

세계 유명대학 UI의 상징성 연구

A Study of The world famous university's UI symbolic

뢰 우 홍, 노 황 우

한밭대학교 대학원 시각디자인학과

Lei Yu-hong, Noh Hwangwoo

Hanbat national university

요약

중국 대학의 글로벌화 및 경쟁력 강화를 위하여 새로운 UI 적용 및 자료 활용 방안으로 본 연구를 하고자 한다. 중국대학의 심볼타입을 보면 비교적 원형의 심볼과 단색, 중국문자의 특징 중에 하나인 상형문자를 이용하여 대학의 심볼을 나타낸 경우가 많았다. 이를 더 발전시키기 위해서는 새로운 UI 적용 시 기존의 형식에서 벗어난 학교, 문화, 역사에 맞는 상징물과 소재를 사용하며, 색상을 단색보다 다양하게 사용한다면 현재보다 더욱 글로벌화 된 모습을 표현 할 수 있다.

I. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

무한경쟁 사회 속에서 대학은 생존을 위해 타 대학과의 브랜드 경쟁을 마다하지 않고 있다. 또한 현 시대보다 미래 지향적인 모습과 정체성을 보이지 못한다면 소비자인 학생에게 외면당해 도태되어 버리는 상황에 처해있다. 중국 대학의 글로벌화 및 경쟁력 강화를 위하여 새로운 UI 적용 및 자료 활용 방안으로 본 연구를 하고자 한다.

1.2 연구의 방법 및 범위

본 연구의 방법은 Web(site)를 통해 조사하고 전 세계 100대 대학로고를 연구대상으로 한다. UI의 심볼타입, 상징물과 형태, 소재, 색상으로 분류하여 연구한다.

II. 본론

2.1 UI 디자인이란?

UI (university identity)는 CI의 개념에 기초를 두고 대학을 대표하는 심볼 마크, 로고타입, 색상, 서체 등의 모든 시각적 요소를 단일화된 이미지로 통일하는 과정이다.¹⁾

UI의 구성요소는 크게 마음(MI: Mind Identity), 행동(BI: Behavior Identity), 시각(VI: Visual Identity)으로 이루어진다. MI는 사상체계 시스템, BI는 행동체계 시스템, VI는 표현체계 시스템으로 이 세 가지 구성 요소는 조직

의 가치, 이념, 철학, 기대사항, 목표를 담은 UI를 만드는 데 상호 소통하며 영향을 미친다.²⁾

2.2 세계 100대 대학로고

세계 100대 대학로고 출처는 영국의 글로벌 대학교육 전문매체인 THE (Times Higher Education)이다. THE는 1971년부터 유럽·미국 등 세계의 대학과 고등교육 정책을 다뤄온 교육전문매체로 영국 더 타임스의 관계사였으나 현재 독립한 상태로 세계 대학평가, 대학 평판도 평가 등을 시행하고 있다.

2013년도 선정된 100대 대학에는 총 15개 나라 들어 있으며, 미국이 46%로 1위를 점유하고 있고 영국과 네덜란드는 10%, 8%로 2위, 3위에 차지하고 있다. 한국은 3%를 7위에 차지하고 있으며 중국은 2%로 10위이다.

2.3 UI의 심볼타입 분석

표 1. 심볼마크의 유형

구분	Picture Mark 형	Picture+ Letter 형	Letter+Mark 형	
특징	장점	독창성, 차별화 효과가 높음. 규모감 강화의 효과	차별화 효과가 높음. Communication 효과가 높음	높은 커뮤니케이션 효과 언어적 의미 전달 효과 높음
	단점	심볼만 활용시 의미 전달 낮음. Communication 효과 미흡	규모감 약화의 우려. Picture형에 비해 신뢰도 미흡	임팩트 효과 미흡. 독창성, 차별화 효과 미흡

1) 윤치호, 대학의 정체성을 효율적으로 알리기 위한 UI (University identity)연구, P8, 2010.2

2) 윤치호, 대학의 정체성을 효율적으로 알리기 위한 UI (University identity)연구, P23, 2010.2

형상	그림 개념에 많이 사용 유럽 및 과거국내에서 주로 사용	새로운 사업군에 많이 사용. 아시아지역에서 주로 사용	첨단 산업군에 많이 사용. 미주지역에서 주로 사용
비율	22%	73%	5%

세계 100대 대학 로고분석을 통해 UI의 심볼타입 분류했다.

“picture+letter형”은 73%로 제일 큰 비율로 차지하고 있다. “picture mark형”은 22%이며 “letter mark형”은 5%이다.

2.4 UI의 상징물에 따른 분석

표 2. 상징물에 따른 분류

상징	의미	비율
책	지식의 상징	29 %
방패	정의와 용기, 영광과 우아함	33 %
별	지식의 범위 넓음	19 %
교훈	학교의 이념	39 %
햇불	생명력을 상징함	5 %
개교일	오래된 역사	15 %
화환	완벽함과 승리	4 %

UI의 상징물을 분류해보면 책, 방패, 교훈 등이 높은 비율을 차지하고 있다. 별, 개교일이 15%와 16%로 가장 많이 차지하고 있으며, 햇불, 화환은 비교적 적은 비율을 차지하고 있다.

2.5 UI의 형태에 따른 분석

표 3. 형태에 따른 분류

구분	원형		사각형		방패형	기타	합계
	정원	타원	정사각	직사각			
비율	29%	5%	5%	21%	20%	20%	100%

형태는 원형, 사각형, 방패형, 기타로 분류했는데, 원형은 34%정도로 가장 많이 차지하고 있고 다른 형태들은 비슷한 비율을 보였다.

2.6 UI의 상징물 소재에 따른 분석

표 4. 상징물 소재에 따른 분류

구분	동물	인물	식물	기타
사례	호랑이, 기린, 사자...	학교출신 위인, 학교창립자	소나무, 꽃, 물...	건물, 문양...
비율	15%	8%	8%	53%

소재는 동물, 인물, 식물, 기타로 분류했다. 그 나라의 문

화, 기후, 학교의 역사 등에 따라 다양한 소재를 사용했음을 알 수 있었다.

2.7 UI의 색상에 의한 분석

표 5. 색상에 의한 분류

분류	상세내용			합계
	적색 3%	청색 7%	자색 6%	
단일색	녹색 1%	황색 1%	흑색 10%	28%
2색	흑색+황색: 3% 적색+황색: 1% 황색+청색: 6% 적색+회색: 1% 흑색+흰색: 3% 청색+흑색: 2% 청색+흰색: 2% 흰색+자색: 1% 흰색+적색: 3% 적색+흑색: 2% 녹색+파란색: 2% 흑색+회색: 2% 흑색+청색: 2% 청색+회색: 1%			31%
3색 이상	흑색, 청색, 자색, 녹색, 황색, 적색.....			41%

색상은 단색, 2색, 3색 이상으로 분류했다. 분류결과 3색이상의 비율이 제일 높았다. 단색과 2색은 차지하는 비율이 비슷했으며, 단색 중에는 흑색 비율이 제일 높았다.

Ⅲ. 결론

세계 유명 100대 대학의 UI 분석을 통해 특징을 찾을 수 있었는데, “picture+letter형”이 가장 많이 사용되었으며, 상징물 중에서는 책, 방패, 교훈 등이 높은 비율을 차지하고 있었다. 형태는 대부분이 원형을 사용하였고, 소재는 국가, 문화, 기후, 역사 등에 따라 여러 가지 소재가 사용되고 있었다. 색상은 3색이상의 다색을 주로 사용하였다.

중국대학의 심볼타입을 보면 비교적 원형의 심볼과 단색, 중국문자의 특징 중에 하나인 상형문자를 이용하여 대학의 심볼을 나타낸 경우가 많았다. 이를 더 보강하여 새로운 UI 적용 시 기존의 형식에서 “Picture+Letter” 형식을 사용하고, 학교, 문화, 역사에 맞는 상징물과 소재의 사용하며, 색상을 단색에서 다색으로 다양하게 사용하게 된다면 현재보다 더욱 글로벌화 된 모습으로 표현할 수 있다고 생각한다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 윤치호 “대학의 정체성을 효율적으로 알리기 위한 UI(University identity)연구”, 2010.
- [2] www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2013-14/world-ranking