한·미·일 프로야구 유니폼의 비주얼 아이덴티티 연구 - 색채를 중심으로 -

임송미 · 이미숙*

전남대학교 생활과학대학 의류학과 강사
전남대학교 생활과학대학 의류학과 교수, 생활과학연구소 연구원*

A Study on Visual Identity of Professional Baseball Uniforms in Korea, America, and Japan - Focused on Color -

Lim Songmi · Lee Misuk*

Lecturer, Dept. of Clothing and Textiles, College of Human Ecology, Chonnam National University
Professor, Dept. of Clothing and Textiles, College of Human Ecology,
Chonnam National University, Human Ecology Research Institute*

Abstract

With the growth of mass media, professional baseball teams have strived to keep up team's tradition and individuality and build a distinctive image through sports marketing using visual identity. Among others, a baseball uniform is used as a sports marketing tool more than an uniform. Uniform color acts as a distinctive element in team's uniform design and is effective to raise attention, manifest a positive image to spectators, and increase trust and affinity. This study aims to compare and analyze color characteristics and images of professional baseball uniforms in America, Japan, and Korea as visual identity. For this, literature review was made on the history of baseball, uniforms, sports marketing, and visual identity, and then color characteristics and images were analyzed on professional baseball away uniforms in Korea, America, and Japan collected in Internet and official web sites. The results are as follows. First, for color characteristics of professional baseball uniforms, the most frequently used color was R(V) color in Korea, ItGy color in America, and Bk color in Japan. Second, for color images of professional baseball uniforms, the most frequently used image was a casual image in Korea, a dandy image in America, and a modern image in Japan.

Key Words : baseball uniform(야구 유니폼), sports marketing(스포츠 마케팅), visual identity (비주얼 아이덴티티), color(색채), color image(색채 이미지)

1. 서론

미국 프로야구 메이저리그 총재를 역임한 바트 지아마티(Bart Giamatti)는 그의 저서 「낙원을 위한 여가(Take Time for Paradise)」에서 “한 사회의 여건과 가치관을 이해하는 방법은 일하는 방식을 조사하기보다 놀이와 여가시간의 활용, 레저를 즐기는 방식을 연구하는 것이다”라고 하였다.¹⁾ 이는 현대인의 가치관 및 라이프스타일이 ‘물질적 풍요로움’에서 ‘정신적 풍요로움’으로, 생활의 중심이 레저 및 스포츠를 즐기는 문화로 바뀌어 가고 있음²⁾을 의미한다.

오늘날 스포츠는 상이한 문화, 관습, 종교, 국경을 초월하는 '인류공통의 언어'로써 커뮤니케이션 수단으로 유용하고, 경기 자체는 파급성, 현장성이 강해 참여자나 관중이 쉽게 몰입할 수 있어 남녀노소 모두가 즐길 수 있는³⁾ 대표적인 엔터테인먼트이다. 더욱이 오랜 기간 남성중심의 문화로서 받아들여져 온 스포츠가 현대에 이르러서는 여성에게도 매력적인 라이프스타일로 인식되고 있으며, 밝고 화려한 스포츠 패션은 여성의 스포츠 활동 인구 증가에도 영향을 미치고 있다.

2013년 1월 27일 통계청은 각종 국가통계를 통해 인구구조와 소비트렌드 변화를 짚어낸 결과물인 7대 블루슈머(Blue Ocean Consumer)⁴⁾를 선정했는데, 그 중의 하나가 '관객에서 선수로' 즉, 스포츠 활동을 하는 사람들이다. 여가시간이 증가하면서 스포츠를 보는 것에만 만족하지 않고 직접 스포츠를 즐기는 인구가 늘고 있는 것이다.⁵⁾ 특히 참여하는 스포츠 활동 중에서는 야구 부문의 약진이 두드러지는데, KBO에 의하면 2012년 국내 프로야구는 정규시즌 700만 관중을 돌파하면서 야구용품 전문점 등 야구관련 산업이 크게 성장했다. 현재 크고 작은 전문쇼핑몰 100여 개가 성업 중이며, 야구용품 시장은 매년 30%이상 커질 것으로 업계에서는 예상하고 있다. 또한 2013에는 야구의 월드컵격인 WBC(World Baseball Champion)가 예정되어 있고, 제 9구단인 NC다이노스가 1군에 진입하며, KT가 10구단으로 선정되는 등 흥행요소가 풍부해 야구관련 산업은 크게 성장할 것으로 예상된다. 다시 말해서, 프로야구

는 오랜 동안 전통과 흥미가 쌓이면서 세대를 걸쳐 수백만 명의 팬들을 소유하고 있고, 전세계적으로 가장 역동적인 문화콘텐츠를 생산하고 있는 문화적 상징이 되면서⁶⁾, 산업, TV광고, 패션, 오락 등 문화 전반에 막대한 영향을 미치는 현대사회의 핵심적이고 막강한 파워를 가진 매력적인 문화 코드로 자리 잡고 있다. 마케팅 학자 트레일 앤 제임스(Trail and James)는 일본의 프로야구 및 J리그의 관람자 동기를 측정했는데, 사용된 동기 구성인자는 10가지 요인으로 스포츠 종목과 이벤트에 따라 동기가 다르지만 공통적으로 중요한 관람동기가 엔터테인먼트와 미적(美的)인 요소로 보고되었다.⁷⁾ 이러한 연구 결과는 사람들이 스포츠를 보는 이유가 단순히 경기라든가 플레이를 보는 것만이 아니라 스포츠 선수들과 제품으로 관심이 이동되고 있다는 것으로, TV나 신문 등의 대중매체에 끊임없이 노출된 스포츠 선수와 상품은 상업적 가치를 지니게 되었다.

최근 경제 불황에도 불구하고 매년 스포츠 마케팅에 투자하는 비용이 1천억원대에 달하고 있으며, 그 규모는 앞으로 더욱 확대될 전망이다이라고 한다. 특히 각 기업에서 추진하고 있는 다양한 스포츠 마케팅중 대표적인 것이 바로 선수들의 이미지를 상품화하여 스타선수들의 유니폼을 판매하는 것이다. 야구팬들은 스타선수와 동일한 색상의 레플리카(replica)를 구매하여 착용함으로써 선수들과 강한 동질감과 친근감을 느끼게 된다. 뿐만 아니라 MLB의 구단들은 거의 매해 써드(third) 유니폼, 즉 얼터너티브(alternative)⁸⁾ 유니폼의 색상이나 로고 마크를 변경하는데, 이는 브랜드 이미지의 쇄신을 통해 소비자인 야구팬들의 구매욕과 수집욕을 자극시켜 새로운 마케팅의 가능성을 확보하기 위한 것이다.⁹⁾ 또한 2005년 축구선수 박지성이 맨체스터 유나이티드 선수로 활동시에 언론에서는 박지성을 “아시아에서 티셔츠를 팔러 온 사나이”라는 말이 있을 정도로 유니폼은 스포츠 마케팅의 중요한 수단이 되고 있다. 상대방을 구별하고 몸놀림을 자유롭게 하기 위한 목적으로 착용된 스포츠 유니폼은 초기에는 인체 구조와 운동 역학에 따라 디자인이 구성되었으나, 현재는 기능성은 물론 패션성까지 가미된 다양한 유니폼이 선보여지고 있다.¹⁰⁾ 야구 유니폼은 과학적인 기능성

과 인간 공학적 측면이 고려되면서, 다른 팀과의 뚜렷한 구별을 위해 각 구단의 문화와 이미지가 상징적으로 표현될 수 있도록 디자인되고 있다. 색채 컨설턴트 미미 쿠퍼(Mimi Cooper)가 "제품에 대한 첫 인상의 60%가 색에 의해 결정 된다"고 하였듯이, 색채는 선, 형태, 질감 보다 많은 사람들이 시각적으로 강렬한 반응을 일으키는 디자인 요소 중의 하나로, 인간은 눈으로 색을 보는 순간 의식적으로나 무의식적으로 공감, 반감, 즐거움 또는 불만을 가지면서 색을 인식하고 체험하게 된다.¹¹⁾

지금까지 스포츠 유니폼에 관한 연구¹²⁾는 다수의 연구자들에 의해 수행되었는데, 대부분이 축구와 농구, 국가대표선수 유니폼에 관한 것으로, 야구 유니폼에 대한 선행연구는 디자인 개발¹³⁾, 이미지 평가 및 색채 이미지 연상¹⁴⁾, 마케팅 측면에서의 유니폼 제품에 관한 연구¹⁵⁾뿐, 비주얼 아이덴티티로서 색채를 중심으로 한·미·일의 프로야구 유니폼을 비교·분석한 연구는 아직 이루어지지 않았다. 따라서 본 연구의 목적은 세계적으로 야구산업이 더 발달되고 많은 팬을 확보하고 있는 미국과 일본을 포함해서 한국을 중심으로 비주얼 아이덴티티로서 프로야구 유니폼의 색채 특성과 이미지를 비교·분석하는데 있다. 연구 내용 및 방법은 야구의 역사와 유니폼, 스포츠 마케팅과 비주얼 아이덴티티에 대해서 문헌고찰을 한 다음, 한·미·일 프로야구 유니폼의 색채 특성과 이미지를 분석하였다. 연구범위는 한국 8개 구단, 미국 30개 구단, 일본 12개 구단의 프로야구 원정 유니폼으로 한정하였는데, 그 이유는 3개국 모두 유니폼 규정에 의해 홈 유니폼의 경우 흰색이 메인 컬러인 유니폼을 착용하기 때문에 국가별 색채 이미지에 별 차이가 없고, 얼터너티브 유니폼 또한 이벤트성 유니폼으로 주로 각 팀의 고유 심벌 색상을 사용하고 있지만 그 수가 각 구단마다 다르기 때문이다.

II. 이론적 고찰

1. 야구의 역사와 유니폼

야구는 18세기 영국과 미국의 게임에서 유래되었

다. 영국에는 야구와 직접적으로 관련된 게임이 두 가지가 있었는데 바로 라운더스(Rounders)와 크리켓(cricket)이다. 라운더스와 크리켓은 배트와 볼을 가지고 하는 게임으로 이들의 특징은 야구의 전통적인 규칙과 관련이 있다.¹⁶⁾ 이러한 두 가지의 영국 게임들이 미국으로 전해지면서 지역적으로 다양한 형태로 발달하여, 타운볼(town ball), 원올드 캣(one-old-cat), 투올드 캣(two-old-cat), 골볼(goal ball) 등으로 불려졌다. 이 게임들의 규칙과 형식은 거의 동일하였는데, 이와 비슷한 놀이경기가 발전하여 순수경기로서의 야구로 변천하였다고 볼 수 있다. 우리가 오늘날 알고 있는 야구에 관한 과학적인 룰과 시스템을 기초로 한 규범은 1837년 필라델피아에 있는 올림픽 볼 클럽에서 처음으로 만들어졌다. 1845년 9월 뉴욕 니커보커스 베이스 볼(New York Knickerbockers Baseball) 클럽이 창립되었으며, 야구의 아버지라고 불리어지는 알렉산더 조이 카트라이트(Alexander Joy Cartwright)가 기본 규범을 토대로 세 가지의 획기적인 룰을 만들었다. 첫 번째 룰은 야구장 모양을 사각형에서 다이아몬드형으로 바꾸었고, 두 번째 룰은 파울라인을 최초로 만들었으며, 세 번째 룰은 가장 중요한 변화로 주자가 태그당하면 아웃되는 것으로, 이 규칙들은 오늘날 현대 야구의 규칙으로 진화 되었다.¹⁷⁾

1860년 뉴욕 스포츠 신문 클리퍼(Clipper)가 "이제 야구는 미국의 국가적 스포츠로 간주할 수 있다"라고 언급한 것처럼, 1869년에 신시네티 레드 스타킹스(Cincinnati Red Stockings) 클럽이라는 최초의 직업야구단이 흥행에 성공하면서 현재 지구촌 최고의 스포츠 리그 중 하나인 메이저리그(Major League Baseball)가 창립되었고, 1875년 세인트루이스·신시네티·루이스빌 등의 야구클럽 대표단이 모여 내셔널 리그가 창립되었다. 야구의 인기가 상승하게 되면서 1882년에 내셔널리그에 대항하는 아메리칸 어소시에이션(American Association)이라는 새로운 리그가 창립되어 내셔널 리그(National League)와 경쟁하였다. 이를 전신으로 1901년 아메리칸 리그(American League)가 결성되어 현재의 미국 2대 리그 체제를 갖추면서 미국의 독점적 스포츠 산업으로 발전하게 되었다.¹⁸⁾ 1951년 미국 주간 신문 'Sprit of the

Time¹⁹⁾ 저널이 “야구는 우리 국민의 기질에 가장 잘 어울리는 오락이다”고 하였듯이, 야구는 미국의 가치 지향성, 자존심을 상징하는 종목이 되었다. 현재 메이저리그는 아메리칸리그 14개 팀과 내셔널리그 16개 팀 등 총 30개 팀으로 구성되어 있으며, 각 리그별로 동부, 중부, 서부 3개 지구로 나뉘어 소속되어 있다.

한편, 미국 다음으로 야구가 보급·확산된 나라는 일본으로, 1872년경 외국인 교사 호레이스 윌슨(Horace Wilson)에 의해 학생들 사이에서 전파되었으며, 베이스볼을 야구라고 부르기 시작한 것도 일본에서 기인한 것이라고 한다.²⁰⁾ 일본 야구는 1896년 제일 고교가 미국인이 이끄는 요코하마 아스레틱 클럽을 이기면서 본격적으로 인기를 얻기 시작했다. 그 후 야구 선수자들의 제창으로 1920년말 도쿄에 일본운동협회가 조직되었고, 1922년에는 일본의 프로팀이 등장하여 1930년대에 일본의 프로야구가 창립되었으며 1950년 12개 구단으로 센트럴리그(Central League)와 퍼시픽리그(Pacific League)의 양대 리그 체제를 갖추게 되었다.²¹⁾

한국 야구는 1905년 미국인 선교사 필립 질레트(Phillip L. Gillett)의해 황성YMCA에서 각종 외국어 학교로 확산되었고, 1906년 YMCA와 덕어학교간 경기가 최초의 야구경기였다. 1908년에는 고종 황제가 관람을 위해 선수를 소집해서 경기를 하기도 했으며, 1910년에는 주로 휘문, 배재, 중앙, 보성, 오성 등의 학교 팀과 황성 YMCA, 일본인의 철도야구단을 주축으로 하여 구성되었고, 야구가 지방으로 보급되어 부산, 개성 등지의 야구팀이 조직되었다. 그러나 당시에는 일제가 국권을 박탈하고 무단통치를 실시하던 때인 만큼 야구계의 주도권도 자연히 일본인이 장악하고 있었다.²²⁾ 일제의 탄압으로 활동이 일시 정지되었다가 1945년 10월 조선야구협회가 재조직되었고, 1946년 9월 휘문, 경신, 배재, 중앙 등의 4개 팀으로 구성된 리그 부활전이 열렸다. 1954년 국제야구연맹에 정식 가입하면서 대표팀이 최초로 결성되었고, 1960년대에 은행을 중심으로 실업 야구 대회가 활성화되면서 국민들에게 대중적인 인기 스포츠로 자리매김하기 시작했다. 1970년대에 고등학교 야구 대회가 전 국민적인 관심을 받으며 전성기

를 누리다 1981년 12월 11일 롯데 자이언츠, 삼성 라이온즈, 삼미 슈퍼스타즈, OB 베어스, MBC 청룡, 해태 타이거즈 등 총 6개 구단이 한국 프로야구 창립총회에 참가하면서 프로 리그가 출범했는데, 정식 경기가 시작된 것은 1982년에서였다. 2013년 현재는 8개 팀이 프로리그에서 활동하고 있으며, 제 9단인 NC 다이노스가 2015년 이후 출범할 예정이며, 최근에 제 10구단으로 KT 수원이 결정되었다.²³⁾

야구 공식 유니폼은 일정한 규정이 제정되기 이전에는 정해진 유니폼이 없었으나 1849년 경기규정이 보다 체계화된 뉴욕 니커보커스라는 야구클럽에서 흰색 플란넬 셔츠, 파란색 울 바지, 흰색 벨트와 모자로 구성된 복장을 착용하면서부터 유래되었다 <Figure 1>. 1861년 설립된 최초의 프로팀인 신시내티 레드 스타킹스는 1868년 현재의 유니폼과 비슷한 붉은 색과 흰색으로 배색된 유니폼을 착용하였는데, 바지의 길이가 짧은 것이 특징이며, 이때부터 긴 스타킹을 신는 기본 유형이 나타났다.²⁴⁾ 유니폼의 형태는 계속 발전하여 1884년에 셔츠, 다양한 날씨에 대비하기 위한 언더셔츠, 팬츠, 벨트, 스타킹 등으로 다양한 구성을 갖추게 되었으며, 이전 형태에 비해 팬츠의 길이가 길어졌고 팬츠 위로 스타킹을 착용하였다.

그 후 프로야구가 급속히 확산된 1900년부터 유니폼은 각 팀의 개성과 이미지에 맞게 통일된 색상과 형태로 디자인되어 다른 팀과 구별할 수 있도록 발전되었다.²⁵⁾ 최초의 저지 셔츠는 단추를 채우기 때문에 야구가 신사의 스포츠라는 인식을 주기도 했으며, 셔츠의 칼라는 20세기 초까지 유지되다 1906년 뉴욕 자이언츠가 칼라 없는 셔츠를 선보였고, 1920년대부터는 모든 팀들이 칼라가 없는 셔츠 <Figure 2>를 착용하기 시작하였다²⁶⁾고 한다. 유니폼의 색상은 기본적으로 홈유니폼은 흰색으로, 원정 유니폼은 흰색이 아닌 다른 색을 사용하도록 하다가 서서히 회색계열의 유니폼을 착용하게 되었다. 야간 경기가 시작된 뒤 기존의 흰색과 회색 유니폼이 구분되지 않아 반짝거리는 소재의 컬러 유니폼이 1940년대 말에 유행하였으며²⁷⁾, 1963년에 캔자스시티 어슬레틱스의 황금색과 녹색으로 배색된 유니폼이 미학적으로 우수하고 혁신적이라는 평판을 얻으

면서 1970년대에는 컬러 유니폼이 유행하였다. 그 후 1971년 볼티모어 오리올스가 팀의 심벌인 꾀꼬리를 연상시키는 주황색을 모자 캡 부분과 셔츠와 팬츠에 사용하면서 컬러가 팀의 상징적 이미지로 표현되기 시작하였다고 한다. 그러나 현재 MLB 구단들은 규칙에 의해 홈, 원정, 그리고 써드 유니폼인 얼터너티브 유니폼 등 세 종류의 유니폼을 착용하고 있는데, 특히 홈, 원정 유니폼과 달리 얼터너티브 유니폼에 팀의 심볼마크와 상징색을 반영하면서 다른 팀과의 차별화를 시도하고 있다. 하지만 뉴욕 양키스, LA 다저스, 카디널스, 레드삭스, 브레이브스와 같이 창단된 지 오래된 팀 일수록 역사와 전통을 중요시해서인지 얼터너티브 유니폼은 거의 착용하지 않는다.

한편 미국과 일본의 역사보다는 짧지만, 올해로 프로야구 30년의 역사를 지닌 한국은 배장방이에 짙은 차림으로 야구를 시작하였다. 국내에 맨 처음 유니폼을 선보인 것은 1909년 모국을 방문한 동경 유학생 야구단이었으며, 유학생들이 입은 플란넬 유니폼을 본 황성 YMCA 선수들은 1910년부터 유니폼을

착용하게 되었다. 국내에서는 최초로 가슴에 YMCA라는 영어 로고를 새긴 유니폼을 입게 된 것이다.²⁸⁾ 한국야구협회(KBO)의 유니폼 규정상 각 팀은 고유의 유니폼을 입어야 하며, 홈 팀은 상대와의 구별을 위해서 밝은 계통의 흰색 유니폼을, 반대로 원정팀은 홈팀과의 구별을 위해서 유채색의 유니폼을 착용해야 한다.²⁹⁾ 또한 유니폼은 대내적으로 선수들에게는 소속감과 결속력을 고취시키고, 대외적으로는 기업 및 구단의 비주얼 아이덴티티를 강화·확산시킬 수 있는 상징적 표현 수단으로 활용되고 있다.

2. 스포츠 마케팅과 비주얼 아이덴티티

오늘날 스포츠 마케팅에 대한 관심이 높아지는 건 이미 세계적인 추세이다. 대한무역투자진흥공사(Kotra)의 보고서에 따르면 스포츠용품 산업은 중국 스포츠산업 중 비중이 가장 크고 개방도와 경쟁력이 제일 높은 영역으로, 2006년~2011년 스포츠용품 산업 증가액이 해마다 확대되는 가운데 연 평균 증가율이 17.6%를 기록하고 있는 것으로 나타나³⁰⁾ 국내에서

<Figure 1> New York Knickerbockers Baseball Club(1958)

- *Baseball, Gymnastics*, p.10

<Figure 2> Cincinnati Red Stockings Club(1868) - <http://www.19cbaseball.com>

도 스포츠를 국가 미래 동력 산업으로 키워야 한다는 움직임과 함께 스포츠 마케팅에 대한 관심이 뜨겁다.

스포츠 마케팅의 개념은 스포츠용품에 선호하는 잠재적 구매자들에게 영향을 주기 위한 전략적인 기획임과 동시에 비스포츠용품에 스포츠라는 이미지를 부여하여 판매에 긍정적인 영향을 미치는 것이다.³¹⁾ 즉, 스포츠 자체를 상업화하는 것으로써 스포츠 제품이나 서비스에 대한 마케팅을 의미하며, 관람 스포츠에서 관중 또는 팬 확보와 참여 스포츠 산업에서의 회원모집에서부터 스포츠 시설, 용품, 의류, 프로그램 등을 판매하기 위해 행하는 마케팅 활동 및 각종 스포츠 단체에 의해 집행되는 마케팅 활동 등이 포함된다.³²⁾

‘미디어로서의 스포츠’로 불리워지고 있는 미국의 프로야구 MLB³³⁾는 2001년 설립한 인터넷 전문회사 MLBAM을 통해 www.MLB.com를 송출하여 엄청난 성공을 거두고 있다. 각 구단의 홈페이지나 선수 성적, 언론 보도 내용, 상품 판매, 음악, 게임 등의 서비스를 제공하면서 다양한 기능과 정보를 팬들이 손쉽게 접할 수 있도록 하였다. 또한 보스턴 레드삭스와 시카고 컵스 등을 포함한 많은 구단들은 팬들이 일상에서 쉽게 사용하는 머그컵, 텀블러, 퍼즐, 시계, 액자 등 저렴한 Home & Office 품목의 라이선싱 제품<Figure 3>을 구장내 기념품점, 구단 홈페이지, MLB.com을 통해 판매함으로써 일상적이고 친밀한 브랜드로서 긴밀한 커넥션을 강화시키고 있다.³⁴⁾ 또한 1999년 이전에 이미 MLBP(Major League Baseball International)는 운동복에서 생활용품에 이르기까지 3000종 이상의 제품을 개발하여 판매하고 있으며, 그 중 옷 종류가 매출의 60%를 차지하고 있다.³⁵⁾ 이러한 미디어를 활용한 스포츠 마케팅으로 2009년에 하루 약 400만 명이 접속하였고, 2011년에는 10억 달러의 매출을 기록하여 그 가치 지속적으로 높아 왔다.³⁶⁾ 한편 ESPN(Entertainment and Sports Programming Network)은 어린이, 여성을 포함한 다양한 고객집단이 요구하는 콘텐츠를 모두 제공하는 종합 스포츠 엔터테인먼트 플레이스인 ‘ESPN Zone’<Figure 4> 운영을 통해 프로야구관련 상품 판매 매출을 증대시키고 있다.

이러한 스포츠 마케팅의 활성화와 함께 각 구단들은 기업이 추구하는 이미지 상을 정립하기 위해 기업 아이덴티티, 즉 CI(Corporate Identity)에 많은 관심을 기울이기 시작하였다. 특히 스포츠는 공익성이 강하므로 기업의 신뢰도 및 이미지 제고, 인지도 향상에 큰 도움이 된다. 기업 이미지란 소비자가 기업에 대해 갖는 기업의 성격 또는 개성 및 독창성을 의미하며³⁷⁾, CI는 기업이 환경변화에 적절히 대처해 나가고 유지해 가기 위한 전략적 경영으로 기업 이미지의 통합작업이자 적극적인 마케팅 활동이라고 할 수 있다. CI에는 기업이념의 MI(Mind Identity), 기업 경영이나 주장을 종업원 행동으로 나타내 보이는 BI(Behavioral Identity), 그리고 기업의 시각디자인 요소에 아이덴티티를 확립한 것으로 심볼, 로고, 캐릭터, 유니폼 등 형상으로 표현되는³⁸⁾ VI(Visual Identity)로 구성되어 있다. VI는 스포츠 마케팅에서 팀의 정체성을 나타내는 가장 기본이 되는 것으로, 각 구단들은 고유의 심벌마크와 로고, 컬러를 기본 시스템으로 제작하고 이를 응용하여 유니폼, 광고 홍보물, 사인물, 홈페이지 등에 활용하고 있다.³⁹⁾

시각 정보화 사회를 살아가는 인간은 환경에서 80%의 정보를 얻는데, 그러한 과정에서 의식적이든 무의식적이든 환경에서 색을 가장 먼저 느끼게 된다. 그 이유는 형태보다 색이 더 빨리 인식되고, 색채가 정보전달 기능 이외에도 타 브랜드와의 차별화를 시키는 수단으로 작용하기 때문이다. 뿐만 아니라 소비자들의 마음을 움직일 수 있는 강력한 설득력을 가지고 있어 소비자들에게 쉽게 브랜드 아이덴티티를 인식시켜 브랜드 가치를 상승시키는데 효과적이다.⁴⁰⁾ 이제 색채는 기업과 팀의 이미지를 대변하는 마케팅의 중요한 요소가 되고 있다. 그 중에서도 스포츠 유니폼의 색채는 다른 팀과의 차별적인 시각 요소 중의 하나이며, 주목성(注目性)을 높이고 긍정적 이미지를 각인시키는 중요한 역할을 하고 있다.

<Figure 3> Home&Office gift at Boston Redsox Online shopping Mall - <http://shop.mlb.com>

<Figure 4> ESPN ZONE (New York Manhattan store)
- <http://www.thefunkyapple.com>

III. 한·미·일의 프로야구 유니폼 분석

1. 분석대상 및 방법

한·미·일의 프로야구 유니폼의 색채를 분석하기 위한 연구대상은 홈유니폼의 경우 규정에 의해 흰색 유니폼을 착용하기 때문에 국가별 색채이미지에 차이가 없고, 얼터너티브 유니폼은 이벤트성 유니폼으로 주로 각 팀의 고유 색상을 사용하고 있지만 그 수가 각 구단마다 다르고 착용하지 않는 구단도 있기 때문에 원정 유니폼으로 한정하였다.

유니폼 사진 자료는 2012년 4월 1일부터 4월 10일까지 www.koreabaseball.com, www.mlb.com, www.npb.or.jp, www.google.com, www.yahoo.com 등에서 수집하였는데, 이때 색상의 차이가 있음을 감안하여 여러 장을 분석하여 명확성을 높였다. 배색 비율에 따라 메인 컬러(전체면적의 50%이상), 서브 컬러(10%이상 50%미만), 액센트 컬러(10%미만)로 분류해서 색채 데이터를 추출한 다음, 디지털 이미지에서 Adobe photoshop CS2의 eyedropper tool을 이용하여 컬러 칩과 RGB 값을 추출하였고, 각 컬러 칩의 RGB 값을 Munsell Conversion (version 9.1.1)의 HV/C값으로 변환하여 총 162개를 수집하였다. 색채이미지 분석을 위해 색채데이터를 토대로 배색띠를 만든 다음, 시게노부 고바야시(Shigenobu Kobayashi)의 배색 이미지 스케일 <Figure 5>⁴¹⁾에 포지셔닝한 후 형용사 이미지 스케일 <Figure 6>⁴²⁾을 참조해서 분석하였다. 한·미·일

프로야구 유니폼의 배색띠는 <Table 1>과 같다.

분석 방법은 먼셀의 색체계와 PCCS(Practical Color Coordinate System) 색조 분류법에 의거하여 색상과 색조를 분석하였다. 색상의 특성은 먼셀 색체계의 10색상환 R(Red), YR(Yellow Red), Y(Yellow), GY(Green Yellow), G(Green), BG(Blue Green), B(Blue), PB(Purple Blue), P(Purple), RP(Red Purple)을 기준으로 분석하였고, 색조의 특성은 먼셀의 HV/C값을 토대로 PCCS의 색조 분류 표에 의거하여 유채색을 v(vivid), b(bright), sf(soft), p(pale), ltg(light grayish), lt(light), g(grayish), d(dull), dp(deep), dk(dark), dkg(dark grayish)의 12색조와 무채색을 W(white), ltGy(light gray), mGy(mediaum gray), dkGy(dark gray), Bk(black)로 나누어 분석하였다.

색채이미지 분석은 패션, 텍스타일, 패키지, 시각, 도시 디자인 등 다양한 산업분야에서 다양한 방법으로 활용되고 있는 시게노부 고바야시의 배색이미지 스케일과 형용사 이미지 스케일을 참조하였다. 배색 이미지 스케일은 사람이 어떤 배색에 대해 공통적으로 느끼는 색의 이미지를 찾아내기 위해 배색을 보고 느끼는 심리적 감성을 분석하고 구분하는데 기준이 되는 시스템을 말한다.⁴³⁾ 또한 사람들은 언어를 통하여 자신의 느낌을 전달하는데, 색채이미지를 언어로 표현한 것이 바로 형용사 이미지 스케일이다.⁴⁴⁾ 색채 이미지 포지셔닝에 있어서 객관성을 높이기 위해 패션디자인 전공자 3명이 참여하였다.

<Table 1> Color combination band of the Korea, America and Japan professional baseball Uniforms

	Team	Color combination band of Uniforms		Team	Color combination band of Uniforms
K o r e a	Samsung Lions	PB(s)/W	J a p a n	New York Mets	ItGy/PB(dp)/YR(s)
	SK Wyverns	R(v)/W/Bk/YR(v)		Washington Nationals	mGy/PB(dk)/R(V)
	Doosan Bears	PB(dkg)/W/R(v)		Milwaukee Brewers	mGy/B(dkg)/Y(d)
	Lotte Giants	Bk/W/YR(v)		Saint Louis Cardinals	ItGy/R(v)/Y(s)
	KIA Tigers	R(v)/W/Bk		Cincinnati Reds	ItGy/R(v)/W
	Nexen Heroes	R(dp)/W/mGy		Pittsburgh Pirates	ItGy/Bk/YR(s)
	LG Twins	ItGy/Bk/R(v)		Chicago White Sox	ItGy/Bk/W
	Hanwha Eagles	R(v)/W/Bk		Houston Astros	ItGy/Bk/R(s)
A m e r i c a	Boston Redsox	ItGy/R(v)/Bk	J a p a n	Arizona Diamondbacks	ItGy/R(v)/Bk
	NewYork Yankees	ItGy/Bk/W		San Francisco Giants	ItGy/Bk/R(v)
	Tampa Bay Rays	ItGy/PB(dk)/PB(sf)/Y(b)/W		LA Dodgers	ItGy/PB(dp)/R(v)
	Toronto Blue Jays	mGy/Bk/PB(dp)		Colorado Rockies	mGy/Bk/PB(dp)
	Baltimore Orioles	mGy/Bk/R(v)		San Diego Padres	mGy/PB(dkg)/W
	Detroit Tigers	ItGy/PB(dk)/R(v)		Yomiuri Giants	mGy/R(v)/Bk
	Chicago Cubs	ItGy/PB(s)/R(v)		Chunichi Dragons	Bk/W/Y(S)/R(v)
	Cleveland Indians	mGy/PB(dkg)/R(v)/W		Yakult Swallows	PB(dk)/W/R(v)
	Minnesota Twins	ItGy/Bk/R(v)		Hiroshima Toyo Carp	R(v)/W/Bk
	Kansas City Royals	mGy/PB(dp)/W		Hanshin Tigers	Bk/W/Y(s)/R(v)
	Texas Rangers	ItGy/PB(dp)/W		Yokohama DeNA BayStars	PB(dkg)/W/PB(s)
	LA Angels	ItGy/R(v)/PB(dk)		Nippon Ham Fighters	mGy/Bk/YR(v)/YR(v)/W
	Oakland Athletics	ItGy/BG(dkg)/Y(b)		Saitama Seibu Lions	ItGy/PB(dk)/YR(v)
	Seattle Mariners	ItGy/PB(dkg)/W		softbank hooks	Bk/W/Y(v)/YR(s)
	Miami Marlins	mGy/Bk/Y(b)/PB(dp)/R(v)/W		Rakuten Golden Eagles	R(dk)/W/Y(s)
	Philadelphia Phillies	ItGy/R(v)/PB(dp)		Chiba Lotte Marines	Bk/W
	Atlanta Braves	mGy/Bk//R(v)		Orix Buffaloes	ItGy/B(dk)/Y(dl)

* The ranking is 2012 professional baseball team list

<Figure 5> Color combination Image Scale
- Color Image Scale, p.11

<Figure 6> Adjective Image Scale
- Color Image Scale, p.11

<Table 2> Hue of the Korea professional baseball Uniforms

(%)

Hue	chromatic color(10/41.7)										achromatic color(14/58.3)	Total
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	
Main	4(16.7)							2(8.3)			2(8.3)	8(33.3)
Sub											7(29.2)	7(29.2)
Accent	2(8.3)	2(8.3)									5(20.8)	9(37.5)
Total	6(25)	2(8.3)						2(8.3)			14(58.3)	24(100.0)

2. 분석결과 및 논의

1) 색채 특성

(1) 한국 프로야구 유니폼

한국 프로야구 유니폼에서 추출한 총 24개의 색채 데이터를 분석한 결과, 한국 프로야구 유니폼의 색상 분포는 <Table 2>와 같이, 유채색이 10개(41.7%), 무채색이 14개(58.3%)로 나타났다. 유채색의 10색상 안에서는 R(25%)계열이 가장 많았고, 그 다음은 YR/PB(8.3%)계열이었으며, Y, GY, G, BG, P, RP계열은 전혀 사용되지 않았다. 유니폼에 사용된 24개의 색상을 메인, 서브, 액센트 컬러로 세분해서 보면, 메인 컬러에서는 R계열이 4개(16.7%), 서브 컬러에서는 N계열만 7개(29.2%), 액센트 컬러에서는 N계열이 5개(20.8%)로 가장 많이 나타났다. 즉, 기아, 한화, SK, 넥센 등의 유니폼에

서 R계열 컬러를 메인 컬러로 사용하고 있는 것으로 나타났는데, 이는 R계열이 색채특성상 열정, 힘, 활동성, 주의, 위험 등의 적극적이고 공격적인 느낌을 불러일으키는 색으로⁴⁵⁾, 스포츠 유니폼에 많이 사용되고 있다. 특히 레드는 2002년 월드컵 응원단인 ‘붉은 악마’를 통해 승리를 기원하는 국민들의 염원을 상징하는 색으로 기존의 부정적인 의미의 색채 인식이 격상되어 긍정적으로 바뀌어 사용되고 있음을 알 수 있다. 한편, 권나경의 연구⁴⁶⁾에서 각 구단의 아이덴티티 컬러 연상에 관한 질문에 삼성 라이온즈가 가장 높았고, LG 트윈스는 가장 낮은 응답율을 보였는데, 이는 라이온즈의 경우 심볼, 로고, 유니폼 등이 어느 정도 색채의 일치성을 보여주는 반면, 트윈스는 유니폼에 회색을 메인컬러로 사용하고 있어 구단의 이미지를 표현하는데 부족하다고 할 수 있다.

한국 프로야구 유니폼에서 추출한 색채의 색조는

<Table 3>과 같이, vivid와 White가 29.2%로 가장 많이 나타났으며, 그 다음은 Black(20.8%) 순이었다. 메인 컬러에서는 v가 12.5%로 가장 많이 나타났으며, 서브 컬러에서는 W가 29.2%로 가장 많이 나타났고, 액센트 컬러에서는 v와 Bk가 16.7%로 가장 많이 나타났다. 메인과 액센트 컬러에 v톤이 가장 많이 사용되었는데, v톤은 생기 있고 활동적인 느낌을 주며 강한 주목성으로 인해 멀리에서도 관중들의 눈길을 끌어 흥미와 관심을 불러일으키는데 효과적이라고 할 수 있다.

한국 프로야구 유니폼에 사용된 색상/색조 분포는 <Table 4>에서 볼 수 있는 것처럼, White가 가장 많이

나타났고, 그 다음으로는 R(v)와 Bk이었다. 메인 컬러에서는 R(v)가, 서브 컬러에서는 W가, 액센트 컬러에서는 Bk컬러가 가장 많이 나타났다. 메인 컬러에서 가장 많이 나타난 R계열은 8개 구단의 심벌마크에서 가장 많이 나타난 색으로, 이는 KBO의 유니폼 규정상 홈유니폼은 흰색, 원정유니폼은 유색으로 규정되어 있어 각 구단에서는 기업의 이미지를 상징적으로 부각시키기 위해 심벌마크에 사용된 컬러를 유니폼의 메인컬러에 사용하고 있다고 볼 수 있다. 일반적으로 시각적 자극이 강한 고채도의 순색과 무채색의 배색은 한 번에 시선을 사로잡아야 하는 광고, 사인물, 스포츠 용품, 제품 패키지 등에 자주 등장하는 배색으로, 이는 보는 사람들로 하여금 강한

<Table 3> Tone of the Korea professional baseball Uniforms

(%)

Tone	chromatic color(10/41.7)												achromatic color(14/58.3)					Total
	v	s	b	sf	p	ltg	lt	g	d	dp	dk	dkg	W	ltGy	mGy	dkGy	Bk	
Main	3(12.5)	1(4.2)								1(4.2)		1(4.2)		1(4.2)			1(4.2)	8(33.3)
Sub													7(29.2)					7(29.2)
Accent	4(16.7)														1(4.2)		4(16.7)	9(37.5)
Total	7(29.2)	1(4.2)								1(4.2)		1(4.2)	7(29.2)	1(4.2)	1(4.2)		5(20.8)	24(100)

<Table 4> Hue/Tone of the Korea professional baseball Uniforms

(%)

Hue Tone	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Neutral	
v	5(3/0/2)	2(0/0/2)									W	7(0/7/0)
s								1(1/0/0)				
b												
p											ltGy	1(1/0/0)
ltg											mGy	1(0/0/1)
lt												
g											dkGy	
d												
dp	1(1/0/0)										Bk	5(1/0/4)
dk												
dkg								1(1/0/0)				

시각적 어필과 충동적 구매 욕구를 불러 일으키는데 효과적이기 때문인지⁴⁷⁾, 기아 타이거즈, 삼성 라이온즈, SK 와이번즈, 한화 이글스 등의 야구유니폼에 사용되었다.

(2) 미국 프로야구 유니폼

미국 프로야구 유니폼에서 추출한 총 98개의 색채 데이터를 분석한 결과, 미국 프로야구 유니폼의 색상 분포는 <Table 5>와 같이, 유채색 44.3%, 무채색 55.7% 비율로 나타났다. N계열이 55.1%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 유채색의 10색상 안에서는 R계열 컬러가 18.4%로 가장 많이 나타났고, 그 다음은 PB(17.3%) 순이었다.

미국 프로야구 유니폼에 사용된 98개의 색채를 메인, 서브, 액센트 컬러로 세분해서 살펴본 결과, 메인 컬러에서는 N계열이 30개(30.6%), 액센트 컬러 또한 N계열이 24.5%로 가장 많이 나타났고, 서브 컬러는 나타나지 않았다. 프로야구 유니폼의 메인컬러에서 무채색이 가장 많이 나타난 것은, MLB의 규

정상 회색의 원정유니폼을 착용하고 있는 것과 연관이 있다. 미국 원정유니폼은 한국과 달리 기업의 심벌마크 컬러가 메인 컬러에 사용되지 않아 구단의 상징적인 이미지를 전달하는데 다소 부족하다고 볼 수 있지만 오랜 기간 동안 회색의 원정 유니폼이 지속되고 있는 것은 전통과 역사를 중요시하는 메이저 리그의 특수성과 연관되어 있다고 볼 수 있다. 한국과 일본은 기업이 구단을 관리하고 있어 기업이 바뀔 때마다 야구팀의 심벌과 유니폼의 컬러가 함께 바뀌지만, 미국은 기업 외에 개인도 구단을 소유하고 있어 팀의 심벌과 유니폼 디자인이 오랫동안 유지되어 이는 지역의 전통이자 상징적인 이미지로 인식되고 있다. 액센트 컬러에서 무채색 다음으로 많이 사용된 R계열 컬러는 색 중에서 가장 위압적이며 역동적인 색으로 색채특성상 주위의 시선을 끌어 강조하거나 부각시킬 때 매우 효과적이기⁴⁸⁾ 때문인지 액센트 컬러로 많이 사용되고 있다. R 컬러 다음으로 높은 비율을 차지하고 있는 PB 컬러는 침착하고 안정감을 주는 색으로, 특히 무채색인 회색과 배색되어 모던한 느낌과 세련된 이미지를 더해주고 있다.

<Table 5> Hue of the America professional baseball Uniforms

(%)

Hue	chromatic color(43/44.3)										achromatic color(54/55.7)	Total
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	
Main											30(30.6)	30(30.6)
Sub												
Accent	18(18.4)	2(2)	5(5.1)			1(1)	1(1)	17(17.3)			24(24.5)	68(69.4)
Total	18(18.4)	2(2)	5(5.1)			1(1)	1(1)	17(17.3)			54(55.1)	98(100)

<Table 6> Tone of the America professional baseball Uniforms

(%)

Tone	chromatic color(43/44.3)												achromatic color(54/55.7)					Total
	v	s	b	sf	p	lt	lt	g	d	dp	dk	dkg	W	ltGy	mGy	dkGy	Bk	
Main														20(20.4)	10(10.2)			30(30.6)
Sub																		
Accent	17(17.3)	5(5.1)	3(3.1)	1(1)					1(1)	8(8.2)	4(4.1)	5(5.1)	11(11.2)				13(13.3)	68(69.4)
Total	17(17.3)	5(5.1)	3(3.1)	1(1)					1(1)	8(8.2)	4(4.1)	5(5.1)	11(11.2)	20(20.4)	10(10.2)		13(13.3)	98(100)

미국 프로야구 유니폼의 색조 분포는 <Table 6>과 같이, ItGy(20.4%)톤이 가장 많이 나타났으며, 그 다음은 v(17.3%), Bk(13.3%) 순이었다. 미국 프로야구 30개 팀 모두 메인컬러로 ItGy 컬러를 사용하고 있는데, 이는 프로야구가 흑백 TV로 중계되면서 명확하게 구분해 주기 위해 홈팀은 흰색, 원정팀은 회색으로 구분해서 착용한 것과 연관이 있다고 할 수 있다. 그 후 컬러 TV가 나오면서 몇몇 구단은 유색의 원정유니폼을 착용하였는데 원정팀은 경기를 하고 나서 세탁하기 곤란한 상황이 많아 쉽게 더러워지는 유색 유니폼을 지양하고 무채색의 회색 유니폼을 착용했다⁴⁹⁾고 한다. 또한 원정 시리즈를 보내는 선수들은 연일 계속된 경기를 치러야 하므로 강한 지구력과 피곤을 극복하려는 노력이 요구되어 심리적으로 불안하게 느끼는 것을 제거해 주어야⁵⁰⁾ 하는데, ItGy 컬러는 오염물질이 눈에 잘 띄지 않아 시각적 피로감을 덜어 쾌적성을 높이는데 효과적이라고 할 수 있다.

미국 프로야구 유니폼에 사용된 색상/색조 분포는 <Table 7>에서 볼 수 있는 것처럼, ItGy가 가장 많이 나타났고, 그 다음으로는 R(v), Bk 순이었다. 메인 컬러에서는 ItGy 컬러가, 액센트 컬러에서는 R(v)가 가장 많이 나타났다. 액센트 컬러에 많이 나타난 v톤은 시각적 자극이 강하고 눈에 잘 띄어 운동시 가시성과 주목성을 높이는데 효과적임을 알 수 있다.

(3) 일본 프로야구 유니폼

일본 프로야구 유니폼에서 추출한 총 40개의 색채 데이터를 분석한 결과, 유니폼의 색상 분포는 <Table 8>과 같이, 유채색과 무채색이 각각 50% 비율로 같게 나타났다. N계열이 20개(50%)로 가장 높은 비율을 차지했으며, 유채색의 10색상 안에서는 R(15%), Y(12.5%), YR/PB(10%) 순이었다. 유니폼에 사용된 40개의 색상을 메인, 서브, 액센트 컬러로 세분해서 살펴보면, 메인 컬러에서는 N이 8개(20%), 서브 컬러 또한 N이 9개(22.5%), 액센트 컬러에서는 Y가 5개(12.5%)로 가장 많이 나타났다. 메인과 서브 컬러에서 N이 가장 많이 나타났는데, 이는 일본의 프로야구 규정상 흰색을 홈유니폼으로, 회색을 원정유니폼으로 구분해서 착용하고 있는 것과 무관하지 않다고 볼 수 있다. 회색의 원정유니폼을 착용하는 팀을 제외한 8개 팀들은 기업의 심벌마크에 사용된 컬러를 유니폼에 사용함으로써 모기업의 이미지를 상징적으로 표현하고 있다.

일본 프로야구 유니폼에서 추출한 40개의 색조 분포는 <Table 9>와 같이, vivid와 White가 22.5%로 가장 많이 나타났고, 그 다음은 s(12.5%), dk/Bk(5%) 순이었다. 메인 컬러에서는 Bk(10%)가, 서브 컬러에서는 W(20%)가, 액센트 컬러에서는 v톤(20%)이 가장 많이 나타났다. 소프트뱅크 후쿠스,

<Table 7> Hue/Tone of the America professional baseball Uniforms

(%)

Hue Tone	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Neutral	
v	17(0/0/17)										W	11(0/0/11)
s	1(0/0/1)	2(0/0/2)	1(0/0/1)					1(0/0/1)				
b			3(0/0/3)								ItGy	20(20/0/0)
p												
ltg											mGy	10(10/0/0)
lt												
sf								1(0/0/1)			dkGy	
g												
d			1(0/0/1)								Bk	13(0/0/13)
dp								8(0/0/8)				
dk								4(0/0/4)				
dkg						1(0/0/1)	1(0/0/1)	3(0/0/3)				

지바 롯데마린스, 주니치 드래건즈, 한신 타이거즈 유니폼은 명도차가 큰 Bk과 W의 명도대비로 인하여 강한 주목성을 느끼게 한다.

일본 프로야구 유니폼에 사용된 색상/색조 분포는 <Table 10>에서 볼 수 있는 것처럼, White가 가장 많이 나타났고, 그 다음으로는 Bk, R(v) 순이었다. 메인 컬러의 색상/색조를 분석한 결과, Bk 톤이 가장 많이 나타났으며, 서브 컬러에서는 Bk가, 액센트 컬러에서는 R(v)가 가장 많이 나타났다. 이를 종합

해볼 때, 안정적인 느낌을 주는 저명도의 메인 컬러와 고명도 액센트 컬러의 명도대비를 통해 시각적인 주목성을 효과적으로 높이고 있음을 알 수 있다.

2) 색채 이미지

한·미·일 프로야구 유니폼의 배색띠를 고바야시 배색 이미지 스케일상에 포지셔닝한 결과는 <Table 11>와 같다.

<Table 8> Hue of the Japan professional baseball Uniforms

(%)

Hue	chromatic color(20/50)										achromatic color(20/50)	Total
	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	N	
Main	2(5)							2(5)			8(20)	12(30)
Sub											9(22.5)	9(22.5)
Accent	4(10)	4(10)	5(12.5)				1(2.5)	2(5)			3(7.5)	19(47.5)
Total	6(15)	4(10)	5(12.5)				1(2.5)	4(10)			20(50)	40(100)

<Table 9> Tone of the Japan professional baseball Uniforms

(%)

Tone	chromatic color(20/50)												achromatic color(20/50)					Total
	v	s	b	sf	p	ltg	lt	g	d	dp	dk	dkg	W	ltGy	mGy	dkGy	Bk	
Main	1(2.5)										2(5)	1(2.5)		2(5)	2(5)		4(10)	12(30)
Sub													8(20)				1(2.5)	9(22.5)
Accent	8(20)	5(12.5)						1(2.5)			2(5)		1(2.5)				2(5)	19(47.5)
Total	9(22.5)	5(12.5)						1(2.5)			4(10)	1(2.5)	9(22.5)	2(5)	2(5)		7(17.5)	40(100)

<Table 10> Hue/Tone of the Japan professional baseball Uniforms

(%)

Hue Tone	R	YR	Y	GY	G	BG	B	PB	P	RP	Neutral	
v	5(1/0/4)	3(0/0/3)	1(0/0/1)								W	9(0/8/1)
s		1(0/0/1)	3(0/0/3)					1(0/0/1)				
b											ltGy	2(2/0/0)
p												
ltg											mGy	2(2/0/0)
lt												
g											dkGy	
d			1(0/0/1)									
dp											Bk	7(4/1/2)
dk	1(1/0/0)							1(0/0/1)	2(1/0/1)			
dkg								1(1/0/0)				

<Table 11> Color image of the Korea, America and Japan professional baseball Uniforms

(%)

Nation	Color Image	Team	Total
Korea (8)	Casual	KIA Tigers, Nexen Heroes, SK Wyverns, Hanwha Eagles	4(50.0)
	Modern	Doosan Bears, Lotte Giants	2(25.0)
	Chic	LG Twins	1(12.5)
	CoolCasual	Samsung Lions	1(12.5)
America (30)	Dandy	Minnesota Twins, Boston Redsox, Baltimore Orioles, San Francisco Giants, Saint Louis Cardinals, Cincinnati Reds, Arizona Diamondbacks, Atlanta Braves, Oakland Athletics, LA Angels, Washington Nationals, Cleveland Indians, Pittsburgh Pirates, Philadelphia Phillies, Houston Astros	15(50.0)
	Chic	New York Mets, Detroit Tigers, Chicago Cubs, LA Dodgers, Kansas City Royals, Texas Rangers, Tampa Bay Rays, Toronto Blue Jays	8(26.7)
	Modern	New York Yankees, Miami Marlins, Milwaukee Brewers, San Diego Padres, Seattle Mariners, Chicago White Sox, Colorado Rockies	7(23.3)
Japan (12)	Modern	softbank hooks, Yokohama DeNA BayStars, Chunichi Dragons, Yakult Swallows, Chiba Lotte Marines, Hanshin Tigers	6(50.0)
	Dandy	Orix Buffaloes, Nippon Ham Fighters	2(16.7)
	Chic	Yomiuri Giants, Saitama Seibu Lions	2(16.7)
	Casual	Rakuten Golden Eagles, Hiroshima Toyo Carp	2(16.7)

한국 프로야구 유니폼의 색채이미지<Figure 7>는 캐주얼 이미지 4벌(50%), 모던 이미지 2벌(25%), 시크/쿨 캐주얼 이미지 각각 1벌(12.5%) 순으로 나타났다. 기아 타이거즈, 넥센 히어로즈, SK와이번스, 한화 이글스는 고채도의 순색과 무채색의 배색을 통해 ‘선명한, 눈에 띄는, 쾌활한’ 형용사 이미지를 갖는 캐주얼 이미지에 포함된다. 이는 권나경(2010)의 연구에서 기아, SK, 한화 유니폼에 연상되는 이미지로 쾌활하고 활동적인 느낌이 가장 많이 연상된다고 나타난 결과와 일치한다. 또한 dkG톤의 PB 컬러와 W 컬러 배색인 두산 베어스와 Bk와 W 컬러 배색인 롯데 자이언츠 유니폼은 무게감 있고 안정적인 분위기를 느끼게 하면서 ‘이지적인, 도시적인, 능률한’ 등의 형용사 이미지를 갖는 모던 이미지에 포함되는데, 이는 단순한 배색으로 시각적으로 세련되고 모던한 이미지를 이끌어 낸다. 그 외 메인컬러가 ItGy 컬러인 LG 트윈스의 유니폼은 자칫 무겁고 답답한 인상을 줄 수 있지만, 질리지 않고 중후한 이미지를 나타내면서 ‘회색빛의, 수수한’ 등의 형용사 이미지를 갖는 시크 이미지에 포함된다. 삼성

라이온즈의 유니폼은 v톤의 PB 컬러를 더욱 선명하고 돋보이게 하는 W와의 배색을 통해 ‘활동적인, 재빠른’ 등의 쿨 캐주얼 이미지에 포함되며, 높은 가독성과 세련되고 차분한 이미지를 표현하고 있다.

미국 프로야구 유니폼은 MLB 유니폼 규정상 30개 구단 모두 ItGy를 원정유니폼의 메인 컬러로 사용하고 있어 팀별 유니폼의 차이는 없으나, 전체적으로 ItGy 컬러가 배색의 색을 더욱 돋보이게 하는 특성이 있어 모든 색과 무난하게 잘 어울림과 동시에 중립성을 나타내어 평온함과 부드러움을 느끼게 한다.⁵¹⁾ 색채이미지<Figure 8>는 댄디 이미지 15벌(50%), 모던 이미지 8벌(26.7%), 시크 이미지 7벌(23.3%) 순으로 나타났다. 미네소타 트윈스, 보스턴 레드삭스, LA 에인절스를 포함한 15개 팀은 ‘안정된, 견고한, 실용적인’ 등의 형용사 이미지를 갖는 이지적이고 세련된 느낌의 댄디한 이미지를 보여주고 있고, 뉴욕 메츠, 디트로이트 타이거즈, LA 다저스를 포함한 8개 팀은 ‘조용한, 수수한, 마른느낌의’ 등의 형용사 이미지를 갖는 시크 이미지에 포함된다. 그 외 뉴욕 양키스, 마이애미 말린스, 밀워키 브

<Figure 7> Color image of the Korea professional baseball Uniforms

<Figure 8> Color image of the America professional baseball Uniforms

<Figure 9> Color image of the Japan professional baseball Uniforms

루어스 팀을 포함한 7개 팀은 '합리적인, 현대적인, 이지적인' 등의 형용사 이미지어를 갖는 모던한 이미지를 나타낸다.

일본 프로야구 유니폼의 색채이미지<Figure 9>는 모던 이미지 6별(50%), 댄디/시크/캐주얼 이미지 각각 2별(16.7%) 순으로 나타났다. 소프트뱅크 호크스, 요코하마 베이스타스를 포함한 6개 팀은 '진보적인, 이지적인, 합리적인' 등의 형용사 이미지어를 갖는 모던한 이미지에 포함된다. 이는 단순한 무채색끼리의 배색에 고채도의 컬러를 액센트로 사용하여 단조로움을 피하고 세련된 느낌을 표현하고 있고, 히로시마 파이테르스와 오릭스 버팔로스는 '안정된, 견고한, 목직한' 등의 형용사 이미지어를 갖는 댄디 이미지에 포함된다. 세이부 라이온즈, 요미우리 자이언츠는 시크 이미지에, 라쿠텐 골든 이글스, 히로시마 도요 카프는 캐주얼 이미지에 포함된다. 일본의 야구유니폼은 무채색 또는 저채도의 메인 컬러와 고채도의 액센트 컬러 배색이 대부분으로, 이는 채도의 차이가 크면 클수록 배색의 대비가 더욱 선명하게 드러나는 것과 같이 경기장으로부터 시각적 주목성을 이끌어 내는 효과적이다.

앞에서 살펴본 바와 같이, 오랜 역사와 전통을 자랑하는 미국의 야구 유니폼은 무채색을 유니폼의 메인컬러로 사용하여 댄디하고 모던한 이미지가 많이 나타났으며, 일본 또한 무채색 또는 저채도의 메인 컬러를 통해 모던한 이미지가 많이 나타났다. 그러나 한국은 고채도의 유채색과 무채색의 배색을 통해

캐주얼한 이미지가 가장 많이 나타났음을 알 수 있다.

IV. 결 론

현대 스포츠 가운데 프로야구는 세대를 거쳐 다양한 팬 층을 확보하고 있는 대표적인 운동종목으로 관심과 인기는 날로 증가하고 있다. 특히 한국야구의 국제대회 우승 및 세계화를 주도한 슈퍼스타들의 국내 복귀와 기록은 팬들에게 과거의 향수를 불러일으켰고, 이로 인해 프로야구를 관람하는 관객 수의 증가뿐만 아니라 이는 스포츠 상품의 소비증대로 이어져 스포츠 마케팅을 활성화시키는 요인으로 작용하고 있다.

스포츠 마케팅에서 가장 중요한 것은 소비자들에게 긍정적인 기업의 이미지를 각인시켜 브랜드 인지도와 가치를 상승시키는 것으로, 각 구단들은 VI 요소를 홍보와 이미지를 구축하는데 활용하고 있다. 그 중에서도 색채는 소비자들의 마음을 움직일 수 있는 강력한 설득력을 가지고 있어 스포츠 유니폼의 차별성과 주목성을 높이는 중요한 역할을 하고 있다. 이에 본 연구는 한·미·일 프로야구 유니폼을 중심으로 비주얼 아이덴티티로서 색채 특성과 이미지를 비교·분석하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다. 야구는 영국과 미국의 게임에서 유래되어 19세기 중엽 미국 전역으로

퍼지면서 발전되었으며, 현재 메이저리그에서는 30개 팀이 소속되어 있다. 일본은 1934년 프로야구가 성공적으로 출범하여 현재는 NPB에서 12개 팀이 소속되어 있고, 한국은 1905년 선교사 길레트가 황성 YMCA 회원들에게 지도한데서 시작되어 1982년 프로야구의 개막전을 시작으로 현재 8개 팀이 활동하고 있다. 야구 유니폼은 오랜 기간동안 과학적인 기능성과 인간 공학적 측면이 고려되면서 다양한 아이템을 갖추게 되었으며, 각 구단의 개성과 이미지를 효과적으로 표현할 수 있는 디자인을 통해 팀의 문화와 긍정적인 이미지를 부각시키고 있다.

스포츠마케팅은 스타 선수나 흥미있는 이벤트를 상품화하여 판매하거나 서비스를 제공하는 것으로 프로스포츠에서 많이 활용되고 있으며, 각 기업에서는 구단의 정체성과 차별화된 이미지를 전달하기 위해 VI 구성요소를 전략적으로 사용하고 있다. 그 중에서도 TV, 신문, 잡지 등 언론 매체와의 접촉빈도가 높은 유니폼은 팬들에게 감성적으로 친근감을 형성하게 하고 시각적 전달력이 높아 중요한 스포츠 마케팅 요소 중의 하나이다. 특히 유니폼의 색채는 구단의 정체성과 이미지를 직접적으로 전달하고 시청자들에게 깊은 인상을 줄 수 있어 비주얼 커뮤니케이션으로 작용한다.

한·미·일 프로야구 유니폼의 색채 특성을 살펴본 결과, 한국 프로야구 유니폼의 메인 컬러에 가장 많이 나타난 R(v)컬러는 적극적이고 강한 이미지를 불러일으키는 색으로, 구단의 심벌과 유니폼에 많이 사용된 것을 볼 때 붉은 악마의 이미지가 연상되어 한국인의 정서에 긍정적으로 작용하고 있다고 볼 수 있다. 서브 컬러에서는 무채색의 W가, 액센트 컬러에서는 Bk가 가장 많이 나타났으며, 명도 대비나 고채도의 순색과 무채색의 색상 대비로 보는 사람들로 하여금 강한 시각적 어필과 주목성을 높이고 있는 것으로 나타났다. 미국 유니폼의 메인 컬러에서는 ItGy컬러가 가장 많이 나타났는데, 이는 MLB 규정상 30개 팀 모두 회색의 원정유니폼으로 착용하고 있기 때문이며, 때론 다양한 색상의 액센트 컬러에서 느낄 수 있는 산만함을 차분하고 안정적으로 보이게 한다. 서브 컬러는 사용되지 않았고, 액센트 컬러에서는 R(v)가 가장 많이 나타났다. 일본 유니

폼의 메인과 서브 컬러에서는 Bk컬러가, 액센트 컬러에서는 R(v)가 가장 많이 나타났는데, 이는 안정적인 느낌을 주는 저명도의 메인 컬러와 고명도 액센트 컬러의 명도대비를 통해 시각적인 주목성을 높이고 있다.

한·미·일 프로야구 유니폼의 색채이미지를 살펴보기 위해 배색띠를 고바야시 배색이미지 스케일상에 포지셔닝한 결과, 한국 프로야구 유니폼의 색채이미지는 캐주얼 이미지, 모던 이미지, 시크/쿨 캐주얼 이미지 순으로 나타났으며, 고채도의 레드 계열과 무채색의 배색을 통해 캐주얼 이미지가 가장 많이 나타났음을 알 수 있다. 미국 프로야구 유니폼의 색채이미지는 댄디 이미지, 모던 이미지, 시크 이미지 순으로 나타났으며, 유니폼의 메인 컬러로 무채색을 사용하여 댄디하고 모던한 이미지가 전체적으로 많이 나타났다. 일본 프로야구 유니폼의 색채이미지는 모던 이미지, 댄디/시크/캐주얼 이미지 순으로 나타났으며, 현대적이고 미래지향적인 느낌의 모던한 이미지가 가장 많이 나타났음을 알 수 있다. 또한 액센트 컬러에서 고채도의 순색과 Bk의 배색이 많이 나타났는데, Bk는 색채특성상 색의 명도를 높여서 다른 배색의 색들을 더욱 밝게 하는 성질을 갖고 있어서인지, 배색에 있어서 강약의 느낌을 주고 주목성과 명시성을 높게 하여 안정된 배색을 이루고 있다.

이처럼 프로야구에 대한 관심이 점점 증가하고 있는 상황에서 유니폼은 팀의 역사와 전통을 계승하고, 정체성과 이미지를 효과적으로 전달할 수 있는 스포츠 마케팅의 중요한 수단이라는 인식과 함께 이에 대한 연구와 개발이 필요하다고 하겠다. 또한 80년이 넘는 세월 동안 양키스의 유니폼과 엠블럼이 현재 모든 야구선수들과 관중들이 입어보고 싶어 하는 ‘꿈의 유니폼’으로 인정받고 있는 것은 무엇보다도 유니폼을 역사와 전통으로 이어왔기 때문일 것이다. 그에 반해 우리나라 8개 구단의 유니폼은 프로야구 역사가 긴 미국, 일본과 비교해 볼 때 로고나 유니폼의 색상이 너무 자주 변경되어 팀의 정체성과 이미지를 지속적으로 전달하는데 어려움이 있다.

본 연구는 감성이미지시대에 소비자들에게 친숙하게 어필할 수 있는 프로야구 유니폼의 색채에 대한

종합적이고 깊이있는 연구로서 독창적이며, 교육뿐만 아니라 패션산업 현장에서도 활용할 수 있는 실증적인 기초 자료를 제공하는데 의의가 있다. 또한 색채의 표현 범위를 파악하고 타 국가와 비교해 우리나라의 야구유니폼의 배색이미지를 확인하여 경쟁력 있고 차별화된 야구유니폼의 색채 개발에 도움이 될 것이다. 더불어 패션을 비롯한 디자인 분야에서 활동하는 전문가들에게 있어 색채 특성과 배색이미지를 이해하는 일은 매우 가치있는 일이라 판단된다. 따라서 후속연구에서는 프로축구 유니폼 등의 색채 특성과 이미지 분석으로 연구를 확장하고자 한다.

Reference

- 1) Steven Szymanski, Andrew Zimbalist(2006), *National Pastime: How Americans Play Baseball and the Rest of the World Plays Soccer?*, Kim Gwangwoo(translator), editor, p.12.
- 2) Yoshiyuki Matsuda(2003), *Sport Industry*, Choi Jongjin, Park Changue, Lee Byungwan(translator), Daehan journal of business, p.172.
- 3) Yoo Byungwoo(2006), Communication of Sports Marketing, *Marketing*, 40(7), p.57.
- 4) The compound word 'bluesumer' is formed from the words 'blue ocean' and 'consumer'. It means new market consumer at blue ocean.
- 5) "This is the *Non-Competitive new market*". (2013. 01. 25), *Korean Spirit*, Data search day 2013. 02. 03, Data Source <http://www.ikoreanspirit.com>
- 6) Kevin Bliss(Aug 18, 2011), "Five Characteristics That Describe Baseball", *livestrong*, Retrieved 2013. 01. 18, from <http://www.livestrong.com>
- 7) Kim Jungmyoung(2005), "A Study on Consumers' Recognition of Participation in Sports Event -Targeting on the Consumers of Japanese Professional Baseball and Professional Soccer", *Event & Convention Research*, 1(1), p.12.
- 8) Alternative uniform is called the third uniform. It is exercising uniform to wear when player practice prior to the game. but sometimes, player is to wear alternative uniform during the game, in terms of fan service.
- 9) Lee Soohyung,(2009), *Major League Baseball*, Seoul: Wheel of Time, p.153.
- 10) Pyo Yukyung, Lee Myounghee(2000), A Study on Image Evaluation of Baseball Uniform, *The Journal of the Korean society of costumes*, 50(8), p.43.
- 11) Frank H. Mahnke(1998), *New Thinking in Design: Conversations on Theory and Practice*, Choi Seunghee, Lee Myongsoon (translator), Kukje, pp.13-17.
- 12) Ha Woongyong(2000), "Feminist Criticism of the History of Women's Korean Basketball Uniform", *The Korean Alliance for Health, Physical Education*, 5(1), pp.57-66. Seo Kyeonghwa(2001), "The philosophical aspects of the uniforms in the Korean women basketball players", Korean National of Physical Education University a master's degree thesis, Kim Minja, Park Juhee(2002), "Soccer Uniform Designs Representing Korean Image", *The Journal of the Korean society of costumes*, 52(4), pp.125-139. Kim Younggab, Jeon Byeongdeok(2003), "Searching for Symbolic Image of Tight-fitting Uniform in the Korean Women's Professional Basketball", *Journal of sport and leisure studies*, 19, pp.261-274. Kim Siyang(2004), "A study on design of new chothe by applying sportism: Focused on

- images of the soccer uniform", Ewha womans University a master's degree thesis.
- Lim Jisook(2005), "A study on design of uniforms for athletes in the olympics in which a national image is expressed: focused on the Olympics in Athens, 2004", Hong Ik University a master's degree thesis,
- Kim Yongyoon(2006), "A Study of Korea Pro Basketball Uniform Design: Focused on Pro Basketball Player's Uniform", Kyungnam University a master's degree thesis,
- 13) Park Heeyeon(1988), "A study on the development of the Baseball Uniforms design", Hong Ik University a master's degree thesis.,.
 - 14) Pyo Yukyung, Lee Myunghee, op.cit., pp.43-55. Kwon Nakyoung(2010), "A Study of color image's association of Korea baseball team", Hong Ik University a master's degree thesis.
 - 151) Kim Chanhui, Kim Sangho(2007), "A Multi-Attribute Approach to Understanding Image of Licensing Products in Professional Baseball League: Focus on a Team Uniform Licensing Product", *A Journal of the Korean Wellness*, 2(2), pp.41-48. Kim Yongman, Kim Kyungchun, Hur Jin(2010). "The Effects of the Attribute of Professional Baseball Licensing Clothing Product on Purchase Satisfaction, Team Brand Identification, Consumer-Team Brand Relationship Quality and Team Brand Loyalty", *Korean Journal of Sport Science*, 21(1), pp.553-562.
 - 16) Dan Hauser, Ed Turner and John Gennantonio(2011), *Antique Sports Uniforms & Equipment: Baseball-Football-Basketball 1840-1940*, New York: Schiffer, p.9.
 - 17) Ibid., p.9.
 - 18) Steven Szymanski, AndrewZimbalist, op.cit., p.20.
 - 19) Jeon, Yongbae, kim, Aerang(2011), A Comparative Study between Korea and Japan Baseball Focusing on Sociocultural Meaning, *The Journal of Korean Association of Modern Japanology*, 34, p.309.
 - 20) Park, Heeyeon(1988), op.cit., p.5.
 - 21) Searched Date 2013. 12. 10 Data Source <http://ko.wikipedia.org/>
 - 22) Kim Joonhan(2003), "A study on the changes and development strategies of Korean professional baseball", Yonsei University a master's degree thesis, p.8.
 - 23) Searched Date 2013. 12. 15 Data Source <https://sites.google.com/site/kj2012104048/yagulan/hangug-yaguui-yeogsa>
 - 24) Scohlossberg, D.(1980), *The baseball catalog*, New York: Jonathan David Publishers. Inc., pp.2~4.
 - 25) *Collier's Encyclopedia*(1980), 3, New York: Crowell, pp.662~663.
 - 26) Pyo Yukyung, Lee Myunghee, op.cit., p.45.
 - 27) Scohlossberg, D., op.cit., pp.67~70.
 - 28) Yu Hongrak, Chun Ilphyoung, Lee Jeoungnam(1999), *History of Koreabaseball*, Jisungsa, pp.64~65.
 - 29) Searched Date 2013. 12. 23 Data Source http://ask.nate.com/popup/print_qna.html?n=540694
 - 30) "Sports is Raised to feed China", (2003. 7. 13), Weeklytrade, Searched Date 2013. 1. 3 Data Source <http://www.weeklytrade.co.kr>
 - 31) SAM FULLERTON(2009), *Sports Marketing*, New York: McGrawHill, p.54.
 - 32) Searched Date 2013. 12. 23 Data Source <http://terms.naver.com/entry.nhn?cid=200000000&docId=1206061&mobile>
 - 33) Yoshiyuki Matsuda, op.cit., p.185.
 - 34) Searched Date 2013. 12. 23 Data Source <http://shop.mlb.com/family/index.jsp?categoryId=1955660&cp=14523>

- 35) Shank, M. D.(1999), *Sports marketing: A strategic perspective*, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, p.35.
- 36) Lee Soohyoung, op.cit., pp.18~21.
- 37) Martin & Zober(1971), *Principle or Marketing*, New York: Allyn & Balon Inc, p.579.
- 38) Searched Date 2013. 1. 23 Data Source www.businessdictionary.com
- 39) Yoo Myunghwan(2010), A Study on the Visual Identity of Sport Teams Such As NFL in USA, Premium League in England, and K-League in Korea, *A Journal of Brand Design Association of Korea*. 15(8), p.19.
- 40) Marc gobe'(ed.)(2002), *EMOTIONAL BRANDING*, An Jangwon(translator), Kim&books, p.147.
- 41) Shigenobu Kobayashi(1992), *Color Image Scale*(1rd ed); USA: Kodnasha, p.11.
- 42) Ibid., p.11.
- 43) Korea Institute of Design Promotion.(2011), *Color combination Image Scale*, Design Issue Report 3, p.2.
- 44) Ibid., p.2.
- 45) Frank H. Mahnke(1998), op.cit., p.61.
- 46) Kwon Nakyoung(2010), op.cit., p.58.
- 47) Park Myunghwan(editor)(2007), *COLOR DESIGN BOOK*, Gilbut, pp.160~161.
- 48) Ibid., p.45.
- 49) Searched Date 2013. 1. 25 Data Source <http://yagootimes.com/1682>
- 50) Kim Jongsun, Ha Jisoo(2007), A Study on the Design of Ubiquitous Fashionable Computer for Fireman, *A Journal of the Korean Insititute of Next Generation Computing*, 3, p.37.
- 51) Park Myunghwan, op. cit., p.57.

접수일(2013년 3월 4일),
수정일(2013년 3월 30일),
게재확정일(2013년 4월 15일)