

비주얼 커뮤니케이션(VISUAL COMMUNICATION)에서의
오브제(OBJET) 성향과 표현에 대한 연구

최 미 숙

관동대 · 서일전문대

Content

I. 서론

II. 오브제(Objet) 개념의 이론적, 시대적 배경

II-1. 오브제(Objet)

II-2. 앙스탈라씨옹(Installation)

III. 비주얼 커뮤니케이션(Visual communication)

에 있어서의 오브제 성향

III-1. 비주얼 커뮤니케이션과 오브제

III-2. 오브제 성향과 표현 분석

IV. 결론

참고문헌

참고도판 목차

FIG.1: SCHOOL OF VISUAL ARTS,

DESIGNER : SAL DE VITO,

ART DIRECTOR : SILAS H, RHODES

FIG.2: DESIGNER : MENDELL OBERER,

DESCRIPTION : POSTER ANNOUNCING

RENOVATION

FIG.3: SCHOOL OF VISUAL ARTS,

DESIGNER : RICHARD WILDE,

ART DIRECTOR : SILAS H, RHODES

FIG.4: DESIGNER : MENDELL OBERER,

DESCRIPTION : SELF PROMOTION

POSTER

FIG.5: MICHEL GRANGER, TITRE : PAGE 6

FIG.6: 삼보 컴퓨터 사보, 1996, 11

Resume of Reporter

최 미 숙

Choi, Mi Sook

단국대학교 졸업

France, Mirail 대학원 졸업

대한민국산업 디자인전 입선

한국시각정보 디자인 협회 회원

현/ 관동대학교, 서일전문대학 강사

I. 서론

우리들은 일상생활 속에서 끊임없이 언어나 문자로 자신의 생각을 타인에게 전달한다. 그것이 학문적 연구를 토대로 하거나 혹은 그래픽적 작업속에서 행해지거나 본연적인 문제는 같은 부류로 생각할 수 있다.

또한 끊임없이 쏟아지는 무수한 정보의 홍수속에서 책이나 신문 같은 인쇄매체, 텔레비전이나 라디오 같은 전파매체들을 통해 갖가지 정보에 접하게 된다. 이 같은 모든 행위의 범주를 우리는 흔히 커뮤니케이션 활동이라 칭한다. 이와같은 커뮤니케이션의 여러 요소들은 인간의 모든 행동과 동작속에 포함되어 있다.

시각디자인 분야는 눈을 통하여 이루어지는 여러 종류의 의사 전달, 즉 메시지를 디자인 하는 분야이다. 원래 그래픽이라는 용어 자체는 쓰여지거나, 그려지거나, 새겨진 어떤것을 의미하므로 그래픽 디자인은 주로 제3자를 위한 상업적인 대량복제를 전제 위주로 해야만 한다.

그러므로 시각디자인의 궁극적인 목적은 전달하고자 하는 메시지를 좀 더 창의적이고, 개성적인 표현을 함으로써 제3자에게 커뮤니케이션의 효과를 극대화시켜야만 한다. 그래픽 디자인 계통에 종사하는 모든 이들은 자기만족에 도취되어서는 안된다. 그 까닭은 우리가 직면한 현재 상황속에서 지적개발에 노력을 기울이지 않으면 안되고 중요한 사회적 주제에 대해 항상 긴장상태를 유지해야만 하기 때문이다.

신기술, 신소재, 신제조법 등은 하루가 다르게 발전되므로 이러한 경향을 염두에 두고 비교, 분석, 예리한 관찰 등을 통해 디자이너의 저마다 다른 개성과 다양한 인간적 욕구를 연구하여야만 한다. 그리고 잊지말아야 할것은 마음속엔 항상 인간적 요소를 갖고 있어야 하는 것이다.

본 연구의 목적은 기존 그래픽적 요소와 이미지를 재조명함으로써 이해폭을 넓히는데 그 목적이 있다.

이를위해 이미지의 재발견과 형태를 단순, 조직화해봄으로써 그래픽적 요소들을 점, 선, 면에서 탈피하여 오브제(Objet)를 도용한 표현을 위주로 하여 구성하여 보았다.

상품 자체를 사진의 기법에 의해 표현한 것은 이미 우리 주위에 무수히 산재해 있지만 - 이는 직설적인 표현 - 제3의 표현, 즉 오브제를 과감히 도입한 그래픽적 표현으로 새로운 양식을 정리함으로써 그에 다른 이론적 배경과 더불어 체계적인 분류작업이 선행되어야만 한다.

연구 방법으로는 90년대를 정점으로 하여 국내외 선보인 그래픽적 표현속에서 오브제와 앙스탈라씨옹(Installation)의 상이점을 살펴보고, 비주얼 커뮤니케이션에 있어서의 오브제와 오브제 성향을 분석하여 그 방향을 제시하고자 한다.

또한 본 연구는 다음과 같은 분석체계의 순서로 이루어져 있다.

-단 1개의 오브제

-1개의 오브제와 그 오브제가 갖는 성질의 이미지 중첩

-복합적 측면에서의 두개의 오브제

-반복적 오브제

-폴라퀴 개념의 오브제

-산업부품의 오브제

II. 오브제 개념의 이론적, 시대적 배경

II-1. 오브제 (Objet)

오브제(불 objet, 영 object)의 사전적 의미로는 물체, 사물, 물건, 물품, 유체물, 대상, 목표, 철학에서의 객체등의 뜻이었으나 입체파, 다다이즘, 초현실주의 등의 전위예술운동에 의하여 새로운 의미와 상징성이 주어졌다. 즉, 우리 주변에 흔히 산재해 있는 돌, 썩은

나무 등 자연적 오브제를 비롯하여 일반적 물체의 본래 기능에서 탈피시켜 이것에 새롭고 경이로운 의미를 부여한 것을 가리킨다. 칸딘스키(Kandinsky Wassily)가 말한바와 같이 '비대상적 회화'에 있어서처럼 오브제는 평면에 어떠한 물체를 부착했을 경우, 독자적 3차원의 공간성을 가졌을 경우, 혹은 특정한 회화 형태를 지칭하는 개념으로 총괄할 수 있다.

오브제는 평면적 이미지를 도입한 큐비즘(입체주의)에서의 Collage(콜라주)를 그 유래로 볼수 있다. 형태적인 측면이나 구성적인 측면에서의 혁명을 가져왔던 피카소와 브라크는 신문이나 벽지, 악보의 일부를 직접 화면에 붙이는 형식으로 잃어버리기 시작한 재현성을 회복시키려는 시도를 했으며, 지금까지의 표현 방법에 커다란 획을¹⁾ 긋는 전환기를 마련하였다.

여기서 말하는 콜라주는 이전의 표현양식과 다른 색다른 공간개념을 탄생시키게 되는데 이는 묘사가 갖는 눈속임의 2차원적 구조에서 탈피된 사물 본래가 갖고 있는 공간개념을 말하는 것이다. 다시말하면 실제적인 물질의 재료를 찢거나, 겹치거나, 붙이거나 하는 작업 도중 자연스럽게 발생하는 순수 실제적 물체로써 파생되는 근본적이고 본연적인 공간개념인 것이다.

1912년 콜라주의 탄생이후 1914년 사이 큐비즘 작가들은 우표, 카드, 무늬 있는 천, 거울, 금속재등 혼합재료를 자유로이 사용하여 무수한 실험을 하였으며, 이는 고유 물체 본래를 관념적인 구조로 인식하는데 출발점으로 하여 실제와 관념의 상이점을 연구하기 위해 물체자체를 직접 화면에 등장시키고 이러한 오브제는 물체자체가 갖는 고유주체에 관념적 인식의 대상으로써 모티브(Motif)로 존재하게 된다.

오브제는 오브제 자체가 갖는 색채적 고유성과 특성, 3차원적인 공간적 깊이감, 물질의 질감 등을 강조 혹은 부각시킴으로써 대상을 묘사하는 이전의 영역에

1) 다카하시히데이 감수, 유재길 역, 서양미술사, 조형사, 1996, p162

서 구체적이고 실제적인 이미지를 회복시켰으므로 이는 오브제 개념의 가장 큰 특징이라 말할 수 있다. Duchamp Marcel의 오브제 작품은 실로 주목할만하다.

그는 오브제를 크게 두가지 측면으로 양분하였는데 첫번째는 산업오브제(Ready Made), 즉 무수히 산재해 있는 산업 생산품 혹은 제품들은 작가의 선택에 의해 존재의미를 부여 받게 되는데 그럼으로써 오브제 자체는 오브제가 갖고 있는 원래의 의미를 상실하고 새로운 예술품으로 색다른 탄생을 맞이하게 되며 그 자체의 독립성을 강조하게 된다. 두번째로는, 자연적 물질 즉, 발견되어진 오브제를 말한다. 다다이즘의 오브제는 오브제를 만드는 것이 아니라 이미 만들어지거나 존재하는 오브제를 사용함으로써 관점의 폭넓은 가능성을 제시하였으며 객관성의 세계를 보여주는 획기적 전기를 마련할 수 있었다.

또한, 물질과 인간간의 관계를 색다른 표현방법으로 가져오려는 시도로서 물질이 갖고 있는 기본적인 특성 및 변화하는 사물 현상의 다양성을 탐구, 연구하고 그 인식을 토대로 한 물질의 특이한 상태를 폭넓게 제시하는 것에 의해 직접적이며 도발적인 표현을 다양하게 만들어 가는 것이다.

서정적 추상 양식의 성격을 보인 Dubuffet Jean은 앗상블라주(Assemblage) 유형을 처음 제안하였다. 이는 모든 종류의 기성품 따위를 한곳에 배치, 배열하는 작업으로 콜라주나 빠빠에 콜레보다 한층 더 폭넓은 의미로 사용되었으며 회화나 조각과 같은 어떠한 영역에도 속하지 않는 새로운 범주로서의 3차원적 영역을 구축하였다.

앗상블라주는 도시속에 버려진 폐품을 도입했는데 이 도입은 현실속의 단절, 혹은 생활속에 존재하는 사물들을 다른 존재 형식으로 의미를 부여함으로써 더욱더 다양한 양상을 지니게 되었다.

폐품을 이용한 앗상블라주는 3차원적인 현실의 회복을 피하고 이미 통제되어 있는 기존 사고의 가치관

을 무너뜨림과 동시에 일상물체에 상징적 존재를 부여해 주었다. 도시속의 유기적, 기하학적 형태와 그 안에서의 이미지, 도시생활면에서의 풍부한 점과 그렇지 못한 점, 도시생활의 불안함 및 리듬, 버려진 물건속에서 도시인의 모습을 새롭게 일깨우는 역할을 충분히 담당한 것이다.

뒤뷔페의 개성적인 Objet들로는 모래, 흙, 고착제, 안료가 혼합된 신비로운 재료들을 도입했고 그의 1950년대 중반의 작품들은 석탄찌꺼기나 시멘트, 나무뿌리를 과감하게 도입시켰다. 또한 1945년부터 모으기 시작한 아르브뤼(Art Brut) 즉 거칠고 세련되지 않은 순수한 미술의 수집품속에는 진실성, 독창성, 정열, 심지어 광란까지도 내포하고 있는 것이다. 주체와 객체란 측면으로 보았을때 오브제 개념을 가장 극대화 시켰던 작가로는 Jackson Pollock을 꼽을 수 있는데 행위를 몸짓으로 옮겨내는 과정을 통해 행위의 주체를 '완전한 하나'로 묶어내었다.

잭슨 폴록은 제2차 세계대전 이후 미국회화를 대변하는 세계적인 상징인물이 되었다.

그는 길게 엉클어진 실타래와 같은 쏟아붓기식 표현으로 외관상 끝도 시작도 없어 보이는 개념으로 작품의 거대한 규모성과 전체성으로 하나의 총체적인 전체적 환경을 추구하였다.

총괄적으로 다시말하면 큐비즘의 꼴라쥬, 미래주의, 다다, 초현실주의 작품 그리고 그곳에서 파생된 것들 모두가 앗상블라쥬의 역사라 해도 과언은 아닐 것이다.

쿠르트 슈비터스는 제2차 세계대전 이후 실험적인 조각을 연구하여 폐품 조각의 전통을 확고히 확립시켰고 만 레이는 언제나 초현실주의적 역설²⁾을 겨냥하였지만 기존의 이미 제품화된 오브제들을 변형시켰다는 점에서는 팝아트에 근접한다.

마르셀 뒤샹은 팝아트와 신사실주의에서 가장 큰 영향력을 발휘한 인물로 '기성품'이나 '모빌' 같은 용

어도 그에게서 비롯된 것이라 할 수 있다.

II-2. 설치(installation)

앙스탈라씨옹(installation)의 사전적 개념은 비치, 설치, 설비, 가설 혹은 설비품, 시설, 가구를 말한다.

설치란 평면적 회화나 조각과는 다른 양상을 갖고 있는데 이미 완성되어진 작품을 전시할 공간에 걸거나 놓아둔 것이 아니라 전시공간의 여건이나 사정에 따라 작품을 유동성 있게 설치하는 개념이다. 이것의 가장 기본적인 특징으로는 오브제의 다양한 기용인데 다른 장르와 비교해보아 재료선택에 있어 상당히 적극적인 자세를 취하는 이른바 현장위주식의 작업방법이 도용된다.

앙스탈라씨옹은 60년대말 성행되었던 미니멀아트(Minimal Art)에서 설치개념이 분명해지는데 공간에 관한 감상자의 인식은 전시장의 주변상황 다시말해서 벽, 천정, 바닥 등을 어떻게 변경하느냐에 따라 충분히 바뀌어질 수 있음을 시사했고 도널드 저드(Donald Judd)는 'Specific Objet' 라는 글에서 3차원적 미술은 특별하고, 적극적이며 동시에 강력한 성격이라 기술한 바 있다.

열린공간의 다원성으로 신뢰를 받게³⁾된 포스트모더니즘의 대표작가 요셉 보이스와 그 이외의 작가들은 평면성을 의심하면서 과감히 뛰쳐나와 공간자체를 어떤 제약도 없는 상태로 작가의 의지와 표현방식에 따라 자유를 누리하고자 하였다.

2) H.H 에너슨, 이영철의 공저, 현대미술의 역사, 인터내셔널 아트 디자인, 도서출판 빛, 1991, p521

3) 서성록, 설치미술 감상법, 대원사, 1996, p29

III. 비주얼 커뮤니케이션에 있어서의 오브제 성향

III-1. 비주얼 커뮤니케이션과 오브제

커뮤니케이션은 의지나 감정, 정보를 전달하는 것을 말하는데 그 수단으로는 주로 언어와 문자가 기본적인 방법으로 사용된다. 감각이나 감성을 통해 알게 된 세계는 형식적인 언어와는 다른 양상을 보인다.

즉 일반적 언어에는 지속적인 반복 효과를 통해 배운 일정한 약속에 의해 정해진 소리들을 연결시켜 하나의 의미를 터득하게 되는데 이는 구상적인 것이라 말할 수 없다. 이에 반해 비주얼 커뮤니케이션 영역은 시각적 형태를 기초로 하고 있다.

비주얼 커뮤니케이션은 시각적인 수단에 호소하여 의사를 전달하려는 것으로 대개 문자 이외에 그림이나 사진 등의 화상에 의한 전달을 의미한다. 또한 인쇄에 의한 그래픽 디자인이나 광고, 텔레비전, 사진, 영화, 일러스트화된 잡지와 타이포그래피 등을 매체로 하여 전통적인 회화의 원칙들과 채색, 레터링도 포함하는 것이다. 커뮤니케이션은 발송자, 수신자, 메시지, 효과등의 요소로 이루어진다.

시각디자인은 커뮤니케이션 과정을 수반한다. 매스 커뮤니케이션 과정은 수신자가 그의 의지를 자연스럽게,⁴⁾ 혹은 돌발적으로 밖으로 표현할때 비로소 존재 가치가 인정된다. 여기에서 수신자의 의도는 한가지 요인에 달려 있다고 말할 순 없다.

무수히 많은 요인속에서 커뮤니케이션의 방향을 결정해야만 한다. 표면적, 결과적으로 나타나는 디자인의 특징과 같은 외부적 요인과 개인적 요인은 함께 영향을 끼친다. 메시지 전달을 목적으로 하는 발송자의 입장에서 보는 사람들, 즉 수신자들의 어떤 공통된 정보가 반드시 필요하다.

그러므로 그 표현이 반응을 얻기 위해서는 보는 사람이 알아볼 수 있는 단서를 표현하거나 이해될 수 있

는 특징을 제시해야만 한다. 그래야만 전달 가능성을 극대화 시킬 수 있기 때문이다.

표현된 결과물은 그것이 그래픽적 형식을 갖춘 상징적이며 압축적인 디자인이든, 사진의 기술을 이용한 지표적인 것이든 아니면 회화형식, 혹은 일러스트 형식을 갖춘 것이든 보는 사람들에게 보여지는 효과는 당연히 달라지게 된다.

비주얼 커뮤니케이션 분야에 있어서 이미 많은 형식의 표현방법들이 행해져 왔고 테크놀로지 발달과 더불어 더욱 다양한 매체들을 활용하여 복합적 양상을 띠고 있는 형편이다. 빛에 의한 시각화를 추구하는 사진의 영역이나 비디오나 컴퓨터의 개발로 인한 그래픽 요소들의 다변적이고도 폭넓은 시각전달매체들은 독자적 영역을 구축함과 동시에 매체들의 상호협력적 호환으로써도 더욱 큰 활기를 불어 넣어 주기에 충분하다.

인쇄물이나 신문은 수백년 동안 유일한 대중매체였으나 그것을 기초로 하여 영화나 텔레비전 매체수단의 발전이 이루어져 왔다. 이미 4대매체중 인쇄매체와 전파매체로 구분되어져 있는 것처럼 이는 매체들간의 차별화를 가져오기에 이른다. 또한 전자 공학의 등장과 더불어 비약적 성장을 이룩해 왔다.

컴퓨터그래픽스, CD-ROM, 비디오디스크, 마이크로 컴퓨터 등은 수많은 정보 공급과 함께 혼합매체의 가능성을 지닌다. 테크놀로지의 발전은 커뮤니케이션의 형태와 용화하여 양적팽창을 의미하게 되었는데 이는 전자커뮤니케이션의 다양함과 더불어 점점 더 중요한 의미를 지닌다.

그래픽 아티스트들에게 새롭고, 빠른 경쟁력을 제공해준 도구로써는 당연히 컴퓨터를 꼽을 수 있다. 그래픽 시스템은 예전의 그래픽 도구와는 다르게 형상이나 선을 빠르게 그릴 수 있고 결과를 손쉽게 바꿀 수 있다는 잇점을 갖고 있다.

특히 3차원 시스템에 있어서 입체적 양상을 필수도

(4) 박선의, 디자인 사진, 미진사, 1994, p128

있다. 그래픽 시스템은 새로운 가능성을 분명하고도 정확하게 제공하였으나 창조성을 대신한다고 보긴 어렵다.

III-2. 오브제 성향과 표현 분석

모든 형태는 공간에 존재하며 마치 공간을 차지하고 있는 것처럼 지각되어 진다. 형태의 부재에서 느껴지는 공허감은 빈 공간의 느낌을 갖게 한다. 모든 시각적 표현들은 개별, 독립적 또는 다양하고 복잡한 결합을 통해 평면공간, 환영적 공간, 실제공간으로 구분 지을 수 있다.

1. 평면공간⁵⁾

평면공간은 단순성으로 인해 극적이며 직접적일 수 있다. 2차원 작업에서 쉽게 사용되고 흔히 찾아볼 수 있는 평면공간은 높이와 넓이로 이루어져 있다. 2차원적인 평면공간에서의 이미지는 직접적이며 그 이미지는 마치 표면에 달라붙어 있는 것처럼 보이기 쉽다.

시각적인 모호함을 만들어 내는 평면공간으로는 형태와 배경이 같은 정도의 비율로 나누어진 것을 들 수 있는데 이러한 시각적 구성에서는 어떤 것이 형태이고, 어떤 것이 배경인가를 결정하는 것은 까다롭게 된다. 왜냐하면, 그러한 시각적 구성은 끝없이 움직이며 변동하는 것처럼 착각 되어지기 때문이다.

2. 환영적 공간

환영적 공간은 2차원적 표현에서 자주 사용된다. 예를들어 2차원적 캔버스나 종이는 그 위에 표현 이미지가 만들어지기 전까지는 평평한 표면으로 인지되지만, 만들어진 이미지는 공간을 차지하고 있는 형태로 지각되며 그것의 배경은 공간으로 볼 수 있다. 이러한 것들은 실제적인 것이라기 보다는 지각적인 것이며, 만들어진 이미지와 공간은 하나의 환영에 불과한 것이다. 그러나 환영적 공간에서도 거리, 깊이를 조정함

으로써 색다르게 지각되도록 조정할 수도 있다.

3. 실제적 공간

2차원의 환영적 공간은 3차원을 시사할 수도 있지만 실제적 공간감을 갖는 Objet는 얇은 공간, 중간공간, 깊은공간을 다양하게 만들 수 있다. 실제공간에서 이런 유형의 것들을 창출해 낼때, 그 공간에 존재하여 입체감을 갖고 있는 Objet의 크기와 직접적으로 관련된다. 또한 실제공간에 있어서 빛의 영향으로 - 빛은 복사 에너지의 한 형태다. 시각세계는 빛에 의해 뚜렷하게 되며 빛의 원천, 색, 강도, 그리고 방향은 물체의 인상을 결정짓는다. 빛은 입체의 표면은 드러나게 한다. - 3차원의 Objet들을 더욱 시각적으로 극적인 효과를 기대할 수 있다.

유쾌한 시각적 감각을 만들어 내는 것은 다양성을 지님과 동시에 통일성을 가져야 한다. 그 둘간의 올바른 관계는 메시지가 시사하는 주제나 목적⁶⁾에 따라 다양한데 유일한 것은 이 두가지 특성이 분명히 나타나야만 하는 것이다. 어느 하나가 전혀 표현되어지지 않고 있다면 확실히 불충분하며 지나친 싫증이나 지나친 혼동은 모두 시각적 혼란만 야기시키므로 바람직하지 못한 일이다.

깁슨(J.J.GIBSON)은 이미지 분석 방법으로 크게 3가지로 구분하였는데 성질기호, 존재기호, 법칙기호가 그것이다. 첫번째 것의 예로는 색채, 텍스처, 패턴 등이 있다. 이는 무엇인가를 구성하고 있는 재료를 인식하게 하며 그 본질적 특질의 하나는 보편성을 들수 있다. 어떠한 기존⁷⁾ 사물을 표상치 않고 사물의 동류를 표상한다고 말할 수 있다. 즉 성질기호는 사물의 구체적인 형상이나 형태를 독립적으로 표상하는 양상을

5) 프랭크 R 치섬, 제인 하트 치섬, 셰릴 할러 오웬스, 오병권 역, 디자인의 개념과 응용, 이화여자대학교 출판부, 1994, p60

6) 이광미, 시각예술의 이해, 1996, p94

7) 하인즈 크로엘, 최길렬 역, 현대 커뮤니케이션 디자인, 도서출판 국제, 1996, p94

된다. 두번째로는, 단지 그 형태만을 의미한다. 존재기호는 성질이나 상태들을 의미치 않고 개체 사물을 의미하는 것을 말한다. 마지막으로, 법칙기호는 어떤 대상도 의미하지 않지만 대상들간의 관계로써 나타내어진다. 또한 법칙기호는 원근법을 말하기도 하지만 텍스처 변화에 의해 만들어지기도 한다.

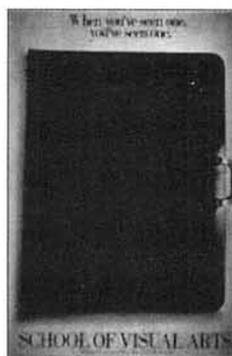
1. 단 1개의 오브제

시각적으로 하나의 중심적 이미지에 균형을 맞추어 그것이 의도적으로 움직임이 없이 보여지며, 경직되고, 통제되어 보이거나 안정적이며, 단조롭게 보여질 수도 있으므로 여러 반응들을 동시에 불러 일으킨다. 단 1개의 오브제를 선택할 때에는 표현하고, 전달하고자 하는 메시지에 가장 적합한 오브제를 찾는 것이 관건이다. 이는 여러개의 오브제를 동시에 표현하는 것보다 훨씬 더 강한 이미지를 부각시킬 수 있는 장점을 갖고 있으나 메시지 전달을 방해하는 오브제를 선택하였을시에는 오히려 부정적인 역반응을 일으킬 수도 있다.

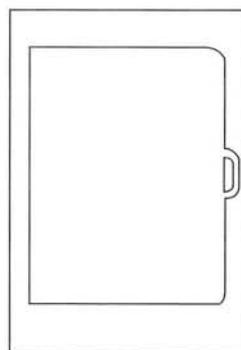
2. 1개의 오브제와 그 오브제가 갖는 성질의

이미지 중첩

시각적으로 밀착되어 보이는 요소로는 각 단위의 명암이나 혹은 색채, 질감 따위가 비슷할수록 더욱 큰 효과가 있는데, 만약 그 요소들이 서로 같다면 각각의 성질은 사라지고 하나의 형으로 인지되어질 것이며 시각적인 통일감을 이룰 수 있다. 그림에서 보다시피 붓이라는 오브제 자체가 갖는 성질의 이미지- 이곳에서는 붓터치를 말하는데- 와 고유 오브제와의 연결성 있는 표현으로 2가지 요소로 이루어졌으나 하나의 요소로 지각되어 진다.



오리지널(ORIGINAL)의 예



A. 존재기호의 예(형태의 외관 테두리, 즉 개체 사물을 의미)



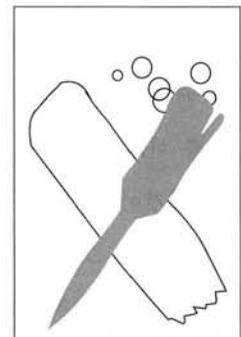
B. 성질기호의 예 (오리지널의 여러 텍스처)



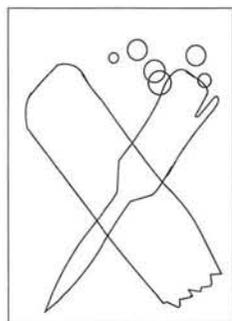
C. 법칙기호의 예 (네가티브와 포지티브로 구성)



오리지널(ORIGINAL)의 예



A. 성질기호의 예 (오리지널의 여러 텍스처)



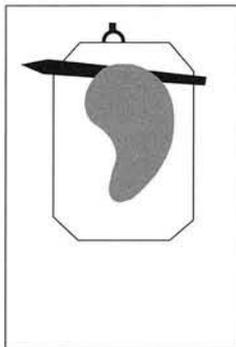
B. 존재기호의 예 (형태의 외관 테두리, 즉 개체 사물을 의미)



C. 법칙기호의 예 (네가티브와 포지티브로 구성)



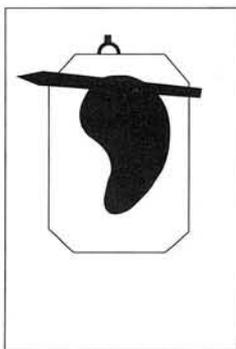
오리지날(OIGINAL)의 예



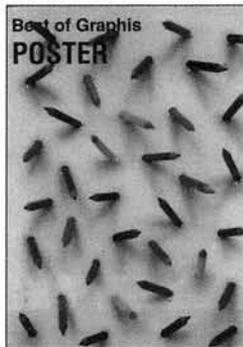
A. 성질기호의 예
(오리지날의 여러텍스처)



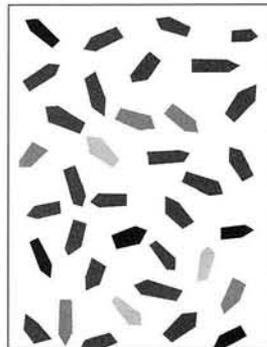
B. 존재기호의 예
(형태의 외관 테두리 즉 개체 사물을 의미)



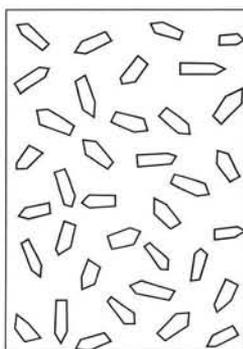
C. 법칙기호의 예
(네가티브와 포지티브로구성)



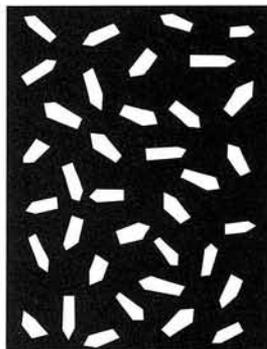
오리지날(OIGINAL)의 예



A. 성질기호의 예
(오리지날의 여러 텍스처)



B. 존재기호의 예
(형태의 외관 테두리 즉 개체 사물을 의미)



C. 법칙기호의 예
(네가티브와 포지티브로 구성)

3. 복합적 측면에서의 두개의 오브제

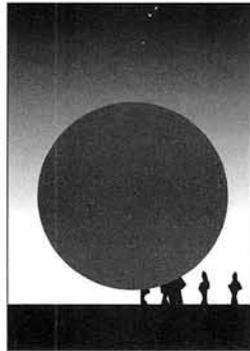
각각의 오브제 단위들은 실제로 결합 되어질 때 더 밀접한 관계를 창출시킬 수 있다. 날개의 단위들을 결합시키는 방법으로 각각의 오브제가 갖는 오브제 자체의 고유성을 어떻게 융화시킬 것인가 하는 문제에 귀착하게 되는데 그림의 표현을 빌어 설명하자면 인체의 한부분, 즉 귀와 연필을 연결하여 복합적 이미지를 창출하게 되고 두개의 오브제 융화는 서로 비슷한 성질의 오브제 융화 또는 전혀 다른 성질의 오브제 융화 방법이 있다. 첫번째 것은 안정적이며 편안한 느낌으로 유도할 수 있고, 두번째 방법의 것은 서로 이질적인 것의 만남으로 인해 임팩트가 강하고 기이하며 새로운 상상력의 세계까지 접할 수 있으므로 변화된 이미지를 원할시에는 도전적이고도 복합적인 이미지 창출의 오브제 융화를 꾀할 수 있다.

4. 반복적 오브제

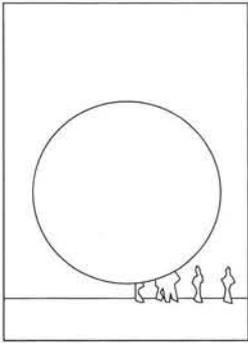
개개의 단위들은 그들의 공통된 특성을 공유할때 시각적으로 집단을 구성한다. 단위들의 크기가 비슷할 때나 같을때 그것들은 함께 속하는 것처럼 보이기 쉽다. 36개의 칼라펜슬이 산발적인 방향성을 각기 갖고 있으나 똑같은 형태와 크기의 영향으로 산만하게 보이지 않고 오히려 시각적인 통일감을 주며 집단화되어 있다. 여러가지 색들이 한꺼번에 표현되어 있으나 시각적인 지루함을 막아주기에 충분하며 억지로 꾸미지 않은 3차원적 공간감은 자연스러움을 더해준다.



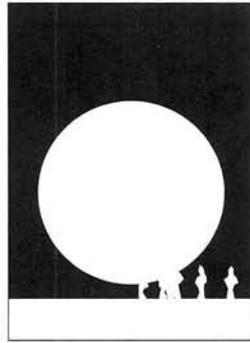
오리지날(ORIGINAL)의 예



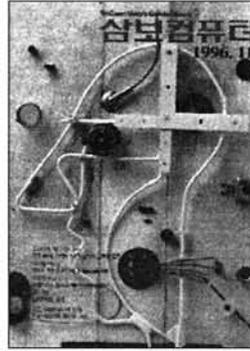
A. 성질기호의 예
(오리지날의 여러 텍스처)



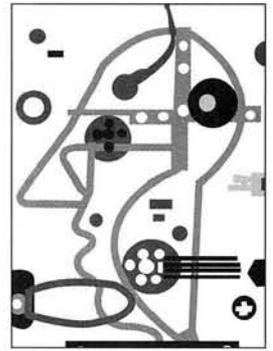
B. 존재기호의 예
(형태의 외관 테두리, 즉 개체 사물을 의미)



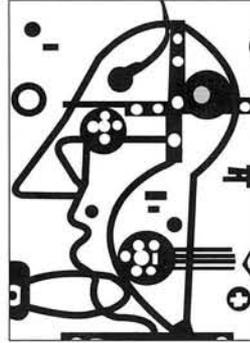
C. 법칙기호의 예
(네가티브와 포지티브로 구성)



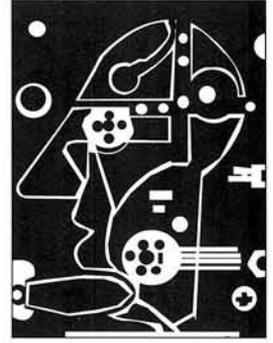
오리지날(ORIGINAL)의 예



A. 성질기호의 예
(오리지날의 여러 텍스처)



B. 존재기호의 예
(형태의 외관 테두리, 즉 개체 사물을 의미)



C. 법칙기호의 예
(네가티브와 포지티브로 구성)

5. 플라쥬 개념의 오브제

르네상스 이래 줄곧 지배되어 온 허상적 이미지 - 불, Illusion 일루지옹, - 가 현실에 존재하는 실제의 모습을 탐구하려는 순수 조형 해석으로서 플라쥬는 일루전에 대한 의문을 새로운 각도로 재조명 하였다. 또한 일상생활속에서 오브제를 선택함으로써 사물 본래의 제모습을 새롭게 찾고 오브제 인식 문제로 환원시키기에 이르렀다. 가장 중요하게 인식되어져야 할 것은 오브제 자체가 갖고 있는 공간적, 자연적 깊이감, 자연적 색채, 자연적 질감을 강조하여 구체적인 이미지를 추구하여 풍부한 조형성을 강조하였다는 것이다. 플라쥬 기법을 도입한 이 표현은 단순한 형태속에서 가장 정확히 전달되는 신문을 택하였다. 이는 보는이로 하여금 생생하고도 늘상 주변에서 접하고 있는 오브제이기에 현실감을 바르게 유도하여 형태와 색채가 화합하여 물체 그 자체로서의 가치를 획득하게 하였다.

6. 산업부품의 오브제

1996년 11월에 발간된 삼보컴퓨터 사보는 산업, 기계적 부품의 오브제를 기용한 것으로 20개의 오브제로 구성되어져 있다. 이 이미지는 의인화된 표현으로 중심부분을 차지하고 있는 측면모습, 즉 실루엣을 포인트로 하여 크고 작은 기계 부속품을 - 기계 부속품은 이미 기하학적 형태이다. - 배치시킴으로서 컴퓨터가 갖고 있는 제품 이미지와 기업 이미지를 적절히 표현하였다. 이러한 의인화, 은유적 표현에서 시각적 사고는 분명히 나타나게 되는데 어느 대상물의 의도화 되어진 특징들을 다른 물체, 다른 성질과 대비시킴으로써, 함축적이며, 때에 따라서 희극적, 익살적, 혹은 공포적, 비극적 이미지를 창출시킬 수도 있다.

IV. 결론

디자인의 속성은 자신의 만족과 미의 추구를 목적으로 하는 예술성과 확연히 구분되어진다. 디자인은 대중성, 상품성, 경제성 등을 기초로하여 예술성과는 다른 희귀성, 다른것과 구별되는 독창성, 차별성을 포함해야만 한다. 또한 소비자 위주의 편의 - 제품의 형태, 비주얼상의 색, 재료의 아름다움, 신소재 - 가 선행되어야만 한다. 디자인의 과정은 매우 개인적이며 복합적 양상을 띤다. 때로는 그 결과들이 우연한 것처럼 보일 수도 있으나 디자이너의 개성에 의해 독단적이며, 직관적 요소들을 혼합한 신중한 작업이며 이는 지적인 반응과 감성적 반응 사이의 균형에 따라 그 결과물이 달라질 수 있다.

오브제를 도용한 그래픽적 표현방법의 분석결과는 다음과 같이 요약, 정리할 수 있다.

- 1개의 오브제를 도용한 표현한 것은 시각적으로 하나의 중심적 이미지에 균형을 맞출 수 있으나 메시지 전달에 가장 적합한 오브제를 찾는 것이 중요한 일이다.
- 1개의 오브제와 그 오브제가 갖는 성질의 이미지 중점은 오브제와의 연결성에 주위해야 하며 그 표현이 적절했다면 연결성 있는 표현으로 지각되어 질 수 있다.
- 복합적 측면에서의 두개의 오브제는 각각의 오브제 단위들을 결합할 때 더욱더 밀접한 관계로 유도할 수 있다.
- 반복적 오브제는 공통된 질감이나 형태를 갖추었을 때 시각적으로 집단을 구성한다.
- 풀라쥬 개념의 오브제는 형태와 색채의 화합을 의도적으로 구성할 수 있는 장점을 갖는다.
- 산업부품의 오브제는 기계부속 자체도 미적 기능을 내포할 수 있음을 시사하며 그러한 것들이 혼합된 상태에서는 테크놀로지의 발전시점으로 본

다면 가장 적절히 부합될 수 있는 요소이다.

그래픽 속에서의 이미지는 표현되어진 대상이 현실에 존재하든, 존재하지 않은 그런건 그리 중요하지 않다. 왜냐하면 그 대상이 단순한 지각적 성분을 표현한 상태이기 때문이다. 오브제는 이미 기능적인 면을 수반한다. 그 기능적인 면은 형태와 색상, 질감, 수용자가 갖고 있는 편견적 혹은 직설적 이미지를 함께 수용한다. 그래픽속에서 오브제가 갖고 있는 가장 큰 장점으로서는 여러성질의 것들이 모여 새로운 이미지를 창출할 수 있다는 것일게다. 그것은 손으로 그리거나 컴퓨터를 이용한 표현과는 또다른 맛이 있고 자연스럽게 생기는 공간감으로 인해 더욱 신선하고도 강한 - 때에 따라서는 부드럽고, 익살스러운 - 이미지를 만들어 낼수 있다. 디자이너의 의도에 따라 - 복합적 양상을 포함한 - 그래픽속에서 오브제는 단지 회화의 영역속에서만 존재치 않으며 그래픽 결과물을 분석, 분류 하였음이 본 연구의 의의이다. 그리고 앞으로 더욱 심도 있는 체계가 필요한 분야이기도 하다.

참고 문헌

- 다카하시히데이 감수, 유재길 역, 서양미술사, 조형사, 1996.
- H.H 에너슨, 이영철 외 공역, 현대미술의 역사, 인터내셔널 아트 디자인, 도서출판 빛, 1991.
- 현대미술비평30 (최근 20년간 모더니즘과 후기 모더니즘, 사회, 정치적 관점의 주요 비평집), 중앙일보사, 1987.
- 데이비드 A 라우너, 이대일 역, 조형의 원리, 미진사, 1985.
- 에드워드 루시 스미스, 인더스트리얼 디자인의 역사, 디자인하우스, 1989.
- 거트루드 스타인, 염명순 역, 피카소, 시각과 언어, 1994.
- 이일, 서양 미술의 계보(원시미술에서 추상까지), 1992.
- 프랭크 R 치섬, 제인 하트 치섬, 세릴 할러 오웬스 오병권 역, 디자인의 개념과 응용, 이화여자대학교 출판부, 1994.
- 레이몽 기도, 김호영 역, 현대 디자인의 역사 : 1940-1990 (Histoire du design), 도서출판 아르스, 1995.
- 이광미, 시각예술의 이해, 지구문화사, 1996.
- 박선의, 디자인 사전, 미진사, 1994.
- 하인즈 크로엘, 최길렬 역, 현대 커뮤니케이션 디자인(그래픽, 기호학, 광고, 컴퓨터), 도서출판 국제, 1993.
- 서성록, 설치미술 감상법, 대원사, 1996.
- 다카하시 마사토, 김수석 역, 시각디자인의 원리, 교문사, 1988.
- 알렌 허버트, 손의식 역, 디자인의 개념 (The design concept), 도서출판 재원, 1993.
- 정경원, 디자인이 경쟁력이다(성공기업과 좋은 디자인), 웅진출판, 1994.
- GRANGER, LA SURFACE CORRIGEE, MICHEL GRANGER, LE CHERCHE MIDI EDITEUR, 1993.
- BEST OF GRAPHIS POSTER, MENDELL OBERER, PAGE ON PUBLISHING, 1993.

