

碩 士 學 位 論 文

指 導 教 授 趙 烈

심벌 형태의 시지각적 표현 방법과
그 인지 성향에 관한 고찰

- 1950년부터 1998년까지의 한국 기업 심벌을 중심으로 -

REPRESENTATION BY VISUAL PERCEPTION AND
PROPENSITY TO RECOGNIZE

IN SYMBOL

- FOCUSED ON THE COMPANY'S SYMBOL OF KOREA -

1998 年 8 月 日

漢城大學校 藝術大學院

産業디자인學科

視覺디자인專攻

柳 奉 善

碩士學位論文

指導教授 趙 烈

심벌 형태의 시지각적 표현 방법과 그 인지 성향에 관한 고찰

- 1950년부터 1998년까지의 한국 기업 심벌을 중심으로 -

**REPRESENTATION BY VISUAL PERCEPTION AND
PROPENSITY TO RECOGNIZE
IN SYMBOL**

- FOCUSED ON THE COMPANY'S SYMBOL OF KOREA -

위 論文을 美術學 碩士學位 論文으로 提出함

1998 年 8 月 日

漢城大學校 藝術大學院

産業디자인學科

視覺디자인專攻

柳 奉 善

柳奉善의 美術學 碩士學位論文을 認定함

1998 年 8 月 日

審査委員長 (印)

審査委員 (印)

審査委員 (印)

목차

I. 서론	1
1. 연구배경 및 목적	2
2. 연구방법 및 범위	2
II. 시지각	3
1. 감각	3
2. 시각	4
3. 지각	5
4. 시지각	6
III. 시지각과 조형 표현	9
1. 시지각적 원리를 바탕으로 하는 형태 인지	9
2. 형태 지각 연구의 배경과 원리	13
3. 형태 표현 방법의 시지각적 분류	20
IV. 기업 심벌 형태의 시지각적 표현	22
1. 기업 심벌 개념	22
2. 시지각적인 표현과 유형	23
3. 시지각적 표현에 있어서 유희적 기능	32

V. 한국 기업 심벌의 시지각적 표현과 그 인지 성향	34
1. 시대적 분류	34
1) 개항부터 1945이전까지의 심벌 형태	34
2) 1945년부터 1960년까지의 심벌 형태	36
3) 1970년대의 심벌 형태	40
4) 1980년대의 심벌 형태	41
5) 1990년대의 심벌 형태	44
2. 업종별 분류	48
3. 설문 조사에 의한 검증	56
VI. 결 론	60
참고문헌	63
ABSTRACT	65
부록	

표목차

< 표 1 >	금융업 / 서비스업 심벌의 표현 방법 분석	49
< 표 2 >	기계 / 전자 부문 심벌의 표현 방법 분석	50
< 표 3 >	석유 / 화학공업 심벌의 표현 방법 분석	50
< 표 4 >	토목 / 건축업 심벌의 표현 방법 분석	51
< 표 5 >	식품 / 유통업계 심벌의 표현 방법 분석	52
< 표 6 >	방직 / 의류업 심벌의 표현 방법 분석	52
< 표 7 >	전체 심벌의 표현 방법 분석	55
< 표 8 >	표현 형태에 있어서 심벌의 반응	58
< 표 9 >	설문 조사에 의한 심벌 형태의 인지 성향 분석	59

그림목차

< 그림 1 >	헤라클레스 성운	10
< 그림 2 >	근접성	16
< 그림 3 >	유사성	17
< 그림 4 >	우위의 구성	17
< 그림 5 >	루빈의 잔	19
< 그림 6 >	주관적 윤곽선	19
< 그림 7 >	균화	25
< 그림 8 >	점이	26
< 그림 9 >	반복	27
< 그림 10 >	음양의 반전.....	28
< 그림 11 >	의미 반전	29
< 그림 12 >	깊이 반전	30
< 그림 13-a >	주관적 윤곽선	30
< 그림 13-b >	주관적 윤곽선	31
< 그림 14 >	복합 형태	31
< 그림 15 >	유희적인 심벌 형태	33
< 그림 16 >	해방 이전의 심벌 형태.....	35
< 그림 17 >	일본 가문의 형태	35
< 그림 18 >	1945년부터 1960년대까지의 문자 심벌 형태	36
< 그림 19 >	1960년대의 사실적인 심벌 형태	37

< 그림 20 >	1960년대의 기하도형 심벌 형태	38
< 그림 21 >	1960년대의 문자 반전 심벌 형태	39
< 그림 22 >	1968년 의류업체 심벌	39
< 그림 23 >	1960년대의 적극적인 시지각적 표현 형태	39
< 그림 24 >	1970년대의 단순화 심벌 형태.....	40
< 그림 25 >	1970년대의 적극적인 시지각적 표현 형태	41
< 그림 26 >	1980년대의 단순화 심벌 형태	42
< 그림 27 >	1980년대의 반복, 회전 심벌 형태	42
< 그림 28 >	1980년대의 주관적 윤곽선 심벌 형태	43
< 그림 29 >	1980년대의 반전 심벌 형태	44
< 그림 30 >	1990년대의 소극적인 시지각적 표현 형태.....	45
< 그림 31 >	1990년대의 반복, 회전 심벌 형태	46
< 그림 32 >	1990년대의 적극적인 시지각적 표현 형태.....	47
< 그림 33 >	시대적 흐름에 따른 심벌 형태의 변화	54

I. 서론

21세기 정보화 시대를 맞는 과도기적 상황에서 가속적으로 눈부신 발전을 거듭하고 있는 커뮤니케이션 매체의 등장에 인간은 시각, 청각, 촉각 등 감각적 요소에 더욱 의존해야만 하는 공감각적 커뮤니케이션의 필요성이 어느때 보다도 높아 가고있는 실정이다.

따라서 본 논문은 시대적 변화에 따라 디자인의 접근 방법이 점차 언어, 문자적인 커뮤니케이션에서 감성적인 시각 커뮤니케이션으로 바뀌어 가고 있는 정보의 시각화 과정을 우리나라 기업 심벌 형태의 시지각적 표현 방법을 통해 그 규칙을 규명, 분류함으로써 보다 체계적이고 합리적인 표현 방법을 검증해 보고자 하였다.

시각 언어를 통한 표현 방법의 하나인 심벌은 즉각적이고 정확한 이미지를 전달하는 효과적인 방법으로써 그 존재 의의를 갖고 있다. 수많은 심벌들이 제작, 사용되어지고 있는 것은 심벌 형태가 주는 시각 전달 기능 때문일 것이다. 급증하는 심벌들의 차별화된 형태와 조형미를 통해 제 기능을 수행할 수 있으므로 형태에 대한 심도있는 조형적 연구가 뒷받침되어야 할 것이다.

다시말하면 고정된 하나의 이미지에 만족하지 않고 그 본래의 이미지 속에 다른 이미지를 찾아내고자 하는 노력은 디자인 효과의 다변화와 극대화를 위해서도 필수적인 과정이라고 생각된다.

그래서 먼저 시각의 특성과 시지각의 문제 그리고 조형 유기화에 관하여 정리하며, 평면 형태에서 나타나는 조형 이미지를 지각하는데 있어서 시지각의 원리와 유희적 기능을 바탕으로 심벌의 사례를 시대별, 업종별 표현 방법을 분석해 보고자 한다.

1. 연구배경 및 목적

모든 시각 디자인물들은 시지각의 범주안에 들어 있으며 직접, 간접적으로 그 영향을 받게 된다. 우리가 눈으로 본다는 것은 이미 그것이 시지각적인 표현이기 때문이다. 그 중에서도 가장 간결한 형태로서 표현하고자 하는 의미를 정확하게 전달해야만 하는 심벌은 시지각적 표현 형식을 쉽게 구분할 수 있는 구조적 특징을 갖추고 있다.

따라서 본 논문은 우리나라 기업 심벌을 대상으로 하여 형태 표현 방법을 시지각적 원리에 따라 분류하고, 그 유형들을 설문지를 통해 조사, 분석함으로써 시지각적 표현들 중에서도 보는 사람들에게 친근하고 호감을 주는 유형을 찾아내고 그 원인을 밝혀서 심벌 디자인에 새로운 표현 방법을 제안하고자 한다.

2. 연구방법 및 범위

우리나라의 심벌은 근대화되기 시작한 때부터 상표법의 제정에 의해 제작, 사용되어 왔기 때문에 그 디자인의 변천 과정을 일목 요연하게 볼 수 있는 연구 대상이기도 하다. 그래서 본 논문은 연구 범위를 한국 기업 심벌 형태 중에서 1950년부터 1998년 현재까지 대한민국 특허청에 등록된 도형 상표를 기준으로 하였다.

심벌을 시지각의 원리에 의거하여 도형과 배경의 다양한 이미지 표현, 군화, 군집에 의한 표현, 주관적 윤곽선을 이용한 표현 등 다양한 유형으로 구분하고, 심벌 표현 방법의 시대적 변천과 그 패턴을 각 업종에 적용시킴으로써, 심벌 형태를 유형별로 분석하고 표현 방법에 따른 시지각적 인지 성향 변화를 설문 조사를 통하여 고찰하고자 한다.

II. 시지각(視知覺)

심벌 형태에서 나타나는 조형 이미지를 지각하는데 있어서 형태가 내포한 의미, 외형에서 느끼는 조형미 등 여러 요인을 들 수 있지만 본 연구에서 추구하고자 하는 시지각적 표현 방법에 의한 분류 방법은 게슈탈트 이론을 바탕으로 하고 있다. 이 장에서는 시각 디자인의 기본이라 할 수 있는 감각, 시각, 지각, 시지각 등을 포괄적으로 개관하고자 한다.

1. 감각(感覺)

인간은 유형의 물적인 세계속에 살고 있으며 이러한 세계는 우리의 감각 기관을 자극하여 반응을 의도한다. 감각은 외계에서 일어나는 자극을 전하고 외계의 상황을 알아내는 의식 내용으로 인간에게는 보고, 듣고, 냄새맡고, 맛보고, 만지고 하는 다섯 가지 감각을 가지고 있음으로 이 감각을 통해서 이 세상의 사물들을 알 수 있으며, 정보를 받아들이게 되다..

감각이란 사전적 의미로서 첫째, 사물의 상태나 변화에서 무엇인가를 느껴서 받아들이는 마음의 작용(sense)과 둘째, 눈, 코, 입, 혀, 살갓 따위로 아픔, 차가움, 닿음 등을 아는 느낌(sensation)으로 감각의 의미를 두 가지로 정의하고 있으며, 후자를 말한다. 즉 '인간이 갖고 있는 가장 말초적인 자극의 감지 기능으로 외계의 정보를 감각기라고 불리우는 감각 기관의 자극을 통하여 받아들이는 행위'인 것이다.¹⁾

1) 조 열, '반전도형의 시각적 유희성에 관한 연구', 한성대 논문집 Vol.17, 1993, p.366.

2. 시각(視覺)

시각은 특수 조직으로 이루어져 있는 눈과 묶여져 있다. 눈은 그 자체 안에 있는 망막 위에 상이 잡히게 하여 사물을 지각하게 하는 중요한 역할을 하고 있음에 틀림없다. 하지만 시각적인 상이 찍혀진 사진처럼 망막위의 근접 자극과 일치한다는 점을 의미하는 것은 아니다.

우리는 현재 망막에 비치는 그대로 지각하는 것이 아니라 물체에 대해서 가지고 있는 경험적이거나 이론적인 내용에 의해서 불완전한 시각을 보충한다. '우리는 보고 있는 것만을 믿는 것이 아니라 어느 정도는 우리가 믿고 있는 것을 보고 있는 것이다.'²⁾

사람의 눈은 빛이 각막을 통하여 들어 오며 동공의 축소와 확대에 의해서 빛의 양이 조절된다. 또한 눈에서는 시신경이 퍼져서 망막을 이루고 있는데 시신경이란 빛을 지각하는 세포가 진화된 것으로 눈이 지각하는 강도와 정도를 높여주며 전체를 시감각 기관이라 한다.

이 시감각은 자극에 대한 수동적 감각 기관이 아니고 선택적으로 활동한다. 즉 적극적인 선택성이 다른 지적인 관심사의 특성이듯이 시감각의 기본적 특성인 것이다. 그리고 시감각이 주목할 가장 근본적인 선호(preference)는 환경에 있어서의 변화이다.

눈은 자신이 관심을 가지고 있는 대상과 대상 사이를 이동하면서 자신이 필요로 하는 정보를 획득하는 것이다. 따라서 시각은 어떤 감각보다 적극적이며 정신적 조작에 의하여 기능하므로 눈은 생물적 고양을 위한 적극적 탐색이며 선택적 지각 활동의 핵심적 감각 기관이라고 할 수 있다.

2) R.L.,Gregory, 「The Intelligent Eye」, McGraw-Hill Book Company, New York, 1970, p.15.

루돌프 아른 하임(Rudolf Arnheim)은 '시각은 고도로 명료한 매체일 뿐만 아니라 그 세계는 외계의 물체와 사건들에 관해 무제한으로 풍부한 정보를 제공해주며 시각은 사고의 일차적 매체이다'라고 정의하였다.³⁾

시각 공간은 그 외관상의 광대함에도 불구하고 실제의 거리와 비교하면 매우 한정되어 있다. 인간과 연관된 자연스러운 한계로서의 지평선은 보여지는 한계로서는 최대 거리이다. 그래서 보이는 세계는 절대적인 유한성을 가지고 있다.

3. 지각(知覺)

우리가 살고 있는 세상은 정신적인 내부 세계와 물리적인 외부 세계로 구분할 수 있다. 지각이란 여러 감각으로부터 받아들여진 정보를 선택, 구조화, 해석하여 외부 세계를 판단하는 과정이라 할 수 있다.

18세기 스코틀랜드의 철학자 레이드(T. Reid)는 감각과 지각을 구별하여 "감각은 자극으로부터 오는 즉각적인 반응이며 지각이란 이 감각과 외계의 자극 대상과의 관계까지도 포함시켜서 인지하는 광범위한 과정"이라고 말했다.⁴⁾

지각의 세계는 보고 만질 수 있는 대상 세계가 우세하기 때문에, 여기에는 많은 적든 복잡한 요소들이 혼합해 있기는 하지만 항상 조형될 수 있는 것들과 결부되어 있다. 이러한 지각이 이루어지도록 정보를 전달하는 신체적 전달 매개를 우리는 감각이라고 부르고 있다. 그렇기 때문에 이를 역으로 해석해 보면 감각은 형을 갖지 않는 것이라고 말할 수 있다.

일정한 대상을 보는 데도 보는 사람에 따라 다르고 어떤 상황에서 보았느냐에

3) Rudolf Arnheim, 「시각적 사고」, 김정오 역, 이화여자대학교 출판부, 서울, 1991, p.38.

4) 박선의·최호천, 「시각 커뮤니케이션 디자인」, 미진사, 서울, 1989, pp.22-24.

따라 각각 다르듯이 지각은 지각자의 단순한 수용이 아니라 지각자가 대상물에서 과거의 경험을 바탕으로 한 질서를 찾아 재구성하는 그런 표현적 성격으로서의 적극적 정신 과정인 것이다. 따라서 지각은 과거의 경험 즉 개인의 동기 와 가치관, 기대, 인지 유형, 성장, 문화적 배경 등의 영향을 받게 되는 것이다.

인류학자 턴불(C.M.Turnbull)의 관찰 연구 결과에 의하면 그는 켄지(Kenge)라는 자신이 살고 있는 산림 지역을 벗어난 적이 없는 난장이를 생전 처음 평원으로 데리고 나왔다. 몇 피트 이상 떨어져 있는 대상을 대하는 일이 그의 없는 난장이는 처음으로 멀리 떨어져 지평선상에서 풀을 뜯는 들소떼를 목격하게 되었고, '저것들이 무슨 곤충들이냐'고 질문하였다. 켄지는 멀리서 보이는 작은 흑점들이 들소라는 사실을 믿으려고 하지 않았다. 그때 차를 몰고 들소떼가 있는 곳으로 가까이 다가간 난장이는 곤충들이 마술에 의해서 들소로 변했다고 믿고 있었다.⁵⁾ 결국 그는 멀리 떨어져 있는 물체에 대한 시각적 경험이 전혀 없었기 때문에 들소에 대한 크기의 항상성을 지각할 수 없었던 것이다.

다시 말해서 멀리 떨어져 있어 애매한 대상은 배로 보이기도 하고 등대로 보이기도 하는 것과 마찬가지로, 분명한 지각 대상은 의미를 내포한다는 것이다. 말하자면 지각에서의 의미는 직관적으로 나타나며, 대상이 던져주고 있는 의미는 해석 이전에 지각 속에 있는 것이다.

4. 시지각(視知覺)

우리가 사물을 본다는 것은 무엇을 의미하며, 우리는 어떻게 대상을 지각하는

5) C. M., Turnbull, 「observation」, American Journal of psychology, 1961, pp.304-308.

것인지에 대한 물음은 외계를 대부분 눈으로 지각하는 우리에게 끊임없이 대두 되는 문제이다.

시각 전달계를 통하여 외부의 물체를 인지하는 것은 모두 시지각이며, 외부의 대상을 인식하는 눈은 형태시(形態視), 명암시(明暗視), 운동시(運動視), 색각(色覺) 등이 있는데 인간은 이 모두를 갖추고 있어 대상을 정확하고 종합적으로 파악할 수 있는 것이다.

그렇다면 이러한 시각적 체험을 통해 인식된 대상은 과연 실제 있는 그대로의 것과 동일한 것이며 정확한 것인가 하면 그렇지 않다. 시각을 논하는 데는 망막에 나타난 상(像)과 우리가 지각하는 것과는 구별해야 한다. 즉 주관적으로 파악된 시각 형태와 시각에 의해 지각되는 객관적인 대상은 동일하지 않은 것이다.

앞에서 언급하였듯이 감각 기관은 인간이 지각을 하기 위한 도구로서 감각 기관중 눈이 가장 발달되어 있기 때문에 정상적인 상태에서 사물을 인지하는 작용에 있어 큰 역할을 하고 있다. 시각을 통해 정보를 받아들이는 것을 시지각이라고 하며, 시지각은 단순한 눈과 시야만을 포함하는 것이 아니라 감각과 기억까지도 포함한다. 또한 우리들의 조형 활동도 시지각에만 주로 관련되어 있는 것처럼 보이지만 실제로는 인간 심리 작용 전체에 걸쳐 있다고 보아야 한다.

시지각은 우리의 사고와 밀접한 관계가 있다. 그래서 시각적 사고이다. 진정한 의미의 시지각은 능동적 수행(performance)으로 시계(視界)의 조그만 부분에만 관계하거나 또는 현재 보이는 모든 물체들이 있는 시공간의 전체 구조에 관계한다.

모든 사고에는 지각적 기초가 있으며, 특히 시지각적 기초가 중요하다는 루돌프 아른하임 (R.Arnhem, 1904-, 독일)의 주장은 사고 과정에 대한 최근의 연

구가 되고 있다. 과거에는 사고의 법칙이 논리학에서 제기되는 법칙과 거의 동일할 것이라는 가정이 널리 인정되어 왔다. 그러나 최근 실험 결과들은 구체적이고 지적인 경험에서 사고가 발전됨을 보여주고 있다. 아른하임은 시각적 사고(思考)에서 “생각은 이미지를 요구하며, 이미지들은 사고를 포함한다. 따라서 시각 예술은 시지각적 사고의 본거지이다.”라고 하였다.⁶⁾

시지각의 문제를 다루면서 학문적으로 연구가 깊어짐에 따라 게슈탈트 심리학으로 발전하게 되었는데, 이것은 1920년 전후 시지각의 연구로부터 발전되었다. 우리가 현재 가지고 있는 시지각에 대한 지식의 기반은 대부분 게슈탈트 이론을 바탕으로 하고 있으며 이 이론은 다음장에서 고찰하기로 한다.

6) Rudolf Arnheim, 전게서, p.351.

III. 시지각과 조형 표현

1. 시지각적 원리를 바탕으로 하는 형태 인지(認知)

조형 활동은 매우 구체적이고, 체취적이며, 또 사물을 통하여 인간의 감각과 지각을 드러내는 일이다. 조형이란 개념은 점, 선, 면, 색, 빛, 공간, 시간 등의 여러 요소와 여러 가지 재질을 이용하여 촉각적이거나 시각적, 역학적으로 2차원, 3차원의 공간 내에 자율적이며 창조적으로 형(形)이나 형태(形態)를 조직화하는 일로 규정하고 있다.

이러한 형이나 형태가 지각적 개념으로서의 정의와 시지각(視知覺)을 통하여 어떠한 이미지로 나타나는가를 살펴 본다.

1) 형(形)의 개념

형(形)은 형태의 형식으로 우리의 시각을 조형의 아름다움으로 이끌어낸다. 우리는 물체의 속성으로서의 모습을 형(形)이라고 부르고, 물체의 형(型)을 형체(形體) 또는 형태(形態)라고 한다.

어떤 물체를 보고 있을 때 형은 윤곽선으로 인지될 것이고, 형체는 이 경계선과는 관계가 없는 인지의 차이로 인한 느낌일 것이다. 윤곽은 형을 의식하게 하는 효과를 갖는다. 즉 윤곽선은 그것이 에워싸고 있는 면이나 공간의 실루엣을 제시하여 준다. 때로는 형을 단순히 선의 연장이라고 할 수도 있다.

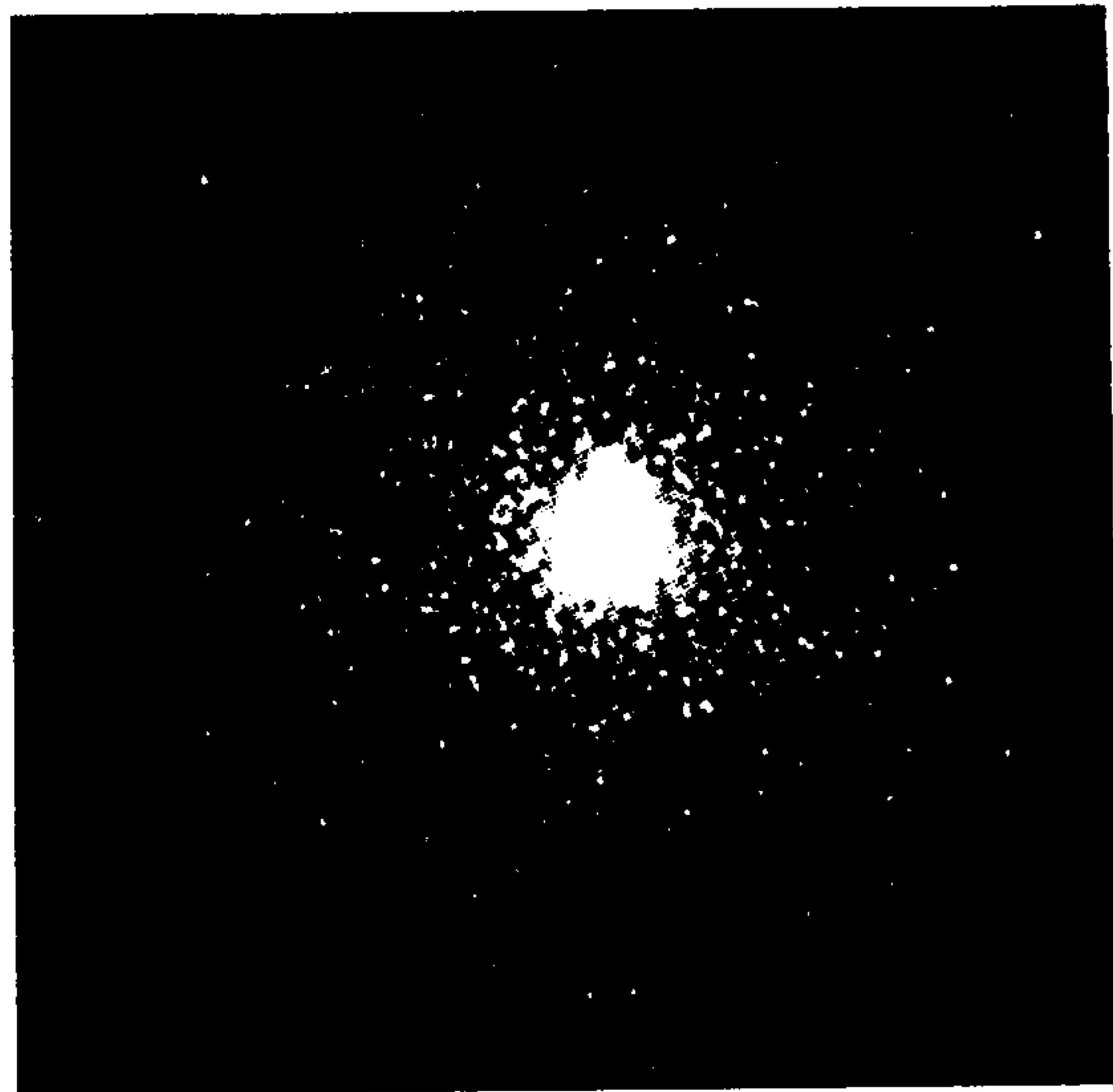
중요한 것은 형이란 우리가 지각하는 어떤 것, 의미를 가지는 어떤 것, 조형 대상 안에서 구조적으로 작용하는 어떤 것이라고 하는 점이다.

형의 형식은 기본 요소인 점, 선, 면에 의해 만들어진다. 점, 선, 면들의 한정된 형식을 형이라는 다양한 형식을 통하여 조형 예술을 만들어 낸다는 사실을 인식하며 다음과 같이 정의하고자 한다.

(1) 점(点)

모든 형체의 기본이 되는 것은 점(点)이다. 기하학에서는 크기가 없고 위치만을 가리키는 것이 점(点)의 정의지만, 시각적으로는 점(点)이 크고 작은 시각 단위(視覺單位)로서의 크기가 필요하다. 이러한 크기는 조형에 있어서 형을 갖지 않으면 시각적으로 표시할 수 없기 때문이다.

W. 칸딘스키(Wassily Kandinsky, 1866-1944)는 회화에 있어서 점의 외적인 개념은 최소의 기본 형태(Elementarform)라고 표시될 수 있지만, 이것은 정확



〈그림 1〉

한 표현이 아니다. 기초 평면 위에 일정한 면을 요청하는 그런 어떤 크기를 얻어야 한 다라고 말하고 있다.⁷⁾

주관적으로 작아 보이는 것, 즉 주위 공간의 크기에 비교해 시각의 객체가 극히 작은 대상, 그것이 바로 점이다. 〈그림 1〉은 헤라클레스 성운(星雲)⁸⁾이다. 상상을 초월할 정도로 큰 천체가 상상할 수 없을 만큼

7) W. Kandinsky, 「점·선·면」, 차봉희 역, 열화당, 서울, 1983, p.21.

8) 헤라클레스 성운, 'Newcomb-Engelmann의 Popul.Astronomie', 라이프찌히, 1921, p.294.

떨어진 거리에서 보았을 때, 별과 같은 점으로 보인다는 사실이 극단적인 보기이다.

(2) 선(線)

기하학적으로 선(線)은 눈에 보이지 않는 존재다. 선(線)은 움직이는 점(點)의 소산(所産)이다. 점(點)에는 크기가 없는 것처럼 선(線)에는 굵기가 없다. 그러나 시각상으로는 굵기가 없다고 할 수 없다.

선은 어떠한 굵기를 갖든지 방향과 단위에 따라서 여러 종류의 선이 나타나게 된다. 대표적으로 직선적인 것과 곡선적인 것이 있다. 그리고 직선은 수평선, 수직선, 사선 등으로 분류하고 있으며, 곡선은 기하곡선, 자유곡선, 포물선, 나선형 곡선 등으로 분류할 수 있다.

선은 확실히 조형 요소들 중에서 가장 결정적이다. 선의 표현적인 중요성에 대한 이유를 다음과 같이 설명할 수 있다.

- ① 선은 글씨와 소묘에서 보편적으로 경험되기 때문에, 우리 모두에게 친근하게 느껴진다.
- ② 선 그 자체는 결코 애매하지 않고 확실하다.
- ③ 선은 기본적으로 자연적 경험과 동일시 됨으로써, 표현적인 성질이 더 강하게 부각된다.
- ④ 선은 관찰자의 눈을 이끌어 그 선이 가지는 표현성, 즉 감정을 전달한다.
- ⑤ 선은 우리들이 어렸을 때 사물을 다루고, 사물의 특성을 느꼈던 경험적인 방식에 힘입어 더욱 사물의 의미를 확실히 전달해 준다.⁹⁾

9) 김춘일·박남희, 「조형의 기초와 분석」, 미진사, 서울, 1991, p.35.

(3) 면(面)

우리가 평면 디자인 중에서 가장 많이 지각하는 것이 면으로 형성된 것이다. 평면의 형(形)은 선(線)의 이동에 따라서 이루어지나, 입체의 형(形)은 면(面)의 이동에 따라 이루어진다. 그래서 평면의 경우를 Shape라고 부르고 형(形)이라는 말을 쓰며, 입체의 경우에는 형(形)을 형태(形態), 즉 Form이라 한다.¹⁰⁾

기초 평면은 두 개의 수평선과 두 개의 수직선에 의해 한정된다. 그리고 기초 평면으로부터 발전되어 여러 가지 형으로 변화된다.

면을 정의하기는 매우 어렵다. 하지만 면을 2차원 공간 상에서 점이나 선으로 간주되지 않는 모든 형태라고 볼 수 있다. 면에 있어서 가장 분명한 성격을 가지고 있는 것이 평면이다.

윤곽이 변하는 것 이상으로 중요한 것은 면 자체의 성질이 변할 수도 있다는 것으로, 직선은 면을 분할하고 평면은 공간을 나눈다. 면은 그 공간 속에서 접혀진다고든지 굽어지는 임의의 형을 바꿀 수 있는 것이다.

이것이 본래 의미에서의 면의 형식이다. 면은 형식으로서 조형 의미를 포함하고 있으면서도 면의 고유한 이미지를 갖고 있다. 평면은 형식을 받아들인데 두 개의 가능성을 갖는다. 하나는 형식을 둘러싸고, 하나는 형식 그 자체로 존재한다. 즉 하나는 경계를 짓고 다른 하나는 선의 흐름과 견주어지는 면의 흐름이다.

면의 가장 기본형은 사각형, 삼각형, 원이 갖는 형태의 면이다. 이러한 기본형을 바탕으로 모든 조형 활동이 이루어진다. 특히 조형에서 말하는 프로포션(Proportion)이란 길이, 면적 등의 비율을 말하는데, 황금비가 대표적이다.¹¹⁾

10) 이하성, 「공예 개론」, 수학사, 서울, 1964, p.89.

11) 고대로부터 황금 분할을 가장 이상적인 미(美)의 비율이라 했다. 고대 이집트와 그리스는 물론, 중세에서도 신에게서 배운 신수 비례법(Divina Proportion)이라고 부

2) 형태(形態)

형태란 물리적인 것과 정신적인 것의 대응으로서 그 법칙은 게슈탈트 원리에 의해 나타난다. 그리고 모든 형태는 방향성을 가지고 있다. 한 대상의 방향은 절대적인 것이 아니고 상대적인 형상으로 참조틀과 관련해서만 존재한다.

공간속에서의 한 형태가 가지는 위상은 이미지가 단독적으로 결정하는게 아니라 세 가지 참조틀에 의해서 영향 받는다. 첫째는 이미지를 둘러싸고 있는 시각의 장의 구조, 둘째는 우리(관찰자)의 신체 자체, 셋째는 뇌수의 이미지 자체가 어떤 것이냐 하는 것 등과 관련해서 영향받는다.

그러므로 형태는 처음부터 머리 속에 있는 것이 아니라, 형태를 지각할 조건이 머리 속에 있다. 우리가 어떤 것을 본다는 것은 그 어떤 것에 대응하는 (Corresponding to) 무엇을 본다는 것이다.¹²⁾

2. 형태 지각 연구의 배경과 원리

고대 회랍의 아카데미 초창기부터 인간은, 그들의 미적 감각을 지배하는 법칙이나 우선성에 대한 호기심으로 그 연구가 계속되어 왔다. 이는 17세기 이후 시각 예술에 대한 지각의 역할과 그 이해 방법을 설명하려는 연구자들의 시도에 의해 발전되어가면서 심리학 분야에까지 그 영향력을 시사하였다.

Gestalt는 독일어로 용어 그 자체를 해석하기란 용이한 일이 아니다. 다만 영어의 shape, form과 비슷한 의미로 단순히 형태라는 개념이 아닌 지각적인 특

르면서 신성시 해왔다. 이 비율을 기하학의 명제로서 그 해법(解法)을 확립한 수학자는 유클리드이다. 이 비례의 가로와 세로의 비는 1.1618 : 1 이다.

12) 김복영, '시각형태론', 월간디자인, 1984년 7월호.

성화를 위해 없어서는 안될 조건으로서 통일되어 있으며, 부분으로 나뉘어질 수 없는 지각적인 의미에서의 형태 개념으로 기술되고 있다. 그리고 게슈탈트(Gestalt)는 양과 질이 동일할 때, 질서가 있을 때, 의미를 갖고 있을 때 형성된다.

지각의 연구에 가장 의미있는 공헌을 한 학파로 게슈탈트 학파를 들 수 있고, 게슈탈트 심리학은 1913년 막스 베르타이어(Max Wertheimer, 1880-1943)¹³⁾가 발표한 논문이 그 시초를 이루었으며, 쿼트 코프카(Kurt Koffka, 1886-1941)¹⁴⁾, 볼프강 쾰러(Wolfgang Kohler, 1887-1967)¹⁵⁾와 함께 하였다.

코프카(Kurt Koffka)는 Gestalt를 하나의 커다란 Universe¹⁶⁾로 정의하고 이 안에 모든 형들이 만들어내는 Event가 있다고 하였고, 아동이나 원시인들의 그림에서 본질적인 형태에 대한 표현이 시각적 지각 표현 즉 게슈탈트(Gestalt)라는 개념에서 5가지의 의미 형성에 대해 말하였다.¹⁷⁾

- (1) Gestalt는 분리된 사물과 사건을 종합할 수 있는 힘이 존재하며, 이 힘은 각 사물과 사건들 사이에 존재한다.
- (2) 사물을 이동시킬 수 있는 힘이 존재한다 .
- (3) Gestalt는 다른 Gestalt와 연관될 수 있는 Ego의 힘¹⁸⁾이 존재한다.
- (4) 심리학적 요소로서의 Gestalt는 위치적 환경에 따라 변화하며 같은 구조

13) Max·Wertheimer : 게슈탈트 심리학파의 창시자로 Frankfrut와 Berlin 대학교에서 교편을 잡았고, 그 후 New York의 사회연구 학교에 재직하였다.

14) Kurt Koffka : 게슈탈트 심리학의 창시자로 베를린에서 태어나 Smith 대학에서 교편을 잡았고, 저서로는 「정신의 성장」이 있다.

15) Wolfgang Kohler : 게슈탈트 심리학의 창시자이며 1차대전 당시 카나리(Canary)군도에서 억류 중 유인원에 관한 유명한 실험을 하였다. 저서로는 「침팬지의 정신성」과 「Gestalt psychology」 등이 있다.

16) 심리학에서 Universe의 개념은 완벽한 존재 상태를 말한다.

17) K, Koffka, 「principles of Gestalt Psychology」, London: R & K. Paul, 1955, pp.56-58.

18) Ego의 힘이란 물리학적 역학이 아니라 조형 심리학적 역학을 말한다.

를 유지한다. 이것을 동질이형(Isomorphism)이라고 한다.

(5) Gestalt는 그 의미에서 존재한다.

게슈탈트 이론은 분리된 감각의 축적으로서 대상을 지각하는 것이 아니라 체계화된 전체로서 대상을 지각한다는 이론이며 공통된 내용으로 부분의 합이 전체가 아니라는 즉 '전체적'이라는 가설이 게슈탈트 지각 이론의 전형적인 핵심이다. 즉 일상 생활에서 사물을 지각한다는 사실은 하나 하나의 사물이 갖고 있는 속성(형, 색, 재질)을 지각하는게 아니라, 이러한 속성이 조화롭게 체계화된 전체로서의 사물을 지각한다는 것으로 다양한 시각 효과가 나타난다. 조형적 특성과 조형미를 분석할 때 그 요인이 되는 게슈탈트 법칙은 다음과 같다.

1) 단순화(Praegnanz)

게슈탈트 시지각 법칙에 있어서 제 1 요인은 어떠한 형태이든 가능한한 단순하게 보여진다는 것이다. 이러한 단순화 원리를 프레그난쯔라 하며 세 가지의 기본 원리로 구성 되어진다.

- (1) 형태는 양과 질의 간결화된다.
- (2) 질서의 간결함을 이룬다.
- (3) 의미의 간결함이다.

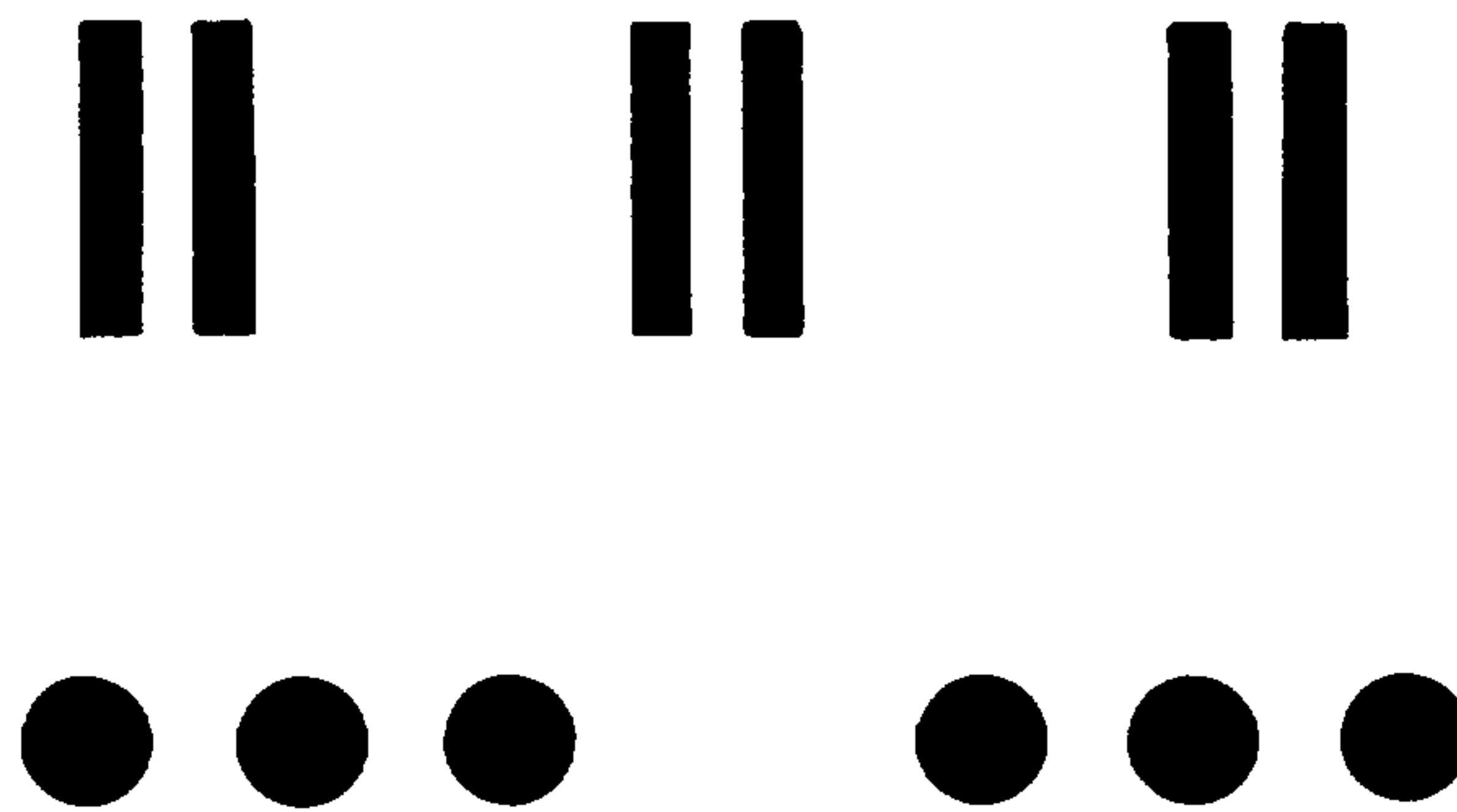
따라서 간결성은 전체를 지각하기 위한 분석 체계 또는 지각 체계에 의해 전체를 지각할 때 자연히 최대의 단순성으로 이끌어 가게 되는 원리이다.

2) 집단화(Grouping)

1923년 베르타이어(Wertheimer)에 의해 제시된 이 법칙은 자극 패턴에 관한 연구와 형태 표현에 관한 것으로 다음과 같은 4가지 경향으로 나뉘어진다.

(1) 근접성(Nearness or Proximity)

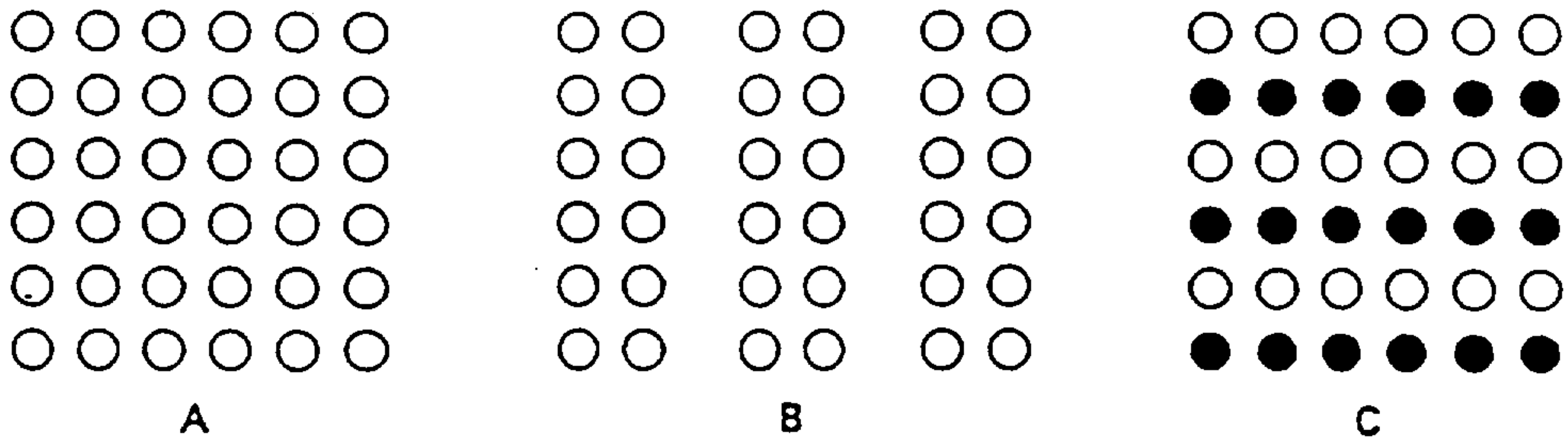
위치상으로 가까운 요소와 정리될 수 있는 요소를 함께 묶어서 지각하려는 경향이다. 서로 근접해 있는 요소들은 구성되거나 군화되는 경향이 있다. <그림 2>



<그림 2>

(2) 유사성(Factor of Similarity)

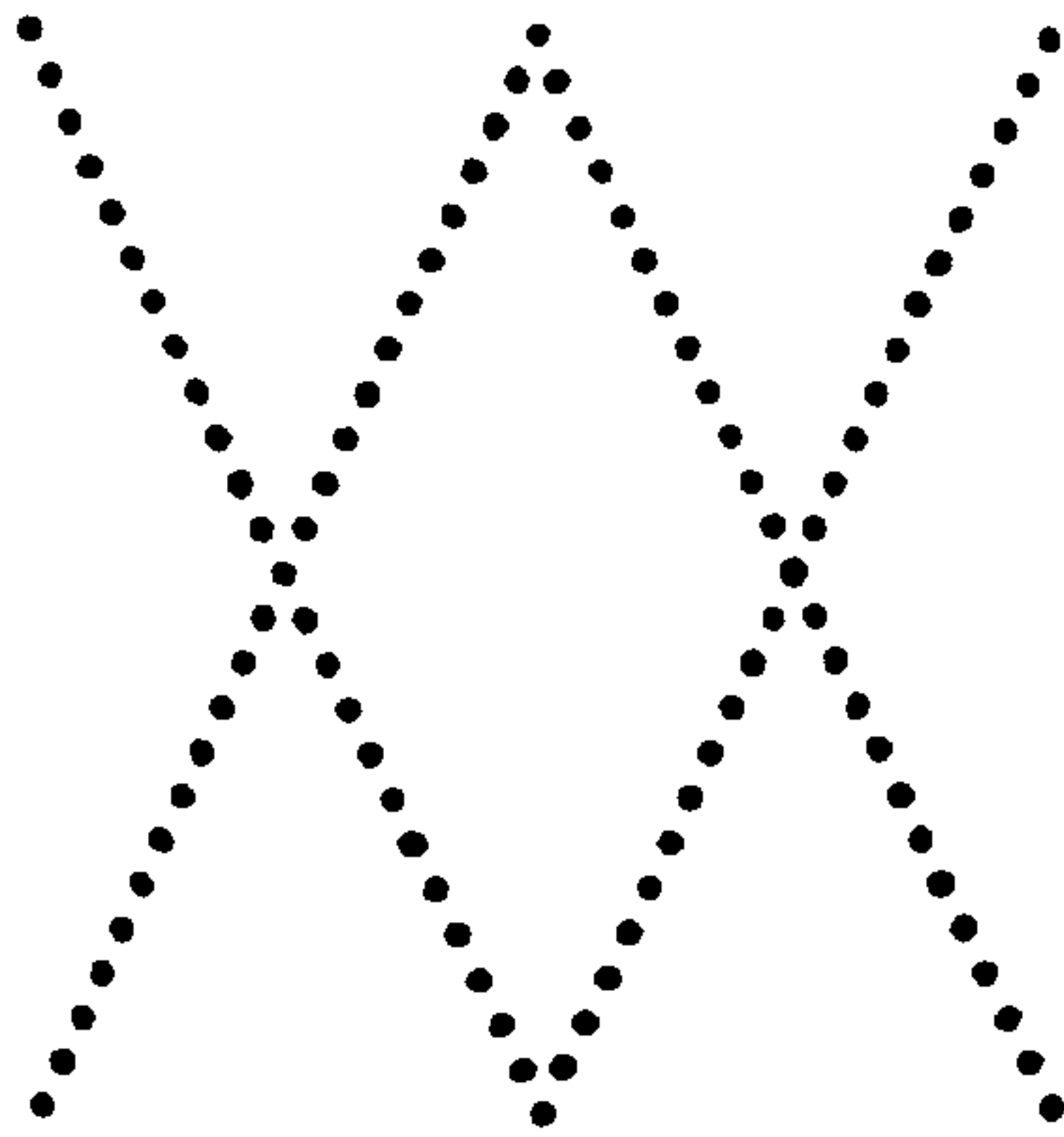
지각되는 요소들의 외적 혹은 내적 성질의 공통적인 특성을 공유하면 유사성에 의해 군화된다. 이는 자연스럽게 모양, 크기, 색상 등에 있어서 유사한 시각 요소들끼리 연관지어 같은 패턴으로 집단화하려는 경향이 있다. <그림 3>



〈그림 3〉

(3) 우위의 구성(Good Configuration)

지각되는 요소들은 연속성, 공통성, 폐쇄성과 대칭성과 같이 형태가 일반화하여 특징지울 수 있는 경향을 말한다. 여기서 〈그림 4〉는 한쌍의 X를 볼 수도 있고 다이아몬드를 볼 수도 있다. 게다가 다이아몬드는 폐쇄



〈그림 4〉

된 형상이고 지각하는 것을 쉽게 한다. 그러나 좀 더 어렵게 본다면 W, M 또는 V를 보게 될 것이다. 하지만 이런 글자로 보기는 힘들는데 그것은 많은 변화를 요구하기 때문이다. 따라서 연속될 수 있는 선을 연속적인 선으로 보는 것은 쉬운 일이지만 그 연속될 수 있는 선을 비연속적인 것으로 보는 것은 어려운 일이다.¹⁹⁾

19) R.D., Zakia, 「Perception and Photography」, New Jersey:Prentice-Hall,Inc., 1975, p.59.

3) 등가성(Equilibrium)

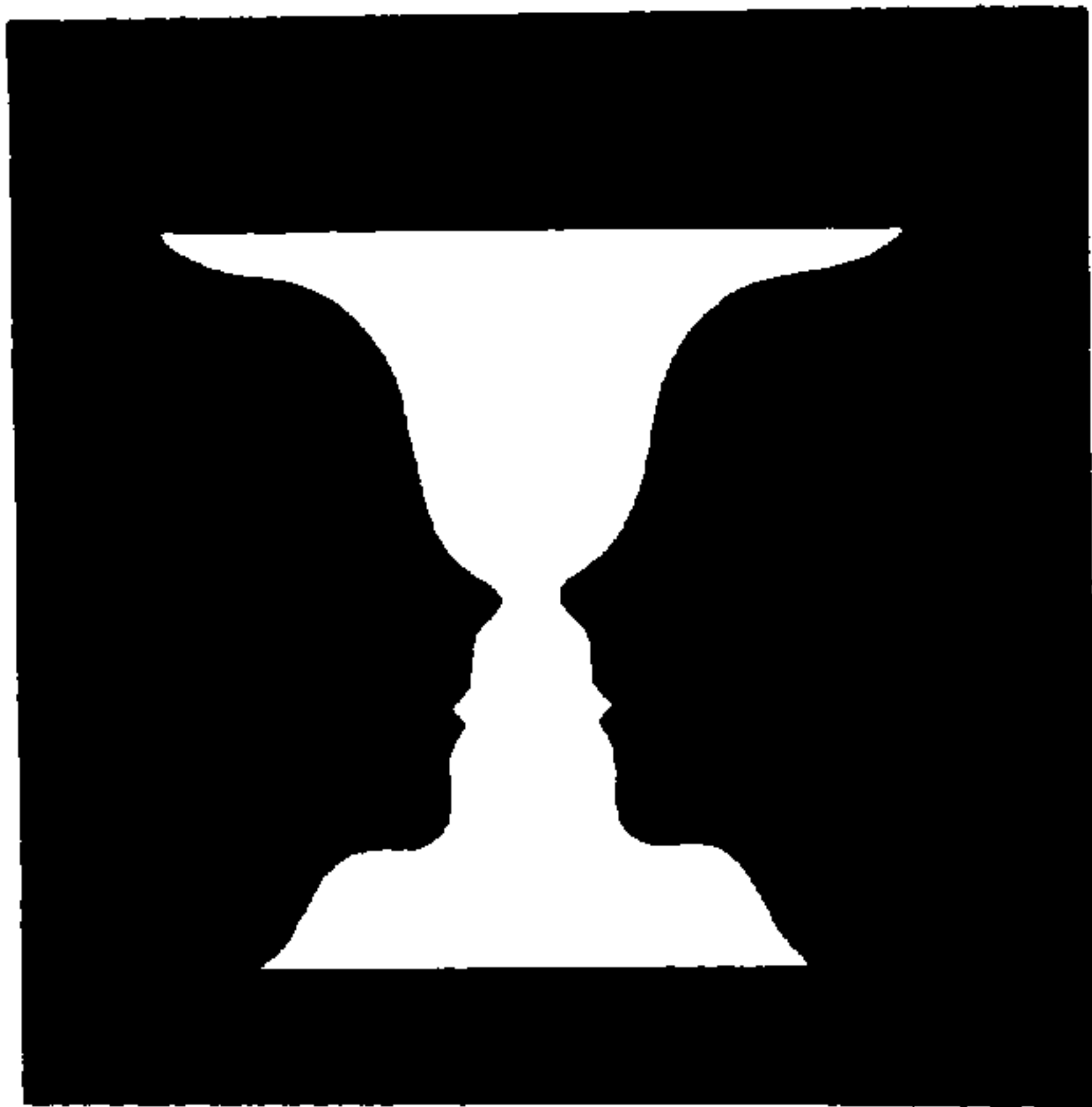
등가성은 사물에 대한 인지 과정(Cognitive process)에서 심리적 균등을 말한다. 물리적 균등(Physical balance)과는 다르며 대칭에서 느껴지는 강한 불안감을 지각적으로 이완 시켜주는 원리이다. 즉 같은 크기의 사물을 볼 때 심리 작용에 의해 다르게 보인다는 뜻이다. 이는 조형 요소를 구성함에 있어서 형태적으로 상호 등가적이어야 할 뿐 아니라, 규격과 색의 차이도 등가적이어야 함을 의미한다.

4) 분리성(Figure-Ground)

게슈탈트 심리학자들이 발견한 네 번째 원리로 시각은 형태의 본질을 파악하기 위해 적극적으로 탐색한다는 점이다. 사물의 형태를 본다는 것은 막연히 본다는 뜻이 아니고 선택적으로 통찰하는 것으로, 이 말은 그림(Figure)과 배경(Ground)의 상호 관계에 의한 감각을 의미하는 것이다. <그림 5>는 루빈의 잔이다. 이 그림은 덴마크의 심리학자 루빈(Rubin)에 의해 성립된 이 분리성 이론은 다음과 같이 7가지 원리로 구분된다.

- (1) 두 가지가 공통으로 경계선을 가질 때, 어떠한 형을 가지는 것처럼 보이는 것이 그림이며 반면에 그렇지 않은 것이 배경이다.
- (2) 배경(地)은 그림의 뒤에 펼쳐진 것처럼 보인다.
- (3) 그림은 물체처럼 나타나는 반면 배경은 그렇지 않다.
- (4) 그림의 칼라는 배경의 그것보다 더욱 실질적이며 확고하다.

(5) 배경은 멀리 떨어진 채로 지각 되어지는 경향이 있으며 그림은 둘 다 명백하게 같은 거리에 있음에도 불구하고 가까이 지각된다.



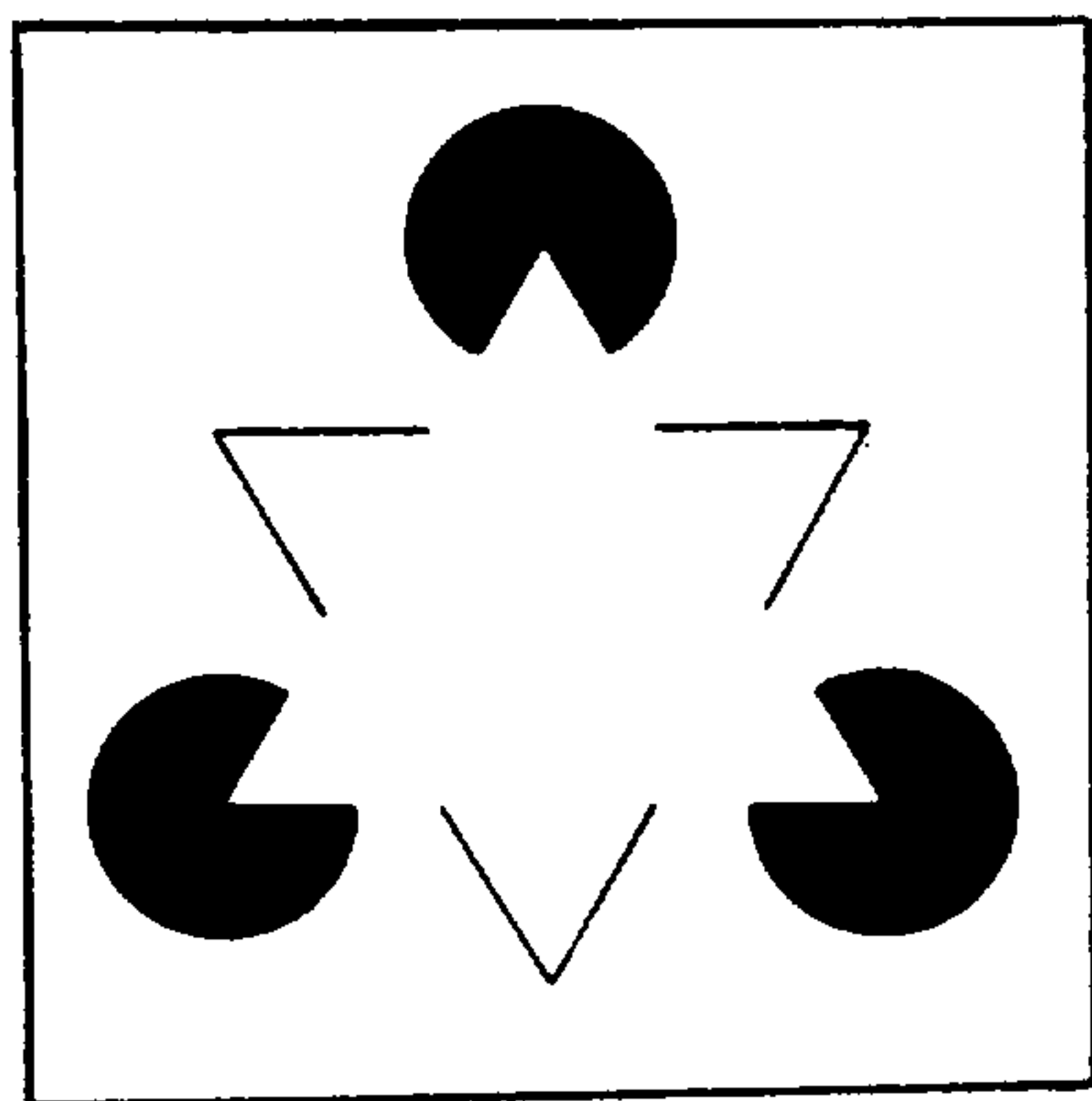
<그림 5>

(6) 그림은 보다 지배적이고 인상적이며 보다 쉽게 기억되려는 경향이 있다.

(7) 그림과 배경 사이의 공통된 경계선은 윤곽이라 부르며, 그 윤곽은 그림의 성질로 되어 나타난다.

5) 주관적 윤곽선

도형적 지각의 또 하나의 원리가 주관적 윤곽선이다. 눈은 본래부터 의미가 없는 형태에도 의미를 부여하려고 하며, 더 나아가 그려져 있지 않은 형태를 형태로써 인식 하기도 한다. <그림 6> 을 보면 위, 아래 두 개의 그림 모두 그림의 중앙 부분에 새하얀 정삼각형과 새까만 정삼각형이 선명하게 보이지만 자



<그림 6>

세히 들여다 보면 어느 쪽도 삼각형의 형태는 그려져 있지 않은 사실을 알게 된다.

이렇게 인식되는 현상을 심리학에서는 '주관적 윤곽'이라고 부르는데, 실제로 그려진 도형들과는 달리 묘사해야 할 포인트를 정확하게 포착하지 못하고 애매 모호한 도형으로 인식되는 유형들로서 표현하였다.

3. 형태 표현 방법의 시지각적 분류

시각 전달계를 통하여 외부의 물체를 인지하는 것을 모두 시지각이라 한다. 우리가 사물을 볼 때 그 대상을 어떻게 지각하는 것인지에 대한 문제가 대두되듯이 주관적으로 파악된 시각 형태와 시각에 의해 지각되는 객관적인 대상은 동일하지 않은 것이다.

하지만 우리는 아침이 되면 해가 언제나 뜬다는 것을 새롭게 인식하지 않듯이 디자인에 있어서도 시지각적인 표현에 대해서 당연하다고 생각한다. 시지각적인 표현은 오감에 의한 시각의 표현과는 달리 과거의 경험이나 교육을 바탕으로 지각 되어지는 것이다.

그래서 본 연구에서는 시지각적 표현의 정의를 한 형태가 지니는 구조가 '루빈의 컵'과 같이 게슈탈트의 이론에 근거하여 확실히 표현될 때 적극적 표현이라고 하며, 여러 원리로 복합 구성되어 형태를 이루는 구조가 확실하지 않을 때 소극적인 표현이라고 말하며 다음과 같이 구분하였다.

1) 적극적인 시지각적 표현

적극적인 시지각적 표현은 시각각에 의해 바로 판단되는 형태가 아니라, 과거의 경험이나 교육을 바탕으로 지각하게 되는 형태를 말한다. 형태의 표현 방법을 구분할 때 군화, 점이, 반복, 회전, 음양 반전, 의미 반전, 깊이 반전, 주관적 윤곽선 등 아무리 복잡한 형태라 할지라도 그 형태를 이루는 구조가 확실한 시지각적 원리에 의해 표현될 때 그 시지각적 표현을 적극적이라고 규정하였다.

특히 의미 반전과 주관적 윤곽선은 적극적인 시지각적 표현의 대표적인 구조이다.

2) 소극적인 시지각적 표현

소극적인 시지각적 표현은 시감각에 의해 바로 판단이 되는 형태를 말한다. 형태의 표현 방법을 구분할 때 사실적인 묘사, 단순화된 묘사, 직접적인 문자 표현 등 극히 단순한 구조이거나, 반대로 하나의 확실한 원리에 의해서가 아니라 여러 원리가 복합되어 형태를 이루는 구조가 애매한 구조일 때 시지각적 표현이 소극적이라고 규정하였다.

이상과 같이 게슈탈트 이론으로 형태 지각과 형태 표현 방법을 시지각적으로 분류해 보았다. 이 원리를 근거로 하여 제 4장에서는 기업 심벌 형태를 시지각적 표현 방법에 따라 분석할 것이다.

IV. 기업 심벌 형태의 시지각적 표현

1. 기업 심벌 개념

심벌(symbol)은 원시 민족의 정보 교환을 위한 수단으로 출발했으며, 그 후 커뮤니케이션이라는 범위가 확대된 의미로서 이미지의 표출인 것이다.²⁰⁾ 또한 인간의 의사 전달을 위한 가장 원초적이고 본질적인 언어 체계라고도 말할 수 있다.

신용 표시를 겸비한 표시의 기능으로 사용한 것은 봉건 사회가 안정되고 상업이 발달하기 시작한 10세기 무렵이었으며, 간단한 도형의 표시가 널리 보급되었다. 12세기 이후 서유럽 사회에서는 상업이 번창함에 따라 생산자와 상인들을 차별화하기 위한 목적으로 상표의 사용을 일반화했다. 이러한 마크는 상표로 통용되었는데 이것이 오늘날 기업 심벌의 기원이 되었다.

산업 혁명 이전, 가내 공업이 성행하던 시기의 심벌은 가내 공업의 내용을 구체적으로 묘사하여 직업의 특성을 보여주는 정도였다. 19세기 산업 혁명 이후, 국가간 무역이 활발해지면서 그 형태와 양상이 바뀌기 시작하여 상인과 소비자에게 국한되어 사용되어 왔던 심벌이 국가와 기업, 사회, 단체를 대표하는 심벌로 발전하였다.

기업이 기업의 활동과 내용, 기업이 지향하는 이미지를 총체적으로 전달하기 위해서 심벌을 활용한다는 것은 기업의 홍보와 이념 및 성격을 나타내기 위함이다.

“이름은 잊기 쉬우나 얼굴은 기억하기 좋다”는 말은 눈으로 형태를 취하는 쪽

20) 장철호, 「마크디자인의 실제」, 조형사, 서울, 1991, p.11.

이 훨씬 강한 인상으로 남으며 기억하기 쉽다는 것을 말해준다. 심벌은 얼굴과 같이 눈에 호소하는 시각 언어이기 때문에, 상품명이나 제조 회사를 잊었을 경우에도 그 심벌은 기억되는 것이다.²¹⁾

심벌은 일반적으로 로고 타입(Logotype)보다도 시각적, 감각적 임팩트(Impact)가 강하며 소구력도 크다.²²⁾ 이러한 기업 심벌을 사례로 그 심벌 형태의 표현 방법에 있어서 시지각적으로 분류해 보았다.

2. 시지각적 표현과 유형(類型)

우리는 어떤 형상을 볼 때 형상과 그것이 놓여 있는 공간을 분리함으로써 그 형상을 지각할 수 있다. 지각에 있어서 첫 단계는 배경으로부터 형상을 구분해 내는 일이다.

하나의 그림에서 그림(Figure)을 구별할 때 그것을 배경(Ground)과 분리해 주는 윤곽이 항상 존재한다.²³⁾ 윤곽은 그 내부를 도형으로 만들어 주며 또한 외부와 도형의 구분을 지워준다. 여기서 윤곽이란 평면에서 형태를 규정짓는 선(線)의 윤곽을 말한다.

지각은 '자발적으로 보는 방식'에 의해 선택적으로 사물을 통찰하는데 이러한 시지각적 특성을 충분히 이해하고 고려할 때, 단순한 배경이 아닌 조형의 본질적 주체로서 그 효용은 더욱 고무될 수 있다고 하겠다. 시지각적 표현이 형태적으로 지각되는 원리는 게슈탈트 법칙에서 많이 찾을 수 있다.

21) 배성미, '형태 언어로서의 심볼과 색채 언어의 상관성 연구', 홍익대 석사학위논문, 1986, p.64.

22) 나카하시 모토오, 「기업과 디자인 시스템2」, 오리콤 출판부, 1984, p.26.

23) 임연웅, 「현대 디자인론」, 학문사, 서울, 1986, p.198.

우리 눈은 본래부터 의미가 없는 형태에도 의미를 부여하려 하며 더 나아가 그려져 있지도 않은 형태를 형태로써 인식하기도 한다. 그래서 실제로 그려진 도형들과는 달리 묘사해야 할 포인트를 정확하게 포착하지 못하고 애매 모호한 도형으로 인식되는 유형들과 한장의 그림속에는 도형과 배경이 공존하는데 그 도형과 배경의 구분이 확실치 않은 애매한 그림 등이 있다.

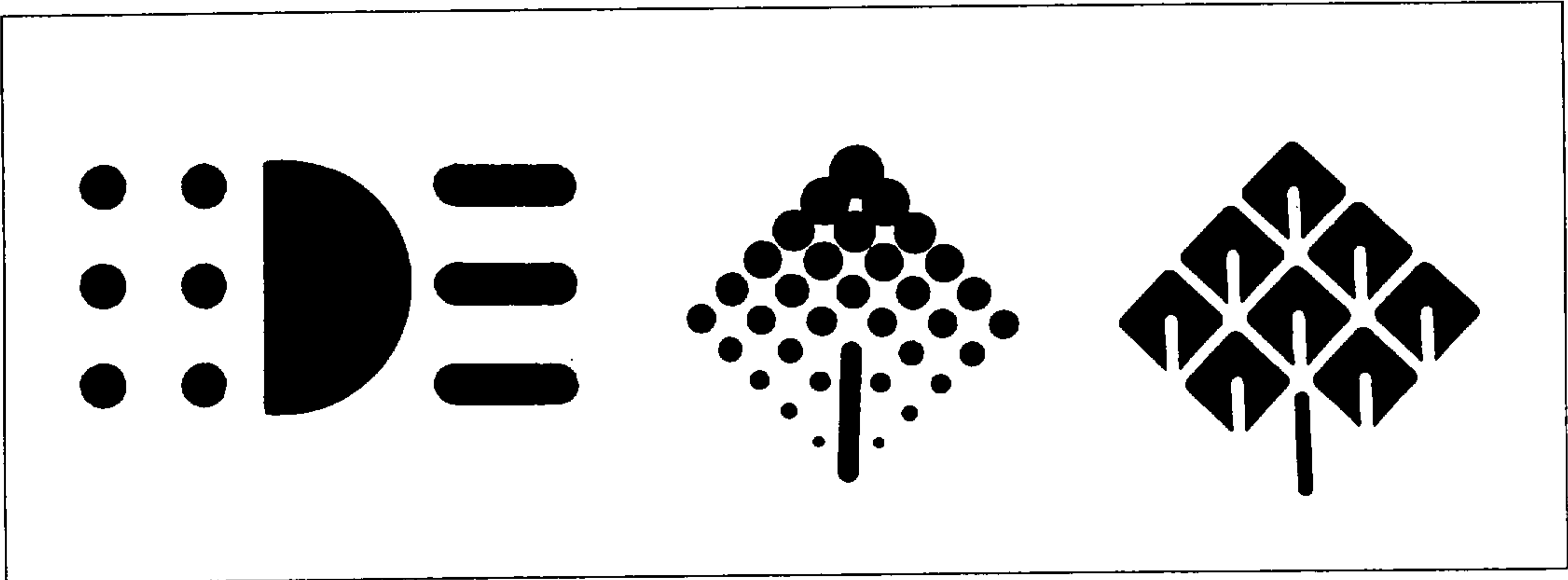
이러한 표현 형태는 쉽게 이해하기가 어렵지만 오히려 보는 사람의 감정을 미묘하게 자극하게 되어 보는 이의 시선을 계속적으로 붙잡아 둘 수도 있다. 이러한 현상을 보다 구체적으로 설명하기 위하여 기업 심벌들을 몇 가지 시지각 이론으로 분류하였다.

시각 디자인에 있어서 심벌 형태는 기초 조형의 응용 형태로서 시지각 표현 방법의 좋은 사례라고 할 수 있으며, 그 유형을 게슈탈트 이론을 기준으로 하여 다음과 같이 분류하였다.

1) 군화(Grouping)

연관성이 있는 위치적 요소와 정리되어질 수 있는 기본적인 요소는 시야에 기본적인 형태로 지각되는 경향이 있다. 그루핑은 펼쳐있는 요소들의 거리에 따라 발생될 수 있으며, 지각되는 요소들의 외적 혹은 내적 성질의 유사성에 의해 군화된다.

<그림 7>의 심벌에서 점, 면, 선의 요소들이 각각 군화되어 'H, D, E'를 표현하였으며, 입체 형태의 심벌은 선에 의한 군화를 이루고 있다. 또한 '충북은행'의 심벌은 나무 모양을 원의 요소로 군화시켜 표현하였다.



〈그림 7〉

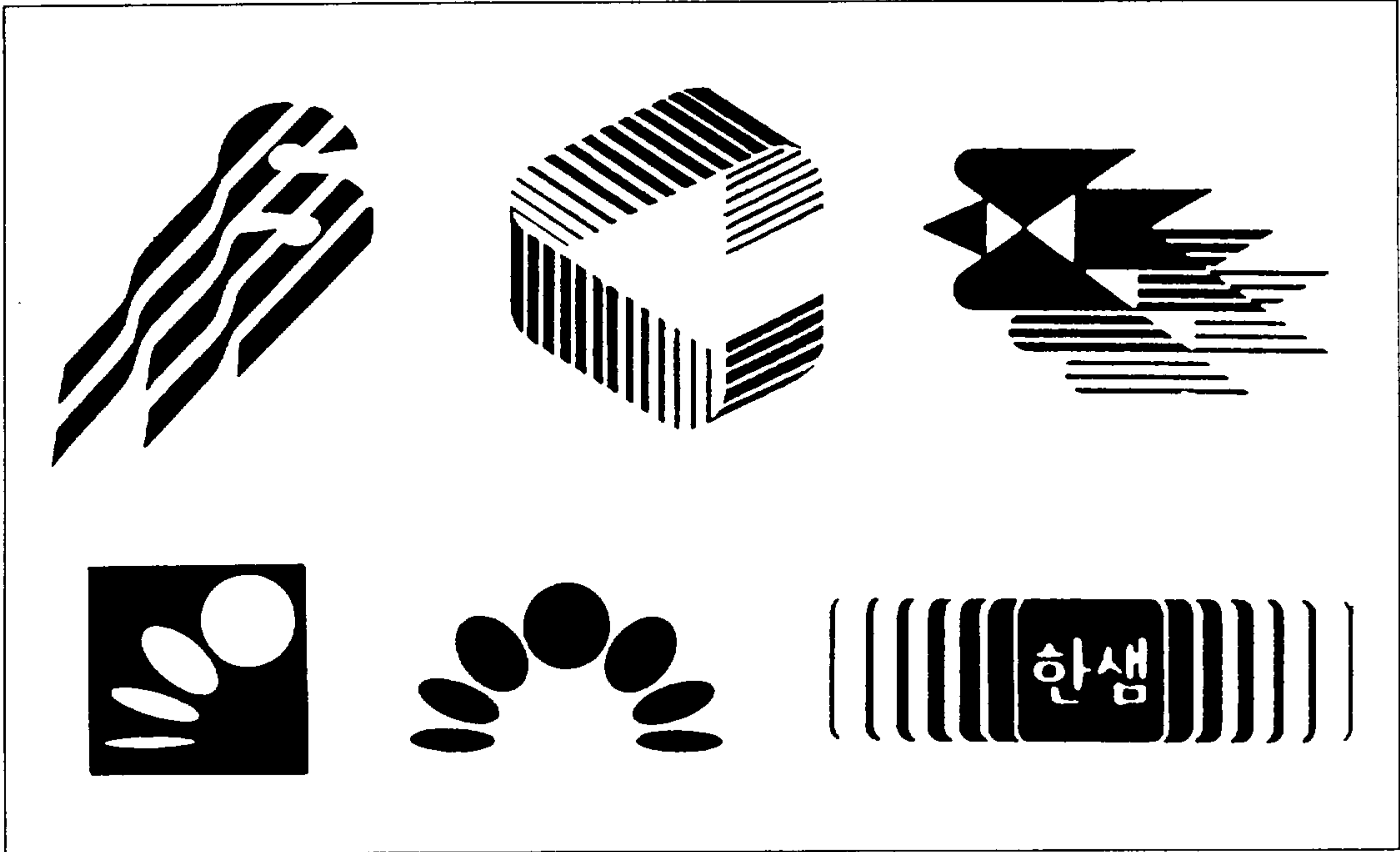
2) 점이(Gradation)

단순한 점과 점의 나열에서부터 선에 의한 변화와 Halftone dot 효과²⁴⁾를 이용하여 면적과 형태 그리고 색채의 점이 효과로 스피드한 울동감과 속도감으로 현대적 감각과 잘 어울리는 표현 형태이다. 'S'자 형태로 표현된 심벌 형태에서도 울동감이 잘 나타난다.

또한 자연스럽게 한 방향으로 흐르는 대상은 함께 속해진 것으로 보일 가능성이 있다. 우리의 눈은 그 흐름과 같이 하는 것처럼 보인다.

'한샘', '우체국' 등의 심벌은 동일한 방향으로 움직이는 요소들이 서로 그룹된 형태를 이루기도 하고, '재능교육', '한양유통'의 심벌과 같이 동일한 형태나 문자 하나만으로는 어딘가 부족한 듯 여러 각도로 나열함으로써 연속성의 새로운 형태를 만들어낸다. 〈그림 8〉

24) 고필종 · 장은석, 「심벌디자인의 이해」, 예경, 서울, 1996, p.67.



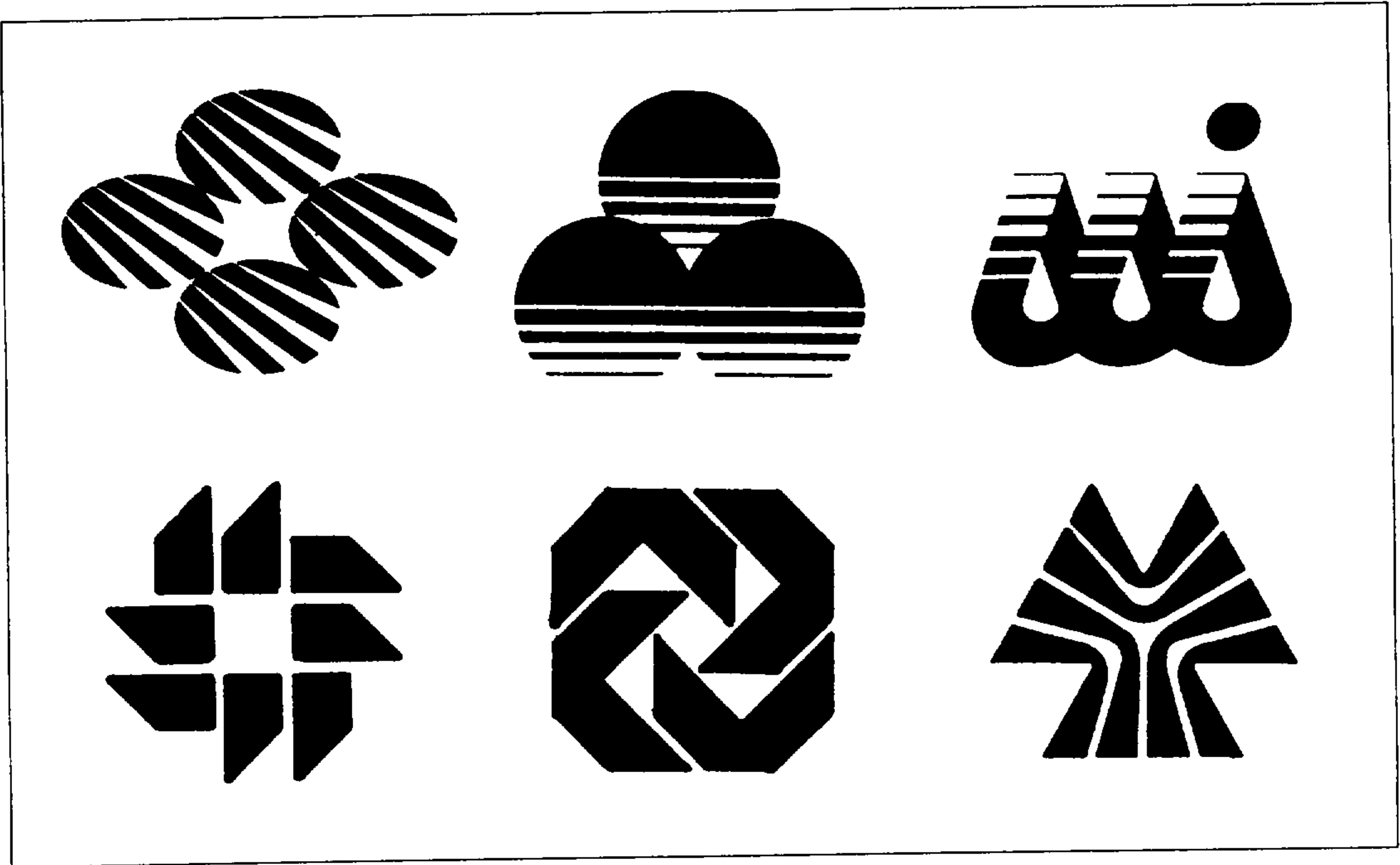
〈그림 8〉

3) 반복(pile-up)

같은 형태의 유니트를 ‘국민은행’, ‘조흥은행’ ‘웅진’ 등의 심벌과 같이 반복적으로 축적(蓄積)함으로써 하나의 단일한 형태로 지각하게 한다.

그리고 ‘외환은행’, ‘동아건설’, ‘삼양사’ 등의 심벌은 똑같은 유니트가 반복·회전되면서 형태가 역동적으로 나타나는 표현 방법으로 안정과 신뢰를 주며 대체로 보수적인 성향의 기업이나 관공서, 신문사 등에서 많이 볼 수 있다.

이것은 그루핑 현상으로 시각적으로 강한 자극을 느끼게 하는 형태이며, 효과가 좋은 표현 방법이다. 〈그림 9〉



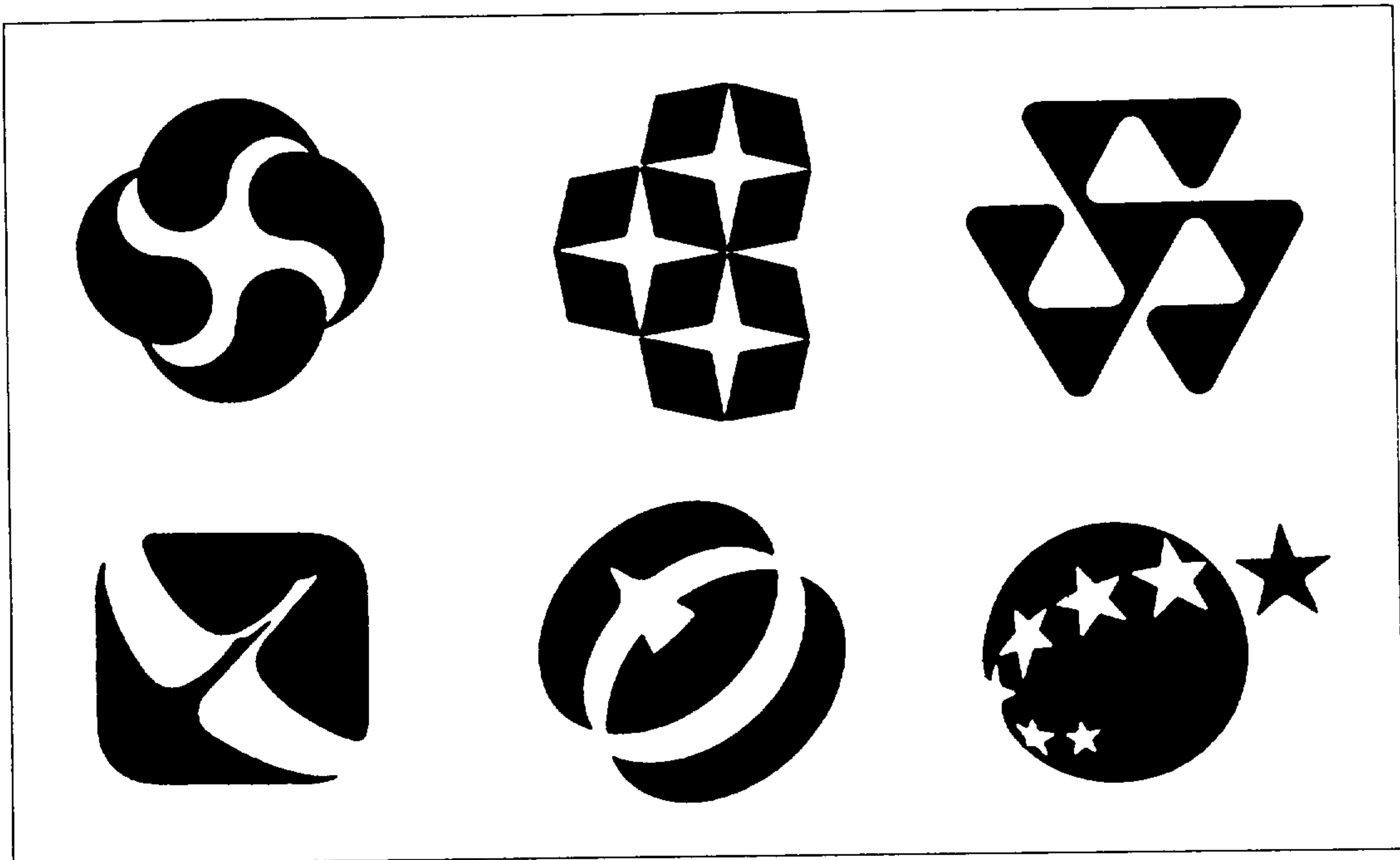
〈그림 9〉

4) 반전(reverse turn)

(1) 음양의 반전(positive-negative)

항상 한장의 그림속에 도형과 배경이 공존하는데, 그것들이 서로의 역할이 뒤 바뀌면서도 구분이 확실할 수 있다면 명쾌한 느낌을 준다. 그 대표적인 그림으로써 '루빈의 컵'은 중앙의 컵에 시선을 두면 양옆의 얼굴은 배경이 되고, 얼굴에 시선을 두면 컵의 윤곽선은 얼굴의 윤곽선으로 바뀌면서 컵은 배경의 영역으로 뒤바뀐다. 〈그림 10〉은 도형과 배경의 반전 구조이며 이를 도와 지의 반전(Figure & Ground)이라고 한다. '갑을', '삼성전자', '장기신용', '그랜드 백화'

점' 등의 심벌 형태에서 볼 수 있듯이 이 유형의 특징은 두 가지의 이미지를 서로 번갈아가며 강조하지만 결코 두 가지 이미지는 서로를 가리거나 숨는 일이 없고 모두 동시에 인지 할 수 있다. 이와같은 도형과 배경의 반전 현상을 교대시, 즉 더블 이미지라고 부르고 있다.



〈그림 10〉

(2) 의미 반전

이 유형은 어떤 의미에서 보면 복수의 이미지를 갖고 있는 다의 이미지와 같지만 반전 구조를 이용한 범위에서 볼 때 커다란 이미지에는 아무 변화가 없는 부분적인 반전으로 국한하였다.

도형과 배경의 반전 현상을 이용한 유형으로써 도형으로 인지되어야 할 문자

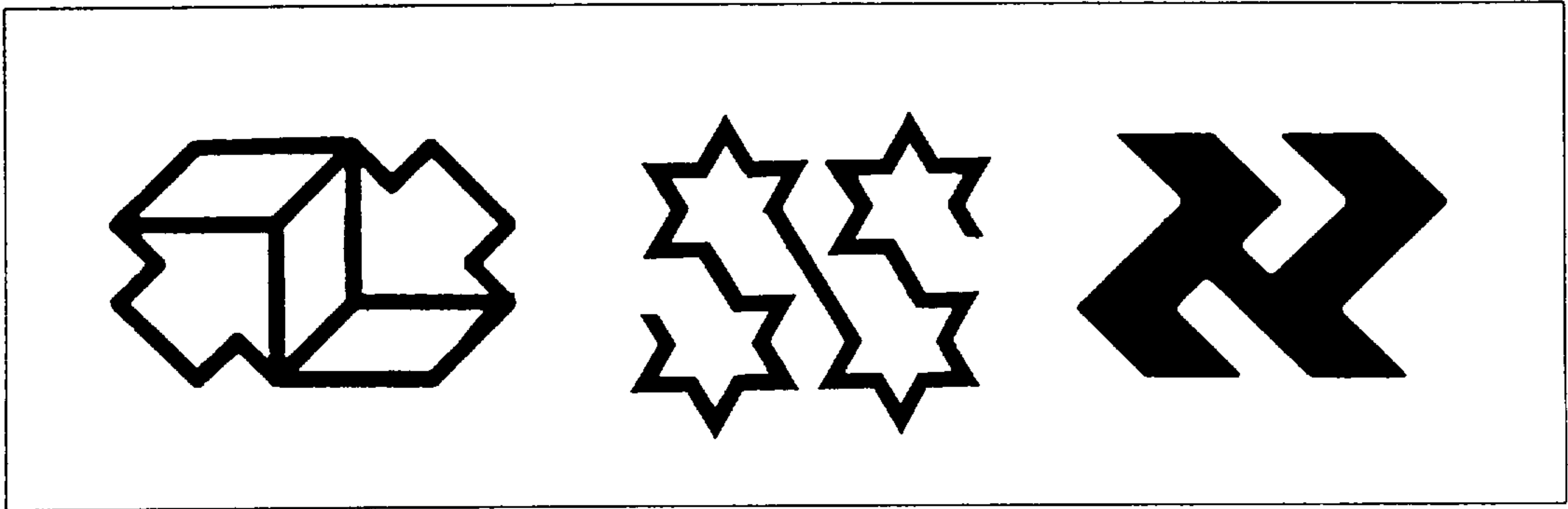
나 그림 등의 사물이 배경화되어 버리는 형식인데 이 도형과 배경의 반전 구조는 일부 군화 구조까지 이용하고 있어서 시지각적 효과가 가장 돋보이며 시각 유희적 감흥 또한 크다. <그림 11>의 유형으로서 '하나은행'의 심벌은 'ㅎ과 사람'의 형상이며, 'LG'의 심벌은 'LG와 웃는 얼굴'의 형상을 하나의 형태에서 동시에 표현하였다. 이런 표현은 숨길 이미지를 따로 준비하지 않고 형태의 윤곽선을 이용한 평면 형태의 반전 도형들이다.



<그림 11>

(3) 깊이 반전

윤곽선의 형태에서 깊이를 지각할 수 있는 공간 구조이다. <그림 12>는 이러한 윤곽선으로 표현된 형태에서 공간감을 지각하는 외국 기업 심벌로서 입체 형태의 반전 도형들이다. 또한 '힐튼호텔'의 심벌은 'S와 H'의 반전 형태, '한국타이어'의 심벌에서는 'H와 타이어 문양'의 반전 형태에서 깊이를 느낄 수 있다.



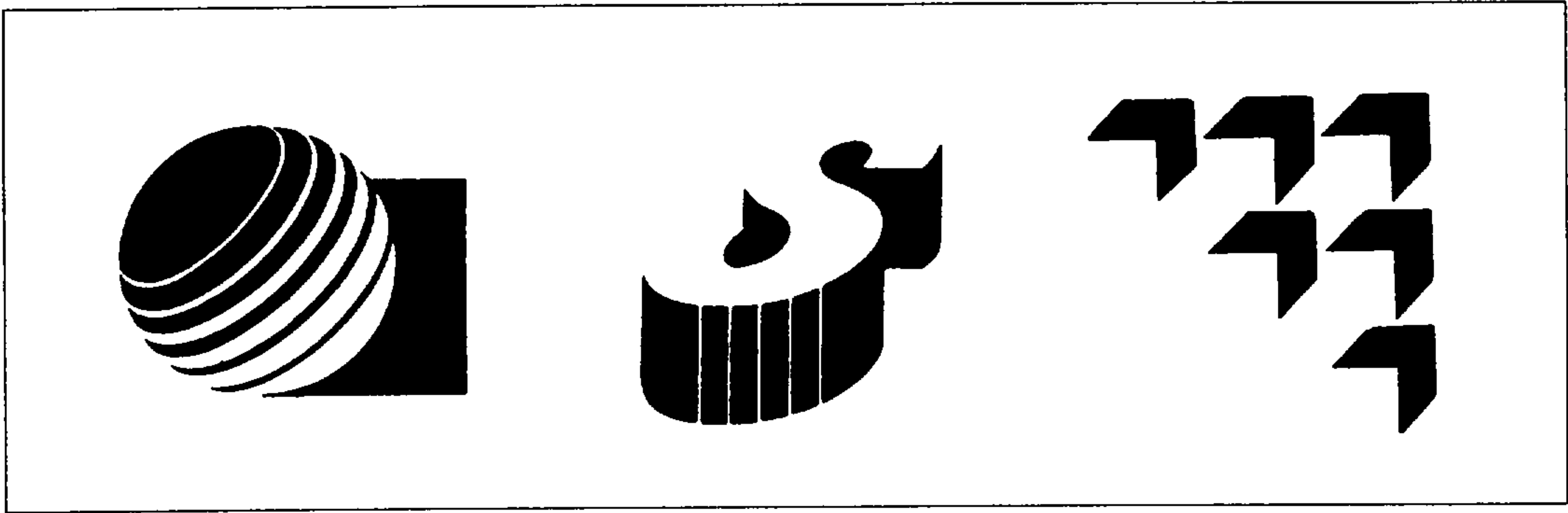
〈그림 12〉

5) 주관적 윤곽선

여백이 만드는 그림으로 그려져 있지도 않은 형태를 형태로써 인식하는 부분 묘사라고 한다. 이와같은 현상을 심리학에서는 주관적 윤곽이라고 부르는데 이는 객관적으로는 존재하지 않은 형태이지만 보는 사람의 주관적 판단에 의해 형태로써 지각되는 현상을 말한다. 주관적 윤곽이 보여지는 형태들로서 ‘아시아나 항공’, ‘빙그레투어’의 심벌인 평면 형태 〈그림 13-a〉와 ‘극동정유’, ‘대주상사’ 등의 심벌인 입체 형태 〈그림 13-b〉로 구분하였다. 따라서 부분 묘사에는 윤곽선이 존재하지 않는다.



〈그림 13-a〉

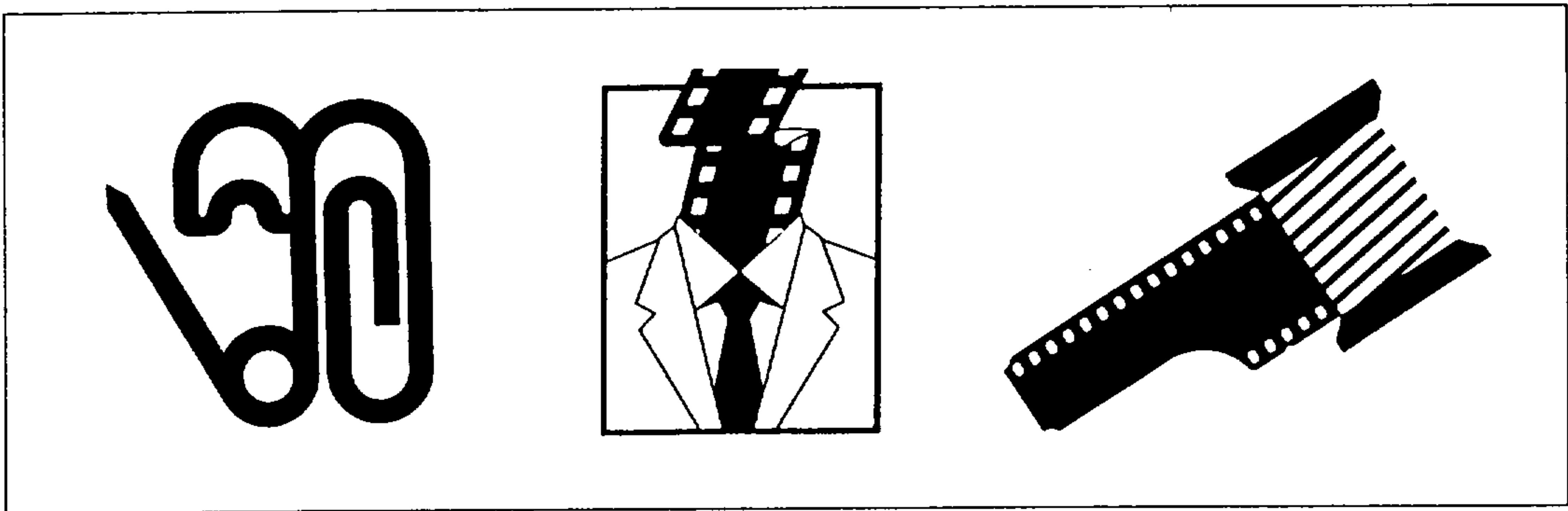


〈그림 13-b〉

6) 복합 도형

다른 요소와의 조합으로 사람이나 동물, 식물, 도구 등 다양한 구상체(具象體)의 형상을 함께 사용하여 심벌의 의미를 더욱 확고히 부각시키고자 하는 것을 복합 도형이라고 한다.

‘평화은행’의 심벌은 ‘P’자 형태를 평화의 상징인 비둘기와 합하여 표현한 복합 도형이다. 이는 그 성격을 전달하는데 적합한 형태들로 구성된다. 〈그림 14〉



〈그림 14〉

3. 시지각 표현에 있어서의 유희성

각각의 단위 요소로 나타난 형상은 그 자체를 초월해 배경과 상호 연결되는 과정에서 복잡한 시각 체계를 하나의 의미있는 공간으로 재구성하게 되었다.

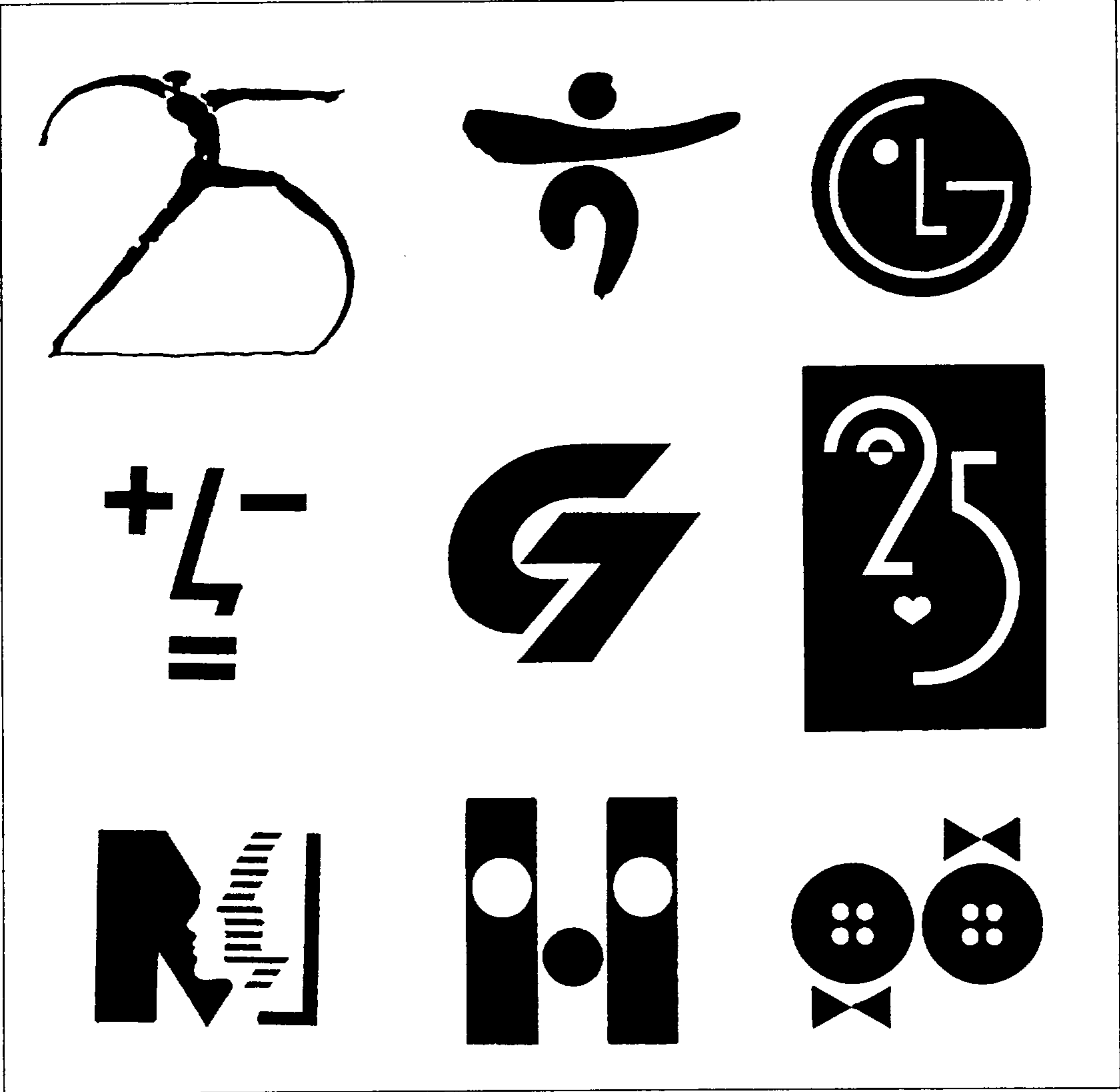
우리가 어떤 형상을 볼 때 형상과 그것이 놓여 있는 공간을 분리함으로써 그 형상을 지각할 수 있지만, 본래부터 의미가 없는 형태에도 의미를 부여하려고 하며 더 나아가 그려져 있지도 않은 형태를 형태로써 인식하기도 한다. 이처럼 객관적으로 존재하지 않는 형태이지만 보는 사람의 주관적 판단에 의해 형태로써 지각되는 현상은 오히려 시지각의 독특한 힘을 보여준다.

또한 객관적인 사물도 보는 사람의 심리 상태에 따라 그림과 배경의 역할이 경우에 따라 뒤바뀌어 보이는 심리적 반전, 그리고 조형적인 요인에 의한 반전 즉 게슈탈트 심리학에서 말하는 도(圖)와 지(地)의 반전은 반전하는 그림보다 그 의외성과 유희적 효과가 특출하여 그 신비감을 더해 준다. <그림 15>

다시말하면 그림은 보는 사람의 심리 상태에 의해 달라지는 그림과 배경의 관계와는 달리 처음 시선이 어디에 머물렀는지에 따라서 그림을 인지하는 방향이 달라진다. 그러므로 시각적 경험에 의한 현상은 지각 과정에 의하여 체계화될 때 시지각적인 표현 활용 가능성은 극대화 할 수 있다고 하겠다.

나아가 심리적 반응을 일으킬 수 있는 어떤 이미지 전달 체계 개체로서 유희적 기능은 새로운 조건으로서의 신선함과 창조적인 표현을 부각시키는데 중요한 일익을 담당하고 있다.

이러한 유희적 기능이 시지각적인 표현 형태에서 많이 지각할 수 있는 원인은 다변화 되어가고 있는 디자인 영역에서 고정 관념을 탈피하여 상상의 나래를 펼칠 수 있도록 일깨워주기 위한 것으로써 구름에서 낙타를 볼 수 있는 것처럼 새로운 이미지를 찾아내는 신선함이라고 사료된다.



<그림 15>

VI. 한국 기업 심벌의 시지각적 표현과

그 인지 성향

1. 시대적 분류

세대적으로 분류함에 있어 그 시기를 5단계로 나누었다. 근대화되기 시작한 개항기부터 해방전까지, 1945년부터 1960년대까지, 1970년대, 1980년대, 1990년대부터 1998년 현재까지로 구분하여 대한민국 특허청에 등록되어 있는 업종별로 분류하고 그 인지 성향에 대하여 살펴 보았다.

1) 개항부터 1945년 이전까지의 심벌 형태

우리나라는 1978년 강화도 조약을 기점으로 하여 근대 사회로 접어들지만, 일제의 침략으로 반 식민지, 반 봉건사회로 전락하게 된다. 1910년 한일 합방으로 인해 '국유재산 재정권', '화폐권'을 완전히 탈취 당했으며, 1911년 일본이 '회사령'을 발표함으로써 결국 한국인의 기업적 진출은 억압 당하였다.

그래서 기업 심벌의 개념은 일제 시대의 경제적 상황에 따라 존재할 수 없었기에 '상표'에서 찾아야 했다. 장인이나 공인들이 타인의 생산품과 구별하기 위해 나름대로의 표시가 있었겠지만 정확한 자료를 찾을 수 없었다.

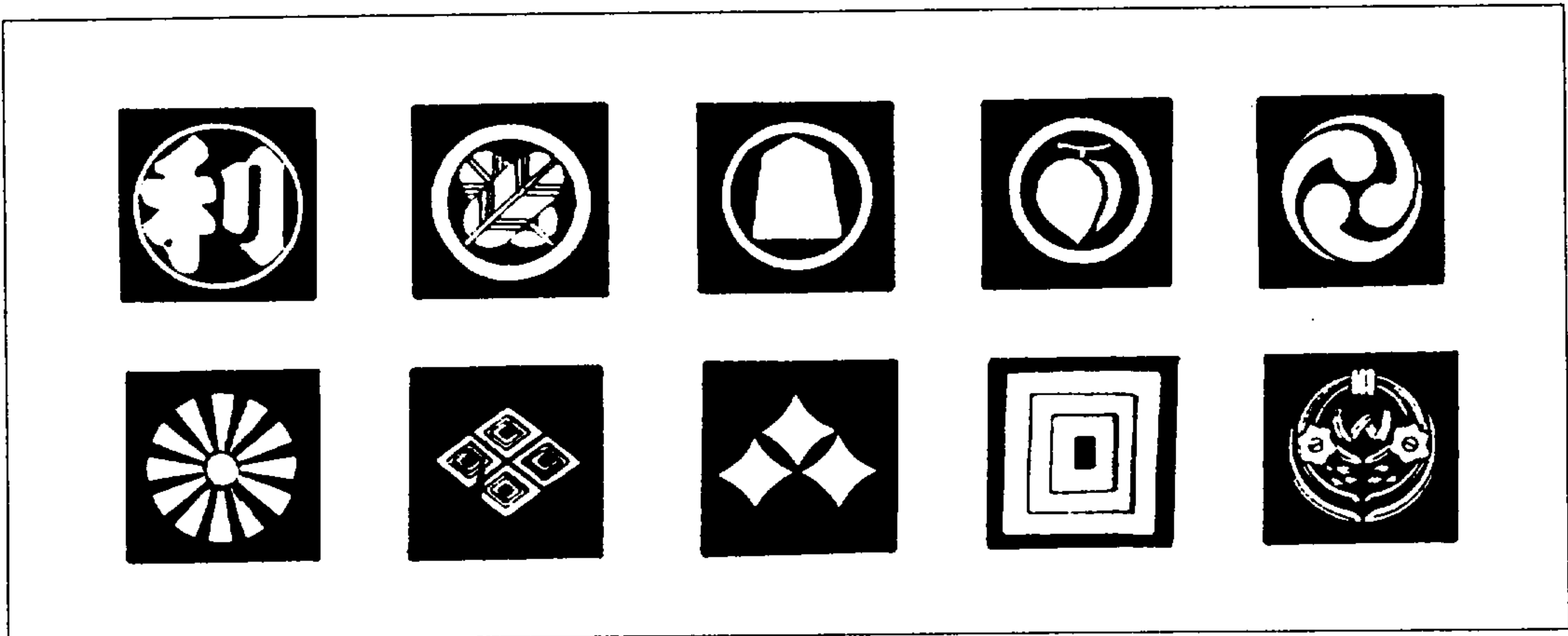
심벌에 대한 자료는 거의 전무한 상태이지만 광고나 상품 라벨에서 원형의 심벌 형태가 많다는 것을 발견하였다. 대부분이 테두리안에 한문이나 도형을 넣었는데, 이는 일본의 영향으로 추정된다.

우리나라에서 근대적 의미의 상표가 등장하기 시작한 것은 '상표법'이 등장한 시기로, 이 상표 제도는 율회 2년인 1908년 8월 12일 일본의 칙령 제 198호 '한국 상표령'의 제정, 공포와 다음날의 내각고시 제 4호에 의해서 시작되었다.²⁵⁾

<그림 16> 는 이 시기의 기업 심벌인 '조선무약'과 '유한양행'의 마크로서 그 표현 형태는 주로 원과 사각형의 테두리 안에 형태를 사실적으로 묘사하고 있는데, 이러한 원이나 사각형의 테두리는 일제 시대의 영향으로 보여지며 이는 일본 가문의 형태 <그림 17> 에서 찾을 수 있다.



<그림 16> 해방이전의 심벌



<그림 17> 일본 가문의 형태

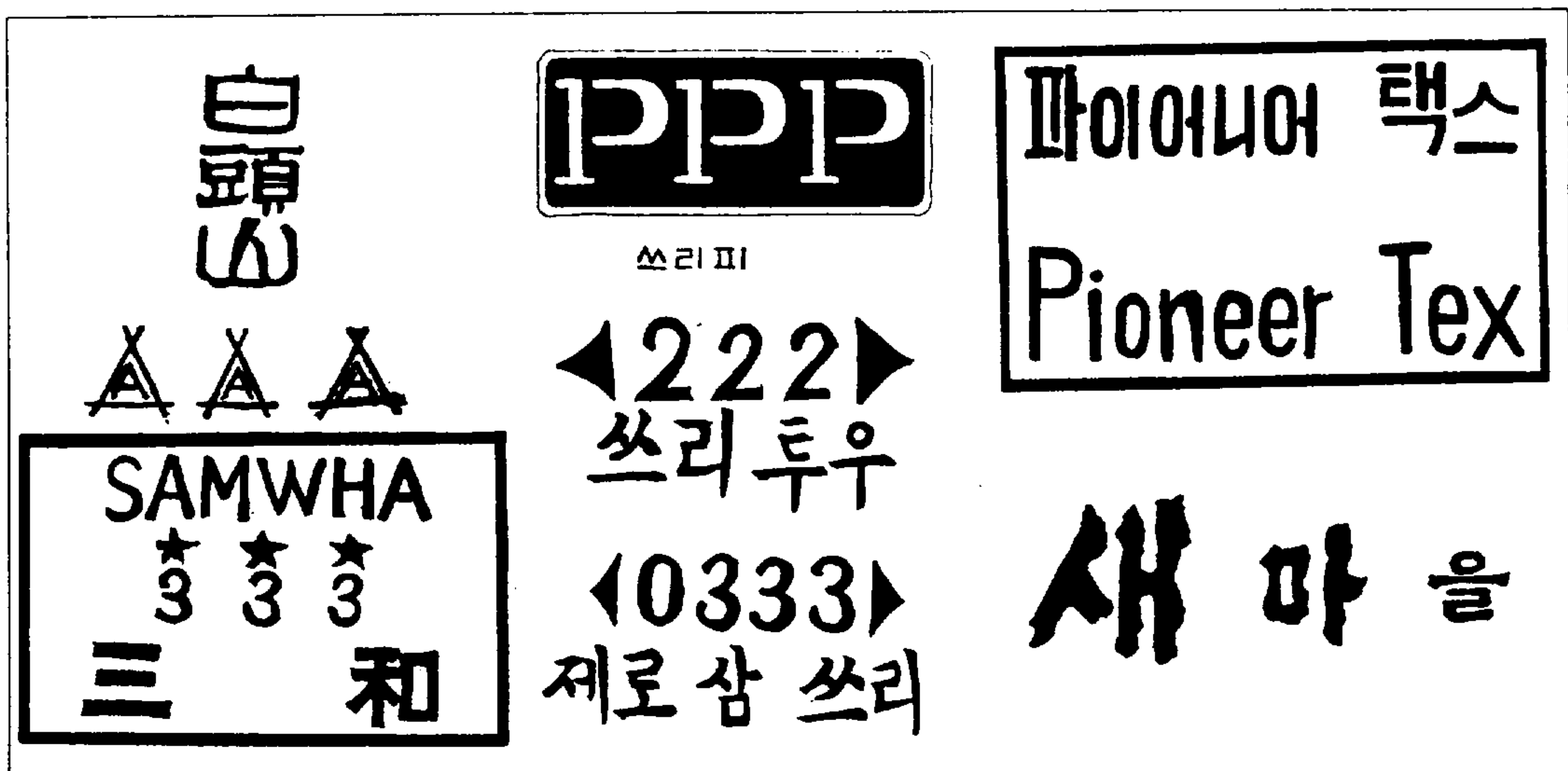
25) 박암중, 「한국디자인 100년」, 월간디자인, 1995년 8월호, p.144.

또한 '유유 산업'은 영문 이니셜 Y와 인간의 모습을 형상화한 것으로 이 시기의 심벌은 시지각적인 표현 형태가 소극적이지만 단순화된 형태 표현은 이 시대에 있어서 세련되었다고 볼 수 있다.

2) 1945년부터 1960년대까지의 심벌 형태

해방이후 60년대 시기는 조형부재의 시기로, 이 당시 심벌 형태는 조형적인 면에서 초기 단계인 원형과 사각형의 정형화에서 약간의 변화를 준 형태 표현을 이룬다. 6. 25 동란후 전후 복구를 위하여 우리나라는 미국의 원조를 받게 되었고, 2차 산업인 제조업 부문의 발전이 11.9%²⁶⁾로 현저했다.

이 당시 심벌 형태는 주로 문자 표현과 사실적인 표현들이 많았는데 문자 표현에 있어서는 미군정의 지배와 한국 전쟁의 영향을 받아 영문의 한글 표기화와 '새마을'이란 심벌에서 보여지는 원근감 표현은 인상적이었다. <그림 18>



<그림 18>

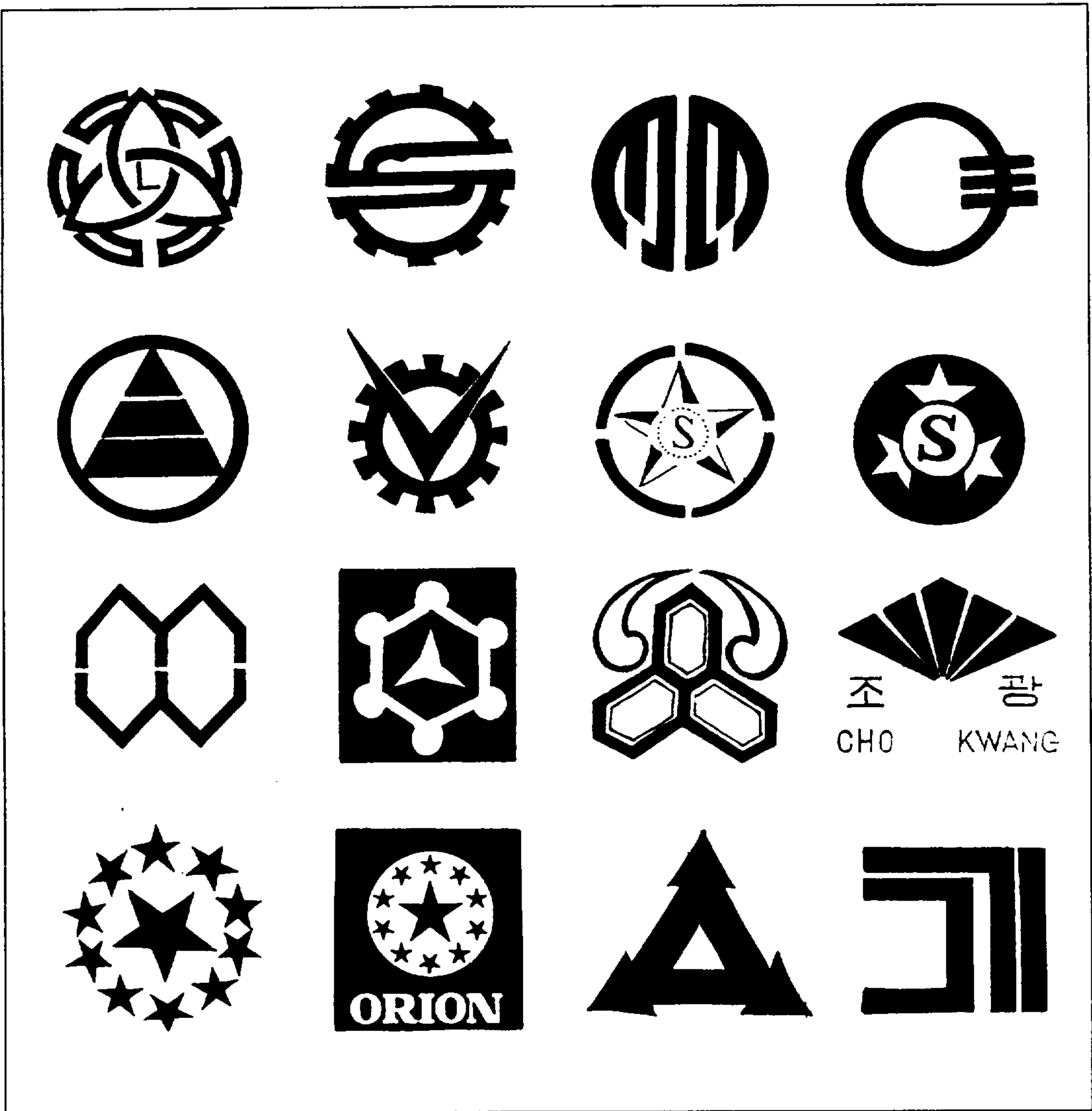
26) 박현채, 「한국경제론」, 까치출판사, 1987, p.96.

또한 <그림 19> '백양', '해태' 등의 심벌처럼 사실적으로 묘사된 표현들이 많았고 이들 심벌은 특허청에 단기로 등록되어 있어 그 느낌이 새로웠으며, '금성', '서울은행' 등 사실적인 묘사의 단순화 형태도 많았다.

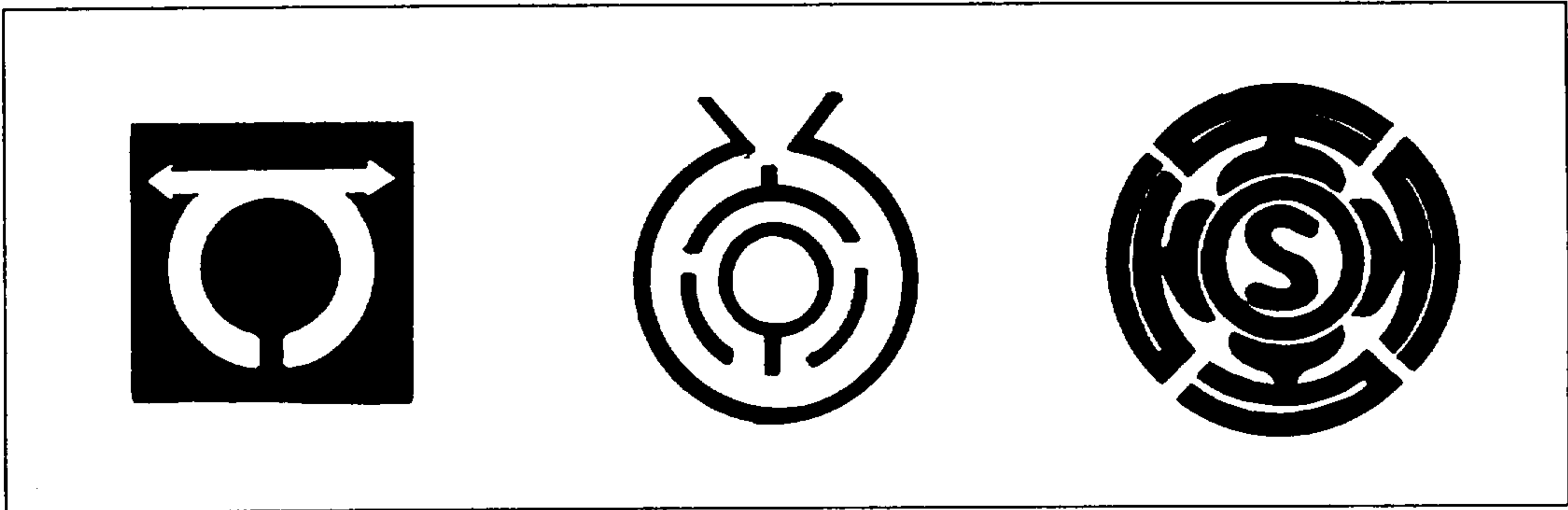


<그림 19>

그리고 '삼성', '오리온' 등의 기하도형의 심벌 형태가 비교적 잘 정리되어 있었고 <그림 20>, 기하도형으로 표현된 심벌들 중에서 '영진약품'의 심벌은 'ㅇ'과 '스'이 합쳐진 반전, '경일 메리야스'의 심벌은 '京'자로서 표현된 반전 등 문자와 기하도형과의 반전 형태는 현재의 하나은행과 같은 의미 반전 형태 표현의 시초가 된 심벌 형태라고 볼 수 있다. <그림 21>



<그림 20>



〈그림 21〉



〈그림 22〉

〈그림 22〉는 '다정표'라는 의류업체로서 1968년에 등록된 상표인데 이는 게슈탈트 원리에 의한 표현 형태 즉 루빈의 컵을 응용했다는 점에서 그 시초라 할 수 있겠다.

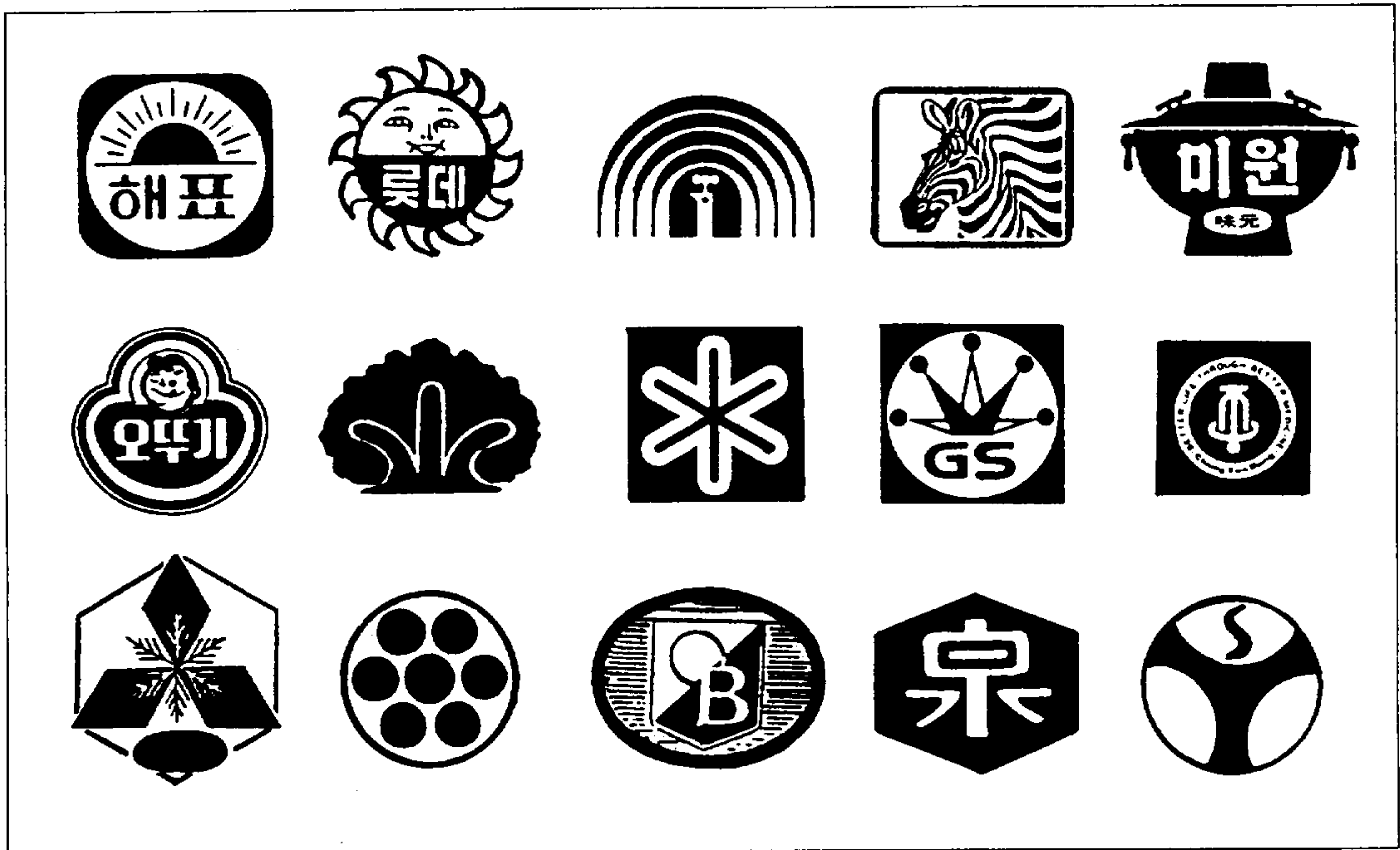
1960년대 후반에 와서 심벌 형태들은 반복, 회전에 의한 표현들과 주관적 윤곽선에 의해서 표현, '삼성'의 상표는 바탕과 도형의 반전 표현으로서 이들 심벌은 시지각적 표현이 적극적으로 표현된 형태들이라고 할 수 있다. 〈그림 23〉



〈그림 23〉

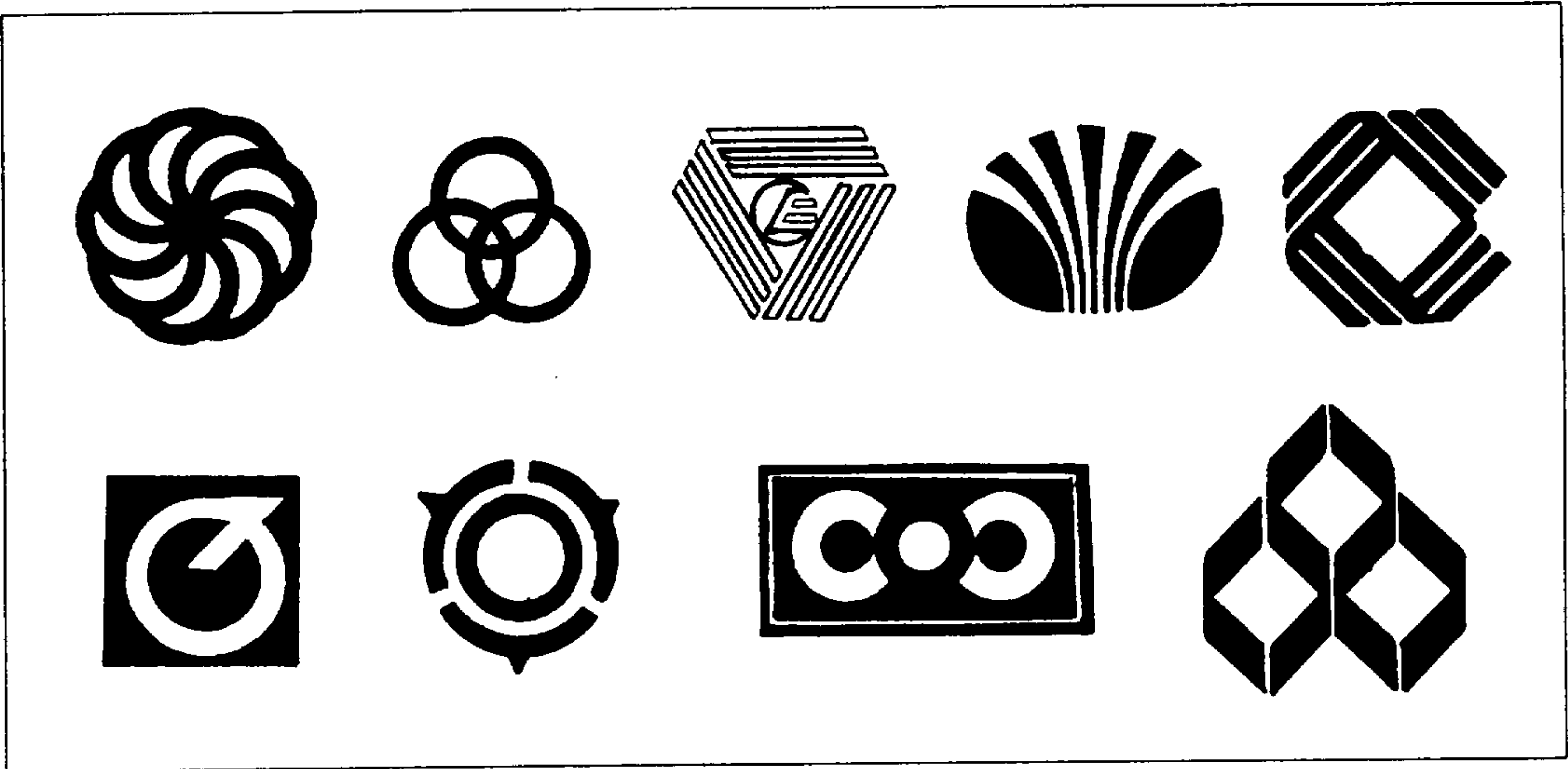
3) 1970년대의 심벌 형태

근대화를 위해 새마을 운동이 추진되던 시기로 경공업에서 중화학공업 위주의 경제 체제로 전환하고, 이 시기의 심벌 형태는 문자의 사용이 기하도형의 형태 안에서 회사 로고나 이미지 표현은 아직 벗어나지 못했지만 많이 감소하였고, 형상의 표현이 증가하였는데 '동방유랑'이나 '롯데식품'의 사실적인 묘사를 제외하고는 대부분이 단순하게 묘사되었다. <그림 24>



<그림 24>

'서통'이나 '삼환기업' 등의 심벌은 반복, 회전의 표현되었고, '대우'나 '제일모직'의 심벌은 주관적 윤곽선에 의해 표현되어졌다. 또한 '태화'나 '대웅제약'의 심벌은 문자와 도형의 반전 형태들과 깊이 반전, 음양 반전 등 이러한 형태들은 점차 시지각적 표현이 적극적으로 변화되어감을 보여준다. <그림 24>

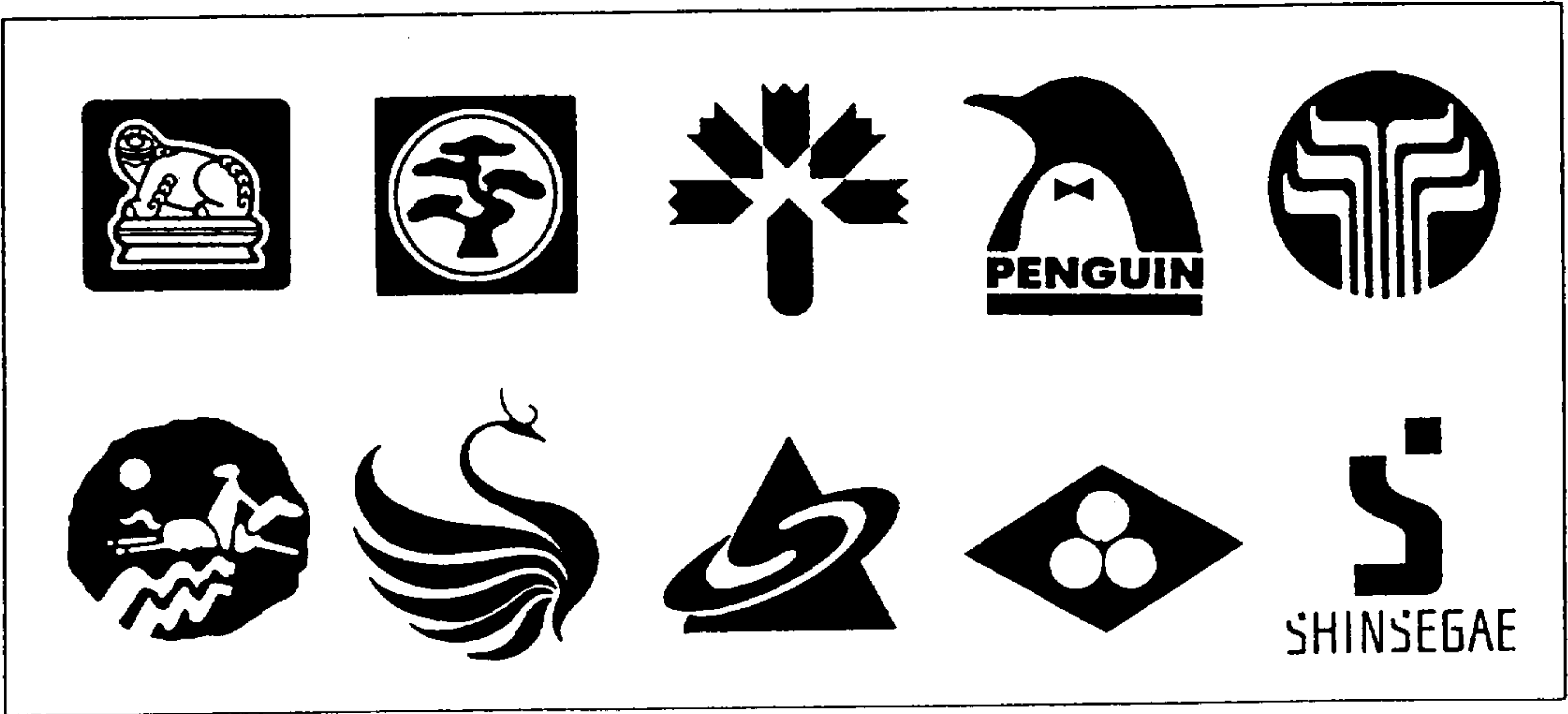


〈그림 25〉

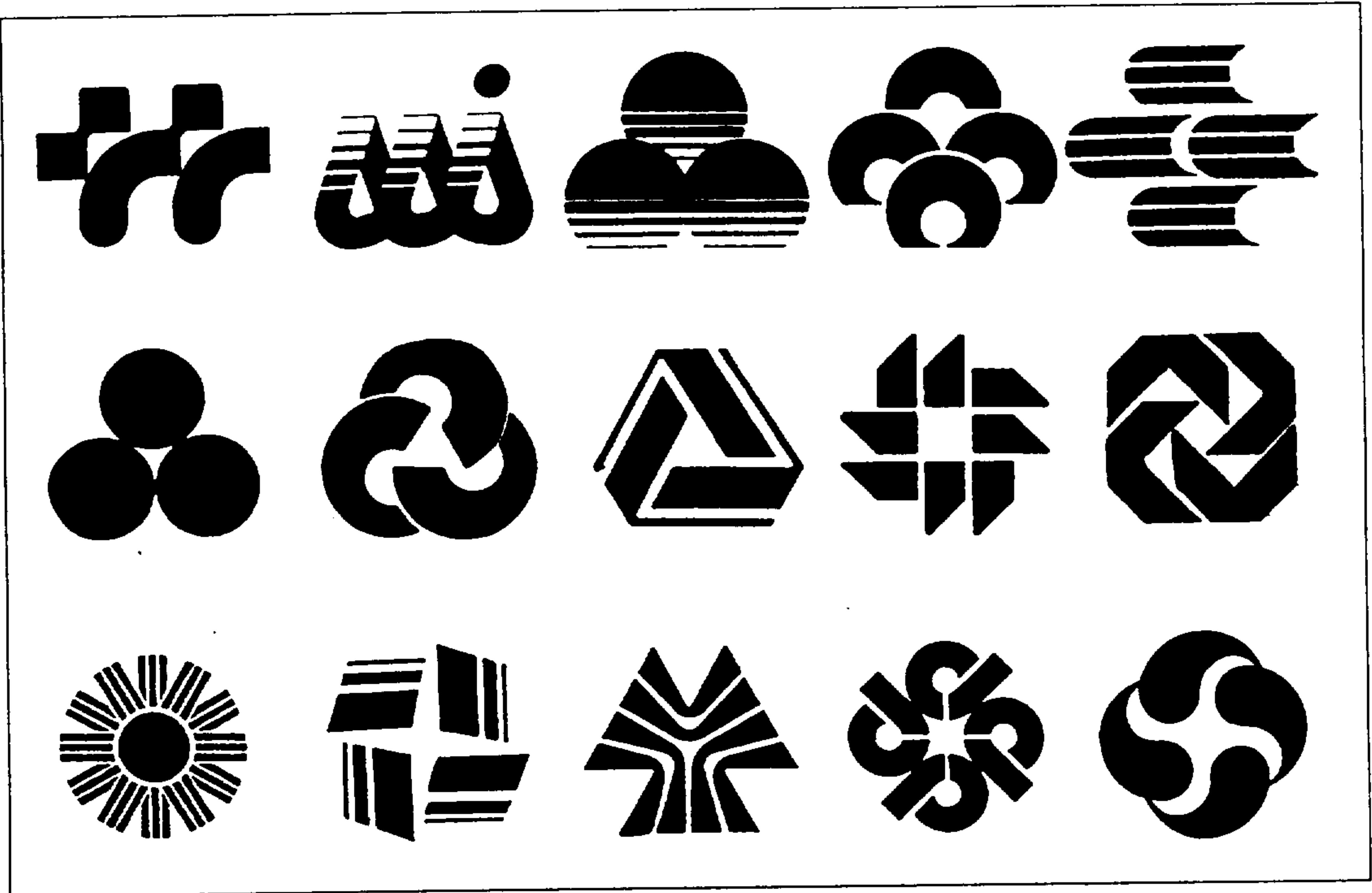
4) 1980년대의 심벌 형태

수입 개방으로 외국 상품과 기업이 한국에 상륙하게 되어 심벌 형태 역시 시장 개방과 글로벌 경제의 어려운 상황을 극복하기 위한 자구책으로 새롭게 기업 이미지 통일화 계획(CIP)을 도입하고, 인간 존중과 환경 문제에 대한 관심도 기울였다.

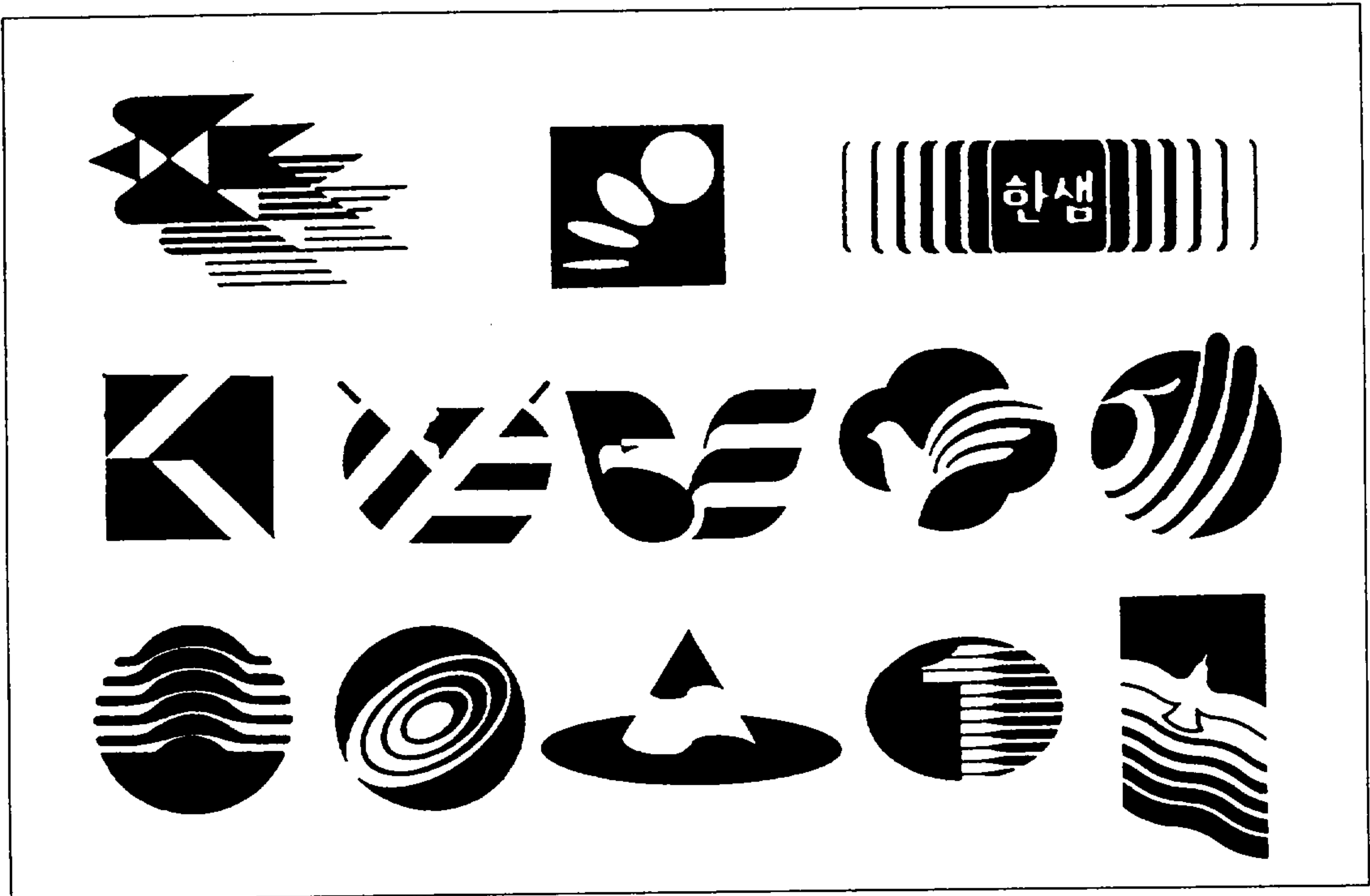
그래서 이 시기는 '동화은행'이나 '신라호텔' 등의 심벌처럼 사실적으로 묘사한 것과 기하도형으로 표현된 형태들도 있지만 〈그림 26〉, '동아건설', '잡을', '의환은행' 등의 반복, 회전에 의한 심벌 형태들과 〈그림 27〉, '상업은행', '아시아나 항공', '우체국' 등의 심벌에서는 주관적 윤곽선이나 점이 표현으로 세련된 감각과 조형성을 보여주고 있다. 〈그림 28〉



<그림 26>

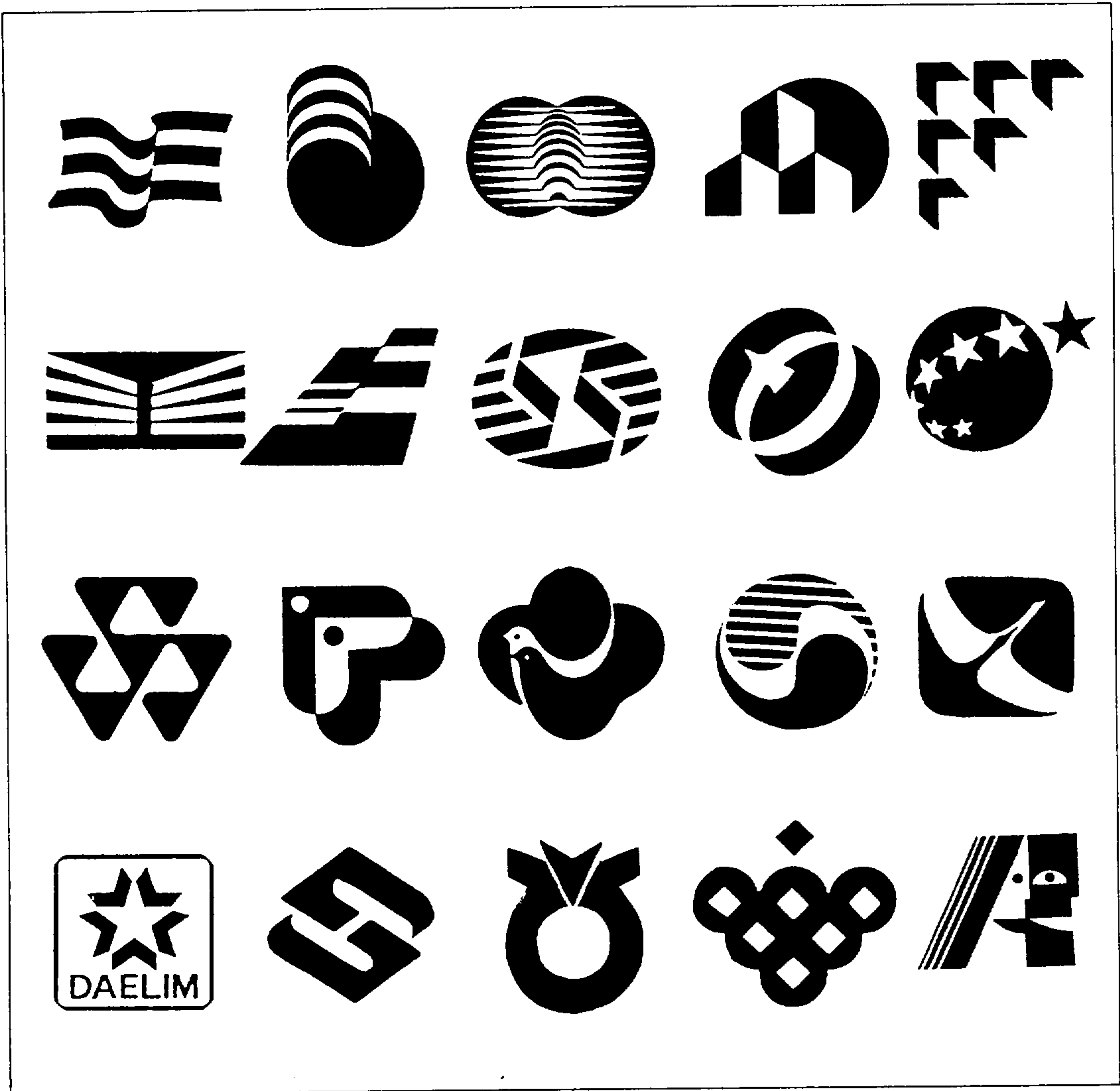


<그림 27>



〈그림 28〉

또한 '동우선박', '극동정유', '동양그룹' 등 입체적인 심벌 형태가 제작되기도 하였고, '코오롱', '대한항공', '대림'의 바탕과 도형으로 표현된 심벌 형태, '투자금융'의 심벌은 '엽전과 포도', '평화은행'의 심벌은 'P와 비둘기' 등의 복합된 심벌 형태들이다. 이러한 표현 방법으로 시대의 상황을 보다 긍정적이고 적극적인 측면에서 다양한 심벌 형태들이 급증하고 추상 형태를 통해서 느낌, 감성을 전달하기도 하였다. 〈그림 29〉



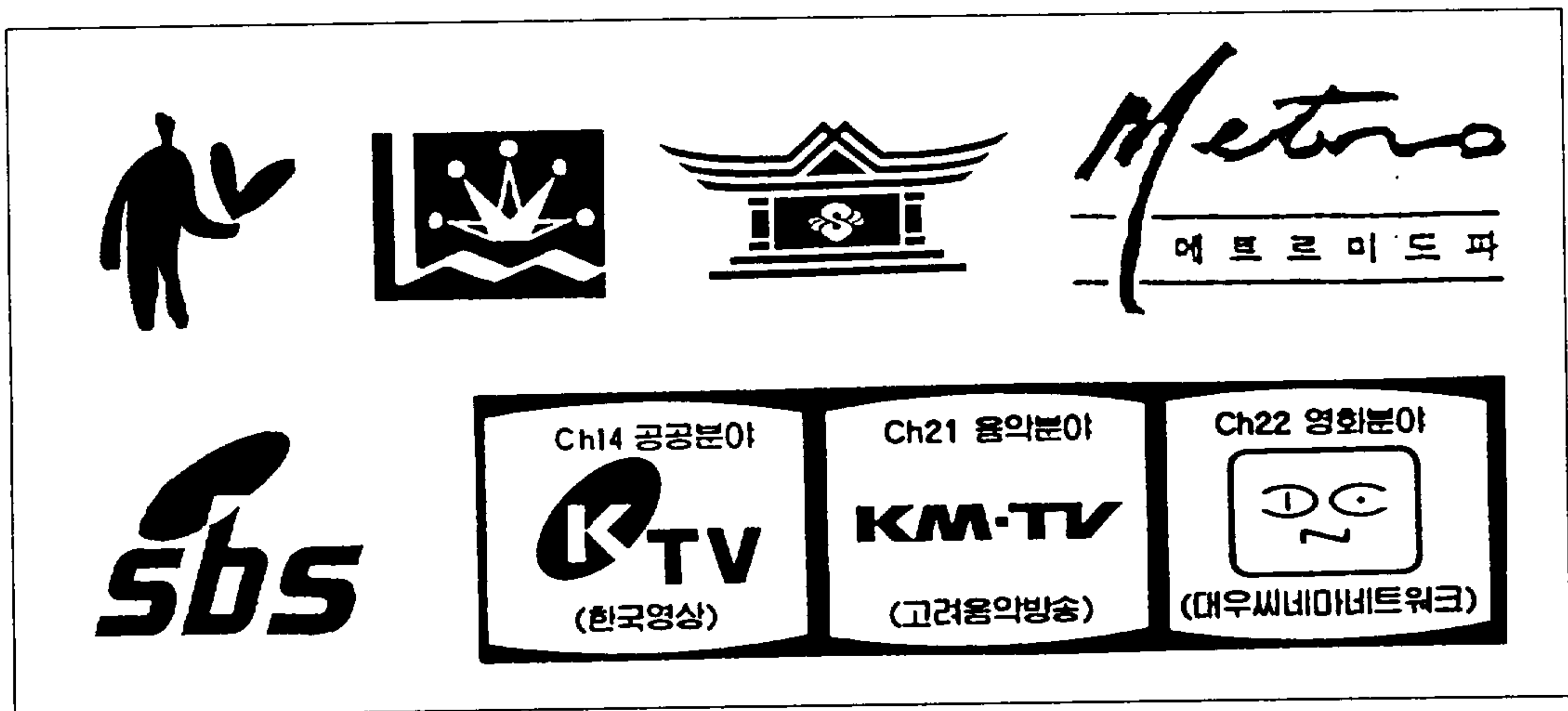
〈그림 29〉

5) 1990년부터 1998년 현재까지의 심벌 형태

커뮤니케이션과 컴퓨터 기술의 발전으로 국제적으로 정보 유통이 이루어지는 인터넷 체계에서, 세계는 하나의 문화권을 이룸으로써 전근대적인 문화를 벗어나 하이테크놀로지를 바탕으로 편리하고 유희적인 생활 문화를 구축해 나가는

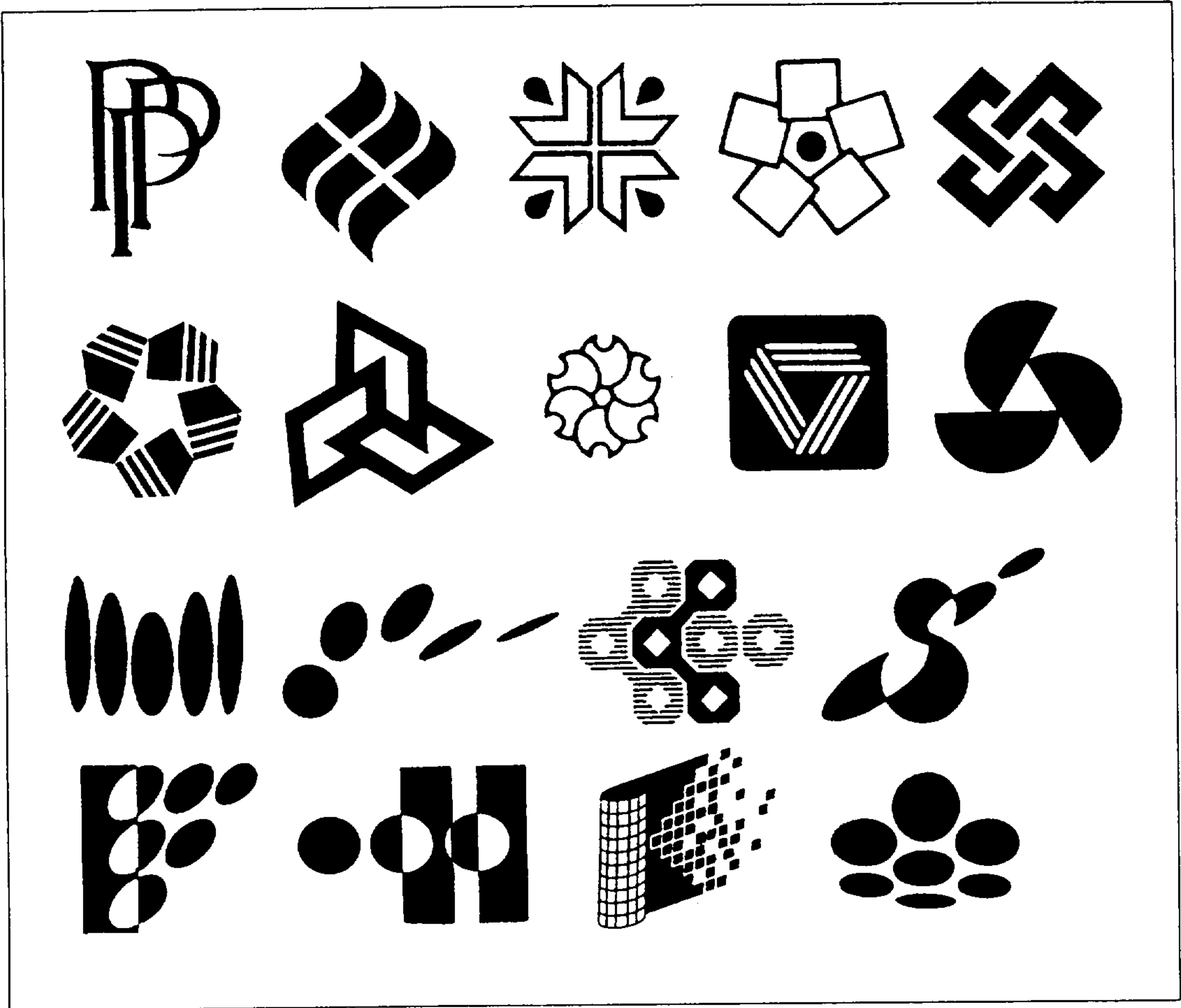
인간 중심의 사회를 이루기 위한 노력의 시기이다.

전면적 시장 개방으로 대외 경쟁이 불가피하게 된 병원이나 금융 업체, 유통 업체 등에서도 새롭게 CI를 도입하고 있었는데 '국민은행'이나 '미도파'의 심벌은 오히려 사실적인 표현과 문자 형태 표현을 하고 있었다. 이러한 심벌 형태 표현은 현재 우리나라의 어려운 경제 상황을 비추어 볼 때 시지각적 요소들이 소극적인 표현의 경향으로 나타나지 않을까 추정된다. 또한 지방 자치제와 케이블 TV 개국과 함께 많은 심벌 형태들이 제작되었는데 이들 방송 매체들의 심벌은 'SBS'처럼 대부분 문자 형태로 표현되어지고 있었다. <그림 30>



<그림 30>

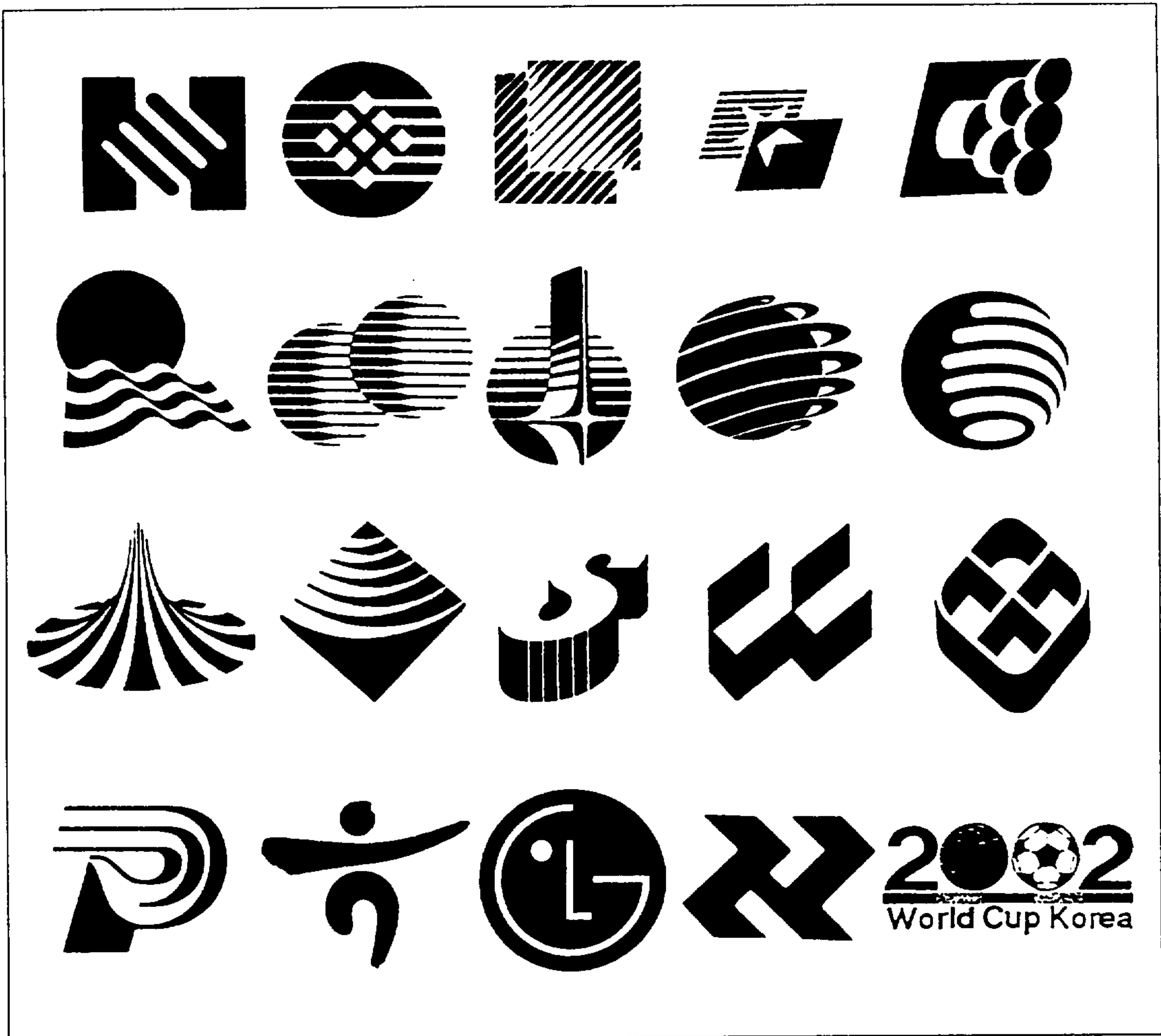
하지만 이 시기의 심벌 형태들은 대부분이 <그림 31> 에서 표현된 것처럼 게슈탈트 재법칙에 의한 표현들이 반복, 회전에 의한 형태, 특히 점이 효과가 많았다.



〈그림 31〉

또한 추관적 윤곽선, 반전 형태들로 표현되어졌으며, 특히 입체적인 형태들이 급증하고 '하나은행'과 'LG' 등과 같은 의미 반전 형태들은 1960년대의 영진 약품과 경일 메리야스의 심벌 표현인 반전 형태의 발전된 형태라고 볼 수 있다.

〈그림 32〉



〈그림 32〉

이와같은 분류 방법은 시대별로 기업 심벌 형태의 표현으로 변화되어가는 형태를 분석할 수 있었으며, 다음 장에서는 그 시기에 주력했던 업종의 구분과 각 업종마다 연도별 흐름에서 시지각적 표현 방법의 인지 성향을 수리적으로 분석하고, 그 결과를 규명하기 위해 2차 실험 방안으로 설문 조사를 통하여 검증하고자 한다.

2. 업종별 분류

우리나라 심벌 형태를 업종별, 시대별로 구분한 기준은 1950년부터 1998년 현재까지 대한민국 특허청에 등록된 도형 상표로써 형태의 표현 방법에 따라 분류하였다. 업종별로 구분하게 된 자료는 다음과 같다.

1) 1950년 대한민국 특허청이 발행한 상표공보 제1호부터 제551호(1992년 10월)까지의 총 256,752건의 문자 상표와 총 71,331건의 도형 상표 중에서 도형 상표만을 사용하였다. 그리고 1992년 11월부터 1998년 현재까지는 새로 제작된 심벌 형태들이다.

단 등록된 상표중 외국 상표, 자영업 상표, 대기업의 계열회사로 중복된 상표, 캐릭터 상표, 상품명 의 상표 등은 모두 제외시켰으며 심벌의 형태를 갖춘 우리나라의 기업체만을 선정하였다.

2) 업종 분류로는 상품 등록이 제1류부터 제53류로 63,784건과 서비스 업종 등록은 제101류부터 제112류로 7,607건으로 총 71,391건의 도형 상표이다. 이렇게 세분화된 업종을 12개 업종으로 그 분류를 6개 부문으로 구분하여 분석하였다.

3) 본고에서 조사한 심벌 대상은 6가지로 업종 분류, 1532개의 심벌 형태로 다음과 같이 분석하였다.

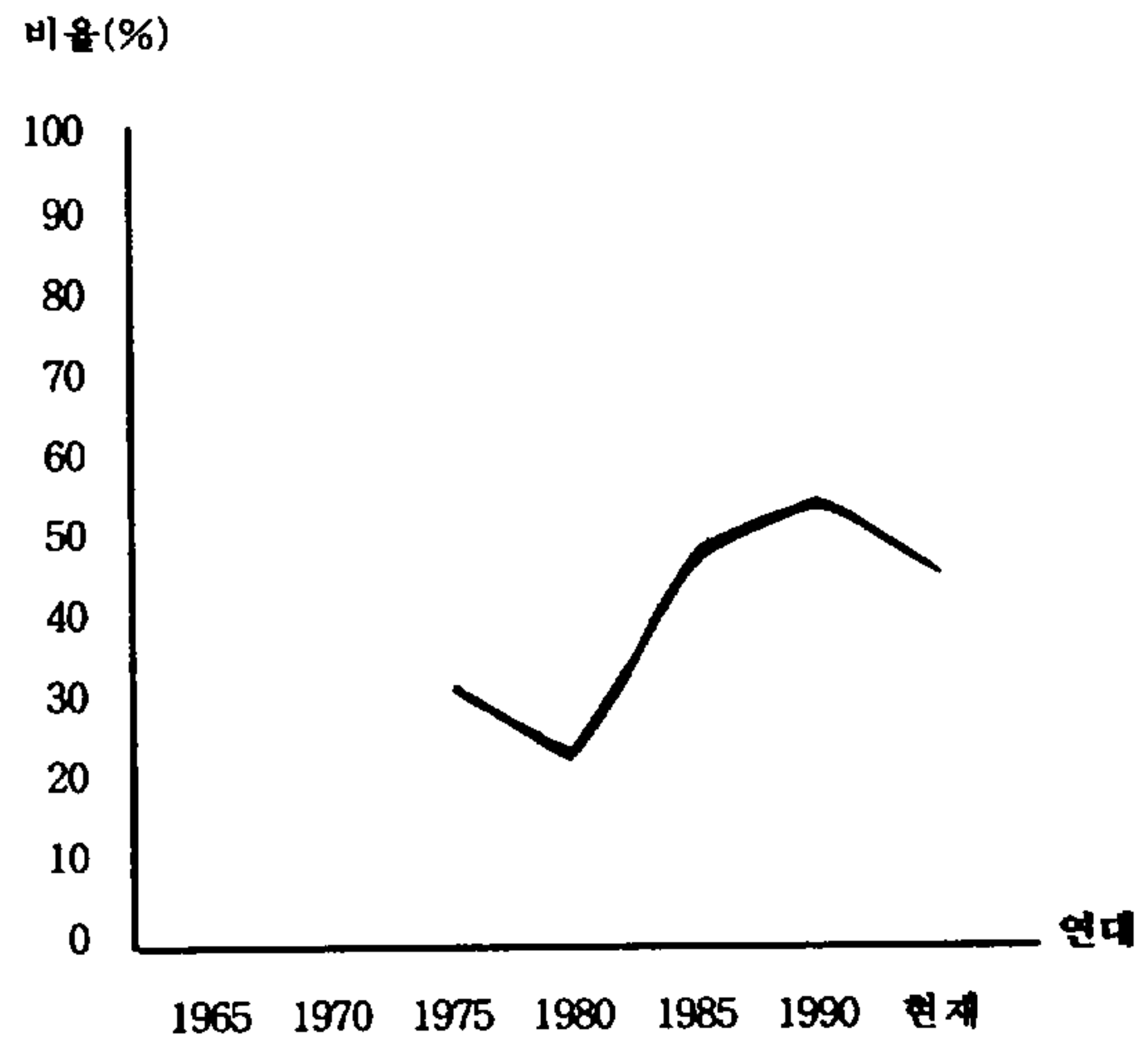
(1) 금융업 / 서비스업

은행과 보험회사, 서비스업종으로 총 120개의 심벌을 시지각적인 표현의 분류를 백분율로 표시하였다. 그 결과 1985년 이후에는 심벌 형태가 시지각적인 표

현으로 급증하고 있는 경향을 볼 수 있었고, 다른 업종과 비교해 볼 때 1990년대 이후의 상승 곡선이 약간의 하향 곡선으로 변화된 모습에서 시대 상황을 엿볼 수 있었다. IMF 시대에 국면해 있는 우리 경제 상황이 미도파와 같은 문자 형태로 바뀐 심벌에서 시지각의 소극적 표현을 느낄 수 있지만, 이는 일시적인 현상이라고 할 수 있을 것이다.

표1. 금융 / 유통업 심벌의 표현형태 분석

연 도	시지각적 표현	총계/백분율(%)
1965년	1개 / 50%	2개 / 100%
1970년		1개 / 100%
1975년	1개 / 33%	3개 / 100%
1980년	2개 / 22.2	9개 / 100%
1985년	21개 / 55.3%	38개 / 100%
1990년	31개 / 59.6%	52개 / 100%
현 재	8개 / 53.3	15개 / 100%
누 계	64개 / 60%	120개 / 100%

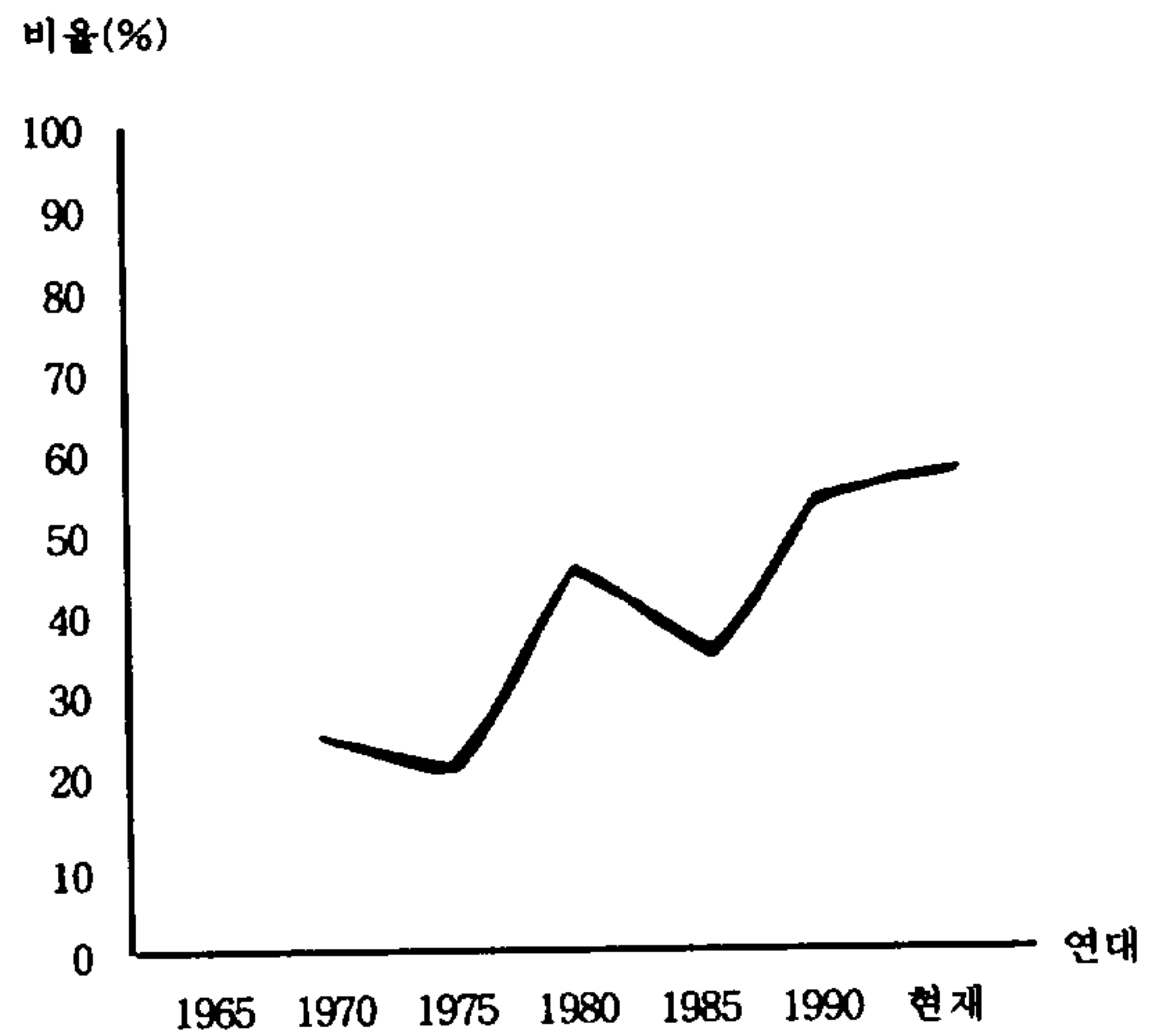


(2) 기계 / 전자 부문

200개의 심벌 형태를 분석한 결과 다른 업종보다는 1970년대 이전의 심벌도 사실적 형태보다는 기하학적인 단순 도형이 많았고, 계슈탈트의 재법칙중 반복에 의한 군화 형태가 보여지고 있었다.

표2. 기계/전자분야 심벌의 표현방법 분석

연 도	시지각적 표현	총계/백분율(%)
1965년		13개 / 100%
1970년	7개 / 24.1%	29개 / 100%
1975년	1개 / 20%	5개 / 100%
1980년	11개 / 47.5%	40개 / 100%
1985년	12개 / 31.6%	38개 / 100%
1990년	39개 / 56.5%	69개 / 100%
현 재	7개 / 58.3%	12개 / 100%
누 계	77개 / 38.5%	200개 / 100%

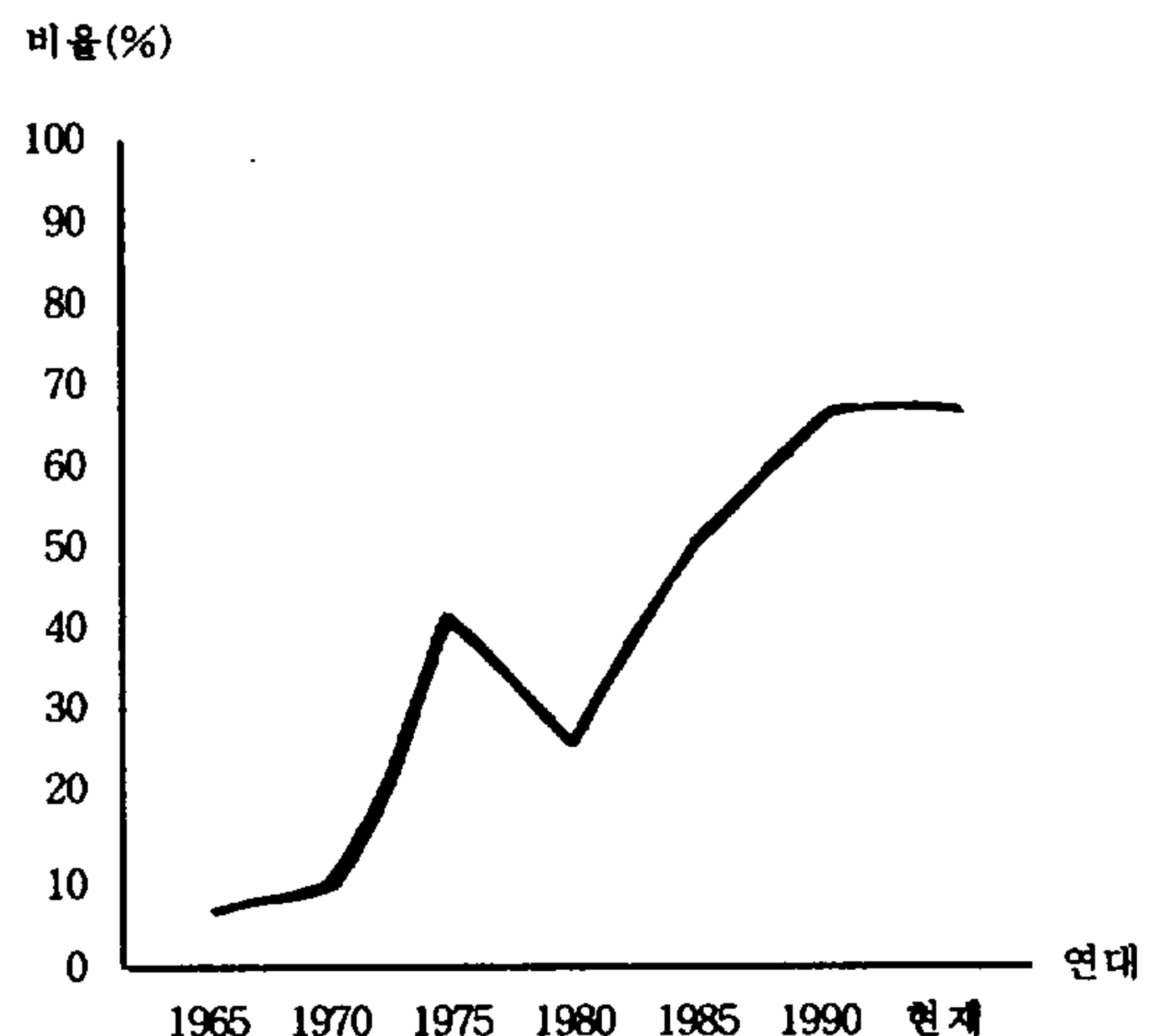


(3) 석유 / 화학 공업

다른 업종에 비해 석유, 화학 공업분야는 다양한 형태로 전문화됨에 따라 심벌의 표현 형태도 고루 갖추어졌다. 307개의 심벌은 그 표현 방법의 분포도가 거의 비슷한 현상을 보였고, 시지각적인 표현도 시대별로 점점 그 양은 증가하고 있지만 다른 업종과는 다르게 1950년대부터 심벌 형태가 다양한 방법으로 표현되었다.

표3. 석유/화학공업 심벌의 표현방법 분석

연 도	시지각적인 표현	총계/백분율(%)
1965년	6개 / 6.8%	88개 / 100%
1970년	3개 / 7.5%	40개 / 100%
1975년	3개 / 42.9%	7개 / 100%
1980년	12개 / 26.1%	46개 / 100%
1985년	28개 / 54.9%	51개 / 100%
1990년	37개 / 66.1%	56개 / 100%
현 재	11개 / 61.1	18개 / 100%
누 계	101개 / 31.9%	307개 / 100%

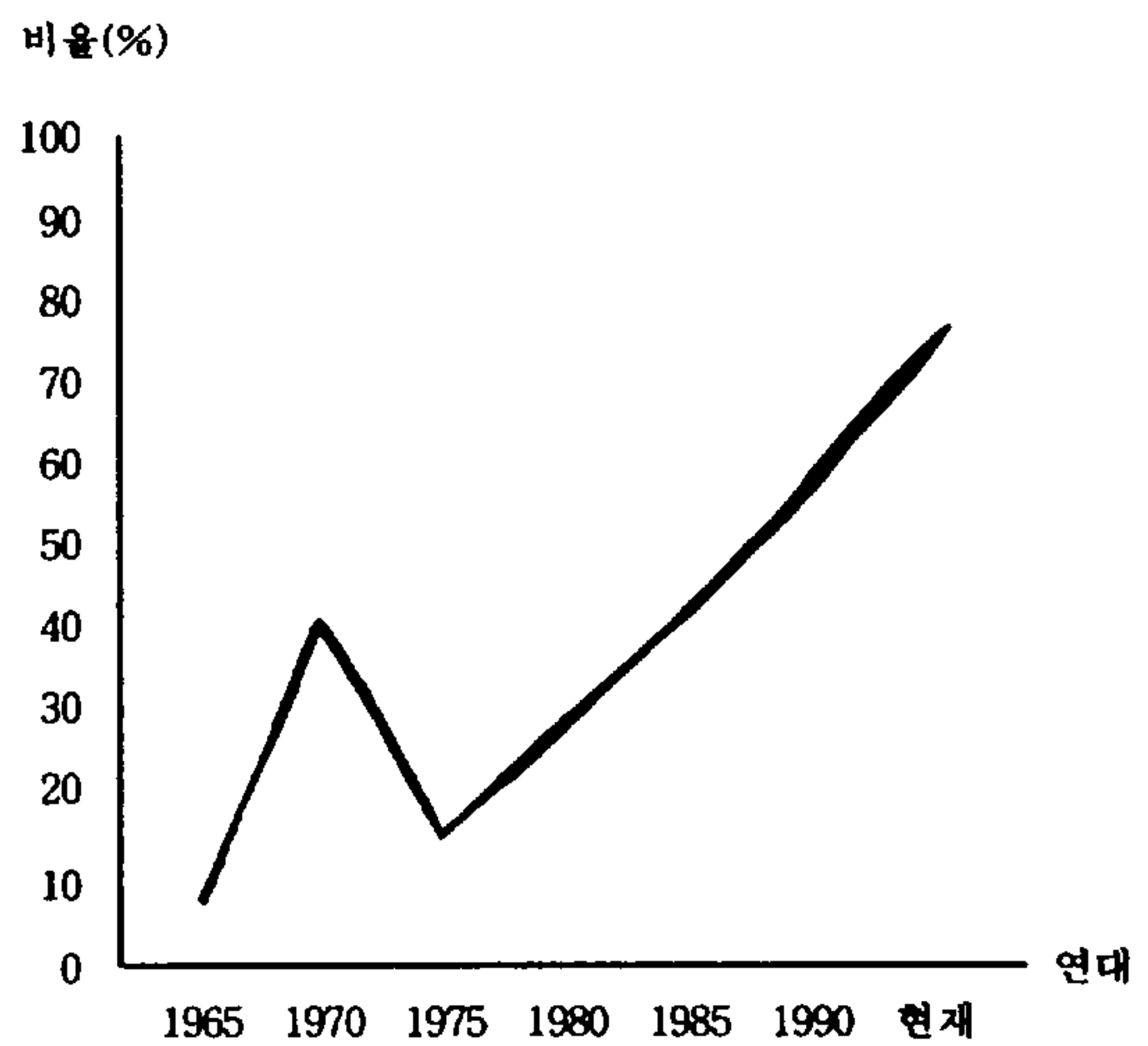


(4) 토목 / 건설업

251개의 토목, 건축 분야 심별 형태는 1986년 이후에 그 현상이 두드러지게 나타난다. 또한 주관적 윤곽선에 의한 입체 형태와 선에 의한 균화 현상이 많이 나타났다.

표4. 토목 / 건축업 심별의 표현방법 분석

연 도	시지각적 표현	총계/백분율(%)
1965년	2개 / 9.1%	22개 / 100%
1970년	5개 / 41.7%	12개 / 100%
1975년	1개 / 16.7%	6개 / 100%
1980년	13개 / 29.5%	44개 / 100%
1985년	22개 / 45%	49개 / 100%
1990년	51개 / 60.7%	84개 / 100%
현 재	26개 / 76.5	34개 / 100%
누 계	115개 / 51.8%	251개 / 100%

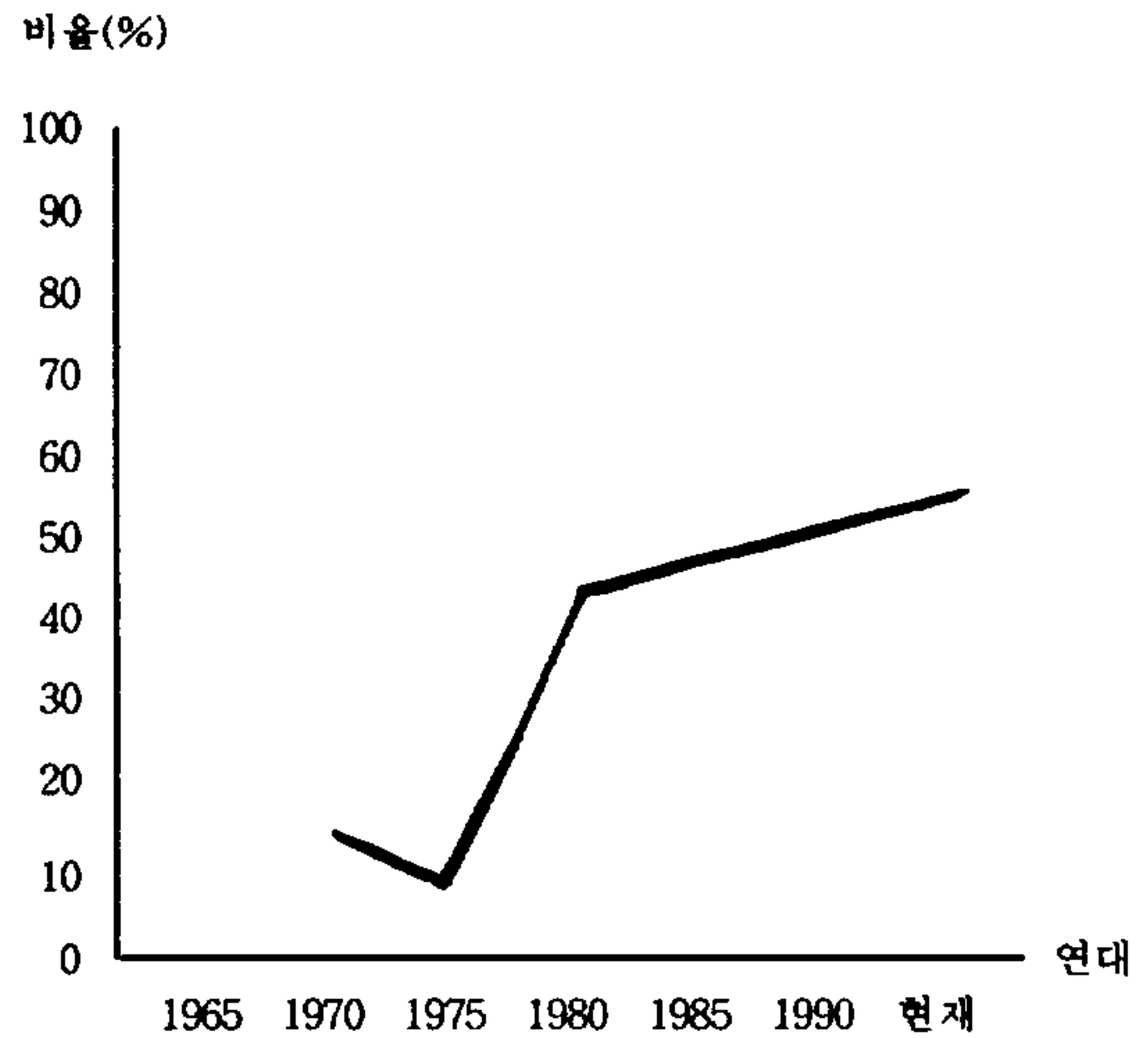


5) 식품 / 유통업계

239개의 심별을 분석한 결과 식품 업체는 제품의 브랜드가 잘 표현된 사실적인 형태 중에서 구체적인 표현 형태들이 많았다. 기존의 분류 방식이었던 소재에 의한 표현들로서 자연물이 보다 많았고, 그 느낌은 부드럽고 가벼운 곡선의 형태를 갖추고 있었다.

표5. 식품류 심벌의 표현방법 분석

연 도	시지각적 표현	총계/백분율(%)
1965년		30개 / 100%
1970년	7개 / 16.3%	43개 / 100%
1975년	1개 / 9.1%	11개 / 100%
1980년	13개 / 46.4%	28개 / 100%
1985년	21개 / 50%	42개 / 100%
1990년	33개 / 51.6%	64개 / 100%
현 재	8개 / 57.1%	14개 / 100%
누 계	90개 / 37.7%	239개 / 100%

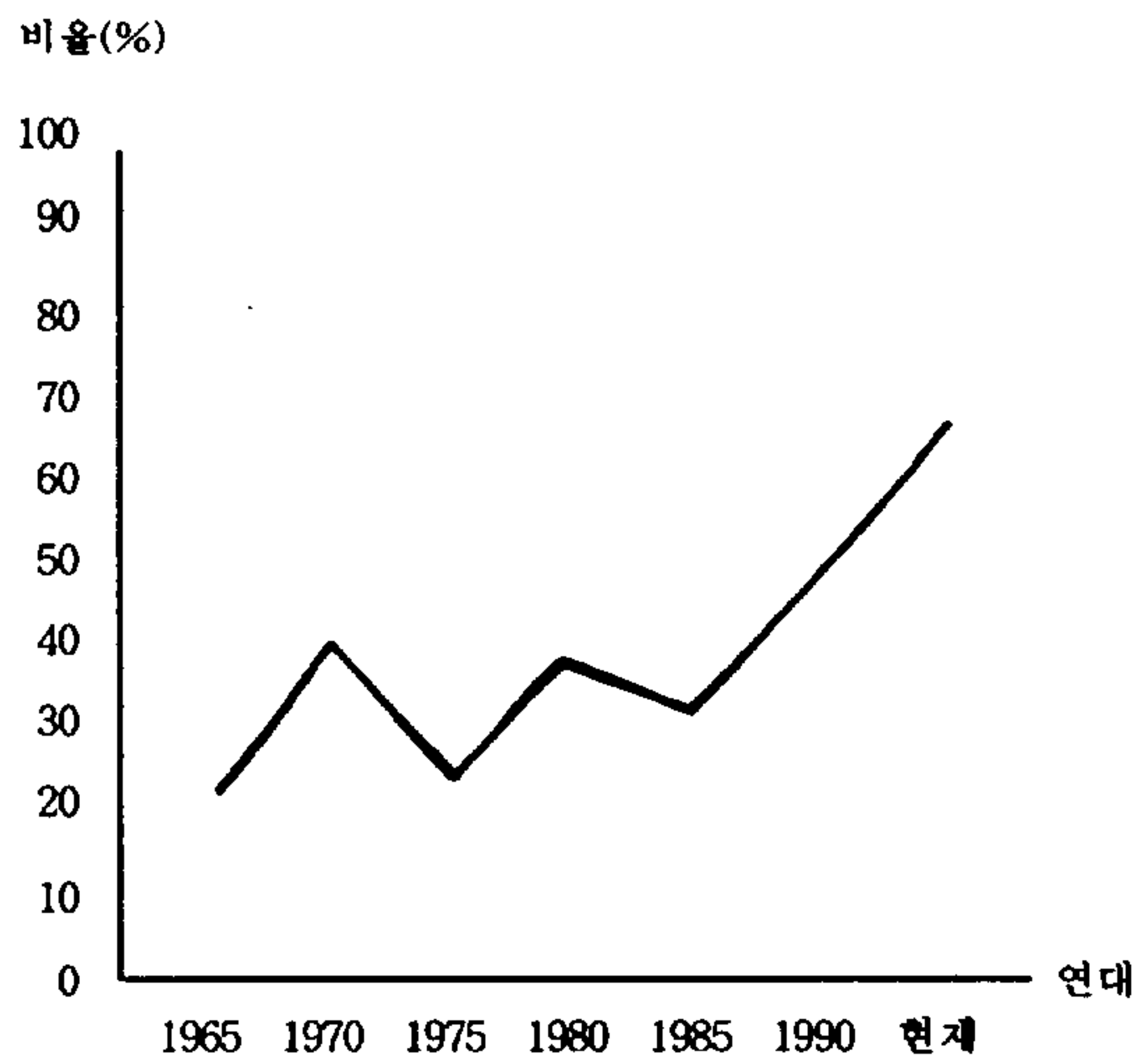


6) 방직 / 의류업계

해방 이후부터 1970년전까지 섬유업체들이 가장 많아 415개의 심벌 형태를 분류해 본 결과 섬유를 표현하는 실모양의 그림이 사용되어 상표를 만들었다. 그래서 심벌 형태가 선에 의한 표현들, 연속성에 의한 선의 반복, 주관적 윤곽선의 시지각적으로 표현되었다.

표6. 방직 / 의류업 심벌의 표현방법 분석

연 도	시지각적 표현	총계/백분율(%)
1965년	9개 / 23.1%	39개 / 100%
1970년	13개 / 41.9%	31개 / 100%
1975년	4개 / 25%	16개 / 100%
1980년	31개 / 38.3%	81개 / 100%
1985년	27개 / 33.7%	80개 / 100%
1990년	78개 / 55.3%	141개 / 100%
현 재	16개 / 69.6	23개 / 100%
누 계	182개 / 43.9%	415개 / 100%

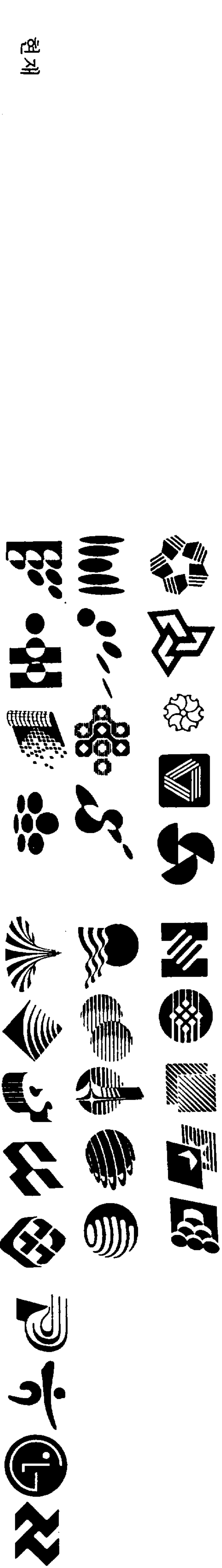
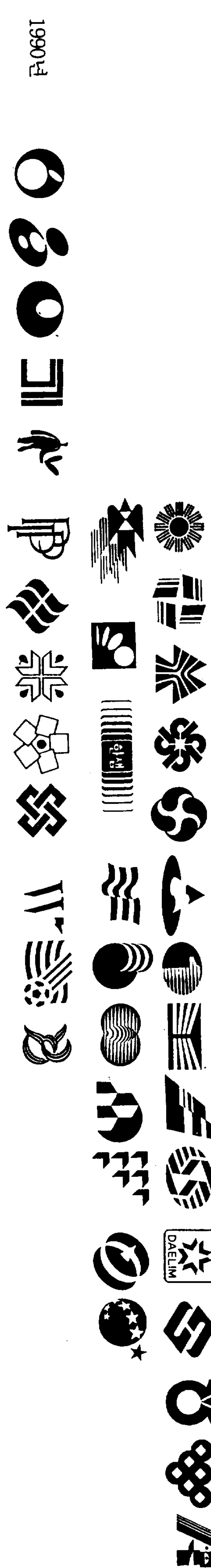
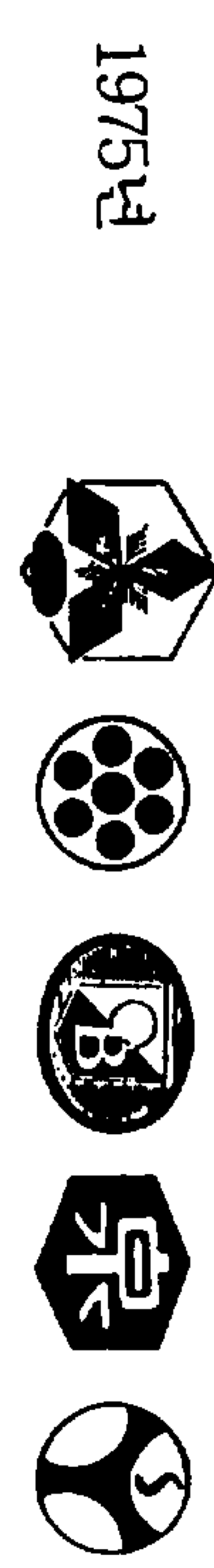


(7) 위에서 분류한 6개 업종의 심벌 1532개를 전체적으로 분석하였다.

〈그림 33〉은 해방이후 부터 현재까지의 심벌 형태 흐름을 파악하기 쉽게 전체적으로 표현하였다. 그 흐름을 보면 1980년대 이후부터 시지각적 표현이 적극적으로 표현되고 있음을 알 수 있다.

이러한 심벌 형태의 변화를 수리적으로 분석한 것이 표7이다.

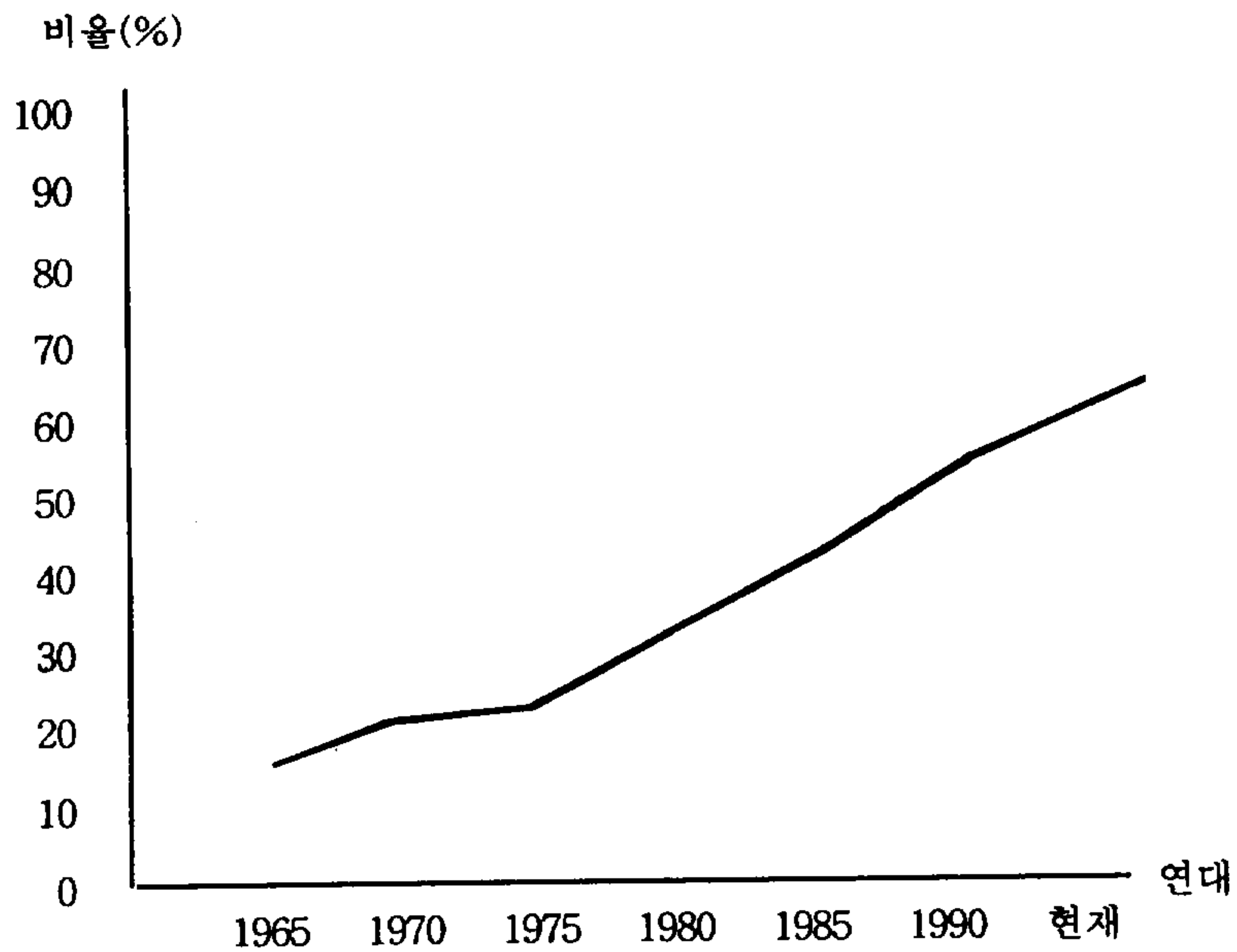
그렇다면 실제로 사람들이 인지하는 심벌 형태 역시 결론에서 얻은 내용과 비슷한 경향으로 나타나는지에 대하여 설문 조사를 통해 검증해 보았다.



<그림 33> 시대적 흐름에 따른 심벌 형태의 변화

표7. 전체 심벌의 시지각적 표현 방법 분석

연 도	적극적인 표현	총계 / 백분율(%)
1965년	22개 / 15.9%	194개 / 100%
1970년	35개 / 22.4%	156개 / 100%
1975년	11개 / 22.9%	48개 / 100%
1980년	84개 / 34.9%	241개 / 100%
1985년	131개 / 44%	298개 / 100%
1990년	274개 / 57%	472개 / 100%
현 재	76개 / 65.5%	116개 / 100%
누 계	634개 / 40%	1532개 / 100%



3. 설문 조사에 의한 검증

1) 실험 계획

심벌 형태의 표현 방법에 있어서 시대적 흐름에 따라 시지각적인 표현이 급증하고 있는데, 이러한 추세로 변화되는 원인이 무엇인지에 대한 검증 차원으로 설문 조사를 하였다.

2) 실험 대상

비전공자로서 심벌을 가까이 접할수 있는 집단으로서 자영업을 하고 있는 사람을 대상으로 하였다. 이러한 자영업의 밀집 지역으로 활성화를 이루는 신촌, 이대 입구의 상점 100개를 선정하였다.

3) 실험 문항

심벌 형태에서 느끼는 사례 문항 8가지를 선정하여 실제 실험 대상자들의 인지도가 어떠한 방향으로 지각되는지를 검증하고자 하였다. 또한 10가지로 표현된 심벌에서 가장 인상적이고 기억에 남는 형태와 그 이유의 물음은 결론에 대한 검증을 하기 위함이다.

4) 실험 분석방법

설문 조사에 의한 분석 방법으로는 이미지 조사법의 하나인 언어 척도법 (Semantic Differential)²⁷⁾을 사용하였다. 이 실험은 어떤 대상을 보고 갖게 되는 느낌을 나타내는 형용사를 정리하여 어떤 조형물의 이미지를 나타내는지 알

27) 언어 척도법은 원래 미국 일리노이 주립 대학에서 오스굿(Osgood)을 중심으로 낱말에 내재하는 그 구조를 조사하기 위해 행해진 연구에서 비롯되었다. 이후 이 기법은 어떤 대상에 대한 태도를 측정하는데 많이 활용된다.

아 보려는 것이다.

이번 설문 조사 방안은 평가 개념에 대한 긍정적 형용사, 부정적 형용사에 따라 척도의 5단계에 대한 점수를 다음과 같이 결정하고 이를 토대로 하여 평가 내용에 대한 평균값을 계산하여 분석하였다.

의미 척도에 의해서 얻어진 자료는 각 형용사 항목별로 평균치를 구하여 프로파일 분석을 하게 되는데, 이는 결과의 윤곽을 알기 쉽다는 장점을 갖고 있다.

(보기)

	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
긍정적 형용사	*.....*	*.....*	*.....*	*.....*	*.....*	부정적 형용사
	5	4	3	2	1	

5) 실험 결과

10가지 문항에 따른 조사 결과는 전반적으로 시지각적 표현에 있어서 새로운 반응을 보여주고 있었다.











설문 조사 상위 3위까지의 심벌 형태들의 시지각적 표현 방법을 조사 분석한 결과 1위는 반전 구조, 2위는 주관적 윤곽선 구조, 3위는 점이 구조 순으로 나타났다.

그 중에서도 특히 선호도가 높았던 것은 반전 구조로써 형태의 변화가 없는 의미 반전이 전 항목에서 1위를 차지하는 압도적인 결과를 얻을 수 있었다.

그리고 설문 조사 하위 3위까지의 심벌 형태에서는 군화 구조와 기하도형의 단순성 구조가 차지했는데, 이는 의미 전달이 확실하게 되지않아 기억하기 어렵다라는 응답을 얻을 수 있었다.

표8. 표현형태에 있어서 심벌의 반응

(단위 : %)

긍정적형용사										
눈에 띄는	10.3	10.7	12.3	11.5	1.2	5.6	5.6	5.6	21.4	9
현대적인	7	9.2	17.8	4.3	13.5	2.2	4.3	5.4	23.8	12.4
단순한	11.3	17.7	13.4	4.3	14	2.2	2.1	2.5	28.5	4.3
친근하다	19.4	4	6.3	14.3	6.3	0	2.9	7.4	20	2.3
호소력있는	14.5	10.1	10.9	14.3	7.5	5	9.1	11	19	11
좋은	13.8	4.7	8	10.1	11.3	5.9	7.3	11.5	18.5	9
재미있는	10.7	5.8	6.2	14.3	8.8	6	6.6	15	18.2	8.5
기억하기쉬운	12.7	9.9	13.7	11.2	9.8	3.3	9.1	7.8	15	7.8

(단위 : %)











부정적형용사										
눈에 띄지않는	8.5	13.5	6.8	12.2	8	19.5	7.5	14.4	1	9.6
보수적인	13.6	14	4.2	18.2	0	4	14.5	18.5	0	13
복잡한	5.3	8.1	3.8	13.8	3.8	19.5	15.7	19	0	11
친근하지않다	3.6	32	3.9	3.7	3.8	14.3	10.6	14.1	0	14
호소력없는	9.3	28	9.3	7	9.3	16.3	2.3	9.3	2.3	7
싫은	9.4	22	12.5	3.1	9.3	12.5	9.3	12	0	9.1
재미없는	6.7	23.5	17.2	4.4	4.9	6.4	4.5	2	1	6.1
기억이어려운	6	12.5	12.3	3.1	9.3	15.6	9.4	15.5	0	12.3

표9. 설문 조사에 의한 심벌 형태의 인지 성향 분석

	긍정적					부정적				
전체 평가	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
눈에 띄는										
현대적인										
단순한										
친근하다										
호소력 있는										
좋은										
재미 있는										
기억하기 쉬운										

VI. 결론

지금까지 본 연구에서는 우리나라 기업 심벌을 대상으로 하여 표현 방법을 시지각적 원리에 따라 분류하였으며, 그 유형들을 설문지를 통해 조사, 분석함으로써 시지각적 표현들 중에서도 보는 사람들에게 친근하고 호감을 주는 유형을 찾고 그 원인을 분석해 보았다.

세계 선진국들의 심벌을 대상으로 분류하는 과정에서 그 역사가 길고 양이 많아서 흐름을 파악하는데 한계가 있었다. 그래서 정확한 흐름을 알 수 있는 우리나라 심벌을 대상으로 하였으며, 1950년대부터 1998년까지의 대한민국 특허청에 등록된 도형 상표를 기준으로 분류하였다.

심벌 형태의 시대적 변천을 시지각적 기준으로 분류, 이를 각 업종에 적용시켜 봄으로써, 이러한 심벌 형태의 유형별 분석 과정을 통하여 심벌 디자인에 대중에게 접근해 가는 표현 방법상의 변화를 살펴보고, 시지각적 표현을 수리적으로 분석, 고찰하였다. 그 결과, 다음과 같은 사실을 알게 되었다.

첫째, 소품종 다량 생산 시대였던 1950년대, 1960년대에는 의미 전달로서의 심벌 표현으로 문자와 원, 삼각형, 사각형 등의 정형화된 도형의 틀 안에서 시지각적 표현 방법들이 소극적으로 도입되었고, 다품종 소량 생산 시대의 1980년대 와서는 적극적으로 도입됨으로써 시지각적 요소들을 활용한 다양한 형태의 심벌이 제작되고 있음을 알았다.

둘째, 1980년대에 대량으로 나타나는 시지각적인 표현 중에서 대표적인 유형들을 살펴보면 단순한 기하학적인 도형이 반복 회전에 의해 대칭시키는 구조로써 균화 효과를 기대하였고, 도형과 배경을 통한 음양 반전

구조, 또는 같은 도형속에서의 의미 반전 구조, 주관적 윤곽선 구조 등으로 분류할 수 있었다. 특히 음양 반전과 의미 반전 형태에서 유희적 성향을 발견할 수 있었으며 시대적, 업종별 분석 결과, 1980년대부터 해를 거듭할수록 그 유희적 표현도 증가하고 있음을 알았다.

이러한 시지각적 표현의 결과에 있어서 실제로 사람들이 인지하는 심벌 형태는 어떠한 경향으로 나타나는지 설문 조사를 통해 검증해 보았고, 그 결과는 다음과 같다.

설문 조사 상위 3위까지의 심벌 형태들의 시지각적 표현 방법을 조사 분석한 결과 1위는 반전 구조, 2위는 주관적 윤곽선 구조, 3위는 점이 구조 순으로 나타났다. 그 중에서도 특히 선호도가 높았던 것은 반전 구조로써 형태의 변화가 없는 의미 반전이 전 항목에서 1위를 차지하는 압도적인 결과를 얻을 수 있었다. 그리고 설문 조사 하위 3위까지의 심벌 형태에서는 군화 구조와 기하도형의 단순성 구조가 차지했는데, 이는 의미전달이 확실하게 되지않아 기억하기 어렵다라는 응답을 얻을 수 있었다.

이처럼 인간은 본능적으로 유희 정신을 갖고 있으며 어두운면 보다는 밝은면을, 부정적인 것보다는 긍정적인 것을 추구하는 것처럼 심벌형태에 있어서도 기업체를 대표하는 얼굴로써 그 이미지가 즐거움을 줄 때 가장 기억되기 쉽고 눈길을 끈다고 생각한다.

이상과 같은 연구 조사를 종합해 볼 때, 심벌의 표현 형태가 미국, 유럽, 일본 등 선진국들의 영향에 따라 우리나라 심벌의 표현 방법은 의미의 전달만을 주로했던 사실적 표현의 1950년대로부터 단순화 작업이 유행했던 70년대를 거쳐 시지각적 원리를 적극적으로 활용하기 시작하는 80년대 등 변화를 거듭하고 있

다.

그 예로서는 직접적으로 그리지 않고도 인식할 수 있는 형태, 도형과 배경이 공유하고 있는 한전의 분기점 위에서 지적되는 형태 등 그 표현이 애매 모호함이 오히려 보는 사람이 시지각적 참여를 유도함으로써, 자연스럽게 시각적 주목성을 높일 수 있는 표현 방법으로 변화해 가고 있다고 판단된다.

따라서 본 연구에서 고찰한 예론은 조형 이미지를 새로운 측면에서 표현하기 위한 하나의 단편으로서 계속 연구되어야 할 것이다.

이번 연구를 통해서 많은 것을 배우는 계기가 되었으며 자부심을 갖는다. 우선 특허청에 등록된 상표가 1998년 4월 현재까지 약 40만건으로 문자상표와 도형상표로 구분되어 있으며 그 중 도형상표는 약 7만 5천개였다. 도형상표에는 상품마다 등록되어 있고 각종 캐릭터, 외국 브랜드까지 우리나라에 있는 모든 상점들과 기업체 등의 심벌들이 포함된다. 그래서 본 논문에서는 도형 상표 중에서 기업체로 등록된 심벌 1532개를 대상으로 시지각적인 분류를 하였다.

이렇게 광범위한 범위를 분석하면서 우리나라의 역사 전반에 대한 이해와 심벌의 변천 과정에서 재미있는 표현들을 볼 수 있었다. 예를들어 50년대의 사자표, 야자수표, 용호표 등 상호명에 표를 붙였으며, 60년대의 영문표기를 위해 'PPP'라는 상표에 '쓰리피', '333'이라는 상표에 '삼쓰리'라는 표기 등 재미있는 심벌들이 많았다.

하지만 설문 조사를 위한 10개의 심벌 선정 과정에서 미흡했던 점은 본 연구가 1950년부터 1990년대에 이르는 심벌들을 대상으로 했듯이 유형별, 연도별, 시지각적 표현 방법상 균등하게 나누어졌으면 더욱더 확실한 인지 성향을 얻을 수 있었다고 생각된다.

참고문헌

<단행본>

- 루돌프 아른하임, 「시각적 사고」, 김정오 역, 이화 여자 대학교 출판부, 1991.
- 루돌프 아른하임, 「미술과 시지각」, 김춘일 역, 미진사, 1995.
- B. 클라인트, 「인간의 시각 조형의 발견」, 오근재 역, 미진사, 1994.
- 이윤상, 「심리학 개론」, 기독교문서 선교회, 1986.
- 조명한, 「심리학에 있어서 Gestalt 이론」, 홍익, 1971.
- 스스미 나미오, 「형의 발상」, 김학성 · 오천학 역, 도서출판 창미, 1994.
- 김춘일 · 박남희, 「조형의 기초와 분석」, 미진사, 1991.
- 조 열, 「착시 디자인」, 도서출판 브랜미술, 1996.
- 박선의 · 최호천, 「시각 커뮤니케이션 디자인」, 미진사, 1989.
- 이하성, 「공예 개론」, 수학사, 1954.
- 김복영, 「시각 형태론」, 월간디자인, 1984.
- 임연용, 「현대디자인론」, 학문사, 1986.
- 장철호, 「마크디자인의 실제」, 조형사, 1991.
- 나카하시 모토오, 「기업과 디자인 시스템」, 오리콤 출판부, 1984.
- 고필종, 장은석, 「심플 디자인의 이해」, 예경, 1996.
- 안승식 외 10명 공저, 「한국 경제의 발전 과정」, 돌베게, 1981.
- 박암중, 「한국디자인 100년」, 월간디자인, 1995.
- 황춘섭, 「세계 전통 복식」, 수학사, 1995.
- 박현세, 「한국경제론」, 까치출판사, 1987.
- W. Kandinsky, 「점 · 선 · 면」, 차봉희 역, 열화당, 1983.

<외국도서>

- Gregory, R.L. The Intelligent Eye, McGraw-Hill Book Company, New York, 1970.
- Turnbull, C. M. observation, American Journal of psychology, 1961.
- Koffka, K. principles of Gestalt Psychology, London : R & K. Paul, 1955.

Zakia, R. D., Perception and Photography, New Jersey : Pretice-Hall, Inc, 1975.

<논문>

조 열, 반전 도형의 시각적 유희성에 관한 연구, 한성대 논문집, 1993.

배성미, 형태 언어로서의 심벌과 색채 언어의 상관성 연구, 홍익대 석사학위논문, 1986.

조혜정, 심볼 마크가 기업 이미지에 미치는 영향, 숙명여대 석사학위논문, 1985.

정시화, 한국 기업의 그래픽 심벌에 관한 고찰, 국민대 환경디자인 연구소, 1992.

김은풍, Visual Design의 심리 현상에 대한 연구, 한양대 석사학위논문, 1980.

안정숙, Symbol Mark에 나타난 Figure와 Ground의 시각적 유기화에 관한 연구, 홍익대, 1989.

ABSTRACT

REPRESENTATION BY VISUAL PERCEPTION IN SYMBOL

Yu, Bong-seon

Major in Visual Design

Dept. of Industrial Design

The Graduate school of Art

Hansung University

This thesis is research object to verify rational and systematical expression through visual perception of our enterprise symbol type.

As analysis modeling of symbol type, we grope for application possibility and directive presentation for expression of rational symbol through equable division by expression of type.

This is analyzed in direct expression and indirect. And it is applied of the times and each types of industry that the classification by expression.

According to result of symbol expression type,

First, direct expression decrease back and forth of 1985, and indirect increase.

Second, we knew symbol is made of more type in the second half of 1980's .

Third, they could remember easily that an interesting expression type is

impressive.

By reviewing its possibilities of the formative element on the basis of figure and ground relationship expressed on the symbol, it is my wish to be of any help to the new scientific the formative study.

부록

- 한국 기업 심별의 시대별, 업종별 분석 자료
- 설문지

표1. 금융업 심벌의 표현방법 분석

연 도	소극적인 표현	적극적인 표현	총 계 / 백분율(%)
1959년		1개 / 100%	1개 / 100%
1963년	1개 / 100%		1개 / 100%
1968년	1개 / 100%		1개 / 100%
1975년	2개 / 67%	1개 / 33%	3개 / 100%
1976년	2개 / 100%		2개 / 100%
1977년	1개 / 50%	1개 / 50%	2개 / 100%
1978년	1개 / 50%	1개 / 50%	2개 / 100%
1979년	2개 / 100%		2개 / 100%
1980년	1개 / 100%		1개 / 100%
1981년	9개 / 60%	6개 / 40%	15개 / 100%
1982년	3개 / 60%	2개 / 40%	5개 / 100%
1983년	1개 / 20%	4개 / 80%	5개 / 100%
1984년	3개 / 50%	3개 / 50%	6개 / 100%
1985년	1개 / 14.3%	6개 / 85.7%	7개 / 100%
1986년	5개 / 50%	5개 / 50%	10개 / 100%
1987년	4개 / 36.4%	7개 / 63.6%	11개 / 100%
1988년	5개 / 62.5%	3개 / 37.5%	8개 / 100%
1989년	4개 / 27%	11개 / 73%	15개 / 100%
1990년	3개 / 37.5%	5개 / 62.5%	8개 / 100%
1991년	5개 / 50%	5개 / 50%	10개 / 100%
1992년		2개 / 100%	2개 / 100%
1994년	1개 / 50%	1개 / 50%	2개 / 100%
1995년	1개 / 100%		1개 / 100%
누 계	56개 / 40%	64개 / 60%	120개 / 100%

표2. 금융업 심벌의 표현형태별 분류

표현 방법	소극적인 표현형태				적극적인 표현형태					
					게슈탈트 재법칙			도와지(평면) 입체		
구분 연도	사실적 형태	기하학 적형태	문자 형태	복합 형태	연속성 (반복)	군화	회전 대칭	주관적 운곽선	반전 도형	입체 도형
1959년							1			
1963년				1						
1968년		1								
1975년				2	1					
1976년		2								
1977년			1					1		
1978년	1								1	
1979년		1		1						
1980년	1									
1981년	1	3	2	3	1		2	1		2
1982년	1			2	1		1			
1983년			1		1	2	1			
1984년		2		1		2	1			
1985년		1			4		2			
1986년	2	3			2	1	1	1		
1987년	2	2			1	4		2		
1988년	1	3		1	2		1			
1989년		4			2	1		3		5
1990년		3			2	1	1			1
1991년	1	3			1	1			2	1
1992년						1	1			
1994년	1						1			
1995년				1						

표3. 기계 / 전자분야 심벌의 표현방법 분석

연 도	소극적인 표현	적극적인 표현	총 계 / 백분율(%)
1965년이전	13개 / 100%		13개 / 100%
1966년	4개 / 66.7%	2개 / 33.3%	6개 / 100%
1967년	10개 / 71.4%	4개 / 28.6%	14개 / 100%
1968년	7개 / 87.5%	1개 / 12.5%	8개 / 100%
1969년	1개 / 100%		1개 / 100%
1975년	4개 / 50%	1개 / 50%	5개 / 100%
1976년	4개 / 80%	1개 / 20%	5개 / 100%
1977년	4개 / 100%		4개 / 100%
1978년	7개 / 87.5%	1개 / 12.5%	8개 / 100%
1979년	3개 / 60%	2개 / 40%	5개 / 100%
1980년	3개 / 30%	7개 / 70%	10개 / 100%
1981년	5개 / 71.4%	2개 / 28.6%	7개 / 100%
1982년	6개 / 85.7%	1개 / 14.3%	7개 / 100%
1983년	7개 / 70%	3개 / 30%	10개 / 100%
1984년	4개 / 57%	3개 / 43%	7개 / 100%
1985년	4개 / 57%	3개 / 43%	7개 / 100%
1986년	3개 / 27%	8개 / 73%	11개 / 100%
1987년	9개 / 37.5%	7개 / 62.5%	16개 / 100%
1988년	8개 / 50%	8개 / 50%	16개 / 100%
1989년	3개 / 18.8%	13개 / 81.2%	16개 / 100%
1990년	7개 / 70%	3개 / 30%	10개 / 100%
1991년	4개 / 40%	6개 / 60%	10개 / 100%
1993년	1개 / 100%		1개 / 100%
1995년		1개 / 100%	1개 / 100%
누 계	123개 / 61.5%	77개 / 38.5%	200개 / 100%

표5. 석유 / 화학공업 심벌의 표현방법 분석

연 도	소극적인 표현	적극적인 표현	총계 / 백분율(%)
1960년이전	35개 / 94.6%	2개 / 5.4%	37개 / 100%
1961-66년	47개 / 92.2%	4개 / 7.8%	51개 / 100%
1967년	11개 / 84.6%	2개 / 15.4%	13개 / 100%
1968년	21개 / 95.5%	1개 / 4.5%	22개 / 100%
1969년	5개 / 100%		5개 / 100%
1974년	1개 / 50%	1개 / 50%	2개 / 100%
1975년	3개 / 60%	2개 / 40%	5개 / 100%
1976년	7개 / 77.8%	2개 / 22.2%	9개 / 100%
1977년	6개 / 75%	2개 / 25%	8개 / 100%
1978년	12개 / 100%		12개 / 100%
1979년	4개 / 66.7%	2개 / 33.3%	6개 / 100%
1980년	5개 / 45.5%	6개 / 54.5%	11개 / 100%
1981년	6개 / 46.2%	7개 / 53.8%	13개 / 100%
1982년	3개 / 50%	3개 / 50%	6개 / 100%
1983년	8개 / 57.1%	6개 / 42.9%	14개 / 100%
1985년	6개 / 33.3%	12개 / 66.7%	18개 / 100%
1986년	8개 / 72.7%	3개 / 27.3%	11개 / 100%
1987년	3개 / 25%	9개 / 75%	12개 / 100%
1988년		10개 / 100%	10개 / 100%
1989년	2개 / 22.2%	7개 / 77.8%	9개 / 100%
1990년	6개 / 42.9%	8개 / 57.1%	14개 / 100%
1991년	6개 / 40%	9개 / 60%	15개 / 100%
1993년	1개 / 50%	1개 / 50%	2개 / 100%
1994년		1개 / 100%	1개 / 100%
누 계	206개 / 68.1%	101개 / 31.9%	307개 / 100%

표6. 석유 / 화학공업 심벌의 표현형태별 분류

표현 방법	소극적인 표현형태				적극적인 표현형태					
					계슈탈트 재법칙			도와지(평면)		입체
구분 연도	사실적 형태	기하학 적형태	문자 형태	복합 형태	연속성 (반복)	군화	회전 대칭	주관적 운곽선	반전 도형	입체 도형
60년전	12		12	11			2			
61-66	9	7	12	19	4					
1967년	5	3	2	1	2					
1968년	51	4	3	9	1					
1969년			5							
1974년	1				1					
1975년	1			2	1			1		
1976년	1	3	1	2			1			1
1977년	2	4			1			1		
1978년	3	6	1	2						
1979년		2		2	1		1			
1980년	1	3		1	2	2	1	1		
1981년	1	5			2		1	1	3	
1982년		2		1		1		1	1	
1983년	1	5		2	2	1	1	2		
1985년	1	1		4	6	2		2	2	1
1986년	3	2	1	2				1	2	
1987년				3	2	1	3	1		2
1988년					1	3	1	3		2
1989년		2			3	3			1	
1990년	3	3			4	1	1	1		1
1991년		4		2	2	2	1	1	1	2
1993년	1						1			
1994년					1					

표7. 토목 / 건축업 심벌의 표현방법 분석

연 도	소극적인 표현	적극적인 표현	총 계 / 백분율(%)
1967년이전	20개 / 90.9%	2개 / 9.1%	22개 / 100%
1968년	7개 / 58.3%	5개 / 41.7%	12개 / 100%
1971년	2개 / 100%		2개 / 100%
1975년	3개 / 75%	1개 / 25%	4개 / 100%
1976년	3개 / 100%		3개 / 100%
1977년	4개 / 80%	1개 / 20%	5개 / 100%
1978년	9개 / 69.2%	4개 / 30.8%	13개 / 100%
1979년	8개 / 72.7%	3개 / 27.3	11개 / 100%
1980년	7개 / 58.3%	5개 / 41.7%	12개 / 100%
1981년	3개 / 37.5%	5개 / 62.5%	8개 / 100%
1982년	6개 / 50%	6개 / 50%	12개 / 100%
1983년	4개 / 50%	4개 / 50%	8개 / 100%
1984년	5개 / 62.5%	3개 / 37.5%	8개 / 100%
1985년	9개 / 69.2%	4개 / 30.8%	13개 / 100%
1986년	7개 / 58.3%	5개 / 41.7%	12개 / 100%
1987년	6개 / 42.9%	8개 / 57.1%	14개 / 100%
1988년	6개 / 37.5%	10개 / 62.5%	16개 / 100%
1989년	7개 / 33.3%	14개 / 66.7%	21개 / 100%
1990년	7개 / 37.5%	14개 / 62.5%	21개 / 100%
1991년	4개 / 17.4%	19개 / 82.6%	23개 / 100%
1993년	3개 / 37.5%	5개 / 62.5%	8개 / 100%
1994년	1개 / 50%	1개 / 50%	2개 / 100%
1995년		1개 / 100%	1개 / 100%
누 계	107개 / 48.2%	115개 / 51.8%	251개 / 100%

표9. 식품류 심벌의 표현방법 분석

연 도	소극적인 표현	적극적인 표현	총 계 / 백분율(%)
1950-1965	30개 / 100%		30개 / 100%
1966년	22개 / 91.7%	2개 / 8.3%	24개 / 100%
1969년		1개 / 100%	1개 / 100%
1970년	14개 / 77.8%	4개 / 22.2%	18개 / 100%
1972년	1개 / 100%		1개 / 100%
1975년	9개 / 90%	1개 / 10%	10개 / 100%
1976년	1개 / 100%		1개 / 100%
1977년	5개 / 100%		5개 / 100%
1978년	3개 / 60%	2개 / 40%	5개 / 100%
1979년	3개 / 50%	3개 / 50%	6개 / 100%
1980년	3개 / 27.3%	8개 / 72.7%	11개 / 100%
1981년	5개 / 80%	1개 / 20%	6개 / 100%
1982년	4개 / 57.1%	3개 / 42.9%	7개 / 100%
1983년	1개 / 16.7%	5개 / 83.3%	6개 / 100%
1984년	3개 / 27.3%	8개 / 72.7%	11개 / 100%
1985년	8개 / 66.7%	4개 / 33.3%	12개 / 100%
1987년	9개 / 50%	9개 / 50%	18개 / 100%
1988년	8개 / 44.4%	10개 / 55.6%	18개 / 100%
1989년	7개 / 58.3%	5개 / 41.7%	12개 / 100%
1990년	7개 / 43.8%	9개 / 56.2%	16개 / 100%
1991년	3개 / 33.3%	6개 / 66.7%	9개 / 100%
1992년	3개 / 100%		3개 / 100%
1993년		2개 / 100%	2개 / 100%
누 계	149개 / 62.3%	90개 / 37.7%	239개 / 100%

표10. 식품류 심벌의 표현형태 분류

표현 방법	소극적인 표현형태				적극적인 표현형태					
					계슈탈트 재법칙			도와지(평면)		입체
구분 연도	사실적 형태	기하학 적형태	문자 형태	복합 형태	연속성 (반복)	군화	회전 대칭	주관적 윤곽선	반전 도형	입체 도형
50-65	2	5	11	12						
1966년	4	3	5	10	1		1			
1969년									1	
1970년	3	1	6	4			4			
1972년			1							
1975년	3			6	1					
1976년				1						
1977년	1			4						
1978년	1	2			1			1		
1979년	2			1	1			2		
1980년	1			2	4	2	1	1		
1981년	1	1		3	1					
1982년	1	2		1	1		1	1		
1983년				1	1	2	1	1		
1984년		2		1	1	2	3	2		
1985년	1	1		6	1	1	2			
1987년	5	1		3	2		2	3		2
1988년	2	3		3	4		3	3		
1989년	2		2	3	3			1	1	
1990년	4	1	1	1	2	1	1	4	1	
1991년	1			2	2		1	3		
1992년	2			1						
1993년					2					

표11. 방직 / 의류업 심벌의 표현방법 분석

연 도	소극적인 표현	적극적인 표현	총 계 / 백분율(%)
1950-1960	6개 / 75%	2개 / 25%	8개 / 100%
1961-1965	24개 / 77.4%	7개 / 22.6%	31개 / 100%
1966년	4개 / 50%	4개 / 50%	8개 / 100%
1967년	6개 / 54.6%	5개 / 45.4%	11개 / 100%
1968년	8개 / 66.7%	4개 / 33.3%	12개 / 100%
1974년	1개 / 100%		1개 / 100%
1975년	11개 / 73.3%	4개 / 26.7	15개 / 100%
1976년	12개 / 66.7%	6개 / 33.3%	18개 / 100%
1977년	12개 / 85.7%	2개 / 14.3%	14개 / 100%
1978년	11개 / 47.8%	12개 / 52.2%	23개 / 100%
1979년	10개 / 66.7%	5개 / 33.3%	15개 / 100%
1980년	5개 / 38.5%	8개 / 61.5%	13개 / 100%
1981년	8개 / 72.7%	3개 / 27.3%	11개 / 100%
1982년	5개 / 41.7%	7개 / 58.3%	12개 / 100%
1983년	9개 / 56.3%	7개 / 43.7%	16개 / 100%
1984년	12개 / 85.7%	2개 / 14.3%	14개 / 100%
1985년	19개 / 70.4%	8개 / 29.6%	27개 / 100%
1986년	17개 / 56.7%	13개 / 43.3%	30개 / 100%
1987년	10개 / 43.5%	13개 / 56.5%	23개 / 100%
1988년	13개 / 39.4%	20개 / 60.6%	33개 / 100%
1989년	12개 / 37.5%	20개 / 62.5%	32개 / 100%
1990년	11개 / 47.8%	12개 / 52.2	23개 / 100%
1991년이후	7개 / 30.4%	16개 / 69.6%	23개 / 100%
누 계	233개 / 56.1%	182개 / 43.9%	415개 / 100%

표12. 방직 / 의류업 심별의 표현형태 분류

표현 방법	소극적인 표현형태				적극적인 표현형태					
					게슈탈트 재법칙			도와지(평면)		입체
구분 연도	사실적 형태	기하학 적형태	문자 형태	복합 형태	연속성 (반복)	균화	회전 대칭	주관적 운곽선	반전 도형	입체 도형
50-60	2	1		3	1		1			
61-65	11	5	1	7	1		5	1		
1966년	1	2		1	1		1	1	1	
1967년	2	2		2	2		1	1	1	
1968년	3	1		4			2	1	1	
1974년				1						
1975년	2	3		6	3			1		
1976년	3	4	2	3	2	1	2	1		
1977년	4	4		3				2		
1978년	3	4	2	2	4	4	4			
1979년	3	5		2	3			2		
1980년	2		2	1	2	3	1	1	1	
1981년		3	1	4				2	1	
1982년	1	2	1	1	1	1	1		4	
1983년	3	3		3	1		2	4		
1984년	6	2	2	2	1		1	1		
1985년	8	3	2	6	1		5	1	1	
1986년	6	3	1	7	2	1		8	2	
1987년	5	1	3	1	2	2	3	3	3	
1988년	8		1	4	6	1	3	8	2	
1989년	4	3		5	4	3	2	11		
1990년	4	3		4	6	2	1	3		
91이후	3	1		3	5		1	9	1	

설문지

본 설문지는 심벌형태의 표현방법에 대한 연구로 대학원 논문 자료로 활용하고자 조사하는 것입니다. 성의있는 응답을 주시면 감사하겠습니다.

* 연령 : () 세 성별 : 남 / 여 종사업종 :

문 제 / 10의 심벌형태를 보시고 각각의 느낌을 보기의 형식으로 표시해 주세요.

(예) 만일 귀하가 '좋은 - 싫은' 항목에서 '약간 좋은'을 느끼셨다면 다음과 같이 표시하여 주십시오.

	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
좋은	*.....*.....*.....*.....*					싫은

심벌형태 1.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
눈에 띄는	*.....*.....*.....*.....*					눈에 띄지않은
현대적인	*.....*.....*.....*.....*					보수적인
단순한	*.....*.....*.....*.....*					복잡한
친근하다	*.....*.....*.....*.....*					친근하지 않은
호소력있는	*.....*.....*.....*.....*					호소력없는
좋은	*.....*.....*.....*.....*					싫은
재미있는	*.....*.....*.....*.....*					재미없는
기억하기쉬운	*.....*.....*.....*.....*					기억하기어려운

심벌형태 2.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
눈에 띄는	*.....*					눈에 띄지않은
현대적인	*.....*					보수적인
단순한	*.....*					복잡한
친근하다	*.....*					친근하지 않은
호소력있는	*.....*					호소력없는
좋은	*.....*					싫은
재미있는	*.....*					재미없는
기억하기쉬운	*.....*					기억하기어려운

심벌형태 3.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
눈에 띄는	*.....*					눈에 띄지않은
현대적인	*.....*					보수적인
단순한	*.....*					복잡한
친근하다	*.....*					친근하지 않은
호소력있는	*.....*					호소력없는
좋은	*.....*					싫은
재미있는	*.....*					재미없는
기억하기쉬운	*.....*					기억하기어려운

심벌형태 4.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
눈에 띄는	*.....*					눈에 띄지않은
현대적인	*.....*					보수적인
단순한	*.....*					복잡한
친근하다	*.....*					친근하지 않은
호소력있는	*.....*					호소력없는
좋은	*.....*					싫은
재미있는	*.....*					재미없는
기억하기쉬운	*.....*					기억하기어려운

심벌형태 5.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
눈에 띄는	*.....*					눈에 띄지않은
현대적인	*.....*					보수적인
단순한	*.....*					복잡한
친근하다	*.....*					친근하지 않은
호소력있는	*.....*					호소력없는
좋은	*.....*					싫은
재미있는	*.....*					재미없는
기억하기쉬운	*.....*					기억하기어려운

심벌형태 6.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우
눈에 띄는	*.....*				눈에 띄지않은
현대적인	*.....*				보수적인
단순한	*.....*				복잡한
친근하다	*.....*				친근하지 않은
호소력있는	*.....*				호소력없는
좋은	*.....*				싫은
재미있는	*.....*				재미없는
기억하기쉬운	*.....*				기억하기어려운

심벌형태 7.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우
눈에 띄는	*.....*				눈에 띄지않은
현대적인	*.....*				보수적인
단순한	*.....*				복잡한
친근하다	*.....*				친근하지 않은
호소력있는	*.....*				호소력없는
좋은	*.....*				싫은
재미있는	*.....*				재미없는
기억하기쉬운	*.....*				기억하기어려운

심벌형태 8.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
눈에 띄는	*.....*					눈에 띄지않은
현대적인	*.....*					보수적인
단순한	*.....*					복잡한
친근하다	*.....*					친근하지 않은
호소력있는	*.....*					호소력없는
좋은	*.....*					싫은
재미있는	*.....*					재미없는
기억하기쉬운	*.....*					기억하기어려운

심벌형태 9.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우	
눈에 띄는	*.....*					눈에 띄지않은
현대적인	*.....*					보수적인
단순한	*.....*					복잡한
친근하다	*.....*					친근하지 않은
호소력있는	*.....*					호소력없는
좋은	*.....*					싫은
재미있는	*.....*					재미없는
기억하기쉬운	*.....*					기억하기어려운

심벌형태 10.



	매우	약간	이도저도아닌	약간	매우
눈에 띄는	*.....*				눈에 띄지않은
현대적인	*.....*				보수적인
단순한	*.....*				복잡한
친근하다	*.....*				친근하지 않은
호소력있는	*.....*				호소력없는
좋은	*.....*				싫은
재미있는	*.....*				재미없는
기억하기쉬운	*.....*				기억하기어려운

문 제 2 / 위의 설문에 응답하신 10개의 심벌형태중 가장 인상적인 심벌은 무엇이라고 생각하십니까?
 그렇다면 그 이유를 간단하게 설명해 주세요.

***** 바쁘신 시간 할애해 주셔서 진심으로 감사드립니다. *****