

大學弘報用 衣類商品開發에 關한 研究⁺

- 全南大學校의 事例를 中心으로 -

裴 水 晶

全南大學校 衣類學科 助教授 · 全南大學校 生活科學研究所 研究員

A Study on the Development of Clothing Products for University PR⁺

- Focusing on the Case of Chonnam National University -

Bae, Soo-Jeong

Assistant Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Chonnam National Univ.
Human Ecology Research Institute, Chonnam National Univ.

Abstract

Recently, the field of university PR(public relations) and UI(university identity) come to be emphasized as a remarkable one because the applicants to the universities are consistently reduced in Korea.

The purpose of this thesis is to present a souvenir for university PR which is designed in a clothing commodity, easily accessible to visitors, helping students and university officials to keep a pride to our university.

We have designed four kinds of clothing, ie T-shirts, polo-shirts, trousers, and hats, after scrutinizing those of other universities. By making change the length of sleeves and slacks, the four kinds were transformed into eight kinds of clothing commodities. The basic trend of this design is on the trompe l'oeil, with the colors being white, grey and black ones, which are of 100% cotton.

Key words: PR(Public Relations)(홍보), UI(University Identity)(대학 정체성), souvenir(기념품)

I. 서론

1999년도 교육부 발표에 의하면, 대학의 구조조정에 적자생존의 원리를 도입하여 대학을 순위 식으로 평가하겠다는 발표가 있었다¹⁾. 이에 따라 각 대학들은 서둘러 발전계획을 수립하고 시설확충과 우수한 교원 확보에 힘을 기울이고, 대학종합평가에 대비하는 등 자율화 조치에 각별한 노력을 기울여 왔다.

또한 통계청의 추계인구에 의하면 2003년부터 대학진학 희망자 대비 대학 입학정원의 비율이 91%²⁾³⁾ 대로 떨어지는 수요·공급의 불균형이 발생하는데, 이는 한마디로 학생 선발의 시대에서 학생 유치의 시대로의 변화를 의미한다고 볼 수 있다. 제품의 수요·공급이 균형을 잃었던 시점에서부터 마케팅이 발전하였다는 사실을 상기한다면 바로 지금이 대학 마케팅의 시작점임을 유추해 볼 수 있다⁴⁾. 따라서 대학

+ 본 논문은 2001년도 전남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음.

도 기업과 마찬가지로 교육 수용자 중심의 경영마인드를 도입하여 대학간의 차별화 전략을 가지고 다양한 매체의 홍보방법을 동원하여 대학의 이미지를 부각시키려고 노력해야 하는 시점이 되었다. 즉 공급자 중심의 대학교육에서 수요자인 학생 중심으로 변하면서 대학은 그 한계에 이르게 되었고, 이에 각 대학들은 생존과 발전을 위한 차별화와 특성화를 위해 마케팅 전략을 도입하고, 그 중에서도 홍보전략을 통해 학생들에게 대학을 적극적으로 알려야만 생존할 수 있게 되었다⁵⁾.

시드니 코브르(Sidney Kobre)에 의하면 “홍보는 모든 교육에 필수적인 요소”⁶⁾라고 하였다. 그는, 교육은 학생과 교과서뿐만 아니라 책상과 의자, 건물도 포함되며 무엇보다 중요한 것은 교수와 학생들 간의 강한 유대관계와 정신적인 상호 이해라고 강조하면서 이러한 학업에서의 관계는 다시금 학교에서 학부형으로, 더 나아가 지역사회로 확대된다고 하였다. 따라서 오늘날 대학 홍보는 과거 소극적인 사고에서 벗어나 ‘대학도 이제는 하나의 건전한 상품’이라는 개념으로 인식을 전환하여 다양한 공중(公衆)을 대상으로 다양한 방법을 통해 홍보활동을 전개해야 한다.

홍보의 매체는 인쇄매체, 전파매체, 영상매체 등으로 구분할 수 있다. 인쇄매체에는 신문, 브로슈어, 팸플렛, 편지, 포스터 등이 있고, 전파매체에는 라디오와 TV 등이 있으며, 영상매체에는 비디오, 영화, 슬라이드 등이 있다. 이 외에도 대학 홍보용 기념품이 있는데, 현재 국내 대학홍보용 기념품은 작은 책갈피에서부터 홍보용 달력, 다이어리, 생활용품, 의류용품 등 다양한 상품이 개발, 판매되고 있고 이는 인터넷 상에서도 판매되고 있어 홍보효과와 더불어 학교의 이미지를 증대시키고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 전남대학교의 심볼, 로고, 엠블럼, 시그니처를 활용한 홍보용 의류상품을 디자인함으로써, 본교를 찾는 내방객들에게는 손쉽게 구입할 수 있는 기념품을 제공하고, 본교의 학생 및 교직원에게는 학교에 대한 자긍심을 고취할 수 있는 학교 홍보용 상품을 제시하는 것이다. 더 나아가 2002년으로 개교 50주년을 맞이한 전남대학교의 이미지를 재정비하는 차원에서 대내·외적인 대학의 홍보방안을 되돌아

봄으로써 궁극적으로는 전남대학교의 이미지 제고에 기여하고자 한다.

연구의 내용으로는 국내 대학들의 홍보활동 실태와 전남대학교의 현 홍보상황을 고찰한 다음 국내·외 4년제 대학의 홍보용 의류상품 현황을 조사하여 이를 기초로 전남대학교의 홍보용 의류상품을 디자인하고자 한다.

먼저 첫 번째 단계로 대학홍보의 개념과 요즈음 많은 대학이 시행하고 있는 UI(University Identity) 작업의 현황을 알아본 다음, 전남대학교의 홍보현황과 홍보물의 종류 및 제작·판매 상황을 살펴본다. 두 번째 단계로는 국내·외 대학 중에서 홍보용 의류상품이 디자인, 판매 등에서 잘 정비된 대학을 각 5개교씩 선정하여 의류상품을 조사한다. 이는 의류상품 위주로 조사하여 그 아이템, 가격, 색, 소재 등을 분석함으로써 전남대학교의 홍보용 의류상품개발의 기초자료로 활용한다. 세 번째 단계는 전남대학교의 심볼, 로고, 엠블럼, 시그니처를 활용하여 본교의 이미지와 특성을 살린 의류상품을 디자인한다.

본 연구를 위해 대학홍보관련 서적, 선행 연구논문, 각 대학의 홍보용 기념품 및 팸플렛 수집 및 조사, 전남대학교 홍보담당 부서와의 인터뷰, 인터넷 사이트 등의 자료를 참고로 하였다.

II. 대학홍보 현황

1. 대학홍보의 개념과 대상

일반적으로 대학에서 행해지는 홍보(PR)⁷⁾는 쌍방향 설득 커뮤니케이션의 한 형태로서, 대학의 목적이나 방침, 활동 등에 관한 각종 정보를 여러 가지 매체를 통하여 공중(公衆)에게 전달하는 것으로, 홍보 활동을 통하여 수용자들에게 신뢰와 지지를 획득하고 이를 통해 학교 이미지를 개선해 나가는 순환적이고 상호작용적인 활동이라고 할 수 있다⁸⁾.

현재 한국 대학홍보의 주된 목표는 우수신입생의 유치, 우수교수요원의 확보, 졸업생 취업률 향상, 대학 이미지 제고 등으로 구분할 수 있다. 이를 위해 대학

이 자체적으로 발행하는 홍보물의 종류는 매체의 성격을 가진 홍보물로서 홍보 브로슈어, 팸플렛, 소식지, 요람, 신문, 비디오테이프, 학부모 통신, CD-ROM 등이 있다. 이외에도 책갈피, 달력, 볼펜, 머그잔, 찻잔, 티스푼, 시계, 다이어리, 티셔츠, 반바지, 모자, 가방, 생활용품 등을 제작하여 대내·외의 홍보물로 사용하고 있다. 특히 대학 홍보용 기념품은 대학이미지 제고를 위해 필요한 것으로, 그 품질과 디자인으로 학교의 이미지가 좌우되기 때문에 신중하게 제작해야 함에도 불구하고 그 중요도에 대해서는 그다지 인식하고 있지 않은 것으로 파악된다.

이러한 대학 홍보활동의 대상으로는 대내·대외대상자로 분류할 수 있다. 먼저 대내 대상자로는 학생(대학원생 포함), 교수, 교직원 및 기타 고용인을 들 수 있고 대외 대상자로는 졸업생, 학부모, 대학진학예정자, 지역사회주민 그리고 언론 및 정부기관과 각 기업을 들 수 있다.

대내 대상자인 학생, 교수, 교직원 및 기타 고용인들의 경우 자신의 학교에 대하여 호감과 자부심, 열의를 가지도록 하는 것이 목적이 되어야 하므로 이들에 대한 홍보의 기본 방향은 학교생활에 대한 불편을 덜어 주고 학교에 대한 신뢰도를 높이는 것이다.

먼저 교수는 대학 구성원 중에서 가장 중요한 위치를 차지하고 있으므로 이들의 의견이 대학의 주요 정책에 반영될 수 있도록 학교와 교수간에 쌍방 커뮤니케이션 채널이 항상 열려있어야 한다. 그럼으로써 교수들의 의견을 학교 정책에 반영하여 참여의식을 높이고, 이는 다시 학교의 중요한 일에 책임감을 나누어 느끼는 분위기를 조성하게 된다¹⁰⁾.

다음으로 학생의 경우 학교가 학생들의 이익을 위하여 노력하고 있다는 것이 학생들에게 정확하게 전달되었을 때, 학생들의 학교에 대한 이해와 지지를 기대할 수 있으므로 학교 당국이 학생들의 이익을 위하여 실제적인 업적을 쌓고 이를 정확하게 알리는 작업이 조화를 이룰 때에 비로소 성공적인 학생관계를 유지할 수 있다¹¹⁾.

마지막으로 교직원 및 기타 고용인의 경우는 조직구성원들의 사기를 높이고 충성심을 유발하는 것에 홍보의 주요 목적이 있는데 이를 위해서는 비인간화

경향을 방지하여 소속감과 참여의식을 높이는 것이 바람직하다고 할 수 있다¹²⁾.

대외 대상자인 졸업생, 학부모, 대학진학예정자, 지역사회주민, 언론기관, 정부, 기업체 등의 경우는 각 집단의 특성에 맞는 개별적인 홍보활동이 이루어져야 한다.

첫번째 졸업생의 경우는 대학의 성장과 발전에 유익한 환경을 조성하는 무한한 잠재력을 가지고 있기 때문에 대학홍보의 가장 중요한 대상이다. 렉크(W. Emerson Reck)에 의하면 첫째로 모교에서의 대학생활이 고맙고 즐겁게 추억되고, 둘째로 모교의 목표, 방향진보, 그리고 문제 등에 관하여 항상 소식을 얻게되며, 셋째로 모교를 위하여 보람있는 일을 할 수 있는 기회가 동창들에게 부여된다면 그들이 모교를 위해서 할 수 있는 일에는 제한이 없을 것이라고 했다¹³⁾. 이러한 관점에서 보면 대학교육의 중대한 문제의 하나는 대학과 졸업생들의 유대관계 유지에 있는데, 그 방법은 지속적인 졸업생관리, 모교방문(home coming)의 활성화, 학교행사 초대, 학교 소식지의 정기적인 발송 등으로 동창들의 모교에 대한 관심을 유도하는 것이 효과적이라고 할 수 있다¹⁴⁾.

두 번째 학부모들은 학생들이 대학을 지원하는데 핵심적인 역할을 한다고 볼 수 있다¹⁵⁾. 따라서 홍보의 주요내용은 학부모로 하여금 학교와 학교교육에 신뢰를 가질 수 있도록 하여 자녀들의 장래에 확신을 심어주는 것이어야 한다. 이를 위해서는 뉴스레터, 서신, 학교신문의 발송, 행사초대, 교수와 학부형과의 대화, 학교시설의 공개 등을 생각할 수 있다.

세 번째 신입생 후보학생 홍보에서 중요하게 다루어야 할 내용은 대학의 특성과 대학교육의 비전을 제시하여 타 대학과 차별화를 두는 것이다. 이의 방안으로 대학당국자, 교수, 동창들의 고등학교 방문, 신입생 후보와의 개별면담, 학교안내책자 배부, 대학행사 초대시에 대학의 특성화 방향에 대해 심도있게 설명하고, 특성화 분야의 각종 경시대회 및 실기대회 개최 및 후원 등을 들 수 있다¹⁶⁾.

네 번째 지역사회주민을 대상으로 한 홍보의 주요 방안은 대학과 지역사회간의 갈등의 극소화, 혹은 지역사회가 겪는 불편에 대한 이해를 촉구하거나, 이에 대한 보상의 측면에서 제시되어야 한다. 설리반(E. J.

Sullivan)은 “학교를 위한 홍보활동의 주요 목표는 지역사회 모든 분야와의 상호협조이며, 가장 좋은 의미에서 교육적 홍보는 상호통신과 상호협조를 계획하는 것”¹⁷⁾이라고 하여 지역사회 주민에 대한 홍보의 중요성을 강조하고 있다. 이를 위해서 대학에서는 지역사회 주민을 위한 시설의 투자 혹은 제공, 운동장, 체육관 등의 학교시설의 개방, 강습회, 간담회 등의 일정부분을 담당하고 이에 필요한 인적, 물적 지원을 하는 것 등을 들 수 있다.

이상에서 논의된 대상들 이외에도 다양한 공, 사설 기관, 언론, 정부기관, 기업체, 개인 등은 직접, 간접적으로 대학에 영향을 미치므로 이들 모두는 대학의 중요한 홍보의 표적이 된다고 할 수 있다.

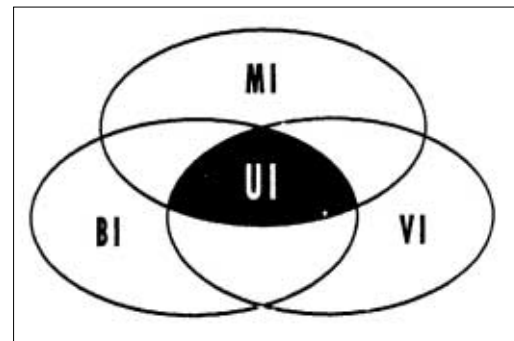
이처럼 대학은 개방조직이기 때문에 외부환경과 상호작용을 해야하는 특성을 지니고 있고, 또한 그에 의해 성과가 나타나기 때문에 대학의 대내·외적 홍보 활동은 매우 중요하다. 그러나 무엇보다도 대학의 기본 존립 이유에 대한 사회 구성원들의 공감대를 얻기 위해서는 사회에서 대학의 역할이 무엇인지를 분명하게 인식시키는 것이 우선적으로 필요하며, 특히 국가나 사회의 지원으로 유지되는 국·공립대일수록 그 필요성이 더욱 크다고 할 수 있다¹⁸⁾. 지난 2002년으로 개교 50주년을 맞은 전남대학교의 경우도 현시점에서 대학의 이미지를 재점검하고 대내·외 홍보대상들에게 접근하기 쉬운 홍보방안을 모색해야 할 필요성이 제기되고 있다.

2. UI(University Identity) 현황

대학홍보가 필수적인 시대로 접어들면서 대학을 상징화, 시각화 할 수 있는 이미지의 중요성이 부각되고 있다. 이미지는 수용자들이 특정대학에 가지는 태도나 행동에 결정적인 영향을 미치기 때문에 대학, 특히 지방대학의 경쟁력 강화를 위해 체계적인 시스템이 절실한 상황이다. 이제까지 한국의 대학들은 대학의 위상과 이미지 관리에 소홀해 왔다. 즉 이는 대학의 정체성과 이미지를 통합관리 할 전략적 기획이 부재했다는 것을 말하는 것이다.

이를 개선하기 위해 최근에는 대학에서 UI(University Identity)개발이 적극적으로 행해지고 있다. 우리말로 풀이하자면 CI(Corporate Identity)¹⁹⁾에 대응하는 뜻으로 대학 정체성 작업 혹은 대학 이미지 통일화 작업이라고 할 수 있는데 이는 대학의 분산된 이미지를 하나로 통일하고 고유한 대학의 가치관을 심어주는 것으로, 구체적으로는 대학의 상징물을 정하거나 광고, 홍보물 등을 표준화하는 것으로 나타난다. 그러나 광의로는 단순히 대학의 로고·심벌마크 등 시각적 요소의 변경이나 대중에게 인지도를 높이는 차원만이 아니다. 일반적으로 완벽한 UI의 추진을 위해서는 ① 마인드 아이덴티티(mind identity, MI), ② 시각적 아이덴티티(visual identity, VI), ③ 행동적 아이덴티티(behavior identity, BI) 세 가지 요소가 모두 필요하다²⁰⁾(표 1 참조). 여기에서 MI는 대학교육의 이념과 목표를 가리키며, BI는 행동양식에 관한 것으로 교수와 학생간의 사제관계, 노사관계, 학구활동 등을 의미한다. 위 두가지는 대내적인 대학문화의 차원인 반면 VI는 심벌마크, 로고, 엠블럼 등의 통일화로 대외적인 대학 이미지의 차별화를 말한다. 따라서 UI는 이미지 변신이라는 1차적 효과를 넘어선 대학경영의 전략적 수단이라고 하는 것이 더 타당할 것이라고 생각된다.

국내대학들에서는 1990년대 중반을 기점으로 UI개발이 시작되었고 경성대학교, 동명대학교, 상명대학교, 서울시립대학교, 신라대학교, 아주대학교, 우송산업대학교, 한국방송대학교, 한남대학교, 한동대학교, 한성대



<그림 1> UI의 구성요소

학교²¹⁾, 국민대학교, 광운대학교, 수원대학교, 인하대학교, 숙명여자대학교, 한세대학교 등이 참신하고 세련된 이미지의 비를 개발하여 이미지 제고에 노력하고 있다. 이들 대학들은 대학의 상징물, 안내판, 홈페이지, 홍보물, 기념품 등의 디자인 시 비의 조망 하에 일관성 있는 디자인을 실시함으로써 효과적으로 대학의 이미지를 높이고 있다.

비를 통해 얻을 수 있는 기대효과는 두 가지가 있다. 먼저 대내적 효과는 조직의 활성화로 인한 귀속감, 애교심의 고취와 디자인 시스템의 표준화, 합리화를 통한 디자인 일관성 유지 및 비용절감, 타 대학과의 시각적 차별화를 들 수 있다. 다음으로 대외적 효과는 대학의 지명도와 신뢰도, 호감도를 높임으로써 우수한 교수확보와 학생유치에 이바지하는 점이라고 할 수 있다.

그러나 아직 많은 대학들이 비에 대한 인식이 높지 않아서 활성화 단계는 아니지만 앞으로는 로고, 엠블럼, 심볼, 시그니처의 표준화 수준에서 그치지 않는 보다 체계적이고 종합적인 차원의 비 작업이 활성화 될 것으로 예견된다.

3. 전남대학교의 홍보현황

전남대학교의 홍보는 현재 기획조정과의 홍보계에서 맡고 있다. 담당 인원은 2명으로 전남대학교 소식지제작, 홍보책자발간, 언론 보도자료제공, 기념품 제작 등의 홍보를 진행하고 있다(입시 관련 홍보는 입학관리과에서 시행하고 있음). 이 중에서도 기념품은 외부 업체에 위탁판매하고 있는 상황이므로 학교와 계약을 맺은 업체가 물품선정, 가격, 디자인 등을 결정하고 있다. 현재 제1학생회관 소비조합에서 판매되고 있는 기념품 현황은 <표 1>과 같다.

<표 1>을 보면 23가지 기념품 품목 중에서 액세서리(넥타이, 가방)를 포함하여 의류상품은 단 5종에 불과하다. 더구나 의류는 주문에 의해서만 제작이 되고 있어서 매장은 카탈로그만 비치되어 있으므로 구매자가 의류를 직접 보고 구매할 수 있는 상황이 아니다. 또한 독립된 기념품 매장이 없어 여러 매장에서

<표 1> 전남대학교의 기념품 현황

아이템		가격(원)	상징물
책갈피	소	1,000	엠블럼
	대	3,500	엠블럼
봉투	수동	7,000	엠블럼
	자동	6,500	엠블럼, 로고
문진(크리스탈)		18,000	엠블럼, 로고
다용도 펜꽂이		25,000	로고
키 홀더 (다용도 칼)	소	2,500	엠블럼
	대	6,000	엠블럼
라이터		18,000	없음
탁상시계		24,000	로고, 대학풍경
만년필		35,000	로고
볼펜		600	로고
티스폰세트		12,000	엠블럼
		12,000	로고
컵	뚜껑 있음	4,500	엠블럼
	뚜껑 없음	3,500	엠블럼
붓통	나무	6,000	엠블럼
	도자기	8,000	엠블럼
전화번호부		24,000	로고, 대학풍경
크리스탈 액자		10,000	엠블럼
넥타이 핀		5,000	엠블럼
		15,000	엠블럼
		25,000	엠블럼
뱃지	금, 은	1,000	엠블럼
	원형(소)	1,000	(5종)
	원형(대)	2,500	(3종)
필통		3,000	로고
벽장식		18,000	로고
넥타이		20,000	로고(주문)
		18,000	로고(주문)
폴로 반소매		20,000	(주문)
폴로 긴소매		25,000	(주문)
라운드 티셔츠		10,000	(주문)
가방		18,000	(주문)

분산 판매되고 있어 판매의 일관성이 없는 실정이다. 따라서 전남대학교의 기념품 중에서 의류상품은 시급히 디자인을 개발하고 제작할 필요가 있다고 사료된

다. 더불어 독립된 판매장도 갖추어 기념품의 전시 판매를 재정비해야 할 필요성이 있으며 적극적으로 이를 대학홍보에 활용하여야 할 것으로 생각된다.

기념품 중 무엇보다도 로고나 엠블럼이 들어간 의류상품은 재학생들에게 기업의 유니폼과 같은 역할을 할 것으로 예측된다. 다시 말해 유니폼이란 자기 자신과 소속된 곳을 상징하는 의상으로 재학생들이 이를 착용함으로써 소속 단체의 독창적 이념과 개성을 표현할 뿐만 아니라 타 집단과의 구별도 가능하게 된다. 또한 착용자의 의식에도 영향을 미쳐 구성원들의 동료의식과 일체감을 불어넣어 주고 단체에의 귀속감과 긍지를 갖게 하며 그에 따른 역할과 임무를 다시 한번 생각하게 한다²⁾.

이러한 유니폼의 역할을 제고해 본다면 재학생 및 대학 구성원들에게 접근하기 쉬운 의류를 디자인하고 제작하여 이를 착용케 함으로써, 학생들의 결속력과 자긍심은 물론 대내·외 홍보 효과까지도 기대할 수 있을 것으로 생각된다. 이 외에도 졸업생 및 학교를 방문하는 외부인들이 손쉽게 구입할 수 있는 홍보상품으로 선호될 수 있을 것이며, 본교의 공식적인 행사의 기념품으로도 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

III. 국내·외 대학의 홍보용 의류상품 현황

국내·외 대학의 홍보용 의류상품 현황파악을 위해서 조사대상 대학은 국내 5개 대학, 국외 5개 대학을 선정하였다. 선정기준은 현재 대학 홍보용 의류상품이 디자인, 판매 등의 측면에서 체계적으로 정비되어 있는 대학으로 한정하여 국내대학은 서울대학교, 이화여자대학교, 포항공과대학, 연세대학교, 고려대학교를 선정하였고 국외대학은 미국의 아이비리그(Ivy League) 대학 중에서 MIT, 하버드대학, UC-버클리, 코넬대학, 시카고대학을 선정하였다.

1. 국내 대학

국내 대학의 홍보용 기념품은 주로 티셔츠와 바지,

모자로 이루어져 있다. 티셔츠는 긴소매와 반소매, 후드티셔츠, 폴로셔츠이고 바지는 반바지와 트레이닝 바지가 주를 이룬다. 의류상품의 종류가 많은 이화여자대학의 경우는 예외적으로 아동 티셔츠와 점퍼, 조끼를 디자인 및 제작하여 판매하고 있다. 소재는 면 100%가 가장 많고 P/C, 나일론의 경우도 있다. 가격대는 만원에서 이만원 선으로 저렴한 편이었으나 가격을 낮추다 보니 봉제나 마무리 처리 등이 깔끔하지 않은 경우가 많았다. 사이즈는 90에서 105까지 혹은 L에서 XL까지 제작되고 있어 아주 작거나 큰 체격의 경우 착용이 어렵다. 특히 모자는 나일론 소재가 많이 사용되어 여름에는 땀 흡수에 문제가 있을 것으로 생각된다.

보통 타 의류업체에 의뢰해서 기 생산된 제품에 학교의 로고나 심볼, 시그니취를 세긴 관계로 학교자체에서 개발한 브랜드로서의 라벨이 붙어있지 않았다. 단 서울대학교의 경우는 SNUCO라는 라벨을 붙여 자체제작 브랜드임을 알 수 있었다. 그리고 포장의 경우는 고려대학교를 제외한 모든 대학이 자체포장용지를 이용하여 포장하고 있었고 원격지에서 구매가 가능한 배송판매를 하고 있었다. 그러나 인터넷 판매의 경우는 이화여자대학교와 포항공과대학만 가능한 상태이고 나머지 대학은 아직 이루어지지 않고 있었다. 연세대학교의 경우는 배송판매가 되지 않는 대신 상품권(5만원, 7만원, 10만원)을 발행하고 있었다. 자세한 사항은 <표 2>를 참고하기 바란다.

2. 국외 대학

국외 대학은 국내 대학의 경우보다 의류상품의 종류가 많았다. 티셔츠, 바지, 모자 외에도 재킷과 가디건, 땀복, 터틀넥 스웨터, 폴오버, 데님 셔츠, 나이트 셔츠(가운), V-neck 셔츠, 조끼 등으로 아이템이 다양하며 같은 디자인의 셔츠에서도 소재에 따라 가격대를 달리 형성하고 있으며 색도 3-4가지이상으로 다양하게 제공하고 있었다. 가격대는 국내 의류상품보다 높은 이만원에서 십만원대까지 그 범위가 넓어서 구매 시 선택의 폭이 넓었다. 소재는 100% 면소재나 95/5%,

<표 2> 국내 대학의 의류상품 현황

대학	아이템	소 재	가 격	치 수	색 상
서울대학교	어린이 티셔츠	면 100%	13000원	90, 100, 110, 120	파 랑
	반소매 라운드 티셔츠	면 100%	14500-15000원	95, 100, 105	흰색, 회색
	나시 티셔츠	면 100%	11000원	100, 105	남 색
	후드 티셔츠	면 100%	27000-35000원	95, 100, 105	남색, 회색, 카키, 회색
	긴소매 라운드 티셔츠	면 100%	15000-31000원	95, 100, 105	빨강, 회색, 카키, 남색, 검정
	바 지	면 100%	21000원	95, 100, 105	남 색
	모 자	면 100%	6500-9000원	free size	카키, 흰색, 회색, 파랑
	모 자	나일론100%	8500원	free size	검 정
이화여자대학교	반소매 티셔츠, 반바지		21000원	95, 100	회 색
	반소매 티셔츠		9000-10000원	90, 95, 100	검정, 흰색
	아동티셔츠		8000원	7세, 9세	회 색
	후드 티셔츠		18000원	L, XL	초록, 회색, 자주, 베이지, 하늘색
	점 퍼		20000원	L, XL	노 랑
	라운드 티셔츠		16000원	L, XL	회색, 초록, 남색, 빨강, 흰색
	조 끼		16000원	Free	빨강, 검정
	폴로티셔츠		9000원	L, XL	미색, 남색
	츄리닝바지		12000-15000원	L, XL	남색, 검정
모 자		8000원	Free	흰색, 검정, 남색	
포항공대	맨투맨티셔츠		11500원	90, 95, 100, 105	아이보리, 회색, 남색
	반소매티셔츠		4500원	90, 95, 100, 105	흰 색
	후드티셔츠		18000원	90, 95, 100, 105	회 색
	모 자		4500원	Free	흰 색
연세대학교	맨투맨티셔츠		20000-24000원	90, 95, 100, 105	회 색
	라운드티셔츠		9000원	90, 95, 100, 105	노랑, 카키, 보라
	후드티셔츠		24000원	90, 95, 100, 105	회 색
	반소매티셔츠		9500원	90, 95, 100, 105	흰색, 하늘색
	모 자		7500원	Free	노랑, 남색, 하늘색, 카키, 흰색, 베이지, 회색, 갈색
고려대학교	반소매티셔츠		15000-22000원	90, 95, 100, 105	회색, 흰색, 빨강, 보라
	후드티셔츠		27000-40000원	90, 95, 100, 105	회색, 베이지, 빨강, 남색
	맨투맨티셔츠		20000원	90, 95, 100, 105	빨강, 회색, 남색
	모 자		10000-14000원	Free	흰색, 빨강, 빨강
	목욕가운		45000원	Free	흰 색

90/10%, 50/50% P/C 소재가 많이 사용되었다.

학교내의 기념품점에서뿐만 아니라 배송판매 및 인터넷 상에서 구입도 가능하므로 세계어디에서나 구매 가능하며 필요하면 자체포장용지로 선물포장도 해준

다. 일정기간동안 세일을 하기도 하므로 저렴한 가격에 구입이 가능하다. 자세한 사항은 <표 3>을 참고하기 바란다.

<표 3> 국외 대학의 의류상품 현황

대학	아이템	소재	가격	치수	색상
M I T	T-shirt	100% cotton	15574(14027)-20800원(18720)	S to XXL	Gray, White, Maroon, Navy
	Heavyweight T-shirt	90% cotton/10% poly	24674원(22217)	S to XXL	Heather Gray, Maroon
	Short		19474원(17537)	S to XXL	Silver Gray
	Polo T-shirt	100% cotton	46800원(42120), 52000원(46800)	S to XXL	Maroon, navy, White, Black, red
	Long Sleeve T-Shirt	100% cotton	35074원(31577)	S to XXL	Navy
	Hat	100% cotton	15600(14040)-29874원(26897)	Free	Black, Khaki, Beige/Maroon, red/White
		100% wool	20800(18720)-29874원(26897)	Free	Navy/burgundy/Ivory, Gray/Maroon
	Sweatshirt, Sweatpants	95% cotton/5%polyester	52000원(46800)	S to XXL	Maroon, Silver, Gray, Gray, Navy
		50%polyester/50% cotton	32500원(29250)	S to XXL	Maroon
	Sweatshirt	90% cotton/10% polyester	52000원(46800)	S to XXL	silver Gray, Maroon, Gray
Hooded Sweatshirt	90% cotton/10% poly	63000-70174원(63167)	M to XXL	Ivory, Grey	
H a r v a r d	T-Shirt	100% cotton	19500(17550)-28600원(25740)	S to XXL	White, Gray, Maroon, navy, Oxford Gray
		92% cotton/8% poly	24050원(21645)	S to XXL	Gray
	long Sleeve T-Shirt	100% cotton	23400(21060)-26000원(23400)	S to XXL	Heather gray, Navy
	Polo T-shirt	100% cotton	46800(42120), 52000원(46800)	S to XXL	Maroon, White, Navy, Gray
	Sweatshirt	90% cotton/10% poly	51350원(46215)	S to XXL	Silver Gray, Oxford Gray, Maroon
		50% cotton/50% poly	45500원(40950)	S to XXL	Heather Gray
		95% cotton/5% poly	51350(46215)-52000원(46800)	S to XXL	Oxford Gray, Silver Gray, Maroon
	Sweatshirt Hooded	95% cotton/5% poly	52000원(46800)	S to XXL	Gray
	Sweatshirt	89% cotton/8% poly/3% other	52000원(46800)	S to XXL	Silver Gray, Maroon
	Sweatpants	100% cotton	51350원(46215)	S to XXL	Silver Gray
	Short	98% cotton/2% poly	21450원(19305)	S to XXL	Maroon, Gray
		100% nylon	46150원(41535)	S to XXL	Maroon
		100% cotton	19500원(17550)	XL	White
Jacket	100% poly	104000원(93600)	S to XXL	beige	
Hat	100% cotton	18200(16380)-26000원(23400)		White, Burgundy, Ivory, Khaki	
	100% wool	20800(18720)-29900원(26910)		Black, Navy, Burgundy	
Cal ifor nia - Ber kel ey	T-Shirt	100% cotton	16835-31200원	S to XXL	Navy, Yellow, Pumpkin, White, Oxford grey
	Long Sleeve V-neck T-Shirt	100% cotton	19487원, 31200원	S to XXL	Navy, Gold, White
	Sweatshirt	80% cotton, 20% poly	70200원	S to XXL	Navy, Oxford, Columbia
	Sweatshirt	100% cotton	59800원	S to XXL	Navy, Gold, Oxford, Charcoal
	Sweatshirt	90% cotton, 10% poly	98800원	S to XXL	Navy, Cream, Sunflower
	Sweatshirt	50% cotton, 50% polyester	28535원	S to XXL	Navy, Oxford
	Pullover	80% cotton, 20% poly	58487원	S to XXL	Grey
	Hooded T-Shirt	50% cotton, 50% polyester	32500원	S to XXL	Oxford, navy
	Polo T-Shirt	100% cotton	54600-88400원	S to XXL	Taupe, Blue, Navy, Sunflower, White, Butter
Jacket	100% wool	448500원	S, M, L	Navy	
	100% polyester	98800원	S to XXL	Navy	

<표 3> 계속

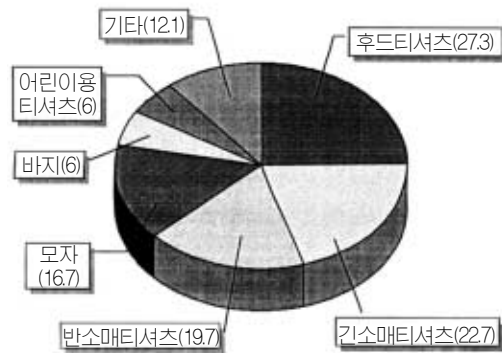
대학	아이템	소 재	가 격	치 수	색 상
California Berkeley	Windshirt	100% polyester	83200원, 150800원	S to XXL	Navy, Sunflower
		100% cotton	76700원	S to XXL	Navy
	Sweatpants	50% cotton, 50% polyester	33800원	M to XXL	Oxford, Navy
	Pants	100% polyester	78000원	S to XXL	Navy
	Hooded Sweatshirt	100% cotton	76700원	S to XL	Navy, Cornsilk
	Sleeveless Polo	100% cotton	57200원	S to XL	Navy, White, Sunflower
	Cardigan	55/45 ramie/cotton	140400원	S to XL	Navy
	Shorts	100% nylon	33800원	S to XL	Navy
		100% cotton	19435원	S to XL	Oxford, Navy
	Turtleneck	100% cotton	46800원	S to XL	White
	Women's Jacket	100% polyester	98800원	S to XL	Sunflower
	Hat, Visor	100% cotton	20800원, 23400원		Gold, Navy, Kaiki, White
		Wool Blend	26000원	6 to 8	Navy, Gold, White, Black
Cornell	Sweatshirt	80% cotton, 20% polyester	45435원	S to XL	grey, Light blue
		89% Cotton, 8% Polyester, 3% Other	57135원	S to XL	grey
		100% polyester	58435원	S	Red
		100% Cotton	51935-76635원	S to XL	Red, Grey
	Hooded Sweatshirt	50% cotton, 50% polyester	49335원	L, XL	Red
		80% cotton, 20% polyester	58435원	S to XL	Navy
	Polo T-Shirt	100% Cotton	50635-62335원	S to XL	Maroon, Red White, Navy
	Long Sleeve T-Shirt	100% polyester	31135원	S to XL	Red, Blue
	T-Shirt	90% Cotton, 10% Rayon	20735-25935원	S to XL	Grey, red
	Night Shirt	100%	23335원	One size	White, Red
	Denim Shirt	100% Cotton	62335원	S to XL	Blue
	Shorts	100% nylon	18135원, 38935원	S, XL	Red
	Hat	100% cotton	20735원	One size	Red, Navy
100% wool		25935원	One size	dark grey	
Chicago	T-Shirt	90% cotton, 10% polyester	11700원	S to XXL	Heather Grey
	Denim Shirt	100% cotton	32500원(남), 44200원(여)	S to XXL	blue
	Night Shirt	100% cotton	31850원	S to XL	Heather grey
	Polo T-Shirt	100% cotton	41600원	S to XXL	Maroon
	V-Neck Jersey	100% cotton	42900원	S to XXL	Grey
	Sweatshirt	100% cotton	37700원	S to XXL	Maroon, Heather Grey
	Sweater	100% cotton	58500원	M to XXL	Grey
	Vest	100% polyester	54600원	S to XXL	Grey
	Zip Out Jacket	100% polyester	123500원	S to XXL	Grey
	Hat	100% cotton	11700원	One Size	Maroon

IV. 의류상품 디자인

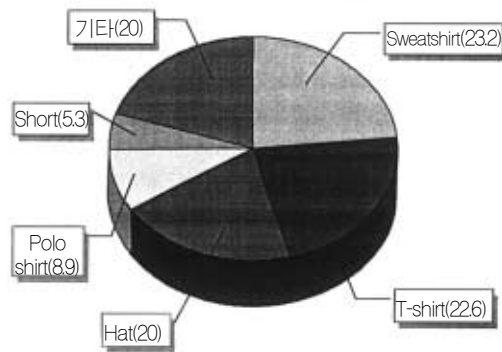
1. 아이템 선정

의류상품의 아이템은 앞장에서 살펴본 국내·외 대학들의 홍보용 의류상품 현황에서 가장 많이 선정된 아이템을 중심으로 택하였다. 홍보용 의류상품을 종류별로 퍼센티지를 내어 정리한 <표 4>를 보면 국내 대학의 경우 후드 티셔츠, 긴소매 티셔츠, 반소매 티셔츠, 모자, 바지 순이고 <표 5>는 국외 대학의 경우로 스웨터 셔츠, 티셔츠, 모자, 폴로셔츠, 반바지 순으로

<표 4> 국내 대학의 홍보용 의류상품의 빈도(%)



<표 5> 국외 대학의 홍보용 의류상품의 빈도(%)



많이 디자인 및 제작되고 있다.

따라서 본 연구에서는 티셔츠(후드, 긴소매, 반소매), 폴로셔츠(긴소매, 반소매), 바지(트레이닝 바지, 반바지), 모자로 네 가지 아이템, 여덟 가지 의류를 선정하였고 아이템별 적절한 심볼, 로고, 시그니춰, 엠블럼을 응용하여 디자인을 전개하였다.

2 디자인의 영감

전남대학교의 홍보용 의류상품 디자인은 현재의 패션 트렌드를 중심으로 하고 여기에 대학의 심볼, 로고, 엠블럼, 시그니춰를 포인트로 전개하였다. 일반적으로 대학 홍보용 기념품은 일단 개발되면 거의 디자인이 바뀌지 않지만, 의류상품은 그 특성상 패션 트렌드를 무시하고 전개할 수 없으므로 일정 간격을 두고 디자인이 변화될 것을 고려하였다.

디자인의 영감은 현재의 패션 트렌드 중 21세기인 의 정서와 부합되고 요즘 젊은이들의 감각에 맞는 재미있는 디자인-트롱프뢰유(불; trompe l'oeil)에서 얻었다. 트롱프뢰유란 사진 상으로는 '얼핏보기에 현실로 착각하게 만드는 그림' 卍이란 뜻인데 의복 디자인에서는 실제로 없는 포켓이나 스티치가 있는 것처럼 그려지거나 디자인된 것을 말한다(그림 2, 3 참조). 그래서 보는 이들이 이를 확인한 후 재미있는 웃음을 유도하는 디자인이다. 변화가 빠르고 복잡한 21세기에 이와 같이 즐거움을 유도하는 디자인이 하나의 트렌드로 나타난 것은 사회현상에 대한 역작용으로 여유를 되찾고자 하는 현대인들의 심리를 반영한 것으로 보인다.

여기에 장식될 심볼, 로고, 시그니춰, 엠블럼은 전남대학교의 홈페이지에 올려진 것을 사용하였다(표 6 참조). 주요색은 검정색, 흰색, 회색으로 하여 절제되고 깔끔한 느낌이 들도록 하였고, 사이즈는 상, 하의 모두 85, 90, 95, 100, 105 다섯 가지로 정하여 체격이 작은 여성에서부터 체격이 큰 남성까지 착용이 가능하게 하였다. 가격은 부담이 적은 2-3만 원대의 중저가로 정하였다.



<그림 2> '02-03 F/W Pr t -Porter, MOSCHINO (Mode et Mode, No. 315, 2001)



<그림 3> '02-03 F/W Pr t -Porter, MOSCHINO (Mode et Mode, No. 315, 2001)

3. 디자인

1) 티셔츠(디자인 I)

티셔츠는 긴소매와 반소매, 후드티셔츠 세 가지로 디자인하였다. 두 디자인의 변화를 위해 반소매 티셔츠는 수직, 수평선을 사용하여 디자인하였고 긴소매 티셔츠는 사선을 이용하여 디자인하였다. 선과 포켓, 지퍼는 모두 장식용으로 실제 포켓, 스티치, 지퍼가 있는 것이 아닌 트롬프뢰유 디자인이다. 라벨은 교색인 초록색(모든 라벨의 색은 초록색임)이며 뒷목과 옆선 부분 두 곳에 두었다.

바탕색은 흰색, 검정색, 회색이고 스티치 선은 흰색과 회색의 경우 검정색이고 검정색의 경우 흰색 스티치 선을 사용하여 두드러져 보이게 하였다. 소재는 면 100%의 니트직물을 사용하였다(그림 4, 5 참조).

2) 폴로셔츠(디자인 II)

폴로셔츠 역시 긴소매와 반소매 두 가지로 디자인하였으며 기본색은 흰색, 검정색, 회색이고 스티치 선의 색은 티셔츠의 경우와 같다. 라벨은 뒷목과 옆선부

분 곳에 두었다. 소재는 면 100%의 피케직을 사용하였다(그림 6 참조).

3) 바지(디자인 III)

바지는 길이가 긴 트레이닝 바지와 무릎 위 길이의 반바지 두 가지로 디자인하였다. 티셔츠나 폴로 셔츠와 조화시킬 수 있도록 트레이닝 바지는 면 100%의 회색 환편니트로 하였고 반바지는 주로 여름에 착용하기 때문에 흰색의 면 게버딘으로 디자인하였다.

이 경우 학교의 심볼은 검정색으로 하여 눈에 잘 띄면서도 상, 하의 색과 조화를 이루도록 하였다. 라벨은 포켓 아래쪽에 배치하였다(그림 7 참조).

4) 모자(디자인 IV)

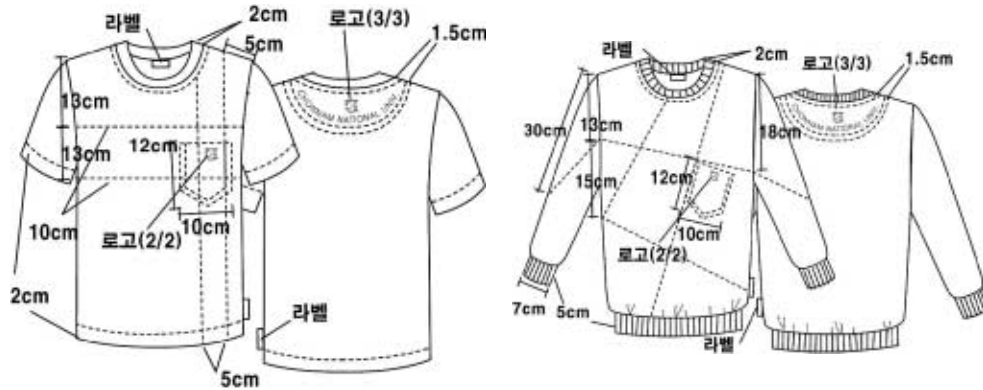
모자는 같은 디자인에 두 가지 색(흰색, 검정색)을 사용하였는데 흰색의 경우는 검정색 스티치 선을 사용하였고 심볼 마크를 크라운의 옆쪽에 배치한 반면 검정색 모자의 경우는 흰색 스티치 선에 모자의 챙 오른쪽에 심볼 마크를 자수 처리하였다. 라벨은 크라운과 챙이 이어지는 부분에 배치하였다(그림 8 참조).

<표 6> 전남대학교의 심볼·로고·시그니처·엠블럼

심볼					
					
로고	전남대학교		全南大學校		전남대학교
	CHONNAM NATIONAL UNIVERSITY				
	CHONNAM NATIONAL UNIVERSITY				
시그니처					전남대학교
					
					
엠블럼	  				

ITEM	티셔츠	작업지시일	생산납기일	작업처	결재	담당	실장	사장
STYLE NO	1, 2							
특성								

<DESIGN>

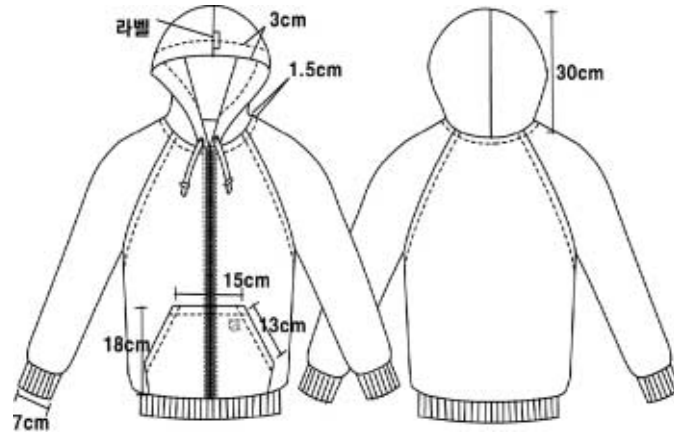


SIZE SPEC (단위CM)						Fabric Swatch							
종목	size	85	90	95	100	105							
어깨넓이		43	44	46	47	48							
가슴둘레		100	104	108	112	116							
허리둘레													
힙둘레													
상의기장		68	70	72	74	76							
하의기장													
소매기장		10/57	11/58	12/59	13/60	14/61							
원부자재소요명세서						제품수량 (단위 PCS)							
품명	소재명	규격	요척			size	85	90	95	100	105	TOTAL	
겉감	cotton 100%		1yd			color	White	90	100	50	30	20	290
안감							Black	80	50	30	30	20	210
rib		5cm					Gray	80	50	30	30	20	210
		2cm					TOTAL						710
						봉제방법 및 주의사항							
세탁방법						* 스티치 폭 : 1cm, 두께 : 0.2cm							
혼용률	겉감	cotton 100%				* 나염(녹색) (앞: 2×2, 뒤: 3×3)							
	배색감												
	안감												

<그림 4> 티셔츠 작업지시서

ITEM	후드티셔츠	작업지시일	생산납기일	작업처	결재	담당	실장	사장
STYLE NO	3							
특성								

<DESIGN>

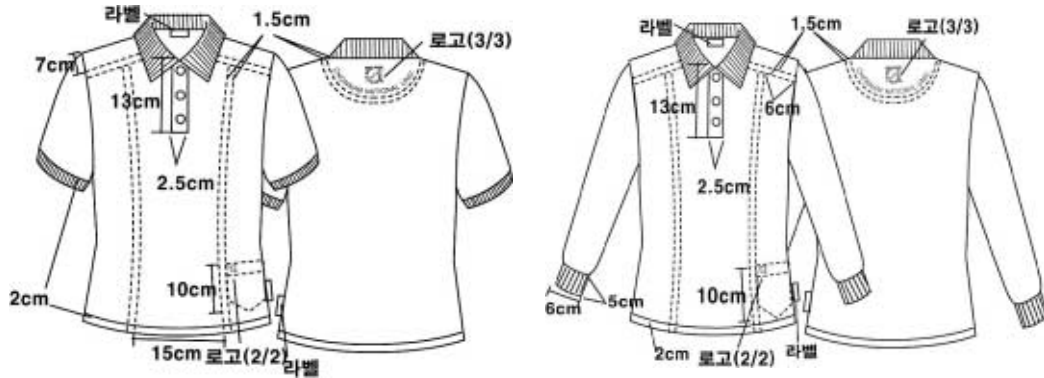


SIZE SPEC (단위CM)						Fabric Swatch							
종목	size	85	90	95	100	105							
	어깨넓이	44	45	47	48	49							
	가슴둘레	100	104	108	112	116							
	허리둘레												
	힙둘레												
	상의기장	72	74	76	78	80							
	하의기장												
	소매기장	57	58	59	60	61							
원부자재소요명세서						제품수량 (단위 PCS)							
품명	소재명	규격	요척			size	85	90	95	100	105	TOTAL	
겉감	cotton 100%		1yd			color	White	90	100	50	30	20	290
안감							Black	80	50	30	30	20	210
스트링		3mm	20cm				Gray	80	50	30	30	20	210
스토퍼			2				TOTAL						710
rib		5cm					봉제방법 및 주의사항						
세탁방법						* 스티치 폭 : 1cm, 두께 : 02cm							
혼용률	겉감	cotton 100%											
	배색감												
	안감						* 나염(녹색, 3×3)						

<그림 5> 티셔츠 작업지시서

ITEM	플로셔츠	작업지시일	생산납기일	작업처	결재	담당	실장	사장
STYLE NO	4, 5							
특성								

<DESIGN>

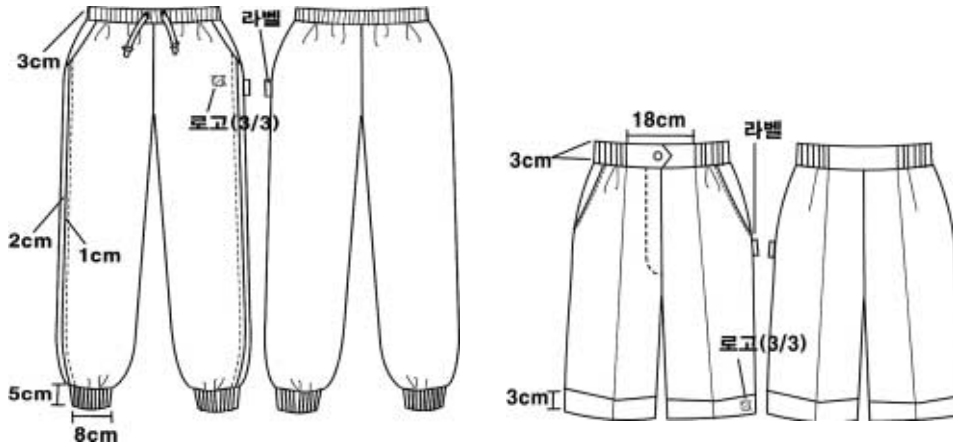


SIZE SPEC (단위CM)						Fabric Swatch							
종목	size	85	90	95	100	105							
어깨넓이		43	44	46	47	48							
가슴둘레		100	104	108	112	116							
허리둘레													
hips둘레													
상의기장		68	70	72	74	76							
하의기장													
소매기장		10/57	11/58	12/59	13/60	14/61							
원부자재소요명세서						제품수량 (단위 PCS)							
품명	소재명	규격	요척			size	85	90	95	100	105	TOTAL	
겉감	cotton 100%		1yd			color							
안감						White	90	100	50	30	20	290	
단추		15mm				Black	80	50	30	30	20	210	
rib		5cm				Gray	80	50	30	30	20	210	
		2cm				TOTAL						710	
세탁방법						봉제방법 및 주의사항							
세탁방법 겉감 cotton 100% 배색감 안감						* 스티치 폭 : 1cm, 두께 : 0.2cm * 나염(녹색) (앞: 2x2, 뒤: 3x3)							

<그림 6> 플로셔츠 작업지시서

ITEM	바지	작업지시일	생산납기일	작업처	결재	담당	실장	사장
STYLE NO	6, 7							
특성								

<DESIGN>

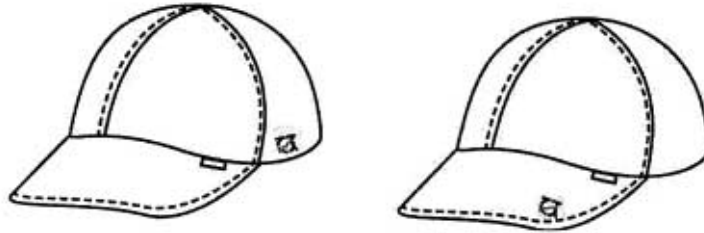


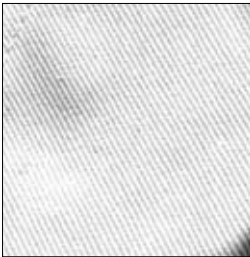

SIZE SPEC (단위CM)						Fabric Swatch	
종목	size	85	90	95	100	105	
어깨넓이							
가슴둘레							
허리둘레		67	70	73	76	79	
hips둘레		96	100	104	108	112	
상의기장							
하의기장		96/55	100/57	104/59	108/59	112/61	
소매기장							
원부자재소요명세서						제품수량 (단위 PCS)	
품명	소재명	규격	요척				
겉감	cotton 100%		1yd				
안감							
스트링		3mm	20cm				
스토퍼			2				
지퍼			1				
단추			1				
						봉제방법 및 주의사항	
세탁방법						* 스티치 폭 : 1cm, 두께 : 02cm	
혼용률	겉감	cotton 100%				* 나염(녹색, 3×3)	
	배색감						
	안감						

<그림 7> 바지 작업지시서

ITEM	모자	작업지시일	생산납기일	작업처	결재	담당	실장	사장
STYLE NO	8, 9							
특성								

<DESIGN>



SIZE SPEC (단위CM)					Fabric Swatch					
종목 \ size	S	M	L	XL						
머리둘레	56	58	60							
원 부 자 재 소 요 명 세 서					제품수량 (단위 PCS)					
품명	소재명	규격	요척		size \ color	S	M	L	XL	TOTAL
겉감	cotton 100%	44"			White		100			100
안감					Black		100			100
					TOTAL					200
세탁방법					봉제방법 및 주의사항					
혼용률	겉감	cotton 100%			* 스티치 폭 : 1cm, 두께 : 02cm  * 나염(녹색, 2x2)					
	배색감									
	안감									

<그림 8> 모자 작업지시서

V. 결론

2002년 6월로 개교 50주년을 맞이한 전남대학교는 현 시점에서 대내·외적인 대학의 홍보방안을 재정비할 필요성이 있다고 사료되어 그 첫 번째 단계로 대학 홍보용 의류상품 개발을 시도하게 되었고, 그 결과 전남대학교의 심볼, 로고, 엠블럼, 시그니처를 활용한 홍보용 의류상품을 디자인하였다.

2003년부터는 대학입학정원이 입학 희망자를 초과하게 됨으로써 대학은 생존과 발전을 위한 차별화와 특성화를 위해 마케팅 전략을 도입하게 되었고, 특히 적극적인 홍보전략으로 대학의 이미지를 제고해야만 하게 되었다.

홍보전략 중에서도 특히 기념품은 디자인과 품질로 대학의 이미지를 좌우할 수 있으므로 국내·외의 많은 대학들이 비의 조망 하에 특색있고 눈에 띄는 디자인의 기념품을 디자인하고 제작하여 일원화된 창구를 통해 판매함으로써 대학홍보에 적극적으로 활용하고 있다. 그러나 지방대학의 경우 생존경쟁이 더욱 극심함에도 불구하고 오히려 홍보전략이 부재하는 경우가 많다. 기념품의 경우가 그 좋은 예로써 본 연구를 위한 기초자료 조사결과 그 디자인, 제작, 판매에 있어서 일관성있고 체계적으로 정비된 대학은 매우 소수였다. 이는 홍보의 필요성은 느끼고 있으나 비용과 시간투자 면에서 실제로 실천하기는 어렵기 때문에 빚어진 결과로 생각된다.

따라서 본 연구에서는 전남대학교의 사례를 들어 홍보용 의류상품 디자인을 제시하였다. 먼저 디자인할 아이템은 국내·외 대학들의 홍보용 의류상품 현황에서 가장 많이 선정된 아이템을 중심으로 티셔츠(후드, 긴소매, 반소매), 폴로셔츠(긴소매, 반소매), 바지(트레이닝 바지, 반바지), 모자로, 네 가지 아이템 여덟 가지 의류를 선정하였다.

디자인의 영감은 현재의 패션 트렌드 중 21세기인의 정서와 부합되고 요즈음 젊은이들의 감각에 맞는 재미있는 디자인-트롱프뢰유(불: trompe l'oeil)로, 보는 이들이 자신의 착시를 확인한 후 즐거운 웃음을 유도하는 디자인이다. 여기에 장식될 심볼, 로고, 시그니처, 엠블럼은 전남대학교의 홈페이지에 올려진 것을 사용

하였고, 이 색은 교색인 녹색을 사용하였다. 주요색은 검정색, 흰색, 회색으로 하여 절제되고 깔끔한 느낌이 들도록 하였고, 사이즈는 상, 하의 모두 85, 90, 95, 100, 105 다섯 가지로 정하여 체격이 작은 여성에서부터 체격이 큰 남성까지 착용이 가능하게 하였다. 가격은 부담이 적은 2-3만 원대의 중저가로 하였다.

디자인 I은 티셔츠 디자인으로, 긴소매와 반소매, 후드티셔츠 세 가지로 디자인하였다. 디자인의 변화를 위해 반소매 티셔츠는 수직, 수평선을 사용하여 디자인하였고 긴소매 티셔츠는 사선을 이용하여 디자인하였다. 선과 포켓, 지퍼는 모두 장식용으로 실제 포켓, 스티치, 지퍼가 있는 것이 아닌 트롱프뢰유 디자인이다. 바탕색은 흰색, 검정색, 회색이고 스티치 선은 흰색과 회색의 경우 검정색이고 검정색의 경우 흰색 스티치 선을 사용하여 두드러져 보이게 하였다. 소재는 면 100%의 니트직물을 사용하였다.

디자인 II는 폴로셔츠 디자인으로, 긴소매와 반소매 두 가지로 디자인하였으며 기본색은 흰색, 검정색, 회색이고 스티치 선의 색은 티셔츠의 경우와 같다. 소재는 면 100%의 피케직을 사용하였다.

디자인 III은 바지 디자인으로, 길이가 긴 트레이닝 바지와 무릎 위 길이의 반바지 두 가지로 디자인하였다. 티셔츠나 폴로 셔츠와 조화시킬 수 있도록 트레이닝 바지는 면 100%의 회색 환편니트로 하였고 반바지는 주로 여름에 착용하기 때문에 흰색의 면 게버딘으로 디자인하였다. 이 경우 학교의 심볼은 검정색으로 하여 눈에 잘 띄면서도 상, 하의의 색과 조화를 이루도록 하였다.

디자인 IV는 모자 디자인으로, 한가지 디자인에 두 가지 색-흰색, 검정색-을 사용하였다. 흰색의 경우는 검정색 스티치 선을 사용하였고 심볼 마크를 크라운의 옆쪽에 배치한 반면, 검정색 모자의 경우는 흰색 스티치 선에 모자의 챙 오른쪽에 심볼 마크를 자수 처리하였다.

이러한 연구의 결과는 전남대학교의 홍보용 의류상품 디자인 시 참고 가능한 기초자료제공 및 디자인 예시가 될 것이며, 더 나아가 지방대학 홍보용 의류상품 디자인 시에도 활용이 가능할 것으로 사료된다.

참고문헌

- 1) 조선일보, 교육발전 5개년계획 시안, 1999. 3. 12.
- 2) kosis.nso.go.kr
- 3) 1992-1994년의 3개년간 최고 정점에 다다랐던 초등학생 졸업생의 수는 연차적으로 줄어들어 대학 교육 수요에 직접적인 영향을 주는 고등학교 졸업생 수는 1998-2000년의 3개년간 최고 정점에 이르고 이후 2001년부터는 급감하여 2003년부터는 대학입학 정원이 입학 희망자를 능가할 것이라고 함. 천세영, '대학교육 수요의 장기 전망', 교육진흥, 1995, p. 126.
- 4) 부경희, '통합적 마케팅활동을 통한 차별화된 대학이미지의 수립'-대학도 마케팅을 한다, 제일 커뮤니케이션 3월호, 1999, pp. 15-19.
- 5) 고승원, 대학홍보에서의 기사식 광고 실태와 효과측정에 관한 연구, 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문, 1999, p. 2.
- 6) Sidney Kobre, Dynamic Force of Public Relations Today, W. C. Brown co. Publishers, 1964, p. 208.
- 7) [사회, 기획/연재] 매일경제, 학교 홍보 구슬땀 총장 "하루가 짧다", 2001년 12월 04일 <http://news.naver.com/news>.
- 8) PR(Public Relations)은 개인 혹은 조직체가 그와 관계되는 공중의 이해와 협력을 얻기 위하여 스스로가 지향하는 목표와 정성을 커뮤니케이션 수단을 통해 전달, 이해, 설득시키면서 자기 자세를 바로 잡아가는 지속적인 대화의 광장으로 정의된다. 따라서 본 연구에서는 홍보의 개념을 PR의 개념과 동일하게 사용하였다.
- 9) 이동성, 대학홈페이지를 이용한 입시홍보 효과에 관한 연구, 동아대학교 대학원 석사학위논문, p. 12, 2001.
- 10) 윤미리, 대학 PR의 현황 및 개선방안, 숙명여자대학교 국제관계대학원, 석사학위논문, 1999, p. 25-26.
- 11) 이동성, op.cit, p. 13.
- 12) 윤미리, op. cit., p. 26.
- 13) W. Emerson Reck, Public Relations: A Program for College and Universities, 1946, p. 182.
- 14) 윤미리, op. cit., p. 20.
- 15) 윤희중, PR론, 이화여자대학교 출판부, 1988, p. 431.
- 16) 김정기, 새 PR론, 탐구당, 1981, pp. 234-235.
- 17) Timothy J. Burke, Public Information Policies and Practices of Wisconsin High School Districts, University of Wisconsin, 1963.
- 18) 양규용, 대학 이미지 제고를 위한 홍보 방안 연구, 한남대학교 지역개발대학원, 석사학위논문, 2000, p. 15.
- 19) CI(Corporate Identity)는 기업 정체성 혹은 기업 이미지 통일화의 일환으로 좁게는 디자인의 조정, 통합작업이고 넓게는 기업문화운동의 일환이다.
- 20) 고경순, 대학의 이미지먼트 전략에 관한 연구, 사회과학논총 제6집, 부산외국어대학 사회과학연구소, 1991, p. 28.
- 21) 김용상, 국내대학의 UI 실태와 대학 이미지 향상에 관한 연구, 원광대학교 대학원 석사학위논문, 1997, p. 70-71.
- 22) 신혜영, 집배원 유니폼 디자인 개발에 관한 연구-2000년도 착용 유니폼을 중심으로, 복식 50-7, p. 34, 2000.
- 23) 프라임 영한사전

(2003년 1월 16일 접수, 2003년 2월 3일 채택)