

3-D 일러스트레이션의 표현전략

- 인쇄매체를 중심으로 -

Creativity Strategy of 3-Dimensional Illustration

- through Printed Media -

신용순(Shin, Yong Soon)

대전산업대학교 산업디자인학부

본 논문은 대전산업대학교 연구비 지원에 의해 연구되었음.

1. 서론

- 1-1. 연구목적
- 1-2. 연구범위 및 방법

2. 3-D 일러스트레이션과 전략

- 2-1. 3-D 일러스트레이션의 개념과 종류
- 2-2. 전략적 개념의 일러스트레이션
- 2-3. 일러스트레이션 전략의 구성요소

3. 3-D 일러스트레이션 전략 수립 과정

4. 효율적인 3-D 일러스트레이션의 조건

5. 결론 및 제언

참고문헌

(要約)

일러스트레이션은 자연이나 사물을 다방면으로 분석하여 객관적인 미적 형상을 끄집어내는 작업이다. 이것은 주제를 보다 명확하게 시각화하여 정확한 목표대상에게 효율적으로 전하는데 목적이 있다. 특히 3-D 일러스트레이션은 다양한 재료와 복잡한 기법으로 인하여 표현자체가 난해해질 수 있는 만큼 주제를 보다 명확히 할 필요가 있다. 이를 위해서 3-D 일러스트레이션의 모든 작업은 전략에 의하여 과학적이고 합리적으로 진행되어야 한다.

본 연구는 출판 및 광고 현장에서 다양하게 활용되고 있는 일러스트레이션 중에서 3-D 일러스트레이션을 선정, 그 개념을 명확히 하고 표현전략에 의한 일러스트레이션 제작 과정을 정립함으로써 전략의 중요성을 강조하였다. 또한 효율적인 일러스트레이션 조건을 제시하여 보다 체계적이고 합리적인 3-D 일러스트레이션 표현전략 수립에 도움이 되고자 하였다.

(Abstract)

Illustration is the work that brings out objective analyzing nature and things in many direction. Its purpose is to deliver the theme in an effective manner to appeal to the proper audience. Especially for 3 dimensional illustration, it is really important because its creativity can be complicated. Also, 3-D illustration are comprised of many materials and skills, so it is vital that 3-D illustration is scientific and practical. In the research I am selecting on illustration that can be used in publishing and advertisements. I intend to give a clear understanding of 3-D illustration to my audience. In order to do that I have suggested an illustration must be developed through creativity strategy. Also, through suggesting the condition of effective illustration, I want to help to set systematic and practical strategy of 3-D illustration.

(Keywords)

2-Dimensional Illustration
3-Dimensional Illustration
Creativity Strategy

1. 서론

1-1. 연구목적

현대인은 다양한 대량 전달 매체 속에서 단순하면서도 인상적인 매체를 선호한다. 이때 개성 있는 일러스트레이션은 사람의 눈길을 끌며 마음속에 강한 인상을 남게 한다. 이것은 언어나 문장이 시간적이고 추론적임에 비해, 일러스트레이션은 공간적이고 동시적이어서¹⁾ 전달의 의미를 직접적으로 느낄 수 있기 때문이며, 보다 실험적이고 독특한 일러스트레이션은 독자의 가슴속에 오래 기억되기 때문이다.

현재 일러스트레이터들에게는 이러한 실험적이고 전위적인 작업의 기회가 많이 제공되고 있다. 이것은 일러스트레이션을 활용한 매체의 폭발적인 증가와 업체간의 치열한 경쟁으로 인하여 보다 자극적이고 독창적인 일러스트레이션이 필요했기 때문이다. 따라서 이제는 단순히 연마된 묘사력이나 숙달에 의한 평면적인 기법만으로는 일러스트레이션의 가치를 창출하기가 어려워졌으며, 보다 생동감이 있고 인상적인 다양한 형태의 3-D 일러스트레이션(3-Dimensional Illustration)이 필요하게 되었다.

그러나 이러한 3-D 일러스트레이션의 대부분은 전략적 개념에 의한 합리적인 작업보다는 일러스트레이터 개개인의 직관과 기술에 의하여 막연하게 표현되고 있는 실정이다. 이제는 일러스트레이션도 과학적인 조사와 검증으로 평가받아야 하며 전략에 의한 체계적인 작업으로 경쟁에 앞서나가야 한다. 일러스트레이션은 왜 해야 하며, 누구에게 해야 하는지, 또 어떠한 내용을 이야기해야 하는지에 관한 기초적인 데이터 추출을 과학적 행위라고 한다면, 이러한 여러 가지 요소를 기본으로 삼아 구체적으로 표현해 나가는 행위를 창조적 행위라 할 수 있다. 지금까지는 창조적 행위 중심의 일러스트레이션에 만족했다면 이제부터라도 과학적 행위를 바탕으로 한 일러스트레이션이 제작되어야 보다 효과적인 결과를 얻을 수 있다.

일러스트레이션에 있어서 전략이란 데이터에 의한 과학적인 요소를 감성에 의한 창조적인 메시지로 바꾸는 과정이며, 이것은 목표 달성을 위한 일련의 일러스트레이션 활동을 체계적으로 계획, 조사, 수립, 집행, 평가하는 통합적인 전략이다. 이러한 전략을 바탕으로 모든 작업이 합리적으로 진행될 때 훌륭한 일러스트레이션이 탄생한다.

따라서 본 연구에서는 일러스트레이션 중에서 3-D 일러스트레이션의 개념을 명확히 하고, 3-D 일러스트레이션 작업의 토대가 되는 전략이란 무엇이며, 그 과정은 어떻게 이루어지는지 살펴봄으로써 보다 창조적인 3-D 일러스트레이션 표현에 도움이 되도록 하는데 그 목적이 있다.

1-2. 연구범위 및 방법

본 연구는 광고나 출판 등 인쇄매체에 나타난 일러스트레이션 중에서 가장 입체적이고 생동감이 나는 3-D 일러스트레이션에 대한 것을 그 범위로 설정하였다.

연구내용으로는 첫째, 3-D 일러스트레이션에 관한 개념과 영역, 종류를 명확히 하고 둘째, 인쇄매체에 있어서 3-D 일러스트레이션의 전략적 개념을 살펴보고 전략의 구성요소를 정립

1) 이경수 ; 그래픽 디자인, 한국생산성본부, 50, (1967)

함으로써 3-D 일러스트레이션에 있어서 효율적인 전략수립을 연구하는데 도움이 되고자 하였다. 연구방법으로는 3-D 일러스트레이션에 관한 여러 가지 정의와 그에 따른 분류 등을 문헌 연구를 통하여 조사하고, 각종 미디어에서 연출되는 3-D 일러스트레이션의 전략과정을 분석하고 체계화함으로써 일러스트레이션 표현전략수립에 있어서 보다 효율적인 조건을 제시하였다.

2. 3-D 일러스트레이션과 전략

2-1. 3-D 일러스트레이션의 개념과 종류

“텍스트의 이해를 돕기 위한 그림을 통한 묘사”가 사전에 나타난 좁은 의미의 일러스트레이션 개념이라고 한다면, 넓은 의미의 일러스트레이션 개념은 과학의 향상과 매스미디어의 발전에 힘입어 “전달하고자 하는 내용을 명확하게 해명하는 그림”이라는 합목적적인 시각언어라는 현대적 의미의 개념으로까지 확장되었다.

일러스트레이션은 원래 언어적 기호를 통한 내용전달이 어렵거나 부족할 경우, 그 내용을 보다 명확하게 해주기 위해서, 또는 이해하기 쉽도록 도와주기 위해서 보조적인 역할로 제작되었다. 그러나 80년대 이후, 매체의 다양화, 제작 기술의 발달 등으로 그 활용도는 매우 높아졌으며, 원래 의미의 보조적 기능을 넘어서 언어적 기호를 동반하지 않고서도 독립적인 커뮤니케이션이 가능하게 되었다.²⁾ 일러스트레이션의 현대적 개념은 분명 “설명적인 방식(illustrative way)”으로 그림을 그리고 채색하는 능력을 훨씬 넘어서는 것이다.³⁾ 그러나 아직도 일부 일러스트레이터는 텍스트의 해석에 의존한 2차원적인 채색 능력을 넘어서지 못하고 있으며, 또한 크라이언트의 무리한 요구에 의하여 제한된 시간 안에서 즉흥적인 아이디어와 단순한 기법으로 작업하고 있다. 오늘날과 같은 복잡한 매스 커뮤니케이션 시대에 있어서는 타겟 대상에 따라 자기만의 독특한 표현으로 그 목적을 충족시켜 줄 수 있는 다양한 일러스트레이션 개발이 필요하다. 이것은 재료와 기법이 다양하게 개발되고 사진과 컴퓨터의 발전에 따라 기존의 일정한 형식과 틀에서 벗어나 보다 입체적이고 생생한 표현의 3차원 일러스트레이션(3-Dimensional Illustration)으로 발전하게 되었으며 이러한 3-D 일러스트레이션의 생동감 있는 표현은 메시지에 내포된 시각언어를 정확한 타겟 대상에게 실감나게 전달하게 되었다.

3-D 일러스트레이션은 진흙이나 지점토, 종이 또는 각종 오브제를 써서 만들어지는 공작 또는 조각 일러스트레이션으로, 이것의 본질은 평면 일러스트레이션과 같으나 입체의 형태를 취하고 있으므로 평면을 주로 사용하는 일러스트레이션과는 형태상의 차이가 있을 뿐이다.⁴⁾ 즉 기존의 2-D 일러스트레이션이 일정한 재료를 매개체로 한정된 평면에만 연출이 가능했다면, 3-D 일러스트레이션은 사용 가능한 모든 재료를 이용하

2) 박순보 ; 한국 시사 illustration의 전통성과 소용성에 관한 문제 연구, 한국디자인학회, 디자인학 연구 No.16, 200, (1996)

3) 이어 심프슨, 한국미술연구소 역 ; 새로운 일러스트레이션 입문, 시공사, 8, (1997)

4) 앤드류 장 ; 일러스트레이션의 세계, 도서출판 디자인 하우스, 108, (1993)

여 입체적인 공간 위에 연출할 수 있는 장점이 있다. 이것이 주는 입체적인 효과는 기존의 평면적인 일러스트레이션 보다 더욱 생동감이 있고 독특하며 강한 임팩트를 준다. 이러한 3-D 일러스트레이션의 현대적인 표현기법은 무궁무진하며 창조적인 아트 디렉션과 혁신적인 표현효과는 모든 매체에서 각광받고 있는 실정이다. 또한 3-D 일러스트레이션의 독특한 입체적인 표현은 일러스트레이션의 새로운 장르를 제시해 주었으며 나아가 모든 사회 문화 영역에 적극 활용할 수 있는 계기가 되었다. 3-D 일러스트레이션은 목적이나 사용 용도에 따라 다양하게 분류되지만 매년 열리는 3-Dimensional Illustration Awards Annual⁵⁾에 의하면 재료의 종류에 따라 다음과 같이 세분된다.

(1) Paper Sculpture

Paper Sculpture는 대부분이 부드럽고 섬세한 표현에 효과적이며 종이의 질감을 그대로 살릴 수 있는 장점이 있다. 종이는 3-D 매체 중에서 가장 원시적인 재료 중의 하나이지만 비교적 생기가 있고 상상력이 풍부한 재료이며, 오늘날 비주얼 커뮤니케이션 시장에 있어서 없어서는 안될 기본적인 3-D 재료로 자리잡고 있다.

작업은 종이의 말기(Curling), 접기(Folding), 칼자국 내기(Scoring) 등을 통하여 입체적인 변화를 줄 수 있으며, 종이의 밝고 어두운 색조와 부드럽고 날카로운 선, 주름 등을 이용하여 다양한 작업을 할 수 있다.⁶⁾ 또 부분적으로 색을 추가하면 일러스트레이션의 농도와 형태를 자연스럽게 만들 수 있으며, 촬영을 통하여 생동감 있는 이미지를 만들 수 있다. (그림1)

(2) Plastic Sculpture

Plastic Sculpture는 플라스틱을 소재로 만든 입체 또는 반입체의 일러스트레이션으로 형태가 정확하고 생동감이 있는 것이 특징이다. 플라스틱은 어떤 온도 범위에서 가소성을 지닌 물질로서 일반적으로 가소성이 크며 가공성이 풍부하고 용융점이 높은 것이 특징이다.⁷⁾ 또 인장, 압축 등의 내력이 크고 무색 투명하며 임의로 착색이 가능하기 때문에 3-D 일러스트레이션 표현에 아주 이상적인 재료이다.

작업은 플라스틱의 커팅(Cutting), 에칭(Etching), 조각(Sculpture), 주형(Molding) 등을 통하여 다양한 변화를 줄 수 있으며, 다른 재료와 쉽게 어울려서 자유롭게 활용할 수 있다.⁸⁾ 또 착색을 통하여 일러스트레이션의 농도와 색상, 형태 등을 세밀하게 묘사할 수 있어서 플라스틱 특유의 매력적인 이미지를 만들 수 있다. (그림2)

(3) Paper Collage

Paper Collage는 종이에 물감을 칠하는 대신에 찢어진 종이나 사진을 접착제로 붙여서 촉각적이고 입체적인 이미지를 만드는 기법이다. 여러 형태로 찢어진 종이나 사진은 색상이나 형태뿐 아니라 그림자의 변화까지 고려해서 정밀하게 붙여야 한

다. 서로 이질적인 재료의 콜라주는 다소 산만하지만 변화와 흥미로움을 줄 수 있으며 동일한 재료의 콜라주는 강한 통일감을 줄 수 있다.

작업은 종이의 찢기(Tearing), 자르기(Cutting), 구기기(Wrinkling) 등을 통하여 거친 변화를 줄 수 있으며, 레이어드 질감 위에 잉크나 물감으로 수정이 가능하다. 다소 정교하지 못한 것이 단점이지만 콜라주만의 독특한 질감을 적절히 이용하면 독자의 상상력에 의한 신선한 이미지를 연출할 수 있다. (그림3)

(4) Wood Sculpture

Wood Sculpture는 표면의 패턴과 색조를 자연 그대로 살릴 수 있는 장점이 있다. 목재는 비중이 작고 열전도율이 작으며, 비교적 가공이 쉽고 외관미가 수려하여 끊임없이 이용되어 왔다. 반면에 가연성과 부패성이 있고 수분에 약한 단점이 있다. 작업은 나무의 조각(Carving), 저부조(Low Relief), 고부조(High Relief), Free-Standing 조각 등을 통하여 손쉽게 표현할 수 있으며, 그 위에 잉크나 물감을 보완하면 나무 자체의 따스함과 잉크의 섬세함을 동시에 살릴 수 있다. 나무의 부드러움과 자연스러운 무늬결, 친근감 있는 색상 등은 독자들에게 깊은 인상을 주어 왔으며 자연 그대로 이용할 수 있는 나무 특유의 전통적인 이미지가 장점이다. (그림4)

(5) Clay Sculpture

Clay Sculpture는 점토를 소재로 만든 입체 또는 반입체의 일러스트레이션으로 쉽게 형태를 만들 수 있으며 자유롭게 변형이 가능하다. 점토는 3-D 일러스트레이션 재료 중에서 가장 인정받는 재료중의 하나로서 비교적 입자가 굵고 점력이 있어서 부드러운 형태를 만들 수 있으며 습윤상태에서 결합하면 가소성이 생기고 이를 건조하면 강성이 생기는 특성이 있다. 작업은 소조(Modeling), 구조적 조형(Constructing) 등을 통하여 다양한 변화를 줄 수 있으며, 흰색의 점토에 여러 가지 염료를 섞어서 다양한 색상의 점토를 만들 수 있다. 또 일정한 형태를 만든 후 아크릴 등으로 채색이 가능하며 완성된 형태는 입체감이 뛰어나므로 촬영에 의한 조명 연출을 다양하게 할 수 있다. (그림5)

(6) Recycled Sculpture

Recycled Sculpture는 3-D 일러스트레이션 중에서 새로운 범주에 속하는 일러스트레이션중의 하나로 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 못, 나사, 철사, 전선, 반도체 칩, 고무, 폐지, 금속 조각, 기계 부속 등 재활용 재료를 이용하여 이를 하나의 주제 하에 일정한 형태로 만들면 새롭고 독특한 일러스트레이션이 된다.

작업은 수집(Collecting)과 분류(Classifying)된 리사이클 재료를 분석하여 이미지에 맞는 적절한 형태를 추출하는 것이 중요하며, 각자 가지고 있던 원재료의 이질적인 느낌을 하나로 융화 시켜서 신선하고 새로운 통합된 이미지로 표현해야 한다. 또 재료의 변형이나 가공을 통하여 다양한 표현이 가능하며, 대부분의 입체적인 형태로 강하고 충격적인 느낌을 주는 데 효과적이다. (그림6)

5) 1991년 뉴욕 아트디렉터 클럽에서 처음으로 3-D Illustration Awards & Show가 열렸음.

6) 3-Dimensional Illustration Awards Annual 4, Dimensional Illustrators, Inc., 173, (1994)

7) 엄광섭 : 공예 재료학, 춘정사, 175-177 요약 정리 (1985)

(7) Fabric Sculpture

Fabric Sculpture는 섬유를 이용하여 입체 또는 반입체로 만든 일러스트레이션으로 대부분이 부드럽고 섬세한 표현에 효과적이다. 섬유재료는 친숙하고 유연성이 있는 대중적인 3-D 일러스트레이션 재료로서 천연적인 색상과 부드러운 감촉이 특징이다.⁸⁾ 다만 색상이나 패턴 자체가 정해져 있어 사전에 정확한 색채 계획에 따라 작업을 해야 하며 정밀한 작업에는 한계가 있다.

작업은 재단질(Cutting), 뜨개질(Knitting), 바느질(Sewing), 등의 작업에 의한 천의 플라주나 부조의 표현 등을 할 수 있으며, 용도에 따라 굵기와 길이 색상 등을 자유자재로 조절할 수 있다. 다이내믹한 패턴, 자연스러운 질감, 다양한 칼라 등은 섬유만이 느낄 수 있는 독특한 느낌이며, 울룩불룩한 실의 입체감은 활형시 다채로운 그림자를 연출하여 섬세하고 부드러운 느낌의 일러스트레이션을 만들 수 있다. (그림7)

(8) Specialty Sculpture

Specialty Sculpture는 금속, 돌, 장식, 음식 등 어떤 재료든지 기존에 가지고 있는 재료의 개성을 새롭게 변화시켜서 하나의 새로운 이미지로 만든 일러스트레이션이다. 이것은 전통적이고 형식적인 3-D 일러스트레이션에 얽매이지 않으려는 젊은 일러스트레이터에 의해 주로 사용되며 실험적으로 혁신적인 재료를 이용하기도 한다.

작업은 일정한 형식에 관계없이 일러스트레이터 자신의 독특한 방법과 노하우로 특정 재료를 재해석하여 파격적인 변화를 줌으로써 현실적 혹은 초현실적, 사실적 혹은 추상적인 작업을 할 수 있다. 일러스트레이터에 의해 새롭게 해석된 재료는 입체감과 생동감을 통하여 보다 매력적인 이미지와 파격적인 느낌의 일러스트레이션으로 변화될 수 있다. (그림8)

(9) Mixed Sculpture

Mixed Sculpture는 일반적으로 친화력이 있거나 없는 재료를 서로 섞어서 재미있고 실험적으로 구성된 일러스트레이션이다. 이것은 하나의 주제 하에서 서로 다른 재료의 개성을 완벽하게 조화시켜서 하나의 새로운 이미지로 만든 일러스트레이션으로 오늘날 혼합되는 재료를 보면 돌, 모래, 접착제, 나무, 염료, 금속, 플라스틱, 천, 페뎀 등 그 표현 범위가 너무 광범위하고 무한하다.

작업은 모든 표현 기법이 동원 될 수 있으며 다양한 재료만큼 다양한 표현을 할 수 있다. 혼합재료를 이용한 일러스트레이션은 미적으로 파격적인 즐거움을 줄뿐 아니라 내적으로 메시지를 강하게 전달해주는 장점이 있어 오늘날 커뮤니케이션 도구로서 각광을 받고 있다. (그림9)

(10) 3-D Computer Illustration

3-D Computer Illustration은 컴퓨터를 이용하여 만든 신선하고 혁신적인 입체 일러스트레이션으로서 3차원 환경 안에서 이미지를 창조해 내는 파격적인 일러스트레이션이다. 주로 캐릭터나 마스코트의 응용에 활용되며, 화면상의 색이나 선, 면

등을 쉽게 지우거나 변형시킬 수 있고, 사용되는 프로그램에 따라 다양한 시도를 할 수 있다.

또한 작업과정을 계속적으로 저장하여 사용할 수 있는 장점이 있으며 기본적인 형태만 입력시키면 살아 있는 동작처럼 한 프레임 한 프레임 움직이는 동작을 쉽게 만들 수 있다. 컴퓨터의 대중화와 함께 무한한 가능성이 잠재되어 있는 3-D 일러스트레이션 분야이다. (그림10)

2-2. 전략적 개념의 일러스트레이션

전략(Strategy)이란 원래 군사 용어로 용병술(Generalship)이라는 뜻의 그리스어로부터 온 말이다. 이는 어떤 목표를 달성하기 위한 일련의 활동을 체계화하는 것을 의미한다. 일러스트레이션 있어서 전략이란, 커뮤니케이션 목표를 위하여 테마 및 아이디어 등을 도출하고 그것을 적절히 조합하여 최적의 표현으로 만들어 내기 위한 작업이다. 즉 전달하고자 하는 목적과 내용을 실제적으로 표현하기 위하여 어떤 의미와 느낌을 주어야 하는가를 종합적으로 생각하여 표현하는데 그 과정이 바로 전략이다. 흔히 일러스트레이션을 텍스트의 보조적인 요소로 생각하거나 단순히 지면을 장식해 주는 그래픽 요소로 단정하기 쉬운 데 이는 잘못된 생각이다. 헤르만 교수는 “텍스트는 관념적으로, 일러스트레이션은 시각적으로 한 대상이나 소재를 규명한다. 이들은 서로 분명한 한계를 갖고 모자라는 부분을 보충시켜 주는데 그치지 않고 서로 유기적인 연관을 가져야 한다.” 라고 했다. 텍스트가 노래의 가사라면, 일러스트레이션은 멜로디에 비유할 수 있다. 가사만으로도 그 뜻을 전달할 수 있으나, 멜로디로 인하여 새로운 세계를 여는 것이다.⁹⁾ 결국 독자들은 텍스트와 일러스트레이션이라는 두 가지 형식의 커뮤니케이션에 의해 협동적으로 창작된 메시지와 이미지를 동시에 경험하는 것이다.

또한 일러스트레이션은 어떤 객관적인 사물이나 사실을 주관적인 상상력과 묘사를 통하여 독자들에게 객관적으로 평가받는 작업이다. 객관적 사실을 주관적 해석을 통하여 다시 객관적으로 평가받는다는 것은 쉬운 일이 아니며, 이것을 개인의 즉흥적인 감각으로 표현하기에는 너무 위험하다. 가끔 독자의 반응이 자기의 의도와는 전혀 다른 방향으로 나타나는 경우가 있는데 이것은 자료의 구체적인 검증과 전략적인 개념 없이 작가의 직관에 의하여 단순한 채색 능력에 의존했기 때문이다. 따라서 주관적 해석을 객관적 커뮤니케이션으로 전환하기 위해서는 과학적인 조사와 합리적인 방법을 토대로 일러스트레이션 전략을 검토할 필요가 있으며, 앞으로 일러스트레이션을 평할 때 단순히 텍스트의 재해석에 의한 표현 능력으로 평가할 것이 아니라 거기에 내포된 시각언어가 어떤 기법으로 어떻게 표현되고 있으며, 전달하려는 메시지와 목표대상에 기억된 이미지가 정확히 일치되는지를 확인해야 한다.

따라서 일러스트레이션에 있어서 전략은 커뮤니케이션 목표를 달성하기 위하여 독자를 공략하는 데에 필요한 여러 가지 수단을 합리적으로 조합시켜 객관적인 대체 안을 추출하는 작업이다. 즉 목표대상, 주제, 표현 기법 등 전략의 요소들을 과학적으로 분석해서 가장 효과적인 시각적 메시지로 변환시키기

8) Terence Dalley : The Complete Guide to Illustration & Design, Chartwell Books Inc. New Jersey, 79, (1980)

9) R. Herrmann : Einladungsbrief zur Eröffnung einer Ausstellung, Munster, (1984)

위한 계획적인 활동이다. 특히 3-D 일러스트레이션에 있어서 전략은 입체재료, 표현기법, 촬영기법 등을 고려하여 기획에서 제작, 게재까지 일관적인 전략으로 접근할 필요가 있으며, 이러한 일러스트레이션 활동은 합리적이고 객관적인 검증을 거쳐야 한다.

2-3. 일러스트레이션 전략의 구성요소

효율적인 일러스트레이션 전략을 수립하기 위해서는 먼저 전략 설정에 기본이 되는 전략의 구성요소들을 살펴볼 필요가 있다. 구성요소로는 다음과 같이 3-T 즉, Target, Theme, Technique으로 구분된다.

(1) Target

목표대상(Target)은 일러스트레이션 메시지가 특정 매체를 통해 전달될 때 직접 도달되는 상대로서 광고인 경우에는 타겟 오디언스(Target Audience), 출판물인 경우에는 독자(Readers)를 지칭한다.¹⁰⁾ 목표대상의 공통적인 특성을 추출하여 메시지 구성에 적극 활용한다.

대상이 누구냐에 따라 일러스트레이션 내용이나 표현기법이 달라질 수 있으며, 대상의 성격이나 연령에 따라 매체를 선택하는 기준이 달라진다. 즉, 어떤 매체의 오디언스가 일러스트레이션의 목표대상과 일치될수록 효과적이라는 점에서 목표대상은 전략 수립시 가장 기본적인 요인이 된다.

(2) Theme

주제(Theme)는 커뮤니케이션의 송신자 측에서 수신자 측으로 전달되는 핵심 메시지로써 송신자가 일러스트레이션에 함축해 넣으려고 하는 특징의 주관적인 의미이다. 이것은 크게 주주제(Main Theme)와 부주제(Sub Theme)로 나눌 수 있으며, 어떤 것을 주주제로 선정하느냐에 따라 일러스트레이션의 내용이 달라진다. 특히 주제는 조형이라는 시각적 언어를 통하여 목표대상에게 어떤 의미와 어떤 느낌을 주어야 하는가를 종합적으로 생각하여 독자에게 전달되는데 이러한 시각적 언어 중에서 가장 핵심적인 포인트가 주제인 것이다.

(3) Technique

표현기법(Technique)은 어떤 것을 그림으로 표현할 수 있는 능력이다. 이것은 점, 선, 면의 기본적인 요소의 구사와 함께 관찰과 형성, 감각과 구성까지도 필요하다.¹¹⁾ 이를 위해서 일러스트레이터는 기본적인 기법은 물론 많은 훈련과 경험을 통하여 각종 재료의 특성과 성질을 충분히 이해하고 모든 재료를 능숙하게 다룰 줄 알아야 한다.

특히 3-D 일러스트레이션의 재료는 무궁무진하므로 항상 새로운 재료에 관심을 가지고 서로 적절히 혼합해 봄으로써 새롭고 개성 있는 3-D 표현을 창출해야 한다. 같은 컨셉을 가지고 고도 그 결과가 달라지는 것은 개인이 가지고 있는 감각이나 표현기법이 다르기 때문이다.

3. 3-D 일러스트레이션 전략 수립 과정

일러스트레이션은 커뮤니케이션을 전제로 한 목적 예술이다. 이것은 매스미디어의 급성장, 정보산업사회화, 고도의 인쇄술 등이 위어내는 결과물로서 매스미디어가 그 기능과 역할을 수행하는 과정에서 필연적으로 발생, 발전되어 온 일련의 시각 전달 방법 중의 하나이다. 따라서 일러스트레이션은 자기 자신을 위한 작품보다는 대중에게 수용될 수 있는 합목적성이 전제되어야 하며 합목적성을 기본으로 전략 수립이 이루어져야 한다. 전략 수립 과정의 핵심은 분산되어 있는 많은 정보를 하나의 목표를 위하여 순차적으로 정리하는데 있다. 이러한 전략 수립에 있어서 중요한 것은 계획에 의하여 일을 진행해 나가는 과정이다. 각 단계별 과정은 수집단계, 분석단계, 설정 단계를 거쳐서 서로 합의를 통하여 제작 완성된다. 모든 단계별 과정은 공유된 정보를 바탕으로 상호 시너지 효과를 내야 하며, 제공된 자료나 아이디어는 과학적이고 합리적인 검증이 필요하다.

3-D 일러스트레이션에 있어서 전략 수립 과정은 2-D 일러스트레이션 전략 수립과 유사하다. 다만 유의 할 점은 2-D 일러스트레이션이 평면적인 표현을 평면적인 종이에 인쇄를 통하여 재현하는 것에 반해, 3-D 일러스트레이션은 입체적인 표현을 평면적인 종이에 활영과 인쇄를 통하여 재현한다는 것이다. 따라서 전략의 각 단계별 과정에서 일러스트레이터가 주의할 점은 항상 입체적인 표현이라는 것을 염두에 두고 전략 수립에 입해야 한다.

본 장에서는 앞서 살펴본 전략의 요소를 토대로 3-D 일러스트레이션의 전략 수립 과정을 단계별로 살펴보았다.

(1) 일러스트레이션 목표 수립

먼저 크라이언트로부터 주어진 마케팅 목표에 합당한 일러스트레이션 목표를 설정해야 한다. 일러스트레이션 목표는 메시지 전달에 대한 목표대상의 결과 치로서 우리가 말한 것을 어떤 대상이 어느 기간에 어떻게, 얼마만큼 반응을 보일 것인가를 예상해서 설정하는 것이다. 이것은 마케팅 전략에서 나타난 소구대상의 기본적인 성향과 목표시장의 동향을 토대로 구체적으로 설정한다. 정확한 일러스트레이션 목표를 설정해야만 보다 일관적인 전략 수립을 할 수 있다.

(2) 자료 및 정보 수집

일러스트레이션의 기초는 자연이나 사물, 사실 등을 다방면으로 분석하여 최적의 미적 형상을 끄집어내는 것이며 이것은 자료 및 정보 수집으로부터 시작된다. 특정 주제에 관한 기사, 독자 정보, 제품의 사용방법, 각종 통계 자료, 등의 일반적인 자료나 정보는 크라이언트나 아트디렉터에 의해 주어지지만 그 외의 신 재료에 대한 정보, 새로운 3-D 기법, 유사한 일러스트레이션, 첨단 기자재 등은 가능하면 일러스트레이터 본인이 많이 수집하여 체계적으로 정리한다.

입력된 자료와 정보가 많으면 많을 수록 출력될 수 있는 아이디어는 많아질 것이다.

10) Michel Melot : The Art of Illustration, Rizzoli International Publications, New York, 231, (1984)

11) 최영중 : 국민학교 교과서에 나타난 일러스트레이션 연구, 성신여대 산업대학원 논문, 9, (1988)

(3) 예산 . 일정 및 매체의 체크(검토)

아무리 훌륭하고 우수한 일러스트레이션이라도 예산이나 기한을 초과하는 일러스트레이션은 받아들이기 힘들 것이다. 모든 일러스트레이션은 주어진 예산과 일정 안에서 합리적이고 경제적으로 제작되어야 하며, 이에 따른 제작 경비와 매체비, 인쇄비 등이 검토되어야 한다. 특히 어떤 매체에 게재될 것인가를 사전에 체크하여 그 매체의 특성과 지질 등을 파악하여 가장 적합한 3-D 표현기법과 매체에 따른 인쇄효과까지 감안해야 한다.

(4) 정확한 Target 분석

목표 대상은 일러스트레이션 메시지가 직접 도달되는 상대이므로 명확하게 파악해야 한다. 대개는 크라이언트로부터 타겟에 관한 자료가 전달되지만 단순한 지리적 분석이나 인구통계학적 분석에 따른 지역, 연령, 성별, 학력, 소득 등 주로 수치에 의한 기본적인 정보로 되어있다.

일러스트레이션에 있어서 타겟 분석은 위의 자료 뿐 아니라 그들이 가지고 있는 심리적 특성이나 구매 심리, 라이프 스타일, 취미 생활까지도 구체적으로 분석해야 한다. 분석된 자료를 통하여 독자들이 가장 좋아하고 쉽게 공감할 수 있는 스타일이나 이미지를 그림의 배경이나 소재에 적절히 활용함으로써 3-D 일러스트레이션의 생동감을 그대로 전달 할 수 있도록 정확한 타겟 분석이 되어야 한다.

(5) 합리적인 Theme 분석

주제(Theme)는 전하고자 하는 일러스트레이션 내용 중에서 가장 핵심적인 메시지로 다각도로 분석해야 한다. 같은 내용이라도 해석하기에 따라 다양한 해석이 가능하기 때문에 공급자, 수요자, 작가 입장 등 여러 각도로 분석하여 모두가 공감할 수 있는 공통된 메시지 포인트를 찾는 것이 중요하다.

특히 3-D 일러스트레이션은 주제에 알맞은 입체효과를 연출하기 위하여 주제 분석에 많은 시간을 할애하여야 한다. 크라이언트가 제시해 주는 사건이나 인물, 장소 등의 간단한 해석에만 의존해서는 안되며, 필요하다면 그 내용을 직접 체험하고 관찰해서 장단점을 분석하고 충분한 의견을 교환함으로써 상호 합리적인 테마 분석이 되어야 한다.

(6) 경쟁사 Technique 분석

표현기법은 모든 것을 보고 그릴 수 있는 묘사의 능력뿐만 아니라 그것을 응용할 수 있는 창의력, 문제를 파악하고 해결할 수 있는 통찰력 등이 포함되기 때문에 실제 일러스트레이터 개인의 경험을 토대로 분석해야 한다.

일러스트레이션에 있어서 표현분석은 각종 매체에 집행되는 경쟁사나 유사업종의 인쇄물 등을 중심으로 분석한다. 구체적인 내용은 일러스트레이션에 표현된 재료, 표현 형태, 표현의 일관성, 표현의 집중도, 표현의 누적 효과, 표현의 차별화, 노출 빈도 등을 명확히 분석한다. 이것은 3-D 재료 및 기법 선정을 위한 기초 자료로 활용되며 새로운 3-D 표현전략을 수립하는데 귀중한 자료가 된다.

(7) 명확한 Concept 설정

일러스트레이션에 있어서 컨셉이란 그림에 내포되어 있는 주

제의 본질로서 모두가 공유할 수 있는 함축된 메시지이다.¹²⁾ 즉 송신자가 전하려는 특성과 수신자가 인정하는 편익이 일치한 메시지 포인트 가운데 가장 강력한 것으로 만족을 줄 수 있는 구체적인 내용이어야 한다. 아무리 표현력이 훌륭하고 느낌이 좋은 일러스트레이션도 정확한 메시지가 없으면 무용지물이다. 전하고자 하는 내용들을 충분히 검토하여 가장 중요한 컨셉을 선정해야 한다.

이것은 주제 분석을 통하여 공통의 특성을 도출해 내는 작업으로 즉, 타겟의 마음속에 혹은 주제 자체 속에 잠재되어 있는 다른 견해, 사고 방식 등을 끌어내서 강조하는 것으로 주제가 다분히 공급자 입장에서 본 판단이라면 컨셉은 수요자 입장에서 느낀 공감할 수 있는 메시지이다.

결국 일러스트레이션을 통하여 모두가 공유할 수 있는 극도로 단순화된 메시지를 찾아내는 것이 컨셉이며, 이것은 재료와 기법에 의해 독자에게 전달된다. 명확한 컨셉의 설정으로 불필요한 작업을 배제할 수 있으며 그만큼 필요한 작업에 창의력을 집중시킬 수 있다.

(8) 기법에 맞는 Style 설정

일러스트레이션을 접한 후 사람은 저마다의 독특한 감흥을 느끼게 되는데 이러한 감흥이 머릿속에서 다시 형상화 될 때 이것을 이미지라 한다. 이러한 이미지를 형상화 시켜주는 요소는 일러스트레이션의 형태, 색상, 메시지 내용 등 여러 가지가 있지만 그 중에서도 일러스트레이터만의 독특한 스타일은 보다 강한 이미지를 심어 준다. 이것은 주제 분석, 타겟 분석, 표현 분석을 통하여 설정된 컨셉을 가장 효과적인 이미지로 바꾸는 작업이며, 독자의 공감을 얻을 수 있도록 개성 있는 스타일로 표현된다. 특히 3-D 기법은 대부분의 일러스트레이터마다 독특한 스타일이 있지만 컨셉에 꼭 맞는 스타일의 개발은 효과적인 메시지 전달을 위해서도 필요하다.

(9) 적합한 Material의 설정

컨셉에 따라 구체적인 메시지가 정해지면 그 목적에 알맞은 재료를 설정한다. 재료는 메시지의 내용을 잘 표현 할 수 있도록 상호 보완적이어야 한다. 재료와 메시지가 서로 어울리지 않으면 경우에 따라서는 내용 해독을 오히려 혼란스럽게 만들 수도 있다. 부정적인 메시지이면 거칠고 강한 표현을 할 수 있는 재료를, 긍정적인 메시지이면 부드럽고 환한 표현을 할 수 있는 재료를 선택한다.

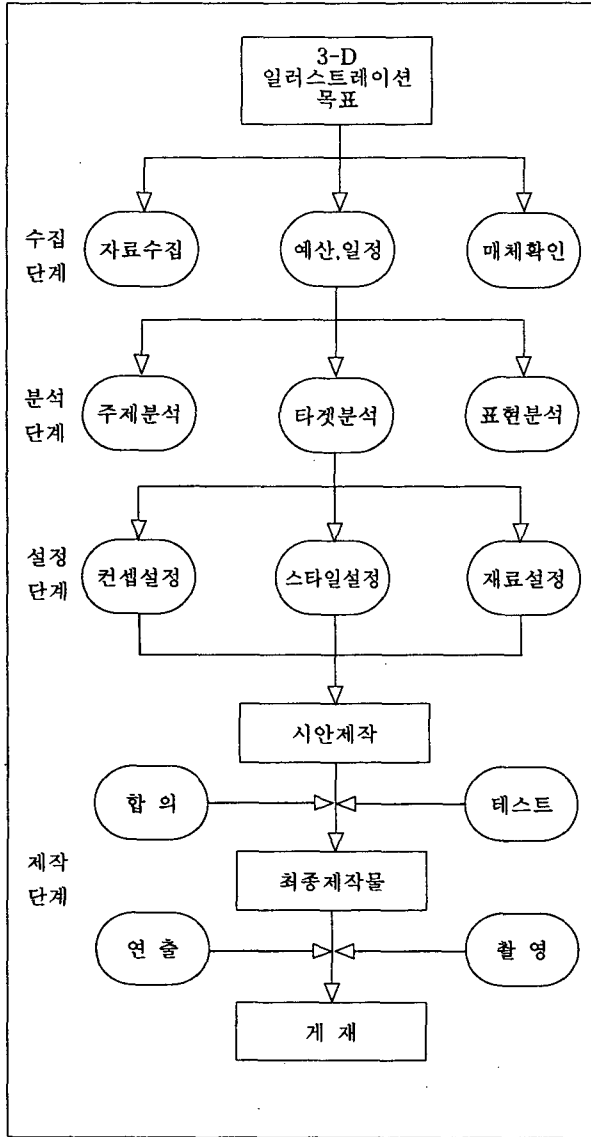
주제에 맞는 적절한 재료와 기법은 메시지를 효율적으로 전달 수 있으며 상호 시너지 효과를 낼 수 있다.

(10) 효과적인 촬영방법 검토

시안제작이 끝나고 의견 교환을 거쳐서 최종 일러스트레이션이 완성되면 이에 따른 구체적인 촬영 방법을 검토한다. 특히 3-D 일러스트레이션에 있어서 촬영은 중요하며, 주제를 가장 명확하게 표현 할 수 있도록 전문가의 조언을 받아 촬영효과 극대화를 기한다. 평면일 때 보다 입체적일 수록 카메라의 각도, 조명 등을 다양하게 체크해야 하며 평범한 측면보다는

12) John Harthan : The History of the Illustrated Book, Thames & Hurson Ltd, London, 279, (1981)

재미있는 각도에서, 정적인 포즈보다는 다양한 포즈를 사용하여 현실감을 그대로 반영하여야 한다. 또 이러한 입체적인 형태를 지면에 그대로 생동감 있게 재현하기 위해서는 원색분해상의 해상도나 인쇄상의 문제점 등을 사전에 체크하여 촬영에 있어서 만족한 결과물이 나오도록 한다.



(그림 1) 3-D 일러스트레이션 전략의 흐름도

4. 효율적인 3-D 일러스트레이션의 조건

대부분의 일러스트레이터는 클라이언트의 일방적인 요구에 의하여 제한된 시간 안에서 개인의 즉흥적인 아이디어와 단순한 표현 기법으로 작업하고 있다. 때문에 독자의 반응이 자기의 의도와는 전혀 다른 방향으로 나타나는 경우가 있어 왔다. 이것은 자료의 구체적인 검증 없이 작가의 직관과 감각에 의하여 비효율적으로 표현되었기 때문이며, 나아가 전략적인 개념 없이 단순한 아이디어에 의존했기 때문이다. 3-D 일러스트레이션은 컨셉에 따른 재료나 표현이 합리적으로 선정되어야 하며 보다 객관성을 유지하기 위하여 전략적 검토가 필요하

다. 따라서 보다 효율적인 3-D 일러스트레이션을 위하여 다음과 같은 조건을 제안한다.

(1) 표현 메시지는 단순 명료해야 한다.

심리학에서 게슈탈트 주의자들은 모든 심리적인 현상은 가장 단순하고 가장 균형 되고 가장 규칙적인 체제로 향하고자 한다는 결론에 도달했으며,¹³⁾ 또한 바트(Kart Badt)는 조형예술에 있어서의 단순성을 '통찰에 입각해서 모든 것을 본질에로 예측시키는 가장 현명한 정돈상태'¹⁴⁾ 라고 정의하였다. 것은 단순, 명료한 메시지가 복잡하고 설명적인 메시지보다 더 인상적인 이미지를 발산할 수 있는 것을 의미한다. 메시지의 불필요하고 무의미한 부분들을 삭제하고 꼭 필요하고 좋은 메시지만을 취함으로써 보다 명료하고 함축된 메시지를 만들어야 한다. 특히 3-D 일러스트레이션의 메시지는 단순하고 명료한 것이 좋다. 그것은 표현 자체가 입체적이고 복잡하기 때문에 잘못하면 2-D 일러스트레이션 보다 메시지 전달이 어려울 수 있으며 그로 인하여 해석상 오류가 있을 수 있다. 따라서 메인 컨셉 하나만을 선정하여 최대한 단순한 메시지를 만들어야 한다. 단지 외형만을 단순하게 처리하는 것이 아니라, 일러스트레이터가 추구하는 본질을 보다 명확하게 표출시키기 위해서 애매한 내용의 비본질적인 요소는 과감히 배제하고 가장 중요하고 핵심적인 내용을 함축하여 단순 명료한 하나의 메시지로 표현해야 한다.

(2) 표현 이미지는 강하고 인상에 남아야 한다.

3-D 일러스트레이션은 다양한 재료를 입체적으로 활용하고 촬영에 의해 재생되는 만큼 2-D 일러스트레이션 보다 세밀하고 정교한 표현이 될 수 있다. 그러나 이러한 표현은 경우에 따라 일러스트레이션 전체를 약하게 만들 수도 있다. 따라서 표현 이미지를 강하게 하기 위해서는 형태의 모든 것을 취하는 것이 아니라, 꼭 필요하고 좋은 형태(Good Gestalt)만을 취함으로써 보다 인상적으로 전달 할 수 있다. 좋은 형태는 사실적이고 구조적인 이미지보다 더 완벽하고 강한 이미지를 발산할 수 있으며 메시지 전달의 효율화를 기할 수 있다. 따라서 3-D 일러스트레이션의 효율적인 표현을 위해서 복잡한 배경과 부제는 과감히 생략하거나 약하게 표현하고 주제는 과장이나 부각 등을 통하여 보다 강한 이미지로 만들어 오랫동안 독자의 가슴속에 남겨야 한다.

(3) 표현 기법은 일관되게 지속되어야 한다.

3-D 일러스트레이션의 표현 기법은 현재 사용되고 있는 재료 보다 더 다양하고 복잡하다. 그것은 현존하는 재료들을 친화력이 있거나 없는 재료끼리 서로 혼합해서 다양하게 사용하기 때문이다. 그러나 한 일러스트레이션에 너무 많은 종류의 재료를 남용하면 복잡한 표현이 될 수 있으며, 다양한 종류의 기법 역시 표현에 부담으로 작용할 수 있다. 한 일러스트레이션에 활용되는 재료는 서너 가지로 압축되어야 하며, 여러 가지 기법으로 표현하기보다는 주제에 알맞은 최소한의 기법으로 표현하는 것이 좋다. 또한 일단 정한 기법은 다양한 매체

13) Rudolf Arnheim, 김춘일 역 : 미술과 시지각, 홍성사, 49, (1982)

14) Rudolf Arnheim, 김춘일 역 : 미술과 시지각, 홍성사, 76, (1982)

를 통하여 지속적으로 활용함으로써 누적 효과를 높이고, 일관된 컨셉에 의한 일관된 표현 기법으로 상호 시너지 효과를 내야한다.

(4) 표현 기법은 차별화 되어야 한다.

3-D 일러스트레이션은 장점은 2-D 일러스트레이션보다 입체적으로 보인다는 것이다. 그러나 대부분의 3-D 일러스트레이션 표현은 입체에 의한 표현으로 거의 비슷하다는 단점을 지니고 있다. 아무리 좋은 표현기법도 경쟁사와 차별화 되지 않으면 실패하기 쉽다. 보다 창의적이고 독창성 있는 새로운 표현 기법을 개발해서 남보다 앞서 발표해야 만이 성공 가능성이 높다. 그러나, 독창적인 표현 기법만을 개발해서 어떤 메시지, 어떤 이미지를 위한 것이든지 무분별하게 적용해서는 안 된다. 단순히 표현 기법이 좋다고 내용과는 전혀 상관없는 표현을 한다면 무의미한 일러스트레이션이 된다. 3-D 일러스트레이션은 그림 자체에 내포되어 있는 메시지와 그 메시지에 어울리는 독창적인 기법이 일치되었을 때 독자의 호감을 얻을 수 있다.

(5) 표현내용은 합리적으로 검증되어야 한다.

3-D 일러스트레이션에 표현된 내용은 2-D 일러스트레이션 보다 정밀하고 구체적인 표현이 가능하다. 따라서 등장하는 소품이나 시대상황, 배경 등은 역사적 고증을 통하여 정확하게 표현해야 한다. 그렇다고 사실 그대로 재현한다는 뜻은 아니다. 사실을 기초로 한 과장과 변형은 사물의 형상을 깨뜨리지 않으면서도 다양한 효과를 얻을 수 있으며 이를 통하여 전달하고자 하는 바를 더욱 명료하고, 쉽게 표현할 수 있다.

5. 결론 및 제언

3-D 일러스트레이션 전략의 핵심은 정확한 목표대상에게 정확한 메시지를 보다 쉽고 인상적으로 전달하는 데 있다. 3-D 일러스트레이션의 장점을 살리고 효과를 극대화하기 위해서는 사전에 세밀한 기획 하에 일관성 있는 일러스트레이션 전략이 필요하며, 이를 위하여 다음과 같은 단계에 따라 전략 수립을 하는 것이 효율적이다.

- 1) 먼저 정확한 일러스트레이션 목표를 수립해야 하며,
- 2) 자료수집과 예산 및 매체의 확인 등의 수집단계,
- 3) 타겟대상, 주제, 경쟁사 표현 기법 등의 분석단계,
- 4) 명확한 Concept 설정, 기법에 맞는 Style 설정, 적합한 Material의 설정 등의 설정 단계,
- 5) 시안제작, 일러스트레이션 실제작, 촬영방법 검토 등의 제작 단계에 따라 전략 수립을 해야 한다.

결국 3-D 일러스트레이션은 목표대상이 원하는 세분시장을 발견하고, 그 시장을 기본으로 일러스트레이션 목표가 설정되며, 이를 위하여 수립된 3-D 일러스트레이션 전략이 계획적으로 진행될 때 비로소 성공하는 것이다. 또한 보다 효율적인 표현전략 수립을 위해서는 앞에서 제시한 다음 5가지의 기본적인 조건을 충족시켜야 한다.

첫째, 표현 메시지는 단순 명료해야 한다.

둘째, 표현 이미지는 강하고 인상에 남아야 한다.

셋째, 표현 기법은 일관되게 지속되어야 한다.

넷째, 표현 기법은 차별화 되어야 한다.

다섯째, 표현 내용은 합리적으로 검증되어야 한다.

결론적으로 경쟁력 있는 3-D 일러스트레이션을 위해서는 일러스트레이터 개개인이 전략에 대한 기본 개념을 충실히 이해하고 전략적 사고에 의한 새로운 표현을 창조함으로써 일러스트레이션의 기본 기능인 정보전달기능뿐만 아니라 설득기능을 통하여 독자를 이해 시켜야 한다. 대부분 성공한 3-D 일러스트레이션들이 타 일러스트레이션에 비하여 상당한 설득력을 보이는 것은 단순 명료한 메시지와 강한 이미지, 차별화된 기법 등이 일러스트레이션 전략에 의하여 통일된 형식으로 제작되었기 때문이며 모든 제작물을 전략과 대조, 검토함으로써 전략과의 접합 여부를 분명히 체크하기 때문이다.

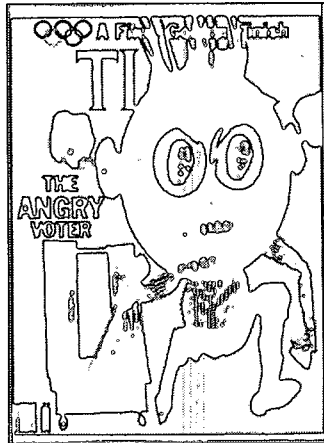
본 연구는 일러스트레이션 중에서 3-D 일러스트레이션에 있어서 전략에 관한 내용을 정립하였다. 재료와 기법이 다양해지고 있는 현 시점에서, 3-D 일러스트레이션의 질적 향상에 도움이 될 수 있는 다양한 표현전략에 관한 방법과 연구가 더욱 활발하게 이루어질 것을 기대하며, 본 연구가 많은 일러스트레이션 관련 연구의 촉발제가 되기를 기대한다.

<참고문헌>

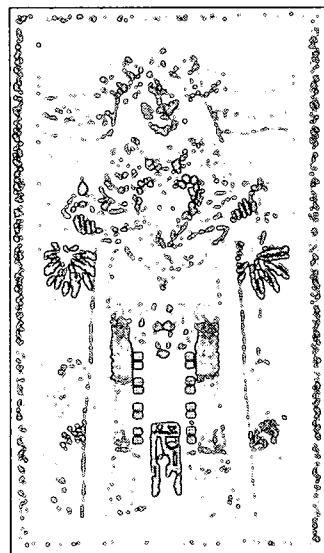
- 엄광섭 : 공예 재료학, 출정사, 1985
- 앤드류 장 : 일러스트레이션의 세계, 디자인 하우스, 1993
- 이경수 : 그래픽 디자인, 한국생산성본부, 1967
- 박순보 : 한국의 시사 illustration의 전통성과 소통성에 관한 문제 연구, 디자인학연구 16, 1996
- 최영중 : 국민학교 교과서에 나타난 일러스트레이션 연구, 성신여대 산업대학원 논문, 1988
- 이어 심프슨, 한국미술연구소 역 : 새로운 일러스트레이션 입문, 시공사, 1997
- R. Herrmann:Einladungsbrief zur Eroftnung einer Ausstellung, Munster, 1984
- Michel melot:The Art of Illustration, Rizzoli International Publications, INC. New York, 1984
- John Harthan : The History of the Illustrated Book, Thames & Hurson Ltd, London, 1981
- Terence Dalley : The Complete Guide to Illustration & Design, Chartwell Books Inc., New Jersey, 1980
- 3-Dimensional Illustration Awards Annual 4, Dimensional Illustrators, Inc., 1994
- 3-Dimensional Illustration Awards Annual 5, Dimensional Illustrators, Inc., 1995



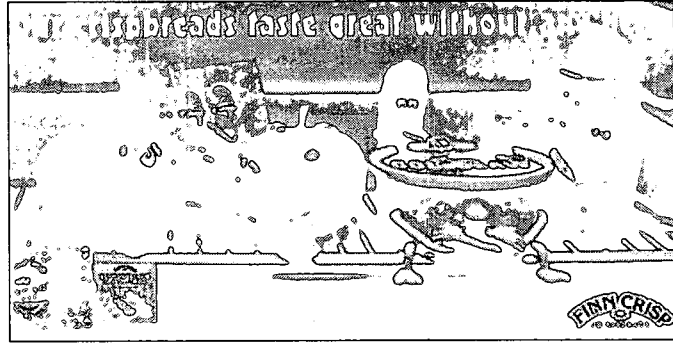
(그림 1) Paper Sculpture



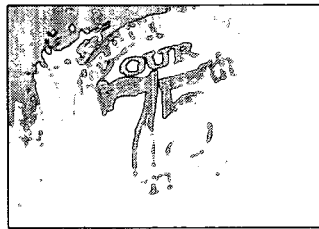
(그림 3) Paper Collage



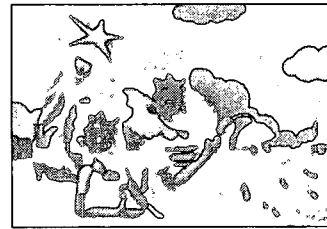
(그림 7) Fabric Sculpture



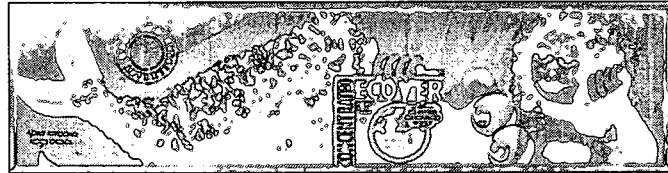
(그림 2) Plastic Sculpture



(그림 4) Wood Sculpture



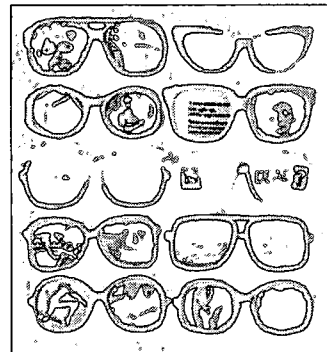
(그림 5) Clay Sculpture



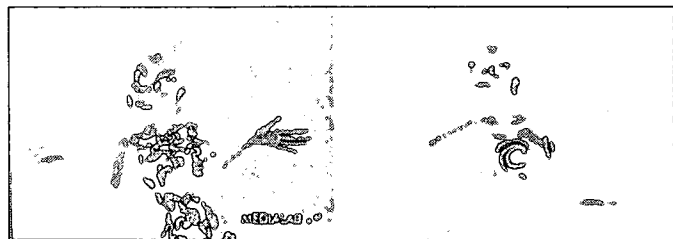
(그림 6) Recycled Sculpture



(그림 8) Specialty Sculpture



(그림 9) Mixed Sculpture



(그림 10) 3-D Computer Illustration