

# 조형성에 있어서 한국의 부드러움과 일본의 예리함에 관한 연구

광고디자인을 중심으로

이영희

이화여자대학교 정보디자인학과 교수

---

## 1. 서언

## 2. 先연구

## 3. '부드럽다'라는 개념의 이해와 정의

## 4. 조형성의 근간이 되는 지정학적·역사적 배경

## 5. 언어적 고찰

## 6. 붓의문화-文의 문화와 칼의 문화-武의 문화

## 7. 광고디자인에 있어 두 개념의 분석

## 8. 결론

## 1. 서언

우리의 문화적 특성은 어떤 것인가 하는 관심과 노력 그리고 연구는 오늘날까지 문화인류학, 사회학, 예술 등 다양한 분야에서 지속되고 있다. 디자인 분야에서도 마찬가지인데 특히 광고계에서 국적있는 광고, 한국적 광고라는 명제로 많은 크리에이티브들이 그 실체를 찾으려 고민하고 있으며 각종 광고사보에 단편적인 글들이 게재되고 있다.

어떤 대상의 특질을 살피기 위해서는 시각(視角)의 중요성이 대두되는데 한 나라의 문화유형도 마찬가지임은 말할 것도 없다. 1944년부터 문화인류학적으로 연구된 우수한 저서로 오늘날까지 일본론의 고전이라 할 루드베네딕트의 <국화와 칼>은 서양인의 눈에서 일본을 보고 서양과 비교하여 일본인을 서정적이며 자연을 사랑하는 우수한 민족으로 그리고 있다. 일본인이 쓴 일본에 대해 <日本人の表現心理>에서 芳賀 綏는 "일본 만큼 자연을 사랑하는 민족은 없다. 不自然을 싫어한다. 自然觀, 宇宙觀은 淡泊, 漂白, 無常"이라 쓰고 있다. 우리는 한국의 그림이나 도자기 등의 조형성을 이야기할 때 여백의 미라는 말을 종종 한다. 그런데 차후 본 연구에서 다루어지겠으나 다나카이코의 그림에 대하여 가메꾸라유사구는 그것을 여백의 미라 하면서 일본적임을 강조하고 있다. 한국과 일본은 문화형성 배경에 있어 유사한 문화적 특질을 공유하고 있는 것은 사실이나 학문적 중립성에서 두 조형성을 비교해볼 때 일본인이 말하는 여백과 한국의 여백, 그리고 일본의 자연적인 것과 우리의 그것은 전혀 상이한 것이다.

이렇게 일본과 지정학적으로 가까이 위치하고 있으며 고대사에서는 한 문화를 이루었고 근대사에서는 30여 년간 구체적인 문화를 경험한 한국인의 시각에서 바라본다는 것은 훨씬 근접한 이해에 도움을 줄 수 있을 것이라 생각된다. 한국인의 시각에서 일본을 보면 베네딕트나 芳賀 綏의 인식이 얼마나 편견인가 하는 것을 실감하게 된다.

본 연구는 일본의 문화속성 가운데 내재되어 있는 구체적인 조형성을 발굴함으로써 한국의 조형성으로 필자가 유추하고 있는 '부드러움'이라는 개념을 상대적으로 명확히하고자 하는 데 그 의의가 있다.

## 2. 先연구

필자는 그동안 우리나라 광고의 표현특성에 관하여 관심을 가져왔다.

'부드러움'에 관한 주제는 1990년 1월부터 1994년 7월까지 우리나라 광고대행사의 크리에이티브 특성에 관한 조사를 하면서 얻은 개념이다. 상기 논문은 1994년 12월 발행 한국광고학회지에 게재되었다.

연구과정에서 각 대행사가 제작물에 많이 사용한 주장(claim)을 인쇄 및 전파 광고카피에서 추출하였는데 연구대행사인 9개사의 크레임을 종합해본 결과 제일 많은 수로 집약된 크레임은 '맛'이었다. 이는 자료의 총계 1,210개 중 약 22%인 265개가 식음료업종인 때문으로 추측되었다. '맛'은 2.4%로 85개였으며 두번째 순위로 나타난 것은 2.0%로 70개인 '부드러움'이었다.

추출된 '부드러움' 중 시리즈를 제외한 60개는 다음과 같다.

가늘고 부드럽습니다/92 인쇄/빠이로드 영사프  
 신선하고 부드러운 맛이 아주 달콤해요/인쇄/서울식품 아놀드  
 말랑말랑 부드러워요/90 인쇄/롯데 생캔디  
 부드럽고 상쾌한 맛/90 TV/롯데 칠성 밀키스  
 연유맛이 부드러운 스코틀랜드풍 정통캔디/90 TV/롯데제과 스카치 캔디  
 콜롬비아 커피의 부드러운 맛/91 TV/롯데칠성 마일드커피 레스비  
 솔로는 부드럽고 순해 아기를 빨아도 아주 좋습니다/91 인쇄/섬유유연제 솔로  
 부드러운 케익속에 달콤한 크림/91 TV/롯데제과 몽셀통통  
 부드러운 크림이 사르르르/91 TV/롯데제과 후레쉬베리  
 깊고 부드러운 맛으로 태어났습니다/91 TV/조선맥주 드라이 마일드  
 음-부드러워 역시 주스는 갈아 마셔야 제맛이야!/92 TV/롯데 칠성 델몬트 프리미  
 엄 주스  
 부드럽고 진한 롯데 가나 초코렛/92 TV/롯데제과 가나초코렛  
 태화 정말 부드러워요. 질기고 부드러운 태화 고무장갑 /92 TV/태화타렉스  
 때론 부드럽게 때론 뜨겁게/92 TV/롯데 칠성 밀키스  
 아이스크림은 부드럽게 즐겨라 /93 TV/롯데제과 더블비앙코  
 차갑지만 부드러운 느낌/93 TV/ 롯데칠성 실론트  
 훨씬 부드럽고 훨씬 오래 쓸 수 있어/94 인쇄/모나리자 뉴수퍼100  
 부드럽고 깔끔하게/91 인쇄/태평양화학 쉬크 어드벤처지  
 부드럽고 깨끗해서 순한 피부에 잘 맞아요/91 TV/태평양화학 아모레 순베이비  
 더욱 깔끔합니다. 더욱 부드럽습니다/92 인쇄/ 태평양화학 쉬크 FX  
 맛이 더욱 부드럽다/90 TV/매일유업 바이오거트  
 부드러워서 갓 태어난 아이에게 좋다/90 인쇄/ P&G 팸퍼스  
 순하고 부드러워 /90 인쇄/존슨&존슨  
 부드러운 분위기/90 인쇄/보르네오 안젤라  
 부드러운 느낌/91 인쇄/보르네오 리바로망스  
 한결 부드럽다/91 인쇄/경인에너지 비스코루트  
 부드러움만 남아요/91 TV /존슨&존슨 존슨즈베이비바스  
 부드럽고 촉촉한 이 느낌/91 TV /존슨&존슨 라이트베이비오일  
 머리결을 부드럽고 윤기있게 가꿔줍니다/91 TV /애경 하나로 샴푸  
 맛있는 통팔에 부드러운 아이스크림/94 TV /빙그레 봉어 싸만코  
 부드럽고 촉촉하게 감싸주는/93 인쇄/아가방 베이비 화장품  
 아이스크림. 이제 쿠키와 함께 부드럽게 /93 인쇄/빙그레 그라시아쿠키&크림  
 머리결을 윤기있고 부드럽게 /93 TV /애경 하나로 샴푸  
 메로나의 부드럽고 진한 맛/94 TV /빙그레 메로나  
 부드러운 소프트/90 인쇄/대한펄프 소프트  
 부드럽고 순한 비누/91 TV/럭키유비누  
 부드럽게, 안전하게/93 TV/기아자동차 세피아  
 탄력. 부드러운 탄력/93 TV/럭키아트만  
 깊고 부드러운 맛,국향/90 인쇄/백화 국향  
 더욱 부드러워졌어요/90 인쇄/유한킴벌리 뽀뽀  
 부드럽게 끌어당기는 맛 OB아이스/94 TV/동양맥주 OB아이스

항상 부드럽고 자연스럽거든요/91 TV/존슨&존슨 존슨즈 베이비  
 스위트향의 부드러운 남성화장품 리젠트디폴로마/93 TV/라미화장품 디폴로마  
 순물트 맥주의 깊고 부드러운 맛/인쇄/레벤브로이  
 부드러운 커피 맥심 모카골드/91 TV/동서식품 맥심모카골드  
 부드러운 것에는 안기고 싶다/91 TV/피죤  
 그래서 부드러웠구나/91 TV/피죤  
 부드러운 첫감촉/92 TV/피죤  
 신선한 딸기 크림에 부드러운 케익/92 인쇄/오리온 후레쉬베리  
 감이 참 부드러워요/91 인쇄/유한킴벌리 하기사 프러스  
 뽀송뽀송하고 부드러운 감촉/91 인쇄/유한킴벌리 하기사 프러스  
 가슴까지 녹아드는 부드러운 이 맛!/92 TV/해태제과 캔디아이스  
 부드러운 치즈케익 해태 티라미스/92 TV/해태제과 티라미스 케익  
 부드러울까?/93 인쇄/해태제과 키세스  
 피부를 항상 부드럽게 가꿔주세요/93 인쇄/애경산업 렉스  
 순하고 부드러우니까 피부가 속삭여요/인쇄/ 애경산업 렉스뷰티샤워  
 소중한 사람들의 가슴속에 부드러운 느낌으로 기억되는/인쇄/국제면화협회  
 네오가 온다. 부드러움을 만나다./94 인쇄/해태음료 네오소다  
 코텍스 슈퍼슬림 "참 부드러운 페드예요"/93 인쇄/유한킴벌리 코텍스 슈퍼슬림  
 부드러움은 자신감의 표현/94 TV/엘칸토

이상에서 볼 수 있는 바와 같이 부드러움은 다양한 제품에서 사용되고 있었다. 많이 사용되고 있는 순서와 제품 빈도는 다음과 같다.

1. 화장품 10
2. 펄프 및 티슈 8
3. 음료 6
4. 비누샴푸
5. 아이스크림 5, 케익과자 5
6. 섬유유연제 4
7. 주류 3
8. 캔디 2, 초콜릿 2, 가구 2
9. 구두 1, 커피 1, 고무장갑 1, 유제품 1, 에너지 1, 자동차 1, 칫솔 1, 문구 류 1.

펄프티슈, 섬유유연제 등과 같이 제품 자체가 부드러움이라는 속성을 가진 제품은 제외하고라도 식음료, 가구, 화장품, 세제, 주류, 자동차, 에너지에 이르기까지 거의 전 업종에 걸쳐 사용되고 있는 점이 흥미롭다. 광고는 소비자의 의식을 바탕으로 제작되며 그 시대의 사회를 반영한다. 또한 구체적인 커뮤니케이션 수단이다. 1,200여 점의 광고분석에서 얻어진 결과를 그동안 문헌연구에 그쳤던 한국학, 조형의식 연구에 구체적인 자료로서 활용하고자 한다.

### 3. '부드럽다'라는 개념의 이해와 정의

부드럽다라는 뜻의 사전적 의미를 한글학회 지음 우리말 큰사전 1992년

판에서 보면, 스치거나 닿는 느낌이 거칠거나 뻣뻣하지 아니다, 손길이 부드럽다, 느낌이 부드럽다, 부드러운 머리카락 등으로 쓰이며 같은 말은 유연하다, 유하다, 성질이나 태도가 아주 부드럽고 순하다로 표기되고 있다. 그 사용표현으로는 인상이 부드럽다, 목소리가 부드럽다, 부드러운 눈길 등으로 쓰이며 가루 따위가 매우 잘고 곱다라는 뜻으로 부드러운 모래 등에 쓰인다고 되어 있다. 일반적으로 부드러운 것에는 여성, 오랜 풍화작용에 의한 모래, 흙, 꽃잎, 솜, 미풍이 예시되고 있다. 영문에 있어 유사한 단어로는 soft, tender, gentle, mild라 할 수 있다. '유하다'라는 표현이 '부드럽다'와 같이 쓰이므로 유하다의 뜻을 찾으니 걱정이 없다, 영어로는 flexible로 맞선말은 강하다로 표기되어 있었다. 부드러움이란 표현은 사전적 의미 외에 다음의 예에서 일상적으로 훨씬 포괄적으로 쓰여지고 있음을 알 수 있다.

1994년 좋은 바탕사 발행 동인수필집 <사계>에 '부드러운 여자 부드러운 남자'란 글이 실려 있다.

“딱딱하지 않은 것, 거세지 않은 것, 사랑스럽다는 말보다 이성적이고 나약하다는 것보다 속이 차 보이며 일시적이기보다 지속적, 강한 것에서 느낄 수 없는 친근감이 배어 있는 것. 시달린 몸과 마음에 편안함을 줄 수 있는 여자, 자기의 정리된 생각이 없이 타인의 주장에 동조하는 것이 아니라 확고한 자신의 주관을 가지고 남의 마음을 헤아리는 여유를 갖는 넓은 마음. 부드러운 여자는 사랑스럽다. 무조건 복종하는 것이 아니다. 친절 한 것, 이해하려고 하는 것, 참된 부드러움이란 삶에 대한 강한 자신과 겸손함을 가진 사람, 온화하고 남에게 위안을 줄 수 있는 사람, 어떠한 자극에도 동요되지 않는 굳은 의지와 신념으로 스스로를 낮추는 겸손함과 상대방을 사랑하는 따뜻한 마음씨가 있는 사람. 말씨에, 행동에, 웃음이 번지는 입가에서조차 부드러움이 묻어나는 사람. 이해받고 이해하는 따스한 눈길이 서로의 마음을 뚫듯하게 이어주는 부드러운 여자, 유유부단하거나 나약한 모습이 아님.”

이 글은 수필형식의 글이다. 논리성이 결여된 풍부한 문학적 상상력에 의한 표현으로 부드러움이란 표현을 확대하여 사용하고 있다. 마찬가지로 '부드러움'은 생활언어로 되어 있는 삶을 다룬 광고 제작물에서 도출된 것인만큼 포괄적인 표현으로 사용하고 있다고 보여진다. 따라서 부드러움은 제품의 물리적 속성을 지시하고 있는 것과 더불어 그 의미 영역이 넓어질 수밖에 없다.

여기 본고에서 다루고 있는 부드러움이라는 개념을 정의하고자 한다. 본고에서 사용하고 있는 부드러움이라는 개념은 뻣뻣하지 않다·거칠지 않다 등의 물리적인 현상, 유하다와 같은 심리적 표현, 그리고 자연스러움을 포함하고 있다. 우리는 제조경계에서 동작과 동작의 연결이 좋지 않을 때 연결이 부드럽지 않다라는 표현을 하기도 한다. 부드러움은 또한 곡선적인 것, 즉 구체적인 조형성까지도 내포하고 있다.

그러면 부드럽다라는 말의 상대적 개념은 어떤 것이라 할 수 있는가. 예리한 것(sharpness), 강한 것, 경직된 것, 자연스럽지 않은 것, 즉 인위적인 것 그리고 직선적인 것 등도 포함하고 있는데 다음 항에서 고찰하고자 하는 여러 시각에서 그 개념은 상대적으로 더욱 두드러지고 있다.

즉 부드러움의 개념은 곡선적·비의도적·약대비·애매이며 예리함은 경직됨·직선적·의도적·陰氣·위협적·강대비·명확함을 포함한다고 보았다.

#### 4. 조형성의 근간이 되는 지정학적·역사적배경

20세기의 역사이론은 자연환경이건 경제적 조건이건 자유의 정신이건 어떤 요인 하나에서 역사의 궁극적 동인(動因)을 찾으려는 결정론적 태도를 배격하고 있다. 인간은 자연의 필연적 산물도 아니고 경제적 조건의 노예도 아니다. 인간은 자연적, 물리적 속성과 함께 도덕적·예술적·종교적 속성도 아울러 갖고 있는 극히 복잡한 문화적·정신적 존재이다. 인간은 분명히 생물학적 물질적 존재이나 자연과 물질의 본질을 이해하고 그 법칙을 이용하여 어떤 정신세계를 창조하는 문화적 존재이다. 어떤 인간집단의 지리적 환경과 그 집단의 생활양식·풍속, 인성 사이에는 밀접한 관계가 있을 뿐 아니라 그 문화양식을 결정한다는 지리사관은 많은 논란을 동반한다. 지리사관과 같은 역사이론은 자연에 의한 인간생활의 피제약상의 측면만을 일방적으로 강조하고 인간의 자연(自然)에 대한 능동적 작용을 거의 무시한다는 것이다. 지정학적 고찰이 결정론적 문화유형을 만들 수는 없더라도 깨어있지 않은 지각(知覺)의 장(場)인 무의식의 세계에서는 적어도 지리적 환경이 그곳에서 살아온 인간에게 어떤 영향을 주리라는 것은 추리가 어렵지 않다. 히포크라테스는 그의 <공기와 물과 장소>라는 저서에서 기온의 차와 변화의 다소, 공기와 습도의 차 등이 사람의 호흡과 혈액순환과 피부의 긴장과 정도에 영향을 미친다고 주장하고 있다. 또한 어떤 풍토의 특수성에 오래 적응해서 살면 그 풍토의 영향을 받아 독특한 민족성을 형성한다고 한다.<sup>1)</sup>

우리의 풍토 내에 존재하면서 우리의 시각에 현시되어 오는 모든 형태들은 제각기 우리에게 자신의 색채, 질감, 크기 등의 정보를 제공해주며 그러한 요소들이 어떻게 잘 어울리며 조화를 이루게 되는지 그 속의 질서까지도 가르쳐준다.<sup>2)</sup>

조형성에 따르는 우리나라의 문화특성에 관해서는 김영기의 <한국인의 조형의식>이나 필자의 <한국광고의 표현 특성에 관한 연구>에서 기원구된바 본 연구에서는 생략하고 일본의 문화생성 배경에 관하여 살펴보기로 한다.

적어도 8세기부터는 일본은 중국으로부터 그 문명의 여러 중요한 요소- 문자, 언어생활, 정부 통치기술, 건축과 예술의 양식, 철학과 종교의 체제 등을 흡수하였다. 또한 전 아시아인 중에서 일본인만큼 솔직하고 거리낌없이 서양문명과 그 산물에 대하여 감탄하고 서양지식의 흡수에 전념하여 몰두한 국민은 없었다. 그러면서도 일본인은 거의 모든 분야마다 그들이 배웠던 것 위에 일본의 자취를 새겼고 그럼으로써 자신들의 독자적

1. 이영희, 한국광고의 표현특성에 관한 연구, 광고연구, 1991 겨울호, 새인출

2. 김영기, 한국인의 조형의식, 창지사, 1991, p.158.

인 문화의 스타일을 잃지 않았다고 존 W. 홀은 그의 저서 <일본사>에서 밝히고 있다.

어떻게 그들은 문화 전반에 독특한 일본적 분위기를 유지할 수 있는가. 그 고유한 특질은 어디에서부터 나왔는가. 어떤 문화 속에 나타난 조형적 특성은 필연적 지각경험에 의해 구체화된다 할 때 그러한 표현의 특질은 역시 그들 역사 속에서 찾아야 할 것이다.

일본역사의 특징에 관하여 역사가들의 의견들은 다양하나 간추리면 다음과 같다. 우선 일본열도의 고립성으로 그들은 문명들끼리의 경쟁관계나 주기적인 외침의 우환에서 벗어나 있었기 때문에 비교적 평온한 역사시대를 살아왔으며 순환적이라기보다 직선적 발전과 누적적 성장이었던 일본사회의 제변화의 과정을 들고 있다.

둘째로 중국문명권의 가장 먼 가장자리에 위치했던 까닭에 그들은 중국문화를 대량으로 섭취하면서도 독자적인 제도나 가치의 알맹이를 굳건히 지켜낼 수 있었던 점이다. 일본의 봉건제도, 해양지향성, 강렬한 민족의식 등은 중국적 전통과는 날카롭게 대비되는 일본사의 특성이며 이것은 어쨌든 일본인들이 서양의 충격에 직면했을 때 동아시아 제민족들 중에서 가장 잘 대처했던가를 설명하는 데에 도움을 준다.

셋째로 일본의 정치적, 사회적 진화의 특징으로 완만한 생태구조적 성격을 든다. 이 특성은 갈아치워야 할 제도라 할지라도 아주 없애버린 적은 거의 없이 일단 곁에 두고보는 경향을 만들었으며 그것은 천황가계와 같이 특정한 가계나 상징이 실제적인 세력이나 영향력이 사라졌는데도 그대로 존치되고 있는 것에서 알 수 있다.

이 세 가지 이유로 일본인들의 문화특성이 설명되었다고 볼 수 없으나 다만 지리적 고립과 비교적 동질성이 강한 사회적·문화적 조건이 일본 특징적 요소를 만들었으리라고 추측하는 것이다. 이 연속성이라는 요소가 끊임없이 변화하는 씨줄과 만나면서 일본의 역사를 짜내려 오고 있는 것이다.

일부 저술가들은 일본인들의 사회적 관습이나 종교적 신앙의 원시성을 강조하고 또 다른 사람들은 초기의 부족적 유산으로부터 호전적 기질이 그대로 남아 있다고 관찰하기도 한다.

일본인론의 저자 마나마히로시를 비롯 여러 학자들의 견해를 종합해보면 일본 국민성의 배경이자 긍정적인 면은 일본 고유의 정신인 아마토(大和) 혼(魂)과 사무라이 정신이라고 볼 수 있다.

초기 일본의 엘리트는 무사이자 동시에 통치자였다. 중국의 문치주의의 영향이 7세기 이후 4세기 이상 일본의 무인통치의 전통을 억제하려 했으나 12세기에는 무인귀족이 사무라이라는 형태로 재등장하게 된다. 사무라이 정신은 일본전국시대 이후 무사계급을 정신적으로 지탱해온 힘이 있었다. 또한 일본에 근대적 정권을 세우고 근대화의 작업을 수행하였던 주체는 어디까지나 군인들이었다. 막부타도와 유신의 주역들은 하나같이 긴 칼, 짧은 칼을 찬 무사였다.<sup>3)</sup>

산이 많은 데다 산세가 유연하지 못한 일본의 지형은 일본의 향토를 수 많은 지역으로 세분하였으며 일본문화의 흐름은 이 고르지 못한 지형 위에서 펼쳐졌던 지정학적 이유를 들 수 있을 것이다.

무사적 기질과 지정학적 환경이 온건하지 않는 도전적 조형의식의 근

간이 되었으리라고 추측하는 것은 크게 무리가 없을 것이다. 그러나 조형적 특성에 관하여서 거슬러올라가 조몬문화라 일컫는 기원전 7, 8년부터 야요이시대가 시작되는 BC 3세기경까지의 새끼줄 무늬토기의 조몬 토기나 토우 등의 '陰의 조형세계', 즉 담쟁이덩굴이 휘감고 둘러머리나 뱀들이 우글거리는 습하고 음침한 숲이 온종일 수렵과 채집에 몰두했던 자연 환경이었다는 것은 일본문화를 조명하는 새로운 시각으로 최근 들어 대두된 것인데<sup>4)</sup> 이 조몬문화가 일본적 조형성의 한 면을 이해하는 유효한 한 방향으로 생각된다. 기원전 7천년 동안이나 고립되었던 독특한 문화가 오늘날까지 이어져오고 있다는 것은 신기에 가깝게 느껴진다.

## 5. 언어적고찰

인간이 동물과 다른 점은 사유(思惟)하는 것이며 구체적 언어로 교통하는 것이라 할 수 있다. 언어가 사유(思惟)함을 전달하는 매개로서 문화형성의 일차적 요소이며 학문의 십자로라 할 언어특질에 관한 연구는 생생한 문화연구에 그 가치가 있다 하겠다.

우리는 일상적으로 차가 부드럽게 나간다, 그 사람 인상 참 부드럽다, 그녀의 손길은 부드럽다, 그 사람 표정은 항상 부드럽다, 담배맛 술맛이 부드럽다, 말씨를 좀 부드럽게 써라 등 물리적 속성 이외에 부드럽다라는 표현을 다양하게 사용하고 있음을 보게 된다.

우리는 어떤 일을 시작할 때 자! 이제 슬슬 몸을 풀어볼까라고 말한다. 긴장을 부드럽게 풀어야 무슨 일을 했다고 이어령은 말한다. 우리나라 사람이 일상적으로 많이 사용하는 언어 중의 하나가 '괜찮다'라는 말이라면 일본에서 여러 모로 쓰는 말은 '스미마생'일 것이다. 무엇을 먹겠느냐고 물으면 먹을 생각이 있는데도 '괜찮습니다' 하고 괜찮으냐는 물음 또한 상당히 폭넓게 사용하고 있다. 이는 상대방에게 부드럽고 좋은 인상을 주고자 하는 겸양의 표현으로 이해된다. 지정학적 특성으로 인한 주변국들과의 마찰에 의해 우리 민족은 고난의 경험들을 어느 민족보다도 많이 해왔다. 변화무쌍한 환경에 적응하고 생존하기 위해서는 명확한 의사표현은 어려울 수밖에 없다.

"본래 부드러운 성질인데다가 특징없고 찌르르한 맛은 데사니 그만 쓰듯미지근한 성격이 되고 말았다. —三寒四溫—따뜻한 나흘이 올 것을 기대하고 추운 사흘을 그러저럭 지나는 데 이 사람들의 성격도 이 나라의 역사도 있지 않은가." 이는 함석헌이 <뜻으로 본 한국역사>에서 말하고 있는데 기후에서 우리의 언어가 불명료한 것을 설명하고 있다고 보여진다.

춘원(春園) 이광수의 논문 <民族改造論>에서 보면 조선인처럼 관대한 자는 다른 민족에게는 보기 어렵다고 한다. 남이 모욕을 해도 결절 웃으며 보복을 하지 않는다고 했는데 그런 성격은 오늘날에도 그 맥이 이어움을 볼 수 있다. 그것은 김재은의 1988년 발행 <한국인의 意識과 행동양식 실

3) 박영재, 일본근대사의 성격, 한길역사강좌, 한길사, 1987, p.15.

4) 久野健 등, 진흥섭 역, 日本美術史, 열화당, 1978, p.27.

중조사)에서 “다른 사람과의 관계는 될 수 있는 대로 순조롭게 되도록 노력한다” 라는 항이 사교성 공공의식 질서의식에서 수위를 점하고 있음에서 알 수 있다.

‘스미마세’은 미안합니다, 실례합니다라는 뜻으로 사용한다. 어떤 일을 끝낼 때는 깨끗이 끝내야 하는데 아직 끝나지 않았으니 미안하고 실례가 된 것으로 표현하고 있는 것이다. 일단락 짓다라는 뜻을 ‘기리아게리(切り上げる)’라고 한다. 기리아게(切り換え)는 바꾸는 것, 기리아게시(リ切り返)는 되받아 치는 것, 그 날의 공연에서 마지막으로 하는 노(能)를 기리노(切り能)라 한다. 무엇이든 끝낼 때는 칼로 자르듯함을 말해주고 있다. 진검(眞劍)은 일본어에서 진지하다는 뜻으로 쓰인다. 진짜 칼로 싸우면 진지하지 않을 수 없기 때문이다.

일본인은 흔히 ‘몸에 녹이 슨다’ 는 표현을 한다. 인간의 몸을 칼에 비유한 말이다.<sup>5)</sup> 아쓰리(あつり) 하다는 말도 일본을 잘 나타내고 있다. 시원스럽다, 산뜻하다라는 뜻이나 깨끗이 맺고 끊음을 포함하고 있다. 이렇게 일본어에 있어 칼과 관계된 단어는 무수히 많다.

오늘날 사용하고 있는 언어에서도 고대사회를 이루는 데 있어 한국은 상호공생적이었고 일본은 완전히 정복적<sup>6)</sup>이었음이 증명되고 있다.

## 6. 붓의문화-文의 문화와, 칼의 문화-武의 문화

고고한 선비정신에 의한 붓의 문화, 즉 문(文)의 문화와 사무라이에 의한 칼의 문화, 즉 무(武)의 문화로 대표되는 양국의 조형적 특성을 지형학적, 문화, 예술, 의식주 및 사회 전반에 걸쳐 살펴보면 다음과 같다.

### 한국의 부드러움 / 일본의 예리함

낮은 산세, 즉 밋밋한 산/ 뾰족한 산

넓은 계곡에 의한 느린 강물 / 칼로 베어놓은 것 같은 깊은 협곡의 빠른 물

우리의 산세가 낮고 밋밋한 것은 한국의 지형에 있어 가장 두드러진 특징이다.

낮은 산은 넓은 계곡을 만들어 그곳의 물살을 유유히 하며 반대로 좁은 계곡의 물살은 그 속도가 빠르다.

화강암 재질/ 화산석 재질

우리나라는 화강석이 많이 나기도 하거니와 그 은은하고도 정갈한 아백의 색감이 우리네 성미에 잘 맞는다. 돌의 살결은 비바람에 씻겨 적당히 부드러워졌고<sup>7)</sup> 반면 일본의 화산석은 척박하다.

가옥의 추녀가 완만함 / 추녀가 가파름

고건축물의 굽이치는 용마루 / 건축물의 경직된 용마루

우기(雨期)가 많고적음에서 일반 가옥추녀의 각이 정해지고 있으며 용마루에서

도 곡선적인 것과 직선적인 것의 차이를 보이고 있다.

단층의 가로로 긴 궁궐 / 다층으로 되어 뾰족뾰족 높다란 봉건영주성(天守閣, 大阪城 등)

구불구불한 발이랑 / 기막히게 교묘한 재주에 의한 직선적 발이랑

한국인은 등글등글주의 / 일본인은 아싸리

등글등글주의라는 표현은 최재석(崔在錫)이 말하였다. 한위건(韓偉健)은 잔인성이 제일 적은 민족은 한국이라 했으며 리처드 리트는 <풍류한국>(1965)에서 따뜻하고 이해심이 많고 유교의 예의와 불교의 자비로서 그 성격이 연마되었다고 한국인을 평하고 있다.

한국인은 소박하고 중후한 사람이 많다/일본인은 날카롭고 민첩한 사람이 많다. 우리의 미인상은 등글등글 복스럽게 생긴 것이었다. 이같은 인식은 현재까지도 계속되어 원만한 사람 또는 모난 사람 등으로 평하기도 한다.

성자 등지에서 자연과 어울려 한가하게 읊는 시 / 칼을 쳐들고 읊음<sup>8)</sup>

민화 속에서의 얼빠진 호랑이 / 표독한 호랑이

처용가에서 사람과 어울리는 도깨비 / 표독한 도깨비<sup>9)</sup>

제비의 부러진 다리를 치매주는 홍부전/ 벼를 훔쳐먹은 참새의 허를 잘라버리는 시다끼리스즈메

칼로 물베기식의 가족주의 / 칼로 베는 듯한 상하의 계급 질서

선을 트고 지냄 / 선을 갖고 지냄

공간 의식하지 않는 무한정의 씨름 / 한정된 공간승부의 스모

꽃병 없이 아무렇게나 담뿍 꽃는 꽃 / 긴장된 꽃꽂이

폭이 넓은 치마 / 칭칭 동여매는 기모노

풀어 헤치는 문화 / 잡아매는 문화

한국인의 힘은 버들처럼 흔들거리는 유동성에서, 말하자면 풀어주는 데서 힘이 생기고 일본인은 바싹 죄어주는 데서 힘이 솟는다고 이어령은 말하고 있으며 또 한국인을 거분고에 비유하여 항상 몸을 풀어 줄이 끊어지지 않도록 하듯이 화가 나면 화풀이를, 시름이 있으면 시름풀이를 한다고 했다. 그러나 일본은 성좌(세이샤, 正坐)하여 해이해지는 것을 막고 정신을 집중하여 안정을 얻는다.

느리고 낮은 톤의 말씨 / 빠르고 높은 톤의 말씨

너무 쏘고 닳으면 복이 나간다고 생각함 / 쏘고 닳아 밧남-피로

긴장이 필요없는 구수한 승냥 / 긴장을 위해 필요한 茶(茶道)

복색아야 제맛이 나는 발효식품 김치 된장 고추장 / 소금으로 슬쩍 저린 쓰게모노 물리적인 콩이나 메주는 그 형태가 변하는 화학작용을 거쳐 식아야 된장이나 고추장이 된다. 즉 부드러운 형태가 됨을 말한다. 뻣뻣하던 배추 무도 마찬가지로 그렇게 김치가 된다. 김치가 익었다 함은 화학적으로 산화되어 물리적으로 부드러워짐을 말한다. 곰삭아야 하는 짓갈도 마찬가지다. 일본의 김치라 할 수 있는 쓰게모노는 소금에 슬쩍 절은 상태로 그 형태가 우리의 식었다라는 개념과는 상이하다.

단색조나 무색조의 의식주환경의 약대비색채(된장찌개) / 알록달록한 강대비색채(빨간 우메보시, 노란 다꾸양, 갖은 꽃잎 등 음식)

모서리를 죽이는 대패질/ 모서리를 살리는 대패질

곡선적 도자기 / 직선적이거나 예각적 선의 도자기

꼭과 鐵砂와 辰砂 정도의 은근한 색조의 이즈도자/ 화려한 색채의 도자

희거나 옅은 단색물을 들인 의복 / 칼로 오려낸 型染法에 의한 기모노

5) 이어령, 축소지향의 일본인, p.199.

6) 김용운, 일본인은 누구인가, 한길역사강좌 9, 한길사, p.167.

7) 최순우, 韓國美斷章, 옛살림 1.2, 한국문화재 보존수리 기능인협회.

8) 김용운, 日本人과 韓國人の 意識構造, 한길사, 1985, p.160.

9) 같은책, p.161.

일본의 전통적인 型染法은 우리의 장판지와 비슷한 型紙에 문양을 그리고 칼로 여러 번 깎아낸 뒤 그것을 판으로 하여 염색하는 공판형식의 染法이다. 기모노뿐만 아니라 보자기, 이불 등 섬유의 문양은 대부분이 型染法에 의한 것이다. 型染法에 의한 문양은 특별한 명료한 느낌을 줌과 함께 경직된 감각을 느끼게 한다. 桃山時代 職 작품 중 遠藤模範陣織은 型染法에 의해 서슬이 퍼런 낫 두 자루를 상의 잔등에 그려넣고 있다.

진재(眞宰) 김윤겸(金允謙)의 坡上神仙. 1700년대 중반(사진 1) / 가쓰시카호쿠사이 葛飾北齋 <후지산의 삼십육경치>가나가와 파도 1831년경(사진 2) 전형적인 일본회화이며 浮世繪의 대표격으로 불려지고 있는 호쿠사이의 <가나가와 파도>는 그 파도 표현에 있어 그야말로 날카롭고 위협적인 일본적 특성을 그대로 보여주고 있다. 쓰지노부오는 <日本美術の見方>에서 거창한 물결이 작은 배를 향하여 할랄 듯이 덩벼든다고 묘사하고 있다. <가나가와 파도>에 대하여는 많은 비평의 글이 있는데 <藝術의 意味>에서 허버트 리드는 “그 용솟음치는 움직임 속에 들어가 높아지는 파도와 그 중력 속에 긴장감을 느끼고...”로 표현하고 있다. 반면 백년 정도의 시대적 차이는 있으나 김윤겸의 坡上神仙은 파도를 타고 있는 신선을 그리고 있는데 파도의 표현은 마치 부드러운 실처럼 묘사되어 있다. 파도와 신선은 하나가 되어 안정감을 주고 있다.

## 7. 광고디자인에 있어 두 개념의 분석

우리는 외국의 전문 디자인 서적을 펼칠 때 우리와는 다른 감각을 느껴왔다. 유럽의 디자인은 간결하고 참신해 보인다거나 그 중에서도 독일의 그것은 모든 것이 절제되어 있어 보인다거나 하는 인상이 그것이다. 일본 광고연감이나 일본 그래피즈애뉴얼 등을 볼 때 느끼는 감각, 무엇이든 확실히 말할 수 없으나 분명히 우리와 다른 분위기를 느껴왔던 것이다.

우리의 조형의식은 어떤 것이며 일본의 그것은 어떤 것인가 하는 것을 규명하기 위한 작업은 추상적이거나 혹은 “韓國의 美” 라든가 일본과 한국의 문화비교를 다룬 서적에서 산발적으로 다루어 왔는데 김영기는 <한국의 조형의식>을 통하여 본격적으로 연구하기에 이르렀다.

디자인, 특히 광고에 있어 한국적인 것이 무엇이나 하는 관심은 80년대 들어 경제가 성장하면서 특히 유흥업계를 계기로 확산되어 왔다. 광고디자인의 조형성 분석은 제작물의 전체적인 tone and manner에서 특유의 조형성이 나타나는 경우와 tone and manner 와 함께 카페에 적극적으로 크레임이 제시되는 예를 생각할 수가 있다. 先연구에 제시된 것은 카페에 나타난 것을 제시한 것이다.

일본의 광고는 비주얼 중심으로 인쇄광고 포스터 등의 일러스트레이션이나 사진처리, 그리고 전파광고의 영상에서 그 특성을 살펴보고 한국 광고는 비주얼과 카피를 모두 그 대상으로 하였다.

4백년 역사를 지닌 일본 고고망 간장의 수십년간 광고의 표현전략을 살펴보면 일본의 문화적 특성이 잘 나타남을 볼 수 있다. 일본 식생활에서의 필수품인 고고망 간장의 광고는 이미 1950년대부터 시작하여 1970년대에 그 표현이 절정을 이루면서 오늘날까지 일관되고 있는 표현으로 유명하다.

다다시오하시(大橋正)란 일러스트레이터에 의해 1950년대부터 현재까지 마스코트 깃꼬짱에서부터 시작하여 모든 신문이나 잡지의 일러스트레이션이 그려지고 있다. 그의 일러스트레이션은 대개 요리 재료인 야채, 생선 등인데 그 표현재료가 다양하기도 하거나 그 표현이 우리와 비교해 독특하다. 우리의 그것은 대체적으로 볼품있게 디스플레이를 하거나 여러 재료를 자연스럽게 함께 어울려 레이아웃하기 일췌인데 여기서는 보통 두 한 개, 피망 두 개, 연근 한 개 등과 같이 단출하게 처리하고 있다. 그 배치에 있어서는 똑같이 마주보고 있게 한다든가 수평이나 수직으로나 완전히 정리된 화면구성을 하고 있다.

1958년 잡지광고(사진 3)를 위한 일러스트레이션으로 정어리 같은 생선 두 마리를 수직으로 배치하여 목판화 기법으로 표현하고 있는데 강대비의 찌르는 듯한 주둥이 표현 등이 예리함을 나타내고 있다. 1968년 신문광고(사진 4)에 ‘日本の 맛에는 季節이 있다’라는 헤드라인으로 등푸른 생선인 가다랭이를 그리고 있는데 그 표현이 수직적으로 고추세워졌을 뿐 아니라 톱니같은 비늘 등 그 표현이 가히 위협적이라 할 수 있다. 1972년 신문광고에는 세 마리의 생선을 수평구도로 배치하고 있으나 역시 그 표현이 날카롭기는 마찬가지이다. ‘1972년 엄마 가지 딸 가지’라는 헤드라인으로 가지 둘을 중앙에 그려 놓고 있는 신문광고, 그리고 온갖 야채나 조그만 멀치 같은 생선의 표현은 일견 깔끔하니 다음에 가지런히 레이아웃한 것이 산뜻해 보이나 흐트러짐이 없이 경직되어 우리의 정서와 이질감을 느끼게 된다. 고유섭의 표현대로 靑美均整이라 할 수 있다.

1992년 매일유통의 맘마밀, 코오롱스포츠, 93년 태평양 리도 야채마을 잡지광고 등은 고기, 과일, 야채, 그리고 스포츠용품 등을 늘어놓고 있는데 고고망의 그것과 비교하면 그 엉성함이 명확히 대비됨을 알 수 있다. 한국의 그것들은 자연스럽다 못하여 어설픈조차하게 레이아웃되고 있다.

사진 5의 이또주의 기업광고에는 남녀가 뛰어오르고 있는 비주얼과 함께 ‘할 수 있다’라는 헤드라인으로 되어 있다. 또한 시리즈(사진 6)는 남자 단독으로 무서운 힘과 분위기를 연출하고 있다. 인물의 포즈가 극렬하기까지하며 문자 또한 강하다.

1992년 일본 오츠카화장품의 제품 이츠오츠카의 한국시장을 겨냥한 광고(사진 7)에서 재미있는 표현상의 특징을 발견할 수 있다. ‘젊은 여자가 멋있는 나라’ 등 카피의 이 광고는 풀어헤친 머리, 올라가게 그린 눈썹 등 개성있는 화장, 검은 바탕 속에서의 자막, 검은 의자에 앉아있는 도전적인 포즈의 여성모델, 날으는 표범 등으로 강렬하며 특유의 일본적 표현 의도가 보인다. 그러나 한국시장을 위한 표현전략 과정에서 그 표현은 한국의 대행사에 의해 그만 ‘앗싸리’하지도 않으며 그렇다고 자연스럽게도 않은 형질의 변화를 가져오고 있다.

사진 8의 모닝글로리 잡지 광고는 레드브라운의 단조로운 색채로 되어 있는데 가을 낙엽이 떨어진 공원 같은 곳의 펼쳐진 책 위에 나뭇잎이 자연스럽게 떨어져 있다. 이러한 연출은 똑같은 간격의 줄을 그리면서 비질을

10) 이영희, 한국광고표현의 특성에 관한 연구, 광고연구, 한국방송광고공사, p. 31.

11) 고유섭, 한국고대미술의 특성과 그 전송문제, 우리말, 글, 생각, 이화여자대학교, p. 74.

하여 낙엽을 말끔히 치우는 일본인에게는 허용되지 않는 것이다.

한국적 광고-강대비가 아닌 부드러운 약대비<sup>10)</sup> 纖弱美<sup>11)</sup> 푸근한 분위기, 작위적이지 않은 자연스러움. 1992년 방송광고대상을 수상한 경동보 일러는 바로 그 푸근함, 훈훈함, 자연스러움, 부드러움으로 우리에게 와 닿고 있는 것이다.

칸스수상작인 닛싱의 컵누들 광고는 일본적 작위성이 여실히 드러남을 볼 수 있다. hungry? 라는 헤드라인에 인간과 동물의 비례를 역으로 발상한 광고이다. 벌레같이 작은 인간이 거대한 동물들에 의해 쫓기는데 하이스피드 카메라워크가 그 장난끼를 더하고 있다.

일본에서 발행되는 CREATION (1989.NO.1)에서 일본 그래픽 분야의 대부라 말할 수 있는 가메꾸라유사구(龜倉雄策)는 그래픽 분야에서 일본을 이끄는 세 갈래를 우측은 다다노리요오코(横尾忠則), 좌측을 고헤이 스키라(杉浦康平) 그리고 중앙을 다나카이코(田中一光)라고 말하고 있다. 이렇게 다나카이코는 현역에서 가장 일본적 작업을 많이 하고 있는 2세대의 디자이너라 할 수 있는데 그는 1981년 UCLA Asian Performing Arts연구소에서 개최한 일본무용을 위한 포스터(사진 9)에서 기모노의 전형적 일본여성의 얼굴을 크게 전면에 표현하고 있는데 날카로운 면분할, 색채나 명도의 극대비, 그리고 무엇보다도 역삼각형의 얼굴 형태는 가장 자극적으로 강조되고 있다.

또한 다나카이코와 비슷한 세대로 역시 일본색이 짙은 나가이가스마사(永井一正)가 추천한 중진 마고도사이토 작품(사진 10)은 대단한 충격을 주고 있다. 사진을 부분적으로 잘라낸다거나 하는 것은 종종 사용하고 있는 기법이나 눈 부분을 예리하게 도려낸 그 정서를 우리는 이해하지 못하는 것이다. 나가이가스마사가 사이토의 작품에 대해 평하고 있는 것을 직역하자면 "일본적 감성을 옹호해 여백으로 긴박한 공간을 변화시키면서 현대를 예리하게 잘라낸 인상"이라 하고 있다. 이럴 때 우리는 잘라내었다는 표현 대신에 파헤쳤다라고 쓸 것이다.

가토후미치카는 일본 제일의 커뮤니케이션회 사 덴츠, 제 4CD국 크리에이티브 디렉터이다. 그의 작품은 서정적이며 영상미 넘치는 것으로 정평이 나왔다. 외국계 담배의 일본 토착화를 성공시킨 필립모리스 수퍼라이트 공원편 텔레비전 광고는 부드러운 영상으로 감미로운 서정성을 주고 있다(사진 11). 공원벤치에서 한 여자가 담배를 피우는 남자를 바라보고 있다. 남자가 담배를 벤치 위에 둔 채 자리를 뜬다. 남자가 되돌아왔을 때 여자가 담배를 집어 남자의 포켓에 넣어둔다. 전체적인 영상이 감미로워 보이는 듯하나 여기서 등장하는 여성의 얼굴은 카메라워크에 의해 길게 변형되어 아름다운 영상미라기보다 빠른 흐름의 톤이 수직으로 흐르는 것이 특유의 분위기를 연출하고 있다.

이러한 부드러운 영상의 광고는 외국으로는 싱가포르어라인, 우리나라의 아시아나 등 항공사 광고, 풀무원 광고 등에서 많이 볼 수 있다. 특히 우리나라에서 소프트 필터 사용이나 특수촬영으로 뽀얀 영상미를 연출하는 것을 선호하고 있음은 1994년 롯데 캐로플, 롯데백화점 롯데제과 아로마, 토탈패션 내외루벤스, 텡거벨, 태평양 아모레화장품 품질편, 에드윈 등 많은 자료를 통해 알 수 있다. 칠성사이다 광고도 역시 부드러운 영상으로 되어 있는 광고이다. 칠성사이다의 역사성을 개념으로 제작된 것뿐

만 아니라 나무막대기에 나란히 매달린 책보, 까까머리 세 어린이는 눈높이(eye level)의 카메라 각도 그리고 수평으로 된 자막 등이 늘상 우리가 경험하던 지각 세계와 다르지 않아 편안하다. "손이 예쁘면 좋은 아내가 아니래요"의 참그린 광고(사진 12)도 부드러움과 자연스러움이 표현되어 있다.

부드러운 커피 맥심 모카골드(사진 13)는 레골라 커피보다 순한 제품 특성을 직접적으로 표현하고 있는데 광고 전면에 부드러움이란 크레임을 단일하게 제시하고 있다. "부드러움은 자신감의 표현이죠." 작가 김한길은 엘칸토 구두의 제품 개념인 부드러움을 전하는 메신저로서 기용되고 있다. 그는 날씬하고 민첩해 보이는 캐릭터가 아니라 둥글둥글하니 부드러운 이미지를 주고 있는 것이다. 모델 김미숙도 그 부드럽고 여린 이미지로 모나리자 광고에서와 같이 많은 제품에서 선호되고 있다.

일본문화의 작위성은 조작된 카메라워크에 의해 광고에서도 여실히 나타나고 있다.

일본의 신사복 오대륙의 버려진 여인편 텔레비전 광고. 이른 아침 공원에서 트럭이 질주한다. 트럭에는 오대륙 신사복으로 묶여 있는 사람이 있고 방독면을 한 사람에게 의해 길가에 버려진다. 버려진 여인이 오대륙을 풀면서 모습을 나타낸다. 커트와 커트의 연결이 부드럽지 못하며 극적인 양각, 그리고 극단적인 설정, 광고 전면에 흐르는 피기함 등 여러 부분에서 일본적 특성을 나타내고 있다.

칼피스워터 광고에서 볼 수 있는 바와 같이 사진의 트리밍도 얼굴 부분을 과감히 반으로 자른다든지 사진면의 형태도 삼각형이나 예각적 형태로 자르는 데 주저하지 않는다.

비주얼 뿐만 아니라 커피처리에 있어서도 그 특성은 나타나고 있다. '香', '情'이니 하는 축약된 언어사용이 그것이다. 커피를 잘라 생각하여 딱딱하게 사용하는 경우를 종종 보게 되는데 커뮤니케이션 측면에서 볼 때 간결성에서 효과적이라 할 수 있으나 이는 일본의 가위나 칼에 의한 축소 지향적 특성의 표출이며 서술적 표현보다 경직된 느낌을 준다.

위의 연구를 토대로 일본 광고표현의 조형적 특성을 정리하고 그에 따른 비교개념으로서의 한국의 그 특성을 다음과 같이 살펴보았다.

- 작위적 / 자연적
- 격렬함—극적이며ダイナミック한 제스처의 강렬한 포즈가 많다 / 담담함—극적이며ダイナミック한 제스처의 강렬한 포즈가 적다
- 상식적이지 않은 트리밍의 기묘한 구도 / 보편적 구도
- 수직적 레이아웃으로 긴장감 연출 / 수평적 레이아웃으로 안정감 연출
- 극단적으로 변화무쌍한 카메라 앵글 / 눈높이(eye level)의 변화가 적은 카메라 앵글
- 예각의 예리한 형태 / 둥글둥글한 형태
- 모델의 표정이나 연출의 음산하고 위협적인 분위기 / 모델의 표정이나 연출의 온화한 분위기
- 중간톤 없는 극대비 / 약대비
- 깨끗이 정리된 제품이나 소품의 디스플레이 / 영성찬 제품이나 소품의 디스플레이
- 간결한 헤드라인과 커피 / 서술적 헤드라인과 커피



수직으로 되어 있거나 또한 썬을 듯이 예리한 형태, 호박의 씨, 날알마지도 정교하게 묘사, 번쩍번쩍 빛나는 금속적 질감의 금과 은을 사용하는 그라데이션, 작위성 등과 같은 일련의 특징—이 특징들은 예리함, 경직됨과 연관되고 있다/또한 수평적이고 자연적이며 둥글둥글한 유흥의 문화—붓에 의해 먹이 스며드는 정도가 많으면 많은 대로 좀 덜 스며들면 그런 대로 받아들였던 붓의 문화는 부드러운 유흥으로 집약되고 있다.

## 8. 결론

베네딕트가 말한 대로 군국주의적이며 탐미적, 용감하면서도 겁이 많고 도쿄 아사쿠사의 센소지나 東大寺 등 놀랄만한 규모의 건축물이 있는가 하면 좁디좁은 방, 캡슐호텔 등, 혼네(本音)와 健前(입장) 등 일본의 이중성에 관하여는 잘알려진 바이다. 마찬가지로 일본의 조형성에 있어 예리함이 있는가 하면 부드러움도 존재한다고 말할 수 있다. 즉 보가시(gradation) 기법, 소프트필터 사용, 그리고 미세한 것에 대한 애정어린 표현 등은 일견 부드러움으로 볼 수 있다. 그러나 그것은 우리와 비교할 때 그라데이션 스케일도 극대비 명도라든가 필립모리스 일본 광고편에서 본 바와 같이 음울하며 기묘함이 깃들여 있는 것이다.

그렇게 볼 때 우리나라의 문화 특성에도 어리숙하고 뜨뜻미지근하며 마음 좋고 부드러운 특성 이외에 오기라든가 김용운, 전규태 등이 주장하는 버선코나 김치의 매운맛 등에서 유추하고 있는 한국인의 독한 성격도 존재한다 할 때 부드럽다·예리하다라는 표현이 한 문화를 짚 수 있는 포괄적인 개념이라고 할 수는 없을 것이다. 더군다나 자유로운 표현 세계에서는 더욱 그러하다. 그러나 부드러움이나 예리함이 각자의 진화하는 다양한 문화속에 뚜렷이 존재하고 있음은 부인할 수 없다.

부드러움의 상대개념은 거친 것이고 예리함의 상대적 개념은 둔함이다. 따라서 본 논제의 두 개념은 정확히 말해 상대적 개념이 아니라 할 수 있다. 그러므로 부드러움이란 개념이 예리함에 비해 상위개념이라든가 하는 우열을 논함도 위험하다. 부드러움은 대비가 불명확하여 미적 다이내믹함이 부족하고 조형적 긴장이 예리함보다 못한 반면 예리함은 오늘날과 같은 산만한 주변환경에서 주목력이 강하여 커뮤니케이션 효과가 클 수 있을 것이다.

두 국가의 서로 다른 이같은 조형성은 문화적 항상성 속에 지속될 것이다. 한 나라의 조형성을 문화적 특질로서 논하는 것은 지각심리학자들이 밝힌 대로 이미지와 사고는 불가분의 관계에 있으므로 이미지를 필요로 하는 광고가 현상적이고 표피적인 감각이 아니라 의식이나 사고와 같은 정신적 문제이기 때문이다.

한글로 된 텍스트

## 참고문헌

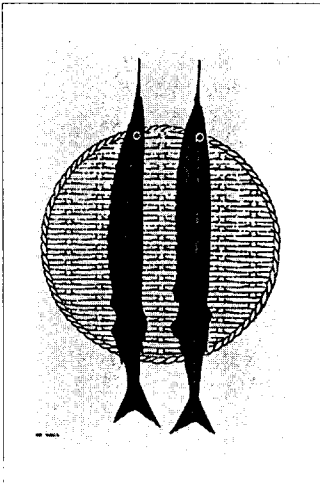
- 고유섭, 한국고대미술의 특성과 그 전승문제, 우리말, 글, 생각, 이화여자대학교, 1992.
- 김용운, 일본인과 한국인, 뿌리깊은 나무, 1978.
- 김용운, 日本人과 韓國人の 意識構造, 한길사, 1985.
- 金永起, 韓國人の 造形意識, 창지사, 1991.
- 김재은, 韓國인의 意識과 행동양식, 이화여대출판부, 1988.
- 노명식, 現代史의 길목에서, 正宇社, 1978.
- 박영재, 일본근대사의 성격, 한길역사강좌, 한길사, 1987.
- 이규태, 신바람의 韓國學, 기원원, 1988.
- 이어령, 축소지향의 일본인, 갑인출판사, 1982.
- 이영희, 그래픽산책, 금강기획사보, 1994.5.
- 이영희, 한국광고의 표현특성에 관한 연구, 광고연구, 한국방송광고공사, 1991, 겨울호
- 전규태, 韓日文化의 비교, 白文社, 1992.
- 최순우, 韓國美 斷章, 옛살림 1.2, 한국문화재보존수리기능인협회.
- 존 W. 홀, 박영재 역, 日本史, 역민사, 1986.
- 久野健 등, 진홍섭 역, 日本美術史, 열화당, 1978.
- 구로다가츠히로, 홍영의 옮김, 일본인 미국인 한국인, 지안사, 1994.
- 쓰지노부오, 이원혜 옮김, 일본미술이해의 길잡이, 시공사, 1989.
- 韓國繪畫, 國立中央博物館, 1986.
- CREATION, 六瀾社, 1981.1.
- 廣告 1 1950-68, 2. 1968-71, 3. 1971-75
- まフニまん, 廣告 1. 1950-68, 2. 1968-71, 3. 1971-75.
- 芳賀 紘, 日本人の心理表現, 中央公論社, 1986.
- 루드베네딕트, 국화와 칼, 을유문화사, 1969.



(사진 1) 眞宰 金允謙의 坡上神仙. 1700년대 중반. 파도의 표현이 부드럽다.



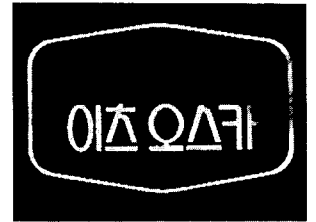
(사진 2) 가쓰시카호쿠사이 葛飾北舞 < 후지산의 삼십육경치 > 가나가와 파도. 1831



(사진 3) 1958년 갓고망 잡지광고를 위한 일러스트레이션. 정어리의 주둥이 표현이 찌르는 듯하다.



(사진 4) 1968년 갓고망 신문광고. 수직구도인데다가 톱니같은 비늘 등 위협적 표현을 하고 있다.



(사진 7) 1992년 일본오츠카회정품 이츠오츠카의 한국시장을 겨냥한 광고



(사진 5) 극렬한 포즈와 전체적인 분위기가 무섭도록 강한 이또 주 기업광고

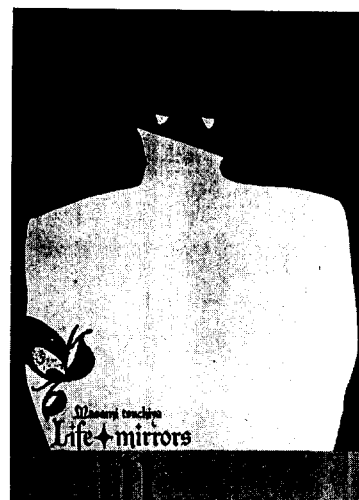
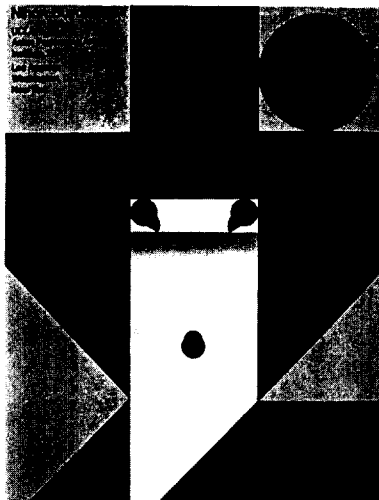
(사진 6) 이또주 기업광고 시리즈



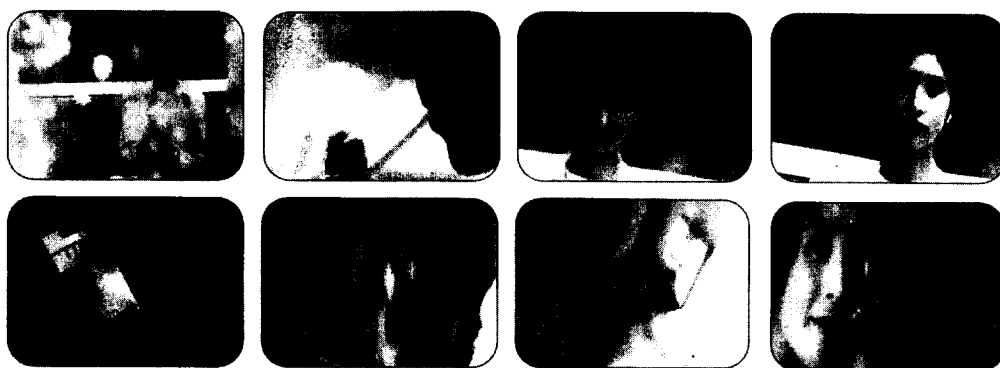
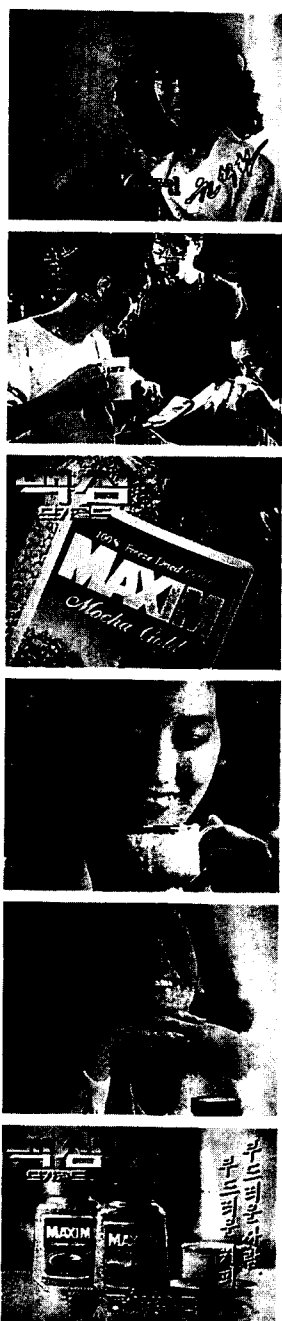
(사진 8) 낙엽이 자연스러운 모닝글로리 잡지광고

(사진 9) 1981년 일본무용을 위한 포스터 다나카이고 작품. 색채나 영도의 극대비, 역삼각형의 면 분할이 자극적이다.

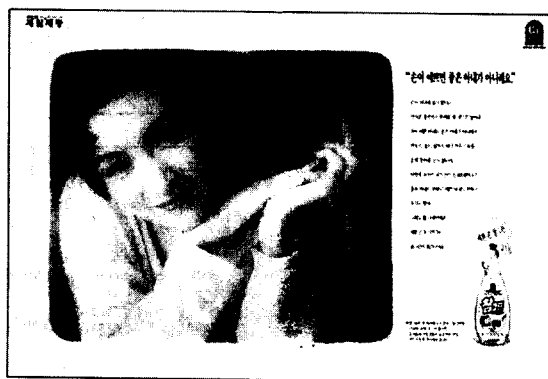
(사진 10) 마고도사이도 작품. 사진을 오려낸 것이 충격적이다.



(사진 13) 부드러운 커피 맥심 모카골드



(사진 11) 필립모리스 수퍼라이트 공원편. 특이한 카메라워크를 쓰고 있다.



(사진 12) 부드러움과 자연스러움이 표현되고 있는 참그린