

생활미학으로서의 푸드 코디네이션

이 정 희

고려대학교 보건대학 식품영양과

Food coordination as Aesthetics for Living in Korea

Jung Hee, Lee

Department of Food and nutrition, The College of Health Science, Korea University

1. 서 론

세계적으로 명성을 얻었던 예술가이자 디자이너인 브루노 무나리(Bruno M., 2003)는 그의 저서 '예술가와 디자이너(Artista e Designer)'에 다음과 같이 기술하였다.

미는 여러 가지 미학적 규약에 의해 탄생하며, 지역과 시대와 문명에 따라 변화한다. 각 규약이 고유한 미의 기준을 갖고 있어서, 상황과 경우에 따라 다양한 미의 형태들이 탄생할 수 있는 것이다. 이렇게 하여 우리는 많은 유형의 미를 알게 되었고, 이해할 수 있게 되었다. 어떤 분야를 막론하고 누구나 미학적 규약의 인식을 넓혀 형태의 생성법칙을 이해하고, 보다 다양한 미학적 활동으로부터 정신적 만족을 이끌어 낼 수 있습니다. 미에 대한 단 한가지의 법칙만을 아는 사람은, 어느 나라를 가든 다른 민족의 음식을 맛보려 하지 않고 스파게티만 찾으려하는 이탈리아인과 같은 것이다. 그는 이탈리아로 돌아가서 틀림없이 친구들에게 북유럽에서는 이 맛있는 나폴리 음식을 너무나 맛없게 요리한다고 꾸짖할 것이다. 모든 국면에서 미를 인식하고, 삶의 수많은 경우들에 미학적 법칙들을 유용하게 활용하는 것은, 개개인의 품격을 높이는 하나의 문화적 행위이며, 때로는 비참하고 쓸쓸한 삶으로부터 벗어날 기회를 제공한다.

21세기 「문화와 감성」 시대를 맞아 기업의 가치 창출과 국가 경쟁력의 최종 결정요소로 디자인의 역할이 증대되어 이제 디자인은 제조를 리드하고, 제품 차별화를 통한 가치창출(value creation) 기능을 수행하고 있다. 디자인은 기술개발 투자에 비해 19배의 효과를 창출하는 고부가가치 산업으로 선진 각국은 21세기 탈공업화의 새로운 수단으로 디자인의 역할을 강조하고 적극적 디자인진흥정책을 추진하고 있는 실정이다. 부르너 무나리가 말한 것처럼 우리의 식생활 속에서 미학적 활동을 통해 정신적 만족을 이끌어내고, 미학적 법칙들을 유용하게 활용하는 것은 몸과 마음의 빈곤을 극복하고, 개개인의 품격을 높이는 문화적 행위이며 이러한 활동은 디자인 산업의 경쟁력 강화와 함께 산업 전반에 디자인 접목을 통해 산업 경쟁력 제고가 필요한 현 시점에서 식품산업에 지대한 영향을 시사할 수 있다고 사료된다.

본고에서는 일상의 식생활 영역이 예술과 디자인의 영역으로 대두된 시대적 배경과 미적인 것

의 세 측면이라고 할 수 있는 미적 태도, 미적 대상, 미적 체험에 대한 포괄적 미학 이론을 고찰함으로써 생활미학으로서의 푸드 코디네이션에 대한 접근과 이해를 하고자 하였다.

II. 본 론

1. 생활미학으로서 푸드 코디네이션의 등장배경

20세기말 세계는 모던을 마감하고 탈현대, 포스트 모던의 시대에 들어섰다(Post-modern). 포스트 모더니즘의 특징은 도자기공이나 유리 제조업자, 철공과 가구 디자인하는 사람 등 모든 사람이 자기 분야에서 예술을 만드는데 있다(최, 2002).

예술과 디자인의 관점에서 보면 모던과 포스트 모던의 전환적인 계기를 만들어준 것은 팝 아트(Pop art)로서 매스미디어나 대중문화를 가리키는 말로써 상업적인 스크린과 다양한 색채를 사용하는 것을 특징으로 한다. 팝 아트는 Popular art의 약칭으로서 1950년대 후반 영국의 비평가 로렌스 알로웨이(Lawrence Alloway)에 의해서 처음 사용되었다. 영국의 팝 아트가 기존의 사회적 질서를 비판하고 반항하는 젊은 작가들에 의해서 예술과 대중사회를 접목시키고자 했다면, 미국의 팝 아트는 현대의 기술문명에 대한 낙관주의를 바탕으로 1950년대 초의 미국 뉴욕을 무대로 한 추상표현주의의 주관적인 미학에 대한 반동으로 탄생하였다. 미국의 팝 아트는 흔히 발견되는 일상생활의 이미지나 물체를 예술의 영역으로 전환시키며, 화면에 나타난 이미지는 구상적이지만 작품의 사고 자체는 추상성이 높다. 대표적인 작가 중 하나인 앤디 워홀(Andy Warhol, 1930~1987)은 켈벨스프 통조림, 코카콜라(경, 2003), 마릴린 먼로(진, 2004)와 같은 일상적인 이미지와 박물관에 걸려 있어야 할 예술작품 속의 모나리자상(Bruno, M., 2003) 등의 이미지를 반복하여 실크스크린으로 인쇄하였다.

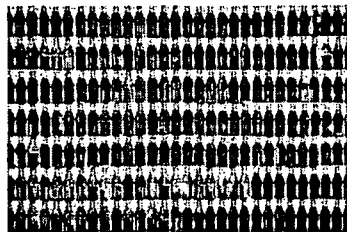


Fig. 1. Campbell soup can by Andy Warhol(1962)

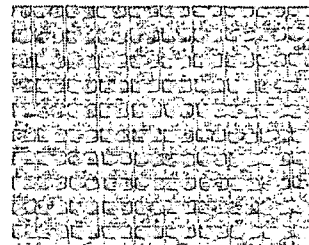


Fig. 2. Green Coca cola by Andy Warhol(1962)

앤디 워홀은 예술의 주제를 슈퍼마켓이나 대중잡지의 표지에서 찾았고 이런 작품 활동을 통해 미술이 더 이상 미술관에서 빠져나와 일상생활 속으로 뛰어들어 와야 한다고 표현하였다.



Fig. 3. Two Marillin Manrom by Andy Warhol(1964)



Fig. 4. The Mona Lisa



Fig. 5. Brillo box by Andy Warhol(1962)

또한 앤디 워홀은 ‘왜 브릴로 박스는 슈퍼마켓과 미술관에서 다른 취급을 받는가?’에 대한 질문에 대해 브릴로 박스를 널빤지에 아크릴로 그려 전시함으로써 일상과 예술의 경계를 허무는 일을 실천을 하였다. 그로 인해 ‘무엇이 예술작품인가?’라고 묻던 사람들이 이제는 ‘언제의 예술작품인가?’라고 물어, 한마디로 작품의 본질을 묻는 대신에 한 사물을 작품으로 만들어 주는 ‘조건’을 묻기 시작한 것이다. 보드리야르는 나날이 아름다워지고 있는 도시풍경, 예술을 방불케 하는 기발한 상업광고, 작품을 연상케 하는 멋진 상품들. 예술은 현실로 실현되고 있다. 모든 것이 예술이 되고 예술 또한 모든 것이 되고 있다고 하였다(진, 2004). 클레어즈 올덴버그(Claes Oldenburg, 1929~) 또한 식욕이 왕성한 젊은이들이 즐기는 햄버거나 더블케이크를 모방한 플라스틱으로 조각 작품을 만들어 조잡하고 값싼 음식문화를 풍자했다(최, 2002). 또한 인습에 얽매이지 않는 주제 선택과 작품의 부드러운 형태는 견고하고 단단해야 한다는 전통적인 조각 개념에 대한 모든 선입관을 무너뜨렸다(The art book, 1999).



Fig.6. Dual hamburgers by Claes Oldenburg(1962)



Fig.7. Great hamburger by Claes Oldenburg(1962)

또한 팝 아트는 대량생산과 광고, 소비, 상업주의 등 대중성을 강조했고, 광고나 텔레비전을 통해 신속하게 누구나 유명해질 수 있다는 사실을 강조하였다.

서양에서 18세기에 출현한 예술지상주의는 서구 모더니즘 예술에 엘리트주의와 귀족주의를 초래하였고 예술과 일상생활, 순수예술과 기술 또는 응용미술, 고급문화와 대중문화 사이의 이분법적인 경계와 형이상학적 이분법을 만들었다. 모던과 포스트 모던의 전환적인 계기를 만들어준 팝 아트를 통해 포스트모더니즘은 이들을 거부하였다. 장르간의 엄격한 구분에 기초한 모더니즘 예술은 일반 대중이 향유하기에는 너무 지적이어서 고급문화/대중문화, 순수예술/응용예술 또는 예술품/기성제품(상품)의 구분을 생기게 하였다. 중산계층이 사회구성원의 주류를 이루게 된 20세기에는 경계의 소멸과 함께 장르의 벽을 넘나드는 현상이 두드러지게 나타났다. 이러한 포스트모더니즘에서 상품미학의 발달은 상품과 예술의 경계를 흐리게 하였으며 20세기 많은 디자이너들은 예술의 양식을 디자인에 도입해서 새로운 작품을 창조하였다. 피에트 몬드리안(Piet Mondrian, 1872~1944)의 작품과 순수예술로서의 모나리자가 응용미술로서 재탄생하였다(E.H. 콰브리치, 2003: Bruno, M., 2003: 산업디자인, 1999).

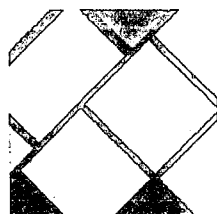


Fig. 8. The composition of red, black, blue, yellow, gray by Piet Mondrian



Fig. 9. L'OREAL Hair products

장르의 벽을 넘나드는 현상은 필립 스타크(Philippe Starck)을 비롯한 산업 디자이너, 건축가 등에 의해 2002년 영국에서 출판된 요리책인 'Food by design'에서도 나타났다(Jump & Antoni, G.G., 2002).

우리나라에서도 2002년 5월 행남 자기는 6인의 국내 패션디자이너에 의해 제작된 Fashion designer's Tableware 제품을 선보였고, 2003년 한국 도자기도 세계의 유명한 예술가와 명장들에 의해 디자인되고 생산되는 고품격의 Prouna 시리즈를 국내 출시하였다.

1950~1970년대에 유행되었던 팝 아트와 20세기 말 전개된 포스트모더니즘의 시대적인 배경 하에 1960년대 미국에서 등장한 푸드 스타일리스트와 그의 영향을 받아 그 후 일본에서 새롭게 조명된 푸드 코디네이터라는 직업군이 등장하여 식생활과 관련된 일상을 예술로 만드는데 작업에 기여했다. 국내에는 1980년경부터 한두 명의 전문가가 현장에서 활동하기 시작하였고, 1998년 말 개인도제형식의 교육을 필두로 2002년도부터 많은 사설 교육기관과 대학에서의 교육을 통해 최근 다수의 인력이 배출되고 있다.

2. 미적 태도, 미적 대상, 미적 체험에 대한 포괄적 미학 이론

미학의 효시는 1735년 독일의 바움가르텐(A. G. Baumgarten)에 의해 미학적 진리를 탐사할 필요를 느껴 만들어진 것으로, 감각, 지각이라는 뜻을 갖는 그리스어인 Aisthesis를 미학이라는 라틴어 학명으로 Aesthetica 표기하였고, Aesthetics(영어), Esthétique(불어), Asthetick(독어), 미학(한국)으로 쓰인다. 그 당시 바움가르텐은 '눈이 녹으면 물이 된다'와 '지구가 태양주위를 돈다.'라는 과학적 진리 이외의 '눈이 녹으면 봄이 온다.'와 '태양은 동쪽에서 떠서 서쪽으로 진다.'라는 것을 설명할 감각적, 시각적 경험이 중요한 미학적 진리가 필요했다.

미학은 미적인 것에 대해 사유함으로써 성립하는 학문영역으로, 오늘날 미학의 관심영역을 세 가지 유형으로 나타내면 첫째는 규범적 관심이다. 진정한 미적 체험, 미적 대상, 예술작품, 창조적 행위 등에 대한 논의를 통해 궁극적으로 무엇이 좋은 것인가 하는 가치론적 문제를 다루는 것으로 전통적인 미학영역이다. 둘째는 분석 철학적 또는 언어학적 관심으로 좀 더 현대적인 미학 영역이다. 즉 우리 일상의 미학적 언어를 분명히 하는 작업을 통해 모호하게 사용되는 개념들을 분명히 밝히는 개념의 이해영역이다. 셋째는 과학적 실증적 관심으로 미적 체험을 실험, 관찰, 통계 등의 과학적 방법론을 통해 연구하는 영역으로 예술가적 기질의 심리학적 연구, 미적 경험 중 발생하는 생리적 반응에 대한 생리-심리학적 연구 등이 이루어진다(박, 2004).

미적인 것에 대한 개념을 이해하기 위해 어떤 태도로 어떤 대상을 만나면 어떤 체험이 야기되는 과정이 포괄적으로 미학적 사실을 이룬다는 것은 이들이 미적인 것의 세 측면이라는 미학의 규범적 관심영역이다. 이들 세 측면을 설명하면 다음과 같다.

1) 미적 태도

미적인 것에 대한 논의를 '우리가 미적 체험을 경험할 때 취하는 태도에 무언가 특별한 점이 있는가?'라는 미적 체험을 할 당시 우리들의 태도에 대한 접근으로 시작하면, '미적 태도'는 미적 대상과 만났을 때 어떤 특정한 방식으로 반응하는 주체의 의식적인 성향을 말한다. '미적 체험'이란 그 순간 그 대상으로부터 사람들이 경험하는 내면의 반응으로, 이때 체험과 태도는 밀접하게 연결되어 있다. 특정한 관계방식의 미적 태도란 먼저 실용적 동기에서 비롯한 것이 아닌 태도로써 체험의 질 자체에 관심이 있다. 둘째로 미적 태도를 취하는 사람은 자신이 관계 맺는 대상에 내재된

가치에 주목한다. 오렌지의 예를 들면 색깔, 윤곽, 상큼한 느낌 등이 중심에 놓인다. 남들과 비교하여 대상에 내재되어 있는 미적 가치를 최대한 생생하게 체험하고 싶고, 쉽고 자연스럽게 이런 태도를 취하는 사람을 미적 인간이라고 할 수 있다. 셋째로 대상에 관심을 보인 순간 자신의 모든 것을 던지는 집중력이다. 넷째로 예술을 효과적으로 경험하기 위해서는 작품과 상상적 거리 또는 도취와 열광과 같은 적절한 심적 거리를 유지해야 한다. 다섯째로 대상의 미적 특질에 깊숙이 빠져들 수 있는 관심의 강렬함이다. 즉 미적 태도란 우리의 일상적 태도와는 구별되며, 어떤 대상에 내재된 가치에 반응하면서 그들 미적 특질에 도취된 듯이 집중하면서 상상의 거리를 유지하는 태도로 이로 인해 대상이 비로소 미적인 것으로 우리에게 드러난다(박, 2004).

2) 미적 체험

미적 체험의 구성요소는 다음 8가지로 정리할 수 있고 미적 체험을 분석할 때 이들 요소들과 관련지을 수 있으며, 미적 체험을 할 때 이 중 어떤 요소가 특별한 주춧돌로 작용할 수 있다(박, 2004).

- ① 즐거움(pleasure) : 즐긴다는 것 또는 마음에 든다는 것(예술이나 자연 체험)
- ② 정서(emotion) : 미적 정서 또는 어떤 특정 정서(다양한 감성적 반응)
- ③ 감각적 요소(sensory elements) : 쾌적하거나 만족스러운 오감의 자극(원초적 요소)
- ④ 감정이입(empathy) : 인물이나 대상의 동일시(미적 현상을 가능케 하는 기본적 요소)
- ⑤ 생리학적 반응(physical response) : 근육, 호르몬 분비 등(카타르시스)
- ⑥ 생생하게 깨어있는 의식체험(heightened awareness) : (본질적 요소)
- ⑦ 지적 성격 : 진실의 규명, 지적 비전과의 만남(지적 관심의 환기)
- ⑧ 윤리적 성격 : 메시지, 지혜의 전달, 윤리적 문제들과의 정면승부(미적 체험의 격)

즉 모든 미적 체험은 미적 태도와 미적 대상의 상호 작용에 기인하며, 모든 미적 체험은 즐거움, 정서, 감각적 자극, 감정이입, 생리적 반응, 깨어있는 의식체험, 지식, 윤리적 성격의 여덟 가지 요소들을 좌표로 특정 체험 영역을 이룬다. 또한 미적 태도가 미적 체험을 가능하게 하므로 학습을 통해 어느 정도 미적 태도를 계발한다는 것도 중요한 일이다.

3) 미적 대상

미적 체험을 야기하는 대상은 미학의 핵심주제로, 광의로는 일상의 모든 것을 포괄하며 협의로는 예술작품들을 가리킨다. 어떤 대상에 내재되어 그 대상을 미적 대상으로 만드는 속성을 다섯 가지로 정리하면 다음과 같다(박, 2004).

- ① 오감을 자극하는 대상의 감각적 측면(sensory aspect of objects)
 - 특히 시각과 청각, 촉각 등과 관련된 쾌적한 감각적 자극들
 - 어떤 감각적 자극들이 다른 미적 대상의 속성과 잘 어울리는가의 문제
- ② 형식(form)
 - 디자인(design), 조화(harmony), 통일(unity) 등
 - 감으로 느껴지는 조직적 또는 구성적 요소로 어떤 대상 속에서 통일되고 조화로운 디자인과 함께 드러나는 구성
- ③ 대상의 재현적 측면(the representational capacity of objects)
 - 예술을 통해 현실을 현실답게 묘사하는 미학의 전통적 주제
 - 이때 재현은 형식을 필요로 함(전통상차림의 재현, 전통음식의 재현 등)

④ 대상의 상징적 가치(the symbolic value of objects)

- 상징은 해석하는 사람이 필요하며, 해석을 통해 대상 속에서 힘을 발휘하고 힘을 발휘하기 위해 좋은 형식이 필요함

⑤ 대상의 인식적 측면(the cognitive potential of objects)

- 상징에서 한 걸음 더 나아간 현실 또는 진실의 깨달음으로 미적 대상의 폭넓은 잠재력 위의 다섯 가지 속성 중 어떤 것에 우선 것을 주느냐에 따라 인상주의, 형식주의, 재현주의, 상징주의, 인식론의 '이즘'이 등장한다. 미적 대상은 쾌적한 감각적 자극이 전체적으로 일관되고 조화롭게 구성된 상징성을 갖춘 총체적이면서 때로는 재현적이고 인식적인 힘을 발휘해 체험의 넓이와 깊이를 창출하는 대상이다. 미학의 힘은 스스로의 의미를 추구하는 과정 그 자체의 생산성, 소통의 즐거움과 무엇이 좀 더 낫은 것인가라는 가치 지향성에 대한 우리의 사유를 자극하기 때문에 존재한다.

3. 생활 미학으로서의 푸드 코디네이션 영역에 대한 고찰

'우리 입맛은 각양각색이다.', '서당 개 삼년이면 풍월을 읊는다.'에서 보는 바와 같이 미학의 핵심적인 역할은 가치 상대주의 시대에 우리가 서로 이야기를 나누는 방식에 대한 바람직한 방향제시를 하는 것이다. 미학적 접근을 통해 생활 미학으로서의 푸드 코디네이션 영역에 대해 살펴보고자 한다.

1) 한국 식문화의 미학적 가치에 대한 연구

'예술과 디자이너(Artista e Designer)'에서 브루노 무나리(Bruno Munari)는 다음과 같이 기술하였다(Bruno, M., 2003).

전통이란 인간이 살아가는 동안에 얻어지는 법칙과 관례, 개혁의 총합이며, 세대와 세대로 계승되고 전수되는 것입니다. 전통 속에도 소멸하는 법칙들이 있고, 새롭게 생성되는 법칙들이 있습니다. 전통은 연속적으로 기여하는 바가 있을 때 비로소 존재하게 됩니다. 전통의 지나간 순간을 되풀이 하는 것은 전통의 법칙에 따라 움직이는 것이 아닙니다. 전통은 꾸준히 지속적으로 행해지는 것입니다. 전통의 죽은 순간들을 답습하려는 예술가들이 있는 반면에, 하루하루 전통을 창조해 나가는 예술가들도 있습니다. 정체된 문화는 이러한 사실을 이해하지 못합니다. 다수를 위한 제품을 생산하려는 목표하에 보다 합리적인 방법으로 실행되는 디자이너의 모든 작업들은 새롭게 창조되는 전통으로서의 역할을 합니다. 그리고 많은 경험과 기술들이 생성과 소멸을 반복할 겁니다. 이러한 스쳐가는 경험들의 누적된 결과가 지속적으로 개선되어 가는 것이 바로 전통입니다.

생활 미학으로서의 푸드 코디네이션이 막 뿌리를 안착하려는 이 시점에서, 우리 안에서 '우리 시대'의 '새로운 것'으로 해석할 도구와 원리들을 찾아 우리 식문화 전반에 대해 미적가치 개념에 대한 재해석이 이루어져야 한다. 미학사상과 특징을 기반으로 설명할 수 있는 미적가치가 있어야 하며, 이렇게 얻어진 '고유가치'를 지속적으로 발육시키고 성숙시켜 미래를 위한 오늘의 전통으로 이어 나갈 인식이 필요하다. 어떤 '가치 목록'들을 찾아내려는 일련의 활동과 '평가 원칙'을 정립해야 한다. 우리 미학 언어와 기준을 만들고 우리 것의 미학을 찾고 토론하는 등 우리의 미학적 규약을 찾고 다듬어 학습시키고, 또한 세계에 전달할 수 있는 작업이 필요하다. 아는 만큼 보이고 느낄 수 있다. 차이에 대한 권리를 주장하기 위해 차이를 헤아릴 수 있는 단계가 되어야 한다. 오

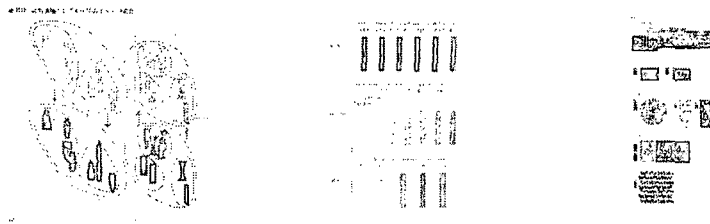
늘날 제 3세계, 민족주의, 지협적 문화의 다양성을 인정하는 세계적 추세 속에서 디자인에서도 문화적인 측면의 디자인이 강조되고 있다. '가장 지역적인 것이 가장 세계적인 것이다.'라는 문맥도 문화의 특수성에 바탕을 둔 디자인이 세계적으로 고부가가치를 창출할 수 있다고 이해될 수 있다 (경과 윤, 2003).

2) 미학 대상으로서의 푸드 코디네이션 영역의 연구

① 오감을 자극하는 대상의 감각적 측면(sensory aspect of objects)의 연구

시각과 청각, 촉각 등과 관련된 쾌적한 감각적 자극들과 관련된 체계적인 연구가 이루어져야 한다. 우리 음식 및 식공간 요소의 고유색과 조형 이미지 언어, 한국전통상차림과 음식의 색채패러트 개발 등의 기초 연구가 필요하며 그 차이의 의미를 정립해야 한다.

최의 연구(2003)에 따르면 한국전통색채의 특징은 색의 순도가 떨어지고, 채도가 낮게 인식되었으며, 화양적, 신선로, 구절판과 같은 음식의 배색원리는 오방색을 이용한 배색기법을 사용한 반면 그 외 음식과 깨소금과 잣가루와 같은 고명은 무채색에 가까웠다. 이는 김이(2000) 설명한 우리민족의 '시김의 미', '단백의 미'로 서양미학의 중요한 원리 중 하나인 대비, 긴장, 충돌의 미와는 달리 무념, 무심의 이미지와 통한다.

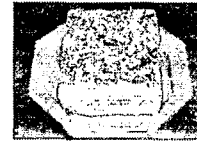


② 형식(form)에 대한 연구

음식과 식공간에서 통일되고 조화로운 디자인과 함께 드러나는 우리의 구성요소와 디자인 용어, 양식과 재료 썰기, 음식담기, 고명의 형태, 고명의 사용 등의 조형 이미지를 재정립하고 그 차이의 의미를 연구해야 한다. 김은(2000) 우리의 지형 분석에 따라 한국의 조형미는 둥근 형태와 부드러운 곡선으로 안정감과 탈 긴장미를 주는 반면 미국의 그랜드 캐니언과 같은 곳은 수직과 수평방향의 지각이 대립되어 긴장감을 일으킨다고 하였다. 우리 전통음식의 담음새와 달리 최근의 젊은 푸드 스타일리스트가 스타일링한 약밥, 색미밥, 국수는 서구의 수직적인 형태를 취하고 있어 심리적 균형의 편안함보다는 일종의 긴장감과 모던함을 주고 있다.



우리 음식 중 각색 편과 잡채의 여러 부재료의 자연스러운 어우러짐은 1950년대 추상표현주의의 거장 잭슨폴록(Jackson Pollock, 1912~1956)의 액션 페인팅(action painting)과 흡사하게 색채와 리듬이 활기차서 잔치상의 음식으로 이미지가 부합된다(최, 2002).



③ 대상의 재현적 측면(the representational capacity of objects)의 연구

전통상차림의 재현, 시절식의 재현, 통과례음식 및 상차림의 재현, 시대별 전통음식의 재현 등을 위해 아직 부족한 부분에 대한 연구가 이루어져 대상의 재현을 하기 위한 형식을 마련해야 할 것이다.

④ 대상의 상징적 가치(the symbolic value of objects)의 연구

대상의 상징은 해석하는 사람이 필요하며, 해석을 통해 대상 속에서 힘을 발휘하고 힘을 발휘하기 위해서는 좋은 형식이 필요하다. 음향오행론과 식사, 조선왕조 궁중음식 및 의식동원, 고명색의 상징체계, 상징 색과 상징 수 음양의 조화로 처음 이루어진 길수인 3을 사용한 의미, 설날(1. 1), 삼짱날(3. 3), 단오(5. 5) 등 양수가 두 번 겹친 날은 '기운이 과찬 날', '생명력이 충만한 날'이라는 상징을 가져 특별한 명절로 삼았다(김, 2004: 구, 2002). 크고 많은 수의 9는 '구절판'에, 일년 열두 달을 상징하는 12는 가장 크게 차린 밥상으로 임금의 수라상을 12첩으로 준비하는 등 식생활에도 우리의 상징체계가 녹아 있다(구, 2002). 그 외 다양한 수복문자무늬가 반상기와고인 음식의 축, 복, 희, 수 등의 문자 무늬, 떡과 다식판의 다양한 문양이 지니는 우리민족의 상징체계가 식생활에 깊숙이 자리 잡고 있다(임, 2004: 김, 2002).



3) 미학 태도의 훈련과 국내외적 풍부한 미적 체험 기회 확대

미적 태도가 미적 체험을 가능하게 하므로 미학 지식을 바탕으로 학습을 통해 어느 정도 미적 태도를 계발한다는 것도 중요한 일이다. 또한 전문가뿐만 아니라 일반인, 외국인 등이 체험할 수 있는 테이블 전시회, 식공간 연출 전시회, 궁중음식 전시회, 지역간 향토음식문화행사, 시절식 문화 체험, 다양한 전시회 등과 같은 푸드 코디네이션 영역의 국내외 수준 높은 다양한 전시회의 교류뿐만 아니라 국내외 음식문화탐방, 다른 분야의 각종 전시회 관람 등 다양하고 풍부한 미적 체험 기회를 학회차원에서 기획하는 작업도 바람직하다고 생각한다.

4) 건전한 비평 및 가치평가를 위한 미적 판단의 종류 및 논리 정립

비평은 예술을 사랑하고, 잘 알고, 적절한 언어와 표현으로 장점과 단점의 이치를 따져 설득력 있게 표현할 수 있는 능력으로 전시회, 콘테스트 등의 다양한 작품과 관련하여 내리는 미적 판단, 비평 등을 위해 푸드 코디네이션 분야의 미적 판단 기준과 유형의 연구가 필요하다. 이러한 비평은 예술의 위대성에 버팀목이 되기도 한다. 각 활동에 대한 건전한 비평을 위해 가치 상대주의 시대에 맞는 평가기준의 정립이 필요하다.

5) 교육자료 개발 및 관련 분야 인재 양성

푸드 코디네이션 분야 관련 교재는 최근 1년간의 짧은 시간에 일본교재의 번역판, 유사한 교재들이 대거 출간되었고, 교재의 내용은 Table 1과 같다.

Table 1. Textbooks of food coordination

제목	내용	출간일	쪽수	제목	내용	출간일	쪽수
푸드 코디네이터학	1. 푸드 코디네이터란? 2. 음식의 역사와 문화 3. 식의 환경과 기호성 4. 식품과 식재료의 지식 5. 식의 맛과 생리·심리 6. 메뉴 플래닝 7. 식공간과 테이블 코디네이터 I 8. 식공간과 테이블 코디네이터 II 9. 테이블 웨어의 지식과 연출법 10. 식사예법의 문화 11. 테이블 매너 12. 식의 기획, 구성연출 13. 식의 정보	2002년 12월 25일	273	식공간 디자인 양식사	제1장 식탁사 1. 고대 2. 중세 3. 르네상스 4. 바로크 5. 로코코 6. 신고전주의 7. 빅토리아 8. 아트앤크래프트 9. 아르누보 10. 아르데코 11. 도더니즘 제2장 테이블 코디네이트 구성요소 1. 식기류 2. 린넨류 3. 커트러리류 4. 글라스류 5. 센터피스 6. 기타 도구	2004년 8월 10일	161
푸드 코디네이션	1. 푸드 코디네이션에 대한 이해 2. 조리문화의 창조와 변형 3. 식문화의 이해 4. 테이블 웨어의 기초지식 5. 식탁 양식의 변천사 6. 메뉴 계획 7. 푸드 서비스 매니지먼트 8. 외식산업에 대한 이해 9. 식사방법의 이해 10. 서비스 매너와 테이블 매너 11. 테이블 세팅	2003년 11월 28일	204	테이블 코디네이트	1. 테이블 코디네이션 개요 2. 식공간 연출의 기초이론 3. 테이블 코디네이트의 기본요소 4. 서양의 시대별 식공간 변천사 5. 동양의 식공간 6. 테이블의 연출 7. 파티 8. 서빙의 기술 9. 차 10. 와인	2004년 8월 27일	243
푸드 코디네이션 개론	1. 푸드 코디네이터 2. 테이블 코디네이트 3. 디자인과 컬러 코디네이션 4. 식탁사(食卓史) 5. 테이블 코디네이트 스타일 6. 테이블 세팅 7. 세계의 테이블 8. 파티와 기념일 9. 식탁과 꽃	2004년 1월 12일	216	푸드 코디네이트론	1. 푸드 코디네이트란 2. 식과 감성음식의 역사와 문화 3. 조리문화의 창조와 변용 4. 식문화 5. 메뉴 플래닝 6. 테이블 웨어의 지식과 연출법 7. 식사예법의 비교문화 8. 서비스 매너 9. 트랄플랜 10. 식정보	2004년 8월 31일	234
푸드 코디네이션 개론	1. 푸드 코디네이션 개요 2. 식문화와 푸드 코디네이션 3. 테이블 세팅 4. 식탁과 식기류 5. 테이블 세팅과 린넨류 6. 널킨 접기, 매트 만들기 7. 센터피스와 꽃 8. 과일잡기와 상차림 9. 차와 상차림 10. 한식상차림 11. 동양 상차림 12. 서양의 상차림 13. 테마 상차림 14. 서비스 매너와 테이블 매너	2004년 8월 10일	238				

교재의 내용을 분석해 본 결과 우리나라에서 과거에 발간되었던 식문화 또는 식생활 관련 서적과 최근에 발간된 푸드 코디네이션 관련 서적 대부분의 내용 중 중국을 비롯한 일본의 식문화가 소개된 한편, 일본에서 발간된 푸드 코디네이션 관련 책자에는 중국의 식문화는 언급되어 있으나 우리나라의 식문화에 대한 언급은 없다. 이는 외국에 우리의 전통식문화를 교육시키고 커뮤니케이션할 수 있는 자료의 부재 때문인지 그 원인을 밝혀, 적극적으로 학술교류가 이루어지도록 해야 할 것이다. 또한 기존의 식문화 및 식생활 관련 서적에서 흑백의 삽화로 다루어지던 일부 내용들

이 칼라사진으로 전환되거나, 우리 전통 식문화에 대한 언급이 거의 되지 않거나 몇 페이지를 할애하는 정도로 이루어진 반면 서양과 다른 나라에 대한 내용은 한층 심도 있게 다루고 있는 경향이 있다. 이 경우 푸드 코디네이터는 식생활 전반의 많은 영역을 다루는 직업이므로, 만일 식품영양 및 조리 관련 학과를 전공하지 않은 사람에게는 우리 식문화의 충분한 정보제공을 하지 못하는 결과를 가져올 수도 있다고 사료된다. 그리고 그 동안 연구되어온 우리 식문화 전반에 대한 지식이 이들에게는 빛을 발하지 못할 수 있다.

1998년 말 도제형식의 개인 스튜디오 교육을 시작으로 백화점의 문화센터에서 관련 교육이 이루어졌으며, 2002년 초부터 사설 교육기관의 설립과 기존 요리학원에서 관련교육 프로그램을 추가적으로 운영하는 것 외에 대학의 식품영양학과에 관련 과목 추가와 전문대학에 푸드 스타일리스트과, 대학의 사회교육프로그램, 대학원의 한 전공분야로 운영 등 최근 2~3년간 우후순순으로 교육기관이 성장하여 관련 교육기관과 교육의 춘추전국시대를 방불케 하고 있다. 초기 이들 교육을 담당하고 있는 현장 활동전문가 중 많은 경우 푸드 코디네이션 영역의 비주얼적인 작업지향으로 예술계 관련 전공자들이 많은 비중을 차지하였다. 이들 중에 식문화 전반과 식품·영양 전반에 대한 이해 부족으로 잘못된 지식을 전하는 모습들을 지켜보면서, 이런 면에서 식품영양 및 조리 관련 학과에서 푸드 코디네이션에 대한 교육이 이루어지는 것은 바람직하다고 생각한다. 일반인에게 생활미학으로서 자리매김을 하는 현재에 이들을 대상으로 한 교육이 바람직하게 이루어지는 것은 그 파급효과가 크다고 하겠다.

III. 맺음말

21세기 「문화와 감성」 시대를 맞아, 21세기의 디자인은 세계의 보편성에 바탕을 둔 글로벌 스탠다드 디자인과 함께 한 국가의 국적 있는 디자인이 고부가가치로서 세계적인 경쟁력을 발휘할 것이다. 한국의 푸드 코디네이션 분야도 다른 디자인 분야와 마찬가지로 외국의 단순한 외형적 스타일의 감각적 차원만 따라하는 작업에서 탈피하여 한국적 미적 가치를 찾는 것은 물론이고 세계의 보편적인 미적 가치를 연구하고 대화하는 등 다양한 영역에 걸친 포괄적이고도 구체적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

끝으로 미학의 여러 문제 중 식생활과 관련된 영역의 미학적 접근을 시도하여 관심의 씨앗을 뿌린다는 점에는 의의를 가지지만 여러 사람의 동의를 얻는 성과에 대해서는 미지수로 남는다.

IV. 참고문헌

1. Buruno, M. : Artista e Designer. 디자인하우스. p.46, 53, 57, 151, 157. 2003.
2. 최승규 : 한권으로 보는 서양미술사 100장면. 한명출판. p. 237, 428, 442, 451, 457. 2002.
3. 경노훈, 윤민희 : 디자인 문화와 생활. p. 160, 165-167. 2003.
4. 진중권 : 미학오디세이 3. 휴머니스트. p. 213. 2004.
5. The art book. 예경. p.344. 1999.
6. E.H. 콰브리치 : 서양미술사. 예경. p.582. 2003.
7. 산업디자인. Voi. 166. 1999.
8. Jump and Antonio GG : food by design. Booth-Clibborn. 2002.
9. 방성봉 : 도널드 윌하트의 미학과 함께한 일주일. 일빛. p.25. 2004.

10. 최지아 : 한국 전통 상차림의 현대화 방안. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문. p.24-25, 30. 2003.
11. 김영기 : 한국 미의 이해. 이대출판부. p. 81-87, 167-171, 246. 2000.
12. 김상보 : 조선왕조 궁중음식. 수학사. p.11-13. 2004.
13. 구미래 : 한국인의 상징체계. 교보문고. p. 24-41. 2002.
14. 임영주 : 한국의 전통문양. 대원사. p.200. 2004.
15. 김주석 : 전통음식·떡살. 오성출판사. p. 296. 2002.
16. 일본 푸드스페셜리스트 협회 : 푸드 코디네이트론. 시그마프레스(주). 2004.
17. 오경화 외 6인 : 테이블 코디네이트. 교문사. 2004.
18. 황지희 외 2인 : 푸드 코디네이터학. 도서출판 효일. 2002.
19. 황재선 : 푸드 코디네이션. 교문사. 2003.
20. 이유주 : 식공간 디자인 양식사. 경춘사. 2004.