

designdb

vol. 182

2002.11+12

www.designdb.com



1,000원

5th element for I.D.

산업.디자인. 제5원소

designdb

2 0 0 2 . 1 1 + 1 2

통권 제182호(격월간)

발행처 한국디자인진흥원(원장 정경원)
주소 463-828 경기도 성남시 분당구 아탑1동 344-1번지 코리아디자인센터
전화 031-780-2114
팩스 031-780-2073
홈페이지 <http://www.designdb.com>

발행일 2002.11.15
등록번호 문화마02719
등록일자 1975.01.14
발행인 정경원
편집자문위원 이순인

기획·제작 (주)안그라픽스(대표 김옥철)
주소 136-022 서울시 성북구 성북2동 260-88
전화 02-743-8065
팩스 02-744-3251
홈페이지 <http://www.ag.co.kr>

아트디렉터 이세영 ooo@ag.co.kr
편집 신현숙 dmsco7@ag.co.kr
박활성 hspark@ag.co.kr
객원기자 김형진 cezcez@hanmail.net
디자인 이경수 mozart@ag.co.kr
사진 박정훈 jhbb@ag.co.kr
객원사진기자 윤행석 odeonst@hanmail.net

프리프린트 삼화칼라(02-2273-7058)
프린트 한성문화(02-2285-6731)
표지용지 마제스틱 240g/m² silver
종이협찬 두성종이(02-583-0001)
광고문의 ryu@ag.co.kr(02-766-4582)

〈designdb〉는 한국디자인진흥원이 발행하고 (주)안그라픽스가 기획 및 제작합니다.

이 책에 실린 내용의 저작권은 특별한 표시가 없는 한 (주)안그라픽스에 있습니다. 〈designdb〉에 실려 있는 어떠한 내용이라도 (주)안그라픽스의 사전 동의없이 무단으로 사용하실 수 없습니다.

본지는 한국도서관리위원회의 잡지윤리실천강령을 준수합니다.



정기구독 안내

〈designdb〉는 정기구독의 체계적인 관리를 위해 인터넷을 통해 정기구독을 받고 있습니다. 언제라도 <http://www.agbook.co.kr>을 방문하시면 한국디자인진흥원과 안그라픽스가 함께 발행하는 격월간 〈designdb〉를 손쉽게 정기구독하실 수 있습니다. 정기구독료 10,000원(1년간 6회분+등기발송료). 문의 080-763-2320

2	Dn		db note	
3	Me	4 Me	5 Me	6 Me
		8 Me	9 Me	10 Me
		12 Me	13 Me	
		14 Me		
15	Pl	16 Pl	17 Pl	18 Pl
		20 Pl	21 Pl	22 Pl
		24 Pl	25 Pl	
		26 Pl		
27	Fa	28 Fa	29 Fa	30 Fa
		32 Fa	33 Fa	
		34 Fa	35 Fa	
		36 Fa		
37	Gl	38 Gl	39 Gl	40 Gl
		42 Gl	43 Gl	
		44 Gl	45 Gl	
		46 Gl		
47	De	48 De	49 De	
50	Yp			
		51 Dn	52 Dn	53 Dn
				54 Dp

1st element metal	알루미늄과 뉴메탈리즘
	메탈, 그 무한한 가능성의 시작
	무거운 금속이 들려주는 쇠의 목소리, 헤비메탈
	철기시대 이후, 금속과 무기
2nd element plastic	뮤턴트 에어리언, 플라스틱으로 디자인하기
	미술 속에 나타난 플라스틱
	오밀조밀한 플라스틱의 손맛, 프라모델
	판타스틱 플라스틱 제네레이션
3rd element fabric	패션, 옷감의 예술
	100% 면의 혁명, 티셔츠
	청바지에 나타난 천의 얼굴
	텍스타일 디자인의 흐름과 21C
4th element glass	유리, 건물의 무게를 가볍게 하다
	나는 너를 반영하지 않는다_공포영화 속의 거울
	이 세계와 저 세계의 투명한 경계선_윈도 디스플레이와 유리
	코카콜라 컨투어 병
5th element design	재료, 디자인, 인간
yellow page	
db news	
db plus	KIDP 정경원 원장 인터뷰

먼 옛날 아리스토텔레스는 이 세상 모든 것이 네 가지 물질로 이루어져 있다고 생각했다. 소위 4원소라 불리는 물, 불, 바람, 공기는 주위환경과 조건에 따라 다른 물질로 전이되며 여러 사물을 구성한다고 믿어졌으며, 이러한 생각은 중세에 전해져 한탕을 노리는 사람들을 연금술이란 폴리지 않는 수수께끼로 이끌었다. 이와 달리 동양에서는 좀더 인심을 써서 다섯 가지 물질을 이 세상의 토대로 보았다. 5행에 속하는 수, 금, 목, 화, 토가 그것으로 서양과 다른 점이 있다면 이들은 서로를 낳거나 물리치며 상생과 상극을 이룬다는 점이였다. 그리고 이는 침술을 비롯한 동양의학의 근간이 된다. 어쨌거나 세상의 다양한 사물들이 본질적인 몇 가지 물질로 구성되어 있다는 이러한 생각은 당시로서는 지극히 이성적이고 논리적인 관찰에 입각한 사상이었다.

그렇다면 실제로 우리는 어떤 물질들에 둘러싸여 살고 있을까? 주변을 둘러보니 갖가지 물건들이 눈에 들어온다. 우선 이 글을 쓰고 있는 컴퓨터 모니터, 그 옆의 머그컵, 전화기, 파일철, 책상, 의자, 볼펜, 옷... 도저히 다 셀 수도 없다. 온통 물질 투성이다. 20세기를 '물질 과잉의 시대' 라고들 하지만 21세기라고 딱히 우리가 다른 비전을 갖고 있지는 않아 보인다. 하지만 아리스토텔레스의 관점에서 보자면 우리 주변에 있는 것들은 대단히 한정된 '무엇'이다. 우선 그 중의 반은 플라스틱, 소위 합성수지라 불리는 모든 것들의 총칭으로 이루어져 있는 것 같다. 요즘엔 솔직히 '무엇'으로 만들어져 있는지 확실하지 않은 것도 있으니 일단 '같다'라고 해두겠다. 암튼, 그 다음으론 유리, 천, 나무, 돌... 한결 마음이 가벼워진다. 그레봐야 우리는 손으로 셀 수 있는 정도의 몇 가지 물질에 둘러싸여 있는 것이다.

근대 이후 이러한 물질들에 형태와 이름을 부여해주는 것은 다름아닌 디자인의 역할이 되어버렸다. 같은 물질로 이루어진 물건이라도 디자인에 따라 전혀 다른 의미와 교환가치를 부여받는 걸 보면 디자인을 하나의 원소를 다른 원소로 전환하는 현대판 연금술이라 해도 이상하지 않을 것이다. 하지만 그렇다고 이러한 물질들이 디자인에게 호락호락 넘어가는 것은 아니다. 당당하게 자신의 요구를 관철하고, 자신의 물성을 고집하며, 때로는 반대로 디자인이 소재에게 살살 아부를 해야 하는 경우도 적지 않다. 그리고 무엇보다도 소재들은 자기만의 시대적, 문화적 맥락을 껴안고 살아간다. 가장 대표적인 예가 웹디자인이 소재로 하는 디지털 정보가 될 것이다.

최소한 19세기 초까지 과학자들은 알루미늄의 존재와 그 생성의 비밀을 알고 있었음에도 불구하고, 왜 하필이면 1950년대에 가서야 알루미늄이 디자인 재료로서 각광받기 시작했을까? 옷을 만드는 재료인 면(cotton)은 산업혁명을 가져왔으며, 플라스틱은 20세기를 대변하는 하나의 물신(物神) 중의 하나이다. 아이들이 만드는 조립식은 그 자체로 플라스틱의 속성을 드러내며, 유리가 건축에 사용되기 시작하면서 건물은 자신의 성격개조에 들어갔다. 이 외에도 문화사적 관점에서 보자면 이 세상에 평범한 물질이란 없다.

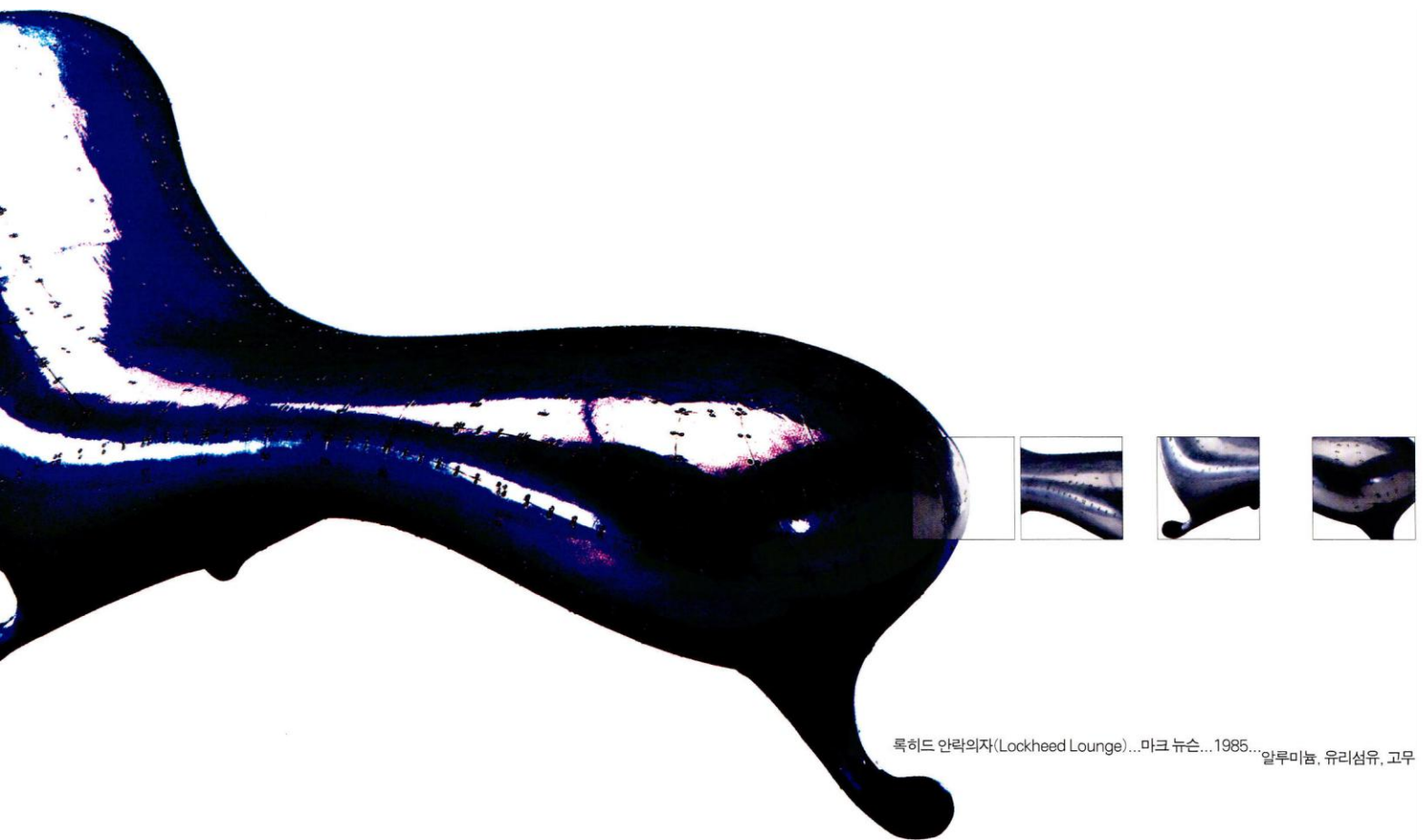
디자인의 소재 중 20세기 동안 우리의 삶을 바꿔놓은 대표적인 소재 4가지를 정해 그 소재가 지닌 의미를 짚어보았다. 이들의 표정을 살피는 일은 생각보다 간단치 않다. 단순히 그 소재가 지닌 물성적 특징, 예를 들면 비중이나 강도, 녹는점 등을 아는 것은 별 의미가 없기 때문이다. 소재가 디자이너의 상상력을 자극하고, 또 디자인을 뒷받침할 수 있으려면 소재의 속성과 더불어 그것이 지닌 감수성을 느낄 수 있어야 한다. 유리가 투명하다는 사실만으로는 디자인에서 아무런 의미가 없지만 그 투명함에서 내밀하고 비밀스런 유리의 표정을 느낄 수 있다면 하나의 디자인 언어가 될 수 있는 것과 마찬가지일 것이다. 이러한 의미에서 단순히 제품 디자인뿐만 아니라 건축, 패션, 더 나아가 미술이나 음악과 같은 다양한 시각에서, 즉 '디자인 어휘'로서 재료에 접근해보았다.

소재는 단순한 재료 이상이다. 소재는 그 물체의 본질을 표현하고 시대를 반영하며, 때론 디자인 자체를 규정하기도 한다. 더 정확히는 물질문명의 기반을 이루며, 그 물질문명의 중심에 현대 디자인이 서 있는 것이다.

그리고 당연히 제.5.원.소.는 디자인이다.

글=편집실

1st element **metal**



록히드 안락의자(Lockheed Lounge)...마크 뉴슨...1985...알루미늄, 유리섬유, 고무

자! 여러분 이것은 은의 순백색, 금의 불멸성, 철의 강인함, 구리의 가공성, 유리의 가벼움을 가지고 있어요. 그것은 쉽게 가공이 가능하고 매우 넓게 매장, 분포되어 있으며 대부분의 암석에 기본적으로 형성되어 있습니다. 더욱이 이것은 철보다 3배나 가벼워서 마치 우리가 추진하는 목적을 위해 창조된 것 같습니다.

쥘 베른(Jules Verne), 〈지구에서 달까지〉 중에서

소설가들은 사회변화의 조짐을 감지해내는 데 있어 곧잘 놀라운 통찰력을 보여주곤 한다. 알루미늄에 대한 쥘 베른스의 언급은 바로 20세기 알루미늄의 존재를 한마디로 요약해주는 놀라운 구절이다. 여기서 그가 알루미늄을 통해 이루고자 했던 목적이란 지구에서 달까지 가는 스페이스 캡슐을 만드는 것이었지만, 동시에 그것은 바로 20세기가 추구했던 물질문명의 압축적인 상징이기도 하다. 글=박활성 기자

소설 속의 언급처럼 알루미늄은 생각보다 매우 흔한 소재이다. 지구에서 세 번째로 풍부한 원소로 무려 지구표면의 약 8%를 차지하고 있다. 한마디로 우리 주변에 널려 있다. 손톱에 들어있는 불산화 물을 예로 들면 이해가 쉬울 것이다. 손톱에 불산화 물을 들일 때 꽃잎과 나뭇잎을 잘 뺏으면서 명반을 함께 넣곤 하는데 이 명반이 바로 알루미늄이다. 예부터 명반은 약의 재료나 옷을 물들이는 매염제로 많이 쓰여왔으며 알루미늄이란 말 역시 염색 매염제를 뜻하는 라틴어 '알루덴'에서 유래하였다.

알루미늄과 20세기 물질문명

19세기와 20세기에 걸쳐 과학과 기술 발달을 통해 새로운 이름을 부여받은 물질 중, 디자인에 있어 전세계적인 영향을 미친 것 둘을 꼽으라면 알루미늄과 플라스틱을 들 수 있다. 하지만 플라스틱과 달리 알루미늄은 산업사회, 혹은 디자인에 있어서 한번도 지배적인 위치에 놓였던 적이 없다. 20세기 내내 끊임없이 자신의 이데아와 물성을 사람들에게 강요해온 플라스틱과 달리 알루미늄은 감초와 같은 자신의 위치에 만족해왔다. 사람들이 알루미늄에 대해 갖고 있는 가장 흔한 오해는 그것을 하나의 금속을 지칭하는 말로 생각한다는 것이다. 하지만 순수한 알루미늄 결정체는 오히려 소재로서 별다른 매력을 지니지 못한 금속에 불과하다. 오늘날 제품에 사용되는 알루미늄은 모두 다른 금속과의 합금으로, 알루미늄에 구리를 첨가해 강도를 높인 두랄루민이 가장 대표적인 예이다. 여기에 마그네슘을 섞고, 다시 아연을 첨가한 초초두랄루민은 현재 항공기 재료로 널리 사용되고 있다. 만약 알루미늄이 자신의 속성(무엇보다도 가벼움)을 유지한 채, 다른 금속과 자유로이 결합해 새로운 운명을 개척해 나갈 수 없었다면 그것은 그저 장식용 공예품을 만드는 소재에 머물렀을 것이다.

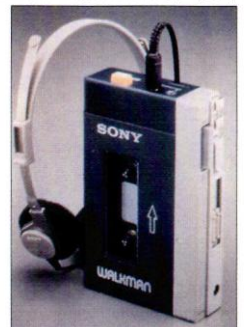
알루미늄으로 만든 제품은 일반적으로 두 가지 상반된 느낌을 제공한다. 하나는 19세기에서 20세기 초에 걸친 과학과 문명에 대한 낙관주의, 그리고 그로부터 파생될 유토피아적인 세계관에 대한 묘한 향수이며, 다른 하나는 새로운 것, 혁신적인 미래에 대한 경쾌한 느낌이다. 특히 알루미늄의 가벼운 무게는 속도를 표현하는 상징적 매체이기도 하다. 가구나 소품에 쓰인 장식적인, 때론 미니멀한 느낌의 알루미늄이 전자에 해당한다면, 전자제품에 쓰인 알루미늄에는 후자의 느낌이 강하다. 하지만 이것은 명목상의 구분일뿐 실제로 두 가지 느낌을 동시에 나타내는 디자인을 우리는 흔히 볼 수 있다. 일례로 유명한 마크 뉴슨의 〈록히드 안락 의자〉를 살펴보자. 이 의자에 사용된 알루미늄의 미학은 그 파격적이고 유기적인 형태만큼이나 강한 인상을 내뿜는 표면처리에 의존하고 있다. MoMA 디자인 건축큐레이터인 파울라 안토넬리는 이를 두고 “얇은 알루미늄 합판에 리벳을 박아넣은 이러한 표면처리는 20세기 초기의 비행기 동체를 연상시키며 지난 세기에 대한 동경을 느끼게 한다.”고 평한 바 있다.

알루미늄의 문화사

아무리 둔감한 사람이라도 느낄 수 있을 정도의 파위를 가진 플라스틱의 영향력을 생각해 볼 때, 문화사가 혹은 디자인 비평가의 입장에서 플라스틱이 20세기 디자인사에 막대한 영향을 끼친 사실을 지적하는 일은 비교적 쉬운 일이다. 알루미늄에 대해서는 어떨까? 이번에는 관점을 조금 바꾸어 그보다는 덜 요란한 알루미늄에 대해 살펴보기로 하자.

〈티핑 포인트〉로 유명한 말콤 그래드웰은 1998년 콜로라도에서 열린 국제 디자인컨퍼런스에서 ‘소니의 워크맨이 미국인들의 건강상태 향상에 기여한 바’에 대해 발표한 바 있다. 주장의 요지는 달리거나, 등산하면서, 혹은 역기를 드는 등 운동중에 워크맨을 통해 들려지는 음악이 운동효과에 주는 영향에 관한 것이었다. 인상적인 주제이지만 워크맨의 영향력을 미국인들의 건강상태따위에 국한시키는 것은 잘못된 일일 것이다. 워크맨은 인간을 둘러싼 공간을 변화시켰으며, 더 나아가 산업혁명과 도시화의 물결 속에서 개인이 잃어버린 사적인 공간을 재생시켰다. 이는 예전의 물리적인 공간 속에 홀로 있는 사적인 공간이 아닌, 대중 속에서 만들어지는 현대적 의미의 사적인 공간의 탄생을 의미하는 것이기에 더욱 중요하다. 그리고 당연하게도 1979년 처음으로 소개된 워크맨의 몸체에는 알루미늄이 포함되어 있었다.

워크맨(Walkman)...소니...1979...알루미늄 외





알루미늄 케이스...제로 헬리버튼...2000...알루미늄, 가죽, 폴리에스테르, 네오프렌



아메리칸 폴딩 체어(American Folding chair)...1960년대 후반...알루미늄, 나일론



좀더 거슬러 올라가 1950년대 서구의 도시 근교 발달에 알루미늄이 어떤 역할을 했는지 살펴보면 더욱 흥미진진해진다. 알루미늄관과 나일론 천을 연결해 만든 폴딩 চে어는 전후 알루미늄으로 만들어진 제품 중 가장 대중화된 상품으로 여겨진다. 가볍고, 보관하기 쉽고, 녹도 슬지 않는 이 의자는 1950~60년대 대량생산, 대량소비 문화와 맞물려 폭발적인 성공을 거뒀다. 교외에 사는 사람들은 누구나 자기집 안마당에 이 의자를 하나씩 두고 싶어 했다. 날씨가 좋은 날이면 사람들은 벽장 안에 접어두었던 의자를 꺼내 마당에서 여가를 즐기곤 했다. 도시에 사는 사람들도 마찬가지였다. 특히 노인들은 아파트 입구 앞에 의자를 들고 나와(그만큼 가벼웠으므로) 한가로이 햇볕을 즐기기도 하였으며 여름이면 해변가를 뒹굴기도 하였다. 디자인적으로 보면 솔직히 많은 결함이 있는 이 의자에는 2차 세계대전 이후, 늘어난 생산량을 유지하려는 알루미늄 생산업체들의 속셈이 깃들어 있다. 양차 세계대전이 알루미늄 산업의 폭발적인 성장을 가져온 것은 공인된 사실이다. 1차 세계대전 때는 수통을 비롯한 군인들의 장비, 혹은 총알의 거꾸집에, 2차 대전 때에는 본격적으로 비행기에 쓰이기 시작했다. 실제로 이 의자에 사용된 알루미늄관은 전쟁 때 비행기 동체를 만들었던 생산 시스템을 그대로 사용했다고 한다.

알루미늄에서 파생된 문화현상을 언급할 때 스포츠 역시 빼놓을 수 없는 분야이다. 국제적인 테니스 대회에서 알루미늄 라켓이 처음으로 사용된 것은 1967년 U.S 오픈으로 당시 4명의 선수가 알루미늄 라켓을 사용한 것으로 기록되어 있다. 당시 우승자는 나무 라켓을 사용한 존 뉴컴이었지만, 상황이 바뀌는 데는 오랜 시간이 걸리지 않았다. 아마추어의 눈으로 봐도 알루미늄 라켓의 성능은 나무로 된 것과 비교할 수가 없었다. 결국 7년 후인 1974년 윌슨의 T2000을 사용한 켄 로즈웰이 U.S 오픈에서 우승하게 된다. 알루미늄 라켓을 사용하는 선수들이 늘어감에 따라 남자 경기의 경우 눈에 띄게 릴리가 짧아지는 등 경기 자체의 내용도 바뀌기 시작했다. 하지만 알루미늄 라켓이 더욱 큰 의미를 가지는 것은 테니스의 대중화에 있다. 즉, 무겁고 탄력이 약한 만큼 정확한 기술을 요구했던 나무 라켓과 달리, 웬만큼 갖다 댈 수만 있으면 누구나 그럭저럭 테니스를 즐길 수 있게 된 것이다. 실제로 1970년대 이후 미국 내에서는 일반인을 대상으로 하는 테니스장들이 이곳 저곳에서 많이 생겨나기 시작한다.

반대로 성능이 너무 좋아서 탈인 경우도 있다. 대표적인 경우가 알루미늄 야구배트. 프로의 경우 알루미늄 배트를 제한하는 까닭은 지금까지 세워진 역대 기록과 공평하게 평가한다는 명목 이외에도 실제적인 이유가 있다. 프로선수가 알루미늄으로 만들어진 배트를 사용할 경우 스윙속도가 너무 빨라 위험하다는 것이다. 공이 투수 정면으로 날아갈 경우 생명까지 위험하다는 것이 전문가들의 분석이다. 또한 파울 볼의 경우 스탠드에 있는 관객까지도 위험할 수 있다. 전에 알루미늄 배트를 사용하던 대학 야구마저 나무 배트로 바꿈에 따라 현재 우리나라에서 알루미늄 배트를 볼 수 있는 것은 고교 야구뿐이다.

이 외에도 낚시, 등산, 골프 등 알루미늄 합금이 쓰이지 않는 스포츠 분야는 거의 없을 정도다. 그리고 각각의 경우 알루미늄은 스포츠의 룰 자체를 바꾸는 역할을 담당하기도 한다. 물론 알루미늄의 아성은 곧 티타늄을 비롯한 다른 신소재에 의해 도전받게 되지만, 현대 스포츠사에 있어 알루미늄의 사용은 중요한 전환점으로 남는다.

알루미늄과 뉴메탈리즘

알루미늄을 위시한 20세기의 새로운 소재들은 디자이너에게 자신을 둘러싼 사회를 표현할 적당한 재료를 제공해줌과 동시에 그 자체가 디자인 프로세스의 중요한 요소가 되어갔다. 디자이너들로서는 자신에게 던져진 새로운 가능성을 무시할 수 없었을 것이다. 그리고 위에서 잠시 살펴본 것과 같이 이러한 만남은 그저 단순한 상품으로서의 기능뿐만 아니라 20세기에 새로운 물질문화를 탄생시키는 데 일정부분 기여하게 된다. 1960년대 이후 각 시대별로 대표적인 디자인을 살펴본다면 디자이너들의 알루미늄에 대한 사랑이 결코 플라스틱 못지 않았음을 발견할 수 있을 것이다. 그것은 알루미늄이란 소재가 가진 기술적인 가능성과 모더니즘의 이상을 표현해내는 소재 자체의 힘에서 기인한다.

뉴메탈리즘이란 철기시대 이후 새로운 금속 소재가 디자이너에게 부여한 가능성 그 자체를 가리킨다. 알루미늄의 예를 들면 단순한 소재를 넘어 알루미늄이 표현할 수 있는 풍부한 디자인 언어, 그리고 그것에 의해 형성되는 새로운 형태의 문화가 바로 알루미늄에 의한 뉴메탈리즘이 될 것이다. 쥘 베른스가 앞에서 언급한 바와 똑같이 21세기 인류사회가 추구하려는 목표에 있어 알루미늄은 어떤 역할을 할 것이며 거기에서 디자이너는 알루미늄과 그의 친구들을 가지고 무엇을 할 수 있을까? **Me**

T2000 알루미늄 라켓(가운데)...윌슨...1967...알루미늄, 나일론 외

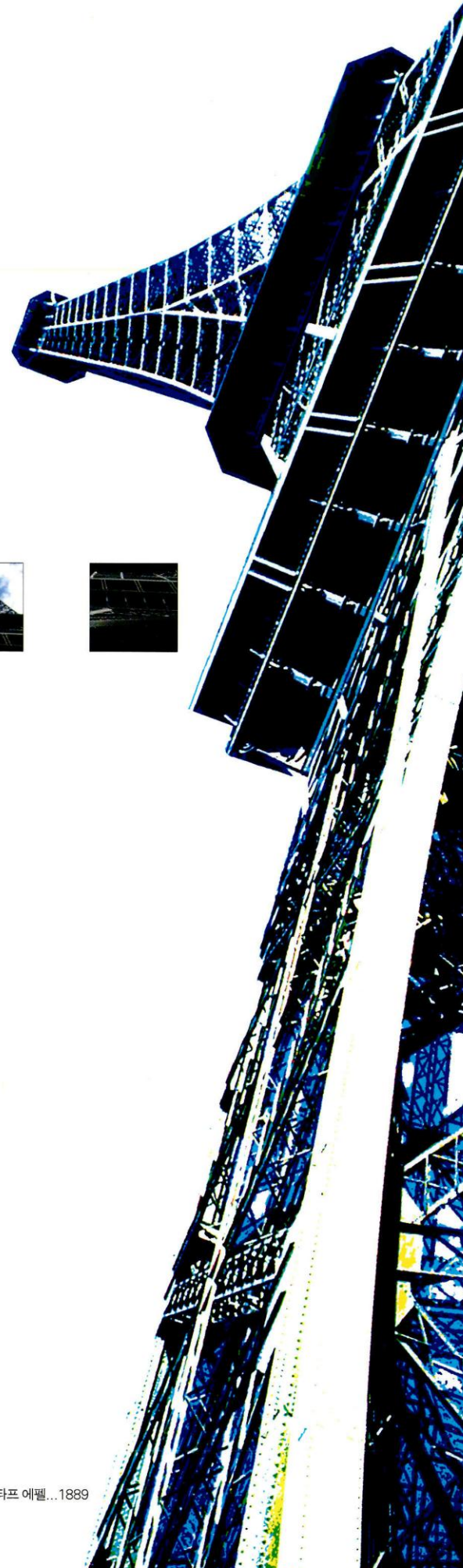
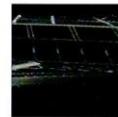


알루미늄 배트...알루미늄, 그래파이트, 가죽, 고무



메탈 , 그 무한한 가능성의 시작

1st element **metal**



인류의 문명은 불로 썩르기 시작해서 철로 꽃피었다. 18세기 산업혁명이 일어나기 전까지 철은 그저 땅에서 나오는 단단한 광물로 비교적 간단한 철기도구에 사용될 따름이었다. 이러한 철이 무한한 가능성을 보이기 시작한 것은 1735년 에브라함 다비가 적은 단면으로 높은 강도를 갖는 새로운 철을 개발하면서부터이다. 이를 더욱 발전시킨 그의 아들은 1775년 길이 30m, 높이 15m의 최초의 주철교를 완성시키게 된다. 영국 코울 브룩데일의 세반강에 놓인 이 커다란 반원아치 다리는 철이 가진 가능성의 가시적 출발을 고했다. 철은 이후 18세기와 19세기 내내 거대한 활화산처럼 건축과 도시를 건설하는 원동력이 된다.

글, 사진=박민철 > 간헐건축 소장

'형태 결정인자' 1로서의 메탈

18세기 산업혁명의 뜨거운 열기 속에서 고전주의의 고정관념에 사로잡혀 있던 기존의 모든 것들은 이성과 자연과학의 논리에 근거한 도시와 건축, 그리고 라이프스타일로 변화되어 갔다. 여기서 철은 건축 디자인에 있어 새로운 공간구성과 형태표현의 가능성을 실현하는 매개체로 등장하게 된다. 또한 고딕건축이 가진 구조의 명확성, 표현의 진실성, 그리고 섬세함과 강렬함이 시대정신과 교묘하게 동조하면서 철에 대한 기대는 날로 커져만 갔다. 건축공간과 형태의 형식적 변화와 진보를 확장시키면서 현대건축의 근간인 테크놀로지의 패러다임과 연결되기에 이른 것이다.

건축가 헨리 라브루스트는 1862년 프랑스 파리국립도서관 설계 당시, 비올레-르-뒤크의 고딕 건축의 구조적 합리성을 반영하여 16개의 연철과 주철 구조체가 거대한 유리 돔 천장을 지지하는 미적 내부공간을 완성시켰다. 고딕건축에 심취한 그의 시도는 '형태결정인자'로서 철 구조의 스케일을 거대하게 발전시킨 계기가 됨과 동시에 솔직한 구조의 노출로 고딕건축과 맥락을 같이하고 있었다.

19세기에 이르러 철은 '아르누보 건축운동'을 통해 다양성이란 새로운 과제에 도전하게 된다. 아르누보 운동이 추구하는 바를 정리해보면, 첫째 건물에 작용하는 힘의 흐름을 강조하고, 둘째 재료를 정직하게 이용하며, 셋째 내·외부의 일치로 인한 윤리성을 표현하며, 넷째 수공예적 작업을 통한 즐거움을 추구하는 것이었다. 이는 단순히 거대한 구조물을 양산하는 기능적 소재의 발견이 아닌 인간적인 디자인 패션을 고수하자는 다양성의 추구가 할 수 있었다. 여기서 철은 단순히 물리적인 측면만이 아니라 커다란 의미에서 그 시대의 정신적 자유성과 진실성을 내포하고 있었으며 나아가 미래의 급변하는 시대요구에 원동력을 제공하는 추진력이 되었던 것이다.

근대 건축 속에 꽃처럼 피어난 메탈문화

아르누보 운동 최초의 작품으로 평가받는 빅터 오르타(Victor Horta 1861~1947)의 타셀주택은 철의 자유로운 공간구성 기법과 유리의 조화를 통해 유동적 공간의 역동성을 표현하는가 하면, 식물 장식을 첨가해 환상적인 내·외부의 조형을 완성시켰다. 또한 1871년 주르 소르니에(Jules saulnier)가 노우슬 슈르마르누 근교에 건설한 유네 초콜릿 공장은 전체적으로 목조건축 풍을 살리면서도 철 구조가 외벽디자인의 장식으로 사용되어 기존 재료와의 접맥을 시도한 작품이기도 하다.

한편 근대 건축의 가장 큰 이벤트였던 1851년 런던 하이드파크 '대영박람회'는 무려 6백만 명이 모여든 시대적 행사였다. 이 때 세워진 조립식 공법의 연철과 판유리를 이용한 거대한 온실인 수정궁(Crystal Palace)은 조경가 조셉 펙스턴(1801~1865)의 작품이었다. 메탈의 육중한 무게감을 유리와의 만남을 통해 날아가는 새처럼 경쾌하게 가감시킨 이 건물은 단순한 온실건물이 아닌 근대와 현대를 주름잡은 철과 유리와의 만남을 고하는 서막으로 평가된다. 또 하나 이 건물의 의미는 규격화의 시작에서도 찾아볼 수 있다. 9개월 동안 건설된 이 우아한 투명구조물의 모든 건축부재가 규격화되어 기계적으로 조립된 것이다. 유리판의 최대 생산크기에 따라 철 구조물이 제작된 생산성과 경제성 그리고 모듈화의 고려가 이미 이 시점에서부터 고려되었다.

이에 질세라 영국과 라이벌 의식이 있었던 프랑스는 1889년 파리만국박람회에 페르디난 듀티르와 빅토르 콘타만이 설계한 어마어마한 기계 전시관과 에펠이 설계한 탑을 선보였다. 기계관은 총 429m 길이에 세워진 20개의 아치구조가 115m의 거대한 스패를 지지하고 있어 그 거대한 크기와 철재가 가진 곡선의 아름다움을 기하학적 형태로 승화시킨 작품이 되었다. 반면 이 세상 누구도 모르는 이 없는 에펠탑은 300m의 높이로, 힘의 흐름이 누구나 볼 수 있는 철 구조로 시각화되어 있었다. 당시 저층 일변도의 도시 스카이라인을 가진 파리에 자유로운 역학 개념을 그대로 노출시킨 에펠탑은 말 그대로 문화적 충격이었다. 당시의 격한 논란을 극복하고 에펠탑은 '구조적 힘의 이동에 대한 즉물적 표현'이라는 미학의 경지로까지 승화된 철구조물의 예술적 극치로 평가되고 있다.

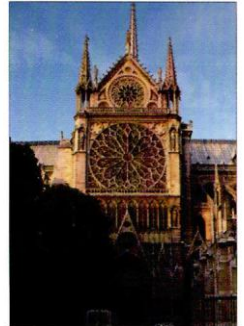
하이테크 디자인의 새로운 접맥

시간이 흐르면서 철은 점차 최초의 단순한 구조가 가지고 있던 육중한 구조적 골격의 이미지에서 보다 가볍고, 보다 가늘고, 보다 솔직함을 지닌 소재로 개발되었다. 물론 메탈 즉, 철에 대한 다양한 시도는 오래 전부터 론 헤론의 '움직이는 도시(Working City)'나 아키텍 그룹의 '플러그인 시티(Plug-in-city)'에서 보여지듯 이상도시에 대한 다양한 기계적 해석에 포함되어 있었으며, 결국 이러한 다양성은 현대 과학의 하이테크와 만나 보다 진보된 미래성의 그림 속에 자리하기에 이른다.

1 《현대건축 사고론》, 김성호, 시공문화사, 2000, p171에서 인용

프랑스 파리 노트담 사원

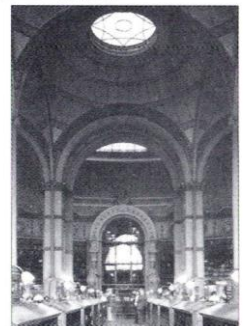
비올레-르-뒤크가 복원한 고딕건축의 대표작



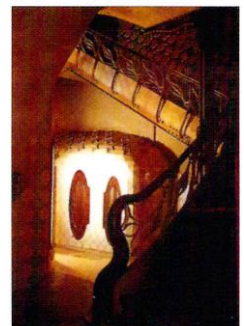
비올레-르-뒤크의 철과 조적조로 돔을 이루는 개념...1864



프랑스 파리 국립도서관...헨리 라브루스트...1869



타셀주택...빅터 오르타...1895...내부 철재장식





영국 로이드 보험빌딩 사옥...리차드 로저스...1986



건축에 있어 하이테크 디자인의 시작을 알리는 작품으로는 1977년 파리에 세워진 '퐁피두 문화예술센터'를 들 수 있다. 당시 디자인을 맡았던 렌조 피아노와 리차드 로저스는 파리의 빈민, 사창가를 도시적 의미로 훌륭하게 재해석해냈다. 구조의 노출은 물론이고 계단과 배관의 돌출 등은 솔직함을 넘어서서 기술에 대한 과시와 실험적 건축으로까지 전이되었던 것이다. 여기서 철은 구조적으로 단순히 힘을 전달하는 역할 외에도 미적인 측면의 디자인이 가미되었으며, 때로는 가느다란 철사 뭉치인 와이어가 그 힘을 분배하는 등 새로운 시대의 디자인적 요구를 훌륭히 소화하고 있다.

한편 하이테크 건축의 징표로 1986년 지어진 노만 포스터의 홍콩 상하이 뱅크는 외관의 강인한 구조가 표피로 노출되어 물리적인 하이테크 디자인을 상징화 시키고 있으며, 같은 해 완성된 리차드 로저스의 영국 로이드 보험빌딩 사옥은 오히려 메탈이 가진 표피의 금속성을 극렬하게 전달하면서 구조와 설비의 외부노출로 하이테크 디자인을 전달하고 있다. 이는 건축에서 철이라는 소재가 단순히 구조의 물리적, 구조적 요소에서 벗어나 건물의 표정과 이미지, 그리고 기술적 진보를 표현하는 중요한 매개체로 자리잡게 되었음을 시사해준다. 한편 건축가 니콜라스 그림쇼의 1993년 영국 워털루 공항터미널은 구조성, 솔직성이라는 일반적 개념에서 한보 더 나아가 인체 생물학적 구조의 해석이 건축으로 표현되는 신선한 모습도 보여주고 있다.

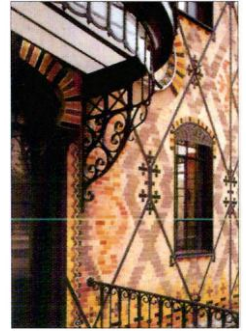
끊임없는 도전과 미래를 향한 건축

디자인의 근원이 되는 원소로서 메탈, 즉 철재의 역할은 건축의 구조뿐 아니라 외관의 구성재료로서 무한한 영역을 넓혀왔다. 특히 20세기 현대건축에 나타난 포스트모더니즘은 청동, 황동, 스테인리스, 부식철판, 티타늄, 알루미늄 등의 메탈을 사용해 역사적 기호와 형태를 인용하였으며 이러한 해석적인 표현을 통해 지루한 기능주의에 잔잔한 파장을 일으켰다. 특히 현대건축에 가장 두드러진 건축가 프랑크 게리의 작품에서 보여지듯 철은 파격적인 조형의 골격을 담당하고 외피의 이미지는 강한 티타늄 메탈이 감싸는 보다 복합적인 디자인 요소로서 자리하고 있다.

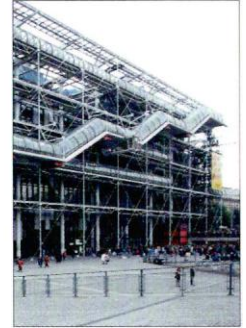
또한 포스트 모더니즘 이후에 나타난 해체주의 건축과 디지털 건축의 경우, 이들을 하나의 조형적 '이즘'이라고 한다 해도 메탈을 근간으로 하는 중심성은 여전히 변하지 않고 있다. 디지털 건축에서 두드러진 시도는 디지털 영상과 프로그램을 이용한 조형 디자인이다. 즉 건축 자체의 프로세스가 인간의 사고가 아닌 영상 속 신호변화나 흐름의 궤적 속에서 이루어지며, 이를 통해 건축의 조형을 그려내는 것이다. 이러한 일련의 '디지털 건축'은 아직은 실험단계이지만 그들의 완성에는 무엇인가 새로운 재료를 찾아야 한다는 절박함이 느껴지기도 한다. 이 시점에서 무엇인가 새로운 재료가 발견되어 18세기의 흥분을 재현할 것인지, 아니면 유리나 콘크리트와 함께 현대건축의 주체가 되어온 메탈이 언제나 그랬듯이 가능성의 프레임이 되어 줄지는 두고 볼 일이다. **Me**

유네 초코렛공장...쥘르 소르니에 ...1872

벽 전체는 거대한 격자 트러스 역할을 한다.



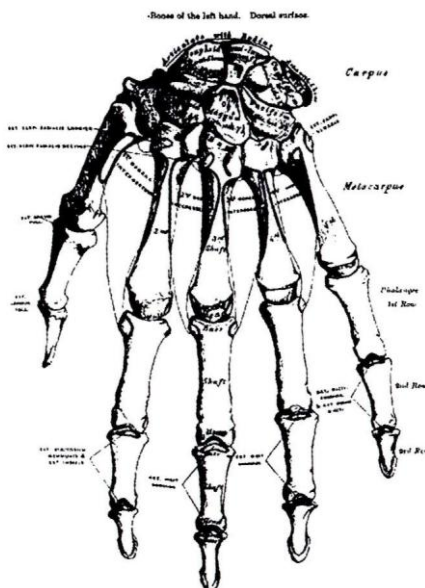
퐁피두 문화예술센터...렌조 피아노, 리차드 로저스...1977



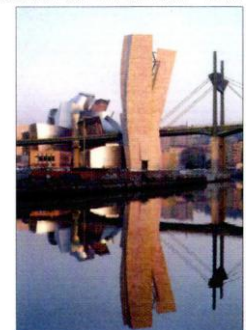
홍콩 상하이 뱅크...노만 포스터...1986



영국 워털루 공항터미널 개념도...니콜라스 그림쇼...1993



스페인 빌바오 구겐하임미술관...프랑크 게리...1991~1997



무거운 금속이 들려주는 쇠의 목소리 , 헤비메탈

1st element **metal**



MEGADETH / Rust In Peace

STRYPER / To Hell With The Devil

METALLICA / Metallica (Black Album)

YNGWIE MALMSTEEN / Rising Force



헤비메탈의 역사

일반적으로 록 음악의 시초는 1950년대 초중반 빌 헤일리(Bill Haley)가 부른 'Rock Around The Clock'으로 본다. 그리고, 록큰롤의 형식적 완성에 큰 영향을 미친 척 베리(Chuck Berry), 록큰롤의 대중화에 기여한 엘비스 프레슬리(Elvis Presley)가 대중에게 널리 노출된 뮤지션으로서, 이들은 록큰롤의 발생에 큰 영향을 미친 인물로 평가받고 있다. 이런 록 음악의 흐름은 1960년대에 이르러 비틀즈(The Beatles), 롤링 스톤즈(The Rolling Stones), 후(The Who), 야드버즈(The Yardbirds), 레드 제플린(Led Zepplin), 딥 퍼플(Deep Purple)같은 그룹들의 출현에 힘입어 블루스와 연계되는 경향을 보였고, 이것은 일렉트릭 기타가 가진 금속성을 최대한으로 부각시킨 하드록을 탄생시키는 계기로 작용한다. 그동안 미비한 활용에 그쳤던 알루미늄이 1950년대 들어 물질문명의 기반을 이루는 중요한 금속으로 대두되고 있을 무렵, 저기 음악계 한편에서는 록큰롤과 하드록이 백인 음악의 흐름을 주도하는 세력으로 새롭게 부각되고 있었던 것이다.

이러한 록 음악은 당시 큰 사회적 이슈를 형성하고 있던 히피 문화와 맞물려 사이키델릭이라는 또 하나의 장르를 탄생시켰고, 이후 프로그레시브, 아방가르드같이 보다 예술성을 강조한 갈래가 등장하며 록 음악의 다양성을 이끌어냈다. 하지만, 다른 그 무엇보다 록 음악이 가진 칼날 같은 음색과 딱딱하고 묵직한 질감을 최대한으로 추구한 갈래로는 헤비메탈을 꼽아야 할 것이다.

썰어지는 듯한 보컬과 귀가 터질 듯한 굉음, 검은 가죽 패션과 금속 장신구. 헤비메탈이란 말만큼 그 음악을 잘 묘사해주는 이름도 없을 것이다. 이 용어는 1972년 뉴욕 밴드인 블루 오이스터 컬트(Blue Oyster Cult)로부터 유래한다. 두 가지 유려한 설이 있는데, 그 중 하나는 이 밴드가 데뷔할 당시 매니저였던 샌디 필먼이 다른 밴드와의 차별성을 부각시키기 위해 만든 캐치프레이즈라는 설로 미국의 작가 윌리엄 배로즈의 소설 한 구절에서 따왔다고 한다. 다른 하나는 한 음악평론가가 이들의 라이브 공연을 듣고 "마치 커다란 쇳덩이를 자르는 듯한 굉음"이라고 표현한 데서 유래되었다는 것이다. 어느 것이 사실이든 사람들은 이 새로운 하드록을 표현할 말로 이보다 더 적절한 용어를 찾아내지 못했다. 헤비메탈이란 말은 80년대 들어와 본격적으로 쓰이기 시작하며 기존의 하드록의 지위를 계승하게 된다.

1980년대 중반을 넘어서면서 헤비메탈은 이후 1990년대 초까지 급속도로 분화되는 경향을 보이며 각각의 서브 장르를 낳는 결과를 초래하는데, 스래시메탈보다 한 단계 발전한 파괴력을 가진 데스메탈, 중세 사상을 탐닉하는 고딕메탈, 무겁고 느린 전개로 스피드에 대한 집착을 버린 뒀메탈, 밴드 라인업으로 표현할 수 있는 궁극의 테크닉에 도전한 프로그레시브메탈, 스래시메탈의 스피드업 버전이라 할 수 있는 스피드메탈, 대중적인 멜로디를 강조하여 대중성을 높인 멜로딕메탈, 흑마술에 입각한 마이너리티 정신을 강조한 블랙메탈, 평기한 리듬 라인을 강조한 펑키메탈, 헤비메탈이 가진 힘에 초점을 맞춘 파워메탈, 전자음악과의 융합을 시도한 인더스트리얼메탈, 클래식 테마를 차용해 속주 위주의 기타 플레이를 강조한 바로크메탈 등, 예를 들자면 끝이 없을 정도로 세분화된 장르적 파생이 이루어졌다(덧붙여, 이 각각의 하위 장르는 그 안에서 또 다시 몇 가지 갈래가 나뉘며 까다로운 입맛을 가진 매니아들의 구미에 맞는 형태로 진화한다. 위의 예는 아주 기초적인 분류일 뿐이다).

헤비메탈의 매력

그렇다면 왜 사람들은 헤비메탈에 열광할까? 일반적으로 헤비메탈이라고 하면 '시끄럽다'고 생각하는 인식이 있는데, 이상하게도 헤비메탈에 빠진 사람들은 그 음악에서 헤어나오질 못한다. 필자의 경우만 해도 음악에 금속성 강한 일렉트릭 기타 연주가 조금이라도 강조된 음악은 시끄럽다며 듣지 않았던 기억이 있다. 하지만, 그 소음에 불과했던 음악이 어느 날 우연히 들어보니 기막힌 멜로디와 감정의 고조 상태를 담고 있다는 것을 느낄 수 있었고, 그 날 이후로 록과 헤비메탈을 미친 듯이 찾아들었다. 왜 갑자기 그렇게 싫어하던 금속성의 미학에 빠져버린 걸까?

그것은 이 세상을 이루는 물건들이 각기 저마다의 목적과 특성에 알맞은 소재로 만들어져 있는 것과 비슷하지 않을까? 무언가 필요로 하는 물건을 만들 때 그 물건을 이루는 요소로는 매우 다양한 소재가 쓰인다. 플라스틱, 유리, 나무, 돌 등 지구상에 무수히 많은 소재가 존재하고 있는 것이다. 헤비메탈도 똑같다. 인간의 감성을 조절하는 수많은 요소, 그 중에서 음악만으로 범위를 좁혀본다면, 편안한 휴식을 취하는 것처럼 상처받은 마음을 치유해 줄 수 있는 이완작용으로서의 음악이 있다면, 인간 내면에 감추어진 감정의 응축상태를 한순간에 폭발시켜줄 수 있는 흥분작용으로서의 음악도 있다. 바로 헤비메탈이 후자에 해당되는 가장 대표적인 음악이라는 얘기다. 한가지 감정만으로 세상을 살아간다는 것이 불가능하듯(자신이 음악에 전혀 관심 없는 사람만 아니라면), 한가지 음악만 듣고 산다는 것도 불가능한 것이다.

일반적으로 대중음악의 카테고리에서 우리나라 대중들은 '발라드와 댄스'라는 지극히 한정된 두 가지 장르만을 취하여 사는 불행한(?) 음악 생활을 영위하고 있지만, 다른 나라들은 여기에 몇 가지 장르를 더 추가하여 즐기고 있다. 우리에게 가장 신나는 음악은 '4인조 댄스 그룹 아무개가 부른 XXX'가 될 테지만, 그들에게 가장 신나는 음악은 '4인조 록 밴드 아무개가 부른 XXX'가 된다는 얘기다(물론 각자의 취향이 다르다는 점은 염두에 두어야겠고, 이견 단지 일반적인 세계적 경향을 짚은 것뿐이다). 헤비메탈이 가진 짜릿한 농축의 매력을 알고 있는 그들에게 금속성이 결합된 맛있는 댄스 음악은 '파티 음악' 이상의 매력을 주지 못하기 때문일 것이다. **Me**

글=김봉환 > 월간 <핫유직> 기자, Rock Analyst

금속성의 미학을 설파하는 헤비메탈 추천음반 베스트5

METALLICA / Metallica (Black Album)

드라마틱한 스래시메탈을 선보였던 메탈리카가 보다 심글 지향의 대중 음악으로 방향을 틀기 시작한 앨범으로, 기존까지 자신들의 색채를 잘 유지하고 있으면서 여기에 많은 사람들이 공감할 수 있는 감성을 추가하였다. 아울러 발라드 트랙에도 강한 면모를 보인다는 사실이 의외로 대중의 공감을 자아내기도 했다.

MEGADETH / Rust In Peace

사회 비판적인 가사와 전쟁을 반대하는 이념으로 지적인 스래시메탈을 설파했던 메가데스의 4집. 스래시메탈의 마지막 전성기 시절에 발매된 작품이라 그런지 이 앨범 안에는 1980년대 발전했던 스래시메탈의 모든 요소가 집약되어 담겨 있다. 헤비메탈에 있어서 기타 리프의 중요성이 얼마나 큰지 알 수 있는 작품.

STRYPER / To Hell With The Devil

사타니즘 음악이라 하여 교회에서 헤비메탈을 금기시하는 경향도 있지만, 사실 지구상에 존재하는 99%의 헤비메탈은 사타니즘과 아무런 관련이 없는 '헤비한 음악'일 뿐이다. 그리고, 스트라이퍼 같은 그룹은 오히려 그와 반대로 헤비메탈로 하나님의 말씀을 전달하는 크리스찬메탈 밴드라 말할 수 있다. 김경호가 이 팀의 보컬리스트를 모델로 두고 연습했을 정도로 뛰어난 고음이 돋보인다.

JUDAS PRIEST / Painkiller

수십 톤의 쇳덩어리가 듣는 이의 가슴을 향해 돌진하는 듯한 중압감을 느끼게 하는 정통 헤비메탈 밴드 주다스프리스트의 1990년대 명반으로, 메탈계 최고의 보컬리스트라 손꼽히는 롭 할포드(Rob Halford)가 자신의 실력을 유감 없이 발휘하고 있다. 금속성이라는 명제에 가장 잘 들어맞는 음반 중 하나가 아닐까 생각.

YNGWIE MALMSTEEN / Rising Force

클래식 멜로디를 기타로 연주하며 고전 음악과 헤비메탈의 결합을 시도한 앨범으로, 스웨덴 출신의 속주 기타리스트 잉베이 맘스틴이 내놓은 데뷔작. 손가락이 보이지 않을 정도로 빠르게 연주하는 것이 헤비메탈 계에 있어서 하나의 특징이라면, 그 특징은 바로 이 앨범으로부터 시작되었다고 봐도 과언이 아니다. 바로크메탈의 시발격이 된 작품.

“전쟁은 역사의 근본적인 일부분이다. 왜냐하면 전쟁은 삶의 여러 핵심 요소들과 관련이 있기 때문이다. 음식과 안전한 거주지는 원시인에게 절대적으로 필요한 것이었다. 물론 현재의 우리에게도 그렇다.”

버나드 로 몽고메리, <전쟁의 역사> 중에서

“소리 없이 세상을 움직입니다.” 철을 생산하는 한 기업의 CF에 등장하는 멘트이다. 그러나 철만큼 시끄럽게 세상을 움직이는 것이 또 있을까? 처음 철길이 깔리기 시작하면서 사람들은 그 무거운 철덩어리가 움직인다는 사실만큼이나 그 시끄러운 소리에 놀라야만 했을 것이다. 기원전 3000년 경, 철기가 발명된 이후 가장 변화하지 않은 것이 있다면 그것은 농기구일 것이고, 가장 극적으로 변화한 것이 있다면 그것은 무기일 것이다. 후자의 경우 그것은 역사상 조용한 적이 없었다.

가장 원시적인 형태의 무기는 철을 뭉뚱그려 만든 철퇴였다. 그에 대응해 단단한 투구가 등장하자 인간은 도끼를 만들어 내었고, 이어 칼, 창이 발명되었다. 모순(矛盾)의 우회를 끊임없이 반복하는 이 우스꽝스러운 행진은 오늘날에도 계속되고 있어 러시아가 스커드 미사일을 만들면 미국은 패트리엇 미사일을 만들고, 이라크가 단단한 방공시설을 만들면 미국은 이를 뚫는 딥디거(Deep Digger) 미사일을 만들어낸다. 이 어리석은 연쇄는 왜 끊임없이 이어지는 것일까? 희귀한 자원 때문에? 먹을 것이 부족해서? 아마 이런 말을 믿고 있는 사람은 별로 없을 것이다. “불량 국가(Rogue State) 혹은 ‘악의 축(Axis of Evil)’ 으로부터 세계를 보호하기 위한 것”이라는 최근 유행하는 변명에도 불구하고 전쟁과 무기가 권력의 정치적 도구라는 사실은 숨길 수 없다.

그러나 요즘의 사정은 좀더 복잡하다. 현대 사회에서 전쟁과 무기는 정치적 도구라기보다는 경제적 도구에 가깝다. 1차 대전 이후 지독한 공황에 빠졌던 미국 경제가 회생한 것은 뉴딜 정책의 성공과 함께 2차 대전 발발에 크게 힘입었음은 잘 알려져 있다. 뉴딜 정책을 이끌었던 루즈벨트 대통령은 2차 대전이 발발하자 “우리는 민주주의를 위한 병기창이 되어야 한다.”라며 신나게 무기들을 찍어냈다. 1943년, 미국 내에서 전쟁 관련 직종에 취업한 인구수는 6,500만 명에 달했다. 고질적인 실업 문제가 단번에 해결되었음은 물론이었다. 또한 2차 대전에서 패배한 일본 경제가 극적으로 되살아난 것은 다름아닌 한국 전쟁으로 인한 것이라는 사실도 이미 상식이 되었다.

이것은 인류가 무기 뭉매했던 시절의 이야기가 아니다. <로마클럽>의 보고에 따르면, 냉전 논리가 아직 유효했던 1980년대, 미국의 500대 다국적 기업 중 125개가 무기 사업에 손대고 있었고, 일본의 경우 25대 기업 중 10개가, 서독과 영국, 프랑스의 경우 국제적 명성을 지닌 다국적 기업 대부분이 무기 사업을 하고 있었다. 냉전이 끝났으니 이제 이 기업들이 냉장고나 자동차, 혹은 핸드폰이나 팔짱지라고 생각하는 것은 지극히 순진한 생각이다. 냉전 직후에 벌어졌던 걸프전 이후 미국 경제가 10여년 가까이 호황을 누린 사실은 전쟁과 경제간의 함수관계가 오늘날에도 지속되고 있다는 사실을 잘 보여준다.

현대 디자인에서 기능성이 전혀 고려되지 않아도 좋을 분야가 있다면 그것은 무기 디자인이 되어야 할 것이다. 어떻게 디자인해야 가장 사람들이 다치지 않을 무기를 만들어낼 수 있을까? 어떻게 해야 가장 무해한 기능을 무기에 부여할 수 있을까를 디자이너가 고민해야 한다면? 아마도 기능성이 디자인의 적이라는 전혀 다른, 또 완전히 새로운 디자인 패러다임이 탄생할지도 모른다. 하지만 실상은 다르다. 오히려 현대의 무기들은 대부분 기능적인 면뿐만 아니라 형태에 있어서도 사람들을 사로잡는 묘한 심미성을 지니고 있다. 아이러니한 일이지만, 생각보다 사람들은 아름다운 것은 위험하다는 출처가 불분명한 경구에 쉽게 동의하는 것 같다. 사람을 죽이는 날선하게 생긴 전투기나 미사일을 보고 사람들은 색시하다고 느낀다. 하지만 자신을 향해 날아오는 금속 덩어리를 보고도 아름답다거나 디자인이 훌륭하다고 좋아할 사람은 없을 것이다. ^{Me}

글=김형진 > 객원기자

유연한. 경제한. 인공적인. 가짜의. 대량의. 소비적인. 디스토피아. 공상. 환관한.

PLASTIC

유턴트 에 어 리 언, 플 라 스틱으로 다자 인 하기

2nd element **plastic**



Panton chair (Model no. PA100)...베르너 판톤...1967...열가소성 플라스틱

유럽 지역의 요새를 날고 있는 행성간 로켓은 주로 내열 플라스틱으로 만들어져 있다. 이 재료는 매우 가볍고 견고해서 운석과 충돌해도 까딱없을 정도다. 태평양 연안 연방에는 그런 종류의 소재가 전혀 없었다. 아직도 목재같은 천연섬유가 사용되고 있고, 도처에 널린 것이 무척당어리다. 그 생각을 하자 타고미는 몸이 움츠러들었다...

필립 K. 딕, <높은 성의 사나이>(1962) 중에서

플라스틱, 대체의 역사

60년대 플라스틱에 대한 기술적 환상은 영화 <토탈 리콜>이나 <블레이드 러너>에 영감을 주기도 했던 SF작가 필립 K. 딕의 작품에도 잘 드러나 있다. SF소설의 수작으로 꼽히는 1962년작 <높은 성의 사나이>(The Man in the High Castle)에서 플라스틱은 독일 제국이 자랑하는 첨단 과학기술을 상징하는 물질로 그려지고 있다. 소설에 나오는 전체가 합성 플라스틱으로 만들어진 자동차 역시 태평양 연안 연방(일본)의 부러움의 대상이다. 물론 자동차 엔진까지 플라스틱으로 만드는 요즘의 추세로 볼 때, 플라스틱 로켓을 만든다는 것이 그저 환상으로 남을지는 아직 두고 봐야 할 일이다.

플라스틱의 역사는 대체의 역사이다. 20세기만 놓고 따져봤을 때 플라스틱만큼 강렬하게, 더욱이 맹목적으로 다른 소재의 영역에 침투해 들어간 소재는 없을 것이다. 순진한 과학자들의 열정에 힘입어 플라스틱은 먼저 섬유의 영역을 침식해 들어갔으며, 다음으로는 고무, 유리, 철, 나무 등 오랫동안 인간과 함께 해온 소재들을 하나씩 대체해 나갔다. 위의 대목이 재미있는 것은 이 책 자체가 대체 역사를 다루고 있는 소설이라는 사실이다.(이 소설에서는 2차 세계대전에서 독일과 일본이 승리한 것으로 나온다. 그리고 아이러니하게도 소설 속의 소설은 진짜 역사를 다루고 있다.) 물론 작가가 플라스틱의 그런 점까지 염두에 두고 썼다고는 생각되지 않지만 '대체'라는 말은 플라스틱의 본질에 근접한 단어이다.

'성형하기 알맞다'라는 뜻을 지닌 그리스어 'plastikos'에서 유래한 플라스틱은 '가소성'이라는 그 어원 그대로 처음부터 무엇이든지 모방할 수 있었으며, 무엇으로든 변할 수 있었다. 때로는 유리처럼 투명하게 몸을 숨기며, 때로는 딱딱한 금속 행세를 하며, 또는 세라믹이나 나무의 질감을 흉내내며 전세계를 플라스틱 세상으로 바꿔왔다. 아니 태어날 때부터 플라스틱은 '무언가'를 대신하기 위해 만들어졌다. 1860년경 무분별한 코끼리 사냥과 전쟁의 여파로 당구공을 만드는 상아가 부족하게 되자 뉴욕의 한 실업가가 상아를 대신해 당구공을 만들 수 있는 재료를 발명하는 자에게 1만 달러의 상금을 내걸었던 것이다. 이 현상금은 우연결절 끝에 셀룰로이드의 발명으로 이어졌으며 최초의 실질적인 플라스틱 제조의 기초가 된다. 즉 플라스틱은 처음부터 자신의 소명(즉, 자연의 모방)을 받고 태어난 것이다.

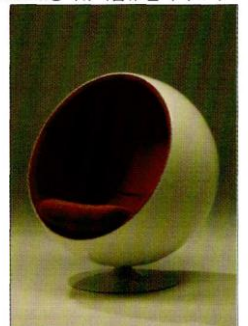
그 다음으로 플라스틱의 목표가 된 것은 섬유였다. '석탄과 물과 공기로 만들어진 거미줄보다 더 가볍고 강철보다도 강하며 비단보다도 부드러운' 물질. 이것이 바로 1939년 뉴욕 만국박람회에 나일론이 소개될 때 내건 캐치프레이즈이다. 곧 이어 1940년 뒤편사가 선보인 나일론 스타킹이 시판 첫날 4백만 켤레가 팔려나갔다는 사실은 사람들이 당시 이 새로운 물질에 어떤 반응을 보였는지 짐작케 해준다. 한술 더 떠 사람들은 플라스틱을 일컬어 '신이 세상을 창조할 때 유일하게 빠뜨린 물질'이라고 떠들어댔다. 과학과 이성인 신의 부족한 부분을 메워줄 만큼 위대한 것임을 믿어 의심치 않았던 것이다. 20세기 플라스틱의 시대가 채 지나가기도 전에 사람들은 자신들의 주변이 하나 둘씩 플라스틱으로 채워지는 광경을 목격하게 된다. 의자, 책상, 화장실, 꽃, 음식, 심지어 인공관절이라는 이름표를 달고 플라스틱은 인간의 몸 속까지 집요하게 파고들었다.

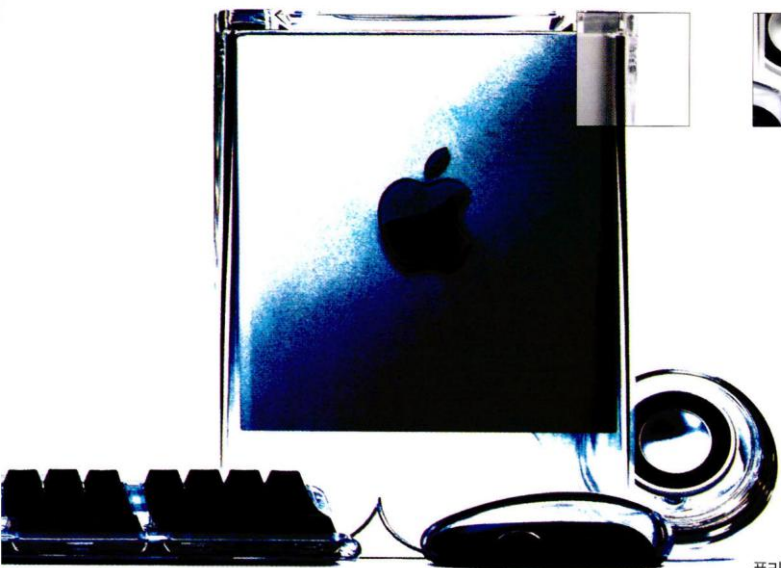
플라스틱 폭발하다

하지만 20세기 내내 플라스틱이 사람들로 부터 환영받았던 것은 아니다. 앞으로 돌아가 1930년대 나일론 스타킹에 열광했던 사람들은 최초의 시기가 지나고 난 후, 오히려 플라스틱에 대해 냉담한 반응을 보이기 시작했다. 처음부터 자신의 영역을 갖지 못한 채 태어난 플라스틱은 그저 남의 흉내만 내는 소재로 여겨졌으며 이것은 프로테스탄티즘의 전통을 이어받은 사람들에게 비도덕적인 무엇으로 비춰진 것이다. 또한 구세대 디자이너로서는 자신들의 감수성을 전혀 반영하지 못하는 이 새로운 물질을 이해할 수 없었고 당연히 플라스틱의 매력을 드러내는 데도 서툴렀다. 더구나 값싼 대량생산이라는 플라스틱 최대의 장점은 싸구려라는 사람들의 인식을 부추겼다. 플라스틱이 제 모습을 찾기까지는 그것에 익숙한 새로운 세대의 디자이너들을 기다려야만 했다.

가장 먼저 플라스틱을 이 해한 것은 감수성이 예민한 예술가들이었다. 플라스틱이 가진 가벼움, 현란하고 가변적인 색채, 깊이가 없는 자기노출과 대중성을 띤 공격성 등, 현대 사회의 감수성을 나타내기에 플라스틱보다 더 좋은 재료는 없었다. 특히 1960년대에 유행한 팝 아트는 플라스틱에 고유한 컨텍스트를 심어주기에 충분했으며, 때로는 예술가들 자신이 디자인에 매료되어 직접 디자인 작업을 하기도 하였다. 하지만 무엇보다도 플라스틱의 폭발은 그에 조금 앞선 1950년에서 60년대에 걸친 기술적 발전 덕으로 돌려야 할 것이다. 이 때어야 비로소 폴리프로필렌을 비롯해 충분한 강도를 지닌 합성수지들이 개발된 것이다. 그리고 마침내 최대의 성과물이자 60년대 디자인에 있어 하나의 이정표로 남아 있는 원-피스 플라스틱 의자(One-piece Plastic Chair)가 등장하게 된다.

Ball Chair...에로 아르니오...1963...강화유리섬유 폴리에스테르





플라스틱의 매력을 한껏 보여준 애플의 큐브...2000



the SINTERCHAIR...V+W...2002



디자인에 있어 의자는 생각보다 중요한 위치를 점하고 있다. 하나의 의자에는 그 당시 사회의 기술적 성과와 사람들의 욕망이 반영되곤 한다. 단 한번의 주조로 만든, 조립이 필요 없는 의자. 1967년 베르너 판톤이 선보인 의자가 그러했다. 이 의자에는 그 당시의 기술적 발전이 일궈낸 디자인적 가능성과 소재가 훌륭하게 결합되어 있다. 하지만 그의 디자인이 지금까지 거듭 언급되는 것은 단지 파격적인 형태나 색깔 때문만은 아니다. 또 그의 의자가 선사하는 다양한 경험, 예를 들면 에로틱한 욕망, 때문만도 아니다. 물론 훌륭한 디자이너는 자신의 시대가 선사하는 디자인적 가능성을 유감없이 발휘하곤 한다. 하지만 그의 디자인은 그 가능성마저 뛰어넘는 것이었다. 실제로 이 의자의 원형을 구상한 것은 1956년, 그러니까 당시 기술로서는 실현이 불가능한 시절이었다. 충분한 강도를 지닌 폴리에스테르가 등장하기 까지 판톤의 디자인은 10년을 기다려야 했다.¹

비슷한 시기를 전후하여 이러한 시도는 여기저기에서 일어났으며 대략 1970년대 말까지 플라스틱은 전성기를 누리게 된다. 1960년 이후 레고는 나무 장난감 생산을 중지하고 플라스틱으로만 제품을 생산하기 시작했으며, 패션 역시 파코라반이 1965년 사슬 갑옷에 연결된 플라스틱 디스크로 드레스를 만든 후 플라스틱에게 문을 열어주었다. 아센틱, 카르텔 등은 기세를 몰아 플라스틱의 고급화에 앞장서며 주변의 가구들을 재빨리 플라스틱으로 바꾸었다. 어디나 마찬가지로. 아마도 당시의 분위기는 엔디 워홀이 록 그룹 벨벳 언더그라운드를 위해 기획한 다음의 공연 이름에 잘 나타나 있을 것이다. '피할 수 없는 플라스틱의 폭발'²

플라스틱, 오명을 벗고 돌아오다

플라스틱의 직접적인 시련은 1973년과 1978년, 두 번의 오일 쇼크와 함께 찾아왔다. 석유값이 폭등하면서 석유화학 공업에 기반을 두고 있던 플라스틱 산업에 가장 먼저 타격을 준 것이다. 또 하나의 간접적인 이긴 하지만 더 치명적인 타격은 환경 문제의 대두였다. 일반적으로 플라스틱이 환경오염의 주범으로 여겨지는 것은 그것이 썩지 않기 때문만은 아니다. 예를 들어 주변에 널려있는 썩지 않는 돌맹이를 가리켜 환경 오염의 주범이라고 하지는 않는다. 플라스틱의 문제는 보다 단순한 수확적인 문제에 있었다. 바로 그 생산되고, 또 버려지는 천문학적 양이 문제였던 것이다. 대량생산, 대량소비의 확산 플라스틱이 사람들의 공격목표가 된 것은 당연한 일이었다.

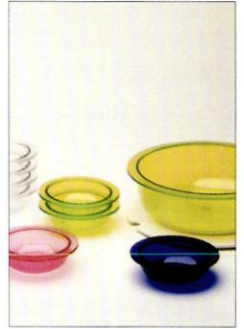
그러나 1980년대를 관통한 플라스틱에 대한 우려의 목소리와는 달리, 디자인에 있어 플라스틱이 외면받았던 적은 없다고 해도 과언이 아니다. 1970년대 이후에도 플라스틱은 디자이너들이 꾸준히 애용한 소재였다. 80년대를 플라스틱과 함께 시작한 스위치, 플라스틱으로 모더니즘을 청산해버린 필립스타에서부터 최근의 론 아라드에 이르기까지 플라스틱은 발걸음을 멈춘 적이 없다. 다만 플라스틱은 조금 조신해진 모습이다. 그리고 이런 현상은 90년대를 지배한 미니멀 트렌드로 이어진다.

물질문명에 대한 사람들의 시각은 지난 20세기의 마지막 십년 간 너무도 많이 변해버렸다. 이러한 변화는 너무나 뚜렷해서 언더그라운드 패션이나 키치를 내세운 대중문화와 같이 전통적으로 윤리적인 조류에 대해 저항하는 태도를 지닌 분야에도 눈에 보이는 영향을 미쳤다. 1980년대의 감각적이고 물질적인 과부하 상태를 보낸 후, 지칠대로 지친 사람들은 단순함과 순수함이라는 새로운 감각관념에 사로잡혀 버렸다. 사람들은 보다 더 단순한 형태를 선호했고 디자인너들도 요란한 장식보다는 소재의 표면 처리나 색으로 사람들에게 어필하는 쪽을 택했다. 전세계적인 미니멀 트렌드 속에서 20세기의 마지막을 강타한 애플 컴퓨터에 대한 레이 라일리의 언급이 이를 잘 설명해주는 것 같다. "진짜 멋진 건 애플 디자이너들이 새로운 모양을 발명하려고 노력하지 않고, 재료 그 자체에 초점을 맞췄다는 것이다. 플라스틱의 흐름, 그것은 진정한 형태의 조각이다."³

다른 한편, 독일의 V+W(Vogt + Weizenegger) 디자인 그룹이 최근 선보인, 'the SINTERCHAIR' 는 앞으로 다가올 플라스틱의 다른 가능성을 시사해주는 듯 하다. 겉으로 보기엔 단순히 60년대의 원-피스 플라스틱 의자의 계보를 잇는 듯한 이 의자는 '가소성'이라는 플라스틱의 속성과 '대량생산'이라는 플라스틱의 양태가 현대의 테크놀러지와 교묘히 결합한 작품이다. 사용자는 즉석에서 3D 모델링 시스템(SLS(r), Selective Laser Sintering)을 사용해 자신에게 가장 알맞은 의자의 형태를 결정한다. 잠시 후, 디자이너가 의자의 기본 뼈대에 구매자의 데이터를 입력하면 마치 손으로 맞춘 듯한 의자가 탄생하는 것이다. 이는 현대 테크놀러지와 근대 수공예기법의 평화로운 공존이자 대량생산과 맞춤형생산이 결합한 미래의 디자인 개념을 보여준다. 그리고 그 곳에서 플라스틱은 단순한 소재가 아닌, 디자인 프로세스의 핵심 부분을 이룬다. **PI**

자료제공: Droog Design, Kartell, Vogt + Weizenegger, 애플코리아, 스위치

Tavola collection...카르텔...1976



Bookworm...론 아라드...1997...PVC



Wall-chair...Jurgen Bey...1997...PVC 코팅



La Marie...필립스타...1999...폴리 탄산 에스테르



Once Again...스위치...2001

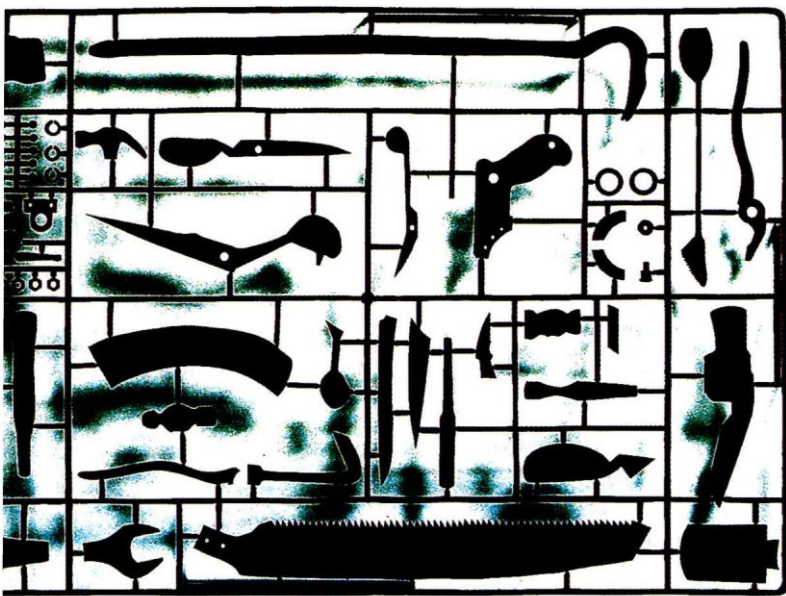


1 <클라시커 50 디자인>, 크리스티네 지베르스/니콜라우스 슈뢰더, 해냄, 2001, p181 참조

2 <도발: 아방가르드의 문화사>, 마크 애론스, 이후, 2002, p208에서 재인용

3 <월간 디자인> 2002년 3월호, p150에서 재인용, 애플의 제품 중 큐브에 대한 언급

2nd element **plastic**



〈프라모델1〉...김현숙...플라스틱...120×170×7...2001



미술과 관련된 재료는 역사적이고 인습적이다. 프레스코, 대리석 조각, 유화와 캔버스는 서구의 자연적 환경이나 지리적 조건, 종교관념 등에 힘입어 출현한 것들이다. 반면에 화선지, 모필, 먹, 그리고 족자와 병풍그림 등은 동북아시아의 자연환경과 농경문화 속에서 나온 것들이다. 그러한 조건 속에서 형성된 문화, 그러니까 삶을 규정짓는 다양한 틀 아래 미술재료 역시 선택되고 사용되어졌다는 얘기다.

예를 들어 서구문화의 토대인 건조한 자연조건과 유목주의가 석조건축물과 그렇게 마련된 벽면을 채우는 벽화제작을 가능하게 했으며 이후 베니스지역 같은 수중도시의 벽화들이 타 지역에 비해 눅눅하고 자주 떨어져나가는 단점을 극복하게 위해 그 곳을 떠다니는 범선의 흰 돛을 뜯어 벽에 부착해 그린 것이 바로 캔버스의 시원이란 점도 그렇다. 그런가 하면 그리스인들처럼 이상적인 육체, 완전한 육체의 동경이 백색(백인의 피부를 연상시키는)의 대리석으로 인간을 재현하게 했다. 이후 외부 세계, 사물들의 피부를 완벽하게 모방할 수 있는 유화물감의 발명 역시 그런 욕망을 충족시켜 나가는 강력한 수단이 되었다. 흰 천의 캔버스 역시 백인의 피부, 살을 고스란히 떠올려주는 지지대인 것이다.

글=박영택 > 미술비평, 경기대학교수

동양의 경우 농경문화와 그로 인한 자연관, 하늘사상 등이 미술을 규정짓는 토대로 작용했다. 물이 풍족하고 나무가 많은 관계로 목조건축물이 대부분이며 따라서 좁은 벽면의 공간에 들어가기 위해 족자나 두루마리 그림들이 보편적이 되었으며 농사와 관련된 우주관, 자연관이 고스란히 수묵그림에 반영되어 있다. 검은 색의 먹이 물과 모필을 매개로 화선지(땅, 대지)에 스며들어 나무가 되고 산이 되고, 그런가 하면 사람이 되고 돌이나 물이 되는 식이다. 그것은 흡사 대지에 스며든 물이 모든 생명체를 발아시키는 형국을 연상시킨다. 그러니까 이 수묵화는 결국 농사짓는 방식의 체현 같아 보인다. 여기서 인간이란 존재는 다른 여타의 생명체보다 우월하거나 독점적인 지위를 차지하지 못한다. 아울러 모든 생명체는 끝없이 순환과 재생을 거듭하는 유한한 존재다. 불변하는 우주의 법칙 아래 순응하는 것들이다.

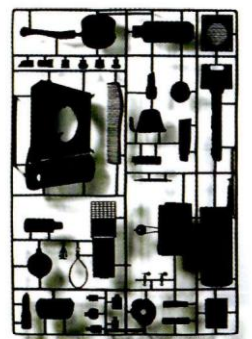
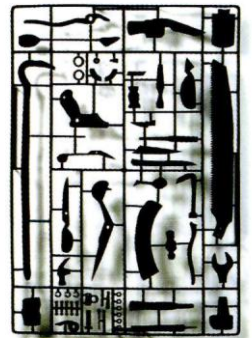
간단한 예를 들었지만 이렇듯 각 자연적인 조건과 환경에 따라 형성된 문화의 배경을 이해하지 않고 서양의 미술과 동양의 미술, 나아가 각각의 재료를 이해하기란 어려운 일이다. 그러니까 미술의 역사, 아니 미술재료 속에는 매우 복합적인 삶의 욕구들도 개입되어 있다. 사실 그런 것들이 역사를 만들어 나갔던 것 같다.

그러한 재료의 차이가 지워진 자리에서 서구의 미술, 서구식 재료들이 보편적으로 통용되기 시작한 것은 근대에 와서이다. 서구를 받아들인 결과 그 서구 미술이 당연한 규범이 되었고 이후 서양화 재료들을 학습하고 체득하는 일이 주된 일이 된 것이다. 그래서 우리 작가들 역시 서구에서 들여온 캔버스와 유화, 수채물감과 석고데생, 대리석과 브론즈 등으로 열심히 서구인을 모델로 해서 이를 재현하거나 혹은 서구 현대미술을 모방해 왔다고 생각된다. 그러나 그 재료란 사실 낯설고 이질적인 것이다. 왜냐하면 재료는 단순한 재료가 아니라 한 문화권 속에 깃든 삶의 모든 것들이 융해되어 있기에 그렇다. 그리고 사실 이 문제는 우리 근·현대사의 모든 문제와 복합적으로 얽힌 것들이다.

서구의 경우 자신들이 쓰던 전통적인 재료에서 벗어나기 시작한 것은 20세기에 들어와서이다. 물론 산업혁명과 그로 인한 물질문명의 발달에 따른 여러 정황들에 힘입어서였다. 도시의 등장은 미술 역시 큰 폭으로 변화시켰다. 이전까지의 보는 방법이 와해되고 새로운 시각으로 보기 시작했으며 재료 역시 크게 변질되었다. 왜냐하면 재료란 당대 사람들이 사물과 세계를 보는 방법을 가장 효과적으로 드러내는 차원에 걸려있기에 보는 방법이 바뀌었다면 당연히 그 방법을 구현하는 새로운 재료, 매체의 등장은 필연적이다. 인상파 그림이 가능했던 것 역시 공장에서 대량 생산되는 작고 가벼운 튜브 물감의 등장 때문이었다. 이후 현대미술이 다양한 시각혁명과 보는 방법의 혁신을 거듭함에 따라 재료 역시 경계없이 쓰여졌다. 아마도 엄청난 물질의 범람과 수많은 상품들이 그러한 재료들의 사용을 부추겼을 것이다. 이른바 콜라주, 오브제, 앗상블라주, 혼합매체 등등이 그러한 경향을 지칭하는 용어들이다.

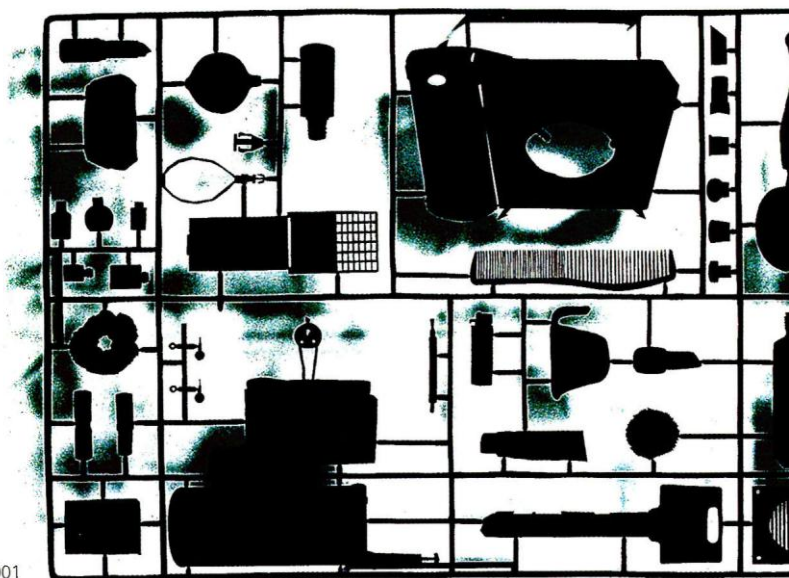
우리의 경우도 전통적인 재료사용에서 벗어나기 시작한 것은 현대미술의 여러 다양한 흐름과 사조, 이즘을 받아들이면서 일 텐데, 특히나 80년대에 들어서서 민중미술과 포스트모더니즘의 영향 아래 이른바 혼합매체를 쓰는 것이 흔한 일이 되었다. 무엇보다도 작가 자신의 표현욕구와 메시지 전달에 가장 효과적인 재료를 사용하는 것이 중요해졌다. 90년대 이후 흥미로운 재료선정은 무엇보다도 부드럽고 가벼운 소재들, 값싸고 화려한 키치적인 것, 싸구려 물건들에 대한 관심이다. 우리 사회가 급속한 근대화를 통해 이룩한 물질의 번영과 그로 인한 날림의 문화에 대한 자조감이 섞인 복합적인 심리와 미의식을 드러내는 데 가장 효과적이라고 판단되었기에 그런 것 같다. 그와 함께 플라스틱이란 소재 자체가 내포하고 있는 대량생산 시스템, 획일화된 미의식, 상품성, 대중들의 기호와 심미관, 간편하고 저렴한 가격, 가장 흔하게 만나는 물질이란 것들이 젊은 작가들이 자신의 일상과 그 속에서 형성된 정서와 감각을 가장 효과적으로 전달하는 데 용이하다고 여기고 있다는 생각이다.

김현숙이 만들어내는 조립식(프라모델)이라는 물건은 그 자체가 가변성, 대량생산 등 플라스틱의 물성을 그대로 드러내는 아이টে็ม으로 기능한다. 그녀는 자신의 행복한 경험에 근거한 작업, 그러니까 어려서부터 손으로 만지작거려던 그러한 유년의 유희 충동을 연장해놓았다. 전시장에 들어서면 커다란 프라모델이 벽면에 걸리거나 바닥에 놓여있다. 그래서 마치 전시장은 대형 마트의 장난감 코너를 재현한 듯 하다. 어린 시절 아카데미과학사에서 나온 일련의 프라모델



<놀이_프라모델_01-01>...김현숙...플라스틱...가변적 크기...2001





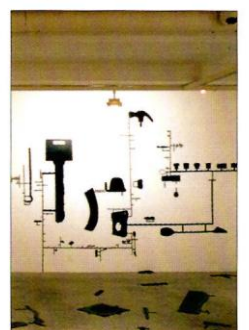
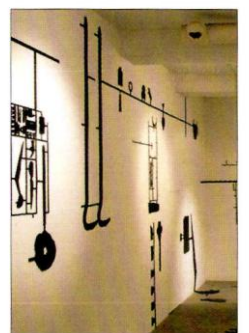
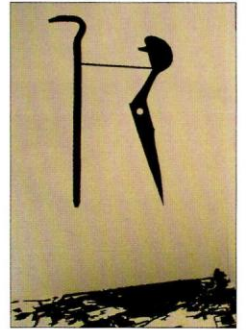
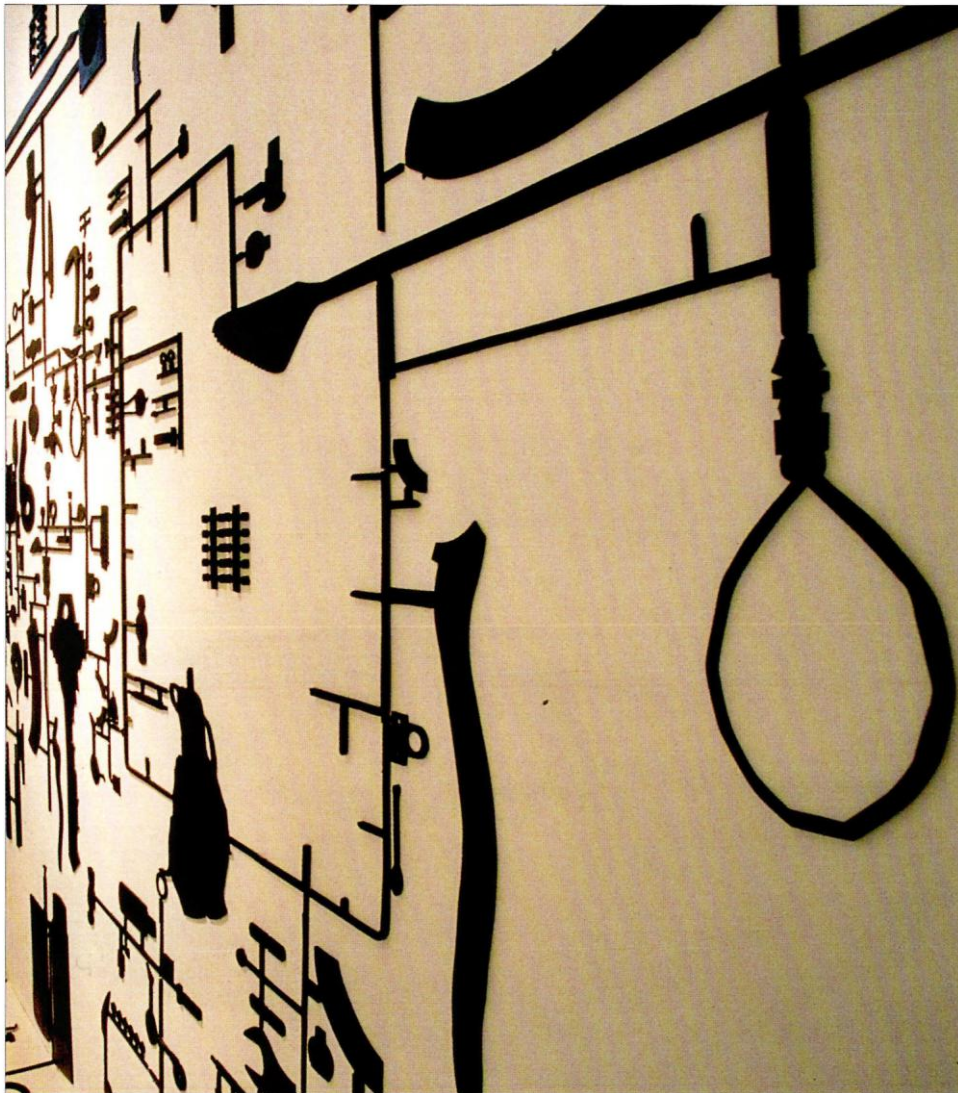
〈프라모델2〉...김현숙...플라스틱...120×170×7...2001

들을 공들여 조립하던 추억이 상기된다. 완성된 형태를 훑쳐보면서 순서대로 끼워 맞춰가던 시간의 경험(유희의 과정)이 그녀의 작업에 와서는 순서와 번호, 시간의 순차를 지운 자리에서 서식한다. 즐거운 놀이의 체험을 작업으로 확장시키고 있다. 그러니까 이 프라모델은 어떤 정해진 형태, 완성을 지운 자리에서 스스로 존재한다. 유희의 과정이 길고 규칙이 자의적이라는 것이다. 일반적인 프라모델 놀이는 상자를 뜯는 순간부터 시작되지만, 그녀의 프라모델 조립은 '무엇을 대상으로 할 것인가'에서부터 출발한다. 그렇게 해서 대상이 결정되면 직접 주물을 떠서 프라모델을 틀로 떠낸다. 대부분이 작가 주변의 것들이다.

벽에 걸린 프라모델은 일상적 도구들을 다소 확장시켜 놓은 것이고 검은 색의 플라스틱으로 캐스팅된 것들이다. 부피와 볼륨을 지우고 납작하게 떠내진 도구들은 음악의 공간에서 벗어나 양각으로 몸을 내밀지만 자신의 본래의 자리, 음악의 공간을 강렬하게 환기시킨다. 안쪽의 텅 빈 부재가 그렇다. 부피가 제거된 작가의 프라모델은 자체로 벽에 걸리거나 날날이 해체되어 쌓이기도 한다. 이런 이유로 김현숙식 프라모델 만들기에서는 필요한 조각과 버릴 부분에 대한 구분 따위는 필요없어진다. 오히려 작가는 유용성의 면에서는 옹도 폐기된 부재의 부분들에서 실재의 의미를 읽고 있는 것이다.

한편, 최정화는 일찍이 플라스틱 바구니, 다양한 용기들을 잔뜩 전시장에 쌓아두거나 리어카에 가득 실린 그 물건들을 사진으로 제시한 작업을 선보였다. 아마도 플라스틱이 지닌 미감, 한국 사회에서 플라스틱이 지닌 문화적 의미를 가장 먼저 읽어낸 작가로 기억된다. 그 플라스틱으로 대량생산된 물건들, 지금도 우리들 일상에서 가장 흔하게 사용되는 물건에 배인 가난의 추억, 싸구려와 날림의 근대화, 고도성장의 분홍빛 청사진, 그와 동시에 가장 대중적인 장식성과 인테리어를 발산하는 재료가 다름아닌 플라스틱임을 그의 작업은 보여준다. 그런가 하면 화려하고 가볍고 황홀한 시퀀이란 재료를 축적시킨 노상균의 경우도 주목된다. 그는 캔버스의 납작한 평면 혹은 다양한 사물의 피부 위에 일정한 방향으로 감긴 시퀀들을 부착시켜 놓았다. 평면의 화면과 다양한 사물의 피부는 새로운 껍질로 환생했다. 조명을 받으면 우리들 시선은 어느 특정한 지점에 고정되지 못하고 부유한다. 빛을 받아 기묘한 색을 발산하는 시퀀은 너무 아름답고 화려하다. 싸구려 플라스틱 조각들이 빛어내는 그 아름다움은 어쩌면 우리들 문명의 공허한 화려함과 변화, 껍질의 문화를 숙절없이 들려주는 것도 같다. 플라스틱을 통한 일종의 반항들이다. **PI**

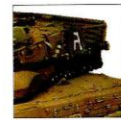
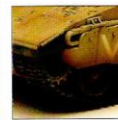
〈놀이_프라모델_02-01〉...김현숙...플라스틱...가변적 크기...2002



2nd element plastic



미 공군의 특수작전 부대(SOF) 및 수색구조(SAR)임무용 헬리콥터 페이브호크의 1/35 스케일 모델



이스라엘의 주력전차 메르카바 Mk-II의 차체 및 포탑의 구조를 정밀하게 재현한 모델



프라모델은 플라스틱의 적자(嫡子)이자 자신의 감수성을 세상에 드러내는 첨병이다. 적자라는 것은 어떤 모양이건 마 음대로, 혹은 대량으로 또 얼마든지 조립할 수 있는 플라스틱의 속성을 그대로 이어받은 물건이란 점에서, 첨병은 그 러한 장점을 가지고 아이들을 유혹해 플라스틱 세대를 키워내는 데 일등공신 역할을 해왔다는 점에서 그러하다. 미술 속에 나타난 프라모델이 그 존재 자체에서 유희를 느낄 수 있는 것이라면 현실 속의 프라모델은 그 완성 과정, 혹은 완 성된 후의 모습에 절대적인 의미가 있다. 특히 아이들의 경우에는 완성된 프라모델을 가지고 혼자만의 상상 속으로 빠 져들어가는 재미가 쏠쏠하다. 80년대 프라모델(그 당시의 공식 용어로는 '조립식')의 영원한 명작 '철인 28호'의 경 우에는 당시로서는 획기적인 표면처리와 관절 움직임으로 가지고 놀기에 더없이 적합한 장난감이었다. 덕분에 미끄 럼틀에서 떨어지는 등 험한 꼴을 당하기 십상이어서 여기저기 상처가 생기고 팔다리가 부러지는 일이 다반사였다. 아 이들은 그가 더 이상 지구를 지킬 수 없을 정도로 망신창이가 되면 지칠 줄 모르고 문방구로 달려가 똑같은 모델을 구 입하여 다시 만들곤 했다. 그야말로 불사신의 용사였던 것이다.

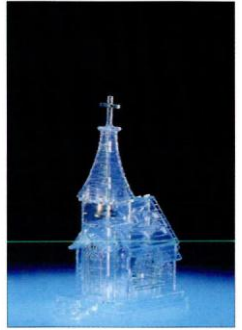
'플라스틱'과 '모델'의 합성어인 '프라모델(plastic + model)'이 본격적으로 만들어진 것은 1960년대, 플라스틱 시 대가 꽃피던 무렵과 일치한다. 정교한 모형이 나오기 위해서는 그를 뒷받침해 줄 수 있는 플라스틱 사출기술과 세밀한 금형 제작이 필수적이었기 때문이다. 특히 1960년대 초 목제 모형이나 과학교재 등을 생산하던 일본의 타미야 (Tamiya)가 플라스틱으로 실제 모형을 축소시킨 일명 스케일 모형(1/100로 축소시킨 비교적 정교한 모형)을 생산하 기 시작하면서 프라모델은 전세계적인 붐을 일으키게 된다. 당시 타미야가 만든 프라모델들은 전세계 모형 완구 시장 의 판도를 바꿔놓으며 당시까지만 해도 시장을 장악하고 있던 미국, 예를 들면 비행기 모형으로 이름을 날리고 있던 모 노그램을 비롯한 경쟁한 완구 회사들을 제치고 일본을 프라모델 강국으로 올려놓는 기폭제 역할을 하였다.

우리나라의 경 우는 70년대에 들어와서야 몇몇 프라모델 회사들이 생겨나기 시작했다. 초기에 이들은 대부분 독자적인 모델을 내놓기 보다는 주로 다른 나라의 프라모델, 특히 일본 제품을 들여와 그대로 본뜬 카피들을 시장에 내놓았다. 이들은 특히 TV를 통해 방영되던 일본 만화영화와 함께 당시 자라나던 아이들의 감수성을 자신들 특유의 플라스틱 틀에 맞게 형성하게 된 다. 이때 세워졌던 프라모델 회사들이 대부분 독자적인 기술축적이나 새로운 모델을 내놓지 못하고 사라졌지만, 유독 아 카데미과학은 달랐다. 아카데미과학은 아직 국내 프라모델 시장이 자리잡지 못한 상황에서도 틈틈이 자신만의 기술적 노 하우를 쌓는 것은 물론 철저한 고증과 사실을 기초로 특정한 모델 디자인을 내놓기 시작하였다. 이들의 노력은 1990년 독일의 뉴렌베르크 세계 완구쇼에서 '올해의 모델상'을 수상하며 빛을 발하기 시작한다. 그 후 아카데미과학에서 내놓은 모델들은 거의 매년 세계 완구쇼에서 각종 모델상을 수상하며 세계적인 명성을 얻기 시작했다. 현재 아카데미과학은 수 출이 수익원의 대부분을 차지하며, 국내보다는 국외에서 더 호평을 받고 있는 실정이다.

요즘 프라모델은 더 이상 아이들의 플라스틱 놀이로만 치부되지 않는다. 아이들을 대부분 컴퓨터 게임에 빼앗겨버린 지금, 프라모델은 새롭게 형성된 젊 은 매니아층을 기반으로 점차 성인들의 놀이로 바뀌어 가고 있는 형편이다. 가격도 예전만큼 호락호락하지 않고 그만 큼 수준높은 모델들이 출시되고 있다. 아직까지는 그렇게 수요층이 두껍지 못해 일부 고가 모델의 경우는 아예 국내에 출시되지 않는 경우도 있지만, 70~80년대 조립식의 오밀조밀한 손맛을 잊지 못한 사람들에게 프라모델은 매력적인 물건임에 틀림없다. **PI**

자료제공: 아카데미 과학

점착제가 필요없는 크리스탈 교회



영국의 보병 전투차 워리어 MCV



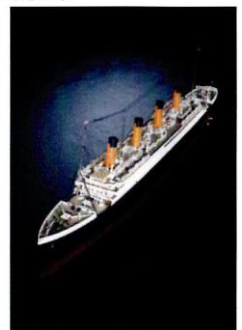
이스라엘국방군 M151A1 시미라



미 해군 항공모함 CV-63 키티호크



R.M.S. 타이타닉



plastic essay

“가짜 플라스틱 지구 위에 놓인, 가짜 중국산 고무나무를 위한, 녹색 플라스틱 물병… 그녀는 진짜처럼 생겼어, 그녀는 진짜 같은 맛이 나, 나의 가짜 플라스틱 러브”

라디오헤드(Radiohead)의 노래 ‘가짜 플라스틱 나무들(Fake Plastic Trees)’ 중에서

조화(造花)가 생화보다 비쌌던, 그런 시절이 있었다. 사기로 만든 컵보다는 플라스틱 컵이 환영받고, 누런 종이 장판보다 ‘모노롬’을 까는 것이 더 품위 있어보였던 시절 말이다. 그 좋았던 시절을 보낸 플라스틱은 이제, 그 반짝거리는 표면에 ‘싸구려 가짜’라는 이름표를 달고 우리 주변을 배회하고 있다. 좋았던 시절을 회상하며 시장 길목을 어슬렁거리는 늙스레한 옛 건달처럼.

라디오헤드의 노래에 등장하는 세상은 온통 플라스틱으로 만들어진, 그러니까 진짜인 양하는 가짜의 세계다. 지구도, 그 위에 심어진 고무나무도, 심지어 사랑까지도 그럴듯한 플라스틱 가짜다. 당구공을 대신하기 위해 태어난 태생 그대로 플라스틱은 아직도 ‘진짜인 양’하는 그 버릇을 고치지 못하고 있는 것이다. 다이아몬드 반지를 빼 닮은 플라스틱 반지, 나무결 무늬를 복제해 만든 플라스틱 책장, 그리고 진짜 꽃 인양 꽃병에 꽂혀 있는 조화까지. 그것들은 하나같이 싸고, 유치한 색깔을 지녔으며, 천박한 광택으로 뒤덮여 있다. 고고한 진짜들의 세상에서 플라스틱은 영원히 원본이 될 수 없는, 싸구려 삶을 살아가고 있다. <블레이드 러너>에 등장하는 사이보그들처럼.

“나는 바비, 세상의 바비걸, 플라스틱 세상은 정말 멋져요… 상상해봐요, 세상은 당신이 창조하는 거예요.”

아쿠아(Aqua)의 ‘바비걸(Barbie Girl)’ 중에서

이런 플라스틱을 구원한 것은 플라스틱과 함께 자라난 아이들이었다. 종이봉투보다 비닐봉투에 익숙하고, 형견인형보다 ‘마론인형’에 열광했던 이들. 그들에게 있어 플라스틱은 물기 촉촉한 생화나 크리스탈로 만들어진 목직한 컵, 고급 원목으로 짜여진 책장보다 훨씬 더 생생한 진짜일 수 있었다. 인공적인 삶의 환경에서 질식하는 기성세대와 달리 이들은 모조성, 인공성, 일회성을 자신들 특유의 감수성으로 받아들였다. 그들에게 플라스틱은 너무나 아름다운 색상을 지닌, 자신들 삶의 상징적 물질과 같았다. 아쿠아의 노래는 플라스틱에 부여된 새로운 미학을 발랄하게 노래한다.

“미스터 슈샤인에게 ‘안녕’ 하고 인사해봐요, 디바 아씨 곁을 지나칠 때, 멈춰서서 바라봐요. 아! 이건 너무 판타스틱해, 나는 플라스틱 세상에 살고 있어요.”

아쿠아(Aqua)의 ‘화성으로부터의 귀환(Back from Mars)’ 중에서

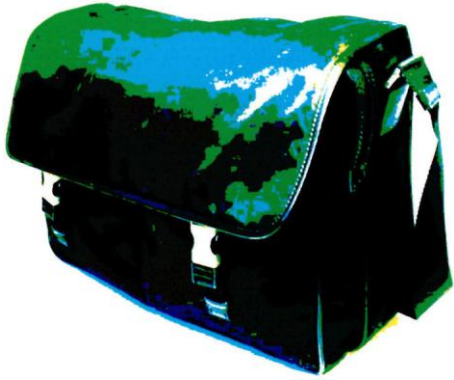
세상에 존재하는 가장 인공적인 사물로부터 위안을 얻는 세대. 그것이 가장 아름답다고 여기는 세대. 이들에게 있어 더 이상 플라스틱은 싸구려의 대명사도, 원본의 대용품도 아닌, 표면적이고, 분유하는 자신들의 삶을 감싸고 있는 조건과 같은 것이 되었다. 더 나아가 큐어가 노래하는 플라스틱은 이미 가짜와 진짜 사이의 거리를 넘어선다. 라디오헤드의 세계, 즉 가짜 플라스틱으로 넘쳐났던 공간을 넘어, 이제 사랑스러운 여인도, 엄마도 플라스틱적인 열정으로 바라보고 있다.

“플라스틱 열정은 사랑스러운 여인, 플라스틱 열정은 대리석으로 만든 엄마, 오! 이것이 플라스틱 열정”

큐어(The Cure)의 ‘플라스틱 열정(Plastic Passion)’ 중에서

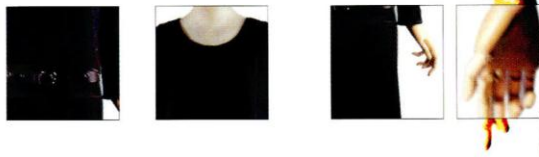
소각하면 악취와 함께 다이옥신을 배출하는 플라스틱. 썩지도 않고 몇 만 년 동안 그 자태와 색상을 유지하는 플라스틱. 그래서 우리에게 디스토피적 상상력을 자극하는 플라스틱. 그러나 이제 플라스틱은 그 우울한 비전에서 벗어나 무엇보다도 발랄하고 무엇보다 사랑스러운 사물로 다시 태어나고 있다. 흙을 그리워하지 않는 세대, 풀 내음보다 아스팔트 내음에서 안심을 느끼는 세대. 번쩍거리는 철의 폭력이 난무하던 시대를 지나 유치하게 반짝거리는 플라스틱의 유희로 가득찬 시대를, 이 새로운 세대가 열어갈 수 있을 것인가. **PI**

글=김형진 > 객원기자

3rd element **fabric**

소재를 통해 미래지향적 테크놀로지를 표현해 낸 프라다 가방

샤넬의 '저지'로 만든 '리틀 블랙 드레스'...1926¹



계절이 바뀔 때마다 옷장을 뒤지게 된다. 옷장에 옷이 많아도 종종 새 옷을 장만하는 이유는 물론 '패션' 탓이다. 끊임없이 변화하는 속성을 가진 패션은 스타일, 색상, 소재 등의 요소들로 항상 새로움을 추구해간다. 흥미로운 것은 이 변화의 요소들 중에 스타일은 가장 제한적이라는 사실이다. 왜냐하면 패션 스타일은 기본적으로 인체의 형태와 동작을 전제해야 하기 때문이다. 그래서 들고 도는 패션 스타일은 과거를 참조하면서 문화적 의미의 커를 더해간다.

요즘 복고된 1970년대의 보헤미안 히피스타일은 30여년 전 입던 옷을 소환하게 한다. 그러나 변화된 체형 탓도 있지만 어쩔지 싯트 입고 나설 수 없게 만드는 중요한 요인이 있다. 이는 주로 소재, 즉 옷감의 문제다. 유사한 디자인이라도 옷감의 차이는 전혀 다른 느낌을 주기 때문이다. 그래서 오늘날 패션디자이너는 종종 '소재의 전쟁'이라고 표현되곤 한다. 실례로, 지난 세기말 금부상한 이탈리아 디자이너 미우치아 프라다의 성공신화를 보자. 치열했던 패션계 각축전에서 그녀의 승리는 '프라다 원단' 으로부터 불린 하이테크적인 옷감 덕택이 아니었던가. 프라다의 옷감 선택은 21세기를 디지털 문명의 시대로 낙관하면서 미래 지향적 테크놀로지를 표현하는 데 적중했던 것이다.

이렇듯 패션디자이너

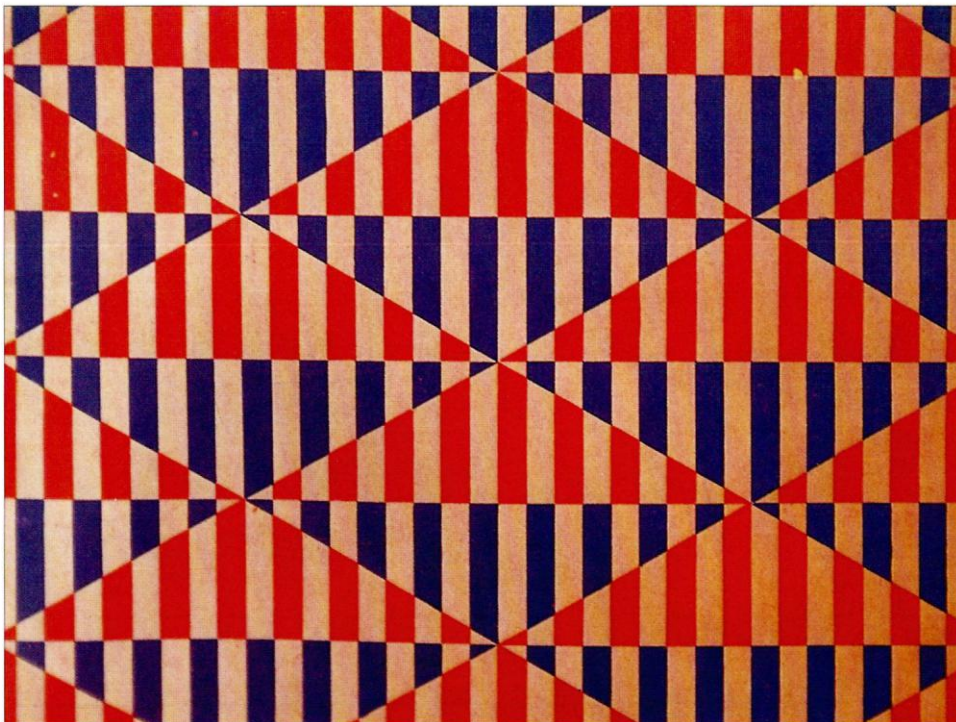
글=김성복 > <디자인 문화비평> 공동 편집인, 한성대 예술대 교수

들에게 옷감은 새로운 문화의 감수성을 표현하고 디자인의 혁신을 초래하는 중요한 도구가 되어왔다. 패션사 역시 새로운 옷감의 개발과 함께 등장해온 혁신적인 디자인으로 이를 입증해 준다. 이는 옷감이 형식적 표현력과 문화적 상징성을 통해 패션디자인에 중요한 어휘를 제공해주기 때문이다. 엄밀히 말해, 20세기 패션디자인의 혁신은 새로운 이념과 조형언어를 표현한 옷감 디자인으로부터 시작되었다고 할 수 있다.

20세기초 이탈리아의 미래파 예술가들은 기계에 의한 힘과 속도가 지배하는 신세계를 전망했다. 따라서 그들은 현대 물질문명의 표명으로써 역동적인 비대칭과 사선의 기하학적 조형성을 회화, 조각, 타이포그래피뿐만 아니라 옷감 디자인에도 표현했다. 특히 화가 자코모 발라는 그의 회화에서 추구한 역동성을 옷감과 패션디자인에 반영했다. 이로써 패션은 장식적인 구시대적 스타일에서 벗어나 단순 기하학적인 형태로 현대 패션의 미학적 기준을 마련할 수 있었다. 그러나 이는 패션 소재의 물성과 함께 이뤄진 변화라기보다는 단지 시각적 이미지의 변화에 의존한 것이라 할 수 있다. 1920년대 입체파 회화에서 영감을 받은 소니아 딜러니의 추상적인 문양의 옷감이나 러시아 구성주의 화가 포포바와 스테파노바의 동적인 기하학적 문양의 옷감, 1960년대 히피문화를 표현한 패션디자이너 에밀리오 푸치의 사이키델릭 문양의 옷감도 이 부류에 속한다.

반면 소재의 물성을 문화적으로 해석한 경우는 20세기를 대표하는 패션디자이너 가브리엘 샤넬에게서 찾아 볼 수 있다. 지난 세기 초 도래할 시대를 기계 물질문명으로 파악한 그녀는 1920년대 날씬한 여성상과 기계미학을 표현하는 소재를 발굴하고 적용하는 데 성공했다. 그것은 '저지(jersey)' 라는 옷감으로, 원래 남성 내복을 만들던 값싸고 신축성이 많은 단순한 소재였다. 그러나 샤넬은 이를 해방된 신여성에게 활동성과 기능성을 주고 대량생산을 가능케하는 당시의 시대정신에 가장 잘 부합하는 획기적인 옷감으로 재해석하고 변신시켰다. 그 결과 저지로 만든 그녀의 '리틀 블랙 드레스'는 꾸준히 사랑받는 20세기 패션문화의 전형이 되었다.

포포바의 기하학적 옷감 디자인...1923/24 ²

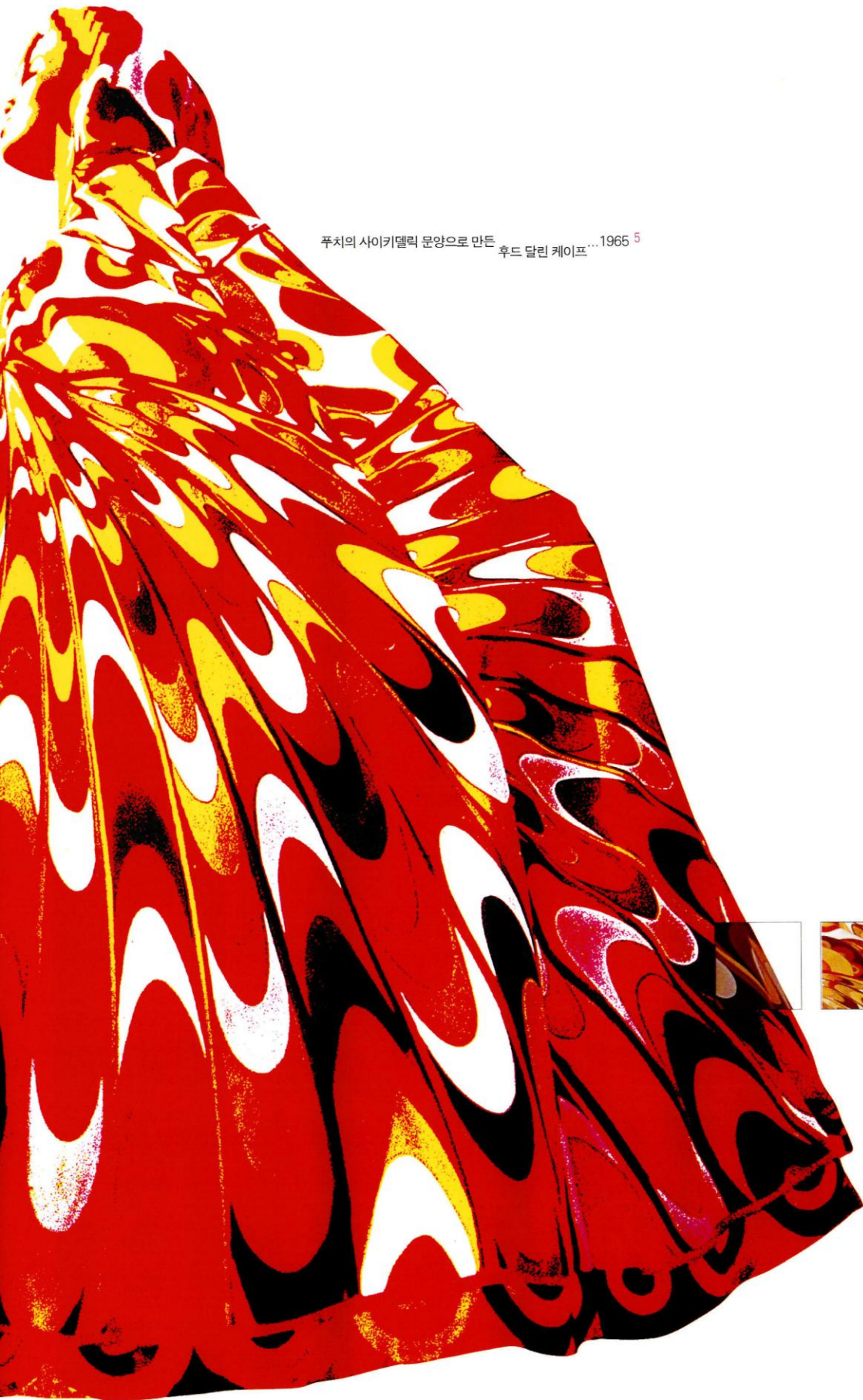


발라의 남성 슈트 스케치, 1914 ³



딜러니와 그녀의 추상적인 옷감 디자인들 ⁴





푸치의 사이키델릭 문양으로 만든 후드 달린 케이프...1965 ⁵



한편 19세기부터 시작된 섬유과학 기술은 기존 천연소재의 단점을 보완할 뿐만 아니라 전혀 새로운 옷감을 개발해왔다. 견직물을 모방한 '레이온(rayon)'이나 '나일론(lylon)', 신축성을 보완해주는 '라텍스(Latex)'나 '라이크라(Lycra)' 등의 신소재는 과거 소재가 표현해온 패션디자인의 범위를 엄청나게 확장시켰다. 예를 들어, '로도판(Rhodophane)'은 1930년대 아방가르드 패션디자이너 엘사 스키타파렐리의 드레스 소재가 되었다. 이는 셀로판과 다른 합성섬유의 혼합물로 얇게 비치는 신소재로, 이를 사용한 스키타파렐리의 케이프는 착용자를 유령처럼 신비스럽게 만들었다. 이는 신비로운 환영을 추구했던 당시 예술사조인 초현실주의를 반영한 획기적인 패션이었다. 여기서 우리는 발명에 대한 스키타파렐리의 독창적 감각과 소재를 개발하고 실험하는 예술가적 태도를 발견할 수 있다. 그녀는 디자인을 기술이기보다는 예술로 간주함으로써, 예술과 패션간의 장벽을 없애 선두적 디자이너였다. 그녀는 다양한 비전통적 신소재를 패션에 접목시켜 예술적 감수성을 디자인에 표현하는 데 기여했다.

오늘날 신소재 '라이크라'의 신화는 지난 세기말 '스포츠의 일상화'가 낳은 결과다. 현대인들은 20세기 내내 증폭되어온 스포츠에 대한 열광으로 신체의 노출과 함께 탄력있는 몸매를 가꿔왔다. 1980년대 절정에 이른 스포츠의 열풍은 기능적이며 멋진 몸매를 과시해주는 바디 컨서스한 드레스의 유행을 이끌었다. 이때 탄성과 광택이 특징인 라이크라라는 활동성과 기능성을 극대화하면서 역동적인 인체미와 자유를 표현하는 데 최적의 옷감으로 부각된 것이다. 라이크라 없이는 불가능했을 아제디 알라리아의 몸에 딱 달라붙는 혁신적인 드레스는 당시 문화를 극적으로 표현해주었다. 이제 라이크라는 헬스클럽의 운동복과 일상복뿐만 아니라 파티복에까지 광범위하게 사용되면서 현대 스포츠 문화를 상징하는 패션 소재로 자리잡았다.

물론 저지처럼 전통적인 패션 소재도 시대의 변화에 따라 재해석되어 새로운 문화를 훌륭히 표현해준다. 예를 들어, 견고한 실용성 때문에 하류층 노동자의 소재로 사용되던 가죽이나 진은 1950년대 영화배우 제임스 딘과 말론 브란도에 의해 젊음의 유니폼이 되었다. 이로써 이들은 젊음과 반항의 상징을 가진 새로운 소재로 거듭난 것이다. 그러나 1970년대 환경에 대한 관심으로 부활된 자연주의는 민속풍을 유행시켜, 진은 다시 낡고 바랜 반문화적 거친 이미지로 변화되었다. 또한 70년대 문화적 키워드의 하나였던 노스텔지어는 로라 애실리의 19세기말 소박한 면 프린트와 랄프 로렌의 서부개척시대 '칼리코(calico)'나 '깁검(gingham)' 같은 전통적인 소재로 표현되었다. 당시 이브 생 로랑 같은 하이패션 디자이너들도 '트weed(tweed)', '크레이프(crepe)', '가버딘(gabardine)' 등을 사용해 클래식한 레트로 스타일을 표현하여 오랜 역사 속에 형성된 옷감의 문화적 의미가 여전히 유효함을 입증했다.

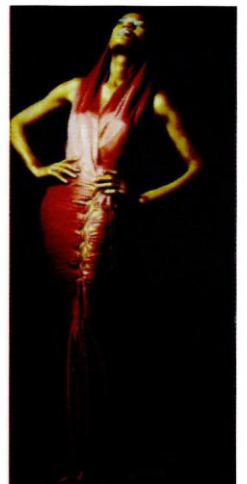
위에서 살펴보았듯이, 패션디자인 진화의 결정적인 순간에는 반드시 옷감의 혁신과 개발이 우선했음을 알 수 있다. 프랑스의 기호학자 롤랑 바르트는 의복을 일컬어 착용자를 읽게 해주는 '사인 시스템'이라고 주장했다. 여기에서 우리는 이 사인을 구성하는 중요한 의미 체계가 의복의 소재인 옷감임을 강조할 필요가 있다. 이는 옷감이 한 시대의 기술과 예술이 종합된 한 문화의 집약체이며, 패션을 예술로 직조하는 가장 구체적인 매체이기 때문이다.

그러나 기계화된 최초의 산업이며 산업혁명을 주도한 옷감생산이 현대적 대량생산 시스템으로 표준화되면서 옷감의 문화적 의미는 퇴색해버렸다. 2차 대전 이후 이에 대한 반성이 현대 문명에 대한 회의와 같이 대두되면서 섬유예술의 등장 배경이 되었다. 게다가 1980년대 포스트모더니즘은 모든 디자인 영역에 다원주의, 역사주의와 장식의 부활을 유도했다. 이로써 흥미로운 소재가 실험적 정신과 공예 기법으로 다시 개발되기 시작한 것이다. 이제 패션디자이너들은 최첨단 기술뿐만 아니라 전통적 공예 기법을 활용해 독창적인 신소재를 개발해야 한다. 그들은 풍성한 '소재의 어휘'로 패션을 디자인할 때 21세기 예술문화 생산자로 기억될 것이다. 또한 소비자는 옷감의 문화적 상징성과 의미를 이해하고 패션을 선택함으로써 자신을 표현하는 시각 언어를 유창하게 구사하는 문화의 주체가 되어야 할 것이다. **Fa**

스키타파렐리의 '로도판'으로 만든 케이프...1934⁶



알라리아의 '라이크라' 드레스를 입은 모델 그레이스 존스...1985⁷



1 Richard Martin & Herold Koda, 1995, Haute Couture, New York: Metropolitan Museum of Art, p26.

2 Lidya Zaletova & others, Revolutionary Costume, New York: Rizzoli, p93.

3 Germano Celant, 1996, Art/Fashion, Milan: Skira editore, p118.

4 Jacques Darmase, 1991 Sonia Delaunay, New York: Harry N. Abrams, p168.

5 Shirley Kennedy, 1991, Pucci, New York: Abbeville, p105.

6 Palmer White, 1986, Elsa Schiaparelli, New York: Rizzoli, p127.

7 Pamela Golbin, 1999, Fashion Designers, New York: Watson-Guptill, p19.

100%

면의 혁명,

티

셔

츠

3rd element fabric



체 게바라 티셔츠... 티셔츠에 새겨진 메시지는 그것이 비록 정치적이거나 할지라도 패션이란 자신의 본분을 잊지 않는다.

티셔츠는 절대로 유행을 타지 않는 기본적인 패션 아이템이 되었다. 아니, 오히려 티셔츠는 이미 패션을 넘어서 있다.

Elle

당신의 옷장을 열어보라. 그곳에는 틀림없이 몇 벌의 티셔츠가 납작하게 개어져 있을 것이다. T자 모양으로 재단된 면 조각, 사람의 상체를 그대로 빼닮은 이 단순한 옷이 전 세계적인 패션 아이템으로 자리잡은지 이제 반세기 가량이 지났다. 오늘날 티셔츠는 일년에 2억 벌이 팔리는, 가장 보편적이고 동시에 가장 신화적인 사물이 되었다.

글=김형진 > 객원기자

티셔츠는 19세기 말, 미 해군의 속옷으로 등장하였다. 하얀 면으로 만들어진 티셔츠는 신축력이 뛰어났고, 무엇보다 위생적인 느낌을 주었다. 위생상의 필요로 만들어진 이 기묘한 옷이 하나의 패션으로 자리매김하기까지는 약 반세기의 시간을 더 기다려야 했다. 2차 대전을 승리로 이끈 미군들이 입고 있던 티셔츠는 그들의 사진과 함께 전해지면서 하나의 영웅으로 떠오르게 되었다. 2차 대전 당시 미군용 티셔츠를 제작했던 Roebuck and Co. 회사는 티셔츠의 다른 가능성을 발 빠르게 알아차렸고, 곧 다음과 같은 광고 문구를 만들어내었다: “당신만의 개인용 티셔츠를 갖기 위해 꼭 군인이 될 필요는 없습니다.”

그러나 그것만으로는 부족했다. 티셔츠가 20세기 최고의 패션 아이템으로 자리잡기 위해서는 좀더 자극적인 촉매를 필요로 했다. 그리고 누구보다도 섹시했던 두 남자, 마론 브란도와 제임스 딘보다 제격인 사람은 없었다. 1953년의 영화 <The Wild One>에서의 마론 브란도와 1955년의 영화 <이유없는 반항(Rebel Without a Cause)>에서의 제임스 딘은 각각 속옷처럼 몸에 달라붙는 옷, 티셔츠를 입고 나와 기성사회 질서를 조롱했고, 이 제스처는 불만에 가득찬 전후 세대의 감성을 폭발시켰다. 젊은이들은 이 하얀 속옷을 입고 거리낌없이 거리를 활보하였고, 그것은 그 자체로 부모 세대에 대한 통렬한 야유가 되었다. 자유 민주주의를 수호하기 위해 디자인된 옷이 바야흐로 그 질서에 대한 조롱의 상징으로 변화하고 있었던 것이다.

히피의 시대였던 60년대와 펑크의 시대였던 70년대를 거치면서 티셔츠는 단순한 패션이 아닌, 불만에 가득찬 젊은이들의 집단적인 정체성을 가장 적절히 드러내는 매체로 자리잡아 갔다. 티셔츠의 앞면과 뒷면은 그들의 메시지를 전달하는 캔버스와 같았다. 하얗기만 했던 티셔츠에는 몽환적인 나염과 직설적인 구호가 가득차게 되었다. 티셔츠는 발언권을 제한당한 청년들의 목소리와 얼굴이 되어주었다.

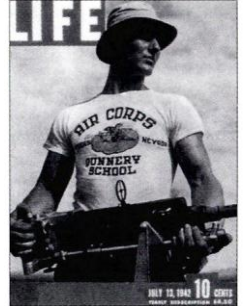
그러나 티셔츠가 부여한 자기 표현의 공간은 태생적으로 제한적인 것일 수밖에 없었다. 그것들은 극히 개인적인 사물임과 동시에 대량 생산품이기도 했던 것이다. 히피와 펑크들은 완전한 무정부주의를 노래하기에 앞서 소비자가 되어야만 했다. 젊은이들에게 저항의 아이콘을 제공했던 패션디자이너들(예를 들어 비비안 웨스트우드와 같은)은 점차 거대한 패션 산업의 일부로 편입되었다. 이와 동시에 티셔츠 따위에는 관심도 없던 메이저 패션 회사들은 발 빠르게 거리의 스타일을 자신들의 아이템으로 편입시켜 갔다. 100% 면으로만 제작되던 티셔츠는 이제 고급 소재인 실크나 라이크라와 같은 신소재로 만들어지기 시작했고, 히피와 펑크 스타일, 그리고 곧 이어 등장한 힙합 스타일은 샌프란시스코와 런던, 브루클린을 넘어 세계 어디에서도 찾아볼 수 있는 최신 유행이 되어갔다.

가장 개인적이면서도 가장 대중적인 패션. 이렇게 티셔츠는 민주적이고 개성적인 특성과 지극히 상업적이고 대량적인 성격을 동시에 지니고 발전해나갔다. 장 보드리야르가 “모든 구매과정은 개인의 개성과 제품의 개성 사이의 상호작용”이라고 지적했을 때, 그것에 가장 걸맞는 예로 우리는 티셔츠를 꼽을 수 있을 것이다. 그리고 자유와 질서사이의 이러한 묘한 긴장이 티셔츠를 다른 어떤 것보다 매력적인 패션 아이템으로 만들어주고 있는 것이다. 자본주의 상품 질서에 포획당하긴 하되 완전히 사로잡히지는 않는 것, 언제나 거리의 스타일이 브랜드 스타일을 앞서가 는 것, 그것이 티셔츠인 것이다.

앤디 워홀은 코카 콜라를 현대 자본주의가 만들어낸 가장 민주적인 사물이라고 칭한 바 있다. 이와 유사하게 티셔츠야말로 현대 자본주의가 만들어낸 가장 개성적인 사물이라고 말할 수 있을 것이다. 오늘도 아이들은 너무 크거나 너무 작은 티셔츠를 입고 거리를 활보하고 있다. 그 제한된 가능성 속에서 아이들은 최대한의 개성을 드러내려 애쓰고 있다. 그 소중한 시도의 한가운데에 티셔츠가 있는 것이다. **Fa**

자료제공 : 티셔츠행동당

2차 대전 중인 1942년 7월 <라이프>지 표지



아나키즘에 대한 글이 빼곡히 적혀있는 티셔츠...티셔츠행동당



몽환적인 분위기로 염색된 티셔츠



때수건도 때론 개성을 나타내는 훌륭한 아이템이다...티셔츠행동당



100%
COTTON

3rd element fabric



청바지는 우리에게 가장 친숙한 의복 중의 하나이다. 의류제품 중 단품으로는 가장 큰 매출을 올리고 있다고 해도 과언이 아닐 정도로 청바지는 우리 삶 속에 깊이 침투해 있다. 그렇다면 무엇이 청바지를 이토록 인기있는 아이템으로 만든 것일까?

무엇보다 청바지의 특징은 '데님'이라는 소재의 독특함에 기인한다. 데님의 기원은 1853년 골드러시 시절, 미국에서 상인 리바이 스트라우스(Levi Strauss)가 금광을 캐는 노동자들의 작업복을 만들게 되면서부터이다. 프랑스 남(Nimes)지방에서 수입한 세르쥬 데 남(Serge de Nimes)이라는 내구성이 강한 소재는 미국에서 데님이라 불리며 청바지를 만드는 데 사용되기 시작하였는데, 리바이 스트라우스가 이를 값이 저렴하면서 오래가는 인디고 염료로 염색하면서 블루진(bluejeans)이라 명명되기 시작하였다.

젊음, 반항, 자유의 상징

청바지가 실용적인 노동자의 의복에서 젊음을 표현하는 하나의 코드로 작용하게 된 것은 1950년에 이르러서였다. 1950년대는 패션이 과거의 어느 때보다도 중대한 관심사가 되었던 시기였고, 기성복의 발전과 더불어 젊은이들에 의한 유행이 생기기 시작하였던 시기이기도 하였다. 여기에 영화나 TV 등 대중 매체의 보급에 따라 스타가 탄생하게 되는데, 당시 유명 스타였던 엘비스 프레슬리(Elvis Presley), 제임스 딘(James Dean) 등이 착용하였던 가죽재킷과 청바지 '리바이스 501'이 젊은이들 사이에서 크게 유행되기 시작하였다. 반항적인 스타들의 영화 속 이미지는 지나친 고상함과 권위주의에 대한 불만으로 가득찬 청소년들의 우상이 되기에 충분하였던 것이다. 이 시기에는 리바이스(Levi's), 랭글러(Wrangler), 리(Lee) 등의 브랜드들이 크게 성공함으로써 청바지 브랜드가 유명 기성복 브랜드로 도약할 수 있는 계기가 되었다.

이런 현상은 우리나라에서도 마찬가지였다. 1950년대 후반 서구로부터 도입된 춤이 인기를 끌고 청춘영화가 크게 흥행을 거두기 시작하였는데, 그 당시 대표적인 청춘 영화였던 '맨발의 청춘'에 등장한 트위스트 춤과 청바지는 유행에 민감했던 젊은이들 사이에서 유행하기 시작하였다. 청바지의 도입 이후, 본격적으로 청바지의 착용이 보편화되기 시작한 것은 1970년대에 들어서면서였다. 독재적 유신정권에 대한 반항과 자유와 순수, 낭만에 대한 젊은이들의 욕구는 청년 문화라 불리는 '통기타 문화'를 통해서 분출될 수 있었다. 통기타 가수들이 즐겨 입었던 청바지는 생맥주와 함께 청년 문화의 상징이 되었고, 청바지는 대학생이라면 누구나 한 벌쯤 갖추었을 만한 필수 아이템이 되었다.

고급스러운 쿠티르진의 출현

1970년대에는 경제적으로 여유 있는 진 착용자가 증가함에 따라 '잘 재단된' 디자이너 진이 만들어졌다. 착용자의 신체에 딱 맞도록, 어울리도록 특별히 재단된 이런 값비싼 진은 디자이너의 서명이 있는 로고를 부착하여 더욱 호사스러웠고, 이런 디자이너 진의 가격은 당시 선도 브랜드였던 리바이스보다 50%나 더 비싼 가격에도 불구하고 잘 팔려나갔다. 하위계급의 전유물이었던 청바지가 고급 쿠티르 아이템으로 발돋움하는 순간이었다. 정교하게 재단되었다는 구성적인 특징을 가진, 디자이너의 로고나 서명이 선명하게 달려 있는 고급 청바지는 이때부터 꾸준한 매출을 보이면서 성장을 거듭하였다. 몇 년 전부터는 럭셔리 트렌드와 함께 비즈(beads), 자수 등 수공예적인 디테일이 가미되어 이전과는 전혀 색다른 화려한 청바지가 등장하기에 이르렀다. 예복이나 드레스 등에는 사용되던 비즈나 자수 등의 장식을 응용함으로써 청바지를 이제 더 이상 캐주얼 아이템만이 아닌 정장용으로까지 착용하는 시대가 된 것이다.

성적 매력의 함축적 표현

원래 청바지가 젊은이들의 인기를 누릴 수 있었던 가장 큰 요인중의 하나는 청바지가 유니섹스 패션이라는 것이었다. 성별에 구애받지 않고 누구나 입을 수 있는 청바지는 '유니섹스'라는 이미지로 더욱 젊은이들의 호응과 관심을 얻을 수 있었다. 후에 유니섹스를 상징하였던 청바지는 그 자체로 성적인 매력의 표상으로 전환될 수 있었는데, 이를 이용하여 도발적인 청바지 광고를 하였던 효시는 캘빈 클라인(Calvin Klein)이었다. 디자이너 진의 탄생에 선구자적인 역할을 했던 캘빈 클라인은 당시 미성년이었던 여배우 브룩 실즈를 내세워 "나와 내 캘빈 사이에는 아무것도 없어요."라고 속삭이는 도발적인 광고를 만들었다. 이 원색적인 광고는 한편으로 비난을 받았지만 디자이너 진이 도약할 수 있는 기폭제로 작용하였다. 이런 도발적이고 과격적인 청바지 광고가 계속 성공적인 매출을 가져오게 되자, 디자이너 진 브랜드의 대부분이 이런 광고를 모색하게 되었고, 섹시하고 도발적인 청바지 이미지는 일부 진 브랜드 광고의 표본이 되어 매우 특징적인 청바지 시장이 만들어지게 되었다.

청바지가 등장한 이래로, 청바지의 수요는 계속 증가해왔고, 데님으로 만들어진 다양한 아이템들이 패션 시장의 큰 부분을 차지하고 있는 것이 요즘의 추세이다. 청바지 브랜드에서만뿐만 아니라, 여성복, 남성복, 아동복 브랜드 등 거의 모든 브랜드에서 데님 아이템이 큰 부분을 차지하고 있는 것을 볼 수 있을 정도이다. 또한 전통적인 형태의 청바지뿐 아니라, 여러 가지 워싱 등의 가공을 첨가하고, 다양한 디자인의 변화를 이용하여 색다르고 더욱 패셔너블한 데님 아이템들이 증가하고 있다는 것도 이를 반영하는 추세일 것이다. 이는 단지 청바지가 캐주얼하고 실용적이라는 전통적인 관념만으로는 설명할 수 없는 현상이다. 청바지는 단지 바지의 일종이 아니라, 다양한 시대와 문화를 거쳐 응집되어, 매우 복합적인 의미를 지닌 시대적 또는 문화적 코드로 우리 곁에 다가와 있다. Fa

자료제공 : 리바이스 코리아

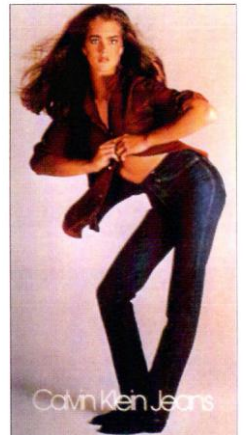
글=왕지연 > 패션 저널리스트

프랑스 학생 시위 현장

대부분의 학생들이 청바지를 착용한 것을 볼 수 있다...1973



브룩 실즈를 내세운 캘빈 클라인의 광고...1978

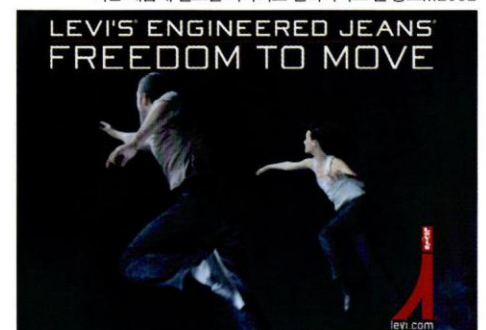


록스타 엘비스 프레슬리의 딸 리사 마리 프레슬리를 이용한

베르사체 쿠티르진 광고... 1996



최근 새롭게 선보인 리바이스 엔지니어드 진 광고...2002



패브릭(fabric)이란 '섬유로 이루어진 모든 구조물들을 일컫는 총칭어'로 '짜맞추다(fabricate)'와 '짓다(build)'의 합성어인 패브리케어(fabricare)에서 나온 용어이다. 또 텍스타일이란 패브릭이 직물 또는 천의 형태로 이루어지기 위해 기본 단위인 섬유, 실로 제직 편성되어진 결과물, 즉 '섬유' 또는 '직물'을 뜻하는 말이다. 섬유원료에서 비롯된 실, 천(피륙), 그리고 천의 염색 가공까지의 공정들이 모두 텍스타일 산업에 속해 있으며, 이 분야에 관련되어 생산된 제품들을 텍스타일 제품이라고 한다. 따라서 텍스타일 디자인이란 이와 같은 텍스타일 제품을 생산하는 과정에서 미와 패션을 창조하고 표현하기 위한 디자인을 말한다. 말하자면 직물 또는 편물의 조직과 표면에 여러가지 무늬와 색상을 부여하여 보다 아름답고 창조적인 제품으로 생산함으로써, 완성된 봉제제품의 품질과 부가가치를 높이기 위한 작업이 바로 텍스타일 디자인이라 할 수 있다.

텍스타일 디자인의 필요성은 18세기말에서 19세기에 걸쳐 일어난 상업혁명으로 직조기, 방직기, 날염기 등의 기계가 발명되면서부터 대두되기 시작하였다. 기계화는 섬유산업을 대량생산 체제로 전환시켰으며, 대량생산으로 인한 공급과잉은 판매를 위한 치열한 경쟁을 유발시켰다. 판매경쟁이 치열하게 됨에 따라 섬유제품의 디자인이 중시되었고, 이러한 사회적 여건으로 인하여 수공업은 점차 쇠퇴하게 되었다. 즉 자유경쟁 시장체제 하에서 제품의 가치를 인정받기 위한 미적인 요소를 기본으로 한 생산적/상업적 텍스타일 디자인이 중요해진 것이다. 우리나라의 경우 1960,70년대에 걸쳐 이루어진 근대화와 산업화로 서구식 주거양식이 보급되고 서구식 복장 착용이 늘어남에 따라 실내 인테리어용, 침구용, 장신구용 등 전 분야에 걸쳐 급격한 변화가 일어났다. 과거 한옥에서는 그다지 유용하지 않았으나 아파트와 같은 현대 서구식 주거공간을 장식하는 인테리어용품과 침구용품의 경우 특히 변화의 폭이 매우 크다. 예컨대 바닥에는 카펫을 깔고 창에는 커튼을 친다거나, 바닥에 깔았다가 개어두는 요와 이불에서 불박이로 공간을 점유하는 침대를 사용하거나 그 위를 덮거나 씌우는 침대보와 시트커버를 필요로 하는 등 공간개념의 변모가 급속도로 진행된 것이다. 한편 서구식 복장의 착용은 남성용품으로서 넥타이가, 여성용으로는 스카프와 머플러 등을 비롯한 섬유소재의 장식품목이 다양하고 고급화되는 추세에 이르고 있다.

텍스타일 디자인에서 소비자 측면의 기대효과가 패션의 질적 향상과 다변화, 개인의 취향에 의한 개성적 이미지 연출과 아름답고 풍요로운 의생활 및 실내환경의 조성이라면, 산업적 측면의 기대효과는 수출증대 및 부가가치 극대화, 유행의 변화에 따른 수요 창출과 소비자의 패션 욕구 충족을 목적으로 하여야 한다. 이를 위해 실제로 고부가가치의 텍스타일 제품이 만들어지기 위해서는 날염뿐만 아니라 선염, 편물, 직조 및 자수 디자인이 다양하고 고르게 발전되어야 하며, 아울러 창조적인 예술성을 제품으로 실현시켜 나아갈 때 소비자의 기호에도 부합할 수 있을 것이다.

오늘날의 섬유산업은 국민소득의 증대, 가치 의식의 다변화, 생활감각의 국제화, 정보화 등 유동하는 사회환경 하에서 새로운 마케팅 시대에 돌입하였다. 과거의 섬유산업은 값싼 노동력에 의존하는 양적 확대에 치중했지만 이제는 국내적으로는 인건비가 상승하고 수입에 의존하여 원자재 값이 폭등한 데다가 대외적으로는 선진국의 보호 무역주의 정책과 후발 개발도상국들의 추격을 받으며 수출여건이 악화되는 대외적인 어려움에 직면하게 되었다. 여기에 수요층의 미적 취향이 고급화되는 세계적 추세는 디자인이 우수한 다품종 소량생산이라는 질적 고부가가치로 전환해야 하는 국면에 접어들었다. 이를 위해 21C의 텍스타일 디자인은 정보화, 전문화, 고도화, 다양화된 소비자의 잠재적 욕구를 충족시키는 감성적 아름다움으로 표현되어야 한다. 삶의 질이 풍요로워짐에 따라 이제는 추우면 입고 더우면 벗는 단순한 기능중심에서 패션 즉 색상, 디자인 등 유행을 강조하는 개성중심으로 변하고 있다. 다시 말해서 인간과 가장 밀접한 생활문화산업으로 변하고 있는 것이다. 미래의 텍스타일 디자인이 물질, 즉 소재에서 '격'의 값을 얻어내는 가치 창출행위를 뜻한다면, 이제 직물에 표현되는 패턴(pattern)의 한계를 뛰어넘어 섬유소재의 본질적 물성의 변화에서 가져오는 현상까지를 창의적 텍스타일 디자인으로 보아야 한다. 이제는 섬유소재의 표현 그 자체가 하나의 텍스타일 디자인적 표현으로 나타나고 있는 것이다. 소재가 디자인을 규정하는 21세기의 텍스타일 디자인은 먼저 창의성을 바탕으로 한 감성디자인의 유기적 신소재개발의 혁신을 요구하고 있다. **Fa**

글=장남용 > 청강문화산업대학 표면장식디자인과

투명한, 비밀스러운, 깨지기 쉬운, 고급스러운, 날카로운, 깨끗한, 밝은, 얇은, 응축된, 평면적인, 가로지르는, 금지된, 동경하는, 무색무취, 슬픈, 흐릿한, 흠결귀, 비치는, 복제하는, 허구의, 불안한, 뒤바뀐, 끌어들이는, 이종의, 내면의, 잠재적인, 격리하는, 소름끼치는

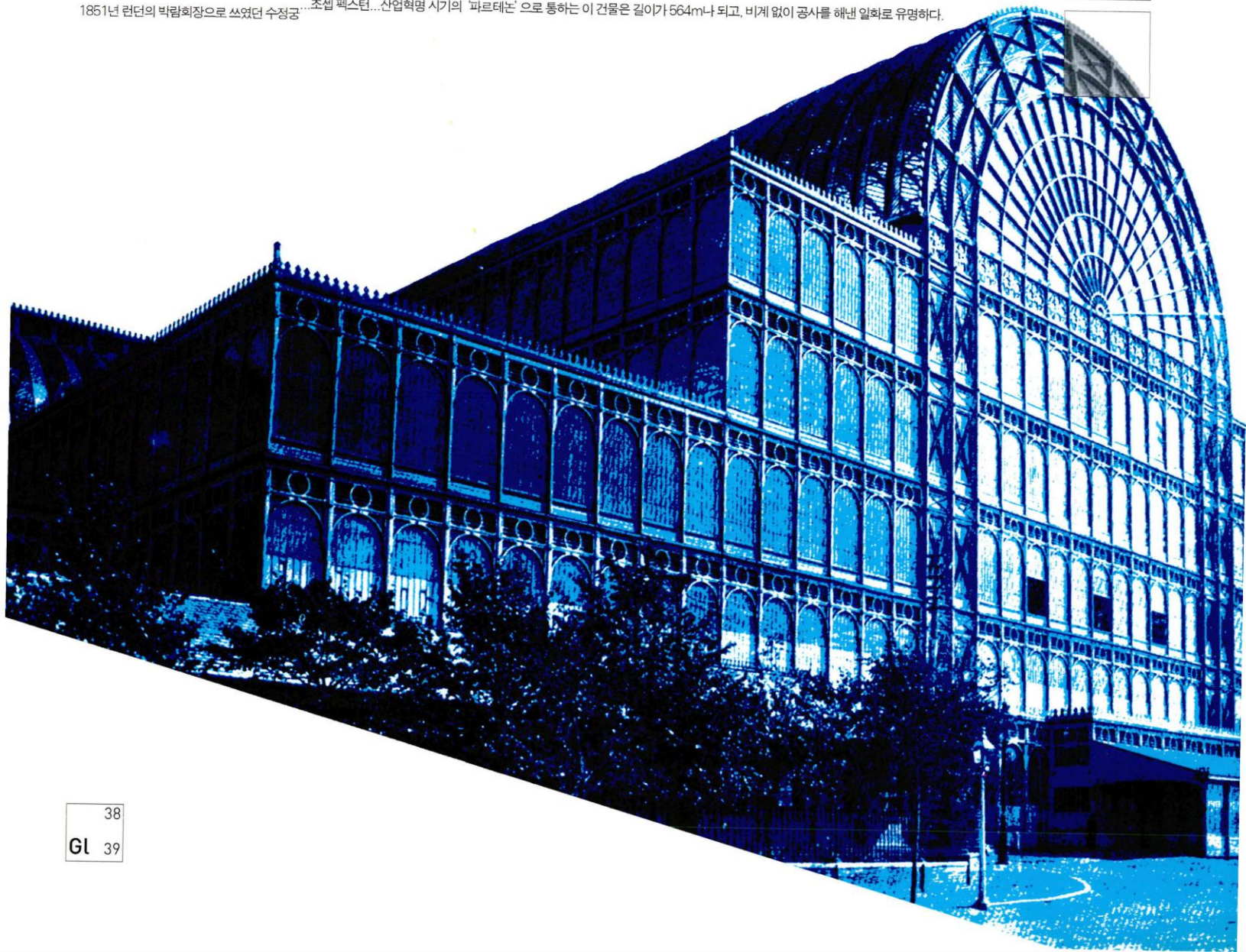
투명한, 비밀스러운, 깨지기 쉬운, 고급스러운, 날카로운, 깨끗한, 밝은, 얇은, 응축된, 평면적인, 가로지르는, 금지된, 동경하는, 무색무취, 슬픈, 흐릿한, 흠결귀, 비치는, 복제하는, 허구의, 불안한, 뒤바뀐, 끌어들이는, 이종의, 내면의, 잠재적인, 격리하는, 소름끼치는

4th element

GLASS

4th element glass

1851년 런던의 박람회장으로 쓰였던 수정궁...조셉 파스틴...산업혁명 시기의 '파르테논'으로 통하는 이 건물은 길이가 564m나 되고, 비계 없이 공사를 해낸 일화로 유명하다.



새로운 것은 혁명으로부터 비롯되는 것이라 해도 과언이 아니다. 혁명은 정치적, 군사적 혁명도 있지만 여러 방면의 혁명도 있다. 예컨대 이 시대 자본주의 사회의 서막을 알리며 생산수단은 물론 일상의 생활, 문화, 과학 등 분야에 영향을 고루 미친 결과를 낳았던 일대 사건, 산업혁명이 바로 그러하다. 건축의 역사 역시 혁명의 역사와 함께 한다. 혹자는 이 사건을 폄하하기도 하지만 건축에 관한 한 이 사건은 이후 변화 판도의 가장 확실한 동인을 지니고 있었던 것으로 풀이된다. 우선 산업혁명은 익히 알려진 대로 우리에게 일상이 지녀왔던 여러 상식적 관행을 무너뜨리고 새 세상을 알리는 중요한 변화의 축을 그려간다. 가장 먼저 보인 변화는 이름에서도 드러나듯 산업 전반에 걸친 변화이다. 수단과 기술과 방법이 이로 인해 변화를 맞게 되고 건축의 생산과정 역시 이 산업혁명의 시대적 변화 앞에서 그 영향권을 벗어날 수 없었다.

건축에서 가장 큰 변화는 무엇보다 건물의 무게감을 줄인 데 있다. 그것은 단순히 물리적인 변화만을 뜻하지 않고 건축조형(造營) 방식의 일대 변화를 예고하는 것이었다. 그 대표적인 사건은 1850년대 영국에서 있었던 만국박람회에 거대한 유리건물, 이름하여 '수정궁(Crystal Palace)' 이 지어지면서부터라고 할 수 있다. 이 건물로 해서 건축의 역사는 그 지리한 봉건의 터널을 벗어나 '희망에 찬' 근대를 맞게 된 셈이다. 말하자면 건축조형 방식에 있어 기존의 고전적 전통적 원칙을 깬 새로운 패러다임이 형성되기에 이른 것이다. 그래서 건축물이 세워지려면 반드시 지켜져야 했던 원칙, 예컨대 건물을 지탱하는 기둥에서부터 지켜져야 했던 3단 구조로 대표되는 형태와 구조의 법칙이 무너지고 구조적 장이나 시스템이 자유로워졌다는 것이다. 그 서막이 바로 수정궁의 등장이었다.

글, 사진=이주연 > 〈공간〉 편집주간

수정궁은 당대의 상식과 문화, 기술로서는 획기적인 변화였다. 박람회 전시장으로 임시건물로 지어진 것이기는 하지만 종교건축으로만 보아왔던 거대건물이 새로운 시대와 테크놀러지를 상징하듯 투명한 거대공간, 유리궁전으로 표현되었던 것이다. 조셉 팩스턴이란 건축가의 작품인 이 건축물은 유감스럽게도 박람회가 끝나고 곧 철거되었다. 목적에 따라 이처럼 쉽게 집을 짓고 부술 수 있게 한 것도 건축의 진보 과정의 한 단편이다. 말하자면 건축이 지니고 있었던 과거의 관념이 무너지고 새로운 공법과 재료가 건축을 자유롭게 만들어 가게 된 셈이다. 철을 뼈대로 하고 표피에 유리를 붙인 수정궁의 건축적 조형은 지금 우리 시대에 하이테크 건축이란 이름으로 지어지고 있는 건축물의 원형질과 같은 중요한 구실을 해냈다. 물론 건축 조형의 변화가 공법과 재료만으로 쉽게 가능했던 것은 아니다. 이런 환경을 건축물의 설계작업, 즉 디자인에 여하히 반영하느냐가 관건이다. 그것은 지금도 여전히 우리에게 진행형의 문화적 현상이며 유효한 화두이다. 이런 변화의 힘은 바로 디자인이라는 창발적 감성에서 나오는 것이다.

우리가 건축을 가볍게 하는 데 기여했다면 그것은 단순히 건축 재료로서의 기능보다 공간의 미학적 관점을 확장시킬 수 있는 요소로 작용했음을 의미한다. 건축가들은 그 변화 과정에서 많은 '꿈'을 꾸게 되었다. 그 창발적 상상력이 건축의 역사를 이어온 것이라 해도 과언은 아니다. 특히 오늘날의 대형 고층 오피스, 그것도 유리건축의 특징을 가장 잘 드러낸 '유리 마천루(skyscraper)'를 설계한 건축가 미스 반 데 로에의 건축적 상상력은 기계미학적 감성을 디자인에 적용한 예에 속한다. 당시로서는 획기적인 제안이었던 이 구상은 지금 시대의 건축이라고 불려도 좋을 만큼 탄탄한 구성을 보여준다. 이 작업은 실현되지는 않았지만 유리의 '혁명적 지위' 변화를 알리는 단서이기도 했다. 이른바 고층 건축 유형은 바로 미스 반 데 로에의 건축적 상상력이 바탕을 이루고 있음은 물론이다.

이처럼 유리는 건축조형의 변화 과정에서 중요한 변수를 제공해왔다. 그것은 이 재료가 지닌 특성과 무관하지 않다. 유리는 과거에는 창이나 문의 장식재 등으로 건물의 한정된 부위에만 쓰이던 재료였다. 일반적으로 깨어지기 쉬운 유리의 성질을 견고한 성질로 변화시키는 테크놀러지가 시간의 흐름에 따라 개입되면서 요즘은 인테리어의 장식적 제스처나 외부로 감싸는 표피로서 외장재가 아니라 실제 구조적인 힘을 지탱하는 기둥 역할을 충분히 해낼 수 있는 강한 유리까지 개발되어 건축공간의 표현수단의 폭을 더욱 넓히고 있다.

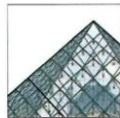
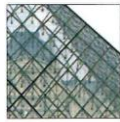
최근에는 10여 층 규모의 건물을 모두 유리블록만으로 외부를 감싸 지은 건물도 등장했다. 이런 조형적 접근으로 해서 건물은 기술적으로 몇 가지 중요한 성과를 이루고 있다. 유리의 투명성을 블록을 써서 번안한 조형성이 돋보이는 이 건물은 낮에는 자연광이 은은하게 내부로 들어와 아늑한 실내 분위기를 만들어 주며, 밤에는 실내 조명이 유리블록을 통과해 밖으로 번져 나감으로써 건물전체가 빛을 발하는 커다란 발광체처럼 보이게 해준다. 유리 재료의 쓰임새를 한층 더 다양하게 꾸민 예라 하겠다.

건축의 질적 척도가 디테일에 있다고 극단적으로 표현하는 이들도 있다. 말하자면 형태구성도 공간구성도 입면의 모양새나 구조적인 안정성도 모두 디테일한 부분까지도 섬세하게 장인적 미적 감각을 동원하여 조화롭게 구성하여 건축공간을 안정적으로 활용할 수 있도록 해야 한다는 전제에 디테일한 감각이 따른다는 것이다. 건축기술의 진보를 보여주는 본보기로 삼을 만한 단서가 바로 디테일에 있다는 것인데, 사실 그런 테크놀러지가 적나라하게 드러나는 것이 유리건축이다. 말하자면 투명성을 소재의 성질로 지니고 있기 때문에 그 투명한 성질을 그대로 살리고 다른 재료와 만나 건축적으로 기능과 구조와 안정성에 부합되는 형국을 유지하려면 당연히 공학적으로 기술적으로 정교한 시공성과 미적 감각을 살린 디자인을 지속적으로 개발하고 보편적으로 적용 가능하도록 시스템화 하지 않으면 안 되었다. 이런 과정이 바로 건축설계와 시공의 발전적 진보를 도모하는 계기를 가져다주게 된 것이고, 아울러 건축의 진보를 다루는

미스 반 데 로에가 설계한 유리 마천루 목탄 스케치
현대의 고층 사무소 건축의 모델을 제시해준다.



루브르 박물관 유리 피라미드...이오 밍 페이...고전의 규범에 대비되는 현대의 문명적 코드를 유리 피라미드로 은유하여 표현함으로써 시간성을 대비시키고 있다.



척도가 바로 유리건축의 디테일한 디자인 감각과 기술에 있다는 것을 반영하는 것이라 하겠다. 이제 유리는 건축에서 가장 흔히 선택해 쓸 수 있는 재료인 만큼 그 특성을 살린 디테일한 디자인 방법들을 만들어 나가는 전문적 방침을 통한 건축술의 진보를 전망해 본다.

유리의 성질이 지닌 또 하나의 요소는 투명성이다. 이런 유리의 성질이 공간을 시각적으로 확장시키고 공간의 깊이를 더해주는 효과를 기대할 수 있게 해주었다. 그래서 융통성 있는 공간구성도 가능해졌다. 예컨대 과거 솔리드한 막힌 벽체로만 구성된 방들간의 관계가 유리라는 소재가 도입됨으로써 보다 보이드한 투명한 공간을 연출해낼 수 있게 되었고, 이는 단순히 공간을 투명하게 함을 넘어 내부공간 구조에 변화를 주게 된 것이다. 이런 시각적 공간적 융통성이 강조되면서 방들간의 사회성도 그 공간이 아무리 개인적이라 해도 보다 공적 기능을 갖는 공동체의 문화로 변화해갈 수 있게 되고 사람들간의 커뮤니케이션에도 긍정적으로 작용하고 있다. 투명함은 시각적으로 물리적인 명징성을 드러내는 것이기도 하지만 사회성의 중요한 덕목중의 하나다. 우리 사회가 투명하면 공정하고 정직한 사회가 될 수 있는 것처럼 집 역시 투명하면 정직한 집이 될 수 있다. 그 투명함이 유리의 투명성이 주는 물리적인 성질로 뿐만 아니라 건축을 둘러싼 환경인자들간의 원활한 소통을 통한 삶의 지혜로 옮겨갈 수 있도록 하는 것도 디자인이 감당해야 할 몫이다. **GI**

일본 도쿄포럼 중앙 아트리움...라파엘 비놀리

도쿄역 부근의 복잡한 도시풍경을 명쾌하게 드러내고 있는 이 건물은 중앙 홀의 공간이 시야를 압도한다.



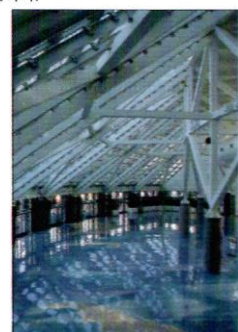
독일 연방의회 청사 유리 돔...노먼 포스터

19세기에 지어진 복합양식의 기존 제국 의사당을 통독 후 연방의회 청사로 리노베이션해 쓰면서 유리 돔을 설치했다.



LA 컨벤션센터 메인 로비...콤 & 프리드

집회와 전시 기능의 원형이랄 수 있는 수정궁의 형식을 현대적 해석으로 재현하고 있는 듯하다.



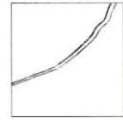
종피두센터...렌조 피아노

문화시설의 고정관념을 깨고 설비의 노출과 재료의 솔직성을 보여줌으로써 기계미학의 개념을 드러내려 했다.



나는 너를 반 영 하 지 않는다
 롱 이 눈 아름다운

4th element glass



그/그녀가 고개를 돌린다. 그/그녀의 눈이 나의 눈과 마주친다. 영화의 등장인물들이 이런 행동을 취할 때 관객들은 잠시 영화적 허구로부터 벗어나 영화를 영화 그 자체로서 인식하게 된다는 주장, 즉 영화란 결국 허구적인 이야기를 그려내는 매개체임을 깨닫게 된다는 말은 오직 부분적으로만 사실이다. 특히 기이하고 환상적이며 때론 소름끼치는 세계를 우리 앞에 펼쳐보이는 공포영화의 스크린 앞에 선 관객들에게는 그러한 주장은 더더욱 설득력이 없다. 공포영화의 관객들에게 있어서 그/그녀가 고개를 돌리는 바로 그 순간은 영화라는 거울을 통해 우리 자신이 유령임을 깨닫게 되는 순간이다. 그 전에 우리는 한동안 그/그녀가 되어 불안하게 복도를 걸어가는 영화 속 등장인물이 되어 있었다. 그/그녀의 시선은 바로 나의 시선이다. 이것이야말로 그토록 많은 공포영화에서 시점쇼트(Point-of-view Shot)가 (때로는 별다른 고려 없이도) 애용되는 이유이다. 그런데 그/그녀가 고개를 돌려 나를 바라보는 그 순간 융합은 파괴된다. 스크린은 거울이 되고 거울 저편에는 나 아닌 다른 누군가가 서 있다. 문제는 이 거울, 스크린이라는 거울을 깨뜨리는 것이 불가능하다는 데 있다.

영화화면 속에 거울이 보여질 경우 이 거울은 종종 비인간적인 존재의 비밀을 드러내 보이는 역할을 한다. 예컨대 뱀파이어 영화에서 흔히 흡혈귀는 거울에 모습이 반사되어 보이지 않는 존재로 묘사되곤 한다. 장 루이 리트라라는 영화학자는 이러한 흡혈귀의 특성이 영화 카메라 자체의 비가시적인 속성과 유사한 것임을 지적한다. 영화 카메라는 거울에 비친 피사체를 잡을 때조차 그 자신의 모습을 드러내지 않을 수 있다. 비단 흡혈귀 영화가 아니라 하더라도 매우 오래 전에 만들어진 무성공포영화 <프라하의 대학생>(스텔란 라이 감독, 1913)에서도 거울은 파우스트적 계약에 자신을 내맡긴 주인공의 모습을 지워버리는 장치로서 묘사되고 있다. 거기서 거울이 깨어지는 순간 주인공은 비로소 자신의 반영을 되찾지만 그때는 이미 죽음을 목전에 앞둔 최후의 시간이다.

글=유운성 > 영화평론가 사진=Everett Collection / 유로포토

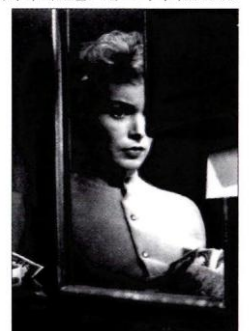
공포영화에서 거울이 두려움을 불러일으키는 것은 거기서 종종 거울이 그 고유의 속성, 즉 그 앞에 놓인 모든 것들을 있는 그대로 보여준다고 하는 속성과 다소 거리가 있는 사물처럼 제시되기 때문이다. 보여져야 할 것이 보이지 않거나 존재하지 않는 것이 보여질 때, 혹은 사물의 좌우를 뒤바꿈으로써 예상치 않게 비밀을 드러내는 순간 - 가령 <사이닝>(스탠리 큐브릭 감독, 1980)의 경우 - 감당해내기 힘든 공포가 엄습해 오는 것이다. 혹은 때로 공포영화에서의 거울은 그 앞에 놓인 대상을 그저 보여주기만 하는 것이 되기를 거부함으로써 두려운 것이 된다. 이때 거울 안에는 우리의 세계와 다른 세계가 존재하고 이 다른 세계의 존재는 자꾸 밖으로 뒤흔쳐나오려 하거나 인물들을 그의 세계로 끌어들이는다. 물론 그 세계는 앨리스가 경험한 동화적인 환상공간만은 아니다. 존 카펜터의 정말 소름끼치는 영화 <프린스 오브 다크니스>(1987)의 한 장면은 바로 이러한 거울 속의 세계를 그려내 보이고 있다. 이처럼 괴이한 거울은 약간 학술적인 표현을 빌려 말하자면 인물들(과 관객들)이 지니고 있던 자신의 신체에 관한 '상상적인 충일성', 세계에 대한 총체적 감각을 파괴해 버리는 그런 것이다. 이때 인물들(과 관객들)은 거울 속에서 발견한 이상적 이미지로부터 자신이 분리되어 버렸음을 깨닫게 된다. 혹은 더 이상 거울은 그러한 이상적 이미지를 제공하는 순수한 사물이 되기를 거부한다.

앞에서 영화 스크린은 그 자체로 거울과 같은 속성을 지닌다고 언급했다. 이는 단지 영화가 현실을 있는 그대로 재현하는 것이라는 오래된 주장을 반복하기 위해 끌어들이는 말이 아니라, 오히려 그 반대의 성질을 지닐 수도 있음을 나타내기 위한 것이다. 사실 흔히 스크린은 그 밖의 현실을 충실히 기록, 재생해내는 거울처럼 받아들여져 오기도 했다. 다만 실제의 거울이 지나가는 현재를 반영하는 것인 반면 스크린은 보존된 과거를 반영하고 있다는 점이 다를 뿐이다. 따라서 스크린을 찢고 (혹은 텔레비전이나 비디오 모니터를 깨부수고) 무언가가 밖으로 빠져 나오는 순간은 이중의 이유로 두려운 순간이 된다. 즉 이곳과 다른 세계일 뿐 아니라 다른 시간(과거)으로부터 찾아온 공포의 대상을 마주하게 되는 것이다. 아마 데이비드 크로넨버그의 <비디오드롬>(1983)이 가장 좋은 예가 되겠지만 <링>(나카다 히데오)을 떠올려 보아도 상관없다.

그러나 거울과 관련된 가능한 모든 예들 가운데서 알프레드 히치콕의 영화들을 빼뜨리고 지나가는 것은 온당치 않을 것이다. 그야말로 영화 속에서 거울과 유리가 지니는 의미심장한 잠재력을 극한까지 밀어 붙여 본 감독이기 때문이다. 그런데 이상하게도 히치콕의 영화에서 보여지는 거울은 앞서 언급한 영화들에 나타난 거울들과 같은 판타스틱한 특성을 지니고 있지 않다. 그의 거울들은 그저 거기에 무심히 놓여 있을 뿐인데도 자꾸 우리를 불안하게 만든다. <사이코>(1960)의 한 장면에서 여주인공 마리온의 모습을 비추고 있는, 화장실 벽에 걸린 거울을 생각해 보라. 여기서 거울은 인물의 외양이 아니라 내면의 죄의식을 비추는 사물이기에 그 어떤 판타스틱한 공포영화의 그것보다 더욱 두려운 느낌이 들게 만든다. 한편 <스트레인저>(1951)에서 풀밭에 떨어진 인경을 통해 왜곡되어 보여지는 살인자의 모습은 아무런 죄의식도 없는 범죄를 지켜본 관객들의 정신 속에 이 세계가 언제고 순식간에 낮설고 두려운 이미지로 전환될 수 있는 것임을 각인시키고 있다.

결국 영화에 나타난 거울이 두려울 수 있는 것은, 당연한 이야기지만 영화를 보는 관객들이 이미 지니고 있던 통념 때문에 가능한 것이다. 거울 속의 존재들은 그저 거울 밖 존재들을 따라 보여질 뿐이라는, 거울은 언제나 외양만을 충실히 보여주는 것이라는 통념. 공포영화는 그러한 통념과 그에 대한 위반 사이에서 벌어지는 밀고 당기기의 게임이다. 정작 이상한 것은 그 불가능한 위반을 상상적으로나마 체험해보려고 하는 우리 자신의 욕망이다. 혹시 그것은 거울 저 너머의 세계야말로 중심이 위치한 곳이고 우리는 단지 그 변두리에서 마주하기 두렵고 고통스러운 진실을 피해가며 초라하게 살고 있는 것인지도 모른다는 의심 때문은 아닐까. **61**

<사이코>...알프레드 히치콕...1960



4th element **glass**

원도 디스플레이에서 유리의 의미는

이쪽 here 과

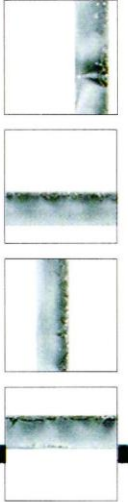
저쪽 there 세계를

가르는 경계를

의미한다

이곳(there)
유토피아
저쪽
먼 곳
죽음
하늘
위
산
성(聖)
피안(彼岸)
미래
정토(淨土)
꿈
공간

이곳(here)
토피아
이쪽
가까운 곳
삶
땅
아래
들
속(俗)
피안(此岸)
현재
에토(穢土)
생시
현실



이곳과 저곳의 분리는 삶과 죽음 현재와 과거 미래 현실과 가상 따위의 시간과 공간적인 원근감을 초래했다.

〈정보의 역사를 읽는다〉, 마츠오카 세이코, p78

유리가 없는 공간 space & glass

창이 없는 건축물을 상상할 수 있을까? 유리창이 없는 공간을 생각할 수 있을까? 아마 그것은 감옥 혹은 단절되거나 격리된 어떤 공간을 의미하게 될 것이다. 사람들은 이제 인간생활이 유리라는 재료로 인해 얻게 된 물질적 정신적 이득에 대해 새롭다거나 다른 세계를 갖게 되었다는 생각을 접어버린 듯 하다.

팔기 위한 혹은 사기 위한 selling & buying

상품 디스플레이의 역사는 유리창이 없는 건물이 주류를 이루었던 고대 이집트에서 상점 외벽에 물건들을 걸어놓았던 것에서 시작한다. 이때 사람들은 도난을 방지하기 위해 굵은 밧줄로 외벽에 붙인 상품들을 묶어놓았다고 한다. 마치 지금 백화점에서 고가의 상품들을 도난 방지용 와이어로 묶어놓는 것처럼. 이렇게 시작된 원도디스플레이의 역사는 유리라는 재료가 건축에서 중요한 역할을 차지하게 되는 산업혁명 시대를 거치면서 근대적인 디스플레이로 발전해 나간다. 원도디스플레이 덕에 사람들은 굳이 상점에 들어가지 않더라도 그 상점이 어떤 물건을 판매하는 상점인지 알 수 있게 되었으며 반대로 상점으로서 유리통 통해 상점의 모든 상품을 가능한 한 많이 보여줌으로써 직접 구매행위를 하려는 고객들만 가게 안으로 들어오도록 유도하게 된 것이다. 하지만 얼마 지나지 않아 자본주의의 이름으로 이루어진 대량생산은 치열한 경쟁사회를 낳고, 또 다시 그 경쟁사회는 원도디스플레이에게 더 많은 것을 요구하기 시작했다.

산업혁명을 거치면서 나타나 물건의 대량, 과잉생산은 물건과 사람 사이의 기능적 단순소유 관계를 깨뜨리는 결과를 가져왔다. 사람들은 이제 더 많은 선택 속에서 자신의 입맛에 맞는 물건을 고를 수 있게 된 것이다. 이에 따라 판매와 구매의 관계 역시 행위의 성질이 변하게 되었다. 예전에는 상품을 ‘보여주는’ 행위는 판매와 구매 사이에서 꼭 필요한 행위가 아니었다. 물건을 사려는 사람은 자신에게 필요한 물건이 무엇인지 정

확히 알고 있었으며, 또 어디 가면 그것을 구할 수 있는지 역시 명확히 알고 있었다. 하지만 상품이 경쟁이라는 이름아래 편입되면서 이 '보여줌'은 중요한 지위를 획득하게 된다. 판매와 구매사이에서 '보여줌'이라는 것은 물건의 공급을 담당하는 판매자에게는 '판매'의 가장 중요한 첫 단계로서, 물건을 구매하고자 하는 구매자에게는 '구매'의 첫 단계를 시작하는 접점이 된다.

현대 문명사회에서 판매와 구매의 접점에는 상점의 원도에 놓인 상품 혹은 이미지가 있다. 상점 원도가 없는 경우에는 상점 이름이나 브랜드명만이 상점의 내용을 간단하게 설명하기도 하지만 상점이 있는 원도의 경우 상품을 직접 보여줌으로써 사람들에게 상품에 대한 흥미와 소유의 욕구를 유발하고 결국에는 상점으로 들어오도록 만드는 것이다. 그렇다면 사람(잠재적인 고객)들을 스스로 상점으로 들어오게 하는 힘은 원도 어디에서 나오는 것일까?

안과 밖 between inside & outside

미국의 몇몇 도시를 제외하고 세계의 큰 도시들은 대부분 대중교통이 발달한 '걷는' 도시이다. 이렇게 걸으면서 일상생활을 해나가기 위해서 사람들은 건축물을 사이에 두고 밖에서 안으로, 안에서 밖으로 목적에 따라 움직이며 살아가게 된다. 이렇게 걷는 문화 속에서 사람들은 다른 이에게 자신을 나타내는 수단인 하나로서 물건을 소유하고 이를 보여줌으로써 자신을 표현한다. 그리고 이러한 물건의 소유는 상점이라는 공간 안에서 구매라는 행위를 통해 이루어진다.

작은 상점인 경우는 1m 내외, 대형 백화점의 경우 디스플레이를 위한 원도의 크기는 8m 정도이다. 8m 원도 앞을 사람들이 일상적인 걸음걸이로 걷는 데는 5초 내외의 시간이 걸린다고 한다. 사람들에게 이 짧은 시간 안에 상점으로 들어올 수 있는 욕구를 만들어 내기 위해서 상점들은 경쟁이라는 이름아래 적극적으로 자신을 표현한다. 이러한 판매자와 구매자 사이에는 원도디스플레이라는 판매촉진 활동이 놓여 있게 마련이다. 그렇다면 크지 않은 원도디스플레이 공간 안에 많지 않은 무엇을 어떻게 보여줄 것인가?

원도디스플레이 디자이너들은 유리를 사이에 두고 불특정 다수의 길거리를 걷는 사람들(passer-by)에게 상점 혹은 상품(inside)을 설명하게 된다. 사람들이 하나의 물건을 소유하게 될 때까지는 여러 단계를 거치게 되는데 눈으로 어떤 물건을 본 후 만져보거나, 냄새를 맡아보고 싶거나, 맛보고 싶거나, 어떤 소리를 내는지 알고 싶다는 감정을 일으키게 된다. 이렇게 어떤 물건을 접했을 때 시각, 촉각, 후각, 미각, 청각의 오감으로 판단하여 결국 소유의 여부를 결정하게 된다. 상점원도에서 구매자의 오감을 만족시킬만한 시간적인 공간적인 한계(outside)를 판매자들은 원도의 유리를 통해서 해결하고 있다.

상상 속의 세계 real world & imaginary world

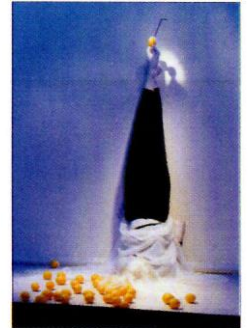
사람들이 물건을 구매하는 이유는 그 물건이 지닌 기능만을 소유하는 데 있지 않다. 그 물건의 이미지가 지닌 사회적 경제적 지위를 함께 소유함으로써 사람들은 소유에 대한 만족감과 자신의 위치를 자타에게 느끼게 해준다. 물건이 가진 이미지의 전달은 원도를 보는 사람들에게는 원도의 장면을 통해 동질성을 느낄 수 있도록 하면서 사람들이 꿈꾸는 인생을 물건과 함께 보여줌으로써 가능해진다. 이러한 이상적인 장면을 보여주는 데 있어서 원도의 유리는 중요한 역할을 하게 되는데 이것은 현실의 세계가 아닌 꿈속의 세계, 마음의 세계, 미래의 세계를 유리라는 경계선을 사이에 두고 보여줌으로써 생각 속의 세계를 눈으로 직접 볼 수 있게 해준다.

만일 이때 원도의 유리가 없다면 사람들은 원도 안에 펼쳐진 이상의 세계를 현실 세계의 일부로 받아들이게 될 것이다. 직접 만질 수 있는 이상 세계는 더 이상 이상적이지 않기 때문이다. 유리를 통해 원도를 보는 사람들이 느끼는 신비감은 유리 이쪽과 저쪽 세계에 대한 분명한 '가름'에서 온다. 이러한 가름은 사람들을 상점 안으로 들어오게 만들어주는 적극적인 감정을 유발하게 된다. 상점 안에서 보여주고 있는 상품의 이미지와 '저쪽' 세계는 유리로 격리되어 있지만 멀리 않은 곳에 통로가 있음을 끊임없이 일깨워주는 것이다. 상점 문을 통해서 사람들은 유리 안의 세계로 들어올 수 있고 만져보고 느껴봄으로써 물건을 소유하게 되는 것이다. 이렇게 소유하게 된 상품은 기능과 함께 원도 안의 세계를 나의 것으로 만들었다는 꿈꾸던 세계에 대한 소유를 의미한다. 마치 드라마에 나오는 멋진 주인공처럼, 동화 속의 백마 탄 왕자처럼. 이렇게 원도디스플레이에 있어서 유리는 두 가지 다른 세계를 나누어주는 혹은 연결해주는 의미를 갖는다. 사람들은 투명한 유리를 통해 또 다른 세계를 경험하게 되는 것이다. 그것도 내 것으로 만들 수 있는 다른 세계를 말이다.

불가능이 없는 유리 속의 세계 tension & identify

원도의 유리는 보는 사람들에게 두 가지의 감정을 동시에 느끼게 한다. 현실에서는 볼 수 없는 세계를 바로 눈앞에 마주하면서 느끼게 되는 긴장감, 그리고 유리 한 장을 사이에 놓고 되고 싶은, 주고 싶은, 갖고 싶은 그 무엇을 원도 속의 마네킹을 통해서 느끼게 되는 대리만족과 동질성이 그것이다. 원도디스플레이 디자이너들은 유리를 사이에 두고 상점의 안과 밖을 넘나들며 바로 이 긴장감과 동질성을 바탕으로 이상적인 꿈속의 세계를 선사하는 역할을 한다. 시간과 공간을 초월한 불가능이 없는 세계를 유리 안에 만들어 가면서 말이다. 생각만 하던 세계를 볼 수 있는 세계로, 또 만질 수 있는 세계로, 나의 세계로 만들어 주는 세계의 경계에 유리가 있다. 마츠오카 세이코는 이곳과 저곳의 분리는 삶과 죽음, 현재와 과거, 현실과 가상, 시간과 공간적인 원근감을 초래한다고 말했다. 원도디스플레이에서는 그 사이에 유리가 있다. 투명한 유리다. **GI**

짧은 시간 안에 지나가는 사람들을 멈출 수 있게 하는 힘.
유리 안의 세계는 신비롭다.



긴장감과 함께 느껴지는 안도감.
원도의 유리는 두 개의 다른 세계를 만나게 해준다.



동화 속의 세계와 현실 속의 패션이 원도 유리 속에는
하나의 존재로 표현되어 있다.



코카콜라가 한 해 몇 병을 팔아치우고, 그 병을 일렬로 세우면 지구 몇 바퀴를 돈다거나, 혹은 디자인에 국한시켜 코카콜라 병을 누가 어떻게 디자인했고, 어떤 변천과정을 겪었으며, 수많은 수집가들이 존재한다는 사실은 이제 하도 들어 귀가 따갑다. 그럼에도 불구하고 유리라는 소재를 언급하면서 코카콜라 컨투어 병을 빼놓고 지나가려니 발길이 안 떨어진다. 부시맨이 병을 들여다보듯, 조금은 다른 각도에서 한 번 찬찬히 들여다보도록 하자.

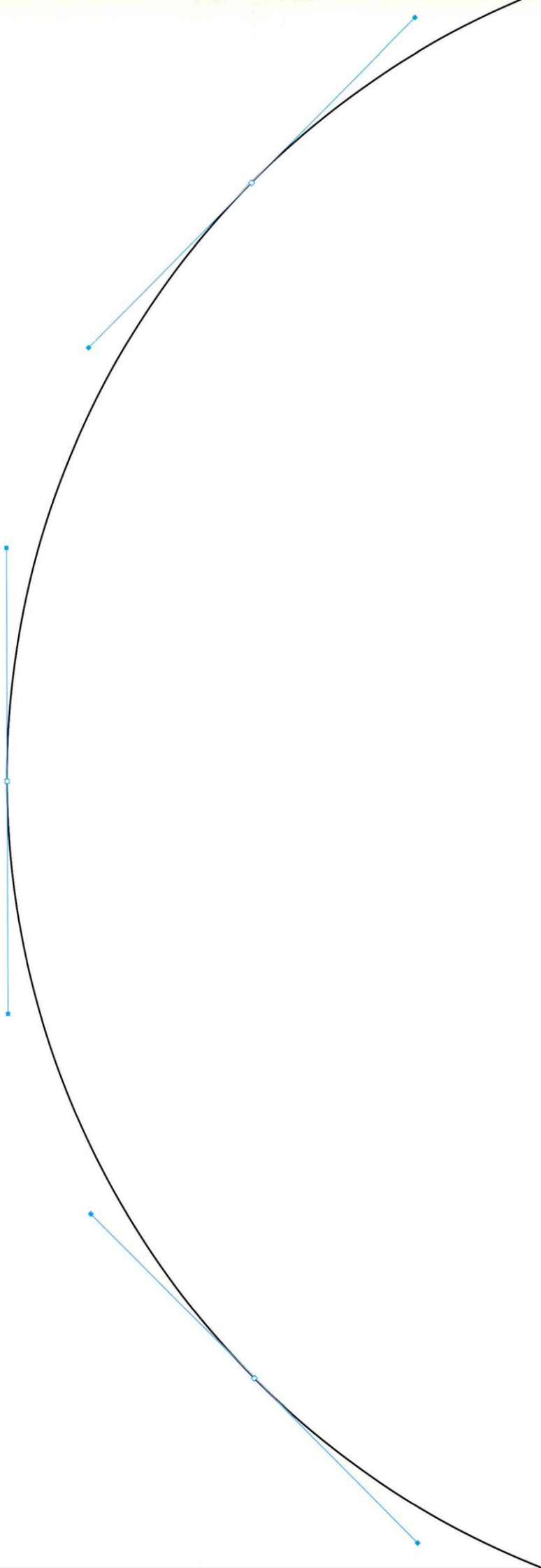
먼저 코카콜라는 둘째 치고 유리병은 왜 없어지지 않고 있을까? 유리병은 언제 어디서든 깨질 수 있고, 캔이나 PET병에 비해 운반비가 몇 배는 많이 들며, 병뚜개가 없으면 따기도 힘들다. 다른 포장용기에 비해 재활용률이 높아 환경오염에 미치는 영향이 적다는 의견은 별로 설득력이 없어 보인다. 이것은 유리병이 회수되어 재활용 기계에 들어갔을 때의 이야기이다. 지난해 우리나라에서 사용된 유리병은 모두 28억 개로 이 가운데 대부분이 회수되지 않은 채 버려졌다. 유리병이 완전 분해되는 데 걸리는 시간은 자그마치 100만 년이다. 그에 비해 요즘 개발되고 있는 첨단 분해성 플라스틱의 경우는 1년이 지나면 퇴비와 구분이 안 될 정도로 분해가 가능하다고 한다.

기능적인 면, 혹은 경제적인 면만 따지자면 생산자의 입장에서 유리병은 그다지 매력적인 물건이 아니다. 소비자의 입장에서조차 마찬가지이다. 몇 병 정도 집 앞 가게에 들러 구입하는 경우라면 몰라도 대형 마트라도 가서 유리병으로 된 콜라 한 박스를 사서 들고 올 생각을 해보라. 얼마나 끔찍한가. 물론 이런 물음은 왜 아직 UN성냥이 만들어지고 있는가? 혹은 왜 아직 익스플로러 4.0을 쓰고 있는 사람이 있는가 따위의 질문과는 다른 대답을 요구한다. 그들에 대한 수요는 오직 기능과 필요조건 사이의 함수관계에서 나올 뿐이지만 유리병은 다르다. 유리병은 여전히 인기가 있는 것이다. 일반적으로 사람들은 플라스틱이나 금속 용기에 들어있는 음식보다 유리에 들어있는 음식을 깨끗하다고 여긴다. 또 고대에, 유리가 아주 귀해 보석 취급을 받았던 시절의 기억이 잠재의식 속에 남아 있어서인지 다른 소재에 비해 고급스럽다고 여기기도 한다. 실제로 알루미늄 캔이 처음 등장했을 때만 해도 사람들은 알루미늄의 금속 성분이 안에 들어있는 음료의 맛에 영향을 미친다는 생각에 일부러 유리병을 선호하기도 했다.

그렇다면 코카콜라 컨투어 병의 경우는 어떨까? 코카콜라 컨투어 병의 경우는 위에 열거한 애매모호한 이유 말고도 보다 확실한 답이 있다. 확실히 기능적인 면에서 본다면 유리병은 알루미늄 캔이나 PET병에 비해 별로 효과적이지 못하다. 하지만 브랜드 아이덴티티라는 관점에서 보자면 유리로 된 컨투어 병이 코카콜라의 가장 최선의 디자인 솔루션인 것이다. 실제로 코카콜라는 자신의 브랜드 아이덴티티를 대변하고 있는 유리 컨투어 병 대신 알루미늄 캔을 포장용기로 사용하는 것에 늦게까지 반감을 가지기도 했다. 1967년 당시 코카콜라와 치열한 전쟁을 벌였던 펩시가 알루미늄 캔을 받아들였을 때조차 코카콜라는 유리병을 고집하였다. 코카콜라 컨투어 병을 놓고 단순히 기능적인 면만을 따지는 것은 무의미하다. 그것은 마치 앤디 워홀의 작품 <210개의 코카콜라 병>(1962)이나 그보다 조금 앞서 코카콜라의 문화적 맥락을 눈치챈 라우젠버그의 <코카콜라 플랜>(1958)을 놓고 고전주의의 잣대를 들이미는 것과 똑같은 일이다. 코카콜라 컨투어 병의 디자인이 높이 평가되고 있는 이유는 솔직히 형태의 우수성이나 로고의 독특성, 빨간 색의 심리 자극적인 요소 자체에 있기보다는 그것이 20세기에서 코카콜라가 가지고 있는 이미지와 단단하게 결합할 수 있었기 때문이다. 디자인이 코카콜라의 브랜드 아이덴티티를 만들었던 반대로 코카콜라가 디자인을 뒷받침 해주었던, 그것은 별로 중요하지 않다. 중요한 것은 20세기가 둘을 하나로 만들었다는 사실이다.

1970년대에 들어 유리라는 소재에 대한 알루미늄과 PET병의 우수성이 공인되면서 몇몇 사람들은 코카콜라의 컨투어 유리병이 사라질 것이라는 성급한 의견을 내놓기도 했다. 하지만 이 무겁고 운반비가 많이 들며, 항상 깨질 위험이 도사리고 있는 유리병은 사라지지 않았다. 오히려 새로운 소재들과 함께 컨투어 병의 전파력을 더해갈 뿐이었다. 현재 전세계적으로 PET재질로 된 컨투어 병이 일반화된 상태이며, 몇몇 시장에서는 컨투어 캔 제품도 소개되고 있기도 하다. 하지만 사람들이 가장 많이 애호하고, 또 소비하는 것은 여전히 유리로 된 컨투어 병이다. 그리고 여담이지만 코카콜라 병은 1915년 알렉산더 사무엘슨과 얼 알 딘이 디자인했다. GI

글=편집실



5th element

DESIGN

어떤 일을 하거나 일을 이루는 '꺼리'로서의 재료

제품 디자인에 대해 논의할 때 논리적으로 가장 우선하는 문제는 실용성과 유용성의 문제이며, 이는 그 실체를 정확하게 이해한 후 적용되는 재료를 철저하게 분석할 때에만 효과적으로 달성할 수 있다. 재료가 적절치 못하게 선택되어진다면 마치 우리 신체기관들이 장애를 겪는 것과 동일한 불완전함과 불만족을 사용자에게 제공하게 되는 것이며, 신체적 장애를 일으키는 것과 같다. 종이를 가지고 방탄복을 만들거나, 플라스틱으로 난로를 만들거나, 철판으로 부채를 만든다고 한다면, 어린아이도 웃을 일이 될 것이다. 특히, 기술적인 문제의 경우 대부분이 재료 선택의 문제와 얽혀 있기 마련인지라 디자인과 재료는 뗄래야 뗄 수 없는 관계이다.

실용적인 제품을 제작하는 과정에서 사용되는 재료나 제작상의 기술이 무시된 예는 없다. 동서를 막론하고 그릇을 비롯한 고대 유물들을 살펴보면 한결같이 의도된 사용 목적에 따라, 또 재료와 그 재료가 갖는 특성에 따라 디자인되었다는 사실을 발견할 수 있을 것이다. 곁에 나타난 유약이나 색채, 또는 문양들로 표면처리를 한 경우에도 그것들이 절대로 실체를 압도하지는 않는다. 여기서 중요한 것은 단지 재료 자체의 문제만은 아니다. 그보다 더욱 중요한 것은 재료의 올바른 사용, 그 재료와 구조와의 관계, 그리고 재료의 미적 효과 등에 대한 문제이다. 재료의 선택과 사용, 그리고 적절하고 효과 있는 통합과 조화에 관한 점은 제품의 기본적인 구조를 디자인하는 것과 마찬가지로 디자이너의 중대한 책임인 것이다.

현대사회는 확실히 잘 만들어지고, 기능도 완벽한 제품들이 전체 제품의 대다수를 차지하고 있다. 그렇다고 위의 문제들이 해결된 것은 결코 아니다. 오히려 더욱 깊이 논의되어야 할 여지는 점점 커지는 추세이다. 문제는 속도이다. 기술은 따라가기조차 힘들고, 문화는 진화하며, 인간의 욕구도 끊임없이 변화한다. 따라서 제품 디자이너는 기술적인 지식과 아울러 창조적이며 독창적인 예술적 소양을 가져야 하며, 계속해서 처음으로 돌아가 스스로 의문을 던질 줄도 알아야 한다. 왜냐하면 등불 밑의 진실이 반드시 태양 빛 아래에서도 진실이 되는 않기 때문이며, 또한 아무 것도 모르는 사람만이 아무 것도 의심하지 않기 때문이다. 이래저래 현대의 제품 디자이너들은 고되다.

디자인의 표현 제재(題材)로서의 재료

많은 사람들이 21세기를 문화산업이 지배하는 시대가 될 것이라고 예측하고 있으며, 그러한 모습들은 이미 여러 가지 면에서 광범위하게 나타나고 있다. 타일러(Tylor)의 총체론적 개념에 따르면 일반적으로 문화라고 일컫는 소재들은 '지식, 신앙, 법률, 도덕, 관습, 그리고 사회구성원으로서 인간에 의해 얻어진 모든 능력이나 습성의 복합'을 의미한다. 반면에 실제 소통되는 말과 그것을 지배하는 규칙 내지 원리를 구별하는 관념론적 개념의 입장에서 본다면 문화는 관찰되는 행동 자체가 아니라 그런 행위를 규제하는 규칙의 체계라고 할 수 있다. 때문에 사회집단의 문화현상 과정과 그 요소들 사이의 상호작용을 알기 위해서는 총체론적 접근이 바람직하다고들 말한다. 전



체문화를 하나의 열개로서 살피고 구조적으로 인식할 때, 학문, 예술, 교육, 종교, 정치, 경제, 풍속, 등의 변천을 사회문화의 요소로서 인식하는 문화적 역사가 성립된다는 것이다. 어쨌거나 모든 문화적 열개에 속한 각 분야들 중 특히 예술은 어떤 소재를 출발점으로 하여 일을 시작하게 되며, 그 결과를 역사에 남긴다. 심지어 어두운 굴속에 깊이 숨어 음모의 이빨을 드러내는 정치공작도 하나의 '거리'로부터 출발한다. 재료는 역시 모든 예술적 창조작업의 시작과 끝이다.

모든 예술은 하나의 기호창조이고 기호는 전달기능을 갖는다. 예술은, 무형이면서 비시각적인 이미지 재료를 있는 그대로거나 또는 어떤 가공작업을 통하여 유형이며, 시각적이고 존재적으로 우리에게 전달해 준다. 사회현상에 대한 이러한 구조적 인식은 디자이너의 창조적 작업도 소비자의 필요성과 요구사항이라는 하나의 재료를 가지고 출발한다는 생각을 가능케 해준다. 디자인이 과학과 예술의 통합작업이라는 데에 동의한다면, 편리한 사용성 추구하고 관련된 과학에 관한 문제 외에도, 아름다움의 추구하고 관련된 스타일링이라는 문제는 디자이너의 예술적 소양과 재료지식에 전적으로 달려있다. 최종적인 스타일링 단계에서는 이미 설정된 구조와 관련하여 가장 효과적이며 효율적인 재료를 검토하고 목록을 만들어 실험하고 적용시키게 되는데, 외형적 미와 추를 결정하게 되는 그 단계를 이룸하여 머티리얼라이즈(materialize)라고 한다. 최근 영국에서는 디자인의 한 분야로서 서피스 디자인(Surface Design) 전공이 따로 개설되기에 이르렀다. 결국 재료의 적절한 이용이 실체화의 근본이라는 점을 강력하게 시사해 주는 대목이다.

물질적이고 정신적인 재료로서의 인간

현재 국가목표로 잡고 있는 '2000년대 세계 10위권 선진국 진입' 을 이루기 위해서는 분명 재료관련 산업의 뒷받침이 매우 중요하다. 또한 머지 않은 장래에 인류에게 심각하게 대두될 자원고갈, 에너지 문제 등을 해결하여 인간의 생존과 번영을 유지하기 위해서는 새로운 기능을 지닌 소재의 개발이 불가피하다. 그러나 한편 물질재료를 기반으로 하는 문명이, 문화와 그 기반이 되는 정신재료를 밀어내고 있어 그로 인한 정신의 황폐화가 인류와 자연을 좀먹어간다는 위기상황을 많은 이들이 지적한다.

분명 정신적 가치가 물질적 가치를 이루 만들 수 있을 때 그 사회는 휴머니티가 있는 사회가 될 것이지만, 그렇다고 물질이 좌악시되는 사회는 더욱이 바람직하지 못하다. 물질과 정신의 균형발전이라는 표현은 정신재료와 물질재료가 별개로 존재하여 상호 대립하는 것이 아니라 상보적인 관계여야만 한다는 의미를 말하는 것이다. 문화와 문명은 양립하되 동일 비중으로 발전해야 한다. 때문에 우리는 물질 재료의 발달과 균형을 이루는, 정신의 승화를 위한 가치 있는 많은 재료들도 찾아내야 한다. 그리고 그것은 충분히 가능하다. 왜냐하면 우리 선조들이 그랬던 것처럼 현재의 우리도 그와 같은 정신적 재료와 물질적 재료를 발견하여 개발하고 개선시켜 인류를 진화시키는 지혜를 아직도 가지고 있기 때문이다. De

글=임연웅 > 원광대 산업디자인학과 교수



도움주신 분들

참고사이트

Aluminum by design

www.aluminumbydesign.org

2000년 10월 28일부터 2001년 2월 11일까지 카네기 미술관에서 열린 <Aluminum by design> 전시 홈페이지. 'Jewelry to Jet'란 부제에 걸맞게 알루미늄의 탄생에서부터 미래까지 디자인에 있어 알루미늄이 어떤 역할을 해왔는지 살펴볼 수 있다.

에펠탑 공식 홈페이지

www.tour-eiffel.fr/teiffel/uk/

20세기 미학의 관점을 바꿔버린 파리 에펠탑 공식 홈페이지.

카르텔

www.kartell.it/home_eng_s.htm

1949년 설립한 이래 현재까지 생활소품 및 가구, 주방용품 등에 있어 끊임없는 디자인 혁신으로 명성을 얻고 있는 이탈리아 디자인 회사.

베르너 판톤

www.vernerpanton.com

60년대 원-피스 플라스틱 의자라는 디자인 아이콘을 만들어낸 베르너 판톤의 디자인을 감상할 수 있는 사이트.

아카데미과학

www.academy.co.kr

1969년 설립한 이래 꾸준한 제품개발로 세계 굴지의 프라모델 회사들과 어깨를 나란히 하고 있는 아카데미과학 홈페이지.

섬유역사관

www.kofoti.or.kr/history/index2.html

한국섬유산업연합회에서 만든 사이트. 우리나라 섬유의 역사와 현재 산업현황 등을 한눈에 살펴볼 수 있으며 이와 관련된 사진들이 잘 정리되어 있다.

김·봉·환

록 음악 전문지 <핫뮤직> 기자. KBS FM 음악여행 '월드뮤직 스페셜' 고정 게스트이자 세이캐스트 락 전문 대표 프로그램 '스파이스리크'의 진행자로 활동하고 있다. 국내에 발매된 70여 장의 록 앨범에 대한 해설을 맡은 바 있으며, 중앙일보에 록 앨범 리뷰를 기고하고 있다.

김·성·복

서울대 의류학과 및 대학원을 졸업하고, 뉴욕 F.I.T.의 패션디자인 BFA 과정을 졸업했으며, 뉴욕대(NYU) 대학원에서 미디어 아트로 석사학위를, 패션미학 및 비평으로 박사학위(Ph.D)를 받았다. 뉴욕에서 '이브 생 로랑상', '뉴욕 프레타 포르테상' 등의 수상경력이 있다. 현재 한성대 예술대 교수로 재직 중이며 한국영상문화학회 이사, <디자인문화비평> 공동 편집인으로 평론 활동에 전념하고 있다.

김·현·숙

설치미술가. 2000년 관훈 갤러리, 2001년 사간 갤러리, 2002년 서울시립미술관 개관전을 비롯해 활발한 활동을 펼치고 있으며 최근 인사동 do ART 갤러리에서 개관기념 전시를 열기도 하였다. 이화여자대학교 미술대학 및 동 대학원 서양화과를 졸업하고 현재 이화여자대학교와 협성대학교에서 강의를 맡고 있다.

박·동·애

이화여자대학교 장식미술학과, 미국 패션 인스티튜트 오브 테크놀로지서 Display & Exhibit 학과 그리고 연세대학교 언론홍보대학원을 졸업했다. 프리랜서로 활동하며 국민대 한양대 경원대 덕성여대 서울예대에서 강의를 했고 SADI의 설립과 디자인 교육행정 전반에 관한 일을 했다. 저서로 <진무어 원도 디자인의 역사를 쓰다>가 있으며 고려제강의 CI, BI, 삼성전자의 홈페이지와 GUI, 풀무원 홈페이지, 디자인지의 프로세스 등 인포메이션 디자인을 전문으로 하는 아메바디자인의 대표이사이다.

박·민·철

중앙대학교 건축미술대학원을 졸업하고 이공건축과 사무설계에서 건축 실무를 쌓았다. 1990년대 건축 비평그룹 <간향>의 동인으로 활동하였으며 <영원히 젊은 건축가 홍순인>, <건축인 30대의 꿈> 등의 저서를 발간하였다. 현재 비평가 포럼 DAZ 위원, 경동대 실내건축과 겸임교수 및 숙명여대에서 강의를 하고 있으며 주요작품으로는 화삼재주택, En2t 연구소, 국회연수원 등이 있다.

박·영·택

성균관대학원에서 미술사를 전공했으며 금호미술관 큐레이터를 지냈다. 현재 활발한 미술평론 활동을 펼치며 경기대 미술학부 교수로 재직 중이다.

박·유·미

리바이스 코리아에서 홍보를 담당하고 있다. 청바지에 대한 참고자료 및 시각자료에 많은 도움을 받았다.

왕·언·니

티셔츠행동당의 대변인이자 간판 디자이너. 티셔츠 촬영에 너무 많은 도움을 주셨다.

왕·지·연

패션 저널리스트. 성균관대학교 및 동 대학원 의상학과를 졸업하였다. 여성복전문 패션정보 회사인 말콤 브릿지 정보기획실에서 근무한 바 있다.

유·윤·성

영화평론가. 서울대학교 물리교육과를 졸업한 후, 2001년 <씨네21> 평론 공모에 당선된 후, 영화평론에 전념하고 있다.

이·주·연

건축비평가로 활동하며 건축 및 예술분야를 주로 다루는 월간 <공간>의 주간을 맡고 있다. 서울시립대 건축학과 대학원을 졸업했으며 현재 서울산업대 건축설계학과에서 건축비평론을 강의하고 있다.

인·치·희

청강대학교 표면장식디자인과 학과장. 고려대학교 가정교육과 및 홍익대학교 산업미술대학원 직물디자인과를 졸업했으며 로드아일랜드 스쿨 오브 디자인에서 텍스타일 디자인을 전공하였다.

임·연·웅

중앙대학교 예술대학 공예학과 및 동 대학원 석사과정에서 공업디자인을, 충남대학교 경영대학원 석사과정 마케팅 전공 및 동신대학교 대학원 경영학과 박사과정 마케팅을 전공하였다. 태평양화학 및 한국 화장품에서 제품 디자인을 담당하였으며 <디자인 방법론 연구>, <디자인 재료학> 등 다수의 저서가 있다. 현재 원광대학교 미술대학 산업디자인학과 제품디자인 전공 교수를 맡고 있다.

장·남·웅

청강대학교 표면장식디자인과 교수. 홍익대학교 미술대학 섬유미술과를 졸업하고 동대학원에서 미술학 석사학위를 받았다. 일본 ARCUS PROJECT(The Japan Foundation)를 수료했으며 저서로 <디지털 프린팅/DIGITAL PRINTING>이 있다.

제1회 코리아 국제포스터 비엔날레 개최

세계 포스터 디자인의 흐름과 발전방향을 모색하는 <제1회 코리아 국제포스터 비엔날레>가 성대한 막을 올렸다. 11월 20일(수)부터 30일(토)까지 코리아디자인센터에서 열리는 이번 행사는 국내에서는 처음으로 개최되는 국제 규모의 포스터 비엔날레로 전세계 44개국에서 1,874점이 접수되어 뜨거운 관심을 모았으며 일반부와 학생부문으로 나누어 경합을 벌였다. 대상은 Yossi Lemel(이스라엘)의 작품 'Israel Palestine 2002'가 선정되었으며 일반부문 금상은 서기훈(한국)의 '행간풍경(The type landscape of the real meaning)'이, 학생부문 금상에는 Erich Brechbuhl(스위스)의 'Schöner als du(Prettier than you)'가 각각 선정되었다. 선정된 작품들은 모두 증이에 직접 '인쇄된 작품'으로 이는 모든 그래픽 디자인의 기본은 '프린트'라는 철학에서 나온 원칙이다.

KIDP(한국디자인진흥원, 원장 정경원)는 앞으로 코리아 국제포스터 비엔날레를 이미 10여년 넘게 꾸준히 개최되며 세계적인 명성을 얻고 있는 세계 3대 포스터 행사인 바르샤바 국제 포스터 비엔날레(폴란드), 부르노 비엔날레(체코), 도야마 트리엔날레(일본)와 비견될 수 있는 세계적인 행사로 키워나갈 계획이다.

기간: 2002. 11. 20(수)~30(토)

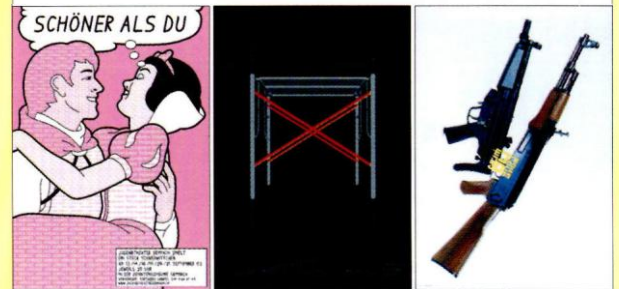
장소: 코리아디자인센터 전시장

주최: 한국디자인진흥원

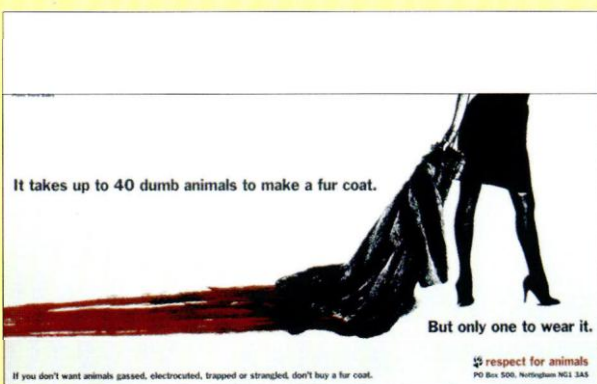
문의: 031 780 2162



Israel Palestine 2002...Yossi Lemel(대상, 이스라엘) 행간풍경...서기훈(금상/일반, 한국)



왼쪽부터 Schöner als du(금상/학생), Inter-cross creative center(은상/일반), Make love no war(은상/일반),



Dumb animals...Lynx 포스터 캠페인



Children at war...Lippa Pearce

직설과 풍자의 전통 '영국 정치포스터 30년전'

100여 점이 넘는 영국의 우수한 그래픽디자인 작품세계가 펼쳐진다. KIDP는 영국문화원과 공동으로 영국의 정치포스터를 주류로 한 다양한 그래픽 작품(포스터, 배지, 전단지, 티셔츠 등) 전 '직설과 풍자의 전통-영국 정치포스터 30년전(Up Front and Personal - Three Decades of UK Political Graphics)'을 개최한다. 이 행사는 11월 20일부터 개최되는 제1회 코리아 국제포스터 비엔날레 개최를 기념한 특별행사로, 영국의 그래픽디자인 작품을 전시함으로써 국내 디자이너는 물론 일반인들에게 선진국의 디자인 문화를 선보이기 위한 자리로 마련됐다.

지난 30년 동안 발표된 정치·사회적 이슈를 전달하고 풍자한 포스터나 캠페인 선전물, 거리게시판 등 영국 공공(公共) 그래픽 작품 약 100여 점이 선거, 전쟁, 성(性) 등 총 6개 주제로 전시된다. 전시작들은 정치 사회적으로 민감한 이슈를 풍자적으로 다루면서도 난해한 메시지를 인상적이고 세련되게 표현한 작품들만 선별하여 모은 것이다. 따라서 '영국정치포스터 30년전'은 사회 및 정치 포스터가 일상적이지 않은 국내에 신선한 문화욕구 충족의 기회가 될 뿐 아니라, 다소 무겁고 심각한 정치 사회문제를 얼마나 다양한 관점에서 바라볼 수 있는지, 그래픽디자인을 통해 무거운 주제가 얼마나 윤택 있고 기발하게 표현될 수 있는지를 보여주는 새로운 문화 경험의 장이 될 것이다.

기간: 2002. 11. 20(수) ~ 30(토) 9:30~18:00

장소: 코리아디자인센터 B1 전시장

주최: 한국디자인진흥원, 영국문화원

디자인대학박람회 개최

지난 11월 7일부터 11일까지 5일간 중소기업 여의도 종합 전시장에서 KIDP가 주최한 <2002 디자인대학박람회>가 개최되었다. 총 52개 대학, 28개 업체가 참여한 가운데 280개 부스로 구성된 이번 박람회에는 영국의 노팅엄 대학, 런던 인스티튜트, 호주 퀸스랜드 대학, 일본 치바 대학 등 해외 유명 대학들도 참가해 눈길을 끌었다. 박람회 개최에 앞서 정경원 디자인진흥원장은 "디자인은 디지털시대의 경쟁력을 결정하는 핵심분야로 우수한 재능을 갖춘 디자인 인재를 발굴하고 육성하는 것이 무엇보다 시급한 과제"라고 개최 배경을 밝혔다. 이번 박람회는 일반인들에게는 신세대들의 디자인 작품 세계를, 기업에게는 우수 디자인 인력 확보를, 학생들에게는 취업 기회 제공과 입시정보를 제공하는 종합 디자인 정보교류장의 역할을 한 것으로 평가된다.

문의 : 031 780 2162

디자인벤처 비즈니스 모델 공모결과 발표

디자인 분야의 아이디어를 사업화하기 위한 디자인벤처 비즈니스 모델 발굴이 본격화되고 있다. KIDP는 사업화가 가능한 우수한 디자인 아이디어가 사장되지 않고 사업모델로 발전할 수 있도록 <디자인벤처육성 프로그램>을 추진하기로 하고, 이번에 <디자인벤처비즈니스모델 공모전>을 시행, 수상작을 선정하였다. (사)한국디자인벤처기업협회가 주관한 <디자인벤처비즈니스모델 공모전>에서 대상은 (주)하모니칼라시스템의 음과 색의 변환기술을 적용한 '색체계의 세계 표준화 및 실용화사업'이 수상하였다. 금상에는 넥스트리스의 'IWID', 디자인몰의 'Innocenture Project', 이화여대창업실의 '스튜디오 間'이 각각 수상하였으며 이밖에 은상 4점, 동상 2점 등 총 22점이 수상하였다. 공모전에서 수상한 기업에게는 사업화 추진, 디자인인큐베이터 입주신청 시 가점 부여, 디자인벤처펀드 프로젝트 투자검토, 디자인혁신상품개발사업과 연계된 상품화 지원 등의 혜택을 부여받게 된다.

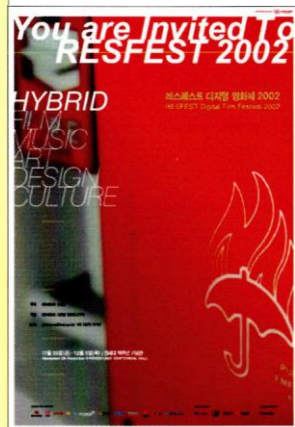
문의 : 031 780 2196

대상: (주)하모니칼라시스템의 '색체계의 세계 표준화 및 실용화사업'



'아이디어에 불을 붙여라(Ignite your Ideas)', 레스페스트 디지털 영화제

영화와 예술, 음악과 디자인을 오가며 '하이브리드(hybrid: 이종, 혼성물)'란 21세기 새로운 문화 코드를 건드리는 레스페스트 디지털 영화제가 11월 29일 연세대 백주년기념관에서 막을 올린다. 1995년 샌프란시스코의 아트 갤러리에서 'The Low Resolution Film Festival'이란 이름으로 시작된 레스페스트 영화제는 98년부터 'RESFEST Digital Festival'로 명칭을 바꾸고 현재는 미국과 유럽, 일본 등 전세계 주요 도시를 순회하고 있다. 우리나라에는 2000년 'The Future of Filmmaking(영화제작의 미래)'이란 슬로건으로 처음 개최된 이래 올해로 3회를 맞는다.



2002 레스페스트 디지털 영화제 포스터

올해의 슬로건은 '아이디어에 불을 붙여라'. 압도적인 상상력과 아이디어의 가능성 앞에서 디지털이 더 이상 혁명이 아닌 도구일 뿐이라는 메시지를 담고 있다. 영화제 개막작으로 뮤직비디오계의 거장인 크리스 커닝햄의 작품을 선정한 것만으로도 이러한 도발적인 상상이 느껴진다. 이 외에도 디지털 혁명의 선구자 롬 닐슨을 초청해 회고전 및 특별 세미나를 개최하며 세계적인 모션 그래픽을 감상할 수 있는 단편들로 구성된 <디자인 세계>, 세계적으로 호평을 받은 광고들로 이루어진 <Shots 2002 베스트 컬렉션>, 애니메이션, 뮤직비디오 등 편견과 고정관념에서 벗어나 자유로운 디자인 상상력을 자극하는 다양한 섹션들이 돋보인다. 프로그램에 대한 정보를 미리 수집해서 준비한다면 다양한 디지털 세계를 감상할 수 있을 뿐만 아니라 이번 한국 순회에서 특별히 강화된 세미나를 통해 많은 것을 얻을 수 있을 것이다.

기간: 11월 29일(금) ~ 12월 5일(목)

장소: 연세대 백주년기념관

주최: 레스페스트 코리아 www.resfest.co.kr

문의: 02 3275 3747

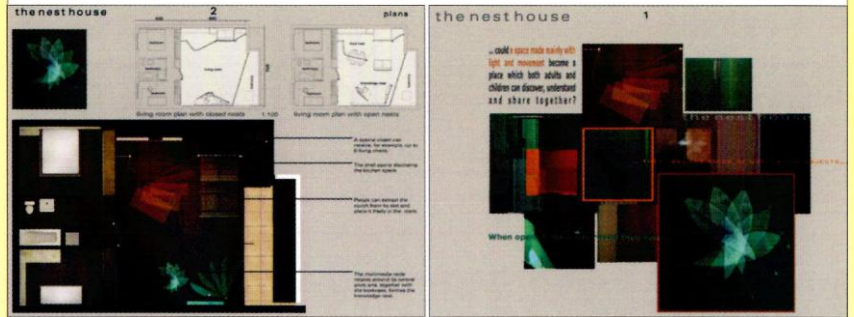


한샘 DBEW 국제디자인공모전 발표

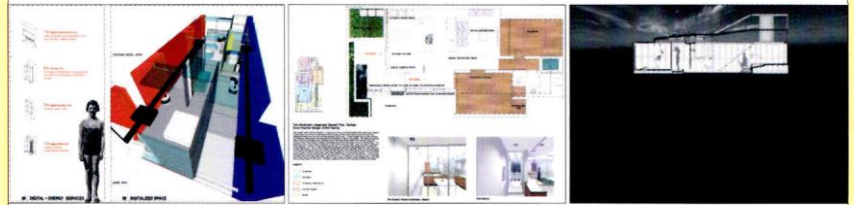
올해로 2회를 맞는 한샘 DBEW 국제디자인공모전 결과가 발표되었다. '맞벌이 한 자녀 가정을 위한 디자인'이라는 주제 하에 건축/인테리어/가구 분야로 나누어 공모한 이번 행사는 국제디자인공모전이란 이름에 걸맞게 전세계 48개국에서 총 520점의 작품이 접수되었으며 무엇보다도 현역 디자이너들의 참여가 높아 작품의 완성도 또한 높았다는 평가이다. 그랑프리는 이탈리아의 페데리카 루시아르디와 리카르도 비안치니가 출품한 'The Nest House'가 선정되었다. 심사위원장을 맡은 알렉산드로 멘디니 씨는 "유토피아적인 미래의 트렌드와 함께 현실적인 문제를 진단하고, 해결하는 능력에 높은 점수를 주었다."라고 선정 이유를 밝혔다. 또한 이번 대회의 작품수준을 말해주듯 대상 선정 후 치열한 경합을 벌인 세 개의 작품이 모두 금상으로 선정되는 이변을 낳았다.

이번 공모전 수상 작품들의 경향을 디자인 컨셉에 따라 크게 둘로 나뉘는다면 첫째는 개념적이고 선언적인 디자인 언어를 통해 주어진 문제를 넘어서 버리는 디자인과 둘째는 현실적이고 독창적인 아이디어로 과제를 하나씩 풀어나가는 디자인이라 할 수 있다. 움직이는 벽, 지하의 컨테이너 박스 등 주거공간에 있어 중요한 트렌드로 떠오르고 있는 'One Child Family'에 대한 다양한 해법을 제시하고 있는 이들 수상작품은 인터넷(www.hanssemcompe.com)에서 감상할 수 있다.

문의: 02 590 3472 www.hanssemcompe.com



대상: Federica Lusardi, Riccardo Bianchini(이탈리아)



왼쪽부터 금상: Adam Russell(오스트레일리아), Greg Biancardi(미국), Roberto Requejo(미국)

db review

파리 국제섬유박람회 참가한 청강대 표면장식디자인과

학생들과 박람회장 내 청강대 부스



섬유의 향연, 2002 파리 국제섬유박람회

계절이 바뀔 때마다 유행의 새로운 흐름을 감지하고 세계 패션의 방향을 주도해온 '프리미어 비전(Premiere Vision)'이 '섬유의 향연'이라는 슬로건을 내걸고 지난 9월 18일부터 21일까지 파리 Nord-Villepinte 전시장에서 개최되었다. 최대의 국제섬유박람회인 프리미어 비전(Premiere Vision)과 인디고(Indigo)전시회는 유행의 산실인 파리에서 해마다 년2회 춘하, 추동 두 시즌으로 함께 개최되며, 유럽, 아시아, 미국을 중심으로 전세계에서 200여 명의 크리에이터들과 80개가 넘는 나라의 8,000여 명 방문객들이 모여 트렌드 및 정보를 교환하고, 새로운 디자인 제품을 홍보하는 자리이다. 또한 디자이너, 컴퓨터그래픽, 스튜디오, 워크샵, 스타일리스트, 장식예술학교들뿐 아니라, 패션관련 전문업체, 섬유 생산업체, 방직업체의 직조가, 공예가, 프린터 디자이너, 바이어, 스타일리스트들이 한 자리에 모여 거대한 판매 시장을 형성하기도 한다. 이 전시는 1973년 리옹에 있던 15명의 직조업자로부터 시작되어 30여 년의 섬유 역사를 고스란히 기록해왔으며, 매 전시회마다 새로운 소재와 칼라 감각으로 섬유, 패션계에 신선한 충격을 던지곤 하였다. 이번 전시에는 1,200개에 이르는 세계 각국의 섬유업체가 참가하여 새로운 디자인과 업체별 컬렉션 및 트렌드 정보를 공유하였다.

한국에서는 청강대 표면장식디자인과가 프랑스 뒤베레 국립응용미술대학, 영국 리버풀 디자인대학, 스위스 노스브룩 대학 등 세계적인 미술대학들과 같이 학교 단독 부스를 설치하고 학생들의 작품을 전시, 판매하였다. 이는 주로 국내와 미주를 대상으로 시장이 형성되어 있는 한국실정에 비추어, 유럽 시장을 겨냥한 이례적인 시도로서 학생들이 자신의 작품을 기성 디자이너들의 작품은 물론, 다른 나라 학생들의 작품과 비교해보고, 시각적이고 감각적인 국제트렌드, 시장정보 및 신소재를 직접 체험할 수 있는 좋은 기회였다. 새로운 시각으로 끊임없이 의문을 던지는 것을 기본이념으로 하는 프리미어 비전 전시회는 이번에도 역시 새로운 유행을 한 발자국 살짝 앞서 나아갔다. 행사장은 기존의 관례와 전통, 유행을 깨트리는 혁신성, 현실에서 탈피하고자 하는 욕망, 상상의 세계로 여행하고자 하는 갈망과 이상향에 대한 동경이 동시에 분출되며 상반된 두 세계의 혼란을 표출하는 열정적이고 예술적인 문화의 장이었다. 즉, 피부로 뚜렷이 감지되는 '구체성'의 힘, 만져도 느껴지지 않는 섬세하고 미묘한 감촉, 이 두 세계가 공존하여 이루어내는 미술적인 조화가 행사 분위기를 주도하였다. 이러한 활력과 흥분감을 통해 창작을 도모하고, 계절의 이변을 꿈꾸면서, 암암리에 배어있는 타성과 평범함, 상투적인 관례를 깨트리는 데 과감성을 보여 주었으며, 이런 의식의 변화는 새로운 문화를 탄생케 하고 그 속에 상품의 이미지가 탄생하게 되는 것이다.

글...인치희...청강문화산업대학 표면장식디자인과

KIDP 정경원 원장 美 디자인경영협회 고문(advisory council) 선출



정경원 한국디자인진흥원장

몇 년 전부터 디자인경영에 대한 관심이 높아진 것은 사실이지만 여전히 '디자이너들을 끝까지 밀어준다면, 그들은 정말 굉장한 것을 되돌려 줄 것' 을 아는 CEO를 만나기란 힘들다. 시간이나 인원, 제작 단계에 쫓기거나 시장에 대한 불안감에서 새로운 것보다는 안심할 수 있는 이전의 패턴을 반복하는 상황에서 혁신적인 디자인을 바탕으로 한 튼튼한 디자인경영은 아쉽기만 하다. 이러한 때, 정경원 한국디자인진흥원장의 미국 디자인경영협회 고문 선출 소식은 반갑기만 하다.

미국 디자인경영협회 고문으로 선출된 소감을 말씀해 주십시오.

한국의 디자인 위상이 높아진 것을 다시 한번 실감하는 계기가 됐습니다. 2000년과 2001년 세계그래픽디자인대회와 세계산업디자인대회 개최 이후, 디자인분야의 국제교류에서 한국의 역할이 한층 강화되고 있음을 느끼던 터였습니다. 특히 최근 들어 영국, 프랑스, 이탈리아 등 서유럽과의 전시 및 세미나 개최는 물론 사절단을 교환하고 중국과 최근 FTA가 체결된 칠레와는 시장 진출을 위한 교두보를 마련하기 위해 디자인 세미나를 개최한 바 있습니다. 그만큼 국제적 교류가 한층 활발해졌음을 의미합니다.

이런 중에 고문 선출소식을 듣게 되어 더욱 기쁘게 생각합니다. 미국 시라큐스대학에서 석사학위를 받은 이후 20여년 간 미국 디자인경영협회(DMI) 회원으로 활동해 왔지만, 개인적으로 DMI의 고문으로 선출된 것은 2002 美우수산업디자인상(IDEA) 심사위원 위촉에 이어 큰 영광이며, 국제적으로 디자인경영 활동에 한국 디자인어를 공식파트너로 인정한다는 의미이기 때문에 자부심을 느낍니다.

협회에 대해 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

미국 디자인경영협회(DMI: Design Management Institute)는 1975년 설립된 단체로, 디자인경영의 학문적 체계정립과 일반인 및 기업에 대한 마인드 제고에 주요한 역할을 해왔습니다. 1987년부터는 '사례연구조사 프로그램' 을 실시하고 있는데, 여기서 도출된 주요 디자인경영 사례 연구자료는 하버드 경영대학원, MIT, UC 버클리, 런던경영대학원 등에서 교재로 사용됩니다. 특히 1989년부터 발행되고 있는 디자인경영저널(Design Management Journal)은 디자인경영 분야에서 가장 권위 있는 학술지로 인정받고 있습니다.

최근에는 디자인과 소비자 경험에 대한 다양한 전략을 개발하고 있으며, 브랜드 아이덴티티 전략개발, 기업 혁신과 창조성 관리, 이익창출 극대화를 위한 디자인 프로세스 관리 등을 연구하고 있습니다. 또한, 소비자와 제품디자인, 브랜드 사이의 관계를 디자인의 시각에서 어떻게 정립할 것인가도 연구하고 있어, 디자인을 접목한 다방면의 연구를 시행하고 있는 것으로 유명합니다.

디자인경영의 중요성 및 우리나라에서의 활성화 정도에 대해 알고 싶습니다.

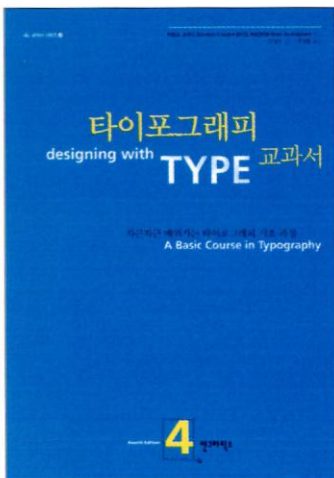
디자인경영은 한마디로 디자인을 경영의 전략적 수단으로 활용하여 새로운 비전과 가치를 창출하는 활동이라고 할 수 있습니다. IBM, 포드, 소니, 필립스 등 초일류 기업의 성장 이면에는 디자인경영이 자리하고 있음이 이를 뒷받침해 줍니다.

최근 들어 우리 나라에서도 디자인경영이 주요 이슈로 등장하고 있는 것을 볼 수 있습니다. 현대자동차, 삼성전자, LG전자 등 대기업 CEO가 디자인의 중요성을 역설하는 가운데 기업경영의 주요 자원으로 활용하고 있으며, 중소기업으로까지 확산되는 추세입니다.

이와 함께 디자인경영 도입 확산을 위한 정부차원의 지원도 가속화되고 있습니다. 매년 '대한민국디자인 및 브랜드대상' 시상상을 통해 모범사례를 선정하고 사례연구를 통해 기업에 전파하고 있는 것이 한 예라 할 수 있겠죠. 또한 디자인 핵심기법을 연구하는 디자인기반기술 과제를 선정·지원하여 디자인경영과 브랜드 전략을 개발, 보급하고 있습니다.

앞으로 활동계획을 밝히신다면...

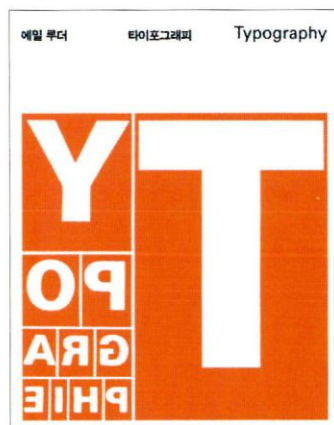
앞으로 DMI 고문으로 활동하면서 세계적인 디자인경영의 흐름 및 전략 사례 등에 대한 정보수집과 체계적인 연구를 통해 한국의 토양에 맞는 디자인경영 전략 및 모델을 제시하는 데 주력할 계획입니다. 디자인경영포럼, e-디자인아카데미를 강화한 디자인 교육 등, 기업 CEO 및 디자인 책임자와 교류할 수 있는 다양한 기회를 마련하여 기업의 디자인경영 전략 도입을 적극 유도해 나가도록 노력하겠습니다.



제임스 크레이그, 윌리엄 베빙튼 지음 / 문지숙 옮김 / 192P / 국배판 / 15,000원



안 치홀트 지음 / 안상수 옮김 / 200P / 사륙변형 / 7,000원



에밀 루더 지음 / 안상수 옮김 / 220P / 사륙변형 / 18,000원

〈타이포그래피 교과서 Designing with Type〉는 영문 타이포그래피의 기본 원리와 용어를 알기 쉽게 해설한 책으로 오랫동안 말 그대로 타이포그래피 분야의 교과서 역할을 해온 책이다. '차근차근 배워가는 타이포그래피 기초 과정 A Basic Course in Typography'이라는 부제가 말해주듯, 기본적인 원리뿐 아니라 경험이 많은 디자이너들도 저지르기 쉬운 오류에 대해 정확하게 설명하고 있어 타이포그래피에 입문하는 학생뿐 아니라 전문가들에게도 필수적인 지침서가 될 것이다. 특히 이번에 나온 네 번째 개정판에는, 컴퓨터의 발달로 인한 디지털 조판 시스템 변화에 대응하여 금속활자 조판에서 여전히 배워야 할 원리와 그것이 어떻게 디지털 시스템에서 응용되는지에 대한 내용이 새롭게 추가되었다.

타이포그래피 교과서

타이포그래피는 그래픽 디자인에 있어 기초과학과 같은 분야라고 할 수 있다. 그 중에서도 신(新)타이포그래피를 주창하며 현대 타이포그래피 이론의 토대를 닦은 안 치홀트의 업적은 단연 돋보인다. 미국 디자인계의 대부였던 폴 랜드는 "안 치홀트 이후 현대 타이포그래피에서 우리가 이루어 놓은 것은 아무 것도 없다."라고까지 평한 바 있다. 현대 타이포그래피의 분수령을 이룬 안 치홀트의 신타이포그래피 이론은 바로 1935년 스위스에서 출판된 이 책에서부터 출발한다. 안 치홀트가 주장하는 신타이포그래피의 본질은 바로 기능적인 명쾌함이다. 지금 그대로 실무에 적용하여도 손색이 없을 정도로 정밀한 타이포그래피 이론을 정립한, 시대를 초월하는 치홀트의 통찰력을 느낄 수 있는 타이포그래피의 고전이자 디자이너의 필독서.

타이포그래픽 디자인

20세기의 위대한 타이포그래퍼인 에밀 루더가 스위스 바젤 응용미술전문학교에서 25년간 타이포그래피를 가르치면서 작업한 작품과 학생 작품, 그리고 동서고금의 미술과 건축을 예제로 타이포그래피의 원리들을 설명한 책. 에밀 루더는 20세기 초 타이포그래피 분야의 선구자들을 이끌었던 가장 근본적인 개념들이 무엇이었는지 파악하고, 늘 변함없이 유지되는 타이포그래피의 법칙과 구성의 수단들을 탐색하였다. 이를 통해 활자 자체의 특성, 종이에 기호가 인쇄될 때 발생하는 기호와 배경의 상호작용, 시각적 인식과 심미적인 감각에 호소하는 디자인, 건축물과 미술작품에 숨겨진 다양한 비례, 낱말 사이 간격을 통한 리듬 형성 등 그래픽 디자이너라면 한번쯤 생각하고 알아야 할 수 많은 문제들을 다루고 있다. 저자 사후 30년이 지난 지금에도 여전히 이 책의 내용은 현재의 디자이너들이 참고하기에 부족함이 없다.

타이포그래피

5th element for I.D.

FABRIC

산업.디자인. 제5원소

PLASTIC

유연한
경쾌한
인공적인
가벼운
내반의
조각적인
다소 비현
공상
사이키델릭
환상적
예외적인
일회적인
인공적인
발상적인
가소성이
이성적이지
복합적인
사실적이지
가변적인
지표적인
예술적
스스로
결과

METAL

차가운
단단한
빛나는
무거운
위험한
미래의
기능적인
유토피아
하이테크
카르텔
냉성적인
거대한
구조적인
역적인
추상적인
당당한

부드러운
순수한
유형의
따뜻한
질긴
타기 쉬운
신축성
여성적인
갑수성
무아한
오래된

촉촉한
순응적인
모성의
도발적인
습기는
표현적인
비치는
관대한
민주적인
보헤미안
조용한



GLASS

투명한
비밀스러운
깨지기 쉬운
고급스러운
위생적인
외국적인
반영하는
냉기로운
내밀한
깨끗한
매혹적인
완전
얇은
공용
교묘
정밀한
거로지로는
결정
유리
무시무시
적시
슬픈
조인

DESIGN