

한국과 서양의 명화를 활용한 주얼리 디자인 연구

- 박수근(朴壽根)과 구스타프 클림트 중심으로 -

A Study of Jewelry Design utilizing the masterpieces Korean and masterpieces Foreign

-Focus on "Park,Soo-Keun" And "Gustav Klimt", "Edgar Degas"

오지현

공주대학교

Oh, Ji-Hyun

Kongju National University

요약

현재 우리가 살고 있는 세상은 획일적 통일화에서 감성적 다변화 시대로, 모더니즘에서 포스트모더니즘으로, 남성의 이성에서 여성의 감성으로 변화되고 있다. 이러한 시점에서 주얼리 디자인 분야도 당연 사회와 패션의 흐름에 맞춰 변화할 필요가 있다. 현 사회의 가장 큰 시장변화의 흐름을 파악하기 위해 감성디자인과 아트마케팅이란 시장변화에 주목했으며, 이를 통해 여성적 감성과 개인의 개성이 이 두 분야에 가장 큰 주축임을 확인하였다. 본 연구자 또한 여성이기에 나의 감성과 개성을 표현할 수 있는 2가지 테마의 명화를 선정하였으며, 이를 주얼리 디자인과 접목해 새로운 감성 주얼리 디자인을 연구해 보고자 한다.

Abstract

The world that we live is changing by postmodernism in modernism and by woman's sensitivity in man's different nature to when diversify sensitivity enemy in unionization uniformity enemy present. Jewelry design field need to set in current of naturalness society and fashion and change at these visual point. Sensitivity design and art marketing observed in market change, and ladylike sensitivity through this and individual's character in these two fields the biggest main axis confirm to grasp the flow of present social biggest market change.

Wish to chose masterpieces of 2 theme that this investigator can express my sensitivity and character as also is choice, and study new sensitivity Jewelry design because grafting together this with Jewelry design.

I. 서론

1. 연구배경 및 목적

개인의 소득향상과 가치관의 변화, 여가시간의 증대, 여성의 고학력, 사회적 참여, 경제적 지위 향상 같은 사회적 변화가 제품과 환경부문에 많은 영향을 미치고있다.

표 1. 가치와 문화구분에 따른 사회적 변화 [1]

	20C	21C
가치중심	가치의존 (소수의 창조자/다수의 모방자)	가치창조 (다수의 창조자/소수의 모방자)
가치창조 주제	생산자창조 (소품종 대량생산/대량소비)	소비자창조 (다품종 소량생산/소량소비)
가치창조 원천	유형자산 (tangible)	무형자산 (intangible)
문화	권위주의 (획일성/통제/집단성)	다원주의 (다양성/자유/개별성)

다수의 통일화를 추구했던 모더니즘 시대에서 개인적 다변화를 추구하는 포스트모더니즘 시대로 변화되었고, 소품종, 다량생산, 저가의 제품을 선호하던 소비자들에서 다품종, 소량생산, 고가의 제품을 선호하는 소비자들이 늘어나고, 기술의 발달이 제품의 기능을 동질화 시

키면서 기능에서 디자인을 중시하게 되고, 개인의 만족감이 중시되면서 소비자 개인의 감성을 만족시키는 디자인이 각광받기 시작했다.

또한, '2008 소비 트렌드' 결과에 따르면 짧은 시간 안에 많은 양의 정보, 문화, 패션, 오락을 소비하려는 경향이 두드러지게 나타나고 있다는 것을 알 수 있다.

[2]

이에 본 연구자는 시각적 예술인 미술을 활용해 문화적요소와 감성을 결합하여 주얼리 착용자에게 신선한 흥미와 감동을 제공하여 착용자의 감성적 욕구를 충족시키고, 본인의 작품에 생명력과 영속성, 한정적인 특징을 부가해 소장가치를 높이는 긍정적인 시너지를 창출해 보고자 한다.

2. 연구범위 및 방법

본 연구에선 감성과 아트의 연관성을 찾고, 감성적인 것이 여성적인 것이란 전제에 감성과 여성을 같은 맥락으로 분류하고 개인적인 감성적 표현을 접목시켜 보았다. 또한 아트 중에서도 시각적이고, 희소 가치가 중시되며, 시장성으로 환금성이 있다는 공통점이 있는 미술품에 초점을 맞췄으며, 여성의 감성 & 감성의 여성화라는 테마 하에 미술품 중에서도 주로 여성을 소재로 작품 활동을 했던 작가들의 유명회화 작품을 활용하였다.

첫째, 세상에서 가장 큰 사랑=모성



▶▶ 그림 1. 박수근-팔레트

박수근은 '아버지'의 이미지를 갖고 있는 화가이며, 그의 작품은 한국의 시대상과 정서를 가장 잘 드러내고 있는 민족화가, 민족작품으로 꼽힌다.

둘째, 매혹의 이름=팜프파탈(famme Fatal)



▶▶ 그림 2. 구스타프 클림트-물뎀2, 다나에

팜프파탈에 거장이라 불리는 아르누보 시대의 화가 구스타프 클림트는 여성의 매력을 몽환적, 장식적, 추상

적 패턴화로 보여 줌으로써 숙명적으로, 치명적으로 섹쉬한 여성의 모습을 때론 직접적으로 때론 간접적으로 화면에 담아냈다.

II. 본론

1. 영화와 감성디자인

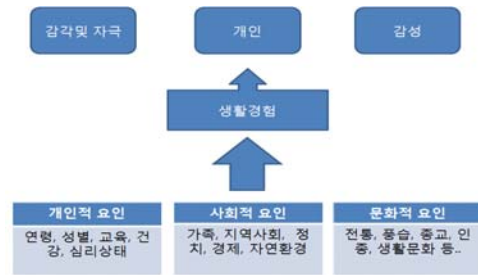
1) 감성디자인의 특징

감성이란, 2가지로 분류해 정의 내릴 수 있다.

첫째, 일반적 개념

둘째, 철학적 개념[3]

표 2. 감성에 영향을 미치는 요인 [3]



감각(Sensation)이란, 시각, 청각, 후각, 미각의 오감을 자극하여 감각적으로 체험을 창조할 목적으로 오감에 호소하는 것이다.

인간의 오감은 가장 효과적인 정보 수집체계이며, 루즈 슈워츠(Ruth Schworze)에 따르면 감각의 인식비율은 미각3%, 후각3%, 청각13%, 시각78%이다[3]

표 3. 감각의 인식비율-루즈 슈워츠(RuthSchworze)



2) 감성디자인의 배경과 정의

표 4. 감성디자인의 시대적 배경



소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 제품 창출과 부가 가치를 높이는 제품의 경쟁력을 살리기 위해 일본에서 처음으로 감성공학이란 개념의 연구가 시작되었다.

감성공학이란, 외부에 존재하는 대상과 감성과이 관계에 대한 연구이다.

디자인이란, 내부에 존재하는 대상을 구체화해 나가는 과정을 말한다. 이렇듯, 감성공학의 수치만을 바탕으로 감성디자인을 하기란 어려운 일이다.

감성디자인 이란, 소비자의 욕구가 다양해지고 개성 화됨에 따라 감성적 욕구를 적극적으로 파악, 디자인에 적용하는 디자인 방법을 말한다.[4]

3) 명화의 정의

네이버 국어사전: 아주 잘 그린 그림, 유명한 그림, 그림을 잘 그려 유명한 사람.

명화의 정의는 분명한 개념정리를 할 수 없는 부분이다. 이는 그림이라는 자체가 화가 자신의 극히 주관적 감성에 의해 그려지는 것이고, 그림을 감상하는 관람자도 개인의 감성에 따라 평가하기 때문이다.

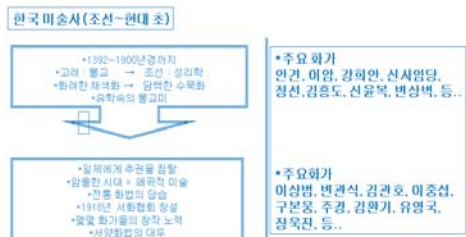
‘나의 명화 읽기’ 의 저자 ‘아카세가와 겐페이’ 이 가 말하는 명화의 정의는 “다른 사람의 눈과 언어가 아닌 내 눈으로 봤을 때 기쁜 것” 이다.

4) 한국과 서양의 명화

-한국 미술사

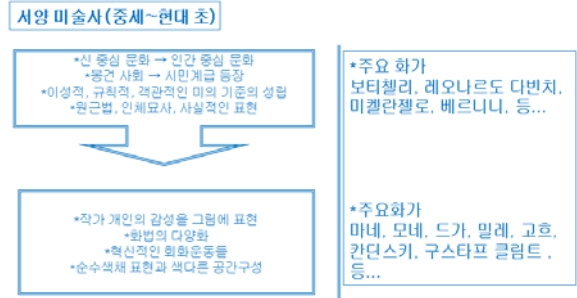
불교중심의 미술양식에서 현대에 이르러 서양화법에 도입.

표-5. 한국미술사



-서양 미술사

표 6. 서양미술사



신 중심문화에서 인간 중심문화로 변화하면서 다채로운 표현양식들과 미술운동들이 활발히 일어났다.

-한국과 서양미술 비교

표 7. 한국과 서양미술사 비교분석

구분	한 국	서 양
특 정	•자연환경과의 조화 •소박함과 다소곳한 미의 중심 •이상향, 정신세계 중심	•현실세계의 표현 중심 •시각적인 색채와 조형미 중심 •인물, 구도, 기록교사상 중심
재 료	•우물췁 안료 •한지 •지물묵	•기름성 안료 •캔버스 •템페라화 → 유화
기 법	•전통 회화의 원근법 - 상형법 •인경 - 중경 - 원경 •여백의 미	•후시원근법 •경거원근법
주제와 소재	•신수화 •정물화 = 기명절지화	•기독교적인 주제 •18c에 이르러 폭넓은 소재로 풍경화 등장

2. 명화를 활용한 제품사례

1) 일반제품



▶▶ 그림 3. 명화를 이용한 다양한 제품

2) 광고



▶▶ 그림 4. LG 아트마케팅

3) 논문작품



▶▶ 그림 5. 민화 & 명화를 이용한 논문 작품

3. 영화를 활용한 주얼리 디자인

1) 세상에서 가장 큰 사랑=모성



출생지: 한국 강원도
출생: 1914 ~ 1965
한국의 가장 대표적인 민족화가로 일하는 여성상을 많이 그린 화가이다. 독학으로 미술공부를 하였고 노력형 화가이자 생계형 화가이기도 하였다. 가족과 아내를 사랑한 화가이며 그의 모습은 그 시대의 아버지의 모습을 연상시킨다.

표-8. 작품활동 & 경력

작가활동	-대표작 1959-봄, 쉬고있는 여인, 노인과 유동 1960-노상외 소녀들 1961-노인 1962-소와 유동 1962-동막 1964-할아버지와 손자 등..
경력	1932-봄이오다 -조선미술전 입선 1936-일하는 여인-조선미술전 입선 1937-봄-입선-1943년까지 백집anyi 입선 1959-집(우물가), 노상-입선, 집(우물가)2-특선 ~56년도까지 거의 매회 입선 1958-뉴욕 윌더 하우스 갤러리 전시 1959-국전 추천작가

표 9. 빨래터

빨래터2

- 1950년대 후반
- 사선구도 -동적인 인상
- 인물배 위에서 바라보는 시점
- 겨울내 얼어있던 강물이 풀리고 빨래를 하러 나온 여인들의 모습을 표현
- 장경된 색을 사용하는 박수근의 작품 중 붉어한 계절의 특징이 밝은 저고리 색으로 표현
- 아낙들의 몸나뎀이
- 인물과 주변관계가 선명한 편
- 은은한 마티에르 기법

-소재적 특성

표 10. 소재의 특징

대표적인 소재의 특징	
소재	특징
일하는 사람들	한결같이 여성일 모양의 특성을 갖지 않음 상황을 꾸밈없이 드러냄
일위의 사람들	빨건을 사고파는 여성 원터의 장소 놀이배 열중하는 아이들 일하는 여성, 무효한 남성 작은 팔장으로서의 의미
집과 마을	집 마을 판잣집 마을안의 골목 풍경

열려진 공간에 놓여있고 활동적이며 바깥의 관계속에 있다.

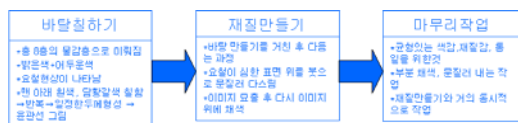
-예술의 특성

아름다운 여체보다 일하는 여성상에 심미성을 발견하였고, 독학으로 미술공부를 했기에 그리는 대상이나 기법이 독자적이다. 그가 가장 많이 다루고 있는 것은 그 시대의 솔직한 인간상이며, 아름다움을 선함과 진실함이라 여겨 그의 그림속엔 일하는 어머니의 모습이 담겨져 있다.

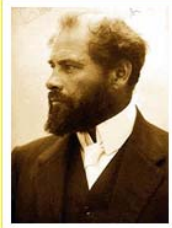
-마티에르 기법

화강암의 질감과 색조를 의도적으로 재현하려고 노력하였으며, 이는 그가 돌이 많은 강원도에서 출생한것에 영향이 있다고 여겨진다. 박수근의 아호 또한 미석(美石)임을 보아도 알 수 있다.

-호암미술관 연구에 의한 박수근의 마티에르 기법 과정 (5)



2)매혹의 이름=팜프파탈(famme Fatal)



-작가설명
출생지: 오스트리아
출생: 1862.07.14~1918.02.06
아르누보 시대의 대표적인 에로티시즘 화가이며, 그림속의 그만의 패턴과 장식성, 여성의 팜프파탈적인 이미지로 제품과 광고에 그림이활용되고 있어 대중들에게 친숙해진 화가.

표 11. 작품활동 & 경력

작품활동	1906~프리차 리틀러 부인 1907~아델레 블로흐 바우어 부인 1908~루체틀 은 여인 1908~KISS 1908~다나에
경력	1900 ~ 1903빈대학교 벽화 제작 1898 ~ 유킴트 양식의 우두머리 1898 ~ 독자적 장식 패턴 구사

-대표작품



▶▶ 그림 6. 물뱀2, 유디트, 키스, 다나에

특히 키스는 광고와 제품, 생활소품에 많이 활용되고 있다. 클림트의 그림은 황금색과 화려한 장식성, 그만의 독특한 패턴으로 대중에게 강한 인상을 남기며, 대표적인 감성어른 몽환적 에로티시즘 이라 할 수 있다.

-선정명화

표 12. 다나에&물뱀2



DANAЕ

- *1907-08
- *그리스신화 이야기
- *제우스와 다나에의 사랑
- *금비-제우스=생물수
- *작은 시각형-물뱀트 회화 남성의 상징
- *원형의 패턴-물뱀트 회화 여성의 상징
- *사람의 순간>신화적 배경,사건전개
- *안능적, 신비적, 몽환적



-물뱀2-

- *1904-07
- *물속에서 우연하게 움직이는 여성
- *클림트 회화의 주요 소재
- *물=여성=헤르티시즘
- *해초=물의 흔들림 간접표현
- *색감의 화려함, 다양한 장식적 요소
- *정면 여성=팜프파탈적
- *여성의 초점=관찰자
- *탄생, 희망, 여름=이동적요소
- *안능적, 신비적, 몽환적

-명화를 활용한 감성 주얼리 디자인 연구

아트펀드, 아트마케팅, 등.. 개인의 여가시간의 증대로 문화적 욕구충족이 삶의 질을 향상시켜 준다는 소비자의 니즈가 미술에 영향을 미치고 있다.

명화는 고가의 문화산업으로 대중에게는 미술전시 관람이나 명화의 제품등을 통해 소통하고 있다. 이런 명화를 주얼리라는 개인소장품의 한 부분과 접목시켜 개인적 만족과 상품의 이미지 고급화를 얻고자 한다.

-컬덕의 시대(Cultduct)

문화(Culture)+상품(Product)의 합성어
상품의 객관적 속성만을 내세우지 않고 문화를 결합한 문화융합상품을 의미한다. [6]

착용자의 보다 높아진 문화적 욕구를 충족 시켜줄 수 있고 아트라는 매개체를 통해 개인의 질적인 삶을 만족 시켜준다.

시각예술로서 미술은 곧 상품화가 가능하다. 따라서 명화와 주얼리 디자인을 접목해 착용자에게 작품을 구입한다는 느낌을 주고, 제품의 이미지를 향상시킨다.

-주얼리디자인

표 13. 다나에를 활용한 디자인 포인트



DANAЕ

- *금비-제우스
- *원형 패턴과 선-여성성
- *에로티시즘-회화속 다나에의 표정
- *스도라-그리스도마 신화

DESIGN POINT

- *금비
- *제우스, 탄생, 귀뚜라미, 황금, 사랑
- *원형화양무늬
- *가운, 장신, 시용, 보호, 신비
- *헤르티시즘
- *신화적 이야기, 배경, 인물의 상징을 배제한 다나에

DANAЕ
신화속 주변인물에서...
주인공으로 재탄생!
남성의 배제와 에로티시즘!

-디자인전개



▶▶ 그림 7. 다나에 디자인 전개

-작품사진



Danae

▶▶ 그림 8. 사랑보다 아름다운 유혹

명화를 개인이 나만의 디자인으로 소장한다는 의미를 부여해 봄으로써 주얼리와 명화의 긍정적인 시너지효과를 얻고자 하였다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 홍지윤 “VIP고객 아트마케팅 연구”, 홍익대학교 미술대학원, 표1-3, pp12, 2006
- [2] 이민훈 “기술과 감성의 융합시대”, CEO Information, 제417호, 2003
- [3] 김상희 “감성브랜드 맥락에서 본 기업브랜드 아이덴티티로서 감성아이덴티티 제안”, 한양대학교 대학원, pp11~22, 2007
- [4] 김새봄 “감성이미지를 이용한 주얼리 브랜드 아이덴티티 분석 및 구축방향”, 국민대학교 테크노디자인 전문대학원, pp11, 2006
- [5] 오광수 “박수근”, 시공사, pp, 2002
- [6] 장원 “예술을 활용한 기업제품 마케팅의 관계성과 연구”, 중앙대학교 예술대학원, pp37, 2007

Ⅲ. 결론

명화를 활용한 주얼리 디자인 연구를 통해 감성디자인과 컬렉션에 대해 접근해 봄으로써 문화중 아트마케팅적 초점을 맞추고 시각적 예술인 미술을 상품에 접목시켜 보았다.

아트펀드, 아트마케팅, 등.. 개인의 여가시간의 증대로 문화적 욕구충족이 삶의 질을 향상시켜 준다는 소비자의 니즈가 미술에 영향을 미치고 있다.

명화는 고가의 문화산업으로 대중에게는 미술전시 관람이나 명화의 제품등을 통해 소통하고 있다. 이런 명화를 주얼리라는 개인소장품의 한 부분과 접목시켜 개인적 만족과 상품의 이미지 고급화를 얻고자 하였고, 명화의 영속성과 희소가치, 한정적 이미지와 개인의 소장 가치를 귀금속의 희소성과 영원성에 특징에 결합시켜