

# 프랑스 현대 디자인의 오브제적 표현 경향에 대한 연구

· 필립 스타크, 엘리자베스 카루스트, 마티아 보네티의 작업을 중심으로 ·  
A Study on French Modern Design in point of Objet

윤민희

경희대학교 예술디자인대학교

여화선

경희대학교 예술디자인대학교

Yun, Min-Hie,

Dept. of Art & Design, KHU

Yeo Hwasun

Dept. of Art & Design, KHU

· Key words: Deign, Design Tendency, Objet, French Design, Philippe Starck, Elizabeth Garouste, Mattia Bonetti

## 1. 서론

본 연구는 현대 프랑스 디자인에서 나타난 오브제적인 표현 경향을 대표적인 디자이너인 필립 스타크(Philippe Starck, 1948-), 엘리자베스 카루스트(Elizabeth Garouste, 1949 -)와 마티아 보네티(Mattia Bonetti, 1953 -)의 작업을 중심으로 연구, 분석한다. 프랑스의 문화적 현상 속에서 현대 디자인의 대표적인 표현 경향의 하나인 오브제<sup>1)</sup>화를 연구함으로써 포스트모더니즘 이후의 현대 디자인을 이해하는 하나의 틀이 될 것이다. 그러므로 본 연구를 통하여 프랑스 현대디자인의 표현 경향, 프랑스 문화적 현상과 디자인, 현대미술과 디자인(오브제화)의 연관성을 연구하는데 그 목적이 있다.

## 2. 프랑스 디자인의 특징적 경향

주지주의적이며 다양성을 인정하는 프랑스인의 문화적인 성향은 현대 프랑스 디자인의 주요한 경향인 고급 사치재의 발달과 동시에 기초과학과 고도의 과학적인 분야의 디자인 발달에 영향을 끼쳤다.<sup>2)</sup> 각 분야의 디자인 영역이 뚜렷이 경계지어진 영국이나 북유럽(특히 스칸디나비아)에서는 상상할 수 없는 일이다. 프랑스에서 디자인, 디자이너라는 말보다 창작((Cre'ation), 창작자(Cre'ateur)라는 단어를 선호하며, 창작자라는 용어는 '보편적인 예술가, 만능인(generalist)'라는 뜻을 내포한다. 이와 같이 프랑스에서 디자인의 용어수용이 쉽지 않았으며, 그 용어는 '과도한 장식성과 기능적 합리성'의 두 가지 뜻으로 애매 모호하게 해석될 수 있다. 그것은 동시에 산업생산물이나 대량소비, 조그만 세트에 이루어진 가구, 장식품, 그래픽(필적, 화풍, 서풍), 타이포그래피(활판인쇄술)등을 의미한다. 프랑스의 디자인을 형성하는 두 개의 큰 흐름은, 하나는 '아르데코(Art De'coratifs)'의 전통이고, 다른 하나는 '기사, 기술자(ing'e'nieur)'의 전통이다. '아르데코' 정신은 전통적으로 프랑스 디자인에 뿌리깊게 연관되어 있다. 이와 같이 프랑스 디자인은 기능성과 장식성의 공존이 그 특징이라고 할 수 있다. 특히 소비재에 대한 제품의 생산에 연관된 바우하우스 정신과 엘리트주의적인 시각의 표현 속에서 아르데코에 충실한 프랑스인의

정신은 근본적으로 대립된다. 프랑스와 독일의 디자인 경향의 대조는 일반적으로 예술과 산업, 개인과 규격화의 관계로 비유될 수 있다. 즉, 프랑스 디자인의 물질적인 유산은 바우하우스나 울름학파의 기능주의적인 이론에 근거한 산업화된 다른 나라와 같은 발전과정을 따르지 않는다.

## 3. 현대 디자인의 오브제 표현 경향

현대미술의 시대적인 현상들은 현대디자인의 오브제화에 커다란 영향을 끼쳤다. 현대 미술에서의 오브제의 사용이 20세기 초반이라면, 디자인에서 오브제의 사용은 1960년대를 시초로 해서 1980년대에는 오브제적인 디자인 작업이 매우 성행한 시기이다. 그러므로 오브제 개념의 등장과 역사적인 전개 과정을 20세기 미술의 흐름과 현대 디자인의 전개 과정 속에서 구체적으로 살펴보고 그 현상을 분석해 보고자 한다.

### 3-1. 오브제미술

현대 미술에서 시각 환경과 사물 혹은 대상물들을 가장 잘 대변하는 단어가 바로 오브제이다. 불어의 오브제(objet)는 영어로 object이며 대상, 객체, 물건, 목적 등을 의미한다. 현대미술에서 사물 그 자체를 예술로서 등장시킨 것은 다다이즘(Dadaism)으로 볼 수 있으나, 일상적인 오브제를 예술작품에 시도한 것은 1912년경의 큐비즘(Cubism)작업의 콜라주(collage)작업을 통해서 나타난다. 이와 같이 다다이즘의 오브제는 20세기 미술에서 중요한 위치를 차지하게 되었으며, 1914년 이후 뒤샹은 현실세계의 오브제와 이미지들을 가지고 '레디메이드(ready-made)' 미술을 제시하였다. 뒤샹은 자전거 바퀴, 변기, 언드우드 타이프 라이트 케이스 등의 일상적인 기성품(ready-made)을 사용하여 예술 작품화, 즉 일상의 예술화를 시도하였다. 이러한 다다의 오브제 미술은 현대 디자인에서 1970년대 말 80년대를 전후하여 활발하게 진행되고 있다.

### 3-2. 제품디자인의 오브제적 표현

현대미술의 역사에서 오브제의 등장은 20세기 초반이었다면 응용미술에서의 오브제에 대한 관심은 거의 1960년대에 이르러서야 나타난다. 특히 디자인, 공예, 패션 등의 다양한 응용미술 영역에서 오브제 작업이 활발하게 진행되기 시작하는 기점은 1980년대 전후이다. 제품디자인의 영역에서 오브제의 사용은 대량생산 시대의 기능 중심의 모더니즘에서 탈피하고자 하는 포스트모더니즘의 한 현상으로 이탈리아의 알키미아, 뎀프스그룹, 독일의 뉴 디자인 운동의 개념위주의 제품디자인에서

1) 불어의 Objet(오브제)는 영어로 Object이며 대상, 객체, 물건, 목적 등을 의미한다. 현대미술에서 시각 환경과 사물 혹은 대상물들을 가장 잘 대변하는 단어가 오브제이다.

2) 프랑스의 대외적인 이미지가 예술과 문화의 나라로 세계인들에게 각인되어 있기 때문에 상대적으로 기초 과학이 발달하였음에도 불구하고 세계시장에서 상대적으로 인지도가 낮다.특히 많은 외국인들이 프랑스의 이미지를 말하라고 하면 에펠탑, 사넬 향수, 세계적인 프랑스의 사치품을 열거한다고 한다.

볼 수 있다. 기능적이고 미적인 모던디자인의 굿 디자인(Good Design)에 반대하는 이탈리아에서 형성된 급진적 경향의 디자인 운동인 알키미아와 멤피스그룹은 밀라노를 중심으로 1970-80년대 형성되었다. 알렉산드로 구에리예로(Alessandro Guerriero), 게타노 페세(Gaetano Pesce), 소트사스(Ettore Sottsass), 멘디니(Alessandro Mendini) 등의 작업에서 가구 디자인을 통한 일품적 오브제적인 경향이 나타난다. 소트사스의 펠트로 만든 의자, 멘디니의 칸디시 카나페, 소트사스의 가구 등에서 장식과 색채를 회복한 오브제적인 새로운 방식의 조형 언어를 제시하고 있다.

#### 4. 현대 프랑스 디자이너의 오브제적 표현

##### 4-1. 대표적인 디자이너의 작업을 중심으로

프랑스의 대표적인 2인 1조의 디자인 그룹인 엘리자베스 가루스트와 마티아 보네티의 작업은 현대의 대표적인 오브제 경향의 작업을 추구하고 있다. 특히 위 그룹의 작품에서 프랑스 디자인의 바탕에 깔려있는 장식적인 측면, 오브제적인 일품성을 엿볼 수 있다. 프랑스 현대 디자인의 이미지를 대변하는 필립 스타크(1949-)은 항공건축가(constructeur en aeronautique)의 아들로 거의 정상적인 교육과정을 이수하지 독학의 디자이너이다. 스타크는 유명건물의 익스테리어와 가구, 제품 디자인 등 여러 분야에서 활동하면서 자신만의 독특한 디자인 스타일을 구축하고 있다. 오브제 디자이너로 출발한 스타크는 1982년 고프랑수아 미테랑 대통령 재임시 엘리제궁의 영부인 별실 실내 장식을 맡으면서 실내 건축가로 인정받게 된다. 거의 모든 분야를 디자인하는 폭넓은 영역에서 스타크의 디자인은 유머러스하고 에로틱하기도 하면서 동시에 대중적, 감성적인 부분이 보여준다. 상당히 파격적인 그의 디자인은 개성이 강하고 경제적으로 부유한 보보스(보헤미안 부르조아.자유분방한 상류층 젊은이)들 사이에서 특히 선호되며 "스타크 라이프 스타일"<sup>3)</sup>이라는 돌풍을 일으키고 있다. 일상의 너무나 다양한 영역의 디자인을 한 스타크의 대표적인 작업은 알레시(Alessi)의 주방기구, Driade, Xo, Kartell, Fiam 등의 가구, Flos의 조명기구, Aprilia의 모터사이클, 런던의 St.Martin's Lane 호텔에서 실내디자인, 접을 수 있는 의자(1984), 곡선형의 칫솔(Fluocari, 1990), 알베르빌 동계 올림픽 햇불(1992) 등이다. 2002년 프랑스와 영국을 잇는 유로스타 TGV 아트 디렉터로 임명된 필립 스타크는 파리와 런던의 역사의 대합실 재건축 작업을 하고 있다. 또한 2003년 파리 풍피두 센터(파리 현대 미술관)에서 그의 디자인 세계를 종합 조명하는 "스타크 바이 스타크(Starck by Starck)" 회고전이 열렸다. 이와 같이 필립 스타크는 기발한 유머와 위트 있는 감각으로 유희적인 디자인을 하고 있는 프랑스 출신의 세계적인 디자이너라 할 수 있다.

1997년의 풍피두 현대미술관의 디자인실에 전시되었던 엘리자베스 가루스트와 마티아 보네티는 1980년대 초부터 공동작업을 시도하였으며, 가루스트는 연극 장식, 실내 인테리어를, 보네티는 텍스타일, 조각, 사진을 하였다. <우리들은 장식미술가

이며, 디자이너가 아니다>라고 말하는 이들의 작업들은 대량생산하는 산업 디자인의 측면과 반대되는 수공예적인 장식성 즉 디자인의 오브제화에 바탕을 두고 있다. 가루스트와 보네티의 작업의 거의 대부분은 프랑스의 뿌리 깊은 장식성의 전통을 엿볼 수 있다. 이러한 그들의 작업은 대부분 장식성에 바탕을 둔 일품적인 작품으로 많은 경우에는 기능성을 탈피한 오브제적인 표현을 하고 있다. 특히 빗줄로 동여맨 듯한 곡선적인 장식으로 된 공예적인 가구, 유리공예 등은 원시적 문화(primitivism)를 연상하는 서정성을 가진 일품적인 작품이다. 이러한 장식성의 측면은 1993년 니나리치 화장품 세트를 위한 용기 디자인에서도 잘 나타나고 있다. 프랑스 디자인의 특징은 기능성과 장식성의 양면성, 공존에 있다.

#### 5. 결론

프랑스 디자인의 가장 중요한 성격은 '극도의 형태적인 자유로움(extreme liberte' formelle)'을 표현하고, 특징적인 경향은 생산적인 면보다는 창조적인 측면이 나타나며, 실제적으로 디자인은 산업적인 측면보다는 문화적인 이미지의 개념으로 간주하는 경향이 강하다. 이러한 '형식상의 극도의 자유로움'은 프랑스 디자인의 가장 매력적인 부분중의 하나이며, 그것은 디자이너에게 무한한 상상력을 제공한다. 이러한 자유로움은 그 당시의 대표적인 예술에서 뿐 만 아니라 삶에서도 정신의 자유를 선언하면서, 이성파괴라는 예술경향인 초현실주의와도 무관하지 않을 것이다. 이러한 형식상의 자유로움은 다른 산업화된 국가에 비하여 디자인과 예술의 영역의 구별이 모호함으로 나타난다. 디자인된 대상은 비확실한 방법으로 공예, 예술, 산업 사이에 위치하며, 그 구분이 불명확하여 상호 활발히 소통되는 것이 그 특징이라 할 것이다. 이러한 특징들은 프랑스의 디자인에도 그대로 적용되고 있다. 개인주의적이며 일관성이 없음에도 불구하고 프랑스 디자인의 커다란 행운은 'Made in France'라는 것만으로도 고품질의 산업제품을 상징하는 것으로 등장한다는 것이다. 즉 프랑스는 자국의 디자인에서 문화적 가치가 매우 중요한 요소로 작용한다는 것이다.

##### 참고문헌

- 차명수, <<서양사 강의>>, 한울 아카데미, 1992.
- 리자 필립스, <<21세기 문화 미리보기>>, 시각과 언어, 1996.
- Design Monographs 7, Garouste & Bonetti, Verlag form, 1996.
- de Noblet, Jocelyn, Design : le geste et le compas, Somogy, Paris, 1998.
- de Bure Gilles, Design Francais 1960-1990 trois de'cennies, Centre Georges Pompidou, 1988.
- Souriau Etienne, Vocabulaire d' Esthe'to'que, Press Universitaires de France, 1960.
- Woodham Jonathan M., Twentieth-Century Design, Oxford University Press, 1997.

3) 세계의 스타크 마니어들은 "스타크 침대", "스타크 칫솔", "스타크 수동 퍼즐기", "스타크 의자" "스타크의 책" "스타크 램프" "스타크 시계"와 "스타크 선글라스"를 착용하고 스타크 이 실내 디자인을 한 명품 매장에서 쇼핑을 즐긴다.