

# 패션 디자인에서 표현된 그래픽 디자인 트렌드에 관한 연구

- 2004년~2006년을 중심으로 -

서 유 진\* · 하 지 수<sup>+</sup>

서울대학교 의류학과 석사과정\* · 서울대학교 의류학과 교수<sup>+</sup>

## Analysis of Graphic Design Trend in Fashion Design

Yujin Seo\* · Jisoo Ha<sup>+</sup>

Master Course, Dept. Clothing and Textiles, Seoul National University\*

Professor, Dept. Clothing and Textiles, Seoul National University<sup>+</sup>

(2007. 10. 16 투고)

### ABSTRACT

Brands started to manufacture consumer-oriented products and look for active methods to appeal their brands to consumers, in the 1990s. As a result, actively adopting graphic design to clothing designs has recently become an important strategy among others. Graphic design has important significance in contemporary fashion design in the aspect that it has expanded the range of expressive methods by bringing over expressive methods of visual design, and has led to an increase in sales due to consumer satisfaction, but it has been vaguely handled together with textiles design, and research on the topic has been insufficient. Therefore this study aimed to clearly define the idea of graphic design based on documentary research, and analyze applying case and formative features of graphic design expressed in clothing, through case studies from 2004 to 2006, and derive the trends of graphic design expressed in contemporary fashion design.

The results of this study are as follows. The common characteristics of images that reflect recent graphic design trends in fashion design are hand writing and irregular composition, and images that actively pursued these points were retro and craft images, and modern and sporty images reflected these graphic design trends in a comparatively passive manner. It is important to maintain style differentiation rather than indiscreetly adopting graphic design trends to clothing, and to appropriately apply trend characteristics of fashion design and other design areas. Expressive methods of design are expected to expand through appropriate application and development of graphic design, and can potentially provide a new solution to brand differentiation.

Key words: graphic design trend(그래픽 디자인 트렌드), fashion design (패션 디자인)

## I. 서론

### 1. 연구목적

1980년대 기성복의 대량생산이 이루어지면서 소비자들은 대기업의 물량공세에 수동적으로 반응해 왔다. 이 시기의 소비자들은 기호에 따른 브랜드 선호도를 기반으로 소비활동을 했다기보다는 시장에 이미 출시된 제품을 자연스럽게 구매했다. 그러나 90년대에 들어서면서부터 소비자는 주어지는 것을 받아들이는 것이 아닌 원하는 바를 요구하는 소비자로서 성장하게 되었다. 이에 발맞추어 각 패션 브랜드는 소비자 지향의 제품을 생산하고, 더불어 자신의 브랜드를 소비자에게 소구하기 위한 적극적인 수단을 찾게 되었다.

이러한 수단으로는 컨셉에 따른 스타일의 차별화, 프로모션의 극대화 등 여러 가지가 있을 수 있지만, 최근의 컬렉션을 관찰해보면 의복에 그래픽 디자인을 활용하는 것을 자주 발견할 수 있다. 주로 브랜드 로고나 심벌 같은 브랜드 고유의 그래픽 디자인을 의복이나 액세서리에 적극 활용하거나 디자이너의 독창적인 그래픽 디자인을 의류 디자인에 활용함으로써 소비자를 소구하고 있다. 그래픽 디자인은 본래 특정 정보를 전달하기 위하여 포스터나 광고에서 주로 사용되던 것인데, 의복에 활용되면서 소비자에게 브랜드의 정보나 이미지, 디자인력을 전달하는 주요 수단이 되었고 소비자에게 정신적인 만족을 제공함으로써 판매증진의 효과를 가져다주었다. 또한 시각 디자인의 표현 방식을 빌어 의복 디자인의 표현 방식의 범위를 확장시켰다는 중요한 의의를 갖고 있다.

그러나 패션 디자인에 표현된 그래픽 디자인은 중요도에 비해 -직물 위에 그림이나 무늬가 프린트 된다는 특성으로 인해- 텍스타일 디자인<sup>1)</sup>과 모호하게 인식되고 사용되어 왔으며, 그래픽 디자인에 관련된 선행 연구도 이창호<sup>2)</sup>의 연구처럼 시각 디자인 분야에 한정된 논문이 주를 이루었다. 패션 분야의 선행 연구 중에서도 그래픽 디자인의 개념을 정립하고 의복에 표현된 그래픽 디자인의 트렌드 및 조형성을 언급하는 논문은 찾기 어려웠으며, 특별히 서현수<sup>3)</sup>

의 연구는 타이포그래피의 개념을 정립하고 의복에 표현된 타이포그래피의 유형을 설명하고는 있으나 그래픽 디자인이란 문자의 사용 여부를 모두 포함하는 개념이기 때문에 기존의 연구에 부족함을 느끼고 연구를 진행하게 되었다.

따라서 본 연구에서는 패션 브랜드의 차별화와 홍보의 주요한 전략으로 부각되고 있는 그래픽 디자인의 명확한 개념을 정립하고 의복에 활용된 그래픽 디자인의 활용 유형과 조형성을 분석함으로써 그래픽 디자인의 트렌드를 도출하여 패션 브랜드의 그래픽 디자인 활용에 실질적인 도움을 제공하고자 한다.

### 2. 연구범위 및 방법

본 연구를 위해 문헌 연구와 사례 연구를 병행하였다. 그래픽 디자인에 관련된 논문 및 단행본을 통해 그래픽 디자인을 명확하게 정의 내리고 정의된 그래픽 디자인의 특성을 기준으로 하여 그래픽 디자인이 적용되었다고 말할 수 있는 의복의 사례들을 수집하고 분석하였다. 의복에 적용된 그래픽 디자인 사례를 분석하기 이전에 최근 3년 2004년~2006년까지의 일반적인 그래픽 디자인의 트렌드도 도출하였는데 이는 의복에 표현된 그래픽 디자인 트렌드 유형을 분류하기 위한 기준을 확립하기 위함이었다. 일반적인 그래픽 디자인 트렌드는 미술 분야와 긴밀한 연관성을 지니고 있으므로 그래픽 디자인 전문 잡지를 비롯하여 최신 미술계의 동향을 알 수 있는 비엔날레의 기사 및 논평을 참고하였다. 연구의 범위는 최근의 자료를 분석하는 것이 트렌드 도출에 실질적인 도움이 되므로 2004년에서 2006년으로 기간을 정하고 세계 4대 컬렉션의 사진 자료와 패션 전문 사이트의 그래픽 디자인 트렌드 자료에서 사례를 수집하였다. 사진 자료는 의복 중에서 그래픽 디자인의 표현이 용이하여 많은 양의 자료를 확보할 수 있는 상의를 수집하였고 수집한 사례의 출처는 아래와 같다.

<표 1> 사례의 출처

일반적인 그래픽 디자인 경향	휘트니 비엔날레 기사 자료 및 논평 2006 SIGGRAPH 컨퍼런스 참가 및 뉴욕 MoMA 관람(2006.8) 정기간행물 'Print', 'Prototype', 'Creative review' 총 20권
패션 디자인의 그래픽디자인 사례	www.samsungdesign.net과 www.firstviewkorea.com의 그래픽 디자인 트렌드 자료 및 컬렉션 사진 200 컷

## II. 그래픽 디자인에 대한 일반적인 고찰

### 1. 그래픽 디자인의 개념

그래픽이란 드로잉(drawings), 그린 듯한, 사실적인, 생생한 묘사(lifelike picture), 도표의, 문자의, 숫자, 기호(written signs)등의 뜻을 가진 단어<sup>4)</sup>로 넓은 의미로는 “사람이 눈으로 보고 읽을 수 있는 모

든 것들”이라 할 수 있다. 즉, 시각적으로 표현되는 모든 요소들을 포괄적으로 표현하는 단어이다. 그러나 도출된 단어의 의미 조합만으로는 그래픽 디자인에 대한 정의를 내리기는 어려운 문제라 사료된다. 따라서 여러 사전적 정의, 전문가들의 그래픽에 대한 정의들을 수집하여 핵심 특성을 도출하였다.<sup>5)</sup>

첫째, 그래픽 디자인에서 사용되는 시각적 기호는 우리가 이미 습득한 한글이나 알파벳 같은 문자의 형태일 수도 있고 혹은 형태만으로도 보편적인 이해

<표 2> 그래픽 디자인의 정의와 핵심 특성

파악된 그래픽 디자인에 대한 정의	출처	핵심특성
Concerned with written signs	Longman Dictionary	시각적 기호
그래픽은 알파벳의 각 글자 같은 기호일 수 있고 도로 표지판 같은 기호 체계 일부	리처드 홀리스	
일반적인 사인(Sign)이나 알파벳 문자를 비롯한 사인형식	시라이시 카즈야	
사람들이 읽는데 관여하는 디자인	Gregg Berryman	
시각 디자인	국어대사전	
그래픽 기호들을 한 표면에 배열하여 아이디어를 전달하는 것	리처드 홀리스	정보전달
커뮤니케이션의 매체	오재근	
그래픽 디자인은 정보를 디자인하는 분야	Gregg Berryman	
생각을 전달하는 커뮤니케이션	시라이시 카즈야	
그래픽 디자인은 설득력이 있거나 정보를 전달하는 힘 디자이너와 대중의 커뮤니케이션이 가능	폴 랜드	
시각적 또는 언어적 미디어 속에 담긴 구조를 통해 의사소통의 범칙을 발견하는 것	엘렌 롱튼/ J. 애보트 밀러	
포스터, 삽화, 광고, 표지 등의 평면 디자인 따위	국어대사전	
매체는 메시지	켄틴 피오레	기계적 복제
평면적인 시각 예술, 인쇄 미술을 이용하는 상업 디자인	엡센스 영한사전	
기계적인 복제 과정	리처드 홀리스	
인쇄 기술에 의해 대량 복제되는 평면적 표현에 대한 디자인 일반	디자인 대사전	
그래픽 디자인은 인쇄된 미술 작품을 만들기 위한 준비작업	윌리엄 에디슨 드위킨스	
각종의 인쇄기술을 통하여 복제	국어대사전	

가 가능한 언어의 한 종류라 말할 수 있다. 선사시대의 상형 문자나 오늘날 대중 화장실 앞에 게시된 기호들이 그래픽 디자인의 대표적 예인데 문자가 없어도 그 기호의 형태만으로 여자화장실인지 남자화장실인지 알 수 있다. 즉, 사람들로 하여금 일반적인 연상을 할 수 있게 하는 기호를 사용하거나 특정한 연상이 가능하도록 교육된 기호를 사용하여 그래픽 디자인의 조건이 성립된다고 할 수 있다.

둘째, 정보 전달은 그래픽 디자인이 갖추어야 할 가장 중요한 요소이다. 순수예술의 경우에는 작가가 자신의 예술 의지를 표현하면 보는 사람은 일반적으로 그 작가의 의지를 수용하고 이해해야 한다. 그러나 그래픽 디자인은 보는 사람, 대중과 커뮤니케이션이 가능해야 한다. 다양한 그림, 문자, 기호, 심볼 같은 시각적인 표현 매체를 통하여 디자이너가 보는 사람에게 정보를 전달해 주고 보는 사람은 그 정보를 이해하게 되는 과정이 반드시 존재해야 하며 만약 정보나 아이디어의 전달 없이 단순히 그림이나 무늬가 배열되어 있다면 그래픽 디자인이라 할 수 없다. 패션에서는 로고나 심볼을 통하여 브랜드 정보를 전달한다.

셋째, 그래픽 디자인은 기계적인 복제의 특성을 가지고 있어야 하는데 이는 말 그대로 사람의 손이 아닌 어떠한 도구를 통해서 복제가 가능해야 한다는 것이다. 역사적인 배경을 살펴보면 현대적 의미의 그래픽 디자인은 산업혁명 이후에 대량생산되는 제품을 효과적으로 판매하기 위한 광고물을 만들기 시작하면서 전문화되기 시작하였다. 상업적인 이유로 본격화된 그래픽 디자인은 쉽게 다량의 광고물로 제작되어야 했기 때문에 인쇄술의 도입이 불가피하였고 후에는 굳이 상업적인 목적이 아니더라도 그래픽 디자인의 한 표현 수단으로서 인쇄 기술을 사용하게 되었다. 혹자는 그래픽 디자인의 개념을 정립하는데 있어 기계적인 복제라는 특성을 매우 중요한 요소로 보고 활자 인쇄술을 발명한 구텐베르크를 그래픽 디자인의 아버지라고 소개하기도 한다.<sup>6)</sup>

그래픽 디자인은 '시각적 기호를 사용하여 정보를 전달하며 기계적인 복제가 가능한 디자인'을 말하며 엄격한 의미에서 그래픽 디자인에 포함될 수 있기

위해서는 위의 3가지 특성을 갖추고 있어야 한다. 후에 이루어지는 의복에 표현된 그래픽 디자인 사례 연구는 위에서 도출된 그래픽 디자인의 특성을 반영하고 있는 사진 자료로 범위를 제한하고자 한다.

## 2. 그래픽 디자인의 기원과 역사

그래픽 디자인의 기원은 선사시대의 동굴벽화에서도 찾아볼 수 있지만 그래픽 디자인 분야가 확립되고 전문화된 19세기 후반부터 현대적 의미에서 본격적인 그래픽 디자인의 장이 열렸다 할 수 있다.<sup>7)</sup> 산업 혁명 이후 제품의 대량생산이 이루어지면서 제품 광고가 활발해졌고 효과적인 광고를 위한 포스터가 많이 등장하게 되면서 그래픽 디자인 발전은 가속화되었다. 인쇄술과 다양한 기술의 발전도 그래픽 디자인의 다양한 기법과 표현을 가능하게 하여 그래픽 디자인의 발전을 도왔으며<sup>8)</sup> 이와 더불어 20세기부터 미술사에는 다양한 미술운동들이 일어났는데 미술운동은 디자인 영역에서도 촉매 역할을 하여 그래픽 디자인에 지대한 영향을 끼쳤다. 이러한 이유로 그래픽 디자인의 발전 과정에 미술운동이 미친 영향을 고찰해 보았으며 그 결과는 다음 <표 3>과 같다.

그래픽 디자인은 산업혁명으로 인한 광고 및 인쇄술의 발전으로 인해 성장하게 되었고 더불어 유럽과 미국의 미술운동의 영향을 받아 발전하게 되었다. 특별히 바우하우스는 다수의 개인적인 아티스트 및 디자이너를 배출하여 현대 그래픽 디자인의 본격화를 이루는데 큰 영향을 끼쳤다. 그래픽 디자인의 역사는 시대마다 등장한 미술 운동과 긴밀한 연관 관계를 가지고 있었고 상호 영향을 미치고 있었기 때문에 3장에서 최근의 일반적인 그래픽 디자인 트렌드를 도출하는데 현재 미술계의 동향과 트렌드를 참고하고자 한다.

## 3. 그래픽 디자인의 표현 방법

그래픽 디자인은 다양한 영역에서 나타난다. 예를 들어, 심볼디자인, 로고제작, 일반 서적 표지, 잡지 표지 및 편집, 신문 인쇄, 포장지 디자인, 간판 전판, 광고 전판, 전시, 카탈로그 제작, 팸플렛, 포스터, 지

〈표 3〉 시대별 미술 사조와 그래픽 디자인에 끼친 영향력 (중요도: ○ 보통 ● 매우 중요)

미술양식	그래픽 디자인에 미친 영향력	그래픽 디자인에 미친 영향력의 중요도
아르누보	유럽과 미국에서 나타난 운동으로 유기적인 선과 자연적인 모티브로 표면적 장식을 강조했다. 산업혁명으로 인해 광고성의 각종 포스터가 활성화되고 일러스트레이션이나 글자모양, 장식적 요소가 그래픽적 아이디어의 원천이 되었다.	○
큐비즘	사물을 해체하고 시점을 다각도로 하여 콜라주 기법을 사용한 큐비즘은 글자의 모양을 시각적인 요소로 사용하는 그래픽 디자인에 영향을 끼쳤다.	○
미래주의	전통을 부정하며 기계문명의 운동감과 스피드감을 미적으로 표현한 운동인 미래주의는 동시대의 큐비즘적 시각과 운동감을 절목하여 시간을 시각 형태로 전환하였는데, 그래픽 디자인에 있어서 연속 촬영한 사진과 같은 효과에 영향을 주었다.	○
다다이즘	전통을 넘어서 예술의 가능성을 확장시킨 운동으로 유머, 변형, 충격 등을 주요 주제로 사용했으며 타이포그래피적으로도 다양한 시도를 하였다. 예를 들면, 타이포그래피의 배열을 자유롭게 하여 불규칙적인 구도를 선보이는 등 그래픽 디자인에 영향을 주었다.	○
데스틸	1917년 네덜란드의 신예술 운동으로 간결한 공간 분할, 단순성, 기본형태, 원색, 비대칭적 타이포그래피를 구사했다. 또한 인쇄물의 면 구성을 만들어내고, 바우하우스에 영향을 미치게 되었다. 국제적 스타일의 그래픽 디자인이며 '스위스 그래픽'이라 불린다.	●
구성주의	러시아 혁명 이후 혁명적 조형운동으로 포토그램, 포토몽타주, 이중 인쇄 등의 매체를 활용한 포스터에서 글과 이미지를 동시에 표현하고 시각적 경험을 조합하였다.	●
바우하우스	디자인 교육의 모태이며 예술과 기술의 접목을 시도했다. 사진과 타이포그래피에서 혁신적인 공을 이루었으며 교육을 통해 개별적인 아티스트 및 디자이너를 배출했다.	●
아르데코	기하학적이고 기계적인 형태를 응용했으며 타이포그래피에 영향을 끼쳤는데, 글자부분의 경계를 화려하게 장식한 디자인 경향을 보였다.	○
팝아트	대중적인 예술 운동으로 그래픽 디자인의 패키지, 대형 간판, 사진, 포스터 등의 상업적 복제기법을 사용했다.	●
옵아트	기하학적 구성을 기초로 한 새로운 유형의 추상화이며, 예술의 주제로서 착시, 색채, 광학, 계슈탈트를 이용했는데 그래픽의 편집 디자인에서 그리드와 다이어그램 제작 시 그 요소가 많이 사용되었다.	●
사이키 델릭	산업화에 대한 반항 심리로 환각의 세상을 표현한 운동으로 복고풍 디자이너들에 의해서 유머러스하고 현란하며 동양적인 일러스트레이션과, 사진, 글자로 포스터가 제작되었다.	●
컴퓨터 아트	프로그래밍에 의한 수학적 언어로 예술을 창조하는 것이다. 이것은 출현 당시 일러스트레이션과 타이포그래피에 많은 영향을 주었고, 현재는 멀티미디어 영역으로 확장되어 포토샵 같은 프로그램의 이용을 가능하게 하였다. 적용 분야로는 영화, CD-Rom title, 3D 게임을 들 수 있다.	●

도제작, 판매 촉진물, 오락, TV 그래픽, 영화 타이틀, 명함, 음반 자켓, 캘린더, 도표 및 그래프, 컴퓨터 그래픽 등을 들 수 있다. 이 다양한 분야에서 그 표현의 공통점은 크게 사진 및 영화, 일러스트레이션, 로고 디자인, 타이포그래피의 4가지 표현 방법을 이용하여 디자인된다는 점으로<sup>9)</sup> 주로 사진·영화를 이용한 그래픽 디자이너로는 Saul Bass, Jay Maisel, Lou

Dorfsman이 유명하고, 일러스트레이션에서는 Mark English, Milton Glaser, Don Weller가 대표적인 그래픽 디자이너이다. 로고 디자인의 대표적인 디자이너로는 Paul Rand, Rod Dyer, Joe Selame이 있고 타이포그래피에서는 Bill Bonnell, Herb Lubalin, Tom Carnase가 주도적인 역할을 하였다. 아래 그림 2는 Milton Glaser가 1976년 뉴욕시 관광 유치를 위해 디

자인한 심볼로서 'LOVE'를 상징하는 하트 일러스트와 타이포그래피를 사용한 그래픽 디자인이다.



〈그림 2〉 Milton Glaser의 tourism-campaign symbol(1976)<sup>10)</sup>

오늘날 기술의 진보로 인해 사진과 영화, 일러스트레이션, 로고 디자인, 타이포그래피를 통한 그래픽 디자인의 표현력은 더욱 세련되고 정교해지고 있다. 표현력이 세련되어 진다해도 각 매체<sup>11)</sup>가 지니는 특성은 고유하기 때문에 그래픽 디자인을 할 때 표현 방법의 고유 특성을 이해하고 방법을 선택하면 더욱 효과적인 정보전달 효과를 얻을 수 있다.

의복에서도 다양한 표현 방법을 통하여 효과적으로 브랜드 정보를 전달하며 여러 이미지를 표현하고 있기 때문에 의복에 표현된 그래픽 디자인 사례의 조형성을 분석할 때 그래픽 디자인의 표현 방법에 따라 조형적 특성을 서술하고자 한다.

### Ⅲ. 현대 그래픽 디자인과 패션 디자인에 표현된 그래픽 디자인

#### 1. 현대 그래픽 디자인 트렌드

예술가나 디자이너가 창작한 조형물들은 그들이 속해 있는 사회 전반의 메가트렌드에 영향을 받아 조형성이 결정되므로 미술과 디자인 트렌드는 긴밀한 상호연관성을 맺고 있다. 이러한 이유로 미술과 그래픽 디자인 분야의 트렌드를 동시에 조사하여 현대 그래픽 디자인 트렌드를 도출하였는데 조사 내용은 기사 및 문헌을 통한 실증적 조사와 미술관 및 컨퍼런스 참가를 통한 현장 조사의 결과로 이루어졌다.

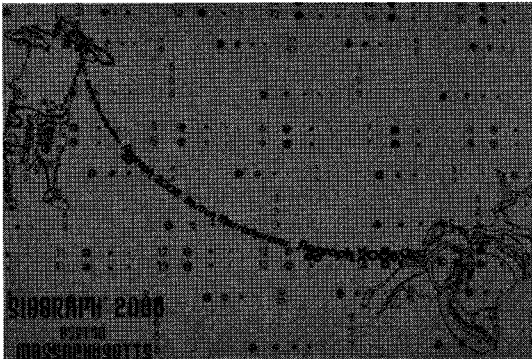
미술 및 디자인 관련 비엔날레는 해당 분야의 최근 트렌드를 가장 먼저 소개하는 자리라 할 수 있다. 세계 3대 비엔날레로 알려져 있는 상파울로 비엔날레, 베니스 비엔날레, 휘트니 비엔날레 중에서<sup>12)</sup> 가장 대중적인 뉴욕에서 개최되는 휘트니 비엔날레의

기사, 논평을 분석하여 미술 분야의 트렌드를 살펴보고 그래픽 디자인 관련 정기간행물을 분석하여 그래픽 디자인 트렌드를 도출하였다. 2006년 휘트니 비엔날레에서는 전시작 중 사진이나 영화 작품들이 많이 보였다.<sup>13)</sup> 휘트니 비엔날레 역사 이래 처음으로 영화 용어인 '밤을 위한 낮'(Day for Night)<sup>14)</sup>이라는 전시 주제를 갖게 된 것도 사진과 영화 작품이 다수 전시된 비엔날레의 특성을 표현하기 위한 큐레이터 크리스 일스와(Chrissie Iles) 필립 베르뉴가(Philippe Vergne)의 전략이었다. 비엔날레의 주제 및 전시작의 관찰을 통해 도출하게 된 미술 분야의 트렌드는 "기술은 최첨단을 향해 가지만 아날로그에 대한 향수를 가지고 2D로 역행 한다"는 것이다. 2D적인 사진과 오래된 영화 같은 작품들을 비롯하여 자유로우며 과거를 연상케 하는 크래프트(craft) 스타일의 작품들이 많이 나타났다. 그래픽 디자인 관련 정기간행물의 이미지 컷에서도 비엔날레에서 나타난 경향이 동일하게 보여 졌다. 규칙적이지 않은 자유로운 구성의 타이포그래피와 사진 컷의 레이아웃들이 주를 이루고 있는 것이 그 예인데, 타이포그래피는 마치 순간적으로 써내려 가는 핸드 라이팅 같았으며 사진의 스타일은 3D가 아닌 복고적이고 관념적인 컷이 주를 이루었다. 또한 개인의 수첩에 메모한 것 같은 일러스트로 감각적인 그래픽 디자인을 선보였다.

현장 조사는 2006년 8월 3일, 뉴욕의 MoMA(The Museum of Modern Art)를 관찰함으로써 미술 분야의 최근 트렌드 도출에 도움이 되고자 하였고 2006년 7월 30일에서 8월 21일, 미국 보스턴에서 개최되었던 2006 SIGGRAPH 컨퍼런스에 직접 참가하여 최근 그래픽 디자인 트렌드를 도출하였다. MoMA에서는 여름 전시작들의 주제가 자유로운 페인팅과 일러스트, 사진, 팝아트 스타일의 작품들, 큐비즘 작가들의 작품이 주를 이루었으며 특별히 '다다'(DADA) 기획전이 진행되고 있었다. 각 전시관에서 보여 지는 작품들의 일관된 방향성은 핸드 메이드적인 터치와 화폭 안에서의 자유로운 구성, 배열이었다. 2006 SIGGRAPH의 주제와 목적은 최첨단 기술을 이용한 자연스러운 컴퓨터 그래픽의 구현이지만 전시관에서 보게 된 홍보 포스터들은 자유로운

구성과 감각적인 일러스트들로 MOMA의 전시작과 일맥상통하는 면이 있었다.(그림 3)

실증 조사와 현장 조사를 토대로 도출한 현대 그래픽 디자인 트렌드의 특징은 3가지로 요약해 볼 수 있다. 첫째, 기술이 3D를 넘어 4D로 최첨단을 향해 감에 따라 그래픽 디자인 분야도 급속도로 발전하고 있지만 의도적인 2D적인 그래픽 디자인 효과가 주로 나타난다. 첨단 기술을 2D적인 그래픽 디자인을 구현하는데 사용하기도 하며 일러스트, 사진을 넣은 감각적인 그래픽 디자인이 많이 보인다. 둘째, 과거에 대한 향수와 자유로운 스타일의 선호로 인해 그래픽 디자인에서 핸드 메이드적인 터치가 나타난다. 손맛을 표현하기 위해 타이포그래피는 핸드 라이팅같은 서체를 사용하고 디자이너의 의도대로 모티브나 타이포그래피를 불규칙적으로 배치한다. 셋째, 다양한 소재와 다양한 표현 방법의 접목으로 기계적인 복제 과정을 갖는 그래픽 디자인을 특별히 제작된 단 하나의 작품으로 보이게 한다.



〈그림 3〉 2006 SIGGRAPH 홍보 포스터<sup>15)</sup>

현대 그래픽 디자인의 트렌드는 작품의 조형성을 분석하여 3가지로 정리하였으며 위의 특성을 패션 디자인에 표현된 그래픽 디자인의 트렌드 분석에 참고하였다.

## 2. 패션 디자인에 표현된 그래픽 디자인 트렌드

의복에 표현되어진 그래픽 디자인의 예라고 할 수 있는 상의 사진을 전체 200점 수집하여 패션 디자인

에 표현된 그래픽 디자인 트렌드를 분석하였다. 패션 디자인에 표현된 그래픽 디자인 트렌드는 활용 유형과 이미지별 조형성 분석을 통하여 도출하였는데, 활용 유형의 경우 수집된 사진 200점을 분석하여 최근 패션 브랜드에서 그래픽 디자인을 어떠한 방법으로 활용하고 있는지 도출하였고 이미지별 조형성 분석은 전체 사진 자료 200점에서 현대 그래픽 디자인의 특성을 반영하고 있다고 판단되는 80점을 추려내어 이미지별로 구분 한 뒤 조형성을 분석하였다. 활용 유형 구분은 일반적인 그래픽 디자인의 특성인 시각적 기호를 사용하는지, 메시지를 전달하고 있는지, 기계적 복제가 가능한지를 기준으로 하여 역자가 분류 기준을 정하였고 이미지 구분은 퍼스트뷰코리아와 삼성디자인넷의 그래픽 디자인 트렌드 자료에서 제시하는 이미지 중에서 본 연구에서 도출한 현대 그래픽 디자인을 반영하고 있는 이미지 4가지를 선별하였다.

### 1) 패션 디자인에서 그래픽 디자인의 활용

그래픽 디자인이라고 말할 수 있는 기본 조건은 첫째 시각적 기호를 사용하고, 둘째 그 기호를 통한 정보 전달이 가능해야 하며, 셋째 기계적 복제가 가능해야 한다는 것이다. 이러한 기본 특성을 토대로 하여 의복에 표현된 그래픽 디자인의 활용을 다음과 같이 분류하였다. 기계적 복제를 통해 제품을 생산해 내는 현대 패션 브랜드들 중에서 시각적 기호인 브랜드 로고 및 심벌을 사용하는지 여부에 따라 브랜드 로고 및 심벌을 사용하는 경우와 사용하지 않는 경우로 나누고 전자의 경우에는 로고 및 심벌 사용에 있어서 공식화된 B.I.(Brand Identity)<sup>16)</sup> 로고 및 심벌 사용하는지, 다양한 표현 방법을 적용한 비공식적인 브랜드 로고 및 심벌을 적용하는지 나누어 살펴보았다. 브랜드 로고 및 심벌을 사용하지 않는 경우에는 정보 전달에 있어 목적성이 뚜렷한 메시지를 전달하는지, 특별한 의미 없이 시각적 기호를 나열하는지 살펴보았다. 분류된 기준에 따라 각 경우에 해당하는 그래픽 디자인의 특성을 도출하였으며 현대 그래픽 디자인 트렌드와의 연관성을 분석하였다.

<표 4> 의복에 표현된 그래픽 디자인의 활용 분류

의복에 브랜드 로고 및 심벌 사용여부	사용	공식화된 B.I. (Brand Identity) 사용 여부	사용
	사용 안함	특정 메시지 전달 여부	사용 안함
			전달
			전달 안함



<그림 4> D&G 04 s/s collection<sup>17)</sup>



<그림 5> Louisvuitton 04 f/w<sup>18)</sup>



<그림 6> Antoni Alison 04 f/w collection<sup>19)</sup>



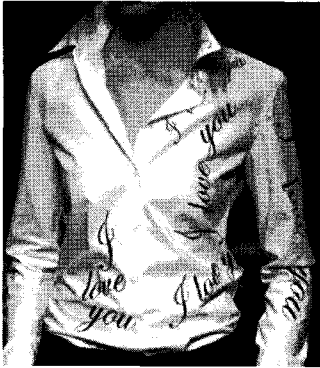
<그림 7> Agatha ruiz de prada 05 f/w collection<sup>20)</sup>

브랜드 로고 및 심벌을 사용하는 경우는 브랜드 상징물을 통해 브랜드 아이덴티티를 표현하고 소비자에게 브랜드 가치를 전달하는 그래픽 디자인을 말한다. 브랜드 아이덴티티를 가장 직접적으로 전하는 경우로 유행과 상관없이 브랜드 고유의 이미지만을 전달하거나 트렌드의 접목을 통해 약간의 변형을 주어 브랜드의 전통적 이미지와 트렌디한 이미지를 동시에 전달하기도 한다. 의복에서 가장 많이 보여지는 경우로 브랜드 차별화 및 브랜드 이미지 구축에 있어 가장 탁월한 효과를 가지고 있다. 표현 방법에 있어서는 공식화 된 브랜드 로고를 사용하는 경우와 필요시마다 브랜드 로고를 새롭게 디자인하여 적용하는 경우로 나누어 볼 수 있다. 공식화 된 로고 및 심벌의 경우 체계적이고 일관성 있는 브랜드 홍보 및 관리를 가능하게 하며 브랜드의 전통성을 부각하는 특징을 가지고 있다. 그림 4와 5는 대표적인 예로 브랜드 로고 및 심벌을 활용하여 가장 직접적으로 브랜드를 광고하고 브랜드 이미지를 전달하고 있다. 공식화된 B.I. 로고를 사용하지 않고 필요시마다 브랜드 명을 재디자인한 로고를 사용하는 경우는 기존의 인지도는 그대로 사용하면서 최신 트렌드와 접목

하여 트렌디한 이미지를 전달한다. 공식화 된 B.I. 로고를 사용하지 않는 경우에는 자칫 브랜드의 전체적인 이미지가 훼손 될 위험이 있고 공식적인 B.I. 로고와의 혼란을 야기할 수도 있으나, 그림 6과 7을 보면 브랜드 로고를 사용한 다양한 디자인적 활용을 가능하게 하는 장점이 있음을 볼 수 있다.

브랜드 로고 및 심벌을 사용하여 의복에 그래픽 디자인을 적용한 경우에 현대 그래픽 디자인 트렌드의 특성이 보여 지는지 분석하여 몇 가지 특징을 도출하였다. 첫째, 공식화 된 로고 및 심벌은 고정적인 특성을 가지고 있으므로 유동적인 디자인 트렌드의 영향력을 받는다 하기엔 어려움이 있다. 유행과 상관 없는 브랜드 고유 아이덴티티 전달을 위하여 일관성 있는 브랜드 이미지 전달에 주력한다. 둘째, 공식화 되지 않은 로고 및 심벌을 사용하는 경우에는 브랜드 명을 활용한 다양한 디자인의 시도가 이루어져 현대 그래픽 디자인의 특성이 보여 지는데 핸드 라이팅처럼 브랜드 로고를 디자인한다든지 로고를 불규칙하게 자유롭게 배치하는 것을 찾아볼 수 있었고, 다양한 색상의 적용, 비즈나 다른 소재를 덧붙인 크래프트적인 그래픽 디자인도 보여 졌다.





〈그림 8〉 Victor & Rolf 05 f/w21)



〈그림 9〉 D&G 04 f/w collection22)

브랜드 로고 및 심벌을 사용하지 않는 경우에는 정보 전달에 있어 목적성이 뚜렷한 메시지를 전달하는지, 특별한 의미 없이 시각적 기호를 나열하는 지로 구분해 볼 수 있다. 브랜드 로고 및 심벌을 사용하지 않으면서 특별한 메시지를 전달하는 경우는 브랜드 정보는 아니지만 의복을 통하여 홍보하고자 하는 메시지를 담는 경우이다. 표현 내용에 따라 크게 3가지로 나뉘는데 첫째, 사회 문제에 관한 찬성 및 반대 의사를 표명하는 경우와 둘째, 디자이너의 사적인 생각을 전달하는 경우 셋째, 픽토그램<sup>23)</sup>이나 학습된 상징 무늬를 통하여 정보를 전달하는 경우로 나눌 수 있다. 사회적인 메시지 전달을 하는 경우와 디자이너의 사적인 메시지 전달의 경우에는 집단 및 개인의 의견 및 생각을 나타내기 때문에 타이포그래피를 통해 표현되는 경우가 대부분이다. 의복에 특정한 상징성 및 메시지를 표현하는 그래픽 디자인은 확연한 브랜드의 구분은 불가능하지만 지역, 시대, 디자이너의 사적인 취향, 사회적 이슈에 대한 메시지를 전달해 주며 메시지가 주목받게 될 경우 브랜드도 주목받는 효과를 얻게 된다. 브랜드 로고 및 심벌을 사용하지 않으면서 특별한 의미 없이 시각적 기호만 나열하는 경우는 시각적 기호 자체에 내재되어 있는 의미는 있으나 시각적 기호의 배열과 구성으로 의미를 창조하는 것은 아닌 경우로 단순히 알파벳을 나열하거나 아라비아 숫자를 나열하는 것이 대표적인 예이다. 또한 신문과 같은 그래픽 디자인 패턴을 의복으로 옮겨놓은 경우도 그 신문 속의 기사 내용

을 전달하려는 목적보다는 장식적 효과와 재미를 주려는 디자인 의도가 더 크다고 할 수 있기 때문에 브랜드 로고를 사용하지 않으면서 특별한 메시지도 전달하지 않는 경우의 예로 들 수 있다.

브랜드 로고 및 심벌을 사용하지 않는 경우의 사례 분석을 통해 현대 그래픽 디자인 트렌드와의 연관성을 도출해 보았다. 브랜드 로고 및 심벌을 사용하지 않으면서 특별한 메시지를 전달하는 경우 중 사회적인 문제와 개인적인 의사 표명을 할 때에는 명확한 정보 전달을 위한 타이포그래피를 사용한다. 장식적 효과를 위해 간단한 일러스트를 더하기도 하는데 그림 8과 9는 핸드 라이팅 효과나 불규칙한 배열을 보이는 대표적인 예이다. 사회적인 문제에 대한 메시지 전달보다는 디자이너의 사적인 메시지 전달에서 좀 더 자주 현대 그래픽 디자인 트렌드가 보여진다. 픽토그램이나 상징무늬를 이용한 경우에는 간단명료하게 표현되거나 다른 이질적인 소재를 적용하여 기호를 부각시키기도 하였다. 특별한 메시지 전달을 하지 않는 경우에도 시각적 기호의 형태만으로 장식적 효과나 재미를 주어야 하므로 현대 그래픽 디자인의 특성 중 일러스트, 핸드 라이팅, 불규칙한 배열, 다양한 소재를 사용하여 시각적 기호를 부각하는 것들을 관찰할 수 있었다.

## 2) 최근 패션 디자인에 표현된 그래픽 디자인 이미지

### ① 모던 이미지(modern image)

모던 이미지는 전체 80컷의 사진 중에서 16컷이었으며 주로 무채색이나 단색의 단순하며 기하학적인 도형을 디자인하거나 심플한 타이포그래피를 제안한다. 타이포그래피를 모던하게 사용할 때, 브랜드 로고를 사용하거나 디자이너가 강조하고 싶은 문구를 브랜드 명과 상관없이 의복에 간단명료하게 디자인한다. 로고를 사용하는 것은 패션 브랜드의 특성상 로고를 디자인 요소로 적극 사용하기 때문에 현대 그래픽 특성을 접목한 로고 디자인을 개발하며 적용하는 것으로 보여진다. 이 때 글씨체에 상관없이 모던 스타일은 블랙의 색상을 주로 사용한다. 그러나 브랜드 심벌 같은 기하학적인 도형을 적용할 때는 브랜드 고유 컬러를 사용하여 단순한 색상 조합을 보이기도 한다.

### ② 스포티브 이미지(sportive image)

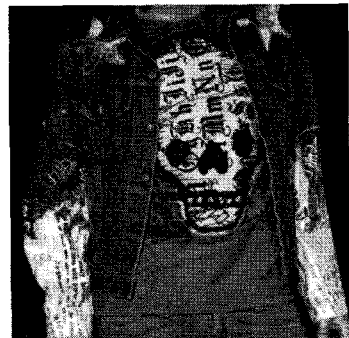
스포츠비 이미지는 전체 80컷의 사진 중에서 6컷이었으며 특정 계절이나 지역의 스포츠를 부각하거나 실제 운동선수처럼 등 넘버나 이름을 넣은 스타일이다. 스포츠의 활동적인 이미지를 일러스트로 표현하거나 핸드 라이팅 같은 기법을 주로 사용하여 현대 그래픽 디자인의 트렌드를 반영하고 있으며 그림 10은 축구하는 일러스트를 등 뒤에 넣고 타이포그래피를 원형으로 배치하여 일러스트를 강조하고 있다. 그러나 남성복이나 스포츠 브랜드가 아닌 경우에는 보기 어려운 이미지였다.



<그림 10> Dirk Bikkembergs 04 f/w collection<sup>24)</sup>

### ③ 레트로 이미지(retro image)

레트로 이미지는 전체 80컷의 사진 중에서 36컷으로 4가지 이미지 중에서 현대 그래픽 디자인을 가장 많이 반영하고 있는 이미지였다. 레트로 이미지는 2가지 이미지로 나누어 살펴볼 수 있다. 첫째는 60년대의 팝아트를 재현한 이미지이다. 팝아트 이미지는 화려하고 다양한 컬러를 사용해서 일러스트나 인물 사진을 상업적이고 재미있게 디자인 한다. 위의 그림 6은 브랜드 로고의 철자 중 'O'부분을 스마일 마크 일러스트로 대신하여 팝아트적인 효과를 주며 그림 7은 강렬한 색채의 천 조각을 사용하여 애플리케이션 효과를 주고 핸드 라이팅같은 글씨체로 재미를 더한다. 60대의 경우는 일러스트의 사용이나 다양한 소재와 표현 방법을 접목, 핸드 라이팅 효과로 현대 그래픽 디자인의 특성을 드러낸다. 둘째는 힙합 문화의 그래피티나 록밴드의 록커가 유행하던 80년대를 재현한 이미지이다. 할렘가의 벽에 그려져 있을 법한 그래피티를 의복에 적용하거나, 록커와 어울리는 해골, 잔인한 일러스트를 거칠고 자유분방하게 표현한다. 그림 11은 록밴드를 연상 시키는 해골 무늬에 불규칙적인 핸드 라이팅 타이포그래피를 겹쳐 현대 그래픽 디자인 트렌드를 반영하고 있다. 80년대의 경우에는 그래피티 같은 핸드 라이팅, 불규칙한 배열, 잔인한 일러스트가 가장 두드러진 특징이다. 결국 자유롭고 불규칙이며 손맛을 표현하는 것에 집중하고 있는 현대 그래픽 디자인을 표현해 내기에는 과거의 것을 새롭게 재조명한 레트로 이미지가 가장 적합했음을 알 수 있다.



<그림 11> Keanan duffy 06 f/w collection<sup>25)</sup>

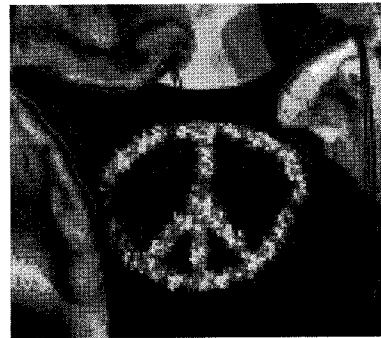
④ 크래프트 이미지(craft image)

크래프트 이미지는 전체 80컷의 사진 중에서 22컷이었으며 단어 그대로 공예적이며 예술적인 그래픽 디자인 경향을 표현한 이미지다. 실제로 기계적인 복제 과정을 거쳐 대량생산해 내는 제품이지만, 손으로 만들고 그린 것 같은 그래픽 디자인은 특별한 작품 '하나'를 만든 것 같은 효과를 준다. 최첨단의 기술을

통해 사람의 손맛을 최대한 흉내 낸 것이 이 스타일의 큰 특징이며 레트로 이미지 다음으로 현대 그래픽 디자인의 트렌드를 많이 반영하고 있다. 그림 12는 실제로는 기계로 프린트 된 티셔츠지만 대량생산된 제품으로 보이지 않으며 어린 아이가 크레파스로 그린 것 같은 효과를 주고 있다. 불규칙한 선의 반복과 핸드 라이팅은 현대 그래픽 디자인 트렌드를 잘



<그림 14> Vivienne westwood 06 f/w collection<sup>26)</sup>



<그림 15> Helen Yarmak 04 f/w collection<sup>27)</sup>

<표 5> 패션 디자인에서 현대 그래픽 디자인의 트렌드를 반영하는 그래픽 디자인 이미지의 조형적 특징

표현 방법에 따른 이미지 구분	반영된 현대 그래픽 디자인의 특성	세부적인 조형적 특징
모던 이미지	- 핸드 라이팅 - 불규칙 배열	- 주로 타이포그래피 이용. - 비공식적인 브랜드 로고 사용하거나 디자이너의 사적인 문구를 표현할 때 핸드 라이팅 효과. - 주로 블랙 색상 사용. 많은 색상 사용하지 않음. - 브랜드 심벌을 표현할 때는 브랜드 컬러로 표현.
스포츠브 이미지	- 일러스트 사용 - 핸드 라이팅 - 불규칙 배열	- 스포츠 이미지를 상징하는 일러스트 사용. - 활동적인 이미지 표현에 주력하여 핸드 라이팅 효과. - 불규칙한 타이포그래피. - 색상은 많이 사용하지 않음.
레트로 이미지	- 일러스트, 사진 - 핸드 라이팅 - 불규칙 배열 - 다양한 소재와 다양한 표현 방법의 접목	- 팝아트 풍은 일러스트나 사진을 사용하여 재밌는 디자인 추구. - 록커나 할렘 풍은 잔인함, 자유분방함 표현. - 의복에 다른 천이나 다른 장식재로 덧붙이고 오리는 등 다양한 방법을 접목함. - 함부로 쓴 듯 한 그래픽티 스타일의 타이포그래피. - 화려하고 다양한 컬러 사용.
크래프트 이미지	- 일러스트 - 핸드 라이팅 - 불규칙 배열 - 다양한 소재와 다양한 표현 방법의 접목	- 핸드 라이팅같은 글과 그림으로 하나의 작품처럼 보이게 함. - 직물 외의 스펅글 같은 다양한 재료를 접목하고 다양한 표현 방법을 사용함. - 색상은 다양하게 사용.

반영하고 있다. 그림 13는 평화를 상징하는 심벌마크로 브랜드를 상징하는 것은 아니나 해당 브랜드의 사회적 관심을 엿볼 수 있고 평화 마크를 강조하기 위하여 블랙 배경 위에 핑크색 스펅글로 표현 하였다. 단순 나옴 프린트가 아닌 독특한 부자재를 이용한 그래픽 디자인이며 다양한 소재와 방법을 접목하여 손맛을 표현하는 현대 그래픽 디자인 트렌드를 반영하는 예라 하겠다.

최근 3년간 패션 디자인에 표현되는 그래픽 디자인 이미지 중 현대 그래픽 디자인 트렌드의 특성을 반영하는 이미지는 모던 이미지(modern image), 스포티브 이미지(sportive image), 레트로 이미지(retro image), 크래프트 이미지(craft image)로 정리해 볼 수 있다. 수집하여 분석한 사진 80컷 중에서 레트로 이미지가 양적으로 가장 많았으며 크래프트 스타일이 그 다음을 이었다. 스포티브 이미지는 전체 이미지 중에서 가장 적었다. 현대 그래픽 디자인 트렌드를 반영하는 4가지 이미지의 조형적 특성을 표로 정리해 보았다.

#### IV. 요약 및 결론

패션 디자인에서 현대 그래픽 디자인 트렌드를 반영하는 4가지 이미지의 공통적인 특징은 핸드 라이팅 효과와 불규칙한 배열을 보이는 것인데 이는 '과거', '사람', '손맛'으로 돌아가려는 경향<sup>28)</sup>이 현대 그래픽 디자인 트렌드의 주된 흐름이기 때문이다. 현대 그래픽 디자인 트렌드가 적극적으로 반영된 이미지는 트렌드를 반영하기 수월한 레트로 이미지와 크래프트 이미지였고 디자인적 활용의 빈도가 높았다. 이와 반대로 모던 이미지는 위의 두 스타일에 비해 현대 그래픽 디자인 트렌드를 소극적으로 반영하고 있었는데 이는 심플하고 세련된 전체 스타일을 유지하려는 의도라 보여지며, 스포티브 이미지는 분석한 사진의 전체 양에서 가장 적은 분포를 보였다. 본 연구에서 보여 지는 양적인 차이로 현대 그래픽 디자인을 반영하는 이미지의 순위를 결정하는 것에는 한계가 있으나 현대 그래픽 디자인 트렌드를 반영하기에 좀 더 적합한 이미지를 추려내는 데에 그 의의를

두었으면 한다.

의복에 그래픽 디자인 트렌드를 적용함에 있어서 무분별한 적용보다는 스타일의 차별화를 유지하는 가운데 패션 디자인 분야 외에 타 디자인 분야의 트렌드 특성을 적절하게 활용하는 것이 중요하다. 또한 비공식적인 브랜드 로고와 심벌에 현대 그래픽 디자인을 적용한 디자인도 빈번하게 발견되었는데 이는 브랜드 차별화에 적극적인 역할을 담당하는 로고 및 심벌 디자인에 타 디자인 트렌드를 접목한 디자인적 활용의 가능성을 암시하는 것이라 할 수 있다. 타 디자인 분야의 트렌드를 접목한 그래픽 디자인의 적절한 활용과 개발을 통해 디자인의 표현 방법이 확대 되어질 것과 브랜드 차별화의 새로운 대안에 대한 가능성이 기대되어진다.

#### 참고문헌

- 1) 김윤덕 (1998). 텍스타일 디자인에 관한 연구. 전주기전여자대학논문집, 18, p. 78.  
텍스타일이란 용어는 섬유류 봉제품을 형성하기 위한 소재, 즉 '섬유' 또는 '직물'을 뜻하며 텍스타일 디자인은 실, 섬유, 천을 소재로 하여 그 목적에 맞는 조형 활동을 하기 위한 기획설계를 하는 것이다.
- 2) 이창호 (1999). 사인디자인의 그래픽 심벌과 문자레이아웃에 관한 연구. 한국디자인포럼, 4, pp. 88-100.
- 3) 서현수 (2004). 현대 패션에 나타난 타이포그래피에 관한 연구. 복식, 54(2), pp. 135-148.
- 4) 민중서림 편집국 (2006). 엡센스 영한사전(제 10판 확장판). 파주: 민중서림. (검색어: 그래픽)  
Longman Press. (1983). *Longman Dictionary of American English*. New York: Longman. (검색어: 그래픽)
- 5) 박효신 (2001). 기업 디자인의 대부 폴랜드. 서울: 디자인하우스.  
리처드 홀리스 (2000). 문철(역). 그래픽 디자인의 역사. 서울: 시공사.  
오재근 (2005). 오재근의 그래픽 디자인 특강. 서울: 미진사.  
김윤택 (2004). 시각 디자인의 이해. 부산: 신지서원  
시라이시 카즈야 (2005). 시각디자인 이야기. 부산: 리콤  
권명남, 남금우, 김택훈 편역 (2003). *what is graphic design?*. 서울: 조형사  
Gregg Berryman (1990). 유한대(역). 그래픽 디자인과 비주얼커뮤니케이션의 요점. 서울: 창미  
Schmidt, M. (2004). *Graphic design vs. style, globalism, criticism, science, authenticity and humanism*. New York: Princeton Architectural Press  
Paul, P. (1985). *Paul Rand: A Designer's Art*. London: Yale University Press.

- Helfaud, J. (1998). *Paul Rand: American Modernist*. New York: William Drenttel.
- 민중서림 편집국. 앞의 책, Longman Press. 앞의 책. 위의 책 내용을 요약
- 6) 권명관, 남금우, 김택훈 역(2003). *WHAT IS GRAPHIC DESIGN?*. 서울: 조형사, p. 15.
  - 7) 리처드 홀리스, 문철(역). 앞의 책, p. 11.
  - 8) 장미경, 정유경 (2003). The present time of Graphic Design on the change of Media Environment. *한국일러스트학회*, 13, pp. 85-86.
  - 9) Berryman, G. 유한대(역). 앞의 책, p. 3.
  - 10) milton glaser (1976). 자료 검색일 2006. 11. 25. (검색어: I LOVE NY) 자료출처 <http://www.designboom.com/eng/interview/glaser.html>
  - 11) R. Willams (1976). *Keyword*. London: Fontana, p. 167-170.  
‘매체’라는 용어는 커뮤니케이션의 수단으로 지칭되기도 하지만, 그러한 수단이 현실화되는 기술적 형식을 가리키는 것으로 쓰인다.
  - 12) 임근준 (2006). 밤을 위한 낮? 2006 휘트니 비엔날레. 자료검색일 2006. 8. 12, 자료출처 [http://linux23.kbs.co.kr/blueboard/board.php?층=view&db=1Radio%2F1Rculture\\_art&field=&findstr=&key=6](http://linux23.kbs.co.kr/blueboard/board.php?층=view&db=1Radio%2F1Rculture_art&field=&findstr=&key=6)
  - 13) 박선민 (2006). 2006 휘트니 비엔날레. 자료검색일 2006. 10. 1, 자료출처 <http://cafe.daum.net/toto80>
  - 14) i) 임근준. 앞의 글.  
- 심야의 장면을 만들기 위해 대낮에 특수필터를 사용해 촬영하는 일을 일컫는 영화 용어.  
ii) 신은정 (2006). Whitney Biennial 2006: Day for Night. 자료검색일 2006. 10. 1, 자료출처 [www.ganaart.com](http://www.ganaart.com)  
- Francois Truffaut의 1973년도 영화에서 따온 말.
  - 15) 2006 SIGGRAPH 포스터 전시장에서 직접 촬영한 사진임.
  - 16) 패션큰사전편찬위원회 (1999). *패션큰사전*. 서울: 교문사, p. 255.  
- 한 브랜드의 특징을 간단명료하게 표현하기 위한 작업 또는 브랜드 이미지 관리를 말한다.
  - 17) S/S 2004 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 18) F/W 2004 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 19) F/W 2004 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 20) F/W 2005 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 21) F/W 2005 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 22) F/W 2004 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 23) 네이버 백과사전. 자료검색일 2007. 5. 15, 자료출처: [www.naver.com](http://www.naver.com) (검색어: 픽토그램)  
- 공공시설 등을 상징적으로 나타내 주는 일종의 그림 문자. 그림(picto)과 메시지라는 의미를 갖는 전보(telegram)의 합성어로 국제적인 행사 등에서의 사용을 목적으로 제작된 그림 문자로서, 언어를 초월해서 직감으로 이해할 수 있도록 표현된 그래픽 심벌(symbol)을 말한다. 픽토그램은 의미하는 내용을 상징적으로 시각화하여 사전에 교육을 받지 않고도 모든 사람이 즉각적으로 이해할 수 있도록 체계적으로 제작된 시각 언어이다. 따라서 픽토그램은 단순하고 의미가 명료해야 한다. 현재 사용되는 픽토그램의 국제표준은 국제표준화기구(ISO)가 1990년에 제정한 60여개이다. 그러나 경제규모가 커지고 생활환경이 달라지며 픽토그램의 확충 필요성이 높아져 개정작업이 한창 진행 중이다.
  - 24) F/W 2004 Men's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 25) F/W 2006 Men's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 26) F/W 2006 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 27) F/W 2004 Women's Collections. Firstviewkorea Collection Online. 자료검색일 2007. 2. 20, 자료출처 [www.firstviewkorea.com](http://www.firstviewkorea.com)
  - 28) 이어령 (2006). *디지로그*. 서울: 생각의 나무. 본문의 내용을 요약하였음.