

‘Art Furniture’에 있어서 ‘Limited Edition’의 의미와 가치 연구

최 병 훈^{†,1}, 서 명 원²

¹홍익대학교 목조조형가구학과, ²홍익대학교 디자인공예학과

The Value and Meaning of ‘Limited Edition’ in ‘Art Furniture’

Byung Hoon Choi^{†,1}, Myoung Won Suh²

¹Department of Woodworking and Furniture Design, Hongik University, Seoul 121-791, Korea

²Department of Design and Crafts, Hongik University, Seoul 121-791, Korea

Abstract: This article aimed to identify the significance of ‘Limited Edition’ in ‘Art Furniture’ field, which is rather well known in fine art like printing and sculpture. The consumer never responded to ‘Art furniture’ positively for its artistic quality and authenticity before than these days. For this, Author featured out current tendencies of ‘Art Furniture’ in terms of ‘Limited Edition’ can be easily found in well-known designer or artist’s work, suggests designers should aim for their design. This desire, as a result, gave an opportunity to designers to produce new products in various different ways. And at the same time, suggest a new method in furniture design. Furthermore, ‘Limited Edition’ became a channel and opens a new environment for designers to explore and come up with new experimental designs.

Keywords: art furniture, limited edition

1. 서 론

1.1. 연구 배경 및 목적

아트퍼니처(Art Furniture)의 작품성과 독창성은 소비자와 수집가들에게 큰 호응을 얻고 있으며, 그로 인해 더 많은 수요가 생겨나고 있다. 이러한 다양한 기호에 따른 욕구는 단품 생산(One-off) 뿐 아니라 리미티드 에디션(Limited Edition)을 통해 수요를 충족시키고 있으며, 작가, 디자이너로 하여금 좀 더 새롭고, 다양한 방법의 가구제작을 할 수 있는 여건을 만드는 동시에 가구디자인 분야에 새로운 방법을 제시하고 있다.

이와 같은 맥락에서 본고는 가구디자인 분야에

서 아트퍼니처와 리미티드 에디션의 현상을 현재 활동하고 있는 디자이너 작품을 통해 살펴봄으로써 가구 창작 분야의 주요 양상과 관점의 논의를 제안하며 가구 디자인 분야에서의 단품화 또는 한정생산으로 예술적 작품을 추구하는 아트퍼니처에 있어서 리미티드 에디션의 가치와 의미를 통해 다양한 기호(예술적인 기호)충족에 대해 고찰하고자 한다.

1.2. 연구 범위 및 방법

본 연구는 다음과 같은 단계적 접근을 통해서 아트퍼니처에 있어서 리미티드 에디션의 모습을 살펴보고자 한다.

1) 리미티드 에디션의 개념적 접근을 위해, 순수 미술에서 논의 되었던 한정판에 대한 고찰을 역사

2011년 11월 29일 접수; 2012년 1월 14일 수정; 2012년 1월 16일 게재확정

[†] 교신저자 : 최 병 훈 (bhchoi@hongik.ac.kr)

적 사례로 살펴본다.

2) 디자인 분야에서의 리미티드 에디션의 개념은 언제부터 논의되었으며, 시대적 사회적 배경과 함께 논의된 희소가치의 부재와 획일화 문제점을 바탕으로 시작된 리미티드 에디션에 대해 알아보고자 한다.

3) 아트퍼니처와 리미티드 에디션의 관계에 대해 고찰해 봄으로써 아트퍼니처의 독창성과 예술성이 가진 가치의 극대화의 방법이 리미티드 에디션으로 표현되고 있는 것을 시대적, 작가 중심으로 입증한다.

4) 아트퍼니처에 있어서 리미티드 에디션의 보다 실질적 이해를 위해 최근 최근의 작품들의 에디션(Edition) 사례를 통해 분석한다.

1), 2), 3)항에서는 역사적 사실을 바탕으로 리미티드 에디션의 개념과 디자인과의 관계, 아트퍼니처와 관계에 대해 기술하였으며, 4)에서는 비교적 최근의 작품들의 리미티드 에디션에 대한 사례 분석을 중심으로 진행 하였다.

2. ‘Limited Edition’의 개념

리미티드 에디션(Limited Edition)이란 스페셜 에디션(Special Edition) 혹은 디럭스 에디션(Deluxe Edition), 콜렉터 에디션(Collector’s Edition) 등으로 불리는데 미술과 책, 음악, 영화 심지어 자동차까지 다양한 분야의 제품에서 생산제품의 수량에 제한을 둔 것을 말한다(Britannica, 2011). 한정수량과 몇 번째 생산 제품인지를 명시하며 특별한 재료나 종류, 의미를 내포하고 있다.

에디션(Edition)이라는 단어는 원래 순수미술에서 왔으며, 본래 판화를 인쇄할 때 사용하는 제한수량을 의미한다. 작가들은 한 개의 작품을 만들었지만, 대중적인 인기가 입증되면 다른 에디션(Edition)을 만들었다(Sophie 2009).

초기의 판화는 많은 양을 인쇄 할 수 있는 복수성에 중점을 둔 전달매체로서, 전달과 보급에 중점을 두었다. 그래서 판화 작가는 회화와 비해 예술적 가치가 낮은 것으로 평가되었다. 현대에 이르러 판화의 개념이 회화와 같아지면서 화랑이나 미술

관에서 취급되고 소장되기 시작하자 판화의 복수성 개념이 달라지기 시작했다. 과거에는 거의 무한정으로 찍어내던 판화에 한정 찍기(Edition)개념이 도입되었고 복수의 오리지널(Original) 작품으로 인식하게 되었다.

조각에서는 몰드(Molding)작업을 통해 제작되는 경우 비슷하거나 같은 작품이 여럿 나올 수 있었는데 작품을 구분하며 각각의 작품에 오리지널(Original)을 인정하기 위해 역시 작품의 개수에 제한을 두어 리미티드 에디션을 만들어 내는 방식을 취하게 된다.

그래서 1960년 비엔나에서 개최된 제3회 국제미술인회의(The Third International Congress of Artists)에서 인준된 사항을 기초로 해서, 1963년 유네스코 지부의 ‘국제화가, 조각가, 판화가 협회’(International Association of Painters, Sculptors and Engravers) ‘영국위원회’가 세부원칙을 첨가하여 오리지널 판화의 개념을 정의하면서 리미티드 에디션에 대한 인정과 인식이 세워지게 된다. 이는 기계적으로 생산되는 복제 작품도 그 수에 제한을 두면서 오리지널로 인정을 받을 수 있는 계기를 마련한 것이다(임 2007).

이처럼 판화와 조각의 새로운 오리지널 개념이 생김으로써 그 작품을 소유하려는 관심이 높아지고 이는 판화, 조각 제작의 확산으로 이루어졌다.

이러한 리미티드 에디션의 개념은 여러 분야로 퍼져가게 되는데, 같은 문제를 안고 있던 사진 분야에서도 적용되었다. 판화보다 더 생산적인 사진은 사진작가의 의도와 예술성을 극대화하기 위해 특수한 인화 약품, 인화지, 잉크 등을 통해 기존의 방식에서 벗어나 새로움에 도전하고 실험적 작업을 통해 창작적 작품으로 리미티드 에디션 포토그라피(Limited Edition Photography)를 만들고 판화와 같이 작가의 서명과 번호를 기입하게 된다.

이와 같이 리미티드 에디션은 작품의 희소성(稀少性)과 오리지널리티(Originality: 작품의 원본임이 증명되는, 독창성이 있는)의 확장을 이루게 해주었다.

디자인 분야 역시 복제제품의 생산에 따르는 획일화의 문제를 피할 수 없었으며 희소성에 대한



Fig. 1. Design & Painted by William Morris, 1856.

가치 상승을 위한 방법에 대한 고찰이 이루어지며 리미티드 에디션의 개념이 확장된다.

3. Design에 있어서 'Limited Edition'

디자인에 있어 리미티드 에디션의 필요성은 대량생산에 대한 폐해와 문제점을 이야기한 이탈리아 미래파(20세기 초 아방가르드 단체 중 1909년 필리포토마스 마리네티(Filippo Tommaso Marinetti)가 설립)에서부터 시작되었다. 하지만 이들의 사상이었던 대량생산의 구조의 변화는 그리 쉽게 무너지지 않았고 반세기가 넘게 시간이 흐른 뒤에야 리미티드 에디션 디자인(Limited Edition Design)이라는 단어로 시작되어진다(박 2007).

20세기 초반 기술의 진보는 대중의 관심을 얻었고 디자인과 생산을 두 단계로 나누어 각각의 분야를 다른 사람이 담당하면서부터 전문 디자이너 개념이 등장했다. 하지만 여전히 이성주의에 집착하는 성향과 함께 산업화된 미적 특성에 초점을 두었다. 결과적으로 이들의 작업은 대부분 기하학적 형태에 초점을 두었고, 비평가들은 작품에 대해 '사각형의 독재'라는 평을 내리기도 했다.

1914년부터 시작된 20세기 초반 디자인에 대한 서로 다른 접근은 결국 산업과 미학사이의 풀리지 않는 긴장 관계를 여실히 보여주었다. 디자인이 산업 생산에 종속되어서는 안 된다는 주장과 이와는 반대되는 규격화 원칙 주장이 팽팽히 맞서고 있었다(박 2007).

1950년대 이후, 1.2차 세계대전 이후 경제공황을 벗어나기 위해 더욱 대량생산에 초점을 맞추고



Fig. 2. Designed by Philip Webb. Painted by William Morris, 1816~1862.

있었고 이것을 타계하기 위한 수단으로 제품의 디자인의 변화를 주어 대량생산하지 않고 리미티드 에디션으로 발전한다. 초기의 디자인의 변화에서 벗어나 디자이너, 작가와의 협업(Collaboration)을 통해 예술성과 작품성에 그 초점을 맞추어 나가게 된다.

디자인은 전통적으로 디자인이 대량생산에 초점을 둔 작업이었다는 것을 의미한다. 판매량에 따라서 그 성공여부를 판단하였지만 대량생산이 극도에 달하면서 그 희소가치의 부재와 미적가치 희일화의 문제점이 발생하게 되었다. 디자인 분야의 이러한 문제점 해소를 위한 방법으로 순수미술 분야가 희소성의 극복과 소장욕구의 한계극복을 위해 채택한 리미티드 에디션 제작방식을 오히려 역발상에 의한 희소성 추구하고 소장욕구 충족을 위하여 사용하게 된다.

이러한 디자인 분야의 리미티드 에디션 생산방식은 다음 세 가지 원인에 의하여 확대, 발전하게 된다.

- 첫째, 디자이너의 창조적 욕구
- 둘째, 소장자의 희소가치 추구
- 셋째, 새로운 미술, 디자인 시장의 확대

4. 'Art Furniture'와 'Limited Edition'

아트퍼니처는 디자이너의 예술성과 감성을 표현하는 작품으로 분류된다. 그러기에 작품의 수량이 있어서 제한적일 수밖에 없으며 리미티드 에디션의 성격을 내포하고 있다. 리미티드 에디션은 한정



Fig. 3. Armchair for Casa Calvet. Antonio Gaudi I Cornet. 1898~1900.

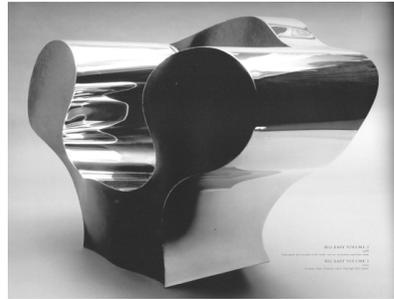


Fig. 6. Big Easy Volume 2, Ron Arad. 1988, Edition of 20 + 5 Artist's Proofs.



Fig. 4. Casa Calvet (Barcelona, Spain) 1898~1899 내부 모습.

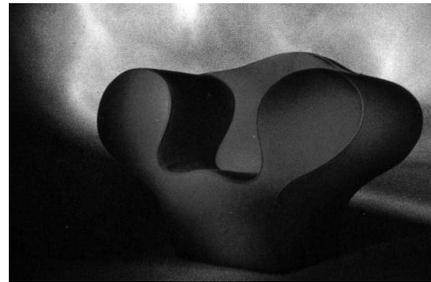


Fig. 7. Sofa Big Easy. Ron Arad. 1990.



Fig. 5. Casa Battlo (Barcelona, Spain) 1877, 내부 모습.

된 수량의 작품을 의미하기 때문에 단품의 작품도 그것에 해당하며 아트퍼니처 작품 역시 이 범주에 해당한다(Sophie 2009).

산업 혁명 이후에 아트퍼니처는 리미티드 에디션으로 정립되는 계기를 갖게 되는데 윌리엄 모리스가 회화로 마무리한 작품에서 보듯, 아트퍼니처가 독립된 작품이며 그것이 리미티드 에디션으로 인정된다(Rosalind 2009). 그의 작품은 회화 때문

에 단품만으로 존재할 수 있는 이유가 되면서 그 제품의 수가 제한되고(Limited Edition) 작품성과 독창적인 가구로(Art Furniture) 의미를 가지게 된 것이다(Figs. 1, 2).

20세기 초에 들어서면서 아트퍼니처는 건축가, 사상가, 예술가 등 더 많은 범위의 영향을 받으며 발전하기 시작한다. 안토니오 가우디(Antonio Gaudi I Cornet, 1852~1926)의 작품 Armchair for Casa Calvet은 그의 건축 Casa Calvet과 Casa Batllo에서 사용하기 위한 맞춤형 디자인이자 리미티드 에디션의 성격을 띠고 있다. 아방가르드한 분위기의 건축물 실내는 기존에 가구는 만족하지 못했던 가우디는 본인의 독창적이며 예술적인 표현력으로 가구를 제작하여 두 곳의 건축물 실내에서 사용하도록 했다(Figs. 3~5).

이렇게 아트퍼니처가 리미티드 에디션의 역할을 해주었으며, 일반 소비자에게 구매 욕구를 자극하게 된다. 예술적가치가 높은 아트퍼니처는 대량생산에 맞는 소비제와 생산방식으로 전환하면서 상품화 되어 일반 대중의 욕구를 충족시켜주게 된다.



Fig. 8. Felt Chair. Marc Newson. 1989.

론 아라드의 작품 ‘Big Easy Volumes 2’는 그의 작품성과 독창성이 잘 보이는 아트퍼니처로 금속(Stainless steel)으로 20 + 5개 한정 생산된 작품이다(Barry 2005).

이후 소비자들의 요구에 의해 생산성이 높은 폴리에틸렌(polyethylene)으로 이탈리아의 가구회사 모로소(Moroso)에서 대량생산함으로써 대중들의 욕구를 충족시켜주게 된다(Figs. 6, 7).

가구디자인 분야는 공산품으로서의 가치로만 판단되어져 왔지만, 디자인의 역발상으로 예술가, 디자이너에 의해 창조적이며 독창적인 작업물들이 리미티드 에디션의 방식을 따르게 되었고, 가구디자인의 희소성 획득과 함께 가구의 예술성을 획득하며 가구 분야에 아트퍼니처라는 또 다른 영역의 확장과 함께 높은 가치를 획득하는 계기가 마련되었다. 이러한 방식을 통해 예술가, 디자이너는 아트퍼니처를 통하여 보다 자유롭고 창조적인 활동을 할 수 있는 계기가 마련된 것이다.

대량생산의 방식에서 아트퍼니처로 전환을 꾀하는 경우가 있는데 마크 뉴슨(Marc Newson, 1963~)의 Felt Chair의 경우 대량생산을 하기위해 알루미늄과 유리섬유를 사용하여 이탈리아 가구 회사 카펠리니(Cappellini)를 통해서 제작, 생산되었다. 이후 그 작품의 희소성을 필요로 한 소장자들의 요구가 있어 그의 작품성과 예술성을 담은 6개의 리미티드 에디션으로 ‘Orgone Chair’가 아트퍼니처로 제작된다(Figs. 8, 9).

디자이너들의 작업물들이 대량생산되면서 사라진 희소성에 대한 욕구는 디자이너로 하여금 새로운 작업을 하게 만들었으며, 이것은 그들의 자유로



Fig. 9. Orgone Chair. Marc Newson. 1992~1993. Edition of 6.

운 작업과 예술성을 아트퍼니처를 통해 발휘 할 수 있게 되었다.

아트퍼니처가 시장 논리에 의거 대량생산에 맞는 소재와 생산방식으로 전환하여 리미티드 에디션으로 일반 대중의 욕구를 충족시켜주는 역할을 수행하게 되는 예와 그 반대의 예는 아트퍼니처가 그 작품의 예술성과 독창성으로 산업에 미치는 영향을 보여주고 있다(Sophie 2009).

이렇게 아트퍼니처가 영역을 확장하며 시장규모를 확대해 나가고 있는 현상은 국내외에서 열리는 전시회를 통해서 확인할 수 있다.

2005년부터 개최되어 매년 방문자의 수가 증가하고 있는 Design Miami/Basel (6월-스위스, 바젤, 12월-미국, 마이애미)은 아트퍼니처가 그 중심에서 가장 활발히 거래되며 관심이 집중되고 있다.

2011년 6일간 개최된(11.29~12.4) 디자인 마이애미(Design Miami)에서는 런던, 파리, 뉴욕, 로테르담, 스톡홀름, 서울 등지에서 23개의 갤러리가 참여하였고, 수집가, 미술관, 박물관 관장 등이 약 29,000명 방문하였다(Design 2011).

또한 국내에서도 아트퍼니처의 시장이 확대되어가면서 많은 갤러리에서 해외디자이너의 리미티드 에디션 작품이 전시되고 있다.

2005년 장 푸르베(Jean Prouve 1901~1984)전을 시작으로 2006년 조지 나카시마(George Nakashima 1905~1990)전, 2007년 샤를로트 페리앙(Charlotte Perriand, 1903~1999)전, 2008년 론 아라드(Ron Arad, 1951~)전, 웬델 캐슬(Wendell Castle, 1932~)전, 자하 하디드(Zaha Hadid,

Table 1. 해외 디자이너 아트퍼니처(Art Furniture) 국내 전시

디자이너	전시장	전시기간
Jean Prouve	국제갤러리	2005.2.28~3.31
George Nakashima	국제갤러리	2006.4.18~5.18
Charlotte Perriand	국제갤러리	2007.5.4~6.30
Wendell Castle	서미갤러리	2008.3.14~4.11
Ron Arad	가나아트센터	2008.3.27~4.20
Zaha Hadid	서울디자인올림픽아드	2008.10.10~10.30
Joris Laarman	국제갤러리	2011.12.13~2012.1.20



Fig. 10. WIS Design. Decades chest of drawers. 2007.



Fig. 11. Maarten Baas, Plastic chair in Wood. 2008. Edition of 50.

1950~)전, 2011년 요리스 라만(Joris Laarman, 1979~)전 등의 전시가 열렸으며 계속 확대되고 있다(Table. 1).

또한 2010년 시작된 서울디자인옥션(Seoul Design Auction)에서 매년 경매 내용 중 국내외 작가들의 아트퍼니처가 70~80% 차지하는 결과를 나타내고 있다(서 2010, 2011).

국내 갤러리 전시와 옥션의 이러한 현상들은 2005년 이후 본격적으로 국내에서도 아트퍼니처의 수요가 증가하고 있음을 보여주고 있는 사례이다.

5. ‘Art Furniture’에 있어서 ‘Limited Edition’의 사례

사람들은 누구나 소유할 수 있는 대량생산된 제품에 대해 실증을 느끼고 있다. 어디에서 그 물건들의 영혼과 감성을 찾을 수 있으며, 개성과 역사를 찾을 수 있는가(Sophie 2009)?

이는 현재 가구디자인의 독창성과 단품으로서의 가치에 대한 욕구가 점차 커져가고 있다는 점을 보여주고 있다. WIS Design (Design studio based in Stockholm, Sweden. Composed by the designers Lisa Widén and Anna Irinarchos)의 전시에서 그들의 표현방법은 단품을 위주로 하고 있으며 전혀 대량생산에 대해 고려하지 않았고, 완벽한 표현의 자유를 누릴 수 있었다고 말한다(Fig. 10).

또한 구매자와 수집가들의 욕구에 의해 리미티드 에디션으로 가구가 제작되는 사례가 있다. 이것은 작가의 의도이며 동시에 수집가들을 만족시켜주게 된다. 대량생산되는 작품은 그 희소성의 가치가 떨어져 디자인의 작품성을 인정받지 못하고 소비재로 여겨지는 경우가 많다. 마틴 바스(Maarten Baas, 1978~)의 ‘Plastic Chair in Wood’는 대량 생산되어진 의자의 재료를 바꾸어 리미티드 에디션으로 작품을 발표했다. 이미 생산되고 무수히 많이 팔린 값싼 플라스틱 의자를 중국의 목공예 장

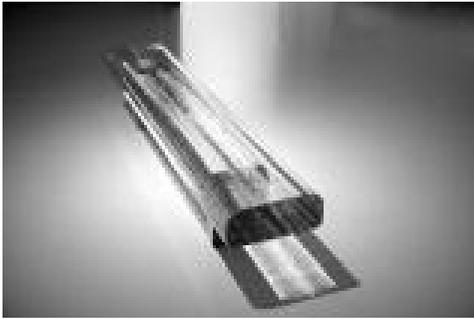


Fig. 12. Water Block. Tokujin Yoshioka. 2007. Edition of 2.



Fig. 13. Sculpt Dining Chair. Maarten Baas. 2007. Edition of 8.

인의 손을 통해 나무를 사용해 50개 한정 생산하였다. 이것은 대량생산과 디자인에 대한 상관관계에 대한 비판적 의미를 담고 있다. 대량생산되어진 물건의 디자인이 값이 싸지 않을 수 있다는 것을 의미하며 재료와 장인의 손길로 같은 형태의 물건도 더 높은 가치를 인정받을 수 있다는 점을 보여준다(Fig. 11).

도쿠진 요시오카(Tokujin Yoshioka, 1967~)의 작품 'Water Block'은 항공 산업에서 사용되는 특수한 유리(현존하는 유리 중 투명도가 100%에 가장 가까운 소재)를 활용하여 작품을 만들었다. 소재의 특수함으로 절대적인 가치를 표현한 이 작품은 생산의 어려움 때문에 단 2개의 작품만 존재한다. 이렇듯 독특한 소재를 통해 작가의 독창적인 예술성을 표현해 내는 아트퍼니처의 하나의 영역이자 방법이다(Fig. 12).

마틴 바스의 'Sculpt Dining Chair'는 본인의 스케치를 그대로 작품으로 옮겨 놓았다. 컴퓨터를 사



Fig. 14. Abilene Racking Chair. Wendell Castle. 2008. Edition of 8.



Fig. 15. Dune Table. Zaha Hadid. 2007. Edition of 8.

용한 디자인 작업은 대량생산에 기초한 것이라면 본인의 손으로만 그릴 수 있는 작업은 대량이 아닌 리미티드 에디션으로 더욱 가치가 높다는 점을 표현한 작품으로 8개만 제작되었다. 손으로 그린 스케치의 선을 그대로 작품으로 옮겨 놓아 어느 방향에서 바라보아도 정확한 직선이나 평면은 존재하지 않으며 이것이 산업생산과 손을 통한 수공예적 생산의 차이라는 것을 명백히 보여주고 있다(Fig. 13).

1960년대 미국 수공예부흥운동(Craft Revivalism)의 중심에서 미국 현대 아트퍼니처의 기초를 닦고, 그 이후로도 꾸준히 스튜디오 중심의 개인주의 성향이 강한 조각과도 같은 가구를 제작해온 웬델 캐슬(Wendell Castle, 1932~)의 작품 'Abilene Racking Chair'은 8개 한정 생산되었다. 역동적인 볼륨감을 지닌 조형물과 같은 디자인을 하는 자하 하디드(Zaha Hadid, 1950~)의 'Dune Table'은 마치 가구가 아닌 하나의 조각을 보는 것처럼 그녀의 독특한 공간감으로 표현된 작품이다. 8개만



Fig. 16. Oh Void 1. Ron Arad, 2002. Edition of 20 + 5 Artist's Proofs.



Fig. 17. Afterimage 07-244. Byung Hoon Choi, 2007. Edition of 15.

을 생산한 이 작품은 가구디자인이 디자인의 영역에서 벗어나 조각품이 될 수 있으며, 이것을 통해 작가의 예술성과 독창성을 표현할 수 있다는 것을 보여준다(Figs. 14, 15).

오랜 시간동안 재료와 공법 및 조형에 있어서 다양하고 독창적인 방법을 시도해 왔던 론 아라드(Ron Arad 1951~)는 대량생산으로는 불가능한 형태의 가구를 디자인하고 있으며 그 작품을 기초로 새로운 재료와 공법을 사용하여 더욱 발전된 모습의 새로운 디자인을 계속적으로 만들어 내고 있다. 이것은 작가로서 조형적인 아트퍼니처를 디자인하고 그 예술성과 작품성을 발전시켜가는 과정을 보여주는데 작품의 생산 개수에 한계를 두고 조각과 같은 의미의 작품을 만들어 내고 있다. 그의 작품인 ‘Oh Void 1’은 20 + 5개의 한정 수량의 작품으로 발표 되었다(Fig. 16).

최병훈(Byung Hoon Choi 1952~)의 ‘Afterimage 07-244’는 흐르는 듯한 조형적 형상에 육중한 검정 화강석으로 가구의 구조적 문제를 해결하며 자연미를 추구하는 담백한 그의 디자인 세계를 표현하고 있다. 역시 15개의 한정 수량의 작품으로 발표 되었다(Fig. 17).

6. 결론 및 제언

오늘날 가구디자인 분야에서 보이는 다양한 변화와 발전은 우리에게 많은 것을 시사한다. 후기산업사회에서 공산품으로 취급받으며 획일화된 디자인이 주를 이루던 가구디자인분야에서 아트퍼니처

는 독창적인 예술적 가치를 보여줌으로써 새로운 시장을 확대하였다. 가구디자인 분야에 아트(Art)가 접목되면서 새로운 시장을 창출하였을 뿐 아니라 획일화된 디자인 문제점을 가지고 있던 가구의 새로운 개념 확장을 이루었다.

아트퍼니처 시장의 확대는 새로운 수요를 만들어 냈으며 그 수요의 증가는 리미티드 에디션이라는 방법을 통해 충족시키게 되었다.

가구디자인 분야에 있어 대량생산을 통해 부각되었던 획일화의 문제점과 단점이 가지고 있는 공급부족의 문제점이 리미티드 에디션을 통해 극복될 수 있으며, 독창적인 예술적 가치 표현의 기회를 넓혀 갈 수 있음을 확인함으로써 아트퍼니처가 리미티드 에디션을 통해 더 발전 할 수 있는 가능성을 구체적 사례를 통해 입증하였다.

리미티드 에디션 작품은 디자이너의 개인적 창조력에 대한 다양한 실험 기회를 가지게 만들었다. 이는 획일화된 시장 속에서 리미티드 에디션이라는 방법을 통해 작품의 예술성과 독창성이 제시되었다는 점에서 가구디자인의 지속적인 발전과 새로운 영역 개척에 고무적인 현상이라고 할 수 있다. 또한 제조업에서 가구디자이너의 감성을 요구하는 현상이 만들어졌다는 점에서 디자이너에게 비용적인 제한 상황을 고민하지 않고 독창적 감성 표현을 위한 최대한의 실험과 투자에 집중할 수 있는 환경이 마련되었고, 리미티드 에디션 작품을 통해 작가들의 경제적인 해결점을 찾을 수 있는 기회가 된 것이다.

이와 같은 변화들은 이제 디자이너들에게도 보

다 더 자유롭게 생각하고 실험적으로 작업할 수 있는 환경이 마련되기 시작했음을 예고한다.

본고는 이와 같이 사회적, 경제적 변화 속에서 아트퍼니처의 예술적, 독창적 세계가 리미티드 에디션 제작방식으로 확대하여 나아갈 것을 제안한다. 이는 리미티드 에디션이 아트퍼니처의 희소성을 유지하며 예술적 가치 확대와 소장의 확대를 동시에 추구할 수 있는 기회를 우리에게 제공하고 있기 때문이다.

향후 가구디자인 분야의 발전적 확대를 위해 아트퍼니처의 리미티드 에디션 제작방식에 관하여 활발한 논의가 되어 지기를 기대해 본다.

사 사

이 논문은 2010학년도 홍익대학교 학술연구진흥비에 의하여 지원되었음.

참 고 문 헌

- 박진아, 조나단 M. 우드햄, 2007. 20세기 디자인-디자인의 역사와 문화를 읽는 새로운 시각. 시공사. 서울, 한국: 13, 15, 84, 85.
- 서울옥션. 2010, 2011. 서울디자인옥션 1, 2, 3, 4, 5, 6, 서울옥션. 서울, 한국.
- 임영길, 입장훈. 2007. 사진과 판화의 재생산: 기술 복제를 향한 도전, 한국기초조형학회 vol. 8 no. 1 (2007. 2): 1-8.
- 최병훈, 홍민정. 2011. 가구의 예술성에 관한 연구-현대 아트 퍼니처 작품분석을 중심으로, 한국가구학회지 22(1): 42-53.
- 토마스 하우페, 이병종 역. 2005. 디자인-즐거운 지식여행 6. 예경. 서울, 한국.
- Barry Friedman Ltd. 2005. Ron Arad, Assouline, NewYork, USA: 39, 80.
- Britannica. 2011. Encyclopaedia Britannica 2012. Encyclopaedia Britannica Intl, London, UK.
- Charlotte & Peter Fiell. 1997. 1000 Chairs, Taschen, Koln, German: 51, 77, 604, 609.
- Design Miami/Basel. 2011. General Press Release, Design Miami/Basel, Miami, USA ([www.designmiami.com/images/content/channels/General%20Press%20Release_10_24\(1\).pdf](http://www.designmiami.com/images/content/channels/General%20Press%20Release_10_24(1).pdf))
- Gillian, N. 1990. The Arts and Crafts Movement: A Study of Its Sources, Ideals and Influence on Design Theory, Trefoil Publications Ltd, London, UK: 76, 77,
- Henri, G. 2004. Design & Imitation-industries francaises de l'Ameublement, Medifa, Paris, France: 34, 35.
- Rosalind, P. Blakesley, 2009. The Arts & Crafts Movement. Phaidon Press. London, UK: 38, 39.
- Sophie, L. 2009. limited Edition - Prototypes, one-off and Design Art Furniture. Birkhauser. Berlin, German.
- Tokujin, Y. and K. Hashiba. 2010. Tokujin Yoshioka. Rizzoli. NewYork, USA: 19, 20.
- www.choibyunghoon.com.
- www.design4now.com.
- www.designmiami.com.
- www.ganaart.com.
- www.kimks.net.
- www.kukje.org.
- www.maartenbaas.com.
- www.marc-newson.com.
- www.ronarad.co.uk.
- www.seomituus.com.
- www.seoulauction.com.
- www.tokujin.com.
- www.wisdesign.se.