

## 교회 아이덴티티(C.I) 디자인에 대한 연구: 대한예수교장로회총회(백석) 소속 교회를 중심으로\*

**A Study on Church Identity(C.I) Design: Focused on the Churches  
Belonging to The Presbyterian Church in Korea(Baekseok)**

최영옥 (Young-Ok Choi)\*\*

### ABSTRACT

C.I design refers to the visual representation of a company's identity. C.I design has become a global spotlight as the information age continues. The church also needs to introduce or renew its C.I design in line with this trend. Therefore, this study aims to explore the C.I design and its introduction into the church, and to provide a direction for the improvement of the church's C.I design through the survey. To this end, chapters 1 and 2 explained the background and theoretical background of the research, and chapters 3 and 4 conducted the research through the questionnaire. The survey was based on the C.I design of the church belonging to The Presbyterian Church in Korea(Baekseok). A survey was conducted on college students who took a C.I design class. The survey results showed that the need for the introduction of C.I design by domestic churches was strong, the unity of C.I design by denomination and church was emphasized, and the similarity of symbol marks was important for this. Also, for the improvement of church C.I design, a design study is needed on symbols that can express Christianity. Through designers with opinions and expertise, we confirmed the importance of C.I design that can effectively represent the identity of the church.

**Key words : Church Identity(C.I) Design, research through the questionnaire, The Presbyterian Church in Korea(Baekseok)**

\* 2020년 11월 10일 접수, 11월 28일 최종수정, 11월 30일 게재확정

\*\* 백석문화대학교(Baekseok Culture University) 디자인학부 교수, 충청남도 천안시 동남구 백석대로1 백석문화대학교 창조관 1002호, ok747@bscu.ac.kr.

## I. 서론

본 연구의 목적은 교회의 Identity 디자인을 점검하고 그 방향성에 대해 고찰하기 위함이다. 국내의 교회 C.I.(Church Identity) 디자인은 실제 디자인학에서 다루는 C.I.(Corporate Identity) 디자인의 진정한 의미와는 거리가 멀다. 일반적으로 Corporate Identity 디자인이란 기업의 정체성을 시각적으로 표현하는 디자인을 말한다. 하지만 넓은 의미의 C.I 디자인에서 Corporate는 기업만을 뜻하는 것이 아닌 공동체, 단체, 조직 등을 총괄하는 단어로 사용된다. 실제로 정부의 경우 Government Identity 디자인, 도시의 경우 City Identity 디자인, 대학의 경우 University Identity 디자인 등으로 세분화하여 용어를 사용하긴 하지만, 본 연구에서는 이러한 단체, 조직 전체를 뜻하는 광의의 C.I 디자인을 기준으로 삼아 연구를 진행하였다. 그래서 본 연구에서 C.I 디자인은 Church Identity 디자인과 광의의 Corporate Identity 디자인을 동시에 의미한다.

실제 기업이나 실무에서 다루지는 C.I 디자인은 단순한 로고의 제작이 아닌 기업의 정체성을 확인하고, 이를 시각적으로 표현하는 일을 말한다. 특히 C.I 디자인에서 가장 중요시되는 단체의 정체성과 미션, 비전에 대한 고민이 결여된 디자인은 단순한 제품 제작과 다를 바가 없다. 하지만 실제 교회의 C.I 디자인을 보면 각각의 교회가 가진 성격을 반영한다기보다는 단순히 기독교 전체에서 활용되는 상징들을 조합하여 시각적으로 안정적인 형태를 띠도록 제작된 것들이 대부분이다. 특히 국내 교회의 C.I 디자인에서 아쉬운 점은 대다수의 디자인이 교회의 간판을 제작할 때에 교회 이름을 활자로 적고 그 앞부분에 십자가를 합치는 형태로 일관되어 있다는 것이다. 이런 형태의 교회 C.I 디자인은 일관성과 구별성이 부족하여 신도들에게 혼동을 주기도 한다.

C.I 디자인이 여타의 다른 디자인과 다른 점은 그 대상이 조직 전체의 정체성과 가치관을 표현한다는 점이다. 일반적으로 C.I 디자인을 로고 디자인 혹은 Brand Identity 디자인과 혼동하여 사용하지만, 로고 디자인 혹은 B.I 디자인보다 더욱 넓은 의미에서 조직 전체의 정체성을 디자인하는 일을 C.I 디자인이라 칭한다. 때문에 C.I 디자인에서 가장 중요시되는 부분은 그 조직이 가지고 있는 가치관과 기업의 미션, 핵심가치 등을 일관적으로 나타내야 한다는 점과 그 조직의 하위조직 등이 같은 C.I 컨셉을 공유한다는 점이다. 실제 산업에서도 모(母)기업의 정체성을 이에 속한 자(子)기업이 공유하는 사례는 쉽게 찾아 볼 수 있다. C, I 디자인 또한 같은 컨셉을 갖추거나 혹은 해당 사업에 맞추어 변형을 가하는 방식으로 그 동질성을 유지하려 한다.

이런 점에서 C.I 디자인의 개념을 교회조직에 도입하는 것은 기존의 기업 C.I 디자인만큼 중요하다 할 수 있다. 한국의 교회는 기독교라는 공통된 종교 아래 여러 교단과 총회, 지부 등으로 그 가치가 여러 방면으로 퍼져있다. 같은 기독교라는 신앙을 가지고 있지만 성경에 대한 해석과 각각의 성격이 각

각 다르다. 무엇보다 중요한 점은 사이비종교 등 이단 단체들이 기독교의 이름을 도용 및 사용하는 경우들이 사회문제가 되고 있는 현실에서 C.I 디자인을 통한 정체성의 시각적 표현은 실리적인 이득도 분명할 것이다. 교회의 사명은 예수님의 말씀을 사람들에게 전하고, 더 많은 사람이 성경에 따라 살 수 있도록 전도하는 것이다. 이런 배경에서 각 교회가 추구하는 예수님의 말씀이 무엇인지 나타낼 수 있는 C.I 디자인은 교회의 발전과 선진화에 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 기대한다.

하지만 실제 국내 교회의 디자인은 대부분 위와 같은 C.I 디자인 개념이 아닌 각 교회 자체의 사업으로 진행되는 경우가 많다. 특히 C.I 디자인의 중요성을 고려하지 않고 기존의 교회 C.I 디자인에 따라 디자인을 진행하거나, 심지어 일반 교인들이 모여서 제작하는 경우도 다반사이다. 무엇보다 교회와 교단의 정체성을 고려하지 않고 제작되기 때문에 그 수준이 낮고 정체를 알 수 없는 디자인이 나오기도 한다. 또한, 교단의 C.I 디자인을 고려하지 않고 소속 교회의 로고 디자인이 진행되었을 경우, 교단의 C.I와 교회의 로고가 서로 어울리지 않아 실제 활용에서도 그 효용이 낮다.

본 연구에서는 천안시에 위치한 대한예수교장로회 백석총회 산하 교회를 대상으로 각 교회의 C.I 디자인을 점검하고, 소속인 백석총회의 C.I 디자인의 정체성을 갖추고 있는지를 파악하고자 한다. 더불어 C.I 디자인을 공부하는 학생들을 대상으로 설문을 진행하여 교회의 C.I 디자인을 할 때 활용할 수 있는 개선방안을 연구한다.

본 연구에서 백석총회의 C.I 디자인을 기준으로 삼은 것은 백석총회의 C.I 디자인이 여타 기독교 교단의 디자인과는 달리 특징이 명확하기 때문이다. 백석총회의 C.I 디자인은 일반적인 십자가 기반의 디자인이 아닌 원과 삼각형(삼위일체)을 활용한 디자인이다. 더불어 성경을 활용하여 기독교의 정체성을 1차원적으로도 전달하고 있으며, 색상과 형태 또한 현대적인 디자인을 갖추었다. 마지막으로 백석총회의 C.I 디자인은 백석대학교, 백석문화대학 등 다양한 형태의 활용 사례가 있기 때문에 백석총회 소속의 교회를 대상으로 연구를 진행하였다. 더불어 C.I 디자인에 대한 기본적 소양이 있는 학생들을 대상으로 설문, 연구하여 더 전문적인 개선 방향을 확인하고 제안할 수 있도록 하였다.

## II. 이론적 배경 및 연구의 목적

### 1. Corporate Identity 디자인의 개괄

‘Corporate Identity’라는 단어는 경영학에서 창안된 용어로, 기업 이미지를 통합하는 작업인 ‘Corporate Identity Program’의 일환으로 C.I 디자인의 개념이 성립되었다. 일반적으로 C.I.P는 기업의 내부에서 스스로 추구하는 기업의 자아와 기업 외부에서 평가하는 기업의 평가를 일치시키는

것이 궁극적인 목적이라 할 수 있다. 정철중(2010), ‘감성적 C.I디자인 개발과정을 위한 이미지텔링의 활용-심벌 디자인을 중심으로’에서 C.I.P는 기업의 Self identity(조직 내부에서 평가하는 정체성)와 Ego identity(조직 외부에서 평가하는 정체성)를 동일화하는 작업이라 하였다.

C.I 디자인의 시초로 기업의 로고 혹은 심벌을 활용한 사례는 19세기 독일 알게마이네사(현 AEG)에서 페터 베렌스(Behrens, Peter)가 디자인한 심벌을 거론된다. 현대디자인사(1990)에서 와 끼미야 노부하루는 독일 제품에 대한 나쁜 인식을 바꾸고 현대적인 느낌을 주기 위해 알게마이네사는 페터 베렌스를 고용하여 기하학적 문양을 만들어 대량생산 제품에도 각인하는 전략을 활용하였다고 하였다.



Figure 1. AEG's Logo in 19's centry, Retrieved from <https://logoorange.com/>(2020.10.30.)

이와 같은 C.I.P 작업을 적극적으로 활용한 사례는 1950년대 미국에서 처음 시작된 경영전략으로 평가하는 것이 일반적이다. 특히 1956년 발표된 IBM의 C.I.P 작업이 그 중요성을 시장에 직접적으로 알린 대표적 사례라 할 수 있다. IBM은 당시 기존의 기업명이던 ‘International Business Machines Corporation’을 ‘IBM’으로 변경하고 이를 기반으로 한 단순한 로고를 활용하여 기업 이미지를 현대적으로 각인시키는 효과를 거두었다. 이후 미국 시장을 중심으로 C.I 디자인의 중요성이 급격히 대두 되었으며, 그 이후 기업의 로고와 제품의 상징을 C.I 디자인을 통해 개편한 사례들이 일상화되었다.

국내에서는 1990년대 전후 산업화의 영향으로 마케팅에 대한 중요성이 높아지면서 대기업들을 중심으로 로고 디자인, 브랜드 디자인 등을 변경하는 C.I 디자인의 유행이 있었다. 하지만 당시의 로고

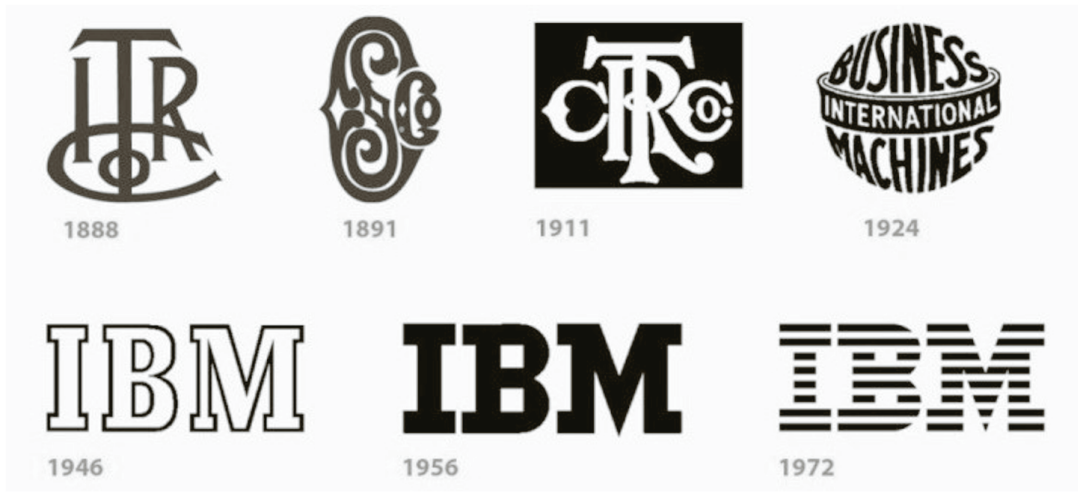


Figure 2. IBM Logo's process of change, Retrieved from <https://logoorange.com/>(2020.10.30.)

변경 등의 작업은 이전 7-80년대 기업명을 단순히 활자로 적었던 디자인에 약간의 심벌을 가미했을 뿐, 기업의 이미지나 정체성을 나타내는 활동은 부족했다. 이후 정보통신산업의 발달과 선진 경영기술의 도입으로, 소비자들이 기업 이미지에 민감해진 2000년대 후반부터 진정한 의미의 C.I 디자인 활동이 활발해진 것이 특징이다.



Figure 3. Change of 21's Korean Companies's Logos, Retrieved from <https://blog.naver.com/cncad6001/10079644636>(2020.10.30.)

C.I 디자인은 C.I.P 작업에서 디자인적인 분야, 특히 시각적인 분야를 뜻한다. 즉, 기업이나 단체의 새로운 정체성을 확립하고, 이에 맞는 디자인을 진행하는 활동이라 할 수 있다. 때문에 C.I 디자인이라 하면 대부분 기업 로고를 떠올리게 되는 것이다. 하지만 C.I 디자인은 단순히 로고를 디자인하는 것뿐만 아니라 조직의 정체성을 보여줄 수 있는 상징을 만들어 내는 디자인 활동이라 할 수 있다. 이를 위해 가장 대표적으로 활용되는 것이 기업의 로고 혹은 심벌이며, 이 외에도 조직의 가치관을 보여줄 수 있는 다양한 디자인이 모두 C.I 디자인의 분야인 것이다.

C.I 디자인의 가장 큰 목표는 집단의 미션을 일관되게 보여줄 수 있는 이미지를 구축하는 것이다. 이를 통해 기대할 수 있는 효과들은 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 기업이 소비자에게 어필하고 싶은 이상적인 기업 이미지를 소비자에게 쉽게 전달할 수 있다. 둘째, 기업의 구성원들에게 같은 목표 의식과 가치관을 공유하여 사기를 북돋우고 소속감을 느끼도록 할 수 있다. 셋째, 기업이 새로운 시장에 진출할 경우 해당 시장에서 선호되는 이미지를 구축할 수 있다. 마지막으로 소비자 이미지 구축 및 자긍심 또한 부여한다.

위와 같은 목적을 달성하기 위해 일반적으로 기업에서는 다양한 원인에 의해 C.I 디자인을 리뉴얼하게 된다. 먼저 기업의 이미지 개선이 필요한 경우이다. 기업 혹은 브랜드에 부정적인 이미지가 발생하면 이를 제거하고 새로운 이미지를 소비자에 심어주기 위해 C.I 디자인을 진행한다. 또한, 위 같은 경우 기업의 미션과 비전이 긍정적 이미지의 방향으로 전환되었다는 것을 어필하기 위한 목적도 함께 포함된다. 다음으로는 시간이 흐름에 따라 본래의 C.I 디자인이 시대에 맞지 않게 된 경우 자연스럽게 C.I 디자인을 교체하게 된다. 이러한 경우에는 기존의 C.I 디자인을 자랑스러운 유산으로 남기고, 기업의 역사를 보여주는 사료와 같이 활용하기도 한다. 또한, 기업의 해외 진출 혹은 신규사업에 진출하는 경우, 해당 국가 혹은 산업에 필요한 새로운 C.I를 구축하기 위해 디자인을 새롭게 하는 경우가 있다. 이 외에도 새로운 브랜드의 출시, 기업합병 등 다양한 원인에 의해 기업의 정체성과 방향을 변경하게 되는 경우 C.I 디자인을 통해 이를 외부에 알리고, 내부의 결속을 다진다.

## 2. Corporate Identity의 개념적 3요소

C.I 디자인을 위해 가장 중요한 요소는 결국 해당 기업의 C.I, 즉 단체의 정체성을 결정하는 것이다. 정육선(2014: 116)에 따르면 기업의 정체성을 확인하고 이를 디자인하여 시각화하는 과정에는 크게 세 가지 요소가 결합한다.

먼저 해당 기업의 경영이념을 새롭게 정립하고 미션과 비전을 정리하는 단계이다. 이를 ‘Mind Identity(이념적 정체성)’라 하며, 기업의 경영철학을 확립하여 공유가치를 명확히 하는 단계이다. 그 때문에 이 단계에서는 디자인적 요소보다는 경영학적 가치들이 중요하게 다뤄지며, 주로 디자이너의

분야가 아닌 직접 기업을 운영하거나 소유하는 경영진이 가지는 정체성이라 할 수 있다.

다음은 ‘Behavior Identity(행위적 정체성)’로 기업의 구성원들이 가지는 행동규범과 공동의 가치관을 공유하는 정체성이다. 이는 M.I 확립 단계에서 주어진 새로운 경영철학에 기반할 수도 있고, 반대로 기업 구성원들의 행동규범과 공동의 가치관을 경영철학에 반영할 수도 있다. C.I.P 작업을 통해 아무리 그럴싸한 정체성을 만들어 냈다고 하더라도, 이를 실제로 구성원들이 행동으로 실현하지 않으면 아무 의미가 없으므로 C.I의 정립에서 B.I의 중요성은 그 무엇보다 중요하다 할 수 있다. 그러므로 B.I의 실질적 결정자는 그 단체에 속한 구성원이라 할 수 있다.

마지막으로 ‘Visual Identity(시각적 정체성)’이다. 이는 C.I 디자인에서 실질적으로 디자이너들이 개입하는 단계로, 위의 정체성들을 바탕으로 실제 시각적으로 표현하는 단계이다. 특히 이 단계에서 중요한 점은 단순한 C.I를 시각화하는 것 외에도 해당 C.I가 제품이나 홍보물 등으로 실제 활용될 때 어떤 시각적 효과를 낼 수 있는지 확인하는 것이다. 또한, 그 기업의 C.I가 적절히 반영되었는지, 시각적 통일성은 이루었는지를 계속하여 고민하여 디자인하는 단계이다.

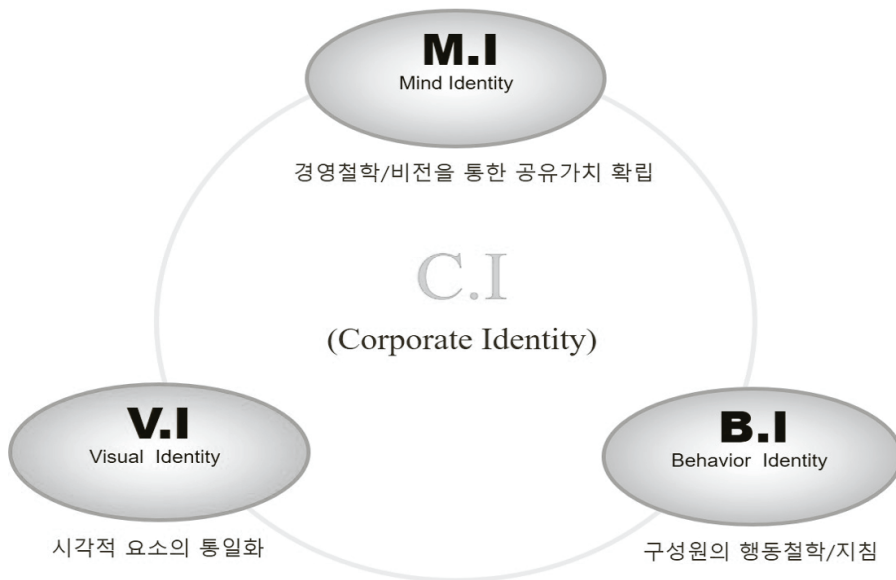


Figure 4. 3 Element of Corporate Identity

위처럼 C.I 디자인은 ‘M.I’, ‘B.I’, ‘V.I’ 세 가지 요소가 결합하여 진행된다. 이때 각각의 요소는 서로 영향을 주고받는 것이지, 어떤 한 요소가 선행된다는 개념으로 받아들여지지는 않는다. 때문에 C.I를 확립하고 디자인하는 과정은 단순히 디자이너가 기업의 요청을 받아 목적에 맞는 제품을 내놓는 것

이 아니라, 모든 구성원이 각자의 역할을 수행하여 완성된 C.I 디자인을 만들어 낸다는 것이다.

### 3. C.I 디자인의 구성요소

C.I.P 작업이 일상화되면서 C.I 디자인은 기본분야와 이를 활용한 응용 분야로 구분하여 그 구성요소를 확인할 수 있다. 먼저 C.I 디자인의 기본적인 구성요소는 다음과 같다.

#### (1) 기업명칭

기업명칭은 디자인적 구성요소라 할 수는 없지만, 기업의 명칭이 없다면 애초에 C.I 디자인이 불가능하다. 또한, 아래의 심벌 마크 등과 함께 로고타이프의 구성요소로 활용되기도 한다. 그 때문에 몇몇 기업에서는 해당 기업을 기재할 때에 명확한 서체를 지정해 활용하는 방법을 사용하기도 한다.

#### (2) 심벌마크(Symbol Mark)

심벌의 사전적 정의는 ‘상징’이다. 하지만 디자인학에서 그 의미는 조금 더 구체화하여 ‘시각적 상징’을 의미한다. 심벌마크는 C.I 디자인에서 가장 중요한 요소로, 어떠한 시각적 구성물을 보았을 때 어떤 대상이 떠오르게 하는 역할을 한다. 위의 기업명칭이나 로고타이프가 활자를 통해 대상을 지정한다면, 심벌마크는 회화적, 도형적인 표현으로 대상을 표현한다. 기업 중에는 애플의 사과로고가 있으며, 디자인학에서 가장 대표적인 심벌마크는 기독교의 십자가와 각국의 국기를 들 수 있다.



Figure 5. Examples of Symbol Marks, Retrieved from <https://blog.naver.com/haede8/221029274186>(2020.10.30.)

#### (3) 로고타이프(Logotype)

로고타이프란 활자와 심벌마크의 중간 지점에 있는 개념이라 할 수 있다. 기업의 명칭을 활용하여 활자를 새롭게 디자인한 경우를 뜻한다. 즉, 글자가 활자의 판독성을 유지한 채로 심벌마크의 역할을 할 수 있도록 개성적으로 디자인된 경우를 말한다. 대표적인 로고타이프의 사례로는 코카콜라와 IBM의 C.I 디자인을 들 수 있다.





Figure 6. Examples of Logotypes, Retrieved from <https://blog.naver.com/haede8/221029274186>(2020.10.30.)

#### (4) 심벌컬러(Symbol Color)

심벌컬러는 C.I 디자인에서 색을 통해 기업의 이미지를 표현하고 나타내는 역할을 한다. 예를 들어 밝은 초록색을 보면 네이버를 떠올릴 수 있고, 노란색을 떠올리면 카카오를 떠올릴 수 있는 것과 같다. 심벌컬러는 주로 메인컬러와 서브컬러로 구분할 수 있는데 카카오의 경우 노란색을 주색으로 갈색을 부색으로 활용하는 예를 들 수 있다.

#### (5) C.I 디자인의 응용요소

C.I 디자인의 응용요소는 위의 기본요소들을 활용하여 제품에 적용하거나 기업명칭과 심벌마크 혹은 로고타이프를 함께 배치하여 활용하는 것을 말한다. 일반적으로 로고와 기업명칭을 상하로 배치하거나 좌우로 배치하는 것이 일반적이다. 또한, 이러한 조합을 활용하여 제품이나 홍보용품, 서식 등에 활용하는 것을 C.I 디자인의 응용요소라 한다.

### 4. 국내 교회의 C.I 디자인

전은호(1999:16)는 ‘교회 시각 이미지 개선에 관한 연구’에서 한국 교회의 심벌과 로고타이프 디자인이 “기업이 창업과 동시에 심벌마크를 초보적인 수준의 디자인으로 사용하듯 교회도 처음 교회를 창립할 때 담임 목회자가 직접 도안을 제작해 활용한 것이 대부분”이며 “교회에 속한 성도들도 그저 그 상징을 관례적인 표시일 뿐이라 생각하고 관심을 기울이지 않는다”고 하였다. 이처럼 국내의 많은 교회가 아직 C.I 디자인을 전문적으로 진행하지 않았거나 초보적인 수준에 머물러 있다. 특히 조무광(1990:371)은 ‘교회 C.I, 교회 심벌마크 분석연구를 중심으로’에서 “국내 교회의 로고는 대부분 십자가 디자인에 한정되어 있다”며 “교회 로고의 심벌마크 형성과 C.I 디자인을 통해 종파의 특징을 나타내야 한다”고 하였다. 또한 “이단과 사이비의 기독교 침투가 계속되는 형국에서 심벌마크를 만들어 종파를 특정할 수 있게 해야 한다”고 하였다.

위와 같은 선행연구들을 종합하였을 때, 국내 교회로고의 문제점은 대표적으로 3가지 정도로 정리할 수 있다.

먼저 디자인 수준이 초보적 수준에 머문 교회가 아직 다수라는 점이다. 21세기에 들어 시각 이미지

를 통한 정보전달의 중요성이 강조되면서 대형교회를 중심으로 한 많은 교회가 C.I 디자인을 도입하여 개선되고 있지만, 아직도 많은 교회가 오래전 제작한 초보적 수준의 로고를 사용하고 있다. 단순히 십자가 옆에 교회 이름을 적어 넣은 로고를 활용하는 곳이 대표적인 예라고 할 수 있다. 이는 젊은 층에 대한 교회의 확장성이나 교회에 대한 접근도를 낮추는 요인이 된다.



Figure 7. Examples of Old Style Logos of Korean Churches

두 번째로 십자가 일변도의 디자인 컨셉이다. 앞서 언급한 것과 같이 다수의 교회가 십자가 옆에 교회 이름을 배치하는 방식의 로고를 사용한다는 점이 가장 큰 문제이지만, 그렇지 않은 교회도 각자의 정체성을 나타내기보다는 일반적으로 활용하는 십자가를 메인으로 C.I 디자인을 진행한 경우가 많다. 십자가의 상징성이 높기 때문이기는 하지만 디자인학적으로 접근했을 때에 기독교의 더욱 다양한 심벌을 활용하면 더욱 개성 있는 디자인이 가능할 것이다.



Figure 8. Examples of Cross Style Logos of Korean Churches

세 번째로는 각 교단과의 통일성 부재이다. 선행연구에서 언급하였듯이 이단과 사이비종교의 침투가 계속되는 기독교의 현실에서 소속 교단을 전달하는 일은 대단히 중요하다. 대부분 교회가 교회의 로고 옆에 소속 교단을 작게 써넣는 방식으로 소속 교단을 밝히고 있다. 하지만 시각 이미지를 통한 정보전달에서는 소속 교단을 전달되지 않는 경우가 대부분이다. 특히 교회 이름만 배치하는 로고 디자인들에서도 그 서체가 각기 다른 등, 쉽게 수정할 수 있는 부분들이 많다는 점에서 더욱 아쉽다.

이처럼 한국 교회의 로고 디자인 혹은 C.I 디자인은 계속해서 발전하고 있긴 하지만 아직 미흡한 점이 있다. 한국 기독교가 대중화된 1980년대 이후로 이제 40년이 지났고, 기독교의 개혁은 계속되고 있다. 특히 디자인 측면에서의 변화는 근래 들어 가속화되고 있는데, 이럴 때일수록 합리적인 방향성과 기준을 세워서 변화의 효과를 극대화해야 할 것이다. 이와 같은 배경 때문에 C.I 디자인 개념을 도입하여, 그 정체성에 관한 진지한 탐구와 디자인 방향의 확립이 필요하다.

### III. 연구설계 및 설문 설계

#### 1. 설문개요

본 연구의 목적은 교회의 C.I 디자인 및 로고 디자인의 현황을 점검하고, 이를 개선해 나갈 방향을 제시하는 데 있다. 이를 위해서 기존 교회 C.I 디자인 및 로고 디자인에 대한 설문을 진행하고 교회 C.I 디자인에 대한 의견을 취합하는 연구를 진행하였다.

실제 C.I 디자인의 개념은 일반인들이 쉽게 인지하지 어렵다. 일반적으로 C.I 디자인의 개념을 로고나 심벌 등과 혼재하여 사용하고, 또 그 용어 자체를 모르는 경우가 많기 때문이다. 특히 디자인의 통일성이나 정체성의 표현 등 C.I 디자인이 가지는 특징을 인지하기에는 일반상식으로는 무리가 있다.

더불어 많은 교회의 당면과제 중 하나가 젊고 새로운 세대들의 유입이다. 그래서 설문 대상은 C.I 디자인 수업을 수강한 학생에 한정하여 이를 보완하도록 하였다.

또한, 모든 교회를 설문주제로 하여 조사할 수 없으므로 대한예수교장로회총회(백석)에 소속된 교회를 바탕으로 설문을 조직하였다. 총회 홈페이지에 따르면 대한예수교장로회총회(백석)는 “1912년 평양에서 조선예수교장로회총회가 조직된 후, 1959년 합동과 통합으로 교단이 분열되고 다시 합동이 세칭 주류 측과 비주류 측이 사분오열하는 와중에서 대한예수교장로회의 정통성을 사수하려는 인사들이 주축이 되어 교단 형식의 초석이 놓여졌다.”는 소개와 같이 설립되었고, 교단 산하 122개 노회와 6, 715개(2019년 9월 기준) 교회가 소속되어 있으며, 목회자 수는 강도사, 전도사를 포함하여 11, 070명에 이른다. 백석대학교와 안양대학교, 백석문화대학과 백석예술대학, 백석신학교, 기독교 연합신문사가 소속되어 있는 정통 있는 교단이다. 더불어 교단의 C.I 디자인이 체계적이고 그 정체성 또한 명확하므로 설문에 적합하다고 판단되었다. 특히 대한예수교장로회총회(백석)의 C.I 디자인은 선행연구에서 한국 교회 디자인의 문제점으로 지적했던 십자가 일변도의 디자인에서 탈피하여 원과 삼각형, 성경을 활용한 디자인이라는 점이 가장 독창적인 지점이라 할 수 있다. 대한예수교장로회(백석)의 심벌 해설에 따르면 “성부, 성자, 성령 삼위일체 하나님의 영광을 찬양하며, 예수 그리스도의 능력의 말씀으로 민족을 복음화하고 나아가 세계를 선교한다.”는 의미를 가지고 있다. 기존의 십자가 등 획일화된 C.I 디자인을 탈피했음에도 대한예수교장로회(백석)의 가치관과 미션, 비전이 잘 표현되어있다. 이러한 점에서 교회의 C.I 디자인과 교단의 C.I 디자인의 통일성에 대한 설문을 진행하기에 적합하다는 점 또한 대한예수교장로회(백석)에 소속된 교회를 바탕으로 설문을 조직했다.

또한, 지역을 천안시에 위치한 대한예수교장로회(백석) 소속 교회로 한정하여 그 중 20여 개 C.I 디자인과 로고를 무작위로 선정하였다. 해당 교회의 홈페이지가 있을 경우 홈페이지를 통해 그 C.I 디자

## 심볼\_Symbol

		<div style="background-color: black; width: 20px; height: 10px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>C : 100 M : 70 Y : 10 K : 0</p>
<p><b>심벌해설</b> 성부, 성자, 성령 삼위일체 하나님의 영광을 찬양하며, 예수 그리스도의 능력의 말씀으로 민족을 복음화하고 나아가 세계를 선교한다.</p>	<p><b>성 경</b> : 하나님의 말씀 <b>白石</b> : 예수 그리스도를 통한 구원과 승리 <b>세 모</b> : 성부, 성자, 성령 <b>안 쪽 원</b> : 한국 -&gt; 민족복음화 <b>바깥 쪽 원</b> : 세계 -&gt; 세계선교다.</p>	

시그니처 A\_Signature A

로고\_Logo



시그니처 B\_Signature B

심볼응용\_Symbol application



Figure 9. C.I Design of The Presbyterian Church in Korea(Baekseok), Retrieved from [https://www.pgak.net/www.contents.asp?id=sub01\\_03\\_new2\(2020.10.30\)](https://www.pgak.net/www.contents.asp?id=sub01_03_new2(2020.10.30))

인과 로고를 얻었으며, 그렇지 않으면 교회를 방문하여 C.I 디자인 혹은 로고를 촬영하여 활용하였다. 설문 참여 인원은 총 60명이며, 설문 방법은 구글 스프레드를 통한 온라인 설문방식이고 기타 분석은 엑셀을 활용하였다. 설문 기간은 2020년 10월 25일~2020년 10월 30일까지이다.

## 2. 설문의 구성

설문의 구성은 크게 인적사항과 본 설문으로 구분하였다. 본 설문은 크게 교회의 C.I 디자인에 대한 필요 여부와 교단 C.I 디자인과의 통일성에 관한 설문, 그리고 교회 C.I 개선 방향에 대한 설문으로 구분할 수 있다.

(1) 교회의 C.I 디자인 니즈에 관한 설문 문항

1. 1. 교회에는 C.I 디자인이 필요하다고 생각하십니까?

한 개의 타원형만 표시합니다.

- 매우 필요하다.
- 필요하다.
- 보통이다.
- 필요하지 않다.
- 매우 필요하지 않다.

2. 2. 하기 대한예수교장로회(백석) 산하 교회들의 C.I 디자인을 보았을 때 개선 및 정리의 필요성이 있다고 생각하십니까?



한 개의 타원형만 표시합니다.

- 매우 필요하다.
- 필요하다.
- 보통이다.
- 필요하지 않다.
- 매우 필요하지 않다.

Figure 10. Questions about Needs of C.I Design for Church

(2) 교단 C.I와 교회 C.I 디자인의 통일성에 관한 설문 문항

3. 3.2번 문항교회들의 C.I 디자인을 통해 하기 대한예수교장로회(백석)의 C.I와의 연관성을 느낄 수 있었습니까?  
 4. 각각의 교회 C.I 중 대한예수장로회(백석)의 산하 교회로 보이는 것은 어느 것입니까?  
 (복수응답가능)

  <p>C : 100 M : 70 Y : 10 K : 0</p> <p><b>심볼해설</b>          성부, 성자, 성령 삼위일체 하나님의 영광을 찬양하며, 예수 그리스도의 능력의 말씀으로 민족을 복음화하고 나라가 세계를 선교한다.</p> <p><b>성 경</b> : 하나님의 말씀  <b>주 소</b> : 예수 그리스도를 통한 구원과 승리  <b>세 모</b> : 성부, 성자, 성령  <b>안 목 원</b> : 한국 → 민족복음화  <b>비 교 목 원</b> : 세계 → 세계선교다.</p>	  <p>C : 100 M : 70 Y : 10 K : 0</p> <p><b>심볼해설</b>          성부, 성자, 성령 삼위일체 하나님의 영광을 찬양하며, 예수 그리스도의 능력의 말씀으로 민족을 복음화하고 나라가 세계를 선교한다.</p> <p><b>성 경</b> : 하나님의 말씀  <b>주 소</b> : 예수 그리스도를 통한 구원과 승리  <b>세 모</b> : 성부, 성자, 성령  <b>안 목 원</b> : 한국 → 민족복음화  <b>비 교 목 원</b> : 세계 → 세계선교다.</p>
<p>한 개의 타원형만 표시합니다.</p>	
<p><input type="checkbox"/> 매우 연관성을 느낄 수 있다.  <input type="checkbox"/> 연관성을 느낄 수 있다.  <input type="checkbox"/> 보통이다.  <input type="checkbox"/> 연관성을 느낄 수 없다.  <input type="checkbox"/> 전혀 연관성을 느낄 수 없다.</p>	
<p>해당 사항에 모두 표시하세요.</p>	
 <p><input type="checkbox"/> 옵션 1</p>	 <p><input type="checkbox"/> 옵션 2</p>
 <p><input type="checkbox"/> 옵션 3</p>	 <p><input type="checkbox"/> 옵션 4</p>
 <p><input type="checkbox"/> 옵션 5</p>	 <p><input type="checkbox"/> 옵션 6</p>
 <p><input type="checkbox"/> 옵션 7</p>	 <p><input type="checkbox"/> 옵션 8</p>
 <p><input type="checkbox"/> 옵션 9</p>	 <p><input type="checkbox"/> 옵션 10</p>

Figure 11. Questions about Unity of C.I Design between Denomination and Church

(3) 교회 C.I 디자인의 개선 방향에 관한 설문 문항

5. 5. 교회의 C.I 디자인에서 가장 중요시 되어야 하는 부분은 무엇이라 생각하십니까?(복수선택가능)  
 기타 중요하다고 생각하시는 것이 있으면 기타에 답변해 주시면 감사하겠습니다.  
 해당 사항에 모두 표시하세요.
- 교회의 이름
  - 교회의 지역 및 위치
  - 교회의 연락처
  - 교회가 소속된 교단
  - 기독교의 상징
- 기타:  \_\_\_\_\_
6. 6. 교회의 C.I 디자인이 소속 교단의 C.I와 통일성이 있어야 한다고 생각하십니까?  
 한 개의 타원형만 표시합니다.
- 매우 그렇다. 7번째 질문으로 건너뛰세요.
  - 그렇다. 7번째 질문으로 건너뛰세요.
  - 보통이다. 8번째 질문으로 건너뛰세요.
  - 그렇지 않다. 7번째 질문으로 건너뛰세요.
  - 매우 그렇지 않다.
7. 6-2 교회의 C.I 디자인이 소속 교단의 C.I와 통일성이 있어야 한다면 그 이유는 무엇입니까?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
8. 7. 위의 설문을 진행한 후 교회의 C.I 디자인에 대한 개선방향 등을 조언해주시면 감사하겠습니다.  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Figure 12. Questions about improvement direction for C.I Design of Church

IV. 설문결과

1. 기초통계량

본 설문 조사의 개요는 하기 표와 같다.

Table 1. Summary of Survey

Summary			
Question No.	Type of Question	Amount of Answer	Answering Percentage(%)
Question 1	Objective(Singular)	60	100
Question 2	Objective(Singular)	60	100
Question 3	Objective(Singular)	60	100
Question 4	Objective(Plural)	90	150
Question 5	Objective(Plural)	87	145
Question 6	Objective(Singular)	60	100
Question 6-1	Subjective	25	41.6
Question 7	Subjective	20	33.3



조사대상은 총 60명이며, 복수 응답이 가능한 문항4와 문항5는 각각 90개, 87개의 응답이 있었다. 또한, 주관식인 문항6-1과 문항7의 응답자는 각각 25명, 20명으로 집계되었다.

## 2. 교회의 C.I 디자인 니즈에 관한 문항 설문결과

문항1과 문항2는 교회의 C.I 디자인 니즈에 관한 설문이다. 문항1은 ‘교회에는 C.I 디자인이 필요하다고 생각하십니까?’로 응답은 ‘매우 필요하다.’ ‘필요하다.’, ‘보통이다.’, ‘필요하지 않다.’, ‘매우 필요하지 않다.’이다. 문항2는 ‘하기 대한예수교장로회(백석) 산하 교회들의 C.I 디자인을 보았을 때 개선 및 정리의 필요성이 있다고 생각하십니까?’로 3장의 설문지와 같이 대한예수교장로회총회(백석)에 소속된 교회의 로고와 C.I 디자인을 제시한 뒤 이에 대한 개선의 필요성 여부를 ‘매우 필요하다.’ ‘필요하다.’, ‘보통이다.’, ‘필요하지 않다.’, ‘매우 필요하지 않다.’의 응답으로 설문하였다. 문항1과 문항2의 설문결과는 하기 표와 같다.

Table 2. Statistics of Question 1

Result of Question 1		
Answer	Number	Percentage(%)
① Very much	7	11.7
② Yes	22	36.7
③ Normal	21	35
④ No	6	10
⑤ Not at all	4	6.7
Total	60	100

Table 3. Statistics of Question 2

Result of Question 2		
Answer	Number	Percentage(%)
① Very much	12	20
② Yes	16	26.7
③ Normal	25	41.7
④ No	5	8.3
⑤ Not at all	2	3.3
Total	60	100

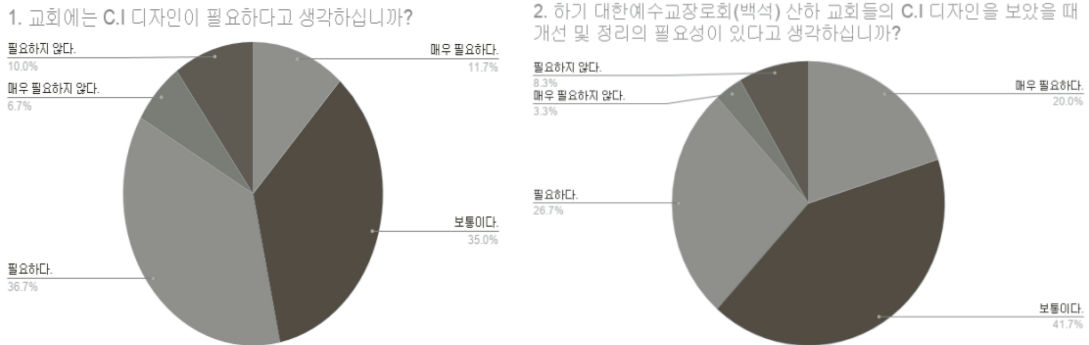


Figure 13. Statistics of Question 1, 2

### 3. 교단 C.I와 교회 C.I 디자인의 통일성에 관한 설문결과

문항3과 문항4는 교단 C.I와 교회 C.I 디자인의 통일성에 관한 설문이다. 문항3은 3장의 설문지와 같이 대한예수교장로회총회(백석)의 C.I 디자인을 제시하고, 문항2에서 제시한 교회들의 C.I 디자인들과 통일성을 물었다. 응답은 ‘매우 연관성을 느낄 수 있다.’, ‘연관성을 느낄 수 있다.’, ‘보통이다.’, ‘연관성을 느낄 수 없다.’, ‘전혀 연관성을 느낄 수 없다.’이다. 문항4는 3장의 설문지와 같이 대한예수교장로회총회(백석)의 C.I 디자인을 제시하고 옵션별로 대한예수교장로회총회(백석)에 속한 교회의 로고를 제시한 후 ‘각각의 교회 C.I 중 대한예수교장로회총회(백석)의 산하 교회로 보이는 것은 어느 것입니까? (복수 응답 가능)’을 물었다. 이 중 옵션 3, 4, 6, 8은 로고가 활자로 되어있는 부류, 옵션 1, 2, 5, 7, 9, 10은 심벌 마크를 활용한 부류, 옵션 4, 9, 10은 심벌 컬러가 교단과 같은 부류, 옵션 1, 10은 심벌 마크가 교단과 같은 부류이다. 문항3과 문항4의 설문결과와 하기 표와 같다.

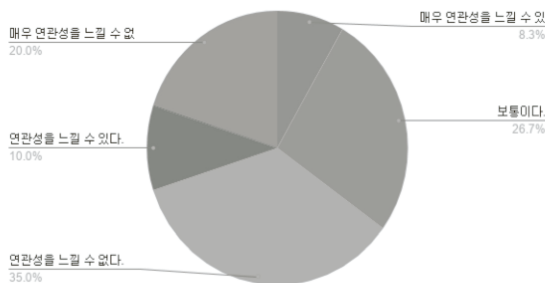
Table 4. Statistics of Question 3

Result of Question 3		
Answer	Number	Percentage(%)
① Very much	5	8.3
② Yes	6	10
③ Normal	16	26.7
④ No	21	35
⑤ Not at all	12	20
Total	60	100

Table 5. Statistics of Question 4

Result of Question 4		
Answer	Number	Percentage(%)
① Option1	31	53.3
② Option2	1	1.7
③ Option3	1	1.7
④ Option4	2	3.3
⑤ Option5	4	6.7
⑥ Option6	2	3.3
⑦ Option7	0	0
⑧ Option8	2	3.3
⑨ Option9	5	8.3
⑩ Option10	42	70
Total	90	150

3. 2번 문항교회들의 C.I 디자인을 통해 하기 대한예수교장로회(백석)의 CI와의 연관성을 느낄 수 있었습니까?



4. 각각의 교회 CI 중 대한예수교장로회(백석)의 산하 교회로 보이는 것은 어느 것입니까?(복수응답가능)

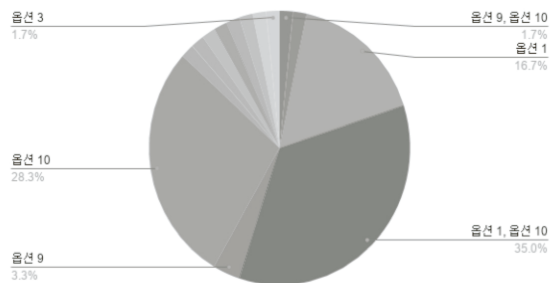


Figure 14. Statistics of Question 3, 4

#### 4. 교회 C.I 디자인의 개선 방향에 관한 설문결과

문항5, 문항6, 문항6-1, 문항7은 교회 C.I 디자인의 개선 방향에 관한 설문이다. 문항5, 문항6은 객관식이고 문항6-1, 문항7은 개선 방향을 질문한 주관식이다. 문항5는 ‘교회의 C, I 디자인에서 가장 중요 시되어야 하는 부분은 무엇이라 생각합니까? (복수 응답 가능)’으로 응답은 ‘교회의 이름’, ‘교회의 지역 및 위치’, ‘교회의 연락처’, ‘교회가 소속된 교단’, ‘기타’이며 기타를 선택할 시 의견 기재가 가능하

도록 하였다. 문항6은 ‘교회의 C.I 디자인이 소속 교단의 C.I와 통일성이 있어야 한다고 생각합니까?’로 ‘매우 그렇다’, ‘그렇다’, ‘보통이다’, ‘그렇지 않다’, ‘매우 그렇지 않다’ 중 응답할 수 있다. 이 중 ‘매우 그렇다’ 혹은 ‘그렇다’로 응답할 경우 문항6-1에서 ‘교회의 C.I 디자인이 소속 교단의 C.I와 통일성이 있어야 한다면 그 이유는 무엇입니까?’에 대한 주관적 응답을 할 수 있다. 마지막 문항7은 위 설문을 진행한 뒤 느낀 교회의 C.I 디자인 개선 방향에 관한 생각을 주관적으로 답할 수 있도록 물었다. 이 중 문항5와 문항6에 대한 설문 결과는 하기 표와 같다.

Table 6. Statistics of Question 5

Result of Question 5		
Answer	Number	Percentage(%)
① Name of Church	35	58.3
② Location of Church	2	3.3
③ Contact Address of Church	2	3.3
④ Denomination of Church	13	21.7
⑤ Symbol of Christian	35	58.3
⑥ ETC	0	0
Total	87	145

Table 7. Statistics of Question 6

Result of Question 6		
Answer	Number	Percentage(%)
① Very much	12	20
② Yes	25	41.7
③ Normal	20	33.3
④ No	3	5
⑤ Not at all	0	0
Total	60	100

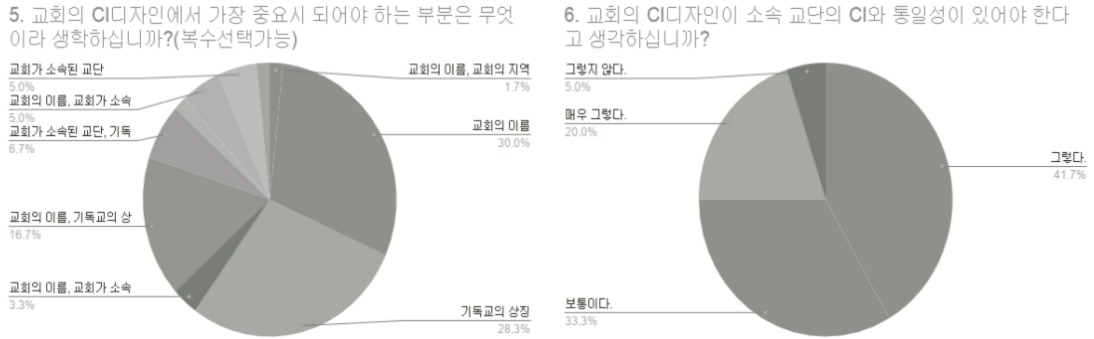


Figure 15. Statistics of Question 3, 4

문항6-1의 주관적 응답의 경우 크게 ‘이단에 대한 우려를 불식시킬 수 있다’, ‘교단의 C.I 디자인과 조화를 이룰 때 미적인 효과를 더 기대할 수 있다’, ‘교회에서 전도 활동을 할 시에 교단을 중요시하는 사람들이 많기 때문’ 등으로 의견을 정리할 수 있었다. 문항7은 ‘전문 디자이너를 적극적으로 활용해야 한다.’, ‘디자인적 요소를 더욱 강화해야 한다.’, ‘교단과의 통일성을 더욱 강화해야 한다.’, ‘기독교적 상징과 특징을 더욱 강조해야 한다.’ 등의 의견을 확인할 수 있었다.

## V. 결론

### 1. 설문결과의 분석

본 연구에서는 C.I 디자인 수업을 수강한 대학생들을 대상으로 교회의 C.I 디자인에 대한 설문을 진행하였다. 천안시에 위치한 대한예수교장로회총회(백석) 교단에 소속된 교회의 로고와 C.I 디자인을 바탕으로 작성한 설문 조사의 결과를 종합하여 평가하면 다음과 같다.

문항1을 통해 교회의 C.I 디자인에 대한 필요성을 확인할 수 있었다. 교회가 C.I 디자인을 활용할 필요성을 느끼는 설문이 48.4%로 ‘필요하지 않다’ 10%와 ‘매우 필요하지 않다’ 6.7%의 합 16.7%보다 훨씬 높은 것으로 나타났다. 이를 통해 C.I 디자인을 통해 교회의 발전과 선진 기독교로의 진화를 기대할 수 있다는 것을 알 수 있다. 이는 교회의 C.I 디자인이 전도 활동에 도움을 주고 일반인들에게 기독교와 교회에 대한 이미지를 긍정적으로 만들 수 있다는 기대가 작용한 것으로 풀이된다.

문항2를 통해 현재 국내에 일반적으로 활용되는 교회 로고와 C.I 디자인에 대한 개선이 필요하다는 것을 확인할 수 있다. 국내의 교회 로고와 C.I 디자인을 제시하고 이에 대한 개선 여부를 묻는 설문

서 개선이 필요하다는 응답이 46.7%로 필요하지 않다는 응답 11.6%보다 훨씬 높게 나타났다. 일부 대형교회를 중심으로 교회의 디자인 리뉴얼 활동이 활발히 벌어지고는 있지만, 아직 기존의 초보적 수준의 디자인이 활용되는 교회가 더 많기 때문으로 보인다.

문항3을 통해서도 현재 국내 교회의 교단과 C.I 디자인의 통일성을 확인하였다. 대한예수교장로회 총회(백석)의 C.I 디자인과 소속 교회의 로고 및 C.I 디자인을 제시하고 그 통일성을 묻는 설문에서 연관되어 보이지 않는다는 응답이 55%, 연관성이 느껴진다는 응답이 18.3%로 나타났다. 이는 대한예수교장로회총회(백석)의 C.I 디자인이 기타 교단과 비교하면 현대적이고 개성이 강하기 때문으로 보인다. 하지만 ‘소속 교회의 로고와 디자인을 제시한 설문에서 연관성이 느껴지지 않는다.’라는 의견이 이렇게 높은 것은 교회의 C.I 디자인 제작에서 교단과의 통일성이 고려되지 않는 현황을 보여주는 것이다.

문항4를 통해서도 교회와 교단의 C.I 디자인의 통일성을 위하여 어떤 디자인적 요소가 영향을 미쳤는지 확인할 수 있다. 중복으로 선택할 수 있는 문항4의 결과는 옵션1과 옵션10의 결과가 압도적으로 높았는데, 이는 ‘심벌 마크가 교단과 같은’ 부류로 총 150%를 기준으로 123.3%가 선택했다. 이에 비해 ‘심벌 컬러가 교단과 같은’ 부류는 옵션4와 옵션9, 옵션10으로 총 150%를 기준으로 81.6%가 선택한 것으로 나타났다. 특히 본 문항에서는 심벌 마크가 교단과 같지만, 심벌 컬러가 다른 옵션1을 통해 심벌 마크와 심벌 컬러에 따른 통일성 여부를 확인할 수 있었다. 심벌 컬러가 같은 부류보다 심벌 마크가 교단과 같을 때 더 높은 통일성을 갖는 것으로 확인되었다.

문항5를 통해서도 교회 C.I 디자인에서 가장 중요시되어야 할 부분을 설문하였다. 중복선택이 가능한 설문에서 ‘교회의 명칭’과 ‘기독교의 상징’이 총 145%를 기준으로 각각 53.8%의 응답을 받아 가장 높게 나타났다. 이는 C.I 디자인의 개념이 단체의 정체성을 확립하여 정리하는 디자인이기 때문에 그 필수 요건인 단체의 명칭과 교회의 목적인 기독교가 필수로 포함되어야 한다는 것으로 풀이할 수 있다.

문항6과 문항6-1에서는 교회의 C.I 디자인이 교단의 C.I 디자인과 통일성을 갖추어야 하는지 아닌지에 대한 설문을 진행하였다. 본 설문에서 교단과의 통일성을 갖추어야 한다는 응답이 61.7%, 갖추지 않아도 된다는 응답이 5%로 나타났다. 교회의 C.I 디자인이 교단과의 통일성을 갖추어야 한다는 응답이 압도적으로 많았으며 이에 대해 주관식으로 진행한 문항6-1의 다수의견은 교단을 시각적으로 확인함으로써 교회에 대한 신뢰가 높아지고 이단 등에 대한 걱정이 사라지기 때문이라는 것이다.

마지막으로 문항7을 통해 교회 C.I 디자인의 개선 방향을 주관식으로 물었을 때, 전문성을 갖춘 디자이너의 도움을 받아 디자인적인 요소를 더욱 강화하고, 기독교의 목자로서의 가치관을 더욱 명확히 들어낼 수 있는 C.I 디자인을 강조하는 의견을 얻을 수 있었다.

## 2. 연구종합 및 추후 연구과제

본 연구를 통해 교회의 Identity 디자인에 대한 현황을 조사해보고, 이에 대한 설문을 통해 Church Identity 디자인에 대한 개선 방향에 관해 탐구해 보았다. 국내의 Corporate Identity 디자인은 1980 년대를 기점으로 많은 발전을 이루었지만, 아직 교회의 디자인에는 활발히 적용되지 않아 Church Identity 디자인의 경우 부족한 사례가 많다. 이로 인해 십자가 위주의 디자인, 폰트 디자인을 이용한 로고타이프 디자인이 주를 이루고 있으며 그 수준이 높지 않은 경우가 많았다. 본 연구에서 수집한 사례 외에도 다양한 선행연구에서 이를 지적하였다.

이러한 배경을 바탕으로 구성된 설문 조사에서 다수의 응답자가 교회의 디자인에 Identity 디자인의 개념을 도입해야 한다는 의견을 보였다. 특히 교단의 Identity 디자인과의 통일성에 대한 질문에서, 기존 교회의 디자인을 통해 그 정체성을 확인하기 어렵다는 다수의 답변이 있었다. 이에 관해 선행연구들에서 지적한 교단과의 Identity 통합의 부재라는 문제점을 확인하였다. 또한, 응답자의 다수가 교회의 C.I 디자인과 교단의 Identity 디자인이 통일성을 가져야 한다고 응답하였다.

위와 같은 객관식 설문결과와 이 외의 주관적 설문결과를 종합하였을 때, 본 연구에서는 교단 Identity 디자인과 교회 디자인의 통일성을 갖춘 C.I 디자인이 향후 교회 디자인에 도입되어야 한다는 결론을 내릴 수 있었다. 특히 주관적 설문결과에서 교회의 Identity 디자인이 교단의 Identity 디자인과 통일성을 갖추어야 한다는 이유에 대해 다양한 의견을 얻을 수 있었다. 먼저 교단이 교회를 선택하는 가장 큰 요인 중 하나라는 것과 이단에 대한 우려를 불식시킬 수 있다는 의견을 얻을 수 있었다. 또한, 교단과 교회의 C.I 디자인이 통일성을 갖추었을 때 더 미적 효과를 가질 것이라는 의견이 있었다. 그리고 교단에서 개별 교회의 디자인에 관심을 가지게 되어서 더 전문적인 디자인이 가능할 것이라는 의견이 있었다.

국내 교회의 디자인은 대형교회를 중심으로 기업 못지않은 발전을 이루고 있다. 하지만 아직 소형교회들은 그 발전이 더딘 것이 사실이다. 본 연구의 결과에서 알 수 있듯, 교회에서 Corporate Identity 디자인의 도입은 필수라는 의견이다. 특히 교단 Identity 디자인과의 정체성 통일은 교회라는 종교단체의 현황, 사회적 역할 등을 고려했을 때 그 중요성이 강조된다. 점점 디자인의 중요성이 강조되고, 특히 젊은 세대들의 디자인에 대한 민감도가 높아지는 현실에서 교회 디자인에 관한 연구는 한국 교회의 선진화를 위한 필수조건이라 할 수 있다. 본 연구가 조금이나마 교회 디자인의 발전 방향 설정에 이바지할 수 있기를 바란다.

“이 논문은 다른 학술지 또는 간행물에 게재되었거나 게재 신청되지 않았음을 확인함.”

---

## 참고 문헌

- 김학성 역. (2000). **현대디자인사**, 와카미야 노부하루.(1990). *History of Modern Design*. 서울 : 조형사.
- [Kim, H, S. (2000). *History of modern design*. Seoul: Johyungsa, Trans. Wakamia Nobuharu. (1990). History of Modern Design.]
- 송지성 (2000). CI 응용디자인 아이템 개발에 있어서 도입 기업과 디자인 개발회사의 업무 체크리스트 제안-마케팅관련 아이템을 중심으로. **한국디자인문화학회지**, 6(1), 80-97.
- [Song, J. S. (2000). Proposal Checklist between CI introducing Corporate and Design developing company On developing CI application design - focusing on marketing item. *JOURNAL OF THE KOREAN SOCIETY DESIGN CULTURE* 6(1), 80-97.]
- 원유홍 역. (1998). **CI디자인+타이포그래피**, Cater, Rob.(1995). *Working with Computer type*. 서울 : 안그래픽스.
- [Won, Y. H. (1998). *Working with Computer type*. Seoul: AHN GRAPHICS, Trans. Cater, Rob. (1995). Working with Computer type. SA: RotoVision]
- 이은주 (2006). **창의적 연상 작용을 통한 CI 디자인 교육에 관한 연구**. 석사학위논문. 국민대학교.
- [Lee, E. J. (2006). *A Study on CI Design Education through Creative Association Process*. Masters Dissertation. Kookmin University, Seoul, Korea.]
- 장동훈 (1996). WWW 홈페이지 디자인에 있어서 CI개념의 도입에 관한 연구. **디자인학연구**, 9(2), 153-161.
- [Jang, D. H. (1996). A Study on the Introduction of CI Concept in WWW Homepage Design. *Archives of Design Research*, 9(2), 153-161.]
- 전은호 (1999). **교회 시각이미지 개선에 관한 연구 : 교회 CI를 중심으로**. 석사학위논문. 건국대학교.
- [Jeon, E. H. (1999). *A Study on the Improvement for Visual Image of Church : Focused on Church Identity*. Masters Dissertation. Konkuk University, Seoul, Korea.]
- 정육선 (2014). **실무자가 알아야 할 브랜드 아이덴티티 디자인**. 서울: 반디모아.
- [Jung, W.S. (2014). *Brand identity design that practitioners should know*. Seoul: Bandimooa.]
- 정철종 (2011). 감성적 CI디자인 개발과정을 위한 이미지텔링의 활용-심벌 디자인을 중심으로. **디지털**



**디자인학연구**, 11(1), 9-18.

[Jung, C. J. (2011). Application of Imagetellingfor development process of Emotional CI design - Based on the symbol design. *Journal of Digital Design*, 11(1), 9-18.]

정한경 (2006). FC서울 이미지통합(CI) 개발에 관한 연구. **디지털디자인학연구**, 6(2), 1-14.

[Jung, H. K. (2006). A study on the development of corporated Identity for FC Seoul. *Journal of Digital Design*, 6(2), 1-14]

조무광 (2006). 교회 CI, 교회 심벌마크 분석연구를 중심으로. *신라대학교논문집*, 50, 371-398.

[Jo, M. G. (2006), CI(Church Identity), mainly about the study of church symbol mark. *Silla University Journal*, 50, 371-398.]

<https://blog.naver.com/cncad6001/10079644636>. (검색일 2020.10.30.)

<https://blog.naver.com/haede8/221029274186> (검색일 2020.10.30.)

<https://logoorange.com/> (검색일 2020.10.30.)

[https://www.pgak.net/www.contents.asp?id=sub01\\_03\\_new2](https://www.pgak.net/www.contents.asp?id=sub01_03_new2) (검색일 2020.10.30.)

# 교회 아이덴티티(C.I) 디자인에 대한 연구: 대한예수교장로회총회(백석) 소속 교회를 중심으로\*

A Study on Church Identity(C.I) Design: Focused on the Churches Belonging  
to The Presbyterian Church in Korea(Baekseok)

최영옥 (백석문화대학교)

## 논문초록

C.I 디자인은 기업의 정체성을 시각적으로 표현하는 것을 말한다. C.I 디자인은 정보화시대의 흐름에 따라 전 세계적으로 주목받고 있다. 교회 역시 이러한 흐름에 발맞추어 C.I 디자인을 도입하거나 리뉴얼하는 것이 필요하다. 이에 본 연구는 C.I 디자인에 대한 고찰과 교회로의 도입에 관해 탐구해 보고, 설문을 통해 교회의 C.I 디자인이 개선되어 나아갈 방향을 제시함을 목적으로 한다. 이를 위해 1장과 2장에서는 연구 배경과 이론적 배경을 설명하고, 3장과 4장에서는 설문을 통해 연구를 진행하였다. 대한예수교장로회총회(백석) 소속의 교회 C.I 디자인을 바탕으로 작성한 설문을 C.I 디자인 수업을 수강한 대학생들을 대상으로 설문하였다. 설문결과 국내 교회의 C.I 디자인 도입에 대한 필요성이 강하고, 교단과 교회의 C.I 디자인의 통일성이 강조되었으며, 이를 위해 심벌 마크의 유사성이 중요한 것으로 나타났다. 또한, 전문성을 갖춘 디자이너를 통해 교회의 정체성을 효율적으로 나타낼 수 있는 C.I 디자인이 중요하다는 의견을 확인하였다.

주제어: 교회 C.I 디자인, 설문 조사, 대한예수교장로회총회(백석)