01

관광 · 방문안내지도 제작법 개관

관광 · 방문안내지도는 국토지리정보원 등이 제공한 원본 기반지도(Original Base Map)를 바탕으로 용도에 부합하고, 콘텐츠가 정확하며, 지역의 정체성을 잘 표출시켜, 예술적 수준(Artistic Level)으로 아름답게 하되, "간결하고, 명료하며, 읽기 쉽게(Simple, Clear, Easy to Read): 판독하기 쉽고, 명료하게(Legible and Readable)"라는 지도제작 원칙(Mapmaking Mantra)에 부합하도록 계획 · 디자인 · 출력해야 한다.

1. 개요

발간 목적

이 책을 발행한 목적은 낙후된 관광 · 방문안내지도의 질적 수준을 구미 선진국 수준으로 혁신시켜 관광산업진흥에 기여하는 데 있다. 그러기 위해서 모든 용도의 관광 · 방문안내지도 제작을 위한 계획수립, 디자인, 출력문제를 이해할 수 있도록, 통합적 표준화 전략을 시행할 수 있도록, 국제적으로 통용될 수 있도록 국제기준을 근거로 한 선진 제작법과 사례, 참고자료를 제공하는 것이다.

기본방향 및 구성

이 책의 기본방향은 관광 · 방문안내지도의 계획수립, 디자인: 그래픽 및 레이아웃, 제작시안 비평 · 수정과 관련한 기준(Standards)을 제시하여, 과업시행 주체인 정부 중앙부처, 지자체, 산하기관, 기업 등이 용도에 적합하고, 콘텐츠가 정확하며, 정체성을 잘 표현하여 아름답고 다양한 관광 · 방문안내 지도를 제작 · 배포 · 활용하도록 하는 데 있다.

또한 관광 · 방문객을 위하여 아래 〈표 1.1〉에서 알 수 있듯이 두 가지 기능, 즉 1) 관광 · 방문대상(예: 명소 등)의 위치 또는 길 찾기 안내(Orientation 또는 Navigation)와 2) 관광 · 방문대상(예: 경기장 분포 등)의 전체 모음안내(Codification)를 충족하도록 했다. 또한 세 가지 매체인 인쇄, 표지판, 전자와 네 가지 관광 · 방문안내지도, 즉 1) 종

표 1.1 가이드라인 적용 · 제작 관광 · 방문안내지도 매체의 유형 및 특성

학자	동작의 구성요소	
인쇄	① 종이지도 • 근접 · 휴대가능, 확대보기 가능	
	② 노변전시 표지판 게시 패널지도 • 접근제한, 휴대불가, 확대보기 곤란	※ 시력약자를 배려하여 글자크기를 최소 10~15 mm 범위에서 표기해야 한다.
	③ 벽면부착 게시 패널지도 • 접근제한, 휴대불가, 확대보기 곤란	
디지털	④ 웹지도 • 접근 · 휴대가능, 확대보기 가능	

참고: Arthur, Paul and Romedi Passini. *Wayfinding: People, Signs and Architecture*. 1992. p. 147, pp. 186~202. Calori, Chris. *Signage and Wayfinding Design: A Complete Guide to Creating Environmental Graphic Design Systems*. 2007. pp. 121~124.

이지도, 2) 보행자 중심의 노변전시 표지판 게시 패널지도, 3) 벽면부착 게시 패널지도, 4) 웹지도를 제작할 수 있도록 한 방안과 사례로 구성했고, 시력약자와 일반인이 함께 이용할 수 있도록 했다.

2. 주요 용어 개념정리

관광 · 방문안내지도(Tourist · Visitor Map)

흥미 있는 곳과 경관을 경험하고자 관광 · 방문하기를 원하는 관광 · 방문객에게 중점 또는 의도사안과 관련한 오직 하나의 주안점들(only those features related to the focus or intent)에 대한 위치와 공간적인 분포를 알려주기 위하여 평면, 혼합, 입체 형태로 고안된 단일 주제의 지리적 지도이며, 기반지도(Base Map)에 주제와 관련된 오버레이 및 부수적인 지도요소들을 적용하여 분명하고 매력 있으며 읽기 쉽게 계획 · 디자인 · 출력한 지도를 말한다.

※ 개념정의 영어원문 및 출처

① **Reference Map**: "A map which shows all features on the landscape."

② **Thematic Map**: "A map showing only those features related to the focus or intent of the map."

- Dent, Borden. *Cartography: Thematic Map Design*. 2009. p. 4, 7, 10.
- NPS. Glossary in Map Standards. 2005. p. 9.

③ Thematic Map 2: "A map that features a single distribution, concept, relationship and for which the base date serve only as a framework to locate the distribution being mapped."

- Tyner, Judith A. *Principles of Map Design*. 2010. p. 242.

④ Tourist Map: "A geographic map designed for tourists. A specific requirement of tourist maps is that they be clearly drawn and legible—a requirement that applies to such supplementary map features as drawings, photographs, indexed guides, explanatory text, and various information and reference material."

- http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/Tourist+Map

- http://www.gohistoric.com/glossary/tourist-map

노변전시 및 벽면부착 표지판 게시 지도(Wayside Exhibit & Wall Mounted Maps)

보행 관광 · 방문객이 관광 · 방문을 잘 할 수 있도록 주로 노변전시 표지판과 벽면부착 표지판에 "**현재 위치**(You Are Here)"를 표기하여 게시한 지도를 말한다.

표준(Standard) 및 표준화(Standardization)

"표준"이란 기준이 되는 것을 의미하고, "표준화"란 표준을 적용하여 표준과 같게 하거나(Standard=Standardization), 편차(±a)를 최소화하여 "0"에 가깝게 되도록 하는 과정 또는 결과를 의미한다.

국제기준(International Standard) 또는 국제표준

"국제기준" 또는 "국제표준"이란 해당 국제학회, 연합회(예: ICA: International Cartographic Association, SEGD: Society for Experiential Graphic Design, IRF:

그림 1.1
방문객과 관광객 용어 개념정리

1. 관광 방문객=관광객(Tour Visitor=Visitor for Tour=Tourist):
   관광, 여행, 관람, 트레킹, 등산 등의 목적
2. 비즈니스 방문객(Business Visitor=Visitor for Business):
   경기, 회의, 행정, 제품구매, 친선, 사전답사 등의 목적
3. 그 밖의 방문객(Other Visitor=Visitor for Other)

International Road Federation 등)와 관련 업체협회나 국제기구(예: ISO: International Standard Organization, UNWTO: United Nations World Tourism Organization, UNESCO 등) 및 그 회원들이 이론적, 실무적 측면에서 논의 · 합의 · 검증하고, 정부도 공식 인증하여, 학계 · 업계 · 정부가 국제적인 적용과 통용을 보편화하도록 한 관련 지침, 규격, 과업추진체계, 시행 방법 등을 의미한다.

길 찾기(Wayfinding)

"길 찾기"란 출발지와 목적지 사이의 길 또는 루트를 결정하고 따라가는 과정을 의미한다(Wayfinding is the process of determining and following a path or route between an origin and a destination).

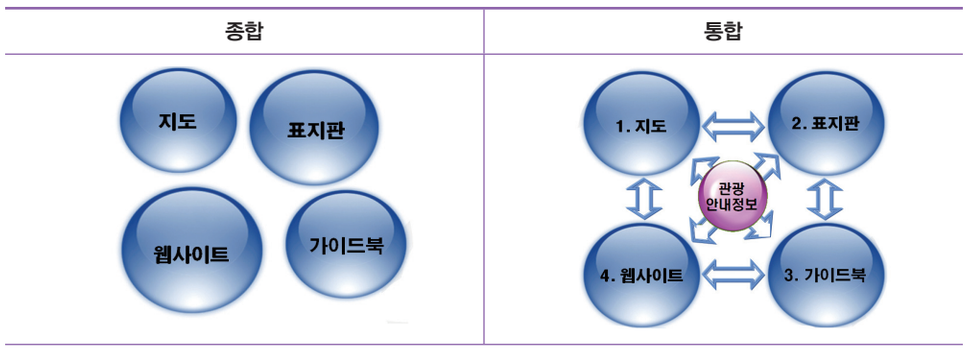
※ 출처: Golledge, Reginald G. *Human Wayfinding and Cognitive Maps in Wayfinding Behavior: Cognitive Mapping and Other Spatial Processes*. 1999. p. 6.

표준 지도요소(Standard Map Elements)

"표준 지도요소"란 타이포그래픽 표준(Typographic Standards), 공공안내 그림표지(Public Information Graphic Symbols), 지역 색상(Area Colors), 지도 패턴 및 색상(Map Patterns and Colors), 도로 · 소로 색상과 경계선(Roads · Trails Colors, Boundaries) 등처럼 지도제작(Mapmaking)을 위하여 필요한 지도요소(Map Elements)의 표준을 의미한다.

종합 및 통합(Total & Integration)

아래 그림에서 알 수 있듯이 "종합"이란 동질적이거나 이질적인 것들을 단순히 한곳



에 모아두는 것을 의미하고, "통합"이란 동질적이거나 이질적인 것들이 고유한 각각의 역할을 수행하면서도 공동목적을 달성할 수 있도록 상호 유기적으로 연계시켜 시너지 효과를 발휘할 수 있도록 한 것을 의미한다.

포지셔닝(Positioning)

"포지셔닝"이란 조직, 제품 또는 서비스를 경쟁 브랜드보다 경쟁우위 목표를 달성할 목적으로 마케팅 믹스를 통해서 고객의 마음 또는 인식의 정확한 위치에 조직, 제품 또는 서비스에 대한 부정적인 생각을 축소, 삭제하게 하고 긍정적인 생각을 지속적으로 강화 · 유지 · 변화시켜 기억시키는 과정을 의미한다.

특히, 관광 · 방문산업 분야의 경우에는 분명하게 차별화(Differentiation)하고, 단순화(Simplification)시킨 콘텐츠의 관광 · 방문안내정보-지도, 표지판, 출판물, 전자정보-믹스를 통해서 일관성(Consistency) 있게 장기간(Long-term)에 걸쳐서 관광 · 방문객들에게 관광 · 방문관련 조직, 제품 또는 서비스에 대한 경쟁우위를 인식시켜 기억의 위치를 차지하도록 하는 과정을 말한다.

가이드라인(Guidelines) : 관광 · 방문안내지도 제작을 위한 가이드라인

사전적으로 "가이드라인"의 의미는 정부, 지자체 등의 정책이나 시책 따위의 지침을 가리키는 의미이다. 그러나 〈관광 · 방문안내지도 제작을 위한 가이드라인〉의 경우에는 단순히 정책이나 시책 따위의 지침이 아니라 1) 실제로 관광 · 방문안내지도를 제작할 수 있도록 상세 계획수립, 디자인-그래픽과 레이아웃, 제작시안 비평 · 수정, 최종결과물 출력하기까지의 전체 과업과정에 대해서 문안과 비주얼로 구성된 문서자료와 2) 표준 지도요소를 탑재한 실행 프로그램(Toolkit)으로 이루어진 세트를 말한다.

오늘날처럼 컴퓨터를 이용한 작업환경이 일반화되지 않았을 때는 문서로 된 가이드라인을 수립 · 제공하고, 관광 · 방문안내지도 제작과업을 추진하도록 했다. 그러나 문서만으로 된 가이드라인을 적용하여 지도제작 과업을 추진했을 경우에는 지도제작 업체들의 수준이 각기 달라서 일관된 질적 수준의 유지가 어렵고, 브랜드 포지셔닝을 기대하거나 전략을 시행하기가 어렵다. 또한 문서만으로 된 가이드라인에 근거하여 업체별로 실행 프로그램을 각각 구축 · 시행할 경우에는 국가적으로 예산, 인력, 시간손실이 너무나 크다.

현재 구미 선진국들의 정부부처, 지자체, 산하기관, 민간기업, 대학교 등은 반드시 문안과 비주얼 지침을 병기한 가이드라인을 실행 프로그램과 하나의 세트로 구성하여 한정된 관계자들에게만 제공하여 제작에 사용할 수 있도록 하고 있다.

예를 들면, 구미 선진국에서는 국가단위의 관광 · 방문안내지도 제작을 위하여 표준 지도요소를 Ai로 처리하여 탑재한 실행 프로그램(예: Standard Map Elements를 탑재한 Ai CS4 Format File), 도로 표지판 제작 · 설치 매뉴얼(예: 미국, 캐나다, 호주, 영국, 독일 스위스 등의 MUTCD: Manual on Uniform Traffic Control Devices), 대학교 아이덴티티, 그래픽, 브랜드 등의 명칭으로 된 문서 가이드라인(예: 미국 Chicago, Harvard, Michigan State, Yale University와 영국 Cambridge, Oxford University의 Identity, Brand, Graphic Guidelines)과 그래픽 · 레이아웃 디자인 작업을 위한 실행 프로그램(Toolkit)을 세트로 함께 제공하고, 적용 · 제작하도록 하고 있음을 알 수 있다.

3. 주제지도 공간현상의 네 가지 형태: 흑백 또는 컬러 구현

주제지도는 기본적으로 아래 [그림 1.2]에서 알 수 있듯이 네 가지 형태의 공간 현상으로 이루어지며, 흑백 또는 컬러로 구현한다.

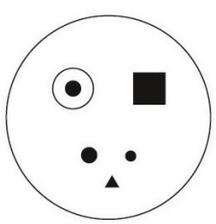
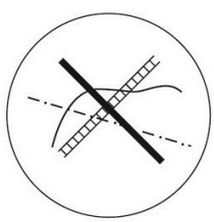
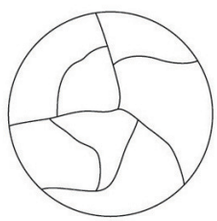
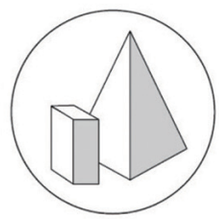
ⓐ	ⓑ	ⓒ	ⓓ
점(Points)	선(Lines)	구역(Areas)	입체(Volumes)
			

그림 1.2
주제지도 공간현상의 네 가지 형태

※ 참고 : 다음 문헌을 토대로 재작성했다.

Kraak, Menno-Jan, Ferjan Ormeling. *Cartography: Visualization of Spatial Data*. 3rd Edition, 2010. p. 6/Figure 1.5.

MacEachren, Alan M. *How Maps Work: Representation, Visualization, and Design*. 2004. pp. 278~280.

Tyner, Judith A. *Principles of Map Design*. 2010. p. 134.

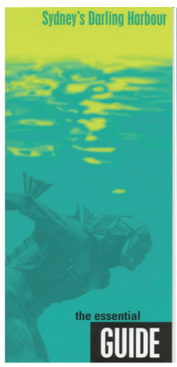
4. 관광 · 방문안내정보의 통합적 · 국제 표준화 이론 개념도

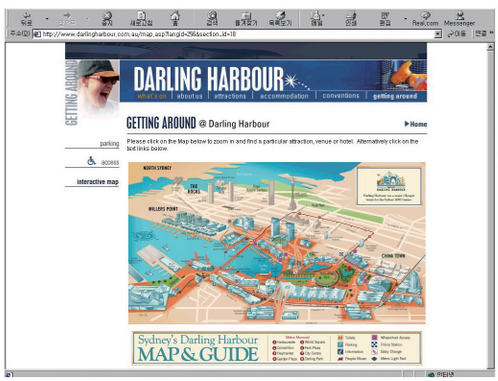
관광 · 방문안내정보는 아래 [그림 1.3]에서 알 수 있듯이 네 가지 핵심정보인 지도, 표지판, 출판물, 전자정보를 관광 · 방문산업 마케팅 촉진전략 차원에서 각각 기능을 발

그림 1.3 방문객(Visitor)과 관광객(Tourist) 용어 개념정리

◀ 관광 · 방문안내정보의
통합적 · 국제 표준화 이론 개념도

관광 · 방문안내정보의 통합적 · 국제
표준화 사례: 관광 · 방문안내지도를
콘텐츠로 적용
▼





출처: 종이지도 · 표지판 · 가이드북은 2000시드니올림픽을 대비하여 1998년 제작 · 배포를 시작했던 것으로 2003년 저자가 호주 시드니를 직접 방문 · 촬영하여 수집 · 소장한 비공개 자료이며, 전자정보인 웹지도는 웹사이트에서 수집한 것이다.

휘하도록 하고 있으면서도 상호 연계시켜 통합적, 국제 표준화 측면에서 시너지 효과를 극대화할 수 있도록 체계화하여 시행되고 있다. 특히, 지도와 표지판은 길 찾기(Wayfinding)를 위한 핵심매체이고 지도는 표지판의 핵심 콘텐츠의 하나인 관계로 세트로 함께 사업시행을 하도록 해야 한다.

5. 관광 · 방문안내지도 관련 이론적 · 실무적 근간체계: 피라미드 시스템

관광 · 방문안내지도는 커뮤니케이션, 마케팅, 사회조사분석 분야를 토대로 한 광고, 관광 마케팅, 관광안내정보－지도, 표지판, 출판물, 전자정보와 밀접하게 깊이 연관되어 있다. 우리 역량을 감안하면 [그림 1.4]에 제시된 이론적 · 실무적 근간체계와 관련한 분야에 대한 체계적이고 통합적인 연구를 깊이 있게 수행한 다음에 수립한 가이드

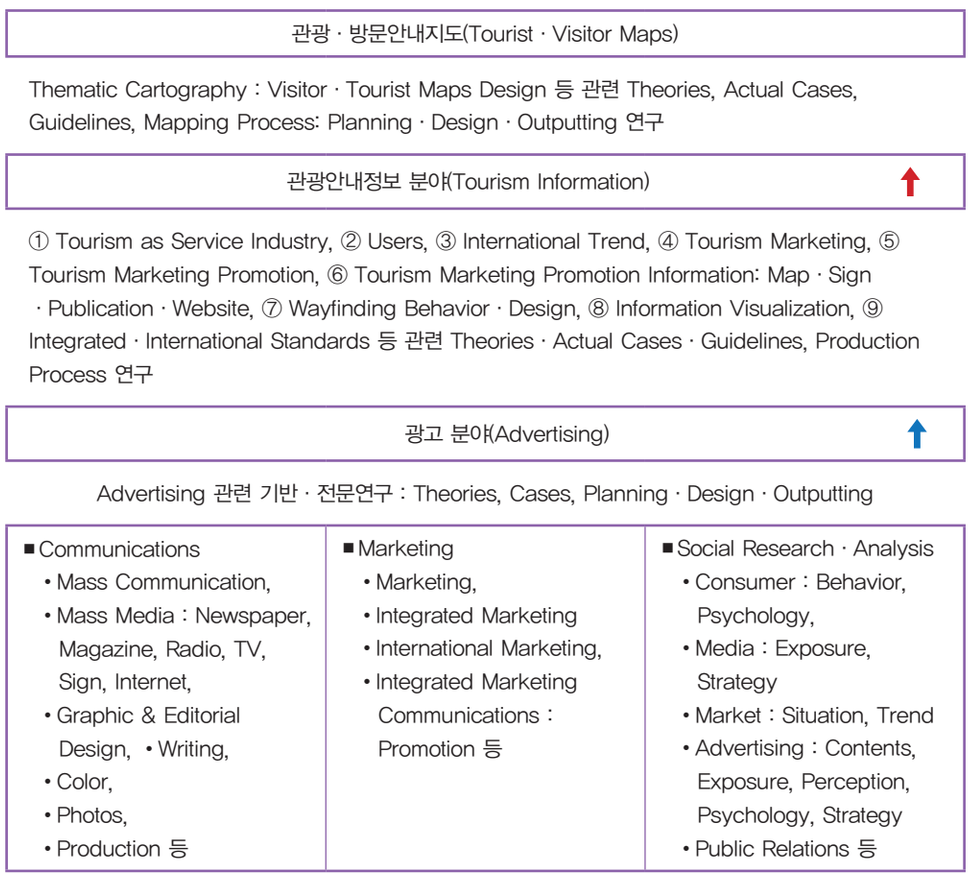


그림 1.4
관광 · 방문안내지도 제작관련 근간체계의 이해

라인에 따라서 계획수립, 디자인, 출력해야만 구미 선진국 수준의 관광 · 방문안내지도를 제작 · 서비스할 수 있다.

6. 관광 · 방문안내지도 관련 주요 배경이론, 기반지도, 제작원칙

관광 · 방문안내지도 디자인과 관련한 주요 배경이론은 다음 세 가지다.

관광 · 방문안내지도 관련 주요 배경이론 개념 및 사례

(1) 길 찾기 디자인 이론(Wayfinding Design Theory)

1984년 로메디 파시니(Romedi Passini)가 이론 부분을 정립하여 책을 출판했다. 그 후 무려 8년이나 지난 1992년이 되어서야 천재 디자이너 폴 아더(Paul Arthur)가 동참하여 디자인 부분을 실용화시킨 이후에야 국제적으로 학계와 업계 및 정부로부터 검증받고 구미 선진국에서 적용이 보편화된 이론이다.

- Passini, Romedi. *Wayfinding in Architecture*. 1984.
- Arthur, Paul, and Romedi Passini. *Wayfinding : People, Signs and Architecture*. 1992.

(2) 주제지도 디자인 이론(Thematic Map Design Theory)

주제지도 디자인 이론은 1985년 Borden Dent가 초판을 발행한 이후 현재 6판까지 발행된 책이 가장 권위가 있고 널리 알려져 대학교재와 참고문헌으로 이용이 되고 있다. 참고문헌 목록에서 알 수 있듯이 그 후 Alan M. MacEachren과 Judith A. Tyner에 이르기까지 지도 디자인 분야별로 특색을 지닌 훌륭한 여러 가지 책들이 출판되었다.

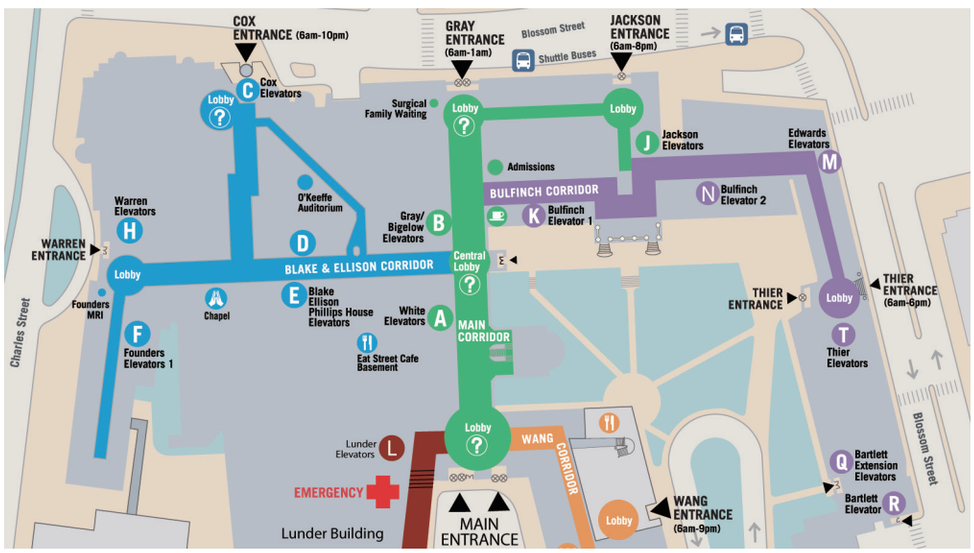
- Dent, Borden, Jeff Torguson, and Thomas Hodler. *Cartography: Thematic Map Design*, 6th Edition. 2009.
- MacEachren, Alan M. *How Maps Work: Representation, Visualization, and Design*. 2004.
- Tyner, Judith A. *Principles of Map Design*. 2010.

(3) 통합적 · 국제 표준화 이론(Integrated · International Standardization Theories)

관광 · 방문안내정보의 4대 매체인 종이지도, 표지판, 출판물, 전자정보를 연계한 시

그림 1.5
길 찾기 전략(Way-finding Strategy) 중심 안내지도 사례
목적지까지의 외부 접근경로와 목적건물 내부경로를 컬러로 전략적 처리

미국 Massachusetts Campus 및 Massachusetts General Hospital 안내지도



Massachusetts General Hospital 지상 1층 건물내부 안내지도

출처: www.massgeneral.org 및 참고: Gibson, David. *The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places*. 2009. p. 105.

스템과 표준요소를 콘텐츠에 적용하여 국제적으로 통용할 수 있도록 한 이론이다.

- Belch, Georege and Michael Belch. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 2008.
- Schultz, Don E. *Integrated Marketing Communication: Putting It Together & Making It Work*. 1993.

유니버설 디자인(Universal Design)과 길 찾기 디자인(Wayfinding Design) 이론 비교

Ronald Mace가 1985년 주창했던 "유니버설 디자인 이론"은 국제적으로 디자인 분야에 많은 영향을 주었다. 그러나 아래 〈표 1.2〉에서 알 수 있듯이 1992년 Paul Arthur가 제시한 "길 찾기 디자인 이론"처럼 관광 · 방문안내지도와 표지판 디자인에 대한 구체적인 방안을 제시하지 못하고 있기 때문에 특별히 고려해야 할 사항은 없는 실정이다.

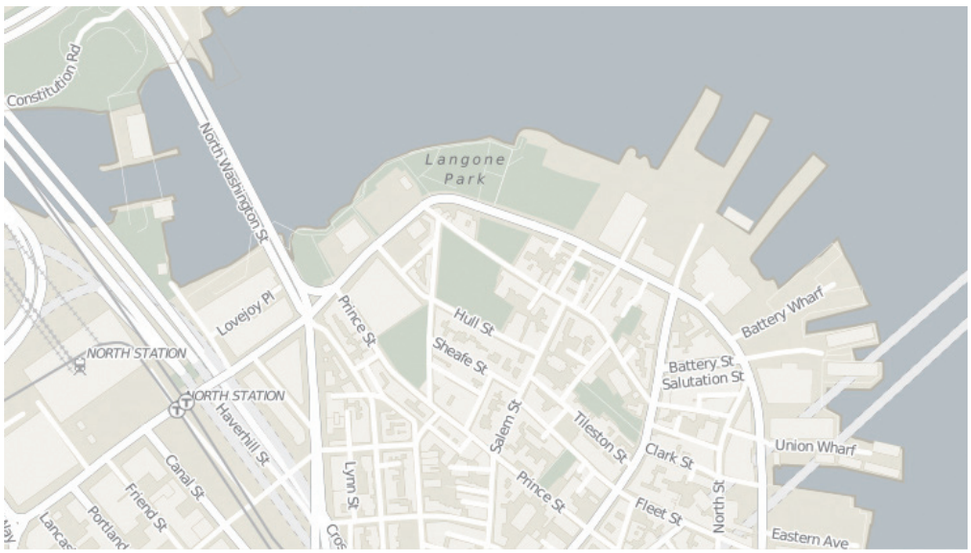
표 1.2 유니버설 디자인 및 길 찾기 디자인 비교

	유니버설 디자인	길 찾기 디자인
1. 주창 연도	1985	1992
2. 주창 및 실행 방안 제안자	Ronald Mace	• Romedi Passini(이론 정립), 1984 • Paul Arthur(구체적인 디자인 실행 방안 제시), 1992
3. 기본개념 및 목적	모든 사람을 위한 디자인 (Design for All) • 접근 및 이용불편 해소 • 불안요인 제거	관광 또는 방문이 가능한 모든 사람을 위한 디자인(Design for the Tourist 또는 Visitor) • 접근 및 이용불편 해소 • 불안요인 제거
4. 핵심 사항	모든 제품, 건축, 환경, 서비스 등에 대한 실용설계 디자인, 설치 또는 생산, 이용	공간 · 환경(Space · Environment)을 고려한 일반 실내외 표지판(Signs) 및 표지판 게시 지도(Maps on Signs) 디자인, 설치, 이용
5. 실행 방안 및 정도	• 일부 법제화 • 휠체어 리프트, 저상 버스, 표지판의 문자크기를 키운 휴대전화 등의 디자인 및 실용 등 • 개념제시뿐 지도에 대한 구체적인 방안제시 없음	• Signs 및 Wayside Exhibits' Maps 제작 디자인을 위한 구체적인 방안제시 및 실용실현 • 북미, 유럽, 호주 및 뉴질랜드 등의 구미 선진국들과 그들과 관련된 남미 국가들 대부분에서 실용을 보편화했음

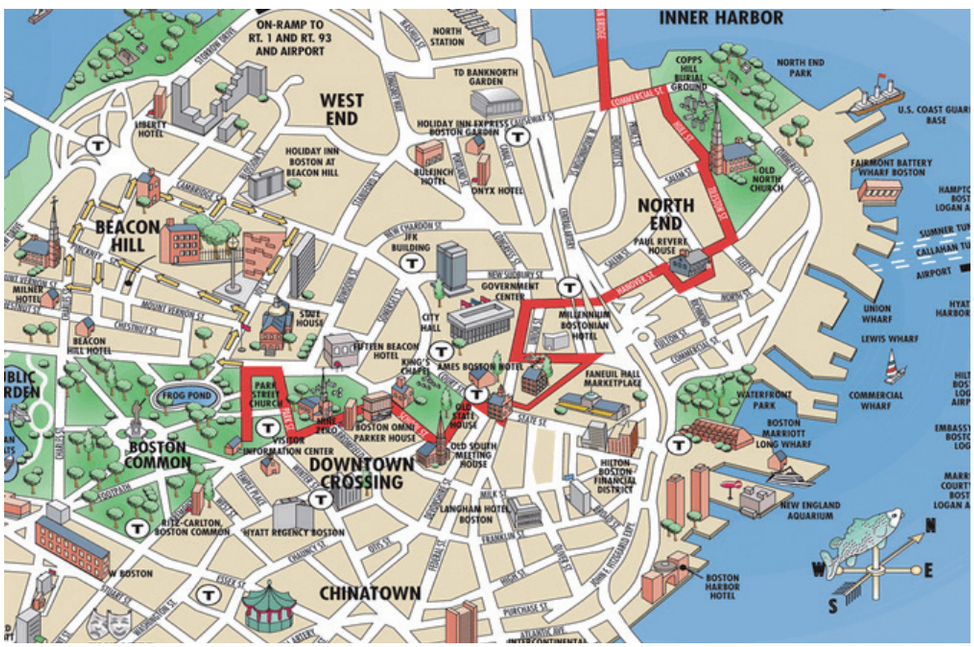
출처: Arthur, Paul and Romedi Passini. *Wayfinding: People, Signs and Architecture*. 1992. pp. 41~53.

기반지도(Base Map) 유형 및 적용사례

기반지도의 유형은 다음과 같은 두 가지라고 말할 수 있다.



기반지도 사례



기반지도 적용 관광 · 방문안내지도 사례

그림 1.6
기반지도(일명: White Map) 및 적용사례
미국 보스턴