

1890년대 미국의 포스터와 책 표지 디자인

— <하퍼즈>와 <인랜드 프린터>를 중심으로 —

American Posters and Book Cover Design in the 1890s

— Focused on *Harper's* and *The Inland Printer* —

강 순 천

관동대학교 예술대학 조형예술학부

이 논문은 1997학년도 관동대학교 학술 연구비 지원에 의한 결과임.

I. 머리말

II. 포스터의 유행

1. 출판업의 성장과 포스터
2. 펜필드의 <하퍼즈> 포스터
3. 포스터의 유행

III. 표지 디자인의 변화

1. 브래들리의 <인랜드 프린터>와 표지 디자인의 변화
2. 포스터붐의 퇴조와 표지 디자인의 발달

IV. 맺음말

참고문헌

도판설명

Abstract

The poster in America was considered merely a means of advertising until the late 1880s, and was not thought to have any intrinsic artistic value. During the 1890s, the poster in America came into its own as a medium of artistic expression, and it was recognized anew as a medium of advertising. The production and circulation of posters became active, and it won the popularity of poster collectors. But the American poster renaissance flourished for a few brief years in the 1890s.

In this thesis, I paid attention that the art poster in America was mainly a product of the publishing trade, and that its rise and fall was connected with the circumstances of the publishing business.

In chapter II, I discussed the growth of publishing business and the phenomenon of poster craze, and tried to figure out the characteristic of American poster design in 1890s.

The American poster boom was formally initiated in Spring 1893, when Edward Penfield published the first of his monthly designs advertising *Harper's Magazine*. Penfield created a native American tradition of realism in the series of *Harper's* posters, his figures are realistic though anonymous, and are drawn without distortion or grotesquery, and details are reduced to essentials but not eliminated.

In chapter III, I discussed the change in book cover design in the 1890s. The rapid evolution of book and magazine covers was largely a reaction to the poster craze.

Most magazines were issued with the same standard covers month after month at that time. In 1894, when William Bradley was asked to design a standard cover for *the Inland Printer*, he convinced the publishers to change the cover with every issue instead of designing one permanent cover.

With the poster craze at its height, posters became big business, but still they were not very successful as advertisements. Because collectors of the 1890s were more interested in acquiring posters than in buying books. Significantly, this was also the moment when posterlike designs began to appear on the covers of books and mass magazines.

Publishers took notice of an idea. If the eye-catching design was on the cover itself rather than on a separate poster, the customer who wished to acquire the design would be obliged to buy the magazine.

So there was no distinction stylistically between the posters of the 1890s and the magazine covers of the early

1900s. At the same time, the artistic poster was beginning to decline.

While the most typical advertisements of the 1890s were the book and magazine posters of Bradley and Penfield, after 1900 advertisements for manufacturers' products played an increasingly prominent role. They would never again assume the leading role that they had played in the 1890s.

I. 머리말

오늘날 매스 미디어를 비롯한 보다 강력한 광고 매체들의 홍수 속에서 포스터의 광고적 효용 가치와 기능이 상대적으로 위축되어 왔다고는 하나, 포스터는 시각 전달 디자인의 가장 기본적인 표현형식으로서 고유의 광고적 영역을 여전히 확보하고 있다. 근대 디자인의 태동 이후, 포스터는 동력으로 가동하는 석판 인쇄에로의 발전과 사진술의 이용, 그리고 컴퓨터화된 인쇄 시스템으로 이어지는 기술적 발달을 통해 미학적 가치를 더해 가면서, 브로드사이드에서 대형의 옥외 광고판에 이르기까지 현대 사회의 도시 구조를 이루는 한 구성물로서 존재해 왔다.¹⁾

디자인사를 통해서 볼 때 포스터가 그 어느 때보다 활발하게 제작되고 대중화되었던 시기는 지금으로부터 100년전인 19세기 말로서, 광고 매체로서의 상업적 가치가 급상승한 것과 아울러 예술적 표현의 한 형식으로서 포스터 자체의 고유의 예술적 가치를 인정받게 되었던 시기이기도 하다. 이 시기 포스터의 발전과 유행은, 산업혁명 이래 늘어난 소비제품과 대규모 시장의 형성, 기업간의 경쟁, 소비자 의식의 성장, 문화에 대한 감상과 평가에 있어서의 수준향상, 그리고 예술에 있어 기술과 미학이라는 두가지 측면에서 있었던 급진적인 변화라는 복합적인 요인들과 연계되어 이루어진 사회문화적 현상이라 하겠다.²⁾

이러한 현상은 미국에서도 마찬가지로 볼 수 있는 것으로서, 지금까지 이 시기 포스터에 대한 우리의 관심과 이해의 초점은 영국과 불란서를 중심으로 한 유럽권에 집중되어 온 감이 없지 않다. 근대 미국의 포스터가 유럽의 영향과 자극을 받은 것은 사실이나, 곧 자신들 나름의 독자적 양식으로 변모되면서 주제와 구성이 단순명료한 미국적 스타일을 발전시켜 나갔던 것이다.

미국의 경우 1890년대라는 10년 동안, 포스터에 대한 수요와 열기가 최대한 팽창했다가 몇 년후 급격히 소멸하게

되는데, 이러한 두 가지의 상반된 현상은 당시 출판업계의 상황, 그리고 책과 잡지의 표지 디자인에 있어 일어난 변화와 서로 긴밀하게 맞물려 있음을 보게 된다.

이 글에서는 1890년대에 있었던 미국의 포스터 미술과 포스터 산업의 성행과 퇴조, 그리고 포스터와 책 표지 디자인의 상호간에 이루어진 영향 관계를 고찰하되, 펜필드와 브래들리라는 두 그래픽 디자이너의 활동, 즉 <하퍼즈>와 <인랜드 프린터>를 위한 그들의 디자인 작업을 중심으로 살펴보고자 한다.

두 사람의 활동에 초점을 맞추어 이 시기의 포스터를 논할 때 간과되고 경시되기 쉬운 여러 다양한 측면들이 있음에도 불구하고 이러한 관점을 취한 이유는, 포스터의 유행과 퇴조라는 현상의 이면에는 이들 잡지 디자인을 통해 보여준 두 사람의 참신한 디자인 아이디어와 조형 작업이 중요한 변화 요인과 계기가 되었다고 생각하기 때문이다. 또한 그들의 작품을 논의해 나가는 과정에서 근대 미국 포스터의 양식적 독자성과 성격이 단적으로나마 보다 선명하게 조명될 수 있으리라 본다.

II. 포스터의 유행

1. 출판업의 성장과 광고 포스터

1890년대의 짧은 몇해동안 미국의 포스터는 흔히 '르네상스'라 비유되는 주목할 만한 성장과 발전을 이루었다. 물론 포스터가 대중들에게 생소한 존재는 아니었다. 1830년경 연극과 서커스에 보다 큰 규모의 프로덕션이 도입되면서 미국의 포스터는 시작되었다. 순회극단에서는 자기들의 공연을 광고할 필요성을 느꼈으며, 도시의 거리와 시골의 공터 등에 부착되고 설치된 포스터와 빌보드(billboards)를 통해 사람들은 무대와 서커스의 내용과 장면들을 생생한 이미지로 그려볼 수 있었다. 또한 비누나 특허약품 등의 제조업체에서도 역시 포스터를 제작하여 광고매체로써 활용하였다. 1890년 이전에는 목판인쇄와 석판인쇄를 사용한 포스터들이 공존하되 목판인쇄의 사용이 더 많았고, 1880년을 전후하여 잡지 발행인들이 컬러 포스터를 사용하기 시작하면서 포스터의 발전적 계기를 이루게 되었다.³⁾ 그러나 당시의 포스터들은 일화적인 내용을 사실적으로 묘사한다든지 구도가 복잡하고 밀도있는 구성을 취함으로써, 대체로 시각적인 통일감이 결여되어 산만한 경향을 보여 주고 있다고 생각된다.⁴⁾

1890년대 포스터의 새로운 움직임에 중요한 후원자가 된 것은 출판산업이었다. 동부지역을 중심으로 형성된 대도시에서는 당연히 신문과 책들이 발행되었으며, 운전기와 자동

1). Mildred Friedman, "Broadside to Billboard", Dawn Ades, *Poster: The 20th-Century Poster. Design of the Avant-Garde* (New York: Abbeville Press Publishers, 1984), pp.6~7.

2). Robert K. Brown, "Posters at the Turn of the Century", Dawn Ades, *Posters: The 20th-Century Poster. Design of the Avant-Garde*, p.14.

3). Victor Margolin, *American Poster Renaissance* (New York: Watson-Guptill Publications, 1975), pp.17~18.

4). Mary Black, *American Advertising Posters of the Nineteenth Century* (New York: Dover Publications, 1976)의 圖 1~95 참조.

주조 식자기와 같은 인쇄기술의 진보는 보다 값싸고 폭 넓은 인쇄물들의 간행을 촉진하였다.⁹⁾ 문맹률이 감소되고, 육체적 노동시간이 줄어들면서 늘어난 여가시간과 지하철이나 기차여행 동안의 무료한 시간을 보내기 위해서 일간지를 읽거나 독서를 즐기는 계층의 폭이 점차 확대되어 갔다. 신문에 실린 기사에 대해 공통된 관심과 이야기를 나누는 것 또한 새로운 도시의 생활방식 속에서 사람들을 묶는 끈이 되어 주었다.⁶⁾

한편 1891년에 국제 저작권법이 통과됨에 따라 저작권 사용료를 지불하지 않고는 영국의 소설을 발행할 수 없게 되었고, 이에 고무된 미국 작가들의 신작 소설 발표가 해마다 늘어나는 현상을 보였다. 시카고와 보스턴은 문학 서적 발행의 중심지로서 그 위치를 굳혔는데, <스톤 앤드 김볼 (Stone & Kimball)>과 <코퍼랜드 앤드 데이 (Copeland & Day)>와 같은 회사의 활동이 두드러졌다.⁷⁾

당시 미국에서는 대륙이 넓은 이유로 전국적인 규모의 일간지가 불가능한 형편이었다. 이와 달리 잡지의 경우는 하루 이틀 안에 배포되어야 한다는 시간적 제약이 적었으므로 전국적으로 구독자의 범위를 넓혀 갈 수 있었다. 미국의 초기 디자이너들은 이들 새로운 잡지를 위해 작업하면서 그들의 기량을 연마해 나갔다.⁸⁾

당시의 주요 잡지로는 <하퍼즈 (Harper's)>, <센츄리 (The Century)>, <스크리브너즈 (Scribner's)>, <대서양 (Atlantic)> 그리고 <리핀코츠 (Lippincott's)> 등이 있었는데, 경제적 여유가 있는 지식인 계층을 독자로 하고 있었다. 그 외에도 책값이 훨씬 싸고 보다 대중적인 잡지들이 1890년대 초의 경제적 침체에 힘입어 구독자의 수를 늘리고 있었지만, 포스터 붐의 주역으로서 일류 디자이너들의 활동 무대가 되었던 것은 바로 앞에 언급된 잡지들이었다. 그리고 이러한 역할을 담당했던 소규모의 잡지로서 <챗북 (The Chap-Book)>과 <메아리 (The Echo)>, 그리고 <종달새 (The Lark)> 등을 꼽을 수 있을 것이다.

잡지 발행인들은 수 많은 독자들의 기호와 취향에 접근하기 위한 시도의 하나로서 일러스트레이션과 파격적인 텍스트가 있는 인쇄물들을 점차 늘려가는 한편, 책 자체를 광고하기 위한 포스터 제작의 필요성을 느꼈다. 서점 측에서도 역시 소비자들의 주의를 끌고 구매욕구를 조성하기 위한 인쇄 광고물이 필요했을 것이다. 이와 같은 연유로 <하퍼즈>와 <스크리브너즈>와 같은 두 주요 문학 잡지사에서는 1889년도 추수 감사절과 크리스마스 특집호를 위한 광고 포스터를 그라세(Eugène Gresset)와 리드(Louis J. Rhead)에게 의뢰하여 발행하였고, 국내 디자이너가 아닌 유럽의 작가에게 포스터 디자인을 맡기는 관행은 이후에도 몇 차례 이어지게 된

다.⁹⁾

1890년 11월에는 미국에서 처음으로 불란서 포스터전이 그롤리에 클럽(Grolier Club)의 후원하에 뉴욕에서 열리게 되었는데, 이 전시회는 매트 모간(Matt Morgan)류의 사실적이고 다소 진부한 포스터(그림 1)에 익숙한 사람들에게 새롭고 매력적인 시각적 경험을 부여했던 바, 특히 세레(Jules Chéret)와 그라세의 컬러풀한 포스터는 깊은 인상을 주었던 것 같다.¹⁰⁾ 그 다음해 말경이면 불란서의 포스터들은 런던과 브뤼셀에서와 마찬가지로 뉴욕에서도 매매되고 있었다.

2. 펜필드의 <하퍼즈> 포스터

일간지 <하퍼즈>의 발행으로 잘 알려진 <하퍼 앤드 브라더스 (Harper & Brothers)>사는 1893년초의 편집회의에서 중요한 결정을 내리게 되는데,¹¹⁾ <하퍼즈>를 광고하기 위한 플래카드를 매달 제작·발행하기로 결정하였던 것이다. 그 과정은 당시 이 회사의 젊은 일러스트레이터이자 미술 편집장이던 펜필드(Edward Penfield, 1866~1925)에게 맡겨졌다.

그 해 3월 첫선을 보인 펜필드의 <하퍼즈> 포스터는 몇 가지 점에서 그 때까지의 포스터와는 전혀 다른 새로운 면모를 보여 주는데, 하퍼즈를 가슴에 안은 채 흐뭇한 미소를 띠는 젊은 여인이 경쾌한 몸짓을 취하고 있는 모습이 그려진 포스터였다.(그림 5) 인물의 배경은 과감하게 생략되었으며, 그 달 잡지의 주요 내용에 대한 간단한 일람표조차 없이 단지 '하퍼즈 3월호'라는 표제만 큼직하게 쓰여 있을 뿐이다. 필시 여인은 이 잡지의 주요 독자인 상류층 여성의 상징적 존재로서, 그녀의 상쾌한 옷차림과 몸짓, 그리고 표정을 통해서 독자들은 봄의 문턱에 이른 계절의 싱그러움과 <하퍼즈>를 손에 쥔 여인의 행복감을 공유할 수 있었으리라 본다. 인물과 레터링의 처리에서 마치 스냅사진과 같은 가벼움과 비계획성을 느낄 수 있는 이 작품을 10년 전에 제작된 <하퍼즈 매거진>의 크리스마스호 포스터(그림 2)와 비교해 보면 그 현저한 변화를 한 눈에 느끼게 되는데, 지나치게 복잡하고 밀도있는 구성이나 사실적이고 디테일한 묘사, 화면 전체와 레터링에서 드러나는 장식적인 성격들이 <하퍼즈> 포스터에서 얼마나 과감하게 무시되고 생략·변형되어 있는지를 분명하게 알 수가 있는 것이다.

이와 같은 변화는 불과 일 이년 전에 발표된 포스터들과

5). Max Gallo, *The Poster in History* (New York : American Heritage Publishing Co., 1974), p.72.

6). Ibid., pp.75~76.

7). 당시 미국의 인쇄 출판업에 관한 상황은 Victor Margolin, *American Poster Renaissance*의 pp.33~45를 주로 참고하였다.

8). Harold F. Hutchison, *The Poster ; an illustrated history from 1860* (New York : The Viking Press, 1968), p.39.

9). Robert Koch, "Artistic Books, Periodicals and Posters of the 'Gay Nineties'", *Art Quarterly*, 25, no.4 (Winter 1962), pp.372~373. 한편 Rhead의 경우 이 즈음부터 미국에서 활동한 디자이너이지만, 원래 영국 출생으로 영국과 불란서에서 학업을 마쳤으며, Grasset와 같은 아르누보 작가들의 영향을 시사하는 장식적 성향이 짙은 일러스트레이션을 구사하고 있다.

10). Phillip Dennis Cate, "The French Poster 1868~1900", David W. Kiehl, *American Art Posters of the 1890s* (New York : The Metropolitan Museum of Art, 1987), p.57. : Victor Margolin, *American Poster Renaissance*, p.19.

11). <Harper's>는 주요 월간 정기간행물 중 가장 오래된 책으로서 1850년 Harper & Bros.에서 발행하기 시작하였는데, 영국 작가들의 소설을 연재하면서 명성을 얻게 되었다. Harper & Bros.에 의해 발행된 잡지들로는 그 외에도 <Harper's Weekly>, <Harper's Bazar>, <Harper's Round Table>, 그리고 <Harper's Young People>이 있었다.

비교하여 볼 때도 역시 읽을 수가 있는 것으로, 예를 들어 <성 니콜라스(St. Nicholas)>는 어린이를 대상으로 하는 잡지로서 리드가 디자인한 포스터인데(그림 3), 전체적으로 섬세한 필선에 의해 그려진 보다 구체적이고 사실적인 묘사와 삽화적인 분위기, 그 달의 주요 기사를 소개하는 문안의 삽입 등은 당시 일반화되어 있던 포스터의 양식적 특징들을 크게 벗어나지 않는 것이다. 또한 그라세가 1892년의 <하퍼즈 매거진> 크리스마스호를 위해 제작한 포스터의 경우(그림 4) 아르누보적 취향이 강하게 반영되어 있는 예로서, 화면의 밀도 높은 구성과 장식화, 일화적인 성격들은 펜필드의 <하퍼즈>와는 거리가 먼 것이라 하겠다.

그 다음달 <하퍼즈>는 새로운 플래카드를 내 보냈는데, 초록 빛의 의투에 모자를 쓴 한 사나이가 오는 비도 개의치 아니하고 어떤 잡지를 골똘히 읽고 있는 모습이 그려진 포스터였다. 글씨라고는 단지 '하퍼즈 4월호' 뿐인 이 포스터는 그 표현에 있어 역시 대담하고 단순하였으며 여기에 함축된 메시지는 매우 뚜렷한 것으로서, <하퍼즈>는 쏟아지는 비를 무릎쓰고라도 잡지 판매소에 걸어가 사 불만한 가치가 있는 책이라는 것이다.¹²⁾

이후 매달 신중하게 디자인된 펜필드의 새로운 포스터들이 발표되었으며, 이 작업은 6년간 계속되었다. 어떤 때는 그 달이 상징되는 속담 등을 시각적으로 표현한 것이었고 혹은 계절적인 행사를 소재로 한 예들도 있었다. 1894년 3월의 <하퍼즈> 포스터에서 펜필드는 <하퍼즈>를 읽는 사자와 배경에서 기다리고 있는 어린 양을 그리고 있는데(그림 6), "3월은 사자와 같이 와서 양처럼 지나간다"는 옛말을 은유적으로 표현한 일러스트레이션이라 하겠다. 이처럼 그의 포스터에는 동물들이 종종 등장되고 있으며, 인물을 둘러싸고 있는 단순화된 화면의 공간 속에 자연스럽게 일상성을 부여하면서 그의 유티있는 착상과 아이디어를 보다 친근감 있게 느끼게 하는 요소가 된다고 본다. (그림 6·7·10)

펜필드의 포스터에는 단순간결한 조형 가운데 유머가 담겨 있고 이러한 유머의 이면에는 그가 은밀하게 의도한 은유와 암시가 깃들여져 있는 바, 1894년 7월호 <하퍼즈> 포스터를 그 중 한 예로써 들 수 있을 것이다.(그림 8) 화면의 젊은 여인은 <하퍼즈>를 읽는데 열중하여 'JULY'라는 글자의 형태를 이룬 폭죽에 자신이 성년을 갖다 대고 있다는 사실을 의식하지 못하고 있다. 이 그림은 <하퍼즈> 7월호가 너무나 흥미진진한 기사들로 채워져 있음과 아울러 불꽃이

폭발하듯이 독자들의 기대와 인기를 모을 만한 책이라는 메시지를 암시하고 있다.

포스터의 주인공은 <하퍼즈>의 독자들인 부유한 상류층의 사람들로써 그들의 일상 생활 속에서 이 잡지를 지니고 있거나 혹은 골똘하게 읽고 있는 모습으로 묘사되었는데, 이러한 방식은 <리핀코츠> <스크리브너즈> <성 니콜라스>와 같은 다른 잡지들에 의하여 그대로 모방됨으로써¹³⁾(그림 11·12) 이 시기 미국의 잡지 광고 포스터의 표현형식에 있어 뚜렷한, 하나의 특징적 유형을 이루게 된다.

구성면에서는 한 두 사람만을 등장시켜 단순한 구성을 취하는 경우가 많고, 배경과 디테일을 적절히 생략함으로써 보는 이의 시선이 포스터의 주제가 되는 인물과 표제에 집중되도록 유도하였다. 평면적으로 처리된 인물의 형태는 획이 굵고 뚜렷하며 힘있는 윤곽선으로 강조되어 있는데, 이러한 특징들은 보나르 (Pierre Bonnard), 로트렉, 그리고 스타인렌 (Théophile-Alexandre Steinien) 등의 포스터를 연상시키는 것으로서 '묘사적 양식'이라는 개념하에 설명되기도 한다.¹⁴⁾

펜필드의 포스터에 대해서 불란서의 작가들, 특히 로트렉(그림 13)이나 스타인렌(그림 14)을 모방한 것으로 보는 견해도 있다.¹⁵⁾ 그러나 화면의 구성과 선묘에 있어 보다 자유분방하고 다양한 변화를 추구하는 로트렉의 포스터나 비교적 사실적이고 구체적인 묘사 위에 입각해 있는 스타인렌의 포스터들이 지니고 있는 개성은 펜필드의 그것과는 엄연히 달라서, 직접적인 관련을 맺고 있다고는 생각되지 않는다.

다만 펜필드가 당시 유럽의 많은 미술가들이 열중했던 일본의 목판화를 공부했다는 기록이 없고¹⁶⁾ 장식적인 꽃 패턴들을 부분부분 반복하는 섬세한 일본식 분위기와는 감각적으로 거리가 멀지만, 조형적 단순함과 평면성, 윤곽선의 강조, 그리고 그의 포스터에서 종종 구사되는 비대칭적 구도를 볼 때, 이러한 양식적인 성격들이 일본 우키요에 (浮世繪) 판화와 연계된 근대 회화와 포스터의 주요한 특성이었다는 점을 환기하게 되는 것은 사실이다.

한편 펜필드가 1895년, John Hilliard 라는 한 신문 편집자에게 쓴 편지가 몇 해 전 발견됨으로써, 그의 포스터를 이해하는데 전환점을 맞게 되었다. 이 편지의 내용에 의하면 펜

12). David W. Kiehl씨와 Roberta Wong씨, 그리고 Robert Koch씨는 <하퍼즈> 포스터의 연작이 4월호부터 시작되었다고 쓰고 있다. David W. Kiehl, "American Art Posters of the 1890s", *American Art Posters of the 1890s*, p.11. ; Roberta Wong, "Will Bradley and the Poster", *Metropolitan Museum of Art Bulletin*, v.30 (June/July, 1972), p.294 ; Robert Koch, "Artistic Books, Periodicals and Posters of the 'Gay Nineties'", p.373. 또한 Philip B. Meggs, 월간 디자인 편집부 역, 『그래픽 디자인의 역사』 (월간 디자인, 1985), p.241에서는 1894년 1월호가 첫 번째 포스터라고 하였다. 그러나 Victor Margolin, *American Poster Renaissance*의 p.19와 p.32를 보면 <하퍼즈> 포스터 시리즈가 1893년 3월에 이미 시작된 것으로 분명히 언급하면서 도면을 게재하고 있는 바(그림 5), 본문에서는 일단 그의 글에 따라 논지를 전개하였다.

13). Victor Margolin, *American Poster Renaissance*, p.31.; Philip B. Meggs, 월간 디자인 편집부 역, 『그래픽 디자인의 역사』, p.241.

14). Victor Margolin씨는 1890년대 미국 포스터의 양식을 세 개의 카테고리로 분류하여 설명하고 있다. 첫째는 Bradley와 Rhead 등으로 대표되는 장식적 (decorative) 스타일로서 전통적인 모델링을 무시하고 縷의 장식적 성격을 강조하되 낭만주의와 상징주의적 색채를 띠면서 불란서의 Grasset나 영국의 Beardsley와 친연성이 강한 류의 포스터를 뜻하며, 둘째로는 펜필드를 대표자로 하는 묘사적 (descriptive) 스타일로서 일상 생활의 리얼리티를 주제로 하면서 평면적인 공간과 강한 칼라, 윤곽선 강조 등의 실험적인 그래픽 요소들을 양식적 특징으로 하는 포스터, 마지막으로 Parrish류의 삽화적이고 설명적인 (illustrative) 스타일이라는 세가지 무류를 말한다. _____, *American Poster Renaissance*, p.25.

15). Ruth Walsh, "L'Affiche : The New Art Expression of the Late Nineteenth Century", M. A. Thesis (Columbia University, 1952), pp.75-77 ; Robert Koch, "Artistic Books, Periodicals and Posters of the 'Gay Nineties'", p.373.

16). Earl Rowland, "Edward Penfield : An American Master Illustrator" *American Artist* 22. 3 (March 1958), p.51과 p.60.

필드는 <하퍼즈> 포스터 시리즈를 시작하기 전까지 불란서 포스터를 본 적이 없었으며 로트렉이나 스타인켄의 포스터에 대한 지식이 전혀 없었다는 것으로서,¹⁷⁾ 그의 주장에 따르면 초기 <하퍼즈> 포스터가 독자적으로 창안되었을 가능성이 크다 하겠다. 1899년까지 이어진 <하퍼즈> 광고 포스터를 통해서 볼 때 펜필드는 배경과 디테일의 보다 과감한 생략, 왜곡 또는 과장이 없는 사실적인 표현, 그리고 주제에 대한 조용하고 차분한 접근 방식등에서 개성적 양식을 확립함으로써, 미국의 포스터가 목적이 단순하며 구성적으로 뛰어난 새로운 유포를 창시하는데 선구적인 역할을 담당하게 된다.

펜필드가 미국 포스터의 발전사에 있어 또한 의미있는 점은, 그가 포스터의 예술성과 창의성, 그리고 디자이너로서의 책임감을 뚜렷히 인식하고 있었다는 사실이다. 그는 첫 번째 <하퍼즈> 포스터에 이니셜로 사인을 넣었으며 두 번째는 그의 이름 전체를, 그 이후에는 이니셜이나 서명 또는 황소머리 모양의 로고를 기입함으로써, 작품에 서명을 남기는 전통을 시작하였다.¹⁸⁾ 포스터 화가들이 대체로 화상 (image)에 대한 관권을 소유하던 불란서와 달리 미국의 경우에는 서명을 하는 관례가 없었으며, 대신에 인쇄소나 출판사의 이름을 눈에 띄도록 인쇄하고는 했다. 예술적인 문제는 부차적인 문제였으며 포스터의 가장 중요한 목적은 그 상품의 판매 신장과 출판사의 수준이나 명성을 과시하는 데 있었다. 이러한 당시의 상황에 비추어 볼 때 펜필드의 서명행위가 시사하는 바 의미는 크다 하겠다.

3. 포스터의 유행

<하퍼즈> 광고 포스터가 보여 준 디자인 계획의 일관성과 새로운 조형적 특성들은 대중들의 주의와 관심을 끌게 되었다. 그것들의 성공은 당시의 <Publisher's Weekly> 의 기사를 통해서도 드러나는 바, <하퍼즈 앤드 브라더즈>社は 펜필드의 포스터들을 얻고자 하는 요청을 수없이 많이 받았다는 것이다.¹⁹⁾

이러한 현상에 경쟁지 편집인들이 주목하였음은 물론이며 그들 간에 경쟁은 시작되었다. <하퍼즈>의 성공에 자극을 받은 <리핀코츠>는 카르빌 (Will Carqueville)을 전문 디자이너로 고용하고, <하퍼즈>와 주제의 선택과 구성 등의 양식적인 면에서 너무도 유사한 디자인의 포스터들을 발행하였다. (그림 11·12) <스크리브너즈>와 <센츄리> 등의 다른 잡지사들은 여러 디자이너에게 이 일을 위탁했는데, 실험적인 성격이 강한 <하퍼즈>에 비해 상대적으로 온건하고 삽화적이며 설명적인 양식에서 크게 벗어나지 않는 경향을 보였다.²⁰⁾

17). David W. Kiehl, "American Art Posters of the 1890s", p.13과 p.20의註 2 참조.

18). Ibid., pp.13~14. : Ruth Walsh, "L'Affiche : The New Art Expression of the Late Nineteenth Century", p.77.

19). Roberta Wong, "Will Bradley and the Poster", p.294.

20). Victor Margolin, *American Poster Renaissance*, p.33.

정기 월간간행물들의 전례를 따라 <잡북> <메아리> <종달새>와 같은 소잡지들도 매달 포스터를 제작하기 시작했다. 이들 소규모 잡지의 선두주자는 역시 <잡북>이었는데, 1894년 5월에 출발하여 내용의 독자성과 포맷의 차별화에 역점을 둔 결과 곧 인기를 얻게 된 대중적 저널이었다. <잡북>의 발행회사인 <스톤 앤드 김블>은 당시 시카고의 젊은 디자이너였던 브래들리에게 일련의 포스터들을 제작하는 기회를 주었으며, 그 결과 모습을 드러낸 그의 대담한 아르누보적 디자인은 큰 반향을 일으키게 된다(그림 15·16).

정기 간행물을 필두로 시작된 광고 포스터의 경쟁은 소설을 비롯한 책들을 홍보하는 포스터로 이어졌는데, 이는 당시에 잡지를 발행하는 출판사들 중 많은 수가 책도 역시 펴내고 있었던 사정을 감안하면 당연한 현상이라 하겠다.²¹⁾ 포스터에 등장하는 인물이 주로 여성인 경우가 많은 점도 잡지나 문학서적의 독자층 상당수가 여성이었던 사실과 어느 정도 관련이 있을 것이다.²²⁾

이와 같이 <하퍼즈>를 불써로 당겨진 포스터의 열기는 출판업자들과 독자들을 중심으로 점차 가열되어 갔다. 재능있는 디자이너를 발굴하고 대중들의 관심을 유도하기 위한 포스터 콘테스트가 자주 열렸으며, 이것은 수상자에게 실속있는 많은 상품과 인기를 안겨 주는 좋은 기회가 되었다. 특히 1895년 센츄리사에서 <센츄리>잡지의 한여름호를 위한 포스터 디자인 대회를 주최하였을 때는 무려 700여점의 작품이 응모하여 화제가 되었다.²³⁾

포스터 제작은 거의 3백만불에 달하는 자본 투자 규모의 큰 사업이 되었고 포스터 제작에만 매달려 유지되는 회사들이 약 스무군데 있었다. 포스터 수집은 1896년경 절정에 달했는데, 그해 뉴욕에서는 포스터에 관한 기사를 전문적으로 다루는 정기 간행물들이 창간되었던 바, <포스터 (The Poster)>와 <포스터 로어 (Poster Lore)>가 그것이다. 이들 잡지의 발표에 의하면, 당시 미국에 줄잡아 6,000명의 포스터 수집가가, 그리고 캐나다에 1,000명 정도의 수집가가 있었다고 하는데, 그 중에는 1,000종의 포스터를 모은 이들도 있었다는 것이다. 이들이 새로운 포스터 디자인에 대한 예술적 인식보다는 수집 자체의 완전함에 더 흥미를 가졌는지의 여부는 분명하지 않은데, 파리에서 극성스런 수집가들이 밤 사이에 축축한 스폰지를 사용하여 벽에 붙어 있는 세례의 포스터를 손에 넣고는 했다는 진풍경을 떠올리게 된다. 이미 유럽과 파리를 휩쓴 포스터에 대한 관심과 수집열은 이제 미국의 전역으로 확대되며 계속되었다.

센츄리사의 포스터 디자인 대회가 열렸던 1895년경이면 포스터의 유행은 만연되고 거의 일상 생활화되어 갔던 듯하다. 이러한 사정은 당시에 유행했던 '포스터 파티'의 풍조에서 단적으로 증명되고 있는데, 파티에 초대된 여성 손님들은 어떤 특정의 신문이나 잡지 포스터에 나오는 인물처럼

21). David W. Kiehl, "American Art Posters of the 1890s", p.17.

22). Max Gallo, *The Poster in History*, p.76.

23). 이 대회에는 불란서 작가들도 많이 참여하였으며 Lautrec도 그 중의 한명이었다고 한다. Ruth Walsh, "L'Affiche ; The New Art Expression of the Late Nineteenth Century", p.39.

웃을 차려 입고 오도록 요청되었다. 파티를 하는 동안 여인들이 각기 포우즈를 취하면 다른 손님들은 그녀가 상징 또는 묘사하는 포스터를 알아 맞혀야 했다는 것이다.²⁴⁾

발행인들은 포스터의 대중성과 인기를 실감하고 잡지를 구독하는 사람들에게 포스터를 덩어리로 얹어 줌으로써 구독률을 올리고자 하는 한편, 수집가에게 팔기 위한 여분의 포스터들을 인쇄하기도 했다.²⁵⁾ 그리고 이러한 포스터의 대유행은 이 시기에 책과 잡지의 표지 디자인이 급속한 변화와 발전을 이루게 되는 사실과 밀접한 관련을 맺고 있는 것이다.

III. 표지 디자인의 변화

1. 브래들리의 <인랜드 프린터>와 표지 디자인의 변화

19세기 후반의 미국의 책, 소설, 시, 에세이 모음과 같은 책들은 대체로 밝은 색의 천들로 장식되었다. 표지에는 금이나 은, 혹은 컬러로써 주로 비구상적이고 장식적인 도안이 적혀 있었는데, 1890년이면 이러한 표지장식들이 고급화되는 추세가 자리를 잡게 된다. 표지 디자인의 제작은 일반적으로 <스크리브너즈>의 디자인으로 잘 알려진 암스트롱 (Margaret Armstrong)과 같은 이 분야의 전문가들이 맡았으나, 그들의 역할이 표지 디자인에 한정되어 있었기 때문에 책 안쪽 지면의 디자인과는 시각적 통일감이나 일관성이 결여되었다.(그림 19) 켈블(E. W. Kemble), 러셀 (C. H. Russell) 그리고 깁슨 (Charles Dana Gibson)과 같은 일러스트레이터들은 상당한 명성을 누렸으며 그들의 작품은 매우 인기가 있었다. 그러나 그들 일러스트레이션의 사실적인 스타일은 표지나 그 책을 광고하는 포스터의 디자인과는 거의 관계가 없었던 것이다.²⁶⁾

포스터 붐이 정점에 달했던 1890년대 중엽 경이면 포스터 스타일의 영향이 일러스트레이션 뿐만 아니라 책의 표지 디자인에도 조금씩 나타나고 있었으나, 일부 진보적인 취향에 속하는, 아직은 예외적인 존재였다.²⁷⁾ 한편 대부분의 정기 간행물들은 디자인의 형식과 구성에 변함이 없는 '스탠더드 커버'로 발행되고 있었다. 따라서 펜필드나 카크빌이 그린 많은 광고 포스터에 등장하는 인물들이 막상 들고 있는 <하퍼즈>나 <리핀코츠>, <칩북>과 같은 잡지들을 보면, 바로 이

러한 스탠더드 커버로 되어 있음을 알 수 있다. 그것들은 오늘날에도 스탠더드 커버의 전통을 이어 오고 있는 대부분의 학술 저널들에서 느껴지는 품위는 있을 지 모르겠으나, 독자들의 흥미를 끌기에는 역부족이었을 것이라고 생각된다 (그림 5~9, 11·12, 17·18)

스탠더드 커버로 일관하던 잡지계에 새로운 움직임이 일기 시작한 것은, 1894년 브래들리 (William H. Bradley, 1868~1962)가 <인랜드 프린터 (The Inland Printer)>의 표지 디자인을 의뢰받으면서 부터의 일이다. <인랜드 프린터>는 시카고 인쇄업자들의 저널로서, 인쇄기의 진보라든지 활자판 잉크 등의 인쇄에 관한 여러 가지 내용과 정보를 실는 간행물이었다.

브래들리는 열 한 살의 어린 나이에 인쇄 견습공으로부터 출발하여 차근차근 실무를 익히고 경력을 쌓아 온 젊은 디자이너로서, 그의 열심과 재능이 결국 시카고 출판인들의 주목을 받게 되면서 이 일을 맡기 두 해 전인 1892년부터 프리랜서 디자이너로서 활동해 오고 있었다.²⁸⁾

<인랜드 프린터>의 발행자측에서는 물론 당시의 관례에 따라 하나의 영구적인 스탠더드 커버를 디자인해 달라고 요청하였고, 처음에 브래들리는 이 요구에 따라 디자인을 했던 것 같다.²⁹⁾ 그러나 곧 브래들리는 발행업자에게 매 호마다 디자인을 바꿀 것을 제안하고 그들을 설득하였다.

이러한 아이디어는 영국의 비어즐리 (Aubrey Beardsley, 1872~1898)가 자신이 미술 주임으로 일하던 계간 문예지 <옐로우 북 (Yellow Book)>을 위한 표지를 매 호마다 바꾸는 데서 착상된 것으로 보인다.³⁰⁾ (그림 20) <옐로우 북>은 19세기 말의 영국 문예지의 상징적인 존재로서 비어즐리의 일러스트레이션으로 인해 더욱 화제를 몰고 왔던 계간지였던 바, <코퍼랜드 앤드 데이 (Copeland & Day)>를 통해서 보스톤에서도 출간되고 있었으므로,³¹⁾ 브래들리가 이 책의 디자인을 관심있게 지켜보고 있었으리라고 쉽게 짐작 할 수 있다.

실제로 브래들리는 비어즐리의 주요 드로잉 작품을 상당수 소장한 수집가였으며,³²⁾ 흔히 '미국의 비어즐리'라고 표현되기도 한다. 또한 그에 관한 많은 글들에 정도의 차이는 있지만 비어즐리와 친연성이 반드시 거론되어 있음을 본다. 두 사람의 작품을 비교하여 볼 때 그가 조형적인 면에

24). Victor Margolin, *American Poster Renaissance*, p.21. : Roberta Wong, "Will Bradley and the Poster", p.296.

25). Victor Margolin, *American Poster Renaissance*, p.20.

26). Nancy Finlay, "American Posters and Publishing in the 1890s", pp.46~47. : 1890년대에 들어서 <Stone & Kimball>과 <Copeland & Day>와 같은 출판사를 중심으로 에디토리얼 디자인에 있어서의 전반적인 발전이 이루어진 바 있으나, 본고에서는 포스터와 관련하여 표지 디자인에 한해서만 언급하기로 한다. 이 시기 표지 디자인의 경향에 대해서는 Nancy Finlay, *Artists of the Book in Boston 1890~1910* (Cambridge, Mass : Harvard College Library, 1985) : Laurie W. Crichton, *Book Decoration in America 1890 - 1910* (Williamstown, Mass : Williams College, 1979) pp.6~25. : Charles Rosner, *The Growth of the Book-Jacket* (Cambridge, Mass : Harvard University Press, 1954), pp.14~17.

27). Nancy Finlay, *Artists of the Book in Boston 1890~1910*, p.11. : _____, "American Posters and Publishing in the 1890s", p.50.

28). Robert Koch, "Will Bradley", *Art in America*, 50, no.3 (fall 1962), p.78.

29). 이 일에 관해 언급한 글들을 보면 브래들리가 <인랜드 프린터>의 표지 디자인을 의뢰받았을 당초부터 매 호마다 디자인을 바꿀 것을 주장하였다고 쓰여 있다. 그런데 Victor Margolin씨의 글에 의하면 브래들리는 일단 그들이 요구하는 대로 스탠더드 커버를 디자인했던 것으로 되어 있다. _____, *American Poster Renaissance*, p.26.

30). Nancy Finlay, "American Posters and Publishing in the 1890s", p.48. 한편 Harold F. Hutchison씨는 *The Poster : an illustrated history from 1860*, p.39에서 저널의 표지 디자인을 매 호마다 바꾸는 전통이 미국에서 시작된 것이라고 말하고 있으나, <옐로우 북>이 1894년 4월에, <인랜드 프린터>가 같은 해 5월에 이같은 관례를 시작한 사실을 염두에 둘 때 논자의 설득력이 부족하다고 본다.

31). 『ピアズリーとロンドン』, アル・ヌーヴォー — の世界 4 — 黒の曲線 (東京 : 學習研究社, 1987), p.30의 도판 (본고의 그림 20) 및 p.36 참조.

32). A. E. Gallatin, *Aubrey Beardsley, Catalogue of Drawing and Bibliography* (New York : Grolier Club, 1945), p.3. Ruth Walsh, "L'Affiche : The New Art Expression of the Late Nineteenth Century", p.69에서 재인용.

서 비어즐리의 평면적 형태, 검은 선의 장식적 효과와 풍부한 표현력, 그리고 선의 흐름을 능숙하게 구사하는 그래픽 테크닉에 깊은 관심을 갖고 그러한 요소들을 자신의 작품에 적용하고 있음을 알 수가 있다. 그러나 브래들리의 경우, 비어즐리 일러스트레이션 (그림 21·22)의 특징적 성격인 외설적인 묘사와 환상, 피기한 분위기,³³⁾ 그리고 악마주의적인 풍자는 별로 보이지 않으며, 리드미컬한 형태와 시적 표현성에 대한 관심과 아울러 선과 색채의 사용에 있어 보다 힘이 있고 온건한 표현으로 나아가고 있다고 생각된다.

여러분 발행업자들에게 대한 브래들리의 제안은 결국 받아들여져서 1894년 5월부터 <인랜드 프린터>의 표지에는 매호마다 아름답고 리드감있는 선의 흐름을 지닌 윤곽선과 면의 분할에 있어 흑과 백의 조화된 균형감을 보여 주는 그의 디자인들이 실리게 되었다(그림 23~25). 브래들리는 <첩북>을 위한 포스터들과 <인랜드 프린터>의 표지 디자인을 비롯한 일러스트레이션 활동을 통해서 미국에 본격적인 아르누보 그래픽을 보급한 인물로서 중시되고 있는 디자이너이다. 이제 그가 <인랜드 프린터>를 통해 표지 디자인의 새로운 장을 열었다는 점에서, 미국 근대 디자인의 발전에 기여한 그의 업적은 보다 비중있게 조명될 수 있는 것이라고 본다.

이렇게 해서 미국에서도 문예지나 잡지와 같은 정기 간행물의 표지를 매호마다 바꾸는 전통이 시작되었고, 이러한 아이디어는 일부 소규모의 잡지들에 의하여 재빨리 채택되었다.³⁴⁾ 그러나 아직도 대부분의 잡지들은 종래의 스탠더드 커버를 고집하였다. 그리고 그들이 이 새로운 관례를 따르게 된 결정적 계기는, 당시의 포스터를 둘러싼 여러 정황과의 관계하에서 파악될 수 있는 것이다.

2. 포스터 붐의 퇴조와 표지 디자인의 발달

1890년대 중반경 절정을 이루었던 포스터의 열기는 몇 년 지속되지 못하고 곧 수그러들게 되는데,³⁵⁾ 미국에서 극단적으로 보였던 포스터의 인기와 퇴조라는 상반된 현상을 이해하려면, 먼저 책과 잡지의 광고 포스터들이 광고물로서 분배되고 또 수집되었던 상황이 거론되어야 할 것이다.

이 시기의 출판물을 위한 포스터들은 원래 서점이나 신문·잡지를 판매하는 매장에 전시하기 위하여 제작되었다. 이따금 시내의 전차에 설치하려고 디자인 되기도 했지만, 그 외에 거리의 벽이나 광고판에 부착되는 일은 좀처럼 드물었다. 앞장에서도 언급했듯이, 발행인들은 포스터 수집가들 위한 품목으로서 여분의 포스터를 인쇄하기도 했고, 잡지의 구독자에게 포스터를 무료로 끼워 줌으로써 독자들의 호감

33). 비어즐리 자신도 '그로테스크'한 성격이야말로 자기 작품의 개성이자 본질이라고 스스로 규정한 바 있다. Haldane MacFall, *Aubrey Beardley* (New York : Simon and Schuster, Inc., 1927)의 첫 페이지, Ruth Walsh의 앞 논문, p.66. 재인용.

34). 이들 소잡지의 예로 <The Red Letter> <Miss Blue Stocking>을 들 수가 있고, 이후 Bradley가 펴낸 소규모 저널 <Bradley : His Book>에서도 매호 표지를 바꾸었다.

35). Mable Key, "The Passing of the Poster" *Brush and Pencil* 4. 1 (April, 1899), p.12.

을 얻으려 했다. 또한 책을 사면 포스터를 덤으로 얻어 주겠다는 선전을 하여 사람들을 유인하기도 했다.³⁶⁾ 여하튼 발행인들이 포스터를 제작하는 목적이 어디까지나 책과 잡지의 판매를 촉진하고 활성화하는데 있었음은 물론이다.

그러나 출판사측에서는 이러한 원래의 의도와는 어긋나는 결과를 맞게 되었다. 우선 출판사마다 광고 포스터를 만들어 내자 막상 이것을 벽에 부착해 주어야 하는 서점측에서는 이 크고 많은 포스터들을 다 감당해 낼 수가 없었던 것이다.³⁷⁾ 더욱이 신문·잡지의 판매업자들은 많은 사람들이 책보다는 포스터를 얻는데에 더 관심을 기울인다는 사실을 깨닫자, 그것들을 진열하는 대신 팔기 시작하였으며 서점들도 이러한 행태를 따르게 되었다. 따라서 그렇게 많은 광고 포스터들이 제작·배포되었음에도 불구하고 실제로는 책과 잡지의 판매율을 신장시키는데 별로 도움이 되지 못했던 것이다. 상황이 이렇게 되자 광고적 수단으로서의 포스터에 대한 출판업자들의 관심과 열의는 식기 시작했다.³⁸⁾

여기서 주목되는 사실은, 마침 이 때는 포스터와 같은 디자인들이 <인랜드 프린터>의 새로운 디자인 계획에 고무된 책의 표지나 자켓에, 그리고 대부분의 잡지 표지에 마찬가지로 나타나기 시작하던 시기이기도 하다는 점이다. 이제 발행인들은, 사람들의 주의를 끌고 관심을 유도하기 위한 아이캐처 (eye catcher)로서의 디자인이 별도의 포스터가 아닌 표지 자켓에 있다면, 그 디자인을 얻고자 하는 사람들이 잡지를 사게 되리라는 점에 착안하였다.³⁹⁾ 이 시기의 잡지 표지들이 양식적으로 포스터에 매우 유사한 현상을 보이는 이면에는 그와 같은 이유가 있었던 것이다(그림 26·27). 1890년대 중반에 그토록 유행했던 포스터처럼 책의 표지를 꾸미고 잡지의 매호마다 표지를 바꾸는 관례는 1890년대의 후반에 더욱 일반화되었다.⁴⁰⁾

표지 디자인이 지니는 광고적 가치가 강조되면서, 아울러 책을 끼워 보관하는 '북 자켓 (book jacket)'이 광고 지면으로서 보다 적극적으로 활용되게 되었다. 그 때까지의 북 자켓이란 책이 서점에서 진열되고 운반되는 과정에서 책을 보호하기 위한 초보적인 개념의 패키지의 수준에 머물러 있었던 듯, 셀로판지 비슷한 투명 종이인 글라신紙 (glassine)나 아무것도 인쇄하지 않은 종지로 만들어 지는 것이 일반적인 경향이었다. 그러나 북 자켓을 종지로 만들고, 혹은 여기에

36). Victor Margolin, *American Poster Renaissance*, p.19~20. : Nancy Finlay, "American Posters and Publishing in the 1890s", p.50~51.

37). Nancy Finlay, "American Posters and Publishing in the 1890s", p.51.

38). *Ibid.*, pp.51~52. : Victor Margolin, *American Poster Renaissance*, p.20.

39). 이하 본고의 내용에 있어 필자는 Nancy Finlay씨의 연구 결과에 동의하고 그의 논지를 그대로 따르고자 한다. _____, "American Posters and Publishing in the 1890s", pp.52~54.

40). *Ibid.*, p.52. 또한 1890년대 중엽경 이미 일부 소규모 문학 출판사에서는 책 표지와 포스터를 같은 디자인으로 사용하기도 했다. Finlay씨는 포스터의 스타일을 표지 디자인에 그대로 적용하기 수월했던 이유 가운데 하나로 이 시기 미국 포스터의 양식적 특징인 대담하고 획이 굵은 윤곽선과 넓고 평면적인 색면이 책 장식의 요구에 이상적으로 어울렸기 때문이라는 점을 지적하고 있으나 이것은 일부 경우에만 적용될 수 있는 해석이라고 본다. _____, *Artists of the Book in Boston 1890-1910*, p.11.

다시 종이 띠를 둘러서 다른 책의 타이틀을 선전하는 광고 지면으로 활용하는 관례가 시작되었다. 신간 서적에 대한 서평 중의 한 두 구절을 인용한다든지 그 책에 대한 추천사 등을 인쇄함으로써 홍보하는 광고 띠 (blurb)의 이용이 세기의 전환기를 즈음하여 일반화되고 널리 유행하면서 오늘날에 이르게 되었다.⁴¹⁾

포스터가 하던 역할을 책과 잡지의 표지와 자켓들이 담당하게 되자, 출판업자들과 독자들, 그리고 수집가들이 지녔던 포스터의 의미는 그만큼 퇴색되어 갔다. 포스터들은 쇠퇴하기 시작하였으며, 사람들의 수집열에 부응하여 큰 호황을 누리던 포스터 산업은 수그러들게 되었다. 1900년 이후 일부의 큰 회사들은 책과 잡지의 포스터 발행을 계속했으나 1890년대 만큼 열렬하게 수집되지는 않았다.

IV. 맺음말

1890년대 중반의 미국은 여러 가지 면에서 포스터의 '르네상스'를 맞이했다. 이러한 부흥과 발전은 포스터의 외형적인 양적 팽창에 있어서는 물론이고 보다 미학적이고 내용적인 측면에도 해당되는 진정한 전성기였다.

포스터에 대한 대중들의 뜨거운 관심과 열기는 이미 유럽, 특히 파리에서 보였던 현상으로서, 당시 유럽 문화권의 영향에서 완전히 자유롭지는 못했던 실정을 감안하면, 한 발 늦게 도착하긴 했지만 유럽을 한 차례 휩쓴 포스터의 열풍이 미국을 그냥 지나치지 않은 사실은 오히려 자연스럽게 생각되기도 한다. 다만 19세기 말의 미국이라는 사회적 환경안에서 포스터 산업의 중심점은 출판업이 되었다는 점이 특이하다. 이 점은 일례로 연극이나 무용 등의 공연, 혹은 카페나 화랑 등의 광고를 통해 다양한 주제를 보여 주며 전개되었던 볼란서의 경우와도 비교할 때 대조적인 특징이라 하겠다. 따라서 미국의 경우 포스터 산업의 팽창과 대중적 인기, 그리고 포스터 붐의 퇴조라는 현상들이 출판업계의 여러 현황과 직접적으로 맞물려서 전개되어 가는 것을 볼 수 있었다.

또한 펜필드의 <하퍼즈> 광고 포스터는 당시 디자인 계획의 일관성과 조형적 단순함으로 인해 크게 주목되고 유사한 스타일의 포스터들이 양산되는 계기를 마련하였는데, 주제와 구성이 단순명료하고 사실적이며 차분한 표현이 돋보이는 미국적 포스터의 특성을 대변하고 있다고 본다.

포스터 미술의 성장과 대중화, 그리고 양식적 독자성 확립이라는 두 가지 점 외에 주목되는 것은 표지 디자인에 있어 이루어진 발전적 변화였다. 브래들리는 <인랜드 프린터>를 통해서 기존의 스탠더드 커버를 지양하고 매 호마다 표지를 바꾸는 디자인 계획을 시도하였는데, 이것이 당시의 포스터 수집을 둘러싼 여러 가지 상황과 연계되어 포스터 붐이 퇴조되는 현상을 가속화하고 있음은 재미있는 현상이라 하겠다.

20세기에 들어서서도 예술적 광고 포스터들은 계속해서 제작되었고, 포스터의 주요 후원자는 출판업이 아닌 제조업자들이 되었다. 1890년대와 같은 포스터 열기를 느낄 수는 없게 되었지만, 이 시기에 터득되고 세련된 디자인 원리와 방법들은 20세기 디자인의 발전에 디딤돌이 되는 의미를 갖는다 하겠다.

참 고 문 헌

- Ades, Dawn. *Posters : The 20th-Century Poster. Design of the Avant-Garde*. New York : Abbeville Press Publishers, 1984.
- Allner, Walter. "Booksellers Posters in the Romantic Era", *Graphis* IV, no.22 (1948), pp.123~127.
- Barnicoat, John. *Posters*, 정시화 역, 『포스터 디자인사』, 미진사, 1979.
- Black Mary. *American Advertising Posters of the Nineteenth Century*. New York : Dover Publications, 1976.
- Crichton, Laurie W. *Book Decoration in America 1890-1910*. Willamstown, Mass : Williams College, 1979.
- Finlay, Nancy. *Artists of the Book in Boston 1890-1910*. Cambridge, Mass : Harvard College Library, 1985.
- Gallo, Max. *The Poster in History*. New York : American Heritage Publishing Co., 1974.
- Hutchison, Harold F. *The Poster : an illustrated history from 1860*. New York : The Viking Press, 1968.
- Key, Mable. "The Passing of the Poster", *Brush and Pencil* 4. 1 (April 1899), pp.12~19.
- Kiehl, David W. *American Art Posters of the 1890s*. New York : The Metropolitan Museum of Art, 1987.
- Koch, Robert. "Will Bradley", *Art in America*, 50, no.3 (Fall 1962), pp.78~83.
- _____ "Artistic Books, Periodicals, and Posters of the 'Gay Nineties'", *Art Quarterly* 25, no.4 (Winter 1962), pp.370~383.
- Margolin, Victor. *American Poster Renaissance*. New York : Watson - Guptill Publications, 1975.
- Meggs, Philip B. *A History of Graphic Design*, 월간 디자인 편집부 역, 『그래픽 디자인의 역사』, 월간 디자인, 1985.
- Rosner, Charles. *The Growth of the Book Jacket*. Cambridge, Mass : Harvard University Press, 1954.

41). Nancy Finlay, "American Posters and Publishing in the 1890s", pp.53~54.

- Rowland, Earl. "Edward Penfield : An American Master Illustrator" *American Artist* 22. 3 (March 1958), pp.46~51, 60~64.
- Sembach, Klaus - Jürgen, *Art Nouveau*. Köln : Benedikt Taschen, 1991.
- Walsh, Ruth. "L'Affiche : The New Art Expression of the Late Nineteenth Century". M. A. Thesis, Columbia University, 1952.
- Wong, Roberta. "Will Bradley and the Poster", *Metropolitan Museum of Art Bulletin*, v.30 (June/July 1972), pp.294~299.
- 『ピアズリーとロンドン』, アル・ヌーヴォーの世界 4 — 黒の曲線, 學習研究社, 1987.

도판목록

1. 모간, 영국 포스터, 1891년경.
2. <하퍼즈 매거진>의 성탄절호 포스터, 1883년.
3. 리드, <성 니콜라스> 포스터, 1891년 5월.
4. 그라세, <하퍼즈 매거진>의 성탄절호 포스터, 1892년.
5. 펜필드, <하퍼즈> 포스터, 1893년 3월.
6. 펜필드, <하퍼즈> 포스터, 1894년 3월.
7. 펜필드, <하퍼즈> 포스터, 1895년 10월.
8. 펜필드, <하퍼즈> 포스터, 1894년 7월.
9. 펜필드, <하퍼즈> 포스터, 1897년 2월.
10. 펜필드, <하퍼즈> 포스터, 1897년 6월.
11. 카크빌, <리핀코츠> 포스터, 1894년 12월.
12. 굴드, <리핀코츠> 포스터, 1896년 12월.
13. 로트렉, <젍북> 포스터, 1896년.
14. 스타인렌, <거리>, 1896년.
15. 브래들리, <젍북> 포스터, 1894년.
16. 브래들리, <젍북> 포스터, 1895년.
17. 블랙턴, <젍북> 포스터, 1895년.
18. <젍북>의 표지 디자인, 1894년.
19. 암스트롱, <혼 선장의 모험담>의 표지 디자인, 1895년.
20. 비어즐리, <엘로우 북>의 표지 디자인, 1894년 7월.
21. 비어즐리, <살로메> 일러스트레이션, 1894년.
22. 비어즐리, <살로메> 일러스트레이션, 1894년.
23. 브래들리, <인랜드 프린터> 표지 디자인, 1894년.
24. 브래들리, <인랜드 프린터> 표지 디자인, 1895년경.
25. 브래들리, <인랜드 프린터> 표지 디자인, 1895년경.
26. 리드, <엘로우 북>의 표지 디자인, 1897년.
27. 삭커, <모자와 가운>의 표지 디자인, 1897년.



그림 1

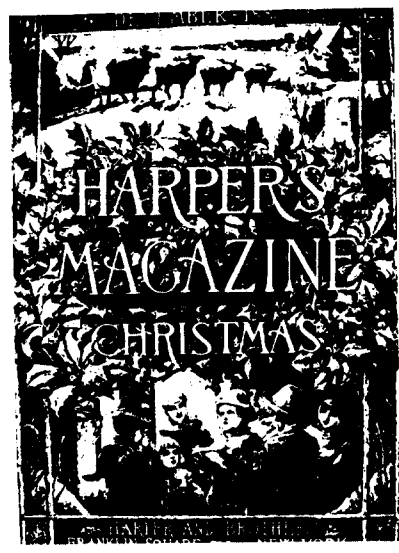


그림 2

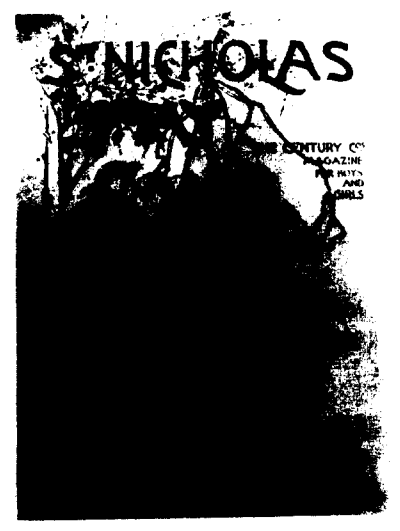


그림 3



그림 4



그림 5



그림 6



그림 7



그림 8



그림 9



그림 10



그림 11

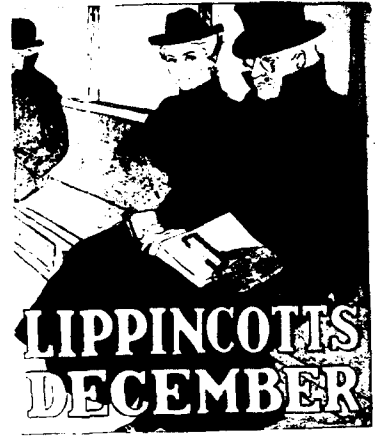


그림 12

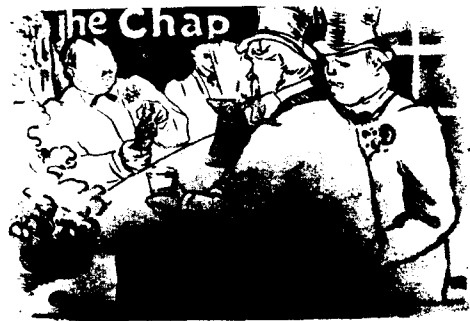


그림 13



그림 14



그림 15



그림 16



그림 17

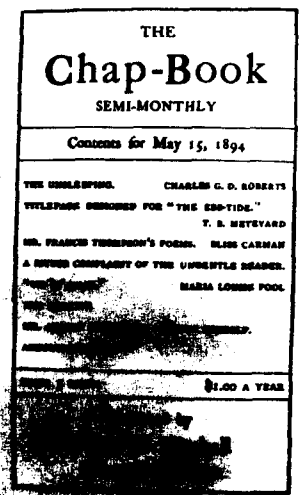


그림 18

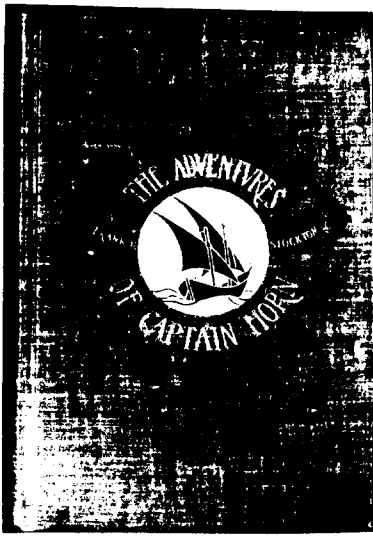


그림 19



그림 20



그림 21



그림 22



그림 23



그림 24



그림 25

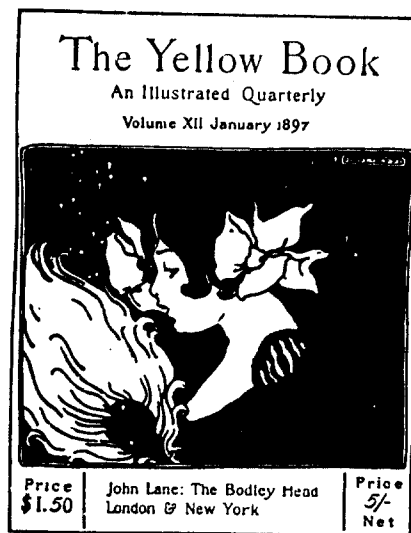


그림 26



그림 27