학과 교수/(01133)서울시 강북구 솔메로49길
/Tel: 02-944-5121/E-mail: matilda@iscu.ac.kr

I. 서론

1. 연구의 필요성

소식지(Newspaper)는 기업체, 협회 등 조직체에서 발간하는 간행물을 의미하며 모든 정기 간행물을 포함하는 개념이다.¹⁾ 소식지는 주로 공식적 성격이 높은 단체에서 그 단체의 활동을 알리기 위해 제작된다. 또한 새로운 소식을 알리는 유인물이며 다양한 문화정보를 제공하고 있다. 소식지의 내용은 시사성이 높은 홍보성을 가진 소책자로 주기적으로 발행되는 효과적인 홍보 매체이다. 그중 각 구청에서 매월 정기적으로 발행하고 있는 구청 소식지는 구민과의 소통을 위한 중요한 커뮤니케이션의 도구가 되어왔다.

구청 소식지는 각종 소식 전달 정보들과 함께 다양한 문화콘텐츠를 포함하고 있는 문화 매체이다. 대부분 구청마다 소식지 제작 관련 홍보부서를 두고 디자인 전문 업체에 의뢰를 하여 제작하고 배포하고 있다. 따라서 지역마다 구청 소식지는 시각적인 디자인 요소들을 가미하여 더욱 화려해지지만 각 구청의 소식지 간의 차별성이 몰 개성화 되어가고 있다. 이로 인해 독자들로 하여금 식상함을 느끼게 할 수 있고 정형화된 이미지는 고유의 가치와 개성을 잃어버리게 된다.

따라서 구청마다 고유의 차별성과 편집디자인 부분의 선도적인 정보지로서의 필요성으로 새로운 변화를 모색해야 한다.

대부분의 구청에서는 4차 산업 혁명으로 인한 미디어의 발전과 1인 미디어 사용의 보편화 시대에 맞춰 구청 소식지의 변화를 모색해오고 있다. 오프라인 상태에서 상당 부분 온라인 이북

형태로 전환하여 언제든지 볼 수 있도록 하고 있어 구민 모두가 쉽고 편하게 지역의 이야기를 들을 수 있다. 그리고 시각장애인을 위한 음성변환 시스템도 제공한다. 이처럼 시대에 맞춰 소식지의 리딩 북을 제작하여 배포하고 있으며 스크립트를 읽고 녹음하여 QR코드를 생성하고 배경음악에 콘텐츠를 넣어 한편의 라디오 방송처럼 편안하게 소식을 들을 수 있도록 하고 있다.

구청마다 점차 모바일소식지에 대한 접근성을 높이고 있으며 인쇄매체 형태의 소식지와 함께 홈페이지와 블로그, 공식 SNS에서도 이북 형태의 디자인으로 제공되고 있다. 이러한 다양한 매체를 통한 효과적인 정보 전달을 위해서는 정보시각화의 디자인 요소들에 대한 문제점을 검토하고 개선방안에 관한 연구가 필요하다. 또한, 여전히 오프라인 인쇄매체를 통해 다중 이용 장소에 비치하고 구민들에게 배포하고 있는 구청 소식지는 구청 소식지의 정체성 확보를 위한 연간 디자인 기획을 세우고 진행하는 것이 바람직하며 발행순서에 따라 디자인의 연속성을 확보하여 전체적인 방향성을 잃지 말아야 한다. 무엇보다 독자가 편안한 느낌이 들도록 하여 정보전달의 유용성을 높여야 한다.

이에 현재 강북구청 소식지는 2018년부터 2020년 현재까지 3년간 소식지에 대한 검토와 자문을 통해 변화를 모색해 왔다. 그러나 여전히 정보성 레이아웃으로 구청의 소식들을 일방적으로 전달하고 있으며 정형화된 표지 디자인으로 구민의 흥미와 관심 유발의 동기부여 부족 현상과 타지역 구청 소식지와의 차별성이 명확하지 못한 문제점을 갖고 있다. 따라서 이 연구에서는 타 지역 구청 소식지들의 디자인 요소들을 분석

1) William L, Rivers, Theodore Petero and W. Jersen.(1971). The Mass Media and Modern Society. 225

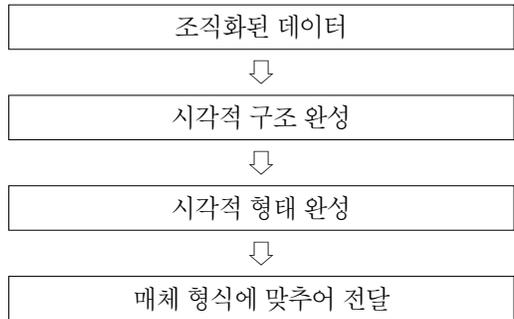
하고 강북구청 소식지의 디자인 요소들과 비교·분석하여 현재 가진 강북구청 소식지의 디자인 문제점을 찾아 개선방안을 제시하고자 한다. 또한, 이 연구를 통해 강북구 주민들이 구청 소식지에 대한 관심과 참여를 높이고자 한다. 브랜드는 강북구청 소식지의 고유한 개성과 차별화된 아이덴티티를 확보하면서 창의적인 디자인으로 브랜드 가치를 높이는데 기여하고자 한다.

2. 이론적 배경

현대 사회는 네트워크와 수많은 미디어에 의해 인간 커뮤니케이션 전반에 커다란 변화를 겪고 있다.²⁾ 특히 지역 주민들 간의 이해를 도모하고 지역 발전을 위해 유대감과 일체감을 조성해야 하는 구청에서는 구청 소식지를 통해 그 지역 주민들과 함께 지역문화를 창출하고 소통의 매체로 활용하고 있다.

소식지는 타블로이드 형식으로 기사를 요약하여 사진과 함께한 신문 형식이다. 타블로이드 신문은 역사적으로 볼 때 신문의 보급과 대중화에 크게 공헌하였다. 이러한 형식을 갖춘 구청 소식지는 구청의 소식들과 함께 기획 기사를 중심으로 지역구의 특성을 알리는 데 효과적이다. 구청 소식지는 디자인 분야에서 정보디자인의 성격을 갖고 있다. 정보디자인이란 인간이 사용하기 쉽고 활용하기 편한 정보를 생산하고 표현하는 것이다. 따라서 사용자 중심적 디자인 관점을 강조하며 정보가 사용자들에게 효과적, 능률적, 매력적으로 손쉽게 이용되도록 정보들을 표현하는 것이다. 정보디자인은 사용자의 편리성과 설명을 돕기 위한 언어, 타이포그래피, 그래픽

디자인, 그리드시스템 등을 통해 정보의 시각적 표현이 된다. 이러한 정보디자인은 <그림 1>과 같이 정보시각화 과정을 갖는다.³⁾



<그림 1> 정보시각화 과정

정보의 시각화 구성요소로는 형태, 색상, 크기, 위치 등이 있다. 형태는 외곽선을 보고 대상을 인식하며 시각과 촉각에 의해 인식되기 때문에 색과 함께 감각적 경험을 형성하는 데 중요하다. 또한, 색상은 콘텐츠가 방대할 때 매우 훌륭한 표현 방법으로 다양한 색조나 음영의 차이를 높은 해상도로 구별할 수 있다. 따라서 색상은 방대한 콘텐츠 속에서 규칙성과 특이성을 구분해 내는 데 사용된다. 크기는 두 가지 물체를 구별할 때 사용되며 애매한 상황을 정리하는 데 도움이 된다. 위치를 표현할 때는 장소에 관한 시각 요소에 데이터를 연관시키며 정보의 상하 구조를 효과적으로 전달할 수 있다. 일반적으로 인쇄물의 소식지는 정보시각화과정을 통해 시각화 구성요소로 정보를 전달하고 있다. 구청 소식지도 시각화 구성요소로 시각이미지를 만들어 정보를 전달하여야 한다. 시각이미지를 위한 디자인 제작 과정은 기획회의를 통해 작업의 기본방향과 디자인 콘셉트를

2) 윤지현(2018). 효과적인 브랜드 확립을 위한 온라인 통합광고 전략연구. 미래사회 제9권 제1호, 86.

3) 류시현(2004). 멀티미디어디자인에서 정보디자인 특성에 관한 연구. Archives of Design Research, 63-76.

설정해야 한다. 또한, 디자인 목적에 맞게 강조할 부분이나 특징적인 부분 등을 어떤 크기로 어떻게 배치할지 전체적인 레이아웃을 정하고 표지디자인과 본문 디자인을 해야 한다.

레이아웃이란 책이나 신문, 잡지에서 글이나 그림 등을 효과적으로 정리하고 배치하는 것으로 사진, 그림, 텍스트, 삽화 등을 시각적으로 배치하여 지면을 효과적으로 만드는 것이다. 레이아웃은 디자인 작업을 완성하는 것으로 아무리 아름답게 지면을 디자인하여 만들었다고 하더라도 정보를 효과적으로 전달할 수 없게 된다면 무용지물이 된다. 미적인 것과 기능적인 레이아웃이 되기 위해서는 <표 1>과 같이 주어진 지면 안에 타이포그래피, 사진, 일러스트레이션, 여백, 색상 등의 레이아웃의 구성 요소들을 효과적으로 배열하고 소식지의 디자인 효과를 내는 것이다.⁴⁾ 따라서 레이아웃에서 중요한 요소들이며 시각적 효율성을 유도한다. 레이아웃의 구성 요소들로 디자인의 효과를 위해 어떤 글꼴을 어느 정도의 크기로 배치할 것인지, 어떤 사진이나 일러스트를 사용하여 화면을 구성할 것인지, 전체나 부분에서의 색상 배치 또는 여백의 조절로 화면을 어떻게 구성할 것인지 등을 말한다.

<표 1> 레이아웃의 구성요소와 소식지의 디자인 효과

레이아웃의 구성요소	소식지의 디자인 효과
타이포그래피	시선 집중으로 기사에 주목시킴
사진 및 일러스트레이션	읽기 쉽고 이해하기 쉬움
여백	시각적인 안정감
색상	시각적인 흥미로움
	개성을 부여함

가장 중요하게 생각해야 할 것은 빠른 정보의 전달을 위해 가독성, 안정성 통일감, 심미적인 아름다움 등이 고려되어야 좋은 레이아웃이 된다.

디자인을 잘하기 위한 레이아웃의 구성요소와 역할에 대하여 살펴보면 첫째, 타이포그래피는 글의 중요도와 우선순위를 정해주며 정보의 전달에 있어 가장 중요한 역할을 한다. 글자를 통해 원하는 정보를 습득할 수 있으므로 쉽고 빠른 정보 전달을 위한 타이포그래피는 레이아웃 구성에 있어 가장 중요한 요소이다. 전체적인 디자인 분위기와 주변 이미지에 맞는 글꼴을 선택하고 적당한 크기로 조절하여 읽기 쉽고 아름답게 배치하는 것이 타이포그래피에서 가장 중요한 역할이다. 이렇게 만들어진 타이포그래피는 제목만 사용해도 전체적인 내용을 한눈에 파악할 수 있게 도와주며 전체 디자인에 있어서 조형적인 요소로도 큰 역할을 하게 된다.

둘째, 사진과 일러스트레이션은 지면의 개성을 부여하면서 설득력이 있게 한다. 또한 보는 사람이 전달하고자 하는 내용을 쉽고 빠르게 이해하는 데 많은 도움을 주며 글의 기능을 보충한다. 일반적으로 편집 디자인이 된 화면에서는 사진이나 일러스트에 먼저 시선이 가고 보다 자세한 정보를 얻기 위해 글로 이동을 하게 된다. 따라서 일러스트레이션이나 사진은 처음 봤을 때 시선을 끌 수 있을 만큼 적절한 해상도를 가지고 있어야 하며 사진과 일러스트레이션을 통해서 내용을 짐작할 수 있어야 한다. 대부분의 일러스트레이션은 흥미를 유발시키며 내용을 쉽게 기억시킨다. 또한 사진과 일러스트레이션은 주목도를 높이므로 감정호소 방법이 될 수 있으며 친밀감을 느끼게 한다.

4) 임현우, 한상만(2007). 새로운 편집디자인. 나남.

셋째, 여백은 조형적인 역할로 시각적 안정감을 주도하며 전체적인 통일감을 구축한다. 또한 시선의 집중과 유도의 역할을 하며 타이포그래피, 사진, 일러스트레이션을 하나의 공간에 구성하는 데 있어서 매우 중요하다. 여백은 단순한 빈 공간만을 말하는 것이 아니며 레이아웃의 구성 요소들을 배치하여 디자이너의 계획이나 의도에 의해 만들어지는 공간이다. 따라서 많은 페이지를 구성하면서 여백 부분도 일정한 규칙으로 배치되어 통일감을 느끼도록 해주는 것이 좋다. 여백은 정보가 많은 경우에 정보와 정보 사이의 쉽터 역할을 해주기 때문에 시각적인 안정감을 주면서 구성 요소들을 더욱 돋보이게 도와주는 역할도 수행한다. 넷째, 색상은 흥미를 유발하여 여러 요소가 조화롭게 되도록 연결하여 지면을 정리해 주는 역할과 함께 시선을 끌고 분산시키는 역할을 한다. 색상은 정보의 내용이나 흐름에 따라 배경 전체를 색상으로 채워 넣을 수도 있고 점이나 선, 형태 또는 글자에 색을 넣어 표현할 수도 있다.

레이아웃은 이러한 구성 요소들을 규칙적으로 배열하는 것 이외에도 미적인 부분과 가독성, 주목성까지 충분히 고려되어야 한다. 성공적인 레이아웃이 되기 위해서는 구성 요소들이 조화롭고 균형 있게 논리적으로 배열되어야 한다. 특히 구청 소식지의 편집레이아웃에서는 시선을 끌 수 있고 쉽게 정보를 파악할 수 있는 디자인이 되기 위해서 다음과 같은 레이아웃의 조건들이 충족되어야 한다. 그것은 <표 2>와 같이 모든 디자인의 기본조건이기도 한 주목성, 가독성, 조형성, 창조성, 기억성이다.⁵⁾

첫째, 주목성은 눈에 잘 띄는 레이아웃으로 독

<표 2> 디자인 구성요소와 소식지의 디자인 효과

디자인 구성요소	소식지의 디자인 효과
주목성	시선 집중으로 기사에 주목시킴
가독성	읽기 쉽고 이해하기 쉬움
조형성	시각적으로 안정감과 흥미로움
창조성	새로운 시도를 통해 개성을 부여함
기억성	기억에 오랫동안 남도록 함

자의 시선을 집중시켜 기사에 주목할 수 있도록 하는 것이다. 그리고 주목성을 높이려고 할 때는 아이디어의 참신함, 간결하고 아름다운 조형미, 글자의 종류나 크기, 색의 효과적인 배치를 고려해야 한다.

둘째, 가독성은 정보를 쉽게 읽을 수 있도록 하는 것이다. 특히 구청 소식지는 정보 전달이라는 중요성으로 정보를 쉽게 읽고 파악할 수 있도록 해야 한다. 지면에서 적절한 제목의 배치로 전달 내용이 한눈에 들어오도록 해야 하며 일러스트레이션이나 사진 등으로 효과적인 시선의 흐름을 갖도록 배치해야 한다.

셋째, 조형성은 시각적으로 안정되고 흥미롭도록 구성 요소들 간에 변화를 주는 것이다. 전체적인 조형이 아름다워야 하며 필요한 조형 요소들을 적합한 위치에 배치하는 것이 필요하다. 또한 서로 유기적인 관계를 맺을 수 있도록 해야 하며 조형미를 느낄 수 있어야 한다. 이것은 선, 형, 색, 크기 등의 적절한 선택과 배치에 밀접한 관련이 되어 있다.

넷째, 창조성은 새로운 시도를 통해 개성을 부여하는 것이다. 참신하고 새로운 아이디어가 필

5) 송민정(2006). 레이아웃의 모든 것. 애경.

요하며 기존의 디자인과는 차별화된 새로운 표현이 사람들의 마음을 움직일 수 있는 것이다. 항상 변화를 시도하여 독창적인 창조성을 가져야 한다.

마지막으로 다섯째는, 독자의 기억에 오랫동안 남을 수 있도록 하는 기억성이다. 꼭 필요한 여러 요소가 조화롭게 어울려 오랫동안 기억되어야 한다.

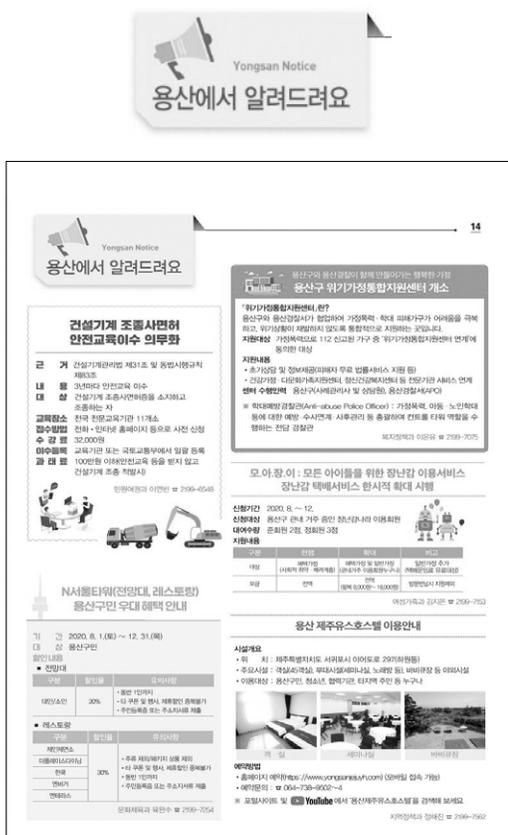
구청 소식지의 디자인은 크게 표지디자인과 본문 디자인으로 나눌 수 있다. 표지디자인은 그 지역의 이미지를 이끌어가는 브랜드의 가치로 인식된다. 지역 구민의 신뢰감과 공감을 얻고 구

청 소식지의 성격을 표현하는 대표적인 이미지가 명확하게 반영되어야 한다. 또한 소식지의 본문 내용을 읽고 싶은 욕구와 함께 시각적 자극을 유도할 수 있어야 한다. 일반적으로 구청 소식지의 표지디자인은 제호와 함께 사진, 일러스트를 활용하여 <그림 2>와 같이 인물, 지역 전경 및 건물, 지역행사, 시사성 이미지 등의 모티브로 되어 있다.

구청 소식지는 정기 간행물로 발행되는 것이므로 일관성 있는 스타일로 매호 차별성을 두고 이끌어가야 한다. 특히 표지디자인은 독자가 흥미를 느끼게 해야 하며 매호 이미지 요소들을 고



<그림 2> 구청 소식지의 표지디자인 모티브

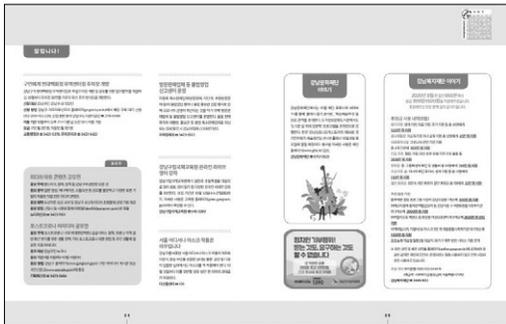


<그림 3> 구청 소식지의 섹션타이틀

려한 선택으로 기존 발행된 스타일과 차별화된 변화를 시도할 필요성이 있다. 구청 소식지의 본문 디자인은 섹션 타이틀과 그리드 시스템, 레이아웃을 살펴보아야 한다.

본문 디자인의 기사 내용에 따라 분류하고 같은 내용은 특정한 카테고리로 묶어 각 코너의 성격을 주어 섹션 타이틀을 디자인해야 한다. 특히 <그림 3>과 같이 구청 소식지의 섹션 타이틀은 본문 내용의 사전정보를 전달하는 역할을 한다. 따라서 섹션별로 차이점을 두어 디자인하고 전체적인 조화를 이루도록 해야 한다.

또한 <그림 4>와 같이 모듈로서의 수직, 수평의 격자 또는 틀의 그리드시스템을 활용하여 명확하고 체계적인 질서를 만들어야 한다.



<그림 4> 구청 소식지의 2단 그리드 적용

그리드시스템은 디자인 작업을 할 때보다 빠르고 편리한 작업이 될 수 있도록 도와준다. 여러 페이지가 있는 작업물인 경우 페이지마다 비슷한 레이아웃을 만들어 통일감을 주고자 할 경우에 특히 더 유용하다. 그러나 그리드에 지나치게 의존하거나 그리드를 남용하여 작업하는 경우에는 오히려 역효과를 가져온다. 그리드의 편의성에만 의존하면 변화가 없는 지루한 디자인이 만들어질 수도 있기 때문에 주의해야 한다. 구청 소식지의 본문 디자인에서 그리드에 관한

정확한 적용 원칙은 없으나 내용이나 목적에 맞게 선택하여 사용해야 한다.

II. 연구 방법

현재 강북구 구청 소식지는 2018년부터 2020년 현재까지 3년간 소식지에 대한 검토와 자문을 통해 변화를 모색해 오고 있다. 2020년 현재의 소식지는 2018년에 비해 다소 질적인 변화가 이루어지고 있으나 타 구청 소식지에 비해 표지디자인의 차별성은 아직도 미흡하고 본문디자인의 내용은 여전히 정보성내용으로 기획기사가 부족한 편이다. 또한 산만한 시각적 디자인 요소들의 레이아웃으로 되어있다. 이에 1차에는 타 지역 5개 구청 소식지에 대한 각각의 디자인 분석을 하고 2차에서 강북구 구청 소식지와 비교분석을 하였다. 비교분석한 결과들을 중심으로 강북구 구청 소식지의 문제점을 도출하고 정확히 파악하여 타 지역의 구청 소식지의 우수사례를 기준으로 개선방안을 찾고자 한다.

1. 각 구청별 구청 소식지 분석

1.1. 광진구 구청 소식지

광진구청 소식지는 “아차산 메아리”의 제호로 “구민이 꿈꾸는 가치, 함께 만드는 광진”의 슬로건을 내세우고 있다. 또한 실생활에 유용한 정보와 알림을 중점으로 기획기사를 하고 있으며 커버스토리, 보건소이야기, 아차산 알림마당으로 구청의 부서별 공지 및 알림을 기재하고 있다. 친절한 법률상식의 섹션에는 구민들에게 어려운 법률에 대한 부분을 쉽게 이해할 수 있도록 알려주고 있다.

소식지의 표지디자인은 친근하고 힘 있는 고딕체 계열의 서체로 제호를 두고 있다. “아차산 메아리” 제호는 명도대비 효과를 주어 어두운 청색바탕에 흰색으로 처리하였다. 매호마다 사진과 일러스트레이션을 적절히 반복하면서 활용하고 있으며 지면 전체를 활용하였다. 사진은 지역의 심플한 건물과 건물내부의 공간사진을 활용하여 시각적인 안정감을 주고 있다. 또한 표지의 일러스트레이션 이미지는 본문의 중요한 내용을 미리 알 수 있도록 디자인하여 흥미유발을 주며 안정적인 구성으로 되어 있다.

소식지의 본문디자인은 섹션컬러가 적용되어 시각적인 정보전달력을 높였다. 레이아웃은 정보와 텍스트의 양에 따른 2단 혹은 3단의 유연한 그리드 사용으로 자연스러운 시각 흐름을 두어 가독성이 매우 좋다. 또한 본문내용이 잘 인식되는 비교적 넓은 여백과 사진, 일러스트레이션, 그래픽 등으로 되어있다. 정보를 직관적으로 인식하게 하는 일러스트레이션과 정확하고 명료한 정보 전달을 위한 도표와 인포그래픽도 잘 사용되고 있다.

광진구청 소식지는 <그림 5>와 같이 유용한 정보와 재미있는 기사로 기획한 생활 법률 코너

가 돋보이며 단순 나열 정보와 기사가 아닌 전달 목적에 따른 선택과 집중에 의한 편집과 디자인이 돋보인다. 또한 도표와 인포그래픽을 적절하게 활용하여 이해를 돕고 흥미유발을 주고 있다. 그러나 본문디자인에서 아차산 알림마당을 통해 구청의 부서별 정보들을 알리고 있으나 다소 서체의 크기가 작아 가독성이 떨어져 읽기에 어려움이 있다.

1.2. 용산구 구청 소식지

용산구청 소식지는 “용산구 소식”의 제호로 용산구의 지역적 특성이 반영된 편집기획과 기사를 제공하고 있다.

표지디자인은 캘리그래피 제호와 함께 사진 이미지, 캐릭터, 일러스트레이션 등을 매호마다 번갈아 활용하고 있다. 가독성을 고려한 서체와 주목성 있는 이미지가 균형 잡힌 디자인으로 되어있다. 또한 다양한 커뮤니케이션 채널을 통해 소식지 정보와 편의성을 제공하고 있다. 소식지 표지에 QR코드를 넣고 페이스북, 트위터, 블로그, 인스타그램, 카카오톡, 인터넷 방송 등에 홍보를 유도하고 있다

본문의 서체는 제목에 서체의 굵기 혹은 컬러로 정보의 시각적 위계를 만들어 정보전달력을 높였으며 적절한 여백과 2단 혹은 3단의 그리드로 유연함을 보이고 있다. 본문의 3단 그리드에는 동일한 배경 컬러를 적용하여 작은 크기의 판면이 갖는 시각적 답답함을 해결하고 있다. 또한 사진, 일러스트레이션, 그래픽이미지들은 두 페이지를 걸쳐 과감한 스케일로 시원함을 주고 있다. 본문의 많은 내용들을 인포그래픽으로 처리하여 정보를 직관적으로 인식하게 하고 흥미를 유발시키며 강한 인상을 주고 있다.

용산구청 소식지는 <그림 6>과 같이 용산구



<그림 5> 광진구 구청 소식지

의 Local, Global을 기획하여 Local (우리 마을 이야기), Global 등 언어가 다른 구성원들에게 다양한 커뮤니케이션 채널을 제공하고 있는 것이 특징이다. 또한 여러 연령대의 소식지 확산을 위해 페이스북, 트위터, 블로그, 인스타그램을 하고 있다. 그러나 표지디자인의 강한 아이덴티티에 비해 일반적인 본문 디자인과 인물, 단체사진 등이 구도를 고려하지 않은 사진으로 평범해 보이며 사진의 해상도에 대한 검토가 필요하다.

1.3. 마포구 구청 소식지

마포구청 소식지는 <그림 7>과 같이 “내 고향 마포”라는 캘리그래픽적인 서체의 제호를 갖고 강한 그래픽적인 이미지요소로 주민들과의 커뮤니케이션을 표현하고 있다. 본문은 편집기획으로 스토리텔링 기사와 동네소식, 주민광장, 구정-의정-시정의 기획 특집, 그리고 교육, 문화 게시판 등이 있다.

소식지의 표지디자인은 마포의 브랜드 컬러인 청색을 적용한 제호가 돋보이며 매호마다 다른 슬로건으로 마포구의 아이덴티티를 잘 나타내고 있다. 시원한 여백과 캘리그래픽 서체를 사

용한 제호의 심플한 디자인은 명확하고 일괄된 메시지를 전달하고 있다. 또한 보이사이, QR 코드를 표지에 사용하여 편리성과 함께 온라인 홍보를 적극적으로 하고 있다.

본문디자인의 레이아웃은 3단 그리드를 기본으로 한 컬러 블록을 활용하였다. 또한 스토리텔링 기사 형식의 정보가 자연스러운 시각 흐름과 주목성을 유도하고 있어 효과적이다. 사진, 일러스트레이션, 그래픽 등으로 정보를 잘 인식할 수 있게 하고 있으며 직관적인 일러스트레이션으로 정보 전달을 하고 있다. 무엇보다 돋보이는 것은 정확하고 명료한 정보 전달을 위해 심플한 도표와 인포그래픽을 세련되게 사용하고 있다.

마포구청 소식지는 기획기사의 구성으로 주민들에게 필요한 안전 치안, 건강 등의 정보를 문답형 헤드라인과 카피로 흥미롭게 제공하고 있다. 표지디자인은 직관적인 일러스트레이션으로 정보전달의 효과성을 높이고 있으며 친근하고 온화한 색채로 주민들의 접근성을 높이고 있다. 그러나 스토리텔링이 있는 기획과 마포구의 아이덴티티를 잘 나타내는 표지에 비해 본문 디자인은 가독성과 조형성을 갖춘 디자인 요소들이 다소 부족해 보인다.



<그림 6> 용산구 구청 소식지



<그림 7> 마포구 구청 소식지

1.4. 송파구 구청 소식지

송파구청 소식지는 <그림 8>과 같이 “송파소식”의 제호로 구민들과의 커뮤니케이션을 하고 있다. 제호의 컬러는 소식의 검정색과 매호마다 컬러의 변화를 준 송파의 제호가 돋보인다. 소식지의 내용으로는 라이프스타일을 반영한 정보와 기획기사가 주를 이룬다. News, Topic, People & Life, Health, Culture & Art 등의 대화형 커뮤니케이션 형식의 기사와 정보를 다루고 있다.

소식지의 표지디자인은 굵은 서체의 심플한 제호와 함께 주로 심플한 사진 이미지를 사용하여 강렬한 메시지를 전달하고 있다.

소식지의 본문디자인은 페이지별 컬러 시스템을 적용하여 빠르게 각 페이지로 이동할 수 있도록 하였다. 또한 쉽게 정보를 인식할 수 있도록 시원한 여백과 레이아웃을 하여 시각적인 정보 전달력을 높였다. 사진, 일러스트레이션, 그래픽 등은 내용에 적합한 크기, 구도, 소재 등으로 하였고 다양한 사진 이미지를 선택하여 편집디자인에 잘 적용하고 있다.

송파구청 소식지는 구청과 구민의 커뮤니케이션 채널을 다양화하고 있다. 스마트 미디어를 활용한 소식지 배포방법을 활용함으로써 시대의

변화에 빠르게 대응하고 있는 것이 특징이다. 특히 구독자 층의 확대를 위한 모습이 돋보이는데 송파소식 App, 보이스아이, QR코드, 페이스북, 트위터, 인스타그램 등으로 구독자의 이해와 흥미를 유발시키고 있다. 그러나 아쉬운 것은 소식지 본문디자인에서 정보를 직관적으로 전달하는 일러스트레이션과 정확하고 명료한 정보를 위한 도표와 인포그래픽이 다소 부족해 보인다.

1.5. 은평구 구청 소식지

은평구청 소식지는 <그림 9>와 같이 “은평구 소식”의 제호와 “북한산 큰숲, 은평”의 슬로건으로 은평구 아이덴티티 디자인시스템을 보이고 있다. 독창적인 이미지로 산을 표현한 로고마크 디자인이 돋보이며 통일된 디자인 요소를 활용하여 브랜드 이미지를 구축하고 있다. 표지사진은 해상도가 높고 주제의 명확성이 보이는 이미지를 사용하여 주목성을 높이고 있다. 본문은 기획기사를 중심으로 구정 정보와 알림을 중심으로 기획하여 소식을 전하고 있다.

소식지의 표지디자인은 짙은 청색 원형태안에 흰색글자로 “은평구 소식”의 제호를 담고 “소”글자에 산을 이미지화하여 표현하고 있다.



<그림 8> 송파구 구청 소식지



<그림 9> 은평구 구청 소식지

이는 오랫동안 기억에 남을 수 있는 브랜드의 가치성을 지닌다. 매호마다 소식지의 중요한 내용을 담은 사진과 간략한 설명은 호기심을 유발시키는 디자인요소로 주목성을 주고 있다.

소식지의 본문디자인 컬러는 페이지별 컬러를 적용하여 정보전달력을 높이고 있으며 많은 분량의 정보와 텍스트에 따른 2단 변형그리드와 레이아웃으로 되어있다. 타블로이드 판형으로 페이지마다 많은 양의 사진, 일러스트레이션, 도표 컬러블록 등 그래픽 요소들로 구성되어 있다.

은평구청 소식지는 부서별 다양한 정보들을 구민들에게 잘 알려주고 있다. 표지디자인의 독특한 제호디자인은 브랜드의 차별성을 주며 흥미로움과 주목성을 준다. 그러나 본문디자인에서는 좁은 단 사이와 여백이 주는 답답함이 있다. 페이지마다 다양한 색들과 작고 많은 일러스트레이션 등으로 디자인이 다소 산만하다.

III. 연구 결과

1. 강북구 구청 소식지의 디자인 분석

강북구청 소식지는 <그림 10>과 같이 “강북구 소식”의 제호로 강북구청의 브랜드컬러인 청색으로 표현하고 있다. 강북구민들의 활동내용을 담은 표지기획 및 내용을 담고 있다. 구정 정보와 알림을 중점으로 기획하여 이달의 화제, 정보마당, 희망교육, 서울 이야기, 보건소 소식, 구의회 소식을 전하고 있다.

소식지의 표지디자인은 캘리그래피로 “강북구 소식”의 제호를 표현하고 있으며 소식지의 중요한 내용과 목차는 표지 하단에 컬러 블록디자인으로 주목성을 주고 있다. 그러나 제호의 컬러는 중명도의 청색으로 힘이 없어 보이며 캘리그



<그림 10> 강북구 구청 소식지

라피의 서체형태도 약하다. 전체적으로 표지디자인은 트렌디 하지 못하여 흥미를 유발시키지 못하고 있다. 매호마다 사진과 함께 그래픽 이미지를 연출하고 있는데 인쇄컬러가 전반적으로 어두워 해상도가 떨어져 있다.

소식지의 본문디자인은 페이지별 컬러를 적용하여 정보전달력을 높이고 있으나 많은 분량의 정보와 텍스트에 따른 3단 그리드의 반복되는 레이아웃으로 타블로이드 판형임에도 여백이 없고 답답해 보인다. 또한 각 페이지마다 많은 양의 사진, 일러스트레이션, 도표 컬러블록 등 그래픽 요소들로 구성되어 있어 산만하다. 본문디자인에서 다양한 형태의 서체와 무분별한 크기의 서체로 인해 정보가 혼재되어 보인다.

2. 타 지역 구청 소식지와 비교분석

현재 강북구청 소식지는 타 지역 구청 소식지에 비해 여전히 아이덴티티의 부재로 디자인의 차별성이 부족한 상황이다.

2018년과 2019년 표지디자인의 제호컬러는 옅은 청색으로 힘이 없고 약해 보였으며 주목성이 떨어져 있었다.

현재 2020년에는 그러한 문제점을 인식하고

개선하여 <그림 11>과 같이 제호의 컬러를 강한 그라데이션 청색으로 변경하여 다소 개선된 상황이 되었다.

그러나 여전히 단색의 제호를 가진 타 지역 구청 소식지의 제호보다는 힘이 약하고 주목성이 떨어진다. 따라서 현재 강북구청 소식지의 브랜드 워드마크의 컬러로서는 약하다.

2018년과 2019년의 표지디자인에서는 서체들 사이의 위계체계가 없어 <그림 12>와 같이 시각적 흐름이 산만하였다. 그러한 문제점을 인식하고 2020년에는 다소 해결 되었으나 아직도 시각적 시선의 흐름을 방해하는 서체의 크기와 원색의 컬러로 주목성을 떨어뜨리고 있다.

2018년의 슬로건은 지나친 장식성으로 제호

와 함께 산만하였지만 2020년에는 슬로건을 없애고 제호만으로 사진과 함께 어울리도록 표지디자인에 노력하고 있다.

2018년 표지디자인의 사진들은 저해상도의 이미지로 미흡하였으며 2019년과 2020년에 거쳐 지속적인 개선을 하고 있다. 그러나 아직도 가끔은 저해상도의 미흡한 사진들이 합성되고 있는 실정이다.

2018년 본문디자인은 반복적인 레이아웃으로 지루한 구성이었으며 좁은 단 간격과 여유 없는 여백으로 답답하였다. 사진과 그래픽 이미지



강북구 소식	아차산 메아리	승파소식 VOL. 588
2018년 강북구 구청 소식지 제호		
강북구 소식	강남라이프	중랑소식 10월
2020년 강북구청 소식지 제호	타 지역 구청 소식지 제호	

<그림 11> 각 구청 소식지 제호와의 비교



<그림 12> 표지디자인의 서체체계

들은 해상도가 떨어지고 작고 소극적인 배치로 독자의 흥미를 이끌 수 없었다. 그러한 문제점을 인식하고 2019년과 2020년에는 <그림 13>과 같이 다소 개선되었으나 여전히 그래픽요소와 주제와 연관성이 부족하고 일률적인 타입으로 레이아웃 되어있다.

3. 강북구 구청 소식지의 디자인문제점 및 개선방안

본 연구에서는 현 강북구청 소식지를 타 지역 구청 소식지와 비교분석하고 커뮤니케이션 효과를 위한 강북구청 소식지의 디자인요소에 관한 연구를 통해 개선방안을 찾고자 하였다. 특히 소식지의 표지디자인, 본문디자인의 레이아웃 및 구성요소를 비교 분석하였으며, 그 결과 다음과 같은 문제점과 개선방안을 도출하였다.

연구결과 다음과 같이 강북구청 소식지의 표지디자인에 대한 문제점을 알 수 있었다.

첫째, 타 지역 구청 소식지에 비해 저해상도의 사진과 산만한 일러스트로 되어있었다. 저해상도의 사진은 선명도가 떨어져 주목성이 매우 약하며 산만한 일러스트는 시각적 시선의 흐름을 방해하여 표지의 주목성을 오히려 떨어뜨린다. 둘째, 표지디자인에서 성격이 다른 서체들의 혼재로 시각적 위계의 질서를 갖추지 못하고 있었다.

이러한 문제점을 갖고 있는 표지디자인의 개선방안으로는 매호마다 당월 콘셉트에 맞는 사진과 일러스트레이션의 이미지를 선택할 때 반드시 인쇄에 적합한 고해상도의 데이터가 되어야 하며 보정작업을 충분히 하여야 한다. 일러스트레이션은 정보 전달에 효과적인 이미지로 주목성 있는 시각적 이미지가 되어야 한다. 그리고 서체는 시각적 위계와 통일성을 주고 명확한 주

제를 담아 일회성이 아닌 장기적인 측면에서 차별화된 서체로 확보할 필요성이 있다.

본문디자인은 첫째, 많은 분량의 정보와 텍스트에 따른 2단 혹은 3단 그리드의 반복적인 레이아웃으로 지루한 구성이며 좁은 단 간격과 여유 없는 여백으로 답답한 레이아웃으로 되어 있었다. 둘째, 너무 많은 정보성 도표형식들로 인하여 지면이 딱딱하게 느껴지며 경직되어 있었다. 셋째, 각 페이지마다 작고 현란한 일러스트와 복잡한 인포그래픽은 재미요소 보다는 산만함과 무질서한 레이아웃이 되었다. 넷째, 원색적이며 무분별한 다양한 컬러는 눈의 피로감을 주고 있었다. 따라서 이러한 문제점을 갖고 있는 본문디자인의 개선방안을 통해 미래사회의 디자인분야에 시사하는 점은 다음과 같다. 기사의 유형과 성격을 큰 색선별로 콘텐츠를 분류하고 차별화하여



<그림 13> 본문편집 레이아웃디자인

주목도를 높일 필요가 있으며 편집 기획 시 불규칙한 분량은 체계적인 원고 정돈으로 정보전달의 최적화가 되어야 한다. 또한 전체적인 레이아웃에서 시원한 여백과 비례에 적절한 단 간격으로 디자인 되어야 한다. 그래픽요소들의 체계성 있는 다양함과 독특함이 보이는 창의적인 지면 구성이 되도록 해야 한다. 특히 도표들과 다이어그램, 인포그래픽은 명쾌하고 단순하면서 정확하게 정보를 전달할 수 있도록 해야 한다. 가능하면 원색적인 색상은 지양하고 절제된 컬러의 구성으로 안정된 느낌과 친밀감을 줄 수 있도록 하여 주목성 있는 디자인이 되어야 한다.

IV. 맺는말

강북구청 소식지는 전체적으로 편집기획과 콘셉트가 명확하지 않아 브랜드 아이덴티티가 약하다. 또한 표지디자인은 매호마다 산만하고 일관성이 결여되어 있으며 본문디자인은 구청의 각 부서마다 단편소식과 정보를 일방적으로 전달하고 있다. 따라서 타 지역 구청 소식지와 차별화성을 위해서는 강북구 주민들이 실제로 흥미를 가질 수 있도록 매년 혹은 분기별 콘텐츠를 기획하고 디자인 요소들로 시각적 브랜드 시스템을 갖출 필요성이 있다. 무엇보다 소식지의 디자인은 내용이 잘 전달 되도록 해야 하는 것이며 시대에 맞는 트렌디한 디자인 구성이 절대적으로 필요하다. 따라서 지속적인 모니터링과 조사를 통해 주민들과 소통해야 한다. 또한 전문가문단을 구성하여 꾸준히 의견 수렴을 하고 실천해야 할 것이다. 4차 산업시대에 다양한 미디어를 활용한 콘텐츠가 국가의 주요 성장 동력산업이 되는 현 시대에 강북구청은 소식지의 인쇄물뿐 아니라 다양한 미디어를 활용하여 모

바일 앱과 SNS를 통한 소통과 적극적인 홍보를 통해 발전해 나가야 한다. 강북구청 소식지의 상징성을 확립할 수 있는 브랜드 색채와 디자인으로 고유한 정체성을 갖고 소통과 신뢰로 주민과 하나 되는 소식지로 확립되어야 할 것이다.

참고문헌

- 고영진 (2012). 효과적인 홍보를 위한 대학 소식지 레이아웃 분석. 석사학위논문, 한양대학교.
- 김순희 (2011). 현장중심의 교육복지 우선지원 사업 추진방안 연구. 한국교육개발원.
- 류시천. (2004). 멀티미디어디자인에서 정보 디자인 특성에 관한 연구. Archives of Design Research, 63-76.
- 서정민 (2002). 효과적인 홍보를 위한 대학 소식지(Newx Letter)의 편집디자인 연구: 국내 대학을 중심으로. 석사학위논문, 목원대학교.
- 송민정 (2006). 레이아웃의 모든 것. 예경.
- 윤지현 (2018). 효과적인 브랜드 확립을 위한 온라인 통합 광고 전략 연구. 미래사회 9(1), 85-99.
- 이승진 (2018). 강북구청소식지 자문보고서. 강북구청.
- 이향아 (2018). 강북구청소식지 자문보고서. 강북구청.
- 젠 화이트 저, 안상수 역 (1991). 편집디자인. 안그라픽스.
- 임헌우, 한상만 (2007). 새로운 편집디자인. 나남.
- 장석현 (2008). 지식시각화를 이용한 정보디자인 방법론. 석사학위논문, 아주대학교.

William L. Rivers, Theodore Peterso and
W. Jersen.(1971). *The Mass Media and
Modern Society*. Rinehart Press, San
Francisco

투고일자 : 2020. 10. 30.
심사일자 : 2020. 11. 14.
게재확정일자 : 2020. 11. 30.

A Study of Design Elements of Gu-Office Newsletter to Enhance Communication Effects : Focusing on the Case of Gangbuk-gu Office

Hyanga Lee

Seoul Cyber University

This study aimed to find improvement plans of design elements by identifying the reasons for the problem of Newsletter of Gangbuk-gu Office that fail to have differentiation from newsletters of other Gu Offices, in terms of editorial design. According to the analysis result, the cover design is required to select high-resolution images faithful to the basics of message delivery while the main body design needs to improve readability by selecting a unified typeface.

Keywords : Gu-Office Newsletter, differentiation, layout, design element