

대학 홍보용품의 디자인 방향 연구 - 교사용 다이어리를 중심으로 -

A study on the Design direction for University Publicity promotional products

조 규 명
경기과학기술대학교 그래픽디자인과

Cho Kyu-Myung
Gyeonggi College of Science & Technology

요약

최근 대학들은 안팎으로 많은 어려움에 직면하고 있다. 내적으로는 학령인구 감소에 따른 입학정원의 부족을 외적으로는 대학시장 개방에 따라 해외 유학생들 급증에 따른 학생유치 등의 어려움이 가중되고 있다. 이 같은 위기를 타개하기 위한 방안 중 하나로 대학들은 홍보활동을 강화하고 있다. 그 동안 대학들은 대학이미지 제고를 위해 각종매체 등을 활용하여 관계집단에게 직, 간접적으로 홍보를 확대하는 등 홍보를 대학존립을 위한 자구책의 일환으로 인식하고 다각적인 노력을 하고 있다. 이 논문은 대학에서 실시하고 있는 홍보활동에 대한 효율적 방안의 하나로서, 고교 입학생들에게 대학지원 및 선택에 직접적인 영향을 주고 있는 교사를 대상으로 하여 비교적 제작경비가 저렴하면서도 장기 누적적 효과를 줄 수 있는 홍보기념품의 하나인 다이어리에 대하여 다이어리기능과 홍보기능을 결합시킨 교사용 다이어리의 디자인 방향연구를 통해 홍보비용 및 효과를 제고시키기 위한 제안이다.

I. 서론

현재 대학들은 사회적으로 등록금 인하추구를 요구하는 국민적 요구와 행정기관의 정책변화에 따라 대학들의 등록금 인하 압력이 가중되고 있으며, 올해는 대부분의 대학들이 설립 이래 최초로 등록금 인하를 시행하였다. 대학 주변 환경도 큰 변화가 나타나 일부 부실대학들이 퇴출되고 지방전문대학 및 경쟁력이 약한 4년제 대학에까지 정원 미달이 현실화 되면서 오랜 기간 동안 학력주의에 따른 우월적 지위를 가진 대학들에 대한 존폐위기가 표면화되었다. 이에 따라 대학들은 입학생 충원부족으로 인한 운영예산의 궁핍 위기를 느끼게 되었고, 이를 타개하기 위한 방안의 하나로 홍보조직을 확대 개편하거나 다각적인 홍보활동을 통해 정원미달을 방지하려 하고 있다. 이 같은 대학들의 홍보활동 강화는 지난 2006년 4천명 이상의 정원 미충원이 나타나면서 표면화되었고, 2017년 또는 2019년부터는 대규모로 대학들의 입학정원의 미달이 현실화 될 것으로 보고 있다.

표 1. 학령인구 감소에 따른 미충원규모 추정치 [1]

년도	학령인구(명)	미충원규모(명)
2006	603,840	-4,058
2010	682,135	74,237
2015	645,887	37,989
2019	571,546	-36,352
2020	492,940	-114,958
2021	458,754	-149,144

따라서 이 연구에서는 이제는 “대학도 상품이다”라는 인

식에 주목하여 학생들의 대학선택 및 지원결정에 핵심적 역할을 하는 교사를 대상으로 교사용 다이어리에 대한 디자인 방향 연구를 통해 홍보 비용절감 및 대학이미지 제고를 위한 홍보강화 방안을 모색하였다.

II. 대학홍보에 대한 이론적 배경

1. 대학홍보의 개념 및 필요성

대학홍보란, 설득커뮤니케이션의 한 형태로 대학이 그와 관련된 공중과의 호혜적 관계를 확인, 수립, 유지하기 위하여 그 대학의 목적이나 방침, 활동 등에 관한 각종 정보를 여러 가지 매체를 통하여 공중에게 전달하는 조직과 공중과의 쌍 방향적 커뮤니케이션이라 할 수 있으며, 대학은 홍보를 통하여 수용자들에게 신뢰와 지지를 획득하고 다시 이들의 지지를 통해 학교이미지를 개선해 나가는 순환적 상호작용인 활동인 것이다[2]. 이를 통해 대학은 관계집단에게 대학에 대한 호의적 이미지를 각인시켜 줄 각종 정보를 가공하여 전달함으로써 이들에게 대학에 대하여 좋은 이미지를 형성하고 유지시키고 있다. 그리고 2008년 대학정보 공시제도 시행에 따라 대학의 현 상태를 나타내는 각종지표인 입학성적, 취업률, 재학율 등 각종 대학과 관련된 통계자료들이 인터넷에 공개되어 대학선택 및 대학이미지를 좌우하는 요소로 사용하고 있다. 따라서 대학들은 대학과 관련된 다양한 정보를 관계집단에게 전달하여 불리한 대학이미지를 불식시키고 우위적 정보전달을 통한 우수 신입생 및 교수진 확보, 우수졸업생 배출을 통한 취업률 향상, 풍부한 재원확보를 통한 대학재정 확대

등을 기대하고 있다.

2. 대학홍보의 대상 및 방법

일반적으로 대학의 변치 않는 목표는 우수한 인재양성 및 명성을 쌓아 나가는데 있다. 이를 위해 모든 대학들은 교육환경의 변화에 따른 생존의 위기감을 가지고 나름대로의 변신과 발전의 노력을 하고 있으며, 이러한 대학의 목표를 달성하기 위해 대학은 내부적으로는 총장 및 이사장, 교수, 직원, 재학생, 졸업생, 동문회를 홍보대상으로 하고, 외부적으로는 교사, 수험생, 학부모, 지역주민, 정부기관, 산업체, 지역기관, 언론매체 등을 대상으로 홍보를 실시한다. 홍보 방법으로는 홍보대상과의 우호적인 관계형성을 위하여 대학이 지닌 정보를 가공하여 각종 대중매체를 통해 홍보를 실시된다. 홍보수단으로는 신문, 잡지, TV, 라디오, 옥외광고, 인터넷 홈페이지, 배너, 동영상 및 각종 이벤트와 대학캠페인 등을 사용하며, 최근에는 스마트폰 등을 통해 트위터, 페이스북 등과 같은 SNS (Social Network Service)를 활용하는 등 다각적인 홍보 활동을 하고 있다.

3. 대학홍보용품의 종류 및 유형

대학들은 홍보를 위해 자체적으로 홍보용품을 제작하여 활용하고 있는 데, 각 대학에서 자체적으로 제작, 활용하고 있는 각종 홍보매체들은 유형별로는 크게 인쇄홍보물과 영상홍보물, 온라인 매체, 기념품으로 구분되며, 홍보용품의 종류로는 대학요람, 브로슈어, 소식지, 달력, 다이어리, 교직원 수첩, 교내신문, 우편엽서, 팸플릿, 홍보포스터, 연하장, 신문형식의 언론내용을 담은 인쇄물 등이 있다[3]. 그 중에서도 대학마다 중요한 홍보요소로 활용되고 있는 것 중의 하나가 대학기념품이다. 대학기념품은 자(自) 대학의 이미지를 상품화하여 한 대학의 문화, 역사, 예술의 구체적 소산으로서 상징성과 고유성을 지니는 기념품이다[4]. 홍보기념품은 대학홍보에 촉매역할을 해주며, 내외 관계집단에게 호의적인 대학이미지를 연결시켜 주는 중요한 기능을 가지고 있다.

Ⅲ. 홍보용품으로서 다이어리의 디자인방향

대학 홍보기념품으로 사용되는 것 중 하나인 다이어리는 크게 개인용 다이어리와 업무용다이어리로 구분된다. 개인용 다이어리는 사적부분을 기록하는 용도로 사용되어 다이어리의 내부구성이 단순하며, 주로 일정 및 메모중심으로 항목을 구분되어 사용되고, 형태적으로도 개개인의 개성을 표출하는 디자인으로 되어있고, 유형도 매우 다양하며 주로 예쁘게 제작, 판매되고 있다. 반면에 업무용다이어리는 주로 직장인들이 사무용이나 업무용으로 사용하기 때문에 효율적인 업무관리 및 자기 계발을 통해 지속가능한 자기 발전을 도모하는 용도로 사용한다. 형태적으로는 개인용에 비해 다소 중후하고 기품 있는 느낌을 주거나 색채측면으로는 딱딱하고 무거운 느낌을 준다. 최근에는

업무용다이어리도 신세대의 영향을 받아 고상하고 세련된 디자인의 제품이 선보이고 있다. 내용적으로도 개인용다이어리가 개인의 경험 및 일정기록을 중심으로 자기표현, 취향, 일상성, 정체성확인을 위해 자신에 대한 특별한 경험이나 사건들을 관찰 또는 기록하는 일지중심으로 사용한다. 반면에 업무용다이어리는 주로 시간관리, 업무관리, 자기계발을 위한 관리 중심으로 유형별로 다소 차이는 있지만 사용자를 세분화하여 따라 내용구성을 다양화하거나 부분적으로 추가하여 사용할 수 있게 한다.

표 2. 업무용 다이어리의 유형별 구성내용

용도	구성내용	특징
일반직장인용	-일정관리;일정표(년,월,일)및 기념일,주소란, 전화번호부관리, 우편번호부, 날짜계산, 도량형,자료관리, 메모란, 부가기능란	대중을 대상으로 공통업무를보편화하여구성
자기계발용(예:프렙크린다이어리)	-개인정보란,고객카드,Earlybird event,지배가치작성법, 비전작성법, 사명서작성법, 꿈의목록, 6개년간 달력, 당해년도 역할과목표란, 월간일정표란, 년간 주요업무목표란, 일일계획표란(오늘의 우선업무,예정일정,오늘의 기록사항)	시간관리, 자기계발등에대한내용구성통해지속적인자기발전예중점

이 연구는 학생의 대학 선택 및 결정을 하는 데 중요한 역할을 하는 교사를 대상으로 한 홍보용품으로서 다이어리의 특성상 한번 기록을 시작하면 특별한 사유 없이 1년간 사용하고 그 후라도 보관을 통해 지속적인 활용을 하는 만큼, 교사용 다이어리를 제작, 활용한다면 지속적, 누적 반복적 홍보효과를 통해 저렴하면서도 더 홍보물보다 오랜 기간 동안 홍보효과를 지속할 수 있기 때문이다. 다이어리 디자인의 방향으로는 첫째, 교사의 직무를 고려한 내용구성이다. 교사의 업무는 각종교육정책, 학급운영 계획란, 수업시간표, 학사일정, 회의노트란, 학급활동 계획란, 학생관리 주소록, 학생사진첩, 개인별 정보카드란, 학생회 학급명단, 등록금, 학급운영사항, 학급기초조사, 체험 및 봉사 등 각종행사 활동사항 기록란, 성적평가표, 제반서식란 등과 같이 교사의 다양한 업무를 분석하여 내용을 구성하여야 한다. 둘째, 업무일지의 형태 및 크기도 교과서와 동일하게 하여 휴대 및 보관에 편리성을 꾀하여야 한다. 셋째, 내지디자인에 대한 기록의 편리함을 고려한 레이아웃의 도입이다. 마지막으로 전달하고자 하는 대학의 홍보정보와 다이어리 기능을 융합한 내용구성이다. 대학 홍보용품으로 사용하기 위해서는 홍보기사 및 대학 관련 입시 정보에 대한 콤팩트한 디자인을 통해 대학의 이미지를 효과적으로 전달해야 한다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 교육인적자원부 “학령인구 감소에 따른 미충원 규모 추정치”, 보도자료, 2006. 9.15
- [2] 김선방, “인터넷을 이용한 대학홍보에 대한 연구”, 경희대학교 언론정보대학원 석사학위논문, 1998
- [3] 나옥희, “대학 이미지제고 및 홍보를 위한 신문광고 디자인에 관한 연구”, 성균관대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2010, p.40 요약
- [4] 권은실, “대학홍보를 위한 기념품포장디자인 개선에 관한 연구”, 성균관대학교디자인대학원석사학위논문, 2004,p.3