

개념 중심의 디자인아트 - 순수미술, 디자인으로부터 개념 중심의 디자인아트로의 이행 과정을 중심으로 -

강 현 대^{†,1}, 김 소 현²

¹상명대학교 생활예술학과, ²홍익대학교 목조형가구학과

Concept based Design-Art

- Focused on the Transition Process from Fine Art and Design to Concept based Design-Art -

Hyun-Dae Kang^{†,1}, So-Hyun Kim²

¹Department of Life Art & Design, Sangmyung University, Seoul 110-743, Korea

²Department of Woodworking & Furniture Design, Hongik University, Seoul 121-791, Korea

Abstract: Concept based Design-Art is a flow formed while focusing on works not dividing boundaries with concept on top in a transition to content-centered communication methods from medium-centered communication methods so far dividing design genres. This movement begins in a try to create upper-level concepts before works and products come into being in pure art and design respectively. This thesis draws out the definition of Concept based Design-Art through its researches, diagnoses directionality of Concept based Design-Art by analyzing Concept based Design-Artists' works and considers their social duties and roles. Outcome of this study will help working authors, designers, and Design-Artists grasp the changing phases of design and art, establish their own directionality, and predict how the Concept based Design-Art market will change in the years ahead. Besides, it will be a good reference by which for them to build their own 'concept,' consider their relationship to the society and check where they are.

Keywords: concept based design-art, concept, design-art

1. 서 론

1.1. 연구배경 및 목적

순수예술 작가들은 미술관 밖에서 대중과 작품을 소통하며, 디자이너들은 제품 이전의 개념을 미술관 안에서 전시를 통해 소통한다. 조각가와 건축가와 생물학자가 집이라는 주제로 공동 프로젝트를 진행하며, 수학자는 예술가들과 협업을 통해 수

학 공식을 공감각적 형태로 풀이하여 전시를 하는 등 장르 간의 협업은 근대 이후 그 어느 시대보다도 더 활발하게 이루어지고 있으며, 장르 간의 구분은 더 이상 무의미한 것으로 보인다. 매체와 형식 중심의 예술에서, 근대 이전 소통 방식의 주를 이루던 내용 중심의 예술로 다시 회귀하고 있는 듯하다. 그렇다면 이러한 변화의 배경은 무엇이며 그 변화 양상은 어떠한가? 또 그 작업들은 어떠한 내용을 소통하고 있는가?

본 연구자는 2012년에 발표한 [디자인아트 : 개념 형성 과정을 중심으로] 논문에서 디자인아트의

2015년 3월 19일 접수; 2015년 4월 10일 수정; 2015년 4월 10일 게재확정

[†] 교신저자 : 강 현 대 (kanghd@smu.ac.kr)

형성 배경을 1960년대 ‘새로운 예술시장의 형성’과 1980년대 인터넷의 보급화로 인한 ‘디자인 개념의 확장’으로 보고 개념 형성 과정을 중심으로 디자인 아트를 ‘예술로서의 디자인’, ‘실질적인 기능성보다는 추상적인 기능성에 초점을 둔 디자인’, 그리고 ‘기능성에 초점을 둔 사용가능한 예술’로 정의한 바 있다(강현대 외 2012). 2000년대 들어 디자인아트는 개인 가치의 신장과 디지털 기술의 발전을 발판삼아 그 어느 때보다 더 다양하고 급진적인 변화를 보이고 있다. 그러나 그 내용에 대한 분석은 아직 많이 이루어지지 않은 실정이다.

이러한 점에서 본 연구자는 디자인아트를 크게 재료 중심과 개념 중심 두 가지로 구분하여 바라보았으며, 본 논문에서는 내용을 중심으로 소통방식이 변화하고 있는 점을 반영하여 우선적으로 개념 중심의 디자인아트에 대하여 연구하고자 한다.

‘개념 중심의 디자인아트’를 이해에 무리가 없다고 판단한 ‘개념 디자인아트’라는 용어로 축약 정의하였으며, 개념 디자인아트의 근간을 이루는 시대적 배경을 파악하고 개념을 중심으로 순수미술과 디자인이 통합되어간 배경을 분석하고자 한다.

이렇게 분류하고 정의하고 의의를 도출하고자 하는 것은, 한 시대의 미술 흐름을 연구하는데 있어서 다양한 분류 체계에 의한 이해만이 과거로부터의 변화를 효과적으로 인지하고 이해할 수 있는 방법이라고 판단했기 때문이다. 나아가 현대 개념 디자인아트의 작품 분석을 통한 내용 연구를 통해 디자인아트의 흐름을 파악하고 앞으로의 디자인아트가 당면한 과제와 디자인아티스트의 사회적 역할을 찾는데 본 논문의 목적이 있다.

1.2. 연구범위 및 방법

본 논문에서는 먼저 ‘개념 디자인아트’의 근간이 되는 배경 고찰을 통해 ‘개념 디자인아트’의 정의 및 의의를 도출해보고자 한다. 이를 위해 탈영역화 움직임이 활발하게 진행되기 시작한 1960년대를 전후한 시기부터 디자인아트 개념이 형성되기 시작한 1990년대까지를 ‘개념 디자인아트’ 형성 배경 연구의 시기로 한정한다. 이러한 배경 연구를 토대로, 디자인아트라는 용어가 통용되고 다양화

되기 시작한 2000년대 이후를 ‘개념 디자인아트’ 내용 연구의 시기적 범위로 설정한다.

2장에서는 순수미술과 디자인으로부터 개념 디자인아트로의 이행 과정을 살펴보고, 이 시기 개념 중심의 디자인아트 작품들이 등장하게 된 배경을 크게 순수미술의 측면에서 바라본 ‘매체의 확장’과 디자인 측면에서 바라본 ‘제품 개념의 확장’으로 구분하여 살펴보고자 한다. 3장에서는 2장에서 언급한 순수미술과 디자인으로부터 개념 디자인아트로의 이행 과정에 대한 이해를 토대로 개념 디자인아트의 정의 및 의의를 도출하며, 2000년 이후 발표된 개념 디자인아트 작품들을 중심으로 현대 개념 디자인아트의 내용을 파악한다.

개념 중심의 디자인아트로 통합되어가는 움직임 속에서 ‘가구’ 분야에서도 가구라는 ‘매체’와 가구라는 제품의 ‘개념’을 확장해 가고 있다. 본 논문에서는 다양한 개념 디자인아트 작품들 중에서 그 결과물을 ‘확장된 사물로서의 가구’의 개념과 일맥상통한다고 판단되는 ‘일상생활’을 담은 ‘오브제’로 연구 범위를 한정한다. 연구의 방법은 사회, 문화, 예술 분야의 전문 서적에 의한 문헌 고찰과 디자인, 예술 전문 기자들의 기사, 디자인아트 전시를 통해 수집한 현지 자료들을 통하여 이루어졌다.

2. 순수미술과 디자인으로부터 개념 디자인아트로의 이행과정

2.1. 순수미술, 디자인, 개념 디자인아트

디자인이라는 개념이 형성되기 훨씬 이전부터 순수미술과 디자인은 현실 속에 하나의 주제의식으로 통합된 형태로 존재해 왔다. 그러나 근대 산업화가 진행되는 과정에서 실용성과 합리성이 시대적 가치로 대두됨으로써, 생산성의 극대화를 위해 모든 영역들이 전문화되고 세분화되어 디자인과 순수미술의 영역은 ‘실용성’의 유무를 두고 완전히 분리되어 왔다. 역사 속 모든 문화에서 일정 정도 통합되어 있었던 미적인 것과 실용적인 것이 완전히 분리됨으로써, 미적인 것은 순수 미술과 관계를 맺게 되고 실용적인 것은 현실과 관계를 맺게 된다. 이후 순수미술은 순수한 미적실천으로서

일상과 현실로부터 멀어진 초월적인 가치를 구현 하려는 활동으로 받아들여졌으며, 디자인은 실용성과 합리적인 형식미를 바탕으로 한 산업 생산라인의 일부를 담당하는 조형 활동으로 받아들여지게 된다(Fig. 1).

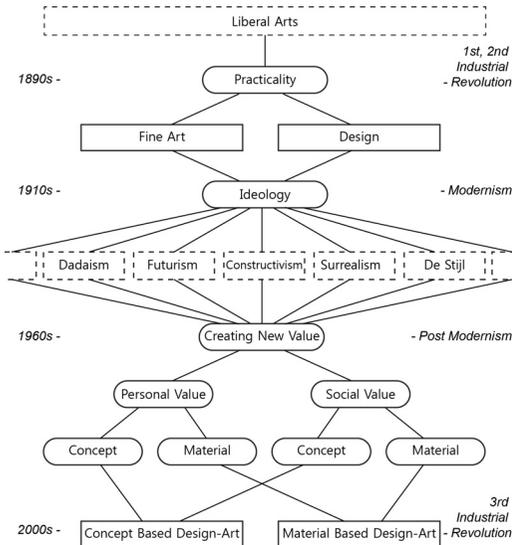


Fig. 1. Fine Art, Design, and Design-Art.

그러나 양차 세계대전 시기, 전쟁을 직접적으로 경험한 젊은 시인과 작가, 디자이너, 건축가, 음악가 등은 이데올로기를 중심으로 다양한 작가 그룹을 이루어 선언문을 발표하고 사회를 개혁하려는 움직임을 보인다. 이 시기 네덜란드의 신조형주의, 이탈리아의 미래주의, 러시아의 구성주의, 스위스의 다다 등 다양한 아방가르드 움직임이 나타난바, 이들은 모두 영역의 구분 없이 이데올로기를 공유하며 새로운 개념을 만들어 가고, 사회적 실천을 시도하였다는 점에서 개념 디자인아트와 근간을 이루었다고 볼 수 있다. 네덜란드의 몬드리안은 “미래에는 예술이 사라질 것이다. 왜냐하면 현실이 곧 예술이 될 것이니까.”라고 말했으며, 러시아 구성주의자들은 “눈에 보이지 않는 의자를 그리지 않고 추상화를 그리는 것이 예술적이라면 아예 실제 의자를 만드는 것은 훨씬 더 예술적인 것이다.”라고 주장하며(최범 2006), 새로운 개념을 제안하며 예술과 현실과의 경계를 무너뜨린다.

전후 이러한 움직임은 1960년대 이후 탈영역의 움직임으로 나타났으며, 개인 가치의 신장과 더불어 개인이 새로운 가치를 만들어내려는 다양한 시도들이 나타나게 된다. 이는 2000년대 다양한 디자인아트 작품의 등장으로 또 한 번의 진보를 거듭하여 현 개념 디자인아트의 흐름을 형성해가기 시작한다.

2.2. 매체의 확장

탈영역의 움직임은 회화와 조각에서부터 나타난다. 1960년대 초까지만 해도 확실하게 분리되어 있던 회화와 조각은 1960년대에 접어들면서 회화가 개념만을 남기고 캔버스라는 매체를 탈피하여 오브제로 매체를 확장해가며, 회화와 조각과의 구분이 모호해지기 시작한다. 나아가 순수미술이 현실공간을 작품에 끌어들이므로써, 현실공간을 취급해 온 디자인과의 구분도 모호해지기 시작한다. 이 시기 매체는 주제의식을 표현하려는 수단으로서의 기능이라는 인식이 높아졌으며, 시각정보를 통한 새로운 감각을 추구하려는 다양한 시도들이 나타난다.

회화에서 매체 확장의 결정적 계기가 된 작품은 바넷 뉴먼(Barnett Newman)의 하나됨(Onement I)이다. 뉴먼은 그의 작품 ‘하나됨’에서 형상과 배경의 관계 속에서 그림을 보았던 기존의 관점에서 벗어나, 감상자를 둘러싸고 있는 하나의 환경을 제공함으로써 관객에게 새로운 경험을 제공하고자 했다. 마크 로스코(Mark Rothko)의 넘버 14 (No.14)는 관람객이 작가가 의도한 위치에서 작품을 감상할 때의 체험을 통해 완성되는 것으로, 로스코는 그림과 관객 사이에서 벌어지는 체험의 극치를 제안하고자 하였다. 이와 같은 시도는 ‘캔버스’라는 하나의 완전한 매체로부터 ‘관람객이 일정한 거리를 유지한 상태에서 바라보는 전시장 안에 있는 캔버스’로, 관객과 매체 사이의 관계성이 더해진 매체의 확장을 의미했다. 이를 통해 순수미술은 매체로부터 매체를 둘러싼 공간이라는 장소성까지 아우르게 된다. 이때 평면 환경으로 존재했던 ‘캔버스’는 다시 도널드 저드(Donald Judd), 로버트 모리스(Robert Morris), 에바 헤세(Eva

Table 1. The Expansion of Medium in Fine Art

Artist Title (Year)	Image	Contents
Barnett Newman <i>Onement I</i> (1948)		그림을 그리는 행위를 하나의 사건으로 바라봄. 그 하나의 사건의 체험을 관객들에게 전달하고자 함.
Mark Rothko <i>No. 14</i> (1960)		대상을 초월한 초월적 현실, 즉 숭고의 체험을 관객들에게 전달하고자 함.
Tony Smith <i>Die</i> (1962)		이상적 인간의 비율에 상응하는 183 cm의 입방체로 죽음을 환기시키는 작품. 전화로 작품제작을 의뢰함.
Donald Judd <i>Untitled</i> (1963)		작품을 회화도 조각도 아닌 순수한 사물로서 전달하고자 함.
Robert Morris <i>Untitled</i> (1965)		관객들이 자신의 몸을 움직여 자신의 신체를 지각하고 작품을 공간적 맥락에서 감상하게 함.
Joseph Kosuth <i>One and Three Chairs</i> (1965)		실제 의자와 의자의 사진과 의자의 사전적 정의를 전시하고 이 세 가지 중 무엇이 진정한 의자이며 예술인지에 대한 의문을 제기함.
Eva Hesse <i>Hang-Up</i> (1966)		작품에서의 공간과 전시 공간 사이의 등가성을 확립하고자 함.
Sol LeWitt <i>A2</i> (1967)		새로운 재료를 새로운 아이디어로 혼동하는 작품을 경계하며 예술에서 가장 중요하다고 판단한 개념을 전달하고자 함.

Hesse)등에 의해 ‘오브제’로 확장되어 실제 전시 공간 안에 배치되게 된다. 이때 관람객은 몸을 움직여 작품을 좀 더 능동적으로 경험하며 작품과의 능동적 관계설정을 하게 된다. 이는 뒤샹의 ‘샘’이

그러했듯 평범한 일상세계를 확인시켜주는 기능을 한다. 저드는 한걸음 더 나아가 사용가능한 오브제를 만들었으며, 이 오브제를 현실 공간, 일상 공간 안에까지 들여왔다. 이 시기 저드를 비롯한 작가들은 실용성이라는 개념을 포용하며 순수미술과 디자인의 경계를 오가며 다양한 작품을 시도하였다 (Table 1).

순수미술은 미니멀리즘을 거치면서 미술관이라는 초월적 공간과 일상이라는 현실 공간 사이의 구분이 사라졌으며, 현실세계를 작품의 무대로 활용하려는 움직임이 활발하게 나타나기 시작하였다. 또한, 미니멀리즘은 헤프닝, 퍼포먼스, 대지미술, 개념미술 등으로 이행해가며 그 매체를 확장해갔다. 저드에게 작품은 아직 ‘사물’이었고, 모리스에게 작품은 이미 ‘지각’이었으며, 솔 르윗(Sol LeWitt)에 이르러 작품은 마침내 ‘개념’이 되었다 (진중권 2013). 미니멀리즘 작가들과 개념미술 작가들의 경계는 뚜렷하지 않은데, 개념미술가이자 미니멀리스트(Minimalist)로 알려진 솔 르윗은 1967년 <개념미술에 대한 소고(Paragraphs of Conceptual Art)>에서 개념미술에서는 예술이 추구해 오던 물질성의 미학을 부정하고, 비물질적인 관념화를 통해 미술이 성립될 수 있다는 새로운 접근 방식을 제시하였다(마이클 아처 1997/2007). 이와 같은 개념미술의 등장으로 순수미술은 장소성과 물질성을 완전히 탈피하게 되었다. 작가가 주체적으로 새로운 ‘개념’을 만들어내감으로써, 순수미술은 표현을 넘어 새로운 개념 제시를 목표로 하며 변화를 모색하게 된 것이다.

개념 중심의 디자인아트는 개인이 주체가 되어 새롭게 창출한 ‘개념’을 중심으로, 장르 간, 영역 간의 구분이 모호해진 상태에서 순수미술이 기존 순수미술에 형성되어 있던 ‘기능이 없는 것이 아름답다’는 무용미(無用美)를 벗어나 유용성을 포용하며, 디자인이 관계 맺는 현실과의 교집합을 만들어 내며 형성된다. 여기서 현실은 순수미술의 범주에 들어오며 미적인 것을 더 풍부하게 요구하게 된다.

2.3. 제품 개념의 확장

디자인은 기술 발전에 의한 산업사회의 도래와

함께 순수미술에서 분리되어 생겨난 개념으로 미술과 기술의 중간영역 정도로 인식되어 왔다. 따라서 동시대의 기술발전과 시대의 요구에 맞게 디자인의 개념과 역할 또한 변화해왔다.

산업사회는 두 가지 측면에서 디자인을 필요로 한다. 하나는 대량 생산 과정에서의 조형적 합리화를 피하기 위해서이며, 또 하나는 이렇게 생산된 것, 즉 상품이 미적인 매개를 통해 원활하게 소비자에게 전달될 수 있도록 하기 위해서이다. 디자인의 역할에서 전자를 중시하는 것을 생산주의, 그리고 후자를 강조하는 것을 소비주의라고 일컫는다(최범 2006). 20세기 초, 양차 세계대전을 겪으면서 알루미늄과 플라스틱 성형기술 등의 대량 생산 기술이 빠르게 발전하였다. 이러한 생산 기술의 발전을 바탕으로 자동차, 냉장고, 컴퓨터, 복사기, 전자레인지 등 매일 처음 보는 새로운 산업제품들이 생산되었다. 전후 디자인은 ‘형태는 기능을 따른다’는 믿음을 전제로 한 순수한 형식미를 추구하였다. 이러한 미의식은 근대 디자인 조형의식의 큰 틀을 이룬다. 또한 이 시기 디자인 분야는 정서가 아닌 과학으로 만들어지는 것이 되었고, 예술이 아닌 경제 분야에 서식하는 것, 아니 서식해야 하는 것으로 제한되었다(최경원 2014). 그러나 이와 같은 합리성을 바탕으로 한 형식미는 오래 가지 않았다.

1980년대까지 생산주의에 입각한 제품들이 주로 출시되었다면 1990년대에 접어들면서 소비주의에 입각한 다양한 디자인이 등장한다. 이는 산업 디자인의 성장속도가 기존의 산업기술의 발전 속도를 뛰어 넘어 생겨난 현상으로, 더 이상 디자인 할 새로운 제품이 많이 남아있지 않게 되자 정점에 다다른 자본주의 시장에서 디자이너들은 판매를 위한 새로운 개념의 상품들을 디자인하기 시작한다. 소비주의에 입각한 사회에서 디자인은 소비의 가능성을 높이기 위한 하나의 수단으로 작용하며, 제품의 실용성 여부는 크게 중요치 않게 된다. 디자이너들은 더 이상 제품에 합리적 형태를 부여하는 것에 그치지 않고 기존에 없던 가치를 발굴해서 판매하기 위한 주체적이고 능동적인 노력을 하기 시작한다. 또한 기업이 만들어내는 제품의 속

박에서부터 벗어나 제품 개념을 확장해간다. 이와 같은 노력은 대량생산된 제품에서 한정판 제품을 생산함으로써 ‘작품으로서의 제품’으로 제품의 개념을 확장하려는 시도와 ‘제품을 넘어선 개념’을 디자인함으로써 제품 자체의 개념을 확장하려는 두 가지 시도로 나타나게 된다.

첫 번째, ‘작품으로서의 제품’을 디자인하려는 움직임은 1980년대 활발하게 나타나기 시작한다. 이 시기 에토르 소트사스(Ettore Sottsass)는 유용성에는 한 종류만이 있는 것이 아니라 정서적으로도 다양한 유용성들이 있다고 주장하였다. 다시 말해서, 그는 합리적 기능에서 벗어난 정서적 기능에 중점을 둔 가구디자인을 함으로써, 제품 디자인의 새로운 가능성을 제시하였다. 같은 시기 마크 뉴슨(Mark Newson)은 합리적인 형식미와 실용성에서 완전히 벗어나 자신의 표현력과 조형성을 바탕으로 직접 제작한 록히드 라운지 체어(Lockeed Lounge Chair)를 선보였다(최병훈 외 2013). 록히드 라운지 체어는 한정판 제품으로, 이 제품은 새로운 예술시장을 개척하려는 90년대 미국의 자본주의 시장의 요구에 부응하며 디자인아트 시장 형성의 결정적 계기가 된다. 이 시기 시장의 형성과 함께 스타 디자이너들이 대거 등장하게 되었으며, 이들은 한정판 제품들을 디자인하여 제품에 실용적이고 합리적인 조형성을 부여해야 한다는 속박에서 완전히 벗어났다. 이와 같은 움직임으로 인해 산업체에 의존하지 않는 독립디자이너가 탄생하게 되며, 이는 디자이너 개인의 가치 신장으로 이어진다.

두 번째, ‘제품을 넘어선 개념’을 디자인하려는 움직임은 1990년대 유럽 전역에서 다양하게 나타난다. 1993년 네덜란드에서 결성된 ‘건조하다’라는 뜻을 지닌 드루그(Droog) 디자인 그룹은 미니멀한 조형성과 일상에서의 사물을 차용하는 다다의 아상블라주 기법 등을 활용하여 사용자들과 제품을 통해 감성적인 교감을 시도하였다. 테조 레미(Tejo Remy)의 서랍장(Chest of Drawers)은 수납하기 위한 서랍장이라는 제품 자체의 기능을 넘어, ‘기억이 담긴 서랍’ 또는 ‘기억을 담은 서랍’으로 제품 본래의 기능에서 사용자와의 관계성으

Table 2. The Expansion of the Concept of Product - Product beyond Product

Artist Title (Year)	Image	Contents
Tejo Remy <i>Chest of Drawers</i> - <i>Dr oog's 1st Collection</i> (1991)		길거리에서 주운 서랍장들을 재조립하여 지칠게 벨트로 묶은 오브제로 기억이 묶여 있는 모습을 환기시킨다.
Marti Guixe <i>Sponsored Food</i> (1997)		<i>Sponsored Food</i> 는 브랜드 로고로 장식된 파이로 자본주의 사회와 인간다움의 평행적 관계에 대한 질문을 제기한다.
Marijn van der Poll <i>Do Hit</i> <i>Do Create</i> -by <i>Dr oog</i> (2000)		<i>Do Hit</i> 은 사용자가 제시된 해머로 철제 상자를 두드려서 형태를 만들고 사용할 것을 제안한다.

로 그 기능을 확장하였다. 드록이 기획한 창조하라 (*Do Create*) 프로젝트의 일환으로 디자인된 처라 (*Do Hit*)는 사용자에게 제품을 통해 일상생활에 능동적인 참여를 할 것을 은유적으로 제안한다. 드록은 제품을 넘어선 개념, 제품 이전의 개념을 중점적으로 디자인하며 90년대 디자인계에 획기적인 반향을 불러일으킨다. 스페인의 마르티 귀세 (*Marti Guixe*)는 협찬 식품(*Sponsored Food*)을 통해 자본주의 사회에서의 인간다움에 대한 질문을 제기함으로써, 디자이너들의 능동적 사회참여를 유도하였다. 후에 그는 스스로를 엑스-디자이너(*ex-designer*)라고 부르고 이를 브랜드 화하여 전형적인 제품 디자인에서 벗어나 새로운 가치를 창출하고자 하는 시도를 한다. 이와 같이 90년대 독립디자이너들은 주체적으로 새로운 개념을 제시하기 시작한다(Table 2).

2000년대에 인터넷의 보급과 디지털 기술의 발전으로 디자이너는 창작, 제작, 배포에 이르는 모든 과정을 거머쥐면서 점점 더 많은 디자이너가 독립적으로 콘텐츠를 생산하게 된다. 여기에 3D 프린터의 보급은 기존의 산업 생산 방식의 완전한

변화를 가져온다. 3D 프린터의 보급으로 누구나 손쉽게 설계를 하고 판매를 할 수 있게 됨에 따라 ‘작품으로서의 제품’을 디자인하던 디자이너들은 3D 프린터가 구현할 수 없는 재료와 재료의 물성 자체에 좀 더 비중을 실으며 절묘한 기술을 적용한 하이엔드(*high end*)의 제품실현을 모색하게 되었으며, ‘제품을 넘어선 개념’을 디자인하던 디자이너들은 기획, 설계, 제작, 배포 등 제품을 둘러싼 환경으로 그 영역을 넓혀 보다 상위단계에 해당하는 비물질적 개념에 기반을 둔 디자인에 집중하게 된다. 개념 디자인아트는 ‘제품을 넘어선 개념’을 디자인하려는 움직임으로, 디자인과 순수미술 사이의 구분 이전에 있던 통합된 영역으로서의 개념에 대한 개인의 의사표명과 사회에 대한 주체적 문제제기로 볼 수 있다.

3. 개념 디자인아트

3.1. 개념 디자인아트의 정의 및 의의

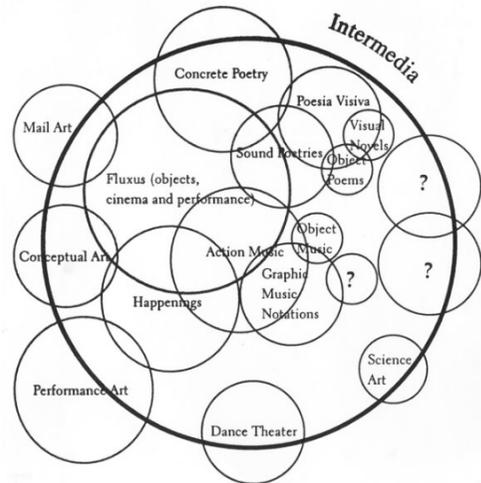


Fig. 2. Dick Higgins, *Intermedia Chart* 1965.

본 연구자는 초기 개념 디자인아트 형성에 기여한 결정적 사건을 1960년대 플럭서스에 의해 확산된 ‘인터미디어(*intermedia*)’ 현상으로 본다. 플럭서스는 ‘작품’을 사물이 아닌 흐름, 일시적인 예술로 보고, 개념의 중요성을 강조하였는데 플럭서

스에 의해 확산된 ‘인터미디어’ 현상은 시로서 회화, 혹은 회화로서 음악 등 매체사이의 경계를 허무는데 그 본질이 있다(진중권 2013). 딕 히긴스(Dick Higgins)는 ‘인터미디어’라는 글에서 개별 작품은 필요에 따라 자기 고유의 매체와 형식을 결정할 것을 강조했다. 개념 중심의 디자인아트는 ‘인터미디어 차트(Fig. 2)’의 연장선상에서 이해될 수 있다.

본 연구자는 개념 디자인아트를 개인이 주체적으로 새로운 개념을 형성해가려는 시도와 함께, 순수미술 영역에서 개념을 중심으로 한 ‘매체의 확장’과, 디자인 영역에서 제품 이전의 개념을 디자인하려는 ‘제품 개념의 확장’으로 형성된 영역으로 정의한다. 개념 디자인아트는 제품과 작품 이전의 상위 단계인 개념을 중심으로 하는 일련의 시각 활동을 의미하며, 여기서 개념이란 개인이 주체가 되어 독자적인 시각으로 기존에 인지되지 못했던 새로운 가치를 발굴하고 재편집하여 개념화한 것을 의미한다. 디자인아트는 제품의 실질적인 기능성보다는 추상적인 기능성에 초점을 둔 디자인으로 제품과 작품으로 구분된 형태의 것이 아닌 개인의 통합된 경험에 기반을 둔 높은 차원의 미적 체험을 제안하려는 활동의 일환으로 볼 수 있다. 또한 개념 중심의 디자인아트가 추구하는 미적 체험이란, 디자인이 추구하는 ‘일상적 영역에서의 가치’에 예술이 추구하는 ‘시간을 초월하는 영속성’을 부여하고자 할 때, 혹은 ‘순수한 미적 실현’을 ‘일상적 삶의 영역’에 적용시키고자 할 때, 발생하는 움직임으로 볼 수 있다. 다시 말해, 개념 중심의 디자인아트는 일상공간에서 개인이 창출한 개념을 적용하여 높은 차원의 미적 체험을 전달하려는 일련의 시각 예술 활동을 의미한다.

중세시대 신 중심의 사회에서 르네상스 인간 중심의 사회로, 그리고 20세기 후반 개인 중심의 사회로 접어들면서 개인의 가치와 주체의식은 끊임없이 성장해왔다. 개인의 의식이 높아질수록 개인은 더 높은 차원의 미적 체험을 기대해왔다. 이러한 미적 체험은 하나의 개념으로 통합된 개념 중심의 디자인아트가 지향하는 바와 맞닿아 있다는 점에서 개념 디자인아트의 의의를 찾을 수 있다.

따라서 개념 디자인아트 움직임은 한동안 지속될 것으로 보인다.

3.2. 개념 디자인아트의 작품 세계

2000년대 들어서면서 다양한 개념 디자인아트 작품들이 발표된다. 개념 디자인아트는 크게 개인적 가치에 비중을 둔 작품과 사회적 가치에 비중을 둔 작품으로 나누어 볼 수 있다. 개인적 가치에 비중을 둔 작품들은, 개인의 사적인 삶에 영향을 미치는 것을 목표로 한다. 이들은 지극히 개인적이고 사적인 삶을 주 소재로 사용하며 스스로의 삶을 디자인하고 예술로 승화시키기 위한 작품 활동을 한다. 따라서 그들의 삶은 작품의 소재이자, 작품은 삶의 일부가 된다. 사회적 가치에 비중을 둔 작품들은 작품을 통해 사회를 비판, 사회에 대한 비평적 문제제기를 하며, 사회에 긍정적 변화를 이끌어내는 것을 목표로 한다. 도표는 예술과 디자인을 넘나들며 현재 활발히 활동 중인 작가들의 2000년 이후 발표된 개념 중심의 디자인아트 작품들을 중심으로 개인적 가치, 사회적 가치, 그리고 편의상 예술기반, 디자인기반으로 나누어 분류한 것이다. 개념 디자인아트 작품들은 매체를 중심으로 한 표현보다는 제시하려는 개념을 우선시하는 작품들로, 본 연구에서는 작가들이 제시하려는 개념을 중점적으로 작품을 설명하여 현 개념 디자인아트의 내용을 파악하고자 한다(Table 3).

Table 3. Concept based Design-Artists

	Personal Value	Social Value
Art Based	Marina Abramovic Sophie Calle	Ai Weiwei Kyungwon Moon & Junho Jeon
Design Based	Noam Toran Sohyun Kim	Dash MacDonald Anthony Dunne & Fiona Raby

우선 개인적 가치에 비중을 둔 작업을 하는 마리아 아브라모비치(Marina Abramovic)는 현대인들이 잃어버린 중요한 것들 중 하나로 사람과 사람 사이의 관계를 보았고, 이 관계 회복을 위해서는 개인의 의식이 변화해야 한다고 판단하여, 그



Fig. 3. Marina Abramovic, *Rest Energy (with Ulay)* 1980.

Table 4. The Works of Marina Abramovic

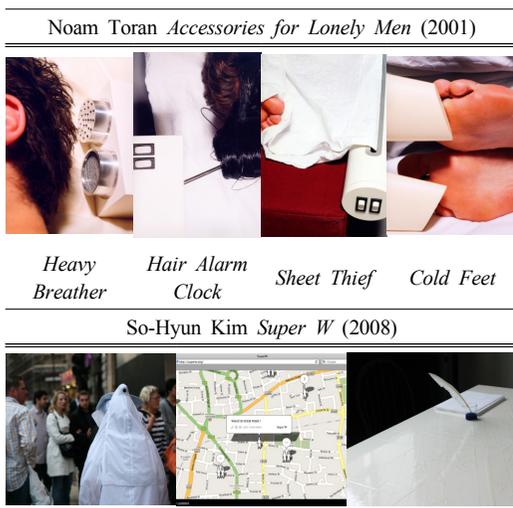
<i>The Abramovic Method :Chair for Man and His Spirit</i> (2012)		
		
<i>Counting the Rice Table</i> (Designed in collaboration with Daniel Libeskind) (2014)		
		

변화를 돕기 위한 작업을 주로 하는 작가이다. [올라이와 함께한] 정지 에너지(*Rest Energy [with Ulay]*)는 서로 마주보고 있는 올라이와 아브라모비치가 각자 활과 화살을 쥐고 서로가 서로에게 의지한 채 4분 30초간 아슬아슬하게 서있는 퍼포먼스이다. 올라이가 쏜 화살의 축은 아브라모비치의 심장을 향해 있어 둘의 균형이 무너질 경우 화살은 그녀의 가슴에 박히게 된다(Fig. 3). 그녀는 무대가 아닌 실제 상황, 현실 속에서 개인과 소통할 때, 작업이 완성되는 것이며 그때 일어나는 감정과 변화들만이 진짜 감정이라고 말한다. 따라서 그녀의 작업은 현실 속, 개인의 일상을 향해 있으며, 퍼포먼스 속에 등장하는 오브제는 일상으로, 그리고 일상 속 오브제로 이어진다. 2012년에 발

표한 아브라모비치 방법 : 인간과 그의 영혼을 위한 의자(*The Abramovic Method : Chair for Man and His Spirit*)는 소리차단 헤드폰을 끼고 눈을 감은채로 몇 시간 동안 움직이지 않고 명상을 하기 위해 제작한 의자이다. 그녀는 이 작품의 제목을 ‘아브라모비치 방법’이라 발표하며, 일반인들에게 명상이라는 퍼포먼스를 제안하며, 개인적 가치를 공유하기 위해 가구라는 매체를 적극 활용한다. 쌀을 세기 위한 테이블(*Counting the Rice Table*)은 6시간 동안 자리에 앉아서 쌀의 개수를 세는 정신적 육체적 노동을 요구하는 퍼포먼스를 위해 고안된 테이블로, 이탈리아 가구브랜드 모로소(Moroso)와의 협업을 통해 30개 한정 생산, 2014년 아트 바젤 마이애미에서 발표된 제품이다. 아브라모비치는 이 제품을 통해 일상에서 반복적인 노동을 통한 명상 의식을 갖기를 권유한다 (Table 4).

노암 토란은 사회보다 개인의 사적인 삶 자체에 더 관심을 기울인다. 2001년 발표한 외로운 남자를 위한 액세서리(*Accessories for Lonely Men*)는 연인이 떠나간 후에 남겨진 외로운 남자를 위한 액세서리 시리즈이다. 이 작품은 떠나간 연인의 빈자리를 채우기 위한 여덟 가지의 허구적인 제품들로 구성되어 있다. 당겨지는 이불, 나오는 배계 등을 포함하는 제품들은 모두 인간과 가장 밀착한 곳에 위치할 수 있는 것들로 구성되어 있으며 모두 전기로 작동된다. 토란은 이 작품을 통해 우리가 관계에서 그리워하는 것들에 대해 질문한다.

김소현은 도시라는 거대한 사회 속에서 개인이 현명하게 살아가기 위한 방법에 관심을 기울인다. 슈퍼 W (Super W)는 미래의 도시가 필요로 하는 영웅은 어떠한 모습이어야 하는가에 대한 화답으로서 2008년 김소현이 창조한 허구적 캐릭터이자 플랫폼이다. 슈퍼 W는 슈퍼히어로(Superhero)와 위시(Wish)의 합성어로 오늘날 도시의 새로운 영웅상이며, 도시민들이 자신들의 소망을 교류함으로써 지역에 대한 이해 및 지역 사회에 대한 감각을 확장할 수 있는 사회적 플랫폼이다. 슈퍼 W는 오늘날 도시 계획의 대안으로서 특정 지역에 대한 관찰 및

Table 5. The Works Focused on Personal Values**Table 6.** The Works Focused on Social Values

연구를 통하여 미시적 단계의 새로운 커뮤니티 및 관계성을 탐색한다. 슈퍼 W는 도시민들로부터 소망을 수집한 뒤, 이를 기반으로 지도, 영상 및 제품을 제작하며 개인의 사적인 이야기를 도시민들과 공유하고 확산시킨다(Table 5).

대시 맥도날드(Dash MacDonald)는 공공 행위 예술, 사회적 실험을 주로 하며, 작품을 통해 사회정치적인 제도과 체계나 기관들의 메커니즘을 연구하고 노출시키는데 목적을 둔다. 세계 지도자가 되는 것을 상상하라(*Imagine Being a World*

Leader)는 어린이들에게 지도자가 되어 연설하는 경험을 제공하는 제품이다. 어린이들의 상상을 돕기 위해 ‘세계 지도자가 되어 연설하는 방법’ 워크숍을 진행하며, 책자, 연단, 로고, 깃발 등을 디자인하고 무대를 제작해 이들의 연설을 촬영하여 대중과 소통하였다. 연단은 백악관에서 사용하는 연단과 같은 형태로 축소제작 한 것으로, 맥도날드는 어린이들의 연설을 통해 현 세계 지도자들의 연설을 환기시키며 그들에게 비평적 문제제기를 한다.

인권운동가이자 작가, 건축가, 디자이너인 아이웨이웨이는 2010년 테이트 모던에서 10만 개의 해바라기 씨(*Sunflower Seeds*)를 전시하는데, 이 작업은 실제 해바라기 씨처럼 보이는 수공으로 제작된 도자기 씨이다. 이 작품은 한 때 중국 문화수출의 가장 큰 공신이었지만 근래 들어 급격히 쇠퇴한 도자기 가마터의 전통 도자기술을 이용해 이 지역 주민 1600여 명이 참여하여 완성한 작품이다. 이 지역주민들은 이 작품을 통해 자신의 현실적인 삶을 되찾고, 이 지역은 과거의 신화를 다시 꺼내려가며, 경제는 활기를 되찾게 된다. 웨이웨이는 이 작품에서 지역주민의 일상과 도시계획, 예술작품과의 경계를 오가며, 오늘날 중국의 사회구조와 개인의 삶의 관계에 대한 질문을 한다(Table 6).

2000년대 발표된 개인적 가치와 사회적 가치에 비증을 둔 개념 중심의 디자인아트 작품들에서 공통적으로 찾을 수 있는 특징은, 개인의 지극히 사적인 삶, 내적인 가치에 관한 질문을 포함한다는 것이다. 이러한 개념에 중점을 둔 디자인아트 작품들은 삶을 통해 디자인과 예술의 영역, 나아가 다른 장르와의 융합으로도 확산될 수 있음을 입증한다. 이와 같은 현상은 그 과정에서 이미 활발한 소통을 자아내며 고부가가치의 콘텐츠를 생산하고 있다. 최근에는 개념 디자인아트 작품을 판매하는 기업과 갤러리가 형성되며 예술시장에서 그 입지를 확대해 가고 있다.

3.3. 개념 디자인아티스트의 임무와 사회적 역할

개념 디자인아티스트의 임무는 사회에 필요한 개념을 필요한 시기에 소통 가능한 형식으로 제시

하는 것이다. 그 개념이란 시대가 필요로 하는 문제 제기를 통한 질문의 형식이 될 수도 있고 대안 제시를 통한 대답의 형식이 될 수도 있다. 개념 디자인아티스트의 사회적 역할은 새로운 개념을 제안하고 개개인 스스로가 좋은 대답을 찾을 수 있게 도와주는 역할을 수행하는 것이다. 또한, 개념 디자인아티스트들은 개인의 통합된 경험으로서의 삶을 주의력 있게 관찰하며 변화에 예민하게 반응해야 하며, 독자적인 시각으로 새로운 가치를 창출해야 한다. 삶과 사회의 관계를 다각도에서 바라보기 위해 우선적으로 기존의 매체가 수행하던 기능으로부터 벗어나, 기능을 복합적이고 중층적으로 사고하여 추상화하고 자기만의 것으로 개념화하여 시대에 맞는 새로운 가치를 창출해야 한다. 이를 위해, 개인의 삶에 어떠한 가치를 제안할 것인지에 대한 고민이 선행되어야 할 것이다.

개인 중심의 사회로 이행해 가는 과정에서 개념 디자인아티스트는 새로운 개념 창출과 다양한 작품 활동을 통해 개인이 스스로 새로운 담론을 만들어 가는 것을 조장하며, 이를 통해 사회 문화적 가치를 창출해나가는데 앞장서야 할 것이다.

4. 결 론

이상에서 살펴본 바와 같이 개념 디자인아트는 장르 간 구분되어진 형식 중심의 소통방식에서 그러한 구분이 사라진 내용 중심의 소통방식으로 이행해가는 과정 속에서, 개념을 우선시하며 영역 간의 구분을 두지 않은 작품들을 중심으로 형성된 하나의 흐름이다.

순수미술 영역에서는 개념을 중심으로 한 ‘매체의 확장’으로, 디자인 영역에서는 제품 이전의 개념을 디자인하려는 ‘제품 개념의 확장’으로 개념 중심의 디자인아트 영역이 형성되었으며, 이는 개인의 가치 신장과 개인이 주체적으로 새로운 개념을 형성해가려는 시도와 함께 다양한 작품으로 확산되었다. 이러한 이행 과정을 통해 형성된 개념 디자인아트는 개인의 통합된 경험에 기반을 둔 높은 단계의 미적 체험을 제안한다. 개념 디자인아트가 추구하는 높은 단계의 미적 체험이란, 디자인이

추구하는 ‘일상적 영역에서의 가치’에 예술이 추구하는 ‘시간을 초월하는 영속성’을 부여할 때, 혹은 ‘순수한 미적 실현’을 ‘일상적 삶의 영역’에 적용시키고자 할 때, 발생하는 움직임으로 볼 수 있다. 본 연구에서는 이러한 연구를 토대로 개념 디자인아트의 정의를 도출하였으며, 현업에 있는 개념 디자인아티스트의 작품 분석을 통해 현 개념 디자인아트의 내용을 연구하고, 개념 디자인아티스트의 임무와 사회적 역할에 대하여 고찰하였다.

본 연구는 가구 창작에 새로운 시각과 방향성을 형성하기 위한 방법의 일환으로 제시되며, 이를 통해 가구 창작자 스스로가 독자적인 시각으로 사회와의 관계성을 인지하며 가구를 개념적 도구로 인식하게 하는데 그 의의를 두고자 한다. 또한, 이러한 연구결과가 현업 작가, 디자이너, 디자인아티스트들이 디자인과 아트 분야의 변화 양상을 파악하고 스스로의 방향성을 확립, 미래의 개념 디자인아트 시장을 예측하는데 도움이 되기를 기대한다.

참 고 문 헌

강현대, 김소현. 2012. 디자인아트: 개념 형성 과정을 중심으로. 한국콘텐츠학회 12(8): 178-186.
 진중권. 2013. 진중권의 서양미술사: 후기 모더니즘과 포스트모더니즘 편. 휴머니스트. 149, 258-259.
 최경원. 2014. 디자인 인문학. 허밍버드. 191쪽.
 최범. 2006. 한국 디자인을 보는 눈. 안그래픽스. 156-206.
 최병훈, 정명택. 2013. 아트퍼니처에서 나타나는 예술과 디자인의 비경제적 현상에 관한 연구. 한국가구학회지 24(3): 226-238.
 Marina Abramovic, Kristine Stiles, Klaus Biesenbach, Chrissie Iles. 2008. Phaidon Press Ltd. p14, 17.
<http://www.moma.org/collection>.
<http://design.designmuseum.org>.
<http://www.nyp1.org>.
<http://dictionary.reference.com>.
<http://www.noamtoran.com>.
<http://www.dashndem.com/Home.html>.
<http://www.superw.org>.
<http://www.youtube.com/watch?v=PueYywpkJW8>.