



문화를 예술로 배우고 가르치다



최우수

장민지 | 음악학과

담당교수 **엄희정** | 문화예술교육 현장의 이해와 실습 2 | 전공

문화예술교육이란 무엇일까?

대부분의 사람들이 말 그대로 문화예술에 대한 전반적인 것을 배우거나 가르치는 것이라 생각할 것이다. 하지만 이 수업을 들은 후 문화의 다양함을 만들어내는 예술의 가치와 그 존속력을 위한 교육 방법이 얼마나 중요한 것인지 알게 되었다.

4차 산업혁명으로 인해 소비 패턴의 변화와 교육 수준, 여가시간에 대한 관심도 증가로 “삶이 곧 예술”인 시대가 열리며 문화예술 관련 콘텐츠는 급증하였다. 자연스럽게 교육과도 융합되어 새로운 콘텐츠가 쏟아져 나오고 있다. 나는 교수님이 주도적인 대부분의 강의방식과는 달리 주어지는 상황에서 문제점을 스스로 인지하고, 함께 해결방안을 찾으며 실질적으로 적용해보는 수업을 통해 우리만의 교육 콘텐츠를 만들어내는 특별한 경험을 하였다.

내가 소개할 수업은 예술 분야 유일의 국가 자격증인 “문화예술교육사” 인증 교과목 중 하나이다. 대학들의 예술 전공분야에 있는 자격증 이수 과정으로 인제대에서도 드디어 할 수 있게 되어 관련 교과목은 빼놓지 않고 듣고 있는데 특히 지역기관과의 실습이 포함된 이번 교과목에 대한 기대감이 컸다. 초반 수업에는 문화예술교육사 제도와 역할, 국내 및 국외의 문화예술교육 프로그램 비교분석, 다양한 분야와 연령별 교육 프로그램 모의개발등을 하였고 실습기관인 김해 한림박물관에서 10월부터 한 달 동안 매주 토요일 3시간씩 실습을 하였다. 이는 해당 교과목 이수를 위한 필수 현장 실습프로그램이고 경남에는 유일한 실습처라 경쟁이 치열한 것으로 아는데 다행히 우리학교 수강생 모두가 참여할 수 있었다.

실습 1주차는 박물관의 초등학교 대상 문화예술교육프로그램에 보조교사로 참여하여 느낀점을 서로 공유하고 교육 프로그램 개발 시 필요한 기획, 분석, 설계, 자료개발, 실행, 평가 단계를 실질적으로 이해해보는 시간을 가졌다. 보조교사로 아이들 옆에서 도와주며 “내가 이 수업을 진행한다면 어떻게 했을까? 교구완성은 아이들이 시간 안에 다 할 수 있을까? 아이들은 지금 즐거워하고 있을까?” 등 많은 생각이 들었다. 그리고 처음 보는 아이들에게 다가가 소통하며 경험을 만들어 주는 것 같아 뿌듯하였다.

2주차는 지역 내 다른 박물관을 대상으로 교육 프로그램을 직접 만들어 보았다. 실습을 위해 팀이 나누어졌는데 우리팀은 경남대, 창

원대, 부산대등에 재학중인 음악전공생들로 구성되었다. 밀양 얼음골 “축음기 소리 박물관”이 교육 프로그램을 개발할 박물관으로 선정되었고 나는 이제 교사로서 수업을 진행해야 한다는 생각으로 이 수업을 받아들였다. 우리는 박물관에 대해 조사하고 특성에 맞는 키트 제작 및 교육 프로그램을 만들어야했는데 처음에는 막막했던 게 사실이다. 초등학교 저학년, 50분 수업으로 교육대상과 시간을 정하고 “아이들이 어떻게 하면 지루하지 않고 흥미롭게 하나라도 배워서 갈까?”를 중점으로 의논하였다. 소리와 옛날 TV, 전화기, 라디오, 축음기가 있는 박물관이어서 우선 아이들에게 소리는 어떻게 나는지 실 전화기를 예로 들어 이해하기 쉽고 재미있게 접근하도록 하였고, 아이들에게는 생소할 물건들을 소리와 연결하여 어떻게 설명할 것인가에 대해 의논하며 교육방법을 만들어 갔다. 수업의 보충자료가 될 키트는 박물관의 특징, 교육목표, 우리 팀의 전공인 음악과 연관 시켜 아이들에게 실용적이고 소장가치 있을 특별한 키트가 무엇이 있을까 고민하였다. 예를 들어 키트를 색칠하여 꾸민다고 했을 때 우리는 색칠하고 꾸미는 재미가 다가 아닌, 실용적으로 이 키트를 직접 쓸 수 있는지를 따졌다. 또한 아이 혼자 만들 수 있을지도 고려해야 했다. 조원들 간에 충돌 없이 각자 의견을 내고 수용한 결과 “우드 스피커”로 정했고 짧은 시간동안 키트의 도안과 발표 자료를 최선을 다해 만들었다.

3주차는 팀별로 개발한 프로그램을 발표하고 제작과 운영 및 실행 과정을 평가하였는데 우리 팀이 1등을 하는 좋은 성과까지 얻게 되

어 자신감이 생기고 이 일에 흥미를 더 느끼게 되었다. 또한 1, 2, 3등 모두 이 수업 수강생들이라 처음 참여하는 인제대 학생들이 이렇게 잘하냐고 박물관 관계자분들이 놀라기도 하였다.

원래는 1주차 내용이지만 코로나 상황으로 인해 일정이 변경되어 참여한 4주 차에는 박물관과 문화예술교육사 기능의 전반적 이해를 통해 지역문화, 문화재와 예술을 어떻게 연관시켜야 할지 고민하는 계기가 되었고 실습을 하고 이론을 들으며 정리하니 오히려 더 와닿고 공감되는 부분이 많았다. 아이뿐 아니라 청소년과 어른, 시니어 등 다양한 연령층 대상으로 수업을 할 때 또 어떤 프로젝트를 만들까? 라는 생각을 하며 4주간의 실습을 마쳤다. 나는 문화예술교육사에 대해 다른 수업을 통해 알고 있었기에 낯설게 느껴지지 않았지만 직접 수업을 해야 하는 것은 조금 부담을 느낄 수밖에 없었다. 내가 과연 프로젝트를 짜서 누군가 즐겁게 수업할 수 있을까 싶었는데 실습을 통한 경험은 오래 기억에 남을 만큼 흥미로웠다.

박물관에서의 실습기간이 끝난 후 다시 학교에서 진행된 수업에서 실습기간 동안의 결과물과 느낀 점을 발표하고 의견을 나누었고 다시 김해박물관 견학을 통해 김해 지역 및 전통문화를 우리의 전공인 음악과 연계하여 교육프로그램을 개발하고 발표 및 토론하는 시간을 가졌다. 이를 통해 한림박물관에서의 실습을 한 번 더 보완하는 과정을 거치며 어떠한 기관에서 교육프로그램을 만들어도 해낼 수 있는 자신감이 생겼다. 또한 나의 전공이나 재능을 더 펼칠 수 있다는 가

능성이 보였다. 음악, 미술, 연극, 디자인 등 많은 예술 전공이 있는데 이 예술이 합쳐져 하나의 큰 예술이 되어 교육 프로그램을 만드는 것이 굉장히 흥미로웠고 다양한 분야로 나누어져 세부적으로 아이디어를 낼 수 있는 기회가 있었다.

내가 이 수업을 알리고 싶은 이유는 세 가지이다.

첫 번째는 직업개발이다. 솔직히 음악전공자들의 길은 좁다고 다들 말하는데 이 수업을 통해 나는 우리가 오픈마인드를 가지고 여러 분야와 융합 및 협력하며 꾸준히 개발한다면 할 수 있는 일이 아주 많다는 생각을 직접 경험하며 얻게 되었다.

두 번째는 지역연계이다. 우리가 배운 게 사회에서 유용하지 않은 종이에만 남아 있는 것이라면 무슨 소용인가? 내가 그 지역발전에 대해 고민하고, 직접 프로젝트를 만들어 지역을 알리는 것이 얼마나 뿌듯한 일인가? 매우 흔치 않은 수업이라고 생각한다.

세 번째는 교수님의 수업 방법이다. 담당교수님은 대부분의 강의와 달리 학생들에게 주도권을 70% 이상 주며 학생들이 다른 생각이나 행동을 할 여유를 주시길 않는다. 그만큼 수업 참여도, 집중도가 굉장히 높았다고 본다. 토론이 대부분인 학생들의 서로 다른 의견에 틀린 것이 아닌 “다른 것”임을 강조하며 모든 가능성을 열어두시고 자연스럽게 토론할 수 있도록 주도하며 문맥의 요점을 잡아주셨다. 학생들 모두 자신의 경험과 의견을 말하는게 처음에는 어렵고 어색했지만 수업이 끝날 때쯤엔 서로 하고 싶은 말이 많아져있었는데 창의력과 표현력이 무엇보다 중요한 예술분야 수업에서 가장 필요한

부분이라 생각한다.

문화와 예술에 관심이 많고 머리가 아닌 몸으로 느껴 인상적인 경험으로 색다른 수업을 듣고 싶은 사람에게 나는 이 수업을 매우 추천한다. 우리가 언제 문화와 예술과 교육을 결합하여 아이디어를 내보겠는가. 나에겐 수강했던 수업 중 가장 의미 있고 재미있었던 수업이며 좋은 추억을 만들어 준 친구들과 교수님께 감사의 인사를 남긴다.



지역사회에 기여하는 디자인에 관하여



최우수

공효빈 | 멀티미디어학부

담당교수 남민경 | 지역사회컨텐츠연구 | 전공

사회적기업을 아시나요? 사회적기업이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업을 말합니다. 우리나라에서는 대표적으로 국내에서도 재활용품을 수거·판매하는 ‘아름다운가게’, 지적장애인이 우리밀 과자를 생산하는 ‘위캔’, 폐타이어 등 재활용품을 활용하여 만든 악기를 통해 소외계층을 위한 공연을 하는 ‘노리단’, 컴퓨터 재활용 기업 ‘컴윈’, 친환경 건물청소업체 ‘함께일하는세상’, 장애인 모자생산업체 ‘동천모자’ 등의 사회적기업이 활동하고 있습니다.

지역사회컨텐츠 연구는 이러한 사회적기업들에게 학생들과 교수진이 함께 토론하고 해결책을 제시하며 기업이 더 나아갈 수 있는 방향을 보며 멀리는 문제해결까지 목적을 꾀하는 수업입니다. 이번 학

기의 경우에는 “1. 뮤지엄디자인 2. 인절미투어 3. 더가치플러스 4. 회현동소극장 5. 김해공방마을”이라는 5개의 사회적경제기업이 참여를 했으며 기업체는 아니지만 지역사회공헌형 그룹인 “놀이터1팀 (삼방동도시재생), 놀이터 2팀(주촌유휴지)”이 참여했습니다. 이 중 제가 소속한 팀은 “김해공방마을”을 선정했고 대표님과 직접 인터뷰를 하며 한 학기 동안 조별프로젝트를 수행했습니다.

김해공방마을은 다양한 공방과 음식점, 카페로 이루어진 협동조합이며 김해시 장유 율하천 근처에 위치해있으며 낭만고양이로 명명된 마스코트를 지니고 있었습니다. 직접 방문하여 대표님께 인터뷰를 요청했고 첫 번째 인터뷰는 학생들끼리 갔었습니다. 첫 인터뷰시 아무래도 학생들이서 모여가다보니 명확한 방향성을 잡기가 힘들었고 방향성을 못찾은 만큼 솔루션 찾기가 힘들었습니다. 그래서 두 번째 인터뷰를 진행했으며 이때는 남민정 교수님께 따로 요청을 드려 동행했습니다. 남민정 교수님께서서는 디자인 프로세스에 따른 방향성 찾기를 가르쳐주셨고 솔루션 또한 제의해주셨습니다. 외부업체와 무언가를 협업한다는 게 처음이라 참 부담스럽고 막막했었는데 교수님께서 기준을 제시해주셨고 많은 걸 가르쳐주셔서 정말 감사했습니다. 교수님과 함께한 두 번째 인터뷰까지 마치고 김해공방마을에 대한 모든 청사진과 처한 상황을 정리하기 위해 GGOAL 분석을 했습니다.

- **Growth** - 자신들만의 확고한 청사진 존재 (클라우드 펀딩 계획, BI 리플렛 제작 등), 부흥 시키고자하는 대표자의 의지 존재

좋은 수업 에세이

- Gain - 관광지화, 유동인구 증가, 수입 안정(작품 판매), 수강생 증가
- Obstacle - 조합원들 간 협동 부족, 운영 시스템 부재, 배타적 태도, 인터넷 활용능력 부족, 자금 부족, 방문객 없음.
- Alliance - 조합원들, 수강생, 관련기관(지자체, 사회적 공동체 지원센터)
- Learning - 협동조합 운영법, 홍보방법, 플랫폼 구조화

그리고 교수님들께서 개발하신 JL Value matrix 라는 분석기법에 따라 해결해야하는 문제점들을 우선순위별로 정리했습니다.

- Product(디자인) - 리플렛/ 이정표/ BI/ 랜드마크
- Promotion(마케팅) - 템플릿/ 플랫폼/ 홍보사이트 확장/ 안내선/ 체험교실 회원 모집
- Politics(행정) - 안내소/ 협동조합 운영법 숙달
- Price(시장) - 고급화 전략/ 체험교실
- Place(장소) - 대중교통 부족/ 주차공간 부족

우리는 이러한 두가지 분석 끝에 1. 지인을 통한 정보를 제외한 추가적인 정보를 찾기가 어려움 2. 길을 찾기가 어려움 3. 공방에 대한 마을 내 이정표 부족 4. 공방마을에 대한 홍보 부족과 정보찾기의 어려움 5. 정보도 없이 방문해야한다는 불편함이라는 pain point 5가지를 알 수 있었고, 1. 홍보의 필요성 2. 공방 마을 내 이정표 추가 3. BI 통일화 4. 사인 표시 필요라는 결론 4가지를 도출할 수 있었습니다.

이 중 우리는 “BI 통일화”에 중점을 뒀습니다. 김해공방마을만의 Brand Identity를 개발하여 매뉴얼북을 제작하고 이를 통해 김해공방마을의 브랜드 가치 상승과 브랜드 확장성을 부여하는 목표를 선정했습니다. 남민경교수님께서서는 시안디자인 작업시 피드백을 주시면서 스토리텔링의 중요성을 언급하셨습니다. 어떠한 로고든지 의미를 부여할 수 있는 스토리텔링이 있다면 소비자들을 끌어당길 수 있는 큰 힘이 될 것이라 하셨습니다. 또한 실무에서 경험할 법한 일에 대응하는 법도 지도해주셨습니다. 한 번 공방마을 대표님과 이견이 좁혀지지 않아 로고디자인에 문제가 있음에도 수정하지 못했던 적이 있었습니다. 교수님께서서는 이견이 좁혀지지 않다면 여러 가지 객관적인 자료를 찾아서 클라이언트를 설득해야 실무에 나갔을 때 훌륭한 디자이너가 될 수 있다고 하였고 그에 깨달은 바가 있던 저희 팀은 객관적인 지표를 찾아서 대표님을 설득했고 여러 가지 시안 단계를 거친 후에 최종 시그니처 심볼 로고디자인을 하나 선정할 수 있었습니다.

로고에 담긴 스토리텔링은 다음과 같습니다. 김해공방마을 작가들은 ‘냥만고양이’라고도 불립니다. 호기심 많고 창의적이며 애교스럽고 때때론 시크한 작가들의 매력을 표현하기에 고양이라는 동물이 그 모습을 잘 보여준다고 생각하여 ‘냥만고양이’라는 상징이 선정되었습니다. 심볼마크는 기본적으로 기지개를 펴고 있는 ‘고양이’에서 형태를 따오고 ‘냥만’을 상징하는 ‘달’의 형태를 더하였고 ‘냥만’의 상징색 PINK COLOR도 더하였습니다. 대표님도 교수님도 학생들도 만족할 만한 로고디자인이 탄생했습니다.

하지만 우리의 진정한 작업은 로고디자인에서 끝나는 것이 아니라 다음 단계로 넘어갔어야 했습니다. 바로 BI 디자인을 명시한 매뉴얼 가이드북을 제작하는 것이었죠. 이를 참고하여 김해공방마을의 전체적인 디자인에 통일감을 줄 수 있게 유도하기 위해서입니다. 매뉴얼 북은 디자인의 표준이어야만 하고 그렇기에 수치가 표기되는 것은 중요합니다. 디자인의 본질을 해쳐서 사용하는 것은 금지해야하기 때문에 금지규정을 실었고 다양한 어플리케이션의 활용사진을 실었습니다. 여기서 어플리케이션이란 활용방안을 말합니다. 예를 들어 로고를 간판에 적용했을 때, 명함에 적용했을 때, 또는 포장지에 적용했을 때 말이죠. 교수님께서 어플리케이션을 넣을 때 “과연 내가 대표자라면 사용을 할 것인가?”라는 가정을 생각해보라고 하셨습니다. 고민 끝에 8가지의 활용방안을 제시했습니다. 명함, 마스킹테이프, 대봉투, 간판, 패키징 박스띠, 금속명찰, 앞치마, 도장과 도장판이 그러합니다.

각각의 활용방안이 필요한 이유를 명함부터 도장과 도장판까지 순서대로 설명해보겠습니다. 명함은 김해공방마을의 조합원들이 대외 활동 시 제일 먼저 보여주는 매개체로서 첫인상을 심어주는 데 중요한 역할을 합니다. 마스킹테이프는 주로 선물을 포장할 때 쓰이며 특히 종이봉투에 담아서 가져가는 작은 물품을 포장할 때 많이 쓰입니다. 마스킹테이프 특유의 아날로그 감성이 어우러져 공방만의 감성을 돋보여주는 역할을 합니다. 대봉투는 김해공방마을의 이미지를 우편을 통해 외부에 전달하는 매개체의 역할을 합니다. 간판 또한 외부에 이미지를 전달하는 매개체입니다. 패키징 박스띠의 경우에도

방문자들에게 마을의 BI를 알리는 매개체이며 DIY키트나 완제품을 구매할 경우 포장용으로 쓰입니다. 띠에 공방마을의 시그니처가 인쇄되어 있으며 재활용을 할 수 있는 크라프트 박스에 둘러서 포장하도록 합니다. 크라프트 박스에는 아무것도 인쇄되어 있지 않기 때문에 띠를 제거하면 재활용이나 새활용을 할 수 있으며 요즘 트렌드 키워드인 환경을 고려하여 제안합니다. 금속명찰은 이벤트나 축제기간 때 공방작가가 착용하여 홍보하는 용도로 쓰이고 앞치마는 김해공방마을의 일원임을 보여주는 역할을 합니다. 도장과 도장판의 경우에는 코스 일주 달성용으로 쓰입니다. 김해공방마을은 총 4개의 코스로 운영되어 있는데 코스마다 특정한 미션을 달성하여 도장판에 도장을 채우게 하고 작은 선물을 받게하여 소소한 즐거움을 느낄 수 있게 하는 것이죠. 이처럼 기업의 입장에서 생각하여 여러 기획을 해보는 것도 쉽지 않은 경험이라고 생각합니다. 이 단계까지 검토하면 매뉴얼북을 여러권 인쇄하여 교수님께 제출합니다. 이제 끝이냐구요? 제출 이후에도 우리의 할 일은 남아 있습니다. 어떤 작품이든지 보여주지 않으면 빛을 발할 수 없듯이 우리의 프로젝트 또한 발표를 해야 빛을 발휘할 수 있습니다.

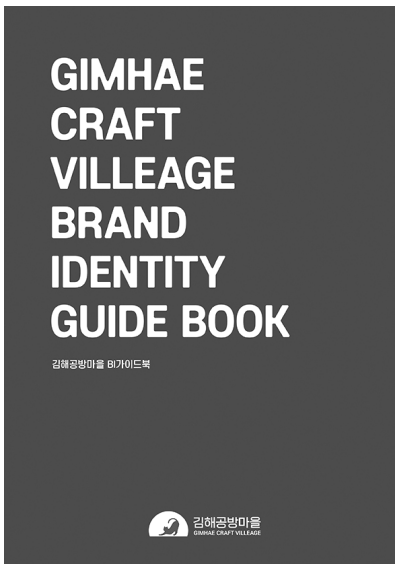
마지막에는 최종발표회를 열어 우리가 찾아낸 해결책을 외부관계자들에게 발표하며 평가를 받습니다. 이때 외부관계자에는 기업체 직원, LINC+사업단 직원, 김해시사회적공동체기업센터, 김해시청에서 오십니다. 많은분들이 자리하셔서 긴장되는 발표의 순간이었지만 그래도 발표까지 하니 프로젝트의 끝을 마무리한 기분이 들 수 있었습니다.

제가 말씀드리고 싶은 것은 이 수업이 쉬운 수업은 아닙니다. 어려운 순간이 자주 오며 형식 또한 정해져 있지 않은 곧 스스로가 기획하는 수업입니다. 하지만 그만큼 배울 점도 많고 얻어가는 것이 많아 좋은 수업이라고는 말씀드릴 수 있을 것 같습니다. 결과물을 내어 제출하면 되는 일반적인 캡스톤 디자인과는 다르게 사회적경제기업의 이윤창출과 지역사회공헌을 동시에 추구하는 것을 목표로 하였기에 사회에 기여하는 디자인에 대하여 많이 생각하게 만들어 줍니다. 디자이너는 특히나 클라이언트와 함께 작업하는 일이 많은 데 학부생때는 이러한 실무를 진지하게 배우는 데 한계가 있습니다. ‘지역사회컨텐츠연구’수업이 이를 보완해줄 수 있다고 생각이 들며 열정적인 교수님의 지도에 많은 감동을 받은 수업이기도 합니다. 디자인학부 학생이라면 반드시 들어봤으면 좋겠습니다. 또한, 디자인학부가 아니더라도 내가 지역사회에 기여하는 디자인을 배우고 싶다! 또는 체계적인 디자인프로세스를 배우고 싶다! 는 타학과 학우분에게도 추천드립니다.



김해공방마을
GIMHAE CRAFT VILLEAGE

[최종 선정된 시그니처 심볼 로고]



매뉴얼 구성

이 시스템은 이미지 통합과 혁신을 위한: 심볼마크, 본문 색상, 시그니처 등으로 구성되었으며, 이 기본 컬러 계조로 일관성 있는 디자인을 제작할 수 있으며, 중요한 정보와 강조를 위해 컬러를 추가할 수 있습니다.

매뉴얼 관리구분

본 매뉴얼은 김해공방마을의 B (Brand Identity) (타이포그래피, 컬러, 시그니처, 심볼) 등 김해공방마을의 통합된 이미지를 유지하기 위해서 각 세부 사항을 유지하고 관리하여 관리되어야 합니다.

- 김해공방마을은 통합된 이미지 시스템을 위해서는 본 매뉴얼을 규정사항을 원칙에 준수하여 이미지 일관성 있는 또는 다양한 브랜드 사용처에서 관리됩니다.
- 본 매뉴얼을 준수하고 있어야 성공적으로 사용할 수 있습니다. 각 이미지(타이포그래피, 색상, 심볼)는 무단 변경은 불가능하며 이미지와 로고, 텍스트, 이미지 등 사용에 동의해야 합니다.
- 본 매뉴얼의 내용을 수정할 필요가 있을 경우에는 반드시 본 매뉴얼을 수정하고 변경사항을 검토할 필요가 있으며, 변경 사항에 동의할 수 있습니다. 그러나, 무단으로 변경 사항을 사용할 수 없습니다. 무단으로 사용할 수 없습니다.

본 매뉴얼은 김해공방마을의 B (Brand Identity) (타이포그래피, 컬러, 시그니처, 심볼) 등 김해공방마을의 통합된 이미지를 유지하기 위해서 각 세부 사항을 유지하고 관리하여 관리되어야 합니다.

[표지와 구성소개 - 매뉴얼북 일부발췌]

좋은 수업 예제이

시그니처 바リエ이션

BASIC SYSTEM
INCORRECT USAGE

BS 14

김해공방마을 심플마크와 로고마크가 합치된 시그니처의 여러 배리어이션을 제시한다. 이렇듯 배리어이션은 제한된다.



김해공방마을 위 디자인 배움

사용금지규정

BASIC SYSTEM
INCORRECT USAGE

BS 15

김해공방마을 비틀, 굵직, 임의의 방향의 변형과 합쳐로 사용하는 것은 본안의 이미지를 손상시키고 아이덴티티의 혼란을 초래한다. 본 안의 예시는 잘못된 사용의 경우로, 이와 같은 잘못된 적용을 주의하여 규정의 범위 내에서 사용한다.



김해공방마을 위 디자인 배움

[시그니처 바リエ이션과 사용금지규정 - 매뉴얼북 일부발췌]

간판

BASIC SYSTEM
APPLICATION

BS 20

간판은 김해공방마을 회원들에게 제공하는 사인물로서 이미지를 잘 알리는 것이 중요하다. 설치 상황에 따라 크기를 변경할 수 있으나 공간적 제약에 상황에 따라 비율을 준수, 제작한다. 단 1: 4.5 비율만 반드시 지켜야 한다. 디자인은 통일성을 위해 이와 같이 배리어이션은 안에서는 생략하도록 한다.



간판 3종류
사이즈 : 1: 4.5 비율로 맞춰 사용한다.



김해공방마을 위 디자인 배움

패키징 박스띠

BASIC SYSTEM
APPLICATION

BS 21

패키징 박스띠는 방문자들에게 김해공방마을의 이미지를 쉽게 알 수 있도록 한다. 디자인과 공간 환경을 고려한 경우 부호화하여 선한다. 특히, 컬러와 배리어이션 시그니처가 인쇄되어있어야 하며, 크기와 박스띠 둘려서 문질러진다. 크로마티 박스띠는 아무것도 인쇄되어 있지 않은 상태가 면에 대해 표를 제거한 채 활용해야 사용성을 할 수 있을 수 있다. 환경을 고려하여 제작한다.



사이즈 : 10 : 8 비율로 맞춰 사용한다
박스의 길이 : 100mm
면적 : 7.5cm
*박 안쪽에 김해공방마을 로고와 함께 부착해야 한다



박스띠 사용 예시 1

박스띠 사용 예시 2

김해공방마을 위 디자인 배움

[간판 예시와 패키징박스띠 예시 - 매뉴얼북 일부발췌]

도장과 도장판 BASIC SYSTEM APPLICATION BS 24

금속감압이 많은 종 4번은 금속을 아끼지 않고, 금속보다 뛰어난 질감을 위해서도 도장에 적용을 위하여 도장 디바이스 감압감도를 의도적으로 낮추어 감압감을 줄 수 있다.



도장판



도장 사용 예시



도장 구성

김해공민마을 브랜드 마크



[도장 예시와 뒷페이지 - 매뉴얼북 일부발취]



[실제 인쇄한 매뉴얼 디자인 가이드북]