

에드워드 호퍼 작품의 시각적 차용 모듈에 관한 연구

A Study on Visual Appropriation Module on Edward Hopper's Work

주저자

신경철 (Shin, Kyung-chul) viakenshin@gmail.com
연세대학교 커뮤니케이션대학원 박사과정
DFA Course, Yonsei University

교신저자

최지원 (Choi, Ji-won) jiwonchoi0613@gmail.com
한양대학교 영상디자인학과 겸임교수
Adjunct Professor, Hanyang University

투고일	2020.09.03.	심사일	2020.10.22.	게재확정일	2020.10.26
-----	-------------	-----	-------------	-------	------------

에드워드 호퍼 작품의 시각적 차용 모듈에 관한 연구

A Study on Visual Appropriation Module on Edward Hopper's Work

목 차

1. 서론
 2. 이론적배경
 - 2-1. 포스트 프로덕션과 차용
 - 2-2. 차용과 내러티브
 - 2-3. 차용과 상호매체성
 3. 에드워드 호퍼 작품의 차용 사례 분석
 - 3-1. 영화 <셜리의 모든 것>
 - 3-2. 신세계: 쓱(SSG)
 - 3-3. 청정원: 츤앤, 우아한 간식의 세계
 4. 에드워드 호퍼 작품의 시각적 차용 모듈
 5. 결론
- 참고문헌

Abstract

Many contemporary artists appropriate and transform existing works of art to reproduce new concepts. Today, the concept of creation now includes the process of selecting a work and reinterpreting it, rather than the result created through the primary subject. Nicola Buriyo defines this paradigm of contemporary art as 'post production'. Post-production contemporary art escapes from the traditional frame of expression and expands the range of expression methods through combinations and transformations of various images. In addition, it re-examines the potential value of art derived from integration of media. In this context, the appropriation of images from works of art becomes the central point of establishing the

interrelationship between the two media, that is, "Intermediality".

In order to build effective Intermediality with integration of media, it is necessary to define visual properties to be used for image appropriation, and to set up a strategic visual appropriation module corresponding to them. Through this, image appropriation can be appropriately applied according to the purpose of use of the medium to create new value that fits the cultural flow. Furthermore, it can help avoid indiscriminate use of appropriation that damages the existing artistic value and can also work as a medium that informs consumers of the aesthetic value of art. This study not only defines visual appropriation modules that includes three elements: 'Color', 'Composition', and 'Figure', reflected on Edward Hopper's work, and but also the Intermediality between Hopper's works of art and the media that appropriate them. This study analyzes and understands specific properties of image appropriation that form a detailed analysis from a design perspective. Therefore, this thesis examines the paradigm shift in the present era in which art works are frequently appropriated. Moreover, by focusing on different cases of Edward Hopper's image appropriation and on understanding the role and values of image appropriation used in various media, it is meaningful in seeking strategic thoughts and finding directions for effective methodology of image appropriation.

keyword

Appropriation, Visual Appropriation, Intermediality, Edward Hopper

논문요약

현대의 많은 예술가들은 기존의 예술 작품들을 차용하고 변형하여 새로운 개념의 작품들을 재생산한다. 오늘날 창조(creation)의 개념은 이제 원천적(primary)인 소재를 통해 만들어지는 결과물이 아니라 작품을 선택하고 그것을 재해석하는 행위의 과정까지 포함한다. 니콜라 부리요는 이와 같은 현대 예술의 패러다임을 '포스트 프로덕션'으로 정의한다. 포스트 프로덕션의 현대예술은 전통적인 표현의 틀에서 벗어나 다양한 이미지들의 조합과 변형을 통해 표현방식의 범위를 확장시키며 매체의 융합에서 오는 예술의 잠재적 가치를 재조명한다. 이처럼 예술 작품의 이미지 차용은 예술과 광고 두 매체 간의 상호 관계, 즉 '상호매체성'을 구축하는 구심점이 된다. 매체 간의 융합을 통한 효과적인 상호매체성을 구축하기 위해서는 이미지 차용에 활용될 시각적 요소들을 정의하고, 그것에 해당하는 전략적인 시각적 차용 모듈의 설정이 필요시 된다. 이를 통해 이미지 차용은 매체의 사용 목적에 따라 알맞게 적용되어 문화적 흐름에 맞는 새로운 가치를 창출할 수 있으며, 더 나아가 기존의 예술적 가치를 훼손하는 무분별한 사용을 피하고 소비자들에게 예술의 미적 가치를 알릴 수 있는 매개체 역할을 할 수 있다. 본 연구는 에드워드 호퍼의 작품을 중심으로 '색', '구도', '인물' 이라는 세 가지의 시각적 차용 모듈을 정의하고, 이를 바탕으로 호퍼의 예술 작품들과 이를 차용한 매체 사이의 상호매체성을 형성하는 이미지 차용의 요소들에 대해 디자인적 관점에서 보다 세부적으로 분석하고 이해하였다. 이를 통해 본 논문은 예술 작품의 차용이 빈번하게 이루어지는 현 시대의 패러다임 변화를 살펴보고, 에드워드 호퍼의 이미지 차용 사례들을 중심으로 다양한 매체에서 활용되는 이미지 차용의 역할과 가치를 이해함으로써 효과적인 이미지 차용을 위한 전략적 사고와 방향성을 모색하는데 의미가 있다.

주제어

차용, 시각적 차용, 상호매체성, 에드워드 호퍼

1. 서론

오늘날 많은 예술가들은 기존의 예술 작품들을 차용하여 새롭게 해석하고 형식을 변화하여 재생산한다. 니콜라 부리요(Nicolas Bourriaud)는 이와 같은 현대 예술의 패러다임을 ‘포스트 프로덕션’으로 정의한다.

포스트 프로덕션의 예술 작품들은 새로운 매체를 통해 차용됨으로써 과거와는 다른, 현 시대의 문화적 코드에 맞게 재해석되고 새로운 가치를 갖게 된다. 이처럼 포스트 프로덕션 환경에서 예술 작품의 이미지 차용은 예술 작품과 매체 간의 상호관계, 즉 ‘상호매체성(Intermediality)’을 구축하는 구심점이 된다. 현재까지 이러한 상호매체성과 차용의 개념에 대한 선행 연구는 빈번하게 이루어지고 있으나 상호매체성을 구축하는 시각적 차용의 속성에 관한 구체적인 연구는 부족하다. 그러므로 본 논문은 예술 작품의 차용이 빈번하게 이루어지는 현시대의 패러다임 변화를 살펴보고, 에드워드 호퍼의 이미지 차용 사례들을 중심으로 이미지 차용의 역할과 가치를 이해함으로써 효과적인 이미지 차용을 위한 전략적 사고와 방향성을 모색하는데 의미가 있다.

본 논문의 2장에서는 니콜라 부리요(Nicolas Bourriaud)의 ‘포스트 프로덕션’의 개념을 이해하고, 포스트 프로덕션 환경에서 발생하는 이미지 ‘차용(Appropriation)’의 의미에 대해 정의한 후 다양한 매체 속 현대 예술의 이미지 차용을 통한 패러다임의 변화에 대해 살펴본다. 본 논문의 3장에서는 에드워드 호퍼의 대표적 회화 작품을 모티프로 한 영화 <셜리에 관한 모든 것(Shirley: Vision of Reality)>, 신세계의 SSG광고, 청정원의 천연광고에서 나타나는 호퍼의 회화적 특성을 분석하고, 4장에서는 이를 바탕으로 상호매체성을 구축하는 ‘시각적 차용 모듈’의 요소들과 그에 따른 특징들을 정의한다.

2. 이론적 고찰

2-1. 포스트 프로덕션과 차용

현대의 수많은 예술들은 기존에 존재하는 예술 작품들을 바탕으로 재해석되고 생산된다. 니콜라 부리요는 이와 같은 현대 예술의 흐름을 ‘포스트 프로덕션’으로 정의한다.

포스트 프로덕션은 텔레비전, 영화, 비디오에서 사용되는 시청각 어휘에서 나온 기술적인 용어로서 녹음 작업에 적용되는 일련의 과정들을 지칭한다. 예를 들면, 몽타주(montage), 다른 시청각 자료의 삽입, 자막 편집, 보이스 오버(voice-overs), 특수효과 등이 있다. 포스트프로덕션은 서비스 산업 및 재활용(recycling)과 연관된 일련의 행위들로서, 원재료들을 생산하는 산업 영역이나 농업 영역과는 대조적인 제3차 산업(tertiary sector)에 속한다.¹⁾

포스트 프로덕션 환경은 예술 작품의 대량 생산, 즉 작품들의 공급 증가와 인터넷, 기술의 발달에 따라 다양하게 진화하는 표현 형식(form)들의 병합으로 구분될 수 있으며, 이와 같은 예술 형식의 변화는 레디메이드와 원본(original), 그리고 창조와 복제(표절)이라는 작품 사이의 전통적인 구분을 무의미하게 만들었다²⁾. 니콜라 부리요가 정의하는 포스트 프로덕션의 예술은 작품이 지닌 원천적인 소재나 기원을 토대로 예술의 오리지널에 대해 평가하는 것에서 가치를 찾기보다는, 유통되고 있는 예술 작품의 형식과 오브제들을 사용하여 작품을 재해석하고 새로운 예술적 가치와 관계성을 구축하는 것에 의미를 둔다. 이와 같이 이미 존재하는 작품의 이미지나 특정한 형식을 사용하는 행위는 ‘차용’으로서 정의될 수 있다.

차용(Appropriation)은 빌린다는 의미로, ‘그 자신의’ 혹은 ‘자신’을 의미하는 라틴어 propius에서 유래되었으며 ‘자기 자신의 것으로 만들다’라는 뜻을 내포한다.³⁾ Appropriation의 사전적 의미는 ‘전유’, ‘사용’, ‘도용’으로 Appropriate는 ‘자기 것으로의 뜻에서 전유하다, 사용에 의해 쓰다, 착복하다’로 해석된다. 즉 ‘빌리다’, ‘남의 것을 자기 것으로 하다’ 더 나아가서는 ‘훔치다’의 의미로 해석할 수도 있다.⁴⁾ 또한 세계미술 용어사전(1999)에서의 차용의 의미는 미술사, 광고, 미디어 등에 이미 등장한 형상을 가지고 새로운 형상과 합성시켜 또 다른 작품을 창조하는 제작방법을 가리킨다.

부리요는 차용을 포스트 프로덕션의 진정한 첫 단계로서 정의한다. 차용의 주요 목적은 예술 작품을 제작하는 것이 아닌 ‘이미 존재하는 작품들의 형식이나 개념을 빌려 특정 의도에 맞춰 이용하거나 변형’하는 것

이며, '선택'과 '변형'으로서의 예술적 행위 또한 현대 예술계의 새로운 창조적 과정으로 재조명하기도 한다.

예술계에 레디메이드 개념을 구축한 마르셀 뒤샹(Marcel Duchamp)은 '선택의 행위'를 그리거나 조각하기와 같은 행위로 보며 하나의 예술적 과정으로 확립될 수 있다고 주장하였다. 사물에 새로운 개념을 부여하는 것이 이미 생산 행위이며, 뒤샹은 이와 같은 선택을 통해 개념을 새롭게 해석하는 과정을 창조(creation)라는 용어로 정의할 수 있다는 가능성을 보여주었다.⁵⁾ 이와 같은 관점에서 차용은 '선택'과 '변형'의 행위이며, 이는 단순히 작품의 결과뿐만 아니라 과정에서 발생하는 선택의 목적과 병합의 방식에 따라 작품으로서 재가치화되고 해석될 수 있다. 즉, 차용에 있어서 선택의 불확실성과 작품 간의 부조화는 복제와 표절의 범위에 속할 수 있는 틈을 발생시킬 수 있으며, 선택은 또한 예술 작품이 차용으로서의 예술적 가치를 지니고 있는가에 대한 새로운 판단 기준이 될 수 있다.

2-2. 차용과 내러티브

현대 예술에서의 이미지 차용은 선택한 이미지 또는 소재를 융합하고 변형시킴으로써 새로운 내러티브 또는 시각적 영감을 창조하게 되고, 이를 통해 관찰자 또는 소비자와의 문화적 공감대를 구축한다. 여기서의 문화적 공감대란 현시대의 문화적 코드나 유행에 따른 새로운 표현 형식이나 이야기가 형성되면서 오는 감성적 교류로서 정의할 수 있다. 이와 같은 관점에서 영국의 아티스트 리암 갈릭은 다음과 같이 말한다.

“우리는 모두 후기 자본주의의 시나리오에 갇혀있다... 오늘날 행동의 문화가 탄생하도록 기여한 미술가들에게, 우리를 둘러싸고 있는 형식들은 곧 이런 내러티브의 물질화이다. 모든 문화 상품들(culture of activity), 우리 일상의 환경 속에 접히고 숨겨져 있는 이러한 내러티브들은 다소 암시적인 공동 시나리오(communal scenarios)를 재생산한다... 소위 자유 시장 경제라는 것의 역동적인 아우라를 만드는 데 필요한 수준의 유동성(mobility)과 재창조(reinvention)를 유지하는데 있어서, 시나리오 생산은 주요 요소 중 하나이다”

리암 갈릭이 언급하는 '내러티브' 또는 '시나리오'의

의미는 현시대의 라이프 스타일뿐만 아니라 일상의 이미지들이 내포하는 문화적 이데올로기를 포함한다. 다시 말해, 주위의 사물들뿐만 아니라 기존의 예술 작품들도 각각의 숨은 이야기와 일정한 표현 방식을 지니고 있다. 따라서 예술 작품은 더 이상 장애물이 아닌 건축 재료로 인식되고 있다는 부리요의 주장처럼 포스트 프로덕션 예술가들은 기존의 작업들을 토대로 주제에 맞는 새로운 활용 방식과 다채로운 이야기 구조를 개발할 뿐만 아니라 현시대의 이데올로기적 내러티브를 재편집하고 새로운 요소를 첨가해서 대안적 시나리오를 만들어내기도 한다.⁷⁾ 부리요는 새로운 문화와 환경 속에서 예술 작품은 상호적으로 연결된 요소들의 네트워크를 위한 일시적인 매개체의 역할을 할 수 있으며, 현대의 예술 작품들은 완전한 결과를 갖는 것이 아닌 무한한 작업들의 연속물 중 하나로 각각의 매체마다 또 다른 대본을 지니게 된다고 주장한다.⁸⁾ 이와 같은 관점에서 상업 매체에 있어서 예술 작품의 이미지 차용은 단순히 시각적 효과를 위한 이미지의 재편집이 아닌 기존의 예술 작품이 가진 의미를 현대의 문화적 특색과 행동 양식에 맞게 재해석하여 다양한 내러티브를 창출하고 매체와 매체를 연결시켜주는 예술적 고리의 역할을 한다.

2-3. 차용과 상호매체성

포스트 프로덕션 시대의 예술 작품이 지닌 가치는 예술가의 의도에 의한 전통적인 위상, 즉 원본(original)의 가치를 넘어 표현 형식의 융합과 다양한 변형, 그리고 차용의 자율성을 통한 활용 방식의 잠재적 가치로서 결정될 수 있다. 특히 현대 회화의 경우, 차용되는 예술 작품이 반영하는 시각적 요소들이 매체의 특성과 차용 목적에 따라 통일성을 보이기도 하며, 때로는 시각적 요소의 재배열과 변형을 통해 새로운 이야기 구도와 분위기를 형성하기도 한다. 이처럼 포스트 프로덕션 환경에서 예술 작품의 이미지 차용은 예술과 다른 매체 간의 상호관계, 즉 '상호매체성'을 구축하는 구심점이 된다. 상호매체성이란, 둘 이상의 매체가 서로 융합됨으로써 매체의 경계가 불분명해지는 현상이다. 즉, 어느 매체의 요소가 다른 매체에 수용되면서 미학적, 기능적으로 텍스트의 의미를 단절 또는 동화시키거나 소통의 효용성을 창출하기 위해 미적 체

험을 새롭게 하는 매체 간 상호 관계를 의미한다.⁹⁾ 매체가 수용되는 과정은 전반적인 시스템 참조를 통해 구조화될 뿐만 아니라 '암시 또는 환기'에 나타나는 의미 체계의 기호화 과정을 분석하고, 이를 통해 상호 관계가 맺어진다.¹⁰⁾ 다시 말해 하나의 작품 또는 매체의 특정 속성은 다른 매체와의 상호적 작용을 통해 재정의되거나 새롭게 구조화된다. 그리고 이러한 과정을 통해 매체의 본래적 속성은 더욱 견고해지거나 때로는 다양한 의미로 파생되어 미적 기능을 창출한다.

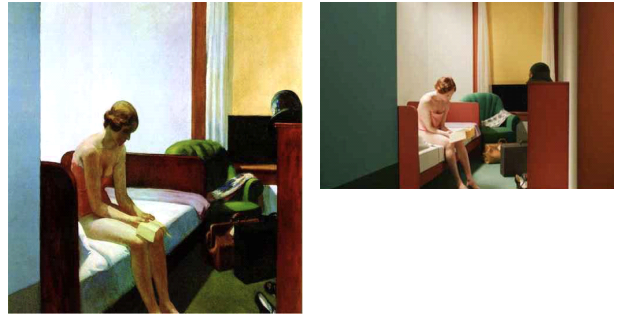
3. 에드워드 호퍼의 작품의 차용 사례 분석

본 장에서는 특정 작품들의 이미지 차용을 통해 예술 작품과 매체 간의 상호매체성을 보여주는 사례로서 영화 <셜리에 관한 모든 것(Shirley: Vision of Reality, 2013)>, 신세계: SSG 광고, 청정원: 추앤 광고를 살펴보고자 한다.

3-1. 영화 <셜리에 관한 모든 것>

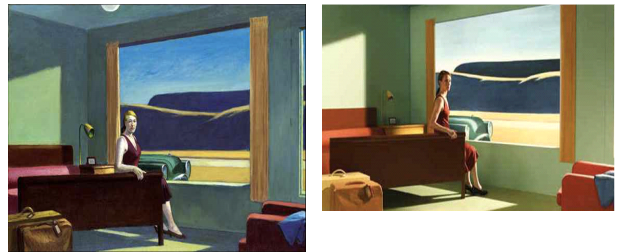
구스타프 도이치 감독의 영화 <셜리에 관한 모든 것>은 에드워드 호퍼의 회화 작품들을 바탕으로 내러티브를 구성하여 영화화한 작품으로 호퍼의 13개의 작품이 영화의 장면(scene)으로 차용되었다. 영화는 'Hotel Room(1931)'이라는 호퍼의 초기 작품에서 'Chair Car(1965)'까지 30여년이라는 작품과 동일한 시간적 흐름에 맞게 전개되며, 시나리오를 기반으로 그림을 차용하는 프로세스가 아닌 차용된 13개의 작품에 맞춰 시퀀스를 구성함으로써 기존에 없는 독창적 내러티브를 만들었다.

본 영화에서는 호퍼의 작품에 공통적으로 등장하는 여성을 '셜리'라는 이름의 주인공으로 설정하였으며, 위의 <그림1>과 같이 호퍼의 작품에서 보편적으로 나타나는 인물 셜리의 제스처와 상념에 빠진 듯한 표정과 분위기까지 새로운 내러티브를 통해 연출함으로써 차용된 이미지의 느낌을 극대화했다. 영화의 장면에서 등장하는 인물의 수는 에드워드 호퍼의 작품들과 같이 극히 제한적이며, 등장인물들의 자세 또한 정적이다.



<그림1> Hotel Room 작품(좌)과 해당이미지 차용 장면(우)

<그림2>의 'Western Motel(1957)'는 전체적으로 중명도와 고채도의 색조로 표현된 작품으로 화면의 공간적 구성은 창문, 벽 등 사각형의 프레임들의 조합으로 다소 딱딱한 구도를 유지하며 단조로움을 반영한다. 화면의 한 가운데 위치한 여인은 침대의 가장자리에 걸터앉아 시선은 관찰자를 향한다. 창문 너머의 고정된 풍경을 배경으로 마치 초상화와 같은 느낌의 부동의 자세를 취함으로써 그림의 역동성을 상실시킨다.



<그림2> Western Motel 작품(좌)과 해당이미지 차용 장면(우)

이와 더불어 다각도에서 분출되는 인공 채광과 창문을 통해 들어오는 기하학적 형태의 빛은 실내 공간을 완성하는 중요한 요소로써 작용하고 있다.

미술가이자 비평가인 브라이언 오도허티(Brian O'Doherty)는 호퍼의 작품에 대해 '파편적인 회화 수법은 각별한 관심을 끄는가 하면 실망을 안겨주기도 하며, 때로 움직임이나 변화를 암시하는가 하면, 그림의 인물을 완전히 고정시키는 바람에 마치 멈춰버린 영화의 한 장면을 보는 것과 같다¹¹⁾'고 설명한다. 또한 로이드 구드리치(Lloyd Goodrich)는 객관적인 사실, 주관적인 감정 표현, 그리고 추상적인 형식과 디자인이 여러 가지 단계를 통해 호퍼의 작품에 나타난다고 평가한다.¹²⁾ 즉, 호퍼의 작품에서는 영화의 한 장면을 연상시키는 움직임과 부동성을 고루 반영하는 특징적인 시각적 요소와 기법을 지니고 있다.

3-2. 신세계: 쓱(SSG)

신세계 그룹이 운영하는 온라인 복합 쇼핑몰 SSG닷컴은 ‘쓱(SSG)’ 광고는 인물들의 무심한 표정, 딱딱하고 냉소적인 화법과 빛에 의한 강렬한 색감 등 에드워드 호퍼의 작품을 자연스럽게 연상시키는 장면으로 소비자의 뜨거운 호응을 이끌며 화제가 되었다. 호퍼의 예술 작품을 광고라는 상업 매체에 차용함으로써 얻은 결과는 비단 SSG닷컴의 매출 급증¹³⁾만이 아니다. SSG 광고를 통해 ‘에드워드 호퍼’라는 화가의 예술 작품 자체가 문화적 화두가 되었으며, 이는 현대 예술의 이미지 차용이 상업적인 의미를 넘어 아티스트와 작품의 재조명과 넓은 의미에서 상호매체적인 표현 영역의 확장이라는 가능성을 제시한다.

<그림3>의 Hotel by a Railroad(1952) 작품과 이를 차용한 신세계의 쓱(SSG)광고의 한 장면을 살펴보면, 창문을 통해 침투하는 빛은 공간의 색조와 밝기를 균질적으로 만들면서 공간의 색채의 질감을 상실시키며 전체적으로 온화하면서도 다소 차가운 느낌의 공간적 분위기를 연출한다. 또한 여성이 입고 있는 Yellow 톤의 원피스는 빛을 받은 Blue계열의 소파와 강한 보색 대비를 이룸으로써 인물의 경직된 자세를 더욱 고착시킨다.



<그림3> Hotel by a Railroad 작품(좌)과 SSG광고: 해당 이미지 차용 장면(우)

<그림3>의 두 장면에서 표현되고 있는 빛은 정지되거나 고정적인 형태로 인물과 오브제 사이의 높은 채도와 그림자를 형성하고, 화면에 입체성을 부여하기보다는 공간의 평면성을 부각시키는 시각적 차용 요소로서 작용하고 있다. 자연채광의 점진적이고 은은한 기호가 아닌 날카로운 그늘과 그림자를 생성하는 이러한 빛의 표현은 심리적인 고독감과 고립, 소외의 정서를 유발하는 요인으로 작동한다.¹⁴⁾



<그림4> SSG광고: 등장 인물들의 표정과 시선

무엇보다 ‘쓱(SSG)’ 광고의 묘미는 두 인물 사이의 시선과 구도에서 오는 긴장감이다. <그림 4>의 화면 속 남성의 시선은 창문 밖을 향하고 있으며 소파에 앉아 핸드폰을 지그시 바라보는 여성의 시선과 서로 어긋나 있다. 또한 두 인물의 딱딱한 시선 처리와 공간적 배치를 통해 관찰자의 응시를 파괴시킴으로써 이야기 전개에 긴장감을 부여한다.

에드워드 호퍼의 이러한 표현적 특징들은 마치 바깥에서 안이 잘 보이지 않는 창을 통해 보는 듯한 침묵과 고립, 분리를 경험하게 하며,¹⁵⁾ 지표성(indexicality)을 가진 형태들이 작동하는 방식처럼 장면의 모든 의미를 제거함으로써 어느 것에도 점유되지 않은 비어있는 시각을 제시한다.¹⁶⁾

3-3. 청정원: 츄앤, 우아한 간식의 세계

청정원에서 원물 간식 제품인 츄앤을 출시하며 2016년에서 2017년까지 선보인 광고인 우아한 간식의 세계 편은 배우 이하늬와 개그우먼 이국주, 가수 크리샤 츄의 등장과 이들의 다소 코믹스러운 연기로 주목 받았다. 각 장면에서 비스듬하거나 수직적인 공간적 구도와 여백, 음영이나 질감 없이 균질한 톤의 색채를 과감히 사용하여 에드워드 호퍼의 회화적 특성을 적극적으로 차용한 사례이다.

<그림5>에서 카메라의 앵글은 화면의 정방향을 향해 있으며 두 명의 등장인물 또한 화면의 중앙에 위치하여 부동의 자세를 취함으로써 전체적으로 평면적 느낌을 전달한다, 빛과 색상의 시각적 차용 측면에서, 부자연스러운 인공 채광이 강렬하게 화면 전체에 투사되고, 공간 색채의 톤을 균일하게 맞춤으로써 가공적이고 건

조한 느낌의 2차원적인 질감을 전달하면서도 동시에 회화의 평면적인 느낌을 부각시킨다.



<그림5> 청정원 휴엔 광고: 고구마츄 편

호퍼는 그의 대부분의 작품에서 빛에 대한 관심을 드러냈는데, 그가 표현한 빛은 직사각형, 평행사변형 등 기하학적인 형태를 띠고 있으며 단순하고 다소 추상적인 공간구성에 중요한 요소로 작용한다.¹⁷⁾ <그림 6>은 이러한 호퍼의 작품에서 나타나는 빛의 특징을 과감하게 반영하는 사례이다. 불분명한 위치에서 시작되어 형성된 기하학적 형태의 채광은 전체적인 구도의 균형을 깨뜨림으로써 두 인물 간의 긴장을 높이고 공간의 평면성을 강조시킨다.



<그림6> 청정원 휴엔 광고: 고구마츄 편

또한 <그림7>의 경우, 일관적인 고채도의 색조와 그림자의 대비는 원근감을 완전히 상쇄시키며, 원초적이고 기하학적 형태를 유지한다. 사선의 구도를 사용하여 평면적 공간에 묘한 긴장감을 유도하면서도, 왼쪽 하단 모서리에 아슬아슬하게 걸쳐 위치한 나무그림자는 두 인물과 배경의 부동적 이미지에 움직임의 중첩시킴으로써 고립된 분위기와 생동감을 병치시킨다.



<그림7> 청정원 휴엔 광고: 고구마츄 편

4. 에드워드 호퍼 작품의 시각적 차용 모듈

4장에서는 3장에서 살펴본 영화와 광고의 각 장면을 구성하는 호퍼의 작품들이 지닌 시각적 차용 요소들을 분석하여 구도(Composition), 색(Color), 인물(Figure)이라는 시각적 차용의 세 가지 대표 요소를 설정하였다. 그리고 이를 기반으로 <표1>과 같이 시각적 차용 모듈을 정의하는 각각의 세부 요소와 특징을 도출하였다.

<표1> 에드워드 호퍼 작품에서 나타난 시각적 차용 모듈

대표 요소	세부 요소	특징
색 (Color)	색채	중명도, 고채도
	질감	질감의 부재, 여백
구도 (Composition)	원근법	공간감의 파괴, 평면성
	빛	기하학적 형태
인물 (Figure)	응시	시선의 파괴, 관계의 긴장감
	자세	경직, 부동의 뉘앙스

4-1. 색(color)

호퍼의 작품에서 발견한 첫 번째 시각적 차용 요소는 '색(Color)'으로 '색채'와 '질감'의 사용을 통해 두 드러진다. 빛에 의한 완성되는 중명도와 고채도의 색조는 화면과 관찰자 사이의 거리와 시점의 경계를 무너뜨리고 2차원의 평면적인 질감을 나타내며 공간성을 제거한다. 또한 빛이 닿는 부분과 닿지 않는 부분의 또렷한 대비, 질감 없는 균질한 톤의 색채 사용과 여백의 강조는 거리감과 원근감을 파괴함으로써 공간에 평면성을 부여하며, 에드워드 호퍼의 회화적 특성을 적극적으로 반영하는 핵심적인 요소이다.

4-2. 구도(Composition)

두 번째 시각적 차용 요소는 ‘구도(Composition)’이며, 그의 작품에서는 ‘원근법’과 ‘빛’의 사용을 통해 또렷하게 나타난다. 공간에서의 평면적 구도는 곧 원근법의 상실이며, 무엇보다 호퍼가 사용하는 기하학적 형태의 빛은 이러한 공간적 특징을 구성하는 결정적인 요인이다. 빛은 공간의 깊이와 화면의 입체감을 표현하는 하나의 방식으로서 빛의 밝기의 차이에 따라서 근경, 중경, 원경으로 화면의 공간적 거리를 나타낸다. 반면에 호퍼의 작품 속 빛은 이러한 화면의 구분에 저항한다. 공간의 인물 또는 오브제에 비치는 빛은 단계적인 변화를 거치지 않고 강렬한 명암 대비를 이루면서 입체감을 상실시킨다.¹⁸⁾

4-3. 인물(figure)

시각적 차용의 세 번째 모듈은 ‘인물(figure)’이며, 호퍼의 작품에서 이를 구성하는 세부 요소는 ‘응시’와 ‘자세’로 정의된다. 호퍼의 작품 속 인물들은 창문 밖 어느 지점을 일방적으로 응시하며 깊은 상념에 빠지거나 고독에 사로잡혀있는 모습들을 많이 볼 수 있다. 실내 공간 속 인물들의 불규칙한 배치와 시선의 불일치는 관찰자의 응시점을 파괴시키며, 집중할 대상 또는 초점을 분산시킴으로써 긴장감을 발생시킨다. 또한 인물들의 굳어있는 표정과 어긋난 시선은 관찰자가 바라보는 시선을 흐트러뜨림으로써 인물간의 관계에서 발생하는 소외감이나 고독감과 같은 내적 정서 또는 침묵을 반영하기도 한다. 이와 같은 관점에서 영화 속 호퍼의 작품을 차용한 장면을 통해 전달되는 긴장감은 강렬한 빛에 의한 공간적 색조의 변화와 평면적 구도에 의해 조성되기도 하지만, 한편으로는 작품 속 인물들의 고립된 시선과 불규칙적 변형에 의해 이차적으로 발생하는 관찰자의 파편화된 응시에서 오는 정서적 충격에서 발생할 수도 있다.

5. 결론

니콜라 부리요가 말하는 포스트 프로덕션의 예술가들은 자신들의 작품을 위해 기존의 작품들을 차용하고 새로운 미디어 기술을 활용하여 다양한 범위의 예술적 스타일과 개념을 확장시킨다. 본 논문은 포스트 프로덕

션 환경에서 나타나는 현대 예술의 이미지 차용 개념과 패러다임의 변화에 대해 고찰하고, 현대의 예술 작품들이 어떠한 방식으로 새로운 매체에 차용되고 상호매체성을 구축하는지에 대해 다양한 사례에서 나타나는 에드워드 호퍼의 작품들을 통해 살펴보았다. 이어 본 논문은 에드워드 호퍼의 시각적 차용 모듈(색, 구도, 인물)을 중심으로 여러 매체에서 나타나는 호퍼의 회화적 요소들에 대해 분석하고, 이를 통해 상호매체성을 구축하는 이미지 차용의 가치와 역할에 대해 고찰하였다. 에드워드 호퍼의 작품을 차용한 영화<설리에 관한 모든 것>, 신세계의 SSG광고, 그리고 청정원의 츄앤 광고는 전략적인 시각적 차용을 통해 매체와 매체를 이어주는 순환적 연결고리의 역할을 하고 있음을 알 수 있었다. 따라서 본 연구는 기존의 예술 작품들이 지닌 회화적 기법과 시각적 요소들이 상호매체적인 환경에서 융합되고 변형됨으로써 문화적 코드와 양식에 맞게 새로운 표현 방식과 내러티브로 확장되고 상호매체성의 가치를 재발견할 수 있다는 가능성을 제시하는 것에 의의를 둔다.

본 논문에서 정의하는 시각적 차용 모듈은 매체 사이의 상호매체성을 구축하는 시각적 요소이자 창의적 매개체로서 오늘날 다채롭게 등장하는 여러 매체들 간의 새로운 패러다임을 여는 선행 연구로서 중요한 역할을 하리라 기대한다.

-
- 1) 니콜라 부리요, 정연심, 손부경 옮김, 『포스트 프로덕션』, 그래파이트 온 핑크, 2016, p.17.
 - 2) Ibid., p.18.
 - 3) 이주현, 「변모된 재현 개념이 미술사 서술에 끼친 영향」, 서울대학교 대학원 미술이론 전공 석사 학위논문, 1998, p.80.
 - 4) 송호진, 김정환, 「현대예술의 복제성과 이미지 차용에 관한 연구」, 한국커뮤니케이션디자인협회 커뮤니케이션디자인학회, 2009, p.91.
 - 5) 니콜라 부리요, 정연심, 손부경 옮김, 『포스트 프로덕션』, 그래파이트 온 핑크, 2016, p.34
 - 6) Ibid., p.64.
 - 7) Nicolas Bourriaud, 『Postproduction』, Sternberg Press, 2010, p.19.
 - 8) Ibid., p.28.

- 9) 피종호, 『포스트모더니즘과 영화미학』, 한양대학교 출판부, 2013, p.240.
- 10) 고효경, 「에드워드 호퍼 회화의 상호매체성 연구: 필름 느와르의 영향과 영화 <색, 계>에의 적용」, 고려대학교 석사학위논문, 2020, p.28
- 11) 로프 귄터 레너, 정재곤 옮김, 『에드워드 호퍼』, 마로니에북스, 2005, p.66.
- 12) Lloyd Goodrich 외, 「Six Who Knew Edward Hopper」 Art Journal, vol. 41, no. 2, Summer 1981, p.125.
- 13) 쓱(SSG)광고는 2015년 12월31일 론칭편을 시작으로 오늘 쓱 배송, 오반장 매직픽업 편 등을 차례로 선보였으며, 광고의 유튜브 총 조회 수가 250만을 넘길 정도로 소비자들로부터 큰 인기를 얻었다.
- 14) 김선영, 「에드워드 호퍼의 실내공간에 나타난 색채 표현 특성 연구」, 한국색채학회논문집 27(1), 2013, p.108.
- 15) Brian O'Doherty, 『American Masters: The Voice and the Myth』, London: Thames and Hudson, 1988, p.19.
- 16) Margaret Iversen, 「The World without a Self: Edward Hopper and Chantal Akerman」, Art History, Vol. 41, No. 4, 2018, p.15.
- 17) 권주연, 「에드워드 호퍼 회화에서 나타난 소외의 표상 - 모더니즘과 필름 느와르와의 연관성을 중심으로」, 현대미술사연구 24, 2008, p.10-11.
- 18) Ibid., p.11-12.

참 고 문 헌

- 니콜라 부리요, 정연심, 손부경 옮김, 『포스트 프로덕션』, 그래파이트 온 핑크, 2016.
- 로프 귄터 레너, 정재곤 옮김, 『에드워드 호퍼』, 마로니에북스, 2005.
- 마리타 스티르큰, 리사 카트라이트, 윤태진 외 2명 옮김, 『영상문화의 이해』, (주)커뮤니케이션북스, 2006.
- 배리 호프먼, 윤태일 옮김, 『광고와 예술』, (주)커뮤니케이션북스, 2009.
- 스티븐 파딩, 박미훈 옮김, 『501 위대한 화가』, 마로니에북스, 2009.
- 존워커, 장선영 옮김, 『매스미디어와 미술』, 시각과 언어, 1998.
- 피종호, 『포스트모더니즘과 영화미학』, 한양대학교 출판부, 2013.
- Brian O'Doherty, 『American Masters: The Voice and the Myth』, London: Thames and Hudson, 1988.
 - Nicolas Bourriaud, 『Postproduction』, Sternberg Press, 2010.
- 고효경, 「에드워드 호퍼 회화의 상호매체성 연구: 필름 느와르의 영향과 영화 <색, 계>에의 적용」, 고려대학교 석사학위논문, 2020.
- 권주연, 「에드워드 호퍼 회화에서 나타난 소외의 표상 - 모더니즘과 필름 느와르와의 연관성을 중심으로」, 현대미술사연구 24, 2008.
- 김선영, 「에드워드 호퍼의 실내공간에 나타난 색채 표현 특성 연구」, 한국색채학회논문집 27(1), 2013.
- 송호진, 김정환, 「현대예술의 복제성과 이미지 차용에 관한 연구」, 한국커뮤니케이션디자인협회 커뮤니케이션디자인학회, 2009.
- 이주현, 「변모된 재현 개념이 미술사 서술에 끼친 영향」, 서울대학교 석사학위논문, 1998.
- 조혜정, 「영화와 미술의 상호매체성 연구: <설리에 관한 모든 것>을 중심으로」, 영화연구(68), 2016.
- Lloyd Goodrich 외, 「Six Who Knew Edward Hopper」 Art Journal, vol. 41, no. 2, Summer 1981.
 - Margaret Iversen, 「The World without a Self: Edward Hopper and Chantal Akerman」, Art History, Vol. 41, No. 4, 2018.

