

키치와 버내쿨러 개념의 제품디자인 수용을 위한 이해

The Understanding for Acceptance of Kitsch and Vernacular concepts in Product Design

주저자 : 류승호 (Ryu, Seung Ho)

홍익대학교 국제디자인전문대학원 박사과정

공동저자 : 문찬 (Moon, Charn)

한성대학교 미디어디자인컨텐츠학부 전임강사

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구의 범위 및 방법

2. 개념의 고찰

- 2-1. 포스트모더니즘과 키치, 버내쿨러의 관련성
- 2-2. 키치
- 2-3. 버내쿨러

3. 키치, 버내쿨러의 특성과 디자인 적용

- 3-1. 키치와 버내쿨러 디자인의 특성
- 3-2. 키치적요소 디자인의 적용사례
- 3-3. 버내쿨러적요소 디자인의 적용사례

4. 결론 및 향후 연구과제

참고문헌

(要約)

본 연구는 키치와 버내쿨러 개념이 앞으로의 산업사회 속에서 제품디자인을 위한 문화 요소로서 존재할 수 있는지 살펴본다. 왜냐하면 키치와 버내쿨러 개념의 기능과 미적가치는 공예 적 성격의 제품뿐만 아니라 일반 제품디자인 분야들을 위한 적용 가능성을 충분히 가지고 있기 때문이다. 이를 위해 본 연구에서는 포스트 모더니즘, 키치, 버내쿨러를 주된 범위로 한정하고 그 상호관계를 분석한다.

기능주의에 반대하여 대중적인 취향에 접근한 포스트모더니즘은 문화적 다원주의를 표방했으며, 그 노력의 일부는 유희적 디자인으로 나타났다. 특히 포스트모더니즘 디자인들이 장식 배제하지 않거나 또는 특정 사물의 상징적 형태를 구현하여 인간의 감성을 자극한 것은 키치와 버내쿨러 개념이 갖는 상징성과 지역성, 또는 다원화와 유사하다.

키치는 특정한 사조에 속하지 않는 자유로운 양식으로서, 디자인 및 기타의 장르들에 영향을 끼쳐 온 메타문화이므로 키치는 제품이나 디자인과 동등한 위치를 갖지 않는다. 제품 디자인에서의 키치는 기존 사물의 이미지를 모방하는 행위로서, 모방한 결과와 그에 따른 분위기에 따라 디자인의 유희성이 나타날 수 있다. 비록 모방의 결과가 저급한 것이 되더라도 키치를 통해 인간이 즐거움을 느낀다면 그것은 포스트모더니즘의 방향과 공통되는 것이다. 제품의 키치 적으로 느껴질지의 여부는 디자인의 분위기에 의해 좌우되는데, 그 것은 객관적으로 정량화 할 수 없으며 사람에 따라 다르게 느껴진다.

상징성과 지역성을 갖는 키치와 버내쿨러는 일반의 필요에 의해 자연발생적으로 생성된 것으로서 키치가 소비자 취향 중심이라면 버내쿨러는 문화적 전통 중심이다. 키치는 제품의 기능이나 디자인 컨셉을 구체화하는 상징성을 갖는데 이것은 인간과 제품 사이의 의사소통 도구이다. 버내쿨러는 향토적인 성격을 가지며, 지리적 생활환경과 문화적 차이에 따라 여러 가지의 양식을 갖는다. 따라서 버내쿨러 적 디자인은 계승된 전통적 생활양식들을 반영한다.

복고적 향수, 지역성, 문화적 다원주의, 유희성, 상징성에 의해 이들은 포스트모더니즘의 하위 또는 병렬적 개념으로 이해될 수 있다. 키치와 버내쿨러 개념은 서구 디자인에 민족적 성격을 가미한 것으로 오해되기 쉽지만, 포스트모던디자인의

다원주의를 차용하여 키치와 버내쿨러 개념 속에서 과거를 현대화하려는 시도는 긍정적으로 평가되어야 한다.

그러므로 앞으로는 제품디자인 뿐만이 아닌 다른 다양한 분야들에게도 그 범위가 확대되어 디자인 문화적 정체성을 확립하는 연구가 뒤따라야 할 것이다.

(Abstract)

This study analysis if the concepts of kitsch and vernacular remains as cultural elements for product design. Because their function and aesthetic value have vivid possibilities for general product design fields. For the purpose, this study limits its range within post modernism, kitsch, and vernacular, and analyzes their relationships.

Against functionalism, post modernism had cultural pluralisms to approach into popular styles, and some of them was amusing design. That post modernism designs stimulated human beings' emotion by decorations or some symbolic forms from specific objects is similar to the symbolism, regionalism, or pluralism of kitsch or vernacular.

Kitsch is a free style that is not limited in any specific trends. It is a Meta culture that has influenced into various fields including design, so kitsch does not have a parallel position with a product or design. In product design, kitsch is the behavior and result of imitating existing objects' images. It could have amusement according to which objects are imitated. So if human beings feel amusement by kitsch, it could be same as the direction of post modernism. Kitsch is determined by design atmospheres. They cannot be specified abjectly, and can be different according to people.

With symbolism and regionalism, kitsch and vernacular appeared according to people's needs. While kitsch is consumer's tastes-oriented, vernacular is cultural tradition-oriented. Kitsch has symbolism that specifies products' functions or design concepts, and it is a communication method between human being and products. Because vernacular is province-oriented, it has a lot of styles according to regional living environments and cultural differences. So vernacular design reflects continued traditional lifestyles.

By restorative memory, regionalism, cultural pluralism, amusement, and symbolism, kitsch and vernacular could be understood the sub or parallel concepts of post modernism. They might be easily miss-understood mixed concepts that have western and national characters. But in kitsch and vernacular concept, modernizing pas by using the pluralism of post modernism should be considered positive.

So, the range of the further study is also supposed to be focused on more widened fields to, to establish cultural identification in design.

(Keyword)

keyword : kitsch, vernacular, sign, symbol, pluralism

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

이 연구는 기능주의로 지칭되는 모더니즘과 어떤 의미에서는 그 본질을 달리하는 키치와 버네클러 적 개념을 대상으로 하였다. 키치와 버네클러 적 개념은 엄연히 우리 생활에 존재하고 있음에도 그 가치가 모호한 점이 있음에 의문을 두고 시작하였다. 이 두 가지 개념이 과연 현재와 가까운 미래 산업 구조에서 하나의 디자인 분야로 그 존재가치를 인정받을 수 있는지에 대한 접근을 시도할 필요가 있다고 생각한다. 이 두 가지의 개념은 자연발생적이고, 주체의 대부분이 일반대중이라는 특이한 성격을 지니고 있기에, 디자인 프로세스에서 다루기에 많은 어려움을 갖고 있다. 예를 들어, 디자인은 의도된 계획에 의해 기획이 이루어지는데 키치와 버네클러는 그러한 속성이 약하기 때문이다. 그러나, 키치와 버네클러가 우리 사회 속에서 하나의 기능과 미적가치를 지닌 대상으로 분명히 존재하고 있으므로 그 특성을 연구하여 민예품이나 공예적 성격의 제품뿐만 아니라 일반 생활용품에도 그 가치와 특징을 수용할 수 있는지 그 여부를 타진하여 보는 것에 연구의 가장 큰 목적이 있다. 이러한 속성의 흐름을 연결하기 위하여 우선, 포스트모더니즘의 많은 철학과 특성 중에서 키치와 버네클러 적 속성과 상호 연관된 부분을 추출하여, 포스트모던 디자인 - 키치 디자인과 현대 버네클러 디자인으로 이어지는 맥락의 정리를 시도해 본다. 포스트모더니즘의 일부 특성은 키치와 버네클러 적 성격도 포함하고 있기 때문이다.

이어서 버네클러 디자인의 개념과 키치디자인의 개념들을 정리하고 그 사례들을 통하여 제품디자인에의 적용 가능성을 진단하여 본다. 이 연구에서의 키치와 버네클러 디자인은 지역성, 역사성, 서로 다른 문화, 그리고 유희성등을 보다 강하게 내포하고 있으므로, 이러한 정신적 요소들이 대량생산을 전제로 하는 제품디자인에 적용되어 과연 하나의 디자인 방향으로 그 가치가 정립될 수 있는가에 관한 접근을 시도하는 것이 연구의 목적이다.

1-2. 연구의 범위 및 방법

우리의 생활 속에 이미 존재하는 제품 중에서 키치와 버네클러의 특징을 보이고 있는 대상들을 수집하고 감성적, 조형적 분석을 시도하였다. 그 대상은 생활용품으로 그 범위를 제한하였는데, 일상생활 속에서의 소품들이 그 존재의 속성상, 키치나 버네클러적 특성이 표현되기에 적합하기 때문이다.

키치와 버네클러의 개념을 고찰하기 위하여 첫 단계로 문헌 연구를 수행하여 각 용어의 정의와 그 의미를 정리하였다. 다음 단계로 그 대상을 시각적으로 분류, 분석하기 위하여 현재 국내 시장에서 시판되고 있는 제품과 거리환경물 중 키치적 성격을 갖고 있는 대상들을 수집하였다. 그리고 포스트모더니즘과 버네클러의 개념을 설명하기 위하여 일부 외국 디자이너의 제품도 참조하였다. 키치와 버네클러적 특성은 조형물(디자인) 표면에 상징적 요소로서 쉽게 드러나 직접적으로 느끼게 되는 경우가 많으나 일부는 제품 속성상 그러한 성격이 의미적으로 내재되는 경우도 있었다. 이러한 특성과 디자인에의

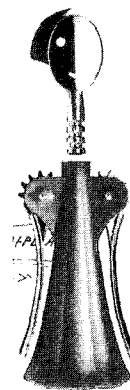
수용을 탐구하고자 3장에서는 오브제적 성격의 실험적 제품들과 양산제품 두 가지 종류를 선정하여 분석하였다.

2. 개념의 고찰

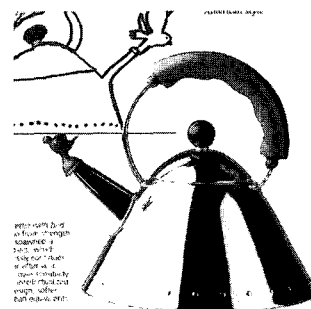
2-1. 포스트모더니즘과 키치, 버네클러의 관련성

탈근대 또는 근대 이후라는 의미를 지닌 포스트모더니즘은 새삼스럽게 그 내용과 의미를 언급할 필요가 없을 만큼 현대 디자인에 많은 영향을 주었다.

전통적인 기능주의(모더니즘)의 엄격하고도 엘리트적인 형식으로부터 벗어나 대중적인 취향에 접근한 포스트모더니즘은 근대디자인 또는 기능주의에 반대하거나 그로부터 벗어난 움직임임을 보이는 경향이 모두 해당된다.¹⁾ 포스트모던디자인은 특정양식의 진술을 위한 용어가 아니라 그 기능이 문화의 새로운 형태적 출현을 새로운 경제적 질서와 사회적 삶의 새로운 유형과 관련시키는 일종의 시대적 양상을 설명하기 위한 개념이며 다른 기호를 지닌 문화들이 만드는 다양한 삶의 양상을 강조하는 문화적다원주의(pluralism)의 성격을 표명한다.²⁾ 다양한 양식의 문법적 해석을 시도하는 역사주의적 경향, 특히 복고적 향수를 메시지로 전달하려는 시도에서 포스트모더니즘의 한 특성을 볼 수 있으며, 동시에 유희적 즐거움(fun)의 개념이 포함되어 대중에게 보다 더 친근감 있게 접근할 수 있는 디자인들이 시도되었다.(그림1, 2)



[그림 1] 콜크 띠개 "ANNA G" / 알렉산드로 멘시니



[그림 2] 주전자 "Small bird shpd whistle" / 마이클 그레이브스

1) 조영제, 권명광, 안상수, 이순중, 디자인사전, 안그래픽스, 106. (1994)
2) *ibid.*, .390

그림1과2에서 볼 수 있듯이 과거의 양식을 현대적 기호로 재구성한 제품들은 지역성과 상징성을 강하게 표현하고 있다. 이러한 형식들은 사용자의 감성을 자극하고 시각적 즐거움을 주어, 사용자에게 복합적정서³⁾를 유발한다는 점에 의미를 둘 수 있다. 또한 제품에 차별화된 브랜드적 가치를 부여하는 경제성과 제품디자인의 표현 범주를 대폭 확장하여 다양한 조형이 가능하게 되었다는 점도 포스트모던디자인의 중요한 요소 중 하나이다. 특히 포스트모더니즘 제품들이 장식성을 배제하지 않고 특정 사물을 연상시키는 상징적 형태를 구현하여 사용자의 감성을 자극한다는 점을 ⁴⁾의 깊게 살펴 볼 필요가 있다. 포스트모더니즘의 이 특성이 이어 언급될 키치와 버내쿨러의 상징성과 지역성, 그리고 역사성에 기인한 다원화와 유사한 맥락을 지니고 있기 때문이다.

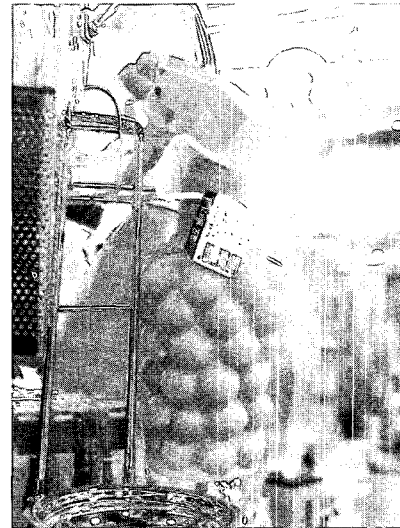
2-2 키치(Kitsch)

키치는 특정한 양식에 얽매이지 않는 자유로운 양식이며, 윤리적으로 부정한 것 또는 진품이 아닌 것이라는 의미를 갖는다.⁵⁾ 키치는 디자인뿐만 아니라 시각예술, 회화, 조각, 문학, 오브제, 음악, 건축 등의 다양한 분야 속에서 발견되는 존재이다.⁶⁾ 따라서 디자인이 인간의 사그활동이 만들어낸 결과 중의 하나라면, 키치는 디자인을 포함하는 다양한 예술 장르에 영향을 끼쳐 온 하나의 메타(Meta) 문화로서 인식하는 것이 바람직하기 때문에, 디자인과 키치가 동등한 위치를 갖는다고 단정하는 것에는 많은 무리가 따른다. 또한 하나의 제품을 가리켜 키치라고 말하는 것 역시 곤란하다. 왜냐하면 단지 하나의 인공적 사물이 무형적이고도 광범위한 문화 현상 전체를 의미할 수 없기 때문이며, 제품을 가리켜 키치적인 성격의 디자인을 갖고 있다고 설명하는 것이 더 정확하다.

제품디자인으로 범위를 한정했을 때, 키치는 기존 사물의 이미지를 흉내 내거나 구체적으로 모방하는 행위이다. 그래서 키치적인 사물을 설명할 때는 어떤 특정한 사물의 형태를 가졌거나 모방한 것이라는 설명이 낫따른다. 이 때, 사물의 이미지는 반드시 세련되고 우아한 것이 아닐 수도 있다. 하지만 제품이 어떤 사물을 모방했느냐에 따라 유희성을 가질 수 있다. 비록 그 것이 저급하고 깨끗하지 않은 것이 되더라도, 모방을 통해 인간이 즐거움을 느낀다면 그것은 탈 모더니즘의 사조들이 추구해 왔던 디자인 방향과 공통될 수 있는 것이다.

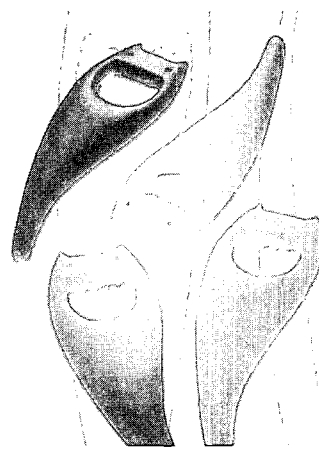
모방에 따른 유희성은 키치의 목적 또는 기능으로 이해될 수 있다. 따라서 이것은 생명 없는 사물들에 혼을 불어넣기 위해서 모방을 한다는 기존의 설명⁷⁾보다 더 설득력이 있다. 왜냐하면 혼(魂)이란 인간과 사물 사이에 존재하는 일종의 무형적 교감을 의미하는 것이겠지만, 이것은 모방을 통해 생겨나는 것이 아니라 제품이 갖는 뛰어난 사용성과 우수한 디자인 등에 의해 자연스럽게 형성되는 것이기 때문이다. 물론 이

러한 지적은 디자인의 기능주의⁷⁾에 기초하는 것이지만, 나아가서는 디자인이 유희성을 갖는다는 것과 제품이 혼을 갖는다는 것은 별개의 것이라는 것을 의미한다. 예를 들어 사람이 포도모양의 분무기에서 즐거움을 느낄 수는 있지만, 모방으로 인해 사물의 혼을 느끼지는 않기 때문이다.



[그림 3] 포도모양의 분무기

제품디자인에서 키치적인 성격을 만드는 것은 모방의 기초였던 기존 사물의 이미지가 남아있는 디자인의 전체적인 분위기이다. 이 때 전체적인 분위기는 조형적이고 추상적인 것으로서 일정한 수치를 통해 그 성격을 객관적으로 정량화 할 수 없다. 키치적인 것으로 또는 아닌 것으로 판단하는 것은 사람마다 다를 수밖에 없다. 예를 들어, 알레시의 Bottle Opener는 도깨비의 이미지를 모방한 디자인을 갖고 있지만, 이러한 모방의 결과를 포스트모더니즘의 영향으로 인식해야 할지 아니면 키치적인 것으로 인해야 하는지 의 여부는 보는 사람마다 다른 것이다.



[그림 4] 병따개 "Biagio Cisotti" / 1994

3) 포스트모던 제품디자인에는 흔히 역사주의적 재해석이나 장식적 요소의 부활, 고급문화와 저급문화의 병치 등, 표현적 자유의 실현을 통해 다양한 정서를 발생시킨다.

4) 아브라함 몰, 엄광현 譯, 키치란 무엇인가? 시각과 언어, P.9, (1995).

5) *ibid.*, 12.

6) *ibid.*, 21.

7) *ibid.*, 173.

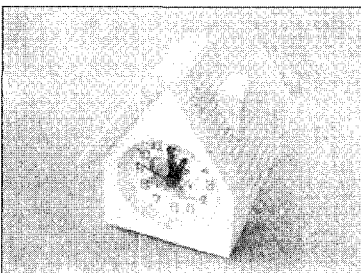
모방의 기초가 되는 기존 사물은 인공물과 자연물 모두가 될 수 있다. 예를 들어 인간의 생활공간 속에는 키치적으로 판단될 수 있는 다양한 제품들이 존재하는 데, 집 모양의 시계, 포도 모양의 분무기, 그리고 아이스크림 모양의 사인 등은 그 중의 일부이다. 이때, 시계가 인공물인 집의 모양을 갖고 있다거나, 분무기가 자연물인 포도의 형상을 가지고 있다고 판단하는 것은 인간의 눈에 미친 제품이 집과 포도라는 기존 사물의 상징적 이미지를 뚜렷하게 가지고 있기 때문이며, 그러한 이미지들이 적용된 디자인의 전반적인 분위기가 제품을 키치적으로 만든다.



[그림 5] 아이스크림 모양의 사인



[그림 6] 도장 모양의 시인



[그림 7] 집 모양의 시계

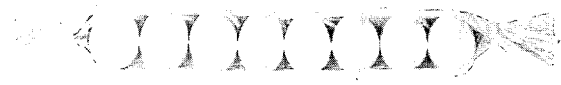


[그림 8] 탁구 라켓 모양의 사인

하나의 키치 적 제품에서 중요한 것은 모방자가 누구인지, 그리고 어떠한 의도에서 모방을 했는지 밝히는 것이 아니다. 그만큼 제품디자인에 적용되어 온 키치에 자연발생적인 성격이 강하기 때문이다. 따라서 중요한 것은 제품디자인에서 키치가 갖는 유희성을 사용자의 입장에서 즐기는 것이다.

2-3. 비내컬러 (vernacular)

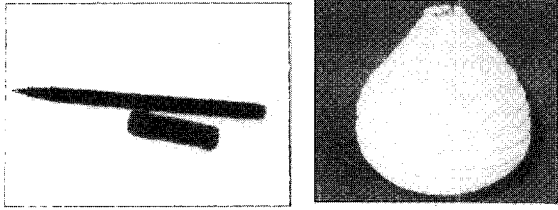
비내컬러는 디자인사적으로 볼 때, 과거의 모든 역사적, 민족적 양식과의 단절을 추구한 근대디자인(모더니즘), 중심의 역사에 대한 수정을 뜻한다.⁸⁾ '비내컬러'라는 용어의 사전적 의미는 '토착적인(지방 고유의)', '토착어의', '향토적 스타일의'라는 뜻을 가진 형용사이자 동시에 '사투리', '일상어(비공식적인)', 속칭(또는 속명)의 뜻을 지닌 명사이다. 비내컬러 디자인은 엄밀한 의미에서는 디자이너 개인이 디자인 프로세스에 준하여 기획하고, 설계한 의식적인 창조물이 아니라, 일상적인 개념이나 습관적인 방법에 의한 민속 조형 예술을 뜻한다. 따라서 비내컬러 디자인은 작가 미상인 것이 많고 지리적, 풍토적 생활환경과 양식의 독특한 특성을 보여준다.(그림9, 10, 11)



[그림 9] 계란꾸러미 / 작가미상

그림9의 계란꾸러미는 깨지기 쉬운 계란을 짚이라는 가장 흔한 재료를 사용하여 엮은 운반 도구이다. 한국의 계란꾸러미가 보여주는 놀라움은 내용물을 시각적으로 확인할 수 있게 해주어 정보성을 중시했다는 점이다. 이는 "기술적 합리주의가 낳은 단순화와 협소화에서의 해방"을 시도하는 포스트모더니즘의 꿈을 내재하고 있는 것이다. 왜냐하면 반만 포장되어 있는 계란꾸러미야말로 기능주의의 합리성을 커뮤니케이션의 합리성으로 대치하는 탈산업화 시대의 정신과 통해있기 때문이다.⁹⁾

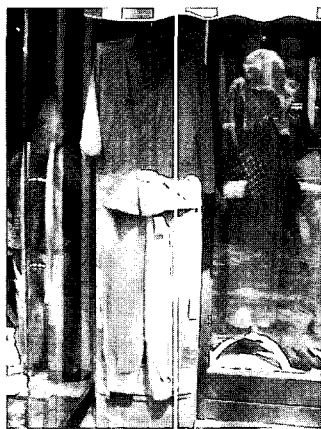
8) 조영제, 권명광, 안상수, 이순중, 디자인사전, 안그래픽스, P. 101 (1994)



[그림10] 붓펜 / 한국 / 모나미 [그림11] 지등 / 일본 / 이사무 노구치

그러나 포스트모던 디자이너들은 이러한 민족적이고 지역성이 강한 버내컬러적 요소들을 중추주의적 입장에서 그들 디자인에 반영하였으며 이는 분명 의식적 사고에서 비롯된 것이었다. 이 두 가지의 서로 다른 개념을 2001년 세계산업디자인총회(ICSID 2001SEOUL)의 부대행사로 개최되었던 '20세기 세계 디자인전'의 기획책자 'The Vernacular Mirror: Twentieth-Century Design'에서는 다음과 같이 기술을 하고 있다. 전자의 개념은 '버내컬러 오브제'로, 후자는 '버내컬러 디자인'으로 구분 짓는다. 버내컬러 오브제는 디자인 교육을 받은 디자이너나 그들로 구성된 디자인 조직이 관여하지 않은 채 생산된 오브제이며, 버내컬러 디자인은 산업디자이너로서의 직업의식을 지닌 사람들과 그들의 사회조직의 관여아래 생산된 오브제를 말한다.¹⁰⁾

버내컬러라는 용어는 넓고 다양한 해석이 가능한 개념이므로, 본 연구에서는 범위를 제한하는데, 정규디자인 교육을 받은 디자이너가 지역적 토속성에서 유래된 요소를 현대적 의미에 맞게 재해석하여, 산업생산물로 제품화한 '버내컬러 디자인'에 국한하여 논의하고자 한다. 제품디자인으로서 대량생산에 적용된 사례로는 전기약탕기와 물걸레 기능이 부여된 진공청소기, 가정용 콩나물 재배기 등이 우리의 지역적 토속성을 갖춘 버내컬러 적 디자인이다. 이들은 디자이너의 손을 거치는 했으며 무명의 개발자들에 의해 만들어지는 과정에서 주류 디자인 보다는 버내컬러 적인 성격을 보다 많이 담고 있다. 이러한 속성이 잘 표현된 사례로는 전통한복을 현대화한 복식일 것이다.

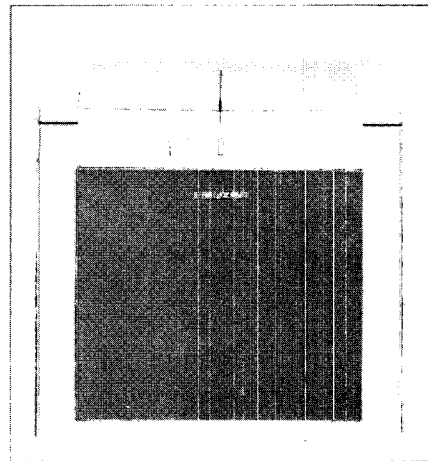


[그림12] 기량한복

9) 이어령. 한국인의 손, 한국인의 마음. 디자인하우스. P.16, (1994)

10) ICSID 2001집행위원회, (주)2'2, 20세기 세계 디자인전 The Vernacular Mirror: Twentieth-Century Design, 10 (2001)

버내컬러 디자인의 전통은 지리적, 풍토적 생활환경과 문화의 차별성에 따라 독특한 특성을 갖고 있다. 또한 의도적이거나 계획적인 방법이 아닌 일상적인 개념이나 습관적 방법에 의해 발생하므로 시대적 특성을 잘 반영하는 경향이 있다. 버내컬러 디자인의 시대적 상황이 관점으로 판단하여 보면 비록 계획적인 방법으로 구상하여 제작하였다 하여도 시대의 흐름으로 미루어 버내컬러적 특성을 갖고 있는 김치냉장고와 같은 산업제품도 있다(그림13). 특히 이 제품의 단계에 있어서는 버내컬러 적 성격이 제품표면에 드러나지 않는 내면적 속성, 즉 기능과 제품의 목적 그 자체에 내재하고 있음을 주목하게 된다. 이러한 표현의 간접성은 우회적이면서 제품 속에 의미적인 가치로 내재된, 즉 표면의 조형언어에서는 한국적인 버내컬러 특성을 느끼기 어려운 특성을 지니고 있다. 그러나 그 가치는, 디자이너의 의도된 계획에 의해 프로세스를 거쳐 양산된 제품이라는 점에서 향후 버내컬러 적인 적용 가능성을 열어주고 있다. 조형성과 기능에 있어서는 실생활의 욕구충족을 위해 실제적인 기능에 중점을 두고 있으며 절제된 소박하고 간결한 생활중심의 미를 유지하고 있다는 것도 주목할 점이다.



[그림13] 하우젠 김치냉장고 / (주)삼성전자 / 2004.

3. 키치, 버내컬러의 특성과 디자인 적용

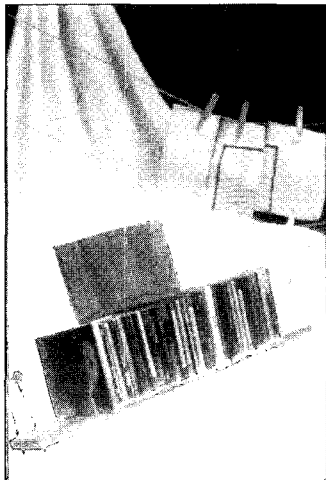
3-1. 키치와 버내컬러 디자인의 특성

키치와 버내컬러 적 성격은 과거의 양식을 모티브로 재구성하여 지역성과 상징성을 강하게 갖고 있으며 일반 대중의 필요에 의해 자연발생적으로 생성되었다는 특징을 가지고 있다. 키치는 비교적 가까운 과거의 양식을 재현하여 현대인이 경험한 향수를 상징화 하였는데 반하여 버내컬러는 전통적 전래양식, 특히 생활양식을 반영하는 성격이 짙다. 따라서 키치는 버내컬러와 비교하여 짧은 지속성을 갖고 있고, 버내컬러는 계승, 발전적 특성을 갖고 있다. 이 두 가지 성격을 현대적 기호로 재구성하여 제품화 한다고 가정하였을 때의 양산성은 사용 소재와 생산방식에 따라 차이가 있겠으나 양호할 것으로 전망된다.

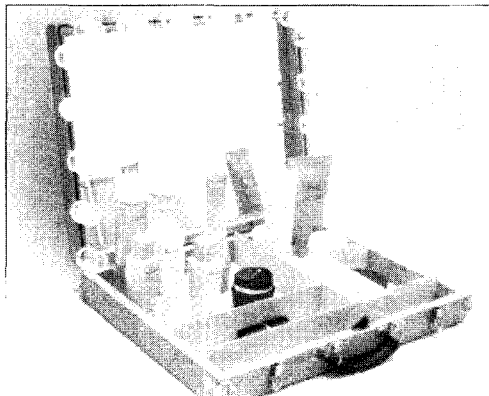
<표1> 키치와 버내쿨러 디자인의 특성

특성	키치	버내쿨러
발생	자연발생적	자연발생적
적용	복고적 향수와 상징성	지역적 토속성, 생활양식을 반영
기능	상징적 역할이 강함	기능적 역할이 강함
지속성	비교적 짧음	지속적이고 전승됨
양산성	양호	양호
표현방식	직설적 성향이 강함	은유적 속성이 강함
생산관점	소비자 대중 취향 중심	문화적 전통성 중심

키치와 버내쿨러 적 요소를 디자인에 적용한 사례 중 우선, 필요에 의한 자연발생적 성격이 강한 사례를 제시한다면 그림 14와 15의 실험적 제품을 들 수 있다. 현재는 사용도가 많이 낮아진 팔레판을 이용하여 재구성한 CD보관대는 버내쿨러 적 오브제를, 그리고 화구박스를 개조하여 구성한 화장대에서는 키치 적 오브제의 특성을 느낄 수 있다.



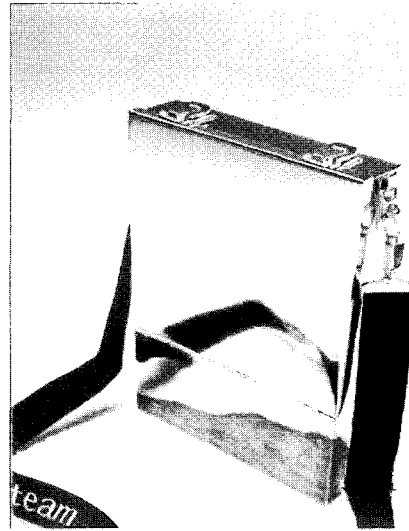
[그림14] CD 수납장 / 이화여대 학생작품 / 2000.



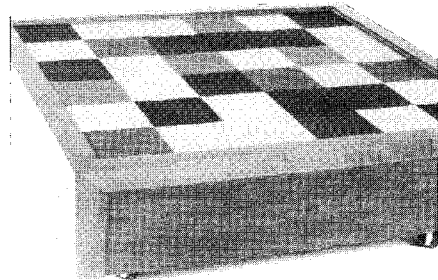
[그림15] 화장대 / 동덕여대 학생작품 / 2001.

그림16의 브리프케이스는 전통 한국화에서 흔히 보여 지는

산과 하늘을 금속부식기법을 활용하여 표현한 것이다. 한국화의 기법을 직접적이지 않은 간접 묘사를 통하여 표현함으로써 그 의미가 제품 표면에 한 단계 낮게 잠식되어지도록 한 것이 디자인 의도이다. 그림17은 좌식 탁자로서, 전통 조각보의 문양을 현대적 기호로 재구성 하였으며, 사용자가 퍼즐을 맞추듯, 문양을 변형 시킬 수 있다. 이 두 가지 실험적 제품들은 양산이 가능하다는 점에서 키치, 버내쿨러 적인 적용의 가능성을 보여준다.



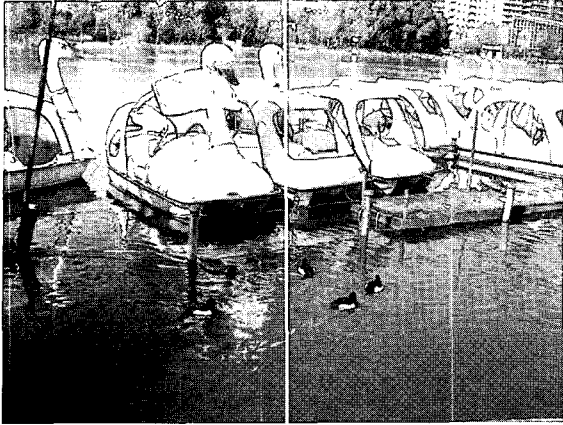
[그림16] 브리프케이스 / 문찬 / 2005.



[그림17] 티 테이블 / 황정아 / 2005.

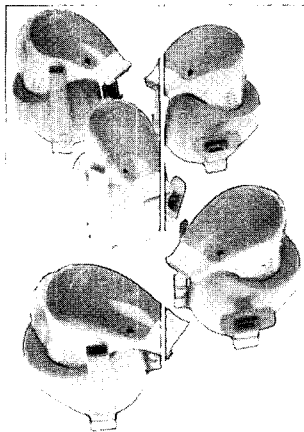
3.2. 키치적요소 디자인의 적용사례

모방행위를 통한 키치는 대량생산되는 제품 속에서 광범위 하게 적용되어 왔다. 디자인에서의 키치 적 성격은 제품의 기능이나 디자인 컨셉을 설명하기 위한 역할을 갖는데, 그것은 키치의 상징성으로 정의될 수 있다. 키치의 상징성은 제품의 기능을 구체적으로 설명하거나 또는 디자인 컨셉을 명확히 하는 존재로서의 키치를 의미한다.



[그림18] 오리 모양의 보트

오리모양의 보트(그림18)는 오리의 형태를 모방한 디자인을 가지고 있는 데, 보트의 앞부분에 부착된 오리모양의 구체적인 장식물이 보트디자인의 전체적인 분위기를 키치적인 것으로 만들고 있다. 여기에서 오리는 사물로서의 보트가 갖는 기능 즉, 물 위를 떠다니는 것이라는 기능을 직설적으로 상징하기 위한 수단이며, 이것이 키치적 상징성으로 나타나고 있다.



[그림19] 동물모양의 청소기 / 대우전자 / 2000

동물 모양의 청소기(그림19)도 동물의 형태를 모방하여 디자인에 적용한 것이다. 디자인에서 키치적 성격을 역하게 발견할 수 있다. 오리 모양 보트디자인의 키치적 성격이 갖는 직설적 표현만큼은 아니지만 이 청소기 디자인에서도 역시 키치적 성격을 약하게 발견할 수 있다. 이 제품은 동물이 먹이를 먹는 모습과 청소기가 먼지를 흡입하는 기능을 자연스럽게 연결시킨다는 고유의 디자인 컨셉을 키치적 표현을 통해 전개시킨 경우에 해당한다.

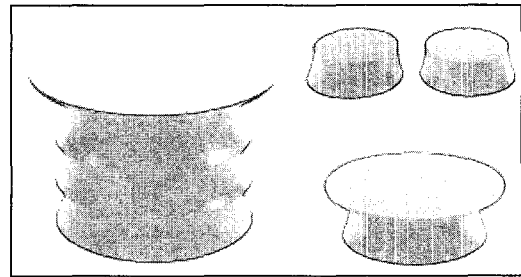
아이스크림 모양의 사인(그림 5)과 도장 모양의 사인(그림 6) 역시 키치의 상징성에 의해 설명될 수 있는 사례들이다. 즉, 사람은 아이스크림 모양이나 도장 모양의 사인을 보고 그 점포들의 역할을 손쉽게 인식할 수 있다.

따라서 키치는 키치의 상징성을 통해 인간과 제품 사이에 존재하는 의사소통 도구의 역할을 수행하는 것이다. 그리고

이러한 모방으로 인하여 사용자에게 시각적인 즐거움을 더 하는 것에서 키치의 가치를 찾을 수 있다.

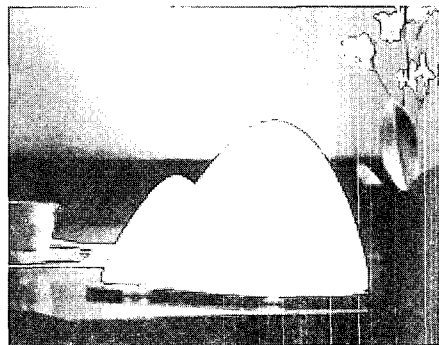
3.3. 버내쿨러적요소 디자인의 적용사례

이어지는 사례에서는 대량 양산되어 시판되었던 제품들 중에서 버내쿨러적 특성들을 살펴보기로 한다. 그림20, 소반은 '합침'과 '분리'라는 주제로 용도의 효율성을 높이고 자연스러운 전환을 시도한 제품(또는 가구)이다. 한국 전통의 좌식 생활에서 비롯된 소반이라는 주제와 이를 오늘날의 시각을 통해 재구성 하였다는 점에서 버내쿨러적 특성을 강하게 지니고 있다. 한국 가구디자인에 있어 전통적 특성들을 현대화한 시도들이 의상(패션)디자인의 그것과 함께 상당히 빈번했었다. 그것은 가구와 의상디자인이 그 분야의 특성상, 표현과 의미 부여에 있어 제품 보다는 더욱 자유로울 수 있다는 점에 기인한다. 반면, 양산체계와 다수를 만족시켜야 하는 시장성, 즉 보편성을 중요시하는 제품디자인에 있어서는 표현의 자율이 상대적으로 제한을 많이 받게 된다. 그런 관점에서 볼 때, 최근 들어 제품디자이너들에 의해 시도되고 있는 한국적 버내쿨러의 특성을 지닌 제품(또는 제품적 성격을 갖고 있는 부피가 작은 가구)들이 보여 지는 것은 대중의 소비, 구매취향과 문화적 경향이 '한국적'인 제품에의 관심으로 증대되고 있음을 보여주는 것으로 해석된다.



[그림20] 소반 / 비움(VIUM), 은병수 / 2003.

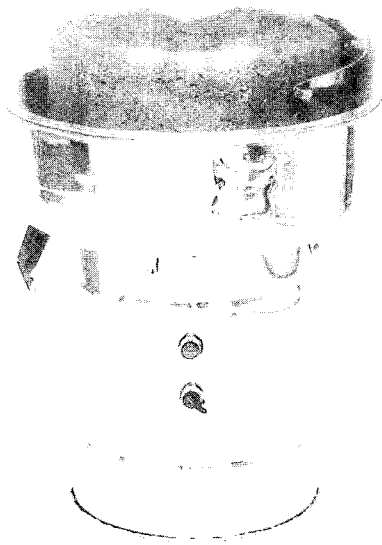
표현의 자율성이 보다 넓게 허용되는 또 다른 제품의 분야는 조명기기이다. 조명은 장식적 오브제의 성격이 사용성(기능성)만큼 비중이 크기 때문에 대중적 기호에 호응한다면 키치적이고 버내쿨러적인 표현은 크게 어렵지 않다. 아래의 그림 '산 협탁 조명'(그림21)은 자연과 한국의 사상을 모티브로 삼고, 한국적 정서를 보여주하고자 한 지극히 버내쿨러적 성격의 제품이다.



[그림21] 산 협탁조명 / (주)한록스 / 2001.

보는 순간, 강한 한국적 정서를 느낄 수 있을 만큼 분명한 직접적 접근의 조형언어를 구사하면서도 극히 단순한 형태를 구사하여 양산성을 높이고 절제된 한국적 미학을 현대적 언어로 표현한 디자인이다.

직접적인 표현의 구사는 앞의 조명과 같은 조형언어에 의한 디자인이 있는 반면, 그 제품의 활용목적에서 보여 지는 기능적 측면의 직접성을 갖고 있는 제품군이 있다. 그림22의 제품은 한국 전통 맷들의 효과를 현대적 기능으로 부활시킨 사례이다. 조형적으로는 매우 투박하나, 한국의 전통 맷들을 전통화하여 맷들의 갈아내는 효과를 현대적으로 주방용품화 하였다는 점에서 시사하는 바가 있다. 이러한 제품군의 다른 예로는 약탕기나 녹죽기 등이 있는데, 한국적 전통 조리기법을 전승하여 제품화하는 시도에서 그 의미를 찾을 수 있다. 최근 들어 한국음식에 대한 관심이 고조되고 있으나, 중국과 일본 음식, 그리고 식문화가 세계적으로 넓은 소비자 층과 이해(관심)를 구축하고 있는 점에 비하여 한국의 그것은 이제 세계화의 출발선에 있다고 해도 과언이 아니다. 향후 전통 식문화의 보급과 세계화를 추진해야 하는 시점에서 이러한 주방의 버네쿨러 적 제품에도 다른 디자인 분야와 함께 보다 적극적인 이해와 다양한 디자인이 시도 되어야 한다.



[그림22] 향맥 맷들 / 백합사 / 1996.

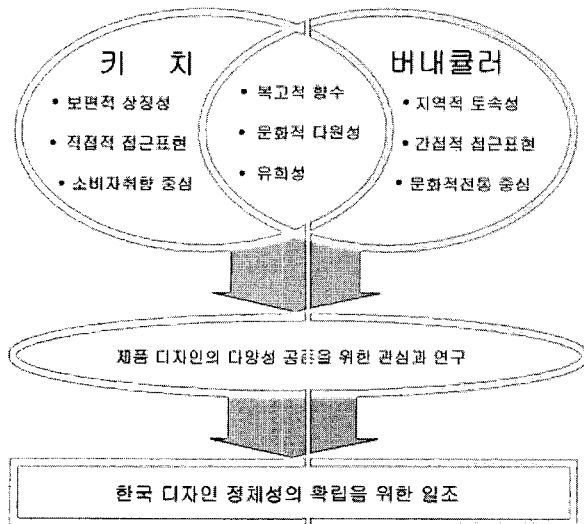
4. 결론 및 향후 연구과제

키치와 현대적 버네쿨러는 포스트모더니즘의 복고적 향수와 지역성 그리고 문화적 다원주의 와 유희적인 요소들을 담고 있는 점에서 그 영향을 받았다고 할 수 있다. 따라서 경우에

따라서는 포스트모더니즘의 하위개념으로 해석할 수 있으며, 때로는 포스트모더니즘과 병렬적 관계에 있다고 할 수 있다. 키치는 고급 내 저급의 관계이며 이발소에 걸려있는 그림과 같이 모더니즘이 추구했던 범주에 들어가지 않는 것들을 밑에서 서부터 끌어올렸다는 점에서 일종의 취향의 문제로 보는 시각이 있다. 버네쿨러는 그 범위도 넓고, 시대적으로도 예전의 공예시대부터 있어왔던 개념이므로 현대의 버네쿨러에 국한한다면 그 개념은 일종의 프로토타입과 같은 실험적인 상태로 보아야 옳다. 따라서 제품디자인에의 적용의 성패는 키치와 버네쿨러의 본래 의미를 해치지 않는 범위의 설정과 그 성격의 반영이 어디까지 디자인에 적용될 수 있는가를 규명함이 중요하다.

키치와 현대 버네쿨러가 빠지기 쉬운 오류는 서구 굿 디자인의 공식에 민족적 리터치를 가미한 저급한 성격으로 폄하되기 쉽다는 점이다. 반면에 포스트모던디자인의 다원주의와 절충주의를 차용하여 키치와 버네쿨러 속에 '과거'를 '현대'화 하려는 시도들은 긍정적인 상황으로 보아야 한다. 당대의 하위문화에서 특징적인 디자인 요소를 지니고 등장하는 키치와 버네쿨러 적 디자인들은 현재로서는 학술적 범주에 넣기 이전에 취향의 문제로 보아야한다. 그것은 키치, 버네쿨러적 디자인이 아직 논쟁적인 과정에 있고, 학술적 정의를 내리기에는 그 현상과 형성과정들을 좀 더 관찰하여야 할 필요가 있기 때문이다. 그러나 궁극적으로는 이러한 현상들은 하위문화로부터의 영향에 민감한 패션/의복으로부터 생활용품 및 전자제품과 같은 대량생산을 전제로 하는 제품으로 그 영향력을 확대하여 문화적 정체성 확립에 일조하는 연구가 계속되어야 한다.

한국은 정치적, 경제적, 그리고 문화적으로 크게 도약을 하되, 반드시 그 정체성을 구축해 나아가야 하는 중요한 시점에서 있다. 디자인에 있어서는 과거 이태리와 일본이 그들만의 독특한 조형성을 세계화에 성공시켜 현재와 미래에도 그 가치가 흔들리지 않으리만큼 견고한 정체성을 구축한 바 있다. 한국의 경제구조가 다품종 소량생산의 고부가가치 산업으로 빠른 전환을 노력 하고 있다. 이는 단순히 선진화를 추구하여 보다 나은 삶을 영위하기 위함만이 아니라 우리의 생존과 직결된 문제이기에 그 가치와 의미가 더욱 중요해진다. 따라서 한국적 디자인의 정체성 확립을 위한 다양한, 그리고 더욱 다각적인 시도와 노력이 그 어느 때보다도 중요하게 요구되고 있는 바, 한국 디자인계에서도 이러한 노력이 오래 전부터 있어왔다. 그래픽 디자인, 애니메이션, 의상디자인이 그러 하였고, 인테리어와 가구에 있어서도 많은 성과를 보여 왔다. 한국적 디자인 정체성이 상대적으로 다소 취약하였던 제품디자인에 있어서도 다양한 시도가 필요한 때이다. 그럼으로써 디자인정체성 확립을 위하여 키치와 버네쿨러적 속성으로 훌륭한 재구성한 제품들이 일조 할 수 있을 것으로 본다.



[그림23] 키치와 버내쿨러 디자인의 미래적 가치

참고문헌

- 강홍구, 시시한 것들의 아름다움, 황금가지, 2001.
- 광대영, 현대 디자인에 나타난 키치의 유형과 표현특성에 관한 연구, 기초조형학 연구, vol.6, no.2, 2005.
- 경희대학교 디자인 연구원, 산업자원부. 버내쿨러디자인을 통한 환경물의 고유성 창조를 위한 응용개발연구, 1999.
- '96우수산업디자인(GD) 상품선정집, 통상산업부, 산업디자인포장 개발원, 1996.
- 김민수, 김민수의 문화디자인, 다우출판사, 2002.
- 딕 헵디지, 이동현 譯, 하위 문화, 현실문화연구, 1998.
- 리처드 부캐넌, 빅터 마폴린 저, 한국디자인연구회 역. 디자인담론, 조형교육, 2002.
- 아브라함 물, 엄광현 譯, 키치란 무엇인가? 시각과 언어, 1995.
- 오창섭, 이것은 의자가 아니다(메타디자인을 찾아서), 홍디자인, 2003.
- 오창섭, 디자인과 키치, 시지락, 2002.
- 조영제, 권명광, 안상수, 이순중, 디자인사전, 안그라픽스, 1994.
- ICSID 2001 Seoul 집행위원회, The Vernacular Mirror : Twentieth-Century Design. 2001
- John A Walker · Sarah Chaplin, 임산 譯, 비주얼 컬처(이미지 시대의 이해-비즈니스에서 VI까지), 루비박스, 2004.
- 김소연, 키치 연구 : 사회 문화론적 접근, 홍익대학교 대학원 미학과 미학전공 석사학위 논문, 1994.
- 김희량, 현대 버내쿨러 디자인의 역사적 맥락과 이를 사유

- 화하는 디자이너의 작업논리 연구, 서울대학교 대학원 서양 화과 미술이론 전공 석사학위 논문, 1998.
- 서울디자인 페스티벌 2003, (주)디자인하우스, 2003
- 안유정, Cross-Cultural Product Design에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 산업디자인과 석사학위 논문, 2000.
- 오창섭, 키치현상을 통해 본 제품의 사회, 문화적 기능, 서울대학교 대학원 산업디자인과 공업디자인 전공 석사학위 논문, 2002.
- 윤민희, 표절과 차용의 시각에서 바라본 현대 디자인에 관한 연구(시각과 제품디자인의 사례를 중심으로), 2002 한국디자인학회 가을학술대회 발표논문집.
- 윤상림, 홍동식, 웹 환경에 나타난 키치 스타일 연구, 2002 한국디자인학회 가을학술대회 발표논문집.
- 윤수현, 한국문화의 특수성에 근거한 버내쿨러 디자인에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 산업디자인과 석사학위 논문, 2003.
- 임경재, 의미의 소비와 산업디자인, 디자인학 연구, vol.15, no.1, 2002.
- 정재원, 현대미술에 나타난 키치적 요소에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 판화와 석사학위 논문, 1998.
- 진선태, 포스트모던 사회의 비주류 버내쿨러 디자인 문화의 발견과 해석(놀이와 공사현장의 Anonymous 디자인 산물을 중심으로), 2002 한국디자인학회 가을학술대회 발표 논문집.
- 최명식, 김경희, 제품디자인에 나타난 현대 대중문화의 속성, 디자인학 연구, vol.15, no.2, 2002.
- 한국산업디자인상 2001, 한국산업디자인협회, 2001.
- 허수은, 소비사회에서의 예술의 형식 문제-장 보드리야르의 시뮬라시옹 개념을 중심으로, 홍익대학교 대학원 미학과 미학전공 석사학위 논문, 1995.