팝아트를 활용한 레트로디자인 연구

Style of Retro Design Using Pop Art

유명환

한국사이버대학교 디지털디자인학과

Myung Hwan Yoo(mhwanny@mail.kcu.ac)

요약

본 연구는 팝아트를 활용한 레트로디자인 작업 시 어떻게 컨셉을 표현할 수 있을까를 이론적 고찰과 사례로 조사하고 작품제작에 응용할 수 있도록 제안하는 것을 목표로 진행하였다. 사례조사 결과 대중적인 이미지를 반영한 컨셉과 대중의 영웅을 표현한 컨셉에서는 팝아트의 특징을 단순하게 재현하였고, 정치적 삶에 드러난 상처를 표현한 컨셉은 조사된 사례가 없었다. 디자인의 각 영역에 대한 사례의 가장 큰 특징은 팝아트의 이념보다는 팝아트의 표현양식에 주로 치중한 점을 알 수 있었다. 원색을 사용하여 밝고, 경쾌한 분위기로 표현하거나, 반복적인 표현, 컴바인과 콜라주 기법, 실크스크린, 만화, 과장된 오브제로 표현하는 것 등이 다양하게 재현되었다. 그러나 팝아트를 활용한 레트로디자인은 팝아트의 단순한 재현이 아니라 팝아트의 이념과 조형적 재해석이 디자이너의 창의성과 만나 현대적으로 표현되어야 한다. 따라서 글로벌화되어 있는 미디어나 이미지의 홍수 시대에 대중의 일상에 대한 탐색, 대중의 여가나 오락 및 환상의 결합을 활용하여 컨셉을 설정하고 팝아트의 표현양식을 적용하는 것이 필요하다.

■ 중심어 : | 팝 아트 | 레트로 디자인 | 디자인 컨셉 |

Abstract

This study is considered how retro design concepts that are used pop art can be expressed through overview of theories and cases, and suggested applying to retro design. As a result, we found first, concepts reflecting popular image, second, popular hero concepts simply represented pop art's feature. Third, there were no cases that are expressing the wounds made by political life. The most of cases expressed retro design with pop art representation techniques rather than reflecting of pop art's ideology or spirit. Pop art's retro design should be expressed as a modern style not only with reproduction of pop art, but also with designer's creativity and pop art's ideology and reinterpretation of formative meaning. Thus, it needs to set a concept by exploring of modern globalized mass media or daily life of people. Also, it should applying people's entertainment, spare time and fantasy to bright cheerful mood of pop art to express each area of design.

■ keyword : | Pop Art | Retro Design | Design Concept |

I. 연구배경 및 목적

급변하는 사회문화의 흐름 속에서 디자이너에게는

늘 새로운 아이디어와 독창적인 디자인 컨셉이 요구된다. 이 때 직관적이고 감각적인 도출도 중요하지만 과거 디자인의 역사나 예술사를 분석하고 재해석하여 독

접수번호 : #110302-008

접수일자 : 2011년 03월 02일

심사완료일 : 2011년 06월 16일

교신저자 : 유명환, e-mail : mhwanny@mail.kcu.ac

창적인 컨셉을 도출해 볼 수 있다. 이러한 시도를 통해 각 시대마다 예술가와 디자이너의 역할을 이해할 수 있을 뿐만 아니라 이들의 사상 속에 깃든 역사의식과 디자인 컨셉도 응용할 수 있을 것이다.

1891년에 윌리엄 모리스가 세운 켈름스콧 출판사는 동시대 출판물에 대한 질의 저하를 막기 위해 책 디자인과 제작에 대한 접근방법론으로 과거 수공예로의 회귀를 주장하였다. 또한 루돌프 코프와 안 쿨트 같은 타이포그래퍼들 또한 새로운 영감을 과거 타이포그래피의 역사적 규칙으로부터 차용하였다[1]. 이와 같이 디자이너들이 끊임없이 찾는 독창성을 위한 영감의 중요한 소스는 과거이다[2]. 과거에 유행했던 양식을 차용하여 현대적인 디자인으로 재창조하는 것은 레트로디자인이라는 용어로 정의하며, 현재는 다양한 디자인 영역에서 레트로디자인이 하나의 트렌드로 표현되고 있다. 그러나 레트로디자인은 과거의 양식에서 시각적 표현 요소만을 재현하는 것이 아니라 각 사조별로 시대적, 사회적, 문화적 관점에서 특징과 이념을 어떻게 재현할 것인가가 중요하다. 이런 관점에서 본 연구에서는 팝아트를 활용한 레트로디자인에서는 어떻게 컨셉을 표현할 수 있을 것인지를 고찰하고 추후 레트로디자인 제작에 응용할 수 있도록 제안하고자 한다. 이를 위해서 첫째, 레트로디자인이 무엇인가를 정의하였고 둘째, 팝아트의 이념과 작가들의 작품에서 표현된 팝아트의 특징들을 기술하였다. 셋째, 팝아트를 활용한 레트로디자인으로 표현할 수 있는 컨셉을 제시하고 시각디자인, 패션디자인, 실내디자인, 제품디자인 영역에서 사례들을 조사하였다. 마지막으로 이를 종합하여 팝아트를 활용한 레트로디자인 컨셉이 사례에 어떻게 표현되었는지 지향해야 할 점은 무엇인지를 제안하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 레트로 디자인이란?

레트로(retro)라는 뜻은 회상, 회고, 추억이라는 뜻의 영어 'Retrospect'의 준말로 옛날의 상태로 돌아가거나 과거의 체제, 전통 등을 그리워하여 그것을 본뜨려고

하는 것을 말한다. 레트로 디자인은 과거에 유행했던 디자인과 스타일을 차용하여 현대적 의미와 개념의 디자인으로 재창조하는 것을 말하며 최근의 디자인 트렌드로 확산 적용되면서 각광 받고 있다[3]. 이 용어의 출현은 1970년대 중반부터 프랑스 저널리스트들이 처음으로 이를 붙여 사용해 온 것으로 디자인의 복고주의적인 경향을 일컫는 대표적인 트렌드 사조로 통한다[4].

프랑스철학자 볼테르는 역사는 변하지 않는 것이지만 우리가 역사로부터 얻고자 하는 것은 변하기 마련이라고 했다. 최근의 레트로로는 과거를 반추하는 소비자들의 삶의 태도를 의미하기도 하는데 옛것에 대한 신뢰, 전통의 방식을 고수하거나 잊혀져가는 가치에 대한 재인식을 통해 반성의 기회를 찾는 라이프스타일을 뜻한다[5]. 디자이너들은 19세기와 20세기 전반에 걸쳐 다른 시대로부터 자유롭게 모든 것을 차용해서 사용해 왔다. 우리 자신이 역사적 복고의 맥락에 대한 관심을 갖는 것은 각각의 시대마다 자신들의 욕구와 경험에 따라서 과거를 회상하기 때문이다[6]. 디자인의 역사를 조망해보면 디자인에 있어서 인간 본연에 내재되어 있는 감성의 심리적 가치를 부흥하고자 하는 열망은 과거의 양식을 부흥하는 경향으로 자주 나타났다. 빅토리아 시대의 양식에 대한 향수가 1920년대와 1930년대의 아르누보 및 아르데코의 양식으로 나타났으며 1940년대와 1950년대의 유기적인 형태의 곡선적 양식을 거쳐 1960년대에 다시 아르누보 양식이 부활되었다[7].

레트로 디자인은 특히 1950년대부터 1970년대까지의 미국이나 유럽의 디자인으로부터 형태적 특징이나 소재와 컬러에서 영감을 받은 것들이 많다. 수공예적인 디자인의 시대가 끝나고 대량생산의 시대를 위한 기능주의적 디자인의 시기로 바뀌면서 플라스틱 소재의 붐, 컬러풀하고 강렬한 색상과 메탈소재, 기본적인 조형으로 이루어진 장식이 배제된 간결한 형태를 특징적으로 표현하고 있다. 최근에는 디지털 제품이나 건축, 패션, 리빙소품 등에서도 당시의 디자인이 재현되고 오마주되는 추세이다[8]. 이 밖에 레트로디자인은 방송이나 광고, 패션, 예술, 영화 등 다양한 분야에서 과거의 문화들이 상업적으로 재현되는 경향이 있으며 현대적 관점에서 재해석되고 재해석되어 표현되고 있다.

2. 팝 아트의 탄생 배경

팝아트에서 팝이란 대중적이라는 뜻의 ‘popular’를 줄인 말이다. 우리말로 하면 대중미술로 예를 들면, 잡지의 상업적 광고나 거리의 광고 그림, 만화, 영화 간판 같은 것들, 교과 미술책에 나오지 않았던 미술들이다[9]. 팝 아트라는 명칭은 1955년 영국의 미술 비평가인 로렌스 알로웨이(Lawrence Alloway)가 처음으로 사용한 것이며, 대중문화에서 영감을 얻은 작품들을 지칭하는 것 이었다[10].

1950년대 말 미국과 영국은 2차 세계대전이 복구되었으며 기술의 발전으로 대량생산과 대량소비에 의한 번창한 사회가 되었고, 대중매체의 발전으로 화려한 상업 미술을 어디에서나 볼 수 있었다. 당시 미국에서는 추상표현주의가 주의를 끌고 있었으나 1950년대 말과 1960년대에 팝 아티스트들은 미국과 영국에서 갑자기 나타나 자동차들과 햄버거들 그리고 배우들의 칼라풀한 이미지들을 제작하였다[11]. 이들은 대부분 자신들의 작품의 소재를 대중매체에서 발견하고, 상업 미술가로 출발하였지만 예술로써 대중 및 사회의 형상을 가장 현실적으로 표현, 비판, 폭로하는데 한 몫을 하였다[12]. TV 광고나 영화배우, 누구나 구입할 수 있는 코카콜라·수프 캔·과자 등과 만화 이미지와 같은 일상적인 소재들이 팝아트에서는 예술작품으로 재탄생했다. 쉽게 소비할 수 있는 이미지가 팝 아트의 소재가 되었고, 대중문화와 예술의 경계는 무너졌다.

3. 팝 아트 작가들의 작품 특징

팝 아트는 그 시대만큼이나 복합적이고 역동적이었다[13]. 팝아트 작가들이 보여주는 현실의 모습은 인간과 그들을 둘러싸고 있는 환경과의 통합에서 나오는 것이고 조직화된 사회에 유통되고 있는 오브제의 일상성을 회화의 소재로 끌어들여 회화의 영역을 확대시켰다[14]. 즉, 실제 그대로의 이미지가 아니라 인공적인 이미지, 가장 대중적인 이미지를 소재로 채택하였다.

일상적 주제에 대하여 팝 작가들의 선택과 변용은 새로운 시각예술의 체계를 수립하였다. 팝아트는 현대문명의 생활양상이 반영된 오브제의 차용과, 미디어 이미지의 활용, 사진이미지의 복제와 대량생산으로 다원성

과 익명성의 특징을 나타낸다[15]. 대부분의 팝 아티스트들은 이 이미지들을 조합하고 새로운 효과들을 가져와서 미묘한 변화를 만들었다. 어떤 예술가들은 오일에 그림을 그리는 것보다는 비닐, 아크릴 또는 알루미늄과 같은 현대적 재료들에 작업을 더 선호하였다. 그들은 사진과 유사한 이미지들을 잘라서 붙이는 기법으로 새로운 이미지들을 조합해내는 방식인 콜라주 기법을 좋아했다. 또한 같은 이미지들을 여러 번 반복하여 제작하는 방법을 사용하였다[16]. 또한 팝 아트에 관한 모든 것은 일시적이고 순간적이다. 이러한 무상성을 표현하기 위해 팝아트 작가들은 ‘반복’이라는 동작과 구성방식을 택하여 왜곡되고 기계화된 희박한 존재감을 지닌 현대 사회상을 표출하려 하였다[17].

[표 1]에서 보는 바와 같이 팝아트 작가들의 공통적인 소재는 산업화로 인한 대중매체와 대중문화, 대량소비사회의 범람하는 이미지를 바탕으로 그것들을 차용, 전용 및 복제 등의 다양한 방법을 통해 새롭게 재현한 것이었다. 표현방법으로는 밝고 경쾌한 원색의 사용, 콤팩트, 콜라주기법, 실크스크린, 사진복제, 환등기로 재현 및 확대하여 거대하게 표현하는 설치미술 등으로 표현되었다.

표 1. 팝아트 대표 작가의 소재와 표현방법

작가	소재	표현방법
앤디워홀	대중의 스타, 일상용품	반복, 실크스크린 기법
로버트 라우젠버그	대중적인 이미지, 침대, 형질조각, 복제된 사진	컴바인 페인팅기법
리히텐슈타인	만화	캔버스에 실크스크린
재스퍼 존스	표적, 숫자, 문자	회화
로젠퀴스트	잡지이미지, 대통령, 일상용품	콜라주
클래스 올덴버그	패스트푸드, 일상용품	확대, 대형화,재료의 성질 변형

대표적인 작가로는 앤디워홀, 로버트 라우젠 버그, 클래스 올덴버그, 재스퍼 존스, 로이 리히텐슈타인, 로젠퀴스트 등을 들 수 있다.

3.1. 앤디 워홀(Andy Warhol, 1928~1987)

1960년대에는 통조림형태로 조리된 간편한 음식들이

인기가 있었다. 앤디 워홀은 [그림 1]과 같이 당시의 대중들이 매일 먹는 음식인 토마토 스프 깡통이나 코카콜라, 패키지 그리고 대중의 스타인 마릴린 먼로나 공산당지도자인 모택동을 소재로 표현하였고 작품의 표현은 [그림 2]와 같이 캔버스에 유채와 실크스크린으로 상업적 이미지들을 반복적으로 표현한다든가 패키지상자에 실크스크린으로 채색하여 블록처럼 병치시켰다.

그림 1. 앤디 워홀의 작품 소재

그림 2. 앤디 워홀의 작품

워홀의 작품이미지들의 특성은 꾸밈없고 직설적이며 단순히 관찰·분석하는 것으로부터 벗어나는 것이었다. 그는 미국인의 정치적 삶에 드러나 있는 상처에 주목하여 작품들에 '재난'이라는 공통제목을 붙였다. 그리고 정치적 주제를 고속도로에서의 양민학살 비행기와 슈퍼마켓 사고들과 연관시켰다. 이는 1940년대와 1950년대 초 미국적 삶에서 오는 충격적이고 부정적인 시각이었다[18]. 인종 폭동이나 재난을 소재로 하는 작품도 [그림 3]과 같이 캔버스에 실크스크린 기법으로 표현하고 있다. 이 밖에 그의 작품 가운데는 상당수가 우리에게 음울한 기분을 불러일으키는 것도 있다. 케네디대통령 저격 후의 케네디의 미망인, 자살 후의 마릴린 먼로를 보여주는가 하면 수배중인 범인, 자동차 사고현장, 사형수의 전기의자, 폐죽음한 갱들의 장례식, 인종폭동현장의 모습으로 사회적 물의를 일으키는 사건의 장면 사진을 확대 반복해서 캔버스에 실크스크린으로 복사하여 그대로 나타내는 것이다. 그 반복성과 색채는 지금까지 크게 공헌해 온 미술에 있어서의 도덕과 미학이 사라져버

린 공백상태를 그대로 보여주는 한 도구인 것이다.[19]

그림 3. 앤디와홀, 「붉은 인종폭동」 1963년, 라벤더 빛 전기의자」 1963년.

3.2. 로이 리히텐슈타인(Roy Lichtenstein 1923~1997)

리히텐슈타인은 [그림 4][그림 5]와 같이 만화의 형식, 주제, 기법 등을 그대로 차용하고 값싼 만화가 인쇄되는 제판과정에서 생기는 특유한 벤데이 점(Benday Dot) 효과를 사용하여 인쇄한 듯이 캔버스에 크게 확대 복사함으로써 엄격한 형태성을 추구하였다. 싸구려 색채만화에서 보는 바와 같은 적 청 황의 3색으로 색채를 집약하고 형태를 두터운 검은 외곽선을 둘러 평면화하며 형상성을 극도로 단순화한다. 또 줄 만화 스트립 속의 한 컷을 커다란 캔버스에 확대함으로써 보는 이의 자의를 위협하여 수동적 반응의 상태로 몰아붙인다. 이러한 형태의 단순화 및 고착적 형태의 확대 목적은 반감성화에 있다[20]. 이와 같이 그의 작품의 소재는 통속적인 만화의 원화를 재현한 이미지로 표현한 것이다. 만화의 내용을 제거하고 단순화하고 압축적으로 표현하였다.

그림 4. 리히텐슈타인, 「궁을 든 소녀」 1961년, 「행복한 눈물」 1964년.

그림 5. 리히텐슈타인, 「굉!」 1963년

3.3. 로버트 라우젠버그

(Robert Rauschenberg, 1925~2008)

로버트 라우젠버그[21]는 미국 대중문화의 도상에 많은 관심이 있었다. [그림 6]의 역행은 텔레비전시대에 미디어가 만들어진 현실을 받아들일 수밖에 없는 상황을 이질적으로 보이는 것들을 오버랩핑하고 화려한 칼라로 비평적으로 표현하였다. 케네디대통령의 연설이 텔레비전 뉴스에 방영되는 장면의 사진, 낙하산을 탄 우주인의 이미지, 핵 폭발 등의 이슈들을 콜라주하여 캔버스에 실크스크린을 사용하였다. [그림 7]의 침대라는 컴바인 작품은 실제 침대 자체를 오브제화 한 것으로 신문이나 잡지의 사진이나 그림들과 기타 잡다한 사물들을 모아서 강하고 혼란스러운 인상을 주는 구조물로 표현하였다.

그림 6. R. 라우젠버그, 「Retroactive I」 1955년. Monogram, 1955-59년.

그림 7. 로버트라우젠버그, 「무제」 1955, 「침대」 (1955)

3.4. 제임스 로젠퀴스트(James Rosenquist, 1933~)

로젠퀴스트는 사진이나 잡지 이미지, 일상용품의 이미지들을 콜라주하여 추상화 기법과 대형 광고판 제작 기술을 활용해 몇 개의 연속 패널에 그리거나 영화관의 와이드스크린을 연상시키는 장대한 작품으로 만들었다.

[그림 8]의 이미지는 폭이 3.65m나 되는 대형캔버스로 마치 고속도로의 광고판이나 잡지의 한 페이지를 보는 것과 같은 느낌을 받는다. 소재로는 케네디대통령,

여성의 손가락과 케익, 시보레자동차 이미지가 콜라주되어 당시의 풍요와 약속을 표현하고 있다.

그림 8. J. 로젠퀴스트, 「대통령선거\President Elect」 1960-1961, 「F-111」 1965년.

[그림 8]의 F-111에서는 순수과 악 사이의 동일화를 결론짓기 위하여 로젠퀴스트는 마치 전선에서의 하루 일과 후에 따뜻한 식사가 준비된 가정의 안락함으로 돌아갈 수 있다는 듯이 폭격기를 스파게티 속으로 집어넣는다. 잠수부의 헬멧은 비행기 앞머리와 헤어드라이어 윗부분의 뽀족한 형태를 반복하고 잠수부의 공기방울에서는 핵폭발의 메아리가 느껴진다[22]. 그는 관람자들이 미국 제국주의 내 경제와 군사의 공생관계를 충격적으로 의식하도록 하기 위해 전율적으로 강한 색채구성으로 테크놀로지와 소비주의를 혼합시켰다.

3.5. 제스퍼 존스(Jasper Johns, 1930~)

뉴욕 팝의 시초는 1958년 존스의 개인전에서 시작되었다. 이 때 출품된 깃발, 표적, 숫자 알파벳 등 일상생활 속에서 선택된 주변의 사물들의 이미지에 대한 통찰이라는 점을 보여주는 것으로 다음에 나타날 개념미술의 선구적인 행위로 나타났다[23]. 콜라주와 낙화법 기법으로 된 그의 성조기 연작은 캔버스에 신문을 붙인 다음, 왁스를 녹여서 그 위에 두껍게 칠한 위에 물감으로 채색한 것이다[24]. 25세 때 제작한 [그림 9]의 국기는 연작으로 팝아트의 특징인 아메리카니즘과 통속화된 오브제로서의 국기를 정화된 상징으로 팝아트의 개념을 제시하였다. 또한 과녁판이나 지도의 작품은 우리가 아무 곳에서나 볼 수 있는 이미지를 새로운 형태로 창조하면서 그림이 사물의 모방이 아니라 사물 자체라는 미학을 제시하였다. 그의 그림들은 환상과 실제의 구분을 파괴한 후, 재정립하면서 관객들로 하여금 미학적 경험을 할 수 있도록 하였다[25].

그림 9. J. 존스, 「국기」 1954년, 「타이틀」 1955년

3.6. 클레스 올덴버그(Claes Oldenburg, 1929~)

올덴버그는 1961년 12월에 뉴욕 2번가에 점포를 임대 한 후 석고로 만들고 밝은 색으로 에나멜 칠을 한 아이스크림, 햄버거, 파이프 조각 등 그가 만든 오브제들로 '상점'을 가득 채웠다. 이후 그의 작품에서는 빨래 집게, 립스틱, 세면대 등 매일 사용하는 사물들을 거대하게 확대하거나 케이폭 솜을 넣은 비닐로 재료를 바꿔 다시 제작함으로써 현실을 새롭게 환기시키는 재창조 방식을 사용했다[26]. 주로 주변에서 흔히 볼 수 있는 사물이나 기호품을 대형 조각품의 형태로 제작하였고 팝아트의 개념을 풍자와 유희를 가미하여 작가의 통찰력을 표현하고 있다. [그림 10][그림 11]에서 보는 것은 일상적인 사물의 형태를 거대하고 부드러운 조각의 형태로 이미지화하여 표현한 것이다.

그림 10. J. 올덴버그, 「국기」, 1954년 우 「타이틀」, 1955년

그림 11. C. 올덴버그, 「soft toilet」 1966년, 「Floor Burger」 1962년.

III. 팝아트를 활용한 레트로 디자인 사례

전장에서 팝아트의 이념과 작품을 살펴본 결과 팝아

트의 이념을 아래와 같이 세 가지 디자인 컨셉으로 제시하고, 팝아트 작가들이 표현했던 특징들을 하나로 요약한다.

첫째, 대부분의 팝아트 작가들이 표현하였듯이 우리 시대의 대중적인 오브제와 이미지는 무엇인가를 찾아 표현하는 컨셉이다. 대중은 고도의 산업화 사회를 배경으로 대중매체와 더불어 등장한 사회집단이다. 60년대의 대중문화와 현대사회와는 많은 차이가 있으므로 다양한 미디어의 출현으로 이미지의 홍수시대에 살고 있는 이 시대의 대중적인 이미지는 무엇인가를 찾아 레트로 디자인으로 표현할 필요가 있다. 이것은 일시적이고 순간적인 것들에 대한 무상성을 표현한 팝아트 작가들의 이념을 반영한 컨셉이다.

둘째, 팝아트에서 표현한 다원성과 익명성을 반영하여 대중의 영웅은 무엇인가를 표현하는 컨셉이다. 현대 사회에서 가장 인기 있는 사람은 연예인, 정치가, 스포츠인, 기업인, 또는 대중매체가 만들어낸 가상의 주인공인 광고나 영화 또는 만화의 이미지에서 소재를 찾아 풍자와 유희를 가미하여 컨셉을 표현할 수 있다.

셋째, 현대사회는 글로벌 네트워크로 인하여 사건과 사고, 전쟁의 참상들이 실시간으로 우리들 눈앞에 펼쳐진다. 팝아트 작가들이 정치적 삶에 드러난 상처나 현실의 어두운 이면을 풍자적인 컨셉으로 표현할 수 있다. 나와 타자와의 관계를 살피고 전쟁의 참상이나 타인의 고통 또는 대중의 삶 속에서 소외된 정신세계 등등을 사진의 복제나 반복적인 표현 또는 콤바인 기법으로 표현할 수 있을 것이다.

마지막으로 팝아트에서는 일상적 주제에 대하여 선택과 변용으로 새로운 시각예술의 체계를 구축하였다. 팝아트 작가들은 영화와 광고 같은 데서 친숙한 이미지들을 사용하였지만 이미지들을 조합하고 새로운 효과들을 가져와서 미묘한 변화를 만들었다. 사진 복제, 실크스크린이나 콤바인 기법, 콜라주 기법, 만화기법으로 표현하였고 병치하거나 반복하였다. 또한 물체를 거대하게 확대하여 설치미술로 표현한 점 등을 응용하여 레트로디자인의 컨셉을 시각화할 수 있다.

디자인은 예술사조와 달리 실용성과 경제성을 목적으로 하고 있기 때문에 작가정신을 기반으로 하는 예술

작품과는 목표가 다른 측면이 있다. 예술가가 자신의 꿈과 이상을 작품에 표현한다면 디자이너는 사용자나 고객의 꿈과 이상을 디자인으로 표현하기 때문이다. 디자인의 각 영역에서 예술의 대중성을 표현한 팝아트를 활용한 레트로디자인은 과연 어떻게 적용되었는지 살펴보기 위해서 사례를 조사하였다.

1. 시각디자인 영역

시각디자인 영역에서 팝아트를 활용한 사례는 60년대 팝아트가 진행되는 순간부터 현재까지 지속적인 트렌드로 활용되고 있음을 알 수 있다. 팝이 지니는 대중성과 소비문화를 활용하여 팝아트가 유행하던 시대에도 이를 응용한 광고나 패키지디자인에서 시각적 충격을 주었다. [그림 12]는 예술작품이 잡지 표지디자인에 등장한 사례로 좌측 이미지는 로이 리히텐슈타인의 스타일을 본 뜬 <타임아웃(TimeOut)>지의 표지디자인이며 오른쪽 이미지는 피터 블레이크 그림 한 점이 신간 의상 잡지<딜럭스(DeLuxe)>표지에 등장한 사례이다. 또한 로이 리히텐슈타인의 만화를 소재로 하는 광고나 포스터는 팝아트를 표현하는 대표적인 사례로 [그림 13-15]에서 보는 바와 같이 간결한 메시지를 말풍선으로 활용하면서 시각적인 강한 의미전달을 목적으로 만화형식으로 표현된 레트로디자인 사례이다.

그림 12. 좌. 타임 아웃 지, 1978년 1월호 표지 우. 'DeLuxe', 1978년. [23]

그림 13. 데이브 화이트(Dave White)

그림 14. 스타워즈 팝아트(Thomas B.)

그림 15. 로이 리히텐슈타인 스타일

현대사회에서는 디지털카메라와 컴퓨터를 활용하여 디지털사진이미지를 보정하고 출력하는 것이 과거보다 훨씬 쉬워졌다. 이에 따라 앤디 워홀의 팝아트 스타일은 누구나 쉽게 활용하는 레트로 디자인의 대표적인 사례가 되었다. [그림 16]에서와 같이 대중의 스타나 미국의 대통령인 오바마를 표현하는 경우도 있지만, 유명인이 아니라 자신의 모습을 표현하는 사례가 많다. 이 작업은 포토샵 프로그램을 활용하여 마치 실크스크린처럼 이미지의 톤과 색상을 조정하고 반복시켜 표현하는 레트로 디자인의 사례이다.

그림 16. 앤디 워홀 스타일의 레트로디자인

[그림 17]은 그래픽과 패키지디자인에 팝아트 스타일을 적용한 레트로 디자인 사례들이다. 팝아트의 주제와 마찬가지로 대중 스타인 슈퍼맨이나 미국의 아이콘인 자유의 여신상 및 게임을 즐기는 현대인의 아이콘인 조이스틱을 활용하여 표현한 디자인 작품을 볼 수 있다. [그림 17] 하단 왼쪽은 자유의 여신상과 국기이미지 다양한 패턴들을 활용한 포스터이며 우측의 패키지는 팝스타일의 선물상자이다. 이들의 공통점은 팝아트에서 주로 사용된 원색을 위주로 팝 아트의 경쾌함을 현대적인 팝 스타일로 표현하고 있다.

그림 17. 시각디자인에 적용 사례

[그림 18]은 앤디 워홀의 영향을 받아서 1966-67년경에 캠벨스프회사에서 제작된 드레스이다. 이 작품은 종이에 칼라프린트를 하고 재봉을 해서 만든 것으로 캠벨스프의 깡통을 반복적으로 사용하여 표현하였다.

그림 18. "The Souper Dress", 캠벨스프회사

[그림 19]는 웹사이트(www.tokyomade.com) 디자인에 팝 아트를 활용한 레트로디자인 사례이다. 모델의 의상디자인에 60년대의 팝아트 스타일을 적용하였고 단순한 기하학적 패턴과 화려한 원색, 점의 형태를 반

복하여 배치한 배경이미지 등 전체적인 팝아트의 레트로 디자인을 웹사이트디자인에 적용하였다.

그림 19. 웹사이트 적용 사례

2. 패션디자인 영역

팝아트를 활용한 레트로디자인이 가장 많이 적용되는 사례는 패션디자인 분야이며 하나의 트렌드라고 할 만큼 많은 사례가 있다. 팝아트의 특성인 대중성과 경쾌함이 현대적인 감각과 접목되어 의상과 다양한 패션 소품에 표현되었다. [그림 20]에서 보는 바와 같이 의상, 가방, 쇼핑백, 모자, 신발, 손목시계 등에 레트로디자인이 적용되고 있다.

그림 20. 패션 소품에 적용된 사례

3. 실내디자인 영역

실내디자인 분야에는 실내 가구나 주방가구 및 인테리어 소품에 팝 아트의 레트로디자인을 적용한 사례를 찾아 볼 수 있다. [그림 21]은 스카볼리니 회사의 주방 가구 디자인으로 카림 라시드(Karim Rashid)가 팝아트 스타일로 디자인한 것이다. 일반 주방가구와는 달리 보라색, 주황색, 노랑색의 색상을 선택하였고 현대적이고 편리한 기능적 구조를 갖추었다. 또한 이 팝아트 스타일의 주방은 부엌에 들어갈 때 누구나 감동을 받을 수 있게 우아하고 현대적인 스타일로 디자인 되었다.

그림 21. 스카볼리니회사의 레트로디자인 사례

[그림 22]는 가구와 인테리어에 팝아트 스타일을 적용한 사례로 원색의 화려한 색상과 심플한 디자인으로 표현하였다. [그림 23] 상단 좌는 스페인의 사라 번(Sara Van Hoe)에 의해 디자인된 쇼파로 콜라주 기법과 화려한 이미지들로 꾸며진 팝아트 스타일의 쇼파이다. 우측 이미지는 아도로 알바레스(Arturo Alvares)의 조명등으로 유리에 팝아트 고유의 색상을 응용하여 단순화 하였다. 하단의 좌측이미지는 카림 라시드의 팝아트 스타일의 쇼파디자인과 마시멜로를 형상화한 팝스타일의자이다.

그림 22. 인테리어 디자인의 적용 사례

그림 23. 인테리어 가구디자인의 적용 사례

이 밖에 [그림 24]는 패션 소품의 사례로 쿠션, 타피스트리, 카펫이나 리그에 활용된 팝아트의 레트로디자인이다. 좌측의 이미지는 스톡홀름의 이미지를 팝스타일로 표현한 리그디자인을 마리아 델그레인(Maria Dahlgren)이 디자인하였다.

그림 24. 패션 소품의 사례

4. 제품디자인 영역

제품디자인에 팝아트를 활용한 사례는 제품의 형태를 유지하면서 콜라주 기법과 반복되는 패턴 및 색상을 적용하여 표현되었다. [그림 25] 좌측 이미지는 냉장고 디자인에 팝아트 이미지를 적용하여 표면에 디자인한 제품이다. 나머지 두 개의 이미지는 브라질의 팝 아티스트 로메로 브리토(Romero Britto)가 컨티넨탈 GT사에 기증한 것으로 일반적으로 잘 사용하지 않는 밝은 원색인 파랑, 보라, 핑크 및 노랑색을 사용하고 이미지에 굵은 경계선을 활용하여 팝 스타일을 표현하고 있다.

그림 25. 제품디자인 사례

[그림 26]은 팝아트를 활용한 선물용품으로 왼쪽은

도시홍보용으로 제작된 것으로 런던의 이미지를 단순화시켜 팝아트 스타일로 표현한 쟁반이다. 우측은 머그잔과 패키지디자인에 로이 리히텐슈타인의 스타일을 활용하여 제품에 적용하였다.

그림 26. 선물용품에 적용된 사례

[그림 27]은 팝아트를 활용한 탁상시계와 벽시계디자인과 다양한 의자디자인이다. 팝아트의 원색과 고풍택 재질이 활용되었다.

그림 27. 제품디자인 사례

5. 기타

이 밖에 올덴버그가 표현한 것처럼 일상용품을 오브제로 활용하고 거대하게 확대하여 시선을 집중시키는 방법을 활용한 팝아트의 레트로디자인으로 [그림 28]의 사례를 볼 수 있다. 현대인에게 일상화되어 있는 패스트푸드나 음식을 대형으로 제작한 광고물이나 하단 우

측과 같이 오브제에 팝아트 스타일의 화려한 색상과 반복 패턴을 응용한 사례이다.

그림 28. 팝아트 스타일의 대형 오브제 사례

IV. 결론

디자인의 각 영역별로 팝아트를 활용한 레트로 디자인의 적용사례를 살펴본 결과 전장에서 제시한 레트로 디자인 컨셉이 어떻게 적용되었는가를 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 대중적인 이미지를 찾아 표현하는 컨셉에서는 햄버거, 핫도그, 국기, 자유의 여신상, 소 등이 표현되어 다양한 주제들을 발굴하기 보다는 단지 팝아트를 재현하였다. 팝아트 작가들은 1960년대의 대량생산과 대량 소비에 의해 파생된 일상용품이나 대중적인 이미지를 비판적으로 차용하였으며 일시적이고 순간적인 것들에 대한 무상성을 표현하였다. 이러한 컨셉을 반영하기 위해서는 우리가 살고 있는 디지털정보화시대에 이념적 코드나 키워드는 무엇이고, 대중에게 가장 인기가 있고, 많이 소비되는 이미지와 상품은 무엇인가를 생각해야 한다. 예를 들면, 다양한 미디어에 의해 대량생산되는 광고이미지, 명품브랜드, 다양한 기기들, 대량소비되는 육류나 가공된 음식들, 게임이나 만화, 영화, 스포츠 등 이미지의 홍수시대에 무차별적으로 접하게 되는 이미지들을 표현할 수 있을 것이다.

둘째, 대중의 영웅을 표현한 레트로디자인 컨셉에서는 대통령, 배트맨, 연예인, 만화캐릭터 그리고 자신의 이미지를 활용한 것을 볼 수 있어 팝아트에서 다원성과

익명성을 반영하여 표현한 컨셉과 동일하다. 그러나 산업사회에서 권력 이데올로기에 통제되는 우매한 개인의 모습이나 상품브랜드로 치환된 대중의 정체성을 표현하는 점 그리고 팝아트의 특징을 위트와 풍자로 표현하는 부분은 미약함을 알 수 있었다.

셋째, 팝아트 작가들이 정치적 삶에 드러난 상처를 표현한 점을 컨셉으로 나와 타자와의 관계를 살피고 전쟁의 참상이나 타인의 고통 또는 대중의 삶 속에서 소외된 정신세계 등을 표현한 부분에 대해서는 사례가 없었다. 이 컨셉은 예술과 디자인의 목표가 서로 상이하기 때문에 디자인 영역에서 컨셉으로 표현하기엔 쉽지 않을 것으로 생각된다. 예술가들이 작가정신을 가지고 꿈과 이상을 작품에 표현하는 것과 달리 디자이너는 사용자의 꿈과 이상을 구현하며 실용성과 경제성을 추구한다. 따라서 이와 같은 주제를 표현하기 위해서는 각 디자인의 영역에서도 정치, 경제, 사회, 문화적 현실에 대한 비판적 접근이 필요하다. 이러한 어두운 주제를 팝아트 작가들은 위트와 풍자로 표현하고 사진 복제, 반복, 콜라주, 콤바인 기법 또는 밝고 경쾌한 칼라 등으로 표현한 점에 주목하여 재현할 수 있을 것이다.

마지막으로 팝아트 작가들의 컨셉을 시각화한 표현 기법에 있어서는 대부분의 사례에서 가장 치중되어 있었다. 색상은 빨강, 파랑, 노랑, 주황, 보라 등의 원색을 사용하여 밝고, 경쾌하고, 가벼운 분위기로 디자인에 적용하였다. 또한 팝아트의 특징인 반복적인 표현의 실크 스크린, 콤바인과 콜라주 기법, 만화, 과장된 오브제로 표현하는 기법들이 다양하게 재현되었다.

이상과 같이 대부분의 사례에서 팝아트의 정신과 이념을 반영하기 보다는 팝아트의 표현기법 위주로 레트로디자인이 재현되었음을 알 수 있었다. 팝아트를 활용한 레트로디자인에서 중요한 것은 팝아트의 단순한 재현이 아닌 팝아트의 이념과 조형적 재해석이 디자이너의 창의성과 만나 현대적으로 표현되는 것이 필요하다. 따라서 글로벌화 되어 있는 미디어나 이미지의 홍수 시대에 대중의 일상에 대한 탐색, 대중의 여가나 오락 및 환상의 결합을 활용하여 컨셉을 설정하고 팝아트의 표현양식을 적용하는 것이 필요하다.

참 고 문 헌

- [1] Brenda Dermody, New Retro, Thames & Hudson, p.8, 2009.
- [2] Raimés and Bhaskaran, Retro graphics, Chronicle books, p.6, 2007.
- [3] <http://ko.wikipedia.org>
- [4] 정시화, 산업디자인 150년, 미진사, p.244, 1995.
- [5] 오가영, 디자인이슈리포트 06, 한국디자인진흥원 국제디자인트렌드센터(IDTC), p.4, 2011.
- [6] Brenda Dermody, 같은 책, p.7.
- [7] 이명기, “레트로디자인 동향 고찰”, 디자인학연구, Vol.13, No.4, p.97, 2000.
- [8] 오가영, 같은 자료, p.21, 문맥 수정.
- [9] 최형순, 현대미술을 위한 변명, 해토, p.133, 2003.
- [10] Jean-Louis Pradel, 김소라역, 현대미술, 생각의 나무, 2004.
- [11] Linda Bolton, Art Revolutions Pop Art, Peter Bedrick Books, p.4, 2000.
- [12] 도병훈, 청소년을 위한 서양미술사, 두리미디어, p.253, 2006.
- [13] 데이비드 매카시, 조은영옮김, 팝아트, 열화당, p.14, 2003.
- [14] 김성규, “팝아트에 표현된 오브제의 조형적 특성에 관한 연구”, 기초조형학연구, Vol.7, No.1, p.45, 2006.
- [15] 조명식, “팝아트의 대중주의 전략과 그 한계-탈구축과 다원성을 중심으로”, 조형미디어학, Vol.13 No.3, p.251, 2010.
- [16] Linda Bolton, 같은 책, p.6.
- [17] 에드워드 루시 스미드, 팝아트, 열화당, p.23, 1988.
- [18] 토머스 크로, 전영백 옮김, 대중문화 속의 현대미술, 아트북스, p.90, 2005.
- [19] Edward, Lucie-Smith, 김춘일 역, 1945년 이후 현대미술의 흐름, 미진사, p.166, 1985.
- [20] 김춘일, 팝아트와 現代人, 열화당, pp.45-46, 1979.
- [21] http://edu.warhol.org/app_rauschenberg.html

- [22] Lynton, Robert, The Story of Modern Art, 예경, p.327, 1998.
- [23] 김광우, 대중에게 다가간 예술, 도서출판 미술문화, p.53, 1997.
- [24] Sidny Tillim, Ten Years of Jasper Johns, NY: Arts, p.22, 1964.
- [25] 김광우, 같은 책, p.53.
- [26] 김성규, 같은 책, p.46.
- [27] <http://www.nowpublic.com/culture/andy-warhol-retrospective-paris>
- [28] http://www.weblo.com/celebrity/available/Andy_Warhol/349008/
- [29] http://www.personal-art.me.uk/popart_styles/andy_warhol_collage_portrait.aspx
- [30] <http://collections.tepapa.govt.nz/objectdetails.aspx?oid=771099&page=49&imagesonly=true>
- [31] <http://www.hgd.com>
- [32] <http://www.geekiz.com/star-wars-pop-art-by-thomas-b>
- [33] http://www.allposters.co.uk/-sp/Pop-Star-Posters_i2453491_.htm
- [34] <http://www.retrotoogo.com/2008/07/sukie-pop-art-s.html>
- [35] http://reviews.pasttimes.com/7785-en_gb/815023/reviews.htm
- [36] <http://slangfromchaos.wordpress.com/tag/claes-oldenburg/>
- [37] http://www.zazzle.co.nz/pro_high_top_keds_retro_pop_art_kickers_shoes-167443936216637862
- [38] <http://shirt.woot.com/Derby/Entry.aspx?id=24170>
- [39] <http://www.inspiredinsanity.com.au>
- [40] <http://www.homedesign.com>
- [41] <http://www.hatsavenue.com/new-era-hats/fourstar-pirate-vision-cap-lets-you-experience-an-80%E2%80%99s-beat>

저 자 소 개

유 명 환(Myung Hwan Yoo)

정회원

- 1988년 8월 : 한양대학교 교육대학원 미술교육학과(교육학석사)
- 2006년 8월 : 한양대학교 일반대학원 시각디자인학과(디자인학박사)
- 2001년 3월 ~ 현재 : 한국사이버대학교 디지털디자인학과 교수

<관심분야> : 디자인이론, 디자인교육, 정보디자인