

패션 일러스트레이션에 나타난 타이포그래피의 표현유형과 미적 의미

권기영

경북대학교 의류학과 부교수

요약

본 연구의 목적은 타이포그래피의 조형적 요소를 활용한 패션 일러스트레이션의 표현유형과 미적 의미에 관한 연구를 통해 예술적이고 이미지 전달에 효과적인 커뮤니케이션 매체로서의 패션 일러스트레이션 제작에 도움을 주는 데 있다. 연구방법은 1990년 이후 현대에 이르기까지 제작된 패션 일러스트레이션을 중심으로 타이포그래피를 시각적 조형표현요소로 사용한 작품의 표현유형과 미적 의미를 분석하였다. 분석결과, 타이포그래피를 적용한 패션 일러스트레이션의 표현유형은 의미전달 우위유형과 조형적 표현 우위유형으로 구분할 수 있었다. 의미전달 우위유형은 브랜드 정보 전달 매체로서의 타이포그래피와 메시지 전달 매체로서의 타이포그래피로 구분할 수 있으며, 조형적 표현 우위유형은 패션디자인 요소로서의 타이포그래피와 배경 설정을 위한 타이포그래피로 구분할 수 있다. 다음으로 타이포그래피를 적용한 패션 일러스트레이션이 나타내는 미적 의미를 살펴보면, 첫째, 의미전달 우위유형을 보이는 패션 일러스트레이션은 시각적 커뮤니케이션의 매체라는 의미를 지니며, 조형적 표현 우위유형에 속하는 패션디자인 요소로서의 타이포그래피와 배경 설정을 위한 타이포그래피는 심미적 조형 표현도구라는 의미를 지닌다. 타이포그래피는 패션 일러스트레이션에서 문자 자체의 이미지 형성과 문자의 회화성을 통해 형태적 미를 가지며 다양한 표현기법과 운용과정에서 새로운 미적 조형적 가치를 창출한다.

주제어: 타이포그래피, 패션 일러스트레이션, 타이포 일러스트레이션, 표현 유형, 미적 의미

I. 서론

오늘날 문자는 단순히 쓰고 읽는 의사소통의 수단을 넘어 심미적이고 조형적인 형태를 지닌 대상으로서 많은 관심을 받고 있다. 타이포그래피(typography)란 문자라는 기호를 통해 커뮤니케이션(communication)의 체계적 조합 및 운용을 시각화시키며, 언어를 문자화하여 전달하는 실용적 기능에서 확대된 예술적 기능 및 인간적 감성을 지닌 조형언어로서, 이러한 이미지 전달로의 시각적 표현방법이 최근 확대되고 있다. 현대 타이포그래피의 가장 큰 특징은 글자나 텍스트(text)를 시각언어로 표현하기 시작했다는 것인데, 그림 대신 글자 또는 그림과 글자를 함께 사용하여 전달하고자 하는 내용과 분위기를 표현하는 것을 타이포 일러스트레이션(Typo illustration)이라고 한다.¹⁾

패션 분야에서도 문자를 활용한 다양한 텍스트 디자인이 개발되고 하나의 유행트렌드로 자리매김하고 있으며, 시각예술의 한 분야이자 패션의 메시지 전달 및 정보 기록의 역할을 하고 있는 패션 일러스트레이션에서도 타이포그래피를 도입하는 경우가 많아지고 있다. 현대의 일러스트레이션은 일반적으로 이미지를 정확하게 전달하기 위한 수단으로 사용되므로 독창성은 물론, 전달하는 내용이나 기능도 중요하다. 그럼에도 불구하고 이미지의 내용을 직접적으로 전달하는 데 큰 역할을 하는 타이포그래피를 접목한 패션 일러스트레이션 연구는 미비한 실정이다. 따라서 본 연구는 타이포그래피의 조형적 요소를 활용한 패션 일러스트레이션의 표현유형과 미적 의미에 관한 연구를 통해 예술적이고 이미지 전달에 효과적인 커뮤니케이션 매체로서의 패션 일러스트레이션 제작에 도움을 주는 데 목적을 두었다. 이는 일러스트레이션의 표현영역을 확대하고 시각적이고 미적인 커뮤니케이션이라는 문화를 개척하는데 기여할 것이다.

연구방법은 관련문헌과 선행연구를 통해 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현유형을 고찰하고 패션 일러스트레이션에서 보여지는 타이포그래피의 표현유형과 미적 의미를 분석하기 위해 국내외에서 출간된 패션 일러스트레이션 관련 서적 및 패션 일러스트레이션 작가의 홈페이지 등에 소개된 작품을 분석하였다. 연구범위는 1990년 이후 현재까지 제작된 패션 일러스트레이션을 중심으로 타이포그래피가 패션 일러스트레이션에서 차지하는 비중이 커져 전체 이미지를 형성하는 데 큰 영향을 미친 153점의 자료를 참고로 하였다.

II. 이론적 배경

1. 타이포그래피의 개념과 특징

1) 타이포그래피의 개념

타이포그래피는 ‘활자’라는 의미를 지닌 ‘타이포(typo)’와 ‘기술 또는 쓰다’라는 뜻의 ‘그래피(graphie)’라는 말이 합쳐진 합성어이다. 예전에는 활판을 이용하는 인쇄술이나 편집 디자인 등에서 서체의 디자인이나 배치 등을 구성하고 표현하는 일을 타이포그래피라고 하였으나 현대에 와서 기술의 발달로 서체 표현의 제약이 없어지게 되면서 광의의 의미에서 글자를 다루는 모든 방법을 타이포그래피라고 한다.

인쇄술이 발명되기 전에 손으로 쓰던 글씨는 활판인쇄술의 발달과 함께 활자의 형태로 발전하였고 산업혁명의 영향으로 활자는 기능과 미적인 면에서 보다 효율적으로 운용하는 기술이나 학문이라는 개념으로 바뀌기 시작하였다. 그림이 시각적으로 보여지는 데 목적이 있다면 문자는 읽기 쉬운 의미를 잘 전달할 수 있도록 하는 기능이 더 중시된다. 따라서 전통적 타이포그래피는 가독성을 우선시하여 읽기 쉬운 글자 및 단순한 장식의

개념이었다.²⁾ 그러나 현대 여러 산업의 발달과 대중매체의 등장으로 이미지의 중요성이 커지면서 빠르고 읽기 쉬워야 한다는 기능적 측면에서 시각적으로 아름답고 다양한 이미지를 표현할 수 있는 실험적인 서체를 추구하는 경향으로 나아가고 있다. 디지털 기술의 발달로 이전에는 없었던 새로운 표현방법을 통한 폰트가 개발되고 타이포그래피 분야는 점차 산업디자인 전반에 걸쳐 영역을 확대해 나가며 지속적인 발달이 이루어지고 있다.

2) 타이포그래피의 특징

타이포그래피의 근간이 되는 문자는 메시지 전달의 직접적인 장치로서 형태와 소리와 의미로 구성되어 있으며, 구어적, 청각적 언어체계를 시각적으로 나타내주는 언어적인 전달기능과 문자가 마치 하나의 그림같이 어떠한 이미지를 표현하는 비언어적 전달 기능으로 표현 된다.³⁾ 타이포그래피의 이러한 구성은 다양한 특징을 나타낸다.

첫째, 타이포그래피는 가독성을 지니는데, 개개의 글자 형태를 식별하고 인지하는 과정을 뜻하는 가독성은 글자나 낱말을 지각하고 읽을 수 있으며, 이를 통해 내용을 이해하고 지각하는 과정을 포함한다. 타이포그래피는 언어를 시각적인 형태로 표현하여 내용을 기억시키는 역할을 하며, 이러한 타이포그래피의 언어적 기능은 가독성과 관련 있는 것으로 타이포그래피를 통해 정보와 메시지를 전달한다.⁴⁾ 둘째, 문자가 지닌 의미전달 기능은 타이포그래피의 실용성을 나타낸다. 오늘날 기업들은 디자인을 차별화하고 소비자에게 각인시키기 위해 미묘한 문자에 디자인을 가미하거나 독특한 서체를 활용하는 등 다양한 형태의 타이포그래피를 개발하고 있다. 이는 타이포그래피가 단순한 문자가 아니라 제품의 이미지를 전달하며, 광고와 홍보 전략, 매출과 관련을 가지는 요소로서 상업적 측면에서도 경제적 실용적 가치를 지니고 있음을 보여준다. 셋째, 많은 양의 정보와 인쇄매체에

둘러싸여 있는 현대의 소비자들은 시각적으로 강한 임팩트를 주거나 흥미를 끌도록 디자인된 타이포그래피에 주목성을 갖게 된다. 이것은 문자의 형태 자체가 조형요소로서 역할하고 있음을 보여주고 있는 것으로 디자이너나 제품에 삽입하는 타이포그래피의 차별화를 통해 시선을 끌고 오래 기억에 남을 수 있도록 할 수 있다. 넷째, 타이포그래피는 예술성을 지닌다. 문자는 추상적 조형예술로서, 글씨가 예술이 될 수 있는 것은 무엇보다도 뛰어난 조형적 잠재력을 지니고 있기 때문이다. 문자가 가지는 추상적이고 기하학적인 형태는 타이포그래피의 예술성과 관련 있으며 문자의 조형적 기능을 잘 보여준다.

이와 같이 타이포그래피는 가독성, 실용성, 주목성, 예술성의 특징을 지니며 정보를 약호화된 글자라는 기호체계로 시각적으로 표현하여 정확한 내용과 의미를 전달하고 보존할 뿐 아니라 조형요소로서 디자인 분야에서 중요시되고 있다.

2. 타이포 일러스트레이션의 개념과 시각적 표현유형

1) 타이포 일러스트레이션의 개념

최근 글자와 그림을 같이 사용하여 표현하거나, 그림 대신 글자로 전달하고자 하는 내용과 분위기를 표현하는 타이포 일러스트레이션이 많이 등장하고 있다.⁵⁾ 타이포 일러스트레이션은 일러스트레이션과 타이포그래피의 의미를 함께 가진 것으로, ‘활자’라는 의미를 지닌 ‘typo’와 ‘조명한다, 밝게 한다, 분명하게 만들다’라는 의미의 일러스트레이션을 결합한 개념이다. 다시 말해 시각적으로 어떤 의미를 전달하거나 내용의 이해를 돕기 위하여 끼워 넣는 삽화나 사진, 도안 등에서 특히 타이포그래피가 전체 이미지에 큰 영향을 미칠 때 타이포 일러스트레이션이라고 한다. 타이포 일러스트레이션은 글자 자체를 그림으로 꾸밀 수도 있으며

글자의 배열로 그 의미를 그려낼 수도 있다.

그림과 문자의 결합은 20세기 미술에서 다양하게 나타나는데, 화가들이 문자와 기호에 관심을 가지게 된 것은 문자들이 가지고 있는 기하학적이고 구조적인 형태가 화가들에게 좋은 영감을 주었기 때문이다. 기하학적 형태에 심취해 있던 1920년대 미래파 화가들은 화면의 역동성을 위해 문자를 회화에 삽입하는 방법을 썼으며 다다이스트(Dadaist)들은 사회에 대한 거부감을 그래픽적 표현과 시로 나타냈다.⁶⁾ 입체파 또한 글자를 단순한 기호가 아닌 시각적 형태로 여겼으며 작품 속에 나타나는 글들을 통해 그들의 메시지를 전달하였다. 팝아트(Pop Art)에서는 화면의 대중적이고 통속적인 이미지 표현을 위한 문자 도입이 두드러지게 보이는데, 예를 들면 만화, 영화 포스터, 코카콜라나 스프 캔 등의 일상적인 상품의 로고 마크를 조형 요소로 삼으면서 대중매체의 사물과 이미지를 예술 속으로 끌어 왔다⁷⁾.

메시지 체시를 위해 사물의 이미지와 글자를 결합하는 방식은 현대에 들어서 광고나 사진, 잡지 등에서 많이 살펴볼 수 있다. <그림 1>은 'Break the dull steak habit'이라는 문구아래 고기의 각 부위의 위치와 명칭을 벌거벗은 여성신체 위에 표기하여 여성신체를 고기에 비유하면서 물질화, 개체화, 대상화된 여성신체를 암시하고 있으며⁸⁾, <그림 2>는 'Pray your weight away'라는 문구를 헤어로 나타내고 비만인 신체남성의 몸에 주제 내용들을 마치 옷을 입은 것처럼 표현한 타이포 일러스트레이션이다.⁹⁾

오늘날 포스트모더니즘의 경향으로 가독성과 관계없이 자간과 행간을 자유롭게 배치하거나 서체를 변화시키는 등 읽는 개념의 문자가 아닌 조형적 형태를 갖춘 요소 즉 일러스트화되어 시각적 표현의 다양성을 지닌 활자가 표현되어진다.¹⁰⁾ 또한 다양한 텍스처어(texture)를 병치시키고 복잡한 시각정보를 오버랩하거나 문자를 회화적 이미지와

통합시킴으로서 타이포그래피를 재해석한 특징들도 나타나는데 이것은 해체주의 경향에 따른 것이다. 이와 같이 문자는 오늘날 미술의 트렌드를 지배하고 있는 새로운 조형 기호로서 미적, 시적, 정치적, 사회적 메시지를 전달하며¹¹⁾, 20세기 실험적인 예술 경향과 함께 하며 이미지와 더불어 그림을 이해하는 중요한 매개체가 되고 있다.

2) 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현유형

현대 예술사조는 타이포그래피의 시각적 표현의 확대를 가져왔으며, 광고나 잡지 등의 인쇄매체와 전파매체 분야에서 이미지와 문자를 결합한 타이포 일러스트레이션이 참신하고 독특한 방법으로 나타나고 있다. 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현유형과 관련한 학자들의 분류를 살펴보면 다음과 같다.

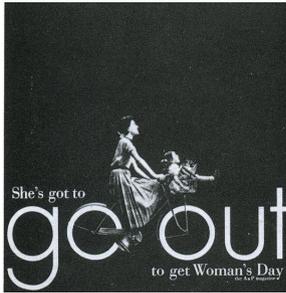
김미정(2002)¹²⁾의 연구에 따르면, 활자체의 운용과 표현 면에서 타이포 일러스트레이션은 크게 명쾌함과 질서 위주의 기능적 타이포 일러스트레이션과 생동감있고 역동적인 표현을 위주로 한 실험적 타이포 일러스트레이션으로 나눌 수 있다. 기능적 타이포 일러스트레이션은 타이포그래피가 지닌 가독성을 우선시한 것으로서 문자의 본래 기능이라고 할 수 있는 정보전달의 수단으로 사용되었을 때를 말하며, 실험적 타이포 일러스트레이션



<그림 1> 『USA』, 1968
(출처: 『Letter & Image』,
1970, p.309)



<그림 2> Jerome Snyder,
『Fact Review』, 1965
(출처: 『Letter & Image』,
1970, p.43)



<그림 3> Gene Federico, 『Woman's day』지를 위한 광고, 1953
(출처: 『Letter & Image』, 1970, p.164)



<그림 4> 『Rochas』, 신문 광고, 1967
(출처: 『Letter & Image』, 1970, p.232)



<그림 5> Jerome Snyder, 『Fact』, 1965
(출처: 『Letter & Image』, 1970, p.235)



<그림 6> 코미디 『선인장 꽃』을 위한 광고인쇄물, 1968
(출처: 『Letter & Image』, 1970, p. 163)

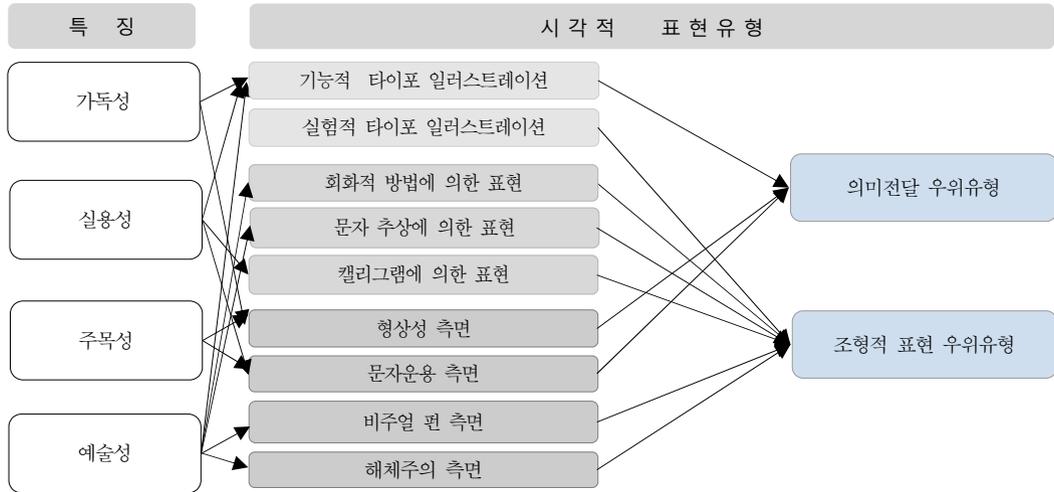


<그림 7> contents page, 1991
(출처: 『The end of print: Carson』, 2000, p.102)

은 자극적이고 역동적인 표현으로 의미를 강화해서 전달하는 것으로서 문자의 조형적 역할을 잘 보여준다. 다음으로 김홍련, 박현옥(1999)¹³⁾의 연구는 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현방법을 회화적 방법에 의한 표현, 문자 추상에 의한 표현, 캘리그램(calligram)에 의한 표현으로 나누고 있다. 회화적 표현은 최근의 일러스트레이션이 커뮤니케이션을 그림으로 시각화하는 것 뿐 아니라 거기에 포함되어 있는 시지각의 의미도 전달하기 위해 글자를 회화화하거나 상징물과 조합하는 것을 뜻하며, 문자추상에 의한 표현은 문자를 해체하고 변형, 왜곡, 중첩, 종합 등의 과정을 거쳐 독특한 추상적인 조형형태로 재구성하는 것이다. 그리고 마지막으로 캘리그램에 의한 타이포 일러스트레이션은 언어적 특성과 역동적 조형성을 함께 조화시키는 시각적 표현방법을 뜻한다. 한편 장순석, 양예규(2000)¹⁴⁾의 연구에 따르면 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현유형을 조형적인 측면과 시각유

희 측면에 주안점을 두어 크게 형상성 측면, 문자 운용 측면, 비주얼 펀 측면, 해체주의 측면으로 구분하였다. 첫째로, 형상성 측면에서의 타이포 일러스트레이션은 글자의 형태나 외형을 의미와 결부되게끔 조작하는 것이다. <그림 3>의 진 페드리코(Gene Federico)가 제작한 『Woman's day』지를 위한 광고는 영화 『E.T.』의 한 장면을 패러디한 것으로 여성이 아이를 자전거 앞에 태우고 가는 모습을 보여주고 있다. 이 때 'go out'의 알파벳 o 자리에 자전거의 두 바퀴를 치환하는 것은 문자의 의미와 속성이 유사한 대리물을 그 자리에 배치하여 보는 사람으로 하여금 그 낱말의 전후 문자와 관련하여 문자와의 유사성을 발견하도록 하여 의미를 부여하고 기억을 심도있게 하는 조형기법이다.¹⁵⁾ 둘째로 문자 운용 측면에서의 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현유형에는 <그림 4>에서 보이듯이 중절모를 쓴 신사의 얼굴에서 수염이 있어야 할 자리에 'Moustache'라는 단어를 콧수염 형태로 나

<표 1> 타이포 일러스트레이션의 특징과 시각적 표현유형 분류



타냄으로써 문자를 일러스트와 합치시키는 방법과, 이미지 강조 효과를 위해 문자를 확대하는 기법, 그리고 <그림 5>에서와 같이 활자 배열을 통해 시각적 효과를 주는 문자의 집합체에 의한 기법이 있다.¹⁶⁾ 문자의 집합체에 의한 기법은 시각적 요소를 한 낱말로 축약해서 나타내는 것이 아니라 집합적으로 결합되어 있는 문자들이 어떤 실제적이고 구체적인 형상을 묘사하고 있는 방식이다. 셋째로 비주얼 펀 측면에서의 시각적 표현유형은 문자를 일러스트와 함께 배치할 때 문자 메시지가 지닌 원래의 의미를 느끼게 하는 다른 조형적 요소를 통해 유머러스함을 배가시키며 메시지의 복합적인 의미를 시각화시키는 데 큰 효과를 지닌다¹⁷⁾. <그림 6>의 코미디 『선인장 꽃』을 위한 광고 인쇄물은 문자 형태 자체를 선인장의 가시를 형상화하여 나타냄으로써 의미와 시각적 형태간의 유사성을 추구하였고 이를 통해 유희효과를 창출하고 있다. 넷째로, 해체주의 측면에서의 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현유형은 <그림 7>에서 보듯이 문자의 비대칭적인 반복과 변형, 분리, 겹쳐짐, 생략 등 활자의 파괴나 혼합 그리고 문장의 분절과 간섭을 통해 착시효과를 불러일으키고

문자의 즉각적인 의미 전달보다는 내재되어 있는 작가의 의도를 광범위하게 해석할 수 있도록 하는 표현방법이다.¹⁸⁾

이와 같이 다양하게 분류되는 시각적 표현유형은 가독성과 실용성에 주안점을 두어 의미 전달에 더 우위를 둔 유형과 예술성과 주목성 등에 우위를 두어 조형적으로도 미적인 효과를 위한 표현을 위한 매체로서의 측면을 강조하는 조형표현 우위유형으로 분류할 수 있다<표 1>.

3. 타이포그래피를 활용한 20세기 패션 일러스트레이션

패션 일러스트레이션은 패션 디자이너의 창의적인 아이디어를 표현하는 도구로서 동시대의 복식을 보여주고 다가 올 유행을 예고하는 역할을 한다. 그리고 더 나아가 패션 상품 광고의 이미지 전달매체로서 패션 산업의 전 분야에서 패션 감각을 전달하는 커뮤니케이션의 역할을 수행하고 있다.¹⁹⁾ 최근 다양한 예술사조로부터 영감을 받으면서 패션 일러스트레이션도 패션 산업체에서 대중들에게 의상 정보를 선전하고 광고하는 것으로부



<그림 8> Georges Lepape, 'EARLY OCTOBER', 1924 (출처: 『VOGUE COVERS ON FASHION'S FRONT PAGE』, 2010, p.35)



<그림 9> Marcel Vertes, 1937(출처: 『패션 일러스트레이션의 거장들』, p.75)



<그림 10> Tom Keogh, 1948(출처: 『패션 일러스트레이션의 거장들』, p.75)



<그림 11> Antonio Lopez, 1967(출처: 『패션 일러스트레이션의 거장들』, p.62)



<그림 12> Bil Donovan, 1985(출처: 『Fashion Illustration New II』, p.139)

터 발전하여 예술적 가치를 지닌 분야로서 차츰 그 영역을 넓혀 가고 있는 추세이다. 20세기 이후 패션 일러스트레이터들의 작품에서 타이포그래피를 차용한 작품을 많이 볼 수 있는데, <그림 8>은 조르주 르파페(Georges Lepape)가 그린 『보그(Vogue)』지 표지로서 'Vogue' 라는 글자의 형태를 그림의 인물 배경으로 삽입하였는데, 배경이 되는 구름 모양의 형태와 조화되도록 글자 하나하나의 선과 굵기 모양을 조작하였다. 이 일러스트레이션에서 타이포그래피는 보그라는 잡지 브랜드를 나타낸다. 1920년대는 미래파 작가들이 주로 활동하던 시기로 그들의 작품에서 타이포그래피를 조형의 한 요소로 사용했던 것처럼 일러스트레이터 또한 문자를 시각적 이미지 전달을 위한 주요 요소로 도입하였다. 마르셀 베르테스(Marcel Vertes)는 1930년대 중반부터 보그와 하퍼스 바자(Harpers Bazaar)에 그의 작품을 게재했는데, 엘사 스킴파렐리(Elsa Schiaparelli)의 향수 『쇼킹(Shocking)』 광고를 위한 <그림 9>의 일러스트레이션을 보면 인물과 광고하고자 상품 그리고 브랜드명이 적절한 비중을 가지고 배치되어 있으면서 글자가 하나의 조형요소로 활용되고 있다. 문자는 점점 패션 일러스트레이션에서 다양한 목적과 이미지 표현을 위해 사용되었으며, <그림 10>의 톰 키오(Tom

Keogh)의 작품에서 문자는 잡지명 보그를 나타냄과 동시에 화면에서 의외의 위치에서 대상과 사물로 역할하고 있다. 발 받침대로 사용되고 있는 알파벳 G와 인대에 핀으로 꽂혀 있는 알파벳 O는 대상을 일상적인 맥락으로부터 분리하며 모호하고 역설적이며 기이한 구조로 재구성하는 초현실주의의 영향을 받은 것이라 할 수 있다. 이처럼 시대별 유행하는 예술사조는 일러스트레이터의 작품에 지속적으로 영향을 미치며 작가의 자유로운 감성과 더불어 다양한 양상으로 표현되어져 왔다. 안토니오 로페즈(Antonio Lopez)의 작품 <그림 11>은 60년대 사이키델릭 아트의 영향을 받은 작품으로 현란한 색상과 착시를 일으키는 반복적인 형태와 더불어 히피 하위문화에서 추구하는 사랑과 평화의 메시지를 'Love'와 'Peace'라는 단어 그리고 숫자들을 패션 일러스트레이션에 삽입하여 전달하고 있다. 이것은 문자가 패션디자인의 조형요소로서의 역할 뿐 아니라 커뮤니케이션의 도구로서 훌륭한 시각적 매체가 됨을 보여준다. <그림 12>는 빌 도노반(Bil Donovan)의 작품으로 다양한 활자가 찍혀 있는 인쇄물을 오려 붙여 꼴라주한 것인데, 문자와 배경의 색상 대비, 그리고 활자체의 크기와 서체의 변화 등을 통해 인물과 의상의 실루엣과 볼륨을 구성하고 있다. 90년대 들어오면서 다양한 컴퓨터

이미지들이 나오기 시작했고 일러스트레이터들은 순수 일러스트레이션, 사진, 컴퓨터 그래픽을 적절히 혼합하여 경계를 해체했다.²⁰⁾

패션 일러스트레이션은 시대적 변화에 따라 새로운 방식을 도입하여 현대화되어 왔으며 20세기 후반의 일러스트레이션은 내용보다는 이미지를 중시하게 되면서 옷의 디테일을 보여주는 본래의 기능보다 독자의 호기심을 유발하는 도구로 사용되고 있다. 이 때 타이포그래피는 메시지를 전달하기도 하고 디자인을 위한 조형요소로서 패션 일러스트레이션에서 이미지와 자연스럽게 조화되어 나타나고 있다.

III. 패션 일러스트레이션에 나타난 타이포그래피의 표현유형과 미적 의미

1. 패션 일러스트레이션에 나타난 타이포그래피의 표현유형

타이포그래피를 접목한 패션 일러스트레이션의 표현유형은 타이포그래피가 지닌 가독성, 실용성, 주목성, 예술성 등의 특징과 타이포 일러스트레이션의 시각적 표현유형을 통해 의미전달 우위유형과 조형적 표현 우위유형으로 나눌 수 있다. 가독성과 실용성은 문자를 통한 정보나 메시지의 전달을 뜻하는 것으로 타이포그래피의 의미전달 측면을 중시한 것이고, 주목성과 예술성은 시각적으로 흥미를 끌도록 타이포그래피의 디자인을 차별화하고 조형적 표현을 위한 구성요소로 활용할 수 있음을 뜻한다.

1) 의미전달 우위 유형

(1) 브랜드 정보 전달 매체

의미전달 우위 유형은 타이포그래피가 지닌 가

독성이 잘 나타난 유형으로 언어적 기능과 관련있다. 패션 일러스트레이션에서 그림과 함께 제시된 패션 브랜드나 디자이너의 이름은 일러스트레이션에 표현한 패션스타일이 지니는 고유의 가치와 이미지를 표현한다²¹⁾. 일러스트레이션에서 타이포그래피는 단순히 그림과 함께 제시되는 보조적인 역할을 넘어서 전체 패션 이미지와 그림과 조화되게 표현됨으로써 시각적 형태 표현에 중요한 기능을 한다.

언더베르케(Underwerket)의 작품 <그림 13>은 사랑스럽고 여성스러운 로맨틱시즘을 추구하는 안나 수이(Anna Sui) 이미지를 위해 꽃과 나비, 그리고 긴 머리의 소녀를 브랜드를 나타내는 타이포그래피와 조화시킨 일러스트레이션이다. 흑백의 모노톤으로 절제된 색상은 단순한 라인의 오브제들과 일관된 이미지를 형성하며 안나 수이의 이미지를 잘 표현하고 있다. <그림 14>은 루벤 톨레도(Ruben Toledo)의 작품으로서 『디테일(Detail)』이라는 패션 잡지책의 형상을 인물의 얼굴과 바디 형태와의 유사성을 통해 추구하고 있으며, 잡지명을 인물의 신체에 기입하여 함께 표현함으로써 글자가 일러스트레이션의 중요한 시각적 요소로서 역할하고 있음을 보여준다. 이들 타이포그래피는 패션디자인에 대한 정보제공 및 브랜드의 인지도 상승을 가져오는 역할을 한다. <그림 15>는 스티나 페르손(Stina Persson)의 『프랑코 살토(Franco Sarto)』 브랜드를 위한 패션 일러스트레이션이다. 화면의 인물이 들고 있는 페이지백에 자연스럽게 들어 있는 브랜드 명은 프랑코 살토의 심플한 세련됨을 표현함과 동시에 의도하지 않은 듯한 홍보 효과를 나타내고 있다.

(2) 메시지 전달 매체

타이포그래피가 지닌 가독성은 일러스트레이션에서 이미지랑 결합할 때 메시지를 전달하는 역할을 한다. 패션 일러스트레이션에서 의복은 시각적



<그림 13> Underwerket, 2007(출처: 'Illusive 2', 2007, p.79)



<그림 14> Ruben Toledo, 1990 (출처: 'STYLE Dictionary', 1997, p.207)



<그림 15> Stina Persson, 2002(출처: 'Big book of fashion illustration', 2014, p.296)

조형물로서 트렌드와 이미지를 전달하며 함께 제시되는 타이포그래피는 작품을 통해 일러스트레이터가 전달하고자 하는 메시지를 좀 더 정확하고 강하게 어필한다. <그림 16>의 그레이슨 페리 (Grayson Perry)는 『샤넬(Chanel)』 브랜드의 의상과 범죄를 해결하자는 경찰 공고문을 매치시켜 패션과 사회불안이라는 전혀 어울릴 것 같지 않은 두 요소를 한 작품에 표현했다. <그림 17>은 'Freedom is out of fashion'이라는 메시지를 시각적으로 형상화하기 위해 여성의 양 손목에 채워진 수갑과 쇠사슬이 문자를 휘감도록 구성된 일러스트레이션이다. 인체에 비해 과장되게 확대된 타이포그래피는 메시지를 전달하는데 더 큰 효과를 발휘하며 여인과 문자 간의 시각적 대조를 통해 비일상적 해학미를 느끼게 한다. <그림 18>은 얼굴과 상반신 대신에 'THE ECONOMY'라는 글자가 채찍을 들고 남자의 등을 한쪽 발로 밟고 서 있는 여성을 나타내고 있다. 이것은 경제가 지배하는 사회적 현실과 남녀관계를 두 사람 간의 대비적인 이미지를 통해 표현하고 있으며 여성의 상반신을 대체하고 있는 타이포그래피는 다른 조형적 요소와 강렬한 표현대비를 이룬다. 패션 일러스트레이션에서 인체와 타이포그래피의 극단적 대조 또는 의외의 배치나 조합은 다양한 상상력과 아이디어로 웃음을 유발하며 시각 커뮤니케이션과 광고 마케팅 등에 이르기까지 널리 접목되는 기법이다.

이들 타이포그래피와 패션 이미지를 결합할 때 생성되는 유희적 이미지는 유희를 창조하는 요소가 메시지 본래의 의미로 문자적인 영향을 미치는 것을 뜻한다. <그림 19>은 콜라주와 페인트, 포도삽을 활용하여 사이즈와 활자체가 서로 다른 알파벳 문자를 'STILL MISS YOU'가 되도록 나열한 것이다. 이것은 활자의 파괴와 혼합을 통한 해체주의 경향의 타이포 패션 일러스트레이션을 보여준다. 비록 서로 다른 서체의 크기와 굵기가 다른 활자들을 혼합하여 문장을 이루고 있으나 가독성을 높인 형태들로 인해 디자이너가 전달하고자 하는 메시지를 직접적으로 나타낸다.

2) 조형적 표현 우위 유형

(1) 패션디자인 요소

문자가 가진 기하학적인 추상성과 예술성은 패션 일러스트레이션에서 타이포그래피와 이미지와의 조화를 구현하는 데 큰 역할을 한다. 타이포그래피는 언어인 동시에 시각적 조형기호로서 이미지를 나타낸다.²²⁾ 이 때 타이포그래피의 메시지 전달도구로서의 기능은 약화되고 조형적 표현도구로서의 기능은 두드러진다.

패션 일러스트레이션에서 타이포그래피의 의미를 지닌 단어라기보다 나열되고 겹쳐지거나 혼재된 하나의 무의미한 기호로서 문양 즉 텍스타일 디자인 요소로서의 역할을 한다. 서지 세들리츠



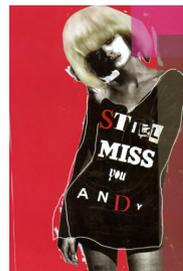
<그림 16> Grayson Perry, 2005
(출처: 『패션 일러스트레이션 100년』, 2011, p.375)



<그림 17> Personal ads, 2009
(출처: 『The beautiful illustrations for fashion and style』, 2010, p.24)



<그림 18> Raphael Vicenzi, 2007
(출처: 『The New Age of Feminine Drawing』, 2010, p.79)



<그림 19> Martin Dawber, 2006
(출처: 『The Big Book of Fashion Illustration』, 2008, p.139)

(Serge Seidlitz)의 작품 <그림 20>은 타이거 우즈 (Tiger Woods)를 주제로 한 『골프 펑크(Golf Punk)』 브랜드의 일러스트레이션이다. 블랙 바탕에 다양한 크기와 폰트로 구성된 형광색의 타이포그래피는 타이거 우즈의 실루엣을 형상화하며 머리에 쓰고 있는 캡에서 얼굴로 전이되고 있다. <그림 21>의 『나이키(Nike)』 일러스트레이션은 브랜드보다는 인물과 팬츠를 반복해서 채우고 있는 동일한 계열의 타이포그래피가 더 부각되어 나타난다. 사람의 형상을 집합적으로 채운 문자는 바깥 여백과의 경계를 형성하며 자연스럽게 쇼트 팬츠(short pants) 디자인으로 연결되어지며 주체와 객체의 탈경계화를 통해 초현실적인 분위기를 자아낸다. 이와 같이 서체의 종류와 대소, 농담, 색상의 변화에 따른 다양한 이미지의 타이포그래피가 집합체를 형성한 패션 일러스트레이션은 일종의 텍스타일 디자인 효과를 창출하며 패션 일러스트레이션에 독창성을 부여한다. <그림 22>는 『테티 디바인(Tatty Devine)』 브랜드를 위한 실야 괴츠(Silja Goetz)의 작품으로 선글라스에 장식되어 있는 ‘COLAB’와 마치 네크리스처럼 헤어의 한 자락에서 이어지는 테티 디바인이라는 이탤릭체의 타이포그래피는 디자인의 중심 모티브가 되어 심미적이고 조형적인 가치를 발산한다.

(2) 배경 구성 요소

패션 일러스트레이션에서 타이포그래피는 배경을 위한 구성 요소로 활용되어 인물과 패션, 그리고 여백과의 관계에서 전체 패션 이미지에 영향을 미치며 화면의 조화를 유도하는 역할을 한다. 빌도노반(Bil Donovan)의 작품 <그림 23>의 『Men in Black』에서 검은 양복을 입고 있는 인물의 주변을 둘러싼 검은 배경은 ‘black’이라는 글자의 반복과 겹침을 통한 농담효과를 통해 단어가 의미하는 뜻과 일러스트레이션에서 보여지는 시각적 효과를 일치시킨 것이다. 이것은 문자와 일러스트를 합성할 때 각각의 문자들이 갖는 고유한 형태를 유지하면서 알맞은 요소를 선택하여 그 단어가 의미하는 뜻과 일치하는 일러스트레이션을 결합하여 표현하는 것으로 합치기법을 통한 문자 활용을 보여준다. 마르틴 도버(Martin Dawber)의 <그림 24> 『Paul Willoughby by Child Memoirs』라는 작품은 휘갈겨 쓴 서로 다른 크기의 문장들을 겹쳐 의복의 실루엣을 구성하고 있다. 이러한 손으로 쓴 글씨는 일반적인 활자에서 보여줄 수 없는 서정적이고 아날로그적인 느낌이 있어 자유로움을 추구하는 비주얼적인 디자인 감각을 요구하는 디자인에서 유용하다.²³⁾ 또한 다양한 크기와 서체를 지닌 타이포그래피의 파괴와 겹침은 패션 이미지에 리듬감과 생동감을 부여한다. <그림 25>는 여백을 손



<그림 20> Serge Seidnitz, 2005
(출처: 'Ilusive 2', 2007, p. 115)



<그림 21> Siscott, 2007
(출처: 'Ilusive 2', 2007, p.133)



<그림 22> Silja Goetz, 2007
(출처: 'Ilusive 2', 2007, p.274)

으로 쓴 글자들로 채운 패션 일러스트레이션이다. 의상에 비해 가늘고 희미한 손글씨는 문자가 지닌 의미와 메시지를 전달하는 목적보다 여백을 채움으로써 시각적 미를 창출하는 효과에 더 비중을 둔 것이라 할 수 있다. 이처럼 평면화된 화면 위에 문자를 파괴시키거나 병치시켜 활자의 모양을 독특한 추상적인 형태로 표현할 수 있으며, 이 때 활자 형태의 요소들은 해체되고 변형된 독립된 기호들의 단순한 나열이 아니라 왜곡, 중첩, 종합시키는 일련의 과정을 거쳐 재구성한 것이다.

타이포그래피를 활용한 패션 일러스트레이션에서 배경을 위한 주된 요소로 사용된 문자는 읽히기 위한 의도보다는 작가의 주관적인 감정을 드러내고 화면의 전체 이미지 구성과 조화를 위한 것이다. 즉, 문자의 형태가 파괴되거나 서로 겹쳐지고 혼합되면서 의미를 통한 메시지 전달보다는 전체 맥락에서 표현되는 시각적 효과를 통해 패션 이미지를 전달한다. 이는 문자의 조형적 요소와 감성적 요소의 결합을 확대하며 문자의 형상 속에 내재해 있던 다양한 감정과 정서를 표출한다.

2. 패션 일러스트레이션에 나타난 타이포그래피의 미적 의미

패션 일러스트레이션에 나타난 타이포그래피는 문자언어와 시각언어의 기능을 동시에 만족시킴으

로써²⁴⁾ 시각적 커뮤니케이션의 매체로서의 미적 의미와 심미적 조형 표현도구로서의 의미를 가지고 있다.

1) 시각적 커뮤니케이션의 매체

오늘날 문자는 시각예술의 표현소재로 이용된 이래 최근의 실험적인 경향의 예술로부터 영향을 받으면서 점차 심미적이고 해체적인 형태를 구축하고 있다. 그리고 이는 일러스트레이션에서 문자의 조합과 운용을 통해 시각적 메시지를 전달해주는 중요성을 부각시키게 되었다.²⁵⁾ 타이포 패션 일러스트레이션은 문자의 메시지 전달기능을 통해 작가가 제시하고자 하는 패션에 대한 메시지를 보다 직접적으로 전달할 수 있으며 의미를 강화한다.²⁶⁾ 문자의 형태를 왜곡하거나 변형하고 반복적인 배열과 의미를 연상시키는 재질 표현을 통해 작가가 표현하고자 하는 이미지와 메시지 내용은 부합된다. 문장을 시각적 언어로 해석하는 방법은 글자체 크기, 다른 글자와의 조화, 자간, 글자의 배열, 글자의 생략, 중복, 반복, 회전, 반사 등 다양한 요인에 의해 달라지며, 이로 인해 전달하고자 하는 메시지의 속성에 맞는 시각적 형태를 만드는 것은 중요시되었다.²⁷⁾ <그림 13>, <그림 14>, <그림 15>는 패션 일러스트레이션의 조형요소로 문자를 활용하여 패션잡지나 패션 브랜드명을 나타낸 예이며, <그림 16>, <그림 17>, <그림 18>, <그림



<그림 23>
 Bill Donovan, 『Men in Black』, 2010
 (출처: <http://www.richardkilroy.com>)



<그림 24>
 Martin Dawber, 『Paul Willough by
 Childhood Memoirs』, 2005
 (출처: 『The Big Book of Fashion
 Illustration』, 2008, p.203)



<그림 25>
 Rebecca Wetzler, 2005
 (출처: 『Fashion Unfolding』, 2007, p.216)

19>은 작가가 제시하고자 하는 가치나 메시지를 전달한다.

현대 소비사회에서는 실질적인 제품의 사용가치보다는 상품 브랜드가 주는 기호 가치가 소비자에게 더 큰 영향을 미친다.²⁸⁾ 타이포그래피를 접목한 패션 일러스트레이션에 나타나는 문자는 디자인 요소로서의 기능 뿐 아니라 제품의 브랜드명을 부각시켜 상표를 알리는 역할을 하기도 하고 일러스트레이터의 가치나 신념을 나타내기도 한다.²⁹⁾ 디자이너의 브랜드 이미지 부각을 위해 일러스트레이션에는 브랜드를 나타내는 주된 상징 문양, 로고나 브랜드명이 종종 사용되어지며, 이를 통해 패션 스타일 자체보다 브랜드 명을 통한 홍보 효과를 더욱 강화시킨다.

2) 심미적 조형표현 도구

문자와 그림은 굿기와 그리기라는 동일한 행위에서 시작되어 서로의 의미를 보완하는 관계를 지니고 있다.³⁰⁾ 문자가 이미지와 결합하면서 단순한 시각적 기호로서 문자를 표현하기도 하고 독자적으로 일러스트레이션에서 주체적 지위를 지니는 경우가 있는데, 이를 통해 패션 일러스트레이션이 전달하고자 하는 스타일 이미지 뿐 아니라 회화성을 띠게 된다.³¹⁾ 문자가 지닌 추상적 속성은 일러

스트 이미지와의 결합을 통해 의미가 시각적 형태로 전달되는 것을 말한다.

타이포그래피를 접목한 패션 일러스트레이션에서 보이는 문자의 배열구조는 수직이나 수평 등 정형화된 규칙과 틀에 박힌 배치가 아니라 결합시키는 이미지에 따라 전혀 의외의 새로운 레이아웃을 통해 율동미와 생명력이 부여된다. 특히 인체와 패션을 주 대상으로 하는 패션 일러스트레이션에서 문자는 패션 요소와의 유사성을 띠거나 관련성을 가질 수 있도록 자체적으로 변형되거나 회화적 기법을 적용하여 문자가 지니는 추상적 속성을 시각적으로 나타낸다. <그림 20>, <그림 21>, 그리고 <그림 22>는 문자를 디자인의 한 요소, 즉 의복의 텍스타일로 표현한 예로서 문양으로 표현된 문자는 언어적 기능은 약화되고 조형미가 강조되면서 문양이 복식을 두드러지게 보이게 하는 장식역할을 하는 것으로 나타나고 있다.³²⁾ <그림 23>, <그림 24>, 그리고 <그림 25>는 배경 이미지로 문자를 제시하여 주된 패션 이미지에 직간접적으로 영향을 준다. 이처럼 문자의 추상적 속성은 패션 일러스트레이션에서 함께 제시되는 다양한 조형적 요소와 상징물들과의 조합을 통해 시각적인 미를 나타내고 있으며, 글자 자체의 회화화 방식에 따라 표현되어지는 패션 이미지는 다양한 조

<표 2> 타이포그래피를 적용한 패션 일러스트레이션의 표현유형에 따른 미적 의미

표현 유형		사 례	미적 의미
의미전달 우위유형	<ul style="list-style-type: none"> ■ 브랜드 정보 전달 매체 <ul style="list-style-type: none"> - 화면 이미지 내에 브랜드 또는 디자이너를 나타내는 문자, 로고의 삽입 		시각적 커뮤니케이션의 매체
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 메시지 전달 매체 <ul style="list-style-type: none"> - 가독성을 높은 타이포그래피와 패션의 결합 작가와 메시지와 브랜드 가치 전달 		
조형적 표현 우위유형	<ul style="list-style-type: none"> ■ 패션디자인 요소 <ul style="list-style-type: none"> - 문자를 활용한 텍스타일 디자인 문자 형태의 패션 아이템 인체와 의복의 실루엣을 채운 다양한 문자와 기호들 		심미적 조형표현 도구
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 배경 구성 요소 <ul style="list-style-type: none"> - 기하학적인 문자들로 채워진 여백 변형과 왜곡을 통한 예술적 타이포그래피의 평면적 화면구성 		

형적 미를 창출한다. 그리고 이러한 타이포그래피와의 접목을 통한 일러스트레이션은 일상성을 벗어난 다양한 새로운 이미지를 창출하는데, 자체적인 문자 변형이나 왜곡, 패션이미지와와의 전략적 결합 등을 통해 시각적인 유희를 창출한다. Detail 잡지를 의인화하여 시각적으로 표현한 <그림 14>와 타이포그래피로 인체의 패션의 실루엣을 채우고 있는 <그림 21>의 일러스트레이션은 실체가 아닌 초현실적인 상황과 유머러스한 분위기를 잘 표현하고 있으며, 이 때 문자는 대상의 주체에 대한 정보를 제시하면서도 기존의 이미지를 탈피한 신

선한 창조적인 아이디어로 시각적 충격과 함께 해학미를 자아낸다. 그 외에도 일러스트레이션에 사용된 조형요소와 관련하여 문자를 변형하고 왜곡함으로써 비일상적인 해학미를 보이며 이러한 시각적 재미는 조형예술로서의 패션 일러스트레이션에 독창성을 부각한다.

이상 타이포그래피를 적용한 패션 일러스트레이션의 표현유형과 의미를 <표 2>에 정리하였다.

IV. 결 론

오늘날 일러스트레이션은 점차 세분화, 전문화, 개성화 또는 과학화되어 가는 경향을 보이며 다른 예술 장르와의 구분이 모호해지고 통합되어 가는 시도가 이루어지고 있다. 이 때 패션 일러스트레이션은 패션 트렌드와 스타일 이미지를 전달하기 위해 그림으로 시각화하는 것 뿐 아니라 거기에 포함되어 있는 시지각의 의미도 전달해야 한다.

조형적 매체로서 문자는 인간의 사고와 감성을 함축된 언어로 표현하고 전달하며 조형공간을 더욱 풍부하게 한다는 의미에서 이를 활용한 시각적 표현이 점차 확산되고 있으며, 타이포그래피를 접목한 패션 일러스트레이션은 패션 메시지 전달 외에 문자 자체의 이미지와 회화성을 통해 다양한 미적 조형적 가치를 창출한다.

먼저 타이포그래피를 적용한 패션 일러스트레이션의 표현유형은 의미전달 우위유형과 조형적 표현 우위유형으로 구분할 수 있다.

첫째, 의미전달 우위유형은 브랜드명이나 로고 심볼을 일러스트레이션에 삽입함으로써 패션 브랜드를 광고하며, 상품에 대한 정보 등을 담은 내용을 일러스트레이션의 여백 부분이나 그림 이미지와 오버랩하면서 타이포그래피를 일러스트와 조화시키고 있다. 또한 패션 일러스트레이션에서 문자는 패션 이미지와의 결합을 통해 주체적 디자인 조형 요소로서 나타나며 언어가 가지는 사상과 감정을 전달하고 있는데, 잡지나 패션브랜드의 로고나 상징물과 문자와의 결합을 통해 패션 메시지를 전달한다.

둘째, 조형적 표현 우위유형은 타이포그래피를 패션디자인 요소로서 의복의 텍스타일 디자인에 사용하거나 디테일, 또는 악세서리 디자인 등에 활용함으로써 조형적 이미지를 강하게 나타내는 것으로 나타났다. 이 때 타이포그래피가 지닌 가독성은 일종의 의미 전달을 통해 유희적 이미지를

나타내기도 하나 심미적이고 조형적 요소로서의 역할을 더 강하게 나타낸다. 그리고 타이포그래피를 패션이미지의 배경을 채우는 요소로 활용하거나 스타일의 경계와 배경을 흐리는 형태로 활용됨으로써 의미전달 보다는 조형적 표현에 더 우위를 두는 형태로 나타나기도 한다.

다음으로 타이포그래피를 적용한 패션 일러스트레이션이 나타내는 미적 의미를 살펴보면, 첫째, 브랜드 정보나 메시지를 전달하는 매체로서의 역할을 두드러지게 보이는 의미전달 우위유형의 경우 시각적 커뮤니케이션의 매체라는 의미를 지닌다. 타이포그래피를 접목한 패션 일러스트레이션은 문자언어와 시각언어의 기능을 동시에 만족시키기 때문에 문자언어의 명료함과 시각언어의 전달의 효율과 아름다움이 결합된 효과적인 커뮤니케이션 수단이 된다. 둘째로, 조형적 표현 우위유형에 속하는 패션디자인 요소로서의 타이포그래피와 배경 설정을 위한 타이포그래피는 심미적 조형 표현도구라는 의미를 지닌다. 타이포그래피는 패션 일러스트레이션에서 문자 자체의 이미지 형성과 문자의 회화성을 통해 형태적 미를 가지며 다양한 표현기법과 운용과정에서 새로운 미적 조형적 가치를 창출한다.

이처럼 타이포그래피를 적용한 패션 일러스트레이션은 브랜드와 상품정보를 전달함으로써 커뮤니케이션의 매체가 되고 있으며, 뿐만 아니라 패션 디자인을 위한 조형적 가치를 지니고 새로운 시각적 미를 이끌어낸다.

본 연구는 시각적 조형 의미전달수단으로서의 문자가 아닌 이미지를 전달하고 추상적인 개념을 이끌어 내는 조형요소로서 문자 언어의 한계를 극복하고 그 표현 영역을 확대할 수 있다는 면에서 의미를 갖고 있으며, 패션 일러스트레이션의 표현 영역을 확대하고 시각적이고 미적인 커뮤니케이션이라는 문화를 개척하는데 기여하기를 기대한다.

참고문헌

- 1) 최인숙 (2006). 타이포 일러스트레이션의 커뮤니케이션 연구, 일러스트레이션 포럼, 12(-), pp.182-196.
- 2) 서현수 (2004). 현대패션에 나타난 타이포그래피에 관한 연구, 복식, 54(2), p.135-148.
- 3) 장연정(2008). 타이포그래피로 표현하는 비주얼 편, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, p.49.
- 4) 서현수, 앞의 책, p.137
- 5) Kinca, E. (1982). Visual Puns in Design. New York: Watson-Guptill Pubns, p.54.
- 6) 이병석 (1998). 미래파에 나타난 타이포그래피적 특질과 현대 타이포그래피에 미친 영향 연구, 예술문화논총, 7, pp.161-182.
- 7) Massin, R. (1970). 글자와 이미지, 김창식 편역 (1994), 서울: 미진사. p.42.
- 8) Massin, R. 위의 책, p.43.
- 9) Massin, R. 위의 책, p.43..
- 10) 김홍련 박현옥 (1998). 타이포일러스트레이션 시각적 표현연구, 커뮤니케이션 디자인학연구, (2), pp.29-39.
- 11) 고은나 (1999). 조형적 표현 매체로서 문자와 이미지에 관한 연구, 일러스트레이션학 연구, 5(1), pp.25-44.
- 12) 김미정 (2002). 디자인적 표현확장으로 인터랙티브 디지털 타이포그래피에 대한 연구 : Java Applet을 이용한 타이포그래피 표현을 중심으로, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, p.45.
- 13) 김홍련 박현옥. 앞의 책, p.34.
- 14) 장순석 양예규 (2000). 효과적인 메시지 전달을 위한 시각언어로서의 타이포 일러스트레이션 연구. 커뮤니케이션 디자인학연구, 5(-), pp.96-110.
- 15) 위의 책, p.101.
- 16) 위의 책 p.103.
- 17) 장연정(2008). 타이포그래피로 표현하는 비주얼 편, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, p.68.
- 18) 최인숙. 앞의 책, p.190.
- 19) 김지량, 최현숙 (2008). 현대패션에 나타난 문자문양 연구, 디자인 포럼21, 11(-), pp.49-60.
- 20) Blackman, C. (2007). 패션 일러스트레이션 100년, 박성은 옮김 (2011), 서울: 비즈앤비즈, p.261.
- 21) 장순석 양예규. 앞의 책, p.108.
- 22) 서현수. 앞의 책, p.140.
- 23) 임현빈 (2009). 브랜드 로고타입 디자인을 위한 캘리그래피의 효과적인 표현방향에 대한 연구, 일러스트레이션 포럼, 21(-), pp.89-98.
- 24) 최정화 (2007). 시각적 사고를 통한 아이디어 발상교육에 관한 연구: 타이포 일러스트레이션을 중심으로, 국민대학교 대학원 석사학위논문, p.56.
- 25) Kinca, E. (1982). Visual Puns in Design, New York: Watson-Guptill Pubns., p.49.
- 26) 서현수, 앞의 책, p.135.
- 27) 최인숙. 앞의 책, p.188.
- 28) 신재욱, 송영은 (2012). 브랜드 로고타입 디자인을 위한 타이포그래피의 상징성에 관한 연구: 코바코(COBACO) 리뉴얼 사례를 중심으로, 브랜드디자인학 연구 10(3), pp.87-103.
- 29) 권정민, 박혜원 (2002). 현대 패션에 표현된 문자 디자인 연구, 디자인연구, 7(-), pp.67-83.
- 30) 김홍련 박현옥. 앞의 책, p.26.
- 31) Kinca, E. (1982). Visual Puns in Design, New York: Watson-Guptill Pubns, p.68.
- 32) 김홍련 박현옥. 앞의 책, p.34.

The Study of Expression Types and Aesthetic Meanings of Typography in Fashion Illustrations

Kwon, Gi Young

Associate Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Kyungpook National University

Abstract

The purpose of this study is to analyze the expression types and aesthetic meanings of typo fashion illustration adopting formative elements of letters. Fashion illustrations are analyzed in accordance with their categories of typography expression. As a result, the expression types of fashion illustration adopting typography are categorized into 2 types - typography with a communication priority, typography with a formative expression priority. First, typography with a communication priority has two subclasses which are typography as a medium of brand information delivery and a medium of message delivery. Second, typography with a formative expression priority also has two subclasses which are typography as a fashion design element and typography as a background element. The aesthetic meanings of fashion illustration adopting typography are as follows. First, typography with a communication priority means that typography is a medium of visual communication. And typography with a formative expression priority means that typography is a medium of aesthetic expression. Typo fashion illustration is not only a simple communication tool but also a formative element inspiring the delivery of image and abstract concepts which have meaning in that it extends the area of expression and overcomes the limitations of letters. This study will contribute to fashion illustration production which is a medium of artistic communication and effective image delivery.

Key words: typography, fashion illustration, typo illustration, expression type, aesthetic meaning