

티셔츠 디자인에 대한 분석

최 정 화[†]

경북대학교 의류학과

An Analysis on T-shirts Design

Jung-Hwa Choi[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University

(2005. 1. 25. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to analyze characteristics of effective expression on T-shirts pattern by peirce's semiotic theory. The methods of this study was to analyze 721 T-shirts patterns in designer's collection from 2000 to 2004. The results of this study were as follows: First of all, iconic expression showed high frequency after 2000. Characteristics of effective expression were as follows: In geometric expression, repetition was presented as a symbolic sign by regular proportion and rule of dot, line, plane, irregularity, mixture of irregular dot, line, plane. Mixed expression was presented as a iconic and symbolic sign by collage, mixture of dot, line, plane, icon and letter. In iconic expression, simplification of iconic sign was presented as a iconic sign by simplification of form, color, texture, realistic expression using digital as a iconic sign, and symbolic face, body as a symbolic sign. Pop art's expression was presented as a iconic sign by a cartoon and commercial character and Illusion was presented as a iconic sign. In letter's expression, brand logo was presented as a symbolic sign by transformation of letter's design, a symbolic sign of numeral by transformation of size, thickness, form, color. Symbolic message phrase was presented by slogan, fashion trend, brand image, descriptive indication message as a index sign by using icon or singleness. In conclusion, characteristics of effective expression on T-shirts pattern will present not only the theoretical foundation to raise the value added, but also the information about beauty sense of times, political and social value.

Key words: T-shirts, Pattern; 티셔츠, 문양

I. 서 론

오늘날 티셔츠는 자아표현의 한 방법으로, 이미 패션에서는 고전적인 룩으로 일컬어지기도 한다. 가격이 비교적 저렴하여 부담 없이 입을 수 있는 특징을 가지고 있을 뿐 아니라, 종종 트렌드화 되어 젊은 층으로부터 선풍적인 인기를 끌기도 한다. 20세기 가장 범우주적이고 신화적인 아이템 가운데 하나(Brunel,

2002)로 불리는 티셔츠는 대중의 높은 호응도 속에서 주의를 집중시키고 연대감을 형성하는 영향력 있는 매체이다.

티셔츠는 시대의 가치관, 관념, 사회, 문화적 양식 등을 반영하고 또한 장식적, 홍보적, 계몽적 역할 등을 한다. 인간의 정신적, 문화적 상황을 바탕으로 한 특유의 의식을 문양으로 표현한 티셔츠는 한 시대의 흐름을 인지할 수도 있는 척도가 되기도 한다.

커뮤니케이션 역할로서 티셔츠의 문양은 대중문화와 관계하고 있는 것으로서, 일찍이 반전 혹은 정치

[†]Corresponding author
E-mail: ryucjh@chol.com

적 문구의 슬로건 티셔츠 그리고 폭발적인 인기를 모은 인물 도상, 캐릭터 등은 상업적으로 크게 성공한 패션 사례이기도 하다. 특히, 티셔츠에 정치적인 문구나 어떤 사상을 표현한 문구를 도입하는 것이 매출 증진의 요소가 될 수 있는가 하는 질문이 새로운 화두로 떠오른 바 있기도 하다(“티셔츠의 전쟁”, 2002).

티셔츠 문양은 시각 메시지에 의한 의사전달과 의미작용의 메커니즘을 형성하고 있으며, 다양한 사고와 해석으로의 가능성을 탐색할 수 있게 하는 요소 가운데 하나이다. 뿐만 아니라 시대적 미(美)감에 대한 정보 및 정치, 사회적 가치에 대한 중요한 단서를 제공하는 정신적 산물이기도 하다. 퍼스는 이러한 사고를 나타내고 커뮤니케이션 상 중요한 역할을 하는 것으로 기호를 들고 있다. 기호는 커뮤니케이션의 요소이며, 그것이 표상하는 내용들을 소통시키는 기능을 갖고 있다(Parret, 1995). 도상 기호학에서 퍼스는 삼분법에 의해 이 기호를 도상기호, 지표기호, 상징기호로 나누고 있으며, 이것은 기호의 가능한 특징들을 분류하는데 유용한 체계로 사용되고 있다.

최근까지 복식에서의 기호학적 접근을 통한 분석은 전통적인 복식(김현진, 채금석, 2005), 특정 연대에 나타난 복식(조진숙, 1996), 그리고 특정한 스타일에 나타난 복식(이춘희, 신상옥, 2000) 등 주로 기호의 구조와 의미작용 등에 초점이 맞추어져 왔으며, 복식에서 비언어적 커뮤니케이션 역할을 하는 중요한 매체 가운데 하나로서 티셔츠 문양에 대한 구체적인 분석은 찾아 볼 수는 없다. 따라서 본 논문에서는 대중문화와 관련되어 있으며, 한 시대의 흐름을 인지할 수도 있는 척도로서 티셔츠의 문양에 초점을 두고 퍼스의 기호 체계를 근거로 문양의 표현 특징을 분석하고자 하였다.

본 논문의 연구방법으로는 이론서를 바탕으로 한 문헌연구와 2000년에서 2004년까지 최근 5년 동안 외국 패션 전문지인 collection, collezioni, mode et mode, gap press, 그리고 인터넷 사이트 등에 수록된 티셔츠 721개를 선정하여 분석에 사용하였다.

II. 이론적 고찰

1. 퍼스의 기호론

찰스 샌더스 퍼스(Charles Sanders Peirce, 1839-1914)는 논리학자이고 실용주의자로서 전통적인 기

호 이론과는 다르게 기호에 대한 넓은 의미로 접근한 학자이다. 퍼스는 대상, 언어, 의식, 인간 자체를 기호로 보고 이를 중심으로 주체, 대상, 기호의 상호작용에 의한 의미의 생산과정을 밝히는 것을 목표로 하였으며, 기호, 대상체, 해석소의 삼각구조를 주장하였다. 이때 대신하는 어떤 것이 바로 ‘대상체(object)’이며, 전달되는 것은 ‘기호(sign)’, 그리고 기호에 의해 떠오르는 생각을 바로 ‘해석소(interpretent)’(Peirce, C. S., 1977)로 보았다. 그리고 특히 도상 기호학에서 기호와 대상체와의 관계를 토대로 기호를 도상기호, 지표기호, 상징기호로 나누었다.

도상기호는 표시하는 대상과 어떤 유사성을 갖는 것으로 실제 표현된 지시 대상의 특성을 가지지는 않는다. 다른 어떤 종류의 기호보다 더 다양한 의미작용 양상을 보이는 도상기호는 원래 기능인 지시적 기능과 함께 강조의 기능을 가지고 있다(한국기호학회, 1996). 그리고 실제 대상체와의 “유사함”이 지각되지는 않더라도 그 내부에는 유사관계가 있는 것에서 도상기호의 인식구조를 확인할 수 있으며, 그 예로 의성의태어, 사진, 드로잉, 도표, 지도, 초상화 사진, 영화 등이 있다. 퍼스는 그 가운데 드로잉, 영화를 대상과의 유사관계가 높은 도상기호로 분류하였으며, 지표기호나 상징기호보다 커뮤니케이션에서 우위적 위치에 있음을 강조하였다.

도상기호의 하위 부류로는 일반적인 의미의 그림(image), 도표, 은유(metaphor)가 있다. 그림은 단순한 품질을 가지므로 일차적 도상기호이며, 다이어그램은 자신의 부분들 사이의 비율로 유비관계에 의해 다른 사물의 부분들 간의 비율을 표현하는 이차적 도상기호이고, 은유는 다른 무엇에 있는 평행 현상을 보여줌으로써 표현체의 표현성격을 나타내는 것으로 삼차적 도상기호라는 것이다. 예술작품은 더구나 은유적 초도상성이다. 은유는 하나의 표상체의 표상적 성격을 다른 무엇인가와 수평관계에 놓으면서 현전시키는 기호이다(Parret, 1995).

둘째, 지표기호는 어떤 물리적 대상을 대신하는 것으로 사물이나 사실 정확 등과 직접적인 물리적 관계를 맺는 기호이다. 퍼스는 지표를 그 대상으로부터 실제로 영향을 받음으로서 그 반응으로서 대상을 지시하는 것과 반대로 기호 쪽으로 그 대상을 지시하여 그 자극으로써 그 대상에 주의를 기울이게 하는 기능 두 가지를 구별하여, 전자는 진정한 지표(genuine index), 후자를 퇴화적 지표(degenerate index)라고 규정(소두

영, 1991)하고 있다. 결국, 지표는 공간적이고 시간적인 접촉관계나 인과관계를 통하여 결정되는 기호로서 주의를 그 대상에 기울이게 하는 것에 공통점이 있다. 시각적 표현 가운데 문자메시지에 의한 지시적 표현은 지표적 특성을 가지고 있는 확연한 예이기도 하다.

셋째, 상징기호는 지시하는 것과 어떤 유사성을 띠거나 물리적인 관계를 갖지도 않으며, 어떤 법칙이나 규칙성을 통하여 그 대상을 표의하는 것이다. 임의로 만들어진 관념이나 기호이기 때문에 지시 대상체와의 유사성에 상관없이 사회구성원들의 약속에 의해서 작용한다. 가령, 언어, 학교나 기업의 상징 마크, 로고, 문장(emblem), 표징(標徵), 간판(看板) 등이 그러한 엄격하게 분리하기는 힘들다. 퍼스는 이러한 상징이 문화적으로 결정된 모든 관습적인 기호를 말하며, 해석의 산물이고 모든 일반 규칙의 결과(박성모, 2002)라고 보았다.

요컨대 기호는 도상기호, 지표기호, 상징기호로 명확하게 구별하기 힘들며, 단지 이 세 가지 기호의 성질이 단독으로 존재한다기 보다 각기 다른 비율로 조합되어 있다.

2. 티셔츠의 개념 및 흐름

티셔츠는 원래 길과 소매의 결합된 형태가 ‘T’자와 같다고 해서 붙여진 이름으로 트임이 없으며 흔히 백색의 면저지로 제작(김세은, 2003)되었다. 그러나 최근에는 신축성 있는 라이크라, 쿨맥스, 텐셀 등의 기능성 소재에서 벨벳과 같은 고급 소재에 이르기까지 다양화되고 있으며, 또한 그 형태도 ‘T’자를 벗어나 어떠한 규정된 형태를 찾기 힘들 정도로 변화하고 있다.

티셔츠의 기원은 1880년경, 미해군의 유니폼으로 V-넥의 헐렁한 풀오버 속에 “flannelette”라고 불리는 면 플란넬 소재의 사각 넥라인의 셔츠를 입었던 것에서 찾을 수 있다. 그러나 티셔츠의 진정한 기원은 1913년 미해군이 공식적으로 “짧은 슬리브의 크루넥(crewneck-깃이 없는 칼라)” 버전의 티셔츠로 가슴을 커버하기 위한 것이었다(Brunel, 2002).

유니폼에서 시작된 티셔츠는 1920년대 코코 샤넬이 발표한 스트라이프 문양의 티셔츠로 인해 스포츠웨어에서 새로운 엘레강스 이미지를 표현하게 되었으며, 또한 유니섹스 이미지를 상징적으로 표현하는 클래식한 아이템이 되었다. 이어 1930년대 티셔츠는 피카소나 잭슨 폴록과 같은 예술가들이 그들의 영감

을 표현하기 위한 캔버스와 같은 역할을 하였으며, 이로 인해 티셔츠가 하나의 예술품으로서 인정받는 계기가 되기도 하였다.

한편 2차 세계 대전 시기에 티셔츠는 남자다움, 영웅적 이미지를 부여하였고, 이후 헐리웃에서 말론 브란도, 제임스 딘 등에 의해 반항아의 표시와 에로틱하게 보이는 방법의 하나로 티셔츠를 활용하기도 하였다. 무엇보다 티셔츠는 1960년대 실크 스크린 잉크가 발달함으로써 메시지를 포고하는 우주적이고 성적 차별 없는 매체가 되었다. 그리고 평화와 사랑의 메시지를 전달한 히피족, “Fuck You”와 같은 메시지의 펑크족, 심지어 다국적 기업의 걸어 다니는 광고판과 같이 소비 사회의 심벌로서 휴대할 수 있는 효과적이고, 인기있는 근대 매체 가운데 한 종류가 되었다. 이처럼 1960년대 티셔츠 문양에서 보여지는 상징적인 문자적 표현은 사회구성원들에 의해 문화적으로 결성된 관습적 특성이 강하게 나타난다.

티셔츠는 또한 민주주의적 이상을 구체화하는 예술작품으로서, 1970년 엘지에게 의해 유행을 넘어선 베이직한 아이템으로 거듭나게 되었다(Brunel, 2002). 그리고 히피, 펑크 등에 의한 반체제적인 그룹에 의해 다양한 안티 패션 트렌드로 사용되었으며, 록커와 바이커들의 문신 위에 입혀짐으로써 예의바른 전후에 대한 반항을 의미하는 상징적 기호로 표현되었다.

1980년대 티셔츠는 디스코의 황금시기를 특징짓는 인기 있는 아이템이 되었다. 특히 블랙 티셔츠는 젊은이들에게 트렌디한 것으로 제시되었으며, 혁신적인 소재인 라이크라로 유행을 선도하였다. 디자이너로는 엠포리오 아르마니가 티셔츠 컬렉션을 시작하였고, 티에리 뮈글러(Thierry Mugler)는 티셔츠를 위한 그래픽티 패션을 선보였다. 그리고 영국 디자이너 캐서린 햄넷(Katharine Hamnett)은 오버사이즈의 티셔츠에 “98%의 사람들이 탄두 미사일(Pershings)을 원하지 않는다”와 “산성비는 이제 그만”이라는 반전과 환경(Brunel, 2002)에 대한 지시적이거나 상징적인 메시지의 슬로건을 표현한 바 있다.

1990년대에는 디자이너들에 의해 티셔츠의 위상이 한층 높아졌는데, 가령, 다크 슈트에 화이트 티셔츠를 접목하여 새로운 쉬크한 이미지를 창조하거나 티셔츠의 정형화 된 ‘T’자 형태를 벗어나 비대칭적으로 변화시킴으로써 다양한 스타일을 창조하였다. 그리고 티셔츠의 소재와 재료의 선택이 중요한 요소로 등장하였다.

이후 티셔츠는 무엇보다 개인이 깊이 생각하고 있는 바를 크고 분명하게 보여주는 ID 카드이자 자신의 정체성을 표현하는 또 하나의 기호로 가장 친근한 패션 아이템 가운데 하나로 자리 잡고 있다. 가령, 롤링 스톤즈의 혀와 같은 실제 대상체와의 유사성을 토대로 하는 도상적 표현의 프린트나 브리티니 스피어스의 이름과 같은 사회적으로 상징화된 문자적 표현 등은 젊은이들 사이의 부류나 많은 종족 사이에서의 정체성을 확인하는 기호가 되고 있기도 하다. 즉 범우주적인 메시지나 도상의 형태에서 시대적인 라이프 스타일, 트렌드, 자아표현 등으로 다양화되고 있다.

이상과 같이 티셔츠는 시대적 흐름에 따라 유니폼에서부터 개인의 자아표현에 이르기까지 커뮤니케이션을 위한 기호로써 패션 산업에 영향을 미치고 있으며, 현재는 클래식한 룩으로 자리 매김하고 있다. 그리고 문양에 나타난 기호의 표현 유형으로는 스트라이프와 같은 관습화된 상징성이 강한 기호로서의 기하학적 표현, 다양한 로고, 메시지 등의 지표기호로서의 문자적 표현, 그리고 실제 대상체와의 유사성을 토대로 한 다양한 도상적 표현으로 나타나고 있다.

3. 티셔츠 문양의 기호 표현 유형

본 절에서는 티셔츠 문양의 흐름을 통해 나타난 기호의 표현 유형을 각각 기하학적 표현, 도상적 표현, 문자적 표현으로 분류하고, 구체적인 기호의 구성요소를 퍼스의 도상, 지표, 상징과 관련하여 분석, 정리하였다.

1) 기하학적 표현

기하학적 표현은 점, 선, 면 중심의 간결하고 인공적인 추상 형태이며, 인간의 이지적인 사고체계에 의해 창조된 정제된 형태라고 할 수 있다. 기하학에서의 점은 눈에 보이지 않는 본질이다. 따라서 개념상 이것은 비물질적인 본질이라고 정의되며, 물질적으로는 제로(null)와 같고, 외적으로 볼 때는 최소의 기본 형태라고 표시될 수 있다(Kandinsky, 1990). 그리고 점은 상징적으로 시작과 핵심, 수를 상징(김경중, 1985)하는 기호이다.

선은 눈에 보이지 않는 본질이며, 점이 움직여 나간 흔적, 즉 점이 만들어낸 소산이라 할 수 있다. 이것은 무한한 움직임의 가능성을 지닌 직선, 유연한 곡선, 그리고 이 두 가지 선에서 파생된 각진 선, 지그재그선, 파상선 등이 있다. 이러한 선의 형태들은 작

가의 주관적 내면의식에 의해 표현된 상징적인 기호이기도 하다(김경중, 1985).

면은 선이 움직여 나간 흔적이며, 가장 객관적인 정방향에서 부정형에 이르기까지 그 형태에 따라 경쾌함, 유연함, 느슨함, 긴장감, 안정감 등을 동반한다. 가장 기본적인 사각형은 단단함, 견고함, 평화, 안정감을 상징하며, 삼각형은 외부 지향적인 진취성으로 삼위일체의 상징이며, 여성적인 특성을 가지고 있다. 그리고 원형은 무한, 영원, 완전함, 신성함을 상징하고, 둥그랗기 때문에 태양, 우주, 지구, 행성 등을 연상하게 하는 기호로 사용된다.

티셔츠 문양에 나타난 기하학적 표현 가운데 무엇보다 고전적인 아이템으로 분류되고 있는 것으로는 스트라이프를 들 수 있다. 늘 모호한 기표로 남고자 하는 특별한 기호이기도 한 기하학적 문양 가운데 스트라이프 티셔츠는 스포티함과 남성성을 의미하는 관습화된 상징기호였다. 그러나 최근 디자이너들에 의해 채택된 스트라이프 문양의 티셔츠 스타일은 스포티와 함께 페미닌, 캐주얼 이미지 등으로 다양하게 나타나고 있다(그림 1). 특히 스트라이프 티셔츠를 자신의 트레이드 마크로 보여준 장 폴 고티에(Jean Paul Gaultier)는 1997년 오프 꾸뛰르 컬렉션에서도 모피와 함께 선 보여(Brunel, 2002) 저급품으로서의 티셔츠 이미지를 탈피하기도 하였다.

2) 도상적 표현

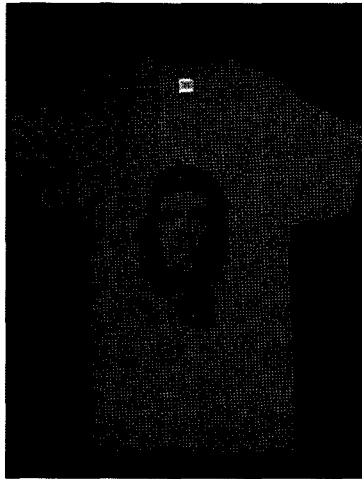
도상적 표현은 다분히 재현적인 것에서부터 어느 정도 닮은 꼴이 있는 기호에 이르기까지 다양하다. 재현적인 것으로는 대중적으로 유명한 인물의 도상을 포함한 신체, 자연물, 일상의 사물 등이 있다.

유명한 인물의 도상을 포함한 인간의 신체는 일찍이 예술가들의 주된 소재가 되었으며, 외적 형태를 재현하는 방법에서 작가 내부의 심상을 재현하는 다양한 방법으로 표현되고 있다. 흑백 명암의 대비에 의해 표현한 <그림 2>는 “El Che”라고도 잘 알려진 Ernesto Guevara의 고전화 된 도상이다. 막시스트(Marxist)를 상징하는 붉은색 위에 검은색의 게바라의 티셔츠 도상은 볼리비아에서 제국주의자의 총에 살해당한 이후 불멸의 아이템이 되었으며, “혁명”을 상징하게 되었다.

티셔츠에 도상화 된 유명한 실제 인물들은 거의 흡사한 닮음 꼴로 표현되어 있는 도상성이 강한 기호로서, 인지하는 사람이 어렵지 않게 하기 위해 대상의



<그림 1> 기하학적 표현.
2001 S/S Jean Paul Gaultier



<그림 2> 도상적 표현.
Brunel. (2002). p.109



<그림 3> 문자적 표현.
Brunel. (2002). p. 358

특징을 상실하지 않은 채 형태와 색을 단순화하고 있다. 또한 이러한 유명인의 도상은 그와 관련된 상징적 의미를 내포한 기호로서 작용하기도 한다.

고대로부터 인간은 조형 표현의 수단으로서 자연의 형태를 재현하려고 하였으며, 인간 미의식이나 예술 활동에 있어서 그 원천이 되어왔다. 이러한 자연의 형태는 리얼리티를 토대로 한 사실주의적 성향과 시각적 인지의 근본 원리인 간결하게 단순화된 형태가 주를 이룬다. 사실적 표현은 실제 대상체를 가장 정확하게 인지할 수 있게 하는 도상기호이며, 단순화한 형태 역시 효율적이면서도 강력한 시각적 정체성을 가지게 하는 도상기호이다.

일상의 사물로는 사회적으로 이슈화된 것이나 혹은 상징성이 강한 것으로 즐겨 표현되며, 단순화한 형태로 표현하고 있다. 그 가운데 캐릭터는 인간이 창조해낸 가공의 것으로서 제품 또는 서비스에서 소비자에게 친근감을 줄 수 있고 또 특정 부류에 정체성을 제공하는 상징성이 강한 기호이다. 그리고 산업사회, 대량정보화 시대의 도래로 인해 상업적인 목적이나 공공전달을 위한 팝아트적 효과의 티셔츠로 거듭나면서 시각언어의 하나로서 그 가치를 인정받고 있다.

3) 문자적 표현

문자는 언어를 고정화하고 부동화하는 도구이며, 이미지와 마찬가지로 인간의 사고와 감성을 함축된 언어로 표현하고 전달한다는 의미에서 공통점을 가지고 있다. 그리고 새로운 소통의 가능성을 모색하는

현대 미술가들에게는 조형적 표현매체로서 문자에 대한 관심이 확산되고 있다(고은나, 1999).

티셔츠 문양에서 문자는 메시지 전달의 직접적인 장치이며, 디자인을 이루고 있는 중요한 속성이 된다. 문자나 대화를 티셔츠의 문양으로 표현할 경우 사람들의 시선을 끌어오는 효과가 발생되고, 어떤 글자체를 어떻게 배열하느냐에 따라 옷의 분위기를 차별화할 수 있기 때문에 문자는 색다른 분위기를 만들어주는 매력적인 요소로 작용한다.

이렇듯 스타일에 변화를 주고 주의를 집중시키는 효과를 갖고 있는 문자는 정치적인 의사나 각종 문화 행사에서 홍보나 소속감을 표현하기 위한 수단으로 ("티셔츠의 전쟁", 2002) 티셔츠에 빈번히 활용되고 있다. 최근의 이라크 전쟁에 대한 대중의 의식을 잘 보여주고 있는 "No War on iraq"와 같은 정치적 의사를 담은 티셔츠는 반전 의식을 갖고 있는 사람들 간에 연대감이 구축되고 집단적인 의사 표시를 할 수 있는 외부적인 파워를 갖는 지표성이 강한 기호이다.

티셔츠의 메시지 문구는 나아가 성적으로 호기심이 높은 10대들 사이에서는 '섹시한 메시지'로도 표출되고 있으며, 이것은 또래 집단에서 티셔츠가 매력 있는 아이템으로 자리 잡게 된 배경이 되기도 하였다. 연예인들의 노출 패션에 익숙한 이들은 이러한 문구가 담긴 티셔츠를 입는다는 것이 그들 스스로를 보다 더 매력적으로 보이게 하는 것이라고 여기기 때문이다.

한편 메시지 문구와 더불어 티셔츠 문양에 자주 사

용되는 것으로 브랜드의 로고가 있다. 브랜드 이미지의 부각과 함께 로고는 브랜드를 상징하는 기호로서 뿐 아니라 개인의 지위나 취향을 표현하기도 한다. 이러한 로고의 기호학적 표현은 도상성이 강하게 나타나거나, 지표성, 혹은 상징성이 강하게(박영원, 2001) 나타나고 있으며, 글자체에 변화를 주어 이미지의 다양성을 꾀하고 있다.

이 외에 티셔츠 문양에 자주 등장하는 것으로는 숫자가 있는데, 문자로 된 언어를 뛰어넘어 과거, 현재, 미래 등의 3시제가 통합된 의미로 사람들에게 전달할 수 있는 상징적인 이미지를 나타내면서 소비자들의 공감대를 불러일으킨다. 그리고 친밀감, 즐거움, 커뮤니케이션의 상징으로서 숫자는 로고와 함께 브랜드 이미지를 확실하게 전달하고 각인시키는 방법이며(임송미, 2003), 상징기호로서 작용하고 있다. 세계적으로 유명한 스포츠 선수들의 백 넘버(Back Number)

<그림 3>는 흔히 사용되고 있는 예이기도 하다.

다음 <표 1>은 티셔츠 문양의 기호 표현 유형과 구성요소에 대한 것이다.

III. 티셔츠 문양의 표현 분석

본 장에서는 2000년대 이후 컬렉션에 발표된 총 721개의 티셔츠 문양을 편의 표집방식으로 추출하였으며, 이를 토대로 기호의 표현 유형에 따른 출현빈도 분석과 표현 특징을 분석·정리하였다.

1. 티셔츠 문양의 기호 표현 유형에 따른 출현빈도

위 <표 2>의 출현빈도를 살펴보면 전체적으로 도상적 표현이 기하학적 표현과 문자적 표현보다는 높은 빈도로 나타나고 있다. 이것은 도상적 표현이 지시하는 대상체와의 어떠한 유사성을 토대로 하기 때문에 작가가 메시지를 보다 쉽고 빠르게 전달할 수 있도록 하며, 또한 표현 방법에 있어서도 기하학적 표현이나 문자적 표현보다 무한한 가능성을 가지고 있기 때문으로 분석된다.

빈도 경향을 세부적으로 살펴보면 기하학적 표현에서는 선에 의한 표현이 우세하며, 스포티 혹은 패미닌한 스타일로 주로 표현되어 관습적 특성이 우세한 상징기호로 표현되고 있다. 도상적 표현에서는 실제 대상체와 유사함을 토대로 한 도상성이 강한 자연물과 인체가 높은 빈도를 차지하고 있으며, 문자적 표현에서는 지표성이 비교적 강한 메시지 문구가 우

<표 1> 티셔츠 문양의 기호 표현유형과 구성요소

기호의 표현유형	기호의 구성요소	기호의 종류
기하학적 표현	점	상징기호
	선	
	면	
도상적 표현	자연물	도상기호, 상징기호
	인 체	
	일상의 사물	
문자적 표현	메시지 문구	도상기호, 지표기호, 상징기호
	브랜드 로고	
	숫 자	

<표 2> 티셔츠 문양의 기호 표현유형에 따른 출현빈도

기호 표현유형	연도 작품 수	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	작품 수(%)	
		86	154	140	193	148	721(100)	
기하학적 표현	점	2	7	3	4	3	19(2.6%)	231(32.0%)
	선	13	32	32	37	33	147(20.4%)	
	면	10	13	15	18	8	65(9.0%)	
도상적 표현	자연물	24	32	33	48	33	170(23.6%)	379(52.6%)
	인 체	10	32	22	41	23	128(17.8%)	
	일상의 사물	7	23	14	20	17	81(11.2%)	
문자적 표현	메시지 문구	25	46	25	55	33	184(25.5%)	252(35.0%)
	브랜드 로고	3	4	14	7	12	40(5.5%)	
	숫 자	5	1	11	7	4	28(3.9%)	

*한 작품에 여러 항목이 중복될 수 있음

세하게 나타나고 있다.

2. 티셔츠 문양의 기호 표현 유형에 따른 표현 특징

1) 기하학적 표현

(1) 반복적 표현

반복은 어떤 단위화 된 기호를 연속적으로 배열함으로써 시각적 연결을 이루는 것을 의미한다. 기하학에서는 특히 점, 선, 면의 규칙적 반복으로, 동일한 간격이나 혹은 일정 비율에 의한 반복 등으로서 양적인 강화를 가져올 수 있다. 연속적인 반복에 의한 배열은 논리적이면서, 리듬감을 강화하는 역할을 하며, 시각적으로는 움직임은 만들어낸다.

티셔츠 문양에 나타나는 반복적 표현은 1920년대 샤넬의 스트라이프 패턴 이후 스포티 이미지와 함께 페미닌 이미지를 표현하는 상징기호로서 주로 표현되고 있으며, 그 표현 방법 또한 점점 약화되는 점의 반복, 수평선, 사선, 지그재그선, 방사선, 꺾어진 선, 그리고 왜곡된 곡선의 반복, 사각형의 반복 등이 일정한 비율이나 규칙에 의해 표현되고 있는 것이 특징적이다.

(2) 불규칙적 표현

티셔츠 문양에 나타난 불규칙적 표현은 일정한 점이나 선, 그리고 면의 형태가 지각되지 않고 복잡하게 얽혀져서 나타나고 있는 것이 특징적이다. 가령, 수평선의 형태가 점점 흐려져서 단절된다던가, 혹은 일정한 선의 형태 없이 자유롭게 교차되거나 병치되

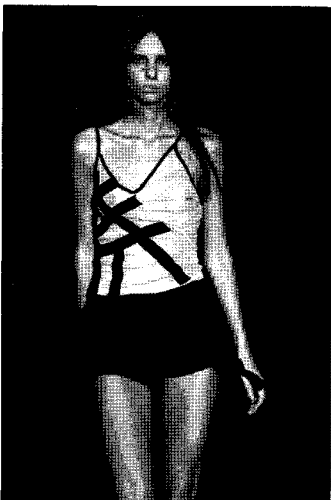
어 나타나고 있다. 변형된 선의 불규칙성 그리고 이를 경계로 분할된 면은 어떠한 시지각적 형태를 인지하기는 힘들다. 그러나 불규칙적으로 복잡되거나 병치된 형태는 반복에 의한 규칙적 패턴과는 달리 보는 사람으로 하여금 무의식적이고 자유로운 시지각적 연결을 탐색하게 한다. 그리고 사람들마다 서로 상이하게 반응하며, 주관적 사고에 의해 의미 있는 상징 기호로서 작용한다.

<그림 4>는 2003 S/S Amaya Arzuaga의 작품으로 언밸런스한 티셔츠 형태와 일정한 규칙에 얽매이지 않고 선을 불규칙적으로 표현함으로써 자유로운 감성을 표현하고 있는 상징기호이다.

(3) 복합적 표현

기하학적 표현요소와 함께 도상 혹은 문자와의 복합적 표현은 충돌에 의한 새로운 구조와 의미를 창조한다. 이러한 복합적 표현은 어떠한 대상에 대한 고정적 의미보다 역동적 의미를 부여하고, 또한 파편화하여 해체시키는 것에 그치는 것이 아니라 이를 다시 종합적으로 합성함으로써 새로운 이미지를 창조해내는 플라주적 표현과도 같다. 다다이즘, 초현실주의, 입체파 예술 등의 반미메시스적 기법에 속하기도 하는 이러한 방법은 맥락을 변화시키고, 새로운 구조를 만들어내는 특성이 있다.

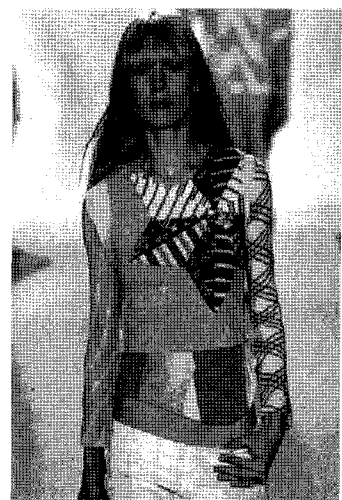
<그림 5>는 2003 S/S Custo Barcelona의 작품으로 인물을 포함한 풍경을 담은 도상기호를 부분적으로 오려내고 불규칙적인 선을 이용하여 이를 분리하고 다시 결합함으로써 대담하고 동적인 이미지를 표현



<그림 4> 2003 S/S Amaya Arzuaga



<그림 5> 2003 S/S Custo Barcelona



<그림 6> 2003 S/S Custo Barcelona

하고 있다. 시각적 단절감이라기 보다 오히려 숨겨진 부분을 연상하게 하여 도상에 대한 집중 효과를 높임으로써 상징적 특성보다는 도상성이 보다 강하게 표현되고 있다.

<그림 6>은 2003 S/S Custo Barcelona의 작품으로 캐주얼 핑크와 네오 로맨틱한 감성을 시즌 컨셉으로 하여 열대 과일의 색을 도입한 티셔츠이다. 다양한 굵기의 선과 면 그리고 부분적으로 혼용된 식물 문양은 열대의 화려하고 복잡한 이미지를 상징적인 선과 면으로 표현하고 있다.

2) 도상적 표현

(1) 단순화

도상기호의 단순화는 고전적 의미에서 미적 이상의 한 측면이며, 형태와 구성관계에서 긴장을 감소시키려는 특성을 지닌다. 이때 단순화를 위해 중요한 것은 선택된 대상체의 전체를 투명하게 드러내 줄 수 있는 하나의 단편이어야 하는데, 이것은 무조건적인 생략으로 인해 해독과정에서 나타나는 오류를 방지하기 위해서이다.

단순화는 작가가 표현하고자 하는 사물의 핵심과 본질을 형태와 색채, 질감 등의 단순화를 통해 보다 투명하게 드러낼 수 있다. 티셔츠 문양에서 도상기호의 단순화는 작가의 심상을 토대로 실제 대상체를 인지할 수 있는 절제된 형태와 색채로 표현되고 있다. 단순화된 대상체로는 자연, 인체, 일상의 사물 등이 있으며, 그 가운데 시각적 지루함과 보편적 정서를 벗어나 신선함과 흥미를 줄 수 있는 방법으로서 실제 인체와 유사관계에 있는 인식구조를 가지고 있으면서 디자이너의 개성과 브랜드 이미지를 나타내기 위한 일러스트레이션 인체가 두드러지게 나타나고 있다.

<그림 7>은 2001 S/S Custo Barcelona의 작품으로 개성있는 인물 표현과 단순한 라인, 절제된 색으로 디자이너의 시즌 컨셉과 이미지를 표현하고 있다. 이외에도 실제 대상체와의 어느 정도 유사성을 가진 여러 얼굴, 손, 입술 등과 같은 신체 일부 혹은 전체 도상을 단순화하여 표현하고 있다.

(2) 사실적 표현

사실적 표현은 고전주의적 예술에서부터 이어져 내려오는 전통적인 표현 기법으로 티셔츠 문양에서는 디지털 기술의 발전에 의해 새로운 표현 방법으로 등장하고 있다. 사실적 표현은 대상체에 대한 지시적 기능을 가지며, 작가가 표현하고자 한 메시지와도 직

결되어 있다. 지시하는 대상체와의 유사성을 토대로 표현되는 사실적 표현은 곧 도상기호이며, 함축성을 내포한 이미지보다 의사소통 면에서 원활함을 보이는 것이 장점이다. <그림 8>은 2004 S/S, M+F Girbaud의 작품으로 전통적인 표현기법을 벗어나 디지털 기술에 의해 모델의 얼굴을 객관적이고 명확하며, 지배적인 형상으로 표현하고 있다.

이외에도 티셔츠 문양에 사용되고 있는 사실적 표현으로는 풍경이나 유명 명화의 도입 등이 있으며, 특히 유명 명화와 같은 예술 작품은 은유적 초도상성이 강한 기호이다.

(3) 팝 아트적 표현

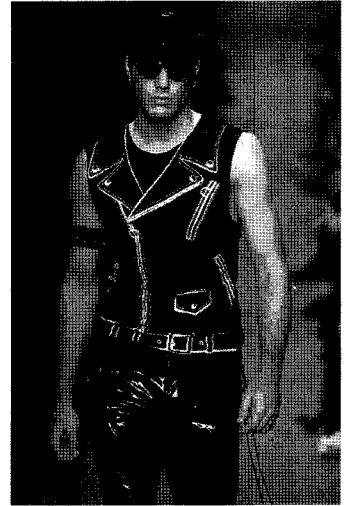
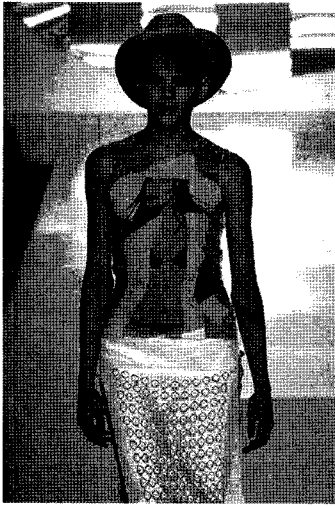
포스트모더니즘 이후 고급문화와 대중문화의 경계가 허물어짐으로써, 팝 아트적 경향이 패션의 한 유행으로 자리 잡았으며, 1980년대에는 키스 해링의 단순화된 도상기호로 표현된 그라피티, 앤디 워홀의 실제 대상체와 유사성에 근거한 도상기호로서 실크스크린 초상이 티셔츠로 표현된 바 있다. 그리고 2000년대 이후에 나타난 팝 아트적 표현은 만화나 유명한 상업적 캐릭터가 도입되고 있는데 특히 미키 마우스의 도상은 실제 대상체인 동물과의 유사성에 기초하고 있지만 자본주의 국가인 미국을 상징하는 관습적인 기호로서 티셔츠 문양에 자주 표현되고 있다.

이와 같은 팝 아트적 표현은 다양한 색채와 자유로운 형태, 그리고 유머를 동반하고 있다. 그리고 만화와 같은 유머와 위트를 표현한 작품들은 장식적이고 감성적인 특성과 함께 보편적인 내러티브를 통해 대중으로부터 예술과의 격차를 줄이는 역할을 하고 있다.

(4) 착시적 표현

인간은 자신의 경험, 사고, 그리고 축적된 지식 등을 통해 대상체를 이해하게 되는데, 특히 시지각을 통한 인지과정에서 어떠한 대상체를 보고도 다르게 지각하는 것을 착시라고 한다. 이러한 착오적 개념으로서의 착시는 예술창작과정에서 감성영역의 확대를 가져올 수 있어, 예술가들에게는 흥미진진한 방법이 되고 있다.

티셔츠 문양에서의 착시적 표현은 실제 대상체와의 유사성을 토대로 한 도상기호를 의도적으로 배열하거나 위치시킴으로써 흥미를 유도하고 있다. <그림 9>는 2001-2002 F/W Moschino의 작품으로 블랙 티셔츠에 흰색의 라인을 묘사한 작품으로 마치 블랙 재킷을 덧입은 것과 같은 착시효과를 나타내고 있다. 이처럼 착시원리는 유머러스한 이미지를 창조하고,



<그림 7> 2001 S/S Custo Barcelona <그림 8> 2004 S/S M+F Girbaud <그림 9> 2001-2002 F/W Moschino

호기심을 자극하는 한 방법으로 사용되고 있다.

3) 문자적 표현

(1) 브랜드 로고

브랜드 로고는 지시하는 대상체와의 유사성을 띠거나 물리적 관계와는 상관없이 기업의 정체성을 나타내는 관습화된 상징기호로서 사람들로 하여금 주의를 끌 수 있으며, 이를 통해 제품을 연상하게 하는 특성을 가지고 있다. 이러한 로고의 유형은 문자로만 된 로고, 도상으로만 된 로고, 문자와 도상이 혼합된 로고가 있다.

패션에서 로고는 상품을 그들의 경쟁 브랜드들과 구별하게 하는 역할을 하며, 대중들은 이를 통해 스타일 지각과 사회적 지위를 부여받게 된다(Gale & Kaur, 2004). 그리고 티셔츠와 같은 비교적 값싼 소재에서도 브랜드 로고는 고유한 제품에 대한 신뢰도를 높이는 역할을 한다. 최근 티셔츠에 나타난 브랜드 로고는 자회사의 특정 스타일을 고집하기보다 다양한 서체와 트렌드를 고려하여 디자인에 변화를 주고 있다. 즉, 형태, 방향, 크기, 굵기 등을 바꾸어 기업의 이미지를 대신하는 것 뿐 만 아니라 색다른 문양으로써의 이중적 역할을 하고 있다.

(2) 상징적 숫자

숫자는 어떤 특정한 의미가 있는 것을 토대로 하는 상징성이 강한 기호이다. 패션 브랜드에서 숫자는 로고와 함께 브랜드의 인지도를 높이는 하나의 방법으

로 채택되고 있다.

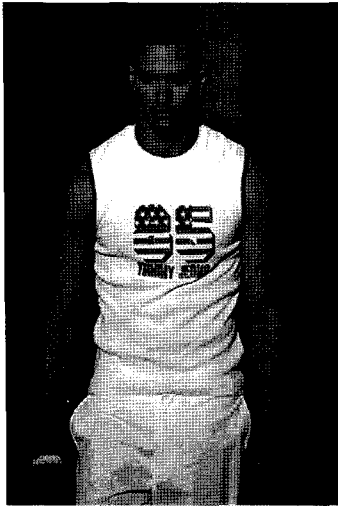
패션 브랜드에서 주로 사용되고 있는 숫자는 여러 다양한 의미에서 비롯된다. 가령, 브랜드 타깃 층의 연령을 나타내는 숫자, 행운이나 신비스러움을 나타내는 숫자, 어떠한 역사적인 사건을 기념하는 숫자, 브랜드의 런칭 년도를 나타내는 숫자 등으로 상징성이 강한 기호이다.

티셔츠 문양에 사용되고 있는 숫자는 여러 다양한 크기, 굵기, 형태, 색채의 변화 뿐 아니라 다양한 기호와도 혼합되어 나타나고 있는데, <그림 10>은 2002 S/S Tommy Hilfiger의 작품으로 '85'라는 숫자는 설립 연도를, 성조기는 미국을 상징하는 기호로서 혼합하여 표현하고 있다.

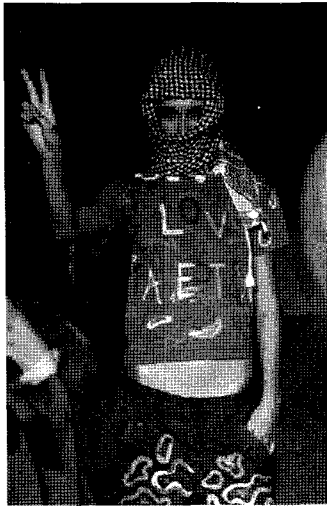
(3) 상징적 메시지 문구

문자적 표현에서 많이 사용되고 있는 것 가운데 하나가 상징적 메시지를 나타내는 간략한 문구이다. 이것은 사회적으로 이슈화된 내용의 슬로건이나 패션 트렌드 혹은 브랜드 이미지와 연관되어 있는 은유적 특성이 강한 기호이다. <그림 11>은 2003 S/S Alexandro Palombo의 작품으로 중동 지방의 전쟁에 대해 상징적인 군복의 컬러와 "Love Palestine"이라는 상징적인 메시지를 담아 표현하고 있다.

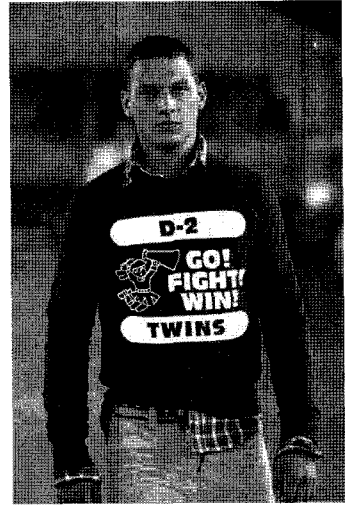
상징적 메시지는 도상기호와도 함께 접목되어 나타나기도 하는데, 이때는 도상기호에 대한 해석적 차원의 것이므로 문자의 크기나 형태, 색채 등을 과장하지 않는 것이 특징적이다.



<그림 10> 2002 S/S Tommy Hilfiger



<그림 11> 2003 S/S Alexandro Palombo



<그림 12> 2003 S/S D Squard

(4) 서술적 지시 메시지

지시적 메시지는 서술적 내용으로서 지표성이 강한 기호이다. 흔히 도상 또는 단독으로 사용되어 어떠한 상황이나 행동을 지시하는 내용이 지배적이다. 그리고 서술적 내용으로 인해 다양한 디자인적인 효과 보다는, 내용전달에 의미를 두는 경향이 많다.

서술적 지시 메시지는 또한 이전의 범우주적이거나 시대적 가치관, 관념 등을 반영한 상징적 기호와 달리 개인적 감성이나 취향, 혹은 일상의 단편적인 내용과 주로 연관되어 나타나고 있는데, <그림 12>는 2003 S/S D Squard의 작품으로 “Go! Fight! Win!”이라는 일상의 단편을 주된 이미지로 표현한 것이다. 이것은 단계적으로 어떠한 행동을 지시하고 있는 내용이 주를 이루고 있으며, “D Squard”를 의미하는 “D-2, Twins”의 상징적 기호, 그리고 인물을 표현한 도상기호로 함께 구성되어 있다.

IV. 결 론

티셔츠 문양은 시각 메시지에 의한 의사전달과 의미작용의 메커니즘을 형성하고 있으며, 이를 통해 상업적, 공적 혹은 장식적 특성으로서의 다양한 기대 가치를 가진다. 그리고 시대의 가치관, 관념, 사회, 문화적 양식 등을 반영하며, 한 시대의 흐름을 인지할 수도 있는 척도가 되고 있다. 티셔츠 문양은 1960년대 실크스크린 잉크의 발달이 커다란 영향을 미치게

되었으며, 1970년대에는 히피, 핑크 등의 반체제적인 그룹 등에 의해, 1980년대에는 디스코의 황금시기를 특징짓는 인기 있는 아이템이 되었다. 그리고 1990년대 이후에는 젊은이들 사이에서 어떤 특별한 신호로 사용되어 그들 사이의 정체성을 확인하는 기호가 되고 있다.

티셔츠 문양에 나타난 기호의 표현 유형은 점, 선, 면의 기하학적 표현, 자연물, 인체, 일상의 사물로의 도상적 표현, 메시지 문구, 브랜드 로고, 숫자로의 문자적 표현으로 각각 분류되었다. 그리고 2000년대 이후 출현빈도를 살펴본 결과 도상적 표현이 표현방법이나 효과에 있어 지시 대상체와의 유사성을 토대로 작가의 메시지 전달을 보다 용이하게 하는 방법으로 가장 높은 빈도를 차지하였다.

기호의 표현 유형에 따른 표현특징으로 먼저, 기하학적 표현은 작가의 주관적 내면의식을 반영한 상징성이 강한 기호로서, 다양한 점, 선, 면 등이 일정한 비율이나 규칙에 의해 표현된 반복적 표현, 무의식적이고 자유로운 감성을 상징적으로 표현한 불규칙적 표현, 그리고 도상이나 문자, 점, 선, 면 등의 충돌, 파편화, 해체 그리고 플라주 등을 통해 새로운 구조와 의미를 창조한 복합적 표현으로 나타났다.

둘째, 도상적 표현은 먼저 대상체의 본질적인 핵심을 드러내며, 실제 대상체의 형태, 색채, 질감 등을 단순화한 표현, 대상체에 대한 지시적 기능을 가지며, 의사소통 면에서 원활함을 보이는 풍경이나 유명 명

화의 사실적 표현, 만화나 유명한 상업적 캐릭터를 도입하여 유머를 동반한 팝 아트적 표현, 유머러스한 이미지를 창조하고 호기심을 자극하는 한 방법으로 실제 대상체와 유사함이 지각되는 착시적 표현으로 나타났다.

셋째, 문자적 표현에는 고유한 제품에 대한 신뢰도를 높이고 관습화된 상징성이 강한 문자로만 된 로고, 도상으로만 된 로고, 문자와 도상이 혼합된 로고 등의 브랜드 로고, 약속에 의해 만들어진 어떤 특정한 의미가 있는 기호로서 브랜드의 인지도와 신뢰도를 높이는 상징적 숫자, 사회적으로 이슈화된 내용의 슬로건이나 패션 트렌드 혹은 브랜드 이미지와 연관된 상징성이 강한 기호로 상징적 메시지 문구, 도상 혹은 단독으로 사용되어 어떠한 상황이나 행동을 지시하는 지표성이 강한 서술적 지시 메시지로 나타났다.

이상과 같이 티셔츠 문양의 다양한 기호 표현 유형에 따른 표현 특징은 티셔츠 제품에 대한 부가가치를 높일 수 있는 이론적 토대를 제공하고, 더불어 시대적 미(美)감에 대한 정보 및 정치, 사회적 가치에 대한 중요한 단서를 제공하는 정신적 산물로서 티셔츠의 가능성을 탐색하는데 그 의의가 있을 것이다. 그리고 본 연구는 편의 표집방식으로 자료를 조사하여 자료 선정에 다소 제한되거나 편파적일 수 있으므로, 연구결과를 일반화하는 데에는 이와 같은 한계점이 고려되어야 할 것이다.

참고문헌

- 고은나. (1999). 조형적 표현매체로서 문자와 이미지에 관한 연구. *일러스트레이션학 연구*, 5, 25-45.
- 김현진, 채금석. (2005). 기호학적 접근을 통한 조선시대 여자 복식 표현연구. *한국의류학회지*, 29(1), 13-22
- 김경중. (1985). *사인·심볼·문양*. 서울: 미진사.
- 김세은. (2003). *디지털 프린팅을 활용한 아트 티셔츠의 개발*. 경북대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박성모. (2002). *기호학으로 세상읽기*. 서울: 소명출판.
- 박영원. (2001). *디자인 기호학* 총북: 청주대학교 출판부.
- 소두영. (1991). *기호학* 서울: 인간사랑.
- 이춘희, 신상욱. (2000). 현대 복식에 반영된 오리엔탈리즘의 기호학적 분석. *복식*, 50(4), 131-146.
- 임송미. (2003). *현대 패션에 나타난 기호 분석-1990년 이후의 패션 컬렉션을 중심으로-*. 전남대학교 대학원 석사학위 논문.
- 조진숙. (1996). 1930년대 복식의 기호학적 분석. *복식문화*, 4(3), 407-426.
- 칸딘스키, 바실리. (1992). *점·선·면 칸딘스키의 예술론 II*. 차조선 옮김 (1990). 서울: 열화당.
- 티셔츠의 전쟁. (2002). *패션인사이트* 자료검색일 2004, 12, 15, 자료출처 <http://www.fashioninsight.com/>
- 파레트, 헤르만. (1995). *현대 기호학의 흐름*. 김성도 옮김 (1995). 서울: 이론과 실천.
- 한국기호학회. (1996). *현대사회와 기호*. 서울: 문학과 지성사.
- Brunel, C. (2002). *The T-shirt book*. New York: Assoluline.
- Gale, C., & Kaur, J. (2004). *Fashion and textiles*. New York: Berg.
- Peirce, C. S. (1997). *Semiotic and Signifies: Correspondence between Charles S. Peirce and Victoria Lady Welby*. Indiana: Indiana University Press.