

## 한국 대학교의 상징 활용 유형에 대한 분석

Analysis of the types of symbols used by Korean University

주 저 자 : 김문석 (Kim, Moon Seok)

광운대학교 동북아문화산업학부 교수

kms@kw.ac.kr

공 동 저 자 : 오은석 (O, Eun Seok)

광운대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수

---

<https://doi.org/10.46248/kidrs.2021.4.416>

접수일자 2021. 11. 17. / 심사완료일자 2021. 12. 15. / 게재확정일자 2021. 12. 25.

이 논문은 2021년도 광운대학교 연구년에 의하여 연구되었음.

## Abstract

In that sense alone, the symbol of a university has the same meaning as a certification representing the university. Universities use symbols to imprint the image of an accredited university on people and pursue its identity and legitimacy. The research method is based on the data of QS World University Evaluation (2021), a British university evaluation agency. Among them, four domestic universities in the top 20 in the Asian university evaluation were surveyed and analyzed on the use of symbols by each university. The types and content aspects using the symbols of universities were analyzed. As a result of the analysis, the image composition of the symbol contains as many as 6 to as 2 elements. Most of the symbolic expression forms are conceptual. All of the representative symbolic colors are choosing one color. Finally, the colors expressed by the symbol consist mainly of simple colors.

## Keyword

Types of symbols(심볼 유형), Korean universities(한국 대학교), Coat of Arms(문장)

## 요약

대학의 상징은 그 의미로만 보더라도 대학을 대표하는 하나의 인증과 같은 의미를 지니게 된다. 대학은 상징을 활용하여 공인된 대학의 이미지를 사람들에게 각인시키고 대학의 정체성 및 정통성을 추구한다. 연구의 방법은 영국의 대학평가기관인 QS 세계대학평가(2021) 데이터를 기준으로 한다. 그중, 아시아 대학평가 상위 20위 이내에 속한 국내 4개 대학을 대상으로 각 대학의 상징활용에 대해서 조사분석하였다. 대학의 상징을 활용하고 있는 유형과 내용적 측면을 분석하였다. 분석 결과 상징의 이미지 구성은 많게는 6개부터 적게는 2개 정도의 요소를 포함하고 있다. 상징 표현 형태는 구상적 형태가 대부분이다. 대표 상징색은 모두 하나의 색상을 선택하고 있다. 마지막으로 상징(심볼)이 표현하고 있는 색채는 단순한 색상 위주로 이루어져 있다.

## 목차

### 1. 서론

- 1-1. 연구의 배경
- 1-2. 연구 목적 및 방법

### 2. 이론적 배경

- 2-1. 상징의 의미와 CIP
- 2-2. 소쉬르와 퍼스의 기호학

### 3. 대학별 상징활용 조사 및 분석

- 3-1. 상징 분석 대상

3-2. 고려대학교 상징활용 분석

3-3. 카이스트 상징활용 분석

3-4. 서울대학교 상징활용 분석

3-5. 성균관대학교 상징활용 분석

### 4. 대학 상징활용의 비교 분석

### 5. 결론

### 참고문헌

## 1. 서론

### 1-1. 연구의 배경

모든 대학은 대학의 정체성을 알리기 위하여 그들 대학만의 상징을 활용한다. 상징의 종류에는 우리가 흔히 알고 있는 심볼마크에서부터 동물, 식물, 인공물, 기하학 형태, 색채, 타이포 등 다양한 방식으로 대학을 상징한다. 이러한 대학의 상징은 그 의미로만 보더라도 대학을 대표하는 하나의 인공과 같은 의미를 지니게 된다. 각 대학은 이러한 상징을 활용하여 공인된 대학의 이미지를 사람들에게 각인시키고 대학의 정체성 및 정통성을 추구한다.

대학은 저마다 각기 다른 방식으로 상징을 활용한다. 따라서 대학이 정체성을 표현하기 위한 다양한 방법을 검토하여 연구해 볼 필요가 있으며 이를 통해서 대학이 상징을 표현하는 방법과 범위를 분석하고, 다양한 상징의 표현 방식에 대해서 알아보고자 한다.

### 1-2. 연구 목적 및 방법

과거에서부터 현재에 이르기까지 문장과 상징은 한 국가나 조직, 사회, 단체를 대변하는 역할을 해오고 있다. 기업은 기업의 이미지를 구축하여 그들의 정체성을 표현하고 이를 통해 다양한 국가와 다양한 문화에 파고들어 하나의 이미지를 구축하여 기업활동에 이용한다. 대학 또한 전통적으로 대학이 추구하는 바에 대한 이미지를 구축하여 하나의 문장으로 대표하여 활용해 오고 있다. 영국의 일부 대학은 천여 년을 이어오면서 대학의 문장이 하나의 전통과 역사와 정통성의 상징으로 여겨지고 있다. 우리나라의 대학 역시 어떤 대학은 역사가 몇백 년에서 짧게는 몇십 년에 이르기까지 대학의 태동이 다르긴 하지만 모든 대학에서 대학의 상징을 활용하고 있다. 본 연구자는 선행연구에서 국내외 기업의 상징 패러다임 변화에 대한 연구와 영국대학교의 대학 심볼 상징 분석연구를 수행하였으며 본 연구에서는 국내 대학의 상징 활용에 대한 기초연구를 하고자 한다.

연구의 방법은 영국의 세계적으로 유명한 대학평가 기관인 QS 세계대학평가(2021) 데이터를 기준으로 해서 그중, 아시아 대학평가 상위 20위 이내에 속한 국내 4개 대학을 대상으로 각 대학의 상징활용에 대해서 조사분석하고자 한다. 향후, 연구 대상의 범위를 넓혀 한국대학의 상징활용 유형에 대한 심도 있는 연구와 해외 대학과의 비교연구로 연구의 범위를 체계적으로 확장해 나갈 예정이다.

## 2. 이론적 배경

### 2-1. 상징의 의미와 CIP

상징이 하나의 이론적인 체계를 가지고 발전하기 시작한 때는 18세기에서부터 학문적인 체계를 가지고 지금까지 발전해 왔으며, 인류학이나 심리학, 사회학, 철학, 종교학 등에서 광범위한 분야에 걸쳐 발전해 오고 있다. 상징에 대한 학문적 논의는 인간이 상징을 사용하는 동물이라는 이론에 바탕을 두고, 언어를 비롯한 인간문화의 모든 요소들을 이 상징이라는 독특한 능력의 표현이라고 생각하며, 이러한 상징논의는 언어학에 입각한 예술철학 외에도 여러 분야에서 나타난다.

상징에 대한 철학적 의미를 연구하는 카시러(E.Cassirer)의 상징론은 여러 인접 학문에 다양하고도 유용한 인식 틀을 제공해 주었다. 인지적 입장에서 상징론의 초기형태를 취하고 있는 것은 카시러, 수잔 랭거(Susanne.K.Langer)의 상징철학이다. 카시러는 신화, 언어, 예술, 역사, 종교, 과학 등은 모두 인간의 독자적인 정신작용에 의해서 구성된 상징형식이라고 하였다. 1) 상징(Symbol)은 그리스어로 ‘Symbolon(접합하다)’에서 유래하는 말인데, 원래는 증거를 의미하지만 더 나아가서는 하나의 징표로서 어떠한 의미를 나타내는 형상을 가르키고 오늘날에는 감각적 형상이 그 본래의 의미에 더해져 본래적 의미가 아닌 것을 담는 경우를 말한다. 상징이란 뜻은 말이나 형태로 나타내기 힘든 것을 그것이 갖는 의미를 중심으로 해서 간략하게 표현한 것으로 무엇인가의 연상의 힘을 빌려서 이미지를 밖으로 나타내는 것으로 볼 수 있다. 2)

상징은 그 의미가 복잡하고 모호하여 정의 및 분류 역시 다양하게 존재한다. 그러나 이렇게 다의적인 특성을 지닌 상징은 그 다양한 의미들을 종합해주는 기능을 가지고 있어서, 복잡한 의미를 특정의 대상이나 행동으로 압축하고 그 사물 자체의 한계를 뛰어넘어 전체와 일치시키고 나아가 전체를 제시하는 힘을 지닌다. 상징의 대표적 기능으로는 제시(Presentation), 표상(Representation), 개념화(Conceptualization)가 있다. 제시 기능은 직접적인 체험에 의하여 즉각적이고 직접적인 형태로 어떤 사물을 제시하는 작용을 한다. 표상 기능은 대상을 관찰하여 몇 가지 대표적인 요소를 분리, 추출하여 재현하는 기능으로서, 이 기능을 통해 의미를 가진 상징체계로서의 역할을 할 수 있다. 마지막

- 1) 김문환, 현대미학의 방향, 열화당, 1985, pp. 154~155.
- 2) 김상국, 현대 주거건축에서 기호론으로 본 상징의 표현 특성에 관한 연구, 대구한의대학교 석사학위논문, 2009, pp.8~9.(요약)

으로 개념화 기능은 표상 기능을 개념적으로 더 발전시키는 것으로, 상징을 더욱 뚜렷이 나타나게 한다.<sup>3)</sup> 상징은 다음의 8가지 기능을 가지고 있으며 그 정의는 다음과 같다. [표 1]<sup>4)</sup> 참조.

[표 1] 상징의 8가지 기능

구분	상징의 기능	상징의 기능별 정의
1	표출 및 의미 함축의 기능	상징은 추상적인 개념을 특정 대상을 통해 표출하고, 또 그 반대로 특정 대상에 추상적인 의미를 함축한다.
2	사회 관계 유지의 기능	상징은 개인과 사회의 관계를 중개하는 역할을 한다.
3	사회 질서유지 및 안전보장의 기능	상징은 역할과 관계를 객관화시킴으로써 사회생활을 질서 있게 유지시키고, 그를 통해 안정성과 지속성을 보장한다.
4	의사 소통 및 정보 전달의 기능	상징은 집단 내에서 의사 소통과 정보 전달의 기능을 한다.
5	집단 구성원들의 신념 강화 기능	상징은 집단 성원들의 신념을 강화시키는 기능을 한다.
6	집단 결속 및 사회 통합의 기능	상징은 국가 집단 내의 상이하고 갈등하는 성원들을 단결시키는 하나의 힘으로써 효과적인 기능을 가진다.
7	정당성 부여의 기능	상징은 어떤 행위에 대한 정당성을 부여하는 기능을 한다.
8	집단 동원의 기능	상징은 개인들에게 동기를 부여하고 행위를 유발시키며, 집단적으로 사람들을 동원하는 기능을 한다.

다만 Corporate Identity 또는 Corporate Identification의 약자이다. 아이덴티티(Identity)의 사전적 의미는 자기 정체성(Self-Identity), 자아 정체성(Ego-Identity), 주체성, 독립성, 본질 등으로 미국의 정신분석학자 E H 에릭슨의 정신분석적 자아심리학에서는 첫째, 자아의 종합 방법(개성적인 존재의 스타일)에다 동일성(Sameness)과 연속성(Continuity)을 자각하는 것이며, 둘째, 타인에 대해서도 그 동일성과 연속성을 변함없이 자각하는 것이라고 정의되어 있다. 따라서 다란 기업의 동일성과 연속성을 대내외적으로 자각하는 것으로서, 기업의 공통 이념과 목표, 행동 양식을 통합, 정리하여 기업의 정체성을 확립하고, 그 공통의 목표를 달성하고 환경에 적응하기

3) 홍군선, 도시상징을 활용한 도시브랜드 제고에 관한연구, 고려대학교 석사학위논문, 2010, p.9.

4) Ibid. p.10.

위한 제 활동이라 할 수 있다. 다시 말하면, 다란 '기업이나 공공단체 또는 더 나아가 특정 집단이 지니고 있는 고유의 목적, 활동, 이념 등의 총체적인 이미지를 시각적으로 체계화하는 작업'이라 정의하며, '경영 목적에 합치한 이상적 이미지 목표를 설정하고 이를 표현하기 위한 경영 노력을 동반하는 영속적 정보개발행위로서 경영 환경 및 그 조건을 자사에게 유리하게 하기 위한 커뮤니케이션 회로를 창조하는 체계라 요약할 수 있다.<sup>5)</sup> 다음 [표 2]<sup>6)</sup>는 마케팅 차원에서의 이미지 분류이다.

[표 2] 마케팅 차원에서의 이미지 분류

구분	내용
제품 이미지 (Product Image)	특정 제품에 대해 소비자가 지니고 있는 이미지 - 형성 요인 : 제품설계, 제품, 아이디어, 포장, 가격 등
상표 이미지 (Brand Image)	어떤 제품 계열에 속하는 모든 상표들이 가지고 있는 각각의 개성에 대한 소비자들의 생각이나 인상
기업 이미지 (Corporate Image)	소비자 대중과 관련 기관들이 제품이나 상표보다 그것을 생산하는 기업 자체에 대해 지니는 이미지

## 2-2. 소쉬르와 퍼스의 기호학

하나의 상징은 관념을 의미하며, 관념은 기호로 나타나게 된다. 하지만 기호로 나타난 관념은 보는 사람과 처한 상황에 따라 여러 가지의 관념으로 나타나게 된다. 이러한 일련의 과정에서 상징을 정당화를 위하여 기호론에 근거한 실증적인 방법을 필요로 한다. 즉 상징성을 추출해 내기 위한 논리적인 방법은 필요하며 이는 현상적 세계를 일관되고 논리적인 체계로 만드는 그러한 방식이 표상적인 요구를 만들어냄으로써 그 근거를 찾을 수 있기 때문이다. 따라서, 그 표상적인 관계는 도상적 가치를 이루고 있고 기호론의 논리를 통해서 상징이 어떤 위치에 존재함을 인식할 수 있기 때문이다.

기호란 인간의 의지, 감정, 지식을 어떤 물리현상을 통하여 나타내는 하나의 상징적 표현형식이라 할 수

5) 박현진, CI의 시각적인 요인(VI)들이 소비자가 느끼는 기업이미지에 미치는 효과 분석, 동국대학교 대학원 석사학위논문, 2002, p.4.

6) 김승욱, 기업이미지가 상표 확장에 미치는 영향에 관한 연구, 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1996, p. 25.

있다. 기호는 한쪽의 A가 다른 쪽 B를 대신할 때 성립되고 또한 어떤 사람이 사용하여 다른 사람에게 자극을 부여할 때 그 의미가 수반되어야 하며 사회구성원 사이에 규범과 같이 되어있어야 한다.

하나의 기호로 나타나기 위해서는 그 기호가 되기 위한 대상이 있어야 한다. 대상은 사회적 관습과 문화에 따라 사고를 일으키게 되며 그러한 사고는 심리적 연산 작용을 통하여 상징으로 나타나게 되며, 상징에 대한 구체화가 바로 기호로서 나타나게 된다.<sup>7)</sup>

기호학은 인간사회에서 사용되는 기호에 나타나는 법칙을 규명하고 기호 사이의 관계를 연구하며, 기호를 사용하여 의미를 생산하고 해석하는 과정을 파악한다. 기호학은 사람이 기호를 통해 상징을 창조하고, 그 상징의 의미 작용이 어떻게 발생하는가를 연구하는 학문이다. 기호학에 대한 연구는 오늘날 끊임없이 이루어지고 있으며 언어, 사회, 문화, 경제 등 여러 종류의 사회현상을 탐구하는 접근방법으로서 이용되고 있다. 기호학은 기호의 형태만을 연구하는 것이 아니고, 기호 이면에 존재하는 의미를 파악하고 분석하여 기호가 본래 가지고 있는 목적과 의도를 찾아내고자 한다. 기호학은 단순히 기호를 전달하고 수신하는 커뮤니케이션의 과정만을 서술하고 탐구하는 것이 아니라, 커뮤니케이션을 통해 발신자와 수신자 간에 발생하는 의미작용의 과정을 설명하려는 것이다.<sup>8)</sup>

기호학은 소쉬르(Saussure)의 이론을 바탕으로 퍼스(Pierce)에 의해 정리되었다. 언어에 기반을 둔 구조주의 기호학자 소쉬르는 '기표(Signifier, Signifiant)'와 '기의(Signified, Signifié)'로 나누어진 기호 모델을 제시하였다. 기표는 기호의 이름이나 표현 형태로 설명되고 있지만 소쉬르의 원개념에서는 청각영상을 뜻하는 것이었다. 따라서 기표와 기의는 비물질적이고 개념적인 것 이었으나 현대에 와서는 물리적 형태를 부여하고 있다. 소쉬르의 기호학에서 기표를 '사과라고 쓰인 단어 형태라고 한다면 기의는 '먹을 수 있는 과일 중의 사과나 '미안하다는 의미의 사과' 등으로 의미 의해석을 말한다. 소쉬르의 구조주의 언어학은 '랑그(Langue)'와 '파롤(Parole)'의 구분이 기호체계가 되고 그것을 일반에 적용하여 '코드(Code)'와 '메시지(Message)'등으로 이해된다.<sup>9)</sup> 퍼스는 삼원론적 관점에서 표상체

(Representamen), 대상(Object), 해석체(Interpretant)로 나누고 기호의 작용을 설명하였다. 퍼스의 삼원론적 관점은 모든 기호이론과 해석의 기초가 되는데 첫 번째는 순수하게 지각하는 것이며 단순히 의식적으로 느끼는 것이다. 두 번째는 관계성인데 배경과 형상의 관계 강한 맛바람과 같은 자연현상에 대한 저항 등을 의미한다. 세 번째는 매개 요소로서 인간이 생각하는 동물임을 알게 해주는 해석력과 같은 것이라고 할 수 있다. 그리고 퍼스는 삼원론의 관점에서 이미지를 읽어낼 수 있는 세 가지 기호유형인 '도상, 지표, 상징'을 제시했다. 퍼스의 기호학은 이미 지들을 어떻게 읽어내는지에 대한 관습을 파악할 수 있는 모델을 제시함으로써 선형적인 언어학 기반의 소쉬르 기호학이 설명할 수 없는 비선형적인 의미작용 분석을 가능하게 해주는 촉각, 청각, 시각예술을 위한 기호학이라고 할 수 있다.<sup>10)</sup> 다음 [표 3]<sup>11)</sup>은 도상, 지표, 상징의 특성을 보여준다.

[표 3] 도상, 지표, 상징의 특성

	도상	지표	상징
범주	일차성	이차성	삼차성
현존하는 대상을 반드시 필요로 하는가?	×	○	×
해석체를 반드시 필요로 하는가?	×	×	○

### 3. 대학별 상징활용 조사 및 분석

#### 3-1. 상징 분석 대상

대학의 상징 분석 대상 선정을 위해 영국의 대학평가기관인 QS 세계대학평가(2021) 데이터를 기준으로 아시아 대학평가 상위 20위 이내에 속한 국내 4개 대학(고려대, 카이스트, 서울대, 성균관대 순)을 대상으로 각 대학에서 2021년 현재 활용하고 있는 상징활용과 범위 등에 대해 조사분석하도록 한다. 향후, 본 연구의 내용과 결과를 통해 국내 대학의 상징활용 사례에 대해 조사범위와 내용을 확대하여 보다 세부적이고 심층적인 조사가 될 수 있도록 한다. 다음 [표 4]<sup>12)</sup>는

7) Op.Cit., 김상국, pp.9~10.

8) 박수진, 명품 브랜드 기획전시에 나타난 기호학적 특성 연구, 국민대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2020, p.45.

9) 서소미, 시각커뮤니케이션 디자인의 시적텍스트성 연구, 홍익대학교 대학원 박사학위논문, 2013, p.36.

10) Ibid., pp. 36~37.

11) 강미경, 퍼스의 기호학과 미술사, 이학사, 2011, p. 168.

12) <http://www.veritas-a.com/news/article>

2021 QS 선정 아시아대학 순위 20위 이내 대학의 현황과 국내 대학 순위를 보여준다.

[표 4] 2021 QS 아시아대학 순위 20위 이내 대학

톱20				
순위	대학명	국가	2020 순위	추이
1	싱가포르국립대	싱가포르	1	-
2	칭화대	중국	4	▲
3	난양공대	싱가포르	2	▼
4	홍콩대	홍콩	3	▼
5	저장대	중국	6	▲
6	푸단대	중국	7	▲
7	베이징대	중국	5	▼
8	홍콩과기대	홍콩	8	-
9	말라야대	말레이시아	13	▲
10	상하이자오통대	중국	17	▲
11	고려대	한국	12	▲
12	KAIST	한국	9	▼
13	홍콩중문대	홍콩	10	▼
14	서울대	한국	11	▼
15	도쿄대	일본	13	▼
16	성균관대	한국	16	-
17	교토대	일본	15	▼
18	홍콩시립대	홍콩	19	▲
19	타이완국립대	대만	20	▲
20	도쿄공대	일본	17	▼

### 3-2. 고려대학교 상징활용 분석

고려대학교는 ‘창의적 미래 인재 양성, 세계를 변화시키는 대학’의 모티브를 가지고 있다. 고려대학교는 2005년에 개교100주년을 맞이하여 기존의 U를 재정의 비하여 지정되었으며, 오랜 역사와 전통을 바탕으로 “세계 최고의 대학으로 도약”하고자 하는 고려대학교의 세계적 비전을 담아 제작하였다. 교육을 통해 나라를 구한다는 의미의 방패는 고려대학교의 ‘교육구국’ 건학 정신과 교육으로 인재를 길러 나라를 구하겠다는 이용익선생의 신념이 담겨있다. 교색인 진홍색(Crimson)은 활기와 정열을 상징하는 빛깔로 고려대학교의 학풍과 기질을 나타낸다.

호랑이 문양은 우리나라의 상징이자 대학의 상징으로 고려대학교의 용기, 결단, 민활, 위엄 등을 표현하고 있으며, “1905”는 대학 창립 연도로서 100년 넘게 이어져온 대학의 전통과 학문의 깊이를 보여준다.<sup>13)</sup> 특별히, 고려대학교는 단과대학별 상징을 개발하였다. 개교 111주년을 맞이하여 2016년에 개발된 고려대학교 단과대학 상징 디자인은 자유, 정의, 진리의 교훈을 바탕으로 단과대학별 특성(역사와 전통, 교육이념, 상징

View.html?idxno=347487, 2021. 11. 17.

13) www.korea.ac.kr/mbs/home/mbs/university/subview.do?id=university\_010410010000, 2021. 11. 17.

물, 이니셜 등)을 각 대학으로부터 수집, 반영하여 교내 22개 단과대학만의 자부심과 긍지를 담아 국내 최초로 제작되었다.<sup>14)</sup> [표 5]<sup>15)</sup>, [표 6]<sup>16)</sup>은 고려대학교 교장과 의미, 단과대학 상징체계 등을 보여준다.

[표 5] 고려대학교 교장(심벌)

교장(심벌)	Global Symbol

[표 6] 단과대학 상징체계

구분	단과대학 상징 디자인				
상징 구조					
	인문·사회학 계열 ‘정의’를 상징하는 가로 문양에 세로로 상징적 배열	이공학 계열 ‘진리’를 상징하는 세로 문양에 사선으로 상징적 배열	예술계열 ‘자유’를 상징하는 사선 문양에 가로로 상징적 배열		
구성 요소				보통 상징물 고려대학교를 상징하는 전통물 의상인 독을 상징하는 거울 단과대학별 특성과 맞는 개별 상징 디자인을 개발한다	
	상징물 의 단과대학의 전통적 이상을 형상화한 상징물	상징물 의 단과대학을 대표하는 특징적 상징물	상징물 의 단과대학을 대표하는 특징적 상징물	상징물 의 단과대학을 대표하는 특징적 상징물	
단과대학 상징 사례	순위	단과대학	대학함	사용 목적	상징 소재
	1	인문·사회학대학 대학함: 인문·사회학대학 학사문서(학위증)	대학함: 인문·사회학대학 대학함: 인문·사회학대학 대학함: 인문·사회학대학	대학함: 인문·사회학대학 대학함: 인문·사회학대학 대학함: 인문·사회학대학	‘정의’의 이상(의정)의 계승을 영감한 영 의 기준을 상징하며, 중앙에 의정(의정)을 중심으로 하여 위와 아래로 연결하는 영 을 의미한다.
	2	이공학대학 대학함: 이공학대학 대학함: 이공학대학	대학함: 이공학대학 대학함: 이공학대학 대학함: 이공학대학	대학함: 이공학대학 대학함: 이공학대학 대학함: 이공학대학	세계 무대로의 도약을 상징하는 지구본의 형 상 위에 직선 양 끝을 의미하는 영을 표현하 고, 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영) 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)
	3	예술대학 대학함: 예술대학 대학함: 예술대학	대학함: 예술대학 대학함: 예술대학 대학함: 예술대학	대학함: 예술대학 대학함: 예술대학 대학함: 예술대학	문과대학을 상징하는 사자(사자)를 의미 하는 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)
	4	생명과대학 대학함: 생명과대학 대학함: 생명과대학	대학함: 생명과대학 대학함: 생명과대학 대학함: 생명과대학	대학함: 생명과대학 대학함: 생명과대학 대학함: 생명과대학	생명과대학을 상징하는 영(영)을 상징하며 학문의 상징(의정)과 결합하여 생명과학 대학(의정)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)
	5	경영대학 대학함: 경영대학 대학함: 경영대학	대학함: 경영대학 대학함: 경영대학 대학함: 경영대학	대학함: 경영대학 대학함: 경영대학 대학함: 경영대학	경영대학을 상징하는 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)
	6	법학대학 대학함: 법학대학 대학함: 법학대학	대학함: 법학대학 대학함: 법학대학 대학함: 법학대학	대학함: 법학대학 대학함: 법학대학 대학함: 법학대학	법학대학을 상징하는 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)
	7	스포츠대학 대학함: 스포츠대학 대학함: 스포츠대학	대학함: 스포츠대학 대학함: 스포츠대학 대학함: 스포츠대학	대학함: 스포츠대학 대학함: 스포츠대학 대학함: 스포츠대학	스포츠대학을 상징하는 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)의 영(영)

고려대학교의 상징 분석을 살펴보면 심벌 이미지 구성은 호랑이, 방패, 책, 타이포그래피의 4요소로 구성

14) Ibid.

15) Ibid.

16) Ibid.

되어 있다. 표현형태는 구상표현이다. 심벌 형태의 상징은 용기, 결단, 민활, 위엄을 의미하며, 상징색은 진홍색(Crimson)이다. 색채의 상징 의미는 활기와 경열이며, 색채구성은 4색(진홍, 검정, 흰색, 노랑)으로 구성되어 있다.

색채의 구성비를 살펴보면 흰색, 진홍, 노랑, 검정 순으로 구성되어 있음이 확인된다. [표 7] 참조.

[표 7] 고려대학교 상징 분석

구분	내용
이미지 구성	4요소(호랑이, 방패, 책, 타이포그래피)
표현형태	구상
형태상징	용기, 결단, 민활, 위엄
상징색	진홍색(Crimson)
색채상징	활기와 경열
색채구성	4색(진홍, 검정, 흰색, 노랑)
색채구성비	흰색 > 진홍 > 노랑 > 검정

### 3-3. 카이스트 상징활용 분석

카이스트는 영문 약자인 KAIST를 전면에 활용한 위드마크로 1993년 산업디자인학과 정경원 교수의 책임 아래 만들어졌다.

이후, 2014년 글자체의 현대적인 감각을 살리고 조형미를 추구하는 방향으로 다듬어졌으며 기존 U의 타원형태 그래픽 모티프가 지닌 '확장·무한·우주'의 이미지를 창의와 도전이라는 두 거대한 정신이 만나 새로운 세상을 열어간다는 의미로 재해석하여 상징성을 부여했다.<sup>17)</sup> [표 8]<sup>18)</sup>, [표 9]<sup>19)</sup>는 카이스트 교장(심벌) 및 엠블럼과 학과별 시그니처 및 전용색상을 보여준다.

[표 8] 카이스트 교장(심벌) 및 엠블럼

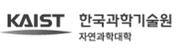
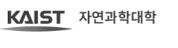
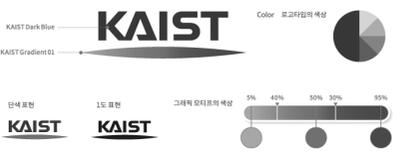
교장(심벌)	엠블럼
	

17) www.kaist.ac.kr/kr/html/kaist/01.html#0104, 2021. 11. 17.

18) www.kaist.ac.kr/kr/html/kaist/010401.html, 2021. 11. 17.

19) Ibid.

[표 9] 학과별 시그니처 및 전용색상

구분	디자인 및 색상	
학과별 시그니처		
		
		
전용 색상		

카이스트의 상징 분석을 살펴보면 심벌 이미지 구성은 타이포그래피와 기하 조형의 2요소로 구성되어 있다. 표현형태는 비구상표현이다. 심벌 형태의 상징은 확장, 무한, 우주를 의미하며, 상징색은 파랑(Blue)이다. 색채의 상징 의미는 따로 규정하지 않았으며, 색채 구성은 1색(파랑)으로 구성되어 있다. 색채의 구성비를 살펴보면 파랑과 파랑의 그라데이션 순으로 구성되어 있음이 확인된다. [표 10] 참조.

[표 10] 카이스트 상징 분석

구분	내용
이미지 구성	2요소(타이포그래피, 기하 조형)
표현형태	비구상
형태상징	확장, 무한, 우주
상징색	파랑(Blue)
색채상징	-
색채구성	1색(파랑)
색채구성비	파랑 > 파랑의 그라데이션

### 3-4. 서울대학교 상징활용 분석

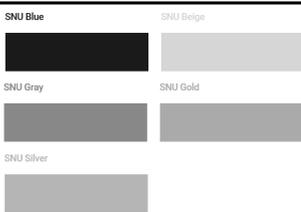
서울대학교 정장은 월계관에 펜과 횃불을 놓고, 그 위에 책과 교문 심볼을 배치한 짙은 파란색의 문장(紋章)입니다. 문장의 월계관의 의미는 경기의 승리나 학문 등의 업적에서 명예와 영광을 상징하며, 으뜸가는 학문적 영예의 전당으로서의 서울대학교를 의미한다. 펜과 횃불의 의미는 지식의 탐구를 통해 겨레의 길을 밝히는데 앞장서겠다는 의지를 나타낸다. 펼쳐진 책에는 라틴어 'VERITAS LUX MEA'가 적혀있고 이는 '진리는 나의 빛'을 의미한다. 교문의 심볼 국립서울대의

머리글자인 '스누'를 상징하는 교문의 심볼이 더해져, 학문과 진리 탐구를 통해 겨레와 함께 미래로 도약하려는 서울대학교의 의지가 함께 담겨있는 문장이다.<sup>20)</sup> [표 11]<sup>21)</sup>, [표 12]<sup>22)</sup>는 서울대학교 교장(심벌) 및 엠블럼 및 교색 및 이니셜 로고를 보여준다.

[표 11] 서울대학교 교장(심벌) 및 엠블럼

교장(심벌)	70주년 엠블럼
	

[표 12] 교색 및 이니셜 로고

구분	디자인 및 색상
교색	
이니셜 로고	

서울대학교의 상징 분석을 살펴보면 심벌 이미지 구성은 월계관, 펜, 횃불, 타이포그래피, 기하 조형, 책의 6요소로 구성되어 있다. 표현형태는 구상위주이며 일부 비구상표현이다. 심벌 형태의 상징은 명예, 영광, 지식의 탐구, 진리, 빛, 교문을 의미하며, 상징색은 파랑(Blue)이다. 이 파랑 색채는 'SNU Blue'의 이름으로 다른 보조 색채와 함께 특허 등록을 마쳤으나 색채의 의미에 대해서는 별도로 게시되지 않았다. 서울대학교에서 색채의 상징 의미는 따로 규정하지 않았으며, 색채 구성은 1색(파랑)으로 구성되어 있다. 색채의 구성비를 살펴보면 파랑 단색으로 구성되어 있음이 확인된다. [표 13] 참조.

20) www.snu.ac.kr/about/symbol/ui, 2021. 11. 17.

21) Ibid.

22) Ibid.

[표 13] 서울대학교 상징 분석

구분	내용
이미지 구성	6요소(월계관, 펜, 횃불, 타이포그래피, 기하 조형, 책)
표현형태	구상 > 비구상
형태상징	명예, 영광, 지식의 탐구, 진리, 빛, 교문
상징색	파랑(Blue)
색채상징	-
색채구성	1색(파랑)
색채구성비	파랑

### 3-5. 성균관대학교 상징활용 분석

성균관대학교 심볼마크는 은행잎 형태이다. 은행잎은 성균관대의 교목이 은행나무로, 명륜당에는 600년이 넘는 은행나무가 있다. 은행잎은 역동의 발판이 되는 성균관대의 유구한 역사와 훌륭한 정신을 의미한다. 은행잎 안의 4개의 빛은 성균관대의 교시인 인의예지(仁義禮智)를 상징한다. 나이가 인의예지 정신을 현대적으로 계승하여 미래를 혁신적으로 개척하는 것을 의미한다. 1398은 1398년 태조 이성계가 서울의 송고방(현 명륜캠퍼스 위치)에 국립최고학부인 성균관을 설립하였다. 이를 시작으로 성균관대학교는 600년이 넘는 역사를 이어오고 있다.

은행잎과 연결되는 S는 Sungkyunkwan, Sprit, Success의 이니셜인 'S'를 상징한다. 이는 역사와 미래 그리고 성균관대와 세계를 연결하는 다리이자, 급변하는 세계변화에 능동적으로 앞장서는 긍정적이고 진취적인 성균관을 의미한다.<sup>23)</sup> [표 14]<sup>24)</sup>, [표 15]<sup>25)</sup>는 성균관대학교 교장(심벌) 및 엠블럼과 시그니처 및 캐릭터 로고를 보여준다.

[표 14] 성균관대학교 교장(심벌) 및 엠블럼

교장(심벌)	엠블럼
	

23) www.skku.edu/skku/about/symbol/symbol\_01.do, 2021. 11. 17.

24) Ibid.

25) Ibid.

[표 15] 시그니처 및 캐릭터 로고

구분	디자인 및 색상
시그니처	
캐릭터 로고	

성균관대학교의 상징 분석을 살펴보면 심벌 이미지 구성은 은행잎과 타이포그래피의 2요소로 구성되어 있다. 표현형태는 구상표현이다. 심벌 형태의 상징은 은행잎은 인의예지(仁義禮智)를 이니셜 'S'는 Sungkyunkwan, Spirit, Success를 의미하며, 상징색은 파랑(Blue)이다. 파랑 색채의 상징 의미는 리더십, 신뢰, 지성, 책임이며, 색채구성은 2색(파랑, 녹색)으로 구성되어 있다. 색채의 구성비를 살펴보면 파랑과 녹색의 패턴 순으로 구성되어 있음이 확인된다. [표 16] 참조.

[표 16] 성균관대학교 상징 분석

구분	내용
이미지 구성	2요소(은행잎, 타이포그래피)
표현형태	구상
형태상징	인의예지(仁義禮智), Sungkyunkwan, Spirit, Success
상징색	파랑(Blue)
색채상징	리더십, 신뢰, 지성, 책임
색채구성	2색(파랑, 녹색)
색채구성비	파랑 > 녹색의 패턴

#### 4. 대학 상징활용의 비교 분석

앞서 분석한 4개 대학의 상징 분석 내용을 종합해 보면 다음과 같다. 먼저 상징의 이미지 구성면을 살펴 보면 이미지 구성요소가 많게는 6개부터 적게는 2개 정도의 요소를 포함하고 있는 것으로 나타나고 있다. 평균 3개 정도로 판단할 수 있다. 상징 표현 형태를 살펴보면 구상적 형태가 대부분이며 일부 비구상으로 표현한 것을 볼 수 있다. 상징의 표현에 있어서 대부분 기존의 이미지 구성에 대한 콘텐츠를 비교적 구상적으로 표현한 것이 대부분이다. 형태가 상징하는 측면에서는 명사가 대부분이며 표현의 범위 또한 3개에서 최대

6개까지의 의미를 담고 있는 것으로 나타났다. 대표 상징색은 모두 하나의 색상을 선택하고 있으며 3개의 대학이 파랑색을 규정하고 있고 한 대학이 빨강 계열의 색을 규정하고 있다. 색채상징 면에서는 두 대학은 별다른 의미를 부여하지 않고 있으며 두 대학이 상징의 의미를 부여하고 있다. 마지막으로 상징(심벌)이 표현하고 있는 색채의 구성은 두 대학이 단일색상을 규정하고 있으며 한 대학이 두 색상, 나머지 한 대학이 4색을 규정하고 있어 단순화한 색상 위주로 이루어져 있음을 알 수 있다. [표 17] 참조.

[표 17] 대학교 상징 분석

구분	이미지	표현	형태	상징	색채	색채
	구성	형태	상징	색	상징	구성
고려대	호랑이	구상	용기	진홍	활기	4색
	방패		결단			
	책		민활			
카이스트	타이포	비구상	위엄	파랑	-	1색
	기하조형		확장			
			무한 우주			
서울대	월계관	구상	명예	파랑	-	1색
	펜		영광			
	횃불		지식의탐구			
	타이포		진리			
성균관대	기하조형	구상	빛	파랑	리더십	2색
	책		교문			
	은행잎		인의 예지			
타이포	Sungkyun-kwan	신뢰				
	Spirit	지성				
	Success	책임				

#### 5. 결론

본 연구는 국내 4개 대학에서 대학의 상징을 활용하고 있는 유형과 내용적 측면을 분석하였다. 분석의 기본 조건은 각 대학의 문장(紋章)에 국한하여 제한적으로 조사하였다. 이외에도 각 대학은 대학을 상징하는 동, 식물 등의 콘텐츠가 있으나 이는 디자인 분석 측면에서 배제하고 연구하였다.

본 연구에 대한 선행연구 결과 대학의 문장과 유사

하게 이용되는 기업의 CIP(기업이미지)는 주기적으로 변화를 거듭한다는 것이 증명되었다. 그러나 기업의 상징 패러다임과 달리 대학의 상징은 대부분 변화가 거의 없는 편이다. 이는 대학이라는 특수성에 기인한 것으로 보인다. 대학은 학문을 다루는 곳이며 역사와 전통이 중요시되는 특별한 문화가 작용하기 때문에 이러한 결과가 나온 것으로 판단된다. 본 연구의 목적은 각 대학의 문장 활용 측면에서 디자인적으로 기초적인 기본 데이터를 살펴보기 위함이다. 향후, 전문적이고 심층적인 연구 과정을 통해 대학의 문장 활용에 대한 전 반을 살펴볼 필요가 있다.

---

## 참고문헌

1. 강미정, 퍼스의 기호학과 미술사, 이학사, 2011.
2. 김문환, 현대미학의 방향, 열화당, 1985.
3. 김상국, 현대 주거건축에서 기호론으로 본 상징의 표현 특성에 관한 연구, 대구한의대학교 석사학위논문, 2009.
4. 김승욱, 기업이미지가 상표 확장에 미치는 영향에 관한 연구, 고려대학교 경영대학원 석사학위논문, 1996.
5. 박수진, 명품 브랜드 기획전시에 나타난 기호학적 특성 연구, 국민대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2020.
6. 박현진, CI의 시각적인 요인(VI)들이 소비자가 느끼는 기업이미지에 미치는 효과 분석, 동국대학교 대학원 석사학위논문, 2002.
7. 서소미, 시각커뮤니케이션 디자인의 시적 텍스트성 연구, 홍익대학교 대학원 박사학위논문, 2013.
8. 홍군선, 도시상징을 활용한 도시브랜드 제고에 관한연구, 고려대학교 석사학위논문, 2010.
9. [www.kaist.ac.kr](http://www.kaist.ac.kr)
10. [www.korea.ac.kr](http://www.korea.ac.kr)
11. [www.snu.ac.kr](http://www.snu.ac.kr)
12. [www.skku.edu](http://www.skku.edu)
13. [www.veritas-a.com](http://www.veritas-a.com)