

현대미술이 내포하는 키치표현과 대중예술의 상징성

Kitsch expression in the contemporary arts and symbolism of the popular
arts

김재원

한양대학교 응용미술학과

Kim Jae Won

Hanyang university

1. 서론

- 1-1. 연구배경 및 목적
- 1-2. 연구방법 및 범위

2. 현대미술에 있어서 키치의 고찰

- 2-1. 키치의 어원 및 개념
- 2-2. 키치의 발생과 특성
- 2-3. 키치와 대중예술과의 상관관계

3. 현대미술에 나타난 키치적 표현방법

- 3-1. 소비문화
- 3-2. 복제와 차용과의 관계
- 3-3. 일상적 오브제
- 3-4. 성적표현

4. 대중예술에 있어서 키치적 특징과 역할

- 4-1. 대중에 있어서 키치적 체험
- 4-2. 대중과의 소통가능성
- 4-3. 현대 키치미술의 수용태도 비판

5. 현대작가의 키치적 작품특성 분석

6. 결론

참고문헌

논문요약

19세기 말 키치는 시민사회에서 발생하여 자연스럽게 대중사회로 이행하였으며 그로인해 일상생활 환경도 크게 변화하였고 인공적이며 확고부동한 대중문화가 성립해 갔다. 또한 20세기 동시대에는 다양한 현상이 나타나고 복합적인 연

관성이 있는 곳에서는 어디서나 키치적인 현상을 찾아볼 수 있으며 특히 외형적으로 팝아트에서 나타나는 키치적 산물과 이미지에 대한 전략적인 차용은 본질적인 의미가 다르기는 하지만 키치의 영역을 예술로 승화시키려는 선구적인 양상을 찾아볼 수 있다.

현대미술은 기존의 관습에서 벗어나 예술가의 무한한 자율적 감수성을 존중함에 따라 예술의 영역에서 다원화를 제기하였고 키치의 문제는 가치론적 입장에서 벗어나 대중문화와 함께 사회구조 안에서 쉽게 통용되어지고 있으며 기존 미학적 개념을 초월한 새로운 미술의 가능성을 제시하고 있다.

이와 더불어 현대 대중예술은 미디어에 의한 기술문화를 적극적으로 받아들이고, 상업화된 소재를 거부감 없이 사용하며 대중문화를 적극적으로 수용한다는 점에서 일련의 키치(Kitsch)현상을 보이고 있다.

이에 본 논문에서는 현대미술에 있어 미의식에 따른 키치의 예술적 가치를 정립하고 예술, 키치, 대중문화라는 상관관계를 살핌으로서 현대 미술에 나타난 키치와 대중문화와의 상징성을 연결시켜서 어떻게 해석하고 이해하는지를 분석하고자 한다.

주제어

현대미술, 키치, 대중문화

Abstract

he appearance of Kitsch in late 19th century was soon brought into the popular society that transformed environment establishing artificial and solid popular culture at last. And, Kitsch phenomenon can be found widely while various and complex connection is witnessed in the 20th century. In particular, strategic adaption of Kitsch production and image in the pop art is a pioneering effort to sublime Kitsch into arts although there is fundamental differences in meaning.

In line with a trend of the contemporary arts that respects unlimited autonomous sense of arts escaping from the current custom, Kitsch raises

pluralism in the art, and is easily utilized in social structure with popular culture beyond axiological position. It even suggests a new artistic possibility transcending the existing aesthetic idea.

Moreover, the contemporary popular arts are actively receptive in technical culture by media, utilizing commercialized resources freely and accepting popular culture positively. In this sense, it shows a kind of Kitsch phenomenon.

Thus, this article attempts to establish artistic value of Kitsch by the aesthetic in the contemporary arts and to figure out correlation between arts, Kitsch and popular culture, which is followed by the interpretation of Kitsch in connection with symbolism with the popular arts .

Key words

Contemporary arts, Kitsch, Popular culture

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

오늘날 현대사회는 매스미디어의 급속한 발달로 본질은 사라지고 감각적이고 표피적인 외형의 산물들이 홍수를 이루고 있다.

대중문화는 놀라울 정도로 예술, 문화 분야 뿐 만 아니라 사회 전반에 걸쳐 막강한 영향력을 행사하고 있으며 고급예술로서 독자적으로 발전해온 예술영역에 깊이 침투하여 오래된 미와 취미의 위기를 와해시키고 대중미술과 예술의 경계를 모호하게 만들어 버렸다. 이러한 모호한 경계에 1)키치가 위치하고 있다.

키치미술은 고급미술에 반하는 미술의 비판의 대상이 되어 왔으며 산업화에 따른 근대화와 더불어 21세기 현대 소비사회에 이르러 미술시장

1) 키치(Kitsch): 속악한 것, 가짜 또는 본래의 목적에서 벗어난 사이비 등을 뜻하는 부정적 의미의 미술용어로 대중문화라고 불리어지는 것들을 그 영역에 포함시키고 있다.

에서 고가의 미술품으로 인정받으며 그 전성기를 구가하고 있다.

키치는 소외되어져왔던 하위영역까지도 충족시키고 있으며 대중에 의한 이미지의 부산물을 사용하여 기존의 예술에 대항하는 한편 어떠한 것도 예술로 승화되어 질 수 있다는 가능성을 보여주고 있다.

표현의 자유와 폭을 확장시키는데 일조를 한 키치는 현대미술에 있어서 중요한 자리매김을 하고 있는 것이 사실이다.

무엇이 예술이고, 아닌가에 대한 의문이 마주하는 것이 바로 '키치'이고 본 논문의 출발점이 되며 이러한 모호함으로 인해 대중예술을 접함에 있어 친숙함과 혼란을 경험하게 된다,

이에 따라 본 논문은 현대미술에 발생한 예술, 키치, 대중의 관계를 고찰하였으며 대중예술에서 키치의 역할, 20세기의 키치적 작가 등을 살펴봄으로써 키치의 이분법적이고 양극화된 중심개념에서 벗어나 대중과의 소통을 시도해 본다.

또한 키치가 대중문화 속에 어떠한 형태로 수용되고 있는지를 알아보고 현대미술과 키치의 관계의 시대적 흐름을 읽고 있는 키치에 대한 긍정적 인식과 올바른 시각에 대한 방향의 필요성을 이끌어내고자 하는데 연구의 목적을 둔다.

1.2. 연구방법 및 범위

키치는 역사적으로 매우 광범위한 범위에 두루 편재했으나 그 완전한 전제는 산업화에 따른 근대와 더불어서 현대소비사회에 이르러서이다. 아울러 현대인들은 키치에 둘러싸여 살고 있고 키치적인 인간관계를 맺고 살며, 키치적인 삶을 영위하고 있다고 볼 때 현대적인 삶 자체가 키치적인 것이다.

이에 본 연구에서는 키치가 사회, 문화 전반에 걸쳐 나타나는 현상으로 어원과 발생의 흐름을 살펴보고 현대미술과 키치의 관계, 표현방법, 대중예술에서의 역할 등을 연구하고자 한다.

마지막으로 키치의 주요작가를 분석함으로써 포스트모더니즘의 시대적 특성인 대중과의 소통을 어떠한 이미지의 대중문화 기호들로 전략적인 시도를 하고 있는지 논의해보고자 한다.

2. 현대미술에 있어서 키치의 고찰

2.1. 키치의 어원 및 개념

키치(kitsch)라는 용어는 일반적으로 영어의 스케치sketch, 혹은 '진흙을 문대며 논다' 는 의미의 독일어 동사 키첸(kitchen)에서 유래했다고 알려져 있다.

키치(Kitsch)의 용어는 'bad art'라는 의미로 우리에게 널리 인식된 시기는 비교적 최근이다.

사전적 의미로는 저속한 작품 또는 공예품의 의미이며 형용사적 '키치적'은 '천박한, 야한, 대중 취미의'를 뜻하는 용어이다.

1860~70년대 사이에 뮌헨의 화가와 화상이 값싸고 하찮으며 폭넓은 취미에 부응하여 널리 팔릴 수 있는 예술품을 지칭하는 속어로 사용되기 시작했다는 정도이며, 그중에서도 특히 그림과 조상들을 키치라고 지칭함으로써 쓰이기 시작했다는 것이다.

국제적으로 통용된 시기는 오래 뒤인 1910년대부터이다.

키치를 총체적으로 이해하기 위해서는 산물로서의 키치의 모습과 태도로서의 키치를 모두 다루어야 한다. 왜냐하면 키치는 인공물과의 관계에서 구체적인 산물로서 뿐 만 아니라 하나의 태도로서도 나타나는 것이기 때문이다.

2.2. 키치의 발생과 특성

키치의 발생은 부루조아 문화계층의 형성과 대중의 등장으로 경제, 정치, 문화의 3가지 요소를 구성하는 사회에서 상호관계를 유지하면서 서로 상응작용을 하는 중심현상으로 나타난 것이다.

다시 말해 부루조아는 19세기 후반에 형성되었으며 대중사회를 향해 그칠 줄 모르는 기세로 변모해간다. 산업화, 공업화가 되면서 상업의 주를 이루게 되고 자본의 축적은 가속도를 내며 예술의 영역까지 번져가면서 쾌감을 느끼게 된다.

기술의 발달이 가져온 대량생산의 가능성은 많은 대중의 심리적 만족감을 충족시켜주기에 부족함이 없었으며 키치는 고급예술의 영역으로 진일보하게 되었다.

기존의 예술 '다다와 초현실주의'를 거치면서

혁명적 아방가르드들은 아이러니의 전복적 목표 위에 키치에서 직접 차용한 다양한 요소들을 사용하였다. 아브라함 몰르, Abraham Moles(1995)

키치의 대중화 경향은 특히 시각예술에서 두드러지고 그 작품은 복제할만한 가치가 있는 것인가? 하는 것을 증명하는 과정처럼 여겨지기도 했다.

현대에 와서 키치의 특성은 매우 분명하게 분류할 수 없는 경우도 있는데 예를 들면 집안장식, 광고 및 디자인에 나타나는 유명한 예술작품은 어떻게 되는지? 이 경우에는 예술작품이 이미 키치적 물품으로 성공적으로 변화된 것이다. 레오나르도 다빈치의 <최후의 만찬> 혹은 <모나리자>는 이미 현대문화산업의 모든 상상할 수 있는 상상을 초월한 표현형식에 이용되었다.

복제가 키치라면, 예를 들어 앤디 워홀과 다다이스트 마르셀 뒤샹이 레오나르도의 <모나리자>를 복제한 것은 어떻게 되는가?

다다이즘 화가인 마르셀 뒤샹의 수업 난 <모나리자>, 보테로의 통통한 <모나리자>[그림 1]가 가장 유명하다.



[그림1] 레오나르도 다빈치, 마르셀뒤샹, 페르난도 보테로<모나리자>

특히, 보테로의 모나리자는 인간에 대한 애정 어린 시선과 낙천적이고 흥겨운 느낌이 가득한 화가의 작품 특성이 그대로 묻어난다. 또한 뒤샹의 작품을 전시회에 출품을 했는데 표절이라는 비난을 받았다. 그러나 그의 실크 스크린 인쇄방식은 새로운 작품이 생겨나게 했다.

당시까지 전혀 알려지지 않았던 작업방식으로 "새로운" 예술작품을 탄생시킴으로써 그가 20세기 예술의 계속적 발전에 영향을 미친 사람으로 여러 번의 복사를 했다고 비난할 수 없다고 말한다.

키치적 산물의 이미지를 전략적으로 이용하는 모습을 우리는 예술의 영역에서 찾아볼 수 있

는데, 팝 아트(Pop Art)는 그 대표적인 예로 그것의 외형적인 이미지는 키치적이며 이러한 이유로 인해 팝 아트에 대한 최초의 반응은 혐오와 거부로 요약된다.

이제 사람들은 통속적 그림세계를 다루고 이데올로기적으로 이용하는 것을 더 이상 두려워하지 않고 일상과 일상의 물품들에 관심을 쏟는다.

새로이 정립된 예술인 키치아트는 과거에 나쁜 취향으로 여겨졌던 키치를 추려서 서슴없이 애용하며 우리는 키치를 진지한 미적 현상으로 받아들이며 이제 모든 매력적이고 감동적인 것을 즐기는 것에 대해 주저함이 없다.

키치적 모티브들이 들어 있는 것 예를 들면 숭고한 산악 경치 한가운데서 울부짖는 사슴, 낭만적 인물, 위협적인 자연. 등 다양한 특성을 보여준다.

2.3. 키치와 대중예술과의 상관관계

우리의 삶 속에 깊숙이 침투한 대중예술은 곧 소비의 문화이기도 하다. 고급문화와 예술의 반대되는 개념으로 대중문화와 키치를 같이 언급하고 있는 것이 사실이지만 대중문화분석과 비판 가운데에서도 하버트 J. 갠스(Herbert J. Gans)의 대중비판이론은 키치비판과 매우 유사하다. Herbert J. Gans, 강현두 역 (1998)

① 대중문화는 영리추구를 위하여 조직된 기업에 의해 이루어지고 이윤추구를 위해서 대중에게 영합하는 동질적이고 규격화된 제품을 만들어 낼 수 밖에 없다는 점, 그리고 이러한 과정에서 창작자를 대량생산 공정의 한 노동자로 전락시켜 창작자 자신의 고유한 가치나 기량을 표현하는 것을 포기하게 한다는 것.

② 대중문화는 그 내용을 고급문화로부터 차용함으로써 고급문화를 격하시킨다는 점.

③ 대중예술은 대중을 피상적으로 또는 사이비적으로 만족시킴으로써 정서적으로 파괴하고 사람들에게 현실을 주시하는 능력을 약하게 하여 도피적으로 만든다는 점을 들고 있다.

위에 제시된 대중예술의 특징을 통하여 키치와 대중예술이 '미'의 질적 저하를 초래하고 대중을 저급한 수준에 머무르게 하는 공통점이 있

다는 것을 알 수 있다. 그중에서도 모방, 대리만족, 과시라는 키치의 특성은 대중문화와 산업의 발달에 따른 대표적인 키치의 특성이다.

키치문화란 대중문화와 분명히 가까운 위치이긴 하지만 그 속성상 중간계급이라는 향수 층의 소비맥락에서 키치체험을 찾을 수 있다. 상대적으로 키치는 양적으로 고급예술과 대중예술 간의 격차를 줄이는 역할을 하고 있다.

문화산업의 육성과 창조적인 엘리트와 일반 대중간의 오래된 괴리현상을 희석시키고 아울러 일반 국민들의 문화적인 삶의 질을 높인다. 문화와 연관된 많은 부분에서 생산성을 높이는 현상은 보이지 않는 인프라를 확대시키는 것이다.

이렇게 키치가 많은 사람들에게 매력적인 이유는 멋진 외관이나 키치만의 '기능성' 때문이 아니라 어떤 사람도 마음만 먹으면 싼 값에 복제품을 구입할 수 있다는 것에 있다.

하지만 그 결과는 계층구분의 강화일 뿐, 김소연(1994) 엘리트는 더욱 배타적이 되고 대중들에게 일반적인 산업화(영화, 라디오, 인쇄, 출판, 복사시설, 텔레비전 등)가 현대사회에 들어서 급속히 발달한 컴퓨터 덕분에 무제한 제공될 수 있다.

그러므로 키치는 대중예술 시장과 기술의 발달 흐름에 합류하여 예술의 고상한 취미와 모방과 그것을 통한 절대다수인 대중의 대리만족 욕구를 충족시켜주었다는 점에서 대중문화와 상관관계를 갖는다.

3. 현대미술에 나타난 키치적 표현방법

3.1. 소비문화

산업화에 따른 대량생산과 더불어서 이미 19세기 말에 대량소비가 시작되었으며 그 중심은 광범위한 중산계층이었다. 현대에 와서는 소비라는 것이 모든 것을 지배하고 본질적인 중요한 요소가 되었는데, 사유재산과 이윤추구의 인정, 시장 메카니즘에 의한 생산과 분배는 자본주의 사회에서 이루어지는 특수성에 속한다고 할 수 있다. 남경태(2006) 이는 더 말할 나위없는 소비공간이다.

키치는 소비사회에서 인간과 사물이 관계를 맺는 방식의 담지자이며 그것을 드러내는 기호라

고 할 수 있다.

키치와 대량소비사회의 상관관계를 살펴보면 다음과 같다.

키치는 기존의 예술을 상업적으로 전용하려는 자본의 욕구가 낳은 산물이라는 점에서 자본주의의 적자(嫡子)이며 예술의 서자(庶子)이다. 즉, 이윤의 극대화를 위하여 많은 고객을 확보해야 함은 물론이고 획일화되고 통속적일 수 밖에 없으며 문화와 자본의 결합 속에서 키치의 효과와 역할 및 내적인 잠재력은 더욱 극대화되며 자본주의 상업적 메카니즘으로 요청되는 미학적 장치이다. 고충환(2006)

아울러 소비사회의 변화와 확산과 더불어서 키치와 키치의식은 다양한 양태로 사회 곳곳에 확산되고 전반을 가로지름은 물론이며 “키치는 소비사회의 미학으로서 20세기 전 지구적인 산업화에 힘입어 세계의 ‘중심미학’이 되었다. 팸 미첨, 줄리세던 (2004)

오늘날 대중예술과 키치의 관계는 문화적 소비의 확대에 따라서 대중문화 전반이 키치적 속성을 갖게 되며 경제적 부의 축적에 따른 사람들의 문화적 욕구의 확대에 따라 키치적 상황 내지는 키치적 심리가 더욱 확산되고 있다. 정진국(1990)

대중예술은 현대소비문화에서 문화적 주류를 이루고 있으며 대중문화의 주류를 이루고 있는 것은 키치적 사고와 행동양식인 것이다.

3.2. 복제와 차용과의 관계

키치는 반어법이자 역설을 통한 또 하나의 새로움의 추구에 대한 모더니즘(modernism)적 기획이다.

이는 키치를 소재화함으로 특히 키치적 상황에 대한 감상자와의 대화를 요구하는 것으로 볼 수 있는데 과도한 키치적 요소로 인해 이것이 진정한 예술로 판명되지 않을 때 더욱 키치는 해악한 것으로 보일 수 있는 소지가 있다. 이러한 양식을 정당한 것으로 하기 위해서는 ‘차용’이라는 표현방법을 정당하게 인정해야 한다.

차용(借用, appropriation)이란 말 그대로 빌려온다는 의미로 이미 등장한 새로운 형상과 합성시켜 또 다른 작품을 창조하는 제작방법을 가

리키는 용어로 현대미술에서는 다양한 양태의 차용이 성행한다.

페르난도 보테로는 전통미술의 소재와 방법을 계승한 고전주의자이자 그것을 만화와 같은 대중매체의 감각으로 변모시킨 키치작가라는 두 얼굴을 가지고 있다.



[그림 2] 반 아이크<아르놀피니 부부를 따라서>, 보테로 <아르놀피니 부부>

반 아이크의 <아르놀피니 부부를 따라서>와 보테로의 <아르놀피니 부부> [그림 2]는 과거의 작품들을 자유롭게 차용하여 객관성과 보편성을 부여하였다.

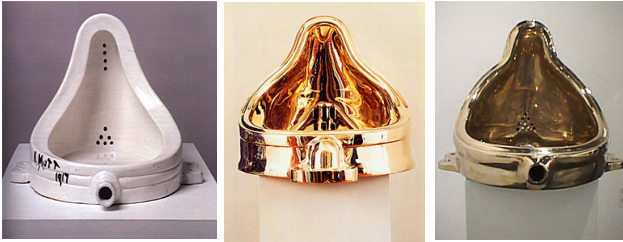
부풀려진 신체와 짧게 축소된 사지, 작은 이목구비의 스테레오타입으로 인물상들을 무명화한다. 감정이 배제된 무심한 표정의 인물들을 다른 사물들과 같이 단단하고 충만한 볼륨으로 심리적인 과장을 억제한다.



[그림 3] 미켈란젤로 <죽어가는 노예상>, 이브 클라인 <죽어가는 노예상>

미로의 비너스를 1982년 클라인 블루로 미술

계에 알려진 블루로 채색한 작품도 있으며, 셰리 레빈(Sherrie Levine)은 미국의 사진작가이며 개념주의 예술가의 [그림 4] 창조적 모방인가 아니면 단순한 도용인가? 마르셀 뒤샹의 <샘>을 셰리 레빈의 도용전략과 도용한 작품의 오리지널리티 주장시비는 확실히 현대미술에서 도용과 모방의 패러다임이 어디까지 진행될 수 있는지를 확인시켜준 대표적 본보기였다.



[그림 4] 뒤샹 <샘(Fountain)> 1917 ,
셰리 레빈 <나무 받침대 위에 청동> 1991,
셰리 레빈 <샘(뒤샹의 모작 5)> 1997

레빈은 마르셀 뒤샹(Marcel Duchamp)의 <샘>을 차용한 3차원 오브제부터 드로잉, 회화에 이르기까지 다양한 매체를 아우르며 차용(appropriation) 방식을 실험하였다.

이와같이 복제와 차용은 위계질서와 이항대립의 철폐로 '키치-개념'을 확장시키며 원본자체의 의미를 뒤집는 관계 속에서 키치는 복잡한 역할과 아이러니를 연출한다.

3.3. 일상적 오브제

현대미술작품 중에는 마치 대형슈퍼마켓을 재현한 것같이 미술작품인지 판매하는 제품인지 구분하기조차 어려운 일상적인 오브제를 진열해 놓는 모습을 볼 수 있다.

키치를 차용한 작품들의 전시는 대량생산되어졌고 레디메이드를 수용한 작품 자체가 미적인 면을 고려되었다고 하여도 대량생산체제에서 모방과 복제를 쉽게 할 수 있는 장식의 단순화를 키치화 하는 전략이다.

현대미술의 접근에 있어서 오브제 미학은 독자적 영역을 창출하고 있으며 필연적인 표현수단으로 인식되고 있다.

넓은 의미에서 오브제는 대상을 보고 그렸

던 인상주의 이전의 모든 회화와 동굴벽화에 까지 함축하고 있다. 그러나 미술사적 의미로 오브제는 환영미술을 거부하는데서 그 시작을 알린다. 이러한 오브제는 입체주의의 플라주의 형식으로 처음 등장하여 산업사회의 급진적인 발달과 함께 현대미술의 발전을 모색해 주었다.

사물의 대중문화 개념이 가장 잘 들어나는 것은 일상의 오브제를 소재로 사용하는 전략이다.

누구나 좋아하는 이미지와 대중에 가까워지려고 시도하는 한국의 작가 중에 최근 눈에 띄는 작가로는 슈퍼티스트(Supartist)를 꼽을 수 있는데 슈퍼티스트=슈퍼마켓+아티스트라는 뜻으로 그들이 주장하는 슈퍼티즘(Supartism)을 실천하고 있는 박병수, 홍성원 그룹이다.

이들은 기존의 미술구조를 타파하기 위해 관객과의 소통을 매우 중시하는데 초점을 맞추고 있다



[그림 5] < W.C. Artshop>

[그림 5]< W.C. Artshop>화장실을 재현한 가운데 그들이 제작한 물건을 판매하며, 관객에게 예술의 '소비자 체험'의 기회를 주고자 다른 소비재들과 달리 고급스럽게 포장된 소비재인 예술을 표현한다.

마치 슈퍼마켓에서 물건을 고르고 쇼핑을 즐기는 듯한 미술을 관객에게 제공하는 것이다.

또한 상품을 수사학적으로 연결시키는 것을 통해 작품을 제작하는 대표적인 작가 하임 스타인바흐(Haim Steinbach)는 아래 [그림 6]<Ultra red no.1, 1986>에서 보듯이 그 뜻이 명백하지 않은 선반들과 보통 가정에서 소비하게끔 되어 있는 냄비와 같은 것들을 쌓아 놓음으로써 상품 자체의 미묘한 충돌과 우리를 유혹하기 위해 의도된 광고 문구에서 발췌된 것과 같은 작품 제목

은 가정과 상업사이의 경계를 잘 매개하고 있다.



[그림 6] <Ultra red no.1, 1986>

이렇듯 키치의 이미지는 끈적하게 낡은 골동품, 유명작가의 작품, 고유한 역사적 양식 등 다른 문명들을 소비를 위한 이미지로 전환시킨 것들 결합이나 배열에 관련된 키치의 효과, 즉 미적 부적절성의 개념, 그리고 미술의 신비화를 벗기기 위한 기성품과 더 최근에는 상품물신의 자체가 만들어 내는 신비화된 특성이다.

3.4. 성적표현

현대미술은 대중문화의 끊임없는 주제인 성을 매개로한 '성의 상품화'는 자본주의 논리가 그러하듯 욕망의 궁극적 충족이 아닌 새로운 욕망을 계속해서 만들어낸다는 점에서 키치의 본질을 그대로 드러낸다.

결국 키치는 포르노라는 형식을 통해 자신의 존재의미를 실현함으로써 그 생명을 유지하려는 욕망의 도구이며 포르노의 키치를 씹다버린 껌에 비유한다. 고충환(1995)

몸과 신체가 화두가 된 맥락과 연루지어 본다면 성에 대한 담론 또한 확장할 수 있다. 이것은 키치적 시각과 작업경향이 결합되어졌을 때 나타나는 현상임을 주지해둬야 한다.

즉, 키치는 재빨리 은밀한 곳, 사물의 본질, 중심, 진실, 진리에 이르고자 함으로써 성의 미덕으로 일컬어지는 에로틱함의 형식에 대비된다.

현대미술에서의 성적표현은 성적부위를 극대화하여 제시하거나 다른 형상으로 보이도록 변형시키는 등의 표현, 또는 성적기호나 상품을 무분별하게 무의미하게 나열해 놓는 형식을 취하고 있다.

일상 삶의 소재를 키치적인 요소로 기괴하고 적나라한 성적 이미지를 대담하고 노골적인 직유

와 아이러니한 착용으로 풀어나가며 현실세계에 대한 거침없는 비판을 곁들이고 있는 조형언어를 보여주고 있는 신디셔먼 [그림 7]<Untitled, 1999>은 작품들에서 소위 '귀여운 성' 혹은 '낮설은 인형인간'이라 부를 수 있는 그 인형들은 귀여운 모습만으로 생각할 수 없는 아이러니를 나타내고 있다.



[그림 7] <Untitled, 1999>

소꿉놀이 중 빠지지 않던 작은 인형은 어릴적 지니고 다니던 소중한 애지중지하던 소꿉중의 하나였다. 사진술에 흑과 백의 차가운 색채감의 설정으로 감상의 대상을 직접적인 것에서 인위적으로 차단시켰다.

대상에서 보여지는 여성의 성기와 가슴부분이 디테일하게 두드러져 있고 형식의 구성은 부적절한 속성들로 이루어져 있다.

하위문화라 할 수 있는 사회적인 성, 갈등을 고급영역으로 끌어들이 키치화한 것이다. 미학적 대중주의를 지향하는 태도는 인형을 통해서 신비감 있는 허위를 비판적으로 해석하고 있다.

이것이 현대미술을 차용하면서 대체효과를 노리는 현대미술의 전략 중 한 방법이다.

4. 대중예술에 있어서 키치적 특징과 역할

4.1. 대중에 있어서 키치적 체험

키치논의에 있어 미술비평가인 클레멘테 그

린버그는 부정적인 시각을 표현한다. 그는 “참된 문화의 가치에는 무감각하면서도 특정한 문화만이 제공할 수 있는 오락을 갈망하는 사람들을 위해 생겨난 대중문화가 곧 키치”라고 함으로써 대중문화 자체를 키치로 규정하고 있다. 그에게 키치는 참된 문화에 반하여 가볍고 말초적인 모든 것을 의미하며 체험한다.

이와 같은 맥락으로 오늘날 키치를 필요로 한다면 그것을 키치가 취한 양식의 문제가 아니라 ‘문화’의 문제라 할 수 있으며 정확히 말해 대중매체 발달에 따른 ‘시각문화’현실이 순수미술에 대해 우위를 점하는 조건 속에서 비롯한 것이라 할 수 있다.

대중에게 있어서 키치적 체험의 인간행동 특성을 살펴보면 다음과 같다.

1. 상투적 스테레오 타입- 공감각의 원리, 요즈음 장르의 혼합인 퓨전이 유행한다. 시각과 청각, 움직임이 모두 들어있는 작품들은 공감각의 대표적 사례이다.

2. 관습적인 미의식표현 사람들은 알고 있는 것만 보고 듣는 경향이 있으므로 키치는 그러한 것을 제공함으로써 향수자로부터 손쉽게 이해를 얻어낼 수 있다는 것이다.

획득된 키치는 자신의 특징을 분명히 하여야 하고 소비자 혹은 기존 습관과 많이 달라서는 안 된다. 키치는 예기된 예술이고 습관을 지속시켜 주고 예술의 이미지를 소비자들의 의식 속에 고정시키기 때문에, 대개 고정된 기능들을 만족시킨다.

3. 자기 기만적- 모조된 키치 대상을 고의적으로 진짜라고 믿는데서 자기 기만은 출발한다.

4. 사이비초월적- 현실도피적

5. 쾌락주의적- 철두철미하게 오락적이며 부적절한 태도에서 나오는 키치맨은 최소의 노력으로 최대의 흥분을 만끽하며 여가시간을 메우기를 바라지만 키치맨에게는 노력 없는 향유가 이상적이다.

분명 키치세대는 대중문화 현실을 자신의 작업과 분리하지도 않을뿐더러 활동방식에 있어서도 미술관 방식에만 의존하지 않는다. 박신의 (1997) 대중의 의식과 함께 공유하는 방식을 채택하고 제시하는 방법들을 열린 공간과 미술을 대중 걸로 가까이하게 하는 것이다.

4.2. 대중과의 소통가능성

키치와 고급예술이 맺는 다양하고 복잡한 관계는 오늘날 키치적 자기만이 현대의 일상적인 삶에서 예술생활에서 독특한 지위와 위상을 차지하고 있다는 사실을 보다 구체적으로 드러내 보여준다는 점에서 관심의 대상이 될 만하다.

예술의 영역에서 대중과의 소통가능성은 다소 차이가 있지만 대개 다원주의, 전통의 복귀, 예술의 기호적 성격의 부활, 대중성과 소통의 성격 회복과 같은 경향으로 나타난다.

미술에만 한정시켜 관계의 양상을 살펴보면

① 고급미술의 모방이 일차적인 목표가 되는 경우는 우리는 통상적으로 키치라고 부르며 여기서부터 키치의 시발점으로 간주된다.

② 키치가 아니라고 주장하지만 실제로는 키치적 기제에 의해 생산되는 고급 키치미술이다. 19세기 후반 유치찬란한 아카데미풍의 그림부터 시작하여 교양 있는 체하는 분위기나 어떤 고귀함을 더해주기 위해 가정이나 사무실을 장식하고 있는 동시대의 추상화까지가 모두 여기에 속할 수 있다.

③ 키치적 소재와 감성은 아이러니적으로 차용하는 혹은 그 감성에 빠져드는 고급미술인데 이 경우는 매우 흥미로운 현상이다. 20세기 초반의 아방가르드 미술은 기존 고급미술에 대한 반기를 들면서 키치에서 차용한 다양한 요소와 기술들을 사용했다.

④ 키치와 꼬리가 닿는 혹은 저급미술에 저항하고 그것을 넘어서는 고급미술이다. 이 경우는 위의 모든 현상들을 예술과 키치의 본질적이며 구조적인 연관의 차원에서 조망할 수 있게 해준다.

따라서 키치와 대중과의 관계양상을 통해 상호 관계성과 소통관계를 좀 더 면밀히 검토해 보아야 할 필연성을 찾게 된 것이다.

4.3. 현대 키치미술의 수용태도 비판

현대미술내에는 예술영역으로 끌어들이지 않았던 것들마저 무차별적으로 이용한다. 대중적 이미지나 종교적 기록함의 양면성, 폭력, 적나라하게 묘사된 성 등 혐오스럽게까지 보일 수 있는 모든 이미지들을 이용하는데 주저함이 없다.

미적대상을 전략적인 풍자의 일부로 다양한 매체를 통해 나름대로의 방식으로 보여주는 것으로 현대미술에서 키치나 아니냐의 양자 선택은 무의미하다.

대중의 의도를 적극적으로 끌어들이 제시하고 목적을 달리하는 수단으로써 반어적 수법으로 키치효과를 극대화하고 소통하는데 목적으로 하는 예술의 아우라는 포섭하는 일련의 과정이다.

고급미술 혹은 현대미술은 온갖 잡동사니가 섞여있는 하위문화권의 흐름들을 예술영역으로 끌어들이고 있으며, 키치미술을 제시하는 대중미학을 대중 앞에서 올바른 제시로 수용할 수 있는 동경심을 일깨워주고 있다.

결과적으로 키치는 “미적발육에 기초하여 번식한다는 비난”을 받기도 하지만 동시에 고급 예술의 아우라를 거둬치고 올라갈 수 있는 자연스런 한 경로가 되기도 한다. 이선영(1998)

오늘날 이미지 대량생산과 소비를 인정하고 대중미술과 대립하기보다는 서로를 어떻게 침투시키고 조화하여 견제하느냐를 문제삼은 자기만성적인 예술태도는 하나의 의미있는 과정이 된다. 이것은 자신 스스로를 기만하지 않는 범위에서 키치를 수용해 미적 관계를 보다 중요시하는 매개가 된다.

5. 현대작가의 키치적 작품특성 분석

① 제프 쿤스 (Jeff Koons, 1955~)

제프쿤스는 미국 뉴욕 출신으로 세계적인 네오 팝 아티스트이다. 세계 미술계에서 키치 문화의 최고수로 대접받고 있으며 주로 대량생산물, 대중문화, 그리고 자본주의 소비문화를 소재로 새로운 미니멀리즘과 팝 아트를 구성하고 관습적인 미학의 종속체계에서 벗어난 새로운 예술을 하나의 상품으로 제시한다.



[그림 8] <Hanging Heart>

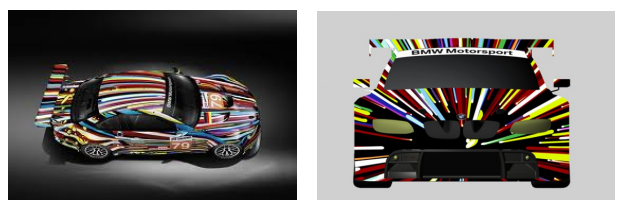
2001년 '마이클 잭슨과 풍선'이 560만 달러에 팔린 것은 물론, 2007년에는 [그림8]<매달린 하트 (Hanging Heart)>가 소더비 경매에서 당시 미술 품으로서의 최고가인 2360만 달러에 팔렸다.

반짝이는 색상과 만지면 금방이라도 터질 것 같은 탱탱한 느낌의 이 작품들은 고무가 아닌 금속으로 제작된 작품으로 하트는 너무나 가벼워서 불면 날아 갈 것처럼 얇은 금속 줄에 매달려 있다.



[그림 9] <Moon>

[그림 9]<Moon>은 베르사이유 궁전에 쿤스의 작품이 더해져 시각적 충격이 더해졌고 한편으로는 현대미술과 고전의 만남, 절대권위주의와 일상의 만남이라는 진부한 해석에 프랑스 최고의 문화재를 경박한 현대미술이 더럽혔다는 극우적 반응까지 나왔으나 흥행 면에서는 성공적인 작품이었다.



[그림 10] <BMW>

제프쿤스는 “레이스카는 마치 우리의 삶과 같아서 강력하고 에너지가 넘친다”라며 “엔진후드 밑에서 솟는 기운을 받아 교감을 나눌 수 있도록 디자인했다”라고 말했다. [그림 10]<BMW>는 엔지니어링과 디자인 팀들과 함께 작업하면서 레이스카의 미적인 특징과 공기역학적 특징을 나타내고자 했다는 것이다.



[그림 11]<Made in Heaven>

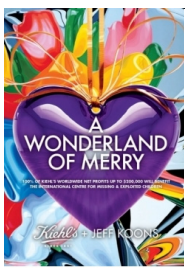
위의 [그림 11]<Made in Heaven>은 전세계 포르노 여배우의 대명사로 기록될 치치올리나이다.

역사상 처음으로 포르노 배우 출신 국회의원이 되었으며 1991년 부다페스트에서 미국의 유명 미술가 제프 쿤스(Jeff Koons)와 결혼했다. 천재 미술가와 포르노 스타의 결혼은 그 자체가 화제였다. 이 커플은 여기에 한 술 더 떠 결혼식을 치르자마자 세계 유명도시를 돌며 충격적인 전시회를 열었다.

'메이드 인 헤븐(Made in Heaven)'이라는 제목을 내건 전시회 작품 중에는 치치올리나 부부가 실제 성행위 모습을 촬영한 사진도 들어 있다. 일부 사진은 성기까지 노출돼 비평가들이 기겁하고 말았다.

작품의 크기에 압도되어 명백한 성행위 장면이지만 관람자로부터 육체적 황홀감을 유도하지 않으면서 성에 관한 서술로서 인식되어 지게 된다.

제프 쿤스는 미술계의 스캔들 메이커, 키치(kitsch·모조 등 대량 생산된 값싼 예술품)의 황제로 불리며, 네오 팝 아트 작가로 일상적인 사물을 소재로 크기를 극대화해 흥미를 유발시키는 작품을 주로 선보이고 있다.



[사진:이영]



[그림12] <제프쿤스의 아트마케팅 작품>

서울 충무로1가 신세계백화점 본점 본관 6층 트리니티 가든에 '현대미술의 군주'란 별칭으로 불리는 세계적 작가 제프 쿤스의 [그림12] <제프 쿤스의 아트마케팅 작품> 영구 전시된다. 신세계는 시가 300억원대로 추정되는 제프 쿤스의 작품 '세이크리드 하트(Sacred Heart)'를 구입해 전시하고, 작품 이미지를 활용한 아트 마케팅도 했다.

이렇듯 초기 작품들은 주로 기성품을 이용한 조각작품으로 스테인리스로 만든 자질구레한 실내장식물을 복제하였다. 나무· 대리석· 유리· 스테인리스 등 다양한 물질을 조각과 회화, 사진, 설치 등 모든 기술을 동원하여 작품화하였으며, 대중적 인기가 있는 '키치'와 고급 예술 사이의 관계를 탐구하였다.

②엘리자베스 머레이(Elizabeth Murray, 1940~ 2007)

머레이는 미국 팝아트 작가로써 작품 세계는 항상 움직임에 주목한다. 내면적으로 혹은 외면적으로 응집된, 자유분방한 형태들을 조합해 주제를 형성한다.



[그림 13] <비둘기,1991> [그림 14] <2.BI,1990>

그의 작품은 모든 것이 흐름 안에서 이루어지며 모든 변화는 아주 느리게 점진적으로 진행된다. 시각적으로 추상적이거나 정신적인 면에서 더없이 진지하다.

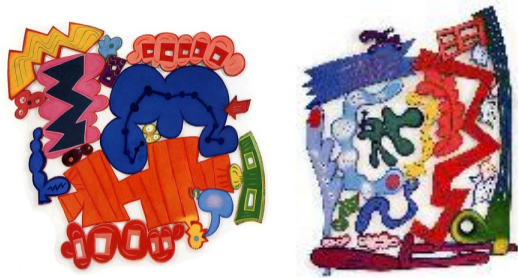
[그림 13]<비둘기>는 감상자는 움직이고 있는 물체와 공간의 감각, 즉 내부와 외부에서 압력을 받고 있는 색상과 문자적 형태의 감각에 사로잡힌다. 모든 것은 유동적이며 이상하고 추상적으로 보이지만 심리적으로는 진실한 변화와 변형의 과정을 보여줌으로써 우리를 그 과정 속에서 끌어들이는다.

머레이의 독창적인 화판, 풍부한 표면의 색감과 생동감은 그를 오늘날 가장 창의적이고 도전적인 예술가 중 하나로 만들었다.

[그림 14] <2B!>는 제목에서도 알 수 있듯이 이미지와 문자가 3차원의 공간에 혼합되어 존재한다. 이러한 것들은 대부분 신비스러운 제목들을 통해서 작품의 의미를 유추할 수 있게 되며 은유적인 인체형상들이 나타난다.

머레이는 전통적인 사각형들의 파괴, 복잡하고 복합적인 배열의 바탕 위에 이루어진 유화와 드로잉은 대수롭지 않은 집안의 주변 사물들을 사용했다.

컵, 테이블, 구두 등 평범한 소재를 이용해 감각적이고 지적인 결과물을 추출한다. 구상과 추상의 세계를 자유롭게 넘나드는 그의 예술세계는 항상 힘이 넘치고 독창적인 표현으로 예술적인 위치를 차지한다.



[그림 15] <판잣집, 2001> [그림 16] <애벌레의 눈, 2002>

위의 두 작품[그림 15] <판잣집, 2001> [그림 16] <애벌레의 눈, 2002>를 살펴보면 머레이는 철저한 스토리텔링 작가임을 알 수 있는데 그녀는 신표현주의자들처럼 자신의 감정을 이야기하듯이 서술적으로 표현하였다.

정신세계를 시각적으로 재미있게 표현하면서도 자극적이고 공격적이며 다의적인 감수성을 현대 예술의 풍경 속에 다양한 방법을 동원하여 독창적으로 표현했다.

이렇듯 팝아트는 외형적인 이미지로 키치적이며 고급문화의 문맥안으로 역류시키려는 노력으로 이해할 수 있으며 대중적 이미지를 사용하고자하는 전략이 숨어있는 것을 볼 수 있다.

③ 최정화 (1961~)

최정화는 88올림픽을 계기로 외국큐레이터에게 먼저 발탁되었다. 편치 않는 사춘기가 약이 되었는지, 일본에서 무전여행이 계기가 되었는지 세계미술의 흐름을 읽어냈고 분명 한국을 대표하는 화가가 되었다.



[그림 17] <상들리에, 2006>

최정화의 [그림 17] <상들리에, 2006>주제를 가만히 탐색해보면 확연히 보인다. 공존공영에 대한 염원, 불교의 대자대비와 기독교의 보편적 사랑이 이루어지는 세상에 대한 갈망이다. 위에서 보듯 샌드백의 자화상과 부처와 예수는 서로 통한다.



[그림 18] <바구니>

[그림 18] <바구니>는 아무도 거들떠보지도 않는 싸구려 바구니나 플라스틱으로 누구도 만들지 못하는 '최정화의 꽃' 같은 파라다이스를 만들고 있다. 유치해 보이는 것까지도 유치하지 않게 만드는 그만의 독창성은 바로 여기에 있다.

한때 저속미술로 치부되던 키치(kitsch)아트도 이젠 한 몫을 차지하고 있다. 고급예술에 테러를 가한다는 말을 들을 정도로 영향력이 커졌다

최정화는 대중문화의 요소들을 차용하여 작품을 만든다. 그는 주로 우리문화의 근대화 과정

속에서 발견되는 대표적인 대량생산물인 플라스틱 바구니나 합성비닐, 양재 그릇 혹은 때밀이수건 등을 반복적으로 늘어놓거나 쌓아놓는 작업을 보여준다. 하나의 단위를 반복하여 쌓고 나열하는 과정 속에서 한국의 근대화가 상징하는 정량적이고 재빠른 '팽창'의 허위를 역설적으로 드러내는 것이 바로 최정화의 전략이다.



[그림 19] <Super flower> [그림 20] <과일나무>

[그림 19]와[그림 20]은 양감과 컬러가 강조된 조형물로서 삭막한 도시에 생기를 불러일으키고 있다. 형의 단순화와 풍부한 양감과 함께 무엇보다 원색의 컬러가 중요한 표현요소가 되고 있다.



[그림 21] <갑갑함에 대하여 - 로봇의 죽음,1995>

[그림 21]은 공기를 불어넣어 만든 봉제 로봇은 악의 무리에 대항하여 늘 승리를 거두는 전형적인 만화영화 속의 로봇과는 대조적으로 자신의 한계에 부딪혀 무기력해진 모습을 하고 있다. 일반적으로 경찰관이 존재해야 할 공간으로부터 이탈하여 낯선 장소에서 마주치게 되는 최정화의 모형 경찰관들은 레디메이드를 복제하고 반복하는 작가의 기본적인 작업방식을 취하고 있다.

작가는 '경찰관'이라는 존재를 근대화의 한 표상으로 보여줌으로써 그들이 부여받았던 왜곡된 역할과 평가를 관객에게 시사한다.

최정화는 그의 작품들을 맛으로 나타내고 있는데, 체험할 수 없는, 느낄 수 없는 예술작품이기 보다 그가 만들어낸 작품을 대중들은 오감으로 체험하고 나름대로의 해석으로 마음대로 맛있게 느끼면 되는 것이다.

그의 작품에는 키치미술의 여러 가지 특징들이 내포되고 있으며 누구나 공감할 수 있는 대상을 대중에게 제시한다. 대중매체라 일컫는 라디오, TV, 영화, 신문, 잡지, 문구류 등 많은 사람들이 손쉽게 접할 수 있는 통속적이고 가벼운 오락물들을 거대하고 화려하게 비현실적으로 제작해 전시함으로써 관람객들을 작품 속으로 끌어들이는 것이다.

④ 피에르와 질 (Pierre et Giles,1950, 1953~)

[그림 22] 프랑스 현대 미술계에 비중 있는 아티스트로 자리 잡은 피에르와 질. 그들은 게이 커플이며 1976년에 만난 이후로 줄곧 같이 작품 활동을 하고 있는 파트너이다.

피에르가 사진을 찍고 그 위에 질이 그림을 그린다. 팝컬처, 신화, 마술, 광대놀이, 종교, 에로티시즘 위에 독특한 비주얼을 구축했다.

그들은 세계적 팝스타, 배우, 아티스트, 패션계 스타, 혹은 그들이 개인적으로 만났던 사람들을 모델로 세웠으며 자화상작업도 많이 했다.

각각의 작품들은 각각의 이야기들을 가지고 있고, 키치하면서도 강렬한 색상을 이용하여 독특한 느낌을 만들어낸다.



[그림 22] <Les Cosmonautes>

피에르와 질의 사진은 때로 불경스럽다. 이 불경함은 그들이 선택한 키치의 질료들 위로 불귀져 나온 그리스어로 에이도스(eidos)²⁾. 그들은

2) 형상, 모양을 의미한다. 플라톤은 그가 주장한 참된 실재(實在)인 이데아의 의미로 사용하였고, 뒤이어 아리스토텔레스

닥치는 대로 스테레오 타입의 질료들을 수집한다. 카톨릭, 그노시즘, 소비에트의 프로파간다(propaganda)³⁾, 텔레비전, 영화, 음반 자켓 등 그들이 수집한 스테레오 타입의 이미지들은 신디셔먼의 사진들처럼 '전형성'을 타킷으로 삼기 위해 선택된 것들이다.

그들이 포착한 이미지는 전형적이고 반복되는 것들이며, 피에르와 질은 이내 그 이미지들에 에로티시즘으로 채색해버린다. 소비에트의 프로파간다와 중세 수도사들의 호모 아이콘이었던 성세바스찬은 금세 호모에로틱한 주술에 포획된다.



[그림 23] <Medusa Model: Nina Hagen>

[그림 23]은 피에르와 질과 함께 작업한 모델들의 리스트는 화려하다. 무명 모델들이 더 많았지만, 장 폴 고티에, 니나 헤이건, 보이 조지, 마돈나, 마이클 잭슨, 카트린느 드뇌브, 마크 알몽

텔레스는 가능태인 질료(質料)에 대한 현실태로서의 형상을 의미하는 말로 사용하였다. 그들 모두 본질이라는 의미로 사용한 점에서는 공통적인 면이 있다. 또 후설의 현상학에서도 본질과 같은 뜻으로 사용되고 있다. 출처: 네이버 지식사전

- 3) 프로파간다는 소련이 나라의 시민들의 애국심을 키우기 위해서 만든 일종의 이벤트다. 프로파간다를 위해 소련은 포스터, 라디오, 책, 미술 등에 소련을 나타내서 중앙 유럽 국가들에다 설치했다. 소련의 프로파간다, 특히 레닌 시대의 프로파간다는 선구적인 것으로, 몽타주 이론이나 전위파 등이 그 대표적인 위치를 차지했다. 그 정교함은 나치 독일의 선전부 장관 요제프 괴벨스도 극찬했던 것이었다. 그러나 스탈린 시대에 대부분의 프로파간다 전문가가 숙청된 뒤에는 차츰 쇠퇴하여 갔다. 출처: 네이버 백과사전

드 등과 같은 유명 인사들도 함께 참여했다.

대중 신화의 주역들인 스타들은 피에르와 질이 선별해낸 스테레오 타입의 이미지 속에서 다시 한 번 드랙 분장을 한 채 등장하며, 이들의 스타성은 피에르와 질 특유의 캠프적인 공간 속에서 부드럽게 해체된다.



[그림 24] < Pierre et Gilles>

[그림 24]피에르와 질은 왜 역사화에 집착했을까? 드랙 분장한 배우들의 출연이 곧 호모 에로티시즘을 보증한다, 라는 명제로는 설명이 부족하다. 그건 외려 손쉬운 해결이다.

미국의 어느 시골 마을에서 매년 열리는 그림 축제가 있다. 사람들이 잘 알고 있는 유명 그림들을 마을 주민들이 그림 속 모델과 똑같이 분장해서 유명화를 연극 무대 위에서 그대로 복제하듯 재현하는 축제다. 항상 예매표는 일찍 동이 나 버리고, 매년 축제는 성황리에 끝이 난다. 이 축제에 내장된 기본적인 파토스는 '전형성의 권력'에 놓여져 있다.



[그림 25] < Le Petit Jardinier 1993 Model: Didier>

피에르와 질은 모델들 대신 자신들이 직접 사진의 모델이 되기도 한다. [그림 25]

그들은 그들 스스로 '피에르와 질'의 아이콘이 되어 버렸다. 현존하는 사진작가 중 호모 에로티시즘에 관한 한 그들의 반짝거리는 캠프 미학에 견줄만한 이는 아마 없을 것이다.

유치할 정도의 잡다한 인공 꽃장식과 색색의 벽지들, 그리고 반짝거리는 미장센은 게이 캠프 문화의 장식성을 보증하는 낯익은 사물들이며, 키치가 '진정성'과 대립할 필요 없이 일군의 커뮤니티의 문화로써 자생할 수 있음을, 그 힘이 여전히 유효함을 증언하는 표징들이다. 그러나 인공의 왕국, 그건 여전히 보들레르식 나르시시즘의 원천을 제공한다.

이러한 나르시시즘적인 투사방식을 거쳐 고통의 현실과 의미를 제거해 내는 어법은 곧 키치의 본맥이 될 것이다.

6. 결론

현대미술이 키치에 관심을 갖는 것은 현대미술의 위치와 논점들을 다층적이고 중첩적으로 환기시켜주고 있다는 점에서 시작된다.

이것은 절대다수인 대중의 삶의 부분들을 감지하지 못하고 고급문화와는 달리 키치가 보여주는 대중적인 힘으로 인해 문화적인 차이를 해체하고 대중들의 동의를 쉽게 이끌어내는 이유이다.

상투적이고 전형적인 모습을 띤 키치를 창조하는 것은 미적으로 결핍되어있던 키치요소들을 기능적이고 효과적으로 받아들이고 있다.

키치예술은 일상의 오브제들을 예술작품으로 변화시켰으며 자율적인 미술개념을 주장했으며, 기존의 일원론적 관점과 관습적인 경향에서 벗어나 매체의 확장과 소통, 다원화, 저급성의 표현방법 등을 새로운 관점에서 제시한다.

지금까지 본 논문을 통해 키치의 어원, 발생과 특성, 대중예술과의 상관관계를 알아보았으며 현대미술에서 국내외의 키치작가로 대표되는 작가들을 조사, 연구하여 키치가 대중 문화 속에 어떠한 형태로 수용되고 있는지 살펴보고자 하였다.

키치는 예술로부터 마르지 않는 생명의 샘을

제공받고 있으며 그 결과로서 예술의 본질인 초월성을 파괴하고 있다. 이는 예술의 순환과정이 현대사회에서는 하나의 기본적인 메카니즘으로서 자리잡고 있다.

키치는 미(美)가 구매 및 판매 가능한 것이라는 근대의 환상과도 관련되어 있으며 대중들은 자신들의 개성을 거대한 소비생활로 밖에 보여줄 수 없고 대중적 유행이란 자신의 주위와 동떨어지지 않고서도 자신만의 변별성을 무시할 수 있는 경제현상인 것이다.

한마디로 현 시대가 대중문화를 더 이상 무시할 수 없는 것과 마찬가지로 키치로부터 완전히 자유로울 수 없는 것이다. 그리고 현대미술의 생성과정을 반추해보면 어떠한 형식으로든 흔히 키치를 만날 수 있다.

그리하여 본 논문에서 키치적 미의식과 키치와 대중, 키치와 예술과의 관계를 알아봄으로써 현대미술이 그동안 논쟁이 되었던 키치미술에 대한 고급과 저급의 이분법적이고 양극화된 중심개념에서 벗어났음을 알 수 있었다.

극소수의 엘리트 문화와 대중문화의 구분 없이 관객과 소통하며 그 시대를 읽는 미술이 되어야 한다는 결론에 도달하여 대중의 심리와 이를 수용하고 적용하는 방법에 따라 작가들의 의도를 조금이나마 이해할 수 있었고 진정한 예술로서의 확립을 꾀할 수 있었다.

참고문헌

- 고충환. (2006), 무서운 깊이와 아름다운표면, 랜덤하우스중앙
- 고충환. (1995). 리어리즘과 리얼리티, 미술세계3월호
- 김소연. (1994), 키치연구:사회문화론적 접근. 홍익대학교 석사학위논문
- 남경태. (2006), 개념어 사전, 들녘
- 박신의. (1997), 행복한 키치의 언어(피에르와 질의 20년), 월간미술
- 이선영. (1998), 현대예술과 키치, 미술세계
- 오창섭. (2002), 디자인과 키치, 시지락
- 윤난지. (2005), 현대미술의 풍경, 한길아트
- 팸 미첨 줄리세던. 이민재, 황보화 역. (2004), 시공사
- 토머스 크로. 전영백 역. (2005), 대중문화와 현대미술, 아트북스
- Anthony Haden-Guest. (1989), "Interview- Jeff Koons" Angelica Muthesius, Benedikt Taschen
- Abaraham Moles, 엄광혁 역. (1995), 키치란 무엇인가?. 시각과 언어
- Dwight MacDonald. 강현두 역. (1980), 대중문화의 이해, 민음사
- Harbert J. Gans. 강현두 역. (1997), 대중문화와 고급문화, 나남
- Michael Archer. 오진경, 이주은 역. (2007), 1960년대 이후의 현대미술, 시공사