

## 유형별 유니폼 디자인의 효과적인 상징표현 방법

김 연 희\* · 이 재 정\*\*

국민대학교 의상디자인과 강사\* · 국민대학교 의상디자인과 교수\*\*

### A Study on the Effective Symbolic Expression Methods of Uniform Design

Yun-Hee Kim\* · Jae-Jung Lee\*\*

Instructor, Dept. of Fashion Design, Kookmin University\*

Professor, Dept. of Fashion Design, Kookmin University\*\*

(2006. 8. 30 투고)

#### ABSTRACT

The objective of this study is to consider the uniform as visual communication, and analyze the expression of symbol shown on the uniform design by the pattern by applying the visual symbol in the communication and operation of the meaning. Also, it is to construct the systematic modeling method of the expression of design symbol by the pattern of uniform in the various fields. This study is to analyze the symbolic expression method of the uniform design by the pattern by suggesting the symbolic expression method as a frame through the visual symbolic approach of the uniform design and the analysis of semantic symbol according to that.

As a result, there arose simplification and emphasis and a method of symbolic expression with the national flag, a conceptual factor characteristically in the sports uniform design. The characteristics of symbolic expression of uniform design were mainly used in the symbolic expression with the customary code and symbol. Also, the uniform in the enterprises were widely used in the expression of uniform with the suggestion and code by the color. As for the characteristics of symbolic expression shown on the event uniform design, the method of symbolic expression by the pattern of uniform was grasped differently as a result of symbolic expression through the image. The method of symbolic expression suggested on this study could be used on a basis of uniform design in the future. Accordingly, this study has a meaning of suggesting the methodology of uniform design that would be a parameter.

Key words: uniform design(유니폼디자인), symbol(상징), sports uniform(스포츠유니폼), company uniform(기업유니폼), event uniform(행사유니폼)

## I. 서론

인간은 여러 기호들을 엮어서 의미 있는 언어를 만들어 내는 창조적 동물이다. 우리는 이러한 기호를 통하여 세상을 이해하고 수많은 정보를 교환하며 다른 사람들과 의사소통을 한다. 우리는 이처럼 커뮤니케이션 역할로서의 기호들에 의해서 일상의 생활을 영위한다.

기호학은 상징의 창조와 의미작용이 어떻게 이루어지는가를 연구하는 학문이다. 다른 한편으로는 연구의 대상이 되는 상징체가 어떤 구조로 만들어져 있으며 어떤 의미를 품고 있는가를 분석하는 것이 기호학이다.<sup>1)</sup> 오늘날 기호학은 인간의 사회적 행위와 의사소통에 관계가 있는 사회과학과 예술 및 디자인 분야를 포함한 다양한 학문과 결합하여 그 영역을 넓혀왔으며 문화 전반에 새로운 패러다임으로 자리 잡게 되었다.

소쉬르(Saussure)는 기호학을 사회생활 속에서 기호의 삶을 연구하는 과학으로 정의하였고,<sup>2)</sup> 에코(Eco)는 언어학적인 개념을 기초로 한 기호의 과학적인 연구가 복식을 포함한 비 언어학적인 기호들의 분석의 틀이 될 수 있다고 하였다.<sup>3)</sup> 호울트(Hoult)는 계층화된 사회에서 복식만큼 사회적 신분을 상징하는 복합적인 상징물은 없다고 하였다.<sup>4)</sup>

이처럼 복식은 인간에게 가장 밀접해 있는 문화적 산물이며, 사회 구조 속에서 명료한 규칙체계를 따르는 언어와 같이 객관적으로 표현하고자 하는 의미를 전달하는 시각 언어로서의 상징물이다. 복식은 또한 입을 사람의 정신세계와 사회적 정체성을 표출하며, 인간의 언어를 대변하는 상징적인 역할을 하는 의사 전달체이다. 복식은 시각 기호를 통한 커뮤니케이션으로서의 중요한 표현 수단이며 표현 방법이다. 특히 유니폼은 현대의 다양한 사회에서 요구되는 집단 구성원으로서의 정체성과 책임감을 갖게 하여 복잡한 사회로부터 질서를 세우는 시각적 상징 언어라고 할 수 있다.

착용한 유니폼을 보고 착용자의 직업과 소속을 알 수 있으며 집단 구성원으로서의 책임감과 단결심을 부여하기도 한다. 또한 유니폼 디자인의 이미

지에 따라 소속 집단을 대변하고, 움직이는 하나의 시각 기호로 단체를 상징하는 매체가 된다. 유니폼 디자인 구성요소는 상징성, 기능성, 심미성이 있으며 유니폼이 시각 커뮤니케이션의 상징 역할을 할 때만이 유니폼의 본질을 다한다고 할 수 있다. 따라서 유니폼 디자인 과정에 있어서 구성요소 중에서 가장 중요시되는 상징성 표현방법을 제시하기 위하여, 기호학 이론 중 상징의 기본 요소들을 분석하여 시각 기호로서의 유니폼을 디자인하는데 표현 방법으로 적용하여 보다 효과적인 유니폼 디자인 방법을 모색할 필요가 있다.

이러한 측면에서 이 연구의 목적은 유니폼을 시각적 커뮤니케이션의 매체로 보고, 그 의미 전달과 작용에 있어서 시각기호 상징성을 적용하여 유니폼의 유형별 디자인에 나타난 상징의 표현방법들을 분석하여, 다양한 분야의 유형별 유니폼 디자인을 할 때, 보다 효과적으로 표현되어야 할 상징성 표현의 체계적인 모델링 방법을 구축하는 것이다.

연구의 목적을 수행하기 위한 연구 방법으로 첫 번째 단계로 문헌 연구로서 유니폼 분류에 관한 기존의 선행 연구를 검토하여 이들의 분류체계를 분석하고 현대적 의미에서의 유니폼 디자인 유형과 기능을 분류한다. 그 다음 두 번째 단계에서는 유니폼의 상징의미와 작용을 규명하기 위해서 상징 일반에 관한 논의를 검토한 후, 상징성 표현의 분석틀을 마련한다. 마지막으로 세 번째 단계에서는 유형별 유니폼 분류 체계에 따라 유니폼 디자인에 나타난 상징표현 방법을 분석하여 특성을 파악한다. 유니폼 디자인 분석에 사용되는 대상은 분리한 유니폼 유형별로 최근 유니폼 디자인 자료를 중심으로 한다.

## II. 유니폼의 기능과 유형

현대 우리나라의 유니폼은 매우 다양하다. 오늘날 유니폼이 지니는 의미는 매우 크다고 볼 수 있으며, 유니폼의 역할과 기능은 특성에 따라 다양하다. 현대사회가 요구하는 유니폼의 요건 역시 과거의 개념과는 달리 변모되었고, 단지 유니폼으로서

뿐만 아니라 시각적 질서 확립이라는 측면에서 새로운 이미지를 구축하기 위해 유니폼 디자인에 대한 연구는 다각적인 방향에서의 접근이 필요하다. 연구자는 다양한 분야의 유니폼디자인프로젝트를 직접 수행하면서 유니폼이 함축적으로 담아 내야하는 다의적 개념 때문에 디자인의 어려움에 절감하였고, 새로운 방향에서의 디자인 접근 방법을 모색할 필요성을 깨달았다. 산업이 발달하고 조직이 다양해지며 복잡한 사회생활로부터 질서를 나타내기 위하여 더욱 다양한 유니폼의 착용을 필요로 하며, 그에 따른 기능을 요구 한다. 유니폼의 기능은 서로 다른 사람에게 사회적 이미지를 나타낸다. 즉, 같은 지역사회에서 같은 목적 하에 여러 활동을 하는 사람들이 대외적으로는 직권을 표시하며 내부적으로는 일체감을 확보하기 위해 착용하는 의복이다. 이러한 기능을 수행하기 위해서는 유니폼은 통일된 형태를 이용하여 소속된 조직의 이미지를 전달하여야 한다. 이를 위해 유니폼을 목적에 따라 분류하면, 상징성의 목적과 업무의 능률향상을 위한 기능상의 목적, 개개인의 소속 부서를 구별할 수 있는 식별상의 목적, 예의상의 목적과 미적인 효과 등의 목적을 지닌 여러 종류로 분류할 수 있다.

본 연구에서는 유니폼 분류에 관련된 이론을 근거로 유니폼 유형을 분류하기 위하여 몇몇 연구자들이 제안하고 있는 유니폼 분류방법을 다음과 같이 논의, 정리 하였다.

전지원(2002)은 유니폼은 착용 목적에 따라 현장에서 일의 효율을 극대화하기 위해 기능적인 측면을 강조하여 착용하는 작업복과 일반오피스에서 착용하는 사무복, 고객과의 접점지역에서 근무하는 사람들이 주로 착용하는 서비스 복으로 분류 할 수 있다고 하였다.<sup>5)</sup>정현숙(1988)은 현대 우리나라 유니폼에 나타난 상징성에 관한 연구에서 착용자의 성별, 연령, 직업, 상황, 종교, 집단소속, 청결성, 권위, 우월성, 계급 등에 따라 유니폼을 상징적 상호작용론의 근거 하에서 분석하고 분류하였다.<sup>6)</sup> 김선미(1991)는 유니폼을 착용 목적에 따라 기능성, 상징성, 심미성의 3요소로 보고 유니폼의 유형을 공장부분, 사무부분, 서비스 부분으로 분류하여 착용 목

적의 3요소와 결부하여 연구하였다.<sup>7)</sup> 권혜숙(1993)은 유니폼을 군복이나 경찰복 등과 같은 공식 유니폼과 고전적인 수트와 넥타이 또는 스커트 수트 등과 같은 유사 유니폼으로 구분하였다. 남윤자(1997)는 유니폼 실태조사 및 디자인 개선을 위한 연구에서 유니폼 착용목적에 따라 공장부분, 사무부분, 서비스부분으로 유형을 분류하였는데, 사무직은 대기업, 중소기업, 금융기관으로 서비스직은 호텔, 백화점, 일반음식점, 패스트푸드점으로 나누어 연구하였다.<sup>8)</sup>

이렇게 오늘날의 유니폼은 학교, 직장, 스포츠 등에서 다양하게 착용되고 있으며 이는 개인이나 집단의 소속, 신분, 상황, 역할 등을 한눈에 알아볼 수 있는 특성을 가지고 있다. 최근에는 상품의 선전광고를 위한 유니폼, 어떤 행사장에서 소속을 나타내기 위한 유니폼, 물건을 파는 매장, 식당 등에서 착용하는 유니폼 등 다양한 유니폼을 많이 볼 수 있으며, 유니폼은 착용목적에 따라 옷을 입는 시각, 환경, 장소, 착용자의 연령, 계절, 유형의 추구 등으로 분류해 볼 수 있겠다.

이상의 여러 연구자들의 유니폼 유형 분류를 종합해 볼 때, 유니폼 착용 목적에 따라 유형을 분류하거나, 유니폼의 기능에 따른 분류, 또는 복식학자의 복식에 적용된 분류 방법을 적용하였다. 그러나 오늘날과 같이 유니폼이 종류를 셀 수 없을 정도로 다양해지고 있는 시점에는 이 모든 분류 방법을 포함한 착용 목적과 기능 등을 고려하여 각 유형별로 분석 정리한 후, 각각의 유니폼의 특성에 맞는 디자인이 제시되어야 할 것이다. 따라서 연구자는 유니폼의 유형을 다음과 같이 유니폼 기능이나 착용하는 소속집단과 직종의 성격에 따라 스포츠 유니폼, 제복 유니폼, 기업 유니폼, 행사 유니폼으로 크게 분류하였다.

## 1. 스포츠 유니폼

특정 스포츠를 하기 위해 규정한 경기용 유니폼과 스포츠에 적응하는 기능을 가진 스포츠 복으로써의 운동복 유니폼으로 나누어 볼 수 있다. 스포츠 유니폼은 서유럽, 특히 영국에서 17세기경부터 사냥

복, 승마복 등으로 입기 시작하여 구기용, 등산용 등으로 발전하였고, 오늘날, 여러 종류의 스포츠에 각각 알맞도록 활동적이고 실제적인 디자인이 고안되었다. 경기전문용 유니폼은 독특하고 프로페셔널한 전용 운동복을 출현시킴으로써 그 독자성과 상징성을 살린 활동적인 스포츠용 유니폼을 만들어 착용 발전되고 있다.<sup>9)</sup> 스포츠의 인기와 확산은 유니폼의 발달을 함께 가져왔는데 상대를 인식하고 몸놀림을 자유롭게 하기 위한 목적으로 착용된 경기용 스포츠 유니폼은 초기에는 인체 구조와 운동역학에 따라 기능적인 측면이 강조된 디자인이 구성되었으나 오늘날에는 개발의 기능성은 물론 패션성까지 가미된 다양한 유니폼이 선보여지고 있다. 특히 경기용 스포츠 유니폼은 팀원들에게 소속감을 갖게 하고, 대외적으로는 팀의 특성을 나타내 주기도 하지만, 무엇보다 중요한 것은 선수들에게 운동경기를 할 때 능력을 향상시킬 수 있도록 함과 동시에 미적인 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 유니폼이어야 한다.

## 2. 제복 유니폼

제복은 자유복과 달리 목적하는 바에 따라 특정한 형태와 필요한 장식을 갖추고 있는 것이 특징이다. 제복 개념의 유니폼으로 대표적인 것을 크게 나누어 보면 군복, 경찰복, 교복, 법복의 가운 등이 있는데, 유니폼의 기원을 군인 제복에서 그 유래를 찾아 볼 수 있듯이 유니폼을 입는 집단들 중에서 군대는 그들의 독특하고 사회적인 그리고 역사적인 중요성과, 또한 복식을 통한 극도로 발전된 위계적인 특징을 보여주는 것으로 나타났다. 유니폼으로 구별되어 나타나는 차이점은 국적과 지방의 차이점뿐만 아니라 일반적으로 위에서 아래로 연속되는 계급의 표시였던 것으로, 복식에 장식을 증가시켜서 각 내부의 집단에서 계급의 차이가 매우 분명하게 나타난다.<sup>10)</sup> 그러므로 개인은 특수한 집단을 상징하는 제복을 입음으로써 스스로 자유롭게 행동하는 권리를 포기하고 집단 내에서 규칙에 따르는 행동을 하게 만드는 기능을 갖춘 것이 제복 유니폼이다.

## 3. 기업유니폼

기업유니폼은 목적에 따라 서비스부문, 사무직부문, 생산직부문에 크게 나누어 볼 수 있다. 기업의 유니폼은 일반 복식과 달리 목적에 따라 입는 옷이므로 규율에 의해 조직적이고 통일성이 있어야 하며 일반인 또는 타 기업인과의 구분이 될 수 있는 요건을 갖추어야만 한다. 이와 같이 기업유니폼은 대외적으로는 그 기업의 상징이고 기업의 이미지를 전달하는데 중요한 역할을 하며 착용자에게는 단체에 귀속되어 있다는 소속감과 자부심으로 단결력을 부각시킬 수도 있다.

현대 정보화 사회에서 기업의 규모가 확대 팽창되고 업종도 다양하게 됨에 따라 기업에서 요구되는 유니폼은 복잡하게 변해 가는 현대 사회에 있어서 기업을 대표할 수 있는 얼굴이며 역할이나 지위를 나타내주므로 고객에게 좋은 이미지를 심어주며 업무의 능률향상과 기업의 상징을 위해 그 중요성이 매우 크다. 그러므로 기업 유니폼은 현대 조직의 시각언어로서 기업의 이미지를 부각시키고, 업무와 생산의 능력을 높이는데 많은 효과를 얻을 수 있으며, 조직의 경영 전략 중에서도 중요한 방법이라 할 수 있다.

## 4. 행사 유니폼

행사 유니폼으로는 올림픽, 아시안게임, 월드컵 등의 스포츠 행사와 EXPO, 국제회의, 세미나, 박람회, 전시회, 신상품 발표회 등 산업의 첨단화, 다양화로 인하여 각종 이벤트에서 착용하게 되는 유니폼이 있다. 스포츠 행사나 각종 이벤트 모두 특정의 목적, 기간, 장소, 대상을 전제로 하여 실시되며 이때 착용되는 유니폼은 쌍 방향적인 커뮤니케이션 매체라고 할 수 있다. 행사시 착용되는 유니폼은 각각의 목적과 역할에 맞게 유니폼의 상징성에 대한 이미지가 더욱더 부각되며, 시각적 정보전달이 성공적으로 될 수 있어야 한다.

이상과 같이 연구자가 분류한 유니폼유형은 유니폼 디자인에 따라 상징표현 방법을 분석해 보기 위한 분석대상의 범주화다. 이것은 연구자가 직접 유

〈표 1〉 유니폼 유형분류

유니폼유형	분류형태	세분분류	종류
스포츠 유니폼	기능에 따른 분류	경기용 유니폼	축구, 배구, 농구, 야구 등 전문 경기용 유니폼
		운동복 유니폼	골프, 조깅 등 일반 스포츠 운동복
제복 유니폼	소속집단에 따른 분류	군복	육군, 해군, 공군
		경찰복	교통, 의경 등
		교복	초, 중, 고교
		법복	판, 검사복
기업 유니폼	직종에 따른 분류	서비스복	항공사 승무원, 패스트푸드점, 백화점 판매사원, 호텔
		사무복	은행, 관공서, 사무원복
		작업복	환경미화원, 지배원 포함, 현장에서 일하는 근무복
행사 유니폼	행사 형태에 따른 분류	전시행사	국제박람회, 신제품 발표회
		스포츠행사	월드컵, 올림픽

니폼디자인 프로젝트를 수행한 결과 유니폼 유형분류의 필요성을 절감하고, 유니폼 유형에 따라서 디자인 접근방법이 다르게 설정되어야 한다는 전제 하에 각각의 유니폼 성격과 특성을 고려하여 분류하였으며, 세분화 된 유니폼 유형분류는 〈표 1〉과 같다.

### Ⅲ. 유니폼 디자인에 있어서의 상징표현 준거

유니폼 디자인에 있어서 상징표현 방법을 파악하기 위하여 상징 일반이론에 대한 논의를 살펴보고, 그 결과 분석된 상징의 개념적 요소들과 상징의 시각적 표현 방법들을 파악하여 유니폼 디자인의 상징표현의 준거로 제시한다.

#### 1. 상징의 개념과 표현효과

상징은 사물을 전달하는 매개적 작용을 하는 것을 통틀어 이르는 말이며, 흔히 심벌이라고도 하는데, 심벌은 그리스어의 'symbolon'이 그 어원이며, 나중에 기호라는 뜻이 되었다. 어떤 것이 그 성질을 직접 나타내는 기호와는 달리, 상징은 그것을 매개로 하여 다른 것을 알게 하는 작용을 가진 것으로서, 인간에게만 부여된 고도의 정신작용의 하나라고 할 수 있다.

인류학자인 화이트(Leeslie A. White)는 인간과 동물을 구별 지을 수 있는 근본적인 차이를 인간만

이 상징할 수 있는 능력을 갖고 있다는 데 두었다.<sup>11)</sup> 즉 인간만이 사물이나 사건들에 의미를 부여하고 그 의미들을 이해할 수 있는 능력을 갖고 있다는 것이다. 그는 의미를 부여하고 이해하는 행위를 상징행위라고 불렀으며, 상징행위의 산물을 상징물이라고 정의하였다.

미드(G.H. Mead)는 사람에게는 특수한 능력이 있는데, 그것은 마음을 지녔다는 것이다.<sup>12)</sup> 미드의 이론에서 의미 있는 상징이란 다른 사람에게서 자극시킬 수 있는 반응이나 태도와 똑같은 반응과 태도를 자아 속에서도 일으키는 것을 뜻한다. 이와 같은 상징적 상호작용, 특히 언어적 기호를 포함한 물리적인 기호에 의한 의사소통은 인간에게만 있는 특유한 능력이다.

피어스(Peirce)는 언어기호를 중요한 상징으로 설명하고 있다. 이런 점에서 유럽학자들의 상징 개념과는 구분된다. 즉 유럽학자들은 대상과의 사이에 존재하는 유추성을 진정한 상징의 조건으로 삼기 때문에 언어기호는 '좁은 의미의 기호'로 규정하고 있는 것이다.<sup>13)</sup> 상징은 대상과의 '유추성'으로 관계를 형성한다. 따라서 상징은 습관이나 규약성에 의거하게 된다.<sup>14)</sup> 예를 들어 백색은 순수(순수)의 상징이요, 저울은 정의의 상징이라는 등의 사용법은 아주 보편적인 통념이 되어 있다. 그러나 그 보편적인 통념이라는 것은 문화권마다 다를 수 있다. 서양에서는 조의를 나타내는 상징으로 흑색을 사용하는 반면, 동양에서는 백색을 사용하는 것을 볼 때 습관이나

규약성 등에 의한 주관성이 크게 작용한다는 것을 알 수 있다.<sup>15)</sup> 따라서 해석자는 상징작용의 관계를 성립시키기 위하여 적극적으로 개입하게 되고, 그런 의미에서 상징은 기호과정의 3항 관계인 기호와 대상, 해석자(해석 내용)의 관계에서 해석자가 전적인 참여에 의해 이루어지므로, 도상이나 지표보다 더 높은 차원의 기호라고 볼 수 있다.<sup>16)</sup> 그러므로 본 연구에서 논의하는 상징은 도상과 지표를 포함하는 의미론적 상징으로 그 의미를 정의한다.

상징은 질적으로 다른 범주에 속하는 두 개의 개념이 어떤 유추작용에 의해 만들어진 기호이다. 이것은 자의적으로 만들어진 것이 사회적 계약에 의해 관습화되는 것이다. 이 연구를 통해 말하고자하는 논지 즉, 유니폼의 유형별 디자인에 나타난 상징표현 방법을 알아보기 위해 상징을 활용할 수 있게 하는 하나의 시작점이 바로 기호로서의 상징 개념이다.

앞에서 살펴 본 바와 같이 상징에 대한 논의는 많은 철학자와 인류학자들, 사회 심리학자 그리고 심리학자들에 의해 서로 다른 측면에서 논의되어 왔다. 이를 토대로 학자들은 복식을 단순한 물질이 아닌, 입고 있는 사람의 여러 가지 특성 및 상황을 의미하는 무언의 의사전달로 보아 복식이 나타내는 상징에 대해 논리적으로 체계화 시켰다.

복식을 의사 전달체로 사용하는 무언의 시각적 커뮤니케이션으로 보았을 때, 입은 사람과 보는 사람 사이에서 일어나는 상징적 상호작용을 위해서는 입는 사람이 의도 하고자 하는 의미를 보는 사람이 바로 해석하고 이해하는 과정이 필요하다. 또한 복식의 상징은 다른 사람을 인지하는 요인이 되고 다른 사람과 커뮤니케이션이 되도록 해준다는 것이다. 복식은 처음에는 자의적이던 것이 차츰 사회제도 속에서 일정한 형식에 따라 고정된 형태가 되면 관습으로 되는 것이다. 복식은 인제부터인가 인간의 필요에 의해서 생긴 인위적인 기호인 동시에 상징이다.

인류학자 터너(V. Turner)는 사피어의 상징 분류에 의거하여 의례적인 상징을 '합축적 상징'으로 고찰한 바 있다.<sup>17)</sup> 터너의 이론에 의하면 복식이란 처음에는 주석적 차원으로 보이지만 결국에는 '위치적 차원'으로의 해석을 가능하게 함으로서 궁극적으로

는 나타내고자 하는 감추어진 의미를 찾게 된다는 점에서 소홀히 다루어져서는 안되는 상징물이라고 하였다. 지금까지 인류학자, 사회심리학자, 심리학자의 서로 다른 측면에서의 상징에 대한 논의를 살펴본 결과, 복식을 상징의 의사 전달체로 보고 있다.

또한 랑거(S.K. Langer)는 '상징은 하나의 비유요 그것이 뚜렷이 보이거나, 또는 사람 눈에 띄이지 않는 축어적인 표시작용을 갖는 하나의 이미지이며, 함축적으로 표현하려면 비합리적인 것이 이미지다'라고 언급함으로써 은유적인 상징성을 말하고 있다. 또한 상징과 지시물 사이에 논리구조의 공식적 위치와 공통의 논리 형태가 존재한다고 하였으며, 상징은 직유, 은유 표상(emblem), 이미지, 풍유와 관련이 있다고 하였다.<sup>18)</sup> 상징적인 표현방법 중에 은유와 환유는 정신분석학의 근본적 전환을 가리키는 상징적인 표시로서, 그리고 여타 인문과학 특히 문학이론과의 교류 혹은 통합에 대한 실질적인 통로를 제공하고 있다고 하였다.<sup>19)</sup>

이미지의 상징화 방법은 형태의 단순화, 기호화로 간결하게 표현되며, 형상에 대한 시각언어로서 상징이란 다른 어떤 것을 시각적으로 대신하는 것이라고 할 수 있다. 상징이란 논리적이기보다는 심미적이고, 개인적이기보다는 문화적 사회적이며, 과학적이기보다는 상상적이라고 할 수 있다. 통상 상징이라는 것은 보는 사람에게 연상 작용을 갖게 해주는 단순화 된 이미지로서 복잡한 개념이나 시스템을 표현해 낸다. 상징이란 감추어진 의미를 나타내게 만드는 하나의 재현이다.<sup>20)</sup> 그러므로 유니폼에 있어서 상징은 매우 중요한 조형적 수단이다.

## 2. 유니폼 상징표현 방법과 특성

본 연구에서는 유니폼 디자인에 나타난 시각적 표현 방법에 의해서 사물이나 사상에 대한 상징적 표현을 하여 보는 사람에게 정확하게 전달함으로써 커뮤니케이션 역할의 시각적 도구로 사용되는 것이 유니폼 디자인의 목적을 실현하는 데 의미가 있다고 본다. 이상과 같이 상징에 대한 관련 학자들의 논의에 의해 의미 규정된 상징의 표현방법은 비유,

〈표 2〉 상징의 시각적 표현 방법의 범주

관련 학자 시각 표현방법	비유 은유 환유	이미지	기호	생략	약호	엠블럼	문화적 관습	암시	관습적 규칙
S.K. Langer	비유 (은유, 환유)	이미지	기호	생략	약호	표상			
Leslie A. White							경험적 관습		
G. H. Mead							공유된 의미		
A. Schaff Turner							관습	합축	
C. S. Peirce					약호		문화적 관습		관습적 규칙
소두영						엠블럼	습관		규약
한국기호학회	은유 환유								
철학대사전	비유							암시	

은유, 환유, 이미지, 기호, 생략, 약호, 엠블럼, 문화적 관습, 암시, 관습적 규칙으로 범주화되며 〈표 2〉와 같이 분류된다. 또한 앞에서 논의된 내용들을 종합하여 상징 관련 학자들의 논의에 의한 이론적 근거를 중심으로 구체화한 상징의 개념적 요소와 상징을 조형으로 표현하기 위한 시각적 표현 방법으로서의 상징의 표현적 요소들을 분류하여 그 특성을 살펴보았다.

상징의 표현 방법을 퍼스나 샤프, 휠러 등의 학자들에 의해 의미 규정된 관습적 규칙과 문화적 관습으로, 랑거, 소두영 등의 학자들에 의해 언급된 비유나 이미지로 크게 분류하였다. 이것을 다시 상징 관련 학자들에 의해 정의된 바 있는 상징의 표현 방법 중에서 관습적 규칙은 약호와 국기로 문화적 관습은 엠블럼과 마크로 표현적 요소인 비유는 은유와 환유, 이미지는 단순화, 강조, 암시로 세분화하였고 각각 그 내용적 특성은 약호는 객관적, 관습적으로 반복되는 것으로 보편적 상징을 의미하며 국기는 기호의 복합체로 명료한 사회적 관습들의 체계를 나타낸다. 또한 엠블럼은 특수한 의미론적 상징으로 전통과 역사를 상징하며 마크는 소속집단을 상징한다. 은유와 환유는 대상체간의 형태적, 의

미적 유사성을 근거로 과거 문화유산에서 차용해온 것으로 상징을 의미하며 단순화, 강조, 암시는 대상의 형태, 색채, 질감, 패턴의 단순화와 간결화된 형태로 상징을 표현한다. 다음 〈표 3〉은 시각적 표현 방법에 따른 내적특성을 나타낸다.

〈표 3〉 상징의 시각적 표현방법에 따른 내적특성

시각적 표현방법	내용적 특성
약호	· 예의의 기호, 신호 · 객관적, 관습적으로 반복된 것 · 보편적 상징
국기	· 기호의 복합체 · 조직 체계 · 명료한 사회적 관습들의 체계
엠블럼	· 특수한 의미론적 상징 · 표상
마크	· 전통과 역사 상징 · 소속집단의 상징 · 문장
은유	· 대상체간의 형태적, 의미적 유사성
환유	· 대상체간의 인접성 · 과거 문화 유산에서 차용해 온 것
단순화	· 형태, 색채, 질감, 패턴의 단순화
강조	· 기호화
암시	· 간결화된 형태

## IV. 상징표현 준거에 따른 유니폼 디자인 분석

### 1. 분석방법과 내용

지금까지 유형별 유니폼의 효과적인 상징표현 방법을 규명하기 위해 서로 다른 여러 측면에서의 상징에 대해 고찰하고, 유니폼디자인과 관련된 상징표현방법의 의미를 규정하였다. 본장에서는 앞에서 논의한 상징표현 방법을 토대로 하여 이러한 논의가 실질적으로 어떻게 유니폼 유형별 디자인에 적용되었는지 구체적인 유니폼 디자인 결과물에 나타난 상징표현 방법들을 내용 분석을 통해 살펴보았다.

분석 자료로는 유형분류에 따라 스포츠 유니폼, 제복 유니폼, 기업 유니폼, 행사 유니폼 등 4가지로 분류한 유니폼이 분석 대상이다. 각 유형별로 분석 자료를 살펴보면, 스포츠 유니폼 디자인은 운동복 유니폼의 경우 종목이 방대하여 제외시켰으며 경기용 유니폼 역시 가장 관심분야인 축구 유니폼으로 한정하였다. 따라서 2002 월드컵 축구 본선 진출 32개국 선수 유니폼을 그 대상으로 하였다. 제복 유니폼은 군(육, 해, 공)복, 경찰복, 교복, 스카웃 유니폼 등 소속 집단에 따른 분류로 각각 유니폼 디자인 결과물에 나타난 상징적 표현 방법을 국내외로 나누어 비교 분석하였다. 기업 유니폼은 직업에 따른 서비스직, 사무직, 생산직 유니폼 디자인 결과물을 분석하였다. 서비스직에는 항공사 승무원, 패스트푸드점 종사자, 백화점 안내사원, 호텔 종사자 유니폼 외에 의사, 간호사 복을 포함하였다. 사무직은 은행, 관공서 등 사무원 복을 중심으로 하며, 생산직은 주로 작업 현장에서 착용하는 유니폼이 분석 대상이다. 행사 유니폼은 국제 박람회, 업계 전시회, 신제품 발표회 등으로 최근 유니폼디자인 결과물을 중심으로 국, 내외 자료를 선정하여 분석하였다.

선정기준은 각 유형별에서 유니폼으로써의 디자인 구성요소와 기능을 가진 분석 타당성이 있는 것으로 하였다. 유니폼 선정의 객관성을 유지하기 위하여 국가 및 다양한 기업 유니폼 디자인 개발 프로젝트에 책임 연구원 또는 공동연구원으로 유니폼

개발에 다년간의 경력이 있는 유니폼 디자인 전문가 교수 5인에 의하여 분석 대상이 되는 유니폼을 선정하였다. 또한 연구자가 제시한 상징표현 분석 항목의 체크 리스트를 검증하였다. 그 결과 스포츠 유니폼에서는 32종, 제복 유니폼은 70종, 기업 유니폼 40종, 행사 유니폼 48종 등 총 190종의 유니폼이 선정하였다.

분석방법은 각 유형별 유니폼 디자인에 나타난 상징 표현 방법을 파악하기 위해 앞에서 논의된 결과, 형성된 분석적 틀(template)인 상징의 시각적 표현 방법을 준거로 사용하였다.

유니폼 유형별 디자인 상징표현 방식의 척도를 알아보기 위한 분석내용을 구체화한 연구 문제들은 다음과 같다.

첫째, 유니폼의 유형분류에 따라 상징의 시각적 표현방법에 대한 분포도를 확인하고 유형별 유니폼에 나타난 상징의 표현방법의 특징을 비교 분석한다.

둘째, 상징의 시각적 표현방법으로 범주화된 분석 틀에 각각의 유니폼 유형인 스포츠 유니폼, 제복 유니폼, 기업 유니폼, 행사 유니폼 디자인에 나타난 상징의 표현방법을 본포에 의해서 확인하고, 각각의 특성을 알아보고 유니폼 유형별 디자인의 차이를 비교 분석한다.

### 2. 분석결과 및 고찰

유니폼 유형별 디자인에 나타난 시각적 상징의 표현 방법에 대한 분석 결과는 <표 4>와 같다.

#### 1) 스포츠 유니폼에 나타난 상징표현 방법

스포츠 유니폼 디자인에 나타난 상징적 표현 방법의 특징은 단순화와 강조를 활용한 상징표현 방법이 가장 높은 빈도로 비중 있게 나타나고 있다. 거의 모든 국가에서 스포츠 경기용 선수 유니폼 디자인에 상징 표현방식으로 사용하고 있다.

특징적으로 사용된 단순화는 상대적으로 필요한 최소한의 구조적 특징들을 가지는 복합체로 구성되어 있는 것을 의미하는데, 눈에 자극이 덜 할수록 더욱 잘 표현되는 것이 특징이다. 그렇기 때문에 유



〈표 4〉 유형별 유니폼 디자인에 나타난 시각적 상징의 표현방법 빈도

대상	상징	약호			국기			임블럼			마크			은유			환유			단순화			강조			색채 암시		
		문 화	직 업	지 시	그 림	자 체 표 현	변 형	이 미 지 표 현	표 상	역 사 상 징	심 볼 리	로 고	차 용	우 회	대 체	인 과	형 태	색 채	재 질	패 턴	선	형 태	색 채	재 질	패 턴	식 별	권 위	소 속 집 단
스포츠	경기용	3%			14%			6%			13%			8%			8%			24%			23%			1%		
		빈도	14	51	0	0	4	1	5	18	10	58	18	11	9	21	29	6	18	0	0	24	1	18	5	13	18	10
제 복	군복	17%			0%			11%			15%			7%			10%			4%			12%			20%		
	경찰	17%			4%			4%			17%			6%			11%			10%			17%			14%		
	교복	15%			0%			2%			25%			4%			19%			8%			13%			12%		
	계	16%			2%			7%			20%			5%			12%			6%			15%			17%		
	빈도	3	40	0	0	0	0	1	0	0	10	17	4	1	15	20	17	5	3	2	8	2	6	2	5	36	0	4
기 업	서비스	21%			1%			0%			13%			4%			15%			15%			12%			19%		
	사무	26%			0%			0%			15%			0%			26%			7%			0%			26%		
	생산	20%			0%			0%			14%			0%			17%			11%			19%			19%		
	계	23%			0%			0%			13%			2%			18%			13%			11%			21%		
행 사	빈도	8	31	0	1	3	1	10	3	0	15	9	3	3	35	6	15	4	0	0	21	15	33	0	12	33	1	14
	전시	16%			0%			1%			10%			3%			13%			9%			30%			18%		
	스포츠	6%			21%			1%			3%			0%			21%			0%			27%			21%		
	계	15%			5%			1%			9%			2%			15%			7%			29%			17%		

니폼 디자인에 있어서 디자이너가 의도적으로 표현하려고 하는 가장 필수적인 형이나 구조적 특징을 인지하여 단순화시킴으로써 이미지를 강하게 부각시켜 상징적으로 표현할 수 있다.

단순화는 스포츠경기 유니폼 디자인에서 표면상의 가시적인 부분들을 디자이너가 시각 기호인 형태나 색채, 질감, 패턴으로 적절하게 생략 또는 변용함으로써 나타내고자 하는 의미의 핵심을 보다 빠르게 접근할 수 있다고 본다. 보다 빠르게 접근한다는 것은 곧 상징적 의미작용이 효과적으로 이루어진 것을 말한다.

강조에서의 상징표현 방법은 선을 다양한 방법으로 디자인에 적용한 것이 특징이다. 선을 극도로 최소화 시켜서 단순 간결하게 하여 강조한 예와, 선을 그래픽적으로 구성하여 역동적이고 명시성이 강한 사선 줄무늬로 상징하거나 어깨에서부터 소매까지 국기 색으로 세련되어 보이는 세로 줄무늬 선을 강

조하여, 국가와 브랜드를 동시에 인지시킴으로써 강조한 상징표현 방법이 특징적으로 나타난다.

본 연구에서 분석한 결과 국기 표현방법은 상징표현에 있어서 국기 자체를 표현하거나, 국기의 구성요소를 변형하여 재배치하는 방법과 표현에 있어서 직접적이지는 않지만, 국기의 이미지를 나타낸 예로 나누어 그 특징을 살펴 볼 수 있다. 이러한 특징이 나타난 이유는 국기에 있는 기표에서 전체를 표현하는 것 보다 일부분을 생략하는 것은 표현하고자 하는 것의 메시지를 더욱 강화하여 전달할 수 있기 때문이다. 생략에 의해 국기의 이미지만 표현하는 것이 대상과의 관계 속에 의미작용이 더 증가하여 직접적으로 전달 될 수 있다.

2) 제복 유니폼 디자인에 나타난 상징 표현 방법

제복유니폼 디자인에 나타난 상징표현 방법의 백분율의 결과를 살펴보면 마크를 상징표현 방법으로

사용한 것이 20%로 가장 높게 나타났으며, 암시가 17%, 약호가 16%, 강조가 15%로 비교적 높은 빈도를 보이며, 국기2%, 은유 5%와 엠블럼 7%로 상대적으로 낮게 나타나고 있다. 세부적으로 살펴보면, 상징표현 요소로 심볼릭, 로고, 표상, 역사적 상징의 순으로 나타나고 있다. 심볼릭 타입의 마크가 상징표현 방법으로 가장 많이 나타나고 있는 이유는 제복유니폼이기 때문에 디자인에 있어서는 단순화를 추구하고 그에 반해 자신들의 소속집단과 계급의 상징으로 장식적인 디자인의 심볼 마크를 많이 사용하기 때문으로 분석된다.

두 번째로 높은 출현빈도를 나타내는 색채암시는 색을 통한 암시로 소속집단을 상징화한 표현방법, 선으로 상징을 강조한 것, 단순화된 색채로 상징을 표현한 방법의 순으로 나타났고, 재질, 패턴 등의 상징표현 방법이 거의 나타나지 않았다. 분석결과 주목할 만한 점은 암시를 시각 커뮤니케이션 수단으로 인식하여 소속집단을 상징하는데 있어서 표현 방법으로 많이 사용한다는 점과 디자인에 있어서 제복으로서의 단정함과 간결함을 상징하기 위해서 선적인 요소를 상징표현 방법으로 많이 사용하였음을 알 수 있다.

### 3) 기업 유니폼 디자인에 나타난 상징 표현 방법

상징표현 방법으로 분석하여 제시한 세부 항목별로 기업 유니폼 전체 디자인을 분석한 결과는 약호가 22%로 가장 높은 빈도를 보이며, 암시가 21%, 환유가 18%, 단순화와 마크가 13%, 강조가 11%로 각각 나타났다. 반면, 국기와 엠블럼은 전혀 상징표현 방법으로 사용되지 않았다. 이러한 결과는 기업 유니폼은 개인보다는 집단체를 형성하여 상징성을 나타내기 때문에 직업을 상징하는 약호로서 상징표현 방법을 사용하고 있다.

직업의 상징화가 압도적으로 많이 나타나는데 가장 높은 출현 빈도를 나타내는 직업의 상징화는 기업 유니폼 디자인에서 상징표현 방법으로 약호에 의한 방법이 직업상징화를 주도하고 있음을 알 수 있다. 기업유니폼이기 때문에 국기를 상징적으로 표현한 예는 전혀 찾아 볼 수 없었다.

### 4) 행사 유니폼 디자인에 나타난 상징 표현 방법

행사 유니폼 디자인에 나타난 상징 표현 방법 출현 빈도를 분석한 결과는 강조가28%로 가장 높은 빈도를 보이며, 색채가18%, 환유와 약호가 각각 15%, 마크가 9%, 단순화 7%, 국기5%, 은유2%, 엠블럼1%의 순으로 나타났다.

가장 높은 출현 빈도를 나타내는 상징표현 방법으로는 강조이다. 세부적으로 살펴보면 형태의 단순화, 형태의 강조, 국기색채의 사용으로 상징을 표현하였다. 분석결과 주목할 만한 점은 색채를 시각 커뮤니케이션 수단으로 인식하여 식별을 목적으로 상징하는데 있어서 표현 방법으로 많이 사용한다는 점과 디자인에 있어서 행사와 참여기업의 이미지 전달을 위해 명확하고 기하학적인 라인으로 형태를 단순화하여 보다 현대적인 감각으로 유니폼을 디자인하여 상징적 메시지를 전달하였다고 본다.

앞에서 분석 정리된 유니폼 유형별 디자인 결과물에 나타난 상징표현 특성 분석결과는 다음과 같다. 스포츠 유니폼 디자인에서는 단순화와 강조, 개념적 요소인 국기에 의한 상징 표현이 특징적으로 나타났고, 제복 유니폼 디자인의 상징표현 특징은 관습적 규칙인 마크와 색채 암시로 상징 표현을 하며, 기업 유니폼은 약호와 색채에 의해 식별되는 암시로 유니폼의 상징성을 표현하는데 주로 사용되었다. 또한 행사 유니폼 디자인에 나타난 상징표현 특징은 강조를 통한 상징표현으로 나타난 결과 유니폼 유형별로 상징표현 방법이 각각 다르게 파악되었다. 유형별 특징적인 표현방법은 <표 5>와 같이 정리하였다.

<표 5> 유니폼 유형별 특징적 상징표현

유니폼 유형	상징 표현요소	특징적 표현방법
스포츠 유니폼	1. 단순화	색채, 형태
	2. 강조(선)	선
제복 유니폼	1. 마크	심볼릭, 로고
	2. 암시(소속집단)	소속집단
기업 유니폼	1. 약호	식별
	2. 암시(직업)	직업, 문화
행사 유니폼	1. 강조(색채)	색채, 선
	2. 암시(식별)	식별

## V. 결론 및 제언

본 연구는 유니폼의 본질이 시각커뮤니케이션 상징의 역할을 다 할 때만이 유니폼의 상징적 작용을 규명할 수 있다고 보고, 이를 위해서 상징일반에 대한 논의를 검토한 후 상징성 표현의 분석 틀을 마련하여 유니폼 유형별 상징표현 방법을 알아보았다.

분류된 유니폼 유형별 디자인에 상징 이론에서 분석된 상징표현 요소인 약호, 국기, 엠블럼, 마크, 은유, 환유, 단순화, 강조, 색채암시로 나누어 내용 분석하였다.

그 결과 첫째, 스포츠 유니폼 디자인 결과물에 나타난 상징표현 방법 분석결과와 특징은 국기의 색채나 형태를 단순화시킨 것과 선으로 강조한 것을 볼 수 있다. 단순화와 강조 방법에 있어서 분석 대상이 된 대부분의 스포츠 유니폼은 선을 극도로 최소화 시켜서 단순 간결하게 표현하거나 그래픽적으로 구성하여 역동적이고 명시성이 강한 사선 줄무늬로 상징을 표현하고 국기 색으로 세련돼 보이는 세로 줄무늬 선을 강조하여, 국가와 브랜드를 동시에 인지시킴으로써 강조한 상징표현 방법이 특징이었다.

둘째, 제복 유니폼 디자인 결과물에 나타난 상징표현 방법은 소속 집단에 따라 경찰복, 군복, 교복, 유니폼으로 나누어 분석하였는데, 특징은 경찰, 군인, 학생 등 소속집단은 다르지만 표현방법에 있어서는 마크와 약호에 의한 상징표현방법을 가장 많이 사용하였다. 분석대상이 된 대부분의 유니폼에서 마크는 주로 심볼릭 타입의 자수 장식물로 특정집단의 정체성과 상징성을 포함하는 매우 중요한 역할을 하기 때문에 유니폼에 부착되어 신분을 상징하는 수단으로 사용되었으며, 오래된 전통에 의해 대중에게 인식되는 보편타당한 문화약호와 직업약호에 의해 상징적 표현이 특징적으로 나타났다.

셋째, 기업 유니폼은 직업 형태에 따라 서비스직, 사무직, 생산직 유니폼으로 나누어 분석한 결과, 직종은 다르지만 모든 분야에서 약호와 색채에 의한 암시가 상징 표현의 특징으로 파악되었다. 암시는 각각의 직업색채가 연상되는 색상에 따라 다르게

적용되어 유니폼으로 직업이 식별되고, 소속집단을 상징하는 시각 기호로써 커뮤니케이션의 역할을 하는 독자적인 상징체계를 이루었고, 직업약호는 인식함과 동시에 그들의 역할에 대해 기대하게 되는 의사전달의 형태로서 상징을 특징적으로 표현하였다.

넷째, 행사 유니폼 디자인 결과물에 나타난 상징표현 분석 결과의 특징은 행사에 참여하는 각 기업이나 단체가 연상되는 이미지를 강조한 디자인이 특징적으로 나타났고, 형태의 단순화, 형태와 선, 색채에 의한 강조와 암시를 상징의 표현방법으로 사용하였다. 분석결과 주목할 만한 점은 색채암시를 시각 커뮤니케이션 수단으로 인식하여 식별을 목적으로 상징한다는 점과 디자인에 있어서 행사와 참여기업의 이미지 전달을 위해 명확하고 기하학적인 라인으로 형태를 단순화하여 보다 현대적인 감각으로 유니폼을 디자인하여 상징적 메시지를 전달한 것이 특징이다.

이상과 같이 스포츠 유니폼 디자인에서는 단순화와 강조, 개념적 요소인 국기에 의한 상징 표현이 특징적으로 나타났고, 소속집단에 따라 군복, 경찰복, 교복으로 세부 분류되었지만 제복 유니폼 디자인의 상징표현 특징은 관습적 규칙인 마크와 소속집단을 상징하는 암시로 상징 표현을 하였으며, 직종에 따라 서비스복, 사무복, 작업복으로 분류된 기업 유니폼은 색채에 의한 암시와 직업을 상징하는 약호가 유니폼의 상징성을 표현하는데 주로 사용되었다. 또한, 행사 유니폼 디자인에 나타난 상징표현 특징은 행사 형태에 따라 전시 행사와 스포츠 행사로 분류하여 분석한 결과 모두 이미지를 통한 강조와 암시에 의한 상징표현으로 나타났다. 그 결과 유니폼 유형별로 상징표현 방법이 각각 다르게 파악되기 때문에 연구자가 앞에서 제시한 유니폼 유형별 분류에 의한 방법으로 유니폼의 유형을 분류할 수 있다고 본다. 각 유형에 따른 유니폼 디자인 방법에 있어서 상징요소별로 최대 출현빈도를 분석한 결과 유니폼 유형별 디자인을 할 때 적용할 수 있는 범위를 제시하였다. 이것은 앞으로의 유니폼 디자인 방법에 있어서 본 논문에서 제시된 상징표현 방식을 적용한다면 유형별로 유니폼 디자인 방법에

적용할 수 있다고 본다.

한국의류학회지, 22(8), p. 77.

본 연구를 바탕으로 다양한 분야에서의 유니폼 디자인 프로젝트를 수행하여 본 연구에서 제시한 방법이 타당했는지를 검증할 필요와 그 결과 표출되는 문제점을 보완한다면, 앞으로 유니폼디자인을 할 때 하나의 기준척도가 될 수 있다고 제안한다.

## 참고문헌

- 1) 김경용 (1994). 기호학이란 무엇인가? 서울: 민음사, p. 12.
- 2) Ferdinand de Saussure, 오원교옮김 (1955). 일반 언어학 강의. 서울: 형설출판사, p. 16.
- 3) Umberto Eco, 서우석옮김 (1993). *A Theory of Semiotics*. 서울: 문학과 지성사, p. 34.
- 4) M.E. Roach & J.B. Eicher (1973). *The Visible Self*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall Inc., p. 251.
- 5) 전지원 (2002). 유니폼의 색채환경에 관한 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문, p. 3.
- 6) 정현숙 (1998). 현대 우리나라 유니폼에 나타난 상징성. *복식문화연구*, 6(3), pp. 175-184.
- 7) 김선미 (1991). 유니폼에 관한 연구 - 서울시내 기업체를 중심으로. 성신여대 산업대학원 석사학위청구논문.
- 8) 남윤자 외 (1997). 유니폼 실태조사와 디자인 개선에 관한 연구. *한국의류학회지*, 21(2), pp. 450-470.
- 9) 이인정 (2003). 한국전통 창살 문양을 응용한 호텔 유니폼 디자인 개발. 동덕여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 7.
- 10) J.C. Flugel (1971). *The Psychology of Clothes*. New York: International University Press, Inc., p. 131.
- 11) 이문웅 (1979). Leslie A. White의 문화학, 현상과 인식, 3(3), pp.185-204.
- 12) Beattie, Hohn, 최재석옮김 (1984). 사회인류학. 서울: 일지사, p. 234.
- 13) 소두영. 앞의 책, pp. 157-158.
- 14) C. Hartshorne & P. Weiss (ed.), *Collected Papers of Charles Sanders Peirce, Vol. II*. Cambridge, MA. Harvard Univ. Press, pp. 165-169.
- 15) 소두영. 앞의 책, pp. 155-156.
- 16) M.A Morgado (1993). Animal Trademark Emblems on Fashion Apparel: A Semiotic Interpretation(Part I. Interpretive Strategy). *C.T.R.J*, 11(2), p.18
- 17) V. Turner (1977), Symbols in African Ritual, in Dolgin, J. L. et al(ed), *Symbolic Anthro. Pology*, New York: Columbia University Press, p. 190.
- 18) 유영선 (2000). 1980년대 이후 패션일러스트레이션의 시각적 이미지 표현 방법. 경희대학교대학원 박사학위논문.
- 19) 한국기호학회 (1999). 은유와 환유. 서울: 문학과 지성사, p. 11.
- 20) 유영선 (1998). 패션일러스트에 있어서 유머 이미지.