

현대패션에 나타난 타이포그래피에 관한 연구

서 현 수

서울대학교 의류학과 박사과정

The Study of Typography Expressed in Modern Fashion

Hyun-Soo Suh

Doctoral Course, Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University
(2003. 11. 28 투고)

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to examine how typography, which has become apparent in many areas of modern society, is expressed, portrayed and how its value, function and significance in fashion can be understood. In order to undertake this study, the concept of typography was examined in detail, the verbal and formative function of typography carefully considered, and the different types of typography were analyzed and categorized in to the below areas:

- Typography for the increasing of brand logo recognition
- Typography as a social slogan
- Typography for the increasing of collective belongingness
- Typography as an image
- Typography as a symbol.

As a result, the typography plays an important role of a verbal tool in modern fashion design.

Through typography, fashion was able to explain in much detail the overstatement of society criticizing character and functionality of information conveyance.

However, the role of typography will continue to change and evolve according to the constant changes of fashion

Key words : typography(타이포그래피), verbal function(언어적 기능),
formative function(조형적 기능), sub cultural style(하위문화스타일), symbol(상징)

I. 서 론

인간에게는 생각 할 수 있는 능력이 있고, 그 능력을 발산할 수 있도록 하는 것이 '언어'이다. 또한 구체적인 커뮤니케이션이 이루어지도록 쓰여지는 것이 언어를 시각화시킨 '문자'라는 기호인데, 보다 많은 정보량을 소통시키기 위해 문자의 복제가 이루어지게 되었고, 그것이 인쇄 기술을 낳게 되었다. 이러한 과정을 통해서 타이포그래피라는 개념이 생겨났다.¹⁾

추상적 또는 구체적 개념들이 일정한 형태를 가지고 놓여지게 될 때, 문자 형태의 활용은 무한한 가능성을 갖게 된다. 타이포그래피(Typography)란 전달 내용을 가지고 있는 제공자의 원문이나 그 의도를 받아들이고 이해하는 수취인에게 전해서 읽게 하는 것을 목적으로 제공자의 언어를 그것이 통과하는 복제매체에 알맞게 특정의 문자서체로 변환해서 제공자 대신에 그 내용을 재현, 묘사하는 수법을 통해서 전달하기 위한 기예(技藝)이다. 보충하자면, 타이포그래피라고 하는 기예는 표현의 주체가 아닌 전달 내용의 제공자와 그 수취인 사이를 중계하고 효과적인 전달을 연출하는 제 3의 행위이다.²⁾

또한 타이포그래피는 인간 사고의 본질을 공유할 수 있도록 하는 커뮤니케이션을 목적으로 정보의 시각화 과정을 체계적으로 수립하고 원활히 하는 기술들 중의 하나이다.³⁾

타이포그래피는 사람끼리 정보를 전달하는데 있어서 가장 강렬한 전달형태인데, 이는 타이포그래피라는 시각언어는 사람의 눈을 통해 사상과 시각정보를 동시에 전달해 주기 때문이다. 타이포그래피는 예술이며 과학이다. 또한 기술이며 표현이다. 인간의 손 글씨로 시작된 타이포그래피가 역사를 거쳐 모더니즘의 과학적 영향과 기능적 전달의 욕구 그리고 급진적인 기술의 진보를 통해 20세기 타이포그래피를 형성했지만 타이포그래피의 근본적인 목적, 인간의 사상을 표현하고 감정을 불러일으킨다는 동일한 목적은 여전히 변함이 없다.⁴⁾

패션은 이러한 타이포그래피의 통과 매체 중의 하나로, 오랜 기간에 걸쳐 패션에 나타나고 있지만 이를 위한 연구는 거의 행해지고 있지 않은 실정이다.

따라서 본 논문의 목적은 현대사회에서 영역이 다양해진 타이포그래피가 통과하는 복제매체중 하나인 패션에서는 타이포그래피가 어떻게 재현, 묘사되고 있으며, 패션에서의 타이포그래피의 가치나 의미, 기능은 어떻게 이해될 수 있는지 살펴보고자 하는데 있다.

연구 범위는 최근 패션에 나타난 타이포그래피를 대상으로 하여 그 유형을 분석하였고, 연구 방법은 먼저 타이포그래피 개념을 살펴보고, 타이포그래피의 기능을 언어적 기능과 조형적 기능으로 구분해 알아보며, 패션에 나타난 타이포그래피의 기능에 대해 살펴보는 예비적 고찰 단계를 거쳐, 패션에 나타난 타이포그래피의 유형을 다섯 가지로 분류해 분석해 봄으로써, 각각의 경우에 타이포그래피는 패션에서 어떠한 기능을 하며 그 의미는 무엇인지에 대해 알아보았다.

II. 타이포그래피의 일반적 고찰

1. 타이포그래피의 개념

인간은 상징적 사고를 통하여 이미지를 표현하게 되고, 여러 단계의 변형을 통하여 구체적인 커뮤니케이션에 이르게 된다. 그 중에서 특히 언어를 통한 정보의 전달을 시각화하기 위하여 '글자'라는 기호를 사용하게 되었는데, 대량의 의미를 전달하기 위해서 글자의 복제방법(인쇄)이 필요하게 되었으며, 이 과정을 통하여 근대적인 개념의 타이포그래피(Typography)란 용어가 정립되기 시작하였다.⁵⁾

타이포그래피란 <Typo>라는 그리스말에서 비롯되었다. 이 타이포그래피란 전통적으로 활판인쇄술을 가리키는 말로 쓰여 왔으며, 사전적으로는 각기 독립적이고 가독성이 있고 재사용이 가능한 금속조각위에 새겨진 양각의 문자를 통하여 인쇄되는 활판, 활판인쇄를 가리키며, 이러한 인쇄 과정을 거쳐서 표현된 결과물까지를 의미하였다.

그러나 산업혁명의 영향으로 디자인이라는 새로운 학문이 탄생하면서 그 의미도 현대적 의미로 바

뛰었다. 이때부터 타이포그래피는 활판인쇄술뿐 아니라 전달의 한 수단으로써 “활자를 기능과 미적인 면에서 보다 효율적으로 운용하는 기술이나 학문”이라는 개념으로 바뀌기 시작하였다.

현대적 개념의 타이포그래피는 이보다 훨씬 폭넓은 의미로 사용되고 있다. 디자인에 관련되는 모든 요소 즉 이미지 타입, 그래픽요소, 색채, 레이아웃, 디자인 포맷 그리고 디자인에 관여되는 모든 행위를 총체적으로 관리하는 ‘시각디자인의 요체’라고 할 수 있다. 타이포그래피는 포스터, 광고, 아이덴티티 디자인, 북 디자인, 편집디자인, 신문디자인, 홈페이지 디자인, 영상디자인 등의 모든 시각디자인 인쇄매체 및 전파매체들을 포용한다. 말하자면, 이들보다 훨씬 우위적 개념이며 여러 매체들의 중심축으로서 이들을 통합 관장한다고 이해하면 된다. 즉, 매체를 일컫는 용어가 아닌, 디자인의 한 장르인 것이다.⁶⁾

즉, 타이포그래피라는 말은 원래 활자를 이용해서 인쇄하는 활판인쇄술을 뜻하는 말이었으나 인쇄술과 전달매체의 발달에 따라 그 개념이 확장되어 활판인쇄술이라는 좁은 의미에서 벗어나 메시지 전달을 위한 활자 사용의 모든 영역을 의미하게 된 것이다.

즉, 어떤 생각이 소리로 표현되어 언어가 되고 문자가 될 때 이 언어를 독특한 형태로 만들어줌으로써 이해를 도울 수 있는 시각적 표현의 방법론과 기술이 바로 타이포그래피이며, 이는 의미와 사고가 조형적으로 결합되는 것이다. 말을 시각적인 형태로 표현하는 이 거대한 작업은 인류의 역사가 시작된 이래로 많은 사람들을 매혹시켜왔으며, 인쇄기의 발명과 읽고자 하는 욕구의 성장은 글자가 갖는 기능과 형태의 관계를 복잡하게 만들었다.

그림은 보는 것이고, 글자는 읽는 것이라면 타이포그래피의 근본적인 목적을 읽기 쉬워야 한다는 기능에 두는 것은 당연하다. 따라서 전통적 타이포그래피는 읽기 위한 글자 및 단순한 장식적 개념이었다. 그러나 현대의 타이포그래피는 빠르고 쉽게 읽을 수 있는 기능적 관점에서 다양한 문자 체의 개발, 표현 방법의 확대, 실험성 추구 등으로 타이포그래피 분야는 점차 의미와 표현이 다양해지고 산업디자인 전반에 걸쳐 범위를 확대해 나가고 있다.⁷⁾

그러나 최근의 현대 타이포그래피는 다시 전통의

타이포그래피로 돌아가려는 경향이 있는가 하면 전혀 새로운 실험적 타이포그래피의 영역을 구축해 가고 있다. 타이포그래피의 영역은 이처럼 점차 그 의미와 표현이 다양해지고 깊어질 뿐 아니라 그 영역도 훨씬 범위를 확대해가고 있다.⁸⁾

2. 타이포그래피의 기능

타이포그래피는 말을 시각적 형태로 표현하여 그 내용을 기억시키는 역할을 한다. 의미를 전달하기 위해서 글자라는 시각적 표현수단이 생기게 되었지만 글자 자체의 형태는 어떤 패턴이나 모양으로 인식될 수 있고 그것은 조형적인 도구로 사용되기도 한다. 타이포그래피의 기본 목적은 활자로 표현된 내용을 읽고 보는 사람들에게 심미적 공감을 주는 동시에 정보전달자의 뜻을 충실히 전달하도록 만드는 것이라 할 수 있다. 이러한 타이포그래피의 기능은 크게 객관적 내용을 전달하는 언어적 기능과, 의미를 파악하기에 앞서 시각적 형태로 보이는 조형적 기능으로 분류해 볼 수 있다.

1) 언어적 기능

타이포그래피의 언어적 기능이란, 실용적인 기능으로 문자크기, 문자체 등 문자적인 것만을 선정해서 레이아웃 하는 것으로서 전달자의 의도대로 표현된 사실 그대로를 받아들이게 되는 것을 말한다. 문자를 전달의 수단으로서 사용하며 읽고 이해하기 쉽도록 하는 것을 말하며, 문자의 구체적 형태를 통해 전달 내용을 보편적이고 객관적인 관점에서 표현함으로써 누구에게나 공통된 지각반응을 일으키게 하는 것이다.⁹⁾ 전달과정에서 디자인은 객관적이고 합리적이며, 명쾌하고 일관성이 있어야 하는데, 이러한 질서감은 전달하고자하는 정보의 확실감, 신뢰감을 갖게 하는 동시에 이러한 점들이 요구되어지기도 한다. 이는 정보를 받아들이는 이가 정보에 대해 정확하게 이해할 수 있을 때 이 기능의 역할이 성취되는 것이다. 따라서 적절한 글자크기, 단어사이의 간격, 행의 길이, 행간 등의 요소들이 고려되어야 하는 가독성이 중요시된다. 즉, 커뮤니케이션이 본질적 요소인 가독성을 중심으로 표현되는데 인쇄된 페이지에서 글자

체, 글자크기, 여백 등을 조정하여 나타내려고 하는 정보와 정보 수신자 사이에 장애가 될만한 요소가 없도록 하는 것이다.

가독성이란 레지빌리티(Legibility)와 리더빌리티(Readability)로 대변된다. 레지빌리티는 개개의 글자 형태를 식별하고 인지하는 과정을 일컬으며, 리더빌리티는 보고 지각하는 과정의 성공도를 나타내는 것이다.¹⁰⁾ 레지빌리티는 글자나 낱말을 지각하는 것과 연결된 본문 독서 재료의 읽기와 관련되어 있으며, 리더빌리티는 내용의 이해를 중심으로 하는 것으로, 글자의 정확성, 독서의 용이도, 인간적 관심에 따른 독서의 상대적인 어려움의 정도를 말하며, 문장이 짧고 익숙한 것일 때 전달이 가장 효과적이다.

존 라이더(Jhon Ryder)는 가독성에 영향을 미치는 요인으로 글자, 글자크기, 글줄 길이, 글줄 사이, 글자 사이, 페이지나 판형의 크기, 인쇄면적, 인쇄 부위를 둘러싼 여백, 디자인의 일관성을 돕는 시각적 요인 등으로 구분하고 있다.

글자는 읽고 이해하기 위해서 만들어졌다. 이 근본적인 글자의 목적이 타이포그래피의 핵심이 되며, 언어적 타이포그래피의 근본적인 기능이기도 하다.

언어적 기능에 의한 타이포그래피 표현은 바우하우스 이후 현대에 이르기까지 대부분의 타이포그래피 작품 속에 나타나고 있다.

2) 조형적 기능

타이포그래피의 조형적 기능이란, 타이포그래피가 언어전달 수단만으로 사용하지 않고 새로운 실험적 시각전달 재료로 사용될 때를 말한다. 이 경우에는 활자와 타이포그래피 요소들이 보다 자유롭고 역동감 있게 표현되어 심리적, 미적 긴장감을 유도하는 경향이 짙다. 그래서 매우 흥미로우며, 시적, 철학적 분위기를 표현한다. 한 개의 활자가 지니는 형태를 시각적 심벌로 보기도 한다. 활자가 이렇게 저렇게 모이고 흩어지는 데서 어떤 추상적인 이미지를 구축한다. 활자를 재료로 하는 추상 미술이 되기도 한다. 로베르 마생은 활자와 사진 이미지를 결합하여 읽고 보는 타이포그래피에서 탈출하여 말하고 듣는 실험적 타이포그래피를 시도하기도 했다. 현대 예술은 다분히 실험적인 경향, 어떤 이성적인 한계에 매이지

않고 어떤 틀을 벗어나고자 하는 경향이 짙다. 실험적 타이포그래피가 가치가 있느냐 없느냐는 단언하기 힘들다.¹¹⁾

또한 이는 문자에 전달자의 주관적인 감정을 동반하는 표현방법으로서, 문자를 의사전달 수단으로서가 아니라 시각요소로 취급해 조형적인 작품을 만들어 가는 방법이다. 정형적인 활자에 의한 표현보다 자연스러운 붓 터치에 의한 것, 문자를 생략, 축소, 확대하고 이에 회화적이거나 일러스트레이션 적인 시각 효과를 표현하는 등 디자이너의 개성 표현에 따라 다양한 표현이 가능하다. 결과적으로 완성된 작품의 형태를 보면 추상적이거나 비구상적인 표현을 취하기도 한다. 이때 받아들이는 수용자는 언어적 전달에서는 공통된 지각 반응을 느낄 수 있으나 조형적 전달에서는 다양한 지각 반응을 일으킬 수 있다. 왜냐하면 수용자의 감성에 따른 다양한 해석과 수용 의미가 무한하기 때문에 발신자의 표현의도를 다른 의미로 받아들일 수 있는 가능성이 있는 것이다. 우리의 오감 중 시각을 통하여 들어오는 정보가 8할 이상을 차지하게 되므로, 타이포그래피의 표현 면에서 볼 때 서구의 타이포그래피에서는 명쾌함과 질서위주의 방향 및 생동감과 역동성 방향의 대조적인 두 방향이 있었다. 명쾌함과 질서의 방향이란 전달 내용을 객관적인 관점에서 보다 효율적으로 전달하고자 하는 언어적 전달 방법에서 나온 것이며, 생동감과 역동성의 방향은 주관적 관점에서 조형적 표현으로 내용을 효과적으로 전달하고자 하는 조형적 전달 방법에서 나온 결과이다. 1900년대 초반에 시작된 미래파와 다다이스트들, 그리고 러시아구성주의자들로 이어지는 서구의 모던 타이포그래피 운동과 1980년대 이후의 포스트모더니즘 경향은 대표적인 생동감 및 역동성의 방향이라 할 수 있다. 이에 반해 데스틸과 바우하우스 운동 및 얀 치홀트(Jan Tschichold) 등에 의해 발전되어 온 기하학적, 기능적 질서의 방법은 그리드 시스템을 활용하는 명쾌한 스위스 스타일 혹은 인터내셔널 스타일이라 불리는 질서정연한 방법으로 완성되었는데 이는 명쾌하고 질서 있는 방향의 대표적인 것이다.¹²⁾

이렇듯 타이포그래피의 기능은 두 가지로 크게 나

누어서 생각해 볼 수 있지만, 어느 시대를 막론하고 타이포그래피의 거작을 보면, 사용한 단어와 타이포그래피의 형태사이에 완벽한 조화를 이루고 있다. 이 예로 16세기 베네치아의 인쇄물이나 기암바티스타 보도니의 후기 작품은 그 시대가 예술적 형태에 최대 중요성을 부여한 문화의 전성 시대였음에도 불구하고 논리적으로 표현된 선을 발견할 수 있다. 따라서 글자의 기능성(가독성)과 심미적 형태는 서로 보완되어야 할 관계이고 나름대로 각각의 중요한 역할이 있음에도 불구하고 밀고 밀리는 관계를 지속해 왔다.

따라서 타이포그래피는 타이포그래피의 하나의 역할에만 매달릴 것이 아니라 그들의 생각이나 정보를 전달하는데 있어 재발견된 과거의 가치 있는 표현 방법과 읽고 해석하기에 쉽고도 빠른 일종의 원리 원칙을 잘 혼합하고 조화시켜서 표현할 수 있어야 한다. 궁극적인 목적은 정보가 아주 명확하게 전달될 수 있도록 하기 위하여 그래픽적인 아름다움, 매력, 주의를 끌 수 있는 생동력을 찾아 디자인에 적용해야 할 것이다.¹³⁾

Ⅲ. 패션에 나타난 타이포그래피에 관한 고찰

1. 패션에 나타난 타이포그래피의 기능

앞서 살펴본 바와 같이, 타이포그래피는 본래의 기능인 언어적 기능과 조형적 기능을 동시에 수행하면서 현대인의 생활 전반에 깊숙이 침투되어 있다. 그렇다면 현대 사회에서 인간이 가장 밀접하게 접하고 있는 패션에 나타난 타이포그래피는 어떻게 이해될 수 있으며, 그 기능은 무엇인가에 대해 전통 복식과 현대 패션으로 나누어 고찰 해 보고자 한다.

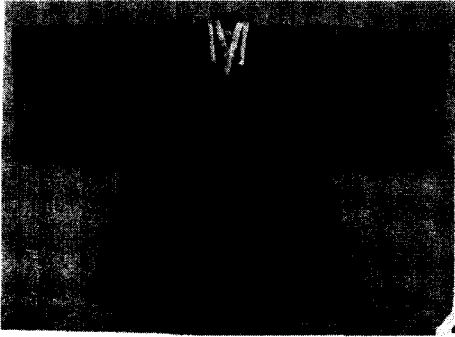
1) 전통 복식에 나타난 타이포그래피의 기능

전통 복식에 나타난 타이포그래피는 문자문(文字紋)을 고찰함으로써 이해할 수 있다. 문자문은 문자의 소리적 특성과 조형적 심미성을 동시에 지닌 문

양으로 조선시대에 보편적으로 사용되었다. 이 시대의 문자문은 유교사관에 기인하여 지극히 직접적이면서 상징적인 의미를 지니고 있다. 누구나 만복을 얻고 귀하게 되고, 자손이 무탈하여 번성하고, 장수를 누리며 살기를 간절하게 바라는 마음에서 기인한 것이다.

이러한 문자문의 기능은 크게 기원적 기능과 교육적 기능 두 가지로 나눌 수 있다. 첫째, 문자문의 기원적 기능은 길상의 우의와 주술적인 벽사의 의지가 혼재되어 있으며, 편복문이 암시하는 복에 대한 갈망, 장수를 기원하는 수(壽)자문, 현세에 만복을 누리라는 복(福)문 등 당시의 오복관(五福觀)에 잘 나타나 있다. 이러한 문자문은 장수나 현세의 복락을 기원하는 길상의 의미 이상으로 주술적인 벽사의 의지나 강한 내재적 사상을 포함한다. 무한한 장수를 염원하는 마음에서 문양을 연속시키기도 하고, 두 가지 문자문양을 단일문양으로 집성하는가 하면, 길한 숫자로 시문하거나 집성하여 표현하기도 한다. 은유적으로 표현된 기원적 문자문은 문양의 대표적인 장식성과 상징성에 더하여 보다 솔직하고 은근한 아름다움의 형태로 표현됨으로써 보다 정서적으로 길함에 대한 기원을 은유적인 형태로 취함으로써 존재의 근원을 무의식적으로 고양시키는 역할을 한다. 둘째, 문자문의 교육적 기능은 아동복식에서 더욱 구체적이고 직접적으로 나타난다. 이는 단일문의 사용이라기보다 구문(句文)에 가까운 문자문의 형식을 띠고 있으며, 개인의 길함이나 주술적인 의미에서의 사용과 “국가에 충성하고, 의리를 중시하고..” 등의 사회의 초석이 되는 구문을 시문하고 있다. 이는 아동이 언어와 글을 습득하는 과정에서 자연스럽게 체득하게 되며, 국가의 한 일원으로 성장하라는 강력한 국가의 의지가 담겨있는 어구이다.¹⁴⁾ 일반적으로 자(字)의 유형은 내용보다 심미적 요소가 강조되는 경우가 많으며, 구(句)나 절(節)의 문자문의 유형은 글자의 의미에 더하여 시각적 운율을 자아내고 있다.

본 장에서 제시된 대상 사진 두 점은 조선시대 아동용 복식으로, <그림 1>을 보면, 소매의 선에는 ‘수부귀 다남자(壽富貴 多男子)’를, 뒤 소매에는 ‘부여해수여산(富如海 壽如山)’을, 앞에는 ‘장의자손 수여금석(長宜子孫 壽如金石)’을, 앞길에는 ‘자구다복 영연



<그림 1> 진왕자 사규삼 : 1922년 영광과 영왕비가 일본에서 귀국하여 숙종을 알현할 때 순증왕후가 진왕자에게 하사한 것으로 동경국립박물관에 소장되어있다.
출처: 조효순 (1999). 복식. 대원사, p. 123.



<그림 2> 진왕자의 전복과 복건
출처: 조효순 (1999). 복식. 대원사, p. 122.

배명(自求多福 永言配命)’을, 뒷길의 선에는 ‘자손창성 수복강령(子孫昌盛 壽福康寧)’을 부금하였으며, 각 글자 사이에는 원수문(圓壽紋)을 부금하여 변화를 주고 있다.

<그림 2>를 보면, 복건(幘巾)¹⁵⁾에는 길상어문이나 불로초문 등이 사용되었는데 이는, 궁극적으로 이를 착용한 왕손의 무병장수와 부귀 그리고 다복에 대한 간절한 염원과 부모에 대한 효(孝)와 국가와 민족을 생각하는 인물로 성장하라는 유교덕목에 나타나 있다. 전복(戰腹)¹⁶⁾을 보면, 깃에는 ‘분양지경(汾陽之慶), 동수백복(同修百福), 팽조지수(彭祖之壽)’ 등이 금박되어 있는데 이는 경사(慶事)와 장수를 바라는 말이다. 진동에는 ‘장의자손 수여금석(長宜子孫 壽如金石)’이, 쇠에는 ‘화풍감우 서일상운(和風甘雨 瑞日祥雲)’이, 도련에는 ‘수복강령자손창성(壽福康寧 子孫昌盛)’이 부금되어 있다.¹⁷⁾ 이 글자들은 부귀와 장수 그리고 다복을 간절히 염원하고 있을 뿐 아니라 곧게 성장하라는 의미가 담겨있다. 위의 분석을 토대로 보면, 문자문은 문자와 문양이 복합구조로 이루어진 조형언어로서 언어(활자성)로서의 기능과 그림(이미지)으로서의 기능을 동시에 보이며, 새로운 가치세계를 창출하였다고 할 수 있다.¹⁸⁾ 즉, 우리나라 전통 복식에 나타난 타이포그래피는 기원적 기능이나 교육적 기능 모두 그 전하고자하는 바를 문자의 뜻을 통해 알리는 상징성을 띄며, 그를 표현하는

방법에서는 장수를 염원할 경우의 타이포그래피는 문자를 반복시켜 길게 표현한다거나 하는 식의 조형적 기능도 동시에 수행하고 있다.

2) 현대 패션에 나타난 타이포그래피의 기능

현대 사회에 있어서의 패션은 개인이나 집단의 개성, 문화적 특성, 이념 등을 나타낼 수 있는 가장 손쉽고도 강렬한 도구라고 할 수 있다. 타이포그래피는 현대 패션에 공존하는 다양한 스타일에 걸쳐 나타난다. 이러한 타이포그래피는 패션에서도 일반적인 타이포그래피와 같이 언어적 기능과 조형적 기능으로 나누어 생각해 볼 수 있다.

패션에 나타난 타이포그래피의 언어적 기능이란, 그 타이포그래피의 가독성이 가장 큰 목적으로 이용된 경우라고 할 수 있다. 의복 위에 표현된 글자나 문장의 의미가 의복을 입은 이에게나 그를 보는 이에게 확실히 전달되며, 동시에 그 의미에 따른 행동을 기대하게 하는 기능을 말한다.

패션에 나타난 타이포그래피의 조형적 기능이란, 그 타이포그래피가 언어전달의 수단, 즉 그 의미를 나타내고자 하는 목적이 아닌, 실험적 시각자료로 사용되어 타이포그래피의 요소들이 보다 자유롭고 역동감 있게 표현되어 심리적, 미적 긴장감을 유도하는 기능을 말한다. 즉, 읽고 이해해야 한다는 타이포그래피의 기능이 무시되며, 그 형태가 모이고 흩어지고 놓여지는 방식에 따라 추상적 이미지로 보여지는 경

우를 말한다. 이런 경우에는 그 의복에 나타난 타이포그래피는 패션 디자인의 요소 중의 하나인 모티프, 패턴으로 인식된다.

다음 장에서는 현대 패션에 나타나는 타이포그래피의 기능을 다섯 가지 유형으로 나누어 심도 있게 살펴보고자 한다.

2. 패션에 나타난 타이포그래피의 유형

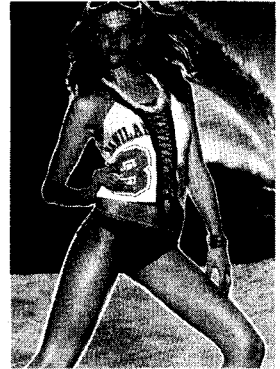
앞서 살펴본 바와 같이, 타이포그래피는 본래의 기능인 언어적 기능과 조형적 기능을 동시에 수행하면서 현대인의 생활 전반에 깊숙이 침투되어있다. 그렇다면 현대 사회에서 인간이 가장 밀접하게 접하고 있는 패션에 나타난 타이포그래피는 어떻게 이해될 수 있으며, 어떠한 기능을 수행하고 있는가에 대해 다음의 5가지로 분류하여 사례를 들어 심도 있게 살펴보기로 한다.

1) 브랜드 로고의 인지도 상승을 위한 타이포그래피

현대 사회는 넘쳐나는 정보와 시각자료의 홍수로, 소비자에게 새로운 정보 전달이 점점 더 어려워지고 있다. 이는 패션에서도 마찬가지로 나타난 현상으로, 각종 브랜드 사이에서 소비자에게 강력한 인지도를 갖게 하기 위해 타이포그래피를 응용하여 브랜드 로고를 개발함으로써 시각적 함축물인 로고에서 브랜드 명을 쉽게 연상할 수 있도록 유도하여 일차적이고도 즉각적인 브랜드 로고의 인지도 상승효과를 기대한다. <그림 3>은 NAUTICA라는 브랜드의 2003년 광고사진으로, 남성용수영복의 뒷부분에 로고를 크게 디자인해 넣었고, <그림 4>는 바닐라 B라는 브랜드의 2003년 광고사진으로, 정형의 문자는 아니지만 조형성을 띠는 이미지로 변형시킨 브랜드 이름을 이용한 로고를 넣음으로써 브랜드 이미지를 한 번 더 상기시키도록 하는 마케팅 전략으로 쓰이기도 하는 경우이다. <그림 5>는 쿨하스라는 브랜드의 2003년 광고사진으로 이 역시 브랜드 이름을 조형적으로 변형시킨 타이포그래피를 넣음으로써 로고를 통한 브랜드 인지도 상승을 꾀하였다. <그림 6>은 팀버랜드의 2003년 광고사진으로, 집업 후드 티에 TIMBERLAND라는 로고를 새겨 넣음으로써 브랜



<그림 3> NAUTICA 2003
광고사진



<그림 4> 바닐라B 2003
광고사진



<그림 5> 쿨하스 2003
광고사진



<그림 6> 팀버랜드 2003
광고사진

드 로고의 인지도 상승을 가져오는 효과를 낸 경우이다. 이는 의복 자체에 브랜드 로고를 타이포그래피 디자인의 한 형태로서 레이아웃하여 배치시킴으로써 타이포그래피의 언어적 기능으로서의 브랜드 부각 효과뿐만 아니라, 조형적 기능으로서의 로고를 이용한 디자인의 역할도 동시에 수행하게 된다.

2) 사회적 슬로건으로서의 타이포그래피

현대 사회에 있어서의 패션은 개인이나 집단의 개성, 문화적 특성, 이념 등을 나타낼 수 있는 가장 손쉽고도 강력한 도구라고 할 수 있다. 현대인들은 의복을 통해 자신의 정체성을 나타내려는 기본 심리를 바탕으로 하여 사회에 대한 비판이나 문제의식을 표현한다. 사회적 계층들의 심리적 갈등이 드러난 개인이나 집단의 문제표현의 도구로써 의복이 사용되어

지고 있다.¹⁹⁾

이전 시대에는 누구나 사회적으로 상승하기 위해 옷을 차려입었다는 것이 당연시 되었던 데 비해, 1940년대 이후, 몇몇의 집단들은 비 특권층의 스타일을 모방하기 시작하였다. 이를 패션에서 나타난 하위문화 스타일로 보기로 하고, 그 의미를 살펴보면 하위문화 스타일은 지배문화에 의해 두 가지 반대적인 측면을 가진다고 할 수 있다. 첫째, 긍정적인 측면은 청년시장의 패션과 트렌드의 세계에서의 상업적인 투자이고, 둘째, 부정적인 측면은 반사회적이라고 지배적으로 간주되는 집단 등을 구별하고 고립시키는 편리한 고정관념으로서 스타일의 특징을 사용하는 것이다. 후자의 측면에서 선택된 특징화(모드=폭력/마약, 히피=마약/부도덕성, 스킨헤드=폭력)는 그 자체로서 상징적이며 그 메시지의 의미화화 수용자의 분석사이의 잠재적인 불연속성을 야기할 수 있으므로 특히 중요하다. 이러한 경우는 하위문화스타일에서 많이 나타나는데, 하위문화란 기존의 문화에서 타자로 범주화되는 문화를 지칭하며, 그 구성원들은 공유되는 경험의 영역을 가지며 모문화와는 차별성을 드러내는 스타일을 점유한 집단이라고 정의할 수 있다. 예를 들어 환경 보호 운동가들의 집단이 에콜로지 스타일의 패션을 입음으로써 간접적으로 환경 보호, 환경친화 사상을 표출한다면, 의복 자체에 “환경을 사랑하자”라는 타이포그래피가 새겨진 옷을 입는 것은 보는 이로 하여금 직접적이고 더욱 강렬한 메시지를 전달하도록 할 수 있는 것이다.²⁰⁾ 그 대표적인 예로 히피(Hippies)와 펑크(Punk)를 들 수 있는데, 히피 문화의 근원은 1차대전 후 파리의 중산층, 지식계급이나 예술가를 중심으로 한 비트족으로 거슬러 올라갈 수 있다. 히피가 뚜렷이 그 모습을 나타내기 시작한 것은 1966년 미국 캘리포니아주 샌프란시스코의 골든 게이트 파크(Golden Gate Park)에서였다. 이것은 약 3만명이 운집한 집회로 히피시대를 예고 한 것이며, 곧 이어 뉴욕에서도 결성되었다.²¹⁾ 히피의 주된 관심사는 평화신봉의 상징으로 소극적인 저항이라 할 수 있는 반전, 반 월남 운동이었고, 유희성 있는 보헤미아니즘으로 정신적, 신비적 지식주의에 몰두하였으며 현대문명의 이기와 물질만능에 대한 저항으로 학교교육을 거부하였다. 또한 일을 통

한 대가를 거부하여 가난을 통한 인간성의 회복을 추구하고, 창조적인 작업을 통한 인간내면의 충실성을 표현하려고 노력하였으나, 현실과 이념의 모순에 심한 갈등으로 인해 이에 대한 해소책으로 환각제와 사이키델릭 문화에 도취하여 신비적인 종교세계와 이상주의를 구축하려고 노력하였다. 또한 그들은 동양의 신비주의 종교, 선 불교의 서구적 인용, 기독교의 극단적 원론주의 등 신비한 신앙주의자들이었으며 실존주의적 가치와 허무주의를 기초로 행동에 대한 일체의 제약과 전통을 거부하였다. 그들은 기성문화로부터 구별되는 생활양식과 독특한 문화를 표현하며, 투쟁적 요소로 지배계층의 문화적 지배를 타파하여 새로운 문화를 창출하려는 성격을 갖고 있다. 즉, 반전, 가정이나 사회로부터의 이탈, 반물질, 마약 같은 퇴폐적 행태, 성 개방 등의 특성으로 인해 저항문화로서의 성격이 강하게 나타난다.²²⁾

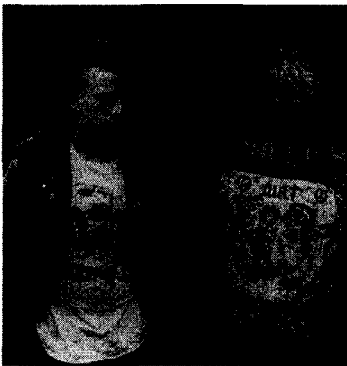
펑크(Punk)는 속어로 시시한 사람, 재미없는 것, 불량소년소녀, 풋내기, 젊은 방랑자, 순진하고 어리석은 사람, 고어로는 매춘부를 뜻한다.²³⁾ 1970년대 말 악화일로에 있는 국제 정세에 따라, 실업률의 증가는 십대들에게 불안과 초조를 초래하였다. 특히 이러한 실직에 대한 불안은 영국에 이민 온 소수 인종인 흑인과 파키스탄계의 인도인들의 자녀들에게 심각한 것이어서 이들 소수 집단의 좌절, 절망, 분노, 공포를 은연중에 그들 스타일에 풍자적으로 표현함으로써 정치적인 항거 운동으로 퍼져나갔다고 할 수 있다. 그들의 슬로건은 ‘무정부(Anarchy)’, ‘희망이 없다(No Hope)’, ‘우리는 모두 창녀다(We are All Prostitutes)’ 등이었다.

<그림 7>은 1970년대 후반 하나의 새로운 패션 경향으로 청소년 하위문화 스타일이 발전하게 되면서 나타난 펑크 스타일의 한 예로, 험령한 티셔츠에 메시지, 슬로건 등을 새겨 넣은 예이다. <그림 8>은 1970년대, 진과 같이 즐겨 입던 티셔츠의 변형된 형태로, 슬로건 등의 메시지를 전달하는 스타일의 한 예로, 캐서린 햄릿의 슬로건을 나타낸 타이포그래피이며. <그림 9>는 1970년대말 펑크 패션에 나타난 타이포그래피로서, 무정부주의와 허무주의의 메시지를 전달하는 타이포그래피이다.



<그림 7> 1970년대 펑크티셔츠에 나타난 타이포그래피
출처 : 현대패션100년 (2001), 교문사

<그림 8> 1970년대 캐서린 햄릿의 슬로건을 내세운 티셔츠
출처 : 현대패션100년 (2001), 교문사



<그림 9> 1970년대 말 펑크 패션에 나타난 타이포그래피
출처 : 임은혁 (2000), 1990년대 패션에 나타난 하위문화스타일, p. 92.

이러한 측면에서 패션에 표현되는 타이포그래피는 하위문화집단의 이념이나 가치를 표현하는 메시지 전달의 기능을 우선시 하게 되므로, 단어나 문장 자체는 타이포그래피의 언어적 기능을, 그를 묘사하는 표현 방법(핸드페인팅, 패치워크, 레이아웃, 색채 등)은 타이포그래피의 조형적 기능을 수행한다.

3) 집단 소속감 증대를 위한 타이포그래피

Eysenck(1972)는 인간은 사회적 동물이므로 태어

나서부터 죽을 때까지 어떤 집단에 소속되고, 타인과의 상호작용관계가 형성되며, 이로 인하여 개인은 압력 내지 타인을 의식하게 되어, 자기 자신을 내세우기보다는 다른 사람과 유사하게 행동을 하며, 따라서 이러한 동조 행위는 사회에 적응하기 위하여, 또한 사회적인 갈등을 해결하기 위하여 사용되는 하나의 방법이라 하였다.

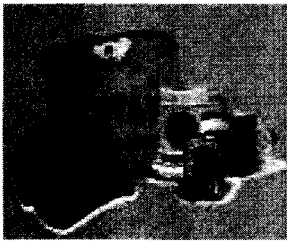
따라서 인간은 개인의 가치관이나 이념과 동일한 타인, 혹은 개인이 이상적으로 여기는 타인들과 같은 단체에 소속되어 있을 때 안정감과 편안함을 느끼게 된다. 현대는 개성 표현의 시대이며 개인주의적 생활이 중요시되는 사회분위기가 당연하게 받아들여지고 있다고는 하지만, 이 또한 그러한 사회적 트렌드를 좇으려는 개인들의 사고방식이 모여 또 하나의 문화 집단을 형성한 결과라고 할 수 있다. 의복을 통해 본인의 취향이나 개성을 표현하고자 하는 욕구가 큰 만큼, 의복을 통해 본인이 소속되고자 하는 단체의 일원이라는 정체성을 느끼고 싶어하는 욕구도 크다.

즉, 인간은 가장 가깝고 일차적인 자기표현 도구인 의복을 통해 사회 안에서의 집단을, 집단 안에서의 개인을 표출하고자 한다. 의복에 어떠한 단체명이나 단체명의 약자 등을 타이포그래피를 통해 구체적으로 표현할 경우 단순히 같은 실루엣이나 소재의 의복을 입었을 경우보다 정체성이나 동조성의 증대가 기대된다. 집단의 구성원들이 서로를 다 알고 고정된 지역적인 영역을 가지고 있지 않아도, 같은 스타일의 집단 구성원들은 다른 도시에 살고 있고, 서로의 이방인일지라도 공유하는 가치와 신념을 상징하는 공통된 스타일의 유니폼에 의해 인식될 수 있다. 집단의 구성원들이 서로를 다 알고 고정된 지역적인 영역을 가지고 있지 않아도 같은 스타일의 집단 구성원들은 다른 도시에 살고 있고 서로의 이방인일지라도 공유하는 가치와 신념을 상징하는 공통된 스타일의 유니폼에 의해 인식될 수 있으며 이는



<그림 10> MLB의 2003년 상품.

표현하고자 하는 이에게나 정보를 수용하는 자에게 있어서 모두 가장 즉각적이고 자연스러운 방법이라 할 수 있는 것이다. 이렇게 패션 스타일을 통해서 개인이나 집단의 가치관이나 이념, 신념 등을 표출하는 방법에 있어서 타이포그래피를 이용한 방법은 그 표현 방법이 한층 더 구체적이고 직접적인 방법이라 할 수 있다. <그림 10>은 MLB의 2003년 상품으로, 소비자가 응원하는 스포츠 팀 이름을 넣은 점퍼를 입을으로써 본인도 그 팀의 일원이 된 듯한 소속감을 느끼도록 디자인한 경우이다. 또한, 이러한 예는 프레피 룩(Preppy Look)에서도 찾아볼 수 있는데, '프레피'란 미국 동부 아이비리그의 명문 사립학교 학생들을 일컫는 말로서, '프레피 룩'은 그들이 즐겨 입는 스타일을 말한다. 그것은 권력과 부, 그리고 인텔리전스를 겸비한 미국 상류계층이 절제된 고급스러움과 가장 미국적인 단정함으로 풀어냈던 패션문화였다. 이 프레피 룩은 사회동조적 의미를 짊어지고 있는 패션으로, 그 기본정신은 클래식과 미니멀리즘이라 할 수 있다. 프레피 룩은 1970년대 후반에 등장하여 1980년대까지 지속되었다. 이러한 프레피 룩의 특징 중의 하나는 색채로, 이는 미국 동부 명문 학교의 교복 색을 나타내는 것이다. 이러한 프레피 룩의 근원이 되는 것은 기본적으로 미국 및 캐나다의 명문학교 학생들에게 입혀졌던 의복들을 바탕으로 한다. 명문학교 학생들은 이러한 그들 특유의 정체성을 더욱 구체적으로 나타내기 위하여, 옷이나 모



<그림 11> 하버드 대학의 로고가 들어간 모자 및 의복

자 등에 학교의 로고나 이름을 새겨 넣었다. <그림 11>은 하버드 대학의 로고가 들어간 모자 및 의복들로 본인이 소속된 단체의 로고가 들어간 의복을 입을으로써 소속감과 일체감, 집단 속의 개인이라는 의식을 갖도록 한다. 이러한 경우도 마찬가지로, 타이포그래피의 언어적 기능은 단체 명이나 소속 단체를 구체적으로 언급함으로써, 조형적 기능은 의복에 적용시키는 표현 방법을 결정함으로써 두 가지 기능을 모두 수행하고 있다.

4) 이미지로서의 타이포그래피

언어를 이미지화 시키는 것은 분석적, 논리적이라기보다는 비유적이고 은유적인 고유기능이다. 언어의 이미지적 사용은 단 하나의 확실한 의미를 정확히 전달하는 것이 목표가 아니라, 하나의 단어가 지니고 있는 문자 그대로의 의미나 본의가 확장되어 사용된 경우를 말한다. 이때 이미지는 일반적으로 추상적이고 자의적인 기호의 영역에 구체적이고 감각적이며, 정서적이고, 시적인 영역, 더 나아가 우주적인 영역을 도입하는 형식을 취하게 된다. 언어의 이미지적 작용은 단순히 본의의 왜곡이 아니라 본의에 그 무언가를 덧붙여 우리의 정신을 고양시키고 대상을 총체성 속에 종합적으로 파악하는 것을 가능하게 한다.²⁴⁾

타이포그래피는 언어임과 동시에 시각적 조형기호이다. 이미지로서의 타이포그래피는 문자가 어떠한 뜻을 전하려는 역할은 작아지고 문자를 조형적인 도구로 사용하는 것을 주로 생각하여 문자가 또 다른 모습으로 표현되어지는 것을 말한다. 이때 작가의 의도에 따라 정보 전달의 언어적 기능이 표출되기도 한다. 패션에 있어서 이미지로서의 타이포그래피란, 마찬가지로 맥락으로 타이포그래피가 패션에 나타날 때 그 언어적 기능을 떠나서 조형적 기능만을 수행하는 경우를 말한다. 타이포그래피의 조형적 기능이란 앞서 살펴본 바와 같이 문자를 정보전달의 수단으로서만 사용하지 않고 전달자의 주관적인 감정을 표현함으로써 문자를 하나의 시각요소로 보고 조형적으로 표현하는 방법이다. 어떤 특정한 의미를 갖고 있는 단어에서 그 의미를 무시하고 단어를 구성하는 조형적인 요소들을 각각의 형태(알파벳, 자음, 모음, 숫자, 약물기호)로 인지하여 자신의 눈에 친숙한 조합을 만들다보면 그 단어 안에서 새로운 의미를 발견하게 되는데²⁵⁾, 이러한 요소를 강조하여 표현하는 것이다. 이는 정형적인 활자에 의한 표현보다 자연스러운 붓 터치에 의한 것, 문자를 생성, 축소, 확대하고 이에 회화적이거나 일러스트레이션적인 시각효과를 표현하는 등 디자이너의 개성에 따라 다양한 표현이 가능하기 때문에 패션에서 활용이 더욱 자유롭고 다양하게 이루어지며 심미적 역할을 담당하게 된다. <그림 12>는 2003년 크리스찬디올 디올(Christian Dior)의



<그림 12> 2003 Christian Dior 크루즈 라인 <그림 13> Storm의 2003 광고사진

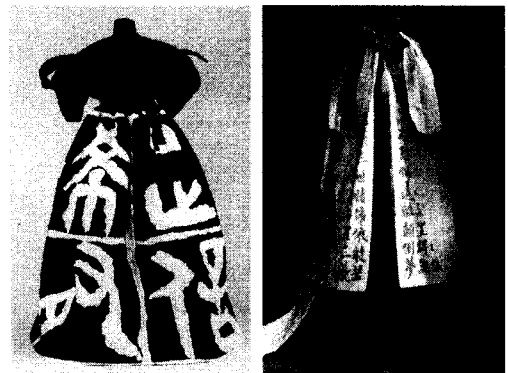
크루즈 라인으로, 로고를 옷, 가방 등의 패션 아이템에 가득 채움으로써 타이포그래피로 이루어진 로고가 하나의 패턴으로 이용된 경우이다. 이와 같은 경우는 루이 비통(LOUIS VUITTON)의 모노그램 라인에서도 보여 지는 예로, 이는 오랜 기간에 걸쳐서 문자로 이루어진 로고가 디자인의 모티브, 패턴으로 여겨지면서 그 의미나 뜻은 사라지고 하나의 이미지로 남는 경우이다. <그림 13>은 스톰(Storm)의 2003년 광고 사진으로, 타이포그래피가 반복되고 서로 겹치면서 그 언어적 의미가 먼저 인식되는 것이 아니라, 조형적인 이미지가 시각적으로 먼저 인식되며, 의복의 하나의 모티브가 된 경우의 예이다. 타이포그래피가 패션디자인 요소의 일부인 모티브, 패턴으로서 패션에 나타날 때, 그 타이포그래피는 단어나 문장의 의미를 떠나 조형적 기능만을 수행하게 되며, 패션의 심미적인 역할을 목적으로 하게 된다. 그러나 그 깊은 내면을 들여다보면, 그 패턴을 이루는 기본 실루엣이 그 브랜드의 로고이거나 브랜드 명을 풀어 쓴 경우가 대부분이므로 가독성을 가지고 일차적으로 기능하진 못하지만 그 언어적 기능도 수행하고 있는 것이 사실이다.

5) 상징으로서의 타이포그래피

인간은 상징적 사고를 통하여 이미지를 표현하게 되고, 여러 단계의 변형을 통하여 구체적인 커뮤니케이션에 이르게 된다. 상징이란, 직접적으로 보여 지는 것 외에도 이차적으로 미루어 짐작할 수 있는 의

미를 담고 있는 것으로서, 우리나라 전통복식에서 나타나는 기원, 교육의 목적을 가진 상징을 나타내는 것을 말한다.

현대 패션에서도 상징으로서 타이포그래피를 이용하는 경우가 있는데, 이는 <그림 14>에서처럼 타이포그래피가 언어적 기능이나 조형적 기능을 하는 것과 더불어 새로운 밀레니엄을 맞이하며 희망과 소망을 담은 타이포그래피를 복식에 이용함으로써 그 타이포그래피가 새 천년에 대한 희망과 기다림을 상징하는 의미로 사용된 경우를 말한다. 여기서는 새로운 시대를 기대하고 희망차고 더 나은 새 천년을 소망하는 마음으로 이를 뜻하는 문자를 넣음으로써 이러한 의미를 일차적으로 상징하고 있으나, 디자인의 전체 실루엣과 어울어지는 필체와 사이즈, 구성을 통해 복식디자인의 조형적 기능을 일부도 함께 수행하고 있음을 볼 수 있다. <그림 15>의 타이포그래피는 자연에 대한 엄숙한 찬양을 상징하는 동시에, 가친의 붓글씨를 액자 대신 옷으로 간직하고자 하는 디자이너의 보존의 의지를 타이포그래피의 실루엣을 통해 표현함으로써 사용되었다. 복식에 표현된 타이포그래피가 상징으로서 작용할 때, 인간을 인체와 가장 가깝게 접하는 복식을 통해 이성과 본능이 교차하는 접합점으로부터 발산하는 그 의미를 더욱 절실히 전달할 수 있는 도구가 될 수 있다.



<그림 14> 1999 배천범 작 <그림 15> 1996 박동준 작

앞서 살펴본 결과를 표로 정리해 보면 다음과 같다. 다음의 표는 패션에 나타난 타이포그래피가 행하는 기능을 언어적 기능과 조형적 기능으로 보고 두

가지 기능 중에 더 중요하게 나타난 기능을 1차 기능, 부수적으로 나타난 기능을 2차 기능으로 정의하고 분류해 본 것이다.

발히 이루어짐과 동시에, 지나친 타이포그래피의 왜곡으로 인해 본래의 타이포그래피의 역할에 충실하고자하는 움직임도 나타나고 있음을 알 수 있었다.

패션에 나타난 타이포그래피		기능	1차 기능	2차 기능
1	브랜드 로고의 인지도 상승을 위한 타이포그래피		언어적 기능	조형적 기능
2	사회적 슬로건으로서의 타이포그래피		언어적 기능	조형적 기능
3	집단 소속감 증대를 위한 타이포그래피		언어적 기능	조형적 기능
4	이미지로서의 타이포그래피		조형적 기능	언어적 기능
5	상징으로서의 타이포그래피		언어적 기능	조형적 기능

위의 표에서 정리된 결과를 보면, 이미지로서의 타이포그래피를 제외한 나머지 경우는 모두 타이포그래피의 언어적 기능을 우선으로 하고, 조형적 기능은 부수적인 기능을 하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이는 패션에 사용된 타이포그래피의 기대 효과와 창출 효과를 기준으로 하여 분류한 결과이다. 그 결과 위의 표와 같이 1차 기능과 2차 기능으로 분류해 볼 수 있었다. 하지만 이는 그 목적이 어느 쪽에 가까운가를 가지고 구분한 것으로서, 중요한 점은 어느 경우나 언어적 기능과 조형적 기능은 공존하고 있다는 점이다.

또한 본 연구에서 패션에 나타난 타이포그래피를 앞의 5가지 유형으로 나누어 분석해 본 결과 그 역시 상호보완적 역할을 하면서 통합적으로 나타나기도 한다는 점을 간과해서는 안될 것이다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 현대사회에서 영역이 다양해진 타이포그래피가 통과하는 복제매체중 하나인 패션에서는 타이포그래피가 어떻게 재현, 묘사되고 있으며, 패션에서의 타이포그래피의 가치나 의미, 기능은 어떻게 이해될 수 있는지 살펴보고자 하였다.

먼저, 타이포그래피의 개념 및 기능에 대해 살펴본 결과, 현대에는 타이포그래피를 단순히 읽는 것, 쓰는 것, 보는 것에서 탈피해서 많은 디자이너들이 문자의 심미적이고 조형적인 형태에 대한 연구가 활

타이포그래피의 기능에는 객관적 내용을 전달하는 언어적 기능과, 의미를 파악하기에 앞서 시각적 형태로 보이는 조형적 기능이 있는데, 이는 현대 타이포그래피에서는 항상 공존하고 있음을 확인할 수 있었다.

본 연구에서는 패션에 나타난 타이포그래피의 기능을 전통 복식과 현대 패션으로 나누어 고찰해본 결과, 우리나라 전통 복식에 나타난 타이포그래피는 기원적 기능이나 교육적 기능 모두 그 전하고자하는 바를 문자의 뜻을 통해 알리는 상징성을 띄며, 그를 표현하는 방법에서는 장수를 염원할 경우의 타이포그래피는 문자를 반복시켜 길게 표현한다거나 하는 식의 조형적 기능도 동시에 수행하고 있음을 확인할 수 있었고, 현대 패션에 나타나는 타이포그래피를 브랜드 로고의 인지도 상승을 위한 타이포그래피, 사회적 슬로건으로서의 타이포그래피, 집단 소속감 증대를 위한 타이포그래피, 이미지로서의 타이포그래피, 상징으로서의 타이포그래피 등의 5가지 유형으로 분류하여 고찰해 본 결과,

1. 브랜드 로고의 인지도 상승을 위한 타이포그래피: 의복 자체에 브랜드 로고를 타이포그래피 디자인의 한 형태로서 레이아웃하여 배치시킴으로써 타이포그래피의 언어적 기능으로서의 브랜드 부가 효과뿐만 아니라, 조형적 기능으로서의 로고를 이용한 디자인의 역할도 동시에 수행하게 된다.

2. 사회적 슬로건으로서의 타이포그래피: 하위문화 스타일에서 나타나는 부정적 측면으로서, 패션에 표현되는 타이포그래피는 하위문화집단의 이념이나 가치를 표현하는 메시지 전달의 기능을 우선시 하게

되므로, 단어나 문장 자체는 타이포그래피의 언어적 기능을, 그를 묘사하는 표현 방법(핸드페인팅, 패치 워크, 레이아웃, 색채 등)은 타이포그래피의 조형적 기능을 수행한다.

3. 집단 소속감 증대를 위한 타이포그래피: 타이포그래피의 언어적 기능은 단체 명이나 소속 단체를 구체적으로 언급함으로써, 조형적 기능은 의복에 적용시키는 표현 방법을 결정함으로써 두 가지 기능을 모두 수행하고 있다.

4. 이미지로서의 타이포그래피: 타이포그래피가 패션디자인 요소의 일부인 모티브, 패턴으로서 패션에 나타날 때, 그 타이포그래피는 단어나 문장의 의미를 떠나 조형적 기능만을 수행하게 된다. 그러나 그 깊은 내면을 들여다보면, 그 패턴을 이루는 기본 실루엣이 그 브랜드의 로고이거나 브랜드 명을 풀어 쓴 경우가 대부분이므로 가독성을 가지고 일차적으로 기능하진 못하지만 그 언어적 기능을 일부 수행하기도 한다.

5. 상징으로서의 타이포그래피: 이 경우의 타이포그래피는 이를 뜻하는 문자를 넣음으로써 이러한 의미를 일차적으로 상징하고 있으나, 디자인의 전체 실루엣과 어울어지는 필체와 사이즈, 구성을 통해 복식 디자인의 조형적 기능을 일부도 함께 수행하고 있음을 볼 수 있다. 복식에 표현된 타이포그래피가 상징으로서 작용할 때, 인간을 인체와 가장 가깝게 접하는 복식을 통해 이성과 본능이 교차하는 접합점으로부터 발산하는 그 의미를 더욱 절실히 전달할 수 있는 도구가 될 수 있다는 결론을 얻었다.

따라서 본 연구를 통해 패션에 나타난 타이포그래피는 언어적 기능을 바탕으로 패션디자인의 하나의 요소로서 조형적 기능도 동시에 수행하고 있음을 알 수 있었고, 타이포그래피의 언어적 기능과 조형적 기능의 기여도는 각각의 유형에 따라서 다르게 나타나나 늘 상호보완적으로 존재함을 확인할 수 있었다.

앞서 언급한 바와 같이 타이포그래피는 사람끼리 정보를 전달하는데 있어서 가장 강력한 전달형태인데, 이는 타이포그래피라는 시각언어는 사람의 눈을 통해 사상과 시각정보를 동시에 전달해주기 때문이다. 따라서 패션을 통한 타이포그래피는 사회비판적 성격의 과장성이나 정보전달의 기능성을 더욱 친밀

하고도 직접적으로 설명할 수 있는 도구가 될 수 있다.

패션에 나타나는 타이포그래피의 언어적 기능과 조형적 기능은 서로 상호보완적으로 나타나며, 이는 타이포그래피의 개념이나 기능, 비중이 사회에 따라서 끊임없이 변화하는 것처럼, 패션에 나타난 타이포그래피도 그 형태나 기능, 가치 면에서 시대에 따라 끊임없이 변화하며 존재할 것이다.

본 연구는 타이포그래피에 대한 연구는 많으나, 패션에 나타난 타이포그래피에 대한 연구가 미비한 상황에서 시도된 연구로서, 개괄적인 내용 위주로 다루게 되었지만, 앞으로의 연구에서는 여기서 분류한 패션에 나타난 타이포그래피의 다섯 가지 유형에 대해 각각 역사적으로나 지역적으로 심도 있는 연구가 진행되었으면 하는 바이다.

참고문헌

- 1) Philip B Meggs (1985). *A History of Graphic Design*. 월간디자인 편집부 번역, p. 71.
- 2) 박한수 (2001). 타이포그래피의 의미와 영역에 관한 연구. 홍익대학교 석사학위논문, p. 1.
- 3) 김미정 (2002). 디자인적 표현확장으로 인터랙티브 디지털 타이포그래피에 대한 연구. 홍익대학교 석사학위논문, p. 10.
- 4) 석금호 (1994). 타이포그래피 디자인. 미진사, p. 1.
- 5) 김지현 (1997). 디자인을 위한 타이포그래피. (주)임프레스, p. 82.
- 6) 문철 (1978). 시각유도를 위한 한글 타이포그래피 연구. 홍익대학교 석사학위논문, pp. 4-5.
- 7) 김홍련 (1997). 그래픽 문자 디자인. 도서출판 디자인오피스, pp. 8-9.
- 8) 석금호 (1994). 앞의 책. 미진사, p. 2.
- 9) 김효금 (1993). 타이포그래피의 조형적 표현시도. 서울대학교 석사학위논문, p. 5.
- 10) 정지은. 타이포그래피 시각표현에 의한 서적디자인에 관한 연구. 성균관대학교 석사학위논문, p. 23.
- 11) 석금호 (1994). 앞의 책. 미진사, p. 6.
- 12) 김효금 (1993). 앞의 책. 서울대학교 석사학위논문, p. 6.
- 13) 김지현 (1997). 앞의 책, p. 83.
- 14) 최철용 (2002). 기호체계의 관점으로 본 문자문에 관한 연구. 홍익대학교 석사학위논문, pp. 82-84.
- 15) 복건(幘巾): 조선시대에 어린아이가 둘 때 쓰는 모자.

- 16) 전복(戰腹): 조선시대에 어린아이가 둘 때 입던 옷.
- 17) 김영숙 (1987). 조선조말기왕실복식. 서울: 민족문화전집, p. 206.
- 18) 최철용 (2002). 앞의 책. 홍익대학교 석사학위논문, pp. 4-5.
- 19) 서강석 (2002). T-Shirts 그래픽에 나타난 시각적 유희의 사회적 의미에 관한 연구. 홍익대학교 석사학위논문, p. 26.
- 20) 임은혁 (2002). 1990년대 패션에 나타난 하위문화스타일. 서울대학교 석사학위논문, pp. 6-13.
- 21) 임은혁 (2002). 앞의 책, p. 35.
- 22) 김희남 (1996). 현대 여성 하이패션에 나타난 스트리트 패션의 영향에 관한 연구. 홍익대학교 석사학위논문, p. 23.
- 23) Philip B. Gove (1969). *Webster's Third New International Dictionary*, p. 1343.
- 24) 유평근, 진형준 (2002). 이미지. 서울: 살림 출판사, pp. 48-50.
- 25) 조승희 (1997). 조형기능의 타이포그래피 표현 형식에 관한 연구. 성신여자대학교 석사학위논문, p. 13.