

심벌마크의 시각요소에 대한 비교분석 연구 -한 중 상위 5개 대학교 심벌마크를 중심으로-

Comparative analysis of visual elements of symbol mark -Focusing on the symbol marks of the top 5 universities in Korea and China-

고신주¹, 김희현^{2*}

Shin-Ju Go¹, Hyun-Hee Kim^{2*}

요 약

본 연구는 QS 세계 대학순위에 발표한 상위 5개 한국 대학교와 중국 대학의 심벌마크 디자인에 대한 시각요소 비교를 통해 중국 대학 심벌마크의 디자인에 대한 문제점을 살펴보고 해결책을 제시하여, 향후 대학교 심벌 디자인 발전 연구에 기여하는 것이 목적이다. 이를 위해 대학교 심벌마크 디자인의 4가지 요소인 색채, 레이아웃, 로고, 일러스트를 구분하여 각각 남녀 포함 100명의 수용자들에게 선호도에 대한 설문조사를 진행하여 분석하였다. 조사결과를 통하여, 소비자들이 가장 선호하는 대학 심벌마크와 인기가 제일 많은 심벌 디자인의 대학교는 한국 대학교인 '고려 대학교' 였다. 반면 중국 대학교 심벌마크에 대한 선호도는 상대적으로 낮은 평가를 받았다. 따라서 중국 대학의 심벌마크 디자인은 개선이 필요하다는 것을 알 수 있었다. 이러한 설문조사의 결과를 통하여 4가지 요소에 대한 중국 대학의 심벌마크 디자인의 문제점을 파악하고 해결책을 제시하였다. 수용자들이 선호하는 중국 대학 심벌마크 디자인을 만들고 중국 대학의 인지도와 디자인을 더욱 발전시켜 나가야 한다.

핵심어 : 심벌마크, 시각 디자인, 수용자 선호도, 시각 요소

Abstract

This study explores the problems existing in emblem design of Chinese universities and proposes solutions by comparing the visual elements of symbol logo design of the top five universities in South Korea and China in the QS World University Rankings, aiming at contributing research to development. To this end, through a survey of the preferences of 100 demanders including men and women, this paper classifies and analyzes the color, layout, logo and illustration of the emblem design of the university. According to the results of the survey, the university's logo is the most popular among demanders, and the most popular university to design the logo is Korea University in South Korea. On the other hand, the

1 Graduate School of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Graduate Student]

e-mail: 13651983951@163.com

2 Department of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Professor]

e-mail: keheehee2@naver.com (Corresponding author)

Received(January 19, 2021), Review Result(1st: February 5, 2021, 2nd: February 26, 2021), Accepted(March 5, 2021), Published(March 31, 2021)



© 2021 The Authors. Published by NCISS.

This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

preference for the emblems of Chinese universities received a relatively low rating. Therefore, it is found that the design of university emblems in China needs improving. Based on the results of the investigation, four factors in the design of university emblems in China are identified, and the solutions are proposed. If we want to create a popular Chinese university emblem design, we need to further develop the understanding and design of Chinese universities.

Keyword : symbol mark, visual design, audience preference, visual elements

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

시대 발전의 관점으로 보면 대학교육이 시작된 이래로 학교 심벌마크가 등장했다. 대학 심벌마크는 대학의 철학, 특성 및 문화적 축적을 통합한 이미지다. 디자인적으로 디자이너는 완벽하고 독창적인 아이디어와 완벽한 디자인을 통해 단순한 그래픽, 색상 및 텍스트를 유기적으로 결합하여 특정 의미가 있는 이미지가 된다. 대학 심벌마크는 형태와 의미의 유기적인 조합으로 학교의 철학과 생각을 표현할 뿐만 아니라 대학의 지식 추구 정신과 인문 정신문화의 축적을 구현한다.

대학 교육의 대중화와 시대의 지속적인 발전으로 대학의 심벌마크는 종종 일반적인 의미를 능가하며 대학의 교육 철학과 정신적, 문화적 의미를 더 많이 나타낸다. 세계적으로 유명한 대학 심벌마크 전체에 걸쳐 모든 것이 정성스럽게 제작되었으며, 독특한 분위기와 디자이너의 감성이 결합된 영향을 받아 심벌마크에 구현된 분위기는 오랫동안 그 자체를 능가하여 예술 분야에 진입했다.

본 연구는 대학 심벌마크 디자인에 대해 시각요소를 비교·분석하는 것이다. 이러한 비교연구를 통해 한국과 중국 대학교의 심벌마크에 대한 문제점을 파악하고 해결책을 제시하여 향후 대학 심벌마크의 발전의 도움이 되는 것을 목표로 한다.

1.2 연구의 범위 및 방법

연구의 범위는 QS 세계 대학순위 <QS World University Rankings>(영국 대학평가 기관 Quacquarelli 에서 매년 전 세계 대학들을 평가하여 제공하는 대학 순위)에서 발표했던 2021년 QS 세계 대학평가 상위 5개, 한국 대학교와 중국 대학교를 대상으로 한다. 상위 5개 한국 대학교는 각각 서울대학교, 한국과학기술원, 고려대학교, 포항공과대학교, 연세대학교 상위 5개 중국 대학교는 각각 청화대학교, 북경대학교, 푸단대학교, 상하이자오통대학교, 저장대학교다 [1]. 총 10개 대상으로 선택하여 자료를 수집하고 비교 분석하였다. 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 접근 방법을 이용하였다.

첫째, 심벌마크의 이론적 배경을 정리하고, 심벌마크에 관한 이해를 돕기 위해 심벌마크에 관한

시각 요소를 알아보았다. 둘째, 중국과 한국 대학교 심벌마크의 10개 사례를 살펴보고, 이러한 사례들을 형태별, 상징별, 색상별로 분류하여 심벌마크의 현황을 파악하였다. 셋째, 중국과 한국 대학교 심벌마크 디자인 분석한 결과를 통해 정리한다. 넷째, 설문조사를 진행하고 조사 결과를 정리한다. 마지막으로 전체를 분석하고 결론을 내린다.

2. 이론적 배경

2.1 심벌마크의 개념

심벌마크는 인간이 사회적으로 아이덴티티를 주장하기 시작한 시점부터 비롯되었다. 원시적인 커뮤니케이션의 형식을 갖추고, 원시 민족의 정보 교환을 위한 소박한 수단으로서 발달했으나, 국가의 형태를 취하기 시작하면서 커뮤니케이션의 범위가 확대된 명료한 의미를 갖는 심벌로써 의미를 갖게 되었다. 심벌마크는 초기 직능을 표시하는데서 시작되었고 이것은 가문이 발달하여 자기를 대표하는 사인과 인감 등이 마크를 대표하다가 자기 자신이라는 의식이 점차 범위가 넓어져 각각의 범위 속에서 자기와 관계하는 분별의 표시가 되었다. 이러한 발상에 의한 심벌마크는 오늘날에는 상거래에서 은행과 기업의 목표, 성격 및 경영 이념을 표현하는 무형의 자산이 되고, 각 기관의 차별화를 나타내는 것으로 그 의미가 확장되었다 [2].

2.2 심벌마크에 관한 선행 연구

심벌마크에 관한 논문은 주로 비교분석으로 연구했다. 본 연구의 기준으로 삼기 위해 선행 연구를 살펴보면 조사·분석, 비교·분석, 설문조사·빈도분석이 있다. [표 1]은 심벌마크에 관한 선행연구자들의 연구결과를 정리한 표이다. 본문은 시각요소 관점에서 출발된 연구다. 디자인의 시각적 요소는 각각 로고, 심벌, 색채, 일러스트레이션, 레이아웃, 네임, 도형, 문자, 서체, 형태, 이미지, 그래픽요소, 슬로건 등 있다.

[표 1] 논문별 심벌마크에 관한 선행 연구

[Table 1] Prior research on symbol mark for each paper

저자	연구 주제	연구 방법
권윤경	<국내 대학의 심벌 마크디자인-2000년대 UI(University Identity)의 사례를 중심으로> 한국콘텐츠학회	엠블럼 활용 현황도 조사하여 각 심벌마크의 특성과 개발현황을 분석
조각현	<대학 심벌마크의 시각 기호학적 유형에 관한 연구 - 4년제 국·사립대학의 심벌마크를 중심으로> 한국기초조형학회	기호학적 유형을 통해 조사·분석
유인하	<UI(University Identity) 관점에서 본 대학 심벌 마크 디자인의 유형과 색상에 관한 의미분석 -서울지역 대학교를 중심으로> 커뮤니케이션디자인학회	유형별 및 색상별 이미지 조사·분석

박미선	<중국과 해외대학교 심벌마크에 관한 조형분석> 사단법인 한국 브랜드 디자인학회	형태별, 상징별, 색상별을 통해 비교 분석
유미옥	<중국기업의 심벌마크에 관한 분석연구 - 2014년 베스트 중국브랜드 50개를 중심으로-> 한국 일러스트 아트 학회	심벌마크 디자인에서 나타난 공통점과 차이점을 비교 분석
이진호	<부산광역시 심벌마크(Symbol Mark)의 현황과 개선방안> 사단법인 한국 브랜드 디자인학회	설문조사 실시를 통한 빈도분석으로 결과분석
서수웅	<올림픽 심벌마크의 컬러가 감성반응에 미치는 영향> 사단법인 한국 브랜드 디자인학회	수용자의 감성반응에 대한 비교 분석

[표 2] 논문별 시각요소에 관한 선행연구

[Table 2] Prior research on visual elements for each paper

저자	연구 주제	연구 방법
김미선	<패키지디자인의 시각적 요소가 소비자 구매의도에 미치는 영향> 한국 브랜드 디자인학회	로고타입, 심볼, 색상, 일러스트레이션
변경원	<한·일 편의점 PB 제품 패키지디자인의 시각요소 분석> 한국 브랜드 디자인학회	칼라, 일러스트, 로고, 레이아웃
송인옥	<화장품 패키지 디자인의 시각적 요소분석> 한국 브랜드 디자인학회	로고, 색채, 레이아웃, 일러스트레이션
이선미	<친환경 유기농 화장품 패키지디자인과 일러스트레이션에 관한 연구> 한국 일러스트레이션학회	색채, 레이아웃, 브랜드로고, 네임, 일러스트레이션
해지미	<브랜드 로고디자인과 기억의 관련성 연구- 에너지 음료 브랜드 중심으로-> 한국 브랜드 디자인학회	도형, 색채, 문자
서혜옥	<SPA브랜드 로고디자인에 관한 연구> 커뮤니케이션디자인학회	서체, 색채, 형태(레이아웃)
하용훈	<패키지 디자인 구성요소와 인식의 관계성 연구> 한국 브랜드 디자인학회	색상, 형태, 레이아웃, 이미지, 심벌마크
명계수	<시각적 브랜드 강화를 위한 효율적 스낵류 패키지 디자인 연구 - 감자칩을 중심으로-> 한국 브랜드 디자인학회	로고타입, 색상, 그래픽 요소(일러스트)
구환영	<아파트브랜드의 시각적 요소가 구매자에게 미치는 영향> 한국 브랜드 디자인학회	네임, 심벌, 슬로건, 색채
김희은	<국내 헤어케어제품 브랜드로고디자인 연구> 한국 브랜드 디자인학회	서체, 색상, 심벌마크
김지선	<시각적 촉감을 활용한 패키지디자인의 시각적 표현요소와의 관계> 한국 브랜드 디자인학회	형태(레이아웃), 질감, 색상
김미연	<Health & Beauty Stores 시장변화에 따른 색조화장품 패키지디자인의 시각적 표현기법연구 - 립(Lip)패키지디자인중심으로-> 한국 디자인트렌드학회	그래픽(일러스트), 색상, 레이아웃, 로고

[표 2]은 시각요소에 관한 선행연구자들의 연구결과를 정리한 표이다. 선행 연구자들이 발표한 자료를 정리하여 심벌마크의 시각요소에 대한 온라인 설문조사를 실시하였다. 응답자 성별과 연령

별 빈도 분류를 통하여 4가지 요소인 색채, 로고, 레이아웃, 일러스트레이션 가장 높은 빈도요소를 선정하였다. 4가지 시각요소는 아래와 같다.

①색채: ‘색상은 인간의 다양하고 풍부한 감성을 대표하는 시각 언어로서 형태보다 표현력이 강한 무언가를 전달하는 기능을 가지고 있다 [3]. 색은 어디에나 있으며 다양한 정보를 우리에게 전달한다. 마케팅의 영역에서 색은 광고, 포장디자인, 제품디자인, 점포환경 등 다양한 형태로 고객들에게 전달되고 있으며, 소비자들의 행동에 영향을 미치고 있다 [4].’ 대학교 심벌마크에서 색채는 중요한 역할을 하며, 디자이너는 색채를 어떻게 정확하게 적용하여 수많은 학교에서 눈에 띄어 수용자를 끌어들이는데 도달할 수 있는지 고려해야 한다. 따라서 색상의 첫인상은 특히 학교 심벌마크와 같은 상징적인 이미지는 매우 중요한 요소다.

②로고: 조성태는 ‘개별 제품 이미지 형성뿐만 아니라, 기업의 이미지 또는 상품이미지를 형성하는 시각적 요소로서 디자인된 문자의 표현 방식이다. 본래 로고는 글자만 디자인을 했기 때문에 로고타이프(Logotype)나 워드 마크(Word Mark)로 불리기도 했으나 점차 그림도 그 범주 안에 포함하게 되었다.’고 정의하였다 [5]. 로고는 독특한 개성과 시각적 효과를 가지고 있으며 인식하고 기억하기 쉽고 연관성을 만들어 개인화, 인간화, 정보화를 표현한다.

③레이아웃: 일적으로 설계, 배치를 의미하지만 디자인 안에서 시각전달을 목적으로 조형미를 고려하면서 소개를 효과적으로 구성, 배열하는 것을 말한다 [6]. 레이아웃이란 용어는 시각물 디자인에서만 사용되는 것이 아니라 디자인 전반에 걸친 독자적인 작업 의의를 지닌 중요한 디자인 작업 중의 하나이다 [7]. 레이아웃은 심벌마크에 강한 영향이 가지고 있으며 콘텐츠가 배열되는 방식이다. 잘 생각하고 잘 구성된 레이아웃이 없으면 작품에 사용되는 그림의 단어, 이미지 또는 요소가 관련성이 없게 된다.

④일러스트레이션: 일러스트레이션(Illustration)은 어원적으로 ‘조명(illumination)’, ‘밝게 하다(to make light)’의 뜻을 가지고 있다. 어떤 대상에 빛을 비추으로써 더욱 분명해진다는 뜻을 가지는 것으로서 어떤 내용의 구체적인 이해를 돕기 위해 시각적 효과로 표하는 그림이다 [8]. 대학교 심벌마크에서 일러스트레이션은 시청자의 관심을 빠르게 끌기 위해 그래픽, 색상 및 기타 요소를 사용하는 것을 말한다. 이것은 정보를 받을 때 우리의 시각 시스템을 자연스럽게 받아들이고 선택하는 것이다.

3. 대학교 심벌마크의 비교분석 및 결과

3.1 대학교 심벌마크의 시각요소 비교분석

[표 3]은 한국 대학과 중국 대학 심벌마크의 시각요소에 관한 비교 도식이다. 앞서 정리한 내용을 종합하여 4가지 요소인 색채, 로고, 레이아웃, 일러스트레이션으로 10개 학교를 정리하였다.

[표 3] 한국 대학교 심벌마크 및 중국 대학교 심벌마크의 시각요소 비교

[Table 3] Comparison of visual elements of Korean university symbol mark and Chinese university symbol mark

	학교	심벌마크	색채	(학교)로고	레이아웃	일러스트레이션
한국 대학교 심벌마크	서울대학교		 #003287 C:100 M:85 Y:0 K:15	서울대학교 SEOUL NATIONAL UNIVERSITY		
	한국과학기술원		 #004294 C:100 M:75 Y:0 K:10	韓國科學技術院 Korea Advanced Institute of Science and Technology		없음
	고려대학교		 #8d0023 C:9 M:100 Y:64 K:48	고려대학교 KOREA UNIVERSITY		
	포항공과대학교		 #c9005f C:10 M:100 Y:30 K:10	포항공과대학교 POHANG UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY		없음
	연세대학교		 #003777 C:100 M:90 Y:37 K:1	연세대학교 YONSEI UNIVERSITY		
중국 대학교 심벌마크	칭화대학교		 #82318e C:58 M:90 Y:0 K:0	清华大学 Tsinghua University		
	북경대학교		 #9b0000 C:0 M:100 Y:100 K:45	北京大学 PEKING UNIVERSITY		
	푸단대학교		 #0b3190 C:20 M:100 Y:100 K:0	復旦大學 FUDAN UNIVERSITY		

상하이자오 통대학교		 #c8161d C:20 M:100 Y:100 K:0			
저장대학교		 #004ea2 C:100 M:70 Y:0 K:0			

이상의 분석에 의거하여 [표 4]와 같이 결론을 얻어냈다. [표 4]는 한국 대학교와 중국 대학교 심벌마크의 시각요소에 대한 표이다. 4가지 요소를 통하여 내린 분석 결론이다.

[표 4] 한국 대학교 심벌마크 및 중국 대학교 심벌마크의 시각요소 종합 분석

[Table 4] Comprehensive analysis of visual elements of Korean university symbol mark and Chinese university symbol mark

학교	종합분석
한국 대학교 심벌 마크	서울대학교 · 색채는 교색(校色) SNU (서울대학교의 영어 명칭인 Seoul National University에서 명칭을 얻음) Blue로 사용한다. · 로고는 상하조합으로 구성되고 윤고딕 글자체로 사용 · 레이아웃은 중앙정렬맞춤 위주 · 일러스트레이션은 (1) 월계관: 경기의 승리나 학문 등의 업적에서 명예와 영광을 상징하며, 으뜸가는 학문적 영예의 전당으로서의 서울 대학교를 의미한다. (2) 교문의 심볼: 국립서울대의 머리글자인 ‘국립’을 상징하는 교문의 심볼이 더 해져, 학문과 진리 탐구를 통해 거래와 함께 미래로 도약하려는 서울대학교의 의지가 함께 담겨 있는 문장이다. (3) 펜과 햇불: 지식의 탐구를 통해 거래의 길을 밝히는데 앞장서겠다는 의지를 나타낸다.
	한국과학기술원 · 색채는 Dark Blue로 주로 사용한다. · 로고는 상하조합으로 구성된다. · 레이아웃은 중앙정렬맞춤 위주 · 일러스트레이션보다는 학교 심벌마크를 강조
	고려대학교 · 색채는 교색인 ‘진홍색(Crimson)’으로 사용하고 활기와 정열을 상징하는 빛깔로 고려대학교의 학풍과 기질을 나타낸다. · 로고는 상하조합으로 구성되고 가로획과 세로획이 만나는 부분(이음 줄기와 보)이 부드러운 곡선으로 연결된 것이 디자인적 특징이다. · 레이아웃은 중앙정렬을 활용 · 일러스트레이션은 나라의 상징이자 본교의 상징인 호랑이는 고려대학교의 용기, 결단, 민활, 위엄 등을 표현해주고 있다는 의미
	포항공과대학교 · 색채는 교색인 ‘POSTECH 레드’를 기본 색상으로 한다. · 로고는 상하조합으로 구성된다. · 레이아웃은 좌측 정렬 · 일러스트레이션보다는 학교 심벌마크를 강조

중 국 대 학 교 심 별 마 크	연세대학교	· 색채는 상징색은 ‘연세 블루’(Yonsei blue)로 사용한다. · 로고는 상하조합으로 구성되고 연세 제목 체(Yonsei Bold)로 되어있는 것이 디자인적 특징이다. · 레이아웃은 중앙정렬맞춤 위주 · 일러스트레이션 중 ‘ㅇ’은 하늘(天)을 뜻하고 ‘ㅡ’은 땅(地)을 의미하며, ‘人’은 사람(人)을 가리키는 것은 연세대학교 교육의大本(大本)인 천, 지, 인(天, 地, 人)의 삼재(三才)를 상징하고 있다. 아울러 ‘책’은 진리를, ‘햇불’은 자유를 의미하고, ‘방패’는 이러한 실천의 두 이념을 수호함을 뜻한다.
	청화대학교	· 색채는 교색인 보라색을 기본 색상으로 한다. 보라색은 빨간색과 파란색의 혼합이며, 빨간색은 중국을 대표하고 파란색은 서양 지구를 상징한다. 빨간색과 파란색의 조합은 중국과 서양 문화의 통합을 의미하며 이는 청화 문화의 특성과 일치한다. · 로고는 상하조합으로 구성되며, 중화 인민 공화국의 건국 지도자인 마오쩌둥의 서예가 만든 독특한 서체 체계인 ‘마오(maoti)’를 사용 · 레이아웃은 세 개의 동심원으로 구성된 둥근 표면이며, 중앙정렬을 활용 · 일러스트레이션은 오각형을 사용하며, 중국 국기의 상징인 강조
	북경대학교	· 색채는 교색인 ‘Beida 레드’를 기본 색상으로 하며, 북경 대학교의 애국심과 진보라는 영광스러운 혁명적 전통과 중국 활성화에 앞장서는 정신을 상징한다. · 로고는 상하조합으로 구성된다. 중화 인민 공화국의 건국 지도자인 마오쩌둥의 서예가 만든 독특한 서체 체계인 ‘마오’를 사용 · 레이아웃은 세 개의 동심원으로 구성된 둥근 표면이며, 중앙정렬을 활용 · 일러스트레이션은 중앙에 있는 ‘Beida’라는 단어는 인감 조각의 매력으로 가득 차 있으며 3명의 인물로 구성되어 있다. 외당을 닮았으며 독특한 중국 전통 문화적 특징을 가지고 있다. 또는 음문 인장으로 표현했으며, 포괄적이고 완전하고 심오한 의미를 구현한다.
	푸단대학교	· 색채는 교색인 ‘Fudan 블루’를 기본 색상으로 사용 · 로고는 상하조합으로 구성된다. 중화 인민 공화국의 건국 지도자인 마오쩌둥의 서예가 만든 독특한 서체 체계인 ‘마오’를 사용 · 레이아웃은 두 가지의 동심원으로 구성된 둥근 표면이며, 중앙정렬을 활용 · 일러스트레이션은 중앙에 있는 ‘Fudan’라는 단어는 전자체로 구성되어 있다.
	상하이자오통대학교	· 색채는 교색인 ‘Jiaotong 레드’를 기본 색상으로 사용 · 로고는 상하조합으로 구성된다. 중화 인민 공화국의 건국 지도자인 마오쩌둥의 서예가 만든 독특한 서체 체계인 ‘마오’를 사용 · 레이아웃은 두 가지의 동심원으로 구성된 둥근 표면이며, 중앙정렬을 활용 · 일러스트레이션은 기어, 모루, 망치 체인과 책이다. 모루, 망치, 모루 위에 놓인 4권의 가로선 책과 3권의 세로 현대 책은 공학 교육이 일과 공부에 동등하게 관심을 기울이고 고대와 현대를 통합하고 중국어와 서양을 배우는 것을 의미한다. 모루에는 아라비아 숫자 1896이 있으며 이는 자오통대가 설립된 해를 나타낸다.
	저장대학교	· 색채는 교색인 ‘Qishi 블루’를 기본 색상으로 사용 · 로고는 상하조합으로 구성된다. 중화 인민 공화국의 건국 지도자인 마오쩌둥의 서예가 만든 독특한 서체 체계인 ‘마오’를 사용 · 레이아웃은 두 가지의 동심원으로 구성된 둥근 표면이며, 중앙정렬을 활용 · 일러스트레이션은 ‘Qishi Eagle’로 구성되어 있다. 격렬하고 경쟁적인 성격을 보여주는 ‘진리를 추구하는 독수리’는 저장대학의 상징이 되었다.

한국 대학교 심벌마크 및 중국 대학교 심벌마크에서 시각요소 종합 분석을 통해 한국과 중국 대학교 심벌마크의 시각요소 차별화 전략과 대학교 심벌마크 디자인의 방향성을 살펴본 결과 다음

과 같다. 심벌마크는 색채 측면에서 한국과 중국 대학교는 주로 ‘교색’으로 사용하며, 파랑 계열과 레드 계열 위주로 많이 표현됐다. 로고는 중국 대학교의 경우, 주로 한자와 영문을 같이 이용하며, 통일한 서체로 쓰여 학교 이름을 한눈에 알아보기 쉽지 않다. 한국 대학교의 로고는 주로 한글과 영문을 같이 이용하고 한국과학기술원과 같이 일부 학교는 한자로 쓰는 경우 있다. 레이아웃 측면에서 한국과 중국 대학교는 모두 중앙정렬 배열을 이용하여 가지런한 느낌을 강조한다. 한국보다 중국 대학교는 대부분 원형으로 사용했다. 원형 모양의 사용은 전통적인 중국의 미학이며, 하늘과 사계절의 의미가 있다. 한국 대학교의 심벌마크 중에는 일부 중앙 배열보다는 좌측으로 된 레이아웃 중심으로 시각효과 달라진다. 한국은 일러스트레이션보다는 심벌마크를 강조하는 디자인이고 학교 상징물로 일러스트레이션을 활용하는 경우도 있다. 중국은 주로 학교 상징이나 학교 네임 등 일러스트레이션을 활용했다. 중국 대학교 심벌마크는 한국에 비해 상대적으로 대비 인지도가 낮다는 분석결과가 도출됐다.

4.설문조사 및 결과

4.1 설문조사 설계

본 조사는 디자인 시각요소 대학교 심벌마크의 디자인 선호도에 어떤 영향을 미치는지 살펴보기 위해 한국과 중국 세계대학평가 순위 5개를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 본 설문조사는 2020년 11월 26일부터 2021년 1월 6일까지 카카오톡과 위챗을 통하여 실시하였으며 설문조사의 문항은 RISS 논문 웹 사이트에서 발표된 학술지 논문의 선행연구를 바탕으로 구성된 설문지체계를 사용하였다. 설문조사는 중국의 설문조사 사이트 원첸왕(问卷网)을 주요 방법으로 실시하였다. 조사대상은 중국에서 있는 한국유학생과 한국의 중국유학생 남녀포함 총 100명을 대상으로 하였다.

조사에 대한 분석은 다차원척도분석법을 이용하여 얻어진 결과와 설문지의 데이터 처리방법은 코딩(coding: 설문 내용들 숫자화 하는 과정), SPSS v22.0(Statistical Package for Social Sciences)의 프로그램을 사용하여 빈도분석, 문항별 교차 분석하였으며 리커트 척도(Likert scale)에 맞춰 분석하였다 [9].

4.2 조사 분석결과

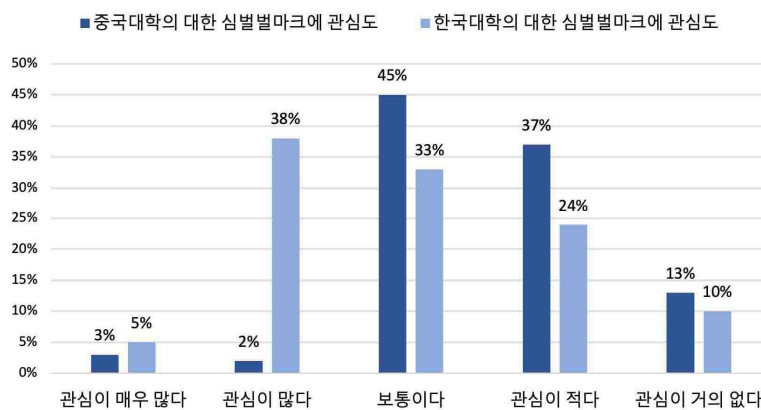
[표 5]은 응답자 성별과 연령별 빈도에 관한 표이다. 남녀포함은 한국과 중국의 유학생 100명(100%)이었으며 연령대별로는 20-29세 여성이 49명(49.00%)으로 1위를 차지하였으며 그다음은 20세 이하 (27.00%) > 30-39세(18.00%) > 40-49세(6.00%) 순이었다.

[표 5] 응답자 성별과 연령별 빈도

[Table 5] Respondent Gender and Age Frequency

성별	연령	빈도	비율
남여포함(100명)	20세 이하	27	27%
	20~29세	49	49%
	30~39세	18	18%
	40~49세	6	6%
	합계	100	100%

[그림 1]은 한국과 중국 대학교 심벌마크에 관한 관심도 표이다. 한국 대학교 심벌마크의 관심도는 ‘관심이 많다(38%)’가 가장 높았고, ‘보통이다(33%)’가 2위를 차지했다. 그다음은 ‘관심이 적다(14.00%)’ > ‘관심이 거의 없다(10.00%)’ > ‘관심이 매우 많다(5.00%)’ 순으로 나타났다. 이에 비해서 중국 대학교 심벌마크의 관심도는 낮았다.

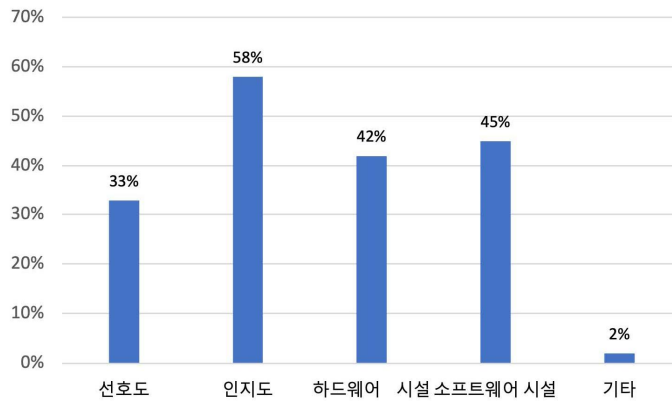


[그림 1] 한국과 중국 대학교 심벌마크에 대한 관심도

[Fig. 1] Interest in Korean and Chinese university symbol marks

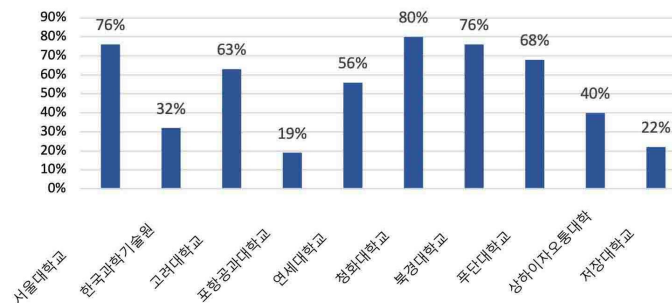
[그림 2]는 대학교 선택 시 요소별의 중요도에 관한 그림이다. 결과는 인지도(58%) > 소프트웨어 시설(교사의 강점, 교수법, 관리 방법, 학업 분위기, 외부 환경, 졸업률, 취업률, 직업 환경 등을 말한다)(45%) > 하드웨어 시설 (건물, 컴퓨터, 화장실, 식당 및 스포츠 장비 등 교육 작업을 지원하는 고정 및 고정 시설을 의미한다)(42%) > 선호도(33%) > 기타(2%)의 순으로 나타났으며 학교의 인지도 만 제외하면 소프트웨어 시설과 하드웨어 시설이 중요한 요소임을 알 수 있다.

[그림 3]은 10개 대학교의 선호도 순위에 관한 그림이다. 청화대학교(80%) > 서울대학교(76%) > 북경대학교(76%) > 푸단대학교(68%) > 연세대학교(56%) > 상하이자오통대학교(40%) > 한국과학기술원(32%) > 저장대학교(22%) > 포항공과대학교(19%)순으로 나타났다. 제일 높은 순위로 나왔던 결과는 청화대학교다.



[그림 2] 대학교 선택 시 요소별에 관한 중요도

[Fig. 2] Importance of each factor when choosing a university



[그림 3] 수용자에 관한 대학교 선호도

[Fig. 3] University preference for prisoners

[표 6]은 각 시각요소에 따른 수용자 선호도에 관한 표이다. 10개 대학교심벌마크 중 4가지 요소에 대한 제일 높은 대학교는 한국 대학교인 고려대학교로, 색채는 71%, 로고는 62%, 레이아웃은 68%, 일러스트레이션은 75% 비율을 받았다. 이에 비해서 중국 대학의 심벌마크 선호도는 낮았다.

설문조사의 분석결과는 다음과 같다. 20~29세 연령에서는 수용자 층에 가장 많고 대학교 심벌마크에 대한 수용자로서의 관심도가 높다. 대학교 선택 시 인지도 조건 외에도 학교의 하드웨어 시설 (건물, 컴퓨터, 화장실, 식당 및 스포츠 장비 등 교육 작업을 지원하는 고정 및 고정 시설을 의미한다)과 소프트웨어시설(교사의 강점, 교수법, 관리 방법, 학업 분위기, 외부 환경, 졸업률, 취업률, 직업 환경 등을 말한다)도 선택에 영향을 끼치는 것으로 조사를 통해 나타났다. 또는 10개 대학교 선호도순위 조사 중에 제일 높은 결과로 청화대학교를 얻었지만 4가지 시각요소를 통한 결과를 보면, 수용자들이 더 선호하는 대학교는 고려대학교이며, 반면 중국 대학교의 조사결과는 낮은 편으로 나왔다. 따라서 중국대학교 심벌마크 디자인은 개선이 필요하다는 것을 알 수 있었다.

[표 6] 한·중대학교 심벌마크의 각 시각요소에 따른 수용자에 대한 선호도

[Table 6] Preference of the audience according to each visual element of the Korean and Chinese university symbol mark

한국 대학교 심벌마크	고려대학교	연세대학교	서울대학교	한국과학기술원	포항공과대학교
색채	71%	44%	36%	19%	21%
로고	62%	45%	31%	36%	11%
레이아웃	68%	42%	30%	14%	22%
일러스트레이션	75%	60%	46%	19%	25%
중국 대학교 심벌마크	북경대학교	푸단대학교	상하이 자오통대학교	저장대학교	청화대학교
색채	17%	10%	21%	7%	27%
로고	39%	35%	18%	14%	2%
레이아웃	27%	23%	13%	11%	7%
일러스트레이션	26%	19%	15%	10%	4%

5. 결론

대학의 지속적인 발전과 함께 대학심벌마크는 단어, 이미지 및 의미를 하나의 시스템으로 결합했다. 대학심벌마크에 상징적 기능은 주로 문화적 배경 및 특정 환경과 관련이 있다. 대학의 심벌마크에서 이미지 사물은 외부적 특성이 있으며 종종 아이디어를 구현하여 사람들이 그래픽과 같은 직관적인 것들을 통해 대학 자체의 문화적 의미와 정신을 더 잘 이해할 수 있도록 한다. 따라서 대학마다 차별화된 심벌마크디자인으로 학생의 모교에 대한 학생들의 정체성뿐만 아니라 더 중요한 것은 수용자에게 대학의 교육 철학을 보여주고 대학의 문화 정신을 전달하기도 한다.

본 연구는 한국 대학과 중국 대학의 심벌마크디자인의 차이를 분석하여 수용자 설문조사를 통해서 중국대학 심벌마크디자인의 문제점을 밝혀내고 디자인의 방향성을 탐색하는 것이 목표였다. 한·중 심벌마크디자인의 시각요소를 비교 분석해본 결과는 다음과 같다.

- (1) 중국대학 심벌마크디자인의 정체성을 주요전략으로 삼아야 한다. 그러므로 타 대학의 색채와 식별력을 차별하기 위해 선명한 채도를 사용해야 하고 색채의 본질을 추구해야 한다.
- (2) 레이아웃은 모두 통일된 원형이며, 수용자의 관심을 집중하는 효과를 노리고 있다. 한국 대학의 레이아웃은 중앙 대칭 레이아웃이 아니다. 이것은 또한 향후 설계에서 고려해야 할 중요한 부분이다.
- (3) 중국대학교의 심벌마크 일러스트레이션은 주로 도형을 활용하고 있지만 한국대학의 심벌마크와 비교하여 인지도나 선호도가 낮은 결과가 나왔다. 한국대학의 심벌마크를 보면 대학 자체의 문화적 의미와 정신을 강조시키는 일러스트레이션으로 로고만의 상징성을 돋보이게 표현하고 학교 로고를 중심으로 더욱 시선을 사로잡고 있다.

(4) 중국대학의 로고는 ‘마오’로 사용했고 인지도 측면에서 시각효과가 낮다. 한국대학의 심벌마크를 보면 학교마다 ‘교체’가 있으며, 차별성을 가지고 있었다.

본 연구는 한국과 중국대학의 심벌마크디자인을 비교하여 중국대학의 심벌마크디자인의 시각적 문제점을 밝히고 이러한 문제점을 개선하고자 하는 연구이다. 이러한 한계점은 향후 연구에서 보다 다양한 디자인으로 확대하여 연구가 이어져야 한다. 따라서 연구의 결과를 고려하여 수용자들은 한국 대학의 심벌마크디자인에 대해 관심이 많은 것으로 나타났고, 선호도나 디자인도 매우 중요하다는 조사 결과가 나왔다. 중국이나 한국대학의 심벌마크에도 더 많은 디자인이 존재하지만 1위에서 5위까지 범위를 좁힌 것도 본 연구의 한계점이다. 다섯 개 대학만 연구한 한계를 추후연구에서 그 범위를 확대하여 추가 연구가 진행되기를 바란다.

References

- [1] Quacquarelli Symonds Limited, ‘Ranking of universities in the 2020 QS World University Rankings in 2021’, topuniversities.com, <https://www.topuniversities.com/universities/country>, (accessed January 2, 2021).
- [2] H. J. Kim, J. K. Kim, “Research regarding Preferences Adaptation Level According the Structural Forms of Expression of Symbol Mark: Focus on Korean Banks’ Symbol Mark”, Journal of Brand Design Association of Korea, vol. 7, no. 2, September 2009, pp. 35-46.
- [3] S. M. Im, M. S. Lee, “A Study on the Application of C.I and Color Image to Uniforms -Focused on Uniforms of City Hall Public Service Center in the Local Governments-”, Journal of the Korean Society of Design Culture, vol. 17, no. 1, March 2011, pp. 514-529.
- [4] I. H. Yoo, W. B. Ji, “An Analysis on The Type And Color of University Symbol Mark Design in Terms of UI(University Identify) -Focused on Universities in Seoul Area-”, Journal of Communication Design, vol. 40, July 2012, pp. 89-102.
- [5] S. T. Joe, “A Case Study Analysis of Factors on Visual Expression in Brand Identity - Focus on IT Enterprises which Recently Changed Its Symbols and Logos”, Journal of Korea Design Forum, vol. 29, November 2010, pp. 359-368, doi: 110.21326/ksdt.2010.29.033.
- [6] M. J. Lee, S. S. Lee, Multi-Media Textbook, Ahn Graphics, 2002.
- [7] Y. Cho, J. A. Park, “A study of The Effective Layout for Visual Communication in Web Design”, Basic Formative Studies, vol. 1, no. 2, August 2000, pp. 3-10.
- [8] A. J. Park, “A Study on the Visual representation of the design shown in the city signs -Focus on Insa-dong, Apgujeong, Hongdae area Sign-”, The Korean Society of Science & Art, vol. 14, December 2013, pp. 179-19, doi: 10.17548/ksaf.2013.12.14.179.
- [9] C. R. Ryu, H. H. Kim, “A Study on the Relationship between Cosmetic Brand Image and Visual Elements”, A Journal of Brand Design Association of Korea, vol. 17, no. 2, June 2019, pp. 19-30, doi: 10.18852/bdak.2019.17.2.19.