

TV-CM디자인에서의 수묵화적 표현에 관한 연구

A study on the expression of Indian Ink in television commercial

변강강, 김맹호*

충남대학교 예술대학 대학원,
충남대학교 예술대학 교수*

Qiang-Qiang Fan & Kim, Maeng-ho *

Chungnam National University

요약

현대사회는 산업의 다양화로 디자인 영역은 다각화로 확장되어 가고 있으며 여러 학문들과 통합과 통섭 등을 통하여 여러 가지 새로운 기능성을 제시하고 있다. 사람들의 사고방식, 감성의 변화, 그리고 행동양식에도 큰 변화가 일어나 새로운 표현방식과 미적 가치를 추구한다. 그리함 속에서 전통에 대한 새로운 인식 혹은 새로운 소재로서 수묵화 표현이 늘어나고 있다.

본 고에서는 수묵이 나타나게 된 역사적, 사회적 배경을 기초하여 그 표현방식과 분석을 중심으로 고찰하였고 동양적 전통미와 정서적 감성에 부합되는 미적 가치로서 수묵화적 표현을 제시하였다. TV-CM디자인에 나타난 수묵표현의 활용에 대해 연구하는 것으로 수묵의 개념, 특징, 분류, 표현방식을 분석하고 새로운 수묵기법 혹은 동양적 표현을 통하여 디자인 영역을 확대하고자 한다.

Abstract

The field of design is expanding and diversified in modern society while several new functions are presented by converging a variety of fields of knowledge. There are changes happening in people's way of thinking, sensitivity and behaviors as they are seeking for a new way of expression and aesthetic values. Accordingly, the black and white drawings are increasing as a new way of recognition of tradition or new materials.

This paper is to make a study of the expression methods and their analysis of the black and white drawings, based on their historical and social background, and has suggested black and white expression methods as an aesthetic value consistent with the traditional oriental beauty and emotional sensitivity. This paper is also aimed at studying practical usage of the expression of black and white drawings shown in the TV-CM design, and expanding the scope of design by analyzing the conception, features, and classification of the black and white drawings and searching for a new technique or an oriental expression method.

I. 서론

21세기 IT산업의 급속한 팽창과 확산으로 커뮤니케이션으로서의 디자인은 새로운 시대의 흐름을 가장 빨리 반영하고 급변하는 사회의 변화를 가장 민감하게 표현하는 것이 요구되어지고 있다. 이 시점에서 우리가 가장 보강해야 하고 되짚어 보아야 할 문제는 '전통성과 독창성'으로서, 수묵의 가치와 함께 우리의 고유의 것을 발전시켜 가치를 찾고자 하는 시대적 필요성에 의해 나

타고 있다. 수묵의 근본 속성은 변하지 않지만 시대와 문화가 바뀌고 환경이 변화함에 따라 표현 또한 다양한 형태로 자신만의 자리 매김을 하고 있다. 현대는 시각영상시대이며 수묵은 광고아트의 표현요소로서 적절한 시각적 조형성임을 알 수가 있다.

본 논문에서는 수묵의 조형적 특성을 활용한 TV-CM 광고의 다양한 사례와 어떤 대상을 표현하는 단순한 재료의 관념으로 수묵을 취급하기에는 수묵이 지니고 있는 정신적 세계와 조형성의 표현기법은 너무 깊고 넓다

는 것을 강조하고 싶다. 수묵을 통한 고유한 특징을 파악하고, 그것이 오늘날 현대광고디자인에 어떤 중요한 구심점 역할을 할 수 있는가를 숙고하여 나아가서는 일종의 전통 문화적 자각을 일깨우고자 하는 데에 연구 목적이 있다.

II. 본론

1. 수묵의 이론적 고찰

1.1 수묵의 개념

수묵은 글자 그대로 물과 먹으로 글씨나 그림을 그리기 위한 재료이다. 이것은 그 소재의 간략함 과거기에 내재된 높은 정신성으로 인해서 동양적 특성이 짙은 것으로 인정되고 있다.

수묵이라 함은 일반적으로 채색을 피하고 먹의 정신성을 구현하기에 적합한 양식으로 주재료인 물과 먹을 배합하여 농담(濃淡), 명암의 효과를 만들고 표현 대상의 질감을 나타내는 다양한 표현 방식으로 대상의 외적 형태보다는 내면의 정신성을 강조한다.¹⁾ 물과 먹의 관계에서 생겨나는 이미지는 대상의 충실한 재현보다는 그림을 그리는 사람의 심상을 표현하는데 하나의 단순한 먹의 변집 속에서 많은 형상을 보는 것도 어떤 대상을 설명하려는 것이 아니라 직관적으로 세계를 보려고 하는 데서 가능한 일이다.

1.2 수묵표현의 특징

표현기법의 측면에서 기존의 그래픽 디자인이 채색위주의 기하학적 형태만을 추구함으로써 이질적 미의식을 강요했다면 수묵의 활용은 유연한 곡선적 형태와 본래 무채색조의 은은한 동양적 디자인의 특성적 이미지를 표현함에 있어서 동질성과 무한한 가능성을 지니고 있는 것이다. 흔히 이미지를 지닌 표현이라 함은 엄밀한 의미에서 소재가 지닌 이미지뿐만 아니라 작가의 지식에 잠재되어 있는 예술적 경지를 재현함으로써 대중의 가슴에 감동으로 교감되어야 한다. 수묵은 동양적 사유의 세계가 스며있는 심오하고 그윽한 심성을 자극하여

운치와 풍채를 형태화 하며, 때로는 호탕하거나 창건하고 농축된 절제로 고요하다가도 내쫓기듯 폭발하는 천변만화의 예술적 마력을 발휘한다. 따라서 수묵표현의 특징을 정리하면:

첫째로, 표현의 사의성(寫意性).

둘째로, 함축성.

셋째로, 초월성.

넷째로, 시간성.

다섯째로, 공간성을 들 수 있다.

2. 수묵기법을 이용한 TV-CM분석

TV-CM은 언어와 문자 그리고 영상과 음향을 통해 광고정보를 전달함은 물론 바람직한 사회적 목적을 제공하며 가장 대중적이면서 반응이 확실한 매체이고 광고 효과적 측면에서도 가장 뛰어난 매체라고 할 수 있다.

2.1 전통적 활용

전통 조형미는 자연의 순리에 따르는 자연과 인간의 일치 사상과 인간중심의 정신을 바탕으로 전체를 꿰뚫어 보는 통찰력과 직관, 흡수력, 창의력, 실용과 현실주의, 무형식과 최소의 인공미, 큰 멋 등의 조형원리를 피력하고 있다.²⁾

수묵 표현에 의한 조형감각은 현대 디자인의 특성인 깔끔하고 잘 다듬어진 조형성과 다른 이미지를 느끼게 해 주고 있다. 수묵필선의 자유로운 유연성, 과감한 운동형태 또는 명암의 콘트라스트에서 오는 분명함은 시각적으로 강한 소구력을 지닌다. 표현의 현대성은 세계 디자인의 표현 조류의 첨단을 무조건 따르는 데서 생기는 것이 아니라, 수 천 년의 농경사회를 토대로 자연과 인간의 유기적이고 조화로운 관계에서 형성된 동양적 전통과 정신에 뿌리를 두고, 거기에서 체득된 동양적 이미지를 오늘날의 새로운 양식으로 창출하는 데에서 획득할 수 있다고 믿는다.

2) 최미진, 캘리그래피 전통적 시각 아이덴티티에 미치는 영향에 관한 연구, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 서울, 1999, p.21.

1) 송수남, 묵표현과 상형 중, 예경출판사, 1991, 冊 뒷부분



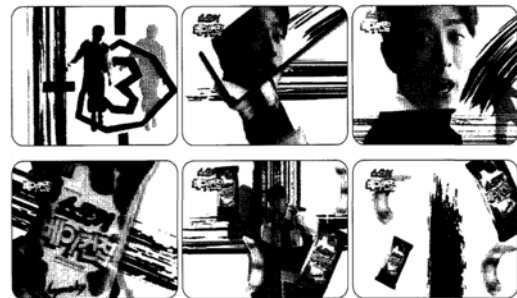
▶▶ 그림 1,2,3. 한국, 조흥은행 TV-CM



▶▶ 그림 4 . 중국, CCTV 11채널

(非再現性)과 일회성(一回性)을 특징으로 하고 형 자체가 개인주의적인 경향을 띠고 있다는 점이다. 어떤 일정한 형이나 룰(Rule)을 가지고 있지 않고, 작가의 사상이나 감상에 의존하는 매우 다양한 형태들이 표현되고 있는 것을 말한다. 수묵의 붓 터치 형태를 배경으로 드러나 있는 원의 형태는 하나의 기호, 즉 물음표를 형상화하면서 단순하지만 강한 메시지를 전달하고 있다. 이러한 단순한 구성과 서양의 기능적이고 합리적인 면을 나타내는 기하학적인 형태의 하나인 원(圓), 동양적 정서에서 출발하는 힘이 내재된 수묵 표현의 형태는 그 시대정신은 차치하고서도 현대에서 흔히 사용되는 형태들이라고 할 수 있다. 3)

수묵 표현의 조형 요소들은 시대성에 따라서 변용되지 않으면 과거 속에 정체되거나 구태의연한 모습으로 남아 있기 쉬우므로 현대 감각에 맞도록 개발 되어야 할 필요성이 요구된다. 그의 대한 방법으로 최근의 최첨단 컴퓨터 프로세스에 의해 더욱 효과적으로 발전될 수 있으며 기하학적 형태의 정형화 되고 계획적으로 표현된 종래의 디자인 형태와의 합성을 통해 동서양의 감각이 조화롭게 표현 될 수도 있다.



▶▶ 그림5. 한국, 빙그레 베이컨칩



▶▶ 그림6. 중국, 재자복식(才子服飾)

2.2 추상적 활용

현대 디자인의 수묵표현의 조형에 있어서 비재현성

3) 권명광, 그래픽디자인에서의 추상형태의 의미작용과 커뮤니케이션 효과에 관한 연구, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 서울,1990,p,31

2.3 자연적 활용

수묵 표현은 서양 회화에 쓰이는 재료와는 달리 자연 친화적인 요소인 묵과 먹으로 이루어졌다는 사실 부터가 인위적으로 만들어지지 않는 자연스러움이라 할 수 있다. 수묵이 갖고 있는 단순화, 간결화 또는 요약과 수축의 효과는 수묵이 지니는 재료의 특성에서 오는 것이라 할 수 있다.

수묵의 재료에는 동양화만의 특징인 꾸미지 않는 자연미가 담겨 있으며 묵의 색채는 우주 삼라만상의 빛깔을 머금고 있다. 이와 같이 서양에서 이해되는 검은색의 개념은 모든 색들을 혼합한 색채라는 의미가 전부이지만 동양에서는 묵색의 개념이란 흑색의 색채 개념 외에 묵색 안에서 만물의 생성과 변화가 드러나기도 하며, 또 어느 때는 일체의 조화가 홀연히 묵색으로 귀장하기도 하고 우주 삼라만상의 기를 종합하고 조화시킨 도(道)라는 하나의 큰 질서로 통하기도 한다.⁴⁾

이러한 수묵 표현의 자연스러운 표현은 기계적이고 인위적인 표현에 비해 주목성이 높아 광고효과적 측면에서 스톱퍼(stopper)의 시각적 특징이 갖고 있다.



▶▶ 그림 7. 한국, 엘지 캔유 DMB 캔디



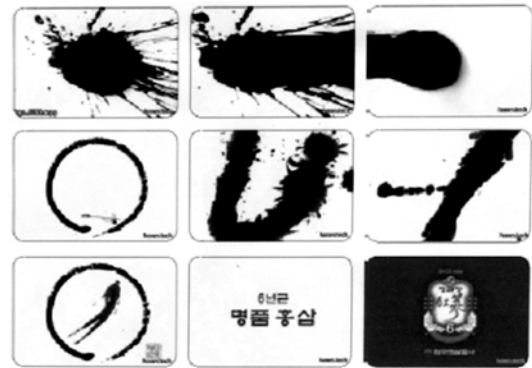
▶▶ 그림 8. 중국, 삼성 상무 휴대폰

3. TV-CM에 사용된 수묵 표현에 따른 분석

4) 이창희, 수묵의 현대적 조형느낌에 대하여, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 서울,1999,p.9

3.1 기본조형적인 표현기법

기본 조형적인 표현기법은 대상의 조형적인 요소를 간결하게 특징만을 양식화한 것으로 시각이미지의 전달 효과를 높이는 광고디자인의 전통적 기법이다. 주로 순수한 조형요소들인 점, 선, 면, 색채, 공간 등의 시각적 요소들에 의해 구성된다. 기법은 주로 사실적인 표현과 대상의 요소를 이용하여 표현되며, 또한 그 특징을 단순화시켜 평면적 이미지로 완성된다.



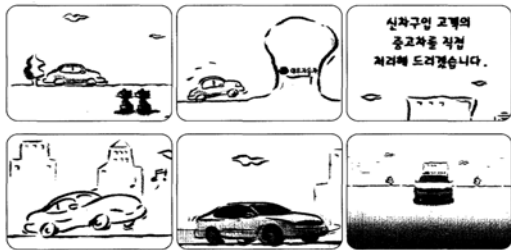
▶▶ 그림 9. 한국 장관장 홍삼



▶▶ 그림 10. 중국, HAIMA 자동차

3.2 사실적인 표현기법

사실적 표현이란 한번 보고 무엇이 그려져 있는지 볼 수 있는 것이다. 즉 어떠한 대상을 질서에 의하여 사실적으로 표현하는 것이다. 그리고 풍성한 이미지와 개성이 넘치는 사실적 표현의 스타일은 독특하고 인상적이어야 하지만 자칫하면 광고 주목효과가 현저하게 떨어질 수 있는 문제점을 안고 있다고 볼 수 있다.



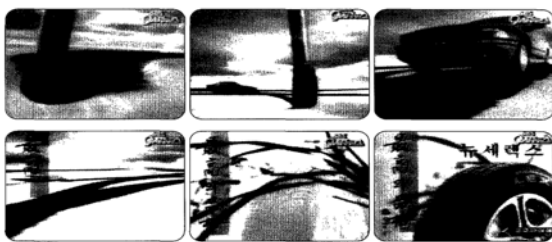
▶▶ 그림 11. 한국, 대우 자동차



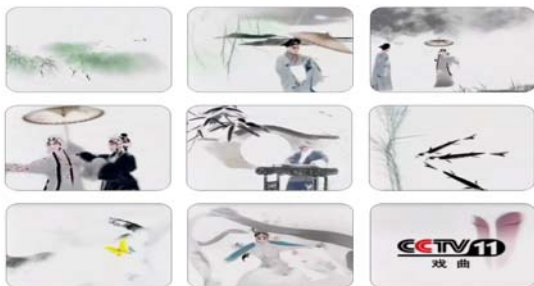
▶▶ 그림 12. 중국, 夏士漣 샴푸

3.3 회화적인 표현기법

조형성으로는 순수회화와 같은 분야이면서 그것과 는 구별되는 “복고 미술” 이라고 말할 수 있다. 작가의 개성적인 작품세계가 다양하게 전개되어 순수회화와 의 차별한계가 모호해지는 경향이 있다. 광고디자인의 일 부가 아니라 시대를 대변하는 "새로운 회화"로서 독자적 인 영역을 확립할 수도 있으며 현실의 회화로 또는, 커 뮤니케이션 아트로서 문화형상에 이바지하고 있다.



▶▶ 그림 13. 한국, 금호타이어 뉴세렉스



▶▶ 그림 14. 중국 CCTV 11 채널

3.4 초현실적인 표현기법

현대 미술의 두 가지 큰 흐름 중 하나인 추상예술이 근대 디자인에 큰 영향을 끼친 것과 같이 초현실주의도 현대 시각디자인의 경향에 지대한 영향을 미치고 있다. 초현실 표현이란 개념적인 어떤 것을 비합리적, 비논리 적인 복잡한 차원의 형태로 시각화하여 표현한 것이라 볼 수 있다. 이는 논리적 상호관계가 존재하지 않는 두 가지 이상의 다른 형태를 서로 조합시키기 때문에 시각 을 통한 지각의 확대와 증감이 이루어져 감정에 커다란 자극이 되며 짧은 시간에 시청자 또는 수비자에서 강렬 하게 소구할 수 있는 장점이 있다.



▶▶ 그림 15. 한국, 남광토건



▶▶ 그림 16. 중국 雲山詩意 부동산

III. 결론

본문에서의 내용을 상기 시켜 보면 수묵의 표현력은

광고디자인에서 중요한 수단이자 도구가 될 수 있다. 단순한 표현기법이나 흑백의 제한만으로는 대중들에게 어필하기엔 다소 부족한 면이 있다. 이를 극복하기 위해서는 독특한 개성과 감성을 살려 수묵화 특성과 장점을 최대한으로 다양하게 활용하여 대중들과 더 나아가 목표 소비자에게 시각적 만족을 안겨주고 수묵의 대한 올바른 이해와 인식을 확산시켜 표현매체간의 조합이 더 발전할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

그 일환으로 수묵과 광고의 혼합은 표현된 형태를 컴퓨터작업을 통해 재창조할 수 있어서 무궁무진한 발전 가능성이 있다. 수묵은 발전적 가치와 가능성을 충분히 내포하고 있으며 작가의 독창성을 잘 나타내줌으로써 보다 근원적이고 새로운 연구를 통하여 개념을 정립하고 발전해나가는 것이 중요한 선결과제가 될 것이다. 따라서 다양한 표현과 다른 시각요소들과의 조화로운 디자인 작업은 우리만의 독특한 동양적 아이덴티티를 형성할 수 있는 강력한 표현 도구가 될 것이다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 송수남, 목표현과 상형 중, 예경출판사, 1991, 冊 뒷부분
- [2] 최미진, 캘리그래피가 전통적 시각 아이덴티티에 미치는 영향에 관한 연구, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 서울, 1999
- [3] 권명광, 그래픽디자인에서의 추상형태의 의미작용과 커뮤니케이션 효과에 관한 연구, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 서울, 1990
- [4] 이창희, 수묵의 현대적 조현느낌에 대하여, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 서울, 1999,
- [5] 원유홍, 커뮤니케이션 디자인사, 서울, 도서출판 정글, 1998.
- [6] 윤병덕, 광고용어사전, 서울, 사람과 책, 1999.
- [7] 김상철, 동양화의 이해, 서울, 시각과 언어, 1995.