

현대 디스플레이의 미학적 해석

- 미술사조와 디스플레이의 병렬 계보를 방법으로 -
Aesthetic interpretation of modern display

임진이* / Lim, Jeanny
임종훈** / Lim, Jong-Hoon

Abstract

Display and art have different purposes. But they share a common mean, so-called artistic experience. These two formative arts could be aligned by correlating display trend with the various situation of modern art. Though display belongs to a part of business that seeks the profit as a commercial design, it has some relationship with art in the aspect of socialization of pursuit of aesthetics. Although the historical status and directivity of display have not been established systemically yet, and aesthetic expansion of display is uncertain it would be effective that the present and future of display art is connected with art history in the view of dynamic state of art history.

In this thesis, the issues such as what is the relationship between display and art history or whether display can be mentioned as a formative art were analyzed by matching them with the trends in art history like naturalism, high tech, minimalism and so on. Modern display is a commercial design that can be developed in various ways and that is related to the customers very closely. It will be changed continuously and create artistic execution regarding customers taste in the same way as development of art history.

키워드 : Display, 미술사조, 현대디자인, 신표현주의, 신자연주의, 미니멀리즘, 하이테크

1. 서론

1.1. 연구의 배경

디스플레이와 미술은 목적을 달리하는 예술이지만, 그 둘은 미적 체험이라는 수단을 함께 한다. 이로써 현대미술의 다양한 상황과 디스플레이 경향을 상관시켜 두 조형예술간의 동조성(同調性)을 살릴 수 있을 것이다. 물론 디스플레이는 상업 디자인으로서 경영목적의 기반으로 하지만, 어떤 미적 추구를 사회화한다는 뜻에서는 연계가 된다. 현재 디스플레이의 시대적 위상과 지향성이 체계적으로 정리되어 있지 않고, 미학적 전개도 충분하지가 않지만 이러한 디스플레이 예술의 현재와 미래의 차원을 미술사적 전개와 결부하여 찾는 것이 미술사의 동태성(動態性)이라는 의미에서 유효할 것이다.

하지만, 디스플레이를 현대미술과 연관시켜서 조형적으로 규

명하는 것이 가능할까라는 의구심은 현대미술의 다양성에서 그 해답을 찾을 수 있을 것이다. 물론 상업공간에서의 판매극대화를 피하기 위하여 이루어지는 디스플레이 연출이 예술 작품으로 구분하기에는 많은 문제점을 가지고 있는 것 또한 사실이지만 “예술은 의도적인 인간 활동¹⁾”으로 미(美)의 추구를 목표로 삼고있는 기본 이념과 디스플레이의 공간의 조형적인 활동과는 맥을 같이하고 있으며, 양적으로나 질적으로나 많은 부분을 담당하는 공간예술로서 평가하는 일 또한 의의가 있다고 본다.

이러한 측면에서 디스플레이가 미술사조와 어떠한 연관성을 가지면서 표현되는지, 또한 예술적 의의를 지닌 조형양식으로 말할 수 있는지에 관한 문제를 본 논문에서 살펴보고자 한다. 현대의 미술사는 다양한 미술 경향이 모두 일관된 형식으로 이루어지지 않으며, 한가지 경향의 이론적 배경에 일치하는 경우도 있으나 일치하지 않는 경우도 많다. 한 경향 내에서도 예술가들의 의지와 표현이 다양하고, 이러한 경향은 디스플레이

* 정회원, 홍익대학교 공간디자인 박사과정

** 정회원, 경원대학교 산업디자인 겸임교수

1)w.타타르키비츠, 예술개념의 역사, 열화당. p.52.

에서도 마찬가지로 나타나고 있다. 현대 미술사조를 단면화 하여 보았을 때 가장 두드러지는 몇 가지 미술사조를 중심으로 공통적인 주제와 표현방법 등을 찾아보고 연관성을 비교 분석하여 현대 디스플레이가 단순한 스타일로 말하여지기에 양적으로나 질적으로 한계를 넘어서기 때문에 그를 미학적으로 해석하는 일 또한 의미가 있다고 믿는다.

1.2. 연구의 방법과 범위

현대 디스플레이를 미학적으로 해석하는 방법론적으로는 현대미술사조와 디스플레이를 병렬적인 대응을 시켜보는 방법을 택하였다. 현대의 미술사조와 디스플레이를 일대일 대응시켜 본다는 것 자체가 너무나 광범위하고 다양한 양식들이 산재되어 있기 때문에 국한된 접근만으로는 결론에 도달한다는 것이 불가능하므로 이러한 디스플레이의 다양한 표현양식 중에서 현대 미술사에서 가장 활발한 활동을 벌이고 있는 미니멀리즘, 신표현주의, 하이테크, 신자연주의 경향을 중심으로 미술사적 차원에서 접근하여 분석하고, 이에 디스플레이 연출을 연계하여 본다 특히 연출 요소 중에서 디스플레이를 가장 효과적으로 표현할 수 있는 쇼윈도우 디스플레이의 현상을 파악하여 연출 사례를 기본으로 분석해 보고자 한다.

2. 현대 미술사조와 디스플레이의 상호성

19세기와 20세기에 걸친 새로운 미술사조의 대부분들은 그 이전에 풍미했던 사조에 대한 반발과 반작용에 의해 창출되었으나 그 이전의 미술사조와 완전히 연관이 없다고 볼 수 없으며, 많은 부분을 수용하면서 또 다른 새로움을 창출해낸다. 디스플레이 역시도 이전의 표현양식과 스타일에 대한 작용과 반작용으로 새로움을 더해가고 있으며 이러한 디스플레이와 미술사조의 연계성에 대하여 구체적으로 살펴보고자 한다.

2.1. 현대 미술과 디스플레이

현대미술의 사회참여는 다양한 사회적 기능을 사물과 조형성으로 결합시키면서 나타난다. 예술과 사회와의 관계를 좁히기 위해서 예술의 사회참여가 일어나고 있으며 디자인도 이러한 방향에서 나온 표현으로 바라볼 수 있다. 사회는 모든 예술, 음악, 문학, 경제, 디자인등이 서로 상호적 일 수밖에 없다. 그것은 서로에게 영향을 주고받는 메카니즘의 의미로서 뿐만이 아니라 미래에로의 진화를 위한 동인(動因)을 찾기 위한 상태이기 때문이다. 미술사조의 변화 또는 디자인의 진화는 이러한 모든 상황들이 총체적으로 작용하여 일어난다. 디스플레이계역시도 이러한 미술사조 또는 다양한 형태의 디자인과 모든 장르에서 영향을 받는다.

디스플레이가 상업미술이라고는 하지만 추구하는 근본적인 개념은 예술의 그것과 다름이 없다. 예술과 디스플레이의 예술적 표현은 작가 내면적 정신세계의 분출입과 동시에 관람자의 내면적인 삶도 자극하며 관람자에게 만족을 주는 동시에 관람자에게 감동을 안겨주고 강한 인상을 부여하기도 하고 충격을 주기도 한다. 또한 예술과 디스플레이는 자연의 산물이 아니며, 인간의 활동으로 우연히 일어나는 것도 아니기 때문에 의도적인 것으로 볼 수 있으며 자연 현상과는 분리되어 표출된다.

하지만 디스플레이의 특징은 불특정 다수의 대중을 대상으로 하기 때문에 기본 디자인은 대중적인 주제를 주로 다루게 된다. 디스플레이는 예술작품과 달리 영원성을 갖기보다는 전시품의 컨셉에 많은 영향을 받으므로 미학적인 해석에 있어서 상업성에 치중하는 부분이 많은 것도 제한적이다.

2.2. 현대 디스플레이의 전개

디스플레이의 성장은 아르데코에서 많은 영향을 받게 되었다. 1900년대 초 미국의 자본주의가 흥성하며 도시의 산업과 건축디자인에서 낭만적 댄디즘²⁾이 형성되었다. 아르데코는 다분히 유럽의 아르누보와 연관되는 미국 문화의 단면으로 보이지만 대륙문화와는 많은 부분에서 구분된다. 이러한 도시 소비문화는 당연히 상업 디스플레이에 영향을 미치며, 특히 뉴욕, 시카고 등 동부 대도시의 백화점에서 나타난다.

1936년 달리(Salvadow Dali)는 뉴욕의 전시회에서 마네킨을 사용한 store window 연출을 한 이후 10년 동안 뉴욕의 여러 상점에서 디스플레이 디자인을 하였으며, 앤디 와홀(Andy Warhol) 또한 쇼윈도우를 상업적 예술로 승화시키는데 많은 영향을 주었다. 1970년대 팝아트 아티스트로서 명성을 쌓아가면서도 줄곧 쇼윈도우 디스플레이를 기획하였는데, 그림2의 작품에서와 같이 기존의 제품 나열식에서 벗어난 환상적인 쇼윈도우가 등장하기도 하였다. 상업미술가인 워홀이 “예술의 다음 단계는 사업미술(Business art)이다. 난 상업미술가로 출발했으며 사업예술가로 마치고를 바란다. 사업을 잘 한다는 것은 매혹적인 예술이다. 돈을 버는 것도 예술이고 일하는 것도 예술이면 사업을 잘 하는 것도 최고의 예술이다.”³⁾라고 이야기한 것처럼 쇼윈도우 공간을 단지 예술작품으로만 여기는 것이 아닌 상업미술의 공간으로 여기고 있었고, 이러한 개념으로 작품 활동을 하였으며, 점주(店主)의 목적과 일치한다.

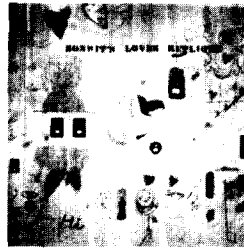
그림1은 1930년대 디스플레이의 초기 백화점 쇼윈도우이다. 이때 당시 오페라가 대중에게 가장 많은 사랑을 받는 대중예술

2) 댄디즘(dandyism): 세련된 복장과 몸가짐으로 일반사람에 대한 정신적 우월을 은연중에 과시하는 태도를 말한다. 프랑스에 있어서의 댄디즘은 당시 세간에 풍미하고 있던 부르주아적 취미와는 달리 예술가의 자존심을 보여주는 '정신적 귀족주의' 라고 할 수 있다. 두산세계대백과사전.

3) <http://nio77.hihome.com/andy.html>

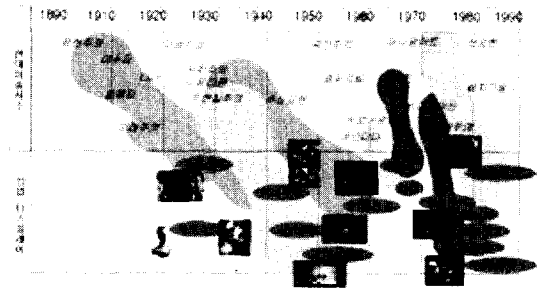


<그림 1> 1930년대 쇼윈도우



<그림 2> Borwin Teller Dept. 1955. Andy Warhol

<표 1> 미술사조와 디스플레이의 연계표



이였기 때문에 쇼윈도우 형식은 이처럼 오페라 무대를 연상시킬 수 있는 형식으로 이루어지고 있었다.

미술사조와 디스플레이의 상관성은 다음의 표와 같다. 표1은 현대미술사조와 디스플레이 표현의 연계를 살펴본 것인데 1920년대 이후 본격적인 디스플레이가 이루어진 때를 기점으로 삼았다. 디스플레이가 유럽이나 미국에서 먼저 이루어졌기 때문에 초창기 때의 사례는 주로 유럽과 미국을 중심으로 이루어지며, 미술사조에서 영향을 받은 디스플레이 표현이 20년에서 30년 이후에 나타나다가 현대에 이르러서는 현대미술사조와 디스플레이 표현의 거의 같은 시기에 이루어지고 있다. 표1은 이러한 연계성을 구체적인 사례를 들어 구성해 본 것인데, 현대 미술사조와 상업 디스플레이의 연계성이 가로방향으로 진행하다가 시간이 지나면서 세로방향으로 진행되고 있다. 이것은 디스플레이를 기획하는 디자이너가 시대적인 흐름에 민감해지며 예술적인 영향을 빠른 시간에 받아들이는 디자인력을 가지게 되었으며 상업공간의 보편성이 미술사조와 긴밀한 연계가 이루어지고 있다고 판단된다. 또한 1900년대 초반에 비하여 1970년대 이후에는 다양한 디스플레이 표현이 이루어지고 있는것을 발견할 수 있는데 1900년대 중반의 미술사조와 연계된 형태가 나타나기도 한다. 이것은 패션의 복고풍 바람에 영향을 받았기때문이라고 분석된다. 현대의 디스플레이는 예술사조의 경향 못지않게 다양한 표현감과 예술적인 조형성을 간직하고 있으며 관람자에게 신선한 충격을 주기 위한 노력에 힘을 쏟고 있다. 우리나라를 포함한 동남아시아에서는 미국의 영향과 유럽의 영향을 동시에 받아들이고 있으나 대체적으로 산업적반에 영향을 미치고 있는 미국의 영향이 지배적이라고 볼 수 있다.

현대 산업사회는 대중들에게 매일매일 엄청난 양의 상업미술 이미지를 전달하고 있다. 도시에서 살아가고 있는 현대인들은 이러한 영향을 인식하기도 하지만, 무의식적으로 받아들이게 된다. 디스플레이는 이러한 이미지가 지정된 공간에서 입체적으로 소비자에게 어필하게 되는데 현대의 대량소비문화를 찬미하는 동시에 비판하기도 한다.

3. 현대 디스플레이의 현재성

현대의 디스플레이는 점차 다양하게 전개되고 있다. 이러한 현상은 미술사조와 깊은 연관을 가지고 있으므로 예술적인 흐름을 이해한다면 디스플레이의 표현을 이해하는데도 도움이 되리라 본다. 현대의 미술사조를 대략적으로 정의하고 미술사조와 연계된 디스플레이를 4가지 스타일로 구분하여 실례를 중심으로 살펴보고자 한다. 이들 사조를 우선 대략적으로 정의하자면, 우선 1960년대에 미국에서 부터 부각되기 시작한 미니멀리즘(Minimalism)이 우리나라를 포함한 전세계에서 1990년대 이후 인테리어, 디스플레이 부분에서 전성기를 맞고 있다. 미니멀리즘은 최근 다양한 미술의 흐름 중에서도 특히 두각을 나타내고 있는데, 미니멀리즘은 작가의 감성과 표현을 극도로 억제하며 물질의 순수성을 추구한다. 표정이 없는 형태언어를 취하기 때문에 엄격한 외형과 완벽한 형태를 이루게되고, 1962년 애드 라인하르트가 미니멀리즘에 대하여 “그것은 비 대상적이고, 비 재현적이고, 비 이미지적이고, 비 표현주의적이고, 비 주관적인 것이다.”라고 정의한 것처럼 최소한의 장식과 미학으로 간결하게 처리되어 세련되게 표현된다.

두 번째, 신 표현주의(Neo-Expressionism)는 20세기 초 독일에서 전개되었던 표현주의와 1940년대에서 60년대까지 활발하게 활동하던 추상표현주의에 이어 양식으로 연계성을 갖고 나타난 미술활동으로 작품의 주체가 각 시대의 시대정신을 반영하고 있는 부분에서 기본 개념과 공통점을 갖는다. 형상성과 예술성에 대한 회복을 추구한 신표현주의는 포스트모더니즘의 절정을 알리는 양식이다. 특히 인간의 육체를 비롯해 알아볼 수 있는 대상을 묘사하기 시작했는데 이 운동은 적극적인 작품 판매 방식과 언론과 큐레이터들의 활발한 활동 등과 관련이 있어4) 디스플레이와 연계가 높다.

세 번째, 하이테크(High Tech)는 미래주의 경향과 함께 나타나기도 하는데, 시각적인 이미지가 중시되며 첨단 기술과 소

4)정영목, 독일표현주의와 신표현주의 미술에 나타난 전통성과 시대정신, 서양미술사학회논문집.

재를 이용하여 환상적이고 미래지향자연회귀적인 성향이 관심을 불러 일으키고 있다. 하이테크는 원래 과학기술을 이용하거나 산업물이나 기계등을 이용한 산업 기술력에 기반을 둔 형식을 충칭하며 테크놀로지 아트에 영향을 받고 있다. 오늘날 과학과 예술의 융합은 비디오 아트, 컴퓨터 그래픽스 등에서 로봇기술을 이용한 양식으로까지 확장되어가고 있다. 하이테크는 재료의 사용면에서 다른 경향과 차별화를 보이는데, 컴퓨터를 비롯하여, 유리, 철, 모니터등을 사용하여 정적(靜的)인 공간이기 보다는 동적(動的)인 공간이 된다.

네 번째, 신자연주의(Nat-Naturalism) 경향은 아직 확실하게 자리잡고 있지는 않지만 산업화로 인하여 지구환경이 파괴되고 대기 오염 등이 중요한 이슈로 등장하면서 자연의 중요성이 크게 대두되면서 새로운 형태로 자리잡아가고 있다. 신(新)자연주의는 19세기의 자연주의와는 달리 20세기말의 인간성 회복과 지구 환경 문제에 초점을 맞추고 있으며, 신자연주의는 고도로 산업화된 사회에 대한 반발로 자연회귀적인 성향이 관심을 불러 일으키고 있다.

이상과 같은 4가지의 현대 미술사조를 기본 개념으로 하고 이와 맥을 같이하는 디스플레이 현재의 단면을 잘라 현재성을 찾는다.

3.1. 미니멀리즘 형식의 디스플레이

미니멀리즘 형식의 디스플레이는 현대의 소비자에게 가장 어필하고있는 형식으로 패션을 비롯하여 인테리어, 가구, 산업기기에 이르기까지 가장 광범위하게 전개되어지고 있다. 미니멀 디스플레이의 특징으로는 첫번째, 단순성을 들수 있는데 주로 직선이나 기하학적인 형태를 사용하고 있으며, 이미지와 조형요소를 근본적인 구조로 환원시키고 있다. 특히 디스플레이에서 진열상품 이외에 예술의 형식과 기능으로서 활용되어지는 오브제(object)의 형식 역시도 디테일이나 디자인이 강조되기 보다는 원형이나 정육면체등의 조형요소를 반복적으로 사용하고 있다. 때문에 디스플레이의 장식성으로 진열상품이 묻혀버리거나 보다는 상품의 본질을 소비자에게 확실히 어필할수 있도록 한다.

두번째, 형태와 색채의 명확성이다. 미니멀리즘 작품에서 모양, 농도, 회화의 테두리선을 명확하게 하여 조형적 특성을 명확하게 하는것과 마찬가지로 디스플레이에서도 색채와 소재에서도 순수한 색상의 활용과 개성이 없는 공업재료등의 활용으로 전체적인 이미지의 명확성을 획득한다.

세번째, 반복적인 특징을 가지고 있다. 반복성은 미니멀아트의 특징으로서 연속성을 가지게 되는데, 이것은 감각적이거나 이성적인 질서이기 보다는 단순한 형태의 나열을 지니고 있다. 그림3과 그림4에서 보는것과 같은 디스플레이 형식은 미니멀리즘 형식의 순수성의 표출과 반복성의 원리와 부합되는 형식으로 바라볼 수 있다.



<그림 3> Bergdorf Goodman, New York, 2000



<그림 4> New York, 1998

네번째, 기성 오브제의 활용을 들 수 있다. 그림5에서는 마르셀 뒤샹의 '샘'과 같이 래디메이드(Ready Made)된 기성품인 어항을 반복적으로 활용함으로써 여름의 이미지를 제품과 함께 간접적인 연출을 하고 있다. 이는 특수 오브제의 형식을 차용한 형식으로 볼 수 있다. 디스플레이에 있어서 현상학적 환원성은 미니멀리즘 스타일의 핵심이 되며 표현양식에 있어서 모호함을 배제하고 가장 기본적인 형태를 정확하게 제시하며 디스플레이어들의 주관성을 배제한다. 시각적인 오브제의 본질적인 형태 및 반응을 통하여 객관적이고 비개성적인 세계를 다루려고 한다.



<그림 5> Pola, Tokyo, 1998

이와같이 미니멀리즘 디스플레이는 최소한의 오브제로 순수성 표현이라는 미니멀의 명제를 충실히 수행해 나아가고 있는 것이며 이로써 미술작품과 큰 괴리감없는 단순성, 명료성, 반복성, 사물성등이 공통된 조형적 특성이 된다.

3.2. 신표현주의⁵⁾ 형식의 디스플레이

1970년대 회화의 주류를 이루었던 초연하고 내적이며 지나치게 지적이던 추상미술에 대한 반동으로 생겨난 신표현주의는 주제적인 측면에서 시대정신(Zeitgeist)⁶⁾을 반영하고 있다. 신표현주의는 근본적인 개념으로서는 표현주의와 공통점을 가지고 있으나 신표현주의자들의 감성이 무척 강렬하여 거의 무의식적인 열정으로 그들의 감성적 느낌을 작품으로 드러낸다.

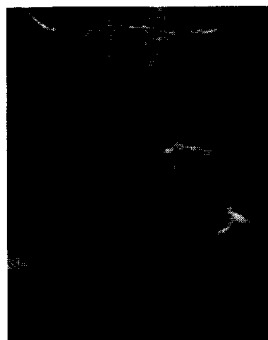
5) 1960년대 프랑스에서 친구상 운동이 일어난 시기보다 조금 늦게 독일 오스트리아 등지에서 시작되어 1970년대 말과 1980년대 전반에 전 세계적으로 성행한 구상적 미술흐름. 노이에 빌덴(neue Wilden: 독일에서 유행한 또 다른 명칭으로 '거친 신세대'의 뜻), 뉴패인팅등으로도 불렀으나 신표현주의가 가장 포괄적, 일반적 명칭임.

6) 정영목, 독일표현주의와 신표현주의 미술에 나타난 전통성과 시대정신, 시암미술사학회논문집.

쇼윈도우의 마네킹에서 신표현주의의 나르시스적이며 감성적이고 퇴폐적인 이미지들이 등장하기도 한다. 이상과 규범과 질서의 틀을 거부하고 부자연스러우면서도 풍자가 내포되기도 한다.⁷⁾ 그림6은 영국의 마네킹 전시회에 선보인것으로 강한 남자의 모습 내면에 숨겨져있는 부드러운 여성의 모습이 드러난다. 이는 인간의 외면의 피상적인 묘사가 아니라 인간의 내면적 감정의 자유로운 표현을 증시하는 신표현주의와 맥을 같이 한다고 볼 수 있다. 그림7은 스페인의 안경매장 쇼윈도우로써 관람자에게 강한 인상을 심어주는데 인간의 몸에 전통적인 조형성을 거부하고 소머리를 올려줌으로써 파격의 이미지가 전개되어 전통적인 구성의 기준을 거부하며 선명한 빨간 색상으로 인하여 부자연스러우면서도 강렬함이 전달되어 온다.



<그림 6> 아돌프루빈스타인
마네킹쇼, 1997



<그림 7> 안경매장. Spain. 1998



<그림 8> France. 1995



<그림 9> New York, 1997

신표현주의의 디스플레이는 이와 같이 표면상으로는 무척 다양하면서도 공통된 특징을 가지고 있는데, 구성과 구도에 있어서 기존의 형식을 적용받지 않으려 하며, 도시생활의 가치관으로 서로 어울리지 않는 배색을 사용한다거나 금속, 깃털, 조화, 지푸라기등 다양한 재료로 오브제의 조형성을 높여준다. 풍자를 내포하고 부자연스러운 충격이 관람자들에게 강한 인상을 부여한다. 이러한 성향은 미국의 상업적이고 대중적인 스타일과는 다르게 유럽의 쇼윈도우에서 많이 등장하고 있다. 유럽의 매장은 미국에 비하여 규모가 그리 크지 않으며, 쇼윈도우 제작물 또한 상업적이기 보다는 예술 감각이 높아 예술가의 작품을 보는듯하다.

그림9는 마네킹을 사용하되 p.o.p 형식을 취하고 있다. 마네킹이라하면 보통은 쇼윈도우에 등장하거나 매장의 가장 중요한 메인 스테이지 등에서 사람과 같은 형상으로 제품을 돋보이게 하는 역할을 수행한다. 마네킹은 사람의 형태 중에서도 가장 완벽한 몸매와 얼굴 메이크업 등으로 인하여 관람자가 제품을 구입할 경우 마네킹의 모습과 일치될 수 있으리라는 막연한 기대를 가지도록 유도 되었다. 하지만 이곳에 사용된 마네킹은 기존의 가치관으로는 설명되기 힘든 목적을 부여받고 있다. 나

체의 모습으로 그것도 가장 성(性)적인 포즈를 취하면서 가슴과 엉덩이 부분에는 바람에 날리는 아크릴의 빨간 오브제로 가림으로써 마네킹의 피부색과 대조되어 강한 주목성을 인식시키며 엉덩이 부분에 식당으로 안내하는 안내 문구가 기존의 상식을 벗어나기 때문에 오히려 파격적이다. 이러한 표현기법은 과거의 형식으로는 건줄수 없는 독특한 양상을 보여준다. 예술작품에서 보여주는 신표현주의의 삶의 회의, 억압된 자의식 외설적 표현, 잃어버린 파라다이스에 대한 무의식적인 동경, 신화적 요소등 인간의 기본 감정과 관계된 모든 상징적 내용을 강렬한 색채와 거칠고 격렬한 필치로 묘사한 것과 별다름없이 쇼윈도우 또는 상업공간에서 거리의 화랑으로서의 역할에 충실하고 있다고 판단된다.

3.3. 하이테크⁸⁾ 형식의 디스플레이

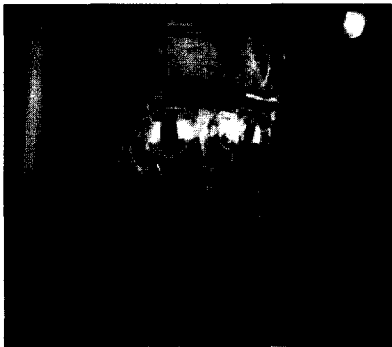
하이테크 디자인은 고도로 발전되어온 기술의 힘을 차용한 형식으로 과학기술을 이용한다거나 산업재료와 가공기계에 힘을 받아 현대의 기술력이 응집된 디자인을 총칭한다. 하이테크 디자인은 현재 상업미술에서 가장 활발하게 사용되어지는 형식으로서 관람객들에게 새로움과 미래지향적인 기업의 이미지를 전달하기에 가장 적합하다. 기업의 미래상을 전달하고자 하는 기업쇼룸이나 신제품을 선보이는 자동차 또는 산업기기들의 컨벤션을 기획하고 연출할때 가장 많은 접근을 보인다. 하이테크 디자인은 테크놀로지 아트와 하이테크 미술의 결합으로 배경에는 러시아의 구성주의와 이탈리아의 미래주의와 같이 도전정신과 실험정신이 강한 전위적인 예술이 배경이 된다. 디스플레이에서 하이테크는 기존의 쇼윈도우에서 보여지지 못하던 형식들이 등장하는데, 대다수의 쇼윈도우는 진행형이 아닌 정지형으로써 한순간이 멈춰버린 모습을 취하고 있다. 하지만 하이테크 형식에서는 기계의 힘을 빌어 움직인 모습이 언제라도 표현될 수 있다. 이는 키네틱 아트와 테크놀로지 아트의 원동력으로서

8)하이테크(High Tech) 1970년 뉴욕 유대인 미술관에서 개최된 <소프트웨어>전에서 레스 레빈이 처음 사용하여 일반화된 말로 원래는 물질적 매개체를 이용해제작되는 모든 미술작품을 말한다.

7)신표현주의, 동아대백과사전.

촉각적인 만족감보다는 기능적인 쾌적함과 시각적인 울동감이 중요시 되는 것이다.

그림10은 이러한 하이테크 이미지를 가장 잘 표현한 뉴욕의 바니스뉴욕 백화점(Barney's New York Dept.) 쇼윈도우 디스플레이이다. 하이테크의 대명사로 불릴 수 있는 마이크로 소프트웨어의 빌게이츠를 의인화한 형태로 얼굴을 컴퓨터칩과 계기판, 스피커, 키보드등을 이용하여 형태를 구성하고, 네온과 조명이 눈과 안경을 표현하고 있다. 하지만 반대로 해석해보자면 사용되어지지 않는 기계들은 산업폐기물로 자연 환경을 파괴하는 골치덩어리로 자리하게 된다. 희망의 미래에 대한 부정적인 측면은 이렇게 자연의 피폐화로 이어질 수 있기 때문이다.



<그림 10> Barney's New York, 2000

미디어(media)가 쇼윈도우 디스플레이의 매체예술⁹⁾로 사용되어진다. 기존의 단지 보여주는 형식에서 벗어나 소리와 움직임이 나타나는, 즉 작품의 모든 재료를 의미로도 사용되기 때문이다. 최첨단 매체인 컴퓨터를 사용해 그림11과 같이 우주의 모습이 변화되고 움직이며 화면이 바뀌어져 나타난다던지, 그림12와같이 기차와 사람이 주기적으로 정해진 공간에서 움직인 다던지 하는 운동성은 기계의 힘이 아니면 가시화될수 없다는 의미에서 기계의 미학은 놀라움을 주고 있다. 크리스마스에 자주 등장하는 그림12는 장난감 매장의 쇼윈도우에는 어린 아이들의 상상을 극대화 시키기에 충분하도록 동화책속의 그림이 3차원적으로 표현되었다. 이러한 동적인 현상으로 특히 지속적으로 움직이는 사람들(인형)과 기차는 동심의 세계로 이끌어주는 긍정적인 하이테크놀러지의 세계라고 볼 수 있다.

하이테크 디스플레이에서 활용되어지는 방식으로는 소리예술, 비디오아트, 컴퓨터 아트 뿐만이 아니라 레이저아트, 홀로그래픽, 가상현실공간과 같은 첨단기법이 활용된다. 오늘날 이러한 표현들은 전세계적으로 확산되는 추세로 과학기술의 발달과 함께 더욱더 가속화 될 것이며, 필연적으로 대두될 수 밖에

9)매체예술: 물질의 매체가 아닌 대중매체와 관계된 미술로 통용되고 있다. 현대의 매스 커뮤니케이션의 대표적 수단인 서적, 신문, 포스터, 사진, 만화, 전화, 음반, 녹음 테이프, TV, 비디오, 컴퓨터 등을 매체로 하여 대중적 확산 및 참여를 목적으로 하는 미술경향.

없는 추세이다. 하지만 하이테크 스타일은 예술성의 구현이라기 보다는 과학기술에 종속되어간다는 느낌을 피할 수 없다. 새로운 기술을 빨리 디자인에 받아들이는데 급급하다는 인상도 일부 쇼윈도우에서 피할 수 없는 것이다. 이는 새로움과 다양성의 확대라는 측면에서 바라보자면 더없이 바람직한 스타일이나 디스플레이어들의 기획이나 예술성이 기계에 의해 변화되어야 한다거나 회손될 수 밖에 없는 부정적인 측면도 무시할 수 없다. 디스플레이 연출은 기술을 과시하는것이 아니라 예술성으로 승화시키는 것이 무엇보다도 중요하다.



<그림 11> Berdorf
goodman. New York 2000



<그림 12> Lord & Taylor. New York, 2000

3.4. 신자연주의 형식의 디스플레이

아직 확실하게 자리잡고 있지는 않지만 자연의 중요성이 활발해지고 있는 현대에 새로운 형태로 다가서고 있는 신자연주의는 지난날의 자연주의(naturalism)과는 달리 20세기말의 인간성회복과 지구환경문제에 깊은 관심을 가지기 시작하면서 두드러지게 되었다. 인간이 자연의 일부임을 부정할 수 없는 것처럼 세기말의 인간의 문제는 결국 자연의 문제로 귀결되기 때문에 자연환경에 대한 의식의 고조는 당연하다. 하지만 자연의 도입은 때로 고루하고 진부하다는 평가를 받을 수 있고 새롭고 특이한것만이 진취적인 것이라고 하지만 이러한 것은 편견에 지나지 않으며, 실험적 방법론을 통하여 새롭게 모색한다.

디스플레이에 있어서 자연의 도입은 쉽게 찾아볼 수 있다. 하지만 단순한 형태로 직설적인 도입이기보다는 자연을 정확히 이해함으로써 끊임없이 변화하는 자연을 새로운 방향으로 연출하는 것이 중요하다. 쇼윈도우 및 전시공간에서 자연은 생태학적인 접근이나 빛, 색채, 영상, 행태등으로 자연을 보다 근원적으로 친숙하게 하여 관람자에게 피상적으로 자연을 소개하는 것이 아닌 마음의 동조나 교감을 얻고자 한다.

쇼윈도우 뿐만이 아니라 자연을 도입하는 진열은 흔히 볼수 있다. 하지만 같은 소재라도 어떠한 방식으로 진행하느냐에 따라 효과는 무척 달라진다. 그림13은 소니의 신제품 전시장으로써 제품을 자연과 조화시켜 친밀감을 준다. 실내에 도입된 연못은 물이라는 자연적 요소로서 기계의 삭막한 힘을 무마시켜

주기에 충분하다. 전시방법도 관람자들의 동선을 바다 패턴으로 자연스럽게 유도하고, 이러한 물이나 물에 비추어지는 기계의 유연성은 연출상황에서 관람자들의 과거의 기억들을 되살릴 수도 있으며, 무의식적인 감상들이 디스플레이의 현상과 조화되어 제3의 이미지가 생성되기도 한다. 이는 1차원적인 디스플레이의 효과를 높은 수준으로 끌어올려주기에 충분하다.



<그림 13> Sony Show Room. 1999

패션매장에서는 최근에 미니멀리즘 형식의 진열에서 벗어나 신자연주의 경향이 도입되고 있다. 미니멀리즘 형식은 제품을 부각시키고자 하는 목적으로 제품이 진열되는 행거가 수직과 수평으로만 이루어져서 단순한 형태이기에 제품의 특징 등은 잘 나타나주었지만 매장의 단조로움을 피할 수 없었다. 소비자들은 점차 너무도 간단하고 단정한 이미지에 실증이 나서, 새로움을 추구하게 된다. 이러한 소비자들의 욕구에 부응하여 나타난 스타일이 자연의 도입이었다. 많은 여러다른 미술사조 중에서 자연의 도입은 고도로 발전되어가는 산업화에 현기증을 느끼며 보다 친숙하고 인간에게 편안함을 주는 것을 갈망했기 때문이다. 이러한 자연의 도입은 직접적인 도입과 간접적인 형태로 나타난다.

그림 14는 자연을 패션매장으로 직설적으로 도입된 형태이다. 이것은 매장에서 제품을 진열하는 행거로서 형태는 나무로 이루어져 있다. 나무는 자연목이 아닌 FRP로 만들어져 있어 구조적인 결함을 보완하였다. 매장의 벽면에 비추어지는 나무의 그림자는 자연의 그것과 별반 차이가 없다. 자연은 이렇게 정지되어있기도 하지만, 언제나 정지되어있지는 않다. 원래 자연의 생태계는 시간에 따라 많은 변화와 리듬을 가지고 있다. 자연을 반영하는 공간은 우주의 원리와 대자연의 이치를 반영하여 기후의 변화, 그리고 햇빛, 바람, 자연의 소리 등의 변화와 이동에 따라 자연공간의 동태적인 인식체험이 가능하다.¹⁰⁾

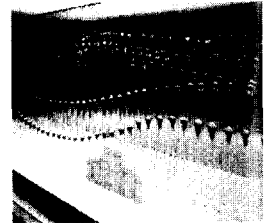


<그림 14> Hisako Watanabe. Tokyo. 1999

그림 15, 16은 쇼윈도우에 울동감과 움직임의 역동적 생명력을 부여한다. 그것은 지금까지의 정형화되거나 순간적으로 멈춰버린 형태가 아닌 공간과 구성에 새로운 효과로 나타나고 있다. 그림15 윈도우는 여름의 물결을 형상화시켜 지하에 위치한 화장품 매장의 쇼윈도우로 자연광이 전혀 들어오지 않는 어두운 상태에서 인공조명과 분수의 물줄기로 자연의 힘차고 역동적이며 부드러운 느낌을 함께 느끼도록 한다. 그림16의 폴라화장품 매장의 쇼윈도우 또한 파도의 물결의 현상을 대담한 구조체의 사용과 강렬하고, 명쾌한 형태적 이미지와 공간의 동적 이미지를 표출하고 있으며, 조명의 효과와 함께 오브제의 역동적 볼륨감을 구성하고 있다. 하얀 물보라 속에서 나타나는 물방울을 아크릴을 성형하여 사용하고 경쾌한 구성으로 나타내고 있다. 간혹 기계적인 장치로 이러한 구성이 움직이기도 하지만 아크릴의 투명성과 조명의 적절한 조화는 자연의 물보라를 이미지화 하는 현상으로 볼 수 있다.



<그림 15> Ginza La Pola. Japan. 1999



<그림 16> Shiseido Fukuoka, Japan 1998

디스플레이 공간에서 가변성(可變性)은 매우 중요한 사항으로 다양한 이미지를 연출과 폭넓은 사용을 하기 위해서 기능상의 모순을 해결해야 하는데 공간의 가변화가 필수적이기 때문이다. 하지만 여러 종류의 사용목적에 부합하도록 계획되어야 하나 각 연출마다 요구 사항이 반드시 동일하지 않음으로 모순이 생기기 쉬우나 극복하도록 설계되어지고 있으며, 그 기법으로는 공간의 영상설치 및 치수의 모듈화, 배치형상, 음향 반사판의 위치, 천장, 바닥 등에 계획되어야 한다. 디스플레이는 공간에 작가의 감각을 묘사하려는 의미를 시각적으로 표현하는 것으로써 이미지를 기억심상에 의한 지각적 이미지로, 또는 상상심상에 의한 관념적 이미지로 나타내려고 한다.¹¹⁾ 지각적 이미지와 관념적 이미지는 디스플레이 요소에 가변적인 역할을 하는데 영구적인 요소의 의미보다는 쉽게 변하면서 이미지를 자주 바꾸어주어야 할 여건으로서 가변성의 의미를 가지게 된다.

신자연주의 형식의 디스플레이는 위에서 논한바와 같이 최근에 자리잡기 시작한 형식으로 볼 수 있다. 자연의 도입은 고전적인 스타일이나 물성이나 형태성 변형과 가변성까지 염두에 둔 디스플레이는 최근에 일어난 일이기 때문이다. 쇼윈도우 공

10) 임진이, 디스플레이에 있어서 자연과 현상, 한국실내디자인학회 논문집 26호. 2001. 6.

11) 나인영, 실내공간의 이미지 표현에 있어서 자연성 적용에 관한 연구, 실내디자인학회논문 1998. 10.

간은 자연의 모습을 제한적으로 받아들일수 밖에 없으나 도시 생활에 지친 현대인에게 신선한 자연은 언제라도 친숙한 형상이 아닐수 없을 것이다.

4. 결론

오늘의 현대 미술도 전통과 함께하며 역사 속에서 공존의 의미가 된다. 디스플레이를 포함한 모든 예술을 굳이 어떤 이즘이나 스타일이라고 하는 카테고리에서 떼어 맞추는 것이 꼭 바람직한 것인가에 대한 회의론을 가지는 것도 사실이지만, 현대 디스플레이를 해석하고 흐름을 연구하는데 있어서 미술사조와의 연계성을 찾는 것은 모든 시대적 상황을 포함하고 있는 보편 타당성의 예술과 연관이 절대적이기 때문이다. 디스플레이는 상업공간에서 판매 효과를 높여 매출 증대를 올리는 것이 목적이기는 하나 표현방법에 있어서는 예술과 마찬가지로 미(美)를 추구하고 있다. 예술은 본질적으로 아름답고 영원해야 된다는 인간이 만들어 놓은 불문율은 예나 지금이나 불변의 진리로 통하고 있다. 이러한 의미에서 아름다움을 추구하고 있는 디스플레이를 예술의 범주에 포함되어야 하는 것은 당연하다.

현대 디스플레이는 매우 다양한 스타일로 전개되어 어떠한 형식이 주류를 이루고있다고 할 수 없을 만큼 특성이 강하게 나타난다. 창작행위로 이루어지는 디스플레이 공간은 관찰자의 감성을 자극하여 잠재의식 속에 남을 수 있는 조형언어를 제공하는 것이 목적이다. 상업공간의 디스플레이는 보통의 예술작업과는 달리 목적의식을 가지고 작업에 임하게 된다. 그러므로 대중예술이 가지고 있는 보편성과 단순성 그리고 사회적 언어를 내포하고 있어야 하는 것이다. 디스플레이 공간은 2차원적인 평면정보보다는 3차원 또는 4차원으로 구성되어있다. 관찰자의 시선을 고려하여야 하며, 움직임에 따라 변화를 주기도 해야 한다. 그러므로 항상 새로운 형식으로 주기적인 변화나 소비자의 니드를 파악하는 일을 게을리할 수 없다. 현실에 대한 적극적 파악과 트렌드를 앞서가는 새로운 형식들은 공간의 개념이 도입되어야 하기 때문이다.

앞에서 살펴본바와 같이 미니멀리즘, 신현대주의, 하이테크, 신자연주의 형식은 상업주의 공간에서 관람자들과 보이지 않는 교류의 장으로서 기업의 마인드 및 이미지를 전달해주며 상품을 직,간접적으로 부각시켜 판매의 효율화를 꾀하고자 하는 목적을 대변해주는 연출언어이다. 디스플레이 작품은 다른 미술과 디자인에 비하여 비교적 양식의 시대 정의와 미학적 해석이 충분하지 않다. 특히 현대에 이르러 다채로운 스타일이 만들어지고 있으나 그 시대정신과 심미의 사회적 의의를 선명하게 전달하지 못한 채 표현되는 실정이다. 하지만 많은 디스플레이의 경향을 미술사조와 연계하여 살펴봄으로써 현대디자인의 한 부

류로써 상업미술에 영향을 주고 받는것을 인식하고 미학적으로 해석하여 보다 새로운 방향으로 유도되어 진다면 디자인계에 충분한 가치가 있으리라 기대한다.

참고문헌

1. 브랜든 테일러, 모더니즘, 포스트모더니즘, 리얼리즘, 시각과 언어, 1993.
2. 케이시 베이커, 김수기 역, 미니멀리즘, 열화당, 1993.
3. 천영미, 20세기 실내디자인의 흐름, 기문당, 1994.
4. R.G. Collingwood, 상징과 표현, 고려원, 1995.
5. 정병관의, 현대미술의 동향, 미진사, 1987.
6. 쿵 힘멜브로우, 건축과 환경, 1995.
7. 임석재, 미니멀리즘과 상대주의의 공간, 시공사, 1999.
8. 빅터 파파넥, 인간을 위한 디자인, 미진사.
9. 백진배, 디자인 파워플레이.
10. 루시R. 리퍼드, 팝아트, 미진사, 1985.
11. 임진이, 디스플레이에 있어서 자연과 현상, 한국실내디자인학회 논문집 26호, 2001. 6.
12. 이낙현, 구라마다 시로의 디자인 언어와 실내공간 표현의 특성에 관한 연구, 한국실내디자인학회논문집 22호, 2000. 3.
13. www.windowdisplay.com
14. SCHAUFENSTER 1990~2001
15. INSPIRATION 1992~2001
16. VIEW & REVIEW 1996~2001

<접수 : 2001. 10. 31>