

2000년대 패션에 나타난 팝아트의 특성 연구

최수아* · 김민자**

서울대학교 대학원 의류학과 박사과정* · 서울대학교 의류학과 교수**

A Study of Pop-art Fashion, from the 1960's to the Present

Sooah Choi* · Min-Ja Kim**

Doctoral Course, Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University*

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National University**

(투고일: 2008. 6. 17, 심사(수정)일: 2008. 8. 22, 게재확정일: 2008. 9. 10)

ABSTRACT

The purpose of this study is to acquire clear understanding of classic Pop art, and furthermore, how it evolved within the art and fashion industries in relations until present days. Throughout the studies, it was inevitable to find that there needs to be additional traits to Richard Hamilton's famous quote regarding the definition; "Pop Art is: Popular, transient, expendable, low cost, mass produced, young, witty, sexy, gimmicky, glamorous, big business." Distinctively, though Pop art is continually evolving, sustaining, costly, authentic, and, adaptable for all ages. Pop art's varying influence continued, and Neo-pop, Japanese Neo-pop, les Nouveaux pop, Post-pop art appeared with progression. These transformed Pop arts share similar contexts with the Classic Pop art; and yet, it is inevitably more narrative, and has diversity in sources and expressions. If the Classic Pop art's been mostly flourished in the United States, new Pop arts are well established in various countries with individualities.

Indeed, Pop art influenced the fashion world with attempted young and sexy looks with pastiche characters. In the 1960's, "Mods", "Teddy Boys", and "Hippie" styles became popular, and fashion trend started trickling up. Various usages of fabrics and uncommon materials were popularized due to the advanced technology and Pop art. Recently: 1) classic Pop art's been directly applied to fashion, 2) it's been reflected in more various motives and techniques 3) Neo-pop artists and designers were involved with collaborative efforts. Undoubtedly, Pop art still remains popular for those who seek for fun; and so-called "Kidult" and "Peter-Pan syndrome" are closely correlated to the fundamentals of Pop art.

Key words: popular art(팝아트), neo-pop art(네오-팝아트), les nouveaux pop(누보 팝), post-pop art(포스트모던 팝아트), kitschy(키치), pastiche(혼성모방)

I. 서론

“팝아트(Popular Art)”는 하나의 스타일이 아니며 하나의 예술가 집단에 의한 예술운동도 아니다. 1956년에서 1968년 사이 초 절정을 이룬 팝아트는 대중에게 근접하기 쉽게 제시되었던 소재 선택에도 불구하고, 이미지와 내용을 깊이 살펴볼 때 당시시대를 반영하는 중요한 역할을 하였음을 알 수 있다. 팝아트는 산업문명이 시작된 시점에서 현재로 이어지는 연결고리이며 모더니즘에서 포스트모더니즘으로 흘러가는 역사의 흐름에 없어서는 안 될 필연적인 예술운동이었다. 팝아트는 단순히 전통예술 양식의 틀을 거부하거나 60년대 초까지 지배적이던 추상표현주의에 반(反)한 미술양식이 아닌 선행된 예술 활동을 예민하게 의식한 움직임이었다. 따라서 팝아트는 미래주의, 다다이즘, 초현실주의 같은 기존의 미술사조에 의존하며, 상업성의 도입을 가능하게 했다.

“‘팝’은 모두를 위한 것이며(Warhol, 1967), ‘팝’은 절대 사라지지 않는다.”¹⁾ 팝의 인기는 즉각적이었던 동시에 오래 지속되었고, 많은 사람들로 하여금 예술을 심각하게 생각하도록 만들었다.²⁾ 초기 단기적 문화현상으로 추측되던 팝아트는 비단 회화 뿐 아니라 거리 미술, 음악, 건축, 가구, 패션, 영화, 광고, 자동차, 네온사인, 문신 등 다양한 분야에 지속적으로 영향을 미쳤다. 예술가는 여전히 팝아트의 영향을 받고, 미술관은 여전히 팝을 소재로 한 작가들의 작품전시회에 관심을 갖는다.³⁾ 패션과 예술과 문화가 밀접한 관련성이 있다는 것은 이미 많은 연구를 통해 증명되었다. “특정한 예술의 지적 개념이나 양식은 모든 예술이나 문화에 보여 지는 문화적 일치성을 공유”⁴⁾ 하며, 패션 또한 동시대 예술의 주제나 기법에 영향을 받는다. 1960년대 대중예술로서 젊은 층을 중심으로 확산된 팝아트는 “입센로랑(Y. S. Laurent), 메리 콰트(Mary Quant), 잔드라 로드(Zandra Rhodes), 루디 게른라이흐(Rudi Gernreich), 파코 라반(Paco Ravanne), 피에르 가르탱(Pierre Cardin)”⁵⁾ 등 많은 패션디자이너들에게 영감을 주었다. 앞서 언급된 팝아트의 지속적인 생명력을 입증하기도 하듯 1980년대에는 “엘리자베스 드센빌(Elizabeth Desenneville),

스테판 스프라스(Stephen Sprouse), 카스텔바자크(Castelbajac), 케서린 햄넷(Katharine Hamnett)”⁶⁾이 팝아트 이미지의 디자인을 선보였다. 이렇듯, 예술가와 디자이너의 팝아트에 대한 관심은 오늘날까지 꾸준히 지속되며 최근 미술계에서는 네오 팝, 포스트모던 팝, 누보 팝 등이 등장하였다. 이러한 신조(new) 팝아트는 패션과 직접적인 관련을 맺고 협업(collaborative work)이 진행되기도 한다.

본 연구는 2000년 이후 최근 패션 트렌드로 다시 부각되기도 하며, 패션잡지에 광고의 주제로도 빈번하게 등장하는 팝아트를 재조명하기 위함이다. 이미 의류학에서 팝아트와 관련된 많은 선행연구가 꾸준히 진행 되었으나, 주로 조형적 특성의 유사성을 비교한 것이 대부분이다. 따라서 미술과 패션에 나타난 고전 팝과 최근에 나타난 팝의 비교 및 관계를 살펴볼 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 고전 팝아트에 대한 개념을 해석하고 새롭게 부각되는 네오 팝, 포스트모던 팝, 누보 팝의 특성을 살펴보고자 한다. 또한, 팝아트의 영향을 받은 1960년대 패션은 물론 최근 2000년대에 팝아트의 영감을 받은 디자인 트렌드 및 패션 성향을 비교하여 살펴보고자 한다.

II. 팝아트의 배경

팝아트는 좁은 의미에서는 영국에서 시작되었으며 미국과 영국 두 국가에서 독자적으로 발전하였으나 미국에서 크게 성공하였다는 것이 일반적인 견해이다. 이에 더해 에드워드 루시-스미스(Edward Lucie-Smith)⁷⁾는 팝의 발생에는 오스트레일리아 미술가들이 영향을 주었음을 언급했다. 당시 영국에서는 오스트레일리아 미술이 성공을 거두었는데, 시드니 놀란(Sidney Nolan)은 선봉 미술가로 1940년대부터 시작된 무법자 네드 켈리(Ned Kelly)의 생애를 소재로 한 시리즈로 세련된 민족주의의 전달에 기여했다. 오스트레일리아의 회화는 프리팝(Pre-pop: 팝의 예고)의 일종으로서 영국과 미국의 팝아트와 연관이 있다. 미국의 팝아트는 국가주의적인 색채가 뚜렷하였고, 또한 그 점이 짧은 시간에 압도적인 성공을 거두는데 기여했다.

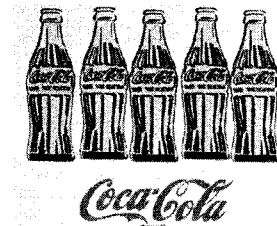
1950년대 초 현대미술의 새로운 사고방식을 장려하기 위해 결성된 인디펜던트 그룹⁸⁾의 일원이었던 미술 평론가 이며 당시 런던에서 이민 한 뉴욕 구겐하임 미술관 큐레이터였던 알로웨이(Lawrence Alloway)와 뱅햄(Reyner Banham)에 의해 “대중 미술(Popular Art)”의 준말인 “팝(Pop)”이라는 용어가 최초로 사용되었다. 알로웨이가 팝아트와 팝컬처(Pop Culture)라는 용어를 1954년에 처음 사용했을 당시엔 대중문화를 소재로 한 미술작품을 지칭하는 것이 아닌 매스미디어의 산물들을 지칭한 것이다. 이 용어는 1954년~1957년 사이 인디펜던트 그룹에 의해 널리 사용되기 시작했다. 이 후 팝아트 스스로가 명칭으로 입명되기 위한 작업의 동요와 바렘의 아우라를 촉진시켰다.⁹⁾ 이 그룹은 새로운 도시의 대중문화에 매혹되었고, 특히 미국의 대중문화에 매혹되어 있었다. 이것은 부분적으로는 전쟁의 영향이기도 한데, 이들 영국인 그룹에게는 미국의 모든 좋은 것-나일론에서 자동차에 이르기까지-의 이상향(Eldorado)으로 보였던 것이다.¹⁰⁾ 팝아트 미술가들은 미술품 수장가와 화상들로부터 많은 지원을 받았지만 미술평론가나 이론가들의 지지는 훨씬 뒤쳐져 있었다. 이는 새로운 움직임임을 기존의 예술 사조에 대한 거부로 간주하였기 때문이었다. 그러나 결국 팝아트를 거부하던 관련자들도 팝의 영향력을 인정하게 된다.

흔히 우리는 “팝”에 대한 명쾌한 정의를 리처드 해밀톤(Richard Hamilton)이 1957년 같은 인디펜던트 그룹의 멤버이자 건축가인 피터(P. Smithson)와 엘리슨(A. Smithson)에게 보낸 편지의 내용에서 찾는다. 그가 포착하고 환영한 문화는 “대중적이고, 일시적이며, 소모적이고, 저가이며, 대량생산되고, 젊고, 유행이 있으며, 색시하고, 교묘하며, 매력적이고, 사업성이 큰 것”이었다.¹¹⁾ 그러나 “팝”은 일시적인 듯 보였으나 지속되었고 소모적이고 저가라는 항목은 결과론적으로 맞지 않았다.¹²⁾ 팝아트 작품은 처음 팝아트를 선보였던 작가들의 의도와는 다르게 현재까지도 최고가 예술품으로 인정되고 있다. 패션에 나타난 팝의 영향을 받은 디자인 제품 또한 이러한 예술 사조의 흐름에 일치함을 알 수 있다.

1. 팝아트의 특성

1) 대중문화

“팝아트는 후 세대 예술가에게 폭 넓은 소재의 폭을 선택할 수 있는 자유를 주면서 ‘고급’과 ‘저급’미술의 경계 구분에 도전하게 했다.”¹³⁾ 팝아트의 탄생으로 고급과 저급, 엘리트와 대중, 주류와 주변, 순수와 상업, 단일과 다수의 기존 가치체계는 무의미해졌다. 팝아트는 대중문화의 시작을 지지했으며 확산을 부추겼다. 알로웨이와 뱅햄은 새로운 미학이론을 형성하면서 순수미술의 바깥 영역으로의 확장을 시도했다. 1950년대 중반에 알로웨이는 문화의 한 영역으로 부터 또 다른 영역으로의 변이를 “순수미술-대중미술 연속체(fine art-popular art continuum)”라고 기술했다.¹⁴⁾ 영국과 미국의 팝의 공통된 구심점은 계급이라는 요소이다. 파올로치(Paolozzi)와 워홀(Walhol) 등 핵심적인 팝 실천가들 몇몇은 이민가정 출신의 노동계급 문화의 배경을 갖고 있었다. 팝아트 미술에 소재로 빈번하게 사용된 “코카콜라”는 무한계급의 시대를 상징하기도 하며 대중적인 상품의 이미지도 하다<그림 1>.



<그림 1> 5개의 코카콜라, 1962, A. Walhol. 매카시 (2003). p. 31.

아메리카에서는 이제 부자와 가난한 자와 상관없이 기본적으로 동일한 것들을 소비하기 시작하는 전통이 시작되었다. 텔레비전에서 대통령과 리즈 테일러(Liz Taylor)가 코카콜라를 마시는 걸 볼 수 있으며 당신도 같은 콜라를 마실 수 있다. ...모든 콜라는 동일하며 모든 콜라는 좋다. Liz도 알고, 대통령도 알고, 건달도 알고, 당신도 안다.¹⁵⁾

2) 소모성과 일시성

팝아트 초기 의도 및 특성은 대중적임과 동시에 일시적이며 소모적이고 저가이다. 뱅햄은 “20세기 초기 디자인에 대한 생성적 연구인 ... 이론은 스타일의 변화 및 구식화(舊式化) 과정을 통해 시장이익을 지속적으로 조장해야 함을 강조한 ‘소모성의 미학’에 주의를 환기시켰다.”¹⁶⁾ 그러나 일시적이라고 믿었던 팝아트는 오늘날 절대 사라지지 않을 것 이라고 재 평가된다. 반면 팝을 비판적으로 보는 시각이 미국과 특히 독일에서 더 광범위하게 퍼져있었다. 그 이유는 “독일에서 팝의 수용이 학생운동과 동시에 이루어진 점과 강력한 전통의 문화비평(Kulturkritik)”¹⁷⁾과 함께 발생한 이유였다. “문화비평가인 카프카(F. Kafka)와 칸딘스키(W. Kandinsky)는 실험문학과 추상표현주의에 대해 은둔자처럼 명상하는 것을 좋아했기 때문에 팝아트를 비미술, 수퍼마켓 미술, 키치 미술 그리고 코카콜라에 의한 서유럽의 식민지화 현상으로 비난했다.”¹⁸⁾ 여하튼 이러한 젊은이들의 운동은 다양한 산업과 사업으로 연결되고 경제적 수요 창출로 이어졌다. 값싼 실크스크린과 작은 그래픽 작품 등으로 새로운 시장이 창출되고 소형 화랑들이 늘어났다. 후이센(Andreas Huyssen)을 비롯한 많은 사람들은 팝아트가 미술과 미술 감상의 훨씬 폭 넓은 민주화의 출발임을 믿었다.

3) 대량생산과 소비

팝아트의 또 다른 특성이자 장점은 다량 복사로서 더 많은 사람들이 같은 혹은 유사한 품질의 작품을 소유할 수 있는 대량생산에 있다. 팝아트와 생산과 소비의 관계는 밀접하며, 경제학자 갤브레이스(John Kenneth Galbraith)는 1958년 당시 경제적인 안락감을 묘사하는 “풍요의 사회”라는 용어를 사용했다. 팝아트는 생산품으로서의 소비가 요구되었다. 또한 알로웨이¹⁹⁾는 “풍부함의 미학”을 주장했다. 해밀톤²⁰⁾은 “20세기에 도시생활을 하는 예술가는 대중문화의 소비자이며 잠재적으로는 대중문화에 대한 기여자”라고 주장했다. 몇 년 후 워홀은 “사업을 잘하는 것은 예술의 가장 매력적인 측면이다. ...돈을 버는 것이 예술이며, 일하는 것이 예술이다. 좋은 사업은 최

상의 예술이다”라고 말한 바 있다. 그는 또한 1963년 인터뷰에서 스스로를 “기계”라고 불리기를 원한다고 했으며 작업실은 “공장(factory)”이라고 불렀다. 실제로 워홀은 “1987년 사망 당시 거의 일억 달러에 달하는 값어치의 유산을 남겼으며 액수는 피카소(P. Picasso)와 맞먹는 것”이었다.²¹⁾ 대량 복사가 가능한 대중을 위한 팝아트에도 오리지널리티는 분명 존재하며 지금까지도 수집가들에 의해 고가의 미술품으로 인정되었다. 팝아트는 당시 “미술관과 수집가들에 의해 고급예술의 가장 최신 형식”²²⁾이었다.



〈그림 2〉 정물 No.24, 1962, T. Wesselmann. 매카시 (2003), p. 29.

1960년대 초 팝아트의 정체가 유래되자 뉴욕은 미술세계의 중심지 도시가 되었다.²³⁾ 팝의 주제에 관한 많은 전례가 미국은 물론 유럽에서도 발견되었지만, 팝아트는 개방적이고 매순간 새롭게 태어나는 미래 지향적인 미국사회의 산물이었다.²⁴⁾ 워홀, 리히텐슈타인(Lichtenstein), 올덴버그(Oldenburg), 웨슬만(Wesselmann), 로젠퀴스트(Rosenquist)와 같은 대표 급 아티스트들의 활동이 두드러졌다. 〈그림 2〉와 같이 미국의 풍요를 상징하는 제품들의 나열은 팝아트의 빈번한 소재로 등장했다. 캠벨 수프, 코카콜라 등의 탄산음료, 브릴로, 켈로그의 옥수수 시리얼, 델몬트 복숭아 통조림, 토마토 주스, 담배 등은 전쟁 전에는 상상할 수 없었던 행복과 풍요를 의미하며 대중화를 상징한다. 해밀톤과 로젠퀴스트는 또 다른 자본주의의 상징인 자동차의 성적(性的) 매력을 빠르게 인식했다. 해밀톤은 작품을 통해 자동차와 여성의 형태적인 동질성을 표현하고 미국인들이 자동차와 사랑에 빠졌으며 차 안에서 사랑을 나누었다는 것을 시사했

다. 미국에서는 자동차를 대명사로 지칭할 때 여성 3인칭인 “her”을 사용한다. 차와 관련된 주유소, 고속도로를 주제로 한 작품도 있다. 워홀은 생산품을 광고하는 것이 아니고 똑같은 생산품과 그것들이 인쇄된 복제물들이 예술품이라고 말한바 있다. 그래서 “예술은 자본주의 사회를 만들어내는 상품법칙에 완전히 종속된 것으로 보였다.”²⁵⁾

4) 젊음과 에로티시즘 그리고 명성

1960년대는 흔히 “젊음”을 상징한다. “젊음”과 동시에 떠오르는 팝의 특성 중 하나는 “섹시함”이다. 대중문화와 음악을 즐기게 되고 여가시간이 늘어나면서 소비가 촉진됨과 동시에 쾌락을 즐기게 되었다. 광고에서는 섹스가 노골적으로 이용되고 남성의 이목을 겨냥하여 여성의 섹슈얼리티가 주로 묘사되었다.²⁶⁾ <그림 3>은 위대한 아메리칸 누드 시리즈로 유명한 웨슬만의 작품에서 여성의 신체를 “소비상품”으로 사용했음을 시사한다. 그는 작품을 통해 마티스(Matisse)나 모딜리아니(Modigliani)의 작품에서처럼 기댄 포즈의 여성 신체를 묘사했다. 또한, 워홀은 먼로(M. Monroe)의 1962년 죽음이후 그녀를 작품소재로 사용하였고 그 외에도 바커(Clive Barker), 알렌(Allan D’Arcangelo), 로텔라(Mimmo Rotella), 보스텔(Wolf Vostell) 등 많은 작가들이 세기 최고의 섹스 심볼을 화폭에 담았다. 알렌 존스(Allen Jones)는 “성기 토템 이미지”로서 “넥타이를 맨 머리”를 그의 작품에서 자주 되풀이했으며, 올덴버그는 남근모양의 <광선 총 Ray Gun>을 제작했다.²⁷⁾ 이 밖에도 팝 아티스트들에게는 권력, 명성과 성공, 자살이나 우주,



<그림 3> 위대한 아메리칸 누드 시리즈, T. Wesselmann.
[작]: No.26, 1962, 매카시 (2003), p. 51,
[우]: No.57, 1964, Madoff (1997), p. 90.

전쟁, 핵, 환경오염, 기아 등 사회적 이슈도 작품의 소재가 되었다. 20세기 중반 미국에 풍요를 확산시킨 TV나 잡지 같은 대중매체와 미디어의 노출로 보다 폭 넓은 명성이 가능해졌다. 명성에 대한 팝의 관심은 이중적인 면모가 있었는데, 이는 팝이 종전 후의 삶에서 유명인사와 악명이 높은 인물, 승리자와 피해자를 두루 포함시켰다.²⁸⁾

5) 팝아트 표현의 특징 및 방법

프랑스 신사실주의자, 리히터(Richter)의 노트(1964-65)에는 다음과 같은 글귀가 있었다. “엽서처럼 바보 같고 우스꽝스러운 것을 카피해도 그림이 된다는 것을 알았다. 더 이상 아무것도 창조할 필요가 없다. 회화의 기본이 되는-색, 구도, 공간-그리고 이미 알고 생각했던 모든 것을 잊어버린다. 예술에는 이제 어떤 준비도 필요치 않다”²⁹⁾ 알렌 존스(Allen Jones)는 1991년 왕립 아카데미에서 출판한 「팝 아트서」를 통해 “만일 당신이 비예술적이며 저급한 원천으로 인해 고무되었고, 설혹 바하가 영감의 출처가 아니더라도 걱정하지 말라. 결과적으로 당신이 작품을 제작했다면, 이는 정당화 될 것”³⁰⁾이라고 말하기도 했다. “아티스트들은 대량생산의 이미지를 광고, 코믹, 필름, 미디어와 서적으로부터 차용하여 작품에 사용하였고 이러한 이미지들은 아이러니와 유머의 혼합물로 해석되고 폭 넓게 어필하기 위해 의도 되었다.”³¹⁾ 일상에서 소재를 찾고 예술을 일상으로 받아들여 한 팝아트는 “빠르고 재밌으며”³²⁾ “퀵포러리 문화의 키치”³³⁾적인 요소를 동반한다. 문화의 키치화에 본질적인 요인으로 작용했던 것은 - 이 주제에 관해 글을 쓴 사람들이 동의 하듯이- 다양한 매체 즉 라디오, TV, 대량복제, 레코드, 값싼 잡지, 슈퍼마켓에서 팔리는 염가본의 책들 등을 통한 예술의 대량산포였다.³⁴⁾

리히텐슈타인은 망점이 그대로 표현된 대량생산된 만화 이미지를 작품에 사용하였는데 이는 미니멀리즘이나 후기 회화적 추상과 마찬가지로 단순하고 하드-에지적(hard-edged)³⁵⁾이며 평면적 특징이 있다. 팝아트의 형태는 주로 채도 높은 색, 회화적 붓 자국의 결여, 단순한 형태, 날카로운 외곽선과 경계선, 그리고 깊은 공간의 은폐를 포함한다.³⁶⁾ 팝 아티스트들은

또한 일상적인 소재를 확대, 반복, 분리를 통해 주로 왜곡되고 볼드하고 컬러풀하게 표현했다.³⁷⁾ 해밀튼의 〈오늘날의 가정을 이토록 색다르고 멋지게 만드는 것은 무엇인가〉와 같은 콜라주³⁸⁾ 작품은 관람자를 구체적 상업제품에 주목하게 함으로서 향락주의적 성격을 띠며 미래주의나 다다와 같은 기존 현대미술 사조에 의존하고 있다. 콜라주는 팝아트에 빼 놓을 수 없는 표현기법이며, 절감은 화가가 창조하지만 오브제들은 화가에게 이미 주어진 레디메이드였다. “레디메이드”³⁹⁾의 착장은 다다가 이룩한 혁신의 핵심이며 콜라주는 원래 입체주의자들에 의해 표현과 실재(reality)의 차이를 탐구하는 수단으로 발명되었다.

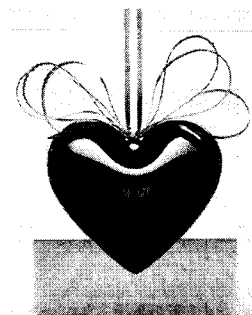
2. 현대 팝아트

1) 네오 팝아트의 시작

팝아트의 영향은 지속되었고 유럽이나 미국에 국한되지 않고 많은 국가의 작가들에게 영감을 주었다. 영향을 받은 예술영역도 회화나 조소 뿐 아니라 사진, 애니메이션, 산업디자인, 광고, 건축이나 패션 등 범위가 확장되었고 영역간의 크로스오버(crossover) 현상이 일어났다. 1980년대 미술운동인 네오-팝(Neo-pop)은 60~70년대 고전 팝아트의 발전된 최신 버전이라고만 하기에 무리가 있다. 두 시대의 팝아트는 기본 맥락을 같이하지만 대중문화와 미디어 이미지는 더 해설적이고 다양해졌으며 팝 미술 역시 더 다양해진 출처로의 작업이 가능해졌다. 소재의 다양성 뿐 아니라 다른 시대와 역사의 이미지를 같이 사용하게 되었다.

대표적 네오 팝 아티스트는 제프 쿤스(Jeff Koons), 키스 헤링(Keith Haring), 케니 샤프(Kenny Scharf), 로메로 브리토(Romero Britto)와 마크 코스타비(Mark Kostabi)가 있다.⁴⁰⁾ 키스 헤링은 1980년대 뉴욕의 거리문화와 밀접하게 작업한 그라피티(graffiti)의 대표적 화가이다. 그는 뉴욕 지하철에 목탄으로 작업한 그림을 통해 대중에게 알려지기 시작했다. 그 밖에도 〈Andy Mouse〉를 포함한 위홀을 주제로 한 작품들이 있다. 키스헤링의 이미지는 전 세계적으로 보편화된 20세기의 시각적 언어가 되었다.⁴¹⁾ 제프쿤스는 키치적 이미지를 사용하여 회화, 조각 및 다양

한 형태의 조형물 작업을 하였다. 그의 작품은 네오-팝이나 포스트-팝(Post-pop)의 일부로 명명되어지며 전 시대의 미니멀리즘이나 개념론에서 간략화 되었다.⁴²⁾ 제프쿤스는 그의 예술 작품에는 증거 없이 주장된 숨겨진 의미 따위는 없으며 작품 자체와 지각 사이의 격차도 없다고 말한다. 그는 길거리에서 구입한 카드 그림을 예술 공방이나 공장의 장인에게 제작하도록 하여 저작권 문제로 법정소송까지도 이어지기도 했는데 대중사회의 소비를 비판하기 위한 패러디라고 주장하며 작품의 키치적 특징을 주장했다. 그의 작품 〈Ballon Dog, 1994-2000〉은 풍선을 꼬아 만든 강아지의 형태를 그대로 하고 있는 메탈 소재의 10 feet 높이의 조형물이다. 또한 그의 누드 연작 〈Made in Heaven〉은 이미지 사진, 실크스크린 판화나 실물 크기의 조각품으로 포르노 배우였던 전처 스탈러(Ilona Staler)와의 노골적인 성교장면을 묘사하여 외설과 예술의 경계를 모호하게 했다. “제프쿤스의 작품 속 외설적인 이미지들은(레비스의 말처럼) ‘대중을 저급한 환상에 빠뜨리고 현혹하기 위해서’가 아니라 일종의 극적인 풍자어법이라는 점에서 위홀의 경우와 크게 다르지 않다.”⁴³⁾ 그는 2007년 미국의 『아트뉴스』에서 선정한 생존 작가로서 제일 비싼 작품을 만드는 작가 10인에 들었다. 같은 해 뉴욕 소더비 경매에서 hanging heart라는 작품 〈그림 4〉는 생존 작가로 작품으로서 가장 높은 가격인 2360만 달러(약 220억 원)에 팔렸다. 그의 작품의 키치적 성향은 고급예술로 승격되었다.



〈그림 4〉 Hanging Heart, 1994-2006, Jeff Koons

2) 일본의 네오 팝 아트

일본 네오-팝(Neo-pop)은 뉴욕의 60년대 팝 아트의 영향을 받았지만 현대미술에서 주목할 만한 하나의 독자적인 예술양식이다. 나라 요시토모, 다카시 무라카미, 사와 히라키, 사와다 도모코, 쿠사마 야오이 등이 대표 작가들이다. 그들은 1970년대 청소년기를 보내면서 만화와 애니메이션, 핑크 록 등 대중문화를 접하며 성장했다. 또한 “좋아하는 것에 대한 편집증적인 집착과 탐구, 거대 담론보다 개인적 체험과 정서로의 몰입이 특징인 오타쿠 세대이다.”⁴⁴⁾ 1989년 히로시토 천왕의 죽음과 일본의 버블경제의 붕괴 후 네오-팝 아티스트들이 알려지기 시작했다. 나라 요시토모의 그림에 빈번하게 등장하는 “착한 새끼 고양이”는 반항적인 모습의 만화 캐릭터 모습이다. 실제로 이 꼬마는 머리에 봉대를 휘감고 강으로 걸어 들어가거나<깊고 깊은 웅덩이에서, 1995>, 날카로운 단도로 위협한다<칼 휘두르기, 1998>. 그의 작품 속 캐릭터는 “어른이기 위해 감정을 숨기고 포커페이스로 살아가야하는 현대인”⁴⁵⁾의 현실을 표현한다. 고전 팝 아티스트와 시대적 국가적 환경은 다르지만 작가들의 다소 어두운 성장과정에서 유사성을 찾을 수 있다. 요시토모는 시골 빈집에서 혼자 그림을 그리며 지내고 히스테리컬한 핑크록의 가사 등 대중음악에 관심을 갖았다. 20대 독일 유학시절의 고독했던 기억도 캐릭터의 시니컬한 표정에서 표출 된다. 2004년 일본에서 시작한 순회전의 일환인 2005년 서울에서의 전시 “내 서랍 깊은 곳에서”는 “과거의 자신을 통해 현재를 돌아보고 나아가 미래를 위한 힌트를 얻고자 한다”⁴⁶⁾는 작가의 의도와 일치한다.

일본의 또 다른 대표적 작가 다카시 무라카미(Murakami)는 루이비통 멀티 컬러 모노그램 디자인으로도 유명하다. 무라카미는 “니혼가(Nihonga: 일본 전통기법과 주제에 중점을 둔 회화 스타일)”의 정식 교육을 받았다. 그는 꾸준히 일본 대중문화의 일환인 애니메이션과 만가(만화책)의 형식을 도입한 작업을 해왔다. 또한 “무라카미는 불교적 이미지리, 12세기 그림 글씨장식, 젠(Zen) 미술과 18세기 에도 시대의 구도기법의 영향을 받았다.”⁴⁷⁾ 1990년대 말 일본이 애니메이션에 열광하며 그 또한 스타덤에 올

랐으며, 1997 UCLA에 교환교수로 머물면서 미국의 주요 애니메이션 전시에 참관하게 되고 세계적으로 알려지기 시작했다. 워홀과 같은 아티스트가 되고자 했던 이유를 작가는 다음과 같이 말하였다. “나의 목적은 돈을 벌어서 전통적인 일본저택을 짓는 것이었다. 나의 부모는 큐슈출신으로 나는 도쿄에서 자랐으며, 택시운전수였던 아버지 밑에서 가난한 어린 시절을 보내야만 했다. 나는 그런 가난한 삶이 싫었다.”⁴⁸⁾ 일본의 니혼가 아티스트들은 대체로 돈을 많이 버는데 그의 형제인 유지 무라카미 역시 잘 알려진 니혼가 아티스트이다. 필자가 직접 관람한 2008년 LA의 컨템포러리 미술관(MOCA: The Museum of Contemporary Art)에서 개최된 ©MURAKAMI전시에서는 90점의 회화, 조소, 설치, 필름, 미디어 작품들이 전시 되었다. 그가 작업한 루이비통 제품과 kaikai kiki Co., Ltd.와 라이선스를 맺은 제품도 같이 전시되어 상업적이고 이색적이기도 한 전시였다. 전시장 정면에는 <Miss Ko², 1997>라는 팝스타로 변신한 만화피겨(figure)인 “사이버그 웨이트레스”가 보인다. 미스코의 다음 시리즈는 몸체가 제트 비행기와 합체된 모습이다. 외계인을 닮은 이노치(Inochi)의 피겨작품은 섬세한 기계회로망으로 된 칩이 유난히 큰 머리 뒤에 있으며, 발가락에 물갈퀴를 갖고 있다. 무라카미의 작품피겨들은 4만 명의 오타쿠를 매혹시킬 공상과학, 밀리터리, 판타지 테마에 초점을 두었다. 이 밖의 작품으로는 그의 또 다른 자아인 “DOB”⁴⁹⁾와 팝(Pop)과 오타쿠(Otaku)의 합성어인 <PO+KU 초현실주의(surrealism) 시리즈, 1998>가 있다. 그의 작품은 팝 적인 밝은 색상과 초현실적인 형태와 만화적인 “슈퍼플랫(super flat)”이 특징이다. 무라카미는 자신의 작품 500여개를 상품화 한 T-셔츠, 핀, 동불인형, 문구류, 머그잔, 수건, 열쇠고리, 모형물 등을 대량생산하여 전시장에서 판매하고 캐릭터 미니어처 등도 일본 편의점에서 판매 되고 있다.

3) 누보 팝아트

2007년 “누보 팝(les Nouveaux Pop)”전이 국내에서 개최되었다. 이 전시는 동일한 제목으로 2006년에 파리의 Villa Tamaris에서 열린 바 있다. 크래킹



〈그림 5〉 Haven can't wait,
1996, Philippe Huart.
삼성디자인네트, 2007. 7. 26.

아트(Cracking Art) 그룹을 포함한 10명의 참여 작가는 7개국의 다양한 국적의 배경을 가지고 프랑스에서 활동한다는 공통점이 있다. 미국의 팝아트와는 다른 새로운 팝이라는 의미에서 “누보 팝”이라는 타이틀이 붙은 전시 작품들은 기성의 오브제들을 구상적으로 보여준다는 점에서 미국 팝아트와 유사하나, 작품의 소재나 재현방법에 있어서 직접적이라기보다 서술적이라는 점에서 미국 팝과 차별된다.⁵⁰⁾ 전시 구성은 작품소재에 따라 “사물”, “인물”, “조형” 세 그룹으로 구분되었다. “사물”에서는 슈퍼마켓이나 약국 등에서 흔하게 접할 수 있는 오브제를 이용한 안토니오(Antonio de Pascale), 세실리아(Cecilia Cubarie), 짜오(Xiao Fan)는 켈로그, 프링클스, 감자칩, 담배꽂초, 장남감, 링거줄 등을 작품소재로 사용했다. “인물”에서는 마네킹 같거나 얼굴이 제거된 무개성적인 인물들을 표현한 실비(Sylvie Fajfrowska)의 작품과 동양 여성을 만화 캐릭터로 묘사한 마리아(Maria Manuela)의 작품과 푸른색 암소를 패션잡지 「Vogue」에 표지모델로 사용한 안토니오(Antonio de Felipe)의 작품이 전시되었다. 또한 성형미인을 표현하기 위해 얼굴에 가위를 배치시킴으로 소비사회의 일그러진 허상을 은유한 필립(Philippe Huart)의 〈그림 5〉와 같은 작품이 전시되었다. 안토니오 데 펠리페는 터파니의 아침의 헵번(Audrey Hapburn)의 어깨에 고양이와 올라탄 모습을 워홀의 판화기법 이미지로 표현하여 명화 속 인물을 소재로 하였다. “조형”에서는 컬러풀한 색의 복제된 팽귄과 곰의 모형을 제작한 크래킹 아트 그룹의 작품과 체프쿤스와 같이 대

중적 애완동물인 강아지를 소재로 하여 붉은색 모형으로 복제한 윌리엄(William Sweetlove)의 작품이 전시되었다.

Ⅲ. 패션에 나타난 팝아트

패션은 예술 사조의 흐름과 각 시대의 변화에 민감하게 반응하며 상호적으로 변화해왔다. 때로는 예술작품에 영감을 받은 패션 디자이너들이 작품의 이미지를 사용한 의상을 선보였다. 특히 팝아트가 대중화를 지향했다는 맥락에서 패션을 통해 예술품이 대중들에게 친밀하게 다가갈 수 있도록 하는 매개체가 되기도 했다. 팝아트는 대중문화의 발전과 보급으로 1950년대에 시작되어 특히 영국과 미국의 시대정신을 반영하는 대표적 미술 양식이었다. 자본주의에 시작과 대량생산, 대량소비의 경향은 팝아트의 대중문화와 맞물려 팝아트의 보급을 가속화시킬 수 있었다. 젊은 층이 주도가 된 팝아트는 젊은 층을 포함한 다양한 계층과 연령대로 패션의 대중화를 실현할 수 있는 바탕이 되었다.

패션에서의 팝아트적 표현은 일반적으로 혼성모방(Pastiche)⁵¹⁾으로 설명되어진다. 혼성모방은 원본이 사라지고 역사성을 무시하며 표피만 도입된 절충주의적 양식이다. 혼성모방이 출현한 시기는 1960년대를 기점으로 시작된 후기자본주의 시대로서 문화적 맥락으로는 포스트모더니즘의 시기이며, 어떤 아이디어나 특징이 문맥을 떠나 인용되거나 모방되는 특징을 지닌다. 즉 패션에 나타난 팝아트 적 요소 및 이미지는 팝아트 본질이 형성된 배경이나 요구하는 사회 문화적 추구와는 거리가 있다. 단 대중문화와 대량생산이 부흥하기 시작한 시대적 변화에 같이 반응하며 나타난 현상이며 다양한 취향을 추구하는 포스트모더니즘에 영향을 받았다.

하향전파이론은 1950년대까지의 패션유행의 전파를 잘 설명하는 이론으로 Simmel에 의해 1904년에 정의되었다. 빌플린(Veblen)은 사람들의 의복을 사회경제적 지위를 과시하는 수단으로 사용한다는 점에서 유행계급(leisure class)의 과시적 소비현상(conspicuous consumption)에 대해 지적했다. 모든 계급이 아래 계

층과의 구별욕구와 동시에 위 계층의 모방을 도모하는 상향동조욕구를 갖고 있다는 점이다. 1950년대 이후 사회적 계급이 존재해야 한다는 조건이 충족된 상황아래 설명되던 하향전파이론은 대중패션 및 대량 생산의 시대 이후 효력이 떨어졌다. 킹(King)의 수평전파이론(trickle-across, 1963)은 유행선도자가 특정 계층에만 있는 것이 아니라 여러 계층에 있어 동료 중에 혁신성이 강한 사람에게 영향을 받는다는 것이다. 킹에 의하면 하향전파 현상은 새로운 스타일이 상류층에 먼저 소개되고 대량생산업체가 이를 참고로 생산 스타일을 결정하므로 단지 모방과 구별의 추구가 아닌 패션 산업 구조에 의한 것이라고 말한다. 또한 취향의 동질화로 유사한 생활환경 아래 소비자의 선택이 집합적으로 이루어진다는 집합선택(Collective Behavior)이론에 대한 논의가 있다. 유행의 선도자를 보고 대중이 따르는 것이 아닌 미리 선택하는 착용자만 존재 할 뿐 공통적으로 지난 취향에 따라 집합적인 선택을 한다는 것이다. 또한 1960년대는 대량생산으로 저가의 의복공급이 가능해졌으며 젊은 층이 하나의 소비자층을 이루게 되었다. 마침내 젊은이들 사이에 유행의 확산이 가능해지고 혁신적인 스트리트 패션이나 하위문화의 요소들을 디자이너가 채택하여 상향전파(bubble-up)되기 시작했다. 특이한 점은 하류에서 시작된 혁신적인 스타일은 중류가 아닌 상류계층에서 채택하고 그 이후로 중류와 하류로 다시 보급 된다. 그 이유는 중류계층은 하류계층과 구별욕구를 갖는데 반해 상류계층은 하류계층과의 구별을 의도적으로 추구할 필요성이 없기 때문이다. 상향전파되는 유행 스타일은 유행이 확산되면서 오히려 가격이 상승하는 특이한 현상을 나타내는데, 그 이유는 하류계급에서 시작된 스타일을 상류계급의 가격대에서 생산하기 때문이다.⁵²⁾ 하위 문화적 요소를 채택하여 디자인된 옷은 더 이상 팝아트의 특징 중 저가와 대중적이라는 정의와는 맞지 않는다. 오히려 고급화 되었으며 고가의 가격은 일반 대중에게는 근접하기 어렵기는 마찬가지였다. 이러한 현상은 회화의 팝 미술에서도 동일하게 일어났으며 오늘날 날에도 패션과 예술 세계에서 존재하는 현상이다.

1. 1960년대 팝아트 패션

1) 위홀의 패션과 위홀 룩

팝 아티스트들이 패션 산업에 일조하기도 했다. 1950년대 후반 위홀이 상업적 예술가로 이름이 알려졌을 즈음 패셔너블한 여성 신발 홍보에도 두각을 나타냈다. 또한 1930년대 후반의 달리(Salvador Dalí)에서 위홀과 멀지 않은 세대의 제스퍼 존스(Jasper Johns)와 라우젠버그(Robert Rauchenberg)와 같은 대표적 미술가들은 맨하탄에 고급백화점 디스플레이 스타일링을 하도록 초대되었다.⁵³⁾ 위홀은 선배미술가들과 달리 이러한 기회를 자신의 최근 작품을 선보이는 데 활용하였다. 몇 천 명의 구경꾼들이 지나가는 뉴욕의 패션가(5thave/ 57가)인 이곳을 통해 잘 알려지지 않은 작가들은 미술상과의 처음 거래가 이뤄지기도 했다(그림 6). 위홀은 1963년 “유연한 드레스(fragile Dress)”와 1964년 “브릴로 박스 드레스(Brillo Box Dress)”를 만들었다. 1년 뒤 그의 전시 오프닝에서 “S & A 초록색 스탬프(S & A Green Stamps)”가 찍힌 셔츠가 입혀졌다. 1966년에는 “USA 해프닝! A&S에서의 내일(USA Happening! Tomorrow at A&S)에서 위홀이 모델 니코(Nico)가 입은 종이 드레스에 그림을 그리는 것을 바라”라는 광고가 Abraham & Straus 뉴욕 매장에 걸렸다.⁵⁴⁾ 이 행사에서 위홀과 말랑가(Gerard Malanga)는 니코가 종이 드레스를 입은 채로 “유연한(FRAGILE)”이라고 프린트 했다(그림 7). 다른 드레스에는 위홀의 공장(factory)에서 스크린-프린트 한 거대한 크기의 바나나 그림이 부착 되어 있었다.



〈그림 6〉 Bonwit Teller, 1961. Francis & Foster (2005), p. 85.



〈그림 7〉 Tomorrow at A&S, Monem (2007), p. 169.

많은 패션 디자이너들은 팝아트의 볼드한 아이코노그래픽(iconographic)한 이미지의 소위 “워홀 룩(Warhol look)”이라고 지칭되는 룩을 디자인했다. 워홀과 친분이 있는 아방가르드 한 패션 디자이너인 벤티 존슨(Betsy Johnson)은 1965년 뉴욕의 파라퍼날리아 부티크(Paraphernalia Boutique)에서 아티스트들이 주체가 되는 파티를 열기도 했다. 이 샵에서는 투명한 플라스틱, 메탈릭, 종이로 된 미니드레스와 팝 이미지가 실크 스크린 된 수트가 선보여졌다. 프랑스에 입센로랑은 팝아트를 모방하여 자신의 이미지를 재창조하여 디자인하였고, 미국의 홀스톤(Halston)은 워홀 <flower series, 1972>의 꽃 이미지를 크게 프린트한 디자인을 내놓았다.

2) 팝의 영향을 받은 하위문화

영국의 복식사학자 제임스 레버(James Laver)는 1950년대는 심미적인 균형과 질서를 중시한 디올(Christian Dior)의 “New Look”의 세련된 우아미의 극치였으나 1960년대는 생동감과 젊음이 넘치는 “Young Look”의 시대로 접어들었다고 하였다.⁵⁵⁾ 이렇듯 60년대 패션은 젊음을 지향하였고 팝아트의 영향을 받았다. 팝 음악의 영향으로 모즈(Mods)⁵⁶⁾스타일이 유행하기도 했다. 1950년대 초기에는 영국의 하류층 노동자계층의 청소년과 미술대학생을 중심으로 퍼졌으며 에드워드왕조 스타일을 흉내 낸 테디 보이(Teddy Boys)스타일을 적용했다. 그 후엔 뉴욕의 범죄영화에서 묘사된 이태리 계 마피아 스타일을 따라하기도 했다. 미국에서는 근대파(modernist)로 자처하며 흑인사이에 유행하였다. 그들은 팝 뮤직에 열광하며 엘비스(Elvis), 비틀즈(Beetles), 롤링스톤즈(Rolling

Stones)의 차림에 영향을 받았다. 마피아 스타일의 포크파이(pork-pie)모자, Elvis의 바랜 힙스터(hipster) 스타일과 진바지, 티셔츠, 앞부리가 등근 비틀즈 룩의 구두 등이 대표적 스타일이다. 팝아트의 특성처럼 모즈나 히피(Hippie)⁵⁷⁾같은 하위문화 집단은 쾌락과 향락을 추구하였다. 그들은 환각제 복용과 여가로 록 뮤직을 즐기고 트위스트(twist)춤에 열광했다. 후이센은⁵⁸⁾ 팝아트가 워홀, 리히텐슈타인, 웨슬만 등의 새로운 미술만을 뜻하는 것이 아닌 비트와 락음악, 포스터 미술, 플라워 차일드 컬트(Flower child cult: 사랑, 아름다움, 평화의 상징으로 꽃을 몸에 걸치는 히피문화)와 마약의 복용-“하위문화”와 언더그라운드”의 온갖 표현-을 뜻한다고 말했다. 이러한 “해방의 도취감”이 확산됨에 따라 젊은 층 사이에서 넓은 의미의 팝은 반권위 적 신좌익의 공적인 활동 및 정치적 활동과 뒤섞이게 된다. 히피문화는 팝문화처럼 초현실주의와 다다이즘과 맥락을 같이하며 기성세대의 확립된 규율을 거부한다. 그들은 사회의 질서, 정치, 경제나 전쟁을 거부하고 자연과 평화와 사랑에 도취되어 긴 수염과 긴 생머리를 하고 왕조시대의 복식을 흉내 낸 듯한 드레이프 성 있는 긴 옷, 진바지와 케이프(cape)을 착용하고 환각제나 사이키델릭 문화에 도취되어 그들만의 이상을 꿈꾸었다. 진주목 걸이와 손목에 방울을 달기도 하며 화려한 꽃무늬의 짙시 풍 옷이나 술과 끈이 달린 튜닉(tunic), 혹은 로브(robe)스타일에 바지 등 다양한 요소를 혼합시켜 착용하기도 했다. 이는 예술사조의 팝 아트의 특성이거나 방식을 직접적으로 차용한 것이 아닌 유사 개념으로부터 독자적으로 발생된 당시 하위문화 패션의 경향이라고 할 수 있겠다.

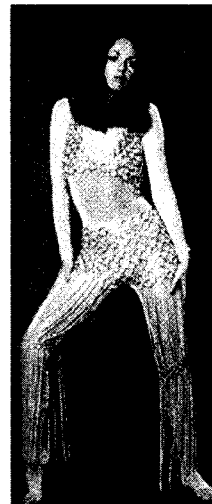
3) 60년대 팝 패션의 표현

패션리더로서의 젊은이들은 보수적인 계급사회에 반(反)하며 미니스커트, 청바지, 핫팬츠를 입기 시작했으며 인체의 노출을 자연스럽게 받아들이기 시작했다. 파리의 앙드레 쿠레쥬(André Courrèges)와 영국의 메리 콰트는 1960년대 미니스커트를 보급시킨 대표적인 디자이너이다. 콰트는 모즈패션 같은 청소년 문화에 관심을 표명했다. 또한, 세속적이고 대중

적인 것을 지향하며 기존의 심미적 균형미를 인식하지 않은 채 새로운 시도를 통해 복식의 혁명을 이루었다. 극단적으로 짧아졌던 마이크로 미니(micro mini)는 사회적 윤리 문제로도 확대되었지만 결국 자유 의지의 표현으로 받아들여지기도 했다. 대중적이면서 계층이나 나이와 무관하게 유니섹스로 착용을 즐길 수 있는 대표적 아이템인 블루진(blue jeans)이 널리 보급되었다. 남성은 이때 러플 장식의 셔츠를 여성은 남성의 테일러 수트를 모방한 의상에 관심을 표명했다. 남성은 장발을 하고 여성의 전유물인 메달이나 목걸이 등의 장식을 하고 남·여 복식의 구분이 뚜렷하지 않은 유니섹스 현상이 나타났다. 기존의 무채색에서 팝아트적인 원색 계열이 여성복과 남성복에서 같이 부각되었고 팝아트의 전형적인 실크 스크린 기법이 사용되었다. 팝아트에서처럼 상품이나 상표, 지폐를 소재로 하거나 연속된 복제 이미지나 콜라주 기법을 사용한 디자인이 나타났다. 충격적인 이미지가 일상적이고 둔감한 것으로 바뀌게 하는 팝아트의 실크스크린 판화기법은 현대 복식의 텍스타일 디자인의 원천으로서 충분한 역할 수행⁵⁹⁾을 했다.

대량생산의 시작으로 합성섬유가 발전하였으며 폴리에스테르, 나일론 같은 소재의 사용으로 슬림-컷(slim-cut)의 스타일이 가능해졌다. 섬유산업의 혁신으로 올인원(all-in-one) 나일론 팬티호즈(pantyhose)가 개발되고 여성에게 기존 스타킹이나 가터(garter)보다 자유로운 움직임의 선택을 선사했다. 원색적인 색상과 굵은 스트라이프 무늬와 플레이드(plaid)나 혹은 프린트 패턴 물로 다양한 매칭을 가능케 했다. 젊음과 생동감을 바탕으로 한 노출로 노브라나 시스루(see-through)룩과 같은 에로티시즘적인 디자인이 나타났다. 입센로랑의 검정 쉬폰 블라우스나 클라크(Ossie Clark)의 아주 얇은 쉬폰 드레스는 겨우 몸을 가릴 수 있을 정도였다. 몸은 이전보다 더 중심이 되는 매체가 되었고 메시로 된 그물(meshlike netting)형상이나 투명한 비닐이나 금속, 유리 같은 특수한 소재도 사용되었다. 파코라반은 팝아트의 다양한 레디메이드 소재의 사용처럼 플라스틱 체인 메일(chain mail: 사슬 갑옷), 알루미늄이나 비닐, 스틸 등을 사

용한 의상을 디자인했다(그림 8). 1964년에는 루디 게른라이흐에 의해 획기적인 노출인 토폴리스(topless) 수영복이 발표되었다. 그 외에도 투명한 비닐로 만든 블라우스에 노-브라(no brasier)차림이나 바디 메이크업(body make-up:화장으로 몸을 장식하는)⁶⁰⁾을 한 바디페인팅 드레스(1968)가 선보여졌다. 이와 같은 노출경향은 고정관념을 탈피하여 인간의 자연스러운 육체를 그대로 받아들여려는 새로운 시도이며, ...새로운 시도를 한 점에서 팝아트와 맥락을 같이한다.⁶¹⁾



<그림 8> Rabanne, Baxter-Wright (2006). *Vintage Fashion*, p. 142.

최초 달 착륙이라는 획기적인 사건의 영향으로 우주시대 의상(space-age clothes)이 발표되기도 했다. 컴퓨터와 테크놀로지의 발전과 칼라 TV와 자동차의 보급과 더불어 소설가들은 공상과학에 열중하고 TV 프로그램은 자동차 경주나 미래 지향적인 내용으로 편성되었다. 카르딘(Cardin)과 응가로(Ungaro)와 꾸레주는 이러한 시대에 맞게 우주공간이나 미래적인 디자인을 선보였다. 꾸레주의 1964년 올-화이트 문 걸 컬렉션(all-white Moon Girl collection)의 흰색 헬멧은 펠트된 울소재나 가죽을 사용하여 스페이스 룩의 완성도를 높였다. 그 밖에도 저어지 계통의 기하학적

라인으로 재단된 팬츠수트와 달이나 해의 모티브가 프린트된 미니 드레스, 술기라인의 트리밍 처리, 헬멧, 흰 장갑, 흰 부츠⁶²⁾ 등의 우주복 스타일 아이템들이 있었다.



〈그림 9〉 Sprouse의
워홀드레스. Buxbaum
(1999), p. 96.

팝아트 미술의 대표적인 표현기법인 콜라주가 패션 일러스트레이터인 안토니오(Antonio)에 의해 사용되었다. 또한 미술사의 콜라주와 유사한 기법으로는 패치워크(patch work)나 프린팅을 통한 직물무늬가 활용되기도 했다. 대중매체의 이미지러와 그라피토(Graffito: 낙서기법)는 베이츠(Bates), 보셔(Boshier), 호크니(Hockney), 키타(Kita)⁶³⁾ 등이 즐겨 사용한 회화의 표현기법이었다. 낙서나 글자 등을 사용하는 그라피토는 1960년대 T-셔츠나 의복의 무늬로 도입이 되었고, 이후 디자이너들은 1980년대 그라피토 화가인 키스헤링의 작품 이미지를 옷에 활용하였다. 그라피토 무늬를 사용한 세계적 디자이너로는 세네빌(Elizabeth De Senneville), 스테판 스프라스, 카스텔바자크, 케서린 햄넛, 존 리브(John Ribbe)가 있다. 그라피토 패션은 주로 평화의 메시지를 전달하며 환경오염, 전쟁, 대량학살, 기아, 공포 등을 주제로 보는 사람을 환기시킨다. 〈그림 9〉와 같이 1980년대 이후, 1960년대 유행하였던 정렬적이고 젊은이를 위주로 한 전위 예술 팝아트가 패션테마로 다시 등장하였고 비바 모티브(Biba Motif), 낙서·문자 모티브(Graffitic Motif), 쇼크 모티브(Shock Motif), 비디오 모티브(Video Motif) 등으로 젊은이들에게 환호⁶⁴⁾를 받았다.

2. 2000년 이후의 팝아트 패션

1960년대 활성화 되었던 팝아트는 디자이너들에게 꾸준한 소재의 영감을 제공하였고 1990년대에는 팝아트의 글래머하고 유쾌한 요소가 디자이너들에 의해 다시 관심을 받게 되었다. 스프라스는 1998년 워홀의 작품이미지를 사용한 “카모플라지(camouflage)⁶⁵⁾ 시리즈”와 “Andy Warhol” 드레스를 발표했다. 비비안 탐(Vivienne Tam)은 마오쩌둥(Mao Zedong)의 반복적 이미지가 프린트 된 카테일 드레스를 카스텔바자크는 워홀의 캠벨스프 강통 이미지나 유명한 회화 작품 혹은 TV 만화 캐릭터 등을 응용하여 상품에 접목시켰다. 베르사체(Gianni Versace)는 워홀의 작품이미지를 차용한 “Marlyn Monroe 드레스(1991)”와 리히텐슈타인의 작품 이미지를 사용한 “Whaam! 드레스(1996)”를 통해 팝아트의 키치적이고 풍자적 이면서 아름다운 혼합형을 잘 표현했다.⁶⁶⁾

팝의 영향을 받은 디자인은 지속적으로 나타났으며 원인은 사회문화적인 배경과 팝아트가 전달하는 밝고 친근한 이미지를 들 수 있다. 팝아트는 대중에게 친근하게 다가갈 수 있는 장점을 지니고 있으며 특히 연속된 복제를 통해 복잡한 이미지가 일상적인 패턴으로 바뀌는 특징 때문에 꾸준히 텍스타일이나 옷의 그래픽 소재로 활용되었다. 본 장에서는 2000년 이후 팝아트가 다시 부각되기 시작한 사회, 문화적 배경과 다양한 양상으로 재조명되는 패션에서의 팝아트를 살펴보기로 하겠다.

1) 팝 패션 부활의 사회심리 적 배경

패션에서의 팝아트 이미지는 유아적이고 재미있는 것을 추구하는데 1984년 미국의 심리학자 킬리(Dan Kiley)에 의해 명명된 피터팬 신드롬(Peter Pan Syndrome)이나 신조어인 키덜트(Kidult: Kid+Adult) 현상과 연관성이 있다. 맥도날드가 지적인 바에 따르면 매체가 마치 “균질유유”처럼 고르게 처리된 완벽하게 “균질화된 문화”의 출현에 직접적으로 기여하며 “어린이들과 어른 층층들의 융합”이라는 적절한 말로 묘사한 바 있다. “(1)어른의 유아적 퇴행, 그는 현대생활의 긴장과 복잡함을 지탱할 수 없기 때문에

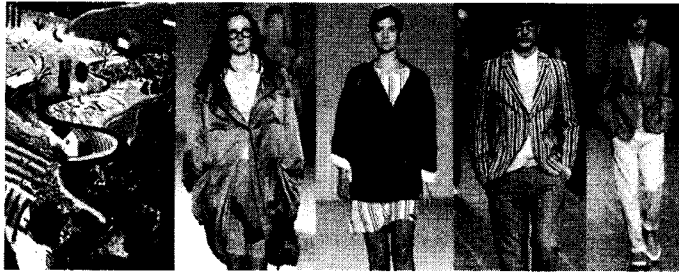
키치를 통해 탈출한다. (2) 어린이의 '과잉 자극', 그는 너무 빨리 자라 버린다."⁶⁷⁾ 포스트모던 시대에는 앞서 설명된 계급(status)의 경계와 더불어 연령(age)의 구분이 와해되었다. 특히 현대사회의 복잡한 환경과 스트레스로 성인이 어른이 되기를 두려워하거나 거부하는 심리현상이 발견되었다. 영원한 소년의 상징인 피터 팬은 영원한 젊음과 자유를 꿈꾸는 현대인의 심리상태를 대변한다. 어린이의 취향과 감성을 지닌 대학생이나 20~30대 직장인들이 키덜트 풍 트렌드에 열광한다. 키덜트에 열광하는 어른들은 각박한 현실로부터 벗어나 정서적 안정과 스트레스 해소를 위해 진지하고 무거운 것보다는 유아적이고 재미있는 것을 추구한다. 그들은 "헬로 키티"같은 산리오(Sanrio)제품이나 "아기 곰 푸우" 등의 아이들을 대상으로 한 캐릭터 소품을 수집하고 심지어 자동차나 집안의 인테리어 제품으로 가득 채운다. 영국산 유·청소년 대상으로 한 "미스몰리(Miss Molly)" 화장품의 매출 대다수를 대학생과 주부가 차지하는가 하면 호주의 "블룸(Bloom)", 미국의 "스틸라(Stilla)", 이태리의 "푸파(Pupa)" 등 소녀 취향의 화장품이 빠르게 자리 잡고 있다. 미국의 가장 대중적인 속옷 회사 빅토리아 시크릿(Victoria's Secret)의 세컨 브랜드 "핑크(Pink)"는 18~22세를 타겟으로 출시되었지만 폭 넓은 연령층이 발달한 디자인에 열광한다. 디즈니 캐릭터를 응용한 "디즈니 스토어(Disney Store)"의 다양한 소품과 의류는 미국의 남녀노소 모두에게 대중적으로 판매 되었다. 동물 캐릭터 디자인의 "Disney Golf", "MU Sports", "Black & White", "Munsingwear" 같은 골프웨어를 포함한 다양한 캐릭터 의류가 연령층과 관계없이 폭 넓은 인기를 끈다.⁶⁸⁾ 또한 유아, 어린이, 청소년을 타겟으로 한 옷 디자인은 위 연령대의 디자인을 모방하기 시작했다. 특히 서구권 나라에서 아이들이 어른 패션을 닮아가는 것을 쉽게 찾을 수 있으며 의류업계 종사자들도 이를 빠르게 인지하고 대응하고 있다. 이러한 사회 현상과 소비자들의 심리 상태는 팝아트의 영향을 받은 디자인이 호응 받기에 충분한 조건을 형성하게 되었다.

2) 2000년대에 나타난 팝아트 패션

마크 제이콥스(Marc Jacobs)의 선명한 컬러 표현과 세컨드 라인 마크(Marc)의 무지개 색 벨트와 컬러풀한 양말 및 비닐 소재를 이용한 코트는 팝 적인 느낌이 잘 표현되었다. 프라다(Prada)역시 세컨드 라인 미우미우(Miu Miu)의 콘 힐 구두를 컬러풀하게 내놓았고 샤넬(Chanel)에서도 캔디컬러의 사용으로 발랄하고 유쾌한 디자인을 선보였다. 게스(Guess)의 컬러풀한 스트라이프팬츠와 A6의 레드와 옐로우의 대비 색 폴카닷 스커트나 미스시스티의 팝 스타일 프린트 등 다양한 브랜드에서 팝아트의 영향을 받은 아이템들을 내세웠다. 2001년 디올, 카스텔바자크, 루이비통(Louis Vuitton)의 컬렉션에서 팝 무드가 연출되었다. 카스텔바자크는 2001년과 2002년 컬렉션에서 리히텐슈타인과 키스헤링의 작품 이미지를 일부 혹은 전체 프린팅하여 직접적인 표현방법을 사용하거나 일부에 이질적인 소재와 배치하였다. 돌체 & 가바나(Dolce & Gabbana)는 2003년과 2004년 만화적인 요소를 사용하였고 필립 트리시(Philip Treacy)는 2003년 S/S 컬렉션에서 워홀의 작품이미지를 응용하여 모자와 액세서리 디자인을 하였다. 많은 디자이너의 작품에서 만화 프린트, 슬로건이나 그래피티 등의 효과가 나타났으며 구찌(Gucci)사는 파리 컬렉션 기간에 구찌와 YSL후원으로 파리 몽피우센터에서 "The Years of Pop"이라는 전시회를 개최하는 등



〈그림 10〉 Castelbajac. Collection
V.6 03-04 F/W



〈그림 11〉 Paul Smith의 2008 S/S, 삼성디자인네트, 2008. 3. 26.

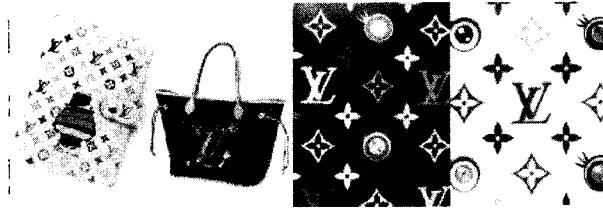


〈그림 12〉 Moschino & Frankie Morello. *Collezioni N.128. 08-09 A/W.*

패션계에 팝 열풍이 일어났을 알 수 있다.

2003년 S/S 컬렉션은 60년대 패션 아이콘이었던 케네디(Jacqueline Kennedy) 영부인의 스타일과 디자이너 꾸레쥬의 디자인이 재해석 되었다. "Jackie Look"의 부드러운 곡선을 살린 기하학적 실루엣과 A-line 미니스커트나 마이크로 미니와 주름장식, 셔링, 프릴⁶⁹⁾ 등으로 여성스러움이 강조 되었다. 동일 시즌 옵아트, 큐비즘이나 팝아트의 영향⁷⁰⁾을 받은 올 오버나 윈 포인트 그래픽이 주를 이뤘다. 팝의 그라피티의 활용과 현란하고 과감한 모티브와 색의 사용은 2004년까지 이어졌으며 그 이후로도 지속적으로 등장한다. 만화 캐릭터를 활용한 그래픽 역시 캐주얼 웨어에 꾸준히 활용되며 재미있고 낙관적이며 활력이 있는 팝 적인 이미지를 쉽게 찾을 수 있다. 카스텔바자크는 2003-04 F/W 콜렉션에서 팝의 영향을 받은 낙서와 소재를 사용한 스포츠웨어를 선보였다(그림 10). 들체 & 가바나는 미키마우스와 도널드

덕 티셔츠를 2004 상반기 패션 컬렉션 전면에 내세웠고, DSQUARED²는 핫도그와 같은 만화적인 캐릭터와 익살스러운 문구의 티셔츠를 선보였다. 이미 지속적으로 만화 캐릭터를 주요 모티브로 삼는 아이스버그(Iceberg)와 카스텔바자크도 도널드 덕과 벅스바니를 각각 등장시켰다.⁷¹⁾ 영국의 폴 스미스(Paul Smith)는 위홀의 작품이나 본인이 직접 촬영한 아이스크림이나 금붕어 등을 디자인 소재로 활용하였고, 필립 트리시는 먼로의 얼굴을 이용해 모자와 백을 만들었다.⁷²⁾ 국내 패션디자이너 박동준도 멕시코의 세계적인 화가 프리다(Frida Kahlo)의 작품들을 천에 디지털 프린팅한 것을 잘라 콜라주 형식으로 제작한 작품들을 선보이는 등 팝아트와 동일한 기법도 많이 활용되었다. 폴 스미스는 2008년 S/S 남녀 컬렉션의 테마로 팝 아티스트, 호크니의 작품을 응용하였다. 호크니의 밝은 컬러 보색대비, 비대칭적인 구성라인과 스트라이프의 조화 등 회화에서 표현된 특



〈그림 13〉 다카시 무라카미의 Louis Vuitton디자인



〈그림 14〉 R. Prince의 L.V., "조크백"시리즈 삼성디자인네트, 2008. 3. 26.

징이 컬렉션 의상을 통해 표현 되었다(그림 11). 최근 2008/09년도 A/W 프레타포르테(Pret-A-Porter)에서 모스키노(Moschino)와 모렐로(Frankie Morello)가 팝아트의 프린트 기법이나 키치적 요소와 이미지의 망점 표현과 글씨가 어우러진 디자이너들을 선보임으로 지속적인 디자이너들의 팝아트에 대한 관심을 표명한다(그림 12).

팝아트는 패션과 디자인 뿐 아니라 액세서리와 뷰티에도 영향을 미쳤다. 강렬한 그래픽과 컬러나 플라스틱의 느낌과 사이키델릭한 팝 적인 이미지를 쉽게 찾아 볼 수 있었다. 워홀의 면로의 유명한 실크스크린 시리즈 이미지를 이용한 향수 "앤디워홀 마릴린"이 출시되었다. 코스메틱 브랜드인 마디나(Madina) 밀라노는 레이저 기술을 이용한 디자인들, 돛단배가 바다에 떠있는 그림의 매직 립 클로스를 컬러, 형태, 패턴 등을 시즌마다 바꿔 선보이고 있다.⁷³⁾ 또한 용기에 팝 아트적인 컬러와 모티브를 이용한 국내 한불 화장품의 립 팔레트 아이템 등이 있다. 다양한 분야와 문화 속에서 팝아트는 꾸준한 생명력을 지닌 채 대중에게 늘 세련된 느낌으로 어필하고 있다.

3) 미술과 패션의 크로스오버

역사적으로 미술과 패션은 애증의 관계를 갖고 있다. 몇 미술가들은 패션이 예술의 미학적 가치에 못 미친다고 생각하고 패션의 상업적인 입장을 꺼려했고, 몇 패션 디자이너들은 미술가의 타협 불가능한 고지식함 때문에 같이 일하기를 거부했다. 1930년 디자이너 스킨알파렐리(Elsa Schiaparelli)가 초현실주의 화가 지아코멜리(Alberto Giacometti)와 달리(Salvador Dalí)와 공동작업(Collaboration)을 진행했다. 또한 1960년대 워홀 같은 팝 아티스트들이 패션산업과 연계를 갖고 작업하였고 그 이후 수년간 패션과 미술과의 산업과 문화 사이의 간극은 점차 줄어들었다. 패션잡지에서는 미술 관련 논제를 다루고 미술관에서는 디자이너 백을 판매하는 등 아트는 패션에 패션은 아트에⁷⁴⁾ 서로 공존하기에 이르렀다.

2000년 초반 루이비통은 보수적이고 전통적인 다소 침체 적 분위기를 벗어나기 위해 세계적으로 유명한 포스트모던 아티스트들에게 브랜드의 새로운 컨셉 디자인을 의뢰하였고 무라카미의 멀티 컬러 모노그램 작업이 시작되었다(그림 13). 무라카미의 만화적이고 컬러풀한 이미지는 고급스럽고 전통적인 패턴에 발랄한 네오-팝아트적인 요소를 가미하여 소

비자들에게 충분히 새로움을 선사하였고 또 하나의 선망의 제품이 되었다. 루이비통의 다음 아티스트와의 공동 작업으로는 미국의 유명한 포스트모던 팝아트 작가인 리처드 프린스(Richard Prince)의 가방 시리즈가 있다. 프린스는 대중문화의 아이콘을 소재로 자신의 작품을 재창조한다. 핏빛처럼 보이는 그로테스크한 병실, 도발적인 포즈의 간호사, 읽고 나면 쓸쓸해지는 농담 등 “간호사=백의의 천사”, “농담=즐거운 것” 같은 매스 미디어에 의해 주입된 친숙한 이미지들을 순식간에 뒤집어 놓는다.⁷⁵⁾ 그의 간호사 시리즈는 대중 통속 소설의 커버를 잉크젯 프린터를 사용하여 캔버스에 프린트 후 텍스트를 제거한 후 마스크를 그린 그림들로 위협하면서 섹시하고 자상하면서 힘들게 하는 모순적인 이미지를 표현했다. 루이비통과의 협업을 통해 “Paris After Dark”, “London After Dark”, “New York After Dark”, “Nurse painting” 시리즈 등의 작품을 모티브로 사용한 “Joke Bag” 시리즈가 탄생하였다(그림 14). 2008 S/S 컬렉션에서는 옛 삼류 소설책의 표지를 테마로 한 프린스의 작품이 거대한 사이즈로 프린트되어 루이비통의 패션쇼장이었던 루브르 박물관의 Cour Carree를 장식하였다.

국내 브랜드 “쌈지”는 예술 작가를 지원하고 작품을 의뢰하여 공동 작업을 하는 “아트 마케팅”을 진행하였다. “쌈지 아트광고”, “쌈지 아트쇼”와 98년에 개최한 “쌈지 워크샵”등을 통해 미술, 패션, 건축, 음악, 그래픽 디자인 등 다양한 분야에서 실험적인 작업을 하고 반응이 좋았던 작품들을 상품화 하였다.⁷⁶⁾ 2006년에는 팝 아티스트 낸시 랭을 영입하여 사람의 얼굴에 로봇 몸체와 날개를 단 터부 요기니⁷⁷⁾의 실루엣을 그래픽 작업한 패션제품을 선보였다. 가방 브랜드 레스폴삭(LeSporac)은 런칭 초기부터 브랜드 차별화를 위해 아티스트를 영입했는데, 일본의 사이먼 레그노의 토키도키(tokidoki)라인은 애니메이션 느낌의 일러스트레이션이 특징적이다.

2004년에 마크 제이콥스의 사장인 더피(Robert Duffy)가 힐러리(Hillary Clinton) 선거 의회원인 “Friends of Hillary”에 참석해 힐러리 조력자인 도일(Doyle)에게 제시하여 선거유세를 위한 캠페인에도 패션이 활용

되었다. 마크 제이콥스의 일곱 가지 컬러를 사용한 티셔츠는 힐러리의 얼굴을 실크 스크린 한 것으로 강한 대비감이 워홀의 마블린먼로, 마오와 케네디의 초상화법을 연상시킨다(그림 15). 전에도 정치계에 워홀의 초상화 이미지가 사용되었는데 메사츄세츠 주지사 선거의 그로먼(Steven Grossman)나 닉슨(Richard Nixon)대통령이 야당의 표를 분산하기 위해 “맥거번에게 투표하십시오(Vote McGovern)”라고 제목 붙여져 활용된 일이 있다. 힐러리 티셔츠는 마크 제이콥스 습과 www.friendsofhillary.com 사이트에서 판매되어 캠페인 자금으로 사용되었다. 팝아트의 대표적 기법 중 하나인 반복(Repetition)의 이미지는 식상할 수 있지만 보는 이에게 강하고 친근하게 다가갈 수 있는 효과적인 방법이다.⁷⁸⁾



〈그림 15〉 Hillary의 티셔츠디자인
삼성디자인네트, 2004. 5. 19.

패션 브랜드 런칭 쇼나 컬렉션 등의 장소로 갤러리가 사용되기도 하는데 이에 더해 브랜드 홍보를 위해 예술가들에게 브랜드 관련된 작품을 의뢰하기도 한다. 디올의 신상품 라인인 “하드 코어 디오르” 런칭을 위해 “모던아트 인 하드코어 디오르”라는 이름으로 서울 원화랑에서 전시가 있었다. 세 작가가 작품을 통해 상품 컨셉을 표현했다. 또한 나이키(Nike)는 예술가들에게 “Art of Speed”를 주제로 한 영상작품 제작을 의뢰하여 nikelab.com과 nikespeed.com에 올렸다. “Shortest Race” 등 15편의 작품은 국내 청담동 갤러리에서 나이키 브랜드 런칭 기념파티를 하며 상영되었다. 최근 나이키 코리아는 농구화 “덩크(Dunk)”시리즈와 팝아트를 접목한 전시를 명동 아바타에 마련된 Nike Dunk “Be True” Art Gallery에서 개최하였다. 새로운 팝아트를 위해 피규어(figure), 그래피티, 설치미술, 힙합, 사진, 디지털 영상 등을

통해 스트리트의 감성을 표현했다. 최근 마켓 트렌드는 “Curated Retail”이라는 키워드로 예술적 가치가 있는 공간을 통해 소비자를 끌어 들인다. 대표적으로는 버밍햄의 Selfridge’s Flagship Store와 도쿄의 룩본기 힐스가 있으며 뉴욕의 대표적 패션 거리인 매디슨 에비뉴에서는 “Where Fashion meets Art”라는 행사에서 매장에 럭셔리 브랜드 제품과 미술 작품을 동시에 전시하였다.⁷⁹⁾ 2008년 초 국내에 새로 선보인 10 Corso Como는 패션, 액세서리, 서점, 음반 및 카페가 한 자리에 있는 복합 편집 매장 형태의 문화공간이다. 이는 전직 패션 에디터이자 언론인인 까를라 소짜니가 1991년 이탈리아 밀라노에 예술과 패션과 문화를 한 곳에 즐길 수 있는 컨셉스토어로 오픈하였고 이후 도쿄와 서울에 설립되었다.



〈그림 16〉 Cindy Sherman, Vogue 2007.

패션계에서 뿐이 아니라 미술계에서도 패션과의 접목이 시도되고 있다. 국내 작가 배준성은 2003년 크리스찬 라크르와(Christian Lacroix)의 드레스 디자인을 응용한 미술작품으로 한 “Christian Lacroix와 배준성 - 라크르와氏, 치마를 올려봐도 될까요?”라는 독특한 전시를 개최하여 주목을 받았다. 장폴고띠에(Jean Paul Gaultier)는 파리의 까르띠에(Cartier Foundation)와의 협업으로 실제의 빵을 이용하여 드레스와 액세서리를 제작하고 그가 디자인 한 바게트 빵을 판매한 “Pain Couture”라는 아트웨어전을 개최했다. 지난 2004년 광주 비엔날레에서는 프라다가 “참여관객”으로 초청 받아 비디오 설치 작가 이경호의 작품 “빵 튀기”의 실제로 담을 가방을 제작하여 개당 1000원에 팔기도 하는 작업이 진행되었다.⁸⁰⁾ 영국의 작가

허스트(Damien Hirst)는 위홀의 Factory X Levi’s 라벨이 뉴욕 Barneys 백화점에 출시 된 것을 보고 Levi’s의 라벨 크리에이티브 디렉터인 니먼(Adrian Nyman)을 만나 2007년 콜렉션 전체를 진행하기도 했다. 위홀의 작품과 허스트의 작품을 겹친 이미지의 티-셔츠를 비롯하여 Levi’s 50ls 청바지를 재구성(reassemble)한 북을 제작하였다. 발렌시아가(Balenciaga)의 헤드디자이너 고세티에르(Nicolas Ghesquière)는 예술가 신디 셔먼(Cindy Sherman)과의 작업을 통해 신디 셔먼의 사진 “셀프-포르레이트”를 발렌시아가(Balenciaga)가 월드컵에 적합하게 재 작업하여 2007년 8월 프랑스 편 「Vogue」에 실었다(그림 16)⁸¹⁾. 현재 패션과 예술의 다양한 각도의 접목이 많이 이루어지고 있으며 다른 요소가 크로스오버되어 활용되기도 하며 각 분야의 전문가들은 서로의 영역을 넘나들며 작업 활동을 하는 것을 알 수 있다. 아트와 패션의 관계는 최근 하나의 가장 왕성한 스와핑 시대(Swapping periods)⁸²⁾에 도달했다.

IV. 결론 및 논의

팝아트는 사회, 문화의 변화를 의식하며 대중을 의식한 필연적인 미술운동이며 일시적이라는 예상과는 달리 지속되고 있다. 모두를 위한 팝아트는 미술 분야 뿐 아니라 패션과 다른 산업분야에도 다양한 형태로 영향을 미치고 있다. 예술사조와 패션에 나타난 팝아트의 특성을 1960년대의 고전 팝아트와 포스트모던시대 이후인 신(新) 팝아트로 구분하여 살펴본 결과 <표 1>과 같이 정리되었다.

미술에서의 고전 팝아트는 미국적이었으나 점차 세계적으로 영역이 확장되었다. 또한 팝은 미술의 한 계, 가치, 감상의 폭을 넓히는 계기가 되었다. 팝아트는 리차드 해밀톤의 정의에 더해 “대중적이고, 일시적이었으나 지속성을 지녔으며, 소모적이었으나 무궁하며, 저가였으나 고가에 가치를 지녔고, 대량생산이 가능하나 오리지널리티(원본의 의미)가 존재하며, 짧으나 다양한 연령이 즐기고 있으며, 위트가 있으며, 섹시하고, 교묘하며, 매력적이고, 사업성이 큰 것”임을 알 수 있다. 팝아트의 표현은 자유로우며 고전적

<표 1> 시대구분에 따른 패션과 예술사조에 나타난 팝아트 현상의 특성

	예술사조에 나타난 팝아트의 특성	패션에 나타난 팝아트의 특성
1950~1960 년대에 나타난 고전 팝아트 (Pop Art)	1950-60년대 이후 영국과 미국에서 발생. 대중문화나 일상적인 소재 및 기성(ready-made) 제품의 사용, 출처의 다양함(저급함) 등으로 키치적 특성. 대중성, 소모성, 일시성, 대량생산성, 소비성, 젊음, 에로티시즘을 지향함. 권력, 명성과 성공, 자살, 환경오염, 우주, 전쟁, 핵, 기아 등의 사회적 이슈에 관심을 표명함. 단순한 형태, 평면적 형태, 날카로운 외곽선(하드엣지)과 경계선, 깊은 공간의 은폐를 특징으로 함. 반복, 확대, 분리를 통해 형태의 왜곡을 이루고 불드하며 컬러풀하게 표현 함. 값싼 잡지 및 책자를 이용한 콜라주 기법이 널리 애용됨.	팝아트의 직접 및 유사적 차용. 원본이 사라지고 표피만 존재하는 혼성모방. 저가, 대중화 ⇨ 고급화 고가의 가격에 판매되기도 함. 수평전파, 집합선택, 하위패션의 상향전파 이루어짐. 위홀 룩, 모즈(Mods), 테디보이(Teddy Boys), 비틀즈 룩(Beetles), 히피 룩 (Hippies), 근대파(Modernist), 유니섹스 룩 등의 팝문화, 팝뮤직에 영향을 받은 트렌드가 나타남. 합성섬유의 발전으로 폴리에스테르, 나일론, 쉬폰, 메시와 특수 재료인 비닐, 금속, 알루미늄, 스틸, 유리 등이 사용됨. 인체의 본질에 충실하지는 의도로 시스루와 노브라 패션 제시됨. 핫팬츠, 힙스터, 청바지, 티셔츠, 케이프, 투닉, 롬, 둥근코 신발 등 유행. 실크스크린, 콜라주 기법인 패치워크, 그라피토, 낙서 및 문자 모티브, 비디오 모티브, 대중적 이미지 표현됨. 미래의 동경, 테크놀로지 발전의 영향으로 미래적인 이미지인 우주시대의상 등장.
포스트모던 이후 나타난 신조 팝아트 (New Pop Art)	1980년 이후 네오 팝, 누보 팝, 포스트모던 팝, 1989년 일본의 네오 팝 등의 다양한 이름의 뉴(new) 팝아트 출현. 일본의 네오 팝은 슈퍼플랫, 애니메이션, 망가(만화책), 불교적 이미지저리, 12세기 그림과 글씨 장식, Zen 미술, 18세기의 에도시대의 구도기법이 사용됨. 미국의 네오 팝은 일본의 네오 팝 보다 더 키치적이고 개인적인 표현이 특징임. 좋아하는 것에 대한 편집증적인 집착과 탐구. 고전 팝아트와 기존맥락은 같지만 더 개인적, 해설적, 서술적임. 고전 팝의 직접적 인용이 있기도 하나 다양해진 모티브, 출처 및 테크닉과 다른 시대와 역사의 이미지가 사용됨.	팝아트의 직접적인 도용과 위홀 룩의 다양화. 디자인 및 아트워크(그래픽): 그라피티, 모티브, 팝아트 적 칼라, 만화, 사이키 이미지 등 다양한 소재, 모티브 및 기법이 사용됨. 키치, 풍자적 혼합형 연령의 구분이 와해되고 문화의 균질화 현상이 나타남. 피터팬 신드롬 및 키덜트의 영향으로 유아적(childish)이고 재미(fun)를 추구하는 요소가 있는 팝아트적인 디자인이 부각됨. 활발해진 미술과 패션의 크로스오버 현상이 나타남. 팝 아티스트들과 디자이너들의 협업(Collaboration) 및 고유의 영역을 넘나드는 현상이 나타남.
결 론	팝아트는 대중적, 일시적, 소모적, 저가, 대량생산, 젊음, 유행, 섹시, 교묘, 매력적, 사업성이 큰 것이나 지속적이었으며, 무궁하며, 고가의 가치를 지니며, 원본의 의미가 존재하기도 하며, 다양한 연령대가 즐기고 있음을 알 수 있다. 고전 팝아트는 미국적 성향이 강하게 나타났으나 점차 세계적으로 영역이 확장되고 소재선택과 표현기법이 더 다양해졌다. 팝아트 패션은 팝아트 모티브의 직접적 차용이 있지만 동일 환경에서 독자적으로 발전되는 양상을 보인다.	

인 출처와 역사적인 형식을 필요로 하지 않는다. “레디메이드” 등의 일상에서 소재를 삼으며 확대, 반복, 분리를 통해 형태를 변화시킨다. 빠르고 재미를 추구하며 키치적 특성이 있다. 팝아트는 다양한 매체를

통한 대중문화를 소재로 하고 값싼 잡지 및 책자를 이용한 콜라주 기법이 애용되었다.

최근에 나타난 팝아트는 네오 팝아트, 누보 팝아트, 포스트모던 팝아트라고 불리며 고전 팝 아트의

기본 맥락은 같아하지만 더 해설적이고 출처 및 표현이 다양하다. 다양한 국가에서 다양한 팝아트 작품이 선보여지고 있다. 일본의 네오 팝이 애니메이션의 “슈퍼플랫”의 특징을 지니고 있다면 미국의 네오 팝은 보다 키치적이고 개인적인 표현이 특징적이다. 1960년대 아티스트들의 공동적인 관심사에서 출발한 것과 달리 신(新) 팝 아티스트들은 개인적인 체험과 정서에 바탕을 두고 작업하는 양상을 지니고 있다.

1960년대 대량생산과 소비 확산의 영향으로 대중화를 지향한 팝아트는 패션에도 큰 영향을 미쳤다. 패션에 표현된 팝아트는 원본이 사라지고 표피만 도입된 혼성모방을 특징으로 하며 “젊은 룩(young look)”을 지향한다. 1950년대 패션이 하향전과 되었다면 60년대 이후로는 수평전과나 집합선택에 의해 패션이 전도되었고 심지어 하위패션의 상향전과가 이루어졌다. 팝 음악의 영향으로 모즈스타일이 유행하였고 테디보이스타일과 히피스타일이 젊은이들 사이에서 유행되었고 상위패션에 영향을 미쳤다. 이는 예술사조 팝아트의 영향이 아닌 동일 환경에서 발생된 유사현상이다. 앤디 워홀같은 아티스트들의 패션산업에 참여가 시작되었고 많은 디자이너들에 의해 워홀의 작품에서 영감을 받은 “워홀 룩”이 빈번하게 등장했다. 인체의 노출과 대중패션의 유행으로 미니스커트, 핫팬츠, 청바지가 유행하였다. 남녀가 함께 입는 유니섹스 룩과 팝아트적인 색상의 실크스크린기법이 도입된 디자인이 나타났다. 대량생산과 섬유산업의 발전으로 폴리에스테르나 나일론이 사용되고 팝아트에 서처럼 일상적이지 않은 비닐, 금속, 유리, 알루미늄, 스틸 등의 특수소재도 활용되었다. 테크놀로지의 발전과 미래적인 것에 대한 동경으로 우주시대상이 등장했다. 또한 1980년대에 이르러서는 팝아트의 영향으로 패션에서는 그라피토, 비바, 쇼크, 비디오 모티프가 등장했다.

1980년대 포스트모더니즘의 등장으로 다양성이 추구되는 사회분위기와 연령의 구분이 와해됨으로 일부에서는 문화의 균질화 현상이 나타났다. 각박한 현실로부터의 스트레스 해소를 추구하는 성인들이 많아졌다. 이러한 심리를 대변하는 피터팬 신드롬이나 키덜트 현상으로 유아적이고 재미를 추구하는 디자

인이 다시 각광받기 시작했다. 만화적인 캐릭터 상품이나 소녀 취향의 제품이 다양한 연령층에게 사랑을 받는다. 2000년대 패션에 나타난 팝 아트의 영향은 1) 1960년대 팝아트 작품의 모티브나 느낌을 직접 응용하거나, 2) 팝아트적인 느낌의 더 다양해진 기법과 모티브가 디자인되거나, 3) 현존하는 팝 아티스트에게 직접 디자인을 의뢰하여 협업으로 진행되는 것을 알 수 있다. 또한 디자이너가 아트웨어 작품을 전시하기도 하고 패션 디자인 제품을 주제로 한 아티스트들이 작품을 전시 하는 등 고유 영역과 공간을 넘나드는 현상이 나타나고 있다. 패션 리테일 샵에서 작품을 전시하여 판매하거나 전시장에서 패션상품이 판매되기도 한다. 2000년대에 이르러서는 팝 아트의 요소가 다양한 방식으로 크로스오버되어 다양성을 추구하는 소비자들의 취향을 충족시키고 있다.

참고문헌

- 1) Francis, Mark(ed.), Foster, Hal(Survey) (2005). *POP*. London: Phaidon, p. 11.
- 2) 데이비드 매카시, 조은영(역) (2003). *현대미술운동총서- 팝아트*. 서울: 열화당, p. 75.
- 3) Madoff, Steven H.(ed.) (1997). *Pop Art: A Critical History*. Berkeley: University of California Press, p. xi.
- 4) 김민자 (1989). 예술로서의 의상디자인. *대안가정학회지*, 27(2), p. 17.
- 5) 김민자 (1986). 1960년대 팝 아트(Pop Art)의 사조와 패션. *대안가정학회지*, 10(1), p. 69.
- 6) 위의 책, p. 81.
- 7) 에드워드 루시스미드, 김춘일(역) (1990). *1945년 이후 현대미술의 흐름*. 서울: 미진사, p. 155.
- 8) 인데펜던트 그룹(Independent Group): 런던의 현대미술관(Institute of Contemporary Art)과 연계해 대부분 1920년대초에 태어난 영국의 젊은 예술가들과 비평가들로 구성된 그룹으로 종전 후의 문화가 민주적이고 포괄적이며 접근 용이할 것임을 직감하여 현대미술도 이에 발맞추어 나가야 함을 주장했다. 인데펜던트 그룹의 연속토론에는 미술가, 평론가, 건축가들이 포함되어 있었는데 Eduardo Paoiozzi, Alison, Peter Smithson, Richard Hamilton, Peter Reyner Benham, Lawrence Alloway 등이 있다. 데이비드 매카시, 조은영(역), *op. cit.*, p. 8.
- 9) Crow, Thomas (1996). *The Rise of the Sixties*. New York: Harry N. Abrams Inc., Publishers, p. 89.
- 10) 에드워드 루시스미드, 김춘일(역), *op. cit.*, p. 144.
- 11) 데이비드 매카시, 조은영(역), *op. cit.*, p. 8.
- 12) *Ibid.*, p. 75.

- 13) Monem, Nadine Käthe(ed.) (2007). *Pop Art Book*, London: Black Dog Publishing, p. 18.
- 14) Robbins, David (1990). *The Independent Group: Post-war Britain and the Aesthetics of Plenty*, exh. cat., Cambridge, Massachusetts. p. 32를 데이비드 매카시, 조은영(역). *op. cit.*, p. 9에서 재인용.
- 15) Walhol, Andy (1975). *The Philosophy of Andy Walhol, from A to B and Back Again*. New York: Harcourt Brace Jovanovic, pp. 100-101을 Monem, Nadine Käthe. *op. cit.*, p. 162에서 재인용.
- 16) 데이비드 매카시, 조은영(역). *op. cit.*, p. 9.
- 17) Kulturkritik(독): Critique of (our) Civilization and Culture
- 18) Hermand, Jost (1971). *Pop International, Athenäum: Frankfurt am Main*, pp. 47-51.을 토마스 크로우 외, 이영철(역) (1997). *시각예술과 문화정치학 시리즈 1, 현대미술과 모더니즘론*. 서울: 시간과 언어, p. 301에서 재인용.
- 19) Alloway, Lawrence (1959). *Cambridge Opinion 17, The Long Front of Culture*, pp. 25-26.
- 20) Hamilton, Richard(1961). *Gazette, no.1, For the Finest Art Try Pop*, pp. 42-43.
- 21) Mamiya, Christin J.(1992). *Pop Art and Consumer Culture: American Super Market*. Austin, Texas. p. 1을 데이비드 매카시, 조은영(역). *op. cit.*, pp. 33-34에서 재인용.
- 22) 토마스 크로우 외, 이영철(역). *op. cit.*, p. 320.
- 23) Francis, Mark(ed.), Foster, Hal(Survey). *op. cit.*, p. 68.
- 24) 루시 R. 리파트, 전경희(역) (1986). *팝아트*. 서울: 미진사, p. 28.
- 25) 토마스 크로우 외, 이영철(역). *op. cit.*, p. 311.
- 26) Monem, Nadine Käthe(ed.). *op. cit.*, p. 184.
- 27) 루시 R. 리파트, 전경희(역). *op. cit.*, p. 89, p. 99.
- 28) 데이비드 매카시, 조은영(역). *op. cit.*, p. 37.
- 29) Crow, Thomas. *op. cit.*, p. 97.
- 30) Livingstone, Marco(ed.) (1991). *Pop Art: An International Perspective*, exh. cat., London, p. 158을 데이비드 매카시, 조은영. *op. cit.*, p. 10에서 재인용.
- 31) Monem, Nadine Käthe(ed.). *op. cit.*, p. 17.
- 32) *Ibid.*
- 33) 키치(Kitch): 1860년~70년대 사이 린현의 화가와 화상의 속어로 사용되었으며 하찮은 예술품을 지칭. 1910년에 이르러 국제적 용어가 됨. Gilbert Highet에 따르면 키치는 "건방지고 우쭐대는 것"을 의미하는 러시아 동사인 Keetchesya에서 파생됨. "저속한 처장"을 의미. 특성은 미 완성적이며 값이 싸야하며 쓰레기나 페몰로 여겨질 수 있음. M. 칼리니스쿠 (1987). *모더니티의 다섯 얼굴*, 서울: 시각과 언어, pp. 292-293.
- 34) *앞의 책*, p. 313.
- 35) 하드 에지(Hard-edge): 추상표현주의의 자유분방한 기법과 대립되는 칼로 자른 듯한 간결한 형태와 단순하고 평면적인 색면 처리를 특징으로 하는 기법으로 상업적 테크닉과 색채를 사용해서 대중적이고 재현적인 이미지를 전달한다. 루시 R. 리파트, 전경희(역). *op. cit.*, p. 92.
- 36) 임은혜 (2005). 패션에 나타난 팝 아트의 영향. *복식*, 55(1), p. 15.
- 37) Buxbaum, Gerda(ed.) (1999). *Icon of Fashion, The 20th century*. Munich, London, New York: Prestel, p. 97.
- 38) 콜라주(Collage): "폴로 붙이다"라는 뜻의 붙여서 유래. 평면적인 표면에 인쇄물, 천 나무조각, 형질, 쇠붙이 등을 붙여서 구성하는 회화 기법. 종이에 종이 조각들을 붙이기도 함.
- 39) 레디메이드(Ready-made): 마르세 뒤샹이 기성 실용품을 그대로 전람회에 출품함으로써 창조된 미적 개념. 기존 미술 형식을 탈피하고 "일상 실용품을 다른 환경에 옮겨 놓았을 때 본래 목적을 상실하게 하여 미의 절대적 가치를 부정하고 미술 발견하고자" 하였던 의도에서 만들어 낸 명칭.
- 40) 자료검색일 2008. 4. 18, 자료출처 <http://en.wikipedia.org/wiki/neo-pop>
- 41) 자료검색일 2008. 4. 18, 자료출처 http://en.wikipedia.org/wiki/Keith_Haring
- 42) 자료검색일 2008. 4. 18, 자료출처 http://en.wikipedia.org/wiki/Jeff_Koons
- 43) 코디최 (2008. 3). *대중문화, 영리하게 즐기기. Neighbor*, 서울: Solution Co., p. 133
- 44) 이성희 (2005, 6. 19). *일본 네오 팝아트전. 한국일보*. 자료검색일 2008. 3. 6, 자료출처 <http://news.hankooki.com>
- 45) *앞의 책*.
- 46) 이광형 (2005, 6. 19). 서울서 개인전 여는 日 "네오 팝" 대표작가 나라 요시토모. *국민일보*. 자료검색일 2008. 4. 18, 자료출처 <http://www.kukinews.com>
- 47) Mica Yoshitake(2007). *©MURAKAMI. 전시팝플렛, Los Angeles: The Geffen Contemporary at MOCA, Oct 29, 2007-Feb 11, 2008*
- 48) 출처 불분명. <http://blog.daum.net>
- 49) DOB: 일본의 만화책 이나카베 타이쇼(Inakappe Taisho)에서 등장한 "왜? 왜?(Dobojite dobojiste)"와 코미디언 토로 유리의 "오샤만베(Oshamanbe)"에서 따온 약자. Mica Yoshitake. *op. cit.*
- 50) Exhibition Report (2007. 7. 26). *누보 팝(Les Nouveaux Pop)"展*. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008. 4. 18, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 51) 혼성모방(Pastiche): 여러 가지 재료로 혼성된 프랑스식 greco-Roman 파이 pasticcio가 어원이며, 오페라를 비롯한 음악, 문학, 예술 분야에서 주로 사용되는 용어로서 포스트모더니즘 특히 팝 문화에서 두드러지게 보여 짐. 학자 James Fredric(1991)은 "공허한 페러디", 정치적 역사적 내용이 결여된 "죽은 언어", "유머의 결여"라고 평했다. 자료검색일 2008. 4. 18, 자료출처 <http://en.wikipedia.org/wiki/pastiche>
- 52) 이은영 (2000). *패션 마케팅*, 제 2판. 서울: 교문사, p. 179.

- 53) Francis, Mark(ed.), Foster, Hal(Survey). *op. cit.*, p. 85.
- 54) Monem, Nadine Käthe(Edit.), *op. cit.*, p. 168.
- 55) 김민자 (1986). *위의 책*, p. 75.
- 56) Mods: Modernist(근대파)의 준말로...팝문화·록뮤직의 탄생과 함께 일부 노동자계층의 자녀로부터 미술대학생 사이에 퍼졌던 하위문화였지만, 1960년대를 대변한다고 할 수 있다. 김민자(1987). 2차대전 후 영국 청소년 하위문화 스타일. *한국의류학회지*, 11(2), p. 75.
- 57) Hippies: 기성사회나 법규나 관습에 반발하며, 몸치장·생활 따위에 무관심하며, 세상을 사랑이 지배한다고 믿는 일부 젊은 층으로서 비동조자 집단이다.36이 청소년 하위 문화집단은 1960년대 말 중산층지식계급이나 예술가들을 중심으로 퍼져나갔다. *앞의 책*, p. 76.
- 58) 토마스 크로우 외, 이영철(역). *op. cit.*, p. 301.
- 59) Report (2001. 7. 25). *60년대 팝아트와 현대 팝아트*. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008. 4. 18. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 60) 김민자 (1987). *위의 책*, p. 199.
- 61) 정운자, 천희정 (1995). 팝 아트와 1960년대 패션. *Journal*, 15, p. 199.
- 62) 김민자 (1986). *위의 책*, p. 79.
- 63) 루시 R. 리파트, 전경희(역). *op. cit.*, p. 75.
- 64) 85년 추동 패션 방향. 월간 멋 (1985. 5), pp. 201-204를 김민자(1986). *위의 책*, p. 70에서 재인용.
- 65) 카모플라지(camouflage): 군복의 얼룩덜룩한 패턴무늬, 제 1차 세계대전 이후로 사용되었으며 사람·무기·장비·시설 등의 구별이나 움직임을 상대방 적으로부터 은폐하기 위한 수단. 자료출처 www.naver.com. 또한 최근 패션에서는 다양한 모티브와 칼라를 응용한 카모플라지 패턴이 많이 나왔다.
- 66) Buxbaum, Gerda(ed.). *op. cit.*, p. 97.
- 67) Eco, Umberto (1984). *Postscript to "The Name of the Rose"*, (trans. William Weaver). New York: Harcourt Brace Jovanovich, p. 64를 M. 칼리니스쿠. *op. cit.*, p. 314에서 재인용.
- 68) 임은혁. *위의 책*, p. 18.
- 69) Report (2003. 3. 25). *Retro Fashion for 2003 S/S II, 1960's*. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008. 4. 18. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 70) Report (2003. 7. 23). *2003년 Graphic 상품동향 및 2004 S/S Trend*. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008. 4. 18. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 71) Report (2004. 9. 6). *Art in Fashion, Fashion in Art: 예술과 패션의 접목*. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008. 4. 19. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 72) *앞의 책*.
- 73) 정운자, 천희정. *위의 책*, p. 57.
- 74) Gabriela Schevach (2007. 11. 26). *Art Couture: The Sons of Wahol and Dior*. Fashion Snoops. 자료검색일 2008. 4. 25. 자료출처 http://www.fashionsnoops.com/blog_fs/blog_entry/blog_gabriela_6.html
- 75) Report (2008. 3. 26). *Fashion에 있어서의 Artistic Inspiration*. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008. 4. 19. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 76) Report (2004. 9. 6). *위의 책*.
- 77) 터부(금기) 요기니(천사와 악마의 혼합된 이미지) : 요기니의 사전적 의미는 요가 명상을 수행하는 여성
- 78) Report (2004. 5. 19). *Marc Jacobs Special Edition, Hillary Tee Shirt*. 삼성디자인넷. 자료검색일 2008. 4. 19. 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 79) Report (2004. 9. 6). *위의 책*.
- 80) *앞의 책*.
- 81) 자료검색일 2007. 11. 26. 자료출처 www.fashionsnoop.com
- 82) Gabriela Schevach. *위의 책*.