



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

김 성 복 교수지도
석사학위 청구 작품연구논문

현대사회의 욕망에 관한 표현 연구

본인의 작품을 중심으로

2015

성신여자대학교 대학원

조 소 과

김 선 진

현대사회의 욕망에 관한 표현 연구

-본인의 작품을 중심으로-

김 성 복 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2014년 11월

성신여자대학교 대학원

조 소 과

김 선 진

인 준 서

김 선진의 석사학위논문으로 인준함

심사위원장_____ (인)

심사위원_____ (인)

심사위원_____ (인)

성신여자대학교 대학원

논문개요

본 연구는 2009년부터 2012년까지의 작업에 대한 작가의 연구 결과 보고이며, 2012년 'CROCODILIAN' 라는 제목으로 전시된 본인의 작품을 중심으로 진행 하였다.

본 전시 작품의 주제인 'Crocodilian'은 '가식적인, 인위적인'라는 뜻으로 현대소비 사회에 관한 문제점을 돌의 겉 표면에 악어가죽의 이미지를 그려 넣음으로서 표현하였다. 이는 본래의 모습을 감추고 인위적이고 가식적인 모습으로 스스로를 위장하고 포장하는 현대인의 모습에 대한 은유적인 표현이다.

본인의 작품 형성의 이론적 분석방법으로는 이 시대 현대인의 소비문화에 대해서 살펴보았다. 그리고 본인의 작품 표현 방법으로는 길에서 발견한 벽돌이나 자연석을 이용하여 겉 표면에만 악어가죽, 뱀 가죽의 이미지를 조각해 색을 칠하고 실제 가방처럼 보일 수 있도록 표현한다. 마치 소비사회 속에서 살아가는 현대인이 본래의 모습 감추고 겉모습을 인위적으로 포장한다. 이는 실재와 허상의 구분이 모호함을 의도한다.

이 논문은 "CROCODILIAN" 이란 주제를 갖고 연구한 논문으로 총 3장으로 구성 되었다.

제 1장 서론에는 본인의 작품에 대해 연구 목적과 연구내용 및 방법을 설명 하였다.

제 2장 본론에서는 이론적 배경과 조형적 특성을 나뉘어 분석하였다. 작품의 바탕이 되는 현대사회 속에 살아가는 인간들의 소비욕망에 대해서 고찰하고 본인의 작품에서 명품 가방으로 표현되어진 의미를 서술하였으며, 제작의도를 연구 분석 하였다.

제 3장 결론에서는 본인의 작품을 조형적 분석을 통하여 본 논문을 정리 하고, 앞으로의 연구방법과 발전적인 방법으로 서술하였다.

목 차

논문개요

I. 서론	2
II. 본론	4
1. 작품형성의 배경	4
1) 현대사회의 소비문화	4
2) 자연석과 벽돌의 정의	7
2. 작품의 표현방법	8
1) 자연석과 벽돌의 의미	9
2) 채색 표현기법	11
3. 작품 분석	13
III. 결론	35

참고도판

참고문헌

ABSTRACT

작 품 목 차

【작품 1】 루이비 뚱 380x260x220 (mm) 대리석에 채색 2010	14
【작품 2】 SUNJINIUS DDONG 330x280x270 (mm) 대리석에 채색 2011	17
【작품 3】 SUNJINIUS DDONG 380x220x245 (mm) 대리석에 채색 2011	20
【작품 4】 Original Brick Bag 190x50x90 (mm) 벽돌에 채색	23
【작품 5】 CROCODILIAN 1140x1200x100 (mm) 벽돌에 페인팅 2011	26
【작품 6】 CROCODILIAN 530x210xx230 (mm) 자연석 2012	29
【작품 7】 CROCODILIAN 2000x2000x200 (mm) 혼합재료 2012	32

I. 서론

계속되는 경기침체(depression)에서 탈출해 보고자 다양한 방법을 모색해 온 정부는, 얼마 전 소위 명품으로 분류되는 값비싼 소비 상품에 대한 특소세를 감면했다. 이른바 부자들이 돈을 풀어야 경제가 활발해 진다는 논리에서 나온 것이었다. 실제로 소비 성향에 대한 조사에는 꼭 나오는 백화점 매출 분석에서도 전체적인 매출은 줄었지만 명품에 대한 매출은 꾸준히 증가하는 추세인 것으로 나타났다. 그래서인지 백화점은 매출 신장을 위해 경쟁적으로 값비싼 물품을 수입해 판매하고 있는데, 10만 원대 생수와 수천 만원을 호가하는 카페트까지 등장했다고 한다. 예전에는 상위 20% 이내 고객을 집중 공략했다면 요즘 들어서는 이를 5%로 수정하는 식으로 바뀌고 있다고 한다. 그렇지만 그만한 능력이 없으면서 마치 자신이 그 안에 들어가자 하는 현대인도 급증하고 있다는 것이 이시대의 문제점이다.

또한 현대인들은 명품에 대한 애찬에 비해 일상생활에서 흔히 발견할 수 있는 용품들은 하찮게 여기고 무심코 버려 버리곤 한다. 그리고 현대인들은 값이 비싸고 고급스러운 것은 지향하지만 값이 저렴한 것은 저급하고 미천한 것으로 여겨 업신여기기도 한다. 게다가 현대사회에서 첫인상은 상대방을 판단하는 기준이 되어 버렸는데 이러한 의식들은 물질만능주의의 한 부정적인 측면이라고 판단된다.

타인에게 좋은 이미지로 비추어지기 위해 겉모습을 가꾸고, 치장의 도구로 소위 말하는 부의 상징물인 명품 종류의 한 눈에 봐도 고급스러워 보이는 값비싼 장식품으로 자신을 포장한다. 마치 그것들이 자신의 가치를 높여준다는 착각을 하고 영혼 없는 껍데기를 장식하는 것에만 신경을 곤두세운다. 이러한 사회 현상들은 현대인의 소비 욕구를 자극해 과소비를 불러오는 것이다.

본 연구의 논제는 이와 같은 현실에 관한 문제인식으로 시작하였으며, 현대인들이 하찮게 여기는 길거리의 벽돌이나 자연석을 이용해 걸 표면에 조각을 하고 색을 칠해 마치 명품 가방으로 보일 수 있도록 표현한다. 이는 현대인이 열광하는 명품에 대한 소비사회의 문제점과 본인의 작품과 관련하여 예술적 표현을 연구하는데 의의를 둔다.

본 연구에서는 본인의 작품 표현에 대하여 분석하고 향후에 작업을 보완하는 것이 이 논문의 목적이다.

본 연구내용 및 방법으로는 현대소비사회의 문제점을 고찰해 이론적 배경으로 제시하였고, 조형적 분석으로는 본인 작품에서 드러나는 재료적인 부분과 표현 방법에 대해 분석하였다.

첫째, 연구 작품의 사회적 배경에 대한 사례에 대하여 알아보고, 이를 토대로 본인의 작품표현에 대해 연구하여 작품을 표현하고자 한 의미를 확실하게 밝히고자 하였다.

둘째, 본 연구의 조형적 특성과 의미를 알아보고, 예술적 표현에 대하여 연구하였다.

셋째, 본인의 작품을 제작방법과 내용으로 나누어 기술하여 심층적으로 분석하였다.

마지막으로 본인의 작품을 중심으로 분석하여, 향후 작업과제를 도출해 내는데 의의가 있다.

Ⅱ. 본 론

1. 작품형성의 배경

지금 우리가 살아가고 있는 현대사회는 인간의 욕망으로 발전해왔으며 상호 모순관계로 이루어진 사회이다. 소비 욕망으로 인해 신용불량자가 300만 명이 넘고 빚이 쌓이고 쌓여서 결국엔 자살을 하는 사람들도 있다는 소식을 대중매체를 통해 접하고는 했다. 그 많은 신용불량자 중에는 사업과 생계, 학업 때문에 빚을 지는 사람들도 있겠지만 일부는 자신의 욕망을 멈출 수가 없어 빚을 지어서라도 고급차, 명품 등 물질만능주의에 현혹되어 자신의 욕망을 채우려다 보니 빚이 점차 쌓여서 파산의 지경에 이르는 일부도 있다. 그 지경까지 이르는 분에 넘치는 과소비는 자기 자신을 위한 소비인지 타자를 위한 소비인지 의문감이 든다.

일부 현대인들은 타인의 걸모습을 보고 그 사람의 경제수준을 판단한다. 이러한 판단기준은 과소비를 부추기고 있는 것이다. 겉으로 보여 지는 자신의 모습을 포장하기 위한 소비를 하고 있다고 볼 수 있다.

현대인이 살아가는 방식은 제 각기 다르지만 한 가지 분명한 것은 욕망이 더 큰 욕망을 불러 일으켜 소비를 하게하고 그 소비는 자신을 위한 소비인지 타인을 위한 소비인지 모호해 지며 인간의 욕망이라는 것은 점차 증식되어 지고 있다는 것이다. 이러한 현대사회의 소유, 소비 욕망에 대한 본인의 견해를 말하고자 한다.

1) 현대사회의 소비문화

현대사회는 "소비사회"라고도 한다. 이제 생산이 중요한 게 아니고 소비가 목적이고 생산은 부차적이 되었다. 오늘날엔 소비문화는 인간의 욕망을 '자극, 이용, 조작'하는 것이다. '욕망'이 문제가 되는 것은 자발적, 주체적이

아니라는 것과 소비사회를 강화하는 기계라는 사실이다.

욕망은 자유의지의 발로가 아니다. 남의 욕망을 내 것으로 착각했거나 무의식적으로 모방하는 것에 불과하다. 스스로가 주체적으로 숙고해서 취득하는 것이 아니라 남들이 하니까 세상이 그렇게 흘러가니까 그대로 답습할 뿐이다. 이런 예는 거의 모든 소비행태에서 나타난다.

자기 생각, 의도대로가 아닌 세파에 휩쓸려 운신하는 것은 자생적 욕망이 아니다. 욕망의 사전적 정의는 누리하고자 함, 또는 그 마음, 부족을 느껴 그것을 채우려고 하는 마음이다. 인간의 결핍을 채우기 위한 기점으로서는 욕구와 욕망이 있다.

이 두 개념은 거의 같은 의미로 사용되는 경우가 많으나 자크 라캉¹⁾은 인간의 욕구(Need)와 욕망(Desire)을 구별 지었다.

손 호머(Sean Homer, 1970~)는 『라캉 읽기』에서, “욕망은 인간의 기본 욕구 어떤 것을 향한 몰두를 가르친다.”²⁾ 라고 하였다. 즉, 욕망은 인간을 움직이는 행동의 원천으로서 대상이나 행동을 향한 동기 혹은 특정 소비대상을 향한 갈망이라고 할 수 있다.

이준영, 김난도는 근원적인 인간의 욕망을 크게 4가지로 분류하였고, 「소비욕망의 개념에 관한 연구」에서 다음과 같이 서술하였다. “먼저, 존재 욕망은 인간이 자신의 존재를 유지하고 보존하고자 하는 욕망이라고 하였다.³⁾ 이러한 인간의 욕망을 형성하는 원인은 결핍의 해소와 쾌락의 추구이다. 욕망은 기본적으로 인간에게 쾌락을 제공하기 때문에 무엇인가를 강렬하게 추구하게 된다. 인간은 대상물을 소비하여 욕망을 충족시키며 이를 통해 현대사회 속에서 자신의 존재를 각인시킨다. 더불어 사회적 위치, 타인의 시선 등을 즐기며 고통과 불쾌감으로부터 벗어나 행복한 감정을 갖는다.

1) 자크 라캉 (Jacques Lacan, 1901~1981) : 20세기 초 프랑스를 중심으로 활동한 정신분석 이론가이다. 그는 프로이트의 정신 분석학을 재해석하여 주체와 욕망의 문제를 주요 관심사로 삼았다. 라캉은 하나의 기표가 많은 기의를 담은 구조주의 언어관(소쉬르의 언어관)을 적용하여 프로이트가 발견한 무의식을 다시 해석함으로써 정치, 사회, 문화예술의 분야로 확대되어 영향을 끼치게 되었다. Jacques Lacan, 권택영 역, 민승기 역, 『자크 라캉 욕망 이론』, 문예출판사, 2004, p. 11

2) Sean Homer, 김서영 역, 『라캉 읽기』, 은행나무, 2007, p.136

3) (이준영, 김난도. 「소비욕망의 개념에 관한 연구」, 「소비자학 연구」, 제21권 제2호, 2010, pp.378~383)

또한 현대인들은 외적인 모습에 많은 가치를 두며 누구나 아름다움을 추구하기 때문에 외모를 통해 타인을 평가하게 된다. 외모를 가꾸는 것은 내재되어 있던 또 다른 모습을 표출하고 그 노력의 결과로 인해 자신감을 갖게 되는 좋은 점도 있지만 지나친 외모지상주의로 발전 할 수도 있다. 과열된 소비는 외모지상주의를 더욱 더 견고하게 만든다. 자신의 감정보다 타인의 시선을 의식하다보면 현실과 이상의 괴리감을 느끼고 자신을 부정하는 지경에 이를 수도 있다. 허례허식적인 과소비로서 타인에게 자신의 신분이나 부를 과시하기 위해 비싸고 고급스러운 유명한 제품을 소비한다. 개인의 욕망을 충족시키는 것으로 끝나지 않고 상대적으로 생활수준이 낮은 계층에게 박탈감을 느끼게 함으로써 계층 간의 위화감을 조성하고 현대인의 소비욕망은 더 이상 개인의 문제가 아니며 소비의 중독은 많은 위험성을 가지고 있다. 이러한 현대인의 소비욕망에 대한 문제점들을 통해 이론적 배경을 확립 할 수 있었다.

2)자연석과 벽돌의 정의

예술적 측면에서 자연은 미를 창조하고 표현하는 근원이다. 자연은 예술가들에게 많은 소재를 제공하는 동시에 창조적 상상력을 자극한다. 인간은 자연과 끊임없이 교감하면서 자연을 탐구하고 자연에서 체득한 경험들을 예술의 영역으로 승화하여 표현해왔다.

특히 돌은 자연 가운데서도 조형적 요소가 풍부하고 예술성을 지니고 있으며 인간의 곁에서 창조성을 부여하는 생각의 근원이며 돌은 천연 광물질의 단단한 덩어리를 말하며 과학적인 용어로는 ‘암석’이라 한다.

돌은 일상생활 도구로 이용될 만큼 인간과 밀접하고 지속적인 관계를 이어가고 있는 자연물이다. 인간들 중에는 돌에 대해 신앙심을 가지고 돌처럼 참되고 변함이 없는 인간이기를, 돌처럼 영원하기를, 돌을 닮아 굳고 단단하기를 염원하는 마음으로 정성스럽게 돌을 아끼며 사랑하는 깊은 사상이 깃들어 있는 역사를 가지고 있다.

돌은 생명이 없는 자연의 무기물이지만 엄청난 상상력을 발휘하며 무한한

아름다움과 생명을 부여하고 있다. 돌은 자연스러움과 순수함으로 그 만의 느낌을 전해주고 있으며, 예술성을 보여 주고 있다. 돌의 표면은 자연에서 오랜 세월에 걸쳐 무심히 만들어낸 것으로, 돌의 성질에 따라 그 다양함과 생동감이 있는 선의 흐름이 돌의 활기를 더해 주며, 돌은 모두 각각의 색과 이미지가 있고 그만의 역사가 있다. 돌이 지닌 순수성과 아름다움은 그 자체가 예술성을 함축하고 있다.

돌의 종류 중에는 우리가 흔히 알고 있는 대리석이 있다. 대리석은 비교적 가공하기 쉽고 본연의 색채와 무늬가 아름답기로 유명하며 표면을 연마하면 광택을 띤다. 그래서 조각의 재료로 가장 많이 쓰이는 돌이 대리석이다. 본인의 작품에서도 순백의 대리석을 이용해 가방의 형태로 조각한 뒤 페인트와 안료로 채색을 한다. 이는 돌이라는 단단한 물성이 본연의 무거움을 감추고 관람자로 하여금 명품가방으로 착각을 유도하기 위함이다.

또한, 자연석으로 표현된 작품은 자연석이 지닌 자연스러운 형태에 가족의 이미지를 조각하여 걸 표면의 가족의 질감을 연출한다. 이는 본인이 생각하는 현대인의 소비욕망은 돌의 무게와 비례해 무겁고, 쉽게 구매하기에는 버거움을 표현하기 위해 돌을 사용하여 표현하였다. 그리고 본인의 작품에서 자연석과 더불어 주로 사용하는 재료는 벽돌이다.

벽돌은 근대 이후에 정착한 용어로 벽(Wall)을 나타내는 壁과 石을 나타내는 한글의 '돌'을 합친 용어로서 벽체를 축조하는데 사용하는 돌과 비슷한 성질의 건축 재료라는 의미를 가지고 있으며 조선시대 후기부터 사용된 것으로 추정된다. 한국건축사전(장기인,1998)에 의하면, 벽돌은 '진흙을 반죽하여 성형, 소성하거나 시멘트와 모래를 혼합하여 틀에 박아서 만든 조적 재료'로 정의 하고 있고 '흙으로 구워 만든 검은 벽돌'과 '얇게 깨지는 돌을 벽돌처럼 다듬어서 쓰는 돌'로 정의하고 있다. 시멘트와 모래를 버무려 틀에 박아 건조한 네모진 건축 재료'라고 정의 하여 시멘트 벽돌까지 그 영역을 포함하고 있다.

19세기 말 우리나라의 근대화가 진행되었으나 벽돌은 상류층 건물에 한정적으로 사용이 되었고, 생산은 수공업에 의존하고 있었다. 지금 우리가 살아가고 있는 현대 사회에서의 벽돌은 건물을 짓기 위해 적합하게 규격화되어 인공적으로 만들어낸 대량생산품의 일종이다. 집짓는 용도 이외의 별

도의 쓰임은 없으며, 오히려 값이 싸고 저렴해 현대인들에게는 업신여겨지고 있는 것이다. 길거리에서 쉽게 공사현장을 볼 수 있다. 공사현장 앞쪽에는 수 백 장의 벽돌이 쌓여 있고 어떤 것은 바닥에 널브러져 있어 지나가는 사람들의 발에 밟히고 발길에 차이고 때로는 불쾌감을 조성하기도 한다. 이러한 벽돌을 보고 보석처럼 애지중지 여기는 사람은 없다. 본인의 작품에서 벽돌은 특별하다. 싸구려라 여기는 벽돌의 겉 표면에 명품가방의 이미지를 조각하고 색을 칠해 넣는다. 본인의 벽돌에 대한 주관적 사고를 현대인의 애호품인 명품 가방의 이미지로 제작 하는데 그 의미를 부여 하였다.

2. 작품의 표현방법

하찮게 여겨지는 것, 보잘 것 없는 것, 너무 흔해서 관심 받지 못하는 것들, 그런 모든 것들은 본인에게 있어 특별하다.

길에서 우연히 땅에 떨어져 있는 반짝이는 형상을 발견했다. 가까이 가서 보니 비닐이 겹쳐져 있고 그 비닐은 빛에 반사되어 반짝이는 보석처럼 보였던 것이다. 얼핏 보기엔 고급스러웠던 것이 가까이 가서 보니깐 그냥 버려져 있는 비닐에 불과했다. 본인은 무심히 버려지는 그것들에 대한 관심에서 작업이 시작되었다.

현대인들은 '이 세상 사람은 모두가 평등하다'라고 말한다. 그렇지만, 아직도 사회는 물질적 잣대로 계급이 나뉘지고 소위 상위계층은 대접을 받고 하위계층은 멸시를 받는다. 쉽게 얻어지는 것, 가격의 기준이 높은 것, 지위가 높고 낮음에 따라 사람을 판단한다. 또한, 명품이라면 무조건 최고라고 여기며 백화점이나 유명브랜드가 아니면 멸시되는 사회이다. 값이 비싼 것에 대한 예찬이 지나치다 싶을 정도로 심각한 이시대의 사회풍조와 명품 소비문화가 낳은 문제점에 대한 부정적인 견해를 길에서 발견한 쓸모가 없다고 여겨지는 돌과 벽돌을 이용해 명품가방의 이미지로 표현한다.

본인의 작품에서 사용되는 한 개 100원도 안 되는 벽돌이 벽돌의 모습을 감추고 명품가방인척 화려한 채색과 장신구를 달고 가방의 이미지로 위장하고 있다. 이는 마치 현대인이 자신의 걸모습을 화려한 화장과 차림새로 덮어 위장하는 것 같이 돌의 걸 표면에 그림을 그려 넣어 돌 본래의 모습을 감춘다.

본인에게 비취진 몇몇의 현대인은 타인에게 보여 지는 자신의 이미지를 위하여 인위적인 모습과 분수에 맞지 않는 과소비로 몸을 휘감고 본래의 자신을 덮고 있는 껍데기에 불과한 걸모습을 포장하며 살아간다. 이러한 현대 사회의 물질적 가치 판단에 대한 본인의 의견을 돌과 벽돌을 통해 은유적으로 표현하고자 한다.

1) 자연석과 벽돌의 조형적 의미

이 세상에는 인구 수 만큼이나 상당수의 돌이 존재한다. 세상에 존재하는 모든 돌들이 돌조각으로 다양하게 사용되어 왔으며, 돌은 수 백 년을 이어온 전통 조각 재료로서 견고하고 순수하며 내구성이 강하다. 오랜 역사를 지닌 석조각의 위대함은 지금까지도 그대로 전해져 내려오고 있다고 해도 과언이 아니다. 그러한 전통적인 조각재료인 돌이라는 물성의 특별함도 있겠지만 본인에게 있어 돌은 조각재료 뿐만 아니라, 특별한 의미로 전해졌다. 돌이 지닌 색감과 돌을 조각하면서 느끼는 교감은 설명할 수 없는 무언가가 있다.

돌의 가장 큰 장점으로서는 영구적 보존성이 뛰어나고 자연적 현상에 영향을 적게 받아 실외 조각 작품으로도 손색이 없으며, 그 무게의 육중함과 견고함은 돌만이 뽐어 낼 수 있다.

돌의 종류에는 대리석, 사암, 화강석, 등등 각 돌만의 특성과 색깔, 입자가 모두 다르다. 그러나 본인은 일반적이고 보편적인 조각재료 보다는 길에서 우연히 발견하는 돌, 어느 이름 모를 뒷산에나 있을 법한 돌, 그런 흔하게

발견되는 자연석에 관심이 더 간다. 다른 사람이 관심을 갖지 않아 더 애
 틈하고 특별하다. 돌을 보고 '가볍다'라 말하는 사람은 없다. 보편적으로 돌
 은 무거움을 상징한다. 그러한 무거움을 상징하는 돌을 이용해 이시대가
 열광하는 명품가방을 표현한 이유는 쉽게 들지 못하는 명품, 고가품의 버
 거움과 소중하게 여기지 않는 돌이나 벽돌을 이용해 조각을 하고 그림을
 그려 넣어 본래의 이미지를 감추고 명품의 껍질을 입힌다. 이는 현대소비
 욕망의 무게와 물질만능주의에 대해 표현하기에 돌이라는 재료는 가장 적
 합하다. [작품1]에서 돌의 표면에는 한 눈에도 알아 볼 수 있는 유명 명
 품상표의 로고 이미지를 표면에 그려 넣고 음각으로 조각한다. 음각으로
 조각한 뒤 색을 칠하는데 이 기법은 조각된 부분은 다른 면에 비해 거칠기
 때문에 페인트를 칠하면 색이 쉽게 벗겨지지 않는다. 색을 칠하는 행위는
 본래의 돌이 가지는 물성이 아닌 기성품으로 위장하기 위함이다. [작품2]
 에서는 유명 명품가방의 로고를 본인의 이름 이니셜을 이용해 유명 브랜드
 를 연상할 수 있는 이미지를 그려 넣고 이니셜 부분을 제외한 표면은 정과
 망치를 이용 그림 그려진 부분을 제외한 바탕을 조각한다. 그러면 이니셜
 은 양각으로 도드라져 표현된다. 양각으로 도드라진 부분에 금색 페인트로
 칠을 한다. [작품3]에서는 조각된 형태에 [작품2]와 마찬가지로 이미지를
 그려 넣고 음각으로 조각한다. 조각된 부분에 색을 칠하고 정중앙 상위 부
 분에 보이는 로고에 에폭시본드를 이용해 큐빅을 붙여준다. 이는 현대인이
 목걸이 귀걸이를 하는 장식과 같은 효과라 생각한다.

돌과 더불어 주로 사용하는 재료는 벽돌이다. 벽돌은 건축을 견고하게 짓
 기 위해 발견된 덩어리로써, 시멘트와 거친 모래 알갱이들로 구성되어있다.
 벽돌은 건축물의 외벽을 형성할 때 이용되는 용도 이외의 쓰임이 적으며
 그 값은 매우 저렴하다. 그 가격이 저렴한 까닭 때문 인지 아니면 주변에
 서 흔하게 볼 수 있는 까닭에서 인지 현대인은 값이 저렴한 하다고 멸시한
 다. 또한, [작품4]는 벽돌의 표면에 페인트를 칠하고 오브제를 붙여 벽돌의
 모습을 완전히 덮어버렸다. [작품5]에서는 벽돌을 블록처럼 연결해 크기를
 확대하고 전체적인 형태가 잡히면 겉 표면에 악어가죽의 이미지를 그려 넣
 는데, 이 가죽의 이미지는 벽돌과는 상반되는 질감으로 대조적인 효과를
 연출하고 한 면에만 가죽의 이미지를 그려 넣은 뒤, 드로잉 된 부분을 조

각한다. 조각은 마무리가 되었어도 조각된 부분이 벽돌의 회색빛에 가려져 눈에 띄지 않음으로 벽돌임을 감추고 악어가죽의 이미지를 강조하기 위해 페인트를 4단계에 걸쳐 칠하면서 최대한 가죽의 이미지와 가깝게 연출한다. 이렇듯 별거 아닌 것쯤으로 생각해 버림받는 덩어리들은 본인에게 있어 여성들이 열광하는 명품가방은 그들이 별거 아닌 것으로 여겨지는 덩어리에 다를 바 없다. 터무니없이 비싸고 너도 나도 갖고 있는 모습들이 마치 돌이나 벽돌의 일률적인 형태의 덩어리로 보인다.

명품가방을 너도 갖고 있다면 나도 가져야 한다는 동조심리와 소유함을 과시하고자 하는 허영심, 한국의 여성들에게서 만연하게 볼 수 있는 이러한 허황된 소비현상에 대한 문제점을 돌이라는 덩어리에 조각을 하고 색을 칠해 명품 가방의 형태로 표현한다.

값비싼 것만이 예술작품의 재료로 사용되는 것만이 아닌 값이 저렴해 무심코 버려지는 그런 일상적인 재료도 예술작품이 될 수 있다는 가능성에 대해 연구한다.

2) 채색표현 기법

색이란 빛이 물체를 비추어 반사, 흡수, 투과, 굴절, 분해 등의 과정을 통해 눈에 가해지는 지각현상이다. 따라서 색을 지각하려면 빛과 물체(대상물)와 감각(눈)이 있어야 한다. 이를 색채 지각의 3요소라고도 하는데 여기에 한 가지 더 뇌의 작용이 있어야만 물체의 색으로 인식할 수 있다.

빛은 물체에 닿으면 그 물체를 구성하는 화학적 성질에 따라 선택적으로 흡수되고 나머지는 투과되거나 반사된다. 이렇게 물체로부터 반사된 빛은 우리 눈의 망막에 있는 색을 감지하는 추상체를⁴⁾ 자극하고, 각기 다른 과장 역의 빛에 대해 선택적으로 반응하여 색 감각을 일으킨다. 색채는 주관적인 감각이며 심리현상이다. 우리가 흔히 색 또는 색채라고 말하는

4) 추상체(Cone Cells): 시세포의 하나로 망막의 중심와의 밀집되어 있다. 간상체에 비해 감도가 낮고, 밝은 곳에서 작용하며, 명암감각을 포함한 색각 및 시력에 관여 한다.

것은 색지각인 것이다. 색채 해석에 대해서 문은배는 “색채(色彩)는 색이 무늬로 형상화되거나 아름답고 곱게 칠해진 것이며 색을 무늬화해서 배색해 놓은 것이다. 또한 색채는 색에서 발견되지 않는 감성적인 느낌과 색이 인간에게 주는 느낌을 시술할 때 사용된다.”⁵⁾

색채는 만지거나, 냄새를 맡거나, 듣거나, 맛보거나 하는 등의 인간 오감 가운데서도 인식 과정의 최전선에 놓여있고, 인간 생활을 보다 인간답게 하는 기폭제 역할을 한다. 우리가 사는 세상은 수많은 색에 자연스럽게 노출되어 잠재의식 속에 존재하는 일상의 모든 빛깔, 예를 들어 나무의 색, 과일의 색, 하늘의 빛깔 등 구분하기 쉬운 방식으로 색이 지닌 특성의 감각을 기억하고 있다.

자연의 빛깔은 형언할 수 없을 정도로 많은 색을 뽑아낸다. 색은 우리로 하여금 은은한 감흥을 주고 있다. 각각의 색이 주는 느낌은 서로 다르며 조금의 미비한 차이라도 관람자로 하여금 다른 의미를 전달한다는 점이 색이 지닌 특성이다.

본인의 작업에서 채색의 의미는 현대 여성이 다채로운 색으로 화장을 하여 자신의 모습을 보다 더 아름답게 가꾸듯 벽돌이나 길에서 발견한 평범하고 투박한 회색빛의 단조로움을 극복하기 위해 알록달록 한 색을 결합해 재료의 표면상에 색을 더해 본연의 물성을 감추고 새로운 이미지로 보이기 위해 페인트를 4단계를 걸쳐 가죽의 질감을 연출하는데 특징이 있다.

5) 윤혜인 「색채 지각론과 색채론」, 국제, 2008. p.12

3. 작품분석

길을 가다 전봇대 근처에 방치되어 있는 벽돌이나 널브러져 있는 짱돌들이 주로 관심의 대상이 되었다. 그저 단단하고 무거워서 별다른 용도로 쓰임이 적어 무용지물 혹은 처분하기 골칫거리인 그것들이 본인에게는 흥미롭게 여겨져 채집하기 시작했다.

현대인은 인위적으로 자신의 겉모습을 꾸미고 포장해서라도 그 무리에 속하고 싶어 하는 욕망, 본래의 모습은 그저 평범할 뿐인데 겉으로 보이는 자신의 이미지를 고급스럽게 보이기 위해 거짓된 포장을 하며 살아간다. 외형적으로 보여 지는 배경과 지위, 차림새 기타 등등 외적인 것에 대한 우리의 인식은 지나치다 싶을 정도로 계급화 되어 구분되며, 그러한 까닭에서 명품의 소비도 급증하고 있다고 볼 수 있다.

명품이라는 수식어가 붙어진 상품의 가격은 천차만별 차이가 나고 터무니없이 비싸기만 하다. 능력이 되지 않음을 인정하고 삶에 만족하기 보다는 거품처럼 번지는 욕망을 충족시키기 위해 신경을 곤두세우고 그러한 욕망은 지나쳐 화를 부르는 현대인의 소비 욕망과 일상생활 중 주변에 관심 받지 못하는 물체에 대한 본인의 호기심에서 작품이 시작되었다.



【작품 1】 루이비 뚱! 380x260x220(mm) 대리석에 채색 2010

【작품 1】 루이비 뚱!

크기 : 380x260x220 (mm)

재료 : 대리석, 페인트

제작 년도 : 2010

제작 방법 :

- 1) 돌을 가방의 형태로 조각 한다.
- 2) 거친 면이 없도록 사포를 이용해 곱게 연마한다.
- 3) 연마가 끝난 뒤 밑그림을 그리고 그 부분을 정을 이용 음각으로 조각한다.
- 4) 음각의 부분에 페인트로 색을 칠한다.

작품 설명 :

‘LOUIS VITTONS’ 전 세계적으로 널리 알려진 명품이다. 한국어로 루이비통이라 읽히는 이 명품 가방은 진품보다도 모조품이 많기로도 유명하다. 요즘 길에서 흔히 볼 수 있는 이 로고의 명품가방은 진짜인지 가짜인지 구별이 힘들 정도로 많이 있다는 것은 그 만큼 현대인들에게 인기가 높다는 것을 증명하는 결과라 볼 수 있다.

루이비통의 가방들은 20대 직장여성의 한 달 월급 정도를 오락가락 하는 가격이라고 알고 있다. 일부 여성들은 그 명품가방을 구입하기 위해서 삼시세끼 삼각 김밥과 컵라면을 먹어서라도 소유하려는 이들이 많아 졌다고 인터넷 뉴스에서 접하게 되었다. 금전적 어려움으로 생활의 불편을 겪으면서 까지 명품가방을 소유하고자 하는 이 여성들의 소비욕망에 대한 문제점에 대해 본인의 견해를 표현한 작품이다.

루이비 뚱! 여기서 루이비 뚱의 뚱은 명품에 열광하는 여성들의 허영심을 상징한다. 대리석에 가방의 이미지를 조각하였고 형태는 본래의 가방보다는 배가 부른 형태로 뚱뚱하고 불룩하게 가득 차 있는 형태로 조각하였고, 윗부분에는 가방이 잠겨진 지퍼의 이미지를 조각했다. 가방 속에 들어 있는 물건이나 그 무엇은 걸어로 보여 지진 않지만 관람자로 하여금 상상을 유도한다. 이 작품 가방 속에 뽕뽕하게 담긴 그것은 허영심을 의미한다.

제목에서 쓰이는 '뚱'은 가방에 가득 차 있는 것을 연상하기 위함이다. '뚱'을 고급스럽게 혹은 소중한게 여기는 사람은 없다. 명품에 열광하는 사람들의 소비욕망은 허영심(뚱)이 가득 차있음을 이야기 하고자 한 작품이다. 이 작품에서 사용된 석 재료인 대리석은 순백의 흰색이 특징이다.

전체적인 큰 가방의 형태를 조각한 뒤 사포를 이용해 연마를 하고 걸 표면에 루이비통의 전통 로고의 이미지를 조각하고 그 조각된 부분에 색을 넣어 가방의 이미지를 더한다.

이 가방은 능력(Power)이 없는 여성이라면 감히 들지 못 할 만큼의 속이 짝 찬 돌로 만들어진 초 단단한 가방이다.



【작품 2】 SUNJINIUS DDONG 330x280x270(mm) 대리석에 채색 2011

【작품 2】 SUNJINIUS DDONG

크기 : 330x280x270(mm)

재료 : 대리석, 페인트

제작 년도 : 2011

제작 방법 :

- 1) 돌을 조각한다.
- 2) 거친 부분을 연마한다.
- 3) 밑그림을 그린다.
- 4) 밑그림이 그려진 부분을 제외하고 정으로 조각한다.
- 5) 윗부분에 염색을 하고 핸드밀러를 이용해 바느질의 질감을 표현한다.
- 6) 양각으로 조각된 부분에 페인트를 칠한다.

작품 설명 :

현대인이 선호하는 명품. 이름이 나거나 유명한 작품을 명품이라고 하는데 이러한 명품에 열광하는 현대인이 넘쳐나고 욕망은 점점 커져만 가 소득에 비해 지출이 날로 커져 빛이 들어가는 현대인이 급격히 증가하고 있는 것이 요즘 시대의 문제점이다.

강박에 가까운 명품에 대한 집착, 우리나라의 명품에 대한 집착은 세계에서도 알아준다. 럭셔리 브랜드들은 꾸준히 성장해가고 있고 한국의 젊은 층은 '같은면서도 튀기 위해' 명품을 구입한다고 한다. 그렇지만 개성보다도 남들이 하니깐, 나도 하는 동조적인 심리가 명품의 구매욕을 부추긴다.

여성들은 명품 가방을 구매하기 위해서 수단과 방법을 총 동원하고 카드 빚을 내어서라도 소유하고자 하는 사례를 들은 적이 적지 않게 있다. 능력

에 미치지 못하는 과분한 가격의 명품을 소유하려는 현대인의 소비욕구는 큰 문제점이라는 생각을 하였다.

여성들이 열광하는 명품 백은 이제 더는 그냥 '백'만이 아니다. 개인의 정체성과 신분을 증명하는 증명서요, 프로토콜(규약)인 것이다. “적금통장 없인 살아도 명품 백 없이는 못 산다”고 외치는 젊은 층이 늘면서 명품 시장은 계속해서 브레이크 없는 기관차처럼 달려가고 있다. 그러나 명품은 가질 때는 황홀하지만, 가질수록 더 배고파지게 마련이다. 지갑은 얇게 하고, 욕망은 더욱 두껍게 만드는 명품이다.

이러한 문제점에 대한 본인의 견해를 표현한 이 작품은 가방의 형태로 만들어 졌으며 인간들의 소유욕과 허영심 덩어리의 상징인 욕망을 가방 안에 담아 보았다.

인간의 욕망은 이 돌 가방의 무게와 비례해 쉽게 들고 다니기에는 버거운 무게이다. 작품에서 가방의 버클 부분을 크게 확대해 욕망이 빠져 나올 수 없음을 의미한다.



【작품 3】 SUNJINIUS DDONG 380x220x245(mm) 대리석에 채색 2011

【작품 3】 SUNJINIUS DDONG

크기 : 380x220x245(mm)

재료 : 대리석, 페인트

제작 년도 : 2011

제작 방법 :

- 1) 돌을 조각한다.
- 2) 거친 부분을 연마한다.
- 3) 밑그림이 그려질 부분은 더 곱게 연마한다.
- 4) 밑그림을 그린다.
- 5) 그림이 그려진 부분을 음각으로 조각한다.
- 6) 조각된 부분에 채색을 한다.

작품 설명 :

명품이라는 것은 뛰어나거나 이름난 물건이나 작품이라는 뜻이다. 현대인은 명품을 통해 부유함을 시각적으로 증명하는 과시현상이 나타나고 어느덧 금은보화 보다 더 가치 있게 여겨져 일부 여성들은 명품에 열광을 넘어서 집착하는 경향을 보여준다.

명품이라는 단어가 유행처럼 번져 명품몰매, 명품복근, 명품굴비... 기타 등등 빈번하게 명품이라는 수식어를 붙여 광고를 한다. '명품'이라는 단어가 특별함을 더해 구매 욕구를 자극하는 심리 때문이다. 값비싼 물건의 상징인 명품이 누구나 갖고 있는 흔한 상품이 되어버렸다. 명품을 모방하는 모조품인 가짜가 명품의 개수보다 더 많아 졌기 때문이다. 명품에 열광하는 현대인들의 욕망을 충족시켜 주기 위해 제작된 가짜도 값이 저렴하지는 않

다. 그만큼 명품의 인기가 높아졌다는 증거이다.

이 작품은 현대인이 열광하고 있는 명품가방의 이미지와 뽕뽕한 가슴(명품 몸매)의 이미지가 합쳐진 조각으로 많이 알려진 루이비통의 로고에 '선진'의 알파벳 철자 'S,J'를 응용한 디자인으로 명품가방의 이미지를 돌조각으로 표현한 작품이다.

과시욕에서 나오는 소비 문화를 풍자 하고자 명품 몸매와 명품 가방이 합쳐진 VERY LUXURY BAG으로서 여성의 자신감 (풍만한 가슴)+ 명품 가방 = SUNJINUI DDONG 쾌락주의적 욕망은 소비의 창출이라는 산업사회의 윤리체계를 작동시킨다.

과거의 문명들은 소비의 역제가 하나의 미덕으로 간주되었으며 과도한 소비는 타락, 퇴폐로까지 비하되어 인간 본성을 파멸하고 정체성을 망각하는 주체로 인식되어 왔다. 하지만 산업사회의 구조적 변화와 노동윤리에 대한 변화의식은 여가나 소비를 또 다른 경제활동의 영역으로 확장하였다.

진정한 명품이라면 '이 정도는 돼야지'라는 의미를 담아 관람자로 하여금 실소를 의도 하였으며, 조각의 뒷부분에는 'Very luxury'라고 양각으로 조각되었고 이 작품에서 채색 기법은 로고에 페인트를 칠하고, 돌에 안료를 스미게 하는 염색기법을 응용해 대리석에 색이 착색 되도록 하였다.



【작품 4】 Original brick bag 190x50x90(mm) 벽돌, 오브제 2011

【작품 4】 Original brick bag

크기 : 190x50x90(mm)

재료 : 벽돌, 페인트, 에폭시, 장식품(오브제)

제작 년도 : 2011

제작 방법 :

- 1) 벽돌에 페인트를 칠한다.
- 2) 모서리 부분에 장식품(오브제)을 에폭시 본드로 붙여준다.
- 3) 에폭시가 굳은 후 중심부분에 큰 장식을 붙여준다.

작품 설명 :

“럭셔리 브랜드는 동양인의 정체성과 사회적 위치를 재정립하기 위한 현대적 방식의 상징물이다.” 명품의 대중화가 일상화되어 포화상태에 이렀다.

이 시대 사회 현상에서 다른 사람이 사면 나도 따라 사는 ‘동조’ 현상이 뚜렷이 나타나고, 시간이 지나 명품 소비가 계속 확산되면 눈이 높아질 만큼 높아져 평생 명품을 구입하는 단계인 ‘일상화’로 나아간다는 것이다.

현대 여성들의 손에는 비슷비슷해 보이는 사이즈의 가방이 들려져 있다. 비슷해 보이지만 어떤 것은 100만원이 넘고 어떤 것은 만원이면 사고 가격대는 천차만별이다. 비슷해 보이는 사이즈에 비슷한 디자인인 가방들은 어떤 로고가 있느냐에 따라 가격차이가 높다. 그 중에서도 오리지널인지 아닌지를 따지며 명품에 대한 관심이 상당히 높다. 현대인들의 손에 쥐어진 가방에서 벽돌형태의 이미지가 겹쳐진다. 비슷해 보이는 사이즈와 형태, 그 무게가 주는 중량감도 벽돌과 흡사했다.

이 작품은 100% 벽돌로 이루어진 오리지널 벽돌 가방으로써 구매자가 관심을 갖는 오리지널임을 강조해 명품애호가들을 풍자하는 메시지를 담아 보았다. 벽돌을 보고 관심을 갖고 고급스럽다고 여기는 사람은 없다. 자칫 싸구려라 폄하되는 벽돌이라는 물체에 색을 칠하고 가방의 장신구를 달아 주어 명품인 듯 연출한 작품이다.

백화점이나 잡지 광고에서 명품가방의 광고를 쉽게 읽어볼 수 있는데 글의 내용은 구매자의 욕구를 자극하는 문구로 명품을 찬양하는 내용이 담겨져 있다. 구매자들이 명품을 구매함으로써 보다 더 나은 위치상승과 품위를 느낄 수 있을 거라는 착각을 할 수 있는 이러한 광고는 현대인을 소비욕을 더 자극해 비극적인 결말을 낳기 마련이다. 구매자는 상품의 질보다는 겉으로 보여 지는 이미지를 먼저 보고 질은 그 다음의 선택의 문제이다. 인간과의 관계도 비슷하다. 겉으로 보이는 이미지를 보고 상대를 판단하고 그 상대의 내면은 그 다음 판단한다.

인간의 내면보다는 겉모습을 중요하게 생각하고 그 상대가 인위적인 모습을 하고 있는 지 진심으로 대하는지는 중요하게 생각하지 않는다. 그 저 겉으로 보이는 모습으로 본인의 판단을 신뢰할 뿐이다. 그래서 현대인은 자신의 겉모습 치장에 투자를 아끼지 않는다.



【작품 5】 Crocodilian 1140x1200x100 (mm) 벽돌에 페인팅 2011

【작품 5】 Crocodilian

크기 : 1140x1200x100 (mm)

재료 : 벽돌, 페인트

제작 년도 : 2011

제작 방법 :

- 1) 전체적인 형태는 드로잉을 기본으로 하고, 이를 토대로 조각한다.
- 2) 벽돌을 하나씩 배열하여 그 위에 정과 망치를 이용해 드로잉 되어진 부분을 조각한다.
- 3) 조각이 끝나면 사포로 연마한다.
- 4) 1차 우레탄 도색한다.
- 5) 2차 우레탄 도색한다.
- 6) 악어가죽의 이미지로 보여 지기 위해 페인트를 이용해 강조한다.

작품 설명 :

길을 다니다 공사현장에 아무렇게나 널브러져 있는 벽돌을 가져 온다. 쓰고 남겨진 것 같아 보이는데 길가에 무심히 방치되어 있는 벽돌이 안쓰럽고 불쌍하다. 생활 주변에서 흔히 볼 수 있는 생산품. 현대인들에게는 관심 받지 못하는 그런 일상용품들이 오히려 본인에게는 특별하게 여겨진다.

벽돌은 건축을 짓기 위한 시멘트로 만들어진 덩어리에 불과하지만 우리가 살아가는 세상 속의 인간군처럼 여겨진다. 관심 받지 못하는 사람도 존재의 의미가 있듯이 개개인이 모두 특별하고 소중하다. 사람은 누구나 평등하다고 한다. 그러나 현실에 있어서는 그건 말뿐이지 사실상 그렇게 인식하고 있지 않다. 직업이 무엇이나 어디 사느냐 학교는 어디 다니느냐 어

떠한 차림새, 기타 등등 그 사람이 아닌 주변의 조건이나 배경들이 그 사람을 판단하는 기준이 되어 지고 있다. 그래서 인지 더 나은 자신의 이미지를 위해 소비를 하게 된다. 현대인의 사고 속에 어느덧 없는 것에 대한 멸시와 갖은 것에 대한 경시가 자리 잡게 된다. 욕망을 채우기 위해 소비를 하고 자신을 만들어 가며 살아가고 있다.

제일 먼저 사람과 사람이 만나면 중요하게 생각하고 판단하는 부분이 걸모습인데 대면을 할 때 걸모습을 보고 그 사람을 판단한다. 그래서인지 더 더욱 외모에 중요성이 높아지고 있다. 현대인들은 보다 나은 외적인 모습을 위해 성형을 하고 비싼 명품을 걸치고 자신의 가치를 높게 보이기 위해 노력한다. 그런 의식에 대한 본인의 견해를 표현하였다.

벽돌이라는 단단하고 보잘 것 없이 여겨지는 재료를 이용해 현대인이 열광하는 명품가방의 이미지를 벽돌의 겉 표면에만 조각을 하고 페인트로 채색을 한다.

CROCODILIAN은 사전적인 의미로 가식적인, 위선적인 뜻으로 별거 아닌 것이 별거인양 보이려 걸모습을 위선적으로 꾸며진 사람을 판단하는 현대 사회에서 현대인들이 갖는 의식에 대한 표현이다.

벽돌의 4면 중에 한 면에만 조각을 하고 채색을 한다. 뒷면과 옆면에는 본래 물성의 특성을 보존 한다.

길에서 흔히 볼 수 있고 무심케 여겨지고 버려지는 재료들이 예술작품으로 충분히 가능성이 있다는 것과 길으로 보여 지는 이미지로 그 전부를 판단할 수 없다는 이야기를 하고자 한다.



【작품 6】 Crocodilian 230x140x180 (mm) 자연석 2012

【작품 6】 Crocodilian

크기 : 230x140x180 (mm)

재료 : 자연석, 페인트

제작 년도 : 2012

제작 방법 :

- 1) 자연석에 밑그림을 그린다.
- 2) 그림이 그려진 부분을 조각한다.
- 3) 조각되어진 부분에 상면에 투명 페인트를 칠한다.
- 4) 가방의 이미지를 표현하기 위해 오브제를 부착한다.

작품 설명 :

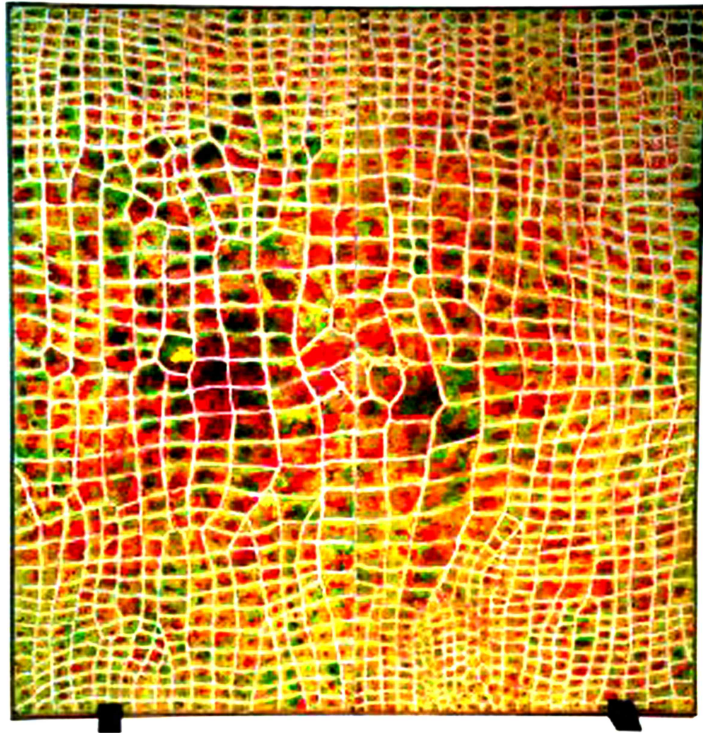
이 작품은 자연에서 취득한 돌로써, 이를 자연석이라 칭한다. 자연석은 세월의 역사를 담고 있는 돌이며, 스스로 비바람에 갈고 닦아져 만들어진 형태로 이를 이용해 조각하였다.

자연에서 이리 저리 텅굴면서 모양이 형성되고 어느 부분은 깨져 있고 어느 부분은 자연발광을 띄고 있다. 자연발생적인 형태의 돌은 이 세상에 단 하나 밖에 없는 유일한 존재성을 갖고 있다. 현대인들은 개성을 중시한다고 하면서도 유행에 민감하게 반응해 너도 나도 같은 형태의 가방을 들고 다니는 사람들이 많다. 원조의, 하나의, 유일함을 으뜸이라 말하지만 현실에서는 그렇지 못하다.

누구나 알법한 명품브랜드에서 나온 신상품은 날개돋인 듯이 판매가 되고 인기가 높다 싶은 제품은 대량생산되어 일파만파 퍼져 본래의 유일함은 사

라져 버리기 일 수이다. 아이러니한 점은 개성이 중요하다 말은 하면서도 오히려 개성이 강한 사람은 그들의 무리에서 받아 주지 않는다. 이러한 현대사회 속에서 자연석의 유일함이 주는 존재감은 특별하게 느껴졌고, 주변에서 취득한 자연석은 자연에서 만들어낸 자연 발생적으로 형성된 형태의 표면에 인위적인 조각을 가해 가족의 이미지를 그려 넣는다. 이는 본래의 모습을 덮고 가식적인 껍데기로 포장해 상대를 대하는 현대인을 표현하기 위함이다.

자연석에 속하는 이 돌은 스스로의 색을 지니고 있었다. 표면에서 보이는 돌의 색감은 진한 갈색이 뚜렷하고 정으로 조각해 쪼면 하얀 속살이 비춰서 겉과 속의 색감이 분명히 드러나 페인트를 따로 칠하지 않았다. 돌의 표면(껍데기)에 인위적인 뱀가족의 이미지를 그려 넣어 돌이 아닌 거짓된 포장을 새겼다. 마치 인간이 자신의 모습을 감추기 위해 화장을 하고 장식을 해서 겉모습을 꾸미는 현대인의 모습을 표현 한다.



【작품 7】 Crocodilian 2000x2000x200 (mm) 에폭시, 안료 2012

【작품 7】 Crocodilian

크기 : 2000x2000x120 (mm)

재료 : 스티로폼, 인두, 에폭시본드, 안료, M.D.F

제작 년도 : 2012

제작 방법 :

- 1) 스티로폼에 인두를 이용해 녹이면서 그림을 그린다.
- 2) 투명에폭시 본드에 안료를 섞어서 색을 칠한다.
- 3) 여러 차례 색을 바꿔 가면서 색을 입힌다.
- 4) 스티로폼이 지탱할 수 있게 M.D.F로 틀을 만든다.

작품 설명 :

현대사회 속에 살아가는 인간과 인간의 관계의 벽을 Crocodilian으로 표현하였다. 'Crocodilian'은 인위적인, 가식적이라는 뜻으로 우리가 살아가는 현대사회의 인간의 모습이라는 생각을 한다.

상대를 대할 때 인위적인 혹은 가식적인 모습으로 스스로의 겉모습을 포장하고 카멜레온처럼 여러 가지 색으로 자신을 보호하며 대면할 준비를 갖추는다. 2M의 스티로폼에 가족의 이미지를 그려 넣고 그 위에 얇게 핸드코트를 발라준다. 건조 된 상태에서 투명에폭시에 안료를 섞여 색을 칠하고, 그 색이 굳어질 즈음에 재 차 투명에폭시에 안료를 섞어 칠하는 과정을 여러 차례 반복해 색의 층을 높인다.

이 과정의 작업에서 여러 가지 색은 서로 다른 의미를 지닌다. 다양한 색은 흡사 카멜레온의 색을 연상시키고 이는 상황에 따라 상대를 대하는 현대인의 모습을 표현하였다. 우리가 상대를 대할 때 자신을 위한 아니면 상

대를 배려한 포장인지는 개인마다 다르겠지만 분명한 것은 어느 정도의 자기 포장은 필요한 거라고들 말한다.

일부 현대인은 스스로의 편의보다는 다른 사람들의 시선을 너무 의식하면서 살고 있다. 어려서부터 가정에서 받는 가정교육 또한 다른 사람을 위한 배려를 벗어나 지나치다 싶을 정도로 주변사람을 의식하도록 보수적인 사고로 교육하였고, 이러한 교육의 효과로 상대를 대함에 있어 의식적인 태도와 의복을 차려입고 예의를 갖추고 가식적인 태도로 상대를 대하는 인간들의 모습이 만들어 진다. 인간과인간의 관계에서 겉모습을 위장해 상대를 대하는 현대인의 모습을 표현한 작품이다.

Ⅲ. 결 론

예술은 그 시대의 환경에 따라 표현하며 대중들에게 본인의 감정 표현뿐만 아니라, 소통할 수 있는 이상적인 균형과 조화를 전달 하고자 하였다.

본인은 오늘날의 현대 사회적 풍조와 현대인의 소비욕망에 관한 개인적인 의견을 여성들이 선호하는 생산품의 한 형태인 가방의 이미지로 조각하여 관람객과 공감대를 형성 하고자 하였다.

본 연구는 'CROCODILIAN'라는 제목으로 전시된 본인의 작품을 중심으로 한 것으로서 주로 벽돌이나 길에서 혹은 산이나 강에서 발견한 돌을 사용 하였으며, 이 시대 소비사회 속에 사는 현대의 욕망과 사람과 사람사이의 관계 속에서 형성되는 의식을 작품으로 표현하고자 하였다. 가방 이미지의 표현방식은 이 시대 현대 여성이 가장 열광하는 장신구로 대두 되어진 산물로써 대중과의 공감을 이루고자 하였다.

본인에게 있어 현대인의 소비욕망은 지나치다 싶을 정도로 명품을 애호하고 극찬하는 풍조로 문제가 심각하다고 생각했다. 상품의 질의 높고 낮음도 중요하게 생각하지만 그 보다 겉으로 보여 지는 상표가 무엇이나에 따라 구매욕을 자극한다. 유명 연예인이나 대중들의 사랑을 받는다 싶은 아이템은 유행처럼 번져 너도 나도 소유하려고 한다. 일부 현대인에게는 자기를 제외한 남들이 갖고 있으면 자기 자신도 가져야 한다는 동조형의 욕망이 더 크게 자리 잡고 있는 것이다.

명품에 대한 열광은 쉽게 잠식되어지지 않으며 앞으로도 쉽게 꺼지지 않을 거라 예상한다. 인간의 욕망은 감소되기 보다는 점점 더 커지고 깊이 빠지는 늪 같은 존재이기 때문에 소비욕구는 이와 상응해 고가의 명품은 또 다른 더 나은 비주얼로 더 고가의 가격으로 현대인을 소비욕구를 자극하며 다가올 것이다.

이번 전시에서의 부족했던 부분에 대한 보완과 주로 표현된 가방의 형상이 아닌 다른 형태적인 부분에 대한 심도 깊은 연구와 본인 작품의 의미 전달에 대한 연구 및 현대사회의 현상과 현대인의 의식 구조 대해 보다 더 정확하고 다양하게 분석하고 작품의 내용을 더 심도 깊게 표현 하는 것을 향후 과제로 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 단행본

색채지각론과 색채론 , 윤희인, 국제. 2008

2. 번역본

Jacques Lacan, 권택영 역, 민승기 역. 『자크 라캉 욕망 이론』, 문예출판사, 2004,
Sean Homer, 김서영 역, 『라캉 읽기』, 은행나무, 2007

3. 국내 학술지논문

이준영,김난도. 「소비욕망의 개념에 관한 연구」, 「소비자학 연구」, 제21권 제 2호, 2010.

ABSTRACT

Study on Expressions of Desire in Modern Society

- ON THE BASIS OF MY WORK -

Kim, Sun Jin
Dept. of Sculpture
Graduated School of Sculpture
Sung-shin Women's University

This study is a report of the author's research findings on work done from 2009 to 2012. It centers on the author's own piece, "CROCODILIAN," exhibited in 2012.

"Crocodilian," the title of this exhibit's thematic piece, means "pretentious, hypocritical" in Korean. It points to the problems of the modern consumer society by depicting the skin of a crocodile on the outside of the rock. This metaphorically expresses modern day people who hide their real selves and disguise themselves with artificial and hypocritical appearances. Modern day people go wild over expensive brand-names: young people these days even say things like "Louis Vuitton is a 3 second bag, Gucci a 5 second-bag, and Etro a 7 second bag" after the way such bags can be seen in 3, 5, 7 seconds in subways or buses and all over the street. Like the instance above, it is true that Louis Vuitton or Gucci bags are sweeping the nation at a frightening speed. These expensive brand-name bags fan the flames of Korean women's desire for designer-label products, and serve as certain symbols to prove that one is too part of the "brand-name-fam." The author's opinion of such spending desires of modern consumers is expressed in the form of a designer-name bag, using rocks and bricks.

In terms of the author's theological method of analysis for this piece, an

examination was done of the consumer culture of modern day people. The piece can be broken down through sculptural analysis thus: one, natural rocks and bricks used as the main material for sculpting, and two, each sculpted part colored with paints. A description regarding the selection of materials is included –specifically, the grounds on which natural rocks and bricks were used and the meaning of the colors. This article, about a study in form of an exhibition piece that expresses the author’s views on modern consumers’ spending desires by putting brand-name bag designs on rocks and bricks, ultimately aims to provide sufficient supplementation to future studies on the topic.

This paper is a research paper on the topic “CROCODILIAN” and consists of three pages.

Part 1 is an introduction which explains the author’s research purpose, content and method regarding his exhibition piece.

Part 2 is the main body, and is divided into theological background and an analysis of sculptural characteristics. After contemplating the background of the artwork, i.e. the consumer desires of human beings living in modern society, the author explains the significance of the designer-name bags in his exhibition and gives an analysis of the aim of production.

Part 3 is the conclusion, in which the author concludes his paper with a sculptural analysis of his exhibition, and discusses future research and developmental methods.