

# 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형과 특성

김 선 영<sup>†</sup>

순천대학교 패션디자인학과

## Expression Types and Characteristics of Cartoon and Animation Characters in Contemporary Fashion

Sun Young Kim<sup>†</sup>

Dept. of Fashion Design, Sunchon National University

접수일(2010년 10월 18일), 수정일(2010년 11월 4일), 게재확정일(2010년 11월 9일)

### Abstract

This paper examines the types and characteristics of cartoon and animation characters in contemporary fashion in order to provide the basic data necessary for the development and use of fashion character designs that develop creative designs and culturally high values. This study examined the relevant literature, reviewed local publications, foreign fashion magazines, and Internet data from 2000 to 2009. In this way, it analyzed various visual images that reflect cartoon and animation characters in case studies. This paper found some expression types, which are the direct expression of characters through print or collage, the borrowing of character images, the use of cartoon expression techniques, and the use of characters for the composition of clothing forms. Those expression types had some similar characteristics. The first is the expression of a kidult-like entertainment that reflected the inner psychology of adults trying to escape from a complicated modern society and returning to their childhood. The second is the expression of satire. Cartoon and animation characters were used as a medium for pointing out social irregularities and evil deeds that taught the lesson of good triumphing over the evil in fashion; they expressed the satire of the modern society and delivered a message of purity and hope. The third is the use of a decorative factor. Each character was printed in primary colors or expressed in colorful beads, and serial cartoon scenes were printed on clothes and used to make a decorative effect of fashion designs.

**Key words:** Cartoon & Animation, Character, Entertainment, Satire, Decoration; 만화와 애니메이션, 캐릭터, 유희성, 풍자성, 장식성

### I. 서 론

오늘날 대중 속에 폭 넓게 자리하고 있는 많은 예술장르 중 만화와 애니메이션은 비약적인 전자기술의 발전에 힘입어 매스미디어 분야뿐만 아니라 다양

한 분야에 걸쳐 활용되고 있다. 특히 읽고 쓰는 것보다 시각적으로 보고 느끼는 즉각적인 이미지에 친숙한 현대인들을 대상으로 효과적인 의사전달을 하는데 있어 만화나 애니메이션 속에 사용된 캐릭터들은 보다 친근하고 의사전달에 집중하게 하는 하나의 수단으로서 강력한 힘을 발휘한다. 뿐만 아니라 만화와 애니메이션에 사용된 캐릭터들은 다양한 분야에 적

<sup>†</sup>Corresponding author

E-mail: ksy6341@sunchon.ac.kr

용되어 유형무형의 산업적 가치를 만들어내는 고부가가치 문화상품으로서 무한한 가능성을 가진다. 또한 이러한 매체들의 특성인 대중적 친숙함으로 순수 예술작품에까지 영향을 미치고 있으며 그 이미지와 형식 또한 패션에 수용되어 나타나고 있다.

이러한 캐릭터와 관련한 패션에 관한 연구는 주로 애니메이션 캐릭터를 이용한 디자인 개발이나 이와 관련한 패션산업의 현황에 관한 연구(김미경, 엄경희, 1999; 김지숙, 2003; 김철순, 조예진, 2001; 백경실, 유태순, 1999; 채선주, 2000), 만화의 표현특성과 관련한 패션일러스트레이션 연구(성광숙, 2009; 손영미, 2002; 우금전, 2000; 한예성, 1999)가 이루어졌으며, 만화의 해학적 측면이나 킥덜트적 유희성과 관련한 연구(김정은, 이재정, 2004; 류근영, 이효진, 2002; 송영경, 2008; 유주연, 2007)에 있어 만화나 애니메이션의 캐릭터 부분이 간략하게 다루어져 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형이나 특성에 관한 연구는 미흡한 실정이라 하겠다.

따라서 본 연구는 현대사회의 다양한 분야에 적용되어 그 가치가 크게 부각되고 있는 만화와 애니메이션 캐릭터가 현대패션에 어떻게 표현되고 있는지 그 유형과 특성을 고찰하여 그 중요성을 인식하고, 앞으로 패션 캐릭터 디자인 개발과 활용에 기본 자료를 제공함과 동시에 디자인 전개에 있어 보다 독창적이고 문화적 고부가가치를 창출할 수 있도록 도움을 주는데 그 목적을 두었다. 연구방법은 문헌고찰을 통하여 만화와 애니메이션에 대한 개념과 현대사회에 반영된 캐릭터 디자인에 관해 고찰하고, 2000S/S부터 2009S/S까지의 Vogue, Harper's Bazaar, Gap, Fashion News, Mode&Mode 등 국내외 패션잡지 및 컬렉션 지, 패션 컬렉션 사이트, 인터넷 자료 등을 참고로 만화와 애니메이션 캐릭터가 반영된 총 115점의 시각적 자료 분석을 통해 사례연구를 수행하였다. 분석에 사용된 총 115점의 작품은 보다 정확한 사진자료를 위하여 패션컬렉션 사이트인 스타일닷컴(www.style.com)의 사진자료를 활용하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 만화와 애니메이션의 개념 및 성장

만화는 다른 예술장르와 달리 그림과 글이 결합된 매체로 누구나 쉽게 받아들이고 이해할 수 있는 장르

이다. 만화의 사전적 정의는 ‘붓이 돌아가는 대로 그린 그림이나 사물의 특징을 꼬집어 단순하고 정교하게 그림으로서 인사를 풍자하거나 비평하는 회화의 한 형식으로 풍자나 우스갯거리 등을 주로 선화로써 경쾌하고 익살스럽게 그린 그림이나 어떤 줄거리가 있는 이야기를 연속된 그림과 대화로 엮은 것’이라고 되어 있다(동아 새 국어사전, 1994).

또 미국의 만화 이론가 Coulton Waugh는 ‘연속된 그림 칸에 의해서 이야기를 전달하는 방식’이라고 정의했으며(손상익, 1996), Scott McCloud는 ‘정보를 전달하거나 보는 이에게 반응을 일으킬 목적으로 그림과 그 밖의 형상들을 순서대로 나란히 늘어놓은 것’이라 하였는데(성광숙, 2009), 자유로운 과장법과 생략법을 써서 단순, 경묘, 그리고 암시적인 특징을 노리는 것이 순수회화와 구별되는 점이라 할 수 있다. 시사만화나 하나의 장면만화는 카툰이라 하며, 4컷 이상이 연결되어 스토리가 이루어지는 만화는 코믹스 또는 코믹 스트립이라 하는데 이것은 주로 미국에서 쓰는 말이며, 유럽에서는 보통 카툰이라 하고, 한국·일본·중국 등에서는 만화라 한다(성광숙, 2009). 우리가 보통 만화라 할 때는 카툰과 코믹스 양쪽을 다 함께 지칭하며, 때로 애니메이션과 캐릭터 산업까지 포괄하여 통칭하기도 한다(성완경, 2005).

만화는 변형되거나 과장된 도상과 줄거리 속에서의 강한 자기주장 또는 개성, 그리고 끊임없는 시간과 정황의 흐름 속에서 속도감 있는 참신성이 산업사회를 살아가는 현대인의 시대 감각적 특성과 잘 부합된다고(류근영, 이효진, 2002)할 수 있다. 또한 현대 대중문화의 중요한 한 형식으로 자리 잡혔을 뿐 아니라 제9의 예술이라는 명칭까지 얻게 되었으며(김소영, 2006), 시각매체로서 연상의 힘을 빌려 독자의 몰입과 일체감을 끌어내어 참여예술의 대명사로 자리 잡게 되었다. 또한 자유로운 표현양식과 함께 21세기형 멀티미디어형 커뮤니케이션의 핵심장르로 주목받는 만화는 특정 매스미디어에 한정되지 않고 영화, 신문, 출판 등 모든 매체에 응용할 수 있는 소프트웨어적 문화상품으로서 출판, 영화, 팬시, 캐릭터 게임, 광고, 홍보, 교육, 디자인, 이벤트 등 만화가 응용되는 그 영역은 날로 확대되어 어느 곳에서나 쉽게 접할 수 있는 대중적 매체라 하겠다.

이러한 만화의 대중적 속성은 대중문화의 주제를 이용한 팝아트와도 연관될 수 있다. 현대미술계에서 1991년 만화의 표현기법이 현대미술의 주요한 테크닉

과 스타일의 한 양상으로 공인되었음을 밝힌바 있듯이(성완경, 2005) 많은 미술가들이 만화작품과 표현기법을 차용하였다. 팝아트 작가들 중 특히 Roy Richtenstein은 자신의 작품에 미국 대중문화를 그대로 보여주는 만화를 이용하였으며, 만화의 소재 중에서도 무자비한 폭력장면과 싸구려 로맨스 등을 풍자하는 작품세계를 표현하였다(류근영, 이효진, 2002). 또 Keith Haring 역시 낙서 스타일의 작품을 선보인 화가로 도시의 벽면이나 지하철에 만화 형식의 문구와 영상들로 가득 채웠다. 그는 대량복제와 생산이 가능한 만화와 같은 속성의 상업적 기법을 사용함으로써 예술에 있어서의 순수성, 고상한 예술영역을 일상적 이미지의 세계로 끌어내렸다(김영운, 2000).

그리고 만화와 유사한 개념으로서 애니메이션을 들 수 있다. 애니메이션의 어원은 ‘혼, 생명, 영혼, 정신’이라는 의미의 라틴어 ‘anima’로(황선길, 1978), 애니메이션의 사전적 정의는 ‘움직임이 없는 무생물적인 존재를 여러 번에 걸쳐 변형시키고 이를 연속촬영 또는 기타 영상적 수법을 이용하여 마치 생명이 있어 움직이는 듯 한 착각을 일으키도록 하는 기술’이다(하승연, 이연희, 2004).

애니메이션의 역사는 스페인 북부 알타미라 지방에서 발견된 기원전 1만년 정도의 동굴벽화를 그 시작으로 본다. 이는 벽화의 사냥꾼에게 쫓기는 멧돼지의 다리가 8개로 움직임을 표현한 동화였기 때문이다. 이러한 움직임을 표현하고자 하는 노력은 1826년 John Ayton Paris가 그림을 회전시켜 연속적인 동작 그림을 보여주는 토마트로프(Thaumatrope)를 발명한 이래 1908년에는 영사기를 이용한 최초의 애니메이션이 만들어지게 되었다(하승연, 이연희, 2004). 애니메이션을 가장 대중적인 매체로 발전시킨 선구자는 미국의 Winsor Zenis Mccay로 1909년 공룡 거티를 제작해 애니메이션이 하나의 산업으로서 자리 잡게 되는 결정적인 토대를 만들었으며(박정배, 1996), 1928년에는 월트디즈니에 의해 최초로 목소리, 음향, 음악 등의 사운드를 도입시킨 ‘증기선 윌리’가 개봉되어 미키마우스가 탄생하였고, 1960년대 들어서는 컴퓨터를 이용한 애니메이션으로 3차원적인 동영상을 선보이게 되었다(이정임, 전해정, 2001). 일본의 경우 1956년도에이 동화의 설립으로 본격적인 애니메이션 제작에 들어가게 되었고 1963년 ‘아톰’의 성공으로 만화영화 대국으로 발돋움하게 되었다. 우리나라의 경우 최초의 장편 애니메이션은 1967년 개봉된 신동현의 ‘홍

길동’이며, 이후 1976년 ‘로봇 태권 V시리즈’를 제작해 로봇을 소재로 한 애니메이션 붐을 일으켰다(백경실, 유태순, 1999). 또 1984년 연재만화로 방영되기 시작한 아기공룡 둘리는 극장용 애니메이션과 비디오 등 지속적인 개발로 이루어졌으며, 다양한 캐릭터 디자인들이 출시되었다.

만화나 애니메이션에 등장하는 캐릭터들은 개성 있고 독특한 모습으로 표현되어져 있기 때문에 용도와 이미지의 성격에 부합되는 제품에 응용할 수 있다는 장점과 함께 이미 애니메이션이라는 영상매체를 통해서 소비자들에게 개인적인 인지도와 호감을 가지게 하는 생명력을 확보하였기 때문에 산업화에 매우 적합한 장점을 지니고 있다. 1980년대 말 디즈니 애니메이션의 부활과 일본 애니메이션의 진출과 확산, 그리고 그에 따른 문화적 효과와 경제적 가치가 높이 평가되면서(송금옥, 전종찬, 2006) 오늘날 애니메이션은 만화영화라는 이름으로 불리어지기보다 하나의 독립적인 분야로서 문화콘텐츠산업의 중요한 영역으로 자리 잡고 있다.

## 2. 현대사회와 캐릭터 디자인

캐릭터란 사람이나 사물의 특징, 성격 또는 그래픽적인 마크나 알파벳 등의 기호, 문자, 활자 또는 평판, 명성, 신분, 자격 등으로 정의된다. 그러나 비즈니스 측면에서 캐릭터는 외형적인 특징뿐 아니라 이름, 성격, 행동, 목소리 등에 강한 개성을 갖고 이를 제품 또는 서비스에 이전시켜 소비자에게 친숙감을 형성할 수 있는 것이라고 정의한다(하봉준, 1995).

이러한 캐릭터의 유형에는 분류기준에 따라서 서로 다르지만 크게 4가지로 구분할 수 있다. 첫째는 애니메이션 캐릭터로 애니메이션, 클레이메이션, 페이퍼 애니메이션 등이 포함되며 대중매체용으로 제작된 것으로 디즈니 캐릭터, 벅스 버니, 윌레스와 그로밋, 둘리 등이 여기에 속한다. 둘째는 스타 캐릭터로 유명한 연예, 스포츠 스타를 활용한 캐릭터이며, 셋째는 팬시 캐릭터로 단순히 팬시 중심의 제품적용을 목적으로 제작된 캐릭터로 헬로우 키티 등의 다양한 상품이 속한다. 넷째는 프로모셔널 캐릭터로 특정 목적을 홍보하기 위해 개발된 캐릭터로 브랜드 캐릭터, 캠페인 캐릭터, 이벤트 캐릭터로 세분될 수 있다(김철순, 조예진, 2001). 또 표현방법에 따라 사물을 사실적으로 그대로 캐릭터화 시킨 사실적 캐릭터와 단순화 시

켜 표현한 캐릭터, 문자나 도형을 이용한 심벌형태의 캐릭터 그리고 이런 캐릭터를 함께 또는 단독으로 패턴화 시킨 캐릭터 등으로 나눌 수 있다(이정임, 전해정, 2001).

캐릭터 디자인에 있어 미국은 세계 시장의 절반을 차지하는 디즈니를 필두로 수많은 캐릭터를 보유하고 있는데, 월트디즈니의 미키마우스, 곰돌이 푸를 비롯하여 워너브라더스의 배트맨, 타이니툰 어드벤처, 루니 툰, 베티 붐, MGM사의 핑크 팬더, 20세기 폭스사의 심슨가족 등이 있다. 일본 역시 만화의 왕국 또는 캐릭터의 천국으로 표현할 만큼 이 분야에 대한 국민적 관심이 높고 적극적 투자로써 연관 산업의 발전과 함께 오늘의 강국을 이루게 되었다(채선주, 2000). 일본 애니메이션 캐릭터는 대표적 캐릭터사인 산리오의 헬로우 키티, 마이 멜로디가 있고, 만다이사의 울트라 맨, 안팡만, 도라에몽과 도에이 동화의 세일러문, 드래곤볼 등이 대표적이다. 특히 일본 캐릭터 산업의 특징은 TV 보급과 밀접한 관계를 가지고 있는데, 일본 최초의 TV 만화 시리즈 '우주소년 아톰'의 붐을 계기로 과자, 잡화, 학용품 등 모든 어린이용품과 아동복에 캐릭터를 이용하게 되었다(하승연, 이연희, 2004). 세계적으로 캐릭터 산업이 형성되어가면서 국내에서도 애니메이션 캐릭터를 자체 개발하게 되었고 아기공룡 둘리, 엽기토끼 마시마로 등이 대표적이라 하겠다.

1960년대 이후 세계 경제는 급속히 발전하여 상업적 물질이 다양해지고 유행해지면서 대중매체인 TV 발달로 캐릭터들이 탄생하게 되었고 캐릭터는 하나의 산업으로 발전하게 되었다. 이러한 캐릭터 산업은 1980년대 초에 일반적인 제품을 상징해주는 단순한 상품으로 여겨왔지만 다양한 소비문화의 발달로 산업디자인에 하나의 디자인 모티브로 적용되면서 새로운 가치를 창출하게 되었다. 오늘날 캐릭터 산업은 'Non Sex, Non Age, Non Generation'이라고 할 만큼 각광받는 문화적 고부가가치 산업으로 애니메이션이나 만화의 주인공, TV나 영화 등 유명 인기스타의 이미지를 패션, 액세서리, 식품, 문구, 전자게임, 학습교재, 음반, 출판 등 다양한 영역에 걸쳐 활용함으로써(김지숙, 2003) 현대사회를 살아가는 대중들과 함께 그 공감대를 확장시키고 공유하고 있다.

기존의 캐릭터를 이용한 디자인이나 상품의 경우 이미 성립된 캐릭터 이미지 하나만으로도 소비자의 호기심을 자극하여 구매행동에까지 영향을 미치게 된다. 즉 캐릭터 자체의 독특한 시각적 효과와 표현방법에 있

어 친근감과 유머를 주기 때문에 소비자에게 보다 호의적인 태도를 갖도록 해주어 그것을 사용하는 제품에도 호의적인 태도와 좋은 느낌을 형성하게 하고(백경실, 유태순, 1999), 독특한 개성을 부여함으로써 소비자의 심리적 차별화 욕구를 충족시켜준다는 장점을 가진다.

현대사회에서 캐릭터는 다양한 층의 사람들에게 폭넓게 사랑받고 있으며 그 적용도 확대되어가고 있다. 즉 기계적으로 왜곡된 현실의 중압감으로부터 인간이 회구하는 본연의 꿈과 생명, 동경심에 이상적 표현을 가미한 캐릭터 상품이 각광을 받게 되었고, 자유로운 감성으로 표현되는 캐릭터 디자인은 복잡한 현대사회 속에서 형식적이고 기능주의적인 사고에서 탈피하여 유희적 사고로의 전환을 가능하게 하는 하나의 감성적 코드인 것이다.

### III. 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형과 특성

현대패션에 있어 만화나 애니메이션 캐릭터를 활용한 작품들은 스트리트 패션뿐만 아니라 오트쿠튀르 컬렉션을 통해서도 찾아볼 수 있을 만큼 계층을 탈피하여 다양한 감성으로 표현되고 있다. 컬렉션의 활기와 유희적인 요소를 부각시키는가 하면 디자이너 특유의 의상과 재치, 메시지들을 전달하기도 한다. 이제까지 패션에 있어 캐릭터를 이용한 디자인이 주로 유아나 아동을 대상으로 이루어졌지만 근래에 들어와 키덜트풍의 확산과 함께 각 예술영역의 경계초월 및 고정관념의 탈피 등을 통해 점차 성인 대상의 패션이나 고급취향의 패션영역에까지 그 범위가 확대되고 있는 것이다. 만화와 애니메이션 캐릭터를 이용한 패션디자인은 캐릭터 자체의 이미지가 주는 속성과 의상이 결합되어 보다 강한 시각적 이미지를 나타내며 캐릭터의 이미지를 부각시키게 하거나 패션의 장식적인 이미지를 두드러지게 하기도 한다. 또한 성인이 된 후에도 이러한 캐릭터가 표현된 복식을 착용함으로써 독특한 자기만의 개성을 나타내거나 어린동심의 세계로 되돌아가고자 하는 향수의 이미지를 표현하기도 한다. 특히 현대패션에 있어 이러한 캐릭터를 이용한 디자인은 1960년대 팝아트풍의 디자인에서도 찾아볼 수 있다. 당시 만화를 미술로 끌어들이는 Roy Richtenstein과 Andy Warhol, Keith Haring과 같은 작가들에 의해 시도된 만화 이미지의 적극적 도

입은 영국과 미국에서 팝아트를 이끌어 내었다. 또한 2000년대의 일본 애니메이션과 일본 만화의 차용은 영상작업과 함께 문화콘텐츠산업에까지 이르고 있으며 애니메이션 작품이 미술견본시장인 아트페어에까지 등장함으로써 세계 미술계에서 그 위상이 재정립되고 있다(김혜정, 2004).

본 장의 고찰을 위한 작품의 선정은 2000S/S부터 2009F/W까지의 기간 동안 만화와 애니메이션 캐릭터를 이용한 작품 총 115점을 수집하여 연구대상으로 하였다. 그 결과 표현유형은 캐릭터의 직접적인 표현, 캐릭터 이미지의 차용과 만화 표현기법의 활용, 캐릭터를 의복 형태 구성으로 활용한 경우로 구분되었다.

### 1. 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형

#### 1) 캐릭터의 직접적 표현

만화와 애니메이션 캐릭터는 대중매체의 홍수 속에서 성장해온 현대인들에게 친숙하게 다가오는데, 현대패션에 있어 이러한 캐릭터의 직접적 표현은 의복 위에 프린트나 비즈장식, 콜라주 등을 통해 표현하는 방법으로 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

다양한 애니메이션 캐릭터들 중에서도 몇 개의 원과 곡선이 조합된 형태로 가장 자연스럽게 부드러운 느낌과 친근감을 느끼게 하는 미키마우스는 오랜 역사와 함께 패션뿐만 아니라 다양한 영역에 걸쳐 표현되고 있는 대표적 캐릭터라 할 수 있다. 2003년 패션 편집매장인 콜레트에서는 월트디즈니 75주년 기념해 450장만 제작한 미키마우스 티셔츠를 전 세계 유명인

들에게 증정하여 인기를 모으기도 하였으며(“Cartoon times”, 2008), 미국의 인기시트콤 ‘Sex And The City’에서 여주인공 Sarah Jessica Parker가 입은 미키마우스 티셔츠는 킥덜트적인 취향과 함께 큰 인기를 끈바 있다.

<그림 1>은 2002S/S Castelbajac의 작품으로 거대한 크기의 미키마우스를 프린트한 케이프 형태의 원피스이고, <그림 2> 역시 미키마우스와 Keith Haring의 작품을 이용하여 유머러스한 이미지를 표현한 작품이다. 어린아이와 같은 동심의 세계와 디자이너 특유의 재치로 유머러스한 이미지의 작품을 선보이고 있는 Castelbajac은 “항상 어린이의 손을 잡아라. 당신은 한때 어린이였다.”라고 언급하면서(송영경, 2008) 미키마우스뿐만 아니라 벅스 바니, 피터 팬 등 다양한 캐릭터들을 프린트한 작품들을 선보이기도 하였다.

현대패션에 나타난 만화 캐릭터는 미키마우스 외에도 <그림 3>의 미니마우스, <그림 4>의 페릭스, <그림 5>의 벅스 바니, <그림 6>의 백설공주, <그림 7>의 피터 팬에 나오는 해적의 이미지 등 다양한 캐릭터들을 티셔츠와 원피스 같은 아이템에 프린트하여 어린아이와 같은 동심의 세계를 표현하였다. 프린트 기법 외에도 <그림 8>과 같이 비즈장식을 한 캐릭터를 콜라주 기법을 통해 표현하기도 하고, <그림 9>와 같이 니트 기법을 통해 만화 영상의 한 장면과 같은 배경과 대피덕의 캐릭터를 나타내기도 하였다.

Marc Jacobs 역시 애니메이션 캐릭터를 이용하여 작품을 전개하였는데 특히 대중적 멀티미디어의 세계를 그려냈던 Murakami Takashi와 함께 작업함으로써 33가지의 멀티컬러 모노그램과 Eye Love, 모노그



<그림 1>  
J. C. Castelbajac,  
2002S/S



<그림 2>  
J. C. Castelbajac,  
2002F/W



<그림 3>  
Ashish,  
2005S/S



<그림 4>  
J. C. Castelbajac,  
2007S/S



<그림 5>  
J. C. Castelbajac,  
2004S/S



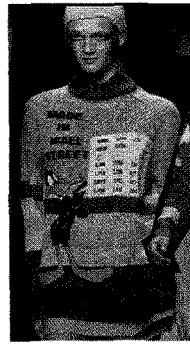
<그림 6>  
Alexandre Herchcovitch,  
2003F/W



<그림 7>  
Moschino,  
2000S/S



<그림 8>  
Marjan Pejoski,  
2001S/S



<그림 9>  
J. C. Castelbajac,  
2004F/W



<그림 10>  
Louis Vuitton,  
2008S/S

램, 체리 블러섬, 만화 캐릭터로 백, 슈즈, 핸드폰 걸이까지 제작하였고, 무라카미가 만든 애니메이션 ‘슈퍼플랫 모노그램’을 콘셉트로 전통 모노그램 위에 양파머리 캐릭터를 접목시킨 주얼리 박스 등 다양한 제품에 직접적으로 표현하였다. Marc Jacobs는 2008S/S 컬렉션에서 “나는 스펀지 밥의 팬이다. 이 애니메이션은 컬러의 시작이다(“Cartoon times”, 2008).”라고 하면서 피날레 워킹에서 애니메이션 ‘스펀지 밥’이 있는 스퀘어 백을 들고 나와 이슈가 되기도 하였다(그림 10). 그는 만화적 상상력을 발휘하여 아티스트 Richard Prince의 유머러스한 작품에서 영감을 받은 모노그램 카툰 백을 선보이는 등 만화와 애니메이션의 캐릭터를 각종 패션소품에 활용하여 디자이너 특유의 독특한 유머러스함을 선보였다.

이와 같이 프린트나 니팅, 폴라주 등을 통해 표현된 캐릭터의 사실적이고 직접적인 표현은 주로 선명한 컬러와 여성스러운 감성으로 티셔츠나 원피스 등 복잡한 디테일이 생략된 단순한 형태의 디자인에 전체 혹은 일부분에 적용됨으로써 시각적인 효과를 극대화시켜 표현되었다. 또한 아티스트와의 협업을 통해 탄생한 캐릭터들을 의복뿐만 아니라 핸드백, 슈즈와 같은 패션소품 등에 활용하여 패션에 새로운 활력을 제공하고 킥덜트적 취향을 반영하였다.

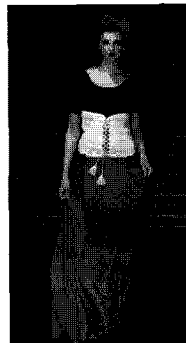
## 2) 캐릭터 이미지의 차용과 만화 표현기법의 활용

만화와 애니메이션 캐릭터의 직접적인 표현 외에 캐릭터의 이미지만을 차용하거나 만화를 구성하는 기본적인 표현방법인 칸, 말풍선, 효과선, 운곽선 등과 같은 만화를 구성하는 표현기법을 통해 캐릭터를 표현

하였다.

<그림 11>은 색상과 의복의 형태에 있어 백설공주 이미지를 차용한 2002F/W Pierrot 작품이고, <그림 12>는 팝아트와 키치적 이미지로 윈디우먼, 슈퍼 걸, 캣우먼 등 현대적인 여성상을 표현한 2001S/S Christian Dior 작품으로 우리에게 이미 친숙한 대중매체 속 주인공 의상의 색채와 형태, 이미지 등을 통해서 강한 친밀성을 갖게 하였다. 2001S/S Castelbajac은 신문만화에 나오는 만화 캐릭터들이 프린트된 우비와 드레스, 수영복을 마치 그 만화의 주인공처럼 연출한 모델들에게 입혀 관객들의 탄성을 자아내기도 하였으며, 컬렉션의 피날레에 동화 속 어린왕자의 이미지를 차용한 모델들을 등장시키기도 하였다.

<그림 13> 역시 장남감과 같은 선글라스와 슈퍼맨을 상징하는 S자가 프린트된 의상으로 캐릭터의 이



<그림 11>  
Pierrot,  
2002F/W



<그림 12>  
Christian Dior,  
2001S/S

미지만을 차용하거나, <그림 14>와 같이 시스루 소재의 여성적인 원피스에 벽스 바니를 연상시키는 헤어밴드로 바니 걸과 같은 이미지를 나타냈다. 이와 같은 헤어장식을 통한 캐릭터 이미지의 차용은 커다란 리본장식을 통해 바니 걸을 연상시키게 한 2009F/W Louis Vuitton의 작품을 통해서도 나타나며, <그림 15>와 같이 착용한 의상 위에 어린아이의 옷과 같이 미니어처 스타일의 의상을 콜라주하여 연출하고 미키 마우스의 모자를 쓴 모델들이 등장하여 유희적인 이미지를 주는 Comme des Garcons의 컬렉션을 통해서도 찾아 볼 수 있다. Comme des Garcons이 컬렉션을 통해 “나는 지루하고 평범한 패션에 질렸다. 나는 우리를 다른 세상으로 데려다 줄 무엇인가를 원하고 있다(“Having fun”, 2007).”라고 말한바와 같이 작품을 통해 동화 세계의 캐릭터를 이미지를 차용함으로써 디자이너 특유의 작품세계를 나타내기도 하였다. 또 영화 ‘판타스틱 소녀 백서’에서 영감을 얻어 컬렉션을 개최한 2008S/S Luella는 “약간 특이하고 만화적인 요소들로 작품을 연출하였다(“2008S/S Collections”, 2007).”라고 하면서 배트맨의 캐릭터를 차용한 의상들과 함께 <그림 16>과 같이 가면연출을 통해 배트맨의 이미지를 강조하기도 하였다.

뿐만 아니라 만화나 애니메이션 속의 캐릭터 등 장난감 같은 모티브를 분리가능하게 제작하여 브로치나 키홀더, 목걸이 등 현대적 감각과 세심한 디테일의 패션소품으로 활용하기도 하는데 이러한 현상은 어릴 적 향수를 일으키게도 하지만 진지한 것보다는 가볍고 재미있는 것을 추구하는 현대인들의 요구와 부합되어 순간적인 환상과 유희의 이미지를 보여주

는 것이라 하겠다.

또한 <그림 17>과 같이 스웨터 앞 목판 전체를 하나의 만화 칸으로 간주하고 말풍선과 글, 샤넬을 연상시키는 것과 같은 그림 등 만화적인 표현방법을 이용하여 브랜드의 이미지와 만화적 캐릭터를 강조하기도 하였다. <그림 18>은 스커트 부분에 일본 만화의 이미지를 프린트한 것으로 여러 조각으로 등분된 스커트의 부분과 술기들은 만화에 있어 하나의 칸으로 전환되어 각각의 장면을 형성하게 하였다. 이러한 표현형식의 활용은 티셔츠 전체에 걸쳐 만화의 연속적인 장면을 프린트한 <그림 19>에서도 찾아볼 수 있으며, <그림 20>은 연속적인 만화의 장면을 트랜치코트 전체뿐만 아니라 가방과 같은 소품에 이르기까지 활용하여 하나의 문양으로 인식시키게 한 것이다.

이와 같이 지금까지 통속적이고 저급문화로 분류되어오던 만화는 그 인식의 틀을 넘어 현대패션에서 다양한 방법으로 표현되고 있으며, <그림 21>에서와 같이 패션의 고급취향을 나타내는 오트쿠튀르 컬렉션에서도 이러한 표현방법이 활용되어 장르와 취향의 경계를 넘어선 자유로운 표현의 장으로 나타났다. 오트쿠튀르 컬렉션이나 명품브랜드의 신상품 소개 카탈로그, 초대장 등에 이러한 만화의 표현형식이나 대중매체 속 친숙한 캐릭터의 표현을 직접 나타내는 것은, 오트쿠튀르를 통해 표현되는 작품들이 경직되고 어려운 패션이 아닌 보다 자유로운 이미지와 함께 기발하고 유패한 인상으로 대중에게 다가갈 수 있는 젊은 이미지를 전달하고 하려는 것으로 이해할 수 있겠다.

이러한 캐릭터 이미지를 차용하여 실루엣이나 문양, 아이템 등과 같은 복식의 구성요소를 이루고 만



<그림 13>  
Bernhard Wilhelm,  
2006S/S



<그림 14>  
Betsey Johnson,  
2001S/S



<그림 15>  
Comme des Garcons,  
2007F/W



<그림 16>  
Luella,  
2008S/S



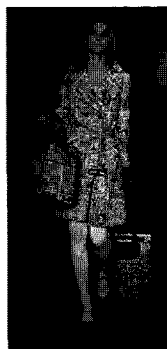
<그림 17>  
Chanel,  
2001F/W



<그림 18>  
Bottega Veneta,  
2001F/W



<그림 19>  
Peter Zenson,  
2008F/W



<그림 20>  
J. C. Castelbajac,  
2006F/W



<그림 21>  
Stephane Saunier,  
2004S/S

화의 이미지나 표현방법을 활용하는 것은 대중들의 유희적 사회 욕구의 영역이 확대됨과 동시에 자유로운 사고에 기인한 새로운 미의식의 확대이며 또 보다 독창적인 디자인 전개를 위한 하나의 도구로 표현되는 것이라 하겠다.

### 3) 캐릭터를 의복의 형태 구성으로 활용

현대패션에 있어 만화와 애니메이션의 캐릭터를 표현한 또 하나의 유형은 캐릭터의 형태를 의복의 형태 구성에 그대로 활용한 경우이다. <그림 22>는 벌룬 스타일의 원피스로 마치 '아기 코끼리 덤보'를 연상하게 한다. 반짝이는 골드컬러의 커다란 코끼리의 귀와 코를 어깨와 상반신에 걸쳐 배치한 원피스를 착용한 모델은 코끼리 캐릭터와 동일시되고 있으며 유희적인 이미지를 나타냈다. <그림 23>은 마키마우스와

미니마우스, 고양이 페릭스 등 반짝이는 비즈로 장식한 만화 캐릭터들로 컬렉션을 개최한 2001S/S Marjan Pejoski의 작품이다. 벅스 바니 캐릭터를 가슴의 탑으로 활용한 것으로 많은 노출에도 불구하고 관능적이라기보다 캐릭터 자체의 유머러스함이 더욱 강조되어 어린이와 같은 소녀적 감성을 느끼게 한다.

이와 같이 캐릭터의 형태를 그대로 의복의 형태 구성으로 전환시킨 경우 만화적 캐릭터의 이미지가 부각됨에 따라 보다 순수한 동심을 느끼게 하며 또 좀 더 유희적이고 재미있는 요소를 이용함으로써 보다 새로운 패션이미지를 표현하고자 하는 노력이라 하겠다.

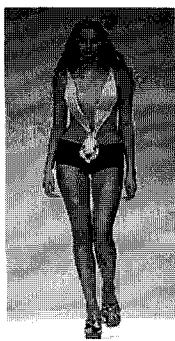
## 2. 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 특성

현대패션에서 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형은 프린트나 콜라주를 통한 직접적인 표현, 이미지의 차용, 만화 표현기법의 활용 및 의복의 형태구성으로 활용되어 다양한 이미지를 나타내고 있다.

이러한 결과를 통해 그 특성은 첫째, 기덜트적 유희성의 표현이라 하겠다. 키드와 어덜트의 합성어로 아이들과 같은 감성과 취향을 지닌 어른을 지칭하는 기덜트는 아이의 순수함과 성인의 이성을 동시에 나타내는 현대사회의 새로운 문화표현으로 영화, 소설, 패션, 애니메이션, 광고 등 소비문화 전 영역에서 새로운 문화신드롬으로 확산되어 나타나고 있다. 특히 복잡한 현대사회 속에서 벗어나고자 하는 성인들의 일탈심리는 어린동심의 세계를 연상시키는 만화 캐릭터를 이용한 다양한 상품을 착용하거나 접함으로써 일중



<그림 22>  
J. C. Castelbajac,  
2007F/W



<그림 23>  
Marjan Pejoski,  
2001S/S




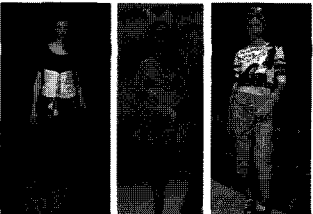

의 대리만족으로 이루어진다. 만화와 애니메이션 속 캐릭터들은 각종 모험과 위험을 이겨내고 늘 해피엔딩을 이끌어 내며 남녀노소를 막론하고 즐거움을 선사한다. 즉 미워할 수 없는 캐릭터의 속성으로 인해 이를 이용한 패션 역시 착용한 사람과 이를 바라보는 사람 모두에게 어린시절의 환상과 꿈의 세계로 되돌아간 것과 같은 즐거운 유희의 순간을 갖게 하는 것이다. 또한 캐릭터 패션을 착용함으로써 사용된 캐릭터와 자신을 동일시시키며 킥덜트적 취향으로 타인과 자신을 구별시키는 독창적인 개성을 나타내는 것이라 하겠다.

둘째, 풍자성의 표현이다. 미국의 미술월간지 『Art News』의 분석에 따르면 현대미술에서 공통적으로 나타나는 여러 특징 중 하나가 바로 동화와 판타지의 이용으로 만화 이미지를 이용해 작가들이 세상의 부조리함을 고발하는 것이라 하였다(“현대미술코드를 잡아라”, 2006). 이러한 경향은 현대패션에도 적용되어 이성적인 의식세계에만 한정되어있는 현대기성세대들의 권위와 사회적 편견을 풍자하는 하나의 방편으로 표현되었다. 특히 인간소외와 물질만능주의, 전쟁과 테러 등 현대사회의 모순 속에서 만화와 애니메이션 캐릭터들은 사회의 부조리나 악행 등을 지적하고 권선징악의 교훈을 주는 하나의 전달체로 패션에 있어 현 사회에 대한 풍자의 표현과 함께 순수와 희망의 메시지를 전달하게 한다.

셋째, 장식성으로서의 표현이다. 패션디자인의 가

치는 실루엣과 함께 소재, 색상, 문양 등 다양한 요소에 따라 변화되는데, 특히 문양은 착용자의 외형적, 내면적 이미지를 표현하는 등 인간 생활감정의 표현 수단인 동시에 그 자체로서 시각적 효과를 나타내는 매개체라 할 수 있다. 이러한 문양은 패션디자인에 장식적인 이미지에 큰 영향을 미치게 되는데, 복잡한 디테일이 배제된 단순한 형태의 티셔츠나 원피스 등에 활용한 만화 캐릭터는 하나의 문양으로서 강한 시각적 효과와 함께 패션의 이미지를 주도하였다. 무엇보다도 만화와 애니메이션 캐릭터는 확보된 친숙함과 인지된 기억, 광고 등으로 인해 그 시각적 효과가 크며, 캐릭터 자체가 갖는 화려한 컬러감과 동적 울동감은 패션에 생동감을 더하게 한다. 특히 원색의 컬러와 함께 프린트되거나 화려한 비즈장식으로 표현된 각각의 캐릭터들은 패션디자인의 장식적인 효과를 표현하는 하나의 요소로 작용하였다. 또 글과 그림, 각각의 칸 구성 등 만화의 표현방식을 이용하여 의상 전체에 프린트된 경우 만화라는 장르의 특성을 나타냄과 동시에 하나의 모티브가 연속된 문양으로 인식되게 하여 장식적인 패턴의 효과를 부각시켰다. 또한 캐릭터의 독특한 특성을 부각시킨 헤어장식이나 패션소품의 연출 등 의상뿐만이 아니라 전체적인 스타일링에 있어 캐릭터 이미지를 차용함에 따라 독특한 장식의 효과를 표현하는 하나의 수단이 되었다. 이상의 결과를 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형과 특성

현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현유형과 특성			
구분	캐릭터의 직접적 표현	캐릭터 이미지 차용과 만화 표현기법 활용	캐릭터를 의복 형태 구성으로 활용
표현 유형	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 미키마우스, 미니마우스, 벅스 버니, 페릭스, 피터 팬 등 캐릭터의 직접적 표현.</li> <li>· 프린트, 비즈장식, 콜라주 등을 이용.</li> <li>· 선명한 컬러와 단순한 형태의 디자인에 적용함으로써 시각적인 효과를 극대화시킴.</li> <li>· 의복 외에 핸드백, 슈즈 같은 패션소품 등에 활용하여 킥덜트적인 취향 반영.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 백설공주, 윈더우먼, 어린왕자 등 주인공 의상의 색채와 형태, 이미지 등을 차용.</li> <li>· 의복 외에 헤어장식이나 가면, 패션소품으로 활용.</li> <li>· 글과 그림, 칸 구성 등으로 만화의 표현기법을 이용하여 하나의 패턴으로 인식시키고 장식적인 요소로 활용.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 아기 코끼리 덤보, 벅스 버니 캐릭터 등의 형상을 의복 형태의 일부뿐 아니라 아이টে็ม으로 활용</li> </ul>
			
특성	유희성, 장식성	유희성, 장식성, 풍자성	유희성, 장식성

#### IV. 요약 및 결론

인간의 의사소통은 청각뿐만 아니라 시각을 통한 정보교환으로도 이루어지게 되는데, 만화와 애니메이션 캐릭터는 현대패션에 다양하게 적용되어 세대를 초월한 시각적 형태의 즐거움을 전달하고 있다. 본 연구는 현대패션에 나타난 만화와 애니메이션 캐릭터의 표현 유형과 특성을 고찰한 것으로 연구결과는 다음과 같다.

표현유형은 첫째, 캐릭터의 직접적인 표현이다. 미키마우스, 미니마우스, 벅스 버니, 페릭스, 피터 팬 등 다양한 캐릭터들을 프린트, 비즈장식, 폴라주 등을 이용하여 표현한 것으로 주로 선명한 컬러와 여성스러운 감성으로 티셔츠나 원피스 등 복잡한 디테일이 생략된 단순한 형태의 디자인에 전체 혹은 일부분에 적용함으로써 시각적인 효과를 극대화시켜 장식적으로 표현되었다. 또한 아티스트와의 협업을 통해 탄생한 캐릭터들을 의복뿐만 아니라 핸드백, 슈즈와 같은 패션소품 등에 활용하여 패션에 새로운 활력을 제공하고 키덜트적 취향을 반영하였다. 둘째, 캐릭터 이미지의 차용과 만화 표현기법의 활용이다. 백설공주, 윈더우먼, 어린왕자 등 우리에게 이미 친숙한 대중매체 속 주인공 의상의 색채와 형태, 이미지 등을 차용하여 유희와 풍자적 이미지를 나타냈으며, 의상뿐만 아니라 헤어장식이나 가면, 패션소품 등에도 적용하여 환상과 유희의 이미지를 갖게 하였다. 또한 글과 그림, 칸 구성 등으로 구성된 연속적인 만화의 장면을 프린트하는 등 만화의 표현기법을 이용하여 하나의 패턴으로 인식시키는 등 장식적인 요소로 활용하였다. 셋째, 캐릭터를 의복 형태 구성으로 활용한 경우이다. 이러한 유형은 의복의 형태에서 직접적으로 만화적 캐릭터의 이미지가 부각됨에 따라 좀 더 위트 있고 순수한 동심을 느끼게 하였다.

이러한 표현유형을 통한 특성은 첫째, 키덜트적 유희성의 표현이다. 복잡한 현대사회 속에서 벗어나 어린 시절로 회귀하고자 하는 성인들의 일탈심리는 어린 동심의 세계를 연상시키는 만화 캐릭터를 이용한 패션상품을 착용하고 사용함으로써 캐릭터와 자신을 동일시시키며 대리만족을 느끼게 되며, 또 자신의 키덜트적 취향을 나타내어 타인과 자신을 구별시키는 독창적인 개성을 표현하는 것이다. 둘째, 풍자성의 표현이다. 인간소외와 물질만능주의, 전쟁과 테러 등 현대사회의 모순 속에서 만화와 애니메이션 캐릭터들은 사회의 부조리나 악행 등을 지적하고 권선징악의

교훈을 주는 하나의 전달매체로 패션에 있어 현 사회에 대한 풍자의 표현과 함께 순수와 희망의 메시지를 전달하였다. 셋째, 장식성의 표현이다. 원색의 컬러와 함께 프린트되거나 화려한 비즈장식으로 표현된 각각의 캐릭터들은 패션디자이너의 장식적인 효과를 표현하는 하나의 요소로 작용하였다. 또 연속적인 만화의 장면을 의상 전체에 프린트하여 하나의 모티브가 연속된 문양으로 인식되게 함으로서 장식적인 패턴의 효과를 부각시켰다.

어린시절의 꿈과 동심의 세계로 이끄는 만화와 애니메이션 캐릭터는 치열한 생존경쟁과 첨단 도시사회 속에서 살아가는 현대인들에게 앞으로도 재미와 익살로서 삶의 조그마한 여유와 향수를 느끼게 할 것으로 생각된다. 따라서 이러한 캐릭터를 이용한 패션디자인 역시 현대패션에 있어 키덜트 스타일을 주도하며, 보다 개성적이고 독창적인 디자인을 표현하고자 하는 디자이너들의 작품세계에 매력적인 요소로 작용하리라 기대된다. 그러나 세계 유명컬렉션에 나타난 캐릭터의 경우 국내에서 자체적으로 개발한 캐릭터를 이용한 작품보다는 외국에서 개발한 캐릭터들이 주를 이루고 있어 아쉬움을 갈게 한다. 앞으로 만화나 애니메이션 캐릭터를 이용한 패션디자인 개발에 있어 국내 캐릭터를 이용하여 캐릭터 디자인 자체가 손상되지 않고 다양한 의복의 아이টে에 조화될 수 있는 패션디자인의 전개로 캐릭터 패션산업의 양적 증가뿐만 아니라 질적 향상을 도모해야 할 것이다. 또 만화나 캐릭터를 이용한 패션디자이너가 어린이나 청소년 계층, 일부 마니아층을 위한 캐릭터 패션이나 홍보용 정도로 간주하는 다수의 소비자들에게 캐릭터 패션이 데이 웨어나 이브닝 웨어로서의 역할을 할 수 있음을 인식시키고, 이를 위한 디자인 개발이 필요하다고 사료된다. 특히 만화나 애니메이션 캐릭터를 이용한 패션산업이 하나의 상품디자인으로서만이 아니라 광고, 프로모션 등 다양한 분야와 연계되어 생명력 있는 아이টে으로 그 활용범위를 넓혀야 할 것이다. 패션과 만화, 애니메이션 모두 문화적 고부가가치를 창출할 수 있는 산업으로 영역 간 협업과 인식의 전환을 통해 세계 컬렉션 무대에서 국내 개발 캐릭터를 이용한 작품이 전개되고, 디자이너의 창조적 발상영역을 넓히는 계기가 되기를 기대한다.

#### 참고문헌

김미경, 엄경희. (1999). 애니메이션 캐릭터가 아동패션에 미

- 치는 영향. *디자인학연구집*, 5(1), 1-15.
- 김소영. (2006). 대중문화에 나타난 이미지가 패션에 미친 영향에 관한 연구. *한복문화*, 9(3), 75-86.
- 김영운. (2000). *현대회화에 등장하는 만화적 이미지의 변용과 차용에 관한 연구*. 호남대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김정은, 이재정. (2004). 현대패션에 표현된 키덜트적 유희성에 관한 연구. *한국패션디자인학회지*, 4(1), 85-99.
- 김지숙. (2003). *애니메이션 캐릭터를 응용한 커플의상디자인*. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위 논문.
- 김철순, 조예진. (2001). 캐릭터를 의류상품에 응용하기 위한 신세대 소비자 정보분석. *복식*, 51(4), 31-42.
- 김혜정. (2004). 21세기 현대패션에 나타난 타 영역과의 상호텍스트성에 관한 연구. *복식*, 54(2), 105-119.
- 동아 새 국어사전*. (1994). 서울: 동아출판사.
- 디자이너 만화방에 잠입하다. (2008, 2. 13). *Elle*. 자료검색 일 2009, 8. 21, 자료출처 <http://www.elle.co.kr>
- 류근영, 이효진. (2002). 만화 이미지가 표현된 후기산업사회 복식의 해학. *복식*, 52(8), 55-71.
- 박정배. (1996). *세계를 감동시킨 애니메이션 이야기*. 서울: 초록배.
- 백경실, 유태순. (1999). 애니메이션 캐릭터를 이용한 국내 패션산업의 현황분석. *한국의류산업학회지*, 1(4), 326-334.
- 성광수. (2009). 만화와 패션일러스트레이션의 그림체적 교류. *복식*, 59(4), 82-97.
- 성완경. (2005). *세계만화*. 서울: 생각의 나무.
- 손상익. (1996). *만화로 여는 세상*. 서울: 고려원 미디어.
- 손영미. (2002). 일러스트레이션의 시각적 이미지 표현방법 연구. *한국패키지디자인학회지*, 11, 73-90.
- 송금옥, 전중찬. (2006). 패션에 활용된 애니메이션 캐릭터 디자인의 특성과 문화콘텐츠적 가치. *기초조형학연구*, 7(1), 301-307.
- 송영경. (2008). *키덜트 패션의 미적특성에 관한 연구*. 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 우금전. (2008). *패션일러스트레이션에 나타난 카툰 스타일에 관한 연구*. 동명대학교 대학원 석사학위 논문.
- 유주연. (2007). *현대패션에 나타난 키덜트 의복 연구*. 동양대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이정임, 전해정. (2001). 캐릭터 패션에 관한 연구. *한국패션비즈니스학회지*, 5(1), 97-116.
- 채선주. (2000). *캐릭터 패션디자인 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 하봉준. (1995). *광고정보*. 서울: 한국방송공사.
- 하승연, 이연희. (2004). 애니메이션 캐릭터를 이용한 토틀러복 디자인 연구. *복식문화연구*, 12(1), 104-120.
- 한예성. (1999). *만화의 표현적 특성을 응용한 패션일러스트레이션 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 황선길. (1978). *TV 외화 그 이론과 실제*. 서울: 백영사.
- 현대미술코드를 잡아라. (2006, 2. 21). *조선일보*, p. A21.
- Cartoon times. (2008, 2. 1). *Elle*. Retrieved August 21, 2009, from <http://www.elle.co.kr>
- Having fun. (2007, 9. 1). *Harper's bazaar*, p. 222.
- 2008S/S collection. (2007, 12. 1). *Vogue*, p. 242.