

티셔츠디자인에 활용된 한자(汉字)의 캘리그래피 분석

— 중국과 미국의 사례비교를 중심으로 —

The analysis of Chinese Character's Calligraphy which is applied to the T-shirt design
— By contrast between China and USA's example —

방성성, 김세화, 안병진
동서대학교 디자인&IT대학원

Fang Xing-Xing, Kim Se-Hwa, Ahn Byoung-Jin
Dongseo University Graduate School of Design&IT

요약

세계에서 사용 인구가 제일 많은 한자는 커뮤니케이션 수단으로서 만이 아니라 풍부한 문화적 가치와 조형미를 지니고 있어 오늘날 우리 생활디자인 소재로 많이 활용되고 있다. 티셔츠에 활용된 한자의 캘리그래피는 언어적 측면에서 메시지의 전달력이 강하고, 조형적 측면에 있어서 개성이 강하게 드러날 수 있기에 많은 젊은이들이 선호하는 패턴디자인 중 하나이다. 본 연구에서는 한자의 조형적인 측면과 중국과 미국의 한자 캘리그래피 티셔츠디자인들의 사례들을 수집하여 문자의 수, 구조, 서체, 크기, 배치, 색, 기타 표현방식을 비교분석한다. 또한 이러한 캘리그래피 표현이 활용된 다른 분야의 패션 디자인분야를 조사하고 다양한 표현형식을 벤치마킹하여 중국 한자 캘리그래피를 활용한 티셔츠디자인의 프로토타입을 개발하고자 한다.

Abstract

Chinese has the biggest user in the world, is not only used to contact but also has ample cultural value and beautiful modeling. So it's widely used in our life. The Chinese character which is used in the T-shirt has a strong ability of transmit the information on the language. And it has a strong personality on the model too. It's more and more popular over the years with young people. The main objective of this research is to collect the structure data of Chinese character and the illustration of apply Chinese character on T-shirt between China and American. The second is to compare and analyze the number, construction, script, size, place, color, expression of the character. The others is to investigate the illustration of apply character on fashion design. And take the various manifestation of character as the foundation to put forward some new design project of apply Chinese character on the T-shirt.

I. 서론

세계 1/4 정도의 인구가 사용하는 한자는 5천년 중국 사와 함께 풍부한 문화적 의미를 지닌 문자로, 독특한 구조성과 조형성을 지닌 다양한 서체로 변화되어왔다. 먹과 붓에 의한 다양한 표현방식의 발달은 한자 캘리그래피를 중국의 대표적인 예술적 표현방식이 되게 하였으며 이러한 표현방법은 중국 현대 예술 및 시각디자인영역에 많은 영향을 주었다. 우리 생활 주변에서 캘리그래피를 활용하는 생활용품 중 하나인 티셔츠는 약 백 년 전부터 만들어지기 시작해 오늘날에는 연령, 성별, 지위, 국가, 민족을 불문하고 전 세계적으로 광범위하게 활용되고 있는 캐주얼웨어이다. 그러나 중국 티셔츠문화는 80년대 시작되어, 티셔츠 문화가 발달한 미국이나 유럽에 비해 아직은 초기단계로 보여지며, 앞으로 많은 발전이 예상되고 있는 패션 시장이다. 특히 티셔츠의 프린트디자인에서 한자 캘리그래피

의 사용은 문자화된 메시지를 전달하면서도 필획에 있어서 조형성이 뛰어나 앞으로 티셔츠디자인분야에 많은 활용을 기대해 볼 수 있다.

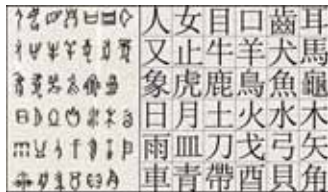
따라서 본 연구는 한자 캘리그래피의 특징을 활용한 티셔츠 프린트디자인 프로토타입을 개발하는 것을 목적으로 한다. 연구의 진행은 한자의 구조적 특징을 분석하고, 중국과 미국에서 판매되고 있는 한자가 활용된 티셔츠를 수집하고, 문자, 서체 구조, 크기, 배치, 표현, 색채를 기준으로 두 나라의 한자 캘리그래피를 활용한 티셔츠프린트디자인의 현황을 비교해 본다. 또한 영어, 한글, 한자를 활용한 다양한 패션 디자인 사례를 분석하여 캘리그래피를 활용한 티셔츠디자인의 개발에 적용하여 보도록 한다.

II. 본 론

1. 한자연구에 관한 이론적 배경

1.1 한자의 구조와 특징

한자(漢字)는 중국어를 표기하는 문자로 5000년의 역사를 가지고 있는 세계에서 가장 오래된 문자 중 하나이다. 한자의 형태는 대상의 형태를 따른 상형(象形)에서 시작되어 사각의 형태 안에 필획으로 구성된 방괴(方塊)형태의 기호로 변해왔다. (그림1) 한자는 상형문자에서 시작되어 음(音) 과 의(意) 를 같이 쓰는 의음문자로 발전되어 오T지만 기본적인 구성은 형상과 성음, 어의가 일체화된 표의문자이다. 한자를 이루는 구조적 측면에서 단체자(獨體字)와 합체자(合體字)로 나눌 수 있는데, 단일한 1자 의 구성만을 이루는 것을 단체자라고 하고, 2개 이상으로 구성된 한자는 합체자라고 한다. 육서(六書)에서 상형과 지사는 단체자로 보고 회의와 형성은 합체자로 본다.



▶▶ 그림 1. 상형자와 방괴자

1.2 한자의 필획과 특징

필획은 한자를 구성하는 최소 단위인데, 한 필획이라는 것은 붓(펜)을 들어 그만 두는 순간까지 그려진 점이나 선을 말한다. 한자의 기본 필획은 일반적으로 윗점[點], 가로 획[橫], 가운데 내리획[豎], 왼빼침[撇], 오른 빼침[捺], 끌어들어올림[提], 꺾음[折], 구부림[鉤]의 8가지가 있는데 이를 이 8가지의 필획이 <永>자에 모두 들어 있기 때문에 이를 영자팔법(永字八法) 이라 하기도 한다(그림 2). 한자의 기본필획을 가로획[橫](一), 가운데 내리획[豎](丨), 왼빼침[撇](ノ), 윗점[點](丶), 꺾음[折](乚) 획의 5가지로 나누기도 하는데, 이 5가지 필획이 <札>자에 모두 들어 있음으로 해서 찰자법(札字法, 표 1)라는 하기도 한다.



▶▶ 그림 2. 영자팔법

[표 1] 찰자법(札字法)

가로획[橫]	가운데 내리획[豎]	왼빼침[撇]	윗점[點]	꺾음[折]
一	丨	ノ	丶	乚

2. 한자를 활용한 티셔츠의 사례 연구

2.1 조사 분석

중국과 미국의 쇼핑몰사이트에서 한자를 활용한 티셔츠를 미국에 250개, 중국에 170개 찾아 비교하였다.

[표 2] 중국과 미국의 티셔츠 비교

		중국	미국	분석
글 자 의 수	1자	 21%(36)	 62%(156)	중국의 경우 1자, 단어, 문장이 골고루 사용 되었으며 그 중에서도 문장을 사용한 경우(42%)가 가장 많았다. 미국의 경우 1단어를 사용한 경우(62%)가 많았다.
	단어	 36%(62)	 24%(61)	
	문장	 43%(72)	 13%(33)	
글 자 의 구조	합체자	 94%(34)	 87%(135)	중국과 미국 모두 합체자(94%,67%)를 사용한 빈도가 단체자(6%,13%)를 사용한 빈도보다 높았다.
	단체자	 6%(2)	 113%(21)	
글 자 의 서체	표준서체	 69%(118)	 62%(156)	중국과 미국 모두 표준서체(69%,62%)가 장식서체(31%,38%)의 사용보다 빈도가 높았다.
	장식서체	 31%(52)	 38%(94)	
글 자 의 크기	1/2 이상	 4%(7)	 10%(25)	
	1/2	 49%(84)	 56%(141)	

글자의 크기	1/4	 31%(52)	 23%(58)	가장 많이 사용하는 글씨 크기 비율은 티셔츠의 1/2 (49%, 56%)이다. 1/4의 크기 비율은 31%,23%로 비교적 인 높다.
	1/4 이하	 16%(27)	 10%(26)	1/4이하와 1/2이상의 비율은 위의 두 경우보다 낮은데, 1/2이상의 경우 중국보다는 미국이 더 높다.
글자의 배치	가운데	 82%(139)	 84%(209)	문자의 위치는 주로 가운데 (82%,84%)이었으며 왼쪽 가슴과 오른쪽 가슴도 일부 있었다. 중국의 경우 기타의 자유로운 배치도 10%가 되었는데, 이는 미국의 경우 거의 나타나지 않는 사례이다.
	왼쪽 가슴	 5%(9)	 14%(35)	
	오른쪽 가슴	 3%(5)	 2%(5)	
	기타	 10%(17)	 0%(1)	
글자의 표현	글자	 44%(75)	 64%(159)	글자만 있는 경우는 중국 44%, 미국 64%로 가장 비율이 높았다.
	글자&그림	 32%(54)	 21%(57)	글자와 그림이 같이 있는 경우는 중국 32%, 미국 21%이며, 글자와 도형 함께 있는 경우는 중국 24%, 미국 14%로 나타났다.
	글자&도형	 24%(41)	 14%(34)	
글자의 색채	와이트	 6%(10)	 7%(17)	중국과 미국 두 나라 모두 글자의 색은 블랙(39%, 54%)로 가장 많았고 흰색 글씨의 사용(6%, 7%)이 가장 적었다. 중국과 미국의 경우 컬러글자(25%, 30%)도 많이 사용함을 볼 수 있었으며, 흰색 사용의 경우 중국(31%)이 미국(9%)에 비해 높다.
	블랙	 39%(67)	 54%(135)	
	컬러	 24%(40)	 30%(74)	

글자의 색채	흰색	 31%(53)	 9%(24)	

2.2 결과분석

중국과 미국의 사례 비교에 있어서, 글자의 구조, 서체, 크기, 배치, 표현에 결과가 비슷하게 나타났다. 한자에서 합체자의 비율이 높기 때문에 합체자 이용 비율이 더 높았으며, 서체에서 표준서체가 장식서체보다 더 높게 나왔으나, 장식체의 비율(31%, 38%)도 높았음을 알 수 있다. 이는 한자의 캘리그래피가 자유로운 표현의 가능성이 높은 서체이기 때문이며, 앞으로 이러한 서체 디자인 개발은 활발히 이루어 질 것으로 보인다. 글자 크기에서는 제일 뚜렷하고 편하게 보이는 1/2 크기가 가장 많은 비율을 이루었으며, 다양한 미적 표현의 욕구를 알아보기 위해 더 크거나 더 작은 것도 조사해 보았는데, 미국의 경우 1/2이상의 크기가 중국에 비해 더 높았고, 이렇게 커지는 경우 글씨가 그림과 같은 장식적인 역할을 하는 것으로 추측된다. 글이 가운데에 위치한 디자인은 매우 직관적이고 글의 메시지가 잘 전달될 수 있기 때문이며(그림 3), 문자의 의미를 이해하기 어려운 미국인의 경우, 자유로운 변형 표현이 어렵기 때문에 자유로운 배치는 거의 나타나지 않았다. 글자 표현 비교에서는 두 나라가 거의 비슷한 것으로 나타났다.



▶▶ 그림 3. 가운데배치

글자 수와 글자 색채에서 두 국가는 차이를 보였는데, 글자 수 비교에서 중국의 경우는 문장을 사용된 사례가 미국보다 많았고, 미국의 경우는 한 자를 사용된 사례가 중국보다 더 많은 것으로 나타났다. 이유는 한자는 중국사람 사용하는 문자 때문에 어떤 의미를 표현하기 위해서 쓰는 것으로 어떤 내용을 홍보하거나 유머표현도 나올 수 있는 것이다.(그림 4) 글자 색채대비에서 중국과 미국은 자주 쓰는 글자 색이 대부분 블랙이었다. 글자색의 혼합 색 비율은 좀 차이가 있는 것으로 나타났다는데, 그 원인은 명확하지 않다.



▶▶ 그림 4. 유머표현

전체적인 보면 티셔츠에서 활용된 한자들은 크기, 배치, 자체, 표현이나 색채에서 정형화된 양상을 보인다. 한자 캘리그래피를 활용한 티셔츠의 창의적인 디자인 개발을 위해서 한자만이 아니라 영문이나 한글을 자유롭게 표현하는 사례를 연구 분석할 필요가 있다.

3. 문자를 소재로 한 패션디자인 사례연구

3.1 영문을 활용한 패션디자인 사례

런던 07-08년 가을/겨울의 패션쇼의 House of Holland 전시에서 Henry Holland는 동료 및 인기가 있는 디자이너, 모델, 연예인의 이름을 소재로 유머와 약어 표현을 사용하여 영문 캘리그래피 디자인패턴을 보여주었다. 몸에 맞는 좁고 긴 티셔츠 스타일에 크고 작은 고딕체에 대담한 크기 미 색상을 사용하여 강렬한 대비를 만들었다.(그림 5)



▶▶ 그림 5. 영문을 활용한 패션

3.2 한글을 활용한 패션디자인 사례

한국 패션 디자이너 이상봉의 <한국의 재발견>작품에서 보면, 유명 작가와 화가가 디자이너에 보낸 편지의 내용을 그래픽하게 표현한 패턴이 한국의 고전의상에서 착안한 블랙과 화이트의 리본을 액센트로 하여 볼륨감 있는 실루엣을 이루었다. 자유분방한 홀림의 한글 프린팅과 한복의 웃고름을 연상시키는 끈 장식은 현대적인 모습을 지니면서 한글 프린팅, 긴 웃고름 장식과 같은 한국적인 요소, 드레스 코트의 장식적 모습이 함께 어우러진다.(그림 6)



▶▶ 그림 6. 한글을 활용한 패션

3.3 한자를 활용한 패션디자인 사례

중국 유명한 패션 디자이너 량자(梁子)는 2007 봄/여름 패션 컬렉션에 "유(濡)"라는 테마로 블랙, 화이트, 그레이를 주색조로 하여 고요하고 물욕이 없는 생명의 순수함을 표현하였다. "유(濡)"라는 것은 중국 서화 예술 중 붓, 먹물과 한자와의 관계에서 생기는 상태로, 표현의 방법은 부드럽게 닿고, 천천히 흡수하여 들어가며 건습농담, 단숨에 문장을 써내려 가는데 특징이다. 이로 인해 복제할 수 없는 형식과 운치가 생긴다. 이러한 서체와 자연스러우며 과감하게 표현된 앞섶, 붉은 색 비단과 서체를 결합한 원피스는 현대적이면서 중국 전통미를 함께 표현한다.(그림 7)



▶▶ 그림 7. 한자를 활용한 패션

위의 사례들을 참고하여 한자연구에 관한 이론적 배경에서 언급된 특징과 결합하여 제품디자인 개발연구를 진행하고자 한다.

4. 제품 디자인 개발 연구

앞의 티셔츠에서 한자가 활용된 사례연구에서 표준자 1/2 크기에, 가운데 배치에, 패션에서 문자를 활용된 경우 비교적 무난한 디자인이라고 판단되었다. 또한 구성상 조합에 한자와 한글에 서예를 이용해서 결합하면, 전통적인 특징을 살리고 현대적인 느낌도 날 것으로 생각된다. 또한 향후 디자인의 개발에 있어서 제품디자인에 더 다양한 레이아웃과 배치 및 다양한 색채를 사용할 필요가 있다.

4.1 필치를 이용한 디자인의 작품 예



▶▶ 그림 8. 작품 1

이 작품은 문장구조의 글의 내용에 붓의 필체를 활용하여 예술성 있는 디자인 패턴을 만든 작품이다.

2. 필획을 이용한 디자인의 작품 예



▶▶ 그림 9. 작품 2

5가지 필획을 소재로 이용하여 새로운 패턴을 디자인한 작품이다. 필획은 특정한 의미는 없지만 한자의 조형미를 표현하고 있다. 여기에 시대적인 분위기와 운동감을 더한다면 새로운 패턴디자인을 만들 수 있다.

III. 결 론

본 논문에서 중국과 미국은 한자를 활용한 티셔츠 사례 비교 분석을 통해서 국가에 따라 한 자를 많이 쓰는 경우나 문장을 많이 쓰는 경우의 차이를 나타냈지만, 전체적인 보면 티셔츠에서 한자의 활용성은 아직도 부족하다. 예를 들어 1/2의 크기나 가운데의 배치나 표준자의 사용 등 거의 과반수 비율이 나타났다. 그리하여 패션 디자인에 문자를 활용한 사례를 더 분석을 했다. 영문, 한글, 한자 세 가지 문자의 활용에 더 다양한 스타일을 찾을 수 있었다. 특히 한글과 한자는 서예를 이용하여 전통과 현대성과 동양적이면서 서양적인 면의 결합의 표현했다. 이 분석 결과를 보면 제품디자인에서 한자가 티셔츠디자인에 활용될 수 있는 가능성이 있음을 알 수 있었다. 이 부분에 대한 연구는 앞으로 계속 진행되어야 할 것이다.

이 논문에서 자료수집과 분석에 있어서 시간적, 공간적 제약

으로 미흡한 점이 많았으나, 본 연구는 완결된 연구이기 보다는 향후 진행될 디자인 작품개발 연구의 계기로 삼는데 그 의의를 두고자 한다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 하영삼 "한자의 서예: 기원에서 미래까지", 늘함께, pp.267-268, 1998
- [2] 석석 "중국 인쇄광고에 나타난 한자디자인에 관한 연구", 동서대학교 디지털 디자인 대학원, 2006
<http://www.cafepress.com/buy/language>
<http://www.zazzle.com/pd/find/qs-chinese/pt-235>
<http://www.mytshirt.cn/>
<http://www.taobao.com/>
<http://www.hanziwang.com/>
<http://www.hanwenxue.com/>
<http://liesangbong.com/>
<http://www.onefu.com/>