

[Original Article]

Characteristics of Kineticism in contemporary fashion window display

Yerang Jeong, Younhee Lee, and Jung-A Yoon[†]
Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University, Korea

현대 패션 윈도우 디스플레이에 나타난 키네틱시즘 움직임 특성

정예랑 · 이연희 · 윤정아[†]
한양대학교 의류학과

Abstract

This study analyzes characteristics related to Kineticism found in different kinds of displays and arts in order to contemplate modern window displays. The standard of analysis is based on kinetic arts pioneer George Rickey's six display factors. Projection features and movements were categorized into "Direct movements," "Indirect movements," and "Relative movements." Results were obtained through analysis of different examples of each category. First, the most observed form of Kineticism was direct movements on the window display. Along with the development of science and techniques, a variety of divergent motional methods has arisen. After that followed indirect movement, which uses visual media and lights for presentation. The third was relative movements, which provides communication in practical experience; users' motion is used to provide modification in vision. Fourth, we observed that direct movements and indirect movements can express fluidity depending on materials, inducing a sense of tension within the window display through visual stimuli together with dynamism from mechanical exposure. Fifth, when direct movements pair with relative movements, it triggers customer participation; though it does not deliberately induce participation, the effects are beyond expectation. Sixth, if indirect movements meet relative movements, the motion of lights offers a major stimulation to the customers along with various expressions, thus achieving an interactive domain.

Received April 04, 2018
Revised June 10, 2018
Accepted June 18, 2018

[†]Corresponding author
(ogamdo75@hotmail.com)

ORCID

Yerang Jeong
<http://orcid.org/0000-0003-4802-3132>
Younhee Lee
<http://orcid.org/0000-0002-2241-3899>
Jung-A Yoon
<http://orcid.org/0000-0001-7057-0963>

This work was supported by
the research fund of
Hanyang University(HY-2017).

Keywords: window display(윈도우 디스플레이), Kineticism(키네틱시즘), George Rickey
(조지 리키), movements(움직임)

I. Introduction

급속도로 변화하는 글로벌 시대의 시장 환경은 브랜드의 경쟁력을 요구하게 되었으며, 그로 인해 패션 기업들은 경쟁 속에 살아남기 위한 방법에 힘을 쏟고 고객의 라이프스타일이나 니즈(needs)에 따른 변화에 대응하기 위한 차별화된 전략으로

제품의 이미지 연출에 대한 정확한 시각전달이 매우 중요시 되었다. 패션 윈도우 디스플레이는 제품의 구매를 촉진하기 위하여, 정해진 공간을 연출하는 예술의 한 형태로서, 그 당시의 한 모습을 표현하고자 사건, 경제, 여러 가치관 등의 변화와 연계성을 갖고 있으며, 하나의 예술작업이라고 할 수 있다. 전달하고자 하는 목적과 메시지, 테마 등이 분명할 때, 소비자들에게 흥미를 이끌 수 있고, 새로운 체험을 제공하여 매력적인 조형미를 제공하여야 한다(Jeong, 2014).

디스플레이 영역에 있어 기능을 초월하기 위해 인간의 시각적, 심리적 등 기업과 소비자와의 소통을 통해 새로운 형태의 예술사조인 키네티시즘(Kinetisicm) ‘움직임’이라는 요소를 도입하면 소비자와의 지각 및 욕구에 새로운 체험의 장을 형성할 수 있기 때문에 기술적, 사회적, 문화적 등으로 빠르게 변화하는 현대사회의 흐름에 맞게 표현과 전달이 가능한 키네티시즘의 움직임 특성을 통한 윈도우 디스플레이의 접근은 새로운 전환점이 될 것이다. 패션 윈도우 디스플레이에 있어서 키네티시즘은 어떠한 형태로든 소비자와 관계를 맺고 있다. 윈도우 디스플레이에서 느끼는 아름다움뿐만 아니라, 움직임을 통해 소비자의 관심과 흥미를 끌어냄으로써 소비자와 기업의 관계변화를 가져오는데 그 의미가 있다. 이와 같은 키네티시즘이 반영된 디스플레이 공간은 기능성과 심미적 경험의 대상으로서 디스플레이라는 개념을 뛰어넘어 창작, 예술의 주체를 체험하는 적극적인 지향성을 제시할 것이다(Oh, 2003).

본 연구는 윈도우 디스플레이와 소비자의 상호관계를 위해 윈도우 디스플레이에 나타나는 키네티시즘의 특성을 분석하고, 소비자가 윈도우 디스플레이를 단순한 관람이 아닌 체험적 공간으로 인식하여 소비자의 상호관계에서 관심, 호응 등의 긍정적인 변화를 가져오는 데에 의미를 찾고자 한다. 이에 본 연구의 목적은 패션 윈도우 디스플레이 내에서 키네티시즘을 적용함에 있어서, ‘움직임’의 원리를 고찰하고, 직접적 움직임, 간접적 움직임, 상대적 움직임의 특성을 연출한 사례를 찾아 분석하여 다양하고 효과적인 움직임을 활용한 디스플레이 자료를 제공하고자 한다.

본 연구를 위한 방법으로 문헌적 연구로 윈도우 디스플레이와 키네티시즘을 고찰하고 실증적 연구를 위하여 윈도우 디스플레이에 나타난 키네티시즘의 사례

분석을 하고자 한다. 연구의 구체적인 내용은 다음과 같다. 첫째, 문헌 연구와 선행 연구를 통하여 디스플레이, 비주얼 머천다이징, 키네티시즘의 개념 및 발생 배경 특성 등의 자료를 조사한다. 둘째, 조지 리키(George Rickey)의 키네티시즘적 특성을 기준으로 패션 윈도우 디스플레이에 나타난 사례를 수집한다. 셋째, 수집된 사례를 조지 리키의 6가지 특성을 기준으로 윈도우 디스플레이 공간의 ‘움직임’ 연출 방식을 분석한다.

연구 분석을 위한 키네티시즘 움직임 특징의 시각적 자료는 브랜드 및 백화점의 홈페이지, 잡지 등을 통해 동영상과 사진으로 수집하고, 부족한 사례들은 구글(Google), 핀터레스트(Pinterest), 리테일 디자인 블로그(retail design blog), 유튜브(youtube), 패션 넷 코리아(Fashion net korea), 퍼스트 뷰 코리아(First view Korea), 비메오(vimeo) 등 인터넷 자료를 통하여 수집하였다. 자료수집 범위는 시각적 자료 수집이 가능한 2009년부터 2016년까지로, 국가별로 고려하여 패션 윈도우가 유명하게 알려진 백화점들 중에서 연도별 디스플레이 자료 수집이 가능한 영국의 해러즈(Harrods), 셀프리지(Selfridges), 하비 니콜스(Harvey nichols), 프랑스의 갈리리 라파예트(Galeries Lafayette), 프랑팡(Printemps)과 미국의 블루밍데일즈(Bloomingdales), 버그로프 굿맨(Bergdorf Goodman), 메이시스(Macys) 백화점을 선정하였다. 1차로 523개의 윈도우 사례를 선정하였으며, 움직임이 있는 윈도우는 캡처하여 수집하였다. 설문 검증을 위하여 의류학 분야 전문가 집단 석, 박사 5명의 설문을 거쳐 최종 475개 윈도우의 사례가 선정되어 분석에 사용되었다. 2017년도부터 다양한 테크놀러지를 활용하거나 증강현실 활용 등의 윈도우 사례가 많이 나타나고 있어 조지리키의 키네티시즘 움직임 특성과는 테크놀러지 활용 유형의 디스플레이의 후속 연구를 기대한다.

II. Theoretical Background

1. Window display

디스플레이(display)란 ‘사물을 보여 준다’는 연출 행위로서 역할을 가진 개념으로 선전을 목적으로 실시하는 전시·진열·장식이다(“Display”, n.d.). 디스플레이는 보여주는 것에서부터 출발하는데, 광의의 디

스플레이의 의미는 일정한 목적을 기본으로 작품, 정보물, 상품과 같은 연출 상품을 의도적으로 소비자에게 전달하는 3차원의 시각적 조형기술을 말한다(Cho, Kwon, Ahn, & Lee, 2000). 연출 상품의 정보와 소비자가 만나 커뮤니케이션이 이루어지게 되는 연출공간의 복합적인 연출이라 할 수 있다. Sim(1999)은 현대의 미적인 관점에서 디스플레이란 매장연출을 효과적으로 아름답게 표현하는 예술이라고 했으며, 빠르게 변화하는 현대에는 ‘장식’, ‘전시’, ‘진열’의 의미만으로는 개념을 파악하기 힘들 정도로 범위가 확장되어 가고 있다. 단순히 상품만을 효과적으로 배열하거나 판매를 촉진시키려는 목적으로 단순한 장식이나 진열할 수 있는 공간조형의 영역을 넘어서 건축, 인테리어 디자인, 인터스트리얼 디자인, 그래픽 디자인 등의 디스플레이를 연출함으로써 사람들에게 고객들의 심리적인 조건을 기본으로 이미지나 공간속의 상품 콘셉트를 한층 더 부각시킬 수 있는 판매연출을 의미한다.

윈도우 디스플레이(window display)란 상품을 정해진 공간에 연출함으로써 소비자들에게 단순히 상품을 보여주지만 하는 것이 아니라, 제품의 감성, 조화, 이미지, 색채, 메시지 등을 보여줌으로써 광고, 판매 등을 목적으로 하는 역할을 가지고 있다. 현대 디스플레이는 소비자들의 문화적, 경제적 향상으로 인한 고급화된 소비문화가 형성되었고, 그 때문에 상점 간의 경쟁이 치열해지기 시작하면서 윈도우 디스플레이에 차별화된 연출의 중요성이 강조되고 있다(Lee, 2001). 윈도우 디스플레이란 상품을 정해진 공간에 연출함으로써 소비자들에게 단순히 상품을 보여주지만 하는 것이 아니라, 제품의 감성, 조화, 이미지, 색채, 메시지 등을 보여줌으로써 광고, 판매 등을 목적으로 하는 역할을 가지고 있다.

최초의 디스플레이는 사람과 사람 간의 물물교환이 원시적 형태의 거래를 위해서 가져온 물건들을 교환하고자 진열하는 정도였다. 이러한 물물교환에 참여하는 사람들이 많아지기 시작했고, 공급과 수요가 생기면서 자연스럽게 시장이 형성되었다(Park, Lee, Ha, Kim, & Jeong, 1997). 시장에서 교환한 물건들을 진열하여 보여주기 위해 다양한 방법으로 연출하면서 진열을 하기 위해 점점 기술에 대한 연구가 생겨났다(Jeong, 2014). 시간이 경과될수록 단순한 형태의 소비를 위한 시장의 규모에서 벗어나서 상품을 지속적

으로 보여주기 위한 고정된 연출 장소가 필요하게 되었고, 현대의 매장이라는 개념이 발생된 것이다. 매장이 생기자 공급자들은 모여들었고, 점차 경쟁 상황이 생기게 되면서 각 매장이 더 잘 보일 수 있는 연출 기술을 보유하게 되면서 새로운 방법을 찾게 되었다. 이러한 당 시대의 경쟁상황이 현대 초기 디스플레이를 형성하게 되었다(Kim, 1989). 오늘날 디스플레이도 ‘진열하다’, ‘전시하다’ 등의 개념으로 쓰여지고 있지만, 최근에는 크게 두 가지 형태로 구분되어 사용되고 있다. 하나는 진열이나 전시를 하기 위한 도구인 디스플레이 머티리얼(display material)이란 뜻으로, 다른 하나의 의미는 목적의식을 가진 전시나 진열의 뜻으로 공간의 조형 혹은 입체구성에 의해 표현되는 것이다(Ra, 2009). 제품의 감성과 색채를 조화 있게 연출하여 소비자들에게 단순히 가방을 보여주기보다 윈도우 디스플레이를 통해 내부 매장의 스타일을 느낄 수 있게끔 주목을 끌었다(Fig. 1). 현대에는 기계의 발달과 다양한 소비자의 라이프스타일에 맞춰 인테리어나 건축 등과 같은 공간디자인보다 실험적인 연출 시도가 가능해지면서 다양한 테마의 오브제와 형식으로 볼거리를 제공할 수 있게 되었다. 그 예로 사실적인 마네킹보다는 매장의 이미지에 걸맞는 독창적인 마네킹들이 등장하기 시작했다. 이사벨 마랑(Isabel Marant)은 윈도우 디스플레이로 얼굴이나 몸의 일부가 없는 마네킹을 연출하였다(Fig. 2). 제품을 좀 더 매력적으로 표현하고 돋보이기 위해 소도구나 기술을 이용하면 시각적으로 눈길을 더 끌 수 있다(Bahk, 2007). 실제로 신발이 만들어지는 연출을 한 것은 아니지만 기계모형의 소도구를 신발을 연출함으로써 기능성 느낌을 주는 효과를 얻을 수 있었다(Fig. 3).

2. Kineticism

키네티시즘은 키네틱(Kinetic)의 명사적 어휘이다. ‘움직임’을 주요소로 하는 예술이라고 하며, 키네틱 아트를 의미한다(Si-sa Elite English-Korean Dictionary, 1999). ‘키네틱 아트’라는 용어는 ‘움직임’을 의미하는 ‘Kinesis’와 ‘Kinetic(=mobile)’이라는 그리스어에 어원을 두고 있다. ‘움직임’을 본질로 행하여지는 미술을 지칭하기 위하여 가장 많이 사용되는 용어이다. 키네틱 아트는 대부분 실제로 움직이는 작품을 나타내고 있지만, 옵아트나 시각적 추상이라 불리는 특성



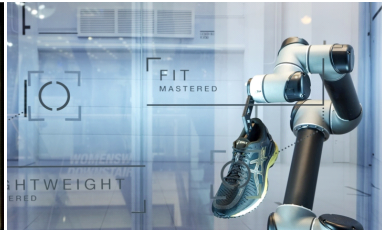
<Fig. 1> Lancaster ADELE window display.

From Retail Design Blog. (2014).
<http://retaildesignblog.net>



<Fig. 2> Isabel Marant windows. From Retail Design Blog. (2015).

<http://retaildesignblog.net>



<Fig. 3> ASICS MetaRun retail concept.

From Retail Design Blog. (2016).
<http://retaildesignblog.net>

까지도 포함하는 가장 포괄적이고 보편적으로 통용된다(Rickey, 1964/1988). 키네틱 아트는 두 가지로 분류할 수 있는데, 움직임을 기본으로 하는 미술은 실제로 움직이지는 않지만 시각적으로 움직이는 것 같이 보이는 작품과 실제로 움직이는 작품이다(Lim, 2001). 키네틱시즘의 주요 요소인 ‘움직임’은 미술의 매우 중요한 조형 방법이다. ‘움직임’을 본질로 하는 키네틱시즘의 기계적 움직임은 구조와 기계적 요소 간에 유기적인 관계를 맺으며 ‘움직임’을 통해 새로운 형태 변화를 다양하게 만들어낸다(Oh, 2011). 여기서 ‘움직임’의 법칙이 명백해야 하고, ‘움직임’ 형태가 예측가능할 때에는 지루한 작품이기 때문에, ‘움직임’이 계속적으로 반복한다면 그것은 예술품이 아닌 기계적인 성향이 강하게 된다. 최초의 동적인 요소가 되풀이 되는 현상은 독창적 예술작품이 아닌 모방품이 될 수 있다(Noh, 2006).

키네틱시즘은 역사적으로 20세기 건축, 그래픽, 예술 등의 분야와 밀접한 관계를 맺으며 나타났다. 새로운 사회와 그에 맞는 미학예술을 추구하던 건축가 및 예술가들은 ‘움직임’ 요소를 통하여 보다 자유로운 시각적 의미와 표현에 대한 관심을 갖기 시작하였다. 이러한 노력은 키네틱시즘 ‘움직임’ 특성의 전개 방향을 모색하는데 큰 영향을 주었다. 최초의 키네틱 아트의 유래는 알렉산더 칼더(Alexander Calder) ‘모빌’ 작품처럼 손이나 바람으로 움직임을 표현하는 것으로부터 시작하여 나움 가보(Naum Gabo), 마르셀 뒤샹(Marcel Duchamp)(Fig. 4)에서 비롯하여 장 텡겔리(Jean Tinguely)(Fig. 5)에 이르기까지 일체가 포함된다. 20세기 말 무렵 급격한 기술의 발달에 따른 미디어가 나타나기 시작하면서 매체를 통한 공간 간의 연출까지

종합적으로 가능하게 되었다(Choi, 1999). 이후에는 바우하우스의 클레(P. Klee)와 칸딘스키(W. Kandinsky) 추상적인 형태의 표현방법과 아름다움을 연구하기 시작하면서 실질적, 시각적 움직임에 대해 가르쳤고 깊은 관심을 나타냈다(Yang, 2011). 바우하우스 이후의 키네틱시즘에서 나타난 특성들이 과학기술, 예술, 인간사회, 건축 등에 접목되는 모습은 대부분 바우하우스의 영향을 받은 것으로 볼 수 있다.

현대의 예술작품에서 국내 대표적인 키네틱시즘 작가 최우람은 기계를 생명체에 가까운 골격을 갖춘 모습으로 조명을 이용해 키네틱시즘을 표현하기도 하고, 꽃봉오리가 시간차를 두고 마치 꽃이 숨을 쉬는 것처럼 접었다 폈다 하는 운동을 하면서 조명효과로 더욱 생동감을 부여하여 바람에 흔들리는 꽃봉오리처럼 흔들리도록 꽃들이 움직이는 작품(Fig. 6) 등의 키네틱시즘을 연출하였다. 그의 작품은 하나의 진보된 키네틱시즘으로써 기술적인 테크닉과 미술적 상상력의 결합을 통해서 이루어져 있다(Lee, 2010). 키네틱시즘은 패션 분야에도 나타나고 있다. 2004 S/S 컬렉션에 발표된 아미쉬 마로우(Hamish Morrow)의 작품(Fig. 7)은 미래 지향적인 아방가르드 콘셉트를 움직이는 영상을 빔을 통해 의복에 투사시킴으로써 클래식 꾸뛰르의 우아함으로 승화시켰다. 의복의 표면에 비물질적인 알 수 없는 패턴을 표현한 디자인으로 얼마든지 변형이 가능하고 빛이 투사됨으로써 심미성과 기능성을 동시에 보여주는 작품이다. 빛을 응용한 키네틱시즘도 찾아 볼 수 있는데, 다양한 빛의 표현과 광원에 의해 신체의 움직임에 따라 동적인 요소를 창출한다. 후세인 샬라얀(Hussein Chalayan)의 2007 F/W 작품(Fig. 8)은 액세서리 안에 들어있는 LED가 빛을



<Fig. 4> Marcel Duchamp:
Rotary glass plate (1920).
From Jeong. (2013).
<http://terms.naver.com>



<Fig. 5> Hommage à New York
(1960).
From Korea Dictionary Research
Publishing. (1998).
<http://terms.naver.com>



<Fig. 6> Una Lumino.
From Choe. (2012).
<http://www.aram.net>

발광하게 한 작품으로 빛의 움직임 자체가 디자인이다. 디자이너 다이애나 엥(Diana Eng)의 2007 F/W 작품 <Fig. 9>를 보면 와이어와 LED 빛을 사용하여 유선형의 곡선을 따라 설치된 LED 빛을 통해 신체가 움직임이면 자연스럽게 흐르는 물결치는 착시현상을 주어 미적효과를 표현했다.

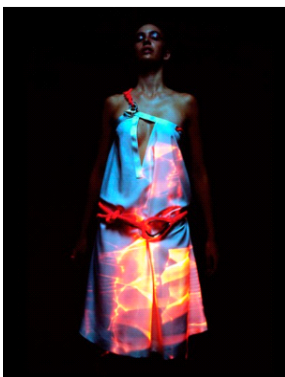
기계적 표현, 움직임에 근거한 빛의 작용, 움직임 자체의 추구' 등의 6가지 움직임 표현 방법(Rickey, 1964/1988)을 고찰하여 윈도우 디스플레이에 나타난 움직임 특성을 분석하기 위한 이론적 토대를 마련하고자 한다.

3. Characteristics of Kineticism

본 연구는 미국의 키네틱 아티스트이자 미술사학자인 조지 리키(Georgy Rickey)가 탐구한 '시지각적 현상, 변형현상, 움직임 수 있는 작품, 다양한 형태의

1) Optical phenomena

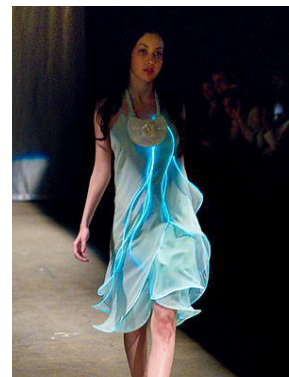
키네틱시즘 중에서 시지각적 현상을 보여주는 작품은 물체의 실제적 움직임과 시각상의 움직임과 관찰자의 움직임이 긴장감을 주는 큰 효과를 얻을 수 있다. 대상의 움직임이나 관찰자의 움직임이 강한 대비



<Fig. 7> Hamish Morrow &
UVA (2004).
From Lucie. (2012).
<https://collectiftextile.com>



<Fig. 8> Hussein
Chalayan's dark beauty.
From Laurel. (2007).
<http://stylenotes.typepad.com>



<Fig. 9> Diana Eng -
Fairytale fashion (2007).
From Diana Eng. (2010).
<https://commons.wikimedia.org>

현상과 함께 작용하면서 관찰자의 시지각에 예상치 못한 자극을 주게 된다. 이런 시지각적인 현상은 허상의 움직임으로도 표현할 수 있고, 옴 아티스트들에 의해 본격적으로 시작되었다(Lim, 2001). ‘지각적 추상’과 ‘망막의 미술’이라는 다른 명칭으로도 불리는 옴 아트는 ‘시각적 착각’을 이용하는 예술로 실제로 작품이 움직이는 것 같은 착각을 일으킨다(Monthly Art, 1999). 옴티컬 효과의 표현 방법에 의해서 대부분 실제적인 움직임은 없으나, 단지 추상적 형태를 이용하여 시각적인 자극을 줌으로써 움직이는 그림의 효과를 얻게 되는 것이다. 공간의 키네티시즘에서는 착시 현상에 대한 움직임과 형태 표현적 움직임으로 오브제의 움직임에 의한 시각적인 효과, 보는 사람의 위치에 의한 형태의 변화 혹은 시 지각을 통한 착시적인 효과가 작품에 의미를 더하게 된다(Kwak, 2015).

2) Transformation

키네티시즘 작가들은 전통적인 예술에서처럼 정지되어 있는 예술을 만들지 않고, 움직임에 관심을 가지고 작품을 만들어내는 예술을 시작하게 되었다. 키네티크 아트에서는 변형 현상을 통해 물질의 초월 또는 거부에 의한 것이 아니라, 물질과 비물질의 혼합 또는 물질의 비 물질화를 통해 작품이 비 물질화로 표현되고 있다(Lee, 2012). 공간에서의 변형현상은 형태의 가변성을 통하여 표현할 수 있다. 물질과 마찬가지로 현존하는 실체로서의 비물질의 개념으로 비물질적 요소로 인해 연출하고자 하는 물질적 부분과 주변공간들이 모두 실재하는 실체로서 주지되어 표현하는 것이다. 이러한 의미에서 미니멀 아트(Minimal art)가 물질성의 강조를 표현하여 현존성을 나타내려 한다면, 키네티크 아트의 변형현상 경우는 비물질적 요소의 수용으로 인하여 보다 확대된 의미의 현존성을 획득하고 있다고 할 수 있다(Yoon, 1989).

3) Movable works

키네티시즘은 시·지각적 현상을 이용하거나 소리와 빛을 활용한 움직임으로 관객에게 강한 자극을 심어준다. 이것은 미술에서 환상을 배제하여 실제적 움직임에 대한 미술개념의 확장으로 볼 수 있다. 관찰자는 더 이상 관조적인 관객의 입장에 머무르기보다 작품의 구성에 직접 참여하게 된다. 이러한 의미에서 관

찰자가 작품을 직접 의도치 않게 조작하여 형태의 변화를 줄 수 있고, 관찰자의 움직임이 작품 속 동력 움직임의 원동력이 되거나 혹은 가변적 형태의 프로그램에 의해 관객의 움직임을 유발하여 작품이 실제적인 움직임이 만들어지게 될 수 있는 것이다. 이렇게 실제적 움직임을 통해 예술작품과 관객과의 매개체 관계를 맺을 수 있는 것이다(Kwak, 2015).

1950~60년대는 키네티시즘을 통해 관찰자의 참여가 더 널리 수용되었다. 그로 인해 참여도 보다 더 적극적이고 능동적인 방법에게까지 이르게 된다(Kim, 2010). 공간의 키네티시즘에서는 동력의 직접적인 운동으로 인하여 반복적이고 논리적인 움직임을 얻을 수 있다.

4) Mechanical representation

대부분의 키네티크 아트 작품들은 움직임을 표현하기 위하여 다양한 형태의 기계장치를 사용하고 있다. 보통 전기로 움직여지며 회전, 왕복, 상하운동을 하는 에버, 캠, 크랭크, 기어 등을 갖추고 있다. 연속적인 반복운동을 통하여 가동성 자체만을 드러내는 데 그치는 움직임은 흥미롭긴 하지만 단순 반복적인 움직임을 보여준다(Kwak, 2015). 전기모터의 힘을 이용한 장 텅켈리의 작품 ‘유레카(Eureka)’는 전기모터의 동력을 이용하여 음향을 만들어내고 확장하여 변형하는 거대한 기계로 여러 가지 크고 작은 크기의 바퀴들이 조립되어 쇠붙이가 무한적으로 돌출하고, 전후, 상하, 좌우 등의 다양한 방향으로 운동을 전개한다(Choi, 2003). 기계장치로 인한 공간에서의 키네티시즘 움직임은 모터의 작용으로 인해 실질적인 움직임을 만들어내지만, 기계라는 이미지가 주는 동력의 힘, 에너지, 현상 등을 연상시켜 실제로 움직이지 않지만 재료의 표현으로 움직임을 연상하게 되는 경우도 있다.

5) Light based on motion

키네티시즘에서 말하는 빛의 예술이란 광선의 물리적인 기능이나 광원 자체의 효과를 가리킨다. 빛을 매개체로 사용하여 새로운 과학적인 예술을 나타내고 과학과 예술을 혼합함으로써 또 다른 예술의 가능성을 보여주는 빛의 예술은 키네티시즘의 독립된 예술 분야이며 중요한 부분이다(Kwak, 2015). 실제적 빛을 사용한 키네티시즘 작품들이 표현하는 빛의 작용은 움직이는 여러 가지 표면에 투사되어지는 광선이 만

들어내는 현상이거나 그림자일 수 있고, 스크린 위에 역동적으로 움직여지는 빛에 의해서 일련의 현상들이 만들어지거나 움직이는 빛에 의해 투사됨으로써 실내의 어두운 물체나 벽에 ‘우연한 야경’을 만들어내는 일종의 빛의 반점일 수 있다(Rickey, 1964/1988). 빛을 이용한 공간에서의 키네티시즘은 한번으로 완성된, 물질의, 독립적인 작품이라는 개념에서 순간적인, 비물질의, 하나의 구조 속에서 여러 가지 다양한 형태의 작품으로 변형되는 것으로 조각의 전통적인 개념에 혁신을 가져왔다(Kim, 2010).

6) Pursuit of movement itself

키네티시즘의 가장 큰 특징인 움직임은 그 자체의 역학적이고 경제적인 효과를 적절하게 활용하려는 시도를 작품화하기도 한다. 의미 있는 시각적 표현을 위해 형태를 발견하고 움직임을 이용하는 대부분의 진지한 시도들은 동력 수단을 절제하고, 기계를 겉으로 드러내지 않으려는 특징이 있다. 선과 미묘한 형태의 면이 조합되어 천천히 흔들리는 알렉산더 칼더의 고전적 모빌이 대표적인 사례이다(Kwak, 2015). 예술가들은 ‘움직임’ 자체를 가지고 작품들을 표현하고 키네티시즘에서 제시하는 것은 축음기판의 움직임이나 날아가는 비행기의 움직임, 자연의 흐름 등과 같이 그 자체의 고유한 움직임을 표현하고자 하는 것이다(Kim, 2010).

III. Characteristics of Kineticism in Fashion Window Display

본 연구는 윈도우 디스플레이에 나타난 키네티시즘 현상을 분석하기 위하여 키네티시즘의 다양한 움직임에 대하여 살펴보았다. 키네티시즘 선행연구들은 주로 앞서 살펴본 조지 리키의 6가지 키네티크 아트 움직임 기준을 연구되었다. 공간의 키네티시즘에서는 공간 자체의 동적 형태 및 착시적, 간접적 연출을 통해 나타낼 수 있는 움직임의 형태를 다음과 같이 분석하였다(Table 1).

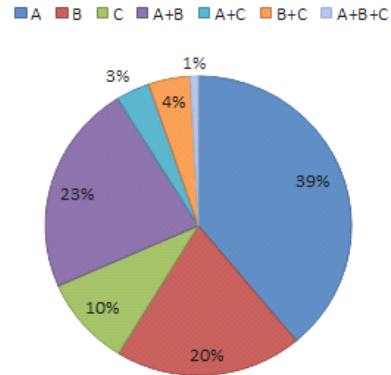
이와 같은 연구를 통하여 다양한 연출 및 구성 방식에 따라 공간의 움직이는 표현을 분석하면 공간의 부분 혹은 전체가 기계의 동력을 이용한 반복적, 물리적인 움직임을 통한 ‘직접적 움직임’을 도입한 방법과 관객의 참여, 시점변화에 의한 구성형태의 변형 및 효과를 얻거나, 공간의 형태 및 구성에 따른 신체의 움직임을 통한 ‘상대적 움직임’의 방법, 그리고 공간 자체의 실제적 움직임의 요소는 발견되지 않지만 간접적인 방법으로 움직임의 요소를 잠재하고 있거나 은유적인 방법으로 표현하는 ‘간접적 움직임’의 방법으로 표현하고 있다. 이에 본 연구는 키네티크 아트에 나타나는 ‘움직임’의 표현 특성을 기준으로 공간에서 다양한 연출 및 구성방식에 따라 직접적 움직임(A), 간접적 움직임(B), 상대적 움직임(C)의 개념으로 분류하

<Table 1> Kineticism in space

Expression	Movement phenomenon	Movement of space
Phenomenon of visual perception	<ul style="list-style-type: none"> • Op art • Emphasis on form • Flexibility on rhythm • Dynamic 	<ul style="list-style-type: none"> • Movement by form of expression • Movement by optical illusion
Dematerialization of a work	<ul style="list-style-type: none"> • Audience participation with the passage of time • Transformable phenomena 	<ul style="list-style-type: none"> • Movement by consumer participation • Variability in form
Movement by light	<ul style="list-style-type: none"> • Video media illumination • Light • Light of nature 	<ul style="list-style-type: none"> • Movement by video • Movement by natural phenomenon
Different types of machine representation	<ul style="list-style-type: none"> • Practical movement by motor • Movement of machine 	<ul style="list-style-type: none"> • Power movement
Movable work	<ul style="list-style-type: none"> • Movement by wind and gravity 	<ul style="list-style-type: none"> • Mechanical power
Transformable phenomena	<ul style="list-style-type: none"> • Completion by observer participation 	<ul style="list-style-type: none"> • Variability in form

여 사례조사를 하였다(Fig. 10).

패션 윈도우 디스플레이에 나타난 키네틱시즘 유형별 빈도수를 살펴보면 <Table 2>와 같이 전체 475 개 중에서 A(직접적 움직임)가 가장 많이 나타났다(Fig. 11). 직접적 움직임은 키덜트(kidult) 아동을 대상으로 동화 속에 나오는 캐릭터들을 활용하여 동력 움직임을 표현하는 디스플레이가 가장 많았다. 다음으로 가장 많이 나타난 유형은 B(간접적 움직임)으로, 간접적 움직임의 연출 중 브랜드 혹은 백화점 홍보 영상 혹은 전달하고자 하는 콘셉트의 이미지 등을 대부분 빛이나 영상을 이용하여 연출하였다. 직접적 움직임의 경우에는 간접적 움직임과 함께 많이 연출되고 있었으며, 직접적 움직임과 간접적 움직임을 함께 연출함으로써 리미드컬하고 가변적인 동적 움직임을 보여 주고 있다. 이를 통해 소비자들은 감각의 자극을 받게 되어 공간과 인간의 지각적 상호작용에 반응하고 인



<Fig. 11> Frequency by type of Kineticism movement

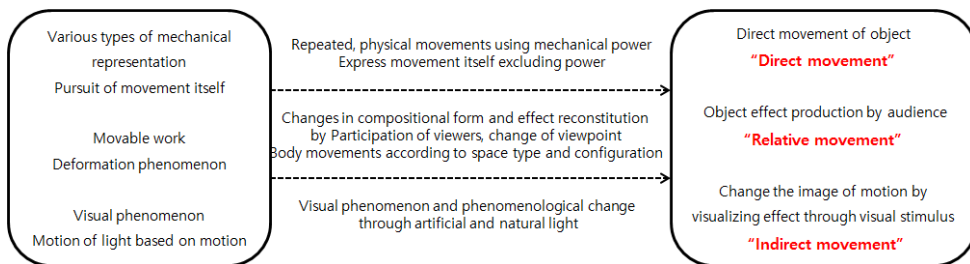
<Table 2> Frequency by Kineticism movement

Year Type	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
A	7	10	14	18	31	31	28	46	185
B	4	3	3	5	19	6	21	33	94
C			1	8		5	11	21	46
A+B	11	3	14	3	9	16	18	34	108
A+C			1	2			3	11	17
B+C						1	4	16	21
A+B+C							2	2	4
Total	22	16	33	36	59	59	87	163	475

A: direct movement, B: indirect movement, C: relative movement.

간의 감성에 접근할 수 있는 효과를 얻을 수 있다. C(상대적 움직임)의 경우에는 단독으로 연출한 디스플레이가 직접적 움직임과 간접적 움직임보다 현저히 낮았다. 그 이유는 상대적 움직임은 대체적으로 옵아트 형식으로 표현되었고, 이러한 표현 방법은 소비자가 주의 깊게 보아야 움직임을 느낄 수 있는데, 소비자가 한정된 공간인 윈도우 디스플레이를 지나가는 그 짧은 시간에 이목을 끌기에는 한계가 있기 때문이다.

연도별 출현 빈도수는 2009년 이후로 해마다 증가했다. 특히 2013년도에 급증하였으며, 그 이후로도 높은 빈도수를 유지하고 있었다. 2009년에는 직접적 움직임과 간접적 움직임이 혼합된 연출방법이 많이 나타나고, 그 다음으로는 직접적 움직임이 많이 나타났다. 이때에는 움직임을 활용한 윈도우 디스플레이의 사례들이 마케팅 손이 움직이고 동시에 백화점 홍보 영상을 같이 연출한 것이 대부분이었다. 2010년에는 직접적 움직임을 활용한 연출방법이 가장 많이 나타났다. 마케팅이 회전하거나 마케팅 자체에 동력장치



<Fig. 10> Kineticism movement classification in window display

를 달아 마네키가 공간을 확보하는 연출을 시도하였다. 기존의 조명들은 변화가 없고 어느 특정 포인트를 더 세계 비추는 형태로 연출을 하였지만, 2011년에는 캄캄캄캄 거리는 조명의 연출을 시도한 것이 특징이라고 할 수 있다. 2012년부터는 윈도우 디스플레이에서의 키네티시즘을 이용한 연출이 점차 증가했다. 여전히 직접적 움직임을 이용한 연출방법이 가장 많이 나타났지만, 소비자와 소통을 하기 위해 상대적 움직임의 연출방법이 급증하였다. 2013년 이후로는 각 윈도우 디스플레이마다 제각각 다른 브랜드 혹은 콘셉트보다 하나의 스토리로 연결되어 연출하는 경우가 많았다. 그 중 가장 많이 연출되어진 것이 직접적 움직임이다. 하나의 스토리로 전체 윈도우 디스플레이를 풀어가는 방법은 소비자들로 하여금 다양한 공간 변화를 인식할 수 있고 경험을 제공함으로써 새로운 공간 이미지를 창출할 수 있다. 2014년에는 소비자와의 상호작용을 이용한 퍼포먼스적 연출을 시도함으로써 상대적 움직임이 급증하였다. 2015년에는 영상매체, 동력장치를 이용한 공간의 움직임 표현 방법보다 신체의 감각을 보다 더 적극적으로 자극하여 비일상적 자극을 통한 몰입 효과를 얻게 되었다. 2016년에는 다시 동력장치를 이용해 연출하는 방법이 급증하면서 혼합형 연출방법이 기존보다 더 연출되었다(Fig. 12).

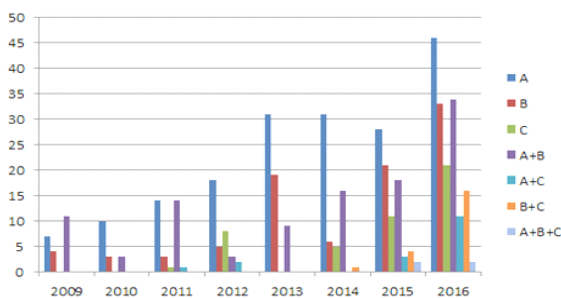
백화점별 움직임 출현 빈도수는 블루밍데일즈가 가장 많았고, 반면에 하베이 니콜즈는 8곳 중 움직임을 연출한 디스플레이가 가장 적게 나타났다. 메이시스 백화점의 경우에는 직접적 움직임이 가장 많이 나타나고, 직접적과 간접적 움직임을 함께 사용한 윈도우 디스플레이 연출도 많이 나타났다. 해리스 백화점

에서는 간접적 움직임을 활용한 윈도우 디스플레이가 가장 많았다. 프레땅 백화점은 직접적과 간접적 움직임이 동시에 나타난 사례가 가장 많고, 직접적 움직임만을 사용한 디스플레이 사례가 그 다음으로 나타났다. 버그도프 굿맨은 직접적 움직임을 사용한 사례가 많았고, 그 다음으로는 상대적 움직임의 연출 사례가 나타났다(Fig. 13).

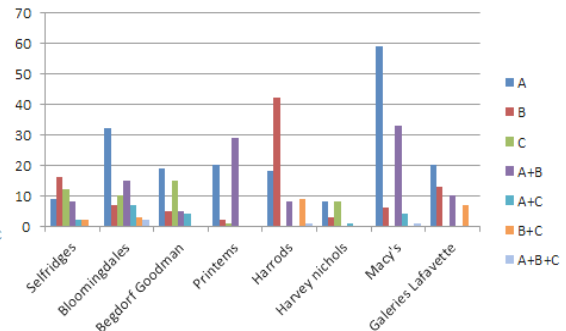
1. Direct movements

키네티시즘 특성 중 다양한 형태의 기계표현이나 움직일 수 있는 작품은 전기모터나 엔진의 힘, 자력 등의 동력을 이용하여 직접적인 움직임을 가시화한다. 윈도우 디스플레이에서의 직접적 움직임은 대부분의 사람들이 기계적 움직임에 다른 변화를 쉽게 떠올릴 수 있고, 기계장치의 실제적인 움직임으로 가장 반응이 빠르고 많이 사용되는 연출방법이다. 움직임의 특성을 표현하기 위하여 회전, 상하운동, 왕복을 하는 캠, 크랭크, 기어, 레버 등의 다양한 기계장치들을 활용하고 있다. 이러한 기계 장치들이 외부 혹은 내부로 개방됨에 따라 이들이 지닌 실제적 움직임이 시각적으로 연출이 가능하면서 강조되는 효과를 얻을 수 있다.

키네티시즘 중 ‘직접적 움직임’이 적용된 윈도우 디스플레이 사례를 살펴보면 전체 사례 475개 중 185개로 움직임 유형 중 가장 많이 나타났다. 블루밍데일즈 같은 경우는 해를 거듭하며 직접적 움직임을 활용한 윈도우 디스플레이어를 메이시스 백화점 다음으로 가장 많이 사용하였고, 2013년 윈도우 디스플레이 <Fig. 14>는 선물 상자 같은 박스모양의 오브제가 회



<Fig. 12> Frequency by year of Kinetism movement



<Fig. 13> Frequency by department store of Kinetism movement



<Fig. 14> Bloomingdale's holiday windows 2013.
From TheEndlessScrew. (2013). <https://www.youtube.com>

전하면서 궁금증을 유발하게 연출하고 있다. 한 윈도우만 연출하지 않고, 스토리 형식의 윈도우 디스플레이이다. 2015년 메이시스 윈도우 디스플레이어의 경우에는 동력장치를 이용하여 종이접기를 하는 것 같은 연출효과를 나타내었다(Fig. 15). 디스플레이 공간 내에 움직이는 동력장치를 설치함으로써 인위적인 조작을 더해 공간의 형태를 변화시킴으로써 전혀 다른 상황을 연출하여 가변성을 보여준다. 이러한 움직임은 소비자들에게 유희적인 체험을 가져다주며, 구조, 설비, 기계장치 등의 기계적 형태를 직접적 혹은 간접적으로 드러내면 역동적인 운동을 표현함으로써 하나의 공간에서 여러 가지 다양한 경험을 함으로써 감성적 자극을 일으킨다(Kwak, 2015). 연출공간에서의 연속적인 이미지 변화는 한 정점에서 소비자의 시야에 인식된 장면 속에 내재되어 있는 시각적인 흐름을 유발시킬 수 있는 동시에 동적인 감정이입으로 시각적, 형태적 움직임 운동요소에 의한 소비자의 심리 변화를 체험할 수 있음을 의미하기도 한다.

과학이 발달하면서 키네티시즘 중 동력운동을 이

용해 연출한 윈도우 디스플레이어를 쉽게 접할 수 있게 되었다. 공간 전체의 움직임 연출로 소비자들에게 ‘움직임’이라는 개념을 공유하는 공간에서는 그 안에서 디지털이란 요소가 더해져서 실질적으로 직접적인 체험의 공간이 형성되기도 한다.

2. Indirect movement

‘간접적 움직임’은 윈도우 공간의 요소 자체나 인간의 ‘상대적 움직임’이 적용되지 않고 움직임을 연출시키는 유동적 재료 및 형태를 사용하여 운동감을 형성함으로써 여러 가지 시지각적 효과를 얻는 것이다(Lee, 2012). 윈도우 디스플레이에서 보여지는 간접적 움직임은 빛을 이용한 움직임 표현방법과 비정형적 재료 등을 통한 역동적 현상에서 얻어지는 움직임을 표현하는 효과이다. 영상매체에 의한 연출방법은 TV, 비디오, 컴퓨터 등의 다양한 메커니즘을 이용하여 빛이나 영상을 움직임으로써 변화하는 것 같은 공간의 이미지를 만들어낼 수 있다.

조명을 사용할 때에도 윈도우 디스플레이를 지나가



<Fig. 15> Sub Zero Sphinx at Saks Fifth Avenue Christmas 2015.
From TravelSort. (2015). <https://www.youtube.com>

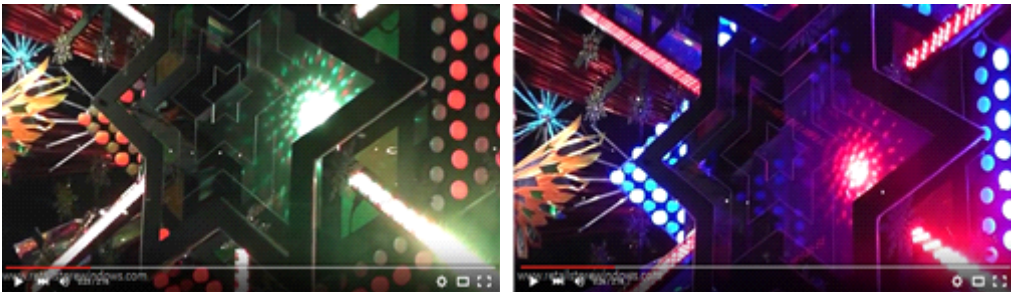
는 소비자들의 발걸을 사로잡기 위해 조명에 색감을 주거나 반짝 반짝거리는 적절한 재미를 제공한다. 하베이 니콜스 백화점 윈도우 디스플레이는 LED 조명의 색이 변하는 효과뿐만 아니라, 꺼졌다와 켜졌다를 반복하는 화려한 조명을 사용했다(Fig. 16). 스틸(steel)로 되어 있는 별모양의 오브제가 오후에는 오브제로 인해 조명이 반짝거리며 강한 빛이 천장까지 비춰지기도 하는 적절한 재미를 유도하면서 시선을 이끌었다. 특히, 크리스마스 시즌에는 각 백화점마다 특별한 연출을 이용해서 사람들의 발걸음을 멈추게 하여 매장으로 들어가고 싶게 해서 구매욕을 자극시킨다. 갤러리아 라파예트 윈도우 디스플레이어는 영상매체를 통해 백화점 내부에 있는 크리스마스 트리가 보여졌다가 다시 문을 닫아 보이지 않는 반복된 연출을 하였다(Fig. 17). 영상매체를 통해 완전 밀폐에서부터 개방까지 간접적인 움직임을 창출하여 소비자로서 하여금 공간의 변화를 느끼게 하고, 적극적으로 백화점 내부에 대한 호기심을 자극하여 연출공간을 지각하고 경험하게 한다. 최근 LCD, PDP, LED TV가 출

시되면서 쇼 윈도우 디스플레이나 매장에 사용되던 CRT가 사라지고 있는 실정이다. TV와 영상의 사용이 늘어남에 따라 해마다 간접적 움직임을 이용한 윈도우 디스플레이 연출은 늘어나고 있다.

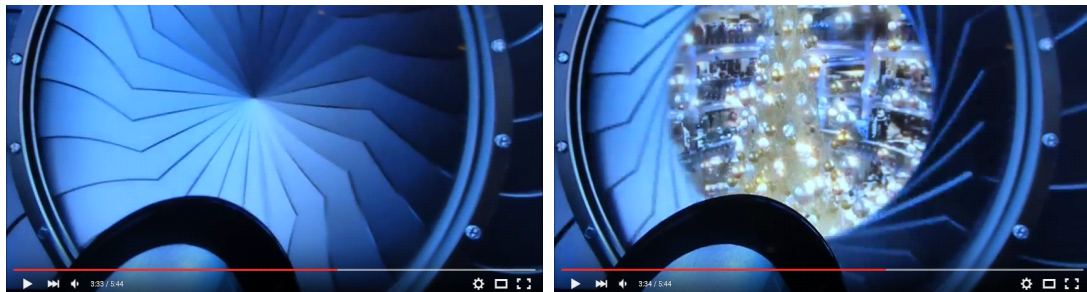
3. Relative movements

상대적 움직임은 연출공간과 소비자에게 상호작용을 할 수 있는 요소를 통해 눈에 보이는 비물질적 특성으로 채워질 수 있는 연출방법이다. 연출공간에서 비물질적 요소는 에너지와 변화를 나타낼 수 있는 실체로서 여러 가지 이동, 착시 등의 성향을 가지고 있기 때문에 연출공간을 심리적 공간으로까지 연장시켜 줄 수 있다(Agematsu, 1996/2000). 키네틱시즘의 비물질적 특성으로 인해 윈도우 디스플레이에서 빛의 사용이 가장 많이 등장하는 표현매체이며 다양한 빛을 이용해 표현되고 있다.

<Fig. 18>의 사례는 소비자의 동선이나 소비자의 수동적인 움직임에 의해 바뀌는 음성, 빛의 반사 등 새롭게 생겨나는 연출공간과 리듬감은 윈도우 디스플



<Fig. 16> Harvey Nichols, London.
From Baker. (2013). <https://www.youtube.com>



<Fig. 17> Galeries Lafayette (2015).
From Kerouac2. (2015). <https://www.youtube.com>



<Fig. 18> Nike interactive window displays.

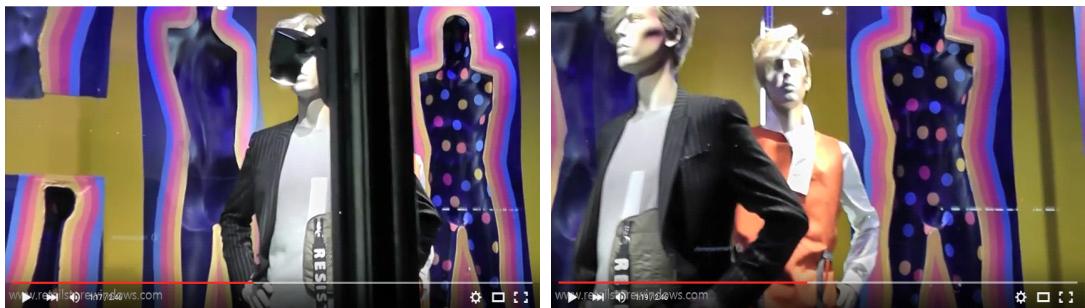
From MarketingFactory. (2013). <https://www.youtube.com>

레이 내에서의 대표적인 상대적 움직임이라 할 수 있다. 체험적 측면에서 본 움직임의 개념으로 움직임의 주체는 공간이 아니라, 체험자의 ‘상대적 움직임’이라고 할 수 있다. 윈도우 디스플레이에서 체험자나 주위 환경의 움직임으로 통해 체험자에게 공간내의 긴장감을 유발하여 윈도우 디스플레이에서의 ‘신체적 움직임’을 통해 체험적 소통을 유도하는 효과를 얻을 수 있다. 소비자 중심의 움직임으로 디스플레이를 체험할 때 자연스러운 움직임의 효과를 얻을 수 있는데, 하비 니콜스 백화점의 사례는 소비자의 이동에 의해 디스플레이가 다르게 보이기 때문에 호기심을 유발하거나 왔던 길을 다시 갔다가 전진하는 주관적인 참여를 얻을 수 있다(Fig. 19). 디스플레이 공간에 있어 사용자의 참여가 매개체의 역할을 할 수 있다는 것을 알 수 있다. 사용자의 참여가 중요한 음악트적인 디스플레이 공간은 소비자들이 자신의 움직임이 연출공간에 큰 역할을 한다고 느끼며 움직이면서 전개되는 힘들과 능동적인 동반자가 된다는 느낌을 받게 된다.

4. Direct movements + Indirect movements

직접적인 움직임과 간접적인 움직임이 조화를 이루어 감각적이고 독특한 연출을 보여주는 사례는 전체 사례 475개 중에 108개를 차지하며, 두 번째로 높은 출현 빈도수를 보였다. 상품을 과다하게 진열하여 즉흥적인 구매를 유도하기보다는 백화점 자체의 이미지나 브랜드의 이미지를 위해 소량의 상품으로 스토리로 풀어가는 연출이 점차 많아지고 있다.

소비자들은 쉽게 접근할 수 있는 간단한 동력장치를 이용한 직접적 움직임만을 이용한 연출보다는 여러 가지 움직임을 함께 볼 수 있는 윈도우 디스플레이에 더 흥미를 느낀다. 브레망의 2011년 특별 윈도우 디스플레이에는 메종 샤넬(Masion Chanel)을 대표하여 바네사 파라디(Vanessa Paradis)와 칼 라거펠트(Karl Lagerfeld)가 연출에 참여했다. <Fig. 20>은 멀티 예술가인 칼 라거펠트 인형을 제작하여 파리를 군림하고 있는 풍경을 담아 사진작가로 활동하는 칼 라거펠트, 광고를 찍는 칼 라거펠트, 샤넬의 옷을 입은 칼 라거펠트 등을 연출해서 브랜드와 디자이너 그리고



<Fig. 19> Harvey Nichol, London.

From Baker. (2015). <https://www.youtube.com>



<Fig. 20> Karl Lagerfel's Christmas windows at Printemps 2011.mov.
From Parispopcorn.tv. (2011). <https://www.youtube.com>

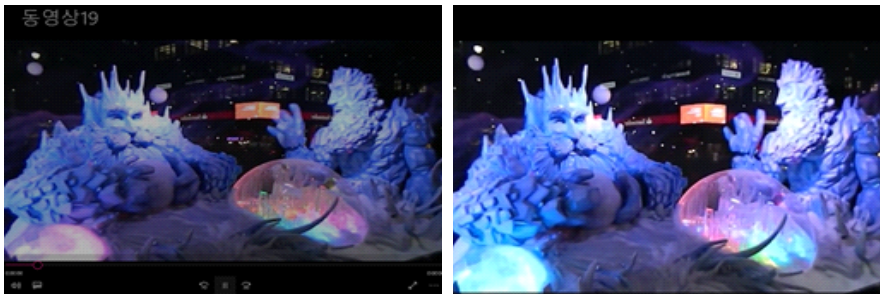
백화점의 이미지까지 선보인 사례이다. 10개 정도의 쇼 윈도우를 라거펠트 버전 외에도 ‘사넬의 세계 각국 크리스마스 퍼포먼스 윈도우’ 시리즈까지 선보였다.

이러한 움직임 연출을 형성하기 위해 테크놀로지와 재료, 방법, 스토리를 과학기술과 연결하여 소비자들에게 시지각적은 물론 흥미를 느끼는 심리적인 부분까지 자극을 줄 수 있다. 결국 예술과 과학의 결합을 통해 하나의 예술적인 공간을 이룩한 것이다. 2014년 메이시스 백화점의 윈도우 디스플레이는 마술을 부리는 것 같은 원통 안에 조명을 넣어 파랑색, 노랑색, 분홍색 등의 색등 변화를 주어 간접적 움직임을 표현하고, 오브제의 손은 동력장치를 이용해 직접적 움직임을 연출했다(Fig. 21). 이러한 연출방법은 시지각적 현상을 이용하거나 빛과 동력을 활용한 움직임으로 연속된 반복을 통하여 가동성을 드러낼 수 있다. 직접적 움직임에 간접적 움직임을 더하면 연출 공간이 더 눈에 띄고, 보다 다양한 기술적 요소를 포함하여 미학적 연출로 공간 체험자인 소비자들에게 이벤트적인 체험을 유도하는 효과를 얻을 수 있다.

5. Direct movements + Relative movements

직접적 움직임의 기계 자체적인 운동과 시지각적 현상을 함께 연출한 공간은 오브제나 마네킹의 시지각상의 움직임 또는 소비자의 실제적 움직임과 기계의 실제적 움직임을 통해 긴장감이나 예측하지 못한 놀라운 효과를 가지고 온다. 직접적 움직임과 상대적 움직임이 함께 나타난 사례를 보면, 기계를 통한 회전, 왕복운동을 하는 오브제와 거울로 만들어진 오브제를 통해 비춰지는 사람들의 모습이 오브제가 동력에 의한 움직임과 동시에 소비자의 보는 시각에 따라 오브제에 비춰지는 색깔과 모양이 다르게 보이는 효과를 얻을 수 있다(Fig. 22). 소비자의 동선에 따라 간접적 움직임인 빛을 이용하지 않고도 번쩍거리는 거울을 통해 빛의 반사되는 것 같은 느낌을 받을 수 있다. 즉, 관객의 참여로 인해 연출공간 내의 구성이 변화함으로써 능동적인 관객참여를 유도할 수 있는 흥미로운 연출방법이다.

거울을 이용한 윈도우 디스플레이 연출방법은 연출공간을 거울로 반사시켜 무한한 공간으로 만들어낼



<Fig. 21> Macy's Christmas windows 2014.
From Videosporalex. (2014). <https://www.youtube.com>

www.kci.go.kr



<Fig. 22> Bloomingdale's "Holiday through the senses" holiday windows 2015.
From WindowsWear. (2015). <https://www.youtube.com>

수 있다. 움직여지는 동력장치가 거울과 빛을 통해 소비자 동선에 따라 다양한 연출공간이 만들어진다(Fig. 23). 두 가지 움직임을 혼합한 연출공간의 큰 효과는 동력의 움직임도 있는 상태에서 소비자의 움직임이 더해지면서 얻어지는 대비현상과 명도차이가 소비자의 시지각에 뜻밖의 자극을 주어 외관상 풍부한 변화를 느끼게 할 수 있어 윈도우 디스플레이 연출의 의의를 갖게 한다.

6. Indirect movements + Relative movements

디지털 기술이 발달함에 따라 디스플레이 연출공간에 오브제나 연출하고자 하는 제품의 실물을 직접 가져다 놓는 것보다 영상이나 매체를 활용하여 소비자가 직접 착용을 할 수 있거나, 간접적인 체험을 할 수 있는 디스플레이가 늘어나고 있다. 연출 공간 내에 예측되는 움직임 특성을 활용하는 경우 소비자들은 지루함을 느낄 수 있다. <Fig. 24>처럼 반복적이고 규칙적인 움직임이 아닌 소비자들의 참여에 따라 게임의 레벨, 점수, 영상의 변화가 제각각 다르게 윈도

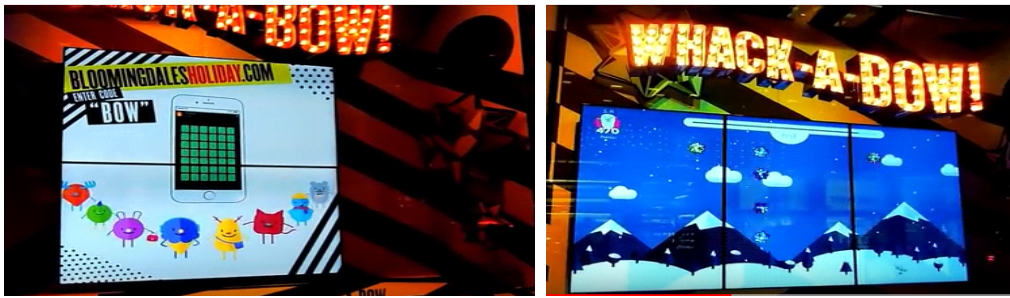
우 디스플레이를 연출한다면, 소비자들은 참여로 인해 얻어지는 우연적인 감흥을 느낀다. 따라서 간접적 움직임과 상대적 움직임이 혼합된 연출은 다양한 표현 방식을 할 수 있으며, 소비자들과 체험적 측면으로 관계를 맺을 수 있어 소비자들과의 교감영역 혹은 체험의 장이 되는 역할을 기대할 수 있다. <Fig. 25>는 소비자들에게 옷을 입었을 때 활용할 수 있는 아이템을 영상에 담아 고객이 직접 영상 페이지를 손으로 넘기면 참고할 수 있는 아이템을 볼 수 있게 함으로써 소비자들에게 충동구매를 유도하는 연출방법이다. 소비자의 의도에 따라 자유롭게 움직이는 디스플레이 공간이 등장하게 되면서 개개인의 경험을 통해 다양하게 표현될 수 있고, 특정한 공간을 개인의 일상적인 감각을 이용하여 동선의 흐름을 유도함으로써 전혀 다른 경험을 할 수 있는 색다른 공간으로 만들 수 있다.

7. Direct movement + Relative movements + Indirect movements

직접적 움직임, 간접적 움직임 그리고 상대적 움직임



<Fig. 23> Macy's window displays at NYC - Christmas 2011.
From Beligere. (2011). <https://www.youtube.com>



<Fig. 24> Bloomingdales holiday windows display New York 2014.
From DoveNewYork. (2014). <https://www.youtube.com>



<Fig. 25> Interactive window display system.
From Smart Network. (2015). <https://www.youtube.com>

임을 모두 연출한 디스플레이 방법은 디지털의 테크놀러지가 반영된 표현방법이다. 윈도우 디스플레이 내에서 나타나는 직접적 움직임은 기계의 연출을 통해 다양하게 표현되어 왔다. 관객은 지속적으로 디스플레이 변화에 개입하기 위해 디스플레이 구성을 움직일 수도 있는 능동적이고 창조적인 태도를 보이게 된다. 이렇듯 소비자의 참여가 움직임에 도입한 가변적인 특성을 부각시키고 있고, 소비자는 참여하는 효

과뿐만 아니라, 디스플레이 공간을 직접 창조하는 예술가의 역할을 하게 된다. 따라서 직접적 움직임, 간접적 움직임, 상대적 움직임 연출은 소비자들로 하여금 낯설지만 예술적인 새로운 차원에 눈을 떼지 못하는 이끌림을 만들어낼 수 있다.

2016년 메이시스 백화점의 윈도우 디스플레이는 복권과 같은 연출을 하여 소비자가 버튼을 누르면 종이가 기계 밖으로 나온다. 한 가지의 얼굴로 한 줄이



<Fig. 26> Macy's Christmas windows 2016.
From Videosporalex. (2016). <https://www.youtube.com>

완성되면 빛이 화려하게 반짝반짝하게 연출되어지고, 그렇지 않으면 잠깐 어두워졌다가 커지는 연출을 하였다. 재미난 상황이 연출될 수 있는 직접적 움직임 요소와 소비자의 참여로 인한 상대적 움직임 요소가 간접적 요소의 새로운 형태의 디스플레이를 가져오는 것이다. 이러한 연출방법은 소비자와 소통이 좀 더 적극적으로 가깝게 접근하는 계기가 된다(Fig. 26).

IV. Conclusion

키네티시즘은 움직임 개념을 가지고 있는 예술로써 표현할 수 있는 폭이 넓다. 외적인 형식으로 움직임을 이용하여 시간성을 부여받고 유연성이 생기는 점에서 과거의 키네티시즘과 같지만, 현재의 키네티시즘 윈도우 디스플레이는 급격하게 발달된 디지털화와 함께 미디어아트와 개념과 기법을 적극적으로 활용하면서 표현방법이 다양해졌다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 직접적 움직임은 윈도우 디스플레이의 키네티시즘적 표현방법 중 가장 많이 나타나고 있는 연출 방법이며, 과학기술이 발달함에 따라 다양한 방식으로 표현되고 있다. 둘째, 간접적 움직임은 영상매체, 빛을 이용한 연출방법으로 매체에서 나왔던 광고의 이미지나 동영상상을 디스플레이에 활용함으로써 소비자는 매체를 통해 보던 이미지를 다시 보게 되면서 그 브랜드 이미지를 다시 지각할 수 있게 된다. 매체와의 연결은 정보 전달로써 그 상품의 이미지를 높여주고, 빛은 조화, 균형, 반복, 대비, 강조의 연출을 할 수 있는 중요한 역할을 한다. 셋째, 상대적 움직임은 체험적으로 소통이 이루어질 수 있는 연출방법이다. 체험자의 동선을 이용하여 시각의 변화를 주는 방법으로 우연한 만남과 자연스러운 교류를 유도할 수 있고, 공간의 비정형성으로 신체적 체험을 유도하는 소통을 만들어낸다. 체험적 측면에서 인간의 감성을 자극하여 소비자와의 상호작용을 할 수 있다. 넷째, 직접적 움직임과 간접적 움직임을 함께 연출한 방법은 재료에 의한 유동성, 기계적 노출에 의한 역동성과 함께 시각적인 자극을 통해 윈도우 디스플레이 안에 긴장감을 유발한다. 한 공간 내에 여러 가지 움직임을 연출하여 다양한 공간을 경험할 수 있다. 다섯째, 직접적 움직임과 상대적 움직임을 함께 연출한 방법은 소비자가 능동적으로 참여하게 되는 효과로 소비자의

참여가 의도치는 않았지만 저절로 얻어지는 뜻밖의 효과를 얻을 수 있다. 여섯째, 간접적 움직임과 상대적 움직임을 함께 연출한 방법은 빛의 움직임과 소비자의 움직임으로 소비자에게 큰 자극을 줄 수 있는 연출방법으로 다양한 표현방식을 사용할 수 있고 교감 영역을 얻을 수 있다. 일곱 번째, 직접적 움직임과 상대적 움직임, 간접적 움직임이 모두 다 연출된 방법은 소비자와 디스플레이 연출공간에서 일어날 수 있는 다양한 소통을 유연하게 활용하여 낯설지만 예술적인 연출공간으로써의 새로운 전환점이 될 수 있다.

현대의 윈도우 디스플레이는 예술과 접목시켜 연출하는 경우가 많이 생겨나고, 각 소비자들에게 새로운 자극을 주기 위해 다양한 방법을 전략적으로 활용하게 되었다. 과거에는 윈도우 디스플레이에서 소비자의 관심을 이끌 수 있는 방법은 움직이는 연출이었으나, 현대에는 소비자들에게 움직임에 어떠한 요소들을 접목시켜 낯선 연출을 함으로써 신비한 분위기를 만들어내는 방법들이 늘어나고 있는 추세이다.

현재까지는 소비자들의 기본적인 욕구만을 충족시키기 위한 연출방법이 표현되었지만, 앞으로는 정보화의 다양화, 경제의 성장, 기술의 발달로 인해 소비자들의 욕구와 기호에 맞는 디스플레이 공간으로 만들기 위해 다양한 접목을 시도하고 실험적인 공간으로 확대해야 할 것이다. 특히, 감성 공간을 이용하여 소비자와 디스플레이 사이에 일어날 수 있는 소통을 통해 소비자와 함께 기술적, 사회적, 문화적으로 빠르게 변화하는 현대사회에 동시에 변화 가능하고 유연하게 접근하여 디스플레이를 연출한다면 새로운 전환점이 될 것이다. 따라서 직접적 움직임, 상대적 움직임, 간접적 움직임만을 이용하여 연출한 윈도우 디스플레이보다 과학과 예술을 함께 접목하여 새로운 형태의 연출을 만들어 소비자들에게 즐거움과 흥미를 제공할 수 있어야 한다. 더 나아가 키네티시즘적 움직임을 통한 윈도우 디스플레이의 표현은 과학 기술의 과시가 아닌 인간의 감성적, 심리적 측면을 위한 현대적인 시도의 연출로 발전할 수 있기를 기대한다.

References

- Agematsu, Y. (2000). *Esthetics of architecture space* (D. Y. Lee, Trans). Seoul: CA Press. (Original

- work published 1996)
- Bahk, S. A. (2007). *A study on the effective strategies and design methods in visual merchandising*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Baker, J. (2013, November 17). *Harvey Nichols, London* [Video file]. Retrieved September 24, 2016, from https://www.youtube.com/watch?v=Z2Xu_GUmSlk
- Baker, J. (2015, September 6). *Harvey Nichols, London* [Video file]. Retrieved September 25, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=ZmAeOjTR3Cg>
- Beligere, P. (2011, December 18). *Macy's window displays at NYC - Christmas 2011* [Video file]. Retrieved October 1, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=z8w6jxZ5838>
- Cho, Y. J., Kwon, M. K., Ahn, S. S., & Lee, S. J. (2000). *The dictionary of contemporary design* (Rev. ed.). Seoul: Ahn graphics.
- Choe, U.-R. (2012). *Una Lumino*. Retrieved September 25, 2016, from http://www.aram.net/kor_new/intro_kr.html
- Choi, J. Y. (2003). *A study on the kineticism which introduced to boundary form in interior design*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
- Choi, M. O. (1999). *A study on the boundaries of architectural space: Focused on shared space*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Display. (n.d.). In *Doopedia*. Retrieved March 26, 2016, from http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000761717
- DoveNewYork. (2014, November 28). *Bloomingdales holiday windows display New York 2014* [Video file]. Retrieved October 1, 2016, from https://www.youtube.com/watch?v=jAzZP2_uDws
- Diana Eng - Fairytale Fashion. (2010, February 24). In *Wikimedia Commons*. Retrieved May 7, 2016, from https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Diana_Eng_-_Fairytale_Fashion.jpg
- Jeong, D. A. (2013). 미디어 아트: 마르셀 뒤샹, 레디메이드와 매체 예술 [Media art: Marcel Duchamp, ready-made and media arts]. *Naver*, Retrieved September 5, 2016, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1691779&cid=42219&categoryId=42223>
- Jeong, H. J. (2014). *Rene Magritte painting of a cloud image to the application's shop window display based on D brand example*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kerouac2. (2015, November 23). *Galleries Lafayette Christmas 2015* [Video file]. Retrieved October 14, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=9ZpYOF5Qrxw>
- Kim, J.-Y. (2010). *A study on characteristics of experiencing sensibility space in kineticism*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul, Korea.
- Kim, M.-G. (1989). *백화점 쇼우 윈도우 디스플레이 색채에 관한 연구* [A study on show window display color of department store]. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul, Korea.
- Korea Dictionary Research Publishing. (1998). *Kinetic art*. *Naver*, Retrieved September 5, 2016, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=264252&cid=42635&categoryId=42635>
- Kwak, J. Y. (2015). *A study on the sensibility communication in the working space through kineticism*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul, Korea.
- Laurel. (2007, August 5). *Hussein chalayan's dark beauty* [Blog Post]. Retrieved June 27, 2016, from <http://stylenotes.typepad.com/style/2007/08/hussein-chalaya.html>
- Lee, E. K. (2012). *A study on characteristics of kineticism appeared in contemporary restaurants and bars*. Unpublished master's thesis, Konkuk

- University, Seoul, Korea.
- Lee, J. S. (2010). *미술의 빅뱅: 한국의 젊은 예술가들, 새로운 감각을 열다* [Big Bang of art]. Seoul: Minumsa.
- Lee, S.-J. (2001). *A study on the emotional expression of POP design in VMD*. Unpublished master's thesis, Hoseo University, Chungcheongnam-do, Korea.
- Lim, H.-S. (2001). *Space production design based on the kineticism*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul, Korea.
- Lucie. (2012, January 5). Hamish Morrow & UVA. *Collectif Textile*, Retrieved June 25, 2016, from <https://collectiftextile.com/hamish-morrow-uva>
- MarketingFactory. (2013, February 27). *Nike interactive window displays* [Video file]. Retrieved October 11, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=47Bbrhx1VfE>
- Monthly Art. (1999). *세계미술용어사전* [Art terms]. Seoul: Author.
- Noh, H. Y. (2006). *Kinetic art-search for transformation and enlargement of rotation: Focusing on exhibition of swing practice*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul, Korea.
- Oh, H.-J. (2003). *A study on the model of architectural environment design by the representation of the kineticism in time and space: Focused on the ecological theory of perception*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Oh, J.-H. (2011). *A study on the regrouping of the physical movement of kinetic art: Focused on associated kinetic art with media art*. Unpublished master's thesis, Chonbuk University, Jeollabuk-do, Korea.
- Parispopcorn.tv. (2011, November 12). *Karl Lagerfel's Christmas windows at Printemps 2011.mov* [Video file]. Retrieved September 19, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=hD5toTbYgKY>
- Park, O. R., Lee, Y. J., Ha, J. K., Kim, H. J., & Jeong, H. D. (1997). *패션 디스플레이의 이론과 실제* [Theory and practice of fashion display]. Seoul: Hyungseul.
- Ra, S. M. (2009). *A study on POP and characteristic variation with an object production in display elements: Focused on fashion lingerie stores of Korea, Japan, China, and Hong-Kong*. Unpublished master's thesis, Hansung University, Seoul, Korea.
- Retail Design Blog. (2014, June 19). Lancaster ADELE window display at Rue Saint Honoré, Paris - France [Blog Post]. Retrieved July 16, 2016, from <http://retaildesignblog.net/2014/06/19/lancaster-adele-windows-paris-france>
- Retail Design Blog. (2015, October 17). Isabel Marant windows by Arnold Goron at Barneys, New York City [Blog Post]. Retrieved July 27, 2016, from <http://retaildesignblog.net/2015/10/17/isabel-marant-windows-by-arnold-goron-at-barney-s-new-york-city>
- Retail Design Blog. (2016, January 21). ASICS MetaRun retail concept by Green Room Design [Blog Post]. Retrieved September 15, 2016, from <http://retaildesignblog.net/2016/01/21/asics-metarun-retail-concept-by-green-room-design>
- Rickey, G. W. (1988). *Kinetic art* (N. J. Yoon, Trans). Seoul: Youlhwadang. (Original work published 1964)
- Sim, N. H. (1999). *Display*. Seoul: Kimundang.
- Si-sa Elite English-Korean Dictionary*. (1999). Seoul: YBM.
- Smart Network. (2015, December 27). *Interactive window display system* [Video file]. Retrieved October 24, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=VOF7iKKmgn0>
- TheEndlessScrew. (2013, December 4). *Bloomingdale's holiday windows 2013* [Video file]. Retrieved September 14, 2016, from https://www.youtube.com/watch?v=va_ZDbnPb30
- TravelSort. (2015, December 13). *Sub Zero Sphinx at Saks Fifth Avenue Christmas 2015* [Video file]. Retrieved October 12, 2016, from <https://www>

- youtube.com/watch?v=0w2GJxG9gRU
- Videosporalex. (2014, December 4). *Macy's Christmas windows 2014* [Video file]. Retrieved October 19, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=8Gmkgk7hmgU>
- Videosporalex. (2016, December 3). *Macy's Christmas windows 2016* [Video file]. Retrieved October 19, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=cV1yPFtpK9A>
- WindowsWear. (2015, December 16). *Bloomingdale's "Holiday through the senses" holiday windows 2015* [Video file]. Retrieved October 11, 2016, from <https://www.youtube.com/watch?v=E69q1n5yeLc>
- Yang, J.-Y. (2011). *A theoretical study on spatial perception in kinetic architecture: Focused on optical flow analysis based on motion perception theory*. Unpublished master's thesis, Inha University, Incheon, Korea.
- Yoon, N. J. (1989). *키네틱시즘과 현대사회* [Kineticism and modern society]. Seoul: Mijinsa.