

울산대학교 C.I.에 관한 연구

박노석 · 백운호

시각디자인학과 · 산업디자인학과

<요 약>

C.I. 개념은 1970년 후반부터 국내에 본격적으로 도입되어 첨예한 경쟁을 치르는 대기업을 중심으로 이루어지기 시작하였다. 국내대학의 경우 전통적인 각대학의 심볼들을 사용하고 있으며 1980년대 이후 지방에 새로운 캠퍼스 조성이 이루어짐으로써 적용되기 시작하였으나 체계적인 도입은 일부 몇개 대학에 이르고 있는 실정이다.

동부경남 한국공업발전 중추도시 울산의 유일한 대학인 울산대학교는 1970년 울산공과대학으로 개교하였으며, 1985년 종합대학 승격을 거쳐 지난 20여년간 꾸준한 성장을 거듭하였다.

본 연구는 1992년부터 2001년에 이르는 대학장기 발전계획이 입안되고 있는 현시점에서 대내외적인 대학의 위상제고와 질적향상의 표징으로서 울산대학교의 이미지 통합을 모색하여 본 것이다.

Study on Campus Identity for U.O.U

Park, Noh-Seok · Baek, Woon-Ho

Dept. of Visual Design · Dept. of Industrial Design

<Abstract>

Since C.I. concept had been introduced from the late of 1970's in the country, it has been to be formed on the center of larger enterprises which are acutely completing with other enterprises. In the case of internal university, each university is using its typical symbols and C.I. was started being applied according as the new campus had been creating in the district after 1980's. But only some universities have

systematically introduced it in actual.

This University of Ulsan is the only university of the central city for Korean industry development located in eastern Kyungnam that was opened as the Ulsan Institute of Technology in 1970 and it has steadily continued to be developed for twenty years since it had been raised to the status of university in 1985.

This study is to grope for image intergration of University of Ulsan as a sign for its quantitative improvement and the heightening of its domestic & foreign phase in the present point that the long-term development plan of university is drafted from 1992 to 2001.

1. 序 論

1.1 연구의 배경 및 목적

현대적인 C.I의 개념은 2차세계대전 이후 미국기업들의 급진적인 성장 및 국제적인 사업다각화 배경아래 기존의 단순한 상식적인 개념에서 벗어나 성공적인 경영전략의 도구로서의 기능적 개념으로 전환되는 시점에서 찾아볼 수 있다.

당시 「인터네셔널 비즈니스 머신즈 코퍼레이션(International Business Machines Corporation)」의 신 이름의 회사명을 명쾌하고 시대성 있는 「IBM」으로 바꾸어 기업이미지를 높이는 동시에 실적을 향상시켜 간 것이 초기의 C.I.성공사례로 거론되고 있다.

국내도 예외는 아니어서 처음에는 대기업을 중심으로하여 금융계, 중소기업 그리고 최근에는 관공서에 이르기까지 C.I.가 도입되는 실정이다. 이는 오늘날과 같이 정보화, 국제화, 대중화 사회에서 보면 어쩌면 당연한 결과라 볼 수 있다. 이제 C.I.의 도입은 디자인분야뿐 아니라 사회 각분야에 걸쳐 매우 중요한 위치를 차지한다고 하여도 과언이 아니다. 사회가 국제화, 정보화, 감성화 시대로 접어들고 가치의 기준이 물질가치에서 감성가치로 변화하고 있는 시점에서 대학또한 예외는 아닐것이다.

대학은 미래 사회를 선도할 구성원을 교육하는 마지막 단계로서, 구성원으로 하여금 예비사회인으로서 곧 적응할 사회를 미리 체험, 습득시키는 교육의 場이다.

이에 21C를 지향하는 교육이념 체계화와 캠퍼스 라이프의 정립 그리고 국제화 시대에 부응하는 대학이 되기 위해서는 대학구성원의 캠퍼스 생활이 행동적인 면에서 통일화(B.I.: Behavior Identity)되어야 하며 이를 위해 구성원 개개인의 정신적 통일화(M.I.: Mind Identity)가 절실히 요구되어 진다. 그리고 B.I.와 M.I.를 위한 시각적인 접근방법(V.I.: Visual Identity)이 이루어 져야 한다.

위에서 언급한 B.I., M.I., V.I.는 C.I.의 3요소로서 대학에서 추구하는 하나의 이념으로 이 세가지가 통일화 되었을 때 비로소 진정한 의미의 대학 C.I.를 이룰 수 있는 것이다.

본 연구는 울산대학교의 대내외적인 위상정립, 대학구성원의 자아 및 주체성 확립, 대학문화의 다양한 가치제고 그리고 시각적 만족과 효율적인 커뮤니케이션을 통하여 쾌적한 면학분위기를 갖는 캠퍼스를 조성하고 아울러 울산지역의 유일한 종합대학으로서 지역사회발전에 능동적인 자세로 그 역할을 할 수 있도록 함을 목적으로 하고 있다.

1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구는 작품논문 형식으로서 다음과 같은 과정으로 진행된다.

첫째, 현 울산대학교 구성원에 대한 설문조사와 문헌을 통한 실태조사를 한다.

둘째, 현황조사에 의한 분석을 통해 디자인 방향을 설정한다.

셋째, 디자인작업 결과의 효과적인 활용방안을 제안한다.

결론에서 디자인작업 결과를 도면과 사진을 통해 제시하였다.

2. 本 論

2.1 울산대학교 현황

울산대학교는 1970년 3월 16일 국내최초의 공업도시 울산에 5개학과 입학정원 200명의 울산공과대학으로 출발하였다. 1980년 3월 대학원이 설립되어 명실상부한 학문의 전당으로서 기틀을 갖추게 되었다. 개교 16년째인 1985년에 이르러 본 대학은 종합대학으로 개편(공과대학, 자연과학대학, 사회과학대학, 인문대학)되었으며 이어 1988년 의예과가 신설됨에 따라 의과대학이 설립되었고, 조형대학과 경영대학이 신설되는 등 종합대학으로서의 기반을 점진적으로 굳혀 나가게 되었다.

1994년 현재 개교 24주년을 맞이한 본 대학교는 7개 단과대학 46개학과, 대학원에 석사과정 25개학과, 박사과정 16개학과를 두고 있으며, 산업경영대학원(3개학과 15개 전공)과 교육대학원(14개 전공)의 2개 전문대학원을 두고 있다.

부속기관으로는 아산도서관, 중앙전자계산소, 출판부, 교육매체센터, 어학교육원, 학생생활교육원, 사회교육원 등이 있으며, 부설연구기관으로는 기초과학연구소, 산업기술연구소, 지역개발연구소, 사회과학연구소, 인문과학연구소, 산업디자인연구소, 지역공동연구센터, 환경연구소, 기업경영연구소 등이 설립되어 있다.

1994년도 현재 전임교원 수는 465명, 직원 302명, 재학생 수는 대학 9,768명, 대학원 석사과정 609명, 박사과정 79명이며, 현재까지 20,924명의 졸업생을 배출하였다.

본 대학교는 진리(眞理:Veritas), 자주(自主:Suijuris), 봉사(奉仕:Servitium)의 교육이념 아래 광범위한 교양을 기반으로, 전문 학술이론을 연마하여 조화된 인격을 완성하고, 창조적 탐구인, 자주적 지성인 그리고 유능한 직능인을 육성하는 데 그 교육목표를 두고 있다. 이제 울산대학교는 전국적인 명문대학으로서 교육의 질적 향상으로 학문연구의 수월성을 증진하고, 대학의 자율성을 신장하여, 세계속의 명망높은 대학으로 도약하고자 2000년대를 향해 힘찬 응비의 나래를 펴고 있다.¹⁾

1) 울산대학교 요람, 울산대학교출판부, 1994, pp. 16~19.

2.2 설문조사내용 및 분석

제 목 : 울산대학교 C.I.(Campus Identity : 이미지 형성계획)

목 적 : 현 사용하고 있는 C.I.요소들의 인지도 및 시설물 이용실태를 조사하여 문제점을 파악하고 울산대학교 C.I.의 개발방향을 모색한다.

조사방법 : 울산대학교내의 구성원 무작위 추출(Random Sampling)

	배부	회수	유효
부수	230	217	179
대비율(%)	100	94.3	82.5

문1. 본 대학에 대하여 귀하는 어떠한 인상을 갖고 있습니까?

	백분율(%)				
	그렇다(+2)	+1	0	-1	아니다(-2)
1-1. 전통이 있다.	5.0	29.4	34.1	17.3	14.5
1-2. 공과대학 이미지가 강하다.	72.1	22.9	2.8	1.7	0.5
1-3. 명문대학으로서의 잠재성이 있다.	13.4	40.2	28.4	10.6	7.4
1-4. 분위기가 밝고 활력이 있다.	4.5	26.2	36.9	22.3	10.1
1-5. 주변환경과 잘 어울린다.	2.8	11.7	29.6	30.2	25.7

울산대학교에 대한 인상은 대체로 평균이상의 긍정적인 이미지의 결과가 나왔으나 ‘주변 환경과 잘 어울린다’라는 질문에는 보통이하의 지적이 많았다. 또한 ‘공과 대학의 이미지가 강하다’라는 응답이 많았던 것은 예상대로 울산대학교가 공과대학으로 출발하였기 때문이 아닌가 한다.

설문결과를 분석해보면 공과대학의 이미지에서 탈피하고 종합대학으로서 주변환경과 어울리는 각종시설물 설치등으로 면학분위기 조성이 필요하다고 판단된다.

문2. 현 울산대학교를 상징하는 요소들의 인지도를 알아보는 질문입니다.

	알고 있다	모르고 있다	백분율(%)
2-1. 울산대학교 색상(심볼칼라)	20.1		79.9
2-2. 울산대학교 상징물	69.8		30.2
2-3. 울산대학교 교목	28.5		71.5
2-4. 울산대학교 교기	33.0		67.0
2-5. 울산대학교 교훈	25.1		74.9

문3. 상기문항에서 알고 있다라고 응답한 분만 답해 주십시오.

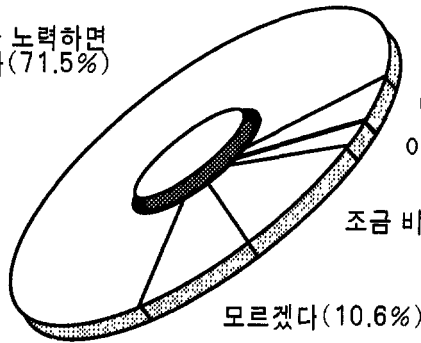
백분열(%)

	그렇다(+2)	+1	0	-1	아니다(-2)
3-1. 울산대학교 색상(36명)	2.9	36.1	33.3	11.1	16.6
3-2. 울산대학교 상징물(125명)	14.4	37.6	34.4	7.2	6.4
3-3. 울산대학교 교목(51명)	13.7	31.4	37.3	11.8	5.9

현 울산대학교를 상징하는 요소들 중에 상징물을 제외하고는 대체로 인지도가 낮은 편이었다. 이는 구성원들의 인식도 문제이겠지만 그만큼 상징요소들이 강하게 부각되지 못했다고 볼 수도 있다.

문4. 본 대학의 미래상에 대해 어떻게 생각하십니까?

현재 문제점이 많으나 노력하면
발전할 것이다(71.5%)

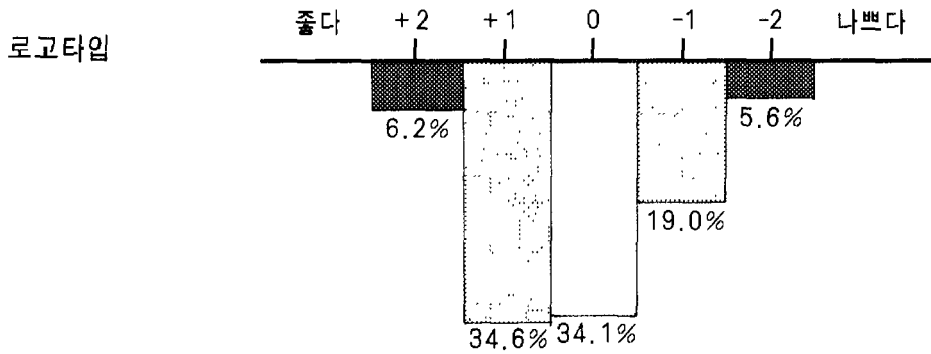
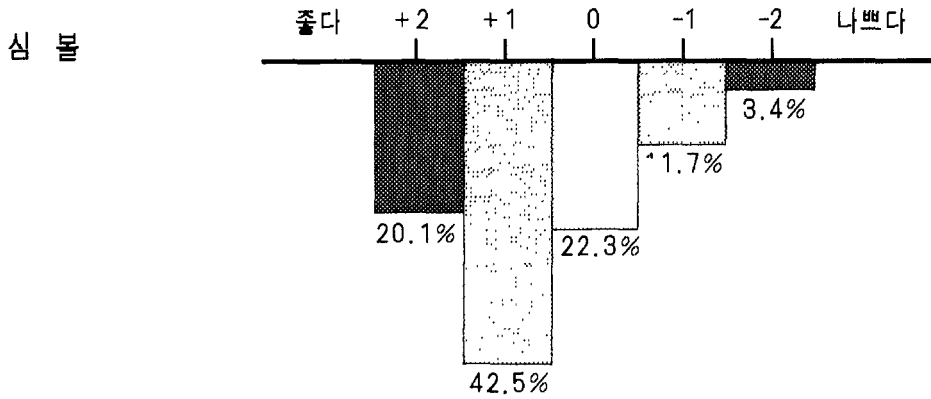


발전성이 크다고 생각한다(5.6%)
아주 비관적이다(2.8%)

조금 비관적이다(9.5%)

모르겠다(10.6%)

문5. 다음은 본 대학에서 현재 사용하고 있는 심볼마크와 로고타입입니다.
 이에 대한 귀하의 의견은 어떻습니까?



문6. 귀하는 건물위치 및 명칭을 알고 있습니까?

알고있다(+2)	19.6%
+1	36.3%
0	15.6%
-1	12.9%
모르고있다(-2)	15.6%

문7. 귀하는 용무가 있어 타 단과대학 및 행정실을 갈 경우 쉽게 찾아갑니까?

그렇다(+2)	13.4%
+1	18.4%
0	16.8%
-1	20.1%
아니다(-2)	31.3%

문8. 귀하는 타 건물을 찾아가는 경우 다음의 어느 경우입니까?
(외부, 내부 각 한가지만 답해 주십시오)

외부에서

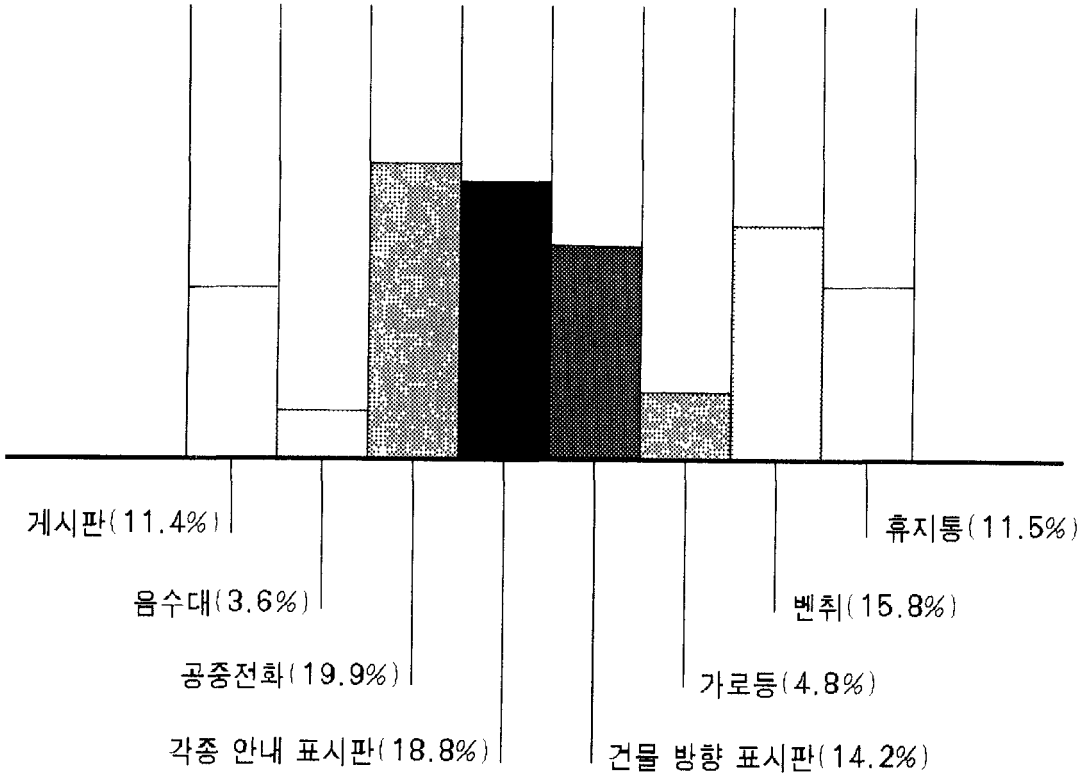
이미 알고 있다	19.0%
타인에게 물어 본다	49.2%
전화로 물어 본다	6.1%
수첩등에 있는 건물배치도를 참고한다	20.7%
도로의 건물방향 표지판을 보고 간다	5.0%

건물 내부에서

이미 알고 있다	12.2%
타인에게 물어 본다	27.4%
건물내의 층별 안내도를 본다	42.5%
건물내의 실명패(행정실 등)을 본다	17.9%

상기 문항들은 대부분이 사인류에 관한 것이다. 타 건물에 가는 경우 대개 쉽게 찾지 못하는 것을 알 수가 있고 타인에게 물어서 찾는 경우가 많아 외부 유도사인의 중요성과 필요성을 입증하고 있다.

문9. 교내에서 가장 필요하다고 생각되는 시설물은 무엇입니까?
(3가지만 표기 하십시오)



2.3 디자인 방향

2.3.1 심볼, 로고타입 및 심볼칼라

- 심볼

심볼마크는 본대학의 C.I.S.(Campus Identity system)의 기본요소로서 대학의 이미지를 표출하는 핵심상징물이다.

본대학의 개교이래 사용된 심볼마크는 상징동물인 기린(麒麟)을 양식화한 것으로서 설

문조사결과 인지도 및 선호도가 높게 나타났다. 기린은 용, 봉황, 거북과 함께 신령스런 동물(四靈)로 여겨왔으며 슬기와 재주가 뛰어난 사람을 기린아(麒麟兒)라고 부르는데 이는 탁월한 인재를 길러내는 대학의 교육목표에도 부합된다고 하겠다. 또한 대학의 전통과 권위의 표상으로 장식성도 있어 그 효용가치가 크다고 하겠다. 이에 본 연구에서는 울산대학교의 심볼마크로서 기존의 기린장(麒麟章)을 그대로 사용하되, 그 동안 사용하면서 문제시 되었던 상세함(detail)과 일관성(identity)에 대한 해결책으로서 기린장을 일정한 굵기의 線(line)으로 수정, 정리 하였다.

응용의 편의를 위하여 약장(略章 : logomark)을 개발하였는데 단순, 명쾌하며 현대적 감각을 지닌 형태가 되도록 하였다. 본 대학의 영문표기 'University of Ulsan'의 두문자(頭文字: initial letter) 인 U.O.U.를 기본으로, 뿔어가는 대학의 기상을 느끼도록 제작하였다. A, B의 두가지로 제작한 것은 로고타입과 조합(signature)을 이루는 경우, 상하 또는 좌우의 균형을 유지하기 위함이다.

- 로고타입

그동안 사용되어오던 校名(logotype)은 가독성, 심미성 등에 별다른 문제가 있다기보다는 C.I.관리운용지침(manual)이 없음으로 인하여 원고의 훼손 및 오용되는 경우가 많았다. 세로획에 달려있는 돌기(serif)부분의 훼손이 많았으며 자간(spacing) 또한 일정하게 사용되지 않았다.

국, 영문 로고타입은 동일한 디자인개념으로 장식성을 배제하고 가독성을 더욱 높여 단순함을 느낄 수 있도록 제작되었다. 로고타입의 특성을 너무 강조하다 보면 단기간내에 싫증을 느끼게 되는 단점이 나타나게 되는데 이를 고려하여 대학의 교명으로서 장기간 사용시에도 무리가 없도록 배려하였다. 가장 작은 규격으로 사용되는 경우(例: 명함)에도 사막힘 현상이 없도록 하였으며, 특히 문자 사이띄기(spacing)에 주의하여 제작되었다.

-심볼칼라

기존에 사용하고 있던 校色(symbol color)인 하늘색에 대해서는 설문조사결과 매우 낮은 인지율을 보였다. 더구나 인지하고 있는 사람들의 선호도에 있어서도 낮은 수치를 나타냈다.

교기에 대한 예상외의 낮은 인지도 등의 이유는 교색의 활용이 미진했던 점과, 인쇄물 등의 재현시 일관성없이 사용된 것이 원인이라 판단된다. 특히 색상은 개인적인 선호도가 큰 차이를 보이는 것으로, 교색 그자체가 좋다 나쁘다 보다는 색상이 갖는 의미성에 보다 비중을 두어야 할 것이다.

본 연구팀에서는 성장의 이미지를 표출하는 데에 용이한 살아있는 녹색(U.O.U. GREEN)을 교색(main color)으로 선정하였다. 이와함께 활용의 편의를 위하여 보조색(sub color)으로 회색(U.O.U. GRAY), 채도를 낮춘 노랑(U.O.U. YELLOW)을 선정하여, 전체적으로는 생동감을 느끼면서도 쉽게 식상하지 않는 세련된 배색이 되도록 하였다.

2.3.2 사인물

사인물(sign system)은 디자인 시스템으로서의 일관성(consistence)과 표준화(standard), 매뉴얼화(manual)가 무엇보다도 중요하다. 또한 사인의 기본 목적인 알기쉽고 눈에 띄는 조건을 만족시키더라도 주변환경을 고려하여야 하며, 특히 대상이 어떠한 성격을 내포하고 있느냐에 따라 적용시켜 주어야 한다. 사인물의 무분별한 사용은 오히려 정보전달 기능을 저해하며, 대학의 사인물은 일반 기업의 그것과는 당연히 성격을 달리하여야 하기 때문이다.

기존의 울산대학교 사인물은 하나의 모듈(module)에 의한 일관된 형태의 표준화가 이루어지지 못하고 그때 그때의 기성품을 사용하였다. 그 결과 건물이 착공되는 시기에 따라 각 건물들은 유행에 따른 각각의 특색(?)있는 사인물들이 설치, 사용되어 왔다. 또한 사인물에 사용하고 있는 문자, 픽토그램(pitogram), 칼라 등이 일관성 없이 사용됨으로써 정보전달의 기능을 충분히 수행하지 못하고 있는 실정이다.

본 연구에서는 모든 사인물의 표준화 및 일관성을 부여하기 위해 기본적인 단위(unit)가 되는 형태의 디자인이 필요하였고, 결국 여러 시안(試案)중 사각판의 양쪽 모서리를 잘라낸 형태로 결정하였다.

대학이라는 특수한 상황과 사용자의 대부분이 학생들이라는 점을 고려하여 내구성 있는 재료의 사용과 더불어 보수유지가 용이하게 제작되었다.

3. 結 論

금년은 본 대학의 개교 25주년이며 대학종합평가를 치르는 해로서 어느때보다 대학 구성원 모두의 합심의 노력이 필요한 시점이다. 또한 2000년대를 지향하는 장기발전계획을 수립하여 이를 착실히 실천하고 있는 시기에 본 대학의 C.I.도입은 의의가 크다고 하겠다.

이에 완성된 결과물을 적극적으로 활용함으로써 대학의 대내외적이미지를 고양시키는데 전구성원의 노력이 필요하다.

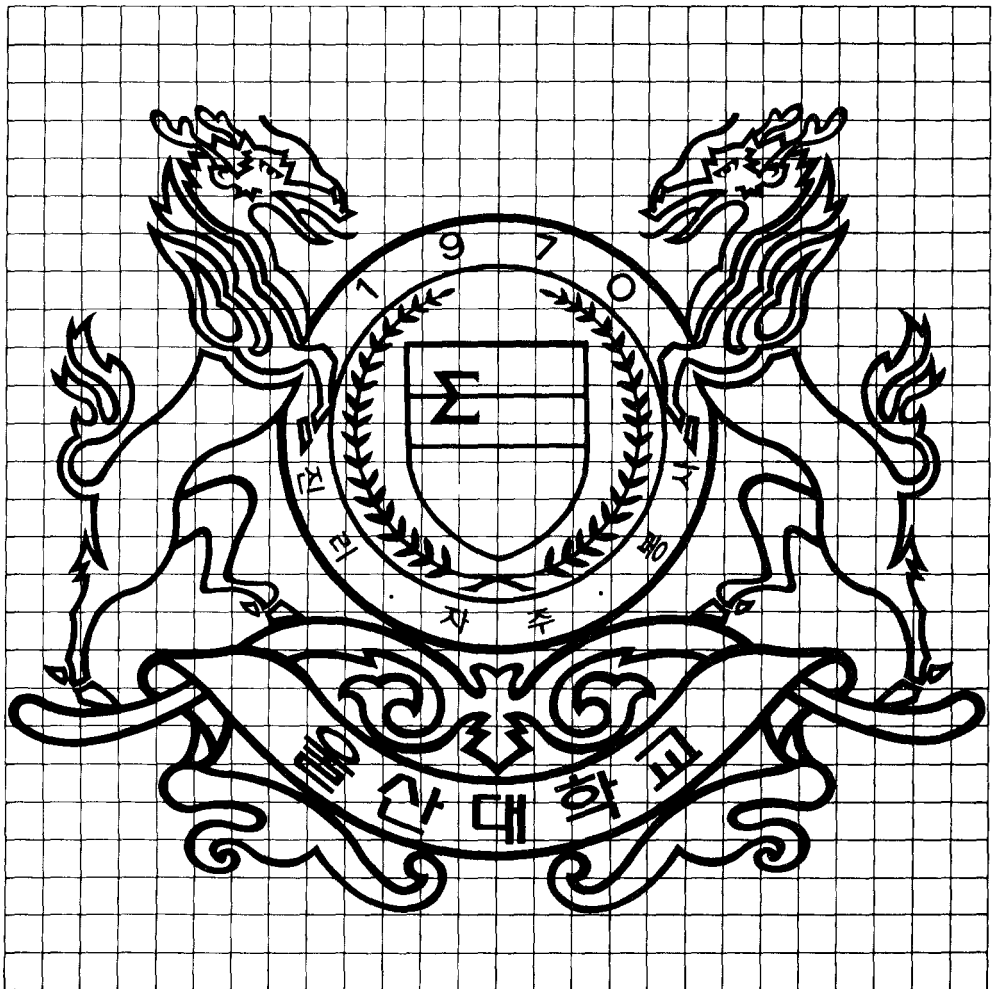
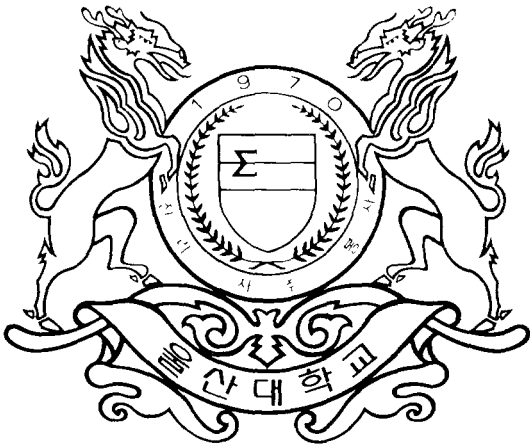
무릇 대부분의 C.I.도입의 성패는 심볼을 비롯한 시각적 성과물의 디자인 수준 이상으로 관리규정에 입각한 체계적이며 일관성있는 활용에 달려있다. 한정된 시간내의 제작으로 응용편에 있어서는 지속적인 보완이 필요하다고 생각된다.

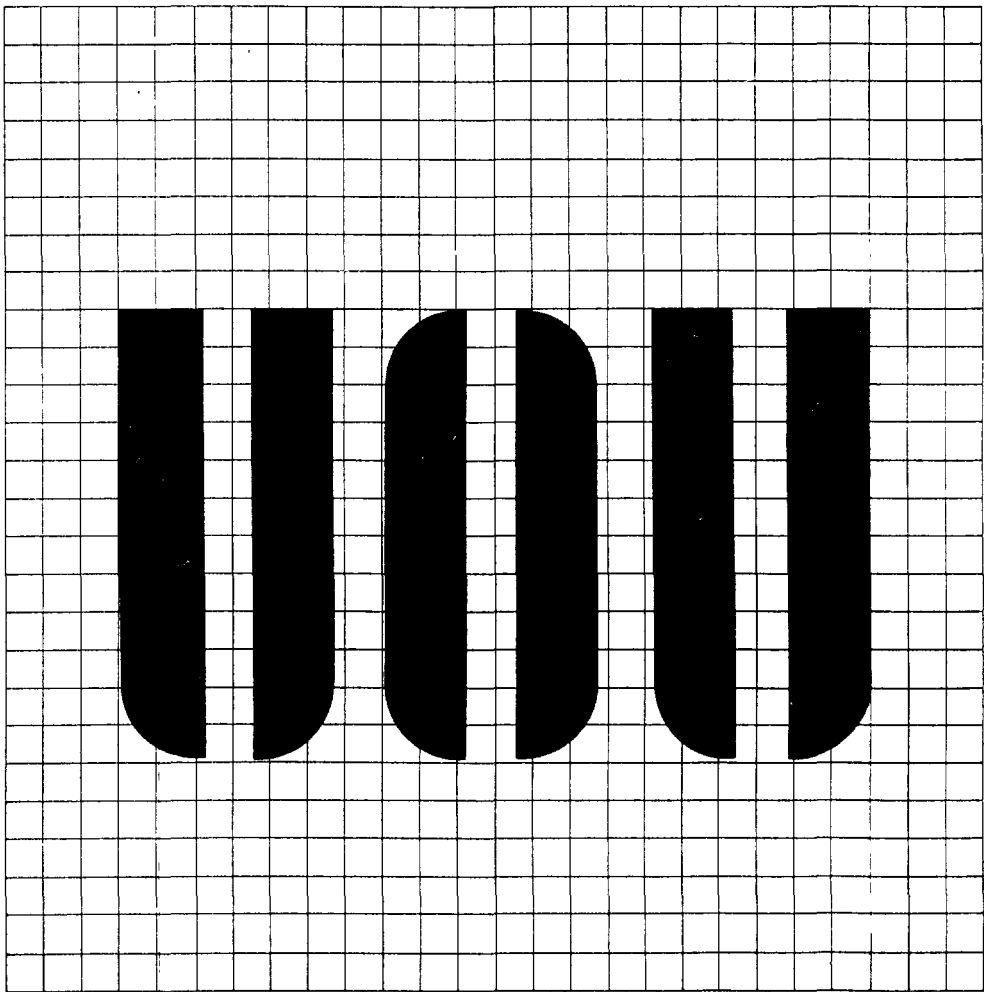
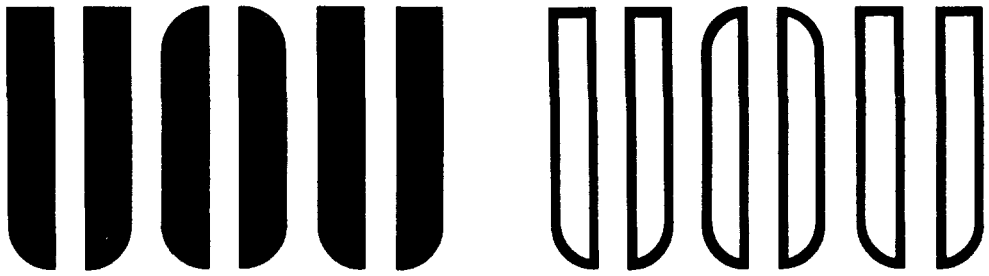
본 연구 결과가 울산대학교의 교육환경을 개선하고 쾌적한 면학분위기 조성에 일익을 담당키를 기대하는 바이다.

참 고 문 헌

1. David E. Center, 'AMERICAN Corporate Identity /3, Art Direction Book Commanpy, 1989.
2. Yukio Ota, 'PICTOGRAM DESIGN', Kashiwashobo, 1989.
3. Sumiwo Hasegawa, 'JAPAN's TRADE MARK 3', Graphic-sha, 1989.

4. Takenobu Igarashi, 'World Trade Mark & Logotype III', Graphic-sha, 1991.
5. Y. Kuwayama, 'Logotype of the World 2', Kashiwashobo, 1989.
6. Sign Communication Publishing Committee, 'SIGN COMMUNICATION ', Kashiwashobo, 1989.
7. Yukio Ota and Osami Sakano, 'SIGN COMMUNICATION 2 ', Kashiwa Bijutsu, 1993.
8. Naoki Mukoda, 'Street Furniture', Bijutsu Shuppan-sha, 1990.
9. 다카야시 마사토, '도설 심볼 디자인', 교문사, 1988.
10. 일본능률협회, 'C.I전략실무', 올기업문화연구원, 1993.
11. 손혜민 옮김, 'NEW DECOMAS C.I.B.I를 통한 신경영전략', NEW DECOMAS 위원회 편저, 디자인 하우스, 1994.
12. 채수명, '디자인 마케팅', 도서출판 국제, 1994.
13. '조직체의 개성', 시각문화사, 1984.
14. '경영전략으로서의 디자인', 시각문화사, 1979.
15. '세계의 로고타입', 시각문화사, 1979.
16. 전동훈 역, '환경건축 도시디자인', 기문당, 1989.
17. '월간 디자인', 92.7. 93.8, 12. 94.10, 12. 95.1





울산대학교

UNIVERSITY OF ULSAN

학교법인 울산공업학원

울산대학교

학교법인
울산공업학원

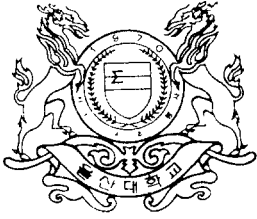
울산대학교



울산대학교



울산대학교
UNIVERSITY OF ULSAN

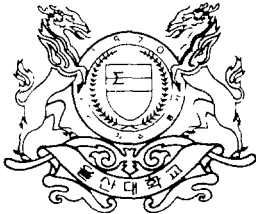


울산대학교



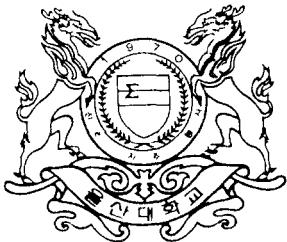
울산대학교

UNIVERSITY OF ULSAN



학교법인 울산공업학원

울산대학교



울산대학교

680-749 경남 울산시 남구 무거동 산29번지
울산우체국사서함 18호 · (0522) 77-3101~10

UIU
울산대학교

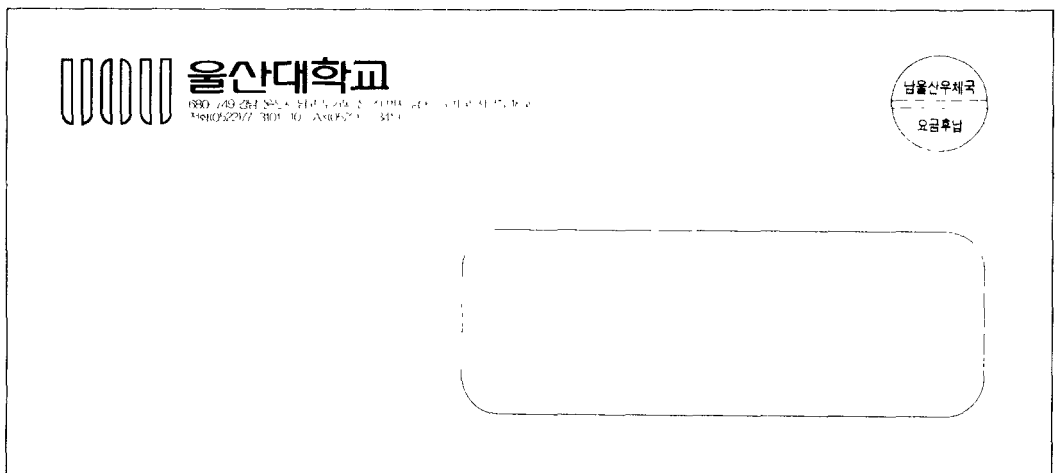
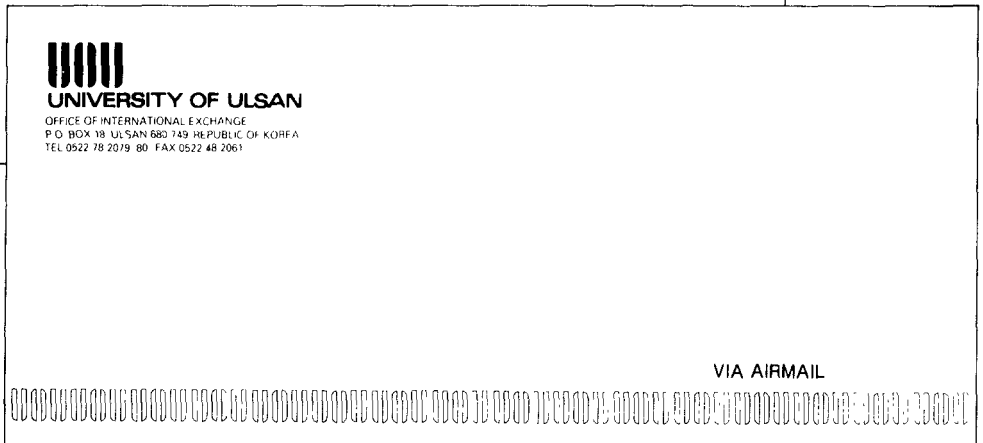
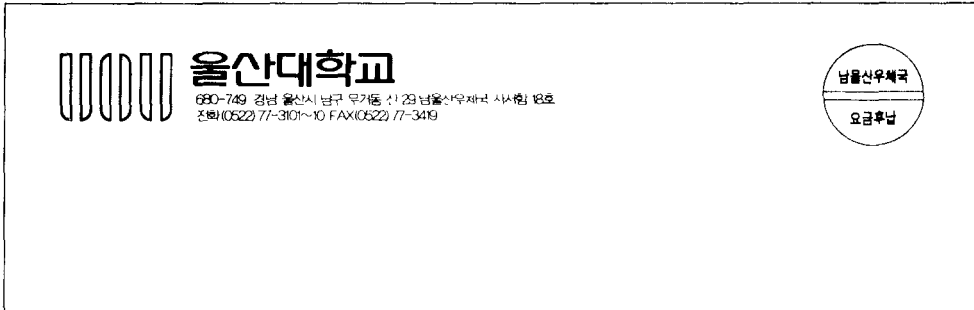
UIU
울산대학교
UNIVERSITY OF ULSAN

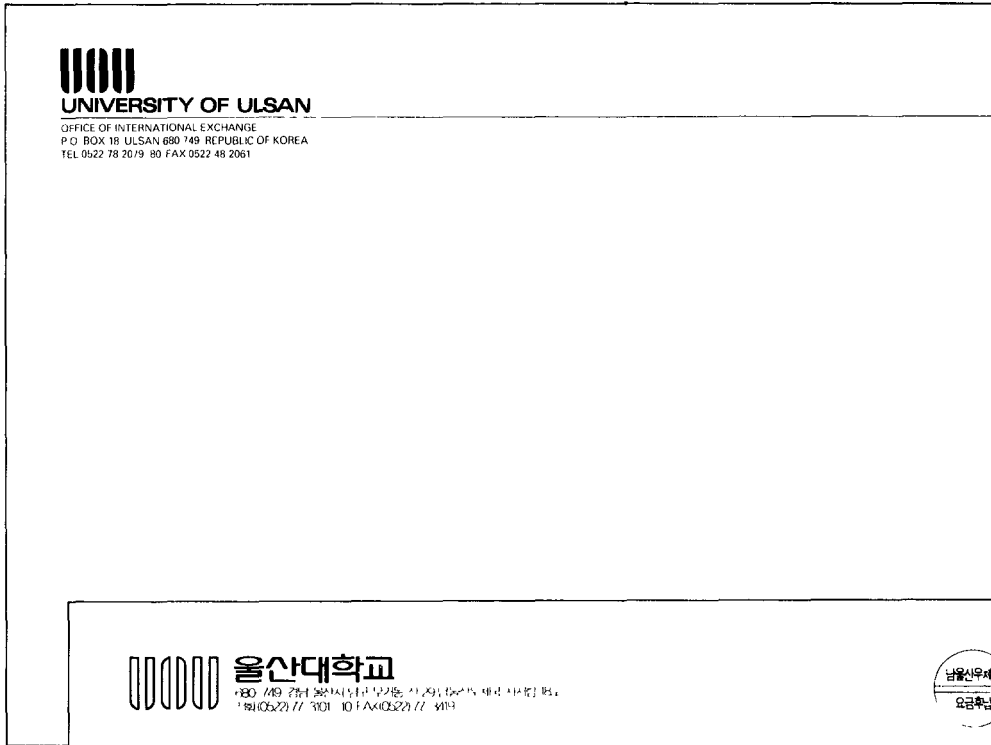
UIU
UNIVERSITY OF ULSAN



680-749 경남 울산시 남구 무거동 산 29 남울산우체국 사서함 18호
 전화(0522)77-3101~10, FAX(0522)77-3419



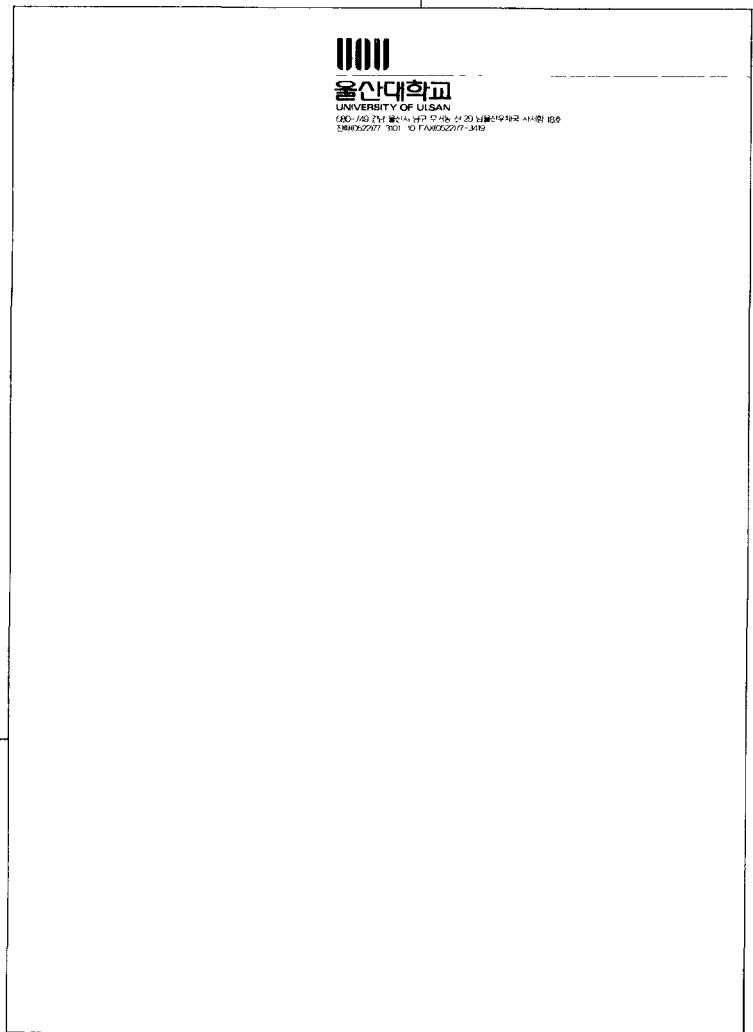
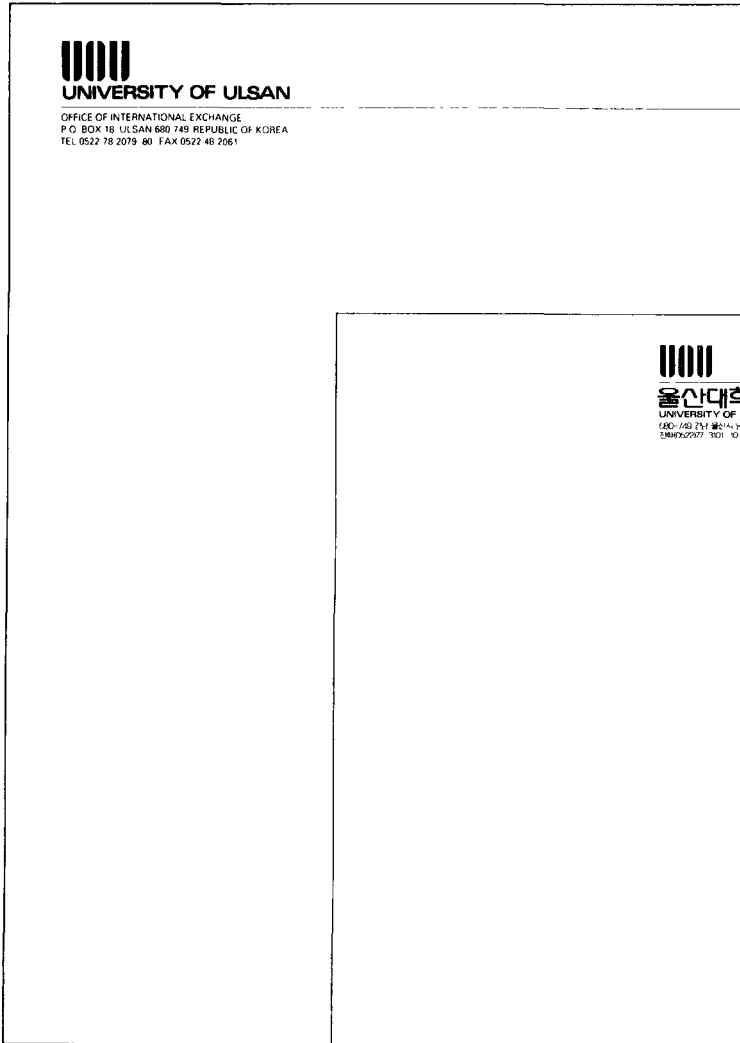


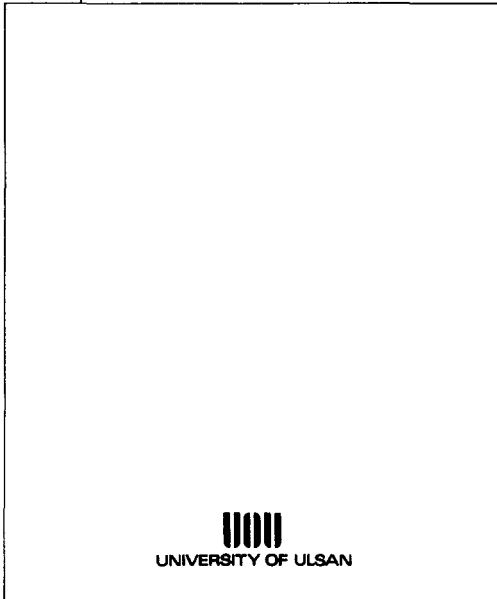
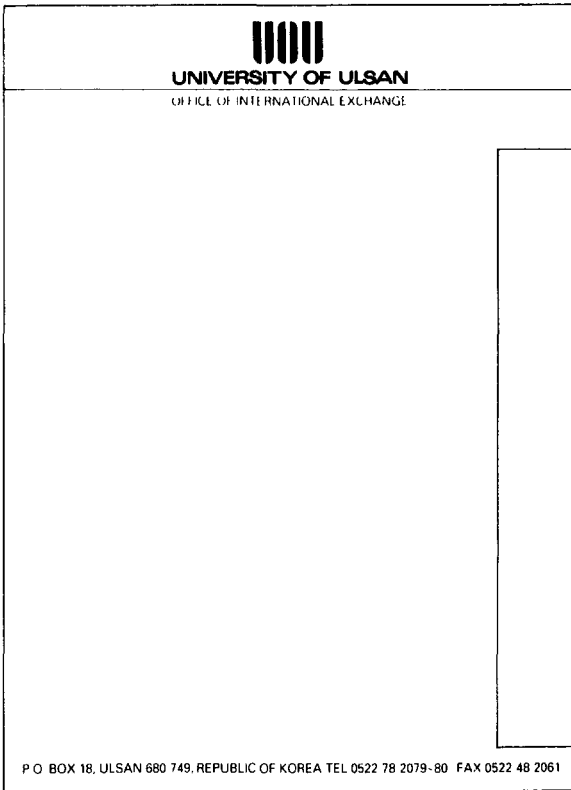
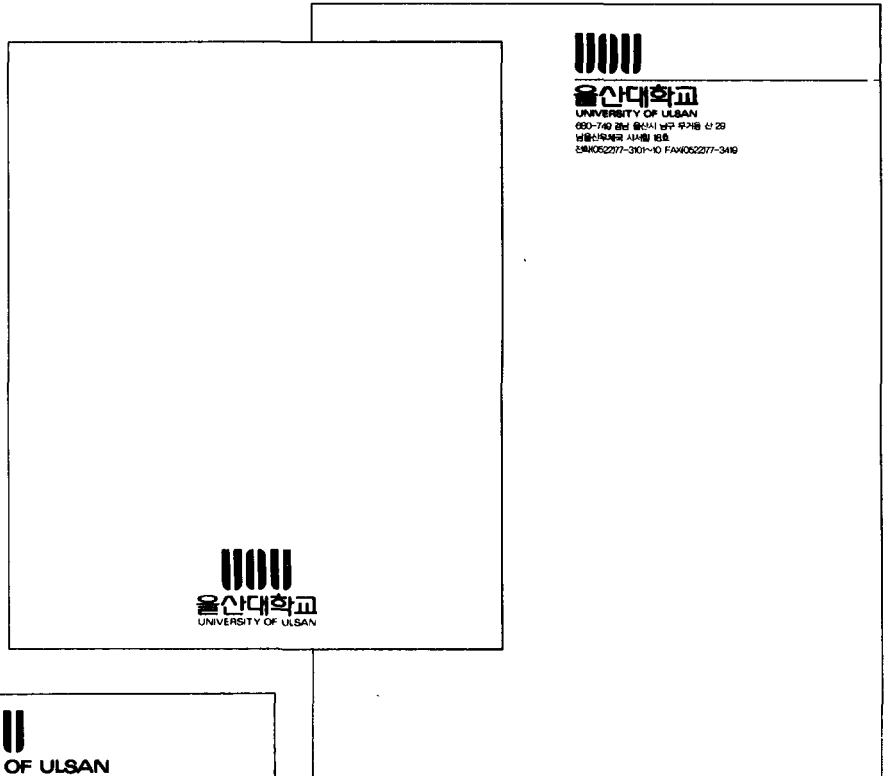


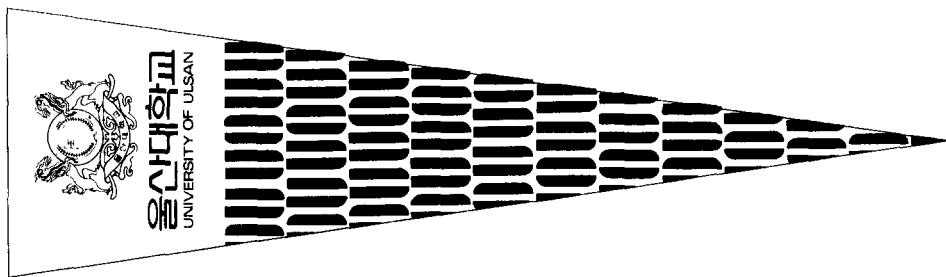
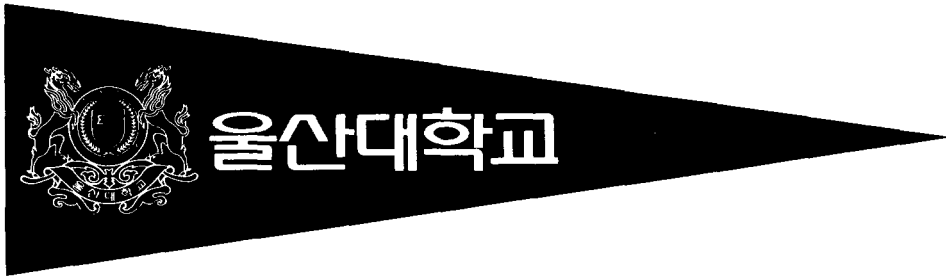
울산대학교
 430 / 49 경천로 울산광역시 울주군 신안읍 울산대학교 사설 우체국
 TEL 0522 / 78 2079 80 FAX 0522 / 48 2061

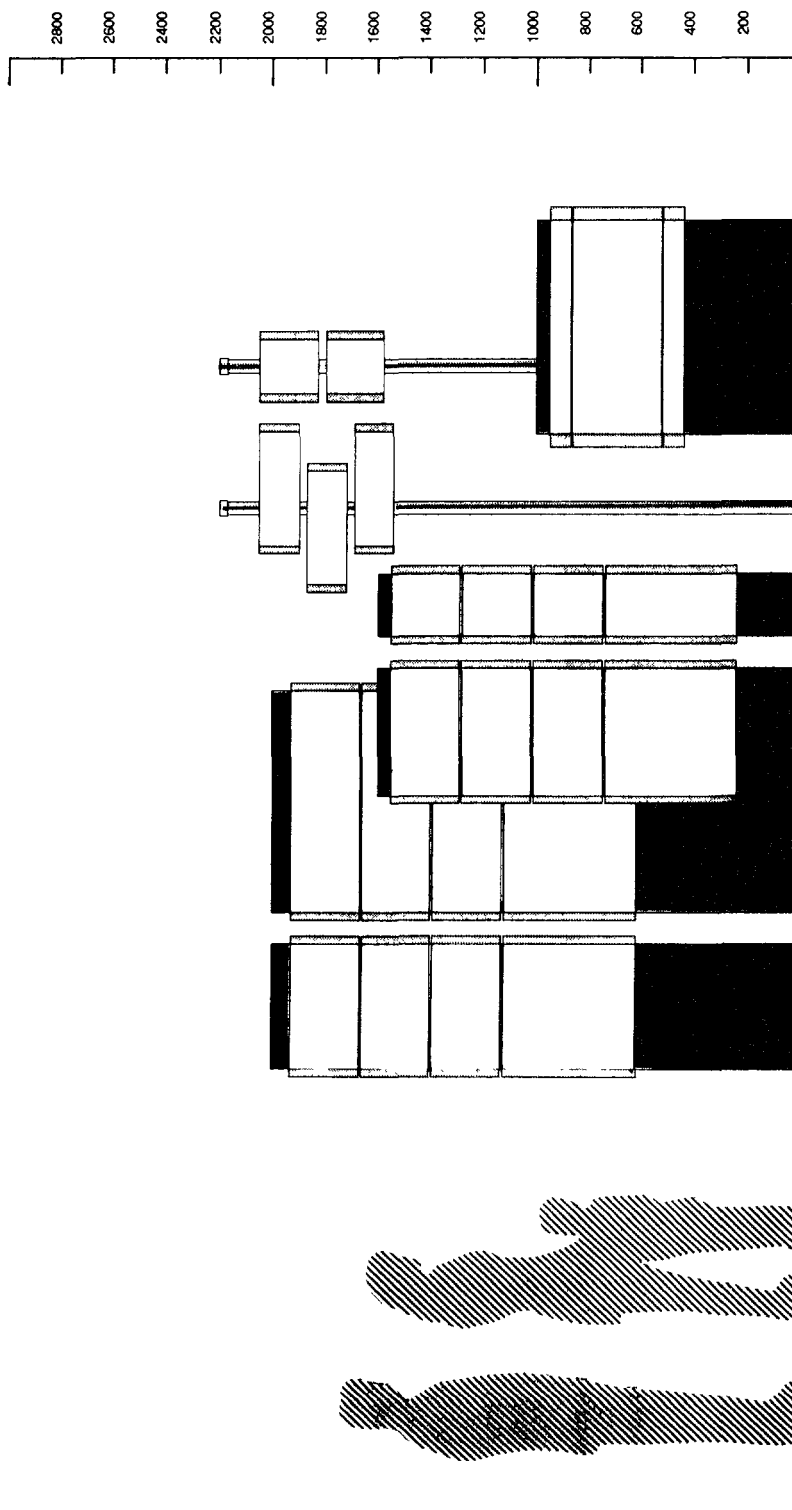
남울신우사국
요금환납

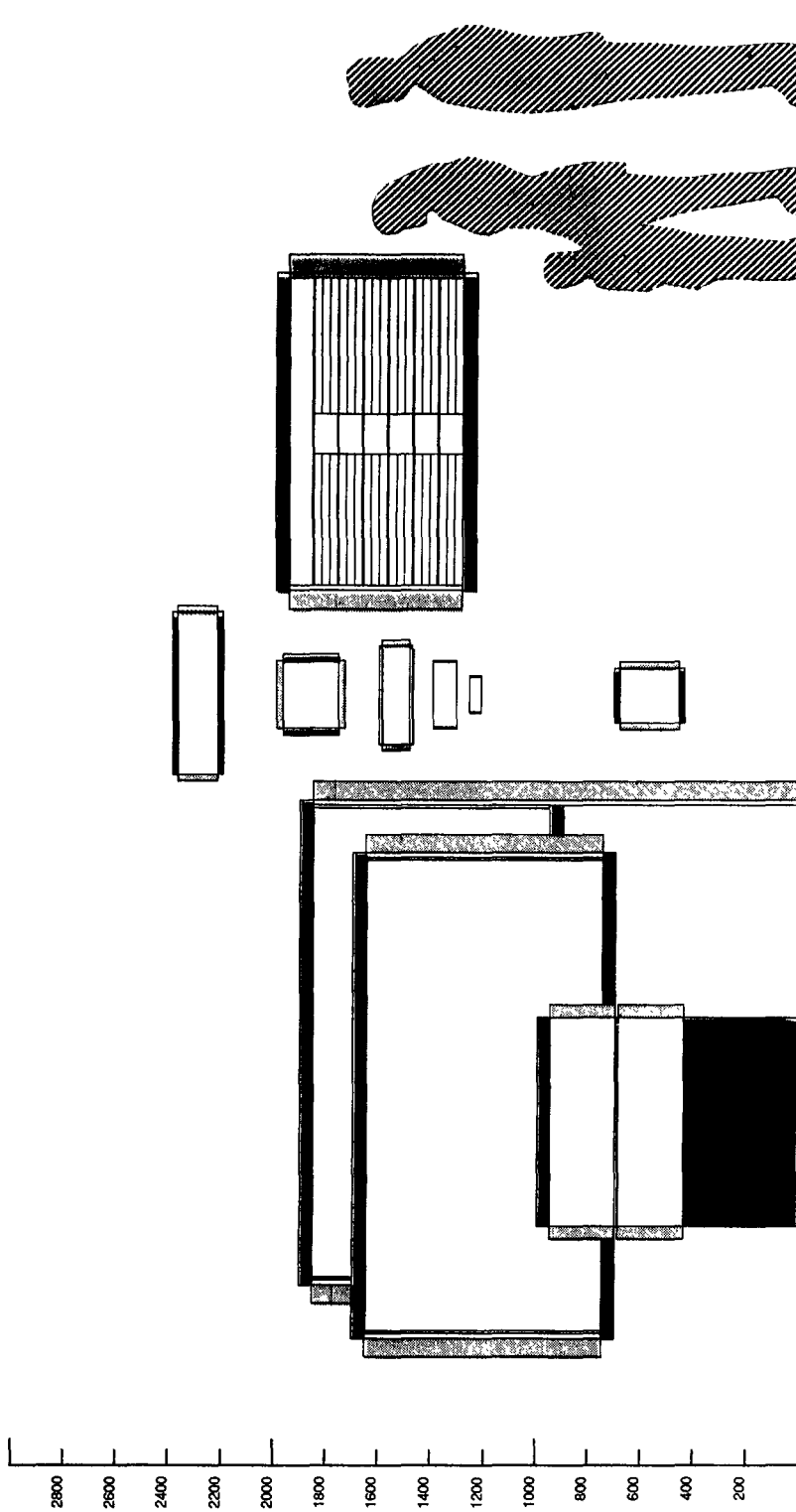
발신	수신	□□□-□□□
발신	수신	□□□-□□□
발신	수신	□□□-□□□
발신	수신	□□□-□□□

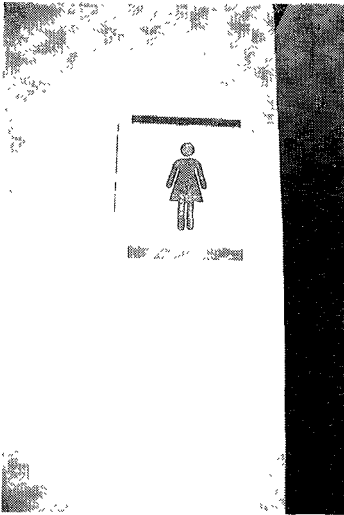
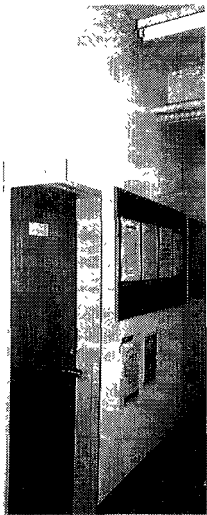
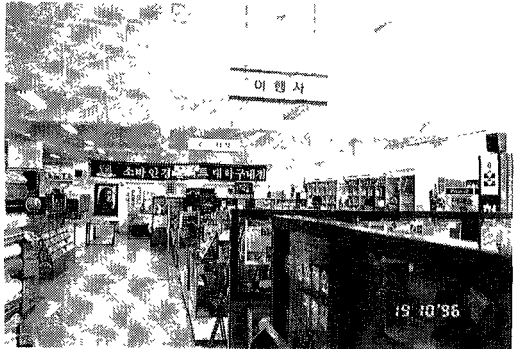
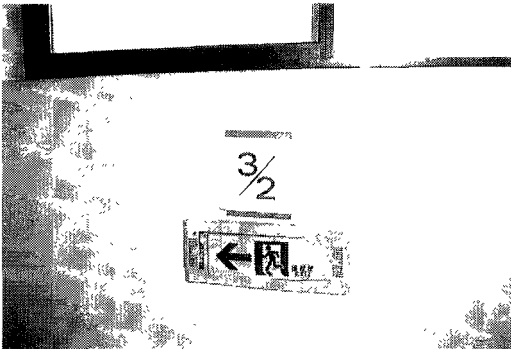
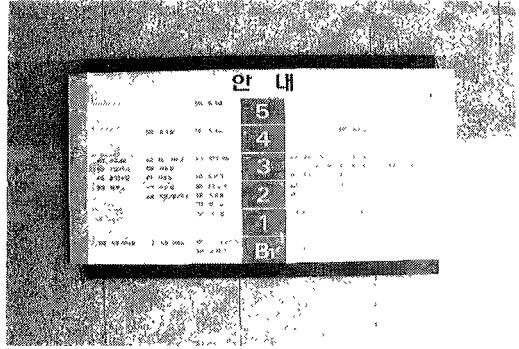












54

54