

대학교명의 유형과 구조에 관한 연구

A Study on Types and Structures of College Names

조규명

경기공업대학

Cho kyu-myung

Kyonggi Institute of Technology

요약

오늘날 대학의 존재이유는 우수한 인재를 양성하고 명성을 쌓아 나가는데 있고 모든 대학들은 교육환경의 변화에 대비하여 생존의 위기감을 가지고 나름대로의 변신과 발전의 노력을 하기위한 대학 간 경쟁이 치열하게 전개되고 있으며 특히 이미지의 개선을 위해 노력하고 있다. 그중에서도 특이한 변화는 대학교명에 대한 변화로 대학이미지의 개선을 위해 빈번하게 일어나고 있다. 따라서 본 논문에서는 대학환경 변화에 따라 대학교명에 대한 변화가 급격히 나타나고 있는 2, 3년제 대학을 중심으로 대학교명의 유형과 구조적 특성을 연구하여 대학교명의 문제점 및 바람직한 대학교명의 방향을 연구하였다. 즉, 대학교명은 구성원들의 만족과 자부심을 줄 수 있으면서도 대학의 특성을 내포할 수 있는 방향으로 작명되어야 하며 단순한 대학의 이름이 아닌 브랜드가치를 지닌 중요한 요소로 인식해야 한다.

I. 서론

1. 대학의 유래 및 기능

“대학”의 기원은 동양의 경우 중국 주나라의 ‘국학기관’을, 서양의 경우는 BC 387년경에 플라톤이 설립한 “Academy”를 기원으로 하고 있다. 우리나라의 경우, 삼국시대 고구려 소수림왕 2년(372년) 전진(前秦)의 제도를 도입하여 “태학”과 “경당”을 설치한 것이 최초이며, 고려시대는 “국자감”, 조선시대는 유교중심의 관료양성기관인 “성균관”이 있었다. 반면에 재래의 전통 교육기관이 아닌 신식교육기관으로서의 대학의 유래는 구한말 및 일제 강점기 시절에 “전문학교”란 이름으로 시작 되었는데, 대표적인 사례로는 현재의 연세대학교와 고려대학교의 전신으로는 “연희전문학교”와 “보성전문학교”를 들 수 있다.

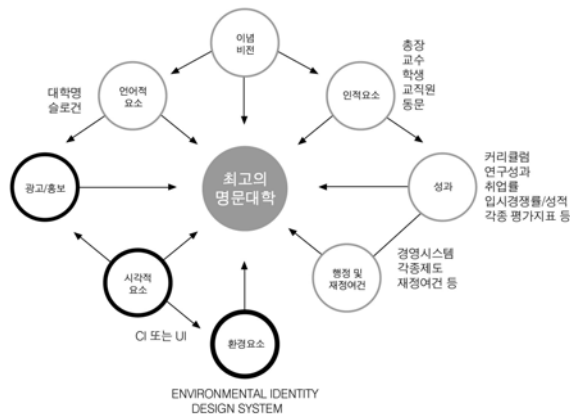
오늘날 대학의 주요기능은 “인재양성” 및 “학문의 진흥”으로 국가와 사회에서 필요한 유능한 인재를 배출하고 가치 있는 지식을 연구하여 국가, 사회의 발전을 도

모하는 중추적 기관으로서 공공적 역할을 갖고 있다. 그러나 산업화 이후 사회 환경의 급격한 변화에 따라 본연의 공공성을 상실한 채 개인의 재화습득을 위한 과정 및 사회적 신분상승의 기회수단으로 이용되고 있는 실정이다. 특히 출신대학에 대한 사회적 차별이 크기 때문에 자녀들을 명문대학에 진학하기 위해 전 사회적으로 다양한 병폐가 나타나고 있다. 대학도 우수한 학생을 유치하기 위해 다양한 홍보방법으로 치열한 유치 경쟁을 벌이고 있다. 그 중에서도 2, 3년제 대학의 경우 학령인구 감소에 따른 입학생 감소 및 교육시장 개방에 의해 대학 간 경쟁 심화에 따라 학생유치의 어려움이 초래되어 대학의 존립을 위해 전 구성원이 사활을 건 학생유치 활동을 하고 있다.

2. 대학이미지의 중요성

대학은 과거 학생 수를 늘리거나 대학의 부지 및 공간의 규모를 크게 하는 양적인 발전중심에서 질적인 발전중심으로 전환하기 위한 새로운 목표를 정립하고 있

고, 이를 가시화 하기위한 실천 가능한 전략을 세워 체계적으로 대학이미지를 개선하고 있다. 그 중에서도 대표적 활동이 UI (University Identity)의 도입이며, 대부분 대학이 대학의 비전을 가시화하여 바람직한 대학상(象)을 정립하고자 전면적 또는 부분적으로 UI를 도입하고 있다. 그 이유로는 과거 규모, 역사, 위치, 출신 동문의 위상, 입시 율, 재정 상태등 주로 비가시적 요소들의 강화에 역점을 두는 것보다, 대학의 좋은 이미지 형성이 좀 더 대학의 실체를 강화하는 핵심 요소로 인식되면서부터 대학들은 UI 및 TV, RADIO, 신문, 지하철 등 다방면으로 대학 이미지개선에 치중하고 있다.



▶▶ 그림 1. 좋은 대학 이미지를 형성하는 요소 [1]

일반적으로 대학이미지를 좌우하는 요소는 크게 2가지로 나눈다.

- 1) **가시적 요소**; 대학UI, 광고, 홍보, 판촉물, 건물과 실내환경, 축제 및 이벤트, 대학의 디자인 수준 등
- 2) **비가시적 요소**; 대학의 규모와 내실화, 교직원의 사고와 행동, 구성원의 후생복지, 장학제도, 대학이념, 교육서비스, 사회공익활동, 문화 활동, 동문역량, 입학성수준, 역사, 재정수준등. 이외에도 언어적 요소라 할 수 있는 대학교명, 슬로건등이 대학이미지에 영향을 준다.

II. 대학교명의 유형 및 구조적 특징

대학교명은 대학의 교육방향과 내용을 나타내는 요소로 대학구성원 및 관계집단의 인식에 매우 중요한 영향을 준다. 또한 대학들은 교명이 주는 상징적 의미를 매

우 중요시하여 타 대학에 비해 우월적 가치를 나타내기 위해 많은 노력하고 있다. 최근에는 대학 간 교명선점 문제로 법적인 소송에 이르는 등 관계집단에게 우월적 영향을 줄 수 있는 교명에 대한 독점권을 확보하기 위해 대학 간 매우 심각한 갈등이 나타나고 하며, 일부대학은 사용하던 교명을 변경하기도 하였다. 그 예로 경기도 소재 경문대학이 국제대학으로, 대헌공업대학이 재능대학, 대유공업대학이 동서울대학 등으로 교명을 변경하는 등 교명변경 사례가 빈번하게 일어나고 있다.

현재 국내 2, 3년제 대학의 교명에 대한 유형은 분류 방법에 따라 다양하게 분류할 수 있으나, 본 연구에서는 전국 146개(2009년 기준) 대학교명을 중심으로 유형 및 구조적 특성별로 크게 5가지로 구분하였다.

1) 지역명 또는 지역명과 의 합성어 사용(85개)

- 지역명(30개); 거제, 나주, 동서울, 문경, 인천, 오산등
- 지역명+대학특성(41개); 경기공업, 대구보건, 서울예술등
- 지역명+설립주체(6개); 강원도립, 충북도립, 전남도립등
- 지역명+지역명(3개); 강릉영동, 부산경상, 제주한라
- 지역명+인기어(5개); 전주비전, 대구미래, 순천제일등

2) 자체작명(45개)

- 자체작명(27개); 경민, 신구, 신흥, 인덕, 경북, 영진등
- 자체작명+대학특성(18개); 계원디자인, 웅지세무등

3) 기업(단체)명 사용(11개)

- 기업명(6개); 대림, 세경, 신성, 유한, 대원, 농협
- 기업명+대학특성(5개); 동아방송, 두원공과, 삼육보건등

4) 사회 인기어사용(3개); 국제, 재능, 동아인재

5) 종교명 사용 (2개); 카톨릭상지, 기독교간호

앞에서 언급한 국내 146개 2, 3년제 대학을 중심으로 교명실태를 살펴본 결과, 첫째, 지역명, 자체작명, 기업명, 사회적 인기어, 종교명, 등 다양한 형태의 교명작명을 통해 차별화를 시도하였다. 둘째, 약 58%의 대학이 지역명과 연관 지어 교명을 사용하고 있었다. 셋째, 약 45%의 대학이 추구하는 대학특성(예술, 보건, 간호, 방송, 관광, 문화)을 교명에 포함시켰다. 넷째, 거의 대부분 대학들이 이미 교명변경 경험을 하였다. 즉, 대학들이 1979년부터 새로 도입된 전문대학 제도가 도

입된 초기에는 대부분 대학이 국가주도의 공업 부흥정책에 편승하여 주로 “공업”이라는 명칭을 교명에 포함시켜 사용하였다. 그러나 정보화, 지식화, 문화, 사회복지 분야에 대한 사회적 관심이 변화함에 따라 2010년에는 4개 대학만이 공업이라는 명칭을 유지하고 있고, 그 외 대학은 과학, 보건, 정보, 문화, 간호, 방송, 예술, 디자인 등(예: 아주자동차대학, 청강문화산업대학, 우송정보대학)으로 교명에 특성방향을 가미시켜 교명을 변경하거나 시대적감각에 맞게 새로운 교명 변경을 통해 대학 이미지를 개선하였다.

Ⅲ. 결론

근대이후 현대적 개념의 대학이 설립되면서 교명은 대학설립의 취지를 담은 방향에서 점차적으로 대중적 관심을 끌거나 대표성을 갖기 위해 큰 규모 또는 큰 지역 명(국가, 도, 시)을 인용하여 사용하였다. 최근 들어 대학교명이 좋은 대학이미지를 결정하는 데 중요한 요소로서 인식하여 기존 교명에 대한 변경을 시도하려해도 이미 지역적 대표성을 선점한 대학들과의 유사성으로 인해 변경에 많은 고민을 하고 있거나, 기존 사용 중인 대학교명이 해당 대학의 특성을 제대로 나타내지 못하게 되자 대학들은 좋은 교명으로 변경하기 위해 많은 비용을 사용하고 있었다.

본 연구에서는 앞에서 조사한 전국 2, 3년제 146개 대학 전부를 유형별, 구조적특징별로 실태를 연구한 결과 다음과 같이 몇 가지 문제가 도출되었다. 첫째, 사회 패러다임 변화에 따라 향후 교명을 변경하고자 하여도 유사교명을 선점한 4년제 대학과의 중복에 따른 이미지 혼란 유발. 둘째, 지역명 중심의 유사교명사용에 따른 혼란 및 상호간 등록사용에 대한 갈등대두. 셋째, 교명 변경에 많은 비용 투입이 필요하기 때문에 새로운 교명의 도입주저. 넷째, 교명이 지나치게 지명에 집착하여 위치와 방위가 실제와 맞지 않아 관계집단에게 혼란 야기[2] 등이다. 즉, 그 동안 대학교명은 과거 설립자 개인의 지 및 취향, 종교성 표현, 대학만의 특성화 방향과는 불일치한 교명사용, 동일지역에서의 유사교명 고집에 따른 순차성의 표기등 개성이 없고 단순히 기계적으로 작명한 획일적인 교명사용의 경우가 다반사였다. 오히려 일제치하에서 대학의 설립 시에는 사회계몽을 통해 국가와 사회에 기여하고 이끌 인재의 양성을 목적으로

로 건학이념이 내포된 교명 등을 사용함으로써 대학 구성원 외에 대학을 둘러싸고 있는 관계집단에게도 그 대학의 존재가치에 대해서 자긍심과 함께 대학의 존재가치를 명예롭게 생각하던 경우에 비해 그 가치가 저하되었다. 따라서 오늘날 우리사회를 이끄는 중요한 기관이자 공공성을 지닌 대학은 교명이 지닌 가치와 의미에 대해 좀 더 명확하게 포지셔닝 하거나 대학도 기업이나 제품과 마찬가지로 교명에 대한 브랜드가치가 매우 중요해지고 있음을 인식하여 대학의 가치향상에 기여할 수 있도록 교명에 대한 지속적이며 체계적인 연구가 필요하다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] “국민대학교 UI 개발 제안서”, p.14.
- [2] 지혜경, “한국 학교명의 어휘적 연구”, 인하대 교육대학원, 석사학위 논문, p.31.