

碩 士 學 位 論 文

指導教授 李 昌 九

POP ART를 응용한 아트 메이크업
일러스트레이션 연구

A Study on the Art Make-up Illustration
applying Pop Art

2004年 8月

漢城大學校 藝術大學院

패션藝術學科

扮裝藝術學專攻

李 珉 卿

碩 士 學 位 論 文

指導教授 李 昌 九

POP ART를 응용한 아트 메이크업 일러스트레이션 연구

A Study on the Art Make-up Illustration
applying Pop Art

위 論文을 藝術學 碩士學位論文으로 提出함

2004年 8月

漢城大學校 藝術大學院

패션藝術學科

扮裝藝術學專攻

李 珉 卿

李珉卿의 藝術學 碩士學位論文을 認定함

2004年 8月

審査委員長

印

審査委員

印

審査委員

印

국 문 초 록

아트메이크업은 아름다움을 표현하는 우리의 인체에 행해지는 메이크업으로 색채, 주제, 기법, 재료 등에 구속받지 않고 예술적 이미지를 중시하는 분야이다. 여기에는 다양한 주제와 연출이 가능하며, 인체의 곡선과 면을 최대한 활용한 예술의 한 장르로 발전하고 있다. 메이크업은 그 시대의 미의 기준과 문화를 적극적으로 반영하며 조형예술의 하나로서 미술사조의 영향을 많이 받아왔다.

우리가 살고 있는 현대는 대중문화가 지배하는 사회이며 따라서 우리는 대중매체가 쏟아놓은 이미지의 홍수 속에 살고 있다. 이처럼 대중매체의 홍수 속에서 과거에는 대상이나 주제의 선택이 한정되어 있던 예술이 이제는 대중문화의 모든 환경과 주제들을 미술 안으로 수용하고 표출하고 있다.

이러한 관점에서 팝 아트(Pop Art)는 대중문화의 이미지를 그들의 주제로 택하여 예술의 영역으로 끌어들이는 역할을 했으며, 팝 아트 작가들은 대중매체를 통해 독특한 의식과 다양한 기법을 통해 작업을 하였다. 그들은 만화, 잡지, 광고, 포장지 그리고 영화, 대중음악, TV 등의 대중오락과 냉장고, 자동차, 콜라, 핫도그, 심지어 돈까지 소재로 사용하였다. 이리하여 팝 아트는 특별한 지식이나 취향 없이 일반인 누구나 즐길 수 있는 형태의 미술과 문화를 수용함으로써 대량으로 생산되고 우리에게 가장 근접하게 접해 있는 대중적 미술을 지칭하는 개념이 되었다.

본 연구자가 미술사조중 팝 아트를 선택한 직접적 이유는 앤디 워홀의 초상화 시리즈를 볼 때마다 메이크업 일러스트레이션이 연상되었고 최근에는 제품홍보를 위한 상업 광고나 퍼포먼스에서 아트메이크업의 활용 빈도가 높아지면서 팝 아트의 특성인 대중상표 이미지가 떠올랐기 때문이다.

더 나아가서 아트메이크업 작품 속에서 다음과 같은 팝 아트적 요소를 발견하였기 때문이다.

1. 현대 아트메이크업은 페인팅과 더불어 다양한 재료를 이용하여 독특한 질감 표현과 평면 오브제에서 느끼지 못하는 복합적 이미지를 전달하는데, 이

는 팝 아트의 대표적 기법인 콜라주와 비교할 수 있다.

2. 인체를 디자인한다는 것은 결국 인체를 오브제로 하는 것이기 때문에 팝 아트의 에로티시즘적 특성으로 보인다.

3. 아트메이크업의 뚜렷한 양식상의 통일성을 요약하기는 어렵지만 많은 작품들이 팝 아트의 특성인 강하고 비비드한 칼라를 많이 사용한다.

4 에어브러쉬와 스텐실 기법은 이미지의 반복과 재현이 가능하여 팝 아트의 기계적이며 비개성적인 특징과 일치한다.

5.단시간에 많은 인원을 메이크업 할 때 보조자를 고용하기도 하는데 이는 예술이란 특정 개인에 의해서만 이루어질 수 있는 것이 아니라 누구나 예술가가 될 수 있는 것으로 해석된다. 작가는 아트메이크업에 있어 아이디어 제공자이며, 이에 의해 대량 생산이 가능한 특성이 있다. 이 또한 팝 아트의 비개성적인 성격으로 보인다.

본 논문은 우선 팝 아트의 개념과 특성을 알아보고, 인간과 가장 밀착된 예술의 한 형태인 아트메이크업과 일러스트레이션이 팝 아트와 어떤 상관 관계를 가지는가를 살펴본 후 팝 아트의 특성을 응용한 아트메이크업 일러스트레이션을 제작 하였다.

그 결과 본 연구자는 다음과 같은 결론을 얻게 되었다.

첫째, 모든 현대 예술이 팝아트의 영향을 받았는데 아트메이크업 역시 예외가 아니다.

둘째, 주변에서 흔히 볼 수 있는 현대 도시의 대중 문화 이미지는 독특하고 개성 있는 모티브의 역할을 하면서 그 예가 무한하여 다양한 디자인 창출의 가능성을 갖고 있다.

셋째, 생활 전반에서 쉽게 접할 수 있는 것을 오브제로 하여 친숙성을 쉽게 공감할 수 있다.

넷째, 아트메이크업에 대중적 이미지를 도입함으로써 예술뿐만 아니라 상업적 홍보 목적으로 사용할 수 있음을 확인하였다.

다섯째, 평면 오브제를 이용한 콜라주는 색지류, 인쇄물, 스크린톤 등의 일상적 소재를 회화적 소재와 결합시켜 사용함으로써 드로잉적 일러스트레이션의 표현 한계를 넘어 복합적인 이미지를 효과적으로 전달할 수 있었다.

목 차

국문초록

I. 서론	1
1. 연구 목적	1
2. 연구 방법 및 범위	2
II. POP ART의 일반적 고찰	3
1. 팝아트의 개념	3
2. 팝아트의 기법과 특성	11
3. 팝아트 작가들의 작품 및 분석	23
III. POP ART와 아트메이크업	32
1. 아트메이크업과 메이크업 일러스트레이션의 개념	32
2. 아트메이크업에 나타난 팝아트적 특성	38
3. 아트메이크업 일러스트레이션에 나타난 팝아트의 기법 ...	45
IV. POP ART를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션	53
1. 제작 의도 및 방법	53
2. 작품 및 해설	54
V. 결론	76
참고문헌	78
ABSTRACT	82

그 립 목 차

<그림 1> 도대체 무엇이 오늘 나의 가정을 그토록 다르고 두드러지게 하는가?..7	7
<그림 2> 힘의 장악8	8
<그림 3> 앤디 워홀(Andy Warhol)의 포트폴리오14	14
<그림 4> 할스톤(Halston)의 이브닝웨어14	14
<그림 5> 마릴린 몬로16	16
<그림 6> 샘17	17
<그림 7> 코카콜라20	20
<그림 8> 만화20	20
<그림 9> 챔벨 스포 통조림21	21
<그림 10> 성조기23	23
<그림 11> 표적23	23
<그림 12> 숫자24	24
<그림 13> 채색된 브론즈24	24
<그림 14> 브릴로 비누 상자27	27
<그림 15> 엘비스 프레슬리27	27
<그림 16> 햄버거28	28
<그림 17> 부드러운 변기29	29
<그림 18> 미국의 위대한 누드30	30
<그림 19> 진(Jean).....41	41
<그림 20> 카프리 맥주41	41
<그림 21> 건강 벨트41	41
<그림 22> 가무41	41
<그림 23> 케사랑파사랑42	42

<그림 24> 백설공주.....	42
<그림 25> 원더우먼	42
<그림 26> 월드컵	42
<그림 27> 핑크플로이드	42
<그림 28> SF 돌연변이	42
<그림 29> 그라피토 1	42
<그림 30> 그라피토 2	43
<그림 31> 그라피토 3	43
<그림 32> 그라피토 4(지도)	43
<그림 33> 그라피토 5(국기)	43
<그림 34> 에로티시즘 1	43
<그림 35> 에로티시즘 2	43
<그림 36> 스트로우	43
<그림 37> 기계인간	43
<그림 38> 팝 아트적 색채 1	44
<그림 39> 팝 아트적 색채 2	44
<그림 40> 팝 아트적 색채 3	44
<그림 41> 하트	44
<그림 42> 지폐	44
<그림 43> 옷과 넥타이	44
<그림 44> 첼로	44
<그림 45> 빵	44
<그림 46> 미술양식	44
<그림 47> 인쇄 매체를 이용한 패션 일러스트레이션 1	49
<그림 48> 인쇄 매체를 이용한 패션 일러스트레이션 2	49
<그림 49> 인쇄 매체를 이용한 패션 일러스트레이션 3	49

<그림 50> 빌 도노반(Bil Donovan), 폴라쥬	49
<그림 52> 준코 코시노(Junko Kosino), 스트라이프	49
<그림 53> 콜린 반즈(Colin Barns), Cover of cap magazin	49
<그림 54> 샤론 롱(Sharon Long), 폴라쥬	49
<그림 55> 아리(Arie), 폴라쥬	49
<그림 56> 폴라쥬	50
<그림 57> 팝 아트적 그래픽 1	50
<그림 58> 팝 아트적 그래픽 2	50
<그림 59> 팝 아트적 그래픽 3	50
<그림 60> 김혜경, 폴라쥬	50
<그림 61> 팝 아트를 응용한 패션 일러스트레이션 1	50
<그림 62> 팝 아트를 응용한 패션 일러스트레이션 2	50
<그림 63> 피카소의 색채를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션	52
<그림 64> 클립트의 그림을 응용한 아트메이크업 일러스트레이션	52
<그림 65> 고희의 그림을 응용한 아트메이크업 일러스트레이션	52
<그림 66> 마티스의 그림을 응용한 아트메이크업 일러스트레이션	52
<그림 67> 마티스의 「Mimosa」	55
<그림 68> 마티스의 「Sea-Beasts」	55
<그림 69> 작품 1-1.....	57
<그림 70> 작품 1-2	58
<그림 71> 앤디 워홀의 「자화상」	59
<그림 72> 앤디 워홀의 「Camouflage」	59
<그림 73> 작품 2	61
<그림 74> 작품 3	63
<그림 75> 앤디 워홀의 「Chanel No. 5」	64
<그림 76> 작품 4	66

<그림 77> 「Cointreau C」의 광고	67
<그림 78> 작품 5	69
<그림 79> 「Ricard」의 광고	70
<그림 80> 작품 6	72
<그림 81> 「보졸레 누보」 병	73
<그림 82> 작품 7	75

I. 서론

1. 연구목적

메이크업은 원시 시대에는 자기 보호나 주술적 의미로 시도 되었으나 현대에 와서는 그 의미를 잃고 장식적 의미와 자기 표현의 수단이 되었다. 또한 다양한 개성표현 뿐만 아니라 예술의 한 분야로까지 발전하고 있다.

이러한 메이크업 중에서도 예술적이고 창조적인 성격이 강한 아트메이크업은 다양한 무대, 이벤트, 퍼포먼스, 광고 등의 매스미디어에서 다수를 대상으로 하는 대중 문화로까지 자리잡게 되었다.

우리가 살고 있는 현대는 대중 문화가 지배하는 사회이며 따라서 우리는 대중 매체가 쏟아놓은 이미지의 홍수 속에 살고 있다. 이러한 대중문화의 이미지를 주제로 택하여 예술의 영역으로 끌어들이는 미술양식이 팝 아트이다.

현대 미술 사조중 팝아트는 이전의 순수 예술이 추구했던 개성적이며 강한 작품성에서 탈피한 대중예술로서 대중사회의 환경을 미술세계로 수용한 미술 사조이다. 팝아트는 일상 생활에서 무시되어 왔던 소재들을 독창적이고 실험적인 예술의 영역으로 끌어들이어서 대중적 이미지에 대한 고정적인 인식을 바꾸어 놓았다. 이러한 범속한 소재들을 재구성해서 현대적이고 감각적인 시각을 창출하는 팝아트의 특성을 응용하여 아트메이크업 일러스트레이션에 적용하는 작업은 다양하고 개성 있는 아트메이크업 디자인 창출의 가능성을 제공함에 의의가 있다. 본 연구의 목적은

1. 팝아트 작가들의 기법과 특성을 응용하여 독창적인 아트메이크업 일러스트레이션을 창작 하고자 한다.

2. 대중적인 이미지를 도입함으로서 예술적 측면으로 뿐만 아니라 상업적

홍보 목적으로 사용할 수 있음을 알리고자한다.

3.주변에서 흔히 볼 수 있는 것을 소재로 하면서 그 예가 무한하여 다양한 디자인 창출의 가능성을 보여주고자 한다.

4.팝아트의 대표적 표현 기법인 콜라주를 이용하여 단순한 페인팅 뿐만 아니라 일상적이면서도 새로운 소재를 가미하여 다양한 표현을 시도하고자 한다.

2. 연구 내용 및 방법

본 논문의 연구는 문헌자료, 학술 논문, 인터넷 등을 통해 현대 미술 문화의 중심이 되는 팝 아트의 이론적 배경과 현대 아트메이킹을 살펴보고 그것을 토대로 한 작품 제작으로 구성되어있다.

이를 위해 제2장에서는 팝 아트의 개념과 특성을 살펴보고 문헌 및 사진 자료를 이용하여 팝 아트 작가들의 작품을 분석하였다. 제3장에서는 아트메이크업과 메이크업 일러스트레이션의 정의를 알아보고 기존의 아트메이크업과 메이크업 일러스트레이션 작품 속에서 팝 아트적 특성을 살펴보았다. 제4장에서는 앞의 분석을 바탕으로 팝 아트의 특성을 살린 작품 제작을 내용으로 하고 있다. 그 소재로는 현재 상품화되어 유통되는 각종 제품들의 상표가 나타나 있는 이미지나 구체적인 소재를 이용했다. 그 표현 소재로 팝프렛이나 광고, 패키지 그리고 기존의 팝 아트적 예술작품들을 이용했다. 이러한 소재들은 제작자들이 자신들이 유통시키고자 하는 상품을 가장 잘 표현하고 있으므로 현대적이면서 개성적인 특징을 가지고 있다. 이러한 소재를 이용함으로써 팝 아트 개념을 적용하여 새로운 아트메이크업 디자인을 창출하고 일러스트레이션으로 나타내고자 했다. 제5장에서는 앞에서 논의된 내용을 정리하고 이를 바탕으로 결론을 도출하였다.

Ⅱ. POP ART의 일반적 고찰

1. 팝아트의 개념

미술은 한 시대나 사회에 있어서 하나의 독자적인 세계를 형성한다. 즉 ‘미술=사회’의 관계에 있다.¹⁾ 이러한 표현은 그 시대의 예술 사조가 사회 전반의 상황을 대중적 입장에서 대변하고, 그 사회의 예술 방향을 대중에게 호소함으로써 사조를 형성할 수 있다는 것이다.

현대 미술사조 중 60년대 팝 아트의 출현은 그 이전의 순수예술이 추구했던 독특하고 개성적이며 강한 작품성을 요구한 것에서 탈피한 대중의 예술로서 대중사회의 환경을 미술 안으로 수용한 미술사조이다. 또한 대중문화에 대한 긍정적 반응이 가장 명쾌하게 제시되었던 사조이기도 하다.

팝 아트는 특정한 시간에 특정한 장소에서 태어난 일관성 있는 운동이 아니며 또한 정의하기가 용이한 개념도 아니다. 일반적 의미로 문학, 음악, 연극, 무용 등의 분야에서 고급예술과 반대되는 대중적 즉 서민적 대중예술을 통칭할 수 있겠다. 다시 말해 팝 아트는 통속적이고 대중적인 이미지, 즉 일상생활에 범람하는 개성의 이미지에서 제재를 취해왔다고 볼 수 있겠다.

팝 아트라는 용어를 처음 사용한 사람은 1954년 영국의 로렌스 알로웨이(Lawrence Alloway)이다. 그는 대중광고 문화권에서 창조된 대중미술(Popular Art)이란 말을 사용상의 편리함을 위해 팝 아트라고 약칭하였다.

팝 아트를 사전적 의미로 살펴본다면 우선 <Random House> 사전에서 다음과 같이 정의하고 있다.

그것은 1960년대 초반 미국에서 현저하게 전개되고 유행된 형상적 회화의 양식으로서 연속만화와 광고 포스터등 상업미술의 장르로부터 유래한 확대된

1) 김춘일, 「팝아트와 현대인」, 서울:열화당, 1979, p.21

포름(Forum)과 이미지들로 주로 특징지을 수 있다.²⁾

또 카린 토마스의 저서<Bis Heute>에서 그는 팝 아트를, 현대 소비문화의 특징을 조형언어 가운데로 융합하는 미술 활동이며 그 때문에 광고의 미적 마력이 심리적으로 어필하는 현란한 색채 및 형태를 최대한 함께 이용하는 것으로 본다. 그 목표는 편견 없는 감수성이며, 현대환경의 시각적인 자극을 즉물적인 명석함에 의해 표현하는 것에 있다³⁾고 정의 내리고 있다. 이는 수십 년간 사용 빈도에 따라 사전적 의미보다 더욱 확대 심화되었으며 그 의미의 변화는 종래의 기존 문화의식에 대한 새로운 압력으로 등장하여 지기도 했다.

현대 서구사회의 현실을 미술의 내부로 수용한 팝 아트는 내면세계의 한계성을 깨닫고 외계의 존재성을 긍정적으로 받아 들였다. 그것은 상업문화를 공격해야 할 악으로서가 아니라 오히려 사진의 소재, 회화적 주제의 무한한 원천으로 보고 있다.⁴⁾ 한편 상업문화는 새로운 의식과 새로운 감각, 새로운 문화적 즐거움을 추구하는 도시생활인들의 문화의 소비현상을 가져왔다. 또한 기계의 발달로 대량 생산에 따른 유행을 가져왔으며, 물건은 많아서 없어지는 것 보다 유행에 뒤떨어져 못쓰게 되었다.

영국 팝 아트의 선구적 존재였던 리처드 해밀턴(Richard Hamilton)은 1957년, 팝 아트의 개념적 특징 요소를 다음과 같이 열거하였다.

첫째, 대중적(Popular)-대중을 위해 의도되었다는 의미

둘째, 일반적(Trasient)-단기성, 즉 소비적 특성(Short Term Solution).

세째, 소모적(Expendable)- 쉽게 잊혀지는 소모적 특성

넷째, 저렴하며(Low Cost).

다섯째, 대량생산될 수 있는(Mass Produce).

2) Lawrence Alloway, 『Topics in American Art, since 1945』, New York, 1975, p.119.

3) Karin Tomas 『Bis Heute』, Stilyes chichte der bilden kunst im20, Janrhundert, du Monte Buchverlag köln, 1978, p.18

4) H.W.Janson, 『예술의 역사』, 김윤수 옮김, 삼성출판사, 1978
(주진식, 「팝 아트와 그래픽 디자인의 상호연관성에 관한 연구」, 경원대학교석사학위논문, 1995, p.7 재인용)

여섯째, 젊음의 표상이며-목표대상

일곱째, 위트가 있고

여덟째, 성적이며(Sexy)

아홉째, 속임수의 기교와 화려함을 가지고(Glamorous)

열번째, 동시에 상업적이다. (Big Business)⁵⁾

이와 같은 특성은 이미 현대 대중문화의 속성을 압축한 것이다.

팝 아트는 일반적으로 다음과 같은 특징적 개념을 가지며 특히 영국과 미국의 팝 아트의 전개를 살펴보고자 한다.

1) 팝 아트의 보편적 개념의 특징

팝 아트의 보편적 개념의 특징을 다음과 같이 3가지로 압축하여 정의 할 수 있다.

첫째로 쿠르베(Gustave Courbet)의 리얼리즘 이후로 현실세계를 있는 그대로 '문자 그대로' 옮겨 재생한다는 실증주의 미학을 수용한 20세기적 구상양식이라는 것이다. 이런 의미에서 볼 때 팝 아트는 흔히 반 예술(Anti-Art)을 슬로건으로 표방하고 나온 Dada에 비교하나 실재에 있어서는 Dada의 Nihilism적이 세계관과는 반대로 긍정적이고 쾌락주의적 경향의 세계관을 반영하고 있다.

둘째로 팝은 뉴욕과 런던이라는 코스모폴리탄적 도시환경과 그 삶에 뿌리를 두고 있어, 그 환경이 특징적으로 갖고 있는 상업적, 소모적 성격을 띤 특수한 요소들을 주제로 등장시키고 있다.

이들은 앞서 시사한 바와 같이 만화, 그림잡지, 광고, 모든 종류의 포장술, 헐리웃 영화, 팝 음악을 포함한 대중 향락산업의 이미지, 매스 미디어, 소비자용 산업제품(냉장고 자동차등), 식품(특히 핫도그, 아이스크림, 파이, 콜라등)과 마지막으로 돈이다.

5) Edward Lucie-Smith, 「팝 아트」, 『계간미술No42』, 중앙일보사, 1987.

셋째로 팝 작가들은 이러한 소재들을 매우 특수한 방법으로 표현하고 있다는 사실이다. 6)

이런 팝 아트의 보편적 개념을 특징짓는다면 결과적으로 팝 아트는 추상과 구상을 결합시킨 20세기가 생산해낸 미술이며 쿠르베 이후 근대미술에 나타난 모든 형식에 대한 지식과 그 관점에 기초를 둔 사실주의라 정의할 수 있다. 또한 팝 아트는 예술과 사회, 예술과 대중, 예술과 삶의 양분화된 현상에 대한 도전이며 이 이분화를 해소함으로서 그것의 미학적 기초를 이루고 있다.

2) 팝 아트의 전개

팝 아트는 크게 두 종류로 나누어지는데 영국과 미국의 것이 그대표적인 예이다. 먼저 영국의 팝 아트를 살펴보면, 미국의 팝은 어떤 하나의 캐치프레이즈나 그룹이 형성되어 추진된 것이 아니기 때문에 운동이라 할 수 없지만, 영국의 팝은 자못 운동 같은 인상을 주었다. 왜냐하면, 그 작가들이 새로운 대다수가 하나의 그룹을 형성하고 피차간의 아이디어에 영향을 주고받았기 때문이다. 7)

(1) 영국의 팝 아트

영국의 팝은 1952년 말 런던의 현대미술연구소에서 젊은 화가, 조각가, 건축가, 평론가들이 만나 결성한 독립작가 그룹(Independence Group)에 의하여 출발되었다고 볼 수 있다. 이들은 새로운 시대의 미술의 방향을 찾는 탐구적인 토론을 자주 가졌었다. 평론가 엘로웨이를 비롯해 건축가 엘리슨과 피터 스미슨, 조각가 에두아르도 화가 리처드 해밀턴 등이 참여한 이 그룹은 대중문화와 반미학적이라고 생각되는 근래의 예술행위들에 공통된 관심을 보였다. 그 가운데 몇몇 예술가들이 대중문화를 찬양하는 작품을 제작한

6) 송미숙, 「대량소비사회와 대중미술-영미 팝 아트의 생성과 전개」, 『계간미술 No.42』, 1987.

7) 김춘일, 앞의 책. p.32

것이 영국 팝 아트의 시작이었다.⁸⁾

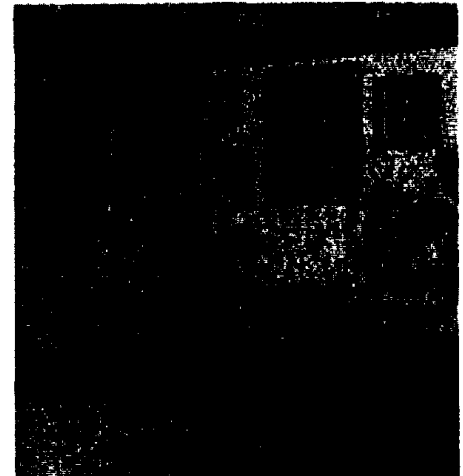
특히, 이들이 1956년 런던 화이트채플에서 가진 ‘이것이 내일이다.’라는 그룹전의 반응이 아주 좋았다. 해밀턴은 작은 콜라주 작품을 출품했는데 팝 아트의 특징이 분명하게 드러나는 작품으로 이제 고전이 된 그 작품은 제목부터가 팝아트 적인데 <도대체 무엇이 오늘 나의 가정을 그토록 다르고 두드러지게 하는가?>(그림 1)라는 긴 제목이었다. 이 작품에서 기성의 대중적 이미지를 차용하는 팝 아트의 전통이 공식화되었다. 해밀턴의 이 작품을 잘 살펴보면 그는 새로운 시대의 모던아트가 진정 어떠한 것이 되어야 할 것인가에 대해 깊이 생각하고 있었던 것 같다.⁹⁾

영국의 팝 아트는 사회 비판적 의도를 내포하고 있으며 기존의 규범이나 관습에 대해 비판적이라는 점에서 다다이즘과의 근친성을 보여준다. 따라서 알로웨이가 영국에 있어서의 ‘대중문화’라고 말한 것은 미국과는 다른, 문화적 계급을 의식한 것이다. 영국 작가로는 해밀턴을 비롯 P.블레이크, D.호크니, R.B.키타이, E.파울로치 등이 있다.¹⁰⁾

이러한 흐름 속에서 형성된 영국의 팝 아트는 미국의 팝 아트와 여러 가지 다른 내용과 형식들을 가지고 있는 것을 찾아볼 수가 있다.

첫째, 미국의 팝 작가들에 비해 영국의 작가들은 다소 전통적인 유화의 방식에서 완전히 벗어나 있지 못한 것 같다.

둘째, 주제에 있어서도 미국 팝 작가들에 비해 다소 낭만주의적 취향을 강하게 보여 주는 것 같다. 일종의 부드러운 팝이라고 부를 수 있는 경향들이



<그림 1 >Richard Hamilton
「도대체 무엇이 오는 나의 가정을 그토록 다르고 두드러지게 하는가?」

8) 김광우, 『위홀과 친구들』, 서울: 열화당, 1995, p.172

9) 김춘일, 앞의 책, p.33

10) 인터넷 자료 [www.5netart.com / art-study / pop / pop-art.htm](http://www.5netart.com/art-study/pop/pop-art.htm).

많이 보인다. 앨런 존스(Allen Jones)에게서 보이는 에로틱 아트가 그 한 예이다. (그림 2)

셋째, 영국의 팝은 미국의 팝과 달리 정치적 요소를 지니고 있다. 미국의 팝 작가들은 정치적 주제를 잘 다루지도 않으며, 다룬다 하더라도 중립적 입장에서 아무런 주관적 감정의 개입 없이 다룬다. 그럼으로써 오히려 본래 주제가 지녔던 정치적 의미가 표백되어 버린다. 인종폭동의 장면이나 케네디 암살사건 후의 그 미망인의 사진을 이용하여 작품을 한바 있는 워홀의 경우를 보면 이점을 분명하게 알 수 있다.

넷째, 주제에 접근하는 측면에 있어서도 미국의 팝 작가들보다는 덜 비개성적이다. 말하자면 개인의 심리적인 측면이나 주제가 환기하는 사회적, 정치적 의미 등을 보다 중시하는 경향을 보여 주고 있다.

이러한 차이점들을 보이는 영국의 팝 아트는 너무나 신속하게 성취해서 인지 그 뒤를 제대로 잇지 못한 느낌이 있다. 사실상 영국의 팝 아트는 미국에



<그림 2> Allen Jones,
「힘의 장악」

서 보다 서서히 그리고 보다 본격적으로 전개 발전되었던 것이다. 11)

(2) 미국의 팝 아트

미국의 팝 아트는 영국의 경우와는 달리 그 이전의 양식 즉 추상표현주의의 영향권 안에서 출현하여 놀라울 정도로 서서히 독립해 나왔다. 어떤 뚜

11) 강제호, 「앤디워홀의 대중적 이미지 차용에 관한 연구」, 조선대학교 석사학위논문, 2001, pp.14-15

렸한 계기나 모임을 통해 시작되지 않고 매우 자연적, 산발적으로 전개되었지만 팝아트가 굳건한 기반을 내릴 수 있었던 곳은 영국보다는 미국이었다.

미국의 팝아트는 1960년대 초에 주로 뉴욕을 중심으로 전개되었다. 매스 미디어에 의한 매스 커뮤니케이션을 특색으로 하는 대중소비정보사회는 60년대에 그 고양기를 맞았는데, 한 무리의 미술가들은 광고디자인 대량생산품 사진 TV영상 등을 주제로 하고 제작 방법도 실크 스크린등 매스미디어 방법의 도움을 빌어 대중사회의 우상을 터무니없이 화려하게 표출해 팝아트의 전성기를 구축하였다.¹²⁾

팝 아트가 처음 등장했을 때는 평론가들로부터 많은 항의와 비난을 받았다. 그러나 팝 아트의 속성으로 인해 대중에게 쉽게 침투하고 수집가들의 수집 대상이 되었으며 짧은 시간에 팝 아트의 주요 작가들의 위치가 확실해지면서 성공을 거두게 된다. 미국 팝 아트의 선배세대인 로버트 라우센버그와 제스퍼 존스는 이미 50년대 중반부터 각종 대중문화적 이미지를 활용하는데, 당시 만연하던 추상표현주의 양식도 가미하고 있다. 이들의 작업이 다다이즘과 유사한 특징을 보여준다고 해서 네오 다다로 불려졌고, 이는 뒤샹의 레디메이드를 계승한 것이며 신사실주의, 신통속주의 등 다양한 명칭으로 불려지기도 했다. 그들의 결정적인 팝의 효시는 1958년 레오 카스텔리 화랑에서 제스퍼 존스가 개인전을 가졌던 일을 기원으로 삼고 있다. 그는 여기서 성조기, 알파벳, 숫자, 과녁 등의 그림을 전시했다.

미국의 중요한 팝 작가는 앤디 워홀(Andy Warhol), 로이 리히텐스타인(Roy Lichtenstein), 톰 웨셀만(Tom Wesselmann), 클래스 올덴버그(Claes Oldenburg) 등이 있는데 각자의 작품은 서로 상당히 다르다. 워홀은 수공적 개념을 제거해 버리려고 한다. 그의 그림은 실크스크린 기법을 이용해서 사진 이미지를 캔버스에 직접 전사한 것이다. 리히텐스타인과 올덴버그는 이미지와 스타일적인 관심에 있어서는 워홀과 연관되어 있지만 '현대적인 삶

12) 앞의 인터넷 자료

의 의미'를 인식케 하기 위한 방법에 있어서는 전혀 다르다.

리히텐슈타인은 조잡한 만화로부터 빌어온 스타일로 사물을 확대시켜 그려진다. 올덴버그는 화가라기보다는 오브제 제작가이다. 그의 오브제는 크기나 재료나 질감에 있어서 놀라운 요소를 지니고 있다. 13)

13) 임연아, 「팝 아트 회화의 특성 연구」, 숙명여대 석사학위논문, 1997, pp.12-13 참조.

2. 팝아트의 기법과 특성

팝아트의 특징은 개방과 비개성으로 집약되고 이미지의 대중화, 형상의 복제, 표현 기법의 보편화에 의해 예술을 개인적인 것에서 대중적인 것으로 개방시켰다.

팝 아트는 미술과 사회간의 연계성을 추진한 최초의 현대미술이며 1980년대에는 네오팝아트가 등장하여 오늘날까지 영향을 미친다.¹⁴⁾

1) 팝 아트의 기법

팝 아트적 작품의 성향은 소재 및 기법은 물론 주제에 있어서 어떠한 제약이 없고 다만 작가의 의도에 의해 작가만의 규칙에 의한 작품이 존재한다.

(1) 에로티시즘의 표현

대량 소비사회에서의 현실을 반영한 팝아트는 매스미디어의 통속적인 주제, 사랑과 성을 통하여 진실된 인간존재의 참 모습을 찾고자 하였다. 도구화된 성과 상업화된 성 표현으로 진정한 에로티시즘의 의미를 환기시켜준다. 팝 아트가 에로티시즘과 관련이 있는 것은 대량 소비, 즉 상업적 전달 매체로서 가장 큰 영향을 미치는 것이 바로 성이기 때문이다. 이러한 경향은 섹스와 매력을 강조하여 인체와 젊음을 개방하고, 노출된 윤곽선으로 에로티시즘의 이미지를 자연스럽게 표현하고 새로운 에로티시즘으로 탄생시켰다.

(2) 레터링과 그래픽도 기법

14) 인터넷자료 www.5nwtart.com/art sty/pop/pop-art.htm

민속적 의미인 성조기나 표적 등을 사용하여 자극적이며, 선명한 효과로 디자인 요소인 대칭과 균형을 강조한다. 화면에 문자와 숫자 등의 기호를 사용한 팝 아트는 날카롭고 선명한 효과로 비개성적이고 반감정적인 차디찬 기계적 감성을 추구한다. 그라피토(Graffito)란 고대의 건축물에 당시의 사람들이 남긴 낙서, 그림, 글자를 가리키는 것으로 단순한 기호로부터 단어, 태그(tag), 정교한 만화 이미지 등 복잡하고 다채로운 구성을 가지는 것이며, 팝 아트 작가들에 의해 하나의 기법으로써 작품에 활용되었다.

(3) 앳상블라주

신문이나 잡지 등 종이를 찢어 붙이는 폴라주에서 발전한 것으로 다른 오브제나 폐품을 모아 부착시키는 기법이다. 팝 아트의 폴라주는 대중적인 것, 상업적인 것, 풍요로운 도시 생활에서 흔히 볼 수 있는 생활용품, 인쇄물 등 일상의 이미지를 오브제로 택하였다는 점이 그 특징이다.

로버트 라우젠버그가 그 대표적인 예로 그의 1957년 작품 팩텀(Factum2)에서는 신문의 만화 광고 사진 등을 사용해 폴라주 하였는데 이를 통해 물질주의 한 단면을 표현하였다. 또한 짐 다인(Jean Dine)은 그의 콤바인(combine) 회화에서 캔버스에 옷가지, 샴위기, 세면기 등을 부착시켜 작품을 완성하였다.¹⁵⁾

팝 아트의 출현에는 50여년을 거슬러 올라가 입체파들의 폴라주가 있다. 초현실주의에 뿌리박고 있는 추상표현주의에서, 뒤상을 주축으로 한 다다의 영향이 지대한데 미국의 팝아트는 1950년대초, 미국 화단의 추상표현주의의 애매하고 환영적인 형태와 주관적인 표현에 대한 반동으로 일어났으며 그 출발과 동시에 미술계의 커다란 동요를 일으킨 변화였다.

잠재의식에 호소하는 초현실주의는 전위미술과 다소 관련을 맺으면서 다

15) 정경옥, 「팝아트의 대중적 상표이미지를 응용한 의상디자인 연구」, 1997, pp.37-38.

다와 대치되었다. 다다의 자리를 차지한 초현실주의는 추상표현주의와 앙포르멜 미술가들로 하여금 새로운 양식의 표현을 하는데 힘이 되었다. 예를 들어 추상표현주의는 형상성을 배제하고 자기 내면에 빠져 즉흥, 생명력, 운필의 자동성,¹⁶⁾ 질감 표현에 관심을 보였다. 그리하여 색채추상에 다다른 것지만 이 시대의 미국 화가들은 외적 세계인 현실생활에 눈을 돌렸다. 즉 그들은 현란한 기호 및 광고, 자동차 작업장, 빈민굴의 부스러기더미, 새로이 쏟아져 나오는 폴라쥬를 탄생시킨다. 폴라쥬는 원래 입체주의자들에 의해 표현과 실재의 차이를 탐구하는 수단으로서 발명되었는데 다다주의 및 초현실주의 미술가들은 그 한계를 극도로 확대했으며, 여태까지 경멸되어오던 다중적이며 상업적인 도시환경을 채색하는 오브제와 이미지들이 회화 속에서 생생히 노출되었다. 특히 다다이스트들은 그것이 반미술을 위한 취향에 딱 들어맞아 전후세대의 손안에서 이제 폴라쥬는 팝 아트 초기 작품인 '앗상블라쥬 미술'로 전개되어 나가게 된다.

앗상블라쥬는 전적으로 기존하는 요소들로부터 만들어내는 방법이며 오브제를 가지고 창작하는 것이 아니고, 오브제를 서로 끌어맞춤으로서 오브제 사이의 연관을 이루게 하는 것이다.¹⁷⁾

이는 작품의 소재를 무한하게 만들 수 있도록 가능성을 부여하였고, 각 단편들이 의미하는 이미지에서 벗어나 새로운 이미지의 작품을 창조하는 유기적 형성을 암시하는 역할을 했다. 즉 기존의 가치를 무너뜨리고 이전에는 작품의 소재로 사용치 않던 일상 생활 주변의 기성 이미지의 비예술적 오브제를 선택하는 새롭고 전위적인 시도를 가능케 하였다. ¹⁸⁾

(4) 강렬한 색채

디자인 요소로서의 색채는 그 시대의 집합적 사고와 미적 가치에 대한 개

16) 오광수, 『전환기의 미술』, 열화당, 1975, p.19

17) 임연아, 앞의 논문, pp8-9 참조

18) 앞의 인터넷 자료

념을 표출할 뿐만 아니라 심리적 표현 기능을 전달하는 데 중요한 역할을 한다. 또한 색채는 이러한 심미적 표현기능을 할 뿐 아니라 심리적 주술적 연상을 가진 상징적 의미로 쓰이기도 한다.

미술에 있어 색채가 가지는 의미는 크며, 이것은 색채가 인상을 결정하기 때문이다. 또한 자신의 이미지와 감정을 타인에게 전달하고자 하는 특정한 의미를 가지며 문화적 기준에 따른 연상 작용이 있다.

1960년대 후반이 되면서 미국 미술 세계로부터 원색을 많이 사용한 팝 아트가 도입되었다. 팝 예술가들은 이제까지의 예술과는 전혀 다른 표현 방법으로 작품을 발표하는데 원색으로 가득 찬 팝 적인 감각은 시대의 색채감각을 선도하였다.

복식에 있어서도 사이키델릭 붐과 더불어 그 극치를 맞게 되었다. 분홍, 주황, 초록, 빨강, 보라, 노랑 등 모든 색이 폭발된 사이키델릭의 내면에는 여러 가지 감정의 분출과 어떤 해방된 상태를 볼 수 있다. 대중매체와 함께 패션의 세계를 이끌던 워홀의 작품을 살펴보면 전반적으로 역동적인 비비드 컬러 톤이 돋보이고, 특히 핫핑크(Hot Pink)의 사용이 두드러진다.

(그림 3),(그림 4)



<그림 4>
앤디 워홀,
「포트폴리오」



<그림 3> 앤디워홀,
「할스톤의 이브닝 웨어」

비비드 컬러 이후에 최근에는 미래지향적 이미지의 네온 컬러와 원색적인 컬러가 뉴미디어, 컴퓨터 네트워크, 멀티미디어 등 첨단 정보통신 문명에 의해 새롭게 등장한 그래픽적 색채로서 팝 아트적인 새로운 가능성을 이끌어 내고 있다.

즉, 첨단 매체의 영상은 TV, 컴퓨터, 비디오 화면을 통해 보이는 원시적인 다채로운 색채감들을 여러 가지 빛을 발하는 광택소재를 가미해 그래픽적인 효과를 더하고 있고 기계문명의 발달에 따른 첨단소재의 개발은 테크놀로지 감각을 소재로 도입하였다. 그러한 소재들은 메탈릭 터치가 가미된 신비스러우면서도 풍부한 색감의 브라이트 그룹(Bright Group)과 실버, 골드, 네온 컬러 등의 고풍택 컬러들을 도출하였다.

팝 아트는 현대에도 우리가 생활 속에 접하는 제품에 다양하게 영향을 주고 있다. 팝 아트적인 만화나, 팝 컬러들을 응용한 제품들은 플라스틱을 재료로 하여 생활용품, 액세서리 등에 다양하게 이용되어져 있고 시대의 흐름인 풀(Full)컬라와 함께 팝 디자인은 더 돋보이고 있다.¹⁹⁾

(5) 사진적 기법

팝 아트에서는 사진과 회화와의 연관성을 볼 때 구조적으로 사진과 예술적 속성이 일치하고 있으며, 팝 아트에서의 사진은 ‘그려진 이미지’와 재현적 이미지’의 결합이라는 점에서 중요한 의미를 가지고 있다.

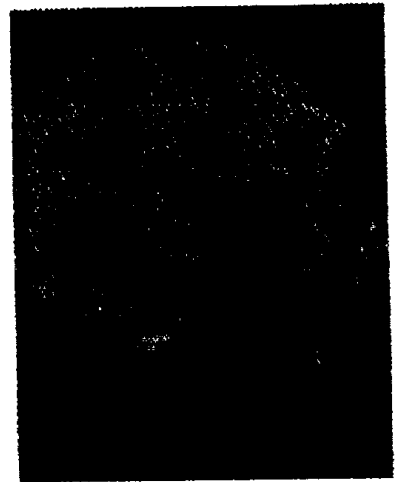
라우센버그의 작품에 등장하는 이미지들은 신문이나 잡지에 인쇄된 것들 그대로 전개되었거나 어떤 부분들은 지워진 채로 나타나고 있다. 또한 출발이 다른 이미지들이 약간의 회화적인 테크닉과 그래픽적인 터치들과 함께 결합되거나 흩어진 채로 혹은 서로 겹쳐진 상태로 ‘일상의 이미지’를 창출해내고 있다.²⁰⁾

19) 인터넷자료. 삼성패션연구소. <http://samsungdesign.net/popart/팝아트디자인>)

20) 『미술과 사진』, 아론 샤프저, 문범 역, 미진사. 1989. p.379 참조

워홀은 광고와 만화에서 따온 이미지를 기초하여 그림을 그리기 시작했으며 실크스크린 기법에 의해 사진이 부분적으로 응용된 수단이 아니라 미디어 그 자체로 발전하였다고 할 수 있다. 그는 일상생활의 대표적 상표이미지를 많이 사용하여 광고 포스터나 마릴린 몬로(그림 5) 등 인기인의 사진을 오려내어 실크스크린으로 복사하기도 했다. 실크스크린은 사진을 재생한 패턴으로서 전통적인 회화작품에서의 붓질과 같은 성격으로 팝 아트 작품에 나타난다.

이리하여 사진은 라우센버그의 사진의 재생을 통해 현실과 단편화된 현실의 환영을 동시에 회화에 도입하였고, 워홀에 와서 실크스크린 기법의 확대를 통해 사진과 회화의 동질화가 이루어진 것이다.²¹⁾



<그림 5> 앤디 워홀
「마릴린 먼로」

2) 팝아트의 특성

팝아트의 내용적인 특성을 표현오브제와 대중문화 이미지 중심으로 살피고자한다.

(1) 팝 아트의 오브제

오브제는 본래 물건, 물체, 객체 등의 의미를 지닌 프랑스어이다. 오브제란 용어는 본래 미술에서 쓰이는 말이며 사전적 의미로는 ‘보여지거나 만져지는 혹은 다른 방법을 통해 인식되는 것과 주제가 안주할 수 있는 물질 또는 정신’이라고 할 수 있다. 또한 작품의 소재가 될 수 있는 모든 것이 포함되는 것으로, 단순히 눈에 보이는 물체뿐만이 아니라 위의 인식과 행위의 대상은 물론, 사회의 모든 그룹이나 풍습 등의 관념적인 대상까지도 포함된 것이다.

21) 임연아, 앞의 논문, pp. 30-32 참조.

일상 생활에 쓰이는 모든 물체는 그 나름의 용도나 기능 또는 독특한 의미를 지니고 있게 마련이다. 그러나 이러한 물체가 일단 오브제로 쓰이면 그 본래의 용도나 기능은 의미를 잃게 되고 이때까지 우리가 미처 체험하지 못했던 어떤 연상작용이나 기묘한 효과를 얻을 수 있게 된다.

예술 작품은 무엇보다도 먼저 하나의 오브제라는 개념이며 여기에서 예술은 모든 정서 등 그 무엇을 표현하는 매체가 아니라 그 자체로서 찬미되고 향수 되는 존재이다. 이러한 개념을 표명하기 위해서 팝 아트 작가들은 주체로서 극히 평범한 레디-메이드 오브제를 사용하고 거의 예술가의 손질을 거치지 않음으로써 개성적 성격을 제거한다. 특히 반복적인 구성과 깔끔한 끝마무리로 오브제의 기계적인 특성을 강화한다 22)

현대미술사조에서 오브제에 대한 첫 인식은 입체파의 피카소와 브라크의 <빠빠에 폴레>가 있다. 그리고 다다는 그린다는데 방법만이 아니라 문자나 도판 등의 인쇄물로 같이 구성하여 인습을 거부하고 충격적인 영향을 주었다. 이러한 다다의 작가로 마르셀 뒤샹은 1917년 뉴욕 앙데팡당전에 변기 '샘'(그림 6)을 출품하여 작품을 제작하는 것으로부터 이미 존재하는 물체(ready-made)를 새롭게 한 조형적 표현의 혁신을 불러 일으켰다. “만든다”는 것이 아닌 “선택한다”는 것으로서 현대 미술에서 중요시되고 있는 ‘제작’의 제2단계로서의 ‘결정’에 해당된다고23) 볼 수 있다.



초현실주의에 있어서 오브제란 사람과 물체가 서로 <그림 6>마르셀 뒤샹
교통하는 한 방법으로 생각되기도 했다. 이러한 오브 「샘」
제의 개념은 초현실주의 의 조형적 영역은 물론 그 사상에도 중대한 변화를 일으키게 했다. 즉 오브제는 회화와 조각을 서로 접근시켜 회화도 조각도

22) Encyclopedia of world art, vol10, 1967, p.208

23) 이 일, 「현대 미술의 시간」, 서울:미진사, 1985, p.126

아닌 새로운 조형의 개념을 탄생시켰다. 또한 오브제는 예술과 생활과의 관계를 표출하는 물건 그 자체로 인식되어 예술과 생활과의 관계를 애매하게 만드는데도 큰 역할을 했다.²⁴⁾

추상표현주의 이후의 세대는 물체를 도입하고 행동적이며 비개인적으로 오브제 그 자체를 고양하고 강조하는데 있다. 특히 라우젠버그(Robert Rauschenberg, 1925-)와 존스(Jasper Johns, 1930-)는 미술이 결코 관념의 유희가 아니라 예술이 보다 일상생활에 근접해야 한다고 생각했으며, 이러한 것은 예술을 일상적인 것으로 추락시키는 의미보다는 일상적인 것조차도 우리의 시각적 인식을 확장해서 보면 예술과 다를 것이 없다는 새로운 객관적 시각의 계시라고 할 수 있다. 이러한 개념에서 팝 아트 작가들은 뒤상이 반예술(anti-art)을 표명하기 위해 도입한 레디-메이드를 즐기고 있다. 즉 팝 아트는 부분적으로나 전체적으로 직선적인 오브제를 이미지로서 혹은 그 자체로서 사용했다. 다시 말해 이들은 도시의 환경으로서의 일반적인 소비 상품이라는 매개물을 통해서 오브제와 예술과의 접촉을 진행했으며, 이들에 의한 오브제는 대중문화의 대량생산이 이룩한 소비 문화의 산물인 것이다. 이처럼 재생산된 것은 일반 대중에게 가장 인기 있고 즐겨 애용하는 오브제의 산물인 것이다.²⁵⁾

팝 작가들은 대체로 일상생활에 산재한 문명의 폐품과 현대 문명의 양산품인 레디메이드와 원래의 형태에 기계적 조작이 가해진 해석된 오브제와 포스터 상업광고의 상업적 이미지 등으로 만연한 통속적 이미지를 그들의 오브제로 선택하였다. 청소년 정도의 지성을 노린 천박한 대중문화와 참된 인간적 가치를 망각할 정도로 일반화된 이미지의 비참하고 그로테스크한 산물과 기계산업 문명의 놀라운 증식을 거부하는 대신, 팝 아트는 어떤 대상이라든가, TV의 C.M, 코믹 스트립스, 폐차처리장, 자동판매기, 슈퍼마켓, 병

24) C.알렉산드리안, 이대일역, 「초현실주의」, 열화당, 1988, pp150-162 참조

25) 유태수, 「팝아트의 표현과 특성에 관한 연구」, 홍익대 대학원 석사학위논문, 1987, p.38

원간판 등에서 사회적 비평이나 자기의식적 속물근성을 전혀 배제한 채, 이러한 현대의 환경이 현대를 사는 인간의 2차적 자연이라는 긍정적이며 무조건적인 참가로부터 출발한 것이다.

팝 작가들에 의해 선택된, 새로운 오브제의 가장 현저한 특색은 신속성과 동시에 다른 장소에서 여러 작가에 의하여 동일한 오브제를 다양한 방법으로 발전시킨 자발성에 있다. 그들의 선배세대 보다는 순탄한 환경에서 성숙한 이들의 오브제의 도입은 명확한 실존적 경향과 낙천주의적 사고 방식에 기인되는 것이다. 그 오브제의 아이디어는 감상한다는 종래의 습관으로부터 분리되어 직관과 연상의 바탕에 의존하기 때문에 해설을 요하지 않는다.²⁶⁾

오브제 미술에 나타나고 있는 다양한 일상적 소재의 경향은 매스미디어에 의한 정보시대의 산물로 신문의 연재만화 광고사진, 영화나 TV에서 흔히 볼 수 있는 시각적 대사이다.

결국 오브제는 어떤 형식에 얽매임 없이 그 시대의 환경 또는 일반적 관심사를 나타내고 사전적 의미인 ‘인간과 대립하여 존재하는 모든 것’에서 더 나아가 인간까지도 하나의 던져진 오브제로 취급되어 예술의 확장을 가지게 되었다.²⁷⁾

(2) 대중문화 이미지

현대 사회의 대중 문화는 기계의 발달에 의한 대량 생산으로 대다수의 사람들이 동일한 제품을 즐길 수 있게 되었으며 매스미디어를 통해서 대량의 다양한 대중적 시각 이미지가 넘쳐나게 되었다. 이러한 대중적 시각 이미지와 대량 생산을 통한 상품들은 우리들의 생활 속에 파고들어 작가들의 모티브가 되기도 하고 예술 그 자체에 폭넓게 전달되는 것이다. 영화나 광

26) 정영미, 「현대 소비사회에 나타난 팝 아트와 오브제」, 숙명여자대학교 석사학위 논문, 1995, p.21

27) 김경란, 「팝 아트적 패션 일러스트레이션에 관한 연구」, 성신여대 석사학위 논문, 1991, p.18

고, 과학소설, 팝뮤직 등 팝 아트 작가들에게 예술의 주제로서의 어떤 자극을 환기시켰음에 틀림없다. 이렇듯 매스미디어는 문화를 평준화하고 사회적 관습을 통일시켜 대중 문화가 확산되었다고 볼 수 있다.

그리하여 대중문화는 사물에 대한 태도의 변화를 가져와 사물은 이제 유일성을 잃었고 우리가 사용하는 물건의 대부분은 똑같은 모습으로 대량생산되는 것이기 때문에 서로 구별될 수가 없게 되었다. 그렇기 때문에 우리는 사물을 그 자체로서가 아니라 그것이 수행하는 기능에 따라 평가하는 경향이 있다. 많은 물체들-타자기, 전화기, 진공청소기, 텔레비전 등은 그것이 제공하는 기능의 관점에서 거의 완전히 추상화된 방식으로 인식되고 있다. 이러한 태도는 예술작품에도 영향을 미치고 있다. 다시 말해서, 예술작품은 사물이 아니라, 역할을 수행이나 기능으로 변모되고 있는 것이다. 팝 아트 역시 다른 현대 미술 양식과 마찬가지로 그러한 특징을 지니고 있다. 그것은 우리에게 순간적으로 전달되고 나면, 그것으로서 목적을 다 수행한 것이다. 따라서 그 그림은 일회용인 것이다. 마릴린 먼로(그림 5), 코카콜라(그림 7), 만화(그림 8), 광고 등등의 차용이 바로 그것이다. 팝 작품은 이처럼 대중과 친숙한 것들을 재해석하여 작품화 시키고 이를 미술관에 전시함으로써 대중들이 소유할 수 없는 것임을 보여 주는 것이다.²⁸⁾

팝 아트는 이러한 현대 문화의 다양한 대중 이미지와 대량 생산물을 끌어



<그림 7>앤디 워홀
「코카콜라」



<그림 8>로이 리히
텐스타인 「만화」

28) 임연아, 앞의 논문, p. 23

들여 그 소재가 갖는 일상성을 표현하고 회화의 영역을 확대시켰다. 팝 아트 작가들의 작품은 일반적으로 특정한 형식이 없으며 작품 주제도 매우 다양하였지만 그 중 소비상품 특히 대중적인 상표이미지를 주제로 다룬 작품의 비중이 매우 높다.

앤디 워홀은 특히 많은 종류의 대중적 상표 이미지를 다루었다. <캠벨스프 강통>(그림 9) <코카콜라>(그림 7)는 50년대와 60년대 미국의 소비 사회를 대표하는 상품을 소재로 한 것이다. 그는 코카콜라와 같은 소비상품은 부유한 소비자나 빈곤한 소비자나 모두 똑같은 것을 구입하며 모든 콜라는 똑같은 것으로 통용된다고 하여 소비 상품에 대한 이념적 정당화를 도모하였다. 이렇게 일상에서 늘 접하는 대량 생산품들은 비개성적이며 보편적인 예술 태도를 나타낼 수 있는 좋은 소재였다. 또한 광고에 의해 동일한 제품을 즐기게 되는 현대인의 기계적인 상황과 개성 없이 동질화된 사회를 대변하는 도상이라고 할 수 있다.



<그림9>앤디 워홀
「캠벨스프 강통」

그 외에 올덴버그나 다른 작가들도 코카콜라 병을 이용한 작업과 더불어 맥주 캔, 비누 갑, 담배 갑 등 일상생활의 대표적 상표 이미지를 작품에 사용하였다. 이러한 소비 상품과 그 상품들을 통한 상표의 이미지는 팝 아트의 대표적인 도상중의 하나로 소비사회를 긍정적으로 받아들인 팝 작가들이 흔히 선택하였던 소재들이다.

팝 작품은 이처럼 대중과 친숙한 것들을 재해석하여 작품화시키고 이를 미술관에 전시함으로써 일상에서 쉽게 대중들이 소유할 수 있는 것임을 보여 주는 것이다. 대중 속에서 발생하여 대중과 더불어 있고 또 대중을 그의 미학의 근원으로 삼고 있으며 매스 커뮤니케이션, 매스 미디어에 의해 형성된 대중문화로부터 그려졌던 팝 아트는 일상적 현실의 확인자로서 그 모습

을 드러내었다. 바로 이것은 예술가가 일상적 현실, 일상적 사건으로 돌아왔으며, 현실과의 밀접한 통합은 예술의 사회화제로의 발돋움을 시작한 것이다.²⁹⁾

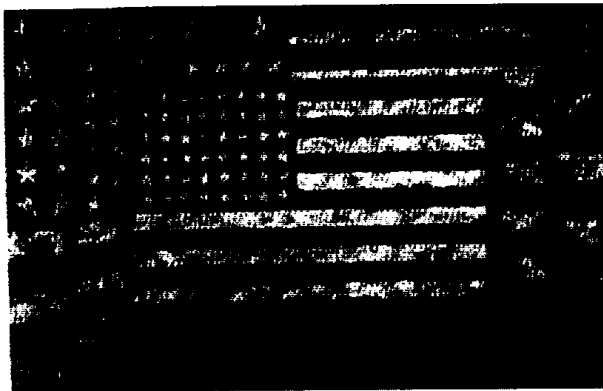
29) 임연아, 앞의 논문, p.16.

3. 팝 아트 작가들의 작품 및 분석

1) 제스퍼 존스(Jasper Johns,1930-)

팝 아트는 어디까지나 대중 속에서 발생하여 대중과 더불어 있고, 또 대중의 생활을 그 미학의 근본으로 삼고 있다. 또한 미국이라는 거대한 물질문명이 양산해 내는 물질문명의 사회에 군림하고 있는 그것은 곧 대량생산품이요, 매스컴의 세계이다. 제스퍼 존스의 작품은 바로 이러한 미국의 현실을 적극적으로 받아들이고자 하는, 이른바 대중문화 자체를 오늘의 실제적으로 받아들이고자 한 것으로 해석되며, 탈개성화가 그의 기점인 것으로 보인다.

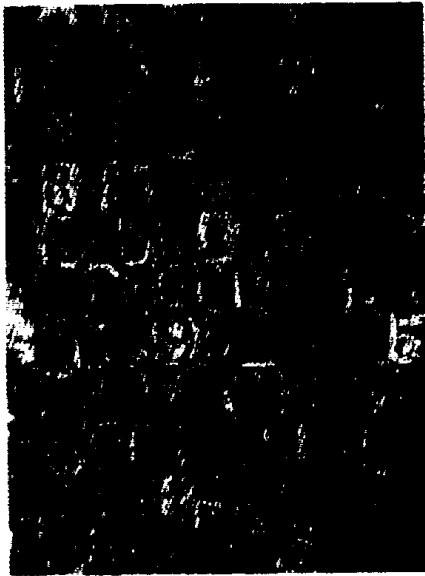
그는 성조기(그림 10), 표적(그림 11), 숫자(그림 12)나 알파벳의 기호 등의 일상적 소재를 통하여 평범하고 대중적이며 미국적인 이미지를 재현적 형상으로 보여줌으로써 이미지와 오브제가 공존하는 또 다른 양상을 제기한다.



<그림 10> 제스퍼 존스
「성조기」



<그림 11> 제스퍼 존스
「과녁」



<그림 12> 재스퍼 존스
「숫자」



<그림 13> 재스퍼 존스
「채색된 브론즈」

1958년 첫 개인전에 출품한 <기>(그림 10)는 분명히 기였으나 실재 펄력이는 성조기가 아니라, 엄연한 현실의 기이면서 현실 자체는 아니었다. 현실의 기가 삼차원의 기라면 삼차원의 실재로써 존재해야 하나, 존스의 기는 이차원의 평면에 그려진 기이며 그대로 회화에 머물 수밖에 없다. 오브제로서의 기와 표현으로서의 기가 서로 공존 상태에 있다고 보아야 할 것 같다. 즉 사물과 표현이 등가된 것이다. 존스의 치밀하게 그려진 성조기는 그 자신 작가가 보는 방향으로 그려서 표현되었다는 의도로는 틀림없는 일류전의 회화 작품이고 동시에 실물이라는 독립된 오브제가 된다.³⁰⁾

물체의 본질적인 정체에 대한 회의적 시각은 <채색된 브론즈>(그림 13)와 같은 작품에도 잘 나타난다. <채색된 브론즈(painted bronze)>는 대량생산과 매스컴이 횡행하는 대중문화시대에 발견되는 대중적 이미지를 포착한 작업으로 평범한 대중문화에 근거한 소재들을 다시 재현함으로써 잊혀졌던 사회적인 의사소통을 일깨우고자 하는 것이다. 그의 벨라닌 깡통이라든지, 손전등, 전구 같은 어디서나 볼 수 있는 세속적이고 상투적인 소재들을 마치 과거의 화가들

30) David Britt, 「Modern Art」, Thames & Hudson, pp.308-309

이 엄숙한 이상을 표현했던 것처럼 진지하며 그리고 엄격함마저 느낄 정도로 다루고 있다. 그런가 하면 존스가 선택하는 소재는 일상적인 반면 퇴색해 보이며 또한 상징적 위엄을 나타내기도 하지만 ‘통속적’으로 처리되곤 하였다. 이러한 진지함이나 또한 회화적인 요소, 그리고 낡은 오브제의 사용은 일반적으로 팝 작가들의 성격과는 구별된다. 그러나 일상적인 오브제 내지는 이미지를 작품에 도입했다는 점에서 그는 팝의 선구가 되었다.³¹⁾

2) 로버트 라우젠버그(Robert Rauschenberg, 1925-)

라우젠버그는 현대산업이 정력적으로 생산해내는 제품이나 대리품을 작품의 오브제로 도입하여 도시의 쓰레기로 현대의 도시생활을 그리려고 했다. 코카콜라 병은 물론 나무 조각들, 우산, 타이어, 박제 동물등 그의 그림 어디서나 볼 수 있다. 더구나 이 박제 동물을 섞어 만든 작품은 더 이상 그림이라고도 조각이라고도 불리지 않고 “컴바인 페인팅(Combine painting)”이라고 불린다.³²⁾

그는 사다리, 의자 그리고 다른 오브제들을 그의 그림에 붙일 경우 그 위에 페인트를 칠하는 정도 이상의 변형을 가하지 않았다. 그는 화폭을 지나 오브제의 한 부분까지 페인트를 칠함으로써 예술과 일상적 실재와의 대화를 열고 화해시키고 연속되게 하려고 했다.

그가 사용한 오브제의 대부분은 도시환경에서 발견되는 평범한 것, 버려진 것, 낡은 것들을 도입하고 있다. 이와 같은 오브제는 양말, 넥타이, 시계, 셔츠 등으로부터 침대, 문, 사다리, 의자 등과 같이 비교적 큰 규모의 소재들에까지 이른다. 그런 대중적이고 세속적인 소재들이 무차별하게 취급되어 있는 콤파인 페인팅을 통해서 도시환경에 대한 특별한 관점을 보여주려 한 것이 아니라, 그것을 기록하는데 관심을 가지는 것이다. 따라서 역사에 대한 반성적인

31) 이 일, 앞의 책, P.124.

32) Jean-Louis Ferrier, 『Art of our Century』, Prentice Hall Editions, p608

감각은 없으며 또한 미학적인 명상 따위도 담고 있지 않다.

레디 메이드가 상징과 은유로 존재하는데 비해서, 콥바인의 오브제들은 모두 실제적인 것으로 콥바인 페인팅은 일상생활에서 발견되는 가능한 모든 소재들을 회화의 요소로 취함으로써 우리로 하여금 주위 환경에 대한 인식을 새롭게 하도록 자극한다. 이미지들을 무작위로 배열하고 오브제를 해석하지 않고, 재현하지도 않으며, 단지 제시함으로써 편견을 피하고자 한 것이다. 그가 “그린다는 것은 예술과 삶에 모두 관계된다”고 한 바와 같이 콥바인 페인팅은 예술과 일상생활을 결합시키고 있다. 즉 일상적 사물의 제시를 통해 예술작품에 대한 문제 제기를 의도한 것이 아니라, 예술과 생활의 결합을 시도하고 있어 이를 통해 관객들은 그들 주위의 환경을 새롭게 인식하게 되며, 결국 예술과 삶이 하나의 세계에서 직면하게 된다.

3) 앤디 워홀(Andy Warhol, 1928-)

앤디 워홀은 소재에 있어서 일상생활의 대표적인 상표 이미지를 썼다. 코카콜라(그림 7), 캠벨 수프 통조림(그림 8), 브릴로 비누(그림 14) 등 대중적인 상품의 이미지를 선전 광고처럼 그대로 실크스크린해서 썼다. 그의 반복과 나열은 워홀 회화의 가장 커다란 특징으로 여겨지고 있다. 캠벨스프 깡통의 경우 그것을 진열된 상품처럼 보이게 했다.

엘비스 프레슬리(그림 15), 마릴린 몬로(그림 6) 등 특정한 스타의 이미지를 연속 반복적으로 보여줌으로써 개성적인 이미지를 약화시켰으며, 그 인물을 상품화시키고, 현대 대량소비 사회의 부조리함, 즉 강제로 주입되는 이미지의 강제성을 보여주는 것과 동시에 우리의 의식을 지배하는 현대사회의 매스컴의 힘을 보여 주고 있다.

또한 인종폭동, 자동차 사고 등 매스컴에 보도된 쎈세이셔널한 특수 사건들의 이미지를 직접 신문, 잡지, 그리고 시내에 나도는 광고 포스터 따위에서 오려내어 실크 스크린으로 복사해서 썼다. 그리하여 1965년 <죽음과 재앙 시리즈>를

제작함으로써 심각한 현대의 이면을 추구하였다. 그가 이러한 참변을 작품의 주제로 다루면서 가지고 있는 논리는 특수한 사건이 매스컴에 수없이 취급됨으로써 특수한 것은 지속적인 반복에 의해서 특수한 것에서 보편적인 거리를 두고 냉정하게 볼 수 있게 된다. 워홀의 반복적 효과는 이러한 초연함 또는 무감각한 상태를 만들어 낸다. 텔레비전 뉴스를 보는 동안 권태의 미학은 우리와 친숙해 있다. 폭력적 사건을 태연하게 볼 수 있게 하기 위해서는 뉴스의 화면을 단조롭게 반복하는 것 이상 효과적인 것은 드물다. 워홀은 그가 선택한 매체 속에 이러한 효과를 불어넣는데 성공했다. 그러면서도 그는 교묘하게 우리의 흥미를 기술적인 측면에서 붙잡고 있다.³³⁾



<그림 14>앤디 워홀
「브릴로 상자」

그는 실크스크린에서 작가가 하는 일이란, 기본적 이미지를 신문, 잡지, 광고에서 오려내고

(제판업자에게 확대 촬영하고 실크스크린을 만들도록 청탁한다.) 실크스크린이 된 뒤에 그것을 적당한 색깔로 문질러 인쇄하는 것 뿐이다. 이것은 구태여 특별한 작가가 아니더라도 누구나 할 수 있는 일이다. 앤디 워홀은 바로 이러한 점을 채택하고 있는 것이다. 즉, 이러한 제작과정은 ‘누가 그린 그림인지 분간 못할 정도로 비개성적이고, 일반적이고, 기계적인 과정’이며 지극히 잘 알려진 소재(사진이나 특정상표)를 쏘으로써 누



<그림 15>앤디 워홀
「엘비스 프레슬리」

33) Finch Chribtopher, 『Pop Art』, Studio Vista Publishers, London, 1973, p150.

구나가 참여할 수 있는 일반 관심이기 때문에 앤디 워홀은 실크 스크린 판화를 좋아한다는 것이다. 그에 의해 전통적 미술의 기반인 '특수성' 내지 '귀족주의'는 완전히 '보편화' 내지 '표준화', '민주화' 하고 만다.³⁴⁾

워홀은 모든 예술가들이 인정하기를 꺼려했던 예술의 상업성을 정확히 직시하였다. 그는 원래 상업화가로 시작하여 성공한 후에도 계속 상업적 예술가이기를 주장하였으며 실제로 예술 사업가로서 성공을 거두었다. 그가 순수 예술가로 인정받기까지 냉소적인 비판과 다른 예술가들에게 외면 당하기도 하였지만 오늘날 그의 작품은 현대 미술사에 확고한 자리매김을 하고 있다.

4) 클래스 올덴버그

일상적으로 사용되는 하찮은 대상에 기원을 두고 조각하는 올덴버그는 그 대상을 거대하게 확대시키거나 혹은 부드러운 조각으로 만들기도 하고 채색을 하여 극적인 분위기를 가진 조각으로 창조해 내기도 한다. 그런 점에서 그는 오브제의 회화성을 완전히 조각화 시켰다고 볼 수 있으며 현대 미술을 확실하게 pop화시킨 조각가이다.³⁵⁾ 그의 작품에서 보여지는 오브제는 상층문화가 아니라 하층문화를 소재로 했다. 초라한 작은 상점과 식품판매점, 싸구려 옷가게의 옥외에 걸린 옷가지들이 그것이다.

그는 뉴욕, 맨해튼, 로우어 이스트사이드의 현대성과 통속성을 소재로 한다. 그의 작품에서는 예술과 현실이 통일을 이루면서도 각각의 특성을 유지한다. 그의 아이스크림콘과 햄버



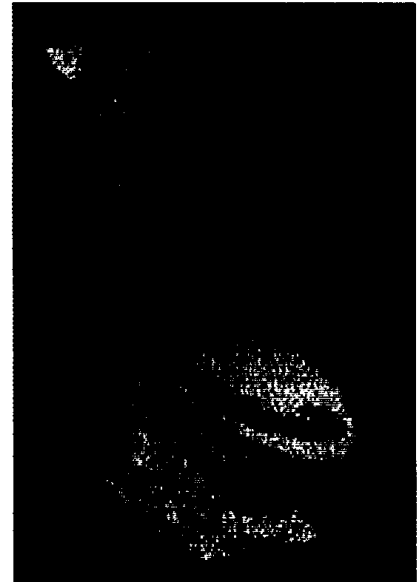
<그림 16>클래스 올덴버그
「햄버거」

34) 김춘일, 앞의 책, pp.48-49

35) John A. Walker, 정진국 역, 『대중매체 시대의 예술』, 열화당 1987, p28

거(그림 16), 밝은 색의 과자, 채소, 샌드위치, 고기 등은 때로 식욕을 돋우기
조차 한다. 명랑함과, 그것에 어울리지 않는 비애가 모호하기 때문에 그것들은
감동을 준다. 그것들은 인간성으로 가득 차 있고
그러기에 올덴버그는 휴머니스트이다.³⁶⁾

뒤상과 올덴버그가 근본적으로 다르게 평가받는
점은 뒤상의 오브제가 ‘레디메이드’라고 한다면, 올
덴버그의 오브제는 실체의 재현과정에 기계적 색
채적 조작이 가해진 ‘해석된 오브제’라고 할 수 있
다. 예를 들어 올덴버그의 ,<부드러운 변기>(그림
17))는 목욕탕의 변기의 각 부분을 스텐실로 보루
지에 복사하여 조립한 후 캔버스천과 비닐로 재봉
하여 소프트한 변기를 제작하였다. 이에 비해 뒤상
의 <샘>(그림 5)은 실물의 변기를 그대로 제시하
였다는 명백한 근본적 차이가 있다. 이것은 뒤상의



<그림 17>클래스 올덴버그
「부드러운 변기」

변기가 실존의 장소로부터 전시회장으로 이동시킴으로 변기이면서 선택된 창
조행위, 즉 다수 가운데 선택된 하나에 서명한다는 행위는 역시 오리지날로서
의 일품주의를 의식한 개인주의적 태도를 벗어나지 못한 것이다. 이에 대하
여 올덴버그의 해석된 오브제는 ‘선택’보다도 복제가 가능하기 때문에 이미 개
인주의적인 태도에서 벗어나 전체적 수용의 태도인 것이다.

그의 ‘해석된 오브제’는 사물을 근사하게 재현시키는데 그 이전의 뒤상의 레
디메이드나 존스의 실물의 맥주 강통과는 다른 뉘앙스를 풍겨준다. 그는 재현
으로서의 실물대를 만들기도 하지만 실물보다 확대된 오브제를 만들기도 하였
으며 , 이것은 올덴버그를 포함한 팝 아트 작가들의 공통된 특징이기도 하다.
오브제가 실제의 오브제보다 더욱 확대되고 있는 것은 해석된 오브제보다 더
욱 물체에 대한 미망과 깊은 애착을 시사하고 있으며, 지극히 현실적인 태도

36) 루시 R. 리파드, 앞의 책, p.135.

라고 할 수 있다.

또한 석고로 만든 오브제에 채색을 가한 드로잉 오브제는 지금까지의 색채의 의미를 전환시킨 하나의 기점이었다. 색채란 평면에서만 작용된다는 종래의 개념이 입체물 속에서 하나의 구성요인으로서 작용한 것은 이것이 최초의 예일 것이다. 37)

5) 톰 워셀만(Tom Wesselman, 1931-)

톰 워셀만은 로젠퀴스트의 간판화와 리히텐슈타인의 만화 등의 주제에 비하면 미술사에서 가장 정통적으로 다루는 누드화를 그 주제로 삼고 있어 우리에게 친근감을 보이고 있다. 그는 데 쿠닝이 주로 물감으로 주물러서 그리는 추상적인 누드와 마티스가 평면적인 장식화처럼 그렸던 누드화를 소재로 하였으나 그 어느 쪽도 아닌 그런 자체를 노골적으로 확대한 명쾌한 팝 누드 화가이다. 38)

그는 60년대 초 이래로 오늘까지 거의 변함 없이 낙천적인 핑크무드의 평면화와 오브제의 부합된 혼합 소재로 목욕하고 있는 누드'등을 천진난만하게 표현하고 있다.

워셀만은 잡지 광고, 광고간판, 오브제들을 그림을 통해 재현시키지 않고 캔버스 위에 직접 부착시켜 사용한다는 점에서 전통적인 콜라주, 앳상블라주의 방법을 따랐다고 할 수 있다. 그는 처음에는 잡지의 광고를 다음에는 광고간판을 사용했다. 그러다가 그의 오브제들은 라디오부터 시작해 창문, 냉장고, 난방기 등에



<그림 18> 톰 워셀만
「위대한 미국의 누드」

37) 정영미, 앞의 논문, pp. 35-36 참조

38) 방근택, 『세계미술대사전』, 한국미술연감사, 1986, p.1081

이르기까지 급속하게 늘어났다. 1962-64년 사이에 <위대한 미국의 누드>(그림 18)는 실제로 벨이 울리는 전화기, 라디오 그리고 실제로 작동하는 TV세트를 첨가함으로써 한층 더 대담해지고 보다 큰 효과를 나타냈다. 워셀만은 그려진 이미지와 콜라주된 이미지 사이를 미술사와 광고 사이로 즐겨 왕복하고 있다.

이들 팝 작가들이 보여주는 소재의 공통성, 현대의 풍속도는 인간과 그들을 둘러싸고 있는 환경과의 혼란을 통해 새로운 관계의 장을 열어 보이고 있다.

위의 작가들 외에 연속만화의 이미지를 확대해 캔버스에 그린 로이 리히텐슈타인과 팝의 소재로부터 영향을 받고 있으면서도 외향적인 팝을 내면화시키고 있는 짐 다인 등이 있다.

Ⅲ. POP ART와 아트메이크업

1. 아트메이크업과 메이크업 일러스트레이션의 개념

1) 아트메이크업의 개념

아트 메이크업의 개념을 정확하게 하기 위해서는 우선 메이크업의 기본 개념에 관하여 먼저 파악해야 한다. 메이크업은 선천적인 용모를 시대, 지역, 문화적 특성의 범주 내에서 필요에 따라 아름다운 부분은 돋보이도록 하고 약점이나 추한 부분은 수정하거나 보완하는 수단이다. 즉, 외형적 아름다움을 나타내는 것뿐 아니라 얼굴의 상처나 흉터 기타 결점을 보완하여 심리적인 안정과 치유를 함으로써 내·외형적 아름다움을 추구한다고 할 수 있다.

메이크업은 20세기에 들어서 중요한 독자적 문화영역이 되어 패션, 광고, 영화 등 모든 예술 문화 산업 등의 발달 속에서 중요한 자리를 차지하게 되었다. 이러한 메이크업의 중요한 역할이 아트 메이크업이란 특수 분야로 성장 발전되는 계기가 되었다고 본다.

메이크업은 일반적인 뷰티메이크업, 캐릭터에 맞게 표현하는 분장, 그리고 예술성을 중시하는 아트메이크업으로 나눌 수 있다. 이 중에서도 아트메이크업은 모드 메이크업, 환타지메이크업, 바디메이크업 등으로 나눌 수 있으며 이는 모두 작가의 개성에 따라 표현에 있어서 어떠한 제한도 받지 않으며 예술성을 가장 중시한다.³⁹⁾

아트메이크업에 대한 정의를 살펴보면 <미용학 사전>에서는 아트메이크업은 얼굴 혹은 신체를 바탕으로 각양각색의 그림 형태 장식 등을 이용하여 강한 메시지를 전달하는 것이며 자신의 생각이나 주제를 표현하거나 창의적으로 이

39) 최지나, 「꽃이미지의 아트메이크업」, 『한국인체예술학회지』 창간호, 2000, p.143

미지 화하여 메이크업을 예술의 경지로 만드는 분야⁴⁰⁾라고 정의 하였다.

또한 김영경은 아트메이크업은 인체에 행해지는 메이크업으로 색, 표현, 주제, 기법, 재료 등에 구애받지 않고 ,단지 예술적 이미지만을 중시하여 인간의 육체를 재조형한 예술로서 새로운 현상, 새로움의 추구, 새로운 현실성 등을 알리는 것으로 인체에 디자인 한 것이다⁴¹⁾로 지정하고 있다.

또한 아트메이크업은 예술성을 추구하는 메이크업으로, 표현상의 어떤 구속도 받지 않는 실험적인 조형예술의 한 장르라 할 수 있다. 마치 화가들이 다양한 소재를 이용하여 그림을 그리듯이 모델의 얼굴과 몸에 예술적 감각을 표현하기 위해 전통적인 메이크업의 한계를 넘는 것이다. 메이크업 아티스트의 무한한 상상력을 바탕으로 피부에 사용할 수 있는 특수한 제품을 가지고 회화적인 방법으로 여러 형태의 작품이 탄생하게 되는데, 표현 방법은 얼굴 혹은 신체를 캔버스로 생각하고 각양각색의 그림 형태, 장식 등 시각적으로 표현할 수 있는 모든 방법을 사용하여 여러 가지 이미지를 창조하는 것이다. 다시 말해 아트메이크업은 이미지를 형상화하는 조형예술의 한 분야로써 메이크업 아티스트의 작품의도에 따른 표현에 있어 어떠한 제한도 받지 않으며 다양한 도구와 재료를 이용하여 인체에 새로운 형태로 재구성하여 표현하는 것이다. ⁴²⁾

프랑스나 유럽을 중심으로 활성화되기 시작하여 현재는 패션쇼 뿐만 아니라 영상매체 광고 공연등 거의 모든 영역에 적용될 수 있다. 아트 메이크업의 한 형태인 환타지 메이크업이나 바디페인팅은 예술작품으로 인정받고 있으며 의상과 헤어 ,소품들을 이용하여 독창적인 아이디어와 영감을 돋보이게 한다. 이렇듯 작품만으로도 예술적 의미가 있지만 연출 춤 음악 조명 소품 특수효과를 넣어 공연되는 감성적인 문화로 표출되는 종합예술로 생활 문화 저변에 가까이 다가오고 있다. ⁴³⁾

40) 한국 미용학회편, 『미용학사전』, 2003, p.573

41) 김영경, 「이집트 장식 문양을 응용한 현대 아트 메이크업 연구」, 이화여자대학교 석사학위논문, 1995, p.28

42) 이화순외6인, 『The Art of Makeup』, 형설 출판사, 2003, p.8

43) 유정주, 「아트메이크업에 나타난 오브제의 소재에 관한 연구」, 한성대학교 석사학위논문, 2003, p.5

2) 메이크업 일러스트레이션의 개념

일러스트레이션의 어원을 살펴본다면 일러스트레이션(Illustration)은 “Illumination”이 원형으로서 색슨어 계열의 “Lime-Lime(그림을 그리다)과 프랑스어의 “Luminer(빛나게 하다)”와의 복합어⁴⁴⁾로서 어원의 뜻은 “to make light”로 보이지 않는 대상을 비추어 육안으로 볼 수 없는 감정이나 사상이나 느낌을 시각화하여 대중에게 설명한다는 의미이다. 일반적으로는 글의 이해를 돕기 위해 그리는 도표나 그림 등을 일러스트레이션이라고도 한다. 미술의 전통적인 인체 묘사의 드로잉이나, 타인을 위해 텍스트와 함께 실려 출판되는 것을 목적으로 만들어진 그림, 어떤 특정한 용도를 위해 주문에 의해서 만들어지는 그림을 일러스트레이션이라고 한다.⁴⁵⁾

표현 수단으로서 언어는 직관적이고 감각적이고 순간적인 느낌, 감정 등을 표현하는데 한계가 있다. 그러므로 문자를 제외한 형상적 전달매체인 영상 및 조형 작품이 현대인들로 하여금 생동감 있고 구체적이며 직접적인 시각 경험을 통해서 효과적인 커뮤니케이션이 가능하도록 해 주어, 보는 것이 바로 생각하는 것이고, 보는 것이 바로 지식이 되도록 해 준다. 모든 형태의 예술은 누구에게 보여주기 위해 창조되는 것이며 더욱이 순수예술이 아닌 일러스트레이션과 같은 대중성을 지닌 매체라면 일반대중을 대상으로 상정해야 한다. 그것은 사회적 책임을 의미한다. 일러스트레이션은 이미지 창조와 전달이라는 예술로서의 본연의 기능 외에도 대중사회의 의도와 일치하려고 노력해야 한다는 의미에서의 책임을 지고 있는 것이다. 결국 일러스트레이션은 예술을 위한 예술이 아니고 사회를 위한 예술로서 순수예술의 영역을 대중사회가 수용할 수 있게 하는 가교로서의 역할을 하고 있는 것이다.

순수 예술에서는 조형적 의미가 정신적인 것이며 실용적 목적으로 사용되지 않지만 일러스트레이션에서 조형적 의미는 사용용도, 목적, 기능 등과 같은 실

44) 조준형, 「현대 광고디자인에 나타난 구상적 일러스트레이션의 연구」, 홍익대학교 석사학위논문, 1972. p.5.

45) 한지경, 「통사론적 일러스트 연구」, 성신여자대학교 석사학위논문, 1999. p.12.

용적인 부분을 전제로 해야 한다. 이러한 점에서 순수예술분야에서는 표현의 자유성으로 인하여 형식에 구애받지 않는 작가의 주관적 관념적 세계의 자유로운 표현이 가능하지만 디자인이나 일러스트레이션 분야는 사용에 대한 객관적 사실에서 크게 이탈할 수 없는 차이를 갖는다.⁴⁶⁾

결국 일러스트레이션은 형식에 있어서는 회화와 디자인의 중간영역이고, 목적에 있어서는 대중설득과 미적 감동의 유발이라는 이중적 목적을 가지며, 기능에 있어서는 형태와 색채에 의한 커뮤니케이션이며, 내용과 표현에 있어서는 제한이 없는 장르이다. 일러스트레이션은 회화가 가지고 있는 독창성과 작품성 그리고 디자인이 가지는 대중성과 사회성을 모두 가지고 있는 것으로서 미적인 기능과 사회적 기능을 모두 충족시키는 독자적인 장르인 것이다. 차원 높은 일러스트레이션의 표현을 위해서는 작가 자신의 역량과 구체적인 아이디어 전개 방법과 표현 방법 등을 연구하여 현대사회의 커뮤니케이션의 도구로 목적성과 예술성에 입각한 미래 지향적이면서도 객관성 있는 표현으로 삶의 모습, 내면적인 표현, 사회 사상의 표현 등을 하여야 한다.⁴⁷⁾

오늘날 일러스트레이션은 순수회화도 아니며 그래픽 디자인의 자연적 요소만도 아닌 분명한 개념을 가진 목적 지향적 그림의 시각언어로서 그리고 커뮤니케이션 아트로서의 독자적인 장르를 형성하고 있다.⁴⁸⁾

한때 일러스트레이션은 사진술의 발명으로 인해 그 영역을 많이 침해당하기도 하였으나 오늘날에 와서는 손으로 그리는 일러스트레이션이 사진보다 깊은 내적인 본질을 그려낸다는 것을 알았기 때문에 일러스트레이션 분야는 새로운 활기를 띠게 되었다.⁴⁹⁾

일러스트레이션의 종류로는 회화의 한 형태나 상업광고용 일러스트레이션,

46) 한지경, 앞의 논문, p.86.

47) 김남희, 「피카소의 색채를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션에 관한 연구」 한성대학교 석사학위논문, 2002, p.12.

48) 박석화 최호선, 『시각 커뮤니케이션』, 미진사, 1991, p.92

49) 황경용, 「한국 신문 연재 소설 일러스트레이션에 관한 논문」, 홍익대학교 석사학위논문, 1992, p.94

패션 일러스트레이션 등이 있다.

패션 일러스트레이션은 인체의 디자인과 이미지 전달을 목적으로 하며 패션 디자인과 관계된 조형적 요소를 시각적으로 표현하는 것이다. 목적에 따라 크게 두 개의 흐름으로 나눌 수 있는데 하나는 복식 제작을 위한 설명 기능의 그림이고 다른 하나는 패션의 내면적 세계를 작가의 해석과 개성에 따라 회화적 느낌으로 표현할 수 있다. 즉 전자는 설명도 기능의 그림이고 후자는 구체적인 설명이나 지시보다는 복식 전반의 이미지를 표현한 것이다.

메이크업 일러스트레이션도 과거의 단순한 드로잉에서 벗어나 순수 회화에 사용되는 다양한 기법들을 포함하여 사진이나 컴퓨터 등 기자재를 이용한 조형 방법까지 동원하여, 보다 현대적인 감각의 예술적 작품으로 발전해야 한다. 그러기 위해서는 창의적이며 고도의 미적 감각과 테크닉을 필요로 한다.

메이크업 일러스트레이션은 기능적으로는 작업하기 전의 실수나 수정을 하기 위해 또는 결과를 예측하기 위해 필요하다. 또한 인체예술가로서 미술의 매체를 빌어 이미지의 시각화와 인체 연출의 메시지를 전달하는 만큼 중요한 대중적 예술의 한 부분인 것이다. 이러한 일러스트레이션은 사실적 사진보다 더 효과가 클 수도 있고, 사진으로 파악할 수 없는 경지를 미시적으로 표현할 수도 있으며 환상적인 분위기까지 표현이 가능한 대중적 언어라 하겠다.⁵⁰⁾ 아직까지는 메이크업 일러스트레이션 분야가 발전하지 않아 사전 작업 계획서에 불과하지만 앞으로 이에 대한 연구가 활발히 진행되어 개성 있는 예술 작품이 많이 나오리라 예측된다.

아트메이크업이란 인체라는 오브제에 페인팅으로 미를 표현하는 과정으로 이미 그 대상이 오브제화 되어 있다고 보며 이러한 인체 오브제에 디자인된 아트메이크업을 일러스트레이션화하는 작업은 그 표현 양식에 또 다른 오브제를 이용할 수 있는 작업으로 인체라는 근원적 오브제 개념을 부여할 수 있다.

50) 노희영, 「현대 아트메이크업의 회화적 경향과 기법에 관한 연구」, 2002,한성대 대학원 석사학위논문

또한 아트메이크업과 아트메이크업 일러스트레이션은 대중과 직접 관련된 경우가 많기 때문에 강력한 상업적 효과를 얻을 수 있는 분야라고 생각한다.

2. 아트메이크업에 나타난 POP ART적 특성

팝 아트의 특징과 표현이 구체적으로 드러난 아트 메이크업 사례를 들어 분석해 보겠다.

1) 일상 생활에서 흔히 볼 수 있는 오브제를 이용하여 상업적으로 사용한 예

그림 19. 남녀노소가 즐겨 입는 ‘진’을 오브제로 선택한 작품으로 일상생활에 산재해 있는 현대 문명의 양산품을 이용한 아트메이크업으로 상업광고로 이용된 예이다.

그림 20. ‘카프리 맥주’의 퍼포먼스로 대중적 상표 이미지를 차용한 아트메이크업 작품. 스텐실과 에어브러쉬를 이용하여 여러 모델에게 반복 복제 한 것은 팝 아트의 비개성적 요소 특성으로 보았다.

그림 21. 역시 인체에 섹시한 옷을 디자인 하여 제품의 특성을 소비자에게 어필하여 상업 광고로 이용했다.

그림 22. 가방 브랜드의 상업 광고로 이용된 예이다.

그림 23. ‘케사랑과사랑’ 화장품의 패키지의 문양을 인체에 적용하여 브랜드 이미지를 나타냈다.⁵¹⁾

2) 대중매체 이미지를 이용한 아트메이크업

그림 24. 디즈니의 만화영화 백설공주의 이미지를 패러디하여 페티시즘⁵²⁾과 결합시킨 아트메이크업. 아무런 연관이 없는 두가지 이미지를 결합하여 에로티시즘적 특성과 함께 팝 아트의 특성으로 간주해 보았다.

그림 25. TV 연재물인 원더우먼의 이미지를 차용한 아트 메이크업.

51) www.koreabodypainting.com

52) 페티시즘은 포르투갈어에서 유래한 용어로 신체의 일부나 특정사물에 대해 비정상적인 성적 애착을 느끼는 성적 일탈 행위를 말한다.

그림 26. 온 나라를 들뜨게 했던 2002년 월드컵 당시 각 국의 국기를 오브제로 한 아트메이크업. 신문, TV, 도시 곳곳에서 볼 수 있었으며 무대나 특별한 곳이 아닌 우리 주변에서 쉽게 만날 수 있었던 아트메이크업.

그림 27. Pink Floyd의 음반 표지에 실린 아트메이크업으로 그들의 음반에 실린 음악의 상징적 의미를 나타낸다.

그림 28. SF영화 속에 나온 돌연변이 생명체를 차용한 아트메이크업.

3) 그라피토 기법을 이용한 아트메이크업

그라피토란 고대 건축물에 당시의 사람들이 남긴 낙서, 그림, 글자, 등을 가리키며 민속적 의미인 국기, 문양, 표적 등을 사용하여 자극적이며 선명한 효과를 갖는다. (그림 29), (그림 30), (그림 31), (그림 32), (그림 33)

4) 에로티시즘의 특성이 나타난 아트메이크업

(그림 34), (그림 35)

5) 앳상블라주의 특성이 나타난 아트메이크업

앳상블라주는 신문이나 잡지를 찢어 붙이는 콜라주에서 발전한 다른 오브제나 폐품을 모아 부착시키는 기법이며 라우젠버그의 컴바인 페인팅과 비교될 수도 있다. 지금까지의 고정관념을 탈피하여 일상생활에서 발견되는 가능한 모든소재, 산업 사회의 소재인 딱딱한 표면을 가진 공업기기인 오브제들을 그대로 제시하거나 차용하는 것이 아니라 재창조되어 보여준다. 올덴버그의 폐품만을 모아 만든 작품을 연상하기도 한다. 전적으로 기존의 요소들로부터 만들어내는 방법으로 오브제를 가지고 창작하는 것이 아니고 오브제를 서로

끌어다 맞추음으로서 오브제 사이의 연관을 이루게 하는 것이다.

그림 36. 불규칙한 길이의 스트로우를 오브제로한 아트메이크업.

그림 37. 벌드캡(bald cap)을 씌운 후 페인팅한 후에 플라스틱과 전기선을 부착한 실험적인 아트메이크업으로 도시생활의 환경 또는 기계형태와 유사한 이미지들이 전위적으로 나타나있다.

6) 앤디 워홀 등의 강렬한 색채를 이용한 아트메이크업

팝 아트의 특징인 비비드한 컬러를 이용하여 인체를 면 분할한 아트메이크업.

(그림 38), (그림 39), (그림40)

7) 그 외

그림 41. 짐 다인의 작품인 ‘하트’와 같이 상징화된 사랑의 이미지를 표현하고 있다.

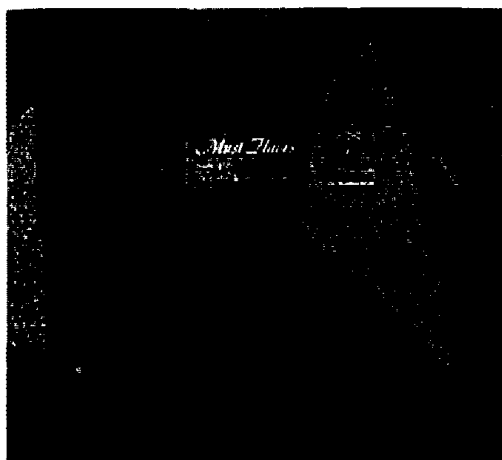
그림 42. 앤디 워홀, 제스퍼 존스의 작품에서 보듯이 지폐를 오브제로 사용한 아트메이크업.

그림 43. 옷, 넥타이를 오브제로 사용한 아트메이크업.

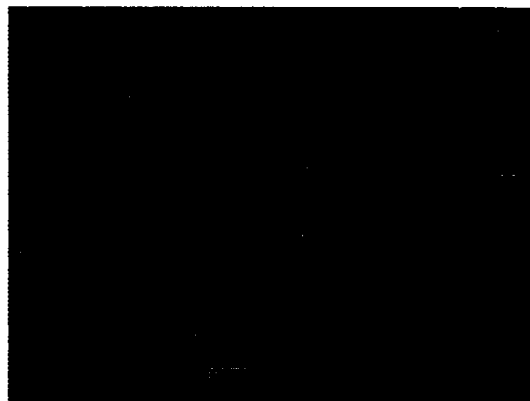
그림 44 악기등 일상적 오브제를 이용한 작품.

그림 45 빵을 오브제로 사용한 아트메이크업.

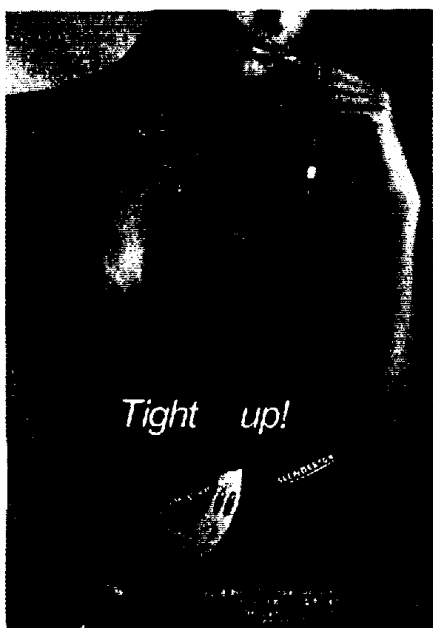
그림 46 리히텐슈타인이 대중문화만을 주제로 삼지않고 과거의 미술양식인 세잔, 몬드리안, 피카소 등을 활용했듯이 기존의 작품들을 적용하여 새로운 해석을 시도한 아트메이크업



<그림 19> Jean 광고



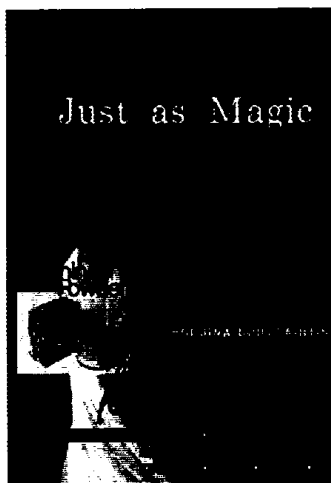
<그림 20> 최지나
「카프리 맥주」 퍼포먼스



<그림 21> 건강벨트



<그림 22> 최지나
「가무」



<그림 23> 최지나
「케사랑파사랑」



<그림 24> 「백설공주」



<그림 25> 「원더우먼」



<그림 26> 월드컵



<그림 27> 「핑크 플로이드」의
음반 재킷



<그림 28> 돌연변이



<그림 29> 그라피토



<그림 30>그라피토



<그림 31 >그라피토



<그림 32>지도



<그림 33>MAC
국기



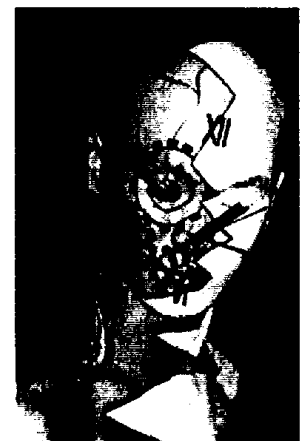
<그림 34 >에로티
시즘



<그림 35>MAC
에로티시즘



<그림 36 >김영숙
스트로



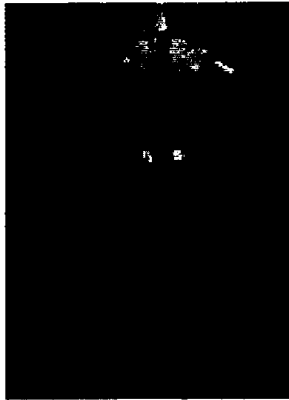
<그림 37>유정주
기계인간



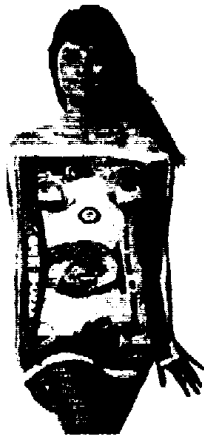
<그림 38>팝 아트
적 색채



<그림 39> 강렬한
색채



<그림 41> MAC
하트



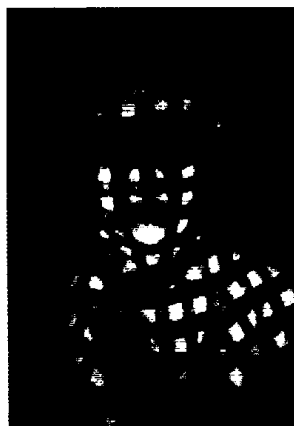
<그림 42>
지폐



<그림 43> 첼로



<그림 44> 옷



<그림 43>빵



<그림46>미술사조

3. 아트메이크업 일러스트레이션에 나타난 팝 아트적 특성

아트메이크업 일러스트레이션은 인체 디자인과 이미지 전달을 목적으로 하는데 아직까지는 이 분야의 연구가 활발하지 않아 넓은 의미에서 얼굴이나 body를 소재로 한 패션일러스트레이션에 대한 그림 자료들을 통해 살펴보기로 한다.

1) 팝 아트와 패션 일러스트레이션

1960년대는 팝 아트의 영향으로 미술사조에서 사회전반에 대중화의 물결이 일 때이다. 패션 일러스트레이션은 패션산업의 발달과 함께 그 영역이 광범위해졌으며 패션에서 팝적 디자인 요소가 유행하듯 패션 일러스트레이션에도 팝 아트적 기법이 보인다. 이 시기는 표현에 있어서도 다양화되었고 패션 정보, 상업 예술로서의 광고, TV영상 등의 미디어로 시각적 효과, 신문 잡지 등 영역의 다양화와 대중화가 되는 시초였다.

이 시대에 활약한 대표적인 패션 일러스트레이터로 뉴욕 타임즈를 중심으로 활약한 안토니오 로페즈(Antonio Lopez)를 들 수 있다. 그의 패션 일러스트레이션은 구성에 있어서 매우 치밀한 계획성과 모델의 포즈로 화면 전체에 운동감을 주고 이 시대에 유행하는 팝 패션에 패턴으로 흑백의 바둑무늬, 점, 줄무늬로 배경을 처리함으로써 젊음을 상징하는 팝 패션을 표현했다. 이러한 화면구성에서 특징적인 것은 동적인 포즈표현에 이미 계획되어 있는 기계적인 분할과, 모델의 무표정 혹은 검은 안경을 씌우므로써 무개성화하여 인체가 마네킹처럼 보이게 하여 평면화시켰다.

이렇듯 비인간화 되어가는 문명시대의 상황은 루이스 머퍼스가 “기계, 기술적인 것의 동화나 정복은 인간에게 물질적인 부나 권력의 증대보다도 정신성장의 가치를 지닌다.”⁵³⁾고 하였듯이 기계적 치밀성과 계속성, 지루한 반복적

작업이 인간을 정신적인 안정과 질서로 안내한다는 암시이다.

이 시대의 패션 일러스트레이션이 현대에 와서도 매우 세련되고 감각적으로 평가되는 것은 그 시대가 요구하는 감각을 앞서 볼 줄 아는 시각을 가졌기 때문이라고 평가된다.

그림 47, 48, 49는 활자와 인체의 도저히 어울릴 수 없는 상반된 느낌을 결합시킨 것으로 미스매치(mis match)의 표현기법이다. 이를테면 의외성에서 오는 신선한 충격을 시도한 표현기법상의 새로운 시도으로써 의표를 찌르는 발상으로 패션 일러스트레이션에 미지의 가능성을 제시하는 빌 도노반(Bill Donovan)의 작품으로 드로잉이 전혀 없이 패션 일러스트레이션의 감각을 충분히 살린 작품이다. 종이를 붙이는 빠빠에 풀레는 입체과 화가부터 시도되었고, 팝 아트의 거의 모든 작가들이 실험한 오브제이다. 여기서 사용된 활자 인쇄물은 패션 이미지를 강조하기 위해 작가가 직접 만든 오브제와 기존의 잡지에서 선별한 이미 존재하는 오브제의 활용으로 이루어졌다. 인물을 오브제로 하고 평면 오브제인 활자 인쇄물을 사용하여 패션 일러스트레이션의 오브제화의 이중성을 보여준다. 54)

그림 50 역시 색종이와 인쇄매체를 직접 인체와 스타일에 맞게 오려 붙이거나 찢어 붙이는 꼴라쥬를 이용했다.

그림 51은 화면 전체를 종이나 그밖의 인쇄물로 구성한 후, 그 위에 드로잉을 하는 방법을 사용하였다.

그림 52은 기계적인 스트라이프와 도식적인 구성이 언밸런스되어 모던한 감각을 느끼게 한다. 60년대 패션 일러스트레이션에서 가장 많은 형태인 줄무늬와 도형은 팝 아트의 획일성, 반복성, 차가운 기계성에서 오브제로 이용되었다.

그림 53은 콜린 반즈(Collin Barnes)가 남성용 잡지 캡 매거진(Cap

53) 김춘일, 앞의 책 재인용, p.67

54) 김경란, 앞의 논문, pp.26-27

magazine)의 표지를 위해 표현한 것이다. 색지를 뜯어 붙인 면 위에 블랙 라인으로 생생하고 활기에 찬 이미지를 전달하고 있다.

그림 54는 샤론의 작품으로 얇은 골지를 붙인 후 목탄과 파스텔을 이용하여 전체적인 분위기를 살렸으며 인체표현에 있어서 종이가 붙여지지 않은 부분은 빛을 받은 듯한 느낌이 든다.

그림 55는 아라이(Arie)의 작품으로 화면에 거의 드로잉 없이 오려 붙여 작업한 것으로 액센트 칼라와 두꺼운 직선과 곡선의 기교적인 선택이 적은 수의 색상으로도 훌륭한 효과를 낼 수 있다는 것을 보여 준다. 55)

그림 56는 팝아트적 색감과 분위기를 연출한 패션 일러스트레이션이다. 앤디 워홀의 초상화 작품에서 느껴지는 다양한 색채 구성과 음영처리등을 응용하여 풀라쥬한 작품이다. 워홀의 작품에 자주 쓰여지는 yellow, green, violet 이 기초를 이루었다.

그림 57은 연재 만화의 컷을 확대시켜 인쇄 과정상 생기는 망점까지 오브제화 하여 리히텐슈타인 작품의 느낌을 살려 그래픽적으로 표현하였다. red, yellow등의 밝은 색상을 사용하여 만화적인 느낌을 살렸으며 스크린톤으로 처리함으로써 그래픽적인 느낌을 더해 준다.

그림 58은 그림 57에서와 같은 테마로 배경과 인물의 머릿결은 티슈를 풀라쥬함으로써 재료의 변화로 인한 독특한 촉각적 질감 표현을 살리고자 하였다. 얼굴은 스크린톤으로 처리하였고 그 위에 임파스토 미디움을 두껍게 발라 아크릴이 채색될 수 있도록 하였다. 배경은 밝은 톤의 Green을 사용하여 인물의 표정과 헤어를 강조하였다.

그림 59는 활자와 인체를 상반된 느낌으로 믹스하여 드로잉만으로 나타낼 수 있는 강조와 효과를 나타내고자 하였다. 활자만을 이용함으로써 평면적이면서 만화적인 느낌을 더욱 살린 작품이다. 얼굴은 무채색 계열로 다양한 크

55) 문혜경, 「팝아트 경향과 패-일 표현 기법에 관한 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1996, pp.47-48

기와 모양의 활자를 엇갈리게 배열하고 부분적으로 포인트 칼라를 사용하였다.

그림 60은 다양한 색색의 잡지를 찢어 붙여준 작품이다.

그림 61과 62는 팝 아트적 색감과 기법을 적용한 패션 일러스트레이션이다.

패션 일러스트레이션이 미술사조의 영향을 받으며 독창적인 창조분야를 형성하게 되는데는 일러스트레이션이 갖는 순수미술 내면에 잠재하는 회화적 표현과 팝 아트의 상업적 오브제의 결합이 커다란 몫을 차지했다.



<그림 47>



<그림 48>



<그림 49>

<그림47-49> 빌 도노반, 인쇄매체를 이용한 F.I



<그림 50>매츠 구스
탐슨 「폴라쥬」



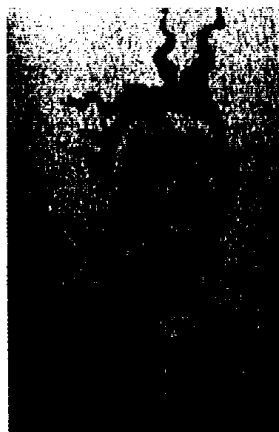
<그림51>비라몽 테
「폴라쥬」



<그림 52>준코 코
시노 F.I.



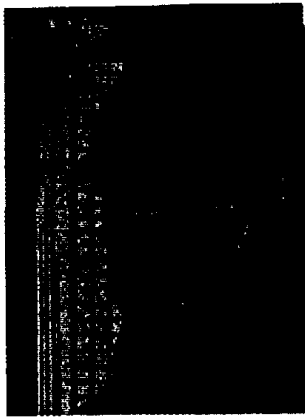
<그림 53>콜린 반
즈 「Cover of cap
magazin」



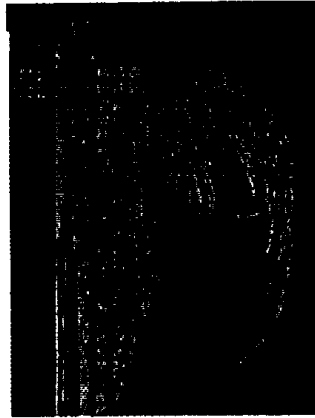
<그림 54> 샤론
「폴라쥬」



<그림 55>아라이
「폴라쥬」



<그림 57>



<그림 58>



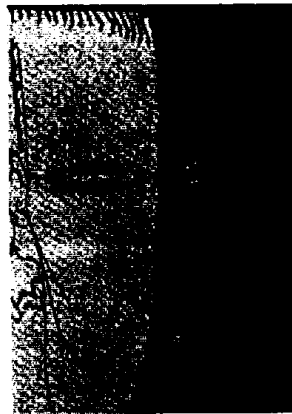
<그림 59>

<그림 57-59> 문혜경, 「팝아트 표현 기법을 적용한 패션일러스트레이션」



<그림 56>

Viramonte



<그림 56>

Viramonte



<그림 60 >

김혜경, 「폴라쥬」



<그림 61>



<그림 62>

<그림 61-62> 김성림, 「앤디 워홀의 작품을 응용한 패션일러스트레이션」

2) 팝 아트적 아트메이크업 일러스트레이션

최근의 아트메이크업 일러스트레이션을 살펴보면 리히텐슈타인이 기존의 회화를 활용했듯이 현대 미술사조를 응용한 작품들이 있는데 그림 64에서 66까지 모두 팝 아트의 기법인 콜라주를 응용했다.

그림 63은 피카소의 색채를 응용한 작품으로 피카소 회화의 이미지를 작품화했다.

그림 64는 클림트의 회화를 적용한 작품으로 골판지, 아크릴 물감과 메탈릭 파우더, 구리선과 금색 실같은 입체 오브제를 콜라주한 아트메이크업 일러스트레이션이다.

그림 65는 얼굴은 팻 맥그라스가 존 갈리아노의 오프 꾸뛰르에서 선보인 메이크업을 차용하고 인체에는 고희의 거칠고 살아 꿈틀거리는 듯한 필치와 원색적인 색채를 표현한 작품이다.

그림 66은 마티스 말년의 색종이 콜라주 작업에서 영감을 얻은 것으로 마티스 특유의 원색적이고 화려한 색채와 단순미를 살린 작품으로 종이에 마카펜으로 그린 후 배경을 투명빨대와 흰색 스티로폴로 처리했다.



<그림 63> 김남희,
'피카소'의 색채를 응용



<그림 64> 김예성,
'클림트'의 작품을 응용



<그림 65> 김예성,
'고호'와 '팻 맥그라스'의 응용



<그림 66> 김예성,
'마티스'의 작품을 응용

IV. POP ART를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션 작품 제작

1. 작품 제작 의도

앞서 설명한 바와 같이 아트메이크업 일러스트레이션은 작품제작을 위한 단순한 도해 기능에서부터 아트메이크업의 이미지를 나타낸 고도의 예술적 표현까지 자유롭게 나타낼 수 있다. 본 연구자는 현대미술 사조중 팝 아트에 나타난 특성과 기법을 활용하여 독창적이고 개성 있는 아트메이크업 일러스트레이션을 제작하고자 했다.

본 논문에서 팝 아트 회화의 특성을 응용해 메이크업 일러스트레이션을 제작하게 된 동기는 다음과 같다.

첫째, 우리가 살고 있는 현대는 대중 문화가 지배하는 사회이며 대중매체가 쏟아놓은 이미지의 홍수 속에 살고 있다. 이러한 대중문화 이미지를 주제로 택하여 예술의 영역으로 끌어들인 것이 팝 아트이다.

둘째, 팝 아트는 한정되어진 소재에 대한 고정적 사고에서 벗어나 주변의 모든 사물을 오브제로 변환 시켰으며 이것은 서로 어울리지 않는 오브제간의 결합으로 다양한 소재를 제시했다.

셋째, 화면에 이질적 소재를 도입함으로써 표현 영역을 넓힌 콜라주 기법을 도입하여 폭 넓고 개성 있는 표현이 가능했다.

넷째, 팝 아트의 강렬한 색채 대비는 아트메이크업 디자인에 시각적 효과를 높일 수 있다.

본 연구에서는 팝 아트 작가들이 사용한 반복적 이미지와 고도의 드로잉, 실 크스크린의 테크닉에 의한 효과를 통해 느껴지는 감각에는 미흡하나 아트메이크업의 이미지를 담은 시각적 메시지 전달을 그 의도로 하여 팝 아트적인 색감과 분위기를 연출해 보고자 하였다.

2. 작품 제작 방법

본 논문의 작품은 실물제작으로 총 여덟 작품이 제작되었다.

표현적 특성으로는 얼굴과 신체의 일부분을 사진이나 잡지에서 찢어 활용하므로써, 현대 미술에 있어 표현 영역을 넓힌 팝 아트의 콜라주 기법과 라우센버그나 앤디 워홀과 같은 팝작가들이 보여주었던 사진 이미지를 도입 하였다. 또한 뚜렷한 양식상의 통일성을 요약하기 어렵지만 조형적인 면에서 볼 때 팝아트의 특징인 간결하고 명확하게 평면화된 색면과 원색을 사용했다. 표현 소재로는 잡지, 색지, 사진, 아크릴 컬러를 이용하였다.

내용적 측면에서는 팝아트의 단순하고 강렬한 색채 이미지를 마티스의 색지화와 앤디 워홀의 작품에서 찾아 모티브로 활용했으며 음료수, 술, 향수 등의 대중 상표 이미지가 나타난 잡지의 광고나 포장재에서 모티브를 얻었다.

3. 작품해설

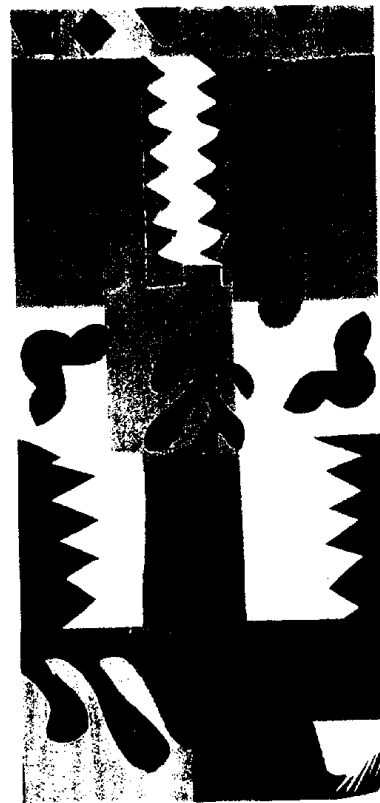
1) 작품 1

-마티스의 색감과 문양을 응용한 아트 메이크업 일러스트레이션

(1) 작품 1-1과 1-2의 모티브



<그림 67> 마티스
「Mimosa」



<그림 68> 마티스
「Sea-Beasts」

(2) 작품 1-1

- ① 소재 : 흰색 종이, 아크릴 칼라, 잡지, 사진
- ② 색상 : 블루, 오렌지, 그린, 옐로우, 핑크, 블랙
- ③ 크기 : 210 × 300 mm

(3) 작품 1-2

- ① 소재 : 핫핑크 canson지, 아크릴 칼라, 사진
- ② 색상 : 블루, 오렌지, 옐로우, 그린, 퍼플, 핑크, 마젠타, 화이트, 블랙
- ③ 크기 : 210 × 300 mm

(4) 작품 설명

팝 아트 작가인 리히텐슈타인이 기존의 회화를 이용했듯이 마티스의 회화 'Mimosa'와 'Sea-Beasts'에서 모티브를 얻었다. 마티스는 야수파이지만 원색적이며 평면화된 색면이 팝 아트적 특징을 보여준다. 화려한 색감, 파상형과 나선형의 웨이브를 적절히 배열하여 리듬감과 율동감을 부여하였다. 마티스의 특징인 형과 색의 단순미를 인체에 접목 시켜 강렬한 색채 대비를 이루었으며 전체적으로 화려하고 감각적인 조화를 이루려 하였다.

작품 1-1에서, 얼굴의 페인팅은 앤디 워홀의 초상화 시리즈를 연상하여 그래픽 이미지의 형태를 적용했다. 얼굴과 신체의 일부분, 배경의 일부분을 잡지의 사진에서 찢어 콜라주 하고 그 위에 아크릴칼라로 채색했다.

작품 1-2에서 역시 얼굴을 사진에서 찢어 콜라주 했으며 아크릴 칼라로 전체를 완성 했다.



<그림 69> 작품 1-1



<그림 70> 작품 1-2

2) 작품 2

-앤디 워홀의 작품을 응용한 아트메이크업 일러스트레이션

(1) 작품의 모티브



<그림 71>



<그림 72>

<그림 71> Andy Wahol, 「자화상」, 1986

<그림 72> Andy Warhol의 「camouflage design」을 적용한 Anna Sui, Halston, Stephen Sprouse의 의상들

(2) 작품 설명

① 소재 : 흰색 종이, 사진, 아크릴 칼라

② 색상 : 레드, 블루, 옐로우, 오렌지, 핑크, 그린, 화이트, 블랙

③ 크기 : 255 × 355 mm

④ 작품 해설

페이스 페인팅으로는 앤디 워홀의 작품인 'Self-Portrait'(1986)를, 바디 페인팅에는 그의 'Camouflage design'을 모티브로 제작하였다. 그의 'Camouflage design'은 Anna Sui와 Stephan Sprouse에 의해 의상으로 제작 되기도 하였다. 절제된 라인 과 강렬한 색채 대비는 세련되고 화려한 이미지를 주며 긴장감을 느끼게 한다.

얼굴은 잡지의 사진에서 오려 붙여주 했으며 얼굴과 인체의 일부분은 남기고 페인팅 했다.



<그림 73> 작품 2

3) 작품 3

-팝 아트의 색채를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션.

① 소재 : 흰색 종이, 사진, 아크릴 칼라

② 색상 : 레드, 옐로우, 블루, 그린, 블랙

③ 크기 : 265 × 395 mm

④ 작품 해설

인체를 면분할 하여 그래픽적인 최대의 단순미를 살렸으며 팝 아트의 비비드하고 화려한 색감을 돋보이게한 작품이다.

인체의 팔과 다리에 입체감을 살리기 위해 노란색으로 하이라이트를 주었다. 실제로 아트메이크업 할 때에는 에어브러쉬로 자연스럽게 하이라이트를 표현 해준다.



<그림 74> 작품 3

4) 작품 4

- 앤디 워홀의 대중 매체를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션

(1) 작품의 모티브



<그림 75> Andy Wahol 「Chanel no. 5」

(2) 작품 설명

① 소재 : 색지, 흰색 canson지, 사진, 아크릴 칼라

② 색상 : 오렌지, 옐로우, 마젠타, 퍼플

③ 크기 : 300 × 510 mm

④ 작품 해설

대중 상표 이미지를 소재로 많은 작품을 제작했던 앤디 워홀이 'CHANEL No. 5'를 위하여 제작한 광고물에서 모티브를 도입한 아트메이크업 일러스트레이션. 워홀의 색채 이미지를 아크릴칼라를 이용하여 수채화 기법으로 자연스럽게 그라데이션 했으며 헤어는 강렬한 색감과 형태로 강조하였다. 샤넬 향수의 상업 광고나 퍼포먼스에 이용할 수 있는 아트메이크업이다.

실제 아트메이크업을 할 때 인체에는 아쿠아칼라로 인접한 색을 자연스럽게 그라데이션하며 전체 모발을 브리지하여 칼라를 조절한 후 원하는 부위에 호일 처리하여 진한 색깔부터 염색제를 사용한다.



<그림 76> 작품 4

5) 작품 5

- 팝 아트의 대중매체 이미지를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션

(1) 작품의 모티브



<그림 77> 「Cointreau C」 광고

(2) 작품 설명

① 소재 : 흰색 종이, 사진, 아쿠아 칼라

② 색상 : 오렌지, 옐로우, 그린

③ 크기 : 370 × 265 mm

④ 작품 해설

팝 아트의 대중매체 이미지를 응용하기 위해 프랑스 과실주 'Cointreau C'의 광고에서 모티브를 도입하였다. orange, yellow, green의 세가지 아크릴컬러만으로 불규칙하게 그라데이션을 했으며 수채화 기법으로 가볍고 시원한 이미지를 준다. 얼굴에서 가슴까지 다른 광고물의 사진에서 찢어 풀라쥬 했으며 그 위에 아크릴칼라를 덧바르고 인체부분을 완성 하였다. <작품 5>의 아트메이크업 역시 상업 광고나 퍼포먼스 등의 홍보용으로 활용이 가능하다.



〈그림 78〉 작품 5

6) 작품 6

- 팝 아트의 대중 상표 이미지를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션

(1) 작품의 모티브



<그림 79> 「Ricard」 병

(2) 작품 설명

- ① 소재 : 색지, 사진, 아크릴 칼라
- ② 색상 : 옐로우, 블루 그린, 골드 텐
- ③ 크기 : 400 × 500 mm
- ④ 작품 해설

대량 생산품인 음료수 병을 이용하였으며 상업 광고로 활용할 수 있는 아트메이크업이다.

무알콜 음료인 'RICARD' 병에 인쇄된 상표를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션으로 인체를 전체 병의 색채로 페인팅 하고 가슴과 배 중앙에 상표의 로고 그림을 넣었다. 얼굴과 신체의 일부는 잡지의 사진을 풀라쥬 했으며 페이스 페인팅 역시 '초상화 시리즈'를 응용했다. 팔과 다리에 로고의 자연스러운 필기체를 레터링 하였으며 인체에 페인팅한 대조적인 칼라를 일러스트레이션의 배경으로 했다. 우측 모서리에 'RICARD' 상표를 붙임으로 더욱 광고의 느낌이 난다.



<그림 80> 작품 6

7) 작품 7

- 팝 아트의 대중 상표 이미지를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션

(1) 작품의 모티브



<그림 81> 「보졸레 누보」 병

(2) 작품 설명

① 소재 : 사진, 잡지, 아크릴 칼라, 검은색 종이

② 색상 : 레드, 옐로우, 블루

③ 크기 : 220 × 300 mm

④ 작품 해설

매년 출시되는 와인 ‘보졸레 누보’의 병에 부착된 상표 이미지를 적용한 아트메이크업 일러스트레이션으로 red, yellow, blue 삼원색을 잡지를 찢어 폴라쥬로 표현하였다. 헤어스타일 역시 폴라쥬로 표현했으며 골드 파우더를 첨가하여 화려하고 고급스러운 이미지를 나타내었다. 와인의 상업 광고나 홍보용 퍼포먼스에 활용할 수 있는 아트메이크업이다.



< 그림 82 > 작품 7

V. 결 론

본 논문은 팝 아트의 개념과 특성을 오브제와 대중문화 중심으로 분석 연구하고 아트메이크업과 메이크업 일러스트레이션에 대하여 알아보았다. 그리고 팝 아트의 특성과 작가들의 기법을 중심으로 아트메이크업과 메이크업 일러스트레이션과의 상관 관계를 알아보았다.

팝아트는 “popular art”의 준말로 현대 산업사회의 특징인 대중문화 속에 등장하는 이미지를 미술로 수용한 미술 사조이다. 또한 대중문화는 수많은 관객에 의해서 동시에 소비될 수 있게끔 디자인된 예술이라고 정의 할 수 있다. 팝 아트의 오브제는 어떤 형식에 얽매임 없이 일상 생활 속의 모든 대상과 사물들을 소재로 삼았다. 팝 아트 작가들의 작품은 일반적으로 특정한 형식이 없으며 주제로서 극히 평범한 레디메이드 오브제를 사용한다. 그들은 광고, 만화, 잡지, 영화, TV등의 대중 오락과 자동차, 콜라, 넥타이, 구두, 심지어 돈까지 소재로 사용하였으며 대중 문화의 이미지를 예술의 영역으로 끌어들이었다. 또한 대중문화의 이미지를 그들의 주제로 택하여 특별한 지식이나 취향 없이 일반인 누구나 즐길 수 있는 형태의 대중적 미술을 지칭하는 개념이 되었다.

현대 아트메이크업은 점점 다양한 작품 세계를 표현하고 있으며 패션쇼, 이벤트, 각종 퍼포먼스, 광고 등 그 영역을 넓혀가고 있다. 또한 창조적이며 자유로운 조형예술의 하나로서 현대 미술 사조의 영향을 받지 아니할 수 없다. 본자는 많은 아트메이크업 작품 속에서 팝 아트적 특성을 발견했으며, 이러한 팝 아트 작가들의 기법과 대중문화적 특성을 응용하여 아트메이크업 일러스트레이션 8점을 제작하였다.

본 연구에서는 아트메이크업 제작시 여러 가지 오브제를 이용하여 질감을

살릴 경우 일러스트레이션 표현의 한계를 느꼈다. 그래서 주로 평면 오브제 위주의 일러스트레이션을 제작하여 다양한 아트메이크업의 제시가 어려웠다. 앞으로는 보다 창의적인 주제와 다양한 기법, 컴퓨터등 기자재를 이용한 조형 방법을 동원하여 독자적인 메이크업 일러스트레이션의 연구를 시도해 보고자 한다.

또한 논제인 팝 아트의 범위가 넓어 개괄적인 연구에 머물렀으며 추후에는 팝 아트의 특징의 한 요소인 색감, 대중적 상표 이미지 또는 작가별로 논제를 정해 연구해보겠다.

본 논문에서는 컴퓨터 출력으로 인한 색채 전달의 한계로 일러스트레이션의 색감이 정확히 표현되지 못했으며 실제 아트메이크업 제작까지 못한 여건이 아쉽다. 그러나 예술 분야의 수많은 논문들이 팝 아트를 논제로 다루었으나 아트메이크업 일러스트레이션 분야에서는 처음 접목시킨 데에 의의가 있다고 본다.

본 논문의 연구 결과는 다음과 같다.

1. 모든 현대 예술이 팝 아트의 영향을 받았는데 아트메이크업 역시 예외가 아니다.
2. 주변에서 흔히 볼 수 있는 현대 도시의 대중 문화 이미지는 독특하고 개성 있는 모티브의 역할을 하면서 그 예가 무한하여 아트메이크업에 있어서 다양한 디자인 창출의 가능성을 갖고 있다.
3. 생활 전반에서 쉽게 접할 수 있는 것을 오브제로 하여 아트메이크업의 친숙성을 쉽게 공감할 수 있다.
4. 아트메이크업에 대중적 이미지를 도입함으로써 예술뿐만 아니라 상업적 홍보 목적으로 사용할 수 있음을 확인하였다.
5. 평면 오브제를 이용한 콜라주는 색지류, 인쇄물, 스크린톤 등의 일상적 소재를 회화적 소재와 결합시켜 사용함으로써 드로잉적 일러스트레이션의 표현 한계를 넘어 복합적인 이미지를 효과적으로 전달할 수 있었다.

참고문헌

1. 단행본

- 김광우, 『워홀과 친구들』, 열화당, 1995
김남희, 『Base Makeup』, 예림출판사, 2003
김덕자, 『광고와 에로티시즘』, 미진사, 1989
김춘일, 『팝 아트와 현대인』, 열화당, 1979
박석화, 최호선, 『시각 커뮤니케이션』, 미진사, 1991
방근택, 『세계미술대사전』, 한국미술연감사, 1986
오광수, 『전환기의 미술』, 열화당, 1978
이영애외 4인, 『Beauty Illustration』, 청구문화사, 2002
이일, 『현대 미술의 시간』, 미진사, 1985
이화순외 6인, 『The Art of Makeup』, 형설출판사, 1991
한국미용학회 편, 『미용학사전』, 2003
A. 하우스/최성만 이병진역, 『예술의 사회학』, 한길사, 1983
C. 알렉산드리안/이대일역, 『초현실주의』, 열화당, 1988
E. 루시 스미스/김춘일역, 『1945년 이후 현대 미술의 흐름』, 미진사, 1989
H. W. 켄슨/김윤수역, 『미술의 역사』, 삼성출판사, 1978
John A. 워커/정진국역, 『대중매체 시대의 예술』, 열화당, 1987
Lucy R. 리파드/전경희역, 『팝 아트』, 미진사, 1985

2. 논문

- 강제호, “앤디 워홀의 대중적 이미지 차용에 관한 연구”, 조선대학교 석사학위
논문, 2001

- 김경란, “팝 아트적 패션일러스트레이션에 관한 연구”, 성신여자대학교 석사학위논문, 1991
- 김남희, “피카소의 색채를 응용한 아트메이크업 일러스트레이션에 관한 연구”, 한성대학교 석사학위논문, 2002
- 김성립, “앤디 워홀의 작품을 응용한 패션일러스트레이션 연구”, 홍익대학교 석사학위논문, 2000
- 김영경, “이집트 장식 문양을 응용한 현대 아트메이크업”, 이화여자대학교 석사학위논문, 1995
- 김영숙, “오브제를 응용한 아트메이크업의 표현에 관한 연구”, 한성대학교 석사학위논문, 2003
- 김예성, “아트메이크업 일러스트레이션에 관한 연구”, 한성대학교 석사학위논문, 2003
- 노윤선, “폴라쥬를 응용한 패션일러스트레이션 연구”, 이화여자대학교 석사학위논문, 1995
- 노희영, “현대 아트메이크업의 회화적 경향과 기법에 관한 연구”, 한성대학교 석사학위논문, 2002
- 문혜경, “팝 아트 경향과 패션일러스트레이션 표현 기법에 관한 연구”, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1996
- 안별, “앤디 워홀의 패션워크에 관한 연구”, 홍익대학교 석사학위논문, 2002
- 오지현, “대중문화를 포용한 팝 아트의 전개 과정에 대한 연구”, 충남대학교 석사학위논문, 1998
- 유정주, “아트메이크업에 나타난 오브제의 소재에 관한 연구”, 한성대학교 석사학위논문, 2003
- 유태수, “팝 아트의 표현과 특성에 관한 연구”, 홍익대학교 석사학위논문, 1987
- 임연아, “팝 아트 회화의 특성 연구”, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1997
- 정경옥, “팝 아트의 대중적 상표 이미지를 응용한 의상디자인 연구”, 이화여자

- 대학교석사학위논문, 1997
- 정영미, “현대 소비사회에 나타난 팝 아트”, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1995
- 조준형, “현대 광고디자인에 나타난 구상적 일러스트레이션의 연구”, 홍익대학교 석사학위논문, 1972
- 한수연, “1960년대의 의상에 나타난 미와 에로티시즘에 관한 연구”, 숙명여자대학교 석사학위 논문, .1993
- 한지경, “통사론적 일러스트 연구”, 성신여자대학교 석사학위논문, 1999
- 황경용, “한국 신문 연재 소설 일러스트레이션에 관한 논문“, 홍익대학교 석사학위논문, 1992
- 최현애, “앤디 워홀의 예술관”, 숙명여자대학교 석사학위논문, 1993

3. 기타 간행물

- 송미숙, “대량 소비사회와 대중미술”, 계간미술42호, 1987
- 에드워드 루시 스미스, “팝 아트”, 계간미술42호, 1987
- 최지나, “꽃 이미지의 아트메이크업” 한국 인체예술학회지 창간호, 2000
- 인터넷자료, 삼성패션연구소, <http://samsungdesign.net/popart/팝아트디자인>
- 인터넷 자료, www.5netart.com/artstudy//pop//pop-art.htm
- 인터넷 자료, www.koreabodypainting.com 外

4. 외국문헌

- David Britt, 『Modern Art』, Thames&Hudson,
- 『Encyclopedia of world art』, vol 110, 1967

Finch Christoper, 「Pop Art 」 ,Studio Vista Publishers,London, 1973

Jean-Louse Ferrier, 「Art of Our Century」 , Prentice Hall Editions

Jose Pierre, 「Pop Art: An Illustrated Dictionary」 , Translated by
W.J.Strahan Chevalier, des Arts et lettres, 1975

Lawrence Alloway, 「Topics in American Art, since1949」 , NewYork, 1975

ABSTRACT

A Study on the Art Make-up Illustration applying Pop Art

Lee, Min Kyung

Major in Make-up Art

Dept. of Fashion Art

The Graduate School of Art

Hansung University

Art make-up is expressed the beauty in human body without any damage and one of important field which can be expressed artistic image regardless of color, theme, technique and material. Also, it can show the various theme and product with a curve and face of human body, and make-up has been developed in one of art genre. Especially, art make-up reflected the contemporary standardization of the beauty and culture, also, has been influenced the trend of painting, the formative art.

Today, we live in the flood of image which mass media produced and we have lots of influence from pop culture. In the past times, the art is limited by objects and selection of themes, however, in the present times, it doesn't have any limitation from environment and theme.

The Popartists have worked with unique consciousness and the various technique in the mess media. They used the mass entertainment such as cartoon, magazine, advertisement, packages, movies, pop music, TV. Even they used the refrigerator, automobiles, Coke, hot dog and currency. So we have enjoyed the art and culture without special knowledge and taste and Pop Art is concept of popular art closed to us.

In this paper, the reason of selecting the Pop Art in the trend of art is to find out Pop Artistic factor as follows in art make-up products.

First Modern art make-up is used to various material as well as painting, and the unique quality give a complicated image that cant fell in plane objet. That can be compare with collage which is one of the representative techniques in Pop Art.

Second, To design human body means that human body is objet. That is the erotic characteristics of Pop Art.

Third, Even it is very difficult to summarize the unification of unique classes in art make-up, strong and vivid color is used in many products.

Fourth, Air brush and stensil techniques are enable to reproducibility of image and that is accordance to mechanical and non-individual characteristics.

Fifth, When make-up artist try to make-up to many people in short time, assistants may help for it. That means art make-up is not performed by special artist, but everyone can try to do the art make-up. The artist can give an idea and it is possible to do mass produce by someone. That is non-individual characteristics.

In this paper, I studied the concept and characteristics of Pop Art and try to find out how to relate the art make-up which is closed to human and

illustration and pop art. Finally, I made art make-up illustration which is applied to characteristics of pop art. As a result, I reached conclusion as follows.

First, all modern art including the art make-up has influence from Pop Art.

Second, the pop culture of modern city gives unique and individual motives. It can be possible to create the various designs.

Third, the art make-up is intimate because its objet is easy to contact to our life.

Fourth, art make-up is applied to art and commercial purpose as introducing the public image.

Fifth, collage using the plane objet as the color paper, printing paper, screen tone and etc. can give complicated image effectively.

Sixth, Pop Art which collage techniques owing to objet is not just drawing concept. Eventually, proposed the possibilities of new expression in art make-up using the various techniques, selection of material and three dimensional expressions.