

## 패션 일러스트레이션의 은유적 표현방법

최정화 · 유영선\*†

경북대학교 의류학과, \*경희대학교 의상학과

### The Expression of Metaphor in Fashion Illustration

Jung Hwa Choi · Young Sun Yoo

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National University

\*Dept. of Clothing & Textiles, Kyung Hee University

(2003. 10. 9. 접수)

#### Abstract

The purpose of this study was to show a theoretical system of expressional area, the characteristics and the effects which is applied to fashion illustration by metaphor theory. The theoretical system of expressional area was analyzed by category analysis and 150 fashion illustrations from 1900 to 1999 were analyzed by contents analysis. The results of this study were as follows: Metaphor in fashion illustration was categorized to replacement, parody, heterogeneous combination, surrealism, magnification and reduction of size, optical illusion, juxtaposition and distortion of form. In detail, First, replacement was showed omission of form, non-object color, texture. Second, parody was showed using the part in artistic work, differentiation of original work. Third, heterogeneous combination was showed unreal body combining between animal and plant. Fourth, surrealism was showed creation of object which is impossible to present. Fifth, magnification and reduction of size was showed bizarre magnification of part of body, size of clothing. Sixth, optical illusion was showed ambiguity of object because of creation of new form. Seventh, juxtaposition was showed the parallel of contradicting idea and change of meaning between heterogeneous objects. Eighth, the distortion of form was showed grotesque distortion of part of body and disgusting object.

**Key words:** Metaphor, Fashion illustration; 은유, 패션 일러스트레이션

#### I. 서 론

현대는 정보량의 급증 및 다양화, 그리고 다양한 미디어의 등장 등으로 인해 메시지를 전달하는 전달자와 수신자간의 보다 쉽고 빠른 의사소통의 문제가 주요한 관점으로 부각되고 있다. 이 의사소통의 과정에서 무엇보다 전달자는 수신자에게 신속하고 선명한 인상을 남길 수 있는 효과적인 표현 수단과 방법을 필요로 한다. 이러한 맥락에서 의미의 표현 한계

가 분명하지 않고, 시각 요소의 시지각 원리에 따라 지시 대상체를 보다 핵심적으로 파악할 수 있게 하는 시각 언어에 대한 중요성이 강조되고 있다.

시각 언어는 음성이나 문자 언어를 제외한 시각적 의사전달의 수단으로서 객관적인 언어적 기능에 의해 설명하려는 이론에서 비롯된 것이다(디자인 사전, 1994). 이것은 퍼스(Peirce), 바르트(Barthes), 야콥슨(Jakobson) 등에 의해 다양한 측면에서 논의된 바 있으며, 그 가운데 여러 학자들의 주요한 관심의 대상이 되어 온 것으로 설득을 목적으로 하는 수사학에서의 은유를 통해 창의적인 표현에 대한 가능성이 논의되고 있다. 근본적으로 인간의 사고체계, 개념체계를

†Corresponding Author

Tel: 02-961-0254; E-mail: ysyoo@khu.ac.kr

이루고 있는 은유는 18세기 이전에는 대체를 통한 장식적 효과에 국한되어 왔으나, 이후 알려진 사실을 통하여 새로운 의미를 창출하고, 인간의 사고를 확장(한국기호학회, 1999)시키는데 효율적인 수단으로서 인정받고 있다.

패션 일러스트레이션은 패션 메시지에 대한 작가의 개념 체계를 토대로 대중에게 설득력 있는 표현 방법을 통해서 전달되는 시각 언어의 한 영역이다. 최근까지 패션 일러스트레이션에 대한 연구는 독창적인 표현방법과 표현매체, 역사, 교육실태 등의 외현적인 형식적 측면에 주로 초점이 맞추어져, 근본적인 패션 정보에 대한 정확한 이해와 설득력 있는 표현에 대한 이론적 근거가 미약하였다.

따라서 본 연구는 인간의 개념체계, 사고체계를 이루고 있는 은유 이론을 토대로 시각적 표현 방법을 범주화하고 이를 패션 일러스트레이션에 적용하여 표현 특성 및 효과를 밝히고자 한다. 이것은 패션 일러스트레이터들의 주관적인 표현의도에 따른 개념적 사고의 표현 가능성을 확대·신장시키고, 감상자에게는 작품에 대한 명확한 이해와 해독을 증진시킬 수 있는 시각적 표현 방법에 대한 이론적 근거를 제시할 수 있을 것이다.

연구방법은 은유와 관련된 문헌을 중심으로 한 범주 분석의 이론적 연구와 이를 토대로 한 내용 분석 연구로 이루어진다. 내용 분석 연구는 패션 일러스트레이션이 이미지 표현 위주의 다양한 표현 형식으로 발전되기 시작한 20C 이후를 기점으로 1900년~1999년 사이에 발표된 Fashion Drawing In Vogue, Fashion Illustration In Europe, The Complete Guide To Fashion Illustration, Erte At Ninety Five I, Fashion Illustration Today, The Style Dictionary, びろし, ファッション書の歴史, Vogue, Internet Data 등에 수록된 작품들을 대상으로 선정하였다. 작품은 은유 이론을 통해 범주화된 시각적 표현 방법을 근거로 하여 총 197개의 작품을 선정하였으며, 그 가운데 은유의 시각적 표현 방법과 패션 일러스트레이션 교육을 받은 전공자 5명으로 하여금 150개의 작품으로 최종 선정하게 하였다.

## II. 이론적 고찰

본 장에서는 수사학에서 사용되고 있는 은유 이론을 통해 시각적 표현 방법의 범주적 체계를 마련하고자 한다.

### 1. 은유(metaphor)

#### 1) 개념에 대한 제이론

일찍이 은유에 대한 정의는 아리스토텔레스(Aristotle)로부터 시작되었다. 그는 은유를 어떤 한 명칭의 사물을 다른 사물에 적용시키는 전이(轉移)적 관점에서 설명하였다. 이에 테렌스 호크(Hawkes)는 보다 자세히 은유의 어원을 통해, 은유(metaphor)란 말은 희랍어의 'metaphora'에서 왔으며, 이 말은 '넘어오'라는 의미의 meta와 '가져가다'라는 의미의 'phrein'에서 연유되었으며, 언어 작용의 한 특이한 조합으로서 한 사물의 양상이 다른 하나의 사물로 '넘겨 가져가'지거나 옮겨져서 두 번째의 사물이 마치 첫 번째 사물처럼 서술되는 것(심명호, 1986)이라고 보았다. 맥 코맥(Mac Cormac, 1985)은 이러한 은유의 전이적 관점을 단어가 의미의 변화와 확장이라는 관점에서 이해하기도 하였다.

이처럼 은유의 전이는 다른 사물에 속하는 명칭의 전용으로 정의되어 왔으며, 이후 콜레리지(Coleidge), 블랙(Black), 레이코프(Lakoff)와 존슨(Johnson) 등에 의해 서로 다른 대상이나 개념을 서로 비교하여 유사성을 찾아내는 비교 이론 혹은 유사성 이론으로 전개되었다. 은유의 전이, 유사성 이론은 이후 리처드(Richard)에 의해 상호 작용 이론으로 발전하였는데, 이것은 기본 관념인 화제(tenor)와 이 관념을 파악하는 수단인 보조 관념(vehicle)이 상호작용의 결과로 은유가 발생한다(정원용, 1996)라는 것이다.

은유의 전이, 상호작용, 개념이론에 이어 필립 스타보브스키(Stambovsky), 메리 버그먼(Bergmann) 등은 개념 체계 없이 언어가 있을 수 없듯이 맥락 없이 은유가 있을 수 없다고 주장하여 이른바 맥락이론을 밝힌바 있다(김옥동, 1999). 이것은 은유에 앞서 모든 의미들이 안정되거나 고정된 것이 아니라 상대적으로 상황이나 맥락에 따라 달라질 수 있다는 것이다.

언어적 차원에서의 은유 이론은 이후 야콥슨, 에드먼드 리치(Rich), 그리고 크리스찬 메츠(Metz) 등에 의해 비언어적 기호에도 적용되는 폭넓은 개념으로 확대 적용되었다.

#### 2) 은유의 형식과 내용에 따른 범주화

서로 다른 이질적인 것에서 유사함을 지각하여 표현하는 은유는 여타의 표현과 구분될 수 있는 형식적 측면과 내용적 측면으로 크게 분류할 수 있다. 먼저 형식적 측면에서 문장의 형식을 토대로 분류한 허버트 리

드는 단순은유, 연속은유, 복합은유, 보조은유로 크게 4가지로 분류(김상선, 1982)하였다. 펠튼(Felton)은 언어학에서의 은유 형태를 광고에 적용하여 보다 간략하게 시각적 은유를 범주화하여, 은유의 1차적 주제가 나타나지 않고 상징하는 대상이나 상황만이 나타나는 보조은유로서 순수은유(pure metaphors)와, 1차적 주제와 2차적 주제를 시각적으로 하나로 합성시킨 혼합적 은유(fused metaphors)(Felton, 1994)로 설명하고 있다. 시각적 은유에 대한 분류는 특히 광고에서 활발히 이루어졌으며, 잡지 광고 그림에 대한 은유와 환유적 분석을 시도한 김명숙(1996)은 은유의 두 요소가 모두 드러나는 것을 제시적 은유(Metaphore in praesentia), 비교되는 X는 드러나지 않은 채 그와 관계되는 Y만이 드러나는 생략적 은유(Metaphore in absentia), 비교되는 요소 X에 일치하는 특질로 구성되어 있는 단 하나의 기호표현만이 나타나 있고, 그 특질 가운데 몇몇은 Y 요소를 암시하는 것을 암시적 은유(Metaphore implicite)로서 분류하고 있다. 포스빌은 이 같은 분류방식에서 좀 더 나아가 광고에서 4가지 종류의 시각적 은유 모형을 제시한 바 있다. 먼저 한 가지 주제가 명시적으로 제시되고 나머지 한 가지 주제는 암시적으로 제시되는 시각적 은유와 2가지 주제가 모두 명시적으로 제시되는 시각적 은유로 나누었는데, 세부적으로는 다시 2차적 주제의 제시 성격에 따라 2차적 주제가 융합된 MP2s(Metaphors with 2 Pictorially present terms)와 별개로 병렬로 제시되는 PS(Pictorial Similes)의 시각적 적유로 구분하였다. 그리고 2차적 주제가 암시적으로 제시되는 것 또한 맥락적 추론에 의해 복원되는 MP1s(Metaphors with 1 Pictorially present terms)와 언어적으로 제시되는 VMPs(Verbo-Pictorial Metaphors)의 언어-시각적 은유(Forceville, 1996)로 구분하였다.

휠라이트는 은유의 분류에서 리드의 A=B라는 형식원리에서 출발하여 유추에 의해 의미를 산출하는 것으로 이미 알고 있는 어떠한 것과의 공통성이나 유사성에 의해 결합하는 외유(epiphor)와 표현의 의의성을 위한 것으로 공통적인 것을 기반으로 대립하는

개념이 하나 존재하는 교유(diaphor)의 두 가지 방법(Wheelwright, 2000)으로 설명하였다.

이와 같이, 은유는 형식적 측면에서 리드, 펠튼, 휠라이트, 폴레리지, 김명숙, 그리고 포스빌 등의 분류를 통해 크게 원관념과 보조관념이 혼합된 혼합적 은유, 병치된 병렬적 은유, 보조관념만 드러나는 보조적 은유로 범주화할 수 있다.

한편 레이코프와 존슨(Lakoff and Johnson, 1980)은 은유의 형식적인 측면과는 달리 내용적으로 지향적(orientational) 은유, 존재론적(ontological) 은유, 구조적(structural) 은유의 인간의 경험에 의한 관습적 은유와 상상력에 의한 창조적 은유로 구분하고 있다. 내용적 측면에서의 분류는 보다 일반적으로 사(死)은유, 일상적 은유로서의 관습적 은유와 창조적인 은유(심석란, 1983)로 표현되기도 한다.

다음 <표 1>은 은유의 형식과 내용에 따른 범주화를 나타낸 것이다.

### 3) 은유의 시각적 표현방법의 범주화

일찍이 은유에 대한 정교한 분석은 「Rhetorica ad Herennium」의 책을 통해 찾아 볼 수 있다. 그 책에서는 첫째, 선명함 둘째, 간단함 셋째, 모호함 넷째, 과장 다섯째, 축소 그리고 수식을 위하여 은유가 사용되는 것(Hawkes, 1986)으로 보았는데, 이것은 은유가 보편적인 것에 있는 것이 아니라 특별한 어떤 것을 통해 그 이전과 다른 새로운 효과를 나타내기 위한 것임을 시사하고 있다. 은유의 특별한 측면을 ‘전이’적 관점에서 설명한 아리스토텔레스는 상호 대치를 통해 원래 지시하고자 하는 사물을 우회적으로 표현하는 것으로 보고, 명사, 모방, 이론, 동일성, 자연, 진리 등등의 여러 주제들을 은유의 배후로 파악하였다(한국기호학회, 1999).

보편적이지 않은 특수한 은유의 형태들은 현실계에서는 찾아 볼 수 없는 새로운 형태이며, 이는 인간 사고를 확장시키는 상상력에 그 근원을 두고 있다. 은유에 의한 상상력은 기존의 서로 다른 대상체들을

<표 1> 은유의 형식과 내용에 따른 범주

은유의 범주		개념
형식	혼합적 은유	원관념과 보조관념이 결합
	병렬적 은유	원관념과 보조관념이 병치
	보조적 은유	원관념은 드러나지 않은 채 암시적인 보조 관념만 드러나는 것
내용	관습적 은유	일상적이고 통념적인 인습에 의한 이미지
	창조적 은유	고정관념을 탈피하고 전혀 다른 시각에서 새롭게 창조된 이미지, 죽은 인습의 제거

구조적으로 결합시키며, 또한 내적으로는 추상적 개념으로서의 새로운 의미를 산출하게 한다.

상상력을 통한 결합은 차별성과 동일성, 일반성과 구체성, 관념과 이미지, 개별성과 대표성, 익숙한 것과 새로운 것, 감정과 이성, 자연적인 것과 인공적인 것, 예술과 자연(김육동, 1999) 등의 상반된 것들조차도 하나로 융합하는 놀라운 힘을 지니고 있는데, 은유는 특히 현실수준에서는 결합하지 않는 서로 다른 두 개 이상의 이미지가 한 화면에 동시에 나타날 때 그 사이에서의 상호작용에 의하여 목적인 바의 의도나 뜻을 전달한다.

시각 이미지에서 이질적인 결합은 일찍이 추상적인 관념을 다른 구체적인 대상을 이용하여 표현하는 알레고리 형식의 신화에서도 찾아 볼 수 있으며, 휠라이트(Wheelwright, 2000), 굿맨(Goodman, 2002) 등은 구체적으로 인간과 비인간의 결합에 의한 의인화로서 설명하고 있다. 그리고 이질적인 결합과 함께 광고를 통해 은유를 분석한 메사리스(Messaris, 1997)는 새로운 형태 창조를 위해 실제 왜곡(reality violation)이라는 표현 기제를 제시하기도 하였다.

상상에 의한 은유는 일련의 반복을 거치게 되면서 상징으로서의 기능을 갖게 된다(Wheelwright, 2000). 그리고 반복에 의한 상징으로서 가장 높은 예측성을 가지고 있는 것으로 패러디가 있다. 패러디는 이중 약호성에 의해 과거를 새롭게 재구성하여 양식의 다양성을 놓고 여러 갈래로 해석됨으로써 풍부한 은유와 상징으로 표현되고 있으며(김덕자, 1994), 린다 허치언(Hutcheon, 1998) 역시도 패러디는 은유와 유사하며, 모두 해독자로 하여금 후경이 된 맥락을 알고 인정함으로써 전경을 보완하고, 표면적 언명에 관한 추론을 통해 이차적 의미를 구축할 것을 요구한다고 보았다.

상상력이나 감정의 영역에 머물렀던 은유의 의미론(semantic)을 통해 산출한 사무엘 레빈(Levin, 1977)은 은유가 결합(conjoining), 분리(disjoining), 대체(displacing) 가운데 하나를 거치는 것이라고 보았다. 그리고 언어학, 철학의 차원에서 머물러 있던 은유를 보다 확장된 시각으로 본 야콥슨은 유사성에 의한 대체(Bradford, 1995) 뿐 아니라, 낭만주의, 상징주의, 초현실주의 예술 사조와 관련(김육동, 1999)짓기도 하였다. 특히 은유적 표현과 관련된 초현실주의에 대한 논의는 아놀드 하우스(Hausser, 1985)의 「예술의 사회학」에서 초현실주의를 하나의 '은유' 공식으로 규정된 것이나, 포스빌(Forcevill, 1996)이 회화 작품 가운데 초현

실주의 양식을 접목함으로써 시각적 은유의 모형을 찾는 것에서도 쉽게 확인할 수 있다. 초현실주의적 경향과 관련하여 시각예술에서의 은유를 보다 구체적인 예를 통해 시사한 캐롤(carroll)은 서로 다른 두 개념의 대상체에서 동일한 무언가를 발견하는 것(Perez-Carreno, 2000)이라고 보고, 서로 다른 개념의 두 대상체가 동일한 공간에서 동시에 드러나는 착시적인 것에서 유사한 은유적 특성을 발견할 수 있다고 설명하였다. 이러한 착시에 의한 은유는 새로운 조형 공간을 창조하고 불합리를 통해 새로운 형을 번식시키며, 하나의 형을 통해 다의적(多意的)인 의미를 생산하게 한다.

야콥슨과 비슷한 시기에 은유에 관심을 가진 윌라이트는 은유적 표현이 일으키는 상호작용을 '병치'와 '합성'으로 구분하여 기존의 표현방법을 보다 확대하는 계기를 마련하였으며(Wheelwright, 2000), 특히 은유의 병치적 특성은 하찮은 것과 중요한 것을 결합하고 그 의미를 전도(轉倒)하는 것이라고 본 프라이(Frye)를 통해서도 확인할 수 있다(Spector, 1998).

언어 또는 시각 텍스트에서의 은유를 보다 넓은 시각에서 바라 본 레이코프와 존슨은 은유가 곧 인간의 사고 과정의 문제이며, 인간의 인식구조라고 설명하였다. 그리고 구체적으로 방향은유라는 개념을 사용하여 복잡하고 추상적인 의미를 물리적인 크기 즉 규모로 표현하여 보다 쉽게 은유적 특성을 설명하였다(Lakoff and Johnson, 1980). 은유의 규모화를 시각적으로 구현하고 있는 예로서는 비정상적으로 인체나 사물에 대한 규모를 과장 또는 축소하는 것이 있다. 원명옥(2000)은 이러한 규모의 과장과 축소의 예를 정치적 만화 등에서 힘의 우위를 표현하는 것에서 설명하고 있으며, 병치, 통합, 대체와 함께 시각적 은유의 표현방법으로 제시한 바 있다.

다음 <표 2>은 은유에 대한 관련학자들의 이론을 통해 시각적 표현방법으로 범주화한 것이다.

### III. 패션 일러스트레이션의 은유적 표현방법 분석

본 장에서는 20C 이후의 은유적 패션 일러스트레이션에서 시각적 표현 방법의 범주화를 토대로 내용 분석에 의한 출현 빈도와 표현방법에 따른 특성 및 효과를 분석·정리하였다.

다음 <표 3>은 은유적 패션 일러스트레이션의 분석항목을 구체화한 것이다.

**1. 20C 이후 은유적 패션 일러스트레이션의 출현 빈도 분석**

<표 4>에서 은유적 패션 일러스트레이션은 전체적인 출현빈도에서 차이를 보이고 있는데, 특히, 1980~1990 년대에 특히 높은 빈도를 차지하였다. 이는 은유적 패션 일러스트레이션이 1980년대 이후에 탈구성과 절충, 혼합이라는 포스트모더니즘의 대두와 함께 작가의 내면세

계와 개성을 반영하여 대중들에게 강력하게 어필할 수 있는 새롭고 실험적인 것이었으며, 보다 신속한 의미 해독과 커뮤니케이션에 적합하였기 때문으로 분석된다.

**2. 은유적 패션 일러스트레이션의 형식과 내용**

<표 5>와 같이 은유적 패션 일러스트레이션의 형식과 내용에 대한 표현빈도는, 형식적 측면에서 혼합

<표 2> 은유의 시각적 표현 방법의 범주

시각적 표현방법 관련학자	대치	이질적인 결합	규모의 과장과 축소	병치	패러디	초현실	착시	형태의 왜곡
Aristotle(한국기호학회, 1999)	대치				명칭의 차용, 모방			
Rhetorica ad Herennium (Hawkes, 1986)			과장과 축소			모호함		
Jakobson(Bradford, 1995)	대치					초현실		
Frye(Spector, 1998)		하찮은 것과 중요한 것의 결합		단순한 병치				
Levin(1977)	대치	결합		분리				
Lakoff and Johnson(1980)			규모화					
공간화Hauser(1985)						초현실		
Carroll(Forceville, 1996)							이중적 중첩	
김탁자(1994)					패러디			
김경용(1996)						가공, 초현실		
Forceville(1996)						초현실		
Messaris(1997)								실체의 왜곡
Hutcheon(1998)					패러디			
Whelwright(2000)		의인화, 신화화		차이적 병치				
원명옥(2000)	대체	통합	규모화	병치				

<표 3> 은유적 패션 일러스트레이션의 분석항목

은유												
시각적 표현방법												
형식		내용			표현방법							
혼합적 은유	병렬적 은유	보조적 은유	관습적 은유	창조적 은유	대치	패러디	이질적인 결합	초현실	규모의 과장과 축소	착시	병치	형태의 왜곡

<표 4> 은유적 패션 일러스트레이션의 출현 빈도

비유법	작품 연대	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	작품수 (%)
	은유			12	16	10	5	3	7	6	48	43

<표 5> 은유적 패션 일러스트레이션의 형식과 내용의 표현 빈도

구분	작품연대	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	작품수(%)
	작품수			12	16	10	5	3	7	6	48	43
형식	혼합적 은유		2	5	3	3	3	3	4	25	25	73(48.6)
	병렬적 은유		10	9	6	2		1	2	20	14	64(42.6)
	보조적 은유			2	1			3		3	4	13(8.6)
내용	관습적 은유		4	3		2		1		8	6	24(16.0)
	창조적 은유		8	13	10	3	3	6	6	40	37	126(84.0)

적 은유가 48.6%, 병렬적 은유가 42.6%로 비교적 높은 빈도를 차지하였으며, 반면 보조적 은유는 8.6%로 낮은 빈도를 차지하였다.

혼합적 은유는 전달하고자 하는 패션 이미지와 유사한 계열적 관계의 대상체가 인체와 결합하여 감상자들에게 충격적인 영상미를 전달하여 커뮤니케이션을 보다 강화할 수 있기 때문이며, 병렬적 은유는 패션 메시지를 전달하기 위한 대상체와 형태적·의미적으로 유사한 다른 개념의 대상체를 나란히 병치하여 감상자들에게 보다 쉽게 작가의 의도를 전달할 수 있기 때문으로 분석된다. 그리고 보조적 은유는 패션 메시지를 전달하기 위한 인체나 변형인체가 드러나지 않은 채 형태적·의미적으로 유사한 다른 개념의 대상체만으로 표현된 것으로서 혼합적 은유나 병렬적 은유보다 의미 해독에 보다 많은 시간과 풍부한 상상력을 요하여 오독의 우려가 높기 때문에 낮은 빈도를 차지한 것으로 분석된다.

한편, 은유의 내용적 측면에서 창조적 은유는 84.0%, 관습적 은유는 16.0%를 차지하여 창조적 은유가 보다 높은 빈도를 차지한 것으로 나타났는데, 이는 1980년대 이후 패션 일러스트레이션의 중흥기와 실험적이고 독특한 미의식을 요구하는 시대적 예술 사조의 흐름이 맞물려 기존의 패션 일러스트레이션이 가지고 있던 일상적인 표현 방식의 틀을 탈피하고, 작가의 고유하고 독창적인 시각이 요구되었기 때문으로 분석된다.

**3. 은유적 패션 일러스트레이션의 표현방법**

<표 6>과 같이 은유적 패션 일러스트레이션에 나

타난 표현방법은 병치가 38.0%, 이질적인 결합이 36.6%로 비교적 높은 빈도를 차지하였으며, 이외에 형태의 왜곡 21.3%, 초현실 19.3%, 규모의 과장과 축소 11.3%, 착시 9.3%, 대치 6.68%, 그리고 패러디가 4.0%를 각각 차지하였다.

병치에 의한 은유적 표현은 20C 초 패션 일러스트레이션이 이미지 위주로 표현되기 시작한 아르데코 영향기와 1980년대 패션 일러스트레이션 중흥기의 시대적 변화의 흐름과 함께 많이 등장하였으며, 이질적인 결합은 1980~1990년대에 충격적인 화면을 창조함으로써 대중의 관심을 유도하고 메시지를 강화하기 위한 효과적인 표현 방법으로서 병치와 함께 높은 빈도를 차지하였다. 형태의 왜곡은 작가의 주관적인 시각으로 기존의 고전적이고 전형적인 예술 언어와는 다른 충격적인 영상과 이미지를 전달하기 위한 한 방법으로서 작가의 내적 심상, 패션 메시지의 내적 추상성, 그리고 대상체의 숨겨진 리얼리티를 보다 강하게 드러내는데 사용되었다. 초현실적 표현은 서로 연관성 없는 형상들의 연결이나 현실에서 불가능한 형상을 무의식적으로 전달하여 감상자들의 시선을 자극하고 커뮤니케이션을 강화하기 위한 한 방법으로서 꾸준히 나타나고 있으며, 특히 1980년대 패션 일러스트레이션 중흥기에 보다 현저하게 나타났다.

**4. 은유적 패션 일러스트레이션의 표현 특성**

1) 원관념과 보조 관념의 대치

대치는 전달자가 의도한 기의에 부합되는 일상의 대상체 대신 인간 심리활동에 의해 원래 기의로의 유추가 가능한 다른 대상체로 교체시키는 것을 말하며,

<표 6> 은유적 패션 일러스트레이션의 표현 방법 빈도\*

구분	작품연대 작품수	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	작품수(%)	
		12	16	10	5	3	7	6	48	43	150(100)		
표현 방법	대치			1				1		3	5	10( 6.6)	
	패러디			1					1	2	2	6( 4.0)	
	이질적인 결합		3	4	2	3	3	1	3	19	17	55(36.6)	
	초현실		1	3	4	3	1	2	1	10	4	29(19.3)	
	규모의 과장과 축소		4	2	1				1	1	2	6	17(11.3)
	착시				2	1			2	1	2	6	14( 9.3)
	병치		10	11	5	2			1		20	8	57(38.0)
형태의 왜곡		1	3	1						11	16	32(21.3)	

\*한 작품에 여러 항목이 중복될 수 있음.

이때 교체되는 대상체는 원관념과 공통적인 속성을 전제로 한다. 은유적 패션 일러스트레이션에서 대치에 의한 표현 방법은 이질적인 소재 혹은 사물을 교체하여 패션 메시지를 전달하는 것에서 찾아 볼 수 있다. <그림 1>은 유사한 인체의 형상과 장식적인 스팅글(spangle)을 통해 인체 윤곽을 간접적으로 암시하고 있다. 색채와 텍스처로만 이루어진 오브제는 표현하고자 하는 인체와 대치되어 환상적이며 럭셔리(luxury)한 패션 메시지를 함축하고 있으며, 실대상체의 형태 부재를 통해 불명확하지만 다의적이고 추상적인 은유적 상상을 가능하게 한다.

## 2) 예술작품을 활용한 패러디

동일성을 토대로 한 차이성의 긴장관계 즉 역설을 토대로 하고 있는 패러디는 이미지를 재 기호화하여 표층의 진술에서 추론을 통해 제2의 의미를 만드는 은유의 내적 원리를 따르고 있다. 그리고 패러디의 반복성은 메시지의 불확실성을 줄이는 한 방법으로써, 물리적 또는 구조적 형태의 관행화에서 뿐만 아니라 내용의 통념화, 대중화에서도 발견할 수 있다. 은유적 패션 일러스트레이션에서 패러디는 기존의 시각 예술 작품의 일부분을 활용하되 차별화된 반복으로 표현되고 있다. <그림 2>는 벨라스케즈(Velazquez)의 작품 「Meninas, 1656」에 등장하는 왕녀와 유사한 형태적 속성을 지닌 다른 관념의 주방용 도구들을 변형하여 패션 메시지를 유머러스하게 전달하고 있는 톨레도의 작품이다.

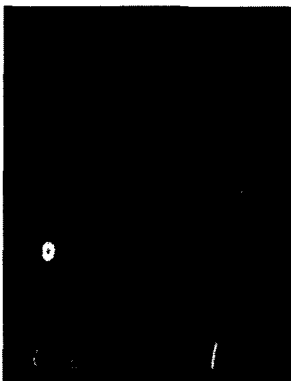
## 3) 이질적인 인체와 사물의 결합

이질적인 인체와 사물의 결합은 표현하고자 하는

인체의 내적 성향과 관련하여, 비판적 성향에 대한 풍자적 수단으로 사용되었다. 결합의 형태는 무의식적으로 아무런 의미 없는 두 대상체를 단지 통합하는 것이 아니라 내적 의미의 유사성을 공통의 분모로 하고 있다는 점에서 하나의 의식적 산물이라 할 수 있다. 은유적 패션 일러스트레이션에서 이질적인 결합의 형태는 동, 식물과 결합한 인체 혹은 디지털 기술의 발달로 인해 인체와 사물의 결합으로 재현되고 있다. <그림 3>은 인체와 의복이라는 서로 다른 두 관념의 기호가 결합하여 의미적 유사성에 의해 연상 작용을 일으키는 은유적 표현을 보여주고 있는 작품이다. 구체적으로는 피부가 가지는 부드러움, 탄력, 자연미 등의 내적 속성을 의복의 내적 속성으로 전이하고 있으며, 디지털 기술을 통해 새로운 형상으로 융합하여 경이롭고 환상적이며, 충격적 화면을 나타내고 있다.

## 4) 데페이즈망에 의한 초현실

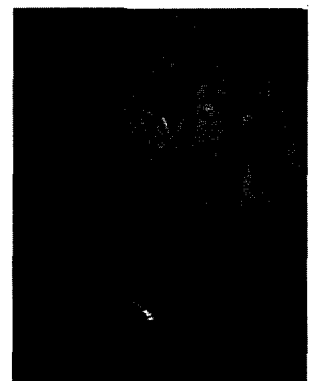
데페이즈망은 사진처럼 정밀한 표현으로 현실세계에서 조화될 수 없고 양립할 수 없는 것이 함께 병존하는 환상세계와 꿈의 세계를 표현한 것이다. 위치와 관련된 공간의 의미에서 개개의 대상체들이 아무렇게 놓여 있는 것처럼 보이지만, 서로 어떤 질서나 관계함에 의해 상관되는 지향성을 찾는다는 것에 있다. 그리고 인간의 상상력이나 잠재적 심리상태와 깊은 관련을 맺으며, 꿈속에 현실, 불합리 속에 합리, 무관계의 얽힘 속에 관계와 같은 역설을 수반하여 새로운 의미로 전환되는 은유적 표현이다. <그림 4>는 디지털 일러스트레이션으로 초현실적 공간을 창조한 은유적 작품이다. 벽을 박차고 나오는 인체와 벽의 무



<그림 1> Lacroix, Pieces of a Pattern Lacroix by Lacroix, 1997.



<그림 2> Toledo, The Style Dictionary, 1996.



<그림 3> Perez, Fashion Illustration Now, 2000.

니가 혼용되어 현실에서 볼 수 없는 불합리한 이미지를 창조하고 있으며, 무의식적 환상이라는 내적 속성을 패션 메시지로 전이하고 있다. 특히 속성 기호로서 패턴은 초현실적 패션 메시지를 창조하는 중요한 요소로 표현되고 있다.

### 5) 인체와 의복 규모의 과장과 축소

규모의 과장과 축소는 상당수의 표현이 인체의 크기 확대나 축소 등(조영희, 1994)으로 나타나고 있다. 왜냐하면 인체는 특히 다른 대상체에 비해 인간이 가지고 있는 사고, 관념, 지식 등의 전체를 압축하여 비유하는데 보다 시각적 집중력을 발휘할 수 있기 때문이다. 은유적 패션 일러스트레이션에서 인체와 의복 규모의 과장과 축소는 인간 사고의 추상적 측면을 밝히고, 사회적 약화에 의한 인간의 상호작용과 의식을 반영하며, 수직·수평적 관계에 대한 보다 직감적인 커뮤니케이션으로서의 의미를 전달한다. 그리고 대상체 규모의 관습적인 항상성에 시각적 충격을 주어 긴장감과 흥미를 불러일으키고 있다. <그림 5>는 포토 몽타주를 통해 전혀 낯선 상황에서 인체를 묘사하여 호기심을 자아내고 있으며, 또한 티셔츠의 길이를 인위적으로 과장함으로써 기존의 고정 관념을 탈피하고 비정형화된 아방가르드적 특성이라는 패션 메시지를 전달하고자 한 은유적 작품이다.

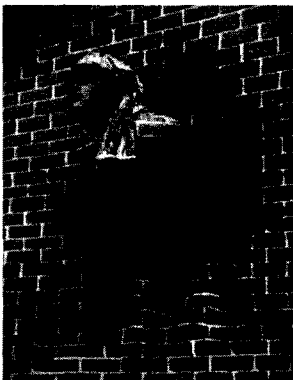
### 6) 이중적 형상에 의한 착시

착시는 인간이 경험, 사고, 지식 등의 축적된 정보를 통해 사물을 바라보고 어떠한 정보가 감각기관 특히 눈을 통해 들어 올 때 이를 인지하는 과정에서 하나의 대상을 보고도 다르게 지각하는 데서 발생하는

것이다. 은유적 패션 일러스트레이션에서 착시는 일종의 거리두기에 의한 수용자의 경험과 심리적 상태를 바탕으로 하여 나타나는 불합리한 이미지로 나타난다. 그리고 이중적 형태에서 오는 착시는 논리적인 조화를 혼란하게 하며, 불안정한 형태를 이루어 다의적(多意的)인 은유를 경험하게 한다. <그림 6>은 색상과 패턴만으로 패션 메시지를 함축하여 전달하고 있는 작품이다. 즉, 형태는 드러나지 않은 채 색상과 패턴만으로 올바른 지각상을 인지하도록 유도하는 착시의 방법을 사용하고 있는데, 이것은 인체의 윤곽을 짐작하게 하는 식물 잎과 줄기를 통해 연상되는 현대적 이미지의 내추럴, 그로테스크한 환상, 인체의 곡선을 강하게 드러내는 에로티시즘의 다의적인 은유를 나타내고 있다.

### 7) 일상적 의미 전복에 의한 병치

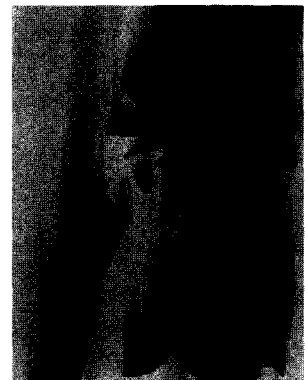
병치는 어떤 상황에서 각기 따로 놓였다면 단순히 별개의 사물로 인식될 두 대상을 서로 나란히 놓음으로써 감상자에게 은유적 사상을 가능케 하는 것이다. 또한 명시적인 언어로 표현하면 거짓이 되거나 우스운 표현이 될 수도 있는 어떤 사물에 대한 이해를 시각적으로 조작(manipulation)하기 위한 하나의 수단이기도 하다. 은유적 패션 일러스트레이션에서는 일상적 의미를 벗어나 동일하거나 유사한 내외적 형태를 가진 대상체를 단지 병렬적으로 제시하여 그 의미를 강화하거나 변이시키는 것으로 나타나고 있다. <그림 7>은 힙(hip)부분을 강조한 버슬(bustle) 스타일의 의상과 힙부분이 돌출된 미개인간의 외형적인 유사성을 토대로 병치된 은유적 작품이다. 서로 유사한 형태적 속성에서 병치된 두 대상체는 원시 문명과



<그림 4> Bosschaert, Belgian Fashion, 2000.



<그림 5> Perches, Millennium Mode, 1999.



<그림 6> Ilya, Fashion Illustration Now, 2000.





<그림 7> Toledo, The Style Dictionary, 1996.



<그림 8> Berthoud, Francois Berthoud, 2000.

현대 문명의 서로 비슷한 미적 관념 체계를 함축하고 있으며, 동일한 형태의 반복을 통해 작가가 의도한 패션 트렌드와 메시지에 대한 이해를 더욱 강화하고 있다.

8) 추상적 메시지에 따른 인체 왜곡

형태 왜곡은 시지각에 의한 대상을 충실히 재현하는 것과는 다르게 작가가 어떠한 의미에서 그 대상을 고의로 변형시켜 그리는 법이다. 특히 시대적 불안의 상황 속에서 인간성의 상실, 의혹, 위기감, 소외 등 인간 자신에 대한 정체성과 억눌린 자아에 대한 내적 표현 충동을 나타내는데 유용하게 사용되고 있다. 은유적 패션 일러스트레이션에서 형태의 왜곡은 일찍

이 20C 이전 왜곡된 인체를 통한 비정상적인 의복 착용 실태를 풍자하기 위한 방법으로 사용되었던 것이 이후 패션 메시지에 대한 작가 고유의 미의식을 반영하기 위한 독특한 이미지 표현 방법으로 시도되고 있다. <그림 8>은 인체를 길게 확장하고, 가슴을 인위적으로 과장하여 기존의 미적 관념을 전복하고, 인간의 비정상적인 욕망, 숨겨진 본능 등의 그로테스크한 추상성을 패션 메시지로 전달하고 있으며, 특히 검은 색상과 선명한 색상의 이질감 있는 문양은 한층 패션 이미지를 강화하는 은유적 요소로 나타나고 있다.

다음 <표 7>은 20C 이후 은유적 패션 일러스트레이션의 표현방법에 따른 표현 특성과 효과를 나타낸 것이다.

<표 7> 20C 이후 은유적 패션 일러스트레이션의 표현방법에 따른 특성과 효과

표현 방법	표현 특성	표현 효과
대 치	· 원관념과 보조관념의 대치 · 친숙한 대상을 낯선 상황에 대치	· 실체에 대한 본질 강화 · 일상적 위치전환에 의한 의외성 · 탈코드화로 인한 커뮤니케이션 강화
패러디	· 통념화된 예술 작품의 일부차용 · 원작의 구도 모방	· 차별화된 모방에 의한 해독의 명확성 · 죽은 인습의 재창조
이질적인 결합	· 동, 식물과 결합한 비현실 인체 · 컴퓨터일러스트레이션을 통한 진실 재현	· 시각적 충격효과 · 패션 메시지의 강화 · 시대의 미적 태도 반영
초현실	· 상관성 없는 형상들의 강제연관 · 현실에서 불가능한 기호체 창조	· 꿈속에 현실, 불합리 속에 합리, 무관계의 얽힘과 같은 역설 수반
규모의 과장과 축소	· 인체 일부 규모의 비정상적 과장 · 의복 규모의 비현실적 과장	· 인간의 이상, 가치 등의 추상성 · 패션 메시지의 커뮤니케이션 강화
작 시	· 시각적 거리두기에 의한 이중적 형상	· 불합리를 통한 새로운 형의 창조 · 시각적 혼돈에 의한 애매 모호성
병 치	· 일상적 용도나 의미 전복에 의한 서로 다른 관념을 나란히 병렬 · 이질적 대상체간의 의미상승 및 전환	· 시각적 연상에 의한 자아 의식의 발로 · 모순된 병치에 의한 심리적 긴장감 유발
형태의 왜곡	· 인체 일부분의 그로테스크한 왜곡 · 혐오스러운 대상체를 인체에 도입	· 추상적 패션 메시지의 내적 연관성 부각 · 본질로서의 원형발견

## IV. 결 론

본 논문은 은유 이론을 시각적 표현방법으로 범주화한 것을 패션 일러스트레이션에 적용하여 패션 메시지를 전달하는 표현방법에 대한 이론적 토대와 그에 따른 표현 특성 및 효과를 분석하였다.

먼저 은유는 혼합적, 병렬적, 보조적 은유의 형식적 범주와 관습적, 창조적 은유의 내용적 범주, 그리고 시각적 표현방법에서 대치, 패러디, 이질적인 결합, 초현실, 규모의 과장과 축소, 착시, 병치, 형태의 왜곡으로 범주화되었다.

시각적 표현방법의 범주화를 바탕으로 20C 이후 출판된 서적, 잡지 등에서 은유적 패션 일러스트레이션의 출현 빈도를 살펴본 결과, 1980~1990년대에 은유적 패션 일러스트레이션이 가장 높은 빈도로 나타났다. 이것은 현대 패션 일러스트레이션에서 은유적 표현이 작가의 내면세계와 개성을 반영한 실험적인 것이며, 무엇보다 대중에게 패션 메시지를 신속하게 전달할 수 있는 효과적인 방법이었기 때문으로 분석된다.

은유 이론의 시각적 표현방법에 따른 20C 이후 패션 일러스트레이션의 표현 특성 및 효과는 다음과 같다.

첫째, 대치는 형식적으로는 친숙한 대상을 낯선 상황에 표현함으로써 실체에 대한 본질을 강화하고 표현에 의외성과 탈코드화로 인한 커뮤니케이션을 강화하고 있다. 둘째, 패러디는 원작의 구도를 모방하거나, 차별화된 모방에 의해 패션 메시지의 해독에 명확성을 더하고, 죽은 인습을 재창조하는 것으로 현대화되었다. 셋째, 이질적인 결합은 동·식물과 결합한 비현실적인 인체와 컴퓨터 일러스트레이션을 통한 진실 재현으로서 시각적인 충격과 패션 메시지의 강화 그리고 시대의 미적 태도를 반영하고 있다. 넷째, 초현실은 상관성이 결여된 형상들을 강제로 연관하거나 환상적이고 유희적인 특성으로 현실에서는 불가능한 표상체를 창조하는 것으로 나타났다. 이것은 꿈속에 현실, 불합리 속에 합리, 무관계의 얽힘과 같은 역설을 수반하고 있다. 다섯째, 규모의 과장과 축소는 인체 일부 규모의 비정상적 과장과 의복 규모의 비현실적 과장으로 나타나고 있으며, 인간의 이상이나 태도, 가치 등의 추상성을 부각시키고 패션 이미지를 회화하며, 메시지에 대한 커뮤니케이션을 강화하고 있다. 여섯째, 착시는 시각적 거리두기에 의한 불합리한 형상으로서 불합리를 통한 새로운 형의 창

조와 시각적 혼돈에 의한 대상체의 애매 모호성을 반영하고 있다. 일곱째, 병치는 일상적인 의미 전복에 의해 서로 다른 관념을 나란히 병렬하거나 이질적인 대상체 사이에 의미를 상승시키거나 전환하는 것이 특징적이며, 시각적 연상에 의한 자아의식의 발로에서 모순된 병치에 의한 심리적 긴장감을 유발시킨다. 여덟째, 형태의 왜곡은 인체 일부분의 그로테스크한 왜곡과 혐오스러운 대상체의 특징을 인체에 도입하고 있으며, 추상적인 패션 메시지의 내적 연관성을 부각시키고, 기존의 대상체에 대한 정체성의 부정과 이탈, 그리고 인물의 비정상성에서 오는 본질로서의 원형을 나타내고 있다.

이상과 같이 인간의 무한한 상상력이 빚어낸 산물로서 은유는 패션 일러스트레이터가 의도한 주관적인 관념으로서의 패션 이미지와 메시지 표현에 이론적 체계를 제공할 뿐 아니라 패션 일러스트레이션에서의 의미 전달과 해독에 있어서도 보다 신속하고 효과적인 커뮤니케이션 수단으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

본 연구의 제한점으로는 패션 일러스트레이션의 분석 자료에서 정기 간행물 자료의 불연속성, 연도별 출현 빈도의 불규칙성, 그리고 편의 표집 방식으로 자료를 조사하여 자료 선정에 다소 제한되거나 편파적일 수 있으므로, 본 연구의 결과를 일반화하는 데에는 이와 같은 한계점이 고려되어야 할 것이다.

## 참고문헌

- 김경용. (1996). *기호학이란 무엇인가*. 서울: 민음사.  
 김덕자. (1994). 광고 크리에이티브를 확장하는 패러디. *광고연구*, 5(0), 13-21.  
 김명숙. (1996). 현대사회와 기호/특집: 시각 기호학; 잡지 광고 그림에 대한 은유와 환유적인 해석. *한국기호학회*, 2(0), 354-358.  
 김상선. (1982). *문장수사학*. 서울: 일조각.  
 김옥동. (1999). *은유와 환유*. 서울: 민음사.  
 디자인사전. (1994). 서울: 안그래픽스.  
 심석란. (1983). *은유연구*. 연세대 석사 논문.  
 원명옥. (2000). 시각적 은유의 특성. *언어과학*, 7(1), 167-189.  
 정원용. (1996). *은유와 환유*. 서울: 신지사.  
 한국 기호학회. (1999). *은유와 환유*. 서울: 문학과 지성사.  
 Barnes, C. (1988). *The Complete Guide To Fashion Illustration*. Ohio: North Light Books.  
 Borrelli, L. (2000). *Fashion Illustration Now*. London: Thames and Hudson.

- Bradford, R. (1995). *Roman Jakobson-Life, Language, Art*, Routledge.
- Derycke, L., and Veire, S.V.D. (2000). *Belgian Fashion Design*. Ludion Ghent-Amsterdam.
- Erte. (1982). *Erte At Ninety Five I*. A Treville Book.
- Felton, G. (1994). *Advertising: Concept and Copy*. Prentice Hall: Englewood Cliffs. N.J.
- Forceville, C. (1996). *Pictorial Metaphor in Advertising*. New York: Routledge.
- Goodman, N. (2002). *예술의 언어들 -기호이론을 향하여-*. 김혜숙 · 김혜련 옮김. 이화여대 출판부.
- Hauser, A. (1985). *예술의 사회학*. 최성만 · 이병진 옮김. 서울: 한길사.
- Hawkes, T. (1986). *은유*. 심명호 옮김. 서울대학교 출판부.
- Hutcheon, L. (1998). *패러디 이론*. 김상구 · 윤여복 옮김. 서울: 문예출판사.
- Isao, Y. (1988). *Fashion Illustration In Europe*. Books Nippan.
- Lakoff, G., and Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Levin, S. (1977). *The Semantics of Metaphor*. The Johns Hopkins University Press.
- Mac Cormac, E. R. (1985). *A Cognitive Theory of Metaphor*. The MIT Press.
- Messaris, P. (1997). *Visual Persuasion : The Role of Images in Advertising*. London: Sage Pub., Inc.
- Packer, W. (1997). *Fashion Drawing In Vogue*. London: Thames and Hudson.
- Patrick, M. (1997). *Pieces Of A Pattern, Lacroix By Lacroix*. London: Thames and Hudson.
- Pérez-Carreno, F. (2000). Looking at Metaphors. *The Journal of Aesthetics and Art criticism*, 58(4), 373-381.
- Schlachter Wolf Association. (1999). *Millennium Mode*. New York: Rizzoli.
- Simonett, D., & Berthoud, F. (2000). *Facsimile*. Dino Simonett.
- Spector, J. J. (1998). *프로이트 예술미학*. 신문수 옮김. 서울: 풀빛.
- Toledo, R. (1996). *The Style Dictionary*. New York: Abbeville Press.
- Vogue Italia. (1999, 9).
- Wheelwright, P. (2000). *은유와 실재*. 김태욱 옮김. 서울: 한국 문화사.
- あらまた. (1996). *びろし, ファッション書の歴史*. 平凡社.  
<http://www.art-and-posters.com>  
<http://www.costumes.org>  
<http://www.georgeglazer.com>  
<http://www.oldimprints.com>