

U.I.의 개념 및 제작에 관한 고찰

-서울산업대학교 U.I. 매뉴얼을 중심으로-

Conception and Design of U.I.

-U.I. Manual of Seoul National University of Technology-

전양덕(Yang-duk, Jun)

서울산업대학교 시각디자인학과

1. 서언

2. U.I.의 이론적 배경

- 2-1. 아이덴티티의 개념
- 2-2. 아이덴티티의 다양성 및 특성

3. U.I. 컨셉트의 배경 및 외국의 사례

- 3-1. 디자인 컨셉트의 배경
- 3-2. 외국대학의 사례

4. U.I. 매뉴얼의 제작

- 4-1. 기본편(Basic System)
- 4-2. 응용편(Application System)

5. 결어

참고문헌

(要約)

영국의 산업혁명에서 태동되어 유럽 각국으로 급속히 보급, 발전된 새로운 조형예술의 개념 즉, 디자인운동은, 제2차 세계대전 이후 더욱 발달된 산업기술과 국제화시대로 인하여 보다 새로운 국면을 맞이하게 되었다.

기업의 다양화, 전문화 그리고 국제화 등과 함께 등장한 디자인에 있어서의 아이덴티티의 개념은 모든 시각표시물의 표준화라는 작업을 통하여 그 결과가 나타나게 되었고, 또한 이러한 개념은 상품판매에 의한 이윤의 극대화를 목표로 하고 있는 기업에서 뿐만 아니라 국가기관이나 학교, 병원 또는 각종 종교단체 등과 같은 공공기관 및 단체에서도 도입하여 적극 활용하고 있는 실정이다.

1910년 개교한 이래 90여년이라는 역사와 전통을 갖고 있는 서울산업대학교는 그동안 여러 가지 교명의 변경과 함께 주변환경과 시대적 특성에 맞는 나름대로의 시각표시물을 사용해왔으나, 1998년 학교 영문명칭의 변경으로 인하여 새로운 도약의 계기를 맞게 되었다. 그러므로 이에 따른 새로운 이미지의 표방과 함께 U.I.(University Identification)라는 개념을 정식으로 도입하여 최초로 매뉴얼을 제작하게 되었으며 이는 시대적 추세에 의한 필연적 결과라 할 수 있다.

(Abstract)

Started from the Industrial Revolution in England, the design movement, the concept of plastic arts is spread and developed in many European countries. It meets new phase due to the much more developed industrial techniques and internationalized era since the World War II.

The concept of identity in design appeared with industrial diversification, specialization, and inter-nationalization comes out through every visual identification standards. And the concept is used in public facilities and groups such as national institutions, schools, hospitals, or lots of religious bodies, as well as in industries to aim at the most profit from products' sale.

Since the opening of Seoul National University of Technology in 1910, the university which has long history and tradition of about 90 years has used the unique visual identification in changing the University name to meet with the surrounding environment and the timely characteristics. However, the English name for the University was changed in 1998, so the new era to leap was open. Therefore, the University introduced formally the concept of U. I. (University Identification) with the new image. It is an inevitable outcome of modern time.

(Keyword)

U.I., V.I.S., C.I.P.

1. 서언

인간에 의한 재창조 활동의 일환이라 할 수 있는 넓은 범위의 시각표시물은 그 시대적 또는 사회적 경향이나 특성으로부터 영향을 받으면서 그 안에 내재되어 있는 미(美)를 표출해오고 있다. 예를 들면 원시인들의 동굴벽화를 통해서는 수렵행위가 그 당시 생활양식의 주축이었음을 알 수 있으며, 또한 고대 그리스나 로마시대로부터 중세유럽의 르네상스 시대에 이르기까지의 온갖 미술품 또는 조형물을 통해서는 그 당시의 종교가 인간에게 얼마나 막대한 영향을 끼쳐 왔는지를 알 수가 있고, 더욱이 산업혁명 이후 태동한 디자인은 초기산업사회, 자본주의사회 그리고 자유민주주의사회로 이어지는 일련의 사회적 변화를 나타내 주고 있으며, 특히 20세기 이후 고도산업사회의 발달과 함께 눈부신 발전을 거듭해오고 있는 광고디자인과 최첨단 컴퓨터기술에 의한 컴퓨터그래픽스 또는 컴퓨터애니메이션은 현대사회의 대표적 시각표시물이라 할 수 있다.

이와 같이 인간들은 그가 생활하고 있는 여러 가지 주위의 환경들과 필연적인 관계를 맺으면서 존재하고 있고, 또한 공공기관이나 기업과 같은 법인(法人)들도 역시 사회의 문화나 정치, 경제 등 여러 가지 주위의 요소들과 유기적이며 상호 의존적인 관계를 유지하면서 지속적인 변화를 하고 있는 것이다. 특히 오늘날과 같이 급변하는 주위환경의 변화는 공공기관이나 기업과 같은 각종 법인들로 하여금 새로운 가치관을 추구하지 않을 수 없게 하고 있으며, 바로 이러한 측면에서 고도로 산업화된 시대의 시각표시물은 새로운 문화의 형성과 함께 통합된 새로운 이미지의 특성을 표현하여 전달하는 이른바 시각표시물의 표준화(표준화)를 창출하지 않으면 안될 상황에 놓이게 된 것이다. 이와 같은 V.I.S.는 현대산업사회에서 정보의 전달효과를 갖고 있는 것이 아니라 법인간(間)의 식별화(識別化; identity)와 함께 다양한 문화적 가치의 제고에도 일익을 담당하고 있으며 특히 기업체의 경우에는 더욱 중요한 의미를 부여할 수 있다.

고도의 산업사회가 가속화되어짐에 따라 학문의 산실인 대학의 이미지도 점차 나름대로의 개성을 갖게 되었으며, 이는 유구한 전통과 함께 자유민주주의 의식이 일찍부터 뿌리내린 미국을 비롯한 유럽을 중심으로하여 그 결과가 시각표시물의 표준화로 나타나게 되었다. 물론 유럽의 중세시대부터 이미 사용했던 문장(紋章)의 영향을 받아 대학에서도 이와 유사한 형태의 심볼(symbol)을 그 전부터 사용해 오긴 했으나 보다 엄격한 의미의 디자인되어진 시각표시물을 사용하게 된 것은 20세기 중반부터 기업에서 C.I.P.(corporate identity program)의 개념을 도입하게된 이후부터라고 보는 것이 타당할 것이다.

우리나라 대학의 경우 해방이후 밀려온 미국문화의 도입과 함께 대학의 새로운 국면을 맞이하긴 했으나 그 정신적 골격은 일제의 잔재에서 미처 벗어나지 못한채 6.25동란이라는 민족의 참상을 겪게 되었고, 이로 말미암아 대학발전의 토양이 되어주어야 할 기업문화는 1970년대 와서야 겨우 자리를

잡게 된 것이다. 이는 또한 우리나라 디자인의 역사와도 일맥상통하는 것으로서, 일제식민지시대에서의 일부 왜곡된 자아도피적인 순수예술 지상주의의 사고방식은 1970년대 기업의 고도성장과 함께 디자인이라는 새로운 장르가 자리잡게 될 때까지 우리나라 미술의 주된 역할을 담당해왔던 것이며, 오늘날까지도 그러한 잔재가 미술, 음악 등의 분야에 어느 정도 남아있음을 볼 수 있는 것이다.

이러한 상황에서 가장 고상한 상아탑인 대학에서 디자인이라는 새로운 개념을 앞장서 도입한다는 것은 당연히 어려운 일이었겠으나, 1970년대 기업에서의 C.I.P. 개념의 도입을 계기로하여 1980년대 들어와서는 우리나라 대학에서도 몇몇 선각자들에 의하여 디자인의 개념을 도입하기에 이르렀고 현재는 많은 대학에서 이를 도입하여 활용하고 있는 실정이다. 따라서 본 서울산업대학교 U.I. 매뉴얼을 중심으로한 고찰을 통하여 U.I.의 올바른 이해와 함께 대학발전의 길을 모색해 보기로 한다.

2. U.I.의 이론적 배경

2-1. 아이덴티티의 개념

U.I.(university identity)란 말뜻 그대로 대학에서 사용하는 모든 시각표시물의 표준화 즉, V.I.S.를 의미하며, V.I.S.는 보다 넓은 범위의 공공기관이나 기업 등의 모든 시각표시물을 분명하고 객관적인 디자인 컨셉트(concept)에 의해 표준화하는 것을 의미한다. 이와 유사한 용어로는 C.I.P.라는 것과 함께 최근에는 C.I.(city identity), G.I.(group identity), H.I.(hospital identity), N.I.(national identity) P.I.(personal identity, president identity) 등 구체적으로 구분하여 사용하기도 한다. 그러나 보다 엄밀하게 용어를 말한다면 기업실체를 의미하는 C.I.(corporate identity)는 이념실체를 의미하는 M.I.(mind identity)와 행동실체를 의미하는 B.I. (behavior identity) 그리고 시각적 실체를 의미하는 V.I.(visual identity) 등으로 구성되어지며 이들로 인하여 정확한 식별화(識別化)가 이루어졌을 때 이를 기업식별화(C.I.; corporate identification)라 한다.²⁾

그러나 통상 C.I.(corporate identity)는 기업이미지의 통일화를 의미하며 주로 시각적인 방법에 의존한다는 점에서 비주얼 코퍼레이트 아이덴티티(visual corporate identity)라고도 한다. 또한 일반적으로 기업의 새로운 이미지나 커뮤니케이션 시스템을 의도적 또는 계획적으로 만들어내는 경영전략을 의미하기도 하는데 이는 1950년대 미국의 IBM사에서 시도한 것이 계기가 되어 1960년 이래 세계 각국에서 붐이 일기 시작했다.³⁾

이와같이 U.I.라는 용어는 대학에서의 표준화된 시각표시물을 의미하는 것으로서 초기에는 C.I.라는 개념보다는 오히려 V.I.의 개념에 더 가까웠다. 그러나 최근 소위 IMF사태로 인하여 기업에서뿐만 아니라 대학에서도 자구책의 일환으로 추진하고 있는 U.I. 작업은 이념실체까지 망라한 진정한 의미의 C.I.라고 보아도 무방할 것이다.

1) 시각표시물의 표준화(視覺表示物的 標準化); V.I.S.
(visual identification standards)

2) 김원수, 광고학개론, 경문사, 1990, pp.25-26.

3) 박선의, 디자인사전, 미진사, 1990, p.174.

2-2. 아이덴티티의 다양성 및 특성

U.I.를 포함한 넓은 의미의 V.I. 또는 C.I.를 나타내는 각국의 다양한 용어들은 그곳 산업에 대한 시각이나 기업의 발달과정 등 경제적, 사회적 여건에 의해 형성되었으며, 또한 나름대로의 독특한 특성을 지니고 있는데 이러한 용어들을 통해 각 지역(영국, 프랑스, 일본, 미국)의 특수성을 살펴 보면 다음과 같다.

영국에서의 하우스 스타일(house style)은 비주얼 아이덴티티 프로그램이란 용어를 함축적으로 표현한 것으로서, 과거에는 직관적이고 비정형적인 특징 몇가지가 묵시적으로 사용되어 왔으나 현재는 신중하게 계획되고 매뉴얼로 관리되는 등 디자인적인 측면에서 통일성과 논리성을 강하게 규제하는 프로그램으로 전환되었다. 이러한 원리를 통해 한 기업의 디자인이 독특한 스타일이라하여 하우스 스타일이라는 용어가 나오게 된 것인데, 흔히 쓰이는 코퍼레이트 스타일이라는 용어도 실질적으로는 하우스 스타일과 같은 것으로서 하우스라는 단어 대신에 기업의 현대적 개념으로서의 코퍼레이트를 대입한 것이다.

프랑스의 노말리자시용(Normalisation)은 지극히 프랑스적인 사고를 배경으로 하고 있는데 유럽의 중추인 프랑스는 철저하게 인간중심주의의 사상이 매우 우세한 결과 나타난 현상이라고 볼 수 있다. 노말리자시용은 정상화 또는 표준화라는 뜻인데 그것은 본래 있어야 할 형태를 넣는다는 의미도 포함되어 있다. 즉, 어떤 혼란스러운 현실이 있을 경우 이를 전면으로 부정하는 것이 아니라 그 현실 속에 좋은 부분을 남겨 놓으면서 있어야 할 형태로 부분만을 시정해서 이상(理想)으로 돌아오도록 하는 것이다. 따라서 그 근원은 규범이고 그 규범과 그것에 기초한 정상화가 곧 노말리자시용이다. 또 한가지 특징은 노말리자시용의 매뉴얼이 기준이나 통제보다는 많은 예외가 파생된다는 점이다. 예를 들면 유럽의 고풍스런 도시의 경우 거리를 형성하는 건축물의 높이나 소재, 색채 등이 얼핏 같아보여 통일된 조화를 이루고 안정된 미관을 연출하는 것 같이 보인다. 그러나 자세히 보면 주택마다 제각기 창이나 손잡이의 모양이 실로 매우 다양한 것을 발견하게 될 것이다.

이처럼 프랑스의 노말리자시용은 많은 예외를 인정해 그 예외를 다시 분류하여 법칙화하는 점이 독특하다. 다양화시대, 개성화시대라고 말하는 오늘날 이러한 방식은 보다 독특한 창조적인 가치로써의 그 역할을 다하는 것이다.

일본에서는 데코마스⁴⁾, 코코마스⁵⁾, 코컬렌⁶⁾ 등의 용어가 있는데 이 역시 지극히 일본적이라 할 수 있다. 일본에서는 에도(江戸)시대부터 무슨무슨 조(組), 무슨무슨 구(構)라고 하는 관습이 보여져 조직적으로 생각하며 행동을 하고 책임을 지는 관습이 있어, 메이지(明治) 이래 사회가 동리적(洞里的) 발상으로 만들어져서 기업일가주의적(企業一家主義的) 조직

이 형성되어왔다. 또한 문장(紋章)을 붙이고 걸어 다니는 풍습은 아직까지도 남아 있는데 이러한 것들은 귀속(歸屬)의 식에서 비롯된 것이라 볼 수 있다. 코퍼레이트 아이덴티티를 기업일가주의적인 발상으로 생각하는 데에 있어서는 확실히 일본의 기업이 미국이나 유럽의 기업들 보다 발전되어 있다. 그러나 일본의 V.I.나 C.I.가 미국에 비해 15년 정도 늦어지게 된 가장 큰 이유는 미국의 경우 자본과 경영의 분리가 명확했으나 그에 비해 그 당시 일본의 상황은 그렇지 않았다는 데 있다.

미국에서 한 때는 코퍼레이트 룩 메이킹(corporate look making)이라는 명칭으로 불리웠던 C.I.는 1950년대와 1960년대 매우 활발한 모습을 보였다. 1940년대에서 1950년대 사이에는 산업디자이너들이 미국 환경의 시각적인 측면에 막대한 영향을 주었으며, 이 때에 리핑콧 마굴리츠(Lippincott & Margulies)사의 사장인 월터 마굴리츠(Walter Margulies)가 최초로 코퍼레이트 아이덴티티라는 용어를 사용하였다. 그 당시 C.I.라는 명칭은 코퍼레이트 이미지(corporate image)를 뜻하기도 하였다. 1956년에 도입 실행되었던 IBM사의 C.I.는 체계적인 형태를 갖춘 최초의 C.I.라고 불리워지고 있으며, 이는 1960년에 이루어진 3M사의 디자인 개발과 함께 미국 C.I.의 선구자로서 제시되고 있다.

3. U.I. 컨셉트의 배경 및 외국의 사례

3-1. 디자인 컨셉트의 배경

시각적 대상물을 디자인하기에 앞서 우선 컨셉트 즉, 디자인 컨셉트(design concept)를 설정해야 할 필요가 있는데 그 용어의 사전적 설명을 살펴보면 다음과 같다. 디자인이란 계획하다, 설계하다라는 의미인 데지그나레(designare)에서 파생된 말로, 넓은 의미로는 완성하려는 사물이나 행위를 위한 준비계획의 결정과정을 지칭한다. 조형분야에서는 일정한 용도를 갖는 물건을 만들려고 할 때, 용도에 적합하면서도 아름다운 형태를 갖도록 구상하여 제작하는 것을 말한다. 여기에서 조건이 되는 것은 첫째, 재료, 도구, 기계에 대한 기술적 제약, 둘째, 용도와 기능에 관한 합목적성, 셋째, 생산가격 및 판매에 관한 경제적 사정, 넷째, 전통이나 유행으로부터의 요구 등을 들 수 있다. 이러한 조건들을 고려하면서 형태, 명암, 색채, 공간 등의 시각적 요소들을 조직하는 것이 디자이너의 주된 과제이다.

디자인의 분류에는 여러 가지 입장이 있지만, 다루어지는 대상에 의해 평면디자인, 입체디자인으로 크게 나누어지나 보다 세분해서, 인쇄표현을 위주로 시각전달행위 전체에 관계되는 그래픽디자인, 쇼윈도우나 전시회 등을 위한 디스플레이디자인, 공업생산활동 전반에 걸친 제품디자인, 건축의 내부공간에 관계되는 인테리어디자인, 도시계획이나 환경계획에도 관계되는 건축디자인 등을 열거할 수 있지만 명확한 경계를 설정하는 것은 불가능하다.

컨셉트란 일정한 광고 또는 제품개발이 다른 것과 차별이 될 수 있도록 하는 판매에 대한 사고방식을 말한다. 아이디

4) 데코마스; decomas(design coordination as a management strategy), 경영전략으로서의 디자인통합

5) 코코마스; cocomas(corporate communication as a management strategy), 경영전략으로서의 기업커뮤니케이션

6) 코컬렌; coculen(the corporation as a cultural enterprise), 문화기관으로서의 기업

7) 이승연, C.I.에 있어서의 기업문화가치제고에 대한 연구, 서울대학교 대학원, 1990, pp.16-25.

어라는 단어 대신에 컨셉트라는 단어가 사용된 것은, 아이디어라는 단어가 광고의 기본적인 아이디어를 지칭하기 보다는 표현상의 착상이나 카피의 변화까지 의미하게끔 보편화되었기 때문이라 한다. 컨셉트는 만드는게 아니라 발견해내고 강조하는 것이다. 대중의 마음 속에, 혹은 상품 자체 속에 잠재되어 있는 다른 견해, 사고방식 등을 끌어내어 강조한 것이 컨셉트 광고이다.⁸⁾

이상에서 본 바와 같이 결과적으로, 디자인 컨셉트란 디자인 행위 대상의 테마와 그 개념에 대한 구성, 즉 디자인에 있어서의 구성단계를 말한다. 따라서 이 경우의 컨셉트라는 말의 용도는 컨셉션⁹⁾의 디자인 컨셉트 뜻에 가깝다.



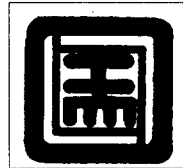
[그림 3-1]



[그림 3-2]



[그림 3-3]



[그림 3-4]



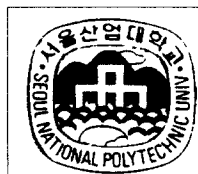
[그림 3-5]



[그림 3-6]



[그림 3-7]



[그림 3-8]

본 서울산업대학교는 1910년 4월 어의동 공업전수학교로 출발한 이래 근 90여년간의 역사를 통하여 학계 변경에 따른 많은 변화를 겪었다. 1931년 경성공립직업학교로 개편된 것을 비롯하여 1944년에는 경기공립공업학교, 1946년에는 경기공업중학교(6년제), 1953년에는 경기공업고등학교(그림 2-1), (그림 2-2), 1963년에는 경기공업고등전문학교, 1974년에는 경기공업전문학교(그림 2-3), 1979년에는 경기공업전문대학(그림 2-4), 1982년 2월에는 경기공업개발대학(전문과정, 학사과

정)(그림 2-5),(그림 2-6), 1988년에는 서울산업대학(그림 2-7), 1993년에는 서울산업대학교(Seoul National Polytechnic University)(그림 2-8), 그리고 1998년에는 영문명칭만 Seoul National University of Technology로 바뀌어 지금에 이르고 있다.¹⁰⁾

이상과 같은 내용을 고찰해보면 그 당시 여러 가지 주변의 상황이라든가 시대적 조류와 매우 조화있게 디자인되었음을 알 수 있다. 그림 2-1, 2-2는 1953년 경기공업고등학교 시절의 교표인데 주위의 형태가 그 안의 문자와 함께 조화를 이루어 나름대로의 독특한 아름다움과 개성을 지니고 있다. 특히 그 당시 상황으로 미루어 아직 디자인이라는 개념이 도입되기 이전 상태라는 점에서 볼 때 매우 훌륭한 조형물이라 평가할 수 있다. 이후 이어지는 일련의 심볼마크에서는 제작자가 의도했던 안했던 간에 시대적 조류에 의하여 서서히 디자인의 개념이 조금씩 가미가 되었음을 알 수 있다. 어쨌든 결과적으로 본교가 1910년 개교한 이래 1998년 현재까지 오는 동안의 학교명칭과 함께 바뀌어 온 그 당시의 심볼마크들은, 제각기마다 그 시대적 상황에 맞게 나름대로의 아름다움과 개성을 지니고 있다. 그러나 1980년대부터의 본격적인 디자인운동은 기업을 선두로하여 모든 분야에 급속히 파급되기 시작했고 1990년대 들어서는 그것이 완숙단계에 이르러, 어떤 경우에는 디자인했던 것을 급변하는 시대적 조류에 맞춰 다시 디자인하는 즉, 리디자인(re-design)을 한다는 개념까지 도입되고 있는 현상황에서 볼 때 본교 영문명칭의 변경에 따른 새로운 U.I.의 도입은 필연적이라고 할 수 있다. 또한 여지껏의 심볼이 이념이나 경영과 같은 소위 사상체계의 아이덴티티를 중점적으로 표현한데 반하여 시각을 위주로한 표시체계의 아이덴티티를 더욱 비중있게 다루는 것 역시 시대적 추세에 의한 필연적 결과라 할 수 있다.

3-2. 외국대학의 사례

이미 U.I.라는 개념을 도입하여 활용하고 있는 기존의 사례들 중에서 선진외국 특히, 미국대학의 U.I.를 디자인의 측면에서 선별하여 제시하면 다음과 같다. 현재 국내대학에서 사용하고 있는 것은 이미 각종 매스컴 자료를 통하여 널리 잘 알려져 있을 뿐만 아니라, 시각디자인의 측면에서 볼 때 고려할만한 사례가 별로 없어 참고대상에서 제외시켰다. 이는 물론 국내대학의 것들이 전부 수준미달이라서 고려해 볼만한 가치가 전혀 없다는 의미가 아니고, 단지 보다 긴 안목에 의한 미래지향적인 측면에서 선진외국의 사례를 참고한다는 의미인 것이다. 그동안 여러 가지 자료를 통하여 수집하고 정리한 것은 총 94종인데 지면관계상 전부 수록은 못하고 그 중 일부를 간추려 소개하면 아래와 같다.



Roosevelt University
recruiting program



Committee of Arts & Lectures
University of California

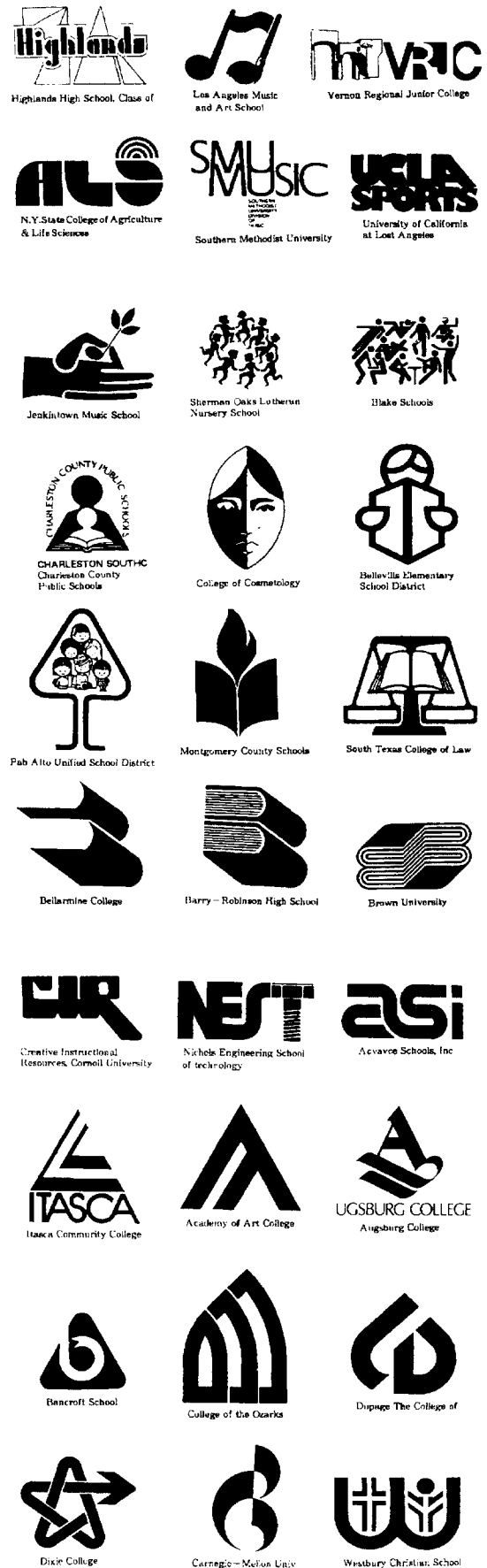


Curtin Aeronautical School

8) 박선의, 디자인사전, 미진사, 1990, p.285.

9) 컨셉션; conception, 관념화, 아이디어, 구상, 계획

10) 서울산업대학교 요람, 362, (1998).



이상과 같은 내용의 사례 94종을 주로 시각디자인적인 측면에서 고찰해보면 다음과 같다. 이는 각 대학마다의 독특한 이념이라든가 또는 경영철학과 같은 사상체계의 아이덴티티를 거론한다는 것은 매우 힘들 뿐만 아니라 거의 불가능한 일이므로, 이곳에선 주로 홍보자료에 의해 표현된 시각물을 통하여 표시체계의 아이덴티티를 고찰해보는 것이다. 시각적 대상물의 분류방법에는 여러 가지 방법이 있을 수 있으나 특히, 그래픽 조형물의 경우에 널리 통용되는 일반적인 분류방법에 의한 구분을 간략해보면 다음과 같다.¹¹⁾

구체적 형태	19
추상적 형태	75
단순 의미	71
복합 의미	23
원형	24
삼각형	11
사각형	31
복합형	19
기타	9

위의 표에서 알 수 있듯이, 우선 대상의 구체적인 표현보다는 상징적 의미로써의 추상적 표현이 압도적으로 많았음을 알 수 있으며 방법은 주로 영문자의 첫 자(initial)를 사용한 예가 많았다. 이는 사회의 복잡성과 함께 시각물 또한 복잡, 다양해지면서 강한 이미지의 표출을 의도하고 있는 아이덴티티의 표현은, 보다 간략하고 함축된 의미의 그래픽 처리를 추구하고 있는 요즘의 세태를 잘 반영한 것이라 할 수 있다. 이미 국제적 규모를 갖춘 선진외국의 대기업에선 심볼마크와 로고타입이란 두가지 개념 조차 하나로 단일화하여 사용하고 있음에도 잘 알 수 있다. 또한 표현된 형태라든가 의미의 표현 역시 복잡하고 다양한 여러 가지의 형태나 의미를 복합적으로 나타내지 않고, 가장 중요한 사상체계의 아이덴티티를 집약시켜 단순화 내지는 단일화하여 형상화시켰음을 알 수 있다.

이상에서 살펴 본 바와 같이 사회 모든 분야에서 급변하고 있는 현상향에선, 기업뿐만 아니라 대학과 같은 공공기관에서도 이미 복잡, 다양한 의미의 전달이라는 개념을 표현하고 있는 디자인에서 탈피하여, 놀라울 정도로 간단하면서도 강한 이미지를 표현하는 형태의 디자인으로 변모해가고 있음을 알 수 있으며, 이는 또한 국내 기업이나 대학과 같은 공공기관에서도 머지않아 추구해야 할 과제인 것이다.

4. U.I. 매뉴얼의 제작

본 서울산업대학교 U.I. 매뉴얼은 크게 나누어 기본편과 응용편으로 구성되어 있으며 기본요소, 보조요소, 응용요소 등의 순서로 편집되어 있고 약간의 재생자료가 첨부되어 있다. 그러나 이를 잘못 사용하여 오류를 범하게 된다면 본 대학이 추구하고자 하는 이미지의 통합에 오히려 혼란을 가져올

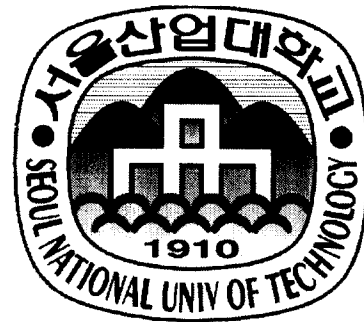
11) 이윤수, 전양덕, V.I.S.의 개념 및 제작에 관한 고찰, 삼척산업대학교 연구논문집 제25집, 1992, pp.74-82.

우려가 매우 크다고 볼 수 있다.

따라서 본 매뉴얼 관리지침을 반드시 숙지하여 통일된 이미지 전달에 차질을 빚는 일이 없도록 해야만 할 것이며, U.I.의 엄격한 시행과 함께 보다 효율적인 관리를 위하여 서울산업대학교 U.I. 관리부서는 조직적으로 이를 관리해 나가야 할 것이다.

4-1. 기본편(Basic System)

기본편에서는 서울산업대학교 U.I.의 핵심이라 할 수 있는 심볼마크, 국문로고타입, 한문로고타입, 영문로고타입 그리고 이들에 대한 전용색상 및 보조색상 등 기본적인 시각정보요소들을 수록하였고, 아울러 이들의 조합으로 이루어진 보조요소로서의 시그니춰 시스템(signature system)을 그 구성요소로 하고 있다.



서울산업대학교

서울産業大学校

SEOUL NATIONAL UNIV OF TECHNOLOGY

서울산업대학교

서울産業大学校

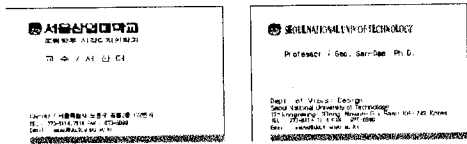
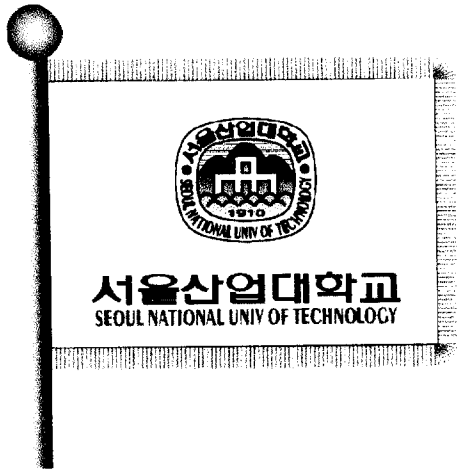
SEOUL NATIONAL UNIV
OF TECHNOLOGY



서울산업대학교
SEOUL NATIONAL UNIV OF TECHNOLOGY

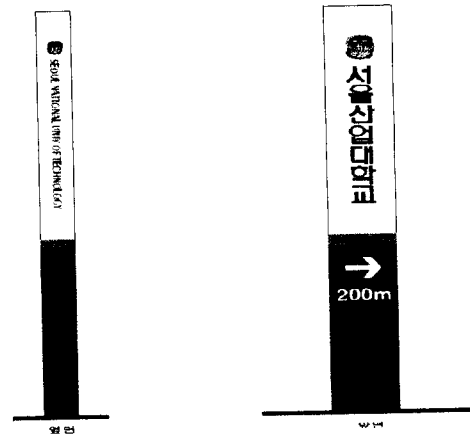
4-1. 응용편(Application System)

응용편에서는 기본편에서 설정된 시각요소들을 기초로하여 응용 제작된 교기, 각 종의 서식류, 사인류, 차량 등 본 대학의 성격상 특별히 중요한 시각적 정보요소들을 간추려 수록하였다.



조형관 안내

400	관구실	401	관구실	402	관구실	403	관구실
300	관구실	301	관구실	302	관구실	303	관구실
200	관구실	201	관구실	202	관구실	203	관구실
100	관구실	101	관구실	102	관구실	103	관구실



5. 결어

서울산업대학교 U.I.의 전반적인 디자인 컨셉트는 본교에서 그동안 사용해온 여러 가지 종류의 시각표시물과 어느 정도 그 맥을 같이 하도록 제작하였다. 이는 현대적 의미의 디자인결과를 최초로 매뉴얼화하는 본교의 입장에서 볼 때 급격한 변화가 주는 혼란스러움 보다는 보편화 내지는 객관화된 조형미를 통하여 안정된 이미지의 표출을 하고자 함에 있는 것이다. 또한 소수의 주관적인 미적 가치보다는 대중에 의한 다수의 객관적인 미적가치를 추구함이 디자인의 가장 기본된 개념이란 점에서 볼 때, 본교의 시각표시물 역시 지역적, 환경적 그리고 시대적 여건에 부응하여야 한다는 점 또한 당연한 일일 것이다.

제3장 2절에서 예시한 외국대학의 U.I. 경우 우선 상당히 세련된 시각표시물임을 알 수 있다. 그러나 그 내용을 분석해 볼 때, 여러 가지 사회적, 문화적, 환경적 또는 경제적 요인 등은 전혀 도외시키고 단지 외적인 아름다움만을 논한다면 디자인의 진정한 이해에 크게 잘못된 것이라 할 수 있으며, 또한 그러한 외국의 세련된 몇가지 외적인 특징만을 적당히 추출하여 이곳에 도입한다면 그것은 그저 시각적인 모방일 뿐 진정한 의미의 디자인은 결코 아닌 것이다. 물론 미래지향적인 측면에서 볼 때 이는 향후 다각도로 엄밀하게 연구, 분석해 볼 필요가 있으며 특히, 조형적인 측면에서 매우 가치있는 자료가 될 것임에는 틀림없다.

이상과 같이 개괄적인 컨셉트에 의해 시도된 U.I.의 전반적인 기획 및 제작의 과정과 그리고 사후관리를 통해 나타난 몇가지의 문제점을 제기하면 다음과 같다.

첫째, 폭 넓은 의견수렴의 과정을 거치지 못했다는 점을 들 수 있다. 특히 심볼마크의 경우 여러 관련 집단을 총망라한 충분한 의견의 수렴이 반드시 필요했는데, 여기서의 의견이란 어떤 상징적인 이념을 의미할뿐 구체적인 형태를 거론하는 것은 아니다. 예를 들어 가장 주된 이미지를 학문의 상징인 상아탑에 둘 것인가 또는 지역적인 특징에 초점을 맞출

것인가 하는 등의 이념적인 문제가 우선 폭 넓게 거론되어 져야 했고 구체적인 조형은 그 이후의 문제인 것이다. 물론 초기 진행과정에서 다른 의견도 제시되긴 했으나 이들에 대한 복합적인 평가는 매우 어려운 문제일 뿐만 아니라, 만약 그 평가가 가능하다면 그것은 지극히 주관적인 판단일뿐 보다 확실한 객관적인 근거는 있을 수 없는 것이다. 그러면 왜 이런 결과가 나왔는가 하는 문제의 답은 위에서 거론한 포괄적인 이념의 수렴과정이 미흡했기 때문이란 데서 찾아야 할 것이다. 즉, 사상체계의 아이덴티티 설정이 안되어 있는 상태에서 곧바로 시각적인 표시체계의 아이덴티티를 내세우는 모순을 범했기 때문이다.

둘째; 컴퓨터용 그래픽 화일(file)의 표준화가 아쉽다. 현재 그래픽용으로 많이 쓰이는 매킨토시 시스템은 디자이너들이나 출력소에서나 통용될뿐 일반 IBM 호환기종 사용자들과는 거리가 멀다. 시각표시물의 표준화 매뉴얼이 이젠 디자이너들만의 전유물이 아닌 이상 이들에 대한 배려도 반드시 필요한 것이다. 물론 시스템간 또는 소프트웨어간 호환이 많이 개선되어지긴 했지만 손상없는 완벽한 호환은 아직 힘든 것이 사실이기 때문이다.

셋째; 시각표시물의 표준화인 U.I. 매뉴얼을 제작하여 홍보했음에도 불구하고 잘못 사용되거나 또는 임의로 왜곡하여 사용하는 예가 더러 있다. 특히, 웹디자인에서 그런 경우가 종종 있는데, 이는 물론 화일의 호환성이란 문제와도 관련이 있겠으나 무엇보다 제작자의 보다 세심한 주의가 반드시 필요하다 하겠다.

넷째; 통일된 이미지의 정착을 위하여는 널리 활용되어져 시각적인 생소함으로부터 하루빨리 탈피되어야만 할 것이다. 새로운 것에 대한 시각적, 감각적 그리고 심리적 부담감을 제거하기 위해서는 부단없는 홍보와 함께 적극적인 활용이 수반되어야 하기 때문이다.

또한 본 U.I. 매뉴얼은 응용편의 사례가 다소 미미한 실정이므로 여러 가지 주위의 환경에 따른 점진적인 보완이 뒤따라야 할 것이며, 또한 거시적인 안목으로 보아 점차 리디자인(re-design)의 개념까지도 철저하게 연구, 검토되어야만 할 것이다.

본 연구는 서울산업대학교 U.I. 매뉴얼의 제작을 계기로하여 연구되었으며, 전반적인 과정에서의 사상적인 주된 내용 즉, 이념적인 아이덴티티는 차별화 또는 특성화에 의한 새로운 도약이라는 점이었다.

있는 컴퓨터분야의 기술은 여러 부분에 영향을 미치고 있으며, 교육의 변화도 예외일 수는 없다. 1960년대에 시작된 CAI에 대한 연구는 네트워크의 발전으로 새로운 전환기를 맞게 되었다. 앞으로 교육은 컴퓨터와 네트워크 기술의 응용을 통하여 이루어질 것이다. 산업디자인 교육과정에서 이루어지는 컴퓨터그래픽스 교육은 디자인 프로세스에서 유용하게 활용할 수 있는 도구적성격을 중심으로 구성되어있다. 그러나, 기술의 발전으로 디자인에서 컴퓨터그래픽스의 활용가능성은 급속히 증대되고 있으며, 컴퓨터는 디자이너가 가지고 있는 발상을 표현하는 도구 뿐만이 아니라, 발상을 돕고 발전시켜주는 촉매역할을 하게 되었다. 이같은 이유로 컴퓨터그래픽스 교육의 중요성은 증대하게 되고, 새로운 교육방

법과 교육내용이 필요하게 되었다. 본 연구는 앞서 언급한 교육 패러다임의 변화와 컴퓨터그래픽스 분야의 확대로 생겨나는 문제점을 기초로, 네트워크를 활용한 컴퓨터그래픽스 교육방법에 중점을 두고 진행되었다.

참고문헌

- 김연수, C.I.P.와 상표전략, 화학사, 1990.
- 김원수, 광고학개론, 경문사, 1990.
- 민철홍 외, 디자인사전, 안그래픽스, 1994.
- 박선의, 디자인사전, 미진사, 1990.
- 안정언, 기업의 이미지혁명, 한국능률협회, 1990.
- 정시화, 현대디자인연구, 미진사, 1986.
- 이승연, C.I.에 있어서의 기업문화가치제고에 대한 연구, 서울대학교 대학원, 1990.
- 이윤수, 전양덕, V.I.S.의 개념 및 제작에 관한 고찰, 삼척산업대학교 연구논문 제25집, 1992.
- 서울산업대학교 요람, 1998.
- 서울산업대학교 U.I. 매뉴얼, 1998.
- 호텔신라 C.I.P. 매뉴얼, 1988.
- David E. Carter: Designing Corporate Symbol, Art Direction Book Company, 1985.
- Elinor Selame & Joe Selame: Developing Corporate Identity, Chain Store Publishing Co. 1987.
- The Design Index for the Corporate Manager, Rotovision Sa, 1991.
- Tokyo Art Directors Annual, Bijutsu Shuppan Sha, 1992.
- 박성구, 원격 교육을 위한 가상 교실 시스템의 설계 및 구현, 한국과학기술원, 1996.