

독일 뉴 디자인 운동에 관한 연구

A Study on the New German Design Movement

이병종
한국과학기술원 산업디자인학과

Lee, Byeong-Jong
Department of Industrial Design, KAIST

1. 머릿말

대중매체를 통한 선전활동을 중심으로 한 그룹 뎀피스는 80년대 전반에 걸쳐 세계 곳곳에서 나타나는 모든 새로운 디자인경향들에 지대한 영향을 미치었다. 특히 그룹 뎀피스의 뉴 인터내셔널 스타일(New International Style)은 수많은 전세계 젊은 디자이너들에게 큰 호응을 받고, 곧바로 앞다투어 모방되어졌다. 그리고 이들 젊은 디자이너들은 각자의 독특한 개성과 극도로 다원화된 생활양식에 따라 계속적으로 다양화되고 차별화되는 특징을 보이면서, 그들의 디자인활동을 발전시켜나갔다. 그 과정에서, 기능중심적인 기존의 전통적 디자인 관(觀)은 도퇴되었다. 그대신 수공업적 생산방식을 기초로 소량의 값비싼 물건들을 디자인하는 그룹 뎀피스의 디자인방법이 주축을 이루는, 뉴 디자인(New Design) 운동이 전세계적으로 전개되었다.

이러한 그룹 뎀피스와 그 뒤를 따르는 뉴 디자인의 전세계적인 활동은 디자인의 개념을 극단적으로 확장시켜버림으로써, 기존에 분명하고 확실하다고 믿어왔던 디자인이론들을 더이상 재정립할 수 없게 여지없이 무너뜨려버렸다. 그리고 디자인에 대한 전문성이 결여된 예술가들이나 공예가들이, 그 어떠한 디자인에 대한 전문적인 학습과 훈련도 없이, 무작정 그룹 뎀피스나 뉴 디자인을 추종하는 의자와 조명등 그리고 쇼파나 침대 등을 만들기 시작하였다. 이러한 것들에서는 단지 삐딱하게 기울어지고 눈에 튀는 현란함만이 중요시되었기에, 일련의 문양과 색 그리고 상징적인 표현양식들이 매우 다양하게 개발되고, 풍부한 역사적인 양식들이 재발견되어, 현대적으로 재구성되고 변형되어졌다. 따라서 형태는 이제 더이상 기능을 구체화 시키는 틀이 아니라, 표현을 위한 수단이 되어버렸다. 조형양식적 측면에서, "통속적 기능주의(Vulgar-Functionalism)"적 양식에 대한 부정으로 이해되는 이러한 아방가드 디자인운동은 예술적인 상품언어의 표현에 큰 의미를 두고, 개성적인 독특한 표현양식의 개발에만 주력함으로써, 종종 기능에 역행하는 형태들을 이끌어내었다.

독일에서도 역시 기능주의 논쟁 이후, 80년대에 들어서면서 그 뒤를 잇는 젊은 디자이너들 사이에서 이른바 뉴 디자인운동이 전개되었다. 그러나 다른 선진산업국들과 비교해 볼때, 그 어느 나라보다도 전통적인 기능중심의 합리적인 조형방식과 "굿 디자인"의 지배가 강력했던 독일에서는, 그에 대한 반항 또한 매우 극단적이고 파괴적으로 전개됨으로써, 독일 뉴 디자인 운동은 전세계적으로 가장 대표적인 고 격한 모습으로 발전하게 되었다.

2. 독일 뉴 디자인 운동

독일의 경제는 갈수록 심각하게 미국 주도의 세계시장 경제에 편입되고, 그 만성적 경제위기에 종속됨으로써, 실업률이 증가하고 젊은이들 사이에서는 갈수록 암담해지는 미래에 대한 불안이 커져만 갔다. 70년대 말 카터시대(Carter

Era)의 이른바 스태그플레이션(Stagflation)라고 불리는 심각한 전세계적인 경제불황이 닥치자, 미술과 건축 그리고 디자인을 전공한 독일의 젊은이들은 실업과 더이상의 위탁고객이 없다는 긴박한 생존의 문제에 빠지게되었다. 이러한 상황속에서 대다수의 조형예술을 전공한 젊은이들은 우선 개인 이기주의적인 예술만을 위한 예술로서의 "자유로운 조형예술(Freie Kunst)"을 내세우고, 이를 통한 개인적인 성공을 갈구하였다. 그리고 이탈리아의 "레이디컬 디자인(Radical Design)"과 "버널 디자인(Banal Design)"으로부터 영향을 받아, 주로 가구와 실내장식 분야에서 과격하고 급진적인 조형실험들을 시도하였다. 이 때에 그룹 뎀피스의 전신이 알려지자, 이것이 도화선이 되어 독일 뉴 디자인 운동이 폭발적으로 전개되었다.

"미술비행(Kunstflug)", "펜타곤(Pentagon)", "슈틸레토(Stiletto)", "베를린 공방(Berliner Zimmer)" 등과 같은 그룹과 공방 그리고 화랑들이 설립되고, 그룹 뎀피스의 대중매체를 통한 성공을 본보기로 삼아, 전시회와 대중매체에 내보이고 이목을 집중시키는 것을 목적으로 한 조형활동을 이끌어내었다. 그러나 전통적 건축방법의 체계적인 바탕위에서 자유로운 표현의 가능성들을 실험해나간 이탈리아에서와는 달리, 독일에서는 비전문적으로 단지 규격화되고 평범한 것에 대조를 이루는 새로움의 시도로서, 잘못이해진 이른바 "프로토타입(Prototype)"이란 이름하에 단일의 예술작품을 추구하고, 그 속에서 지극히 예술적인 것에만 높은 가치를 두었다. 여기에서 개인적인 성공에 대한 갈망은, 극단적으로 눈에 튀려고만 하는 개인 자신만의 고유한 미의 개발에 대한 강박관념으로 몰아갔다. 그리고 현대 아방가드 미술사조에서 나타난 새롭고 창의적인 상징적 언어소통개념의 창조에 대한 주장을 도입하였다. 여기에서 특히 그룹 플록수스의 미술운동과 컨셉아트를 가장 대표적인 본보기로 삼아서, 과격하고 도발적인 미적 형식들을 개발해내었다. 또한 그 당시 바젤리츠(G. Baselitz), 키퍼(A. Kiefer), 임멘도르프(J. Immendorf), 펄크(A. R. Penk) 등과 같은 예술가들이 그림질과 물감칠에 전념하는 과거의 전통미술을 새로이 부활시키고, 조형예술분야에 과거지향적인 신표현주의를 선보이자, 이 또한 독일 뉴 디자인에 매우 커다란 영향을 미치게 되었다. 이러한 과거지향적인 흐름 속에서 독일 뉴 디자인은 무엇보다도, 오늘날의 산업생산세계에서 수공업적인 과거로의 도피로 이해되는, 그룹 테스인의 수공업생산방식을 기본으로 따르게 되었다.

이러한 모든 맥락속에서 독일 뉴 디자인은 더이상 산업적 생산의 요구사항들을 고려하지 않고, 또한 사람들의 요구를 충족시키는 것 등과는 무관하게, 오로지 개인적인 시대정신의 표현에만 몰두하였다. 그 어떠한 이론이나 역사사식도 배제된 채, 단지 무분별한 반기능적이고 표현주의적인 미의 개념만을 추구하였다. 이러한 과정 속에서, 기존의 진지한 디자인의 구현방법이나 디자인 분야의 모든 규범

과 개념들을 파괴해버렸다. 이제 과격하고 도발적인 사물들을 가지고서 새로운 미적 충격의 경험을 자유로이 이끌어내기 위하여, 신뢰하던 것들과 일반적이고 습관적인 것들 모두를 낫설게 만들었다. 그리고 "좋은 형태(gute Form)"와 이른바 "훌륭한 취향(guter Geschmack)"에 대한 반란으로서, 개인 이기주의적인 향락과 경험을 추구하는 사회적 흐름에 따라, 상품-이기주의를 이끌어낼 수 있는 새로운 미적인 매력의 개발을 갈수록 더욱 추구하였다. 따라서 당시까지 알지 못했던 특이한 재료의 혼합이나 이국적인 시각적 체험들이 다양하게 실험되어졌다. 또한 의도적으로 철저하게 주관적이고 반전문적인 디자인 관(觀)을 가지고, 상품에서 예술적인 오브제적 특성을 크게 부각시켰다. 여기에서 가구제품이나 실내장식제품들은 특히 예술가 개인적 미의 반영과 예술작품으로서의 생산을 위한 가장 인기있는 대상물이 되었다.

함부르크에 있는 화랑 "모벨 페르뒤(Moebel Perdu)"에서는 1982년 단일작품과 수공업적으로 만들어진 오브제들을 전시하였다. 여기에 전시된 오브제들은 모두 공통적으로, 희망적 미래에 대한 표현이 중심을 이루었던 시기인 50년대에 선호되어졌던, 비스듬한 모양들이나 강렬한 색의 사용 그리고 철판이나 투명 아크릴, 네온사인 등을 이용한 것이었다. 그리고 독일 뉴 디자인의 가구들과 실내장식제품들은 갈수록 더욱 예술작품과 같이 전시되고, 실험적인 가구점과 화랑들에서 판매되었다. 화랑 "베를린 공방"에서는 디자인 오브제들이 마치 예술작품처럼 일괄적으로 벽에 걸려졌다. 문헌에서는 "예술품으로서의 가구(Moebel als Kunstobjekt)"라는 주제를 가지고 전시회가 열렸다. 이러한 독일 뉴 디자인에 의해 이제 디자인의 개념은 급속도로 미술과 미술공예 분야에까지 확장되어, 그 각각의 전문영역을 구별할 수 없게 되었다. 더구나 80년대 중반부터는 젊은 미술가, 건축가 그리고 디자이너들이 그들의 조형활동에서 무엇보다도 우선 예술가의 입장을 취하고, 더욱 더 전문적으로 디자인된 산업생산제품에 대립되는, 야만스럽게 표현적이고 반전문성을 드러내는 "디자인-예술(Design-Kunst)"작업들에 몰두해갔다. 따라서 이들의 "디자인-예술"도 결국에는 현대미술사조들과 마찬가지로, 현대의 상징적이고 소용언어적인 표현요소들을 끝없이 개별적으로 분리시키고 소외시킴으로써, 갈수록 의미를 상실하고 개념 또한 상실하여, 결국에는 더이상 의미가 없는 것들로 되어버렸다. 그래서 이러한 무의미하고 기능을 상실한 오브제들에 의미를 부여하고자, 예술가 중심적이고 개인적인 작업관들이 광범위하고 다양한 소개책자나 출판물들을 통해서 설명되어졌다.

3. 결론

그 어떠한 디자인 이론적인 발전도 이루어내지 않고, 단지 선동적이고 파괴적이지만 한 독일 뉴 디자인이, 전시회와 대중매체를 통해서 사람들의 이목을 집중시키지 못했다면, 그렇게 확산되지 못하였을 뿐만 아니라, 80년대의 미술과 건축 그리고 디자인에 큰 영향을 줄 수도 없었을 것이다. 독일 뉴 디자인 운동에서의 가장 중요한 목표는 대중매체를 통해서 성공하는 것이었다. 따라서 무엇보다도 특이하고 화제거리가 될만한 것을 만들어냄으로써, 대중매체를 통해 사람들의 이목을 집중시키고 유명해지고자 노력하였다. 그리고 1982년 함부르크 미술박물관에서의 "독일

뉴 디자인(Neues deutsches Design)" 기획전시나, 1986년 뒤셀도르프 미술박물관에서의 "느낌콜라지-감성적 생활(Gefuehls collage-Wohnen von Sinnen)"과 같은 대규모의 박물관전시회를 통해서 크게 성공한 독일 뉴 디자인은 이제 대중매체의 중요한 관심거리가 되었다. 전문지와 잡지 그리고 텔레비전에서는 이 새로운 주제에 대해 지나칠 정도로 자세하고 다양한 내용들을 보도하였고, 사람들은 이를 마치 현대 아방가드 예술의 하나의 사조로 이해하고 관심을 갖게 되었다. 그리고 마침내 1987년 제 8회 카셀 도쿠멘타(Kassel Documenta 8)에서는 독일 뉴 디자인 운동의 예술가들이 초대되어, 그들의 "디자인-예술" 오브제와 설치작업들이 그 당시를 대표하는 현대미술로 전시되었다. 이로써 지금까지 굳게 믿어왔던 디자인의 전문영역은 깨어지고, 순수예술의 영역에까지 극단적으로 확장됨으로써, 순수예술과 디자인 각각의 전문영역을 구별할 수 없게 만들었다. 또한 현대예술이 갈수록 의미를 상실하고 개념조차 없는 "비예술(Unkunst)"화로 치닫자, 순수예술과 디자인이 통합된 "사용-예술(Nutz-Kunst)"이라고 불리우는 새로운 형태의 현대 예술분야가 형성되고, 점차 사회적 의미를 획득하여 활성화되고있다.

선진산업국에서는 생활수준의 향상과 더불어 경제적으로 평준화된 중간계층이 광범위하게 확대되었다. 그리고 중간계층을 구성하는 각각의 사람마다 그들 나름대로의 다양한 생활문화를 지향하는 다양화가 진행되었다. 이것은 80년대에 극단적인 다양화로 발전되고, 그 속에서 교육기회의 확대에 따라 향상된 사람들의 자아의식은 개인 이기주의적 향락과 호화로운 소비를 추구하는 다양한 생활유형들로 개발되었다. 또 다양한 생활유형에 걸맞는 소비상품들에 자아의 투사(Projection)를 통해서 심리적인 자아실현을 경험하게됨으로써, 이 때부터 소비상품디자인에서 예술작품적인 가치가 중요시되었다. 그리고 대중매체에서는 판매중진이란 관점에 따라 당시의 아방가드 디자인, 즉 독일 뉴 디자인을 현대미술의 중요한 한 장르로 포장하여 앞다투어 신상품으로 내보였다. 당시까지 디자인에 대해 거의 들어보지 못했던 사람들은 이제 대중매체를 통해서 도발적이고 선동적인 디자인을 접하고, 새로운 시각적 쾌락을 즐기며, 이러한 디자인에 환호하였다. 또한 디자인을 호화스러운 장식미술로, 디자인 제품을 수집과 감상용 예술작품으로 이해하였다. 그 결과, 독일 뉴 디자인을 추종하는 "디자인-예술품(Design-Kunstobjekt)"들은 호화스러움을 지향하는 생활양식 어디에나 서로 뒤죽박죽 양식에 무관하게 파고들었다. 이 과정에서 특히 개인 이기주의적인 호화스러움에 대한 욕구를 가장 잘 충족시켜주었던 "예술-가구(Kunst-Moebel)"와 "예술-인테리어(Kunst-Innenarchitektur)" 산업이 급성장하게 되었다.

참고서적

- Albus, V. / Borngraeber, C., Design Bilanz, '92 DuMont Buchverlag
- Bechtloff, Dieter(ed.), Kunstforum International Vol. 66/1983, 82/1985, 90/1987
- Borngraeber, Christian(ed.), Berliner Design Handbook, '87 Merve Verlag
- Erhoff, Michael(ed.), Deutsches Design 1950-1990, '90 Prestel Verlag
- Fischer, Volker(ed.), Design heute, '88 Prestel Verlag
- Guidot, Raymond, Design, '94 Deutsche Verlags-Anstalt
- Haufler, Thomas, Das Neue deutsche Design der 80er Jahre, '94 Anabas Verlag
- Internationales Design Zentrum IDZ Berlin(ed.), Berliner Wege, '87 IDZ Berlin
- Design Center Stuttgart(ed.), Moebeldesign, Made in Germany, '86
- Romain, Lothar(ed.), Busstops, '94 Verlag Th. Schaefer
- Schepers, Wolfgang u.a., Pentagon, '90 Benedikt Taschen Verlag